

JOURNAL OF MASS COMMUNICATION

วารสารการสื่อสารมวลชน



คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

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

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

VOL. 8 NO.2 JULY-DECEMBER 2020

วารสารการสื่อสารมวลชน
Journal of Mass Communication
ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2563
Vol. 8 No. 2 July - December 2020

ISSN: 1906-2591 (Print) ISSN: 2673-0545 (Online)

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ที่ปรึกษา	Advisory Board
รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล คณบดีคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Terapatt Vannaruemol Dean of the Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
บรรณาธิการ	Editor
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Pimonpan Chainan, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
กองบรรณาธิการ	Editorial for Academic Affairs
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Associate Professor Kullatip Satararuji, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	Associate Professor Kamjohn Louiyapong, Ph.D. School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Bangkok
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	Associate Professor Komsan Rattanasimakul, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai

กองบรรณาธิการ	Editorial for Academic Affairs
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Narin Numjareau, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Kwanfa Sriprapandh, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	Assistant Professor Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	Assistant Professor Arishai Akraudom, Ph.D. School of Communication Arts, Bangkok University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อลงกรณ์ ปรีวุฒิพงศ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Assistant Professor Alongkorn Parivudhiphongs, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
อาจารย์ ดร.พรรษาสิริ กุหลาบ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Phansasiri Kularb, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
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
อาจารย์ ดร.ศศิธร ยูวโกศล ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	Sasithon Yuwakosol, Ph.D. Center for Academic Services of Srinakharinwirot University, Bangkok

กองบรรณาธิการ

Editorial for Academic Affairs

อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Sopark Panichpapiboon, Ph.D.
School of Communication Arts,
University of the Thai Chamber of Commerce,
Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิ

Peer Reviewerวารสารการสื่อสารม

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ
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

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกิดดี
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Associate Professor Krisada Kerddee, Ph.D.
College of Communication Arts,
Rangsit University, Pathum Thani

รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์
คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Associate Professor Kamjohn Louiyapong,
Ph.D.
School of Communication Arts, Sukhothai
Thammathirat Open University, Bangkok

รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากุล
คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Associate Professor Komsan Rattanasimakul,
Ph.D
Faculty of Management Science,
Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai

รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Associate Professor Joompol Rodcomdee
Faculty of Communication Arts,
Chulalongkorn University, Bangkok

รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Associate Professor Tiranan Anawushsiriwongse
Faculty of Communication Arts,
Chulalongkorn University, Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewerวารสารการสื่อสาร
รองศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผกา คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง	Associate Professor Surachai Chupaka, Ph.D Faculty of Mass Communication, Ramkhamhaeng University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ 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.บุษยารณ ตีระพุดติกุลชัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง	Assistant Professor Busayagorn Teeraputtigunchai, Ph.D. Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University, Lampang
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Assistant Professor Prapassorn Chansatitporn Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ภระมรทัต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร	Assistant Professor Poonsuk Pramoratat, Ph.D. Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้	Assistant Professor Ladda Chittakuttanon, Ph.D. Faculty of Liberal Arts, Maejo University, Chiang Mai

ผู้ทรงคุณวุฒิ	Peer Reviewerวารสารการสื่อสาร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสริมศิริ นิลดำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	Assistant Professor Sermsiri Nindum, Ph.D. Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรัชย์ อรรคอุดม 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 ชัดชุ่มแสง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	Jaggapan Cadchumsang, Ph.D. Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Khon Kaen
อาจารย์ ดร.ชนัญสรา อรนพ ณ อยุธยา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	Chanansara Oranop Na Ayutthaya, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University, Bangkok
อาจารย์ ดร.พรชาสิริ กุหลาบ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Phansasiri Kularb, Ph.D. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, Bangkok
อาจารย์ ดร.พีรยุทธ โอরণพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Peerayut Oraphan, Ph.D. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Pathum Thani
อาจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธพิภคพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	Wichian Lattipongpun, Ph.D. Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration, Bangkok

ผู้ทรงคุณวุฒิ

Peer Reviewerวารสารการสื่อสาร

อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา

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.ไววุฒิ วุฒิอรรถสาร

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Waiyawut Wuthiastasarn, Ph.D.

Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi,
Pathum Thani

อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล

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.กรวรรณ กฤตวรกาญจน์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Korawan Kritworakarn, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ นำเจริญ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Associate Professor Narin Numjareau, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Kwanfa Sriprapandh, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันท์ทิพย์ กิตติวรากุล คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Nantasit Kittiwarakul Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Assistant Professor Laddawan Inthajakra Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนันทา แยมทัฬห 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.จิรเวทย์ รักชาติ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Jirawate Rugchat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน	Peer Reviewer
อาจารย์ ดร. จิระศักดิ์ สารรัตน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Chirasak Sararat, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ภัทม์ย อินทจักร คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Phatmai Intrajakra, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร. เมริสา สกุลสุทรวงศ์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Merisa Skulsuthavong, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชล้อเจริญ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Vithaya Panichlocharoen, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร. ศิวพร สุกฤตตานนท์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Siwaporn Sukittanon, Ph.D. Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
อาจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรตนา คณะการสื่อสารมวลชน 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
นางสาวจิตราพรพรณ รัตนวงษ์ คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Jitrapan Rattanaovong Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวชมพูนุท วุฒิมา คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Chompoonoot Wuttima Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวพิชญา ศรีพรหมมา คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Pitchaya Sripromma Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นายฉวีวัต พงศ์มัทวาน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Mr. Makawat Pongmakawan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai
นางสาวอรอนงค์ ต้อยแสน คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	Miss Ornanong Tuisan Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University, Chiang Mai

การศึกษาและใช้ประโยชน์จากข้อมูลเป็นแนวทางการศึกษาที่มีเพิ่มมากขึ้นในรอบปีในสาขาวิชาทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร การใช้ประโยชน์จากข้อมูลเป็นวิธีการที่ได้รับความสนใจในการพัฒนาและนำมาประยุกต์ใช้ในมิติต่าง ๆ และเริ่มถูกนำมาใช้เป็นวิธีการศึกษาวิจัย รวมถึงเป็นประเด็นของการศึกษาในมิติทางการสื่อสาร ซึ่งบทความในวารสารฉบับนี้นำเสนอทั้งมุมมองด้านประโยชน์และการพัฒนา และมุมมองเชิงวิพากษ์ ไว้ได้อย่างน่าสนใจให้ติดตามอ่านและขบคิดต่อยอดตามในบทความเรื่อง กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ของ ชีรมล บัวงาม และ นรินทร์ นำเจริญ และบทความเรื่อง การสืบสาวประวัติศาสตร์ของวาทกรรมความเป็นพลเมืองข้อมูลของ อรุณทัย วรรณถาวร

ประเด็นโรคระบาดที่กำลังคุกคามทั่วโลกต้องอาศัยความรู้และทักษะด้านการสื่อสารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือจากประชาชนในการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรค โดย สิโรตม มณีแฮด และ สรัญญา เชื้อทอง ได้นำเสนอบทความเรื่อง การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 และบทความอีกฉบับหนึ่งที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ คือ เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย ของ จิรเวทย์ รักชาติ และ วิโรจน์ สุทธิสีมา

ในปีพ.ศ.2562 ที่ผ่านมา การเลือกตั้งเป็นวาระแห่งชาติที่จะไม่ถูกกล่าวถึงไม่ได้เช่นกัน บรรยากาศของการสื่อสารทางการเมืองในช่วงของการเลือกตั้งนำมาซึ่งประเด็นทางการศึกษาที่น่าสนใจ ดังนำเสนอในงานของ คมสัน รัตนะสิมากุล เรื่อง ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บในการเลือกตั้งทั่วไปของไทย ปี 2562

นอกจากประเด็นทางด้านสุขภาพและการเมืองแล้ว ในอีกบริบทหนึ่งสื่อวิดีโอเกมถือเป็นสื่อบันเทิงที่ได้รับการเข้าถึงและเป็นที่นิยมแพร่หลายโดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน และอาจสร้างผลกระทบต่อผู้เล่นได้ การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมเป็นการศึกษาที่จะช่วยสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้เล่นด้วยอีกทางหนึ่ง โดย ปริญญ์ ภูษสุนทร และ จิรเวทย์ รักชาติ ได้นำเสนอผ่านบทความเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562

ประเด็นทางการศึกษาที่น่าสนใจเกิดขึ้นอย่างหลากหลายตามบริบททางสังคมและเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ววารสารการสื่อสารมวลชนขอเป็นอีกพื้นที่หนึ่งในการแลกเปลี่ยนความรู้และติดตามความทันสมัยของการเปลี่ยนแปลงให้กับผู้อ่านอย่างต่อเนื่องและหวังว่าเราจะได้รับบทความจากนักวิชาการที่ให้ความสนใจศึกษาประเด็นทางด้านการสื่อสารร่วมส่งบทความมาอัปเดตความรู้ให้กับผู้อ่านของเราต่อไป รอตติดตามอ่านกันได้นะคะ

พิมลพรรณ ไชยนันท์
บรรณาธิการ

	หน้า
เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย Logic of Consumption towards Bicycle using in Everyday's lives of Thai People » จิรเวทย์ รักชาติ และ วิโรจน์ สุทธิสีมา	1
การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกม ในช่วงปี พ.ศ. 2557–2562 An Analysis of Video Game Media Elements During 2014-2019 » ปริญญ์ ฤกษ์สุนทร และ จิรเวทย์ รักชาติ	36
กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระ ตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล Communication Process of Public Issues by Independent News Agency Based on Data-Driven Journalism » ชีรมล บัวงาม และ นรินทร์ นำเจริญ	67
การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิก ในสถานการณ์โควิด-19 Health Communication in COVID-19 Situation of Department of Disease Control using Infographic Narratives » สิริธม มณีแฮด และ สรัญญา เชื้อทอง	91

	หน้า
การสืบสาวประวัติศาสตร์ของวาทกรรมความเป็นพลเมืองข้อมูล	120
Genealogy of Data-Citizenship	
» อรุณทัย วรรณถาวร	
ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบในการเลือกตั้งทั่วไปของไทย ปี 2562	162
Spiral of Silence Theory in Thai General Election Year 2019	
» คมสัน รัตนะสิมากุล	
หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์	A
ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. และเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย รวมทั้งการพัฒนาคำความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่าง ๆ มากขึ้น

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความบทความวิชาการ บทความวิจัย บทปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการด้านการสื่อสาร จะครอบคลุมเนื้อหาด้านการสื่อสารมวลชนวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ 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 หรืองานสัมมนาวิชาการใดที่หนึ่งมาก่อน 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) จากภายในและภายนอกคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาดกแต่งต้นฉบับในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
6. กองบรรณาธิการ จะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน
7. จะต้องเป็นบทความที่มีการจัดรูปแบบ และจัดเตรียมข้อมูลครบถ้วน ตามที่วารสารฯ ได้กำหนดไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. และเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย รวมทั้งการพัฒนาคำความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่าง ๆ มากขึ้น

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความบทความวิชาการ บทความวิจัย บทปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการด้านการสื่อสาร จะครอบคลุมเนื้อหาด้านการสื่อสารมวลชนวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านนี้ 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 โดยระบุไว้ในเชิงบรรณานุกรม และบทความนั้นจะต้องมีการปรับแก้ให้เป็นไปตามมาตรฐานทางวิชาการ
2. ผู้เขียนบทความ จะต้องไม่ส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ มากกว่าหนึ่งวารสารในเวลาเดียวกัน (simultaneous submission)
3. จะต้องไม่เป็นบทความที่ละเมิด หรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น (plagiarism) รวมถึงการคัดลอกผลงานของตนเองโดยมิชอบ (self-plagiarism)
4. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกบทความที่จะ เผยแพร่ โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอกคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. กองบรรณาธิการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาดกแต่งต้นฉบับในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
6. กองบรรณาธิการ จะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน
7. จะต้องเป็นบทความที่มีการจัดรูปแบบ และจัดเตรียมข้อมูลครบถ้วนตามที่วารสารฯ ได้กำหนดไว้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การพิจารณาคัดเลือกบทความ และการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการพิจารณาก่อนกองบรรณาธิการเบื้องต้น โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของเนื้อหาของบทความกับขอบเขตเนื้อหาของวารสาร ความน่าสนใจ การนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ และความครบถ้วนตามมาตรฐานวิชาการและจะพิจารณาความซ้ำซ้อนของบทความ โดยการนำบทความเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบการคัดลอกผลงานการเขียนทางวิชาการผ่านโปรแกรม Turnitin

2. บทความที่ผ่านการพิจารณาก่อนกองบรรณาธิการเบื้องต้นจะถูกนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง 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 นับตั้งแต่วันที่ได้รับผลการพิจารณา

5. กองบรรณาธิการจะนำบทความที่ผ่านการพิจารณาและแก้ไขแล้วเข้าสู่กระบวนการเรียงพิมพ์ และการตีพิมพ์เผยแพร่ โดยกองบรรณาธิการจะแจ้งกำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่เบื้องต้นให้ผู้เขียนทราบ และกองบรรณาธิการจะดำเนินการจัดส่งหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน

6. ผู้เขียนจะได้รับวารสารการสื่อสารมวลชน จำนวน 2 เล่ม เป็นการตอบแทน โดยกองบรรณาธิการจะจัดส่งวารสารให้แก่ผู้เขียนภายในระยะเวลา 2 เดือน นับตั้งแต่วารสารการสื่อสารมวลชนได้รับการเผยแพร่

- ทักษะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน 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 และไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความ ให้ผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับรู้ 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 บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินและติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันที โดยขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ
8. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน
9. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยเสมอ
10. บรรณาธิการต้องเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดการตีพิมพ์ การทำให้เกิดความกระจ่าง การถอดถอนบทความ และการขออภัย 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 (จำนวนคำถือตามการนับจำนวนคำใน 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** ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้นเป็นผลงานของผู้เขียนเอง 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



เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย

Logic of Consumption towards Bicycle using in Everyday's lives of Thai People

จิรวะทย์ รักชาติ ¹ Jirawate Rugchat

วิโรจน์ สุทธิสีมา ² Viroj Suttisima

Received: 16 June 2020, Revised: 27 August 2020, Accepted: 29 September 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย” เป็นการศึกษาเหตุผลต่าง ๆ ของการปั่นจักรยานที่ปรากฏขึ้น

¹ อาจารย์ ดร.จิรวะทย์ รักชาติ อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Jirawate Rugchat, Ph.D., Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University
คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 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: jirawate.rugchat@cmu.ac.th

² อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Viroj Suttisima, Ph.D., Lecturer of Communication Arts, Bangkok University
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 9/1 ถนนพหลโยธิน ด.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี 12120

School of Communication Arts, Bangkok University 9/1, Phaholyothin Road,
Klong Nueng Subdistrict, Klong Luang District, Pathum Thani 12120

Corresponding Author E-mail: viroj352@hotmail.com

ในชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ทั้งจากมุมมองของสื่อมวลชนและมุมมองของประชาชนไทยทั่วไปในฐานะของผู้บริโภคสินค้าจักรยาน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนให้เกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นในทางปฏิบัติ วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

- 1) เพื่อค้นหาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย
- 2) เพื่ออธิบายสาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย และ
- 3) เพื่อเข้าใจถึงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

การศึกษาเลือกใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยอาศัยกรอบแนวคิดที่ว่าด้วยตรรกวิทยาแห่งการบริโภค และทฤษฎีสถิติวิทยาแนววิพากษ์มาใช้ โดยทำการศึกษาจากผู้ใช้จักรยานทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ นอกจากนี้ยังศึกษาสื่อมวลชนทั้งจากรายการโทรทัศน์ที่รณรงค์ในการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันสองรายการและศึกษาชิ้นงานโฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับจักรยานจำนวนสองหัวที่ตีพิมพ์ในปี 2559 ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่เลือกใช้ คือ เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ของจักรยานในฐานะที่เป็นพาหนะสำหรับการเดินทาง อุปกรณ์สำหรับเพื่อใช้ในการออกกำลังกาย และอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อสร้างความเพลิดเพลินเป็นเหตุผลหลัก ทั้งนี้ ยังมีการเลือกใช้จักรยานด้วยเหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยนในคุณลักษณะของราคาของตัวจักรยานที่ไม่เน้นราคาแพงมาก เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถซื้อจักรยานเพื่อใช้ตอบสนองเป้าหมายของการปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายในเส้นทางระยะสั้น และไม่ใช้เวลาในการปั่นมากนัก ขณะที่ผู้ปั่นให้ความสำคัญกับเหตุผลของการปั่นจักรยานจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของจักรยานน้อยกว่า โดยเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่สื่อทั้งรายการทางโทรทัศน์ และโฆษณาจักรยานในนิตยสารที่ทำการศึกษา การปั่นจักรยานในพื้นที่สื่อเน้นไปที่การใช้เวลาว่างในการปั่นเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเดินทางในระยะไกลและใช้เวลามาก ใช้เงินทุนทั้งการเดินทางและการซื้อหาอุปกรณ์สำหรับการปั่นจักรยานมากกว่าผลที่ได้จากการศึกษากลุ่มประชาชนผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพฯและเชียงใหม่ ที่เน้นไปที่การปั่นออกกำลังกายในระยะเวลานั้น

และเส้นทางในการปั่นที่ไม่ไกลมาก รวมทั้งอยู่ในพื้นที่ปิดซึ่งมีความปลอดภัยมากกว่า พื้นที่สาธารณะที่เป็นเส้นทางร่วมกับผู้ใช้ทางด้วยพาหนะอื่น ๆ นอกจากนี้ ราคาของสินค้าจักรยานในสื่อทั้งโทรทัศน์และนิตยสารส่วนมากราคาสูงเกินกว่าที่บุคคลทั่วไปจะซื้อเพื่อเหตุผลสำหรับการใช้ประโยชน์จริงในชีวิตประจำวัน

ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงสื่อมวลชนควรเน้นไปที่การนำเสนอเหตุผลในการใช้ประโยชน์จริงของจักรยาน รวมทั้งสนับสนุนให้สินค้าจักรยานมีราคาถูกลงเพื่อให้คนกลุ่มใหญ่ในสังคมไทยสามารถซื้อได้

คำสำคัญ: จักรยาน, การปั่นจักรยาน, เหตุผลของการบริโภค, ตรรกวิทยาการบริโภค, สังคมไทย

Abstract

This study “Logic of Consumption towards Bicycle using in everyday’s lives of Thai People” aims to investigate the real reasons for cycling of Thai people in Bangkok and Chiang Mai from both media perspective and the perspective of Thai people as the bicycle consumers. The result of this study would be applied to encourage Thai people to cycle on a regular basis. The three objectives of this study are 1) to investigate reasons for cycling of Thai people in everyday life 2) to explain reasons for cycling of Thai people in everyday life and 3) to understand cycling’s meanings reasons in everyday life’s Thai people. This research is both qualitative and quantitative methods using conceptual frameworks of logic of consumption and critical semiotics framework for comparing the logic of cycling between media (textual analysis on 2 bike cycling TV programs and bicycle printed ads in 2 bike cycling magazines) and cyclists in Bangkok and Chiang Mai (questionnaire, in-depth interview and observation). The result shows

that the sampling groups who use bicycles in Bangkok and Chiang Mai mainly select the logic of use value's Baudrillard (bicycles perform as vehicles, exercise equipment for short distances and equipment for entertainment). Moreover, another reason of bicycle use depends on the logic of exchange value as a low-priced bicycle that allows consumers to afford to buy a bicycle to cycle for short distances and short time cycling. In addition, the most sampling groups select some meanings for the bike cycling using logic of sign values (profession, freedom, group identities, friendship and etc.). Considering mass media from the perspective of both TV programs and magazines, cycling is presented in the media as a way to use in spare time for travelling which may be over long distances and take a long time. It can be seen that cycling, from a mass media perspective, requires higher costs for travelling and equipment for cycling than cycling from the perspective of people who use bicycles in Bangkok and Chiang Mai. The latter group aims to cycle for short distances over short time frames, travels to closed areas. This is considered to be safer than in public area that are used to commute by regular traffic area. Moreover, the real price of bicycles given on TV programs and in magazines are higher than the price people are able to afford for using everyday. Therefore, the government, other cycling organizations and the media should focus on the logic of use values and reduce cycling product price in order to extend cycling involvement in Thai society.

Keywords: bicycle, bike cycling, logic of consumption, Thai society

บทนำ

ในปัจจุบันนี้ การปั่นจักรยานได้กลายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นในกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมการปั่นจักรยานประเภทฟิกเกียร์ในเมืองหลวง กลุ่มบุคคลที่มีอาชีพศิลปะ เช่น ช่างภาพ นักโฆษณา หรือสถาปนิก กลุ่มผู้ปั่นจักรยานได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นพร้อมกับการใช้จักรยานรูปแบบต่าง ๆ ที่ล้วนแล้วแต่มีสีสันสวยงาม นอกจากนี้ ยังพบว่าบุคคลทั่วไปในสังคมเริ่มมีมุมมองเกี่ยวกับจักรยานที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากที่เคยมีมุมมองเกี่ยวกับจักรยานว่าเป็นของเล่นเด็ก พาหนะที่มีแต่คนฐานะยากจนเท่านั้นที่ใช้ได้ เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่ภาพของความอิสระในทางเลือกของผู้ใช้ในฐานะช่องทางของการเดินทางหรือออกกำลังกาย การแสดงความไม่ใส่ใจต่อกระแสสังคม รวมถึงมีภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความเอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อมและเรื่องสุขภาพของตนเอง โดยจะพบกระแสสังคมเกี่ยวกับการปั่นจักรยานในรูปแบบดังกล่าวนี้ได้จากเมืองหลวงต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นเดียวกัน (ศิริะ ลีปิพัฒน์วิทย์, 2559)

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจากกระแสนิยมในการปั่นจักรยานได้แสดงให้เห็นว่า ในระยะห้าปีที่ผ่านมาโดยได้ทำการสังเกตตั้งแต่การเพิ่มจำนวนของผู้เข้าร่วมงานบางกอกคาร์ฟรีเดย์ (Bangkok Car Free Day) การยอมรับสิทธิของผู้ใช้จักรยานในท้องถนนร่วมกับพาหนะอื่น ๆ การเลือกใช้จักรยานในการเดินทางมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม การนำเสนอนโยบายการปั่นจักรยานในเมืองหลวงของผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร การปรากฏระบบการปั่นจักรยานในเมืองต่าง ๆ ของไทย และการสร้างงานเกี่ยวกับจักรยานมากขึ้น เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจดูแลและทำความสะอาดจักรยาน หรือร้านให้เช่าจักรยาน (ศิริะ ลีปิพัฒน์วิทย์, 2559) การเปลี่ยนแปลงที่ได้กล่าวมานี้ ก่อให้เกิดการเพิ่มจำนวนขึ้นของการเลือกใช้จักรยานของคนในสังคมไทย ดังนั้นเมื่อทำการอธิบายถึงเหตุผลของการเลือกใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในสังคมไทยแล้ว จึงปรากฏข้อสงสัยที่สามารถนำไปสู่งานวิจัยเช่นนี้ว่าการเลือกใช้จักรยานของคนในสังคมไทยในปัจจุบันอาจจะไม่ถูกจำกัด

เพียงแค่เหตุผลสำหรับการเลือกใช้เพื่อการเดินทางไปสู่สถานที่หนึ่งไปสู่อีกสถานที่หนึ่งดังเช่นที่เคยคิดกันในอดีตเท่านั้น แต่น่าจะมีเหตุผลอื่น ๆ ที่หลากหลายให้แก่คนในสังคมไทย ยกตัวอย่างเช่น การเลือกใช้จักรยานในฐานะของเครื่องมือที่ใช้เพื่อสร้างเสริมสุขภาพของผู้ปั่นจักรยานให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยบทบาททางด้านสุขภาพของผู้ปั่นจักรยานนี้ ได้กลายมาเป็นบทบาทที่เด่นชัดที่สุดประการหนึ่งของการปั่นจักรยานในสังคมยุคปัจจุบัน พร้อมกับการเปิดตัวของสถานที่ในการปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพปรากฏมากขึ้น เช่น สวนรถไฟ หรือแม้แต่สถานที่สำหรับการออกกำลังกายอื่น ๆ เช่น สวนลุมพินี ก็ยังเปิดโอกาสให้ผู้ปั่นจักรยานมีช่วงเวลาที่สามารถทำการปั่นจักรยานในพื้นที่ได้เช่นเดียวกันด้วย นอกจากนี้ ยังพบคุณลักษณะของการรวมกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจคุณลักษณะต่าง ๆ ของจักรยาน หรือพบการรวมกลุ่มของบุคคลที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพผ่านการปั่นจักรยาน โดยได้พบการรวมกลุ่มเพื่อการปั่นจักรยานเดินทางในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความปลอดภัยมากกว่าการปล่อยให้มีการปั่นจักรยานโดยลำพัง พื้นที่ในการรวมกลุ่มเหล่านี้ได้กลายมาเป็นพื้นที่จำลองสายสัมพันธ์แบบใหม่ของคนในสังคมเมืองที่มีลักษณะของความโดดเด่นและแปลกแยก แต่ก็ยังคงแสวงหาการยอมรับการรวมกลุ่มและแสดงความอิสระของตนเองไปพร้อมกันด้วย ดังนั้น การเลือกปั่นจักรยานจึงน่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งในการแสดงสัญลักษณ์ของกลุ่มอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางที่อาศัยอยู่ในเมืองอีกรูปแบบหนึ่ง นอกเหนือไปจากการใช้ประโยชน์จักรยานในฐานะของพาหนะเพื่อการเดินทางหรือเพื่อการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

แม้จะพบความนิยมของการปั่นจักรยานตามท้องถนนในประเทศไทยด้วยเหตุผลต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น แต่ยังคงพบข่าวของอุบัติเหตุจากการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มที่นิยมการปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายในช่วงเวลาเช้านี้ โดยพื้นที่ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาอย่างจังหวัดเชียงใหม่ก็จัดได้ว่าเป็นพื้นที่ซึ่งมีอุบัติเหตุระหว่างรถจักรยานและรถยนต์ร่วมใช้เส้นทางอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างการเสียชีวิตของสมาชิกกลุ่มนักปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายอย่างกลุ่มเสือสันทรายที่ประสบอุบัติเหตุขณะกำลังปั่นจักรยานอยู่บนถนนสายเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่

ช่วงเช้าวันที่ 3 พฤษภาคม 2558 ซึ่งส่งผลให้นักปั่นเสียชีวิต 3 คน และบาดเจ็บสาหัส 2 คน และประสบอุบัติเหตุอีกครั้งเมื่อช่วงเช้าวันที่ 28 กรกฎาคม 2562 บนถนนสายเชียงใหม่-สันทราย (สายเก่า) หน้าที่ทำการเทศบาลสันทรายหลวง อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ โดยสมาชิกของกลุ่มเสือสันทรายคือ ว่าที่ ร.ต.สุพล ตาสิงห์ อายุ 60 ปี ผู้เป็นหนึ่งในสองนักปั่นที่ได้รับบาดเจ็บสาหัสและรอดชีวิต จากเหตุการณ์อุบัติเหตุเมื่อปี 2558 โดยได้ประสบอุบัติเหตุอีกครั้งจนเสียชีวิต อุบัติเหตุต่อเนื่องดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงอันตรายซึ่งนำมาสู่การตั้งคำถามถึงความเหมาะสมในการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ในสังคมไทยว่าเหมาะสมและมีความพร้อมจริงหรือไม่ (Chiang Mai News, 2562)

นอกจากนี้ เพื่อให้เป็นการสนับสนุนแนวทางสำหรับการสื่อสารที่สนับสนุนให้เกิดการปั่นจักรยานของคนในสังคมไทยอย่างสอดคล้องกับชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาการใช้เหตุผลของการปั่นจักรยานในพื้นที่สื่อทั้งรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการปั่นจักรยานและโฆษณาสินค้าจักรยานที่ปรากฏในสื่อนิตยสารเกี่ยวกับจักรยาน ทั้งนี้ เพื่อให้ผลของการเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารเหตุผลของการใช้จักรยานของสื่อมวลชนกับเหตุผลที่แท้จริงของผู้ที่ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในสังคม สามารถนำไปสู่การเห็นทิศทางของการสื่อสารเกี่ยวกับการให้เหตุผลของการปั่นจักรยานในสังคมไทยที่เหมาะสม เพื่อให้หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้เกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น สามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย
2. เพื่ออธิบายสาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย
3. เพื่อเข้าใจถึงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดที่ว่าด้วยตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption)

จากข้อสงสัยในเหตุผลของการเลือกปั่นจักรยานในสังคมไทยที่น่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างหลากหลายมากยิ่งขึ้น ได้ทำให้เกิดการตั้งข้อสังเกตว่าการปั่นจักรยานอาจจะกลายเป็นสัญลักษณ์บางอย่างที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และทำให้เห็นว่า สมควรจะต้องซื้อจักรยานเพื่อทำการตอบสนองความต้องการดังกล่าวนั้น โดยการเลือกจักรยานในฐานะของสินค้าน่าจะมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) ของฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) ที่นำเสนอระดับของความสำคัญในการใช้เหตุผลในการบริโภคสินค้าระหว่างผู้บริโภคที่เป็นแกนหลักของทฤษฎีที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551) โดยงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นไปที่จักรยานหรือการปั่นจักรยานในบริบทของสังคมไทยในฐานะของสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Product) ที่น่าจะนำไปสู่การตั้งคำถามสำหรับเหตุผลในการเลือกใช้จักรยานหรือการปั่นจักรยานใน 4 ระดับ ได้แก่

- 1) เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ของสินค้า (Logic of Use Value) ซึ่งสามารถตีความได้ถึงการเลือกใช้สินค้าเพื่อความต้องการที่จะใช้ประโยชน์สินค้านั้นอย่างแท้จริง โดยสำหรับประโยชน์ดังกล่าวนี้ของจักรยาน ได้แก่ การใช้

เพื่อเดินทางทั้งส่งบุคคลหรือบรรทุกสิ่งของต่าง ๆ ไปสู่ที่หมาย การใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการออกกำลังกาย และการปั่นเพื่อใช้ในการแข่งขัน โดยประโยชน์จากการใช้งานจริงเหล่านี้ สามารถปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจนมากที่สุด

2) เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) ซึ่งครอบคลุมถึง การเลือกใช้สินค้านั้น ๆ ด้วยเหตุผลที่สามารถนำไปใช้แลกเปลี่ยนสิ่งอื่น ๆ ได้อย่างคุ้มค่า หรืออย่างน้อยก็ต้องคาดหวังว่าสิ่งที่ได้รับมานั้น จะมีความคุ้มค่าเทียบเท่ากับที่สูญเสียไปในการแลกเปลี่ยน โดยสิ่งแลกเปลี่ยนที่สามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุดในสังคมปัจจุบัน คือ เงินในสกุลต่าง ๆ สำหรับกรณีของสินค้าจักรยานน่าจะเห็นได้จากการเลือกซื้อจักรยานเนื่องจากเหตุผลที่ราคาของสินค้าจักรยานนั้นมีราคาถูกลงจากราคาเดิมที่ตั้งไว้ หรือจากที่คาดหวังเอาไว้ รวมทั้งการส่งเสริมการขายที่สามารถทำให้ผู้ซื้อจักรยานเกิดความรู้สึกว่าสินค้าจักรยานหรืออุปกรณ์เสริมที่ได้แถมมามีมูลค่าสูงกว่าที่เงินของตนเองได้จ่ายสำหรับการแลกเปลี่ยน หรืออาจจะพบการมอบสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อจะได้รับความคุ้มค่าเท่าเทียมหรือคุ้มค่ากับที่จ่ายไป เป็นต้น

3) เหตุผลจากการนำสินค้าในฐานะของสัญลักษณ์บางอย่างไปแลกเปลี่ยนกัน (Logic of Symbolic Exchange) หมายถึง การเลือกซื้อสินค้านั้น ด้วยเหตุผลที่สินค้านั้นมีความหมายในเชิงสัญลักษณ์บางอย่างนอกเหนือไปจากประโยชน์จริงทางกายภาพจากตัวมันเอง หรือประโยชน์ที่ได้จากการนำสินค้านั้นไปแลกเปลี่ยนกับเงินหรือสิ่งมีค่าในรูปแบบของทรัพย์สินอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น การที่ผู้ซื้อมองเห็นจักรยานในแง่ของสัญลักษณ์ที่ให้ความหมายบางอย่างแก่ตัวเขาเอง และผู้อื่นที่เขาต้องการจะส่งมอบจักรยานนี้ให้ และผู้ซื้อเหล่านั้นเลือกใช้จักรยานแทนความหมายเหล่านั้นเพื่อมอบให้แก่กันในลักษณะของการสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น เช่น มอบจักรยานให้กันเพื่อแสดงว่าบุคคลที่ให้และรับจักรยานนั้น เป็นบุคคลที่ล้วนแล้วแต่มีความทันสมัย ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ใส่ใจสุขภาพ แสดงอิสระในการใช้ชีวิต หรือใช้เพื่อการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ใช้แสดงความรักที่มอบให้แก่กัน หรือแสดงความเป็นอัตลักษณ์เพื่อการยอมรับร่วมกันของกลุ่ม เป็นต้น

4) เหตุผลจากคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ในสินค้า (Logic of Sign Value) หมายความว่า การเลือกใช้สินค้านั้น ๆ ด้วยเหตุผลที่สินค้าเหล่านั้นจะมอบความหมายบางอย่างแก่ตัวผู้ใช้อย่างเดียว และคาดหวังให้คนอื่นเข้าใจความหมายเหล่านั้นแบบเดียวกันด้วย เช่น การเลือกใช้จักรยานเพื่อเป็นพาหนะนั้นอาจให้ความหมายแก่จักรยานในแง่ของสัญลักษณ์ที่แสดงความแตกต่าง โดยผู้ใช้จะได้รับความหมายว่าเขาเป็นบุคคลที่แตกต่างจากบุคคลอื่น เนื่องจากการเลือกใช้จักรยานนั้น แต่ในขณะเดียวกัน เขาก็ยังคาดหวังว่าบุคคลอื่นจะเข้าใจความหมายที่เขามอบให้กับตนเองนั้นเช่นเดียวกันด้วย เนื่องจากเมื่อสัญลักษณ์ดังกล่าวถูกเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ใช้สินค้านั้นร่วมกัน จะก่อให้เกิดความเชื่อมโยงทางสัญลักษณ์ระหว่างตัวผู้ใช้จักรยานนั้นกับบุคคลอื่น ๆ ที่ปั่นจักรยานร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างและธำรงอัตลักษณ์ได้ในเวลาต่อมานั่นเอง

2. ทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์ (Critical Semiology)

การศึกษาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทยนั้น มีความเชื่อมโยงกับทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์ในแง่ของการศึกษาเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในสินค้า (Logic of Sign Value) และเหตุผลจากการนำสินค้าในฐานะของสัญลักษณ์บางอย่างไปแลกเปลี่ยนกัน (Logic of Symbolic Exchange Values) ตามแนวคิดของตรรกวิทยาการบริโภค (Logic of Consumption) ของฌอง โบตริยาร์ด ซึ่งเป็นนักคิดทางสังคมศาสตร์ยุคหลังสมัยใหม่ ดังนั้น การใช้ทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงมีบทบาทสำคัญในแง่ของการทำความเข้าใจความหมายจากสัญลักษณ์ของสินค้าที่ได้รับการสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคโดยถูกชักชวนอยู่ภายในการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน และการสื่อสารโดยตรงระหว่างกลุ่มผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันของผู้ใช้จักรยาน แม้ว่าผู้บริโภคเหล่านั้นอาจไม่ตระหนักในความหมายในเชิงสัญลักษณ์เหล่านั้นก็ตามถูกสร้างโดยคนในองค์กร วัฒนธรรม คุณค่า และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

ชาร์ล เพิร์ซ ได้ให้นิยามของสัญลักษณ์ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะเลือกใช้คำว่า สัญลักษณ์แทนในความหมายเดียวกันเอาไว้ว่า สัญลักษณ์ คือ "บางสิ่งบางอย่างที่สำคัญสำหรับบางคน และจะยืนยันแทนความหมายของบางสิ่งบางอย่างในบางกรณี" ดังนั้น จึงต้องตั้งคำถามอยู่เสมอว่า สัญลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นโดยใคร ในความหมายใด

และปรากฏในบริบทใด (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 418) นอกจากนี้ ชาร์ล เพิร์ซ ยังได้ทำการจำแนกประเภทของสัญญาณ/สัญลักษณ์ (Typology of Signs) แบ่งเป็น 3 รูปแบบด้วยกัน โดยพิจารณาจากระยะห่างระหว่างรูปสัญญาณ/สัญลักษณ์กับวัตถุที่เป็นของจริง คือ

1) Icon หมายถึง สัญญาณ/สัญลักษณ์ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับวัตถุอ้างอิงที่เป็นของจริงมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ภาพวาด ภาพถ่าย รูปปั้น หรือคลิปวิดีโอ โดยแค่เห็น Icon ก็จะสามารถถอดรหัสถึงวัตถุที่ได้รับการอ้างอิงได้โดยทันที

2) Index หมายถึง สัญญาณ/สัญลักษณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างมีเหตุผลการกับวัตถุจริง แม้ว่าจะไม่เหมือนกันกับวัตถุอ้างอิงของจริงอย่างชัดเจน แต่ผู้ถอดรหัสสามารถทำการเชื่อมโยง Index นั้นกับวัตถุจริงได้ ยกตัวอย่างเช่น ควันไฟ สามารถอ้างอิงกับความหมายของการเกิดไฟไหม้ได้ในรูปแบบของ Index นั้นเอง

3) Symbol หมายถึง สัญญาณ/สัญลักษณ์ที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกันกับวัตถุอ้างอิงของจริงแต่อย่างใด แต่ความเชื่อมโยงนั้นจะเกิดผ่านข้อตกลงร่วมกัน (Convention) ระหว่างผู้ใช้สัญญาณ/สัญลักษณ์นั้น ที่มีความแตกต่างกันออกไปในบริบทต่าง ๆ เช่น ดอกกุหลาบเป็นสัญญาณ/สัญลักษณ์ของความรัก หรือแวนเป็นเครื่องหมายของการหมั้นหมาย หรือการแต่งงาน เป็นต้น

โรแลนด์ บาร์ธ ได้พัฒนาแนวคิดเรื่องสัญลักษณ์และการสร้างความหมายของสัญลักษณ์ผ่านการให้ความสนใจกับความหมายที่สองหรือความหมายโดยนัย ที่ซ่อนอยู่ภายใต้ความหมายโดยตรง โดยเน้นถึงการสร้างความหมายในขั้นที่สอง (Secondary Signification) ที่ถูกแต่งเติมให้มีความแตกต่างออกไปจากการสร้างความหมายขั้นต้นทั่วไป (Primary Signification) และความหมายที่สองนี้มักเป็นพื้นที่ของการซ่อนนัยอุดมการณ์ทางสังคมเอาไว้ โดยโรแลนด์ บาร์ธ ได้จำแนกความหมายในการสื่อสารดังนี้

1) ความหมายโดยตรง (Denotation) โดยจะหมายถึงความหมายในขั้นต้นหรือความหมายในอันดับแรก มีลักษณะคล้ายคลึงกับความหมายตรงตัวของภาษา และมีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เช่น หากหาความหมายเกี่ยวกับคำว่า “นก” ในพจนานุกรมปกติที่หมายถึงสัตว์มีปีกชนิดหนึ่ง ก็จะถือว่าความหมายดังกล่าวเป็นความหมายโดยตรงนั่นเอง แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว ภาษาโดยตรงดังกล่าว

แทบจะไม่ปรากฏอยู่ ยกเว้นภาษาที่คงที่ ยกตัวอย่างเช่น ภาษาคณิตศาสตร์ $1+1=2$ เป็นต้น

2) ความหมายโดยนัย (Connotation) เป็นความหมายที่มีลักษณะแบบอัตวิสัย (Subjective) หรือบางครั้งถูกมองได้ว่าเป็นการตีความสัญลักษณ์ผ่านการให้ความหมายในเชิงสังคมหรือวัฒนธรรมซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่มีความเป็นสากลสำหรับผู้ให้ความหมายในสัญลักษณ์นั้น ๆ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะนำเอาทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์มาใช้ศึกษาการให้ความหมายของรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการปั่นจักรยานและโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารเกี่ยวกับจักรยาน เพื่อทำการศึกษาระบบการให้ความหมายในสื่อมวลชนว่ามีรูปสัญลักษณ์ใด ๆ เกี่ยวกับการปั่นจักรยานปรากฏบ้าง มีความหมายว่าอย่างไร ผู้ใดเป็นผู้มีอำนาจในการสร้างความหมายเหล่านั้น และสอดคล้องกับตรรกวิทยาการบริโภคตามแนวคิดของฌอง โบตริยาร์ด อย่างไร

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถตอบโจทย์การวิจัยได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง สำหรับระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น เลือกใช้การวิเคราะห์หัตถบท (Textual Analysis) กับรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ในเกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย จำนวน 2 รายการ คือ รายการ Life Cycling ซึ่งออกอากาศทางช่อง 9 MCOT และรายการ Do The Ride Thing ที่ทำการออกอากาศผ่านช่อง Voice TV ในช่วงปีพ.ศ. 2559 นอกจากนี้ ยังทำการศึกษาโฆษณาสินค้าจักรยานที่ปรากฏในนิตยสารเกี่ยวกับการปั่นจักรยานจำนวนสองตัวด้วยกัน นั่นคือ นิตยสาร Cycling Plus Thailand และ นิตยสาร Street Sport Magazine นอกจากนี้ยังเลือกใช้ระเบียบวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ในฐานที่บุคคลที่ปั่นจักรยานเป็นผู้รับสารเกี่ยวกับการปั่นจักรยานไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง โดยศึกษาด้วยการสังเกตการณ์ในพื้นที่สาธารณะ ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ การสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ

ที่ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สอบถามข้อมูลการปั่นจักรยานของผู้ที่ทำการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ด้วย

อุปกรณ์และวิธีการ

สำหรับการศึกษาเหตุผลของการใช้จักรยานในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้วิจัยได้ทำการเลือกใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ในการวิเคราะห์ตัวบทของรายการโทรทัศน์ และโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่รณรงค์และกระตุ้นให้เกิดการซื้อจักรยาน โดยมีกำหนดระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2559 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตัวบทจากแหล่งต่อไปนี้ คือ 1) รายการโทรทัศน์ที่ทำการส่งเสริมให้เกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน จำนวนทั้งสิ้น 2 รายการ ได้แก่ รายการ Life Cycling ช่วงเวลานั้นออกอากาศทางช่อง 9 MCOT และรายการ Do The Ride Thing ซึ่งในช่วงเวลาที่เลือกทำการศึกษาได้ออกอากาศทางช่อง Voice TV และ 2) นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับการปั่นจักรยาน มีการตีพิมพ์งานโฆษณาเกี่ยวกับจักรยาน โดยทำการคัดเลือกนิตยสารเกี่ยวกับจักรยานมา 2 ฉบับ ได้แก่ Cycling Plus และ Sport Street โดยสำหรับการสุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 10 ตอนนี้ออกอากาศ สำหรับรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการปั่นจักรยาน และ 12 ฉบับ สำหรับนิตยสารเกี่ยวกับการปั่นจักรยาน โดยจะต้องออกอากาศภายในเดือนมกราคม - ธันวาคม 2559 เท่านั้น

สำหรับการศึกษาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยได้เลือกใช้การศึกษาทั้งในด้านของเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลของข้อมูลที่มีความหลากหลายครอบคลุมในมิติต่าง ๆ โดยสามารถแบ่งวิธีการวิจัยในส่วนนี้ได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่หนึ่งคือ การศึกษาการใช้จักรยานของผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในเชิงปริมาณนั้น เลือกใช้เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานจักรยานในชีวิตประจำวันจริง โดยทำการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคจักรยานในชีวิตประจำวันของผู้ปั่นจักรยาน ทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ข้อมูลส่วนนี้จะมุ่งไปที่การสำรวจสัดส่วนของเหตุผลในการเลือกใช้จักรยานในฐานะที่เป็นพาหนะในการขับขี่ของผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เพื่อทำการเก็บข้อมูลของผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน โดยแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ที่ต้องการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้จักรยานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน และกลุ่มผู้ใช้จักรยานในพื้นที่เชียงใหม่ จำนวน 200 คน

ส่วนที่สองคือ การศึกษาข้อมูลของการใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในเชิงคุณภาพ ที่เลือกใช้เครื่องมือในการศึกษาทั้งการสังเกตการณ์ภาคสนาม (Field Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ในการศึกษาโดยการสังเกตการณ์ภาคสนามนั้นจะทำการศึกษาด้วยการลงพื้นที่จริงร่วมกับผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน โดยจะทำการศึกษาพื้นที่ปั่นจักรยานและกลุ่มของผู้ปั่นจักรยาน ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 1) กลุ่มปั่นจักรยานทั่วไป และ 2) กลุ่มผู้ปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ โดยทำการศึกษาทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ขณะที่การสัมภาษณ์เชิงลึกจะมุ่งในการศึกษาผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ซึ่งส่วนหนึ่งได้มาจากการสังเกตการณ์ภาคสนามส่วนหนึ่งและกลุ่มตัวอย่างใหม่ที่ถูกคัดเลือกมาอีกส่วนหนึ่ง โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่เชียงใหม่ จำนวน 7 คน โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ได้มาจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ได้นำมาจากการวิเคราะห์เหตุผลของการใช้จักรยานแยกตามประเด็นของกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ได้นำมาใช้ในการวิจัย คือ 1) สัญลักษณ์และความหมายเกี่ยวกับเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน โดยอาศัยทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตัวสารซึ่งเป็นตัวบทในที่นี้ คือ รายการโทรทัศน์และชิ้นงานโฆษณาสินค้าจักรยาน

จากนิยายสารเกี่ยวกับจักรยานแบ่งเป็น 1) การค้นหาสัญลักษณ์ที่พบในสื่อมวลชน ทั้งรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน และชิ้นงานโฆษณาสินค้าจักรยานที่ได้ทำการคัดเลือกมาแล้ว โดยนำเสนอเป็นตารางแยกตามสัญลักษณ์ที่ค้นพบแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามประเภทของการใช้เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันตามแนวคิดเรื่องตรรกวิทยาการบริโภค 2) การศึกษาความหมายที่ถูกรับในสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่พบจากการเก็บข้อมูล เพื่อการศึกษาว่าสื่อมวลชนได้ให้ความหมายเกี่ยวกับจักรยานหรือการปั่นจักรยานเอาไว้อย่างไรบ้าง และ 3) สรุปความหมายที่ค้นพบเพื่อให้สามารถสรุปผลของการศึกษาได้ว่า เนื้อหาของสารที่พบทั้งในสื่อรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน และโฆษณาสินค้าจักรยานจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับจักรยานนั้นประกอบไปด้วยความหมายใดบ้าง ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ทราบถึงบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะของผู้ที่ทำการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่สังคมในเรื่องของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร

การศึกษาเหตุผลของการใช้จักรยานหรือตรรกะของการบริโภคจักรยานของผู้ใช้จักรยานในชีวิตประจำวันนั้น เลือกใช้การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) เนื่องจากบุคคลเหล่านี้เป็นทั้งผู้ซื้อจักรยานและผู้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจักรยานผ่านสื่อต่าง ๆ โดยการวิเคราะห์ส่วนนี้อาศัยแนวคิดเรื่องตรรกวิทยาแห่งการบริโภคของฌอง โบตริยาร์ด ร่วมกับทฤษฎีสัญวิทยาแนววิพากษ์ คือ 1) การระบุถึงคุณลักษณะเด่นของจักรยาน ได้แก่ ราคา ราคาสินค้า รุ่น สมรรถนะ (ความเร็ว ความเบา ความง่ายในการใช้) และโปรโมชั่นที่มากับการซื้อ (แถมอุปกรณ์ในการปั่นจักรยาน) 2) การระบุถึงคุณค่าจากการใช้จักรยาน ได้แก่ พาหนะเดินทาง บรรทุกคน โก้เก๋ทันสมัย ออกกำลังกาย ฆ่าเวลา การรวมกลุ่ม การเข้าสังคม การสร้างตัวตนกลุ่ม แก๊ง และสร้างอิสระในการใช้ชีวิต 3) การระบุถึงลักษณะเด่นของการใช้จักรยานในชีวิตประจำวัน ได้แก่ รูปลักษณะ ภาพลักษณ์ของคนปั่น ภาพลักษณ์ของกลุ่มคนปั่น และวิธีการปั่น และ 4) การเลือกใช้ตรรกะแห่งการบริโภค 4 ระดับ ในการกล่าวถึงจักรยาน ได้แก่ เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ เช่น สมรรถนะของจักรยาน เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน เช่น ราคาถูก ลดราคา มีของสมนาคุณ เหตุผลจากการนำเสนอในฐานะของสัญลักษณ์บางอย่างไปแลกเปลี่ยนกัน เช่น การมอบให้แก่กันเพื่อแสดง

ให้เห็นว่าเป็นการใส่ใจสิ่งแวดล้อมร่วมกัน หรือแทนการมอบความรักให้แก่กัน และเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในชีวิตประจำวันของสังคมไทย เช่น การแสดงความแตกต่างของตนเองกับคนอื่น ๆ ในฐานะของการเป็นนักกีฬา กลุ่มผู้สนใจในสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สำหรับขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น แบ่งขั้นตอนและช่วงเวลาในการศึกษาดังนี้ คือ 1) ขั้นตอนของการจัดทำเค้าโครงการวิจัยจะใช้การวิเคราะห์เอกสาร โดยได้ทำการปฏิบัติงานในเดือนสิงหาคม 2559 2) ขั้นตอนการค้นคว้าข้อมูลโฆษณาจกรยานในนิตยสารที่ปรากฏตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2559 ได้เลือกใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ซึ่งใช้เวลาในช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน 2559 3) ขั้นตอนของการค้นคว้าข้อมูลโฆษณาจกรยานในนิตยสารที่ปรากฏตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม 2559 ทำการศึกษาด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ในช่วงเดือนธันวาคม 2559 - เมษายน 2560 4) ขั้นตอนของการสำรวจตระการการบริโภคจกรยานของผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกใช้การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ในช่วงเดือนธันวาคม 2559 - เมษายน 2560 5) ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ใช้การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) และ 6) ขั้นตอนของการสรุปผลข้อมูลและอภิปรายผลซึ่งอยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2560

ผลการวิจัย

สำหรับผลของการวิจัยนั้น สามารถแบ่งออกตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดทั้งหมด 3 ข้อ คือ 1) เพื่อค้นหาเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย 2) เพื่ออธิบายสาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย และ 3) เพื่อเข้าใจถึงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

1. เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ พบว่า เหตุผลของการบริโภคจักรยานตามแนวคิดของมอง โบตริยาร์ด ในการใช้จักรยานของบุคคลทั่วไปในสังคมนั้นมีความหลากหลาย โดยสามารถพบความแตกต่างกันระหว่างกันผ่านการนำเสนอของพื้นที่สื่อรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ในการเกิด การปั่นจักรยานและชิ้นงานโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารเกี่ยวกับจักรยาน และพื้นที่ในชีวิตประจำวันของผู้ปั่นจักรยานในกรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ นั้นพบผลลัพธ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงเหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

เหตุผลของการใช้จักรยานในพื้นที่สื่อ		เหตุผลของการใช้จักรยานในชีวิตจริง	
รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจากแบบสอบถาม	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์
1.เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value)	1.เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value)	1.เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value)	1.เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value)

เหตุผลของการใช้จักรยานในพื้นที่สี่		เหตุผลของการใช้จักรยานในชีวิตจริง	
รายการโทรทัศน์ เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยาน ในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจาก แบบสอบถาม	ข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ และ การสังเกตการณ์
2. เหตุผล จากคุณค่าเชิง สัญลักษณ์ (Logic of Sign Value)	2. เหตุผลจากคุณค่าเชิง สัญลักษณ์ (Logic of Sign Value)	2. เหตุผล จากคุณค่าเชิง สัญลักษณ์ (Logic of Sign Value)	2. เหตุผลจากคุณค่า เชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value)
	3. เหตุผลจากมูลค่า ที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value)	3. เหตุผลจาก มูลค่าที่ได้จากการ แลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value)	3. เหตุผลจากมูลค่า ที่ได้จากการแลก เปลี่ยน (Logic of Exchange Value)

1.1 ผู้ใช้จักรยานและสื่อที่นำมาศึกษาเลือกปั่นจักรยานด้วยเหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน และเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าจักรยานนั้น โดยจะพบข้อสรุปที่ชัดเจนว่า เหตุผลที่แท้จริงในการปั่นจักรยานจะเป็นหลักสำคัญให้ผู้ปั่นจักรยานเลือกใช้จักรยาน โดยพบว่า การปั่นจักรยานในฐานะของพาหนะเดินทางมีความสำคัญที่สุด ไม่ว่าจะใช้จักรยานเพื่อท่องเที่ยวในเวลาว่าง หรือเพื่อไปทำงานก็ตาม

ขณะเดียวกัน การเลือกใช้จักรยานเพื่อการออกกำลังกายก็เป็นเหตุผลสำคัญ รองลงมาสำหรับการเลือกใช้จักรยานตามคุณค่าจริงของสินค้า โดยจะพบเห็นการนำเสนอประโยชน์ดังกล่าวอย่างชัดเจนผ่านพื้นที่สื่อโฆษณาทางนิตยสาร พื้นที่สื่อรายการโทรทัศน์ที่ได้ทำการศึกษา รวมถึงข้อมูลจากกลุ่มผู้ปั่นจักรยานจริง

นอกจากนี้ ผลของการวิจัยในส่วนนี้ยังพบว่า การปั่นจักรยานเพื่อการแข่งขันยังถือว่าการปั่นเพื่อประโยชน์จริงที่สำคัญอีกประการ โดยจะพบคุณลักษณะดังกล่าวปรากฏอยู่ในพื้นที่สื่อ ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ และสื่อโฆษณาทางนิตยสารที่ได้ทำการเลือกมาศึกษา คุณลักษณะของการแข่งขันจักรยานทั้งการแข่งขันแบบเป็นทางการและแบบไม่เป็นทางการ โดยคุณลักษณะ

ของการแข่งขันนี้พบได้น้อยกว่าคุณลักษณะของการปั่นจักรยานเพื่อประโยชน์ในการออกกำลังกาย แต่เมื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของการแข่งขันในพื้นที่สื่อและพื้นที่จริงของผู้ใช้จักรยานจะพบว่า การแข่งขันเป็นคุณลักษณะที่พบได้น้อยมากจากการเก็บข้อมูล พบว่า ในชีวิตจริงนั้นการรวมกลุ่มปั่นจักรยานหรือการปั่นจักรยานเพียงลำพังไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่ใจสมรรถนะของจักรยาน เพื่อการแข่งขันกันเองในกลุ่ม แต่เนื่องจากเป้าหมายในการขายสินค้าจักรยานนั้นต้องการเน้นไปที่กลุ่มบุคคลที่ต้องการผู้ซื้อสินค้าที่ต้องการจักรยานราคาสูงและมีสมรรถนะของจักรยานเทียบเท่ากับจักรยานที่นักปั่นมืออาชีพเลือกใช้ จึงทำให้เกิดการนำเสนอภาพของการแข่งขันปรากฏในชิ้นงานโฆษณา นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) ที่แสดงให้เห็นถึงความ เป็นนักกีฬาของผู้เลือกใช้จักรยานด้วยเช่นกัน

คุณลักษณะอีกประการที่พบ คือ การเลือกปั่นจักรยานเพื่อประโยชน์ในการสร้างความเพลิดเพลิน ซึ่งถือเป็นเหตุผลที่แท้จริงที่ได้รับจากการปั่นจักรยานจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ปั่นจักรยานจะได้รับความเพลิดเพลินหลังจากการออกกำลังกายด้วยการปั่นจักรยาน อันเป็นผลมาจากการหลั่งสารความสุขภายในร่างกาย ซึ่งทำให้จิตใจได้รับความสุขไปด้วย

นอกจากนี้ ยังพบการปั่นจักรยานด้วยเหตุผลจากมูลค่าแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) และเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) ซึ่งสำคัญรองลงมาจากเหตุผลคุณค่าในการใช้ประโยชน์จริง โดยพบว่า เหตุผลทั้ง 2 ประเภทนี้ต้องขึ้นอยู่กับความต้องการเลือกใช้จักรยานเพื่อประโยชน์ที่แท้จริงเป็นอันดับแรก จึงจะทำให้ผู้ต้องการปั่นจักรยานเลือกมองหาเหตุผลอื่น ๆ ประกอบ เช่น เรื่องของราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม หรือคุณค่าทางจิตใจอื่น ๆ หรือแม้แต่ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในภายหลัง

1.2 ความแตกต่างระหว่างพื้นที่สื่อและพื้นที่จริงของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน มีผลต่อการเลือกใช้เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) และเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) โดยแม้ว่าการเลือกใช้จักรยานจากประโยชน์จริงของจักรยานจะเป็นเหตุผลหลักในการเลือกใช้จักรยานทั้งที่ปรากฏในสื่อและชีวิตจริง แต่พบการผสมผสานกับเหตุผลอื่น ๆ

ไม่ว่าจะเป็นเหตุผลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและเหตุผลจากการได้รับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และการผสมผสานดังกล่าวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างพื้นที่สื่อสารมวลชนและพื้นที่จริงในชีวิตประจำวันของผู้ปั่นจักรยาน โดยพบว่าพื้นที่ของสื่อเน้นให้ความสำคัญกับการให้เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่าเหตุผลที่ได้จากการแลกเปลี่ยน ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันกลับเลือกให้ความสำคัญกับเหตุผลจากมูลค่าที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนมากกว่าเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ทั้งนี้ อาจเนื่องด้วยความแตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร ซึ่งอาจมีฐานะทางเศรษฐกิจหรือความสนใจในการปั่นจักรยานที่แตกต่างกับผู้ปั่นจักรยานจริงที่ได้เข้ามาศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้

2. สาเหตุของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้พบว่า การปั่นจักรยานเพื่อการใช้ประโยชน์จริงในแง่ของการเป็นพาหนะและการออกกำลังกายเป็นเหตุผลสำคัญหรือปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการปั่นจักรยานของคนทั่วไปที่เลือกปั่นจักรยานตามวัตถุประสงค์ข้อแรกที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ทั้งนี้ การเลือกใช้จักรยานยังคงมีความสัมพันธ์อยู่กับเรื่องของราคาของจักรยานเป็นอย่างมาก โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับเรื่องของราคาอย่างสูง นอกจากนี้ ยังพบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของทางเลือกใช้ประโยชน์จริงในการใช้จักรยานอย่างมาก โดยผู้ให้ข้อมูลจะไม่ทำการเปลี่ยนจักรยานบ่อยมากหรือใช้จักรยานจนกว่าปั่นไม่ได้ ซึ่งจะทำให้พบว่า ผู้ใช้จักรยานส่วนใหญ่ใช้จักรยานมากกว่า 3 ปี ข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่การตั้งข้อสังเกตถึงเหตุผลในการเลือกซื้อจักรยานที่แท้จริงในชีวิตประจำวันนั้น มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านราคาอย่างมาก โดยพบข้อมูลของการตอบแบบสอบถามที่ว่า ราคา คือ คุณลักษณะของการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจะเลือกให้ความสำคัญกับราคาก่อนเป็นอันดับแรก ขณะที่สมรรถนะของจักรยานอาจจะไม่ได้รับความสนใจมากนัก เนื่องจากเป้าหมายหลักของการปั่นจักรยานของกลุ่มตัวอย่างจะเน้นการออกกำลังกายในระยะสั้น ช่วงเวลาเย็น หรือช่วงเวลาว่างเท่านั้น เพราะการเดินทางในระยะไกลสำหรับการท่องเที่ยวหรือการปั่นออกกำลังกายไปในพื้นที่เส้นทางต่าง ๆ นั้น มีความสำคัญน้อยกว่า

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่ง คือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลน้อยมากต่อการเลือกซื้อจักรยาน ขณะที่การตัดสินใจซื้อจะเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ตรงของผู้ใช้จักรยานหรืออิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนไม่ว่าจะมาจากโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์/วิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตก็ตาม

3. ความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้พบว่า ความหมายของการปั่นจักรยานเมื่อเปรียบเทียบระหว่างความหมายที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่สื่อและความหมายที่ปรากฏจากชีวิตประจำวันที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสังเกตการณ์จะพบว่า ความหมายที่ถูกผลิตจากพื้นที่สื่อมีทั้งความหมายที่เหมือนหรือคล้ายกัน และความหมายที่แตกต่างกันโดยอาจต่างความหมายที่ผู้ปั่นจักรยานจริงรับรู้และแสดงออกมาผ่านการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยได้ผลของการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย

ความหมายของการใช้จักรยานในพื้นที่สื่อ		ความหมายของการใช้จักรยานในชีวิตจริง
รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจากแบบสอบถามการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์
เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value) - พาหนะเดินทาง - อุปกรณ์ออกกำลังกาย - อุปกรณ์การแข่งขัน	เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value) - พาหนะเดินทาง - อุปกรณ์ออกกำลังกาย - อุปกรณ์การแข่งขัน	เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value) - พาหนะเดินทาง - อุปกรณ์ออกกำลังกาย - อุปกรณ์การแข่งขัน
	เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) - สินค้าลดราคา - สินค้าได้ของแถม - สินค้าผลิตจำนวนจำกัด	เหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) สินค้าราคาเหมาะสม

ความหมายของการใช้จักรยานในพื้นที่สี่		ความหมายของการใช้จักรยานในชีวิตจริง
รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับจักรยาน	โฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารจักรยาน	ข้อมูลจากแบบสอบถามการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์
เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) 1. ความเป็นนักกีฬา 2. ผู้ได้รับความสนใจ/เป็นที่ยอมรับ 3. ผู้ชนะ/ผู้นำ 4. ผู้มีอิสระในชีวิต 5. จ้าวแห่งความเร็ว 6. ความเป็นสากล/ระดับโลก 7. ความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมั 8. ความสนุกสนาน 9. เพื่อนเดินทาง 10. ผู้แข็งแกร่ง	เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) 1. ความเป็นนักกีฬา 2. ผู้ได้รับความสนใจ/เป็นที่ยอมรับ 3. ผู้ชนะ/ผู้นำ 4. ผู้มีอิสระในชีวิต 5. จ้าวแห่งความเร็ว 6. ความเป็นสากล/ระดับโลก 7. ความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมั 8. ความสนุกสนาน 9. เพื่อนเดินทาง 10. ผู้แข็งแกร่ง 11. นักบุกเบิก 12. ความเป็นไทย 13. ความสะดวกสบาย 14. ความเก๋ไก๋ 15. การปลื้มตัวออกจากสังคม	เหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) 1. ความเป็นนักกีฬา 2. ผู้ได้รับการยอมรับ/ได้รับความสนใจ 3. ผู้มีอิสระในชีวิต 4. ความเป็นคนมีสไตล์ หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมั 5. การได้รับมิตรภาพ 6. การได้เรียนรู้กฎสังคม 7. ได้รับความพึงพอใจส่วนตัว 8. อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม/ช่วยเหลือชุมชน 9. ผู้รักสุขภาพ 10. ความดูดี/มีฐานะ 11. นักท่องเที่ยว 12. ความสนุกสนาน 13. ความสามัคคี 14. การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ 15. ผู้กีดขวางทางจราจร 16. นักปั่นตัวดำ 17. ผู้สร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนน

ความสอดคล้องกันระหว่างความหมายที่ได้รับจากพื้นที่สื่อ และ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปั่นจักรยานจริงนั้น พบว่า ความหมายของพาหนะเดินทาง และอุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกายเป็นคุณลักษณะที่สอดคล้องกับเหตุผลจาก คุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ของจักรยาน นอกจากนี้ ยังพบความสอดคล้องกันของ ความหมายของจักรยานที่มีราคาเหมาะสมและความหมายของจักรยานในฐานะของ สินค้าราคาถูก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยนโดยถือได้ ว่ามีความใกล้เคียงกันนั่นคือ สินค้าจักรยานราคาไม่แพงจนเกินไปนั่นเอง

สำหรับความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่พบว่า มีความสอดคล้องกับระหว่าง พื้นที่สื่อและพื้นที่จริงจากบุคคลที่ปั่นจักรยาน คือ ความเป็นนักกีฬา การได้รับการยอมรับ/การได้รับความสนใจ ผู้มีอิสระในการใช้ชีวิต และความเป็นคนมีสไตล์ หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมัย ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการปั่นจักรยานในแง่ของการสร้างการรวมกลุ่มและการสร้างตัวตนของผู้ปั่นที่จะ ทำให้บุคคลที่ทำการปั่นจักรยานได้รับการยอมรับ หรือได้รับความสนใจจากกลุ่ม ผู้นิยมการปั่นจักรยานด้วยกัน แต่ในขณะเดียวกันการปั่นจักรยานยังแสดงให้เห็นถึง เอกลักษณ์เฉพาะที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ปั่นจักรยานนั้นมีความทันสมัย และความแตกต่าง จากบุคคลอื่น ๆ ในสังคมไปพร้อม ๆ กันด้วย

ความหมายที่ปรากฏในสื่อมวลชนที่ได้เลือกทำการศึกษานั้นจะพบว่า การปั่นจักรยานถูกสร้างความหมายได้อย่างหลากหลายตามตราสินค้า รุ่น ประเภทของจักรยานที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพของการใช้งานจริง ยกตัวอย่างเช่น จักรยานเสือหมอบ จักรยานเสือภูเขา จักรยานแบบพับได้ หรือตาม กลุ่มเป้าหมายที่สินค้าจักรยานแต่ละรุ่นนั้นได้ทำการวางแผนเอาไว้

นอกจากนี้ ความหมายที่เกิดจากรายการโทรทัศน์ที่ได้นำมาศึกษา มีความแตกต่างออกไปจากความหมายของการปั่นจักรยานที่ปรากฏในโฆษณาจักรยาน ในสื่อนิตยสาร โดยพบว่า ความหมายของการปั่นจักรยานในโทรทัศน์ไม่ได้มุ่งไปที่การขายสินค้านั้น เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การศึกษานี้ไม่พบการให้ความหมาย จักรยานในแง่ของมูลค่าจักรยานในฐานะของสินค้าเพื่อใช้ในการซื้อขายโดยตรง แต่ การสร้างความหมายนั้นจะมุ่งในการนำเสนอจักรยานให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ที่เน้นไปที่กลุ่มของผู้ชื่นชอบการปั่นจักรยาน โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการเดินทาง

ท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ความหมายของการปั่นจักรยานจึงมุ่งไปที่ความหมายที่เกี่ยวกับการเดินทางด้วยเหตุผลหรือวิธีการต่าง ๆ ที่เน้นในช่วงเวลาว่างเป็นหลัก ทั้งนี้รายการโทรทัศน์ที่ได้นำมาศึกษานี้ ยังต้องนำเสนอรายการที่เหมาะสมกับผู้ชมทั่วไปที่อาจจะไม่ได้สนใจการปั่นจักรยานโดยตรง ดังนั้น การสร้างความหมายเกี่ยวกับการปั่นจักรยานในรายการโทรทัศน์เหล่านี้ จึงต้องเน้นไปในการให้ความหมายเชิงบวกเกี่ยวกับการปั่นจักรยานนอกเหนือไปจากการมุ่งสร้างความหมายของจักรยานเพื่อกระตุ้นการขายสินค้าโดยตรง ซึ่งการนำเสนอในลักษณะที่เป็นเชิงบวกดังกล่าวนี้ จะช่วยในการดึงดูดให้บุคคลทั่วไปอยากปั่นจักรยานมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มผู้ทำการปั่นจักรยานจริงในชีวิตประจำวัน มีความหมายที่หลากหลายออกไปจากความหมายที่ได้จากสื่อมวลชน แต่ข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากผู้ปั่นจักรยานในเชิงลบที่จะปรากฏขึ้นนอกเหนือไปจากความหมายในด้านบวก ซึ่งไม่สามารถพบได้ในสื่อมวลชน ความหมายเชิงลบนั้น ได้แก่ ผู้กีดขวางทางจราจร นักปั่นตัวดำ หรือผู้สร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้ถนน ดังนั้น ความหมายเชิงลบที่ปรากฏจะแสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของผู้ปั่นจักรยานนั้น ปรากฏในแง่ของผู้สร้างปัญหาทางสังคมในการใช้ทางร่วมกับพาหนะอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของการวิจัยชิ้นนี้ที่พบว่า บุคคลที่ปั่นจักรยานบางกลุ่มได้สร้างปัญหาในการใช้ทางร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของการปั่นจักรยานปรากฏในเชิงลบร่วมกับภาพลักษณ์ในเชิงบวกที่มีมักจะปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดอยู่ในแล้วในพื้นที่สื่อ นอกจากนี้ ค่านิยมเกี่ยวกับสปีด ที่ความหมายถึงความไม่สวยงามทางกายก็เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นในทางวัฒนธรรมที่เป็นอุปสรรคในการปั่นจักรยานในช่วงเวลากลางวันในสังคมไทยที่จำเป็นต้องคำนึงถึงเช่นเดียวกัน

อภิปรายผล

เมื่อทำการศึกษาผลการวิจัยเรื่อง เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย ทั้งจากสื่อมวลชนและพื้นที่ในชีวิตประจำวัน พบแนวทางในการอภิปรายผล ดังนี้

1. เหตุผลของการปั่นจักรยานที่แสดงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่สื่อมวลชนไม่ได้สอดคล้องกับเหตุผลของการปั่นจักรยานที่แสดงความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทยอย่างแท้จริง

จากผลการศึกษา เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทยตามแนวคิดตรรกวิทยาการบริโภคของฌอง โบตริยาร์ด สามารถแสดงให้เห็นถึงการสร้างเหตุผลของการปั่นจักรยานที่แสดงความหมายเกี่ยวกับการปั่นจักรยานที่ไม่ตรงกันระหว่างสื่อมวลชนและชีวิตประจำวัน โดยจะพบว่าความหมายของการปั่นจักรยานที่ปรากฏในพื้นที่สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้เกิดการปั่นจักรยานทั้งสองรายการ และโฆษณาสินค้าจักรยานในนิตยสารเกี่ยวกับจักรยานจำนวนสองตัวนั้น ล้วนแล้วแต่สะท้อนตรรกะการบริโภคหรือเหตุผลของการใช้ประโยชน์จากความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Logic of Sign Value) และเหตุของการนำไปใช้ประโยชน์จริง (Logic of Use Value) ที่แสดงความหมายของการปั่นจักรยานในมุมมองของชนชั้นกลางในเมืองที่ค่อนข้างมีฐานะทางเศรษฐกิจดี โดยการสร้างความหมายของการปั่นจักรยานในสื่อจะมุ่งไปที่การสร้างความหมายของการปั่นจักรยานเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในระยะทางที่ค่อนข้างไกลเป็นหลัก โดยเฉพาะการเดินทางไปต่างจังหวัดซึ่งต้องอาศัยจักรยานที่มีสมรรถนะที่ค่อนข้างสูง เหมาะสมกับการเดินทางในระยะทางไกลที่ส่วนมากมักมีราคาสูง นอกจากนี้ การเดินทางไปในพื้นที่ไกล ๆ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานครมีความจำเป็นต้องใช้ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกเหนือจากการซื้อเพียงแค่อุปกรณ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร หรืออาจจะต้องขนส่งจักรยานไปในช่องทางอื่น นอกเหนือไปจากการปั่นเดินทางไปกลับ เป็นต้น โดยจะพบได้ว่า รายการโทรทัศน์และชิ้นงานโฆษณาจักรยานในนิตยสารที่เลือกมาศึกษานั้นเน้นไปที่ราคาสินค้าน้อยมาก

เนื่องจากพื้นที่ที่ล้อมวลชนเหล่านี้ เน้นกลุ่มเป้าหมายที่ชนชั้นกลางที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่สามารถซื้อหาสินค้าและจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สำหรับการเดินทางเหล่านั้นได้นั่นเอง ขณะที่เมื่อทำการเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่แล้วจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเหล่านั้นแสดงความหมายของการปั่นจักรยานในฐานะของชนชั้นกลางที่ไม่ได้มีฐานะทางการเงินสูงมากนักซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเลือกสินค้าจักรยานตามเหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) หรือการเลือกที่ไม่ได้ให้ความสำคัญไปที่การปั่นจักรยานที่เน้นการเดินทางไกลเป็นหลักตามเหตุผลที่ได้จากการใช้ประโยชน์จริง (Logic of Use Value) โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญไปที่การปั่นเพื่อการออกกำลังกายในระยะใกล้ ใช้เวลาในการปั่นน้อย ซึ่งไม่เกินครึ่งละหนึ่งชั่วโมงโดยเฉลี่ย นอกจากนี้ คนกลุ่มนี้ยังไม่เห็นความจำเป็นที่จะต้องเลือกใช้จักรยานที่มีสมรรถนะสูงมาก เนื่องจากราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ๆ นอกเหนือไปจากประโยชน์ของจักรยานในฐานะของพาหนะเดินทางและอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อการออกกำลังกาย

2. เหตุผลในการใช้ประโยชน์จริงของการปั่นจักรยานเน้นสาเหตุในมิติด้านการใช้เพื่อการทำงานปรากฏอยู่น้อยมากเมื่อเทียบกับสาเหตุของการปั่นจักรยานในมิติด้านการใช้เวลาว่าง

ผลของการศึกษาผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันนั้นพบว่า แม้ผู้ปั่นจักรยานส่วนใหญ่เน้นเหตุผลของการปั่นตามประโยชน์จริงของจักรยาน (Logic of Use Value) แต่ผู้ปั่นจักรยานเพื่อไปทำงานนั้นมีจำนวนน้อยมาก โดยจะพบได้จากข้อมูลเฉพาะกลุ่มผู้ปั่นจักรยานในพื้นที่เชียงใหม่ จำนวน 5 คน จาก 7 คน โดยให้เหตุผลของการใช้ประโยชน์ของจักรยานว่า การเดินทางด้วยการปั่นจักรยานนั้น มีความเหมาะสมกับการเดินทางระยะสั้นระหว่างที่พักและที่ทำงาน รวมถึงต้องใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางด้วยพาหนะอื่น ๆ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสาเหตุของการปั่นจักรยานไปทำงานมีลักษณะเฉพาะในบางบริบทเท่านั้น โดยการเดินทางในพื้นที่ตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่อาจจะมีความเหมาะสมมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ เพราะที่พักและที่ทำงานไม่ไกลจากกันมากนัก พาหนะที่ร่วมใช้เส้นทางอย่างรถยนต์และรถจักรยานยนต์

ไม่เร็วมากนัก รวมทั้งรถที่มีขนาดใหญ่อย่างรถเมล์หรือรถบรรทุกไม่เยอะมากในพื้นที่ตัวเมือง อีกทั้งยังสอดคล้องกับสภาพของเมืองที่ระบบการเดินทางสาธารณะยังไม่พร้อมมากเท่ากับกรุงเทพมหานคร

3. สาเหตุด้านราคาของจักรยานมีความสำคัญควบคู่ไปกับสาเหตุด้านสุขภาพในการใช้ประโยชน์ของจักรยานเพื่อใช้ในการออกกำลังกาย

จากผลของการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ปั่นจักรยานในสังคมไทย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับราคาของจักรยาน ในฐานะของสินค้าที่มีราคาเหมาะสมเพื่อการออกกำลังกายในระยะสั้น และใช้เวลาในการปั่นที่ไม่ยาวนานมากนัก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเหตุผลด้านคุณค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) ที่ควบคู่ไปกับเหตุผลด้านคุณค่าจากการใช้ประโยชน์จริง (Logic of Use Value) ของการปั่นจักรยาน ดังนั้น การให้ความสำคัญกับราคาจักรยานจึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสำคัญอย่างมาก แม้ว่าผู้ที่ต้องการซื้อจักรยานโดยทั่วไปแล้วมุ่งเน้นการใช้จักรยานเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ที่แท้จริงของการปั่นจักรยานมากกว่าก็ตาม ดังนั้น การสนับสนุนให้มีการใช้จักรยานควรให้ความสำคัญกับราคาของจักรยานที่ควรเหมาะสมกับการซื้อมาใช้ประโยชน์จริง หากต้องการให้การปั่นจักรยานได้รับการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

4. คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของการปั่นจักรยานไม่สำคัญเท่ากับคุณค่าของการใช้ประโยชน์จริงและราคาของจักรยานที่เหมาะสม

จากการเปรียบเทียบระหว่างเหตุผลต่าง ๆ สำหรับการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในสังคมไทย พบว่า เหตุผลจากคุณค่าจริงในการใช้ประโยชน์ (Logic of Use Value) ในเรื่องของการปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกาย และเหตุผลจากมูลค่าที่ได้จากการแลกเปลี่ยน (Logic of Exchange Value) ในเรื่องของราคาจักรยานที่เหมาะสมหรือมีราคาถูกสำหรับการซื้อเพื่อใช้ปั่นออกกำลังกายเป็น 2 เหตุผลหลักที่ค่อนข้างมีความสำคัญสำหรับกลุ่มผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แต่ในขณะเดียวกัน การให้ความสำคัญกับเหตุผลจากคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในการปั่นจักรยาน (Logic of Sign Value) นั้นยังคงปรากฏให้เห็นอยู่บ้าง โดยการปรากฏขึ้นนี้มีความสอดคล้องกันระหว่างความหมายที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการปั่นจักรยาน และ

ชิ้นงานโฆษณาจากสื่อวิทยุสารที่เกี่ยวกับจักรยาน ที่ได้นำมาศึกษาในส่วนของ การสร้างความหมายของการปั่นจักรยานให้มีลักษณะของการเป็นนักกีฬา ผู้ได้รับการยอมรับ/ได้รับความสนใจ ผู้มีอิสระในการใช้ชีวิต ความสนุกสนาน และความเป็นคนมีสไตล์หรือเอกลักษณ์/ทันสมัย/น่าสมัย แต่ในทางตรงกันข้ามแล้วยังคงพบว่า ความหมายของการปั่นจักรยานบางอย่างไม่สอดคล้องกันในชีวิตจริงและพื้นที่สื่อ เช่น การเป็นผู้ชนะ/ผู้นำ การเป็นจ้าวแห่งความเร็ว ความเป็นสากล/ระดับโลก ผู้แข็งแกร่ง นักบุกเบิก ความเป็นไทย ความสะดวกสบาย ความเก่าแก่ และการปลีกตัวออกจากสังคมไทย ซึ่งพบได้ในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่ได้ศึกษา แต่พบว่าเป็นสิ่งที่ถูกให้ความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความหมายเชิงสัญลักษณ์มากเท่ากับการเน้นไปที่เหตุผลจากคุณค่าจริงของการปั่นจักรยาน และราคาของจักรยานที่เหมาะสม โดยจะพบแค่กลุ่มตัวอย่างบางคนที่จะให้ความสำคัญกับความหมายเชิงสัญลักษณ์บางอย่าง เช่น การได้รับมิตรภาพ การได้เรียนรู้กฎสังคม การได้รับความพึงพอใจส่วนตัว อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม/ช่วยเหลือชุมชน ผู้รักสุขภาพ ความยุติ/มีฐานะ การใช้เวลาร่วมให้เป็นประโยชน์ การเป็นผู้คิดวางแผนทางจราจร นักปั่นตัวดำ และผู้สร้างความร่ำรวยให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนน เป็นต้น คุณค่าเชิงสัญลักษณ์เหล่านี้แสดงให้เห็นมุมมองของชนชั้นกลางในเมืองที่พยายามสร้างภาพของการปั่นจักรยานในลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นวัฒนธรรมเมือง การใช้จักรยานเพื่อใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทหรือปั่นในช่วงเวลานอกเหนือจากการทำงาน หรือมุ่งไปที่ภาพของการแข่งขันในเชิงนักกีฬาอาชีพ ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ซื้อจักรยานจ่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับจักรยานในราคาแพงที่แสดงสมรรถนะสูงแบบมืออาชีพ โดยผู้มีกำลังซื้อระดับนั้นมีอยู่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศ ดังนั้น การเลือกใช้จักรยานจึงยังไม่ได้สอดคล้องกับเป้าหมายเพื่อการนำจักรยานมาใช้ในสังคมไทยโดยรวม ซึ่งมีส่วนของการปั่นจักรยานในพื้นที่ชนบทและการปั่นจักรยานในการทำงานที่ยังไม่ปรากฏได้จริงรวมอยู่ด้วย

นอกจากนี้ ยังไม่ปรากฏการเลือกใช้เหตุผลจากจักรยานในฐานะของสัญลักษณ์บางอย่างเพื่อนำไปแลกเปลี่ยนกัน (Logic of Symbolic Value) โดยมีสาเหตุมาจากที่ผู้ตัดสินใจซื้อจักรยานส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ประโยชน์

โดยตรงของการปั่นจักรยานเป็นหลักอยู่แล้ว รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมสำหรับการเลือกซื้อเป็นหลักในการตัดสินใจซื้อ อีกทั้ง ไม่มีความจำเป็นต้องให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ใด ๆ กับจักรยานเพื่อไปมอบให้กับบุคคลอื่น ๆ เพื่อทำการแลกเปลี่ยนกัน แม้จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนที่มีจักรยานในครอบครอง ไม่ได้ทำการตัดสินใจซื้อจักรยานเหล่านั้นเอง แต่มีผู้อื่นทำการตัดสินใจซื้อให้ แต่การตัดสินใจนั้นก็ยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านประโยชน์โดยตรงของจักรยานและสาเหตุที่มาจากปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก

5. ความหมายเชิงลบที่เป็นสาเหตุของการไม่เลือกการปั่นจักรยานเป็นอุปสรรคสำหรับการสนับสนุนการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในสังคมไทย

การศึกษาพบข้อสังเกตสำคัญจากผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน แต่ไม่พบในพื้นที่สื่อมวลชนอย่างชัดเจนนั่นคือ การให้ความหมายในเชิงลบต่อการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันด้วยตนเอง โดยข้อสังเกตนี้สะท้อนให้เห็นถึงอุปสรรคสำคัญในการสร้างให้การปั่นจักรยานได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาด้วยเครื่องมือประเภทการสัมภาษณ์เชิงลึกและการตอบคำถามปลายเปิดจากแบบสอบถามได้แสดงให้เห็นว่า การปั่นจักรยานสะท้อนภาพเชิงลบของผู้ปั่นจักรยานบางกลุ่ม เช่น การเป็นผู้กีดขวางทางจราจร หรือการเป็นผู้สร้างความรำคาญให้แก่ผู้ใช้รถใช้ถนน ความหมายเชิงลบที่ปรากฏนี้แสดงให้เห็นว่า มีบุคคลบางคนหรือบางกลุ่มที่สร้างภาพลักษณ์หรือความหมายที่ไม่ดีในการปั่นจักรยาน ทั้งการไม่เคารพกฎจราจรและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้ร่วมใช้ทาง นอกจากนี้ ยังพบว่าอุปสรรคเกี่ยวกับการให้ความหมายเกี่ยวกับความดำของผิว คือ ความไม่สวยงามทางกายก็เป็นอุปสรรคในการปั่นจักรยานเวลากลางวัน โดยเฉพาะกับผู้หญิง ดังนั้น การปั่นจักรยานเวลากลางวันอาจเป็นทางออกที่เหมาะสม ทั้งนี้ ปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้ปั่นจักรยานอาจจะเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ต้องใส่ใจมากขึ้นหากต้องการให้มีการปั่นจักรยานได้ในช่วงกลางวันเพื่อหลบแดด ในช่วงเวลากลางวันเริ่มได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้ปั่นจักรยานเพศหญิง ดังนั้น สื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของการปั่นจักรยานมีบทบาทในการสร้างความหมายใหม่ผ่านการให้เหตุผลการบริโภคในเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นด้านบวก เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีในการปั่นจักรยานให้มากยิ่งขึ้นเป็นการทดแทน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทยทั้งการศึกษาในพื้นที่สื่อมวลชนและผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันในพื้นที่กรุงเทพและเชียงใหม่นำมาสู่บทสรุปและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารความหมายของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวัน ควรมุ่งไปที่การปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายในระยะทางสั้นและใช้เวลา ในการปั่นจักรยานไม่มากนัก

การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันได้นำไปสู่การสะท้อนความต้องการปั่นจักรยานผ่านการสร้างความหมายที่แตกต่างไปจากที่ปรากฏในสื่อมวลชนที่ได้นำมาศึกษาหลายด้านด้วยกัน ดังนั้น หากต้องการสนับสนุนให้การปั่นจักรยานสามารถขยายตัวไปสู่บุคคลทั่วไปในสังคมไทย การสื่อสารในด้านของความหมายของการปั่นจักรยานที่ปรากฏในสื่อมวลชนควรจะสนับสนุนการปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายในระยะสั้นในพื้นที่ซึ่งไม่ห่างไกลกับบริเวณที่พักอาศัย โดยการปั่นจักรยานแต่ละครั้ง ควรจะสนับสนุนในการใช้เวลาปั่นและการลงทุนด้านการเงินที่น้อย ทั้งนี้ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อหาจักรยานราคาถูกจะช่วยให้ผู้สนใจปั่นจักรยานสามารถใช้ข้อมูลเหล่านั้นประกอบการตัดสินใจซื้อจักรยานเหล่านั้นได้

นอกจากนี้ การสื่อสารเกี่ยวกับการปั่นจักรยานในรูปแบบของการเดินทางไกลเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาและทุนทรัพย์ส่วนตัวสูงในเรื่องของจักรยานที่มีสมรรถนะที่ดีและค่าใช้จ่ายในการเดินทางอื่น ๆ นั้น แม้ว่าจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สนับสนุนให้เกิดการปั่นจักรยานในกลุ่มของชนชั้นกลางที่มีฐานะเพียงพอในการซื้อจักรยานหรือจ่ายเงินสำหรับค่าใช้จ่ายเหล่านั้นได้ แต่หากต้องการสนับสนุนให้คนส่วนใหญ่ในสังคมนิยมปั่นจักรยานมากยิ่งขึ้น ควรต้องมุ่งเน้นในการสื่อสารเกี่ยวกับการออกกำลังกายระยะสั้น ช่วงเวลาสั้นหลังเลิกงานหรือเลิกเรียน หรือช่วงวันหยุดที่ไม่ใช่ช่วงเวลากลางวันที่มีแดดแรง ให้มากขึ้นด้วย เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดที่มีโอกาสในการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันได้อย่างแท้จริง

ขณะเดียวกัน การสนับสนุนให้การปั่นจักรยานเพื่อเดินทางไปทำงานอาจจะต้องคำนึงถึงสภาพของเมืองและข้อจำกัดต่าง ๆ ของบุคคล โดยเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกรุงเทพมหานครและเชียงใหม่แล้ว การปั่นจักรยานเพื่อไปทำงานอาจจะจำกัดสำหรับการเดินทางระยะสั้นระหว่างที่ทำงานและที่พัก การใช้ทางร่วมของพาหนะอื่นที่ต้องไม่ทำให้ผู้ปั่นจักรยานเกิดความเสี่ยงในการเดินทาง นอกจากนี้ การปั่นจักรยานยังต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ร่วมกับระบบขนส่งมวลชนที่เหมาะสมของแต่ละเมืองอีกด้วย

2. การสนับสนุนให้มีสถานที่ออกกำลังกายซึ่งเป็นพื้นที่ปิด ไม่แบ่งพื้นที่ร่วมกับพาหนะอื่น ๆ หรือการออกกำลังกายรูปแบบอื่น

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์การปั่นจักรยานในปัจจุบันทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ปรากฏพื้นที่เฉพาะสำหรับการปั่นจักรยานไม่มากนัก โดยจะพบการใช้ทางร่วมกันกับพาหนะอื่น ๆ ในท้องถนน ซึ่งเป็นอันตรายในการใช้เดินทางหรือออกกำลังกายซึ่งอาจรุนแรงต่อชีวิต และทรัพย์สินของผู้ปั่นจักรยานเอง ดังนั้น การสนับสนุนให้มีพื้นที่สำหรับการปั่นจักรยานมากยิ่งขึ้น น่าจะเป็นทางออกที่สำคัญสำหรับการสนับสนุนในการออกกำลังกายด้วยการปั่นจักรยานมากยิ่งขึ้น การกำหนดสถานที่ปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายไม่ควรจะอยู่ห่างไกลจากที่พักมากนัก โดยผู้ปั่นจักรยานสามารถปั่นจักรยานของตนเองไปสถานที่ซึ่งถูกจัดเอาไว้ให้เพื่อการออกกำลังกายได้โดยไม่ต้องขนย้ายจักรยานเหล่านั้นขึ้นรถส่วนตัวหรือพาหนะอื่นเพื่อไปถึงสถานที่ที่ถูกกำหนดเอาไว้ ทั้งนี้ พื้นที่สำหรับการปั่นจักรยานในระยะสั้นดังกล่าวต้องเป็นพื้นที่ปิดซึ่งมีความปลอดภัยสูง ยกตัวอย่างเช่น สวนรถไฟที่เป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับการออกกำลังกาย ทั้งนี้ พื้นที่ปั่นจักรยานไม่ควรเป็นพื้นที่ที่เป็นเส้นทางขนานไปกับเส้นทางถนนซึ่งไม่ปลอดภัยในแง่ของการตัดกับเส้นทางแยกที่อาจมีพาหนะอื่น ๆ สวนกับเส้นทางของจักรยานได้ นอกจากนี้ เส้นทางสาธารณะที่มีลักษณะขนานไปกับถนนปกติสร้างความรู้สึกไม่ปลอดภัยสำหรับการปั่นจักรยานของเด็กหรือสตรี โดยเฉพาะในช่วงเวลาหลังพระอาทิตย์ตกดิน พื้นที่ดังกล่าวจะไม่มีผู้ดูแล และสามารถถูกรบกวนจากบุคคลภายนอกได้ สร้างความไม่ปลอดภัยในการปั่นจักรยานของผู้ปั่นจักรยานด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ การมีพื้นที่สำหรับการปั่นจักรยานออกกำลังกายเฉพาะ โดยไม่แบ่งปันพื้นที่ให้กับการออกกำลังกายอื่น ๆ เช่น การเดิน การวิ่ง ควรมีแนวทางที่เหมาะสม เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในพื้นที่ออกกำลังกายพบว่า พื้นที่ที่เน้นการออกกำลังกายประเภทการวิ่งนั้นสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับผู้ออกกำลังกายประเภทจักรยานเพราะต้องแบ่งปันเส้นทางในการออกกำลังกายแต่ละประเภทร่วมกัน การเดินและการวิ่งนั้น ใช้ความเร็วที่แตกต่างจากจักรยานมาก ทำให้ต่างฝ่ายต่างต้องระมัดระวังซึ่งกันและกัน นำไปสู่การออกกำลังกายที่ไม่มีประสิทธิภาพเต็มที่ นอกจากนี้ การใช้พื้นที่ออกกำลังกายร่วมกันอาจนำไปสู่ปัญหาการบาดเจ็บที่จะเกิดขึ้นกับผู้ออกกำลังกายทั้ง 2 ฝ่าย

3. ควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนราคาของจักรยานให้มีราคาถูกลง

จากข้อมูลที่ปรากฏในสื่อโฆษณาทางนิตยสารและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการปั่นจักรยานที่ทำการศึกษา พบว่า การสื่อสารเกี่ยวกับการปั่นจักรยานยังไม่เน้นการให้ความสำคัญกับราคาของจักรยานที่ควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ หรือหน่วยงานที่สนับสนุนให้มีการปั่นจักรยานเพื่อเหตุผลทางด้านสุขภาพ ให้การซื้อสินค้าจักรยานมีราคาถูกลง พอที่บุคคลทั่วไปในสังคมไทยจะสามารถซื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะจักรยานที่มีสมรรถนะที่ดีนั้น ไม่ควรจะมีราคาที่สูงมากนัก โดยหน่วยงานรัฐอาจให้การสนับสนุนให้จักรยานที่มีสมรรถนะเรื่องของความทนทานใช้ได้ระยะเวลานานและมีราคาที่ถูกลงจากเดิม

4. มุ่งแก้ไขภาพลักษณ์ที่เป็นด้านลบของผู้ปั่นจักรยานในปัจจุบัน

ปัญหาอีกประการหนึ่งของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันที่มีมักจะถูกมองข้ามในพื้นที่สื่อมวลชน คือ ภาพลักษณ์ของผู้ปั่นจักรยานบางกลุ่มที่ถูกผลิตในด้านลบอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มปั่นจักรยานฟิสิกส์ซึ่งมีภาพของวัยรุ่นที่ไม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้ถนนร่วมกับพาหนะอื่นเนื่องจากจักรยานประเภทนี้ไม่ใช่เกียร์สำหรับการหยุดรถ ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงของผู้ปั่นจักรยานและผู้ใช้ทางร่วม หรือกลุ่มผู้ปั่นจักรยานทางไกลที่อาจจะไม่ปั่นในช่องทางจักรยาน ซึ่งก่อให้เกิดความเสี่ยงแก่ตนเองและผู้ขับขี่ด้วยพาหนะอื่น ๆ ดังนั้น การรณรงค์เกี่ยวกับการปั่นจักรยานที่ถูกกฎจราจรและมีความปลอดภัยทั้งในพื้นที่สื่อและการสื่อสารต่อบุคคลหรือกลุ่มที่ทำการปั่นจักรยานจะช่วย

ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการปั่นจักรยานได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ลดการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ที่เป็นด้านลบให้แก่บุคคลในสังคมโดยทั่วไปได้เช่นกัน โดยผลระยะยาว คือ การสร้างให้สังคมเกิดภาพเกี่ยวกับการปั่นจักรยานที่ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การสนับสนุนให้เกิดการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันได้อย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง กับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เฉลิมวรรณ ห่อทองคำ. (2545). *ตรรกะการบริโภค และลักษณะสื่อคือสารของโทรทัศน์เคลื่อนที่*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชียงใหม่นิวส์ออนไลน์. (2562). “คู่มือที่ชวนนักปั่นเสื้อล้นทราย มาร่วมงานศพ เพื่อขอขมาแล้วอ้างหลับใน.” (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา: <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1074110/>. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2563.
- ทรงกลด บางยี่ขัน. (2542). *ทางรถไฟสายดาวตก (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: อະบุ๊ค.
- ทัศนีย์ มีวรรณ. (2542). *การสร้างและการบริโภคสัญญาณในปรากฏการณ์ชีวิตและการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัทมวรรณ เนตรพุกณะ. (2539). *การวิเคราะห์ที่อยู่อาศัยในเชิงเศรษฐกิจสังคมโดยการใช้สื่อ*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์จุฑา คูหะรัตน์. (2552). *การบริโภคสัญญาณและบทบาทการสื่อสารของกลุ่มผู้เล่นตุ๊กตาบลาจอร์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วุดินันท์ สุนทรขจิต. (2551). *ร้านอาหารญี่ปุ่นสมัยใหม่ : พื้นที่การสื่อสารความหมาย
อัตลักษณ์และความเป็นญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรท สวนดวก. (2549). *การสื่อสารความหมายตระการการบริโภคงานมหกรรมแสดง
สินค้า*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรกร รัตนกิจ. (2550). *พระเครื่อง : การสื่อสาร กับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์*.
วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- ศรินธร รัตน์เจริญจร. (2544). *ร้านกาแฟ : ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภค
นิยม*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต
(มานุษยวิทยา) ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิระ ลิปิพัฒน์วิทย์. (2559). *จักรยานเป็นไปได้*. สืบค้นวันที่ 9 กรกฎาคม 2559 จาก
เว็บไซต์ http://greenworld.or.th/green_issue/2235/
- อมต จัทรังษี. (2552). *สวนในบ้าน : การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการสร้าง
ความโดดเด่นทางสังคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.

การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกม
ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562
An Analysis of Video Game Media Elements
During 2014-2019

ปริญญ์ ฤกษ์สุนทร¹ Parin Kritsunthon
จิรวะทย์ รัชชาติ² Jirawate Rugchat

Received: 8 July 2020, Revised: 16 September 2020, Accepted: 5 October 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2562 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ

¹ ปริญญ์ ฤกษ์สุนทร (ศศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2563)
Parin Kritsunthon (M.A. in Communication Studies, Chiang Mai University, 2020)

Corresponding Author E-mail: Parin_krit@cmu.ac.th

² อาจารย์ ดร.จิรวะทย์ รัชชาติ อาจารย์ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Jirawate Rugchat, Ph.D., Lecturer of Faculty of Mass Communication,
Chiang Mai University

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

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

Corresponding Author E-mail: jirawate.rugchat@cmu.ac.th

การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) จากสื่อวิดีโอเกมจำนวน 6 เกมที่ขายดีที่สุด ผลการศึกษาพบว่า ในด้านองค์ประกอบสื่อของวิดีโอเกมด้านการเล่น ผู้เล่นจะเข้าไปเป็นตัวแทนและเป็นส่วนหนึ่งของโลกวิดีโอเกมที่จะต้องรับบทบาทเป็นตัวละครเอกในแต่ละเกม พร้อมทำการอ่านความหมายผ่านระบบสัญญาณผ่านภาพและเสียงของวิดีโอเกม เพื่อให้เข้าใจกฎกติกาในการเล่นเกม ผู้เล่นมีอิสระในการเลือกวิธีการเล่น แต่ต้องอยู่ภายใต้กฎกติกาที่เกมวางไว้ โดยมีเป้าหมายเพื่อพิชิตเกมหรือรางวัลในวิดีโอเกม นอกจากนี้ คุณค่าของรางวัลหรือผลลัพธ์จากการเล่นจะถูกส่งผลออกมายังโลกความเป็นจริงของผู้เล่น ตัวอย่างเช่น ผู้เล่นมีความสุขเมื่อได้รับชัยชนะ หรือมีความรู้สึกโกรธเมื่อผู้เล่นพ่ายแพ้จากผลของการเล่นเกม ในด้านองค์ประกอบด้านการแสดงผล ภาพและเสียงในวิดีโอเกมจะนำนักแสดงฮอลลีวูดมาเป็นต้นแบบตัวละครในวิดีโอเกม ด้านประเภทวิดีโอเกม ตัวเกมจะเป็นแนวมุมมองบุคคลที่หนึ่ง และแนวมุมมองบุคคลที่สามโลกเปิด (Open World) ด้านการเล่าเรื่องของวิดีโอเกมจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับสงครามและกลุ่มโจร นอกจากนี้ ยังพบว่าองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมนั้นมีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในสื่อวิดีโอเกม ผู้เล่นจะต้องใช้ความรุนแรงที่เปรียบเสมือนเครื่องมือในการพิชิตเกมเพื่อรับรางวัลภายในวิดีโอเกม แต่ในขณะเดียวกัน ตัวเกมก็เปิดโอกาสให้ผู้เล่นได้ต่อรองด้วยการใช้ความรุนแรงภายในเกมเพื่อเลือกรับรางวัลหรือไม่เลือกรับรางวัลตามศีลธรรมของผู้เล่น ในท้ายที่สุด ผู้เล่นจะเป็นผู้เลือกวิธีการเล่นที่เหมาะสมแก่ตนเอง และนำผลลัพธ์รวมทั้งคุณค่าที่ได้จากการเล่นออกมายังโลกแห่งความจริงเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว อาทิ ความภูมิใจในการพิชิตการเล่นได้ หรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้เล่นด้วยกัน อย่างเช่นการสร้างกลุ่มของผู้เล่นวิดีโอเกมด้วยกัน จนถึงการก่อตัวเป็นวัฒนธรรมย่อยของการเล่นวิดีโอเกม เช่น การแข่งขันวิดีโอเกมระดับโลก ฯลฯ

คำสำคัญ: องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม, วิดีโอเกม

Abstract

This research titled "An Analysis of Video Game Media Elements During 2014 – 2019" is a qualitative study aiming to explore video game media elements during 2014 – 2019 using content analysis and textual analysis from 6 best-selling video games in each year, starting from 2014 to 2019. The findings are subsequently analyzed using semiology, concept of video game media elements, and concept of narrative analysis.

The findings showed that, in playing elements of video game media, players will become a representation of themselves and a part of the world of video game. They will take on a leading role in each game and interpret signs through a semiotic system using visuals and sound to understand game rules. Players are independent in selecting playing methods but needed to follow the given rules with the goal to conquer the game or video game rewards. In addition, values of rewards or results of playing will reflect on the player's real world. For example, players are content when they win or are angry when they lose the game. In displaying elements of video game, visuals and sounds in the video game will take Hollywood actors as models of characters in the video game. For types of video game, the game will present the first person's view and presents the third person open world. For narrative, video game will have content about wars and thugs. Furthermore, video game elements contain violence that are crucial in video game media. Players will need violence as a tool to conquer the game or receive video game rewards. At the same time, the provides opportunities for players to negotiate by using violence to receive the rewards from playing, according to the player's morals. In

the end, the players will select playing methods suitable to themselves and carry results or values from playing to the real world for satisfying personal needs (e.g., being proud of conquering the game), interacting among the player's network (e.g., developing a video game player's group), or forming a video game playing subculture (e.g., global video game competition), etc..

Keywords: Video Game Media Elements, Video Game

บทนำ

“วิดีโอเกม” ถือเป็นอีกสื่อหนึ่งในปัจจุบันได้ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทย ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่มีความสมจริงทั้งในเรื่องของภาพ เสียง และพร้อมที่จะเปิดโอกาสให้ผู้รับสารหรืออีกนัยหนึ่งก็คือผู้เล่น ทำการควบคุมพร้อมกับการตอบสนองสารจากสื่อวิดีโอเกม (รัฐพล ศรีสว่าง, 2553, 4) ในขณะที่สื่อประเภทอื่นที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงอย่างสื่อภาพยนตร์ ผู้ชมจะมีลักษณะแบบไม่มีทางเลือก (Passive) ไม่สามารถที่จะกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงตัวสารได้ ประกอบกับเนื้อหาที่มีมากมายหลากหลายรูปแบบ ทำให้วิดีโอเกมเป็นสื่อที่เข้าถึงความต้องการของผู้เล่นและสร้างมูลค่ามหาศาล และด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของสื่อวิดีโอเกมทำให้การนำเสนอด้านภาพและเสียงมีความสมจริงมากขึ้น จึงถูกโยงให้เป็นต้นเหตุของปัจจัยความรุนแรงของผู้เล่น เช่น เหตุกราดยิงที่ร้าน Walmart ในเขตเมือง El Paso รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2562 มีผู้เสียชีวิตจำนวน 22 คน บาดเจ็บ 24 คน โดยผู้ก่อเหตุมีอายุเพียง 21 ปี ทางด้านประธานาธิบดี Donald J. Trump ผู้นำสหรัฐได้ออกมากล่าวโทษว่าวิดีโอเกมเป็นสาเหตุในการสังหารหมู่ในสหรัฐดังกล่าว รวมไปถึง Kevin McCarthy สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเสียงข้างน้อยพรรคเดโมแครต (Democratic Party) ได้ออกมาสนับสนุนคำพูดของ Trump เพิ่มเติมว่า “วิดีโอเกมนั้นลดทอนความเป็นมนุษย์ และเราต้องหยุดการเชิดชูความรุนแรงในสังคมของเรา

ความสยดสยองและความน่ากลัวที่ถูกนำเสนอผ่านวิดีโอเกมนั้นกลายเป็นเรื่องปกติไปแล้ว ทุกวันนี้เยาวชนของเราถูกห้อมล้อมไปด้วยวัฒนธรรมที่ผลงักด้วยความรุนแรง เราต้องหยุดหรือลดสิ่งเหล่านี้ลงให้ได้และต้องเริ่มต้นในทันที” (The Verge, 2562)

ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยก็มีความกังวลเกี่ยวกับการเกิดพฤติกรรมความรุนแรงจากสื่อวิดีโอเกมของเยาวชนที่เริ่มสร้างปัญหาทางสังคม เช่น กรณีกลุ่มวัยรุ่นปล้นนักท่องเที่ยวยาวต่างชาติ พร้อมอ้างว่าเป็นโจรเลียนแบบเกม “GTA” เมื่อปี 2559 โดยก่อเหตุมาแล้ว 6 ครั้ง เพราะต้องการเงินไปใช้จ่ายเที่ยวเตร่ เล่นเกม โดยก่อนรวมตัวกันตั้งกลุ่ม พวกตนชอบเล่นเกม GTA (Grand Theft Auto) ซึ่งเป็นเกมยอดนิยมที่มีการใช้ความรุนแรง ทำร้ายร่างกาย และทำทุกอย่างตามใจผู้เล่น โดยการรับบทเป็นโจรจะสนุกตรงที่จะต้องหนีตำรวจ (ไทยรัฐ, 2559)

จากปัญหาที่เกิดขึ้นและการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา เช่นงานของปริศนา เพชรบุรณิน (2555) วนิพพล มหาอาษา (2554) ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์ (2549) สมพรรัตน์ ขุนทิพย์ กานดา จันทรไธม์ และชอลดา พันธุเสนา (2553) งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งที่จะศึกษาเพียงผลกระทบของสื่อวิดีโอเกมในด้านพฤติกรรมเลียนแบบ และพฤติกรรมความก้าวร้าวจากการเล่นวิดีโอเกม ซึ่งปรากฏในงานวิจัยด้านจิตวิทยา โดยส่วนใหญ่มองสื่อวิดีโอเกมเป็นต้นเหตุของความรุนแรง แม้จะมีการโต้แย้งจาก Patricia M. Greenfield ผู้แต่งหนังสือ “Mind and Media : The Effect of Television, Video games and Computer” ว่าความรุนแรงนั้นมีอยู่ในทุกสื่อ ไม่ว่าจะเป็นความรุนแรงที่ปรากฏจากสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์ ความรุนแรงไม่ได้อยู่ที่ตัวเนื้อหา แต่สำหรับสื่อวิดีโอเกมนั้นอยู่ที่ผู้เล่นสามารถลงมือกระทำเอง (Patricia, 1984) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเนื้อหาความรุนแรงของวิดีโอเกมเป็นส่วนประกอบเพียงหนึ่งขององค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมเท่านั้น องค์ประกอบส่วนอื่น ๆ ของสื่อวิดีโอเกมกลับยังไม่ได้รับการศึกษาในเชิงลึกเท่าที่ควร ประกอบกับจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบในสื่อวิดีโอเกมไม่ว่าจะเป็นภาพและเสียง รวมไปถึงประเภทของวิดีโอเกม ล้วนแต่มีความรุนแรงประกอบอยู่ด้วยทั้งสิ้น รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีวิดีโอเกมอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน องค์ประกอบของ

สื่อวิดีโอเกมได้รับการพัฒนาให้มีความสมจริงมากขึ้นโดยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 ซึ่งเป็นปีแห่งการเปลี่ยนผ่านในอุตสาหกรรมวิดีโอเกม เครื่องเล่นวิดีโอเกมรุ่นใหม่ได้ออกวางจำหน่าย ทำให้วิดีโอเกมในเครื่องรุ่นใหม่มีการแสดงออกของภาพและเสียงที่มีความสมจริงมากขึ้นกว่าเครื่องวิดีโอเกมรุ่นเก่าในอดีต

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมและการวิเคราะห์เนื้อหาหาความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกม โดยประเด็นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการนำไปสู่การทำความเข้าใจสื่อวิดีโอเกม และกลุ่มผู้เล่นวิดีโอเกม รวมไปถึงเป็นการต่อยอดการศึกษาทางวิชาการในหัวข้อ “วิดีโอเกมศึกษา” ซึ่งยังไม่ค่อยปรากฏในประเทศไทย โดยข้อค้นพบที่ได้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถนำองค์ความรู้ไปสร้างการรู้เท่าทันสื่อวิดีโอเกม และการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมความรุนแรงของกลุ่มผู้เล่นวิดีโอเกมในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562

ปัญหานำวิจัย

สื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 มีองค์ประกอบเป็นอย่างไร

ขอบเขตการทำวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบกับใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) วิเคราะห์ความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 ที่เป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเครื่องเล่นวิดีโอเกมด้วยศักยภาพการแสดงออกของภาพและเสียงที่แสดงออกมามีความสมจริงมากขึ้นกว่าเครื่องวิดีโอเกมในรุ่นที่ผ่านมาในอดีต

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกวิดีโอเกมที่วางขายในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 จำนวน 6 เกม ซึ่งเป็นวิดีโอเกมที่มียอดขายสูงสุดในแต่ละปี และดูจากสถิติ ยอดขายวิดีโอเกมในแต่ละปีจากเว็บไซต์ที่เก็บข้อมูลสถิติยอดขายวิดีโอเกม 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Forbes, VGChartz และ Business Insider เพื่อทำการตรวจสอบ ความถูกต้องของข้อมูลยอดขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ระบบสัญญาณ หมายถึง กระบวนการอ่านความหมายของภาพ สัญลักษณ์ และเสียง ที่ปรากฏบนวิดีโอเกมของผู้เล่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจ ความหมายที่ซ่อนอยู่ในวิดีโอเกม

วิดีโอเกม หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้เล่นใช้อุปกรณ์เป็นส่วนเชื่อมในการควบคุม และส่งผลการกระทำกลับเข้าไปยังหน่วยประมวลผลกลางในตัวเครื่อง ให้คิดคำนวณ แล้วแสดงผลโต้ตอบกลับมาด้วยการเคลื่อนไหวทางภาพ แสง สี และเสียง ผ่านหน้าจอโทรทัศน์ โดยมีผู้เล่นเป็นผู้บังคับควบคุมและเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม หมายถึง ส่วนประกอบที่ถูกสร้างขึ้นจาก นักพัฒนาวิดีโอเกมและกลายเป็นวิดีโอเกมหนึ่งเกม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านการเล่น และองค์ประกอบด้านการแสดงผล

องค์ประกอบด้านการเล่น หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการเล่น ผู้เล่นต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ระหว่างการเล่นด้วยการถอดความหมายผ่านระบบสัญญาณ เช่น กฎกติกาในเกม ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น และคุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ โดยองค์ประกอบด้านการเล่นนี้เป็นอีกคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อวิดีโอเกม ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดผู้เล่นให้ติดอยู่กับวิดีโอเกม อีกทั้งยังเป็นจุดที่เชื่อมโยงกับความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกมสู่ผู้เล่นได้โดยตรง

องค์ประกอบด้านการแสดงผล หมายถึง องค์ประกอบที่นำเสนอผ่าน การแสดงผล เช่น ภาพ เสียง เนื้อเรื่องของวิดีโอเกม และประภาทิวติ์โอเกม ผู้เล่นสามารถรับรู้ได้ทันทีผ่านระบบสัญญาณในการอ่านความหมายจากการแสดงผล ของวิดีโอเกม โดยองค์ประกอบด้านการแสดงผล จะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับ องค์ประกอบด้านการเล่น

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมและการวิเคราะห์ ความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology Theory)

Peirce (1931 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, และ ตปากร พุทธเกส, 2555, 163) ได้ให้ความหมายของ “สัญญาณ” ว่าเป็น สิ่งที่มีความหมาย (Meaning) มากกว่า ตัวมันเอง (Sign is Something Which Stands to Somebody for Something in Some Respect) Peirce จึงได้นำเอาระยะห่างระหว่างตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) มาจัดประเภทของ Sign ได้เป็น 3 แบบ ดังนี้

1) ภาพเหมือน (Icon) หมายถึง เครื่องหมายที่มีความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) เป็นไปในลักษณะของความคล้ายคลึง กับสิ่งที่บ่งถึงความคล้ายคลึง (Resemblance) ในขณะเดียวกันภาพเหมือนจะถูก ใช้กระตุ้นความรู้สึกของผู้รับสารได้ เช่น ภาพศพในวิดีโอเกมที่ถูกสังหารกระตุ้น ความสะเทือนอารมณ์แก่ผู้เล่นได้ เป็นต้น

2) ดัชนี (Index) หมายถึง เครื่องหมายที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) เป็นไปในลักษณะของความเป็นเหตุเป็นผล ต่อกัน (Cause and Effect) ที่ชี้บ่งหรือชี้ถึงบางสิ่งบางอย่างอื่น ๆ เช่น ถังน้ำมัน ในวิดีโอเกมที่ถูกแสดงด้วยสีแดง ขณะเดียวกันสามารถแทนได้ถึงการระเบิด เป็นต้น

3) สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง เครื่องหมายที่มีความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) เป็นไปในลักษณะของการถูกกำหนด

ขึ้นเอง แสดงถึงบางสิ่งบางอย่างแต่ไม่ได้คล้ายคลึงกับสิ่งที่มันบ่งชี้ ซึ่งต้องได้รับการยอมรับจนกลายเป็นแบบแผน (Convention) และต้องมีการเรียนรู้เครื่องหมายเพื่อทำความเข้าใจ เช่น สัญลักษณ์รูปเครื่องหมายกาชาดแสดงถึงพลังชีวิต หรือสัญลักษณ์กรอบสีแดงที่ขึ้นเหนือตัวละครในวิดีโอเกมแสดงถึงตัวละครฝ่ายศัตรูของผู้เล่น เป็นต้น

ดังนั้น ในโลกของวิดีโอเกม สัญลักษณ์ (Sign) ทั้ง 3 ที่ปรากฏบนวิดีโอเกมนั้น ไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด สัญลักษณ์หนึ่งที่พบอาจจะแทนได้ทั้งภาพเหมือน ดัชนี และสัญลักษณ์ เช่น เครื่องหมายสวัสดิกะของฝ่ายทหารนาซี เป็นภาพเหมือนของทหารนาซี ในขณะเดียวกันก็เป็นดัชนีตัวแทนของการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ชาวยิว ส่วนในมุมมองของชาวยิวเป็นสัญลักษณ์ของความโหดเหี้ยม ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยาใช้ในการวิเคราะห์หาความหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม

2. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม

เกมเป็นลักษณะของกิจกรรมที่ถูกรุ่นมนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองบางสิ่งบางอย่างของมนุษย์ เช่น เพื่อการแข่งขัน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อบันเทิง เพื่อการเรียนรู้ เพื่อการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมนุษย์ไว้ด้วยกัน เป็นต้น จากที่กล่าวไปในขั้นต้นส่วนประกอบที่สำคัญ ๆ ของเกมที่เห็นได้ชัด คือ เป้าหมาย กฎเกณฑ์ การแข่งขัน และการมีปฏิสัมพันธ์ อีกทั้งเกมมักจะเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจ หรือด้านร่างกาย หรืออาจจะเกี่ยวข้องทั้งสองอย่างประกอบกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดพัฒนาการของทักษะของมนุษย์ที่เล่น

Huizinga (1950, 13) เป็นกิจกรรมที่มีความอิสระที่อยู่นอกเหนือจากชีวิตปกติของผู้เล่นและดูเหมือนไม่มีความจริงจัง แต่ในขณะเดียวกันก็ดึงดูดผู้เล่นให้อยู่กับกิจกรรมนั้น โดยจะทำการเชื่อมโยงผู้เล่นเข้าด้วยกัน แม้จะไม่มีผลประโยชน์หรือสาระสำคัญ แต่กิจกรรมนั้นก็สามารถที่จะดำเนินการไปได้ภายในขอบเขตที่เหมาะสม เช่น เวลาและสถานที่ตามกฎหมายที่ได้กำหนดไว้แล้วอย่างเป็นระเบียบ อีกทั้งกิจกรรมนั้นยังมีแนวโน้มช่วยส่งเสริมการก่อกลุ่มทางสังคมของกลุ่มผู้เล่นที่เต็มไปด้วยความลับ และความตึงเครียดที่แตกต่างจากโลกความเป็นจริงทั่วไป

Juul (2005, 55) ได้แบ่งองค์ประกอบของเกมเป็น 6 ข้อ คือ

1) กฎกติกา เป็นสิ่งจำเป็นของเกมและต้องมีความชัดเจนในการปฏิบัติของผู้เล่น

2) ผลลัพธ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ในเชิงปริมาณ ในระบบการเล่นของเกมนั้น จะมีแต้มต่อสำหรับผู้เล่น โดยแต้มหรือคะแนนนั้นจะเป็นส่วนในการชี้วัดผลลัพธ์ของการเล่นเกม

3) การกำหนดค่าของผลลัพธ์ โดยค่าของผลลัพธ์นั้นจะแตกต่างกันไปตามวิธีการเล่นของผู้เล่น พร้อมมีผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่ผู้เล่นเลือก ส่วนใหญ่ผู้เล่นจะเข้าถึงผลลัพธ์เชิงบวกได้ยากกว่าผลลัพธ์เชิงลบ ซึ่งเป็นความท้าทายต่อผู้เล่น

4) ความพยายามของผู้เล่น เป็นส่วนที่ผู้เล่นต้องใช้ความพยายามเพื่อที่จะมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ โดยมีกรอบกติกาเข้ามาเพื่อให้ผู้เล่นได้ตอบโต้ความท้าทายในกิจกรรม

5) ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ การเล่นของผู้เล่นจะส่งผลต่อผลลัพธ์การเล่น หากผลลัพธ์เป็นบวก ผู้เล่นก็มีความสุข หากผลลัพธ์เป็นลบ ผู้เล่นก็ไม่มีความสุข

6) ผลลัพธ์ที่สามารถต่อรองได้ เกมหรือกิจกรรมสามารถส่งผลกระทบด้านบวกหรือลบให้ผู้เล่นหลังจากกิจกรรมนั้นจบลง ซึ่งผลลัพธ์ขึ้นอยู่กับผู้เล่น เช่น ผลของเกมที่เล่นเพื่อความสุข หรือเมื่อเล่นกิจกรรมนั้นแล้ว ผู้เล่นจะมีความรู้สึกโกรธ ความไม่พอใจ เป็นต้น

การที่เกมหรือกิจกรรมได้ผ่านการวิวัฒนาการตามยุคสมัย ปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการเล่นในพื้นที่ของโลกลงความเป็นจริง ก้าวเข้าสู่พื้นที่โลกเสมือนจริงที่ถูกแบ่งออกโดยการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาจนก่อเกิดเป็น “วิดีโอเกม”

รัฐพล ศรีสว่าง (2553, น. 4) วิดีโอเกม (Video Game) คือ สื่อดิจิทัลเพื่อความบันเทิงชนิดหนึ่ง ด้วยเทคนิคการสื่อสารด้วยภาพและเสียง มีกฎเกณฑ์และเป้าหมายแตกต่างกันไปในแต่ละเกม ซึ่งวิดีโอเกม มีส่วนประกอบ คือ ส่วนปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น (User Interface) กับอุปกรณ์การเล่นเกม (Video Device) เพื่อแสดงผลออกมาทางหน้าจอแสดงผล (Display Device) โดยผู้เล่นจะมีอุปกรณ์ที่ใช้ในการควบคุมที่เรียกว่า คอนโทรลเลอร์ (Game Controller) ในการบังคับควบคุม

จากความหมายข้างต้นของเกมและวิดีโอเกม เมื่อมองเข้าไปในสื่อวิดีโอเกมผู้วิจัยจึงแบ่งองค์ประกอบของวิดีโอเกมเป็น 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านการเล่นและองค์ประกอบด้านการแสดงผล ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบนั้นจะเป็นส่วนที่นำมาศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบของวิดีโอเกม

2.1 องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม จากการแบ่งองค์ประกอบของเกมตามหลักแนวคิดของ Jesper Juul ที่แบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบนั้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับวิดีโอเกมในยุคปัจจุบันจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 6 ข้อนั้นมีความสอดคล้องกับหลักการแนวคิดเรื่องเกมของ Juul 6 ข้อดังนี้

2.1.1 กฎกติกาในเกม หมายถึง วิดีโอเกมวางกฎกติกาให้ผู้เล่นอย่างไร เช่น เมื่อถูกโจมตีจนพลังชีวิตหมด ผู้เล่นก็จะตายในเกมแล้วต้องเล่นใหม่ เป็นต้น

2.1.2 ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น หมายถึง ผู้เล่นต้องใช้ความสามารถในการเล่นตามกฎกติกาที่เกมหรือภารกิจที่ได้กำหนดไว้ เช่น ผู้เล่นจะต้องยิงต่อสู้กับศัตรูภายในเกม โดยมีเวลาเป็นตัวกำหนด แต่ในขณะเดียวกันกติกาในเกมไม่ได้บังคับให้ผู้เล่นเลือกใช้วิธีใดในการเอาชีวิตรอด เป็นต้น

2.1.3 ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น หมายถึง หลังจาก que ผู้เล่นผ่านภารกิจในการเล่นได้แล้ว ผู้เล่นจะได้ผลลัพธ์ซึ่งในวิดีโอเกมคือ “รางวัล” ที่สามารถเอาชนะได้ เช่น ในเกมประเภทสวมบทบาท รางวัลที่ได้ส่วนใหญ่จะเป็นเงินในวิดีโอเกม เป็นต้น

2.1.4 ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม หมายถึง ผู้เล่นสามารถเลือกที่จะกระทำการต่าง ๆ ในวิดีโอเกมได้โดยไม่ถูกจำกัดวิธีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่หลากหลาย เช่น ผู้เล่นเลือกที่จะไม่ต่อสู้กับศัตรูภายในเกมเพื่อที่จะไปให้ถึงเส้นชัยก็ได้ เป็นต้น

2.1.5 การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น หมายถึง ในทุกการเล่นเกมผู้เล่นจะเป็นส่วนหนึ่งของเกมเสมอ อาจจะมาในรูปแบบการเล่นเป็นตัวละครในเนื้อเรื่องของเกม ผู้เล่นอาจจะเป็นทั้งผู้ที่ขับเคลื่อนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวิดีโอเกมตาม que พัฒนาออกแบบไว้ เช่น ผู้เล่นเป็นหนึ่งในพลทหารตัวเกมจะมอบภารกิจแก่ผู้เล่นในการทำภารกิจต่าง ๆ ให้สำเร็จ เป็นต้น

2.1.6 คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ หมายถึง คุณค่าในชัยชนะนั้นจะเกิดกับผู้เล่น แต่จะมีลักษณะเฉพาะที่เกิดกับผู้เล่นรายบุคคล โดยขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ หรืออีกในหนึ่งคือ “รางวัล” เช่น ผู้เล่นจะเกิดความรู้สึกภูมิใจในชัยชนะจากการเล่นวิดีโอเกมของตนเอง ในขณะที่ถ้าผู้เล่นแพ้ในวิดีโอเกมก็จะรู้สึกโมโห โกรธ เป็นต้น

2.2 องค์ประกอบด้านการแสดงผล

2.2.1 ภาพ ปัจจุบันการนำเสนอภาพของวิดีโอเกมนั้น มีการพัฒนาให้มีการแสดงผลภาพแบบ 3 มิติ หรือ 3D ส่งผลให้ขนาดพิกเซลมีความเล็กและเรียงตัวกันถี่มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ภาพที่แสดงออกมามีรายละเอียดมากขึ้น และมีความสมจริงมากยิ่งขึ้น ประกอบกับปัจจุบันได้นำเอาดารา นักแสดงฮอลลีวูดมาเป็นต้นแบบ (Model) ให้แก่ตัวละครในวิดีโอเกม ทำให้ตัวละครในวิดีโอเกมมีความสมจริงและเหมือนมนุษย์ รวมไปถึงการเคลื่อนไหวของตัวละคร และสิ่งมีชีวิตในวิดีโอ มีการใช้เทคโนโลยีการตรวจจับการเคลื่อนไหว (Motion Capture)

2.2.2 เสียง เป็นอีกองค์ประกอบที่ถูกพัฒนาควบคู่มากับภาพของวิดีโอเกม ในปัจจุบันสื่อวิดีโอเกมมีการใช้องค์ประกอบย่อยด้านเสียงซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) เสียงสนทนา (Dialogue) และเสียงบรรยาย (Narration) เป็นเสียงที่ได้ยินจากตัวละครในวิดีโอเกมหรือเสียงพูดที่ไม่ได้ปรากฏบนวิดีโอเกม มีหน้าที่ในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก รวมไปถึงการบอกเล่าเรื่องราวของวิดีโอเกม อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านการเล่นในการอธิบายเป้าหมายหรือภารกิจที่ผู้เล่นต้องไปปฏิบัติ 2) เสียงประกอบ (Sound Effect) เป็นเสียงที่เป็นตัวแทนเสียงของตัวละครที่ช่วยเสริมหรือสร้างบรรยากาศให้มีความสมจริงใกล้เคียงกับโลกความเป็นจริง เช่น เสียงยิงปืน เสียงระเบิด รวมไปถึงเสียงบรรยากาศของสงคราม เป็นต้น 3) เสียงดนตรี (Music) เป็นเสียงที่ใช้เสริมหรือกระตุ้นผู้เล่นให้มีความรู้สึกร่วมไปกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อผู้เล่นหลบหนีจากการไล่ล่าของฝ่ายศัตรู ดนตรีจะทำการกระตุ้นความรู้สึกร่วมให้ผู้เล่นมีความรู้สึกตื่นเต้นในระหว่างการเล่น เป็นต้น

2.2.3 ประเภทวิดีโอเกม วิดีโอเกมมีหลายประเภท โดยแบ่งออกตามลักษณะวิธีการเล่น ซึ่งแต่ละประเภทจะมีการเล่นที่ต่างกันไป ประกอบกับการพัฒนาของเครื่องเล่นวิดีโอเกม ทำให้มีการแบ่งประเภทวิดีโอเกมเพิ่มขึ้นมากมายจากอดีต แต่โดยส่วนใหญ่อ้างอิงการแบ่งประเภทวิดีโอเกมตามเว็บไซต์ Mobygames ซึ่งแบ่งออกได้ 8 ประเภทตามตาราง ดังนี้

ประเภท	ลักษณะของการเล่นของวิดีโอเกม
1. Action	เกมที่เน้นระบบการเคลื่อนไหว ความว่องไวในการเล่น
2. Adventure	เกมที่ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นตัวละครในเกม ต้องทำเป้าหมายในเกมให้สำเร็จจุล่ง
3. Educational	เกมที่เล่นแล้วได้ความรู้ หรือเกมที่ถูกดัดแปลงเพื่อใช้ในการศึกษา
4. Racing/Driving	เกมที่ทำให้ผู้เล่นขับรถแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ เพื่อให้ชนะการแข่งขัน
5. Role-Playing	เกมที่ทำให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครภายในเกมและผจญภัยไปในโลกสมมติ
6. Simulation	เกมที่จำลองการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ สมจริง
7. Sports	เกมที่จำลองการเล่นมาจากกีฬา เช่น เกมฟุตบอล
8. Strategy	เกมที่เน้นการวางแผนควบคุมกองทัพ ประกอบไปด้วยหน่วยทหารย่อย ๆ เข้าทำการสู้รบกัน สามารถใช้เรียกเกมประเภทที่ต้องใช้กลยุทธ์บริหารจัดการได้

3. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์การเล่าเรื่อง

เนื้อเรื่องเป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในวิดีโอเกม ซึ่งในทุก ๆ วิดีโอเกม จะมีกรอบของเนื้อเรื่องที่เล่าเพียงส่วนหนึ่ง และส่วนที่เหลือของเนื้อเรื่อง ผู้เล่นจะเป็นผู้ที่ขับเคลื่อนดำเนินเนื้อเรื่องต่อไป การเล่าเรื่องทำให้ผู้เล่นวิดีโอเกมเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในโลกของวิดีโอเกมอย่างมีที่มาที่ไป

กาญจนา แก้วเทพ (2553) ได้สรุปองค์ประกอบในการเล่าเรื่อง 6 ข้อ ดังนี้

1) ตัวละคร (Character) เป็นองค์ประกอบหลักที่ช่วยขับเคลื่อนเนื้อเรื่องในวิดีโอเกม รวมทั้งการกระทำของตัวละครจะส่งผลต่อการดำเนินเนื้อเรื่องไม่มากนักน้อย

2) โครงเรื่อง (Plot) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะบอกแนวทางของวิดีโอเกมเรื่องนั้น ๆ โดยจะเป็นสิ่งที่บอกให้ทราบถึงการเชื่อมโยงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวิดีโอเกม ด้วยตรรกะเชิงเหตุและผลว่าเหตุการณ์ที่ปรากฏในวิดีโอเกมนั้นมีที่มาที่ไปอย่างไร

3) แก่นเรื่อง (Theme) แนวคิดรวบยอดที่ผู้แต่งเนื้อเรื่องต้องการนำเสนอให้แก่ผู้เล่น เป็นหลักในการดำเนินเรื่องซึ่งอาจไม่ได้บอกเรื่องตรง

4) ฉาก (Setting) เนื่องจากการเล่าเรื่องเป็นการนำเอาเหตุการณ์ที่มีตัวละครดำเนินเนื้อเรื่อง มีการกระทำ ซึ่งในแต่ละเหตุการณ์จะมีมิติของเวลาและสถานที่ประกอบอยู่ด้วยเสมอ

5) ของประกอบฉาก (Props) เป็นส่วนองค์ประกอบย่อยที่ทำหน้าที่บ่งบอกความหมายในทางใด หรือบ่งบอกความหมายในวิดีโอเกม ประกอบกับต้องมีการควบคุมความหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเล่าเรื่องในวิดีโอเกม

6) ความขัดแย้ง (Conflict) สามารถแบ่งได้ทั้งในระดับความขัดแย้งระหว่างตัวละคร ระดับตัวละครกับสังคม หรือแม้กระทั่งภายในจิตใจของตัวละคร ทำให้เกิดการกระทำที่เป็นปรปักษ์ต่อกัน ความไม่ลงรอยในพฤติกรรม ความคิด ความปรารถนา ซึ่งความขัดแย้งเป็นอีกส่วนที่ก่อให้เกิดการดำเนินจุดหักเห อีกทั้งยังเป็นอีกส่วนที่นำไปสู่บทสรุปของเนื้อเรื่องในวิดีโอเกม

C. Levi-Strauss (1950, อ้างถึงใน ประพนธ์ ตติยวรกุลวงศ์, 2553,24) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์ความหมายคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) จะทำให้เห็นพัฒนาการของเหตุการณ์และการแก้ไขปัญหาวัดขัดแย้ง ทำให้สามารถแยกความหมายที่เปิดเผย (Manifest Meaning) ซึ่งเป็นตัวเล่าเรื่องราว ตัวละครทำอะไร มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น กับความหมายแฝงเร้น (Latent Meaning) ที่ปรากฏในเนื้อเรื่องของวิดีโอเกมผ่านการแบ่งสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นส่วน ๆ เพื่อเปรียบเทียบ เช่น ผู้ชายกับผู้หญิง ดำรงกับโจร สงครามกับความสงบสุข เป็นต้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อค้นหาและตีความเกี่ยวกับองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม และใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) จากภาพที่มีเนื้อหาความรุนแรงที่ปรากฏในสื่อวิดีโอเกมผ่านวิดีโอเกมทั้ง 6 เกม

แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมและการวิเคราะห์ความรุนแรงที่ปรากฏในสื่อวิดีโอเกม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 จำนวน 6 เกม ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 เป็นปีของการเปลี่ยนผ่านอุปกรณ์เครื่องเล่นวิดีโอเกมรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการแสดงภาพและเสียงที่มีความสมจริงมากยิ่งขึ้นกว่าเครื่องเล่นวิดีโอเกมรุ่นก่อน การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกวิดีโอเกมที่มีความนิยมและมียอดขายสูงสุดในแต่ละปีจากเว็บไซต์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติยอดขายวิดีโอเกม 3 เว็บไซต์ ได้แก่ Forbes, Vgchartz และ Business Insider เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลยอดขายการขายโดยมีวิดีโอเกมดังนี้

ปี พ.ศ./ค.ศ.	ชื่อวิดีโอเกม	ยอดขายประมาณการ ในปีที่วางจำหน่าย
2557/2014	Call of Duty: Advanced Warfare	16.64 ล้านชุด
2558/2015	Call of Duty: Black Ops III	19.75 ล้านชุด
2559/2016	Call of Duty: Infinite Warfare	10.14 ล้านชุด
2560/2017	Call of Duty: World War 2	17.19 ล้านชุด
2561/2018	Red Dead Redemption 2	19.71 ล้านชุด
2562/2019	Call of Duty: Modern Warfare	16.6 ล้านชุด (ยอดขายถึง ก.พ. 2563)

วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเล่นวิดีโอเกมตามที่คัดเลือกเอาไว้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาองค์ประกอบด้านการเล่นสื่อบิดีโอเกมจากแนวคิดการเล่นเกมนของแจสเปอร์ จูล (Jesper Juul) 6 องค์ประกอบ และองค์ประกอบด้านการแสดงผล 4 องค์ประกอบ แล้วนำข้อมูลที่ได้อ่านบันทึกลงแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Sheet) โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นการศึกษา คือ 1) ตารางสรุปองค์ประกอบสื่อบิดีโอเกม และ 2) ตารางวิเคราะห์ความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำข้อมูลที่ได้จากแบบฟอร์มลงรหัส นำมาวิเคราะห์หาองค์ประกอบสื่อบิดีโอเกม และวิเคราะห์ความรุนแรงที่ปรากฏแบบชัดเจนและปรากฏแบบไม่ชัดเจนว่าเป็นอย่างไร โดยอ้างอิงตามแนวคิดและทฤษฎีที่เป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ใช้การตีความและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา องค์ประกอบสื่อบิดีโอเกมทั้ง 6 เกม พบว่า องค์ประกอบด้านการเล่นทั้ง 6 ด้าน วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ทั้ง 5 เกม ในด้านที่ 1 กฎกติกาในเกม ผู้เล่นจะต้องเคลื่อนที่จากจุดที่เกมกำหนดจากจุด A ไปยังจุด B โดยไม่ให้พลังชีวิตหมด พร้อมทำภารกิจที่ได้รับมอบหมายโดยพลังชีวิตต้องไม่หมด ในด้านที่ 2 ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น ผู้เล่นจะได้แต้มในการพัฒนาตัวละคร การปลดล๊อคอาวุธ รวมถึงการผ่านภารกิจ ในด้านที่ 3 ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น จะมีอุปสรรคที่คอยขัดขวางในการเคลื่อนจากจุด A ไปยังจุด B รวมไปถึงการทำภารกิจประกอบ ในด้านที่ 4 การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น ผู้เล่นจะสวมบทบาทตัวละครหลักของเกม พร้อมขับเคลื่อนเนื้อเรื่องในวิดีโอเกม ในด้านที่ 5 ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม ผู้เล่นสามารถเลือกวิธีการในการเล่นได้ตามความต้องการ แต่จะอยู่ในกรอบที่ผู้พัฒนามาวางไว้ แต่ในวิดีโอเกม

Call of Duty Modern Warfare ผู้เล่นมีตัวเลือกในการเลือกเหตุการณ์ในเนื้อเรื่อง ในด้านที่ 6 คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ ผู้เล่นจะได้ถ้วยรางวัล หรือ เหรียญรางวัลในการพิชิตเกม

ขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 จะมียอดประกอบด้านการเล่นแตกต่างจากวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ใน 4 ด้าน โดยในด้านที่ 1 กฎกติกาในเกม ผู้เล่นจะต้องทำภารกิจที่เกมมอบหมายให้และทำให้สำเร็จ โดยที่พลังชีวิตของตัวละครต้องไม่หมด รวมไปถึงต้องทำตามเงื่อนไขภารกิจ ในด้านที่ 2 ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น ผู้เล่นจะได้แต้มค่าศีลธรรม ค่าความดีและความเลวจากการกระทำของผู้เล่น เพื่อสามารถดำเนินภารกิจของเกมต่อ ในด้านที่ 3 ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น จะมีอุปสรรคที่คอยขัดขวางในการเคลื่อนจากจุด A ไปยังจุด B รวมไปถึงการทำภารกิจประกอบ (ซึ่งมียอดประกอบที่เหมือนกับวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty) ในด้านที่ 4 การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น ผู้เล่นจะสวมบทบาทตัวละครพร้อมขับเคลื่อนเนื้อเรื่องที่จะส่งผลตามค่าศีลธรรมของตัวละครของผู้เล่น ซึ่งอาจทำให้อารมณ์มีการเปลี่ยนแปลง ในด้านที่ 5 ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม ผู้เล่นสามารถเลือกวิธีการเล่นได้ตามความต้องการ โดยขึ้นอยู่กับการเล่นที่ผู้เล่นจะส่งผลกระทบต่อค่าศีลธรรมของตัวละครผู้เล่น ในด้านที่ 6 คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ ผู้เล่นจะได้ถ้วยรางวัล หรือ เหรียญรางวัลในการพิชิตวิดีโอเกม (ซึ่งมียอดประกอบที่เหมือนกันกับวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty)

ส่วนองค์ประกอบด้านการแสดงผลวิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม มีความเหมือนกันในด้านที่ 1 ภาพ และด้านที่ 2 เสียง โดยจะใช้รูปร่างและใบหน้าของดาราฮอลลีวูดในการเป็นแบบของตัวละครและใช้เทคโนโลยีโมชันแคปเจอร์ในการเคลื่อนไหวที่สมจริง ในด้านเสียงจะใช้การบันทึกเสียงของตัวละคร เสียงอาวุธและยานพาหนะ เสียงที่แสดงในวิดีโอเกมจึงมีความสมจริง ส่วนองค์ประกอบด้านที่ 3 ประเภทวิดีโอเกม เกม Call of Duty ทั้ง 5 เกม เป็นวิดีโอเกมแนวแอคชั่นมุมมองบุคคลที่หนึ่ง ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 เป็นวิดีโอเกมแนวแอคชั่นผจญภัย มุมมองบุคคลที่สามโลกเปิด และท้ายสุด ด้านที่ 4 เนื้อเรื่องวิดีโอเกม เกม Call of Duty ทั้ง 5 เกม จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการทหาร

และสงคราม ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ
แก๊งโจรในยุคคาวบอย

องค์ประกอบด้านการเล่นของสื่อวิดีโอเกมที่มีความรุนแรงเป็น ส่วนประกอบ

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมจากวิดีโอเกมทั้ง 6 พบว่า
องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมนั้นมีเงื่อนไขในการจูงใจให้ผู้เล่นใช้ความรุนแรง
รวมถึงความรุนแรงถูกสอดแทรกเข้าไปในองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกม ดังนี้

1. กฎกติกาในเกม ความรุนแรงจะถูกอนุญาตให้ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับ
ผู้เล่นฝ่าฟันศัตรูให้ไปถึงพื้นที่เป้าหมายภารกิจ ในขณะที่เดียวกันสามารถใช้
ความรุนแรงได้กับฝ่ายศัตรูเพียงเท่านั้น ผู้เล่นไม่สามารถหลีกเลี่ยงความรุนแรง
รวมถึงถึงตัวละครฝ่ายตนเองได้ บทลงโทษของการใช้ความรุนแรงกับฝ่ายเดียวกัน
ตัวละครผู้เล่นจะถูกบังคับให้เริ่มเล่นเกมใหม่ แต่ในเกมซีรีส์ Red Dead
Redemption 2 ผู้เล่นสามารถยิงประชาชนได้แต่จะถูกตั้งค่าหัวในการทำผิดกฎหมาย
และเสียค่าศีลธรรมของตัวละครในวิดีโอเกม แต่ผู้เล่นสามารถหลีกเลี่ยงการใช้
ความรุนแรงในเกมได้

2. ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น หรือ “รางวัล” รางวัลในเกม
ซีรีส์ Call of Duty ทั้ง 5 เกม จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเพื่อจูงใจผู้เล่นได้แก่
1) การปลดล็อคภารกิจเนื้อเรื่องให้ดำเนินต่อ และ 2) แด้มหรืออุปกรณ์ในการพัฒนา
ตัวละครของผู้เล่น ซึ่งเงื่อนไขในการได้มาของแด้มและอุปกรณ์ ผู้เล่นจะต้อง
ทำการสังหารศัตรูภายในเกมให้ได้ตามเงื่อนไขที่เกมกำหนดเพื่อเป็นการปลดล็อค
รางวัลเหล่านี้ เช่น การสังหารศัตรูโดยการยิงเข้าที่หัว 20 คน เป็นต้น ส่วนเกม
Red Dead Redemption 2 นอกจากรางวัลที่ได้รับจากการทำภารกิจสำเร็จเป็น
เงินในเกมแล้ว ตัวเกมจะมีระบบแด้มค่าศีลธรรม (Morality Bar) กำกับผู้เล่นอยู่
ซึ่งจะส่งผลชัดเจนเมื่อผู้เล่นเป็นตัวละครที่ดีหรือตัวละครที่เลว จะมีรางวัลตอบแทน
อย่างชัดเจน

3. ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty
มักจะไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ผู้เล่นเลี่ยงการใช้ความรุนแรงในการจัดการศัตรูได้
ส่งผลให้ความรุนแรงถูกใช้เป็นเครื่องมือสำหรับผู้เล่นในการใช้ความพยายาม

เอาชนะอุปสรรค ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 แม้จะมีศัตรูเป็นอุปสรรคเช่นเดียวกัน แต่ในบางภารกิจผู้เล่นแทบไม่ต้องใช้ความรุนแรงในการกำจัดศัตรูเลย

4. การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น ผู้เล่นได้จะรับบทบาทเป็นตัวละครหลักที่มีหน้าที่ดำเนินเนื้อเรื่องของเกม ในวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ยังคงดำเนินเนื้อเรื่องตามบทที่ถูกวางเอาไว้โดยผู้พัฒนา ความรุนแรงจะไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นมีสิทธิเลือกการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นที่ชัดเจนในการเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์ด้วยการไม่ใช้ความรุนแรง ส่งผลให้ผู้เล่นมีทางเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้ความรุนแรง

5. ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม ในวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ผู้เล่นสามารถเลือกที่จะเล่นเกมได้อย่างอิสระ รวมถึงการเลือกใช้ความรุนแรงในการผ่านภารกิจอีกด้วย ในเกม Call of Duty-Modern Warfare ผู้เล่นสามารถเลือกที่จะเข้าสอบสวนตัวละครผู้ก่อการร้ายได้ ถ้าผู้เล่นเลือกที่จะเข้าร่วม ผู้เล่นจะได้ใช้ความรุนแรงในการข่มขู่และใช้กำลังในการสอบสวนผู้ก่อการร้าย แต่ถ้าผู้เล่นเลือกที่จะไม่เข้าร่วมการสอบสวน เกมจะตัดเหตุการณ์นั้นออกไป ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 ตัวเกมนั้นเปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีตัวเลือกที่สามารถเลือกได้สูง อีกทั้งตัวเลือกจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์หรือเนื้อเรื่องของเกม เช่น ผู้เล่นสามารถเลือกได้ว่าจะรับเงินรางวัลหรือรับแต้มศีลธรรมแล้วไม่ได้รับเงิน ซึ่งจะส่งผลให้ตัวละครผู้เล่นเป็นที่รักของชาวเมือง เป็นต้น

6. คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ ในองค์ประกอบข้อนี้ วิดีโอเกมทั้ง 2 ซีรีส์ จะมีลักษณะที่คล้ายกัน 2 ส่วน คือ 1) คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ ในวิดีโอเกม ผู้เล่นจะได้รับเงินรางวัล แต้มพัฒนาตัวละคร หรืออาวุธเพื่อช่วยในการเล่นเกมนี้อย่างง่าย ก็ต่อเมื่อผู้เล่นพิชิตเกมได้ 2) คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับนอกวิดีโอเกม เกมจะมอบเหรียญตราความสำเร็จให้ผู้เล่นเพื่อแสดงให้ผู้เล่นคนอื่นในกลุ่มสังคมออนไลน์เห็นถึงความสำเร็จในการพิชิตความท้าทายต่าง ๆ แต่ในขณะเดียวกัน เหรียญตราบางชนิดก็มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผู้เล่นใช้ความรุนแรง เช่น ผู้เล่นต้องสังหารศัตรูโดยการขว้างระเบิด 100 คน หรือผู้เล่นจะต้องสังหารศัตรูให้ครบ 1,000 คน เป็นต้น

องค์ประกอบด้านการแสดงผลของสื่อวิดีโอเกมที่มีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ

ผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ในด้านการแสดงผลมีความคล้ายกัน 2 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านภาพและเสียง ส่วนองค์ประกอบที่มีความแตกต่างกัน คือ องค์ประกอบด้านประเพณีวิดีโอเกมและเนื้อเรื่องวิดีโอเกม อีกทั้งยังพบความรุนแรงได้เป็นส่วนหนึ่งในแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1. ภาพ ความรุนแรงที่ปรากฏจะถูกแบ่งภาพความรุนแรงออกเป็น 2 แบบ คือ 1) ภาพความรุนแรงจากการเล่นของผู้เล่น พบว่า มีภาพเลือดกระเซ็นออกมาจากการโจมตีของผู้เล่นในศัตรู ยิ่งการโจมตีของผู้เล่นรุนแรงมากขึ้น เช่น การใช้ระเบิด จะทำให้ร่างของศัตรูฉีกขาด แต่ไม่ลงให้เห็นรายละเอียด 2) ภาพความรุนแรงจากเนื้อเรื่องที่เกมกำหนดไว้ จะมีการลงรายละเอียดมากกว่าภาพความรุนแรงแบบแรก เช่น การแสดงให้เห็นภาพอวัยวะของผู้เล่นที่ถูกตัดขาด การจ้องยิงหัวของตัวประกัน เป็นต้น

2. เสียง ความรุนแรงที่ถูกแสดงผ่านเสียงแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ 1) เสียงสนทนาของตัวละครในวิดีโอเกม เช่น เสียงเจ็บปวดหรือทรมาน 2) เสียงประกอบ เช่น เสียงอวัยวะฉีกขาด เสียงระเบิด 3) เพลงประกอบ เช่น เพลงที่ถูกใส่เข้ามาในเหตุการณ์หรือสถานการณ์ระหว่างที่ผู้เล่นกำลังใช้ความรุนแรงกับศัตรู

3. ประเพณีวิดีโอเกม จากกลุ่มตัวอย่างวิดีโอเกมทั้ง 6 เกม กลุ่มวิดีโอเกมในซีรีส์ Call of Duty ทั้ง 5 เกม ที่เป็นเกมแนวแอคชั่นมุมมองบุคคลที่หนึ่งนั้น มีการกำหนดให้ผู้เล่นใช้ความรุนแรงสูงกว่าเกม Red Dead Redemption 2 เนื่องจากตัวเกมไม่ได้ถูกออกแบบมาให้หลีกเลี่ยงการใช้ความรุนแรงแต่กลับผลักดันให้ผู้เล่นใช้ความรุนแรงในการจัดการศัตรูพร้อมเคลื่อนไปยังจุดที่เกมกำหนดเพื่อผ่านภารกิจ ส่วน Red Dead Redemption 2 ตัวเกมเปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีทางเลือกในการใช้ความรุนแรงมากกว่า แต่ในบางความท้าทายที่ผู้เล่นจะต้องปลดล็อคกลับไม่ต้องใช้ความรุนแรง เช่น ถ้าผู้เล่นอยากให้อวัยวะมีความอืดในการวิ่ง ผู้เล่นก็เพียงให้อวัยวะวิ่งบ๊อย ๆ เป็นต้น

4. การเล่าเรื่องของวิดีโอเกม เมื่อวิเคราะห์เนื้อเรื่องของวิดีโอเกมทั้ง 6 เกม ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก วิดีโอเกมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสงคราม และกลุ่มที่สอง วิดีโอเกมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มโจร ประกอบกับนำแนวคิด ความหมายตรงข้าม (Binary Opposition) พบว่า ความรุนแรงจะถูกใช้อย่างมีเหตุผลรองรับตามบทบาทของตัวละคร ตัวเอก-ตัวร้าย ด้านโครงเรื่องและแก่นเรื่อง ในวิดีโอเกม Call of Duty ฝ่ายตัวเอกจะต้องใช้ความรุนแรงในการหยุดยั้งฝ่ายตัวร้าย ส่วนเกม Red Dead Redemption 2 จะใช้ความรุนแรงในการปล้นชิงทรัพย์สิน และแย่งชิงอำนาจฝ่ายตัวร้าย รวมถึงการลดคุณค่าความเป็นมนุษย์ของฝ่ายตัวร้าย โดยการนำเสนอภาพของอีกฝ่ายในการทำเรื่องที่โหดเหี้ยม เงื่อนไขดังกล่าวจึงทำให้ผู้เล่นไม่มีความรู้สึกผิดหรือมีความเห็นใจในการใช้ความรุนแรงกับฝ่ายตัวร้าย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปตารางเปรียบเทียบองค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกม ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมด้านการเล่น

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการเล่น	
1. กฎกติกาในเกม	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ใช้การเคลื่อนที่จากจุด A ไปยังจุด B โดยไม่ให้พลังชีวิตหมด พร้อมทำภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นจะต้องทำภารกิจที่เกมมอบหมายให้สำเร็จ โดยที่พลังชีวิตของตัวละครต้องไม่หมด
2. ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ผู้เล่นจะได้แต้มในการพัฒนาตัวละคร การปลดล็อกอาวุธ รวมถึงการผ่านภารกิจ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นจะได้แต้มศีลธรรม ค่าความดีและความเลว จากการกระทำของผู้เล่น เพื่อให้สามารถดำเนินภารกิจของเกมต่อ

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการเล่น	
3. ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) จะมีอุปสรรคที่คอยขัดขวางการเคลื่อนจากจุด A ไปยังจุด B รวมไปถึงการทำการกิจย่อยประกอบ
4. การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น	วิดีโอเกม Call of Duty ผู้เล่นจะสวบบทบาทตัวละครหลักพร้อมขับเคลื่อนเนื้อเรื่องในวิดีโอเกมแต่จะไม่สามารถเปลี่ยนเนื้อเรื่องของวิดีโอเกมได้ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 เนื้อเรื่องจะส่งผลตามค่าศีลธรรมของตัวละครของผู้เล่น ซึ่งทำให้เนื้อเรื่องมีการเปลี่ยนแปลง
5. ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม	วิดีโอเกม Call of Duty ผู้เล่นสามารถเลือกวิธีการในการเล่นได้ตามความต้องการ แต่จะอยู่ในกรอบที่ผู้พัฒนาวางไว้ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นสามารถเลือกวิธีการเล่นได้ตามความต้องการ โดยขึ้นอยู่กับการกระทำของผู้เล่นที่จะส่งผลต่อค่าศีลธรรมของตัวละครผู้เล่น
6. คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) ผู้เล่นจะได้ถ้วยรางวัล หรือเหรียญรางวัลในการพิชิตวิดีโอเกม

ตารางที่ 2 ตารางสรุปความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมด้านการแสดงผล

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการแสดงผล	
1. ภาพ	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) ภาพในวิดีโอเกมจะใช้รูปร่างและใบหน้าของดาราฮอลลีวูดเป็นแบบของตัวละครและใช้เทคโนโลยีโมชันแคปเจอร์ ในการเคลื่อนไหวที่สมจริง

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการแสดงผล	
2. เสียง	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) ใช้การบันทึกเสียงของตัวละคร เสียงอาวุธและยานพาหนะ จากคนและสิ่งของในโลกความเป็นจริง เสียงที่แสดงในวิดีโอเกมจึงมีความสมจริง
3. ประเภทวิดีโอเกม	วิดีโอเกม Call of Duty ทั้ง 5 เกม เป็นวิดีโอเกมแนวแอคชั่น มุมมองบุคคลที่หนึ่ง ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 เป็นวิดีโอเกมแนวแอคชั่นผจญภัย มุมมองบุคคลที่สามโลกเปิด
4. เนื้อเรื่องวิดีโอเกม	วิดีโอเกม Call of Duty ทั้ง 5 เกม จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการทหารและสงคราม ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับแก๊งโจรในยุคคาวบอย

ตารางที่ 3 ตารางสรุปความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมด้านการเล่น

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการเล่นที่มีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ	
1. กฎกติกาในเกม	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ความรุนแรงเป็นเครื่องมือสำหรับผู้เล่นในการฝ่าฟันศัตรูให้ไปถึงพื้นที่เป้าหมาย การकिผู้เล่นไม่สามารถหลีกเลี่ยงความรุนแรงได้ ในขณะที่ Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นสามารถใช้ความรุนแรงได้ แต่จะถูกตั้งคำถามในการทำผิดกฎหมายและเสียค่าศีลธรรมของตัวละครในวิดีโอเกม
2. ผลลัพธ์จากการเล่นของผู้เล่น	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty ผู้เล่นจะได้แต้มในการพัฒนาตัวละคร การปลดล๊อคอาวุธ รวมถึงการผ่านภารกิจ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นจะได้แต้มศีลธรรมค่าความดีและความเลว จากการกระทำของผู้เล่น เพื่อให้สามารถดำเนินภารกิจของเกมต่อ

องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการเล่นที่มีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ	
3. ความพยายามในการเล่นของผู้เล่น	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty มักจะไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ผู้เล่นเลี่ยงการใช้ความรุนแรงในการจัดการศัตรู ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นสามารถหลีกเลี่ยงความรุนแรง รวมไปถึงบางภารกิจ ผู้เล่นแทบไม่ต้องใช้ความรุนแรงในการกำจัดศัตรูเลย
4. การเป็นส่วนหนึ่งของการเล่น	วิดีโอเกม Call of Duty ความรุนแรงจะถูกนำเสนอตามเนื้อเรื่องของวิดีโอเกม ผู้เล่นไม่สามารถหลีกเลี่ยงความรุนแรงได้ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ผู้เล่นมีสิทธิเลือกการเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นที่ชัดเจนในการเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์ด้วยการไม่ใช้ความรุนแรง ส่งผลให้ผู้เล่นมีทางเลือกที่จะใช้หรือไม่ใช้ความรุนแรง
5. ผลลัพธ์ที่ผู้เล่นสามารถเลือกได้ในวิดีโอเกม	วิดีโอเกม Call of Duty ผู้เล่นสามารถเลือกใช้ความรุนแรงในการผ่านภารกิจตามรูปแบบการเล่นของผู้เล่น ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 ตัวเกมนั้นเปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีตัวเลือกที่สามารถเลือกได้สูง การใช้ความรุนแรงจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์หรือเนื้อเรื่องของเกม
6. คุณค่าของผลลัพธ์ที่ผู้เล่นจะได้รับ	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) ความรุนแรงจะถูกใช้เพื่อให้ได้รับรางวัล เช่น แต้มในการพัฒนาตัวละคร เงินรางวัลในเกม รวมไปถึงเหรียญตราแห่งความสำเร็จ เช่น ผู้เล่นจะต้องสังหารศัตรูให้ครบ 1,000 คน เป็นต้น

ตารางที่ 4 ตารางสรุปความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม
ด้านการแสดงผลที่มีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ

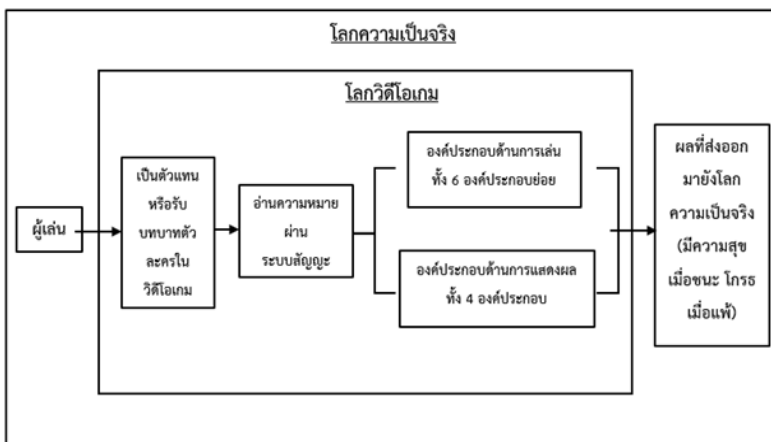
องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม	ความเหมือนและความแตกต่างขององค์ประกอบ
ด้านการแสดงผลที่มีความรุนแรงเป็นส่วนประกอบ	
1. ภาพ	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) แสดงภาพความรุนแรงออกเป็น 2 แบบ คือ 1) ภาพความรุนแรงจากการเล่นของผู้เล่น และ 2) ภาพความรุนแรงจากเนื้อเรื่องที่เกมกำหนดไว้
2. เสียง	วิดีโอเกมทั้ง 2 กลุ่ม (Call of Duty และ Red Dead Redemption 2) แสดงความรุนแรงผ่านเสียงออกเป็น 3 แบบ คือ 1) เสียงสนทนาของตัวละครในวิดีโอเกม เช่น เสียงเจ็บปวดหรือทรมาน 2) เสียงประกอบ เช่น เสียงอวัยวะฉีกขาด 3) เพลงประกอบ เช่น เพลงที่ถูกใส่เข้ามาในเหตุการณ์ที่ผู้เล่นกำลังกำลังใช้ความรุนแรงกับศัตรู
3. ประเภทวิดีโอเกม	วิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty เป็นแนวเกมแอคชั่นมุมมองบุคคลที่หนึ่ง มีการกำหนดให้ผู้เล่นใช้ความรุนแรงสูงและไม่สามารถหลีกเลี่ยงความรุนแรงได้ ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 เป็นเกมแนวโลกเปิดอิสระ ตัวเกมจะเปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีอิสระในการเลือกใช้ความรุนแรงหรือหลีกเลี่ยงความรุนแรงได้มากกว่าวิดีโอเกมซีรีส์ Call of Duty
4. การเล่าเรื่องของวิดีโอเกม	วิดีโอเกม Call of Duty มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสงคราม ผู้เล่นจะต้องใช้ความรุนแรงในการหยุดยั้งฝ่ายตัวร้าย ในขณะที่วิดีโอเกม Red Dead Redemption 2 เนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มโจร ความรุนแรงจะถูกใช้ในการปล้นชิงทรัพย์สินและเพื่ออำนาจ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมทั้งด้านการเล่น และการแสดงผล ผู้วิจัยพบว่า ผู้เล่นจะต้องเป็นตัวแทนในการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่โลกวิดีโอเกมในการเล่น ตัวเกมจะจำลองสถานที่หรือเหตุการณ์ที่มีกฎหรือข้อบังคับที่เป็นไปตามองค์ประกอบด้านการเล่น สร้างความหมายระหว่างผู้เล่นผ่านองค์ประกอบด้านการแสดงผล เช่น ภาพ เสียง เนื้อเรื่องหรือข้อความบนหน้าจอที่ปรากฏในวิดีโอเกมส่งไปยังผู้เล่นทำให้ผู้เล่นต้องอ่านความหมายของตัวสารในรูปแบบสัญลักษณ์ 3 ระดับ ตามแนวคิดทฤษฎีสัญวิทยา ในเบื้องต้นผู้เล่นจะรับรู้ได้ว่าตนเองกำลังสวมบทบาทผ่านตัวละครและมีวัตถุประสงค์อย่างไรในการเล่น นอกเหนือจากความเพลิดเพลินในการเล่นแล้ว ผู้เล่นจะมีการตอบสนองต่อการตีความหมายอย่างชัดเจนในโลกของวิดีโอเกม ซึ่งอุปสรรคและเงื่อนไขการผ่านภารกิจ ผู้เล่นจะต้องทำความเข้าใจความหมายที่พบเพื่อผ่านด่านและอุปสรรค จนเมื่อผู้เล่นผ่านภารกิจตัวเกมจะมอบรางวัลเป็นสิ่งตอบแทนและเสนอรางวัลที่มีคุณค่ามากกว่าเดิมเป็นสิ่งจูงใจในการเล่นเกมต่อ และในท้ายที่สุด ผลลัพธ์จากการเล่นจะถูกส่งมายังโลกแห่งความเป็นจริง เช่น ผู้เล่นมีความสุขเมื่อได้รับชัยชนะ หรือมีความโกรธเมื่อพ่ายแพ้ โดยกระบวนการในการเล่น ผู้เล่นจะเป็นฝ่ายที่ยินยอมในการปฏิบัติตามกฎและข้อบังคับต่าง ๆ ในโลกของวิดีโอเกม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Victor Turner (1982) ได้ระบุว่า วิดีโอเกมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ “Liminoid” หรือสภาวะสมมติของผู้เล่น ก่อให้เกิดภาวะจิตสำนึกร่วม (Communitas) หรือภาวะต่อต้านโครงสร้าง (Antistructure) ซึ่งในภาวะนี้ ผู้เล่นจะถูกปลดปล่อยจากพันธนาการจากโครงสร้างทางสังคม (Turner, อ้างถึงใน ก้องสกุล กวินรวีกุล, 2561: 9) ดังนั้น การเล่นเกมจึงมีความจริงในการเล่นและจำเป็นต้องอยู่ในขอบเขตอันเหมาะสม (Turner, อ้างถึงใน อาทิตยเจียมรัตตัญญู, 2558, น. 43) ผู้เล่นมีความจำเป็นที่จะต้องอ่านความหมายชุดคำสั่งที่เปรียบเสมือน “อาณาจักรย่อยของคำสั่ง” ซึ่งเป็นพื้นที่ทางพิธีกรรมเพียงชั่วคราวที่มีกฎ ข้อจำกัด และเปิดโอกาสให้ทำกิจกรรมที่เป็นสิ่งต้องห้ามในโลกของความเป็นจริงเช่น การฆาตกรรมหรือการทำร้ายร่างกาย สำหรับ Turner มองว่า

พื้นที่ในการเล่นวิดีโอเกมเป็นพื้นที่แห่งการพักผ่อน (Turner, as cited in Jon and Helen, 2006, p. 100) จึงสามารถสรุปองค์ประกอบวิดีโอเกมได้ตามแผนภาพดังนี้

ภาพที่ 1 แผนภาพองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกม



นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านการเล่นและองค์ประกอบด้านการแสดงผลของสื่อวิดีโอเกมจะมีการสลับตำแหน่งการเป็นองค์ประกอบหลักหรือองค์ประกอบรองของสื่อวิดีโอเกมอยู่เสมอ ตามความต้องการจุดเด่นของตัวเกมสำหรับทีมผู้พัฒนา อย่างไรก็ตาม Juul ได้เสนอว่า องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมั้นไม่ผูกกับสื่อเฉพาะประเภทอื่น ทีมพัฒนาสร้างวิดีโอเกมขึ้นมาด้วยพื้นฐานที่สอดคล้องกับภาพยนตร์ วิดีโอเกมก็เหมือนผืนผ้าใบจิตรกรรมหรือเนื้อหาในนวนิยาย ไม่ได้หมายความว่าเกมทั้งหมดจะเหมือนกัน แต่องค์ประกอบด้านการเล่นทั้ง 6 เป็นสิ่งที่ทำให้วิดีโอเกมแตกต่างกัน (Juul, 2003: 13)

ดังนั้น เมื่อมองผ่านองค์ประกอบของตัวสื่อวิดีโอเกมในยุคปัจจุบัน จะสามารถทำความเข้าใจสื่อวิดีโอเกมได้ดียิ่งขึ้น ทุกองค์ประกอบต่างมีความสัมพันธ์และทำหน้าที่สอดประสานกันอย่างลงตัว แม้วิดีโอเกมจะมีวัตถุประสงค์หลักในการจูงใจให้ผู้เล่นติดอยู่กับการเล่น เพื่อพิชิตเกมหรือรางวัลจากตัวเกม

ความรุนแรงที่เปรียบเสมือนเครื่องมือสำหรับพิชิตรางวัลของผู้เล่น จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในวิดีโอเกมยุคปัจจุบัน รวมไปถึงการสร้างภาพตัวแทนของความคิดความเชื่อตามมุมมองของผู้พัฒนา ที่เป็นตัวเร่งการลดระดับการรับรู้ทางด้านศีลธรรมของผู้เล่นให้เหลือน้อยลง และอาจสร้างการรับรู้ภาพจำที่ไม่ดีของลักษณะผู้คนที่เป็ฝ่ายศัตรูที่ปรากฏบนวิดีโอเกมให้แก่ผู้เล่น แม้ในปัจจุบันองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมด้านการเล่นจะมีระบบแต้มศีลธรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นมีทางเลือกในการใช้หรือไม่ใช้ความรุนแรงเพื่อรับรางวัลในวิดีโอเกม แต่ในท้ายที่สุด ด้วยคุณสมบัติเฉพาะของสื่อวิดีโอเกมที่เปิดโอกาสให้ผู้เล่นต่อรองกับตัวสาร (Message) ในสื่อ ผู้เล่นจะเป็นผู้เลือกการเล่นที่เหมาะสมแก่ตนเอง และนำผลลัพธ์หรือคุณค่าที่ได้จากการเล่นออกมาในโลกแห่งความจริง เช่น ความรู้สึกดีใจเมื่อพิชิตเกมได้ หรือรู้สึกโกรธเมื่อพ่ายแพ้จากการเล่น รวมไปถึงการนำรางวัลจากโลกของวิดีโอเกมมาเพื่อเป็นตอบสนองความต้องการส่วนตัว หรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้เล่นด้วยกัน ในการสร้างชุมชนกลุ่มผู้เล่นวิดีโอเกม จนไปถึงการก่อตัวเป็นวัฒนธรรมย่อยของการเล่นวิดีโอเกม เช่น การสะสมสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวิดีโอเกม หรือการรวมตัวจัดการแข่งขันวิดีโอเกมระดับโลก

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างประเภทวิดีโอเกมแนวแอคชั่นเท่านั้น ควรมีการศึกษาวิดีโอเกมแบบอื่น ๆ เพื่อช่วยทำให้ได้ข้อพบเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการเล่นและความรุนแรงที่ปรากฏบนวิดีโอเกมที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเพียงการวิเคราะห์หัตถบทและเนื้อหาในการวิเคราะห์สื่อวิดีโอเกม ดังนั้น ควรนำองค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมไปศึกษากับผู้เล่นโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อยืนยันการรับรู้องค์ประกอบสื่อวิดีโอเกมและยอมรับการใช้ความรุนแรงในวิดีโอเกมของผู้เล่น

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยเปิดมุมมองและขยายวิธีวิทยาใหม่ ๆ ด้านวิดีโอเกมศึกษาเพื่อสร้างความหลากหลายในแวดวงวิชาการในด้านการสื่อสารต่อไป
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสื่อวิดีโอเกมสามารถนำข้อค้นพบไปปรับใช้ในการพิจารณาเรตติ้งสื่อวิดีโอเกม รวมไปถึงสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาสร้างชุดความรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อวิดีโอเกม
3. ผู้เล่นเกมที่เป็นเยาวชนและผู้ปกครองสามารถศึกษาข้อค้นพบเพื่อรู้เท่าทันสื่อวิดีโอเกม รวมไปถึงนำไปสู่การลดปัญหาการติดเกมในสังคมไทยปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ก้องสกล กวินรวีกุล. (2560). *มานุษยวิทยาการท่องเที่ยว: กรอบแนวคิดและคุณูปการทางทฤษฎี*. วารสารรามคำแหง, 36(2), 8-9.
- กาญจนา แก้วเทพ และ ตปากร พุทธเกส. (2555). *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ การ์ตูน/โทรทัศน์/แฟนคลับ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ตะวันเศรษฐ์ เซ็นนันท์. (2549) *พฤติกรรมและผลกระทบของการเสพติดเกมออนไลน์ของกลุ่มผู้เล่นเกมในระดับนักเรียนนักศึกษา*. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไทยรัฐ. (2559). *รวบ 5 โจ้ดร้า ทูบหัว นทท. ชิงเงิน อ้างเป็นโจรเลียนแบบเกม สนุกได้หนีตำรวจ*. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562, จาก: <https://www.thairath.co.th/content/576121>

ประพนธ์ ตติยวรกุลวงศ์. (2553). *การเล่าเรื่องและทัศนคติของผู้ชมเกี่ยวกับความรุนแรงผ่านภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ฮอลลีวูด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.

ปริศนา เพชรบุรณิน. (2555). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับสังคมไทย*. วารสารวิชาการ ปทุมวัน, 3(1), 39-45

รัฐพล ศรีสว่าง. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี BROWSER-BASED GAME*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี.

วนิพล มหาอาษา. (2554) *เกมคอมพิวเตอร์ กับพฤติกรรมก้าวร้าวในเด็ก และเยาวชน: ข้อค้นพบจากงานวิจัย ประชากรและสังคม 2554* ครุศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาโสตทัศนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศมพรรัตน์ ขุนทิพย์ กานดา จันทรแย้ม และ ชอลดา พันธูเสนา. (2553). *ผลกระทบของการเล่นเกมออนไลน์ที่มีเนื้อหารุนแรงต่อพฤติกรรมก้าวร้าว: กรณีศึกษา นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. วารสารศิลปศาสตร์ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1, 61-74.

อาทิตย์ เจียมรัตติบุญ. (2561) *นาฏกรรมแห่งอำนาจ: ละครผู้หญิงของหลวงกับการเมืองวัฒนธรรมในราชสำนักสยาม*. ชุมทางอินโดจีน. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปริทัศน์, 4(6), 43.

ภาษาอังกฤษ

Jesper Juul. (2003). *The Game, The Player, The World: Looking for a Heart of Gameness*, in Copier, M. and Raessens, J. (eds) Level Up: Digital Games Research Conference Proceedings. University of Utrecht, pp. 30-47.

- Jesper Juul. (2005). *Half-Real*. Cambridge, Mass: The MIT Press.
- Johan Huizinga. (1950). *HOMO LUDENS*. Great Britain: Redwood Burn Ltd, Trowbridge & Esher.
- Jon Dovey, and Helen W. Kennedy. (2006). *Game Cultures Computer Games as New Media*. Open University Press, Maidenhead, England.
- Johan Huizinga. (1950). *Homo Ludens: A Study of the Play-element in Culture*. Roy.
- Mobygames. (2017). *Genre Definitions*. Retrieved from: <https://www.mobygames.com/glossary/genres>
- Patricia M. Greenfield. (1984). *Mind and Media: The Effects of Television, Video Games, and Computers*. Harvard University Press.
- The Verge. (2019). *Trump and Republicans continue to blame video games for their failures on gun control*. Retrieved from: <https://www.theverge.com/2019/8/5/20754793/trump-gun-control-video-games-violence-republicans-no-evidence-dayton-el-paso-texas-ohio>
- Victor Turner. (1974). *Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbolology*. Rice Institute Pamphlet-Rice University Studies.

กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระ
ตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล
Communication Process of Public Issues
by Independent News Agency
Based on Data-Driven Journalism

ธีรมล บัวงาม¹ Teeramon Buangam
นรินทร์ นำเจริญ² Narin Numcharoen

Received: 8 June 2020, Revised: 18 October 2020, Accepted: 3 November 2020

¹ ธีรมล บัวงาม (ศศ.ม. สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2563)

Teeramon Buangam (M.A. in Communication Studies, Chiang Mai University, 2020)

Corresponding Author E-mail: teeramol.bua@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ นำเจริญ อาจารย์ประจำ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Narin Numcharoen, Ph.D., Lecturer of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University
คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ 50200

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

Corresponding Author E-mail: narin.num@cmu.ac.th

บทคัดย่อ

วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลเป็นแนวคิดและทักษะรายงานข่าว ซึ่งเป็นที่นิยมในสังคมตะวันตก และแพร่กระจายเข้ามาในแวดวงสื่อไทย เพื่อเปิดโอกาสให้สื่อสามารถเข้าถึง นำข้อมูลดิจิทัลจากภาครัฐและเอกชนมารายงานข่าวโดยใช้ตัวข้อมูลเป็นแกนหลัก งานวิจัยจึงมุ่งศึกษากระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และกระบวนการรายงานข่าวด้วยวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระของไทย จำนวน 5 แห่ง ศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ในระหว่างเดือนมกราคม 2561-พฤษภาคม 2562 พบว่าการรายงานข่าวแบบวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ถูกนำมาใช้เพื่อเสริมการรายงานข่าวเชิงลึก ติดตามประเด็นที่เป็นวาระของสื่อมากกว่าวาระสาธารณะหรือวาระทางนโยบาย สรุปได้ว่า การนำแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสื่ออิสระจัดอยู่ในระยะเริ่มต้น ไม่ได้พร้อมสมบูรณ์เช่นในตะวันตก ด้วยข้อจำกัดของกำลังคนงบประมาณ การเข้าถึงข้อมูลภาครัฐและเอกชน ฉะนั้น สาธารณชนควรร่วมกันผลักดันให้เกิดสังคมที่เปิดเผยข้อมูล สื่ออิสระควรเชื่อมโยงการทำงานด้านข้อมูลระหว่างกัน เพื่อคงหลักประกันสิทธิที่จะรู้ของพลเมืองไทยในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล, วารสารศาสตร์ข้อมูล, สำนักข่าวอิสระ

Abstract

Data-driven Journalism is well-known concept for news reporting skill set from the West. Thai media adopt it to select digital information for news reporting using data as a key informant. The research aims to study public issues and the process of data-driven journalism of the five Thai independent news agencies applying Content Analysis, Participatory Observation, In-dept Interview methodology during January 2018 to May 2019. The research found that

these Agencies apply data-driven journalism merely in the aspect of enhancing their investigative and in-depth news reporting for agenda setting, and do not employ it in the same level for all the reporting. In short, Data-driven journalism is still at the initial stage. The news agencies could not make best use of the full concept of data-driven journalism aiming for policy or public agenda setting as equivalent level to the west that usually applied because of the limitation such as human resource, the budget, non-open data government. Therefore, in order to develop the data-driven journalism for the Thai future context, public should advocate for open data from both government and private sectors in order to have enough accessibility to practice skill sets on capacity-building and be able to exhaust the data-driven journalism for the better public sphere. Another suggestion is that there should be collaboration among many independent news agencies to improve the citizen's rights to know in the digital age.

Keywords: Data-driven journalism, Data journalism, Independent news agency

บทนำ

นับจากการคิดค้นแท่นพิมพ์กูเทนเบิร์ก จนถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารไร้สาย ได้เชื่อมโยงผู้คนด้วยกิจกรรมการสื่อสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมทางคอมพิวเตอร์และเครือข่ายการสื่อสารจำนวนมากเห็นไปในทางเดียวกันว่า เทคโนโลยีการสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงสถาบันต่าง ๆ จากภายนอกและภายใน สถาบันเก่าแก่ต่าง ๆ จะต้องปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยงของการตกยุค ไม่สัมพันธ์กับสังคมยุคใหม่ เฮอร์ลิ่ง และจาร์เรค โคเฮน (2556) สองผู้บริหารบริษัทกูเกิล ฉายภาพอนาคตในหนังสือดิจิทัลเปลี่ยนโลกว่า มนุษย์

ทุกคนจะมีประสบการณ์ที่เชื่อมต่อในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างรวดเร็ว และผ่านช่องทาง-อุปกรณ์หลากหลาย ผลกระทบที่สำคัญที่สุดของความแพร่หลายทางเทคโนโลยีการสื่อสาร คือ การย้ายศูนย์รวมอำนาจออกจากรัฐกับอำนาจเชิงสถาบันต่าง ๆ ได้ถ่ายโอนไปสู่ปัจเจกบุคคล ทำให้การควบคุม กดขี่ และบีบบังคับประชาชนทำได้ยากกว่าเดิม

สำหรับประเทศประชาธิปไตยจะถูกบังคับให้ต้องรับฟังเสียงต่าง ๆ มากขึ้น และยังเป็นเรื่องยากยิ่งขึ้นที่การคอร์รัปชัน อาชญากรรม และเรื่องอื้อฉาวส่วนตัวจะหลุดรอดจากสายตาในยุคที่ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง เนื่องจากปริมาณข้อมูลของทุกคนที่เข้าสู่พื้นที่สาธารณะ ข้อมูลเหล่านั้นจะมากเกินไปให้คนทั้งหลายเดินทางตรวจสอบอย่างแน่นนอน นักเคลื่อนไหว กลุ่มเฝ้าระวังและประชาชนทั่วไปจะทำงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้นำของตนต้องรับผิดชอบ และพวกเขาจะมีเครื่องมือสำหรับตรวจสอบว่ารัฐบาลบอกความจริงกับพวกเขาหรือไม่ (เอरिक ชมิดท์ และ จาเร็ค โคเฮน, 2556, น. 16-18, 81)

ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสาร และข้อมูลสารสนเทศและพฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว ทำให้ข้อมูลข่าวสารทั้งที่ผลิตขึ้นโดยสื่อวิชาชีพสื่อพลเมืองผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไหลเวียน เชื่อมต่อผ่านระบบสื่อสาร ถูกจัดเก็บเป็นข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) เพื่อนำไปประมวลผลตามวัตถุประสงค์ของผู้เข้าถึง รวบรวมเป็นเจ้าของข้อมูล สำหรับผู้ใช้อำนาจรัฐ คือ การรับรู้พฤติกรรมของพลเมือง สำหรับนักธุรกิจเอกชน คือ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ขณะที่นักวารสารศาสตร์อาจกล่าวได้ว่า คือ การทำความเข้าใจสาธารณะ

สำหรับด้านวารสารศาสตร์ นับจาก พ.ศ. 2554 (ค.ศ. 2011) เป็นต้นมาในโลกตะวันตกได้เกิดกระแสการใช้ข้อมูลในฐานะที่เป็นจุดตั้งต้นของการรายงานข่าวจนถูกเรียกว่า Data-Driven Journalism หรือ Data Journalism ซึ่งกรณีนี้ สฤณี อาชวานันทกุล หนึ่งในผู้ก่อตั้งสำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า ถ้ายกมาเป็นภาษาไทยว่า วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล และนำเสนอในงานสัมมนา Eisenhower Fellowship Alumni (Thailand) ในปี พ.ศ. 2557 ทำให้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลเริ่มถูกรับรู้ กล่าวคือ เป็นงานวารสารศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลในฐานะที่เป็นแหล่งข่าวที่สามารถสื่อสารได้ด้วยตัวของมันเอง ผ่านกระบวนการ

รวบรวมข้อมูล คัดกรอง นำเสนอข้อมูลด้วยกระบวนการที่ผ่านคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง ยกตัวอย่างเช่น สามารถเขียนและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยสะสมรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอประเด็นซับซ้อนที่มีข้อมูลมหาศาลให้เป็นอินโฟกราฟิกที่เข้าใจง่าย ซึ่งต่อยอดจากแนวทางตามแบบแผนเดิมที่เคยใช้ข้อมูลในฐานะส่วนประกอบ หรือการมีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อีกทั้งยังมีนักวิเคราะห์ข้อมูล เข้ามาทำงานร่วมกับผู้สื่อข่าว หรือเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในกองบรรณาธิการ หรือทำงานกันเองเฉพาะผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และบรรณาธิการ

อย่างไรก็ตาม ความสนใจต่อแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลในประเทศไทยยังอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่มคนที่สนใจ มีการก่อตัวเป็นกลุ่มวารสารศาสตร์แห่งอนาคต ซึ่งเป็นเครือข่ายความร่วมมือของนักวิชาการ นักวิชาชีพ ที่เห็นว่าต้องมีการปฏิรูปองค์ความรู้และการเรียนการสอนด้านวารสารศาสตร์ที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร จนผลิตตำราวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ ในปีพ.ศ. 2557 และมีเนื้อหาบทเฉพาะที่ว่าด้วยวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล จัดเป็นทักษะอีกอย่างหนึ่งของวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ ที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการสังเคราะห์ข้อมูลออกมาสื่อสารอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย

ในอีกด้านหนึ่ง สำนักข่าวขนาดเล็ก องค์กรสื่อภาคข่าวภาคประชาสังคม ในประเทศไทย ซึ่งอาจเรียกรวม ๆ กันว่า สำนักข่าวอิสระ ได้ให้ความสนใจแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล นำเข้ามาผนวกกับการรายงานข่าวสืบสวน หรือหยิบยกข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่สามารถแปลงค่าเป็นเชิงปริมาณ นำเสนอผ่านตัวเลขสถิติต่าง ๆ ในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งเดิมมักนำเสนอในรูปแบบของข่าวตีความ รายงานพิเศษที่อาศัยการสัมภาษณ์ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญในการไขความหมายเบื้องหลังเหล่านั้น หรือนำเสนอข้อมูลให้ผู้ใช้ตีความ ทำความเข้าใจเรื่องด้วยตัวเอง จนอาจยกระดับปรากฏการณ์เล็กให้เป็นเรื่องที่มีความสนใจต่อสาธารณะได้ดังปรากฏการณ์นำเสนอข่าวตามแนวทางวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล อยู่เป็นระยะ โดยนำเสนอประเด็นที่มีความสำคัญแต่ยากต่อการทำความเข้าใจ เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน เชื่อมโยงข้อมูลเชิงปริมาณนำเสนอผ่านรูปแบบที่ทำความเข้าใจง่าย หรือนำเสนอประเด็นทั่วไปที่อาจไม่ได้อยู่ในการรับรู้ หรือกระแสมหาชนของสาธารณะ เช่น สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อ

สิทธิพลเมือง เป็นต้น ผนวกกับมีแหล่งทุนจากต่างประเทศให้การสนับสนุนองค์กร
สือขนาดเล็กและสืออิสระเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติด้านวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล
ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยกระบวนการสือสารประเด็นสาธารณะ
ตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของกลุ่มสำนักข่าวอิสระในประเทศไทย
จึงมีความน่าสนใจว่า สำนักข่าวอิสระไทยนำแนวคิดวารสารเชิงข้อมูลมา
ดำเนินการอย่างไร ท่ามกลางพฤติกรรมการสือสารของผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารที่มีการผลิต
และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารมากมายบนแพลตฟอร์มสือสังคมออนไลน์ การรณรงค์
ผลักดันให้รัฐบาลและเอกชนเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการสือสารประเด็นสาธารณะที่ถูกนำเสนอ
โดยสำนักข่าวอิสระ ตามแนวทางวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล
2. เพื่อศึกษากระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระ

นิยามคำศัพท์

ประเด็นสาธารณะ หมายถึง หัวข้อ ญัตติ ข้อถกเถียงเรื่องราวต่าง ๆ ในสังคม
ซึ่งเกี่ยวพันหรืออาจส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงบวก เชิงลบ กับคน กลุ่มคน กลุ่มผลประโยชน์
องค์กรต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ หรือการเปลี่ยนแปลง
บางประการอันส่งผลให้บุคคลจำนวนมากเข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาดังกล่าว
หรือเป็นประเด็นที่สาธารณะชนตระหนักมากขึ้นที่นำเสนอผ่านสำนักข่าวอิสระ

กระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล หมายถึง กระบวนการทำงานอย่าง
เป็นระบบของนักวารสารศาสตร์ในฐานะผู้ประสานงานและเก็บรวบรวมข้อมูลเชิง
ปริมาณ หรือเชิงคุณภาพที่สามารถแทนค่าเป็นตัวเลขได้ สามารถประมวลผลได้
ด้วยวิธีการทางสถิติ หรืออัลกอริทึม ทั้งนี้ อาจผ่านการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และ
โครงข่ายการสือสารอินเทอร์เน็ตในการค้นคว้าแสวงหาข้อมูล รวบรวมข้อมูล
ตีความข้อมูล ประเมินคุณค่า และกระบวนการเรียบเรียงให้เป็นข่าวสาร หรืออาจใช้

วิธีของหลักวารสารศาสตร์เชิงสืบสวนสอบสวน หรือวารสารศาสตร์เชิงตีความในการจัดการกับข้อมูล เพื่อนำเสนอประเด็นสาธารณะ ผ่านพื้นที่สาธารณะของข้อมูลข่าวในรูปแบบที่หลากหลาย ได้แก่ เสียง แผนภาพ แผนภูมิ ตาราง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความ กราฟิก แอปพลิเคชัน แอนิเมชัน โดยอาจอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือหลอมรวมไว้ด้วยกันก็ได้

สำนักข่าวอิสระ หมายถึง องค์กรสื่อที่ทำหน้าที่รายงานข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอย่างหนึ่งอย่างใด หรือผสมผสานกันก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว รายงาน วิดีโอ อาจเป็นกลุ่ม หน่วยงาน องค์กรสาธารณะประโยชน์ องค์กรพัฒนาเอกชน ที่ดำเนินกิจการโดยไม่แสวงหาผลกำไรสูงสุด มีการกำหนดข้อบังคับหรือแนวทางปฏิบัติที่ยืนยันความเป็นอิสระจากการเข้ามามีอิทธิพลเหนือการทำงานจากรัฐ และทุน ได้แก่ สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาไท ประชาธรรม ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง และสำนักข่าวอิศรา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นสาธารณะและกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลซึ่งสำนักข่าวอิสระใช้เพื่อสื่อสารประเด็นดังกล่าว ตั้งแต่การคัดเลือกประเด็นสาธารณะ การรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการรายงานข่าว รูปแบบการนำเสนอ และองค์ประกอบนำเสนอตามแนวคิดวารสารศาสตร์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา สังเกตการณ์ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรในสำนักข่าวอิสระที่รับผิดชอบและมีประสบการณ์ตรงกับหัวข้อวิจัย

รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมระหว่างการสัมภาษณ์และการทำงานด้านวารสารศาสตร์ข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารด้วยแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระเนื้อหา รูปแบบช่องทางการสื่อสาร

วิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการศึกษาทฤษฎี งานวิจัย ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่ผ่านแนวคิดวารสารศาสตร์ข้อมูล เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการด้านวารสารศาสตร์ข้อมูลในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ร่วมกับองค์กรสื่ออิสระและภาคประชาสังคมด้านสื่อ เพื่อสำรวจความเป็นไปได้ของการดำเนินการวิจัย การวางวัตถุประสงค์การวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง และออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลโดยขั้นตอนการเก็บข้อมูล แบ่งข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม

ข้อมูลกลุ่มที่ 1: การเก็บข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลของสำนักข่าวอิสระที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 สำนักข่าว เกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ ช่องทางการสื่อสารที่สำนักข่าวอิสระใช้ในการนำเสนอประเด็นสาธารณะเพื่อนำมาวิเคราะห์หาทฤษฎีที่ใช้ด้วยแนวคิดวารสารศาสตร์ข้อมูล

ข้อมูลกลุ่มที่ 2: การเก็บข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการสนทนาแบบมีโครงสร้าง ถามคำถามถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดวารสารศาสตร์ข้อมูลของสำนักข่าวอิสระ ปัจจัยและแนวทางการสื่อสารประเด็นสาธารณะด้วยวารสารศาสตร์ข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของแต่ละสำนักข่าว โดยจะทำการสัมภาษณ์ที่สำนักงานในขณะที่ปฏิบัติงานจริงกับผู้รับผิดชอบและเกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์ข้อมูลโดยตรงของสำนักข่าวอิสระนั้น ๆ จำนวน 5 ท่าน

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

เนื้อหางานที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์ สื่อดิจิทัลที่มีลักษณะการดำเนินการตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล

จากประชากรประเภทแรก ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาเนื้อหาของสำนักข่าวอิสระที่ผลิตงาน หรือมีการดำเนินการตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สำนักข่าวออนไลน์ไทยพับลิก้า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาไท ประชาธรรม สำนักข่าวอิสระ และศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง โดยพิจารณาเนื้อหาผลงานที่เผยแพร่บนช่องทาง/แพลตฟอร์มต่าง ๆ ระหว่างเดือนมกราคม 2561 – พฤษภาคม 2562 เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่ทุกสำนักข่าวอิสระมีปฏิบัติการด้านวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลทุกองค์กร และขอบเขตของระยะเวลาการศึกษา 1 ปี 6 เดือน เพียงพอที่จะทำให้ทราบแบบแผนการกำหนดวาระสารในรอบปี

ส่วนกลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์บุคลากรในองค์กรสำนักข่าวอิสระที่มีการดำเนินการตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจงกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลในองค์กร ได้แก่ ผู้อำนวยการบรรณาธิการผู้ดูแลเพจผู้สื่อข่าวเจ้าหน้าที่ไอที/กราฟิกพลเมืองและ/หรือผู้เชี่ยวชาญด้านไอทีที่เข้ามามีส่วนร่วมกับเว็บไซต์โดยใช้วิธีสโนว์บอล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้มีประสบการณ์ที่ตรงกับหัวข้อวิจัย และการวิเคราะห์เอกสารโดยมุ่งเน้นศึกษาการใช้แนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลเพื่อสื่อสารประเด็นสาธารณะ แบ่งออกเป็น

การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตเนื้อหาของสำนักข่าวอิสระด้วยวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล เพื่อพิจารณากระบวนการผลิตตั้งแต่กองบรรณาธิการ การเผยแพร่ การสังเกตโดยอ้อมผ่านชิ้นงานที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และเพชบุรีกแฟนเพจของกลุ่มตัวอย่าง และผลตอบรับผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสำนักข่าว
อิสระด้วยวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล

- 1) ประเภทของเนื้อหาประเด็นสาธารณะที่สำนักข่าวอิสระเผยแพร่
- 2) องค์ประกอบด้านเนื้อหา
- 3) องค์ประกอบด้านรูปแบบ
- 4) กลวิธีการนำเสนอ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา
วิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อหาข้อสรุปการสื่อสารประเด็น
สาธารณะของสำนักข่าวอิสระ ที่สื่อสารตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล

ผู้วิจัยเจาะจงนำ 1) แนวคิดสำนักข่าวอิสระมาใช้ในการรอบเพื่ออภิปราย
เนื้อหา รูปแบบ ช่องทางการสื่อสารประเด็นสาธารณะ 2) แนวคิดเกี่ยวกับ
วารสารศาสตร์ข้อมูล กระบวนการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร และการรายงานข่าว
เพื่อมาอธิบายการรวบรวมข้อมูล ช่องทาง รูปแบบ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ
สำนักข่าวอิสระในยุคดิจิทัล 3) แนวคิดการกำหนดวาระสาร (Agenda Setting)
มาประกอบการอภิปรายต่อการเลือกประเด็นและปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือก
ประเด็น ซึ่งหลังจากได้ทำการเก็บข้อมูลตามประเภทต่าง ๆ ผู้วิจัยจะนำมาอภิปราย
แสดงเป็นขั้นตอนของแนวทางการสื่อสารและการปรับประยุกต์

ข้อจำกัดของการศึกษา

สำนักข่าวประชาธรรม มุลนิธิสื่อประชาธรรมซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง
ในการศึกษา ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นสำนักข่าวที่ผลิตข้อมูลข่าวสาร
ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม ไปเป็นการทำงานฝึกอบรมด้านสื่อ ระหว่างที่
ผู้วิจัยกำลังดำเนินการวิจัย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างของสำนักข่าวประชาธรรม
ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ผลศึกษามีจำนวนลดลง นอกจากนี้ ผู้วิจัยสามารถเข้าไป
ร่วมสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมของการปฏิบัติงานในห้องข่าวได้เพียงเฉพาะ
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาไท และสำนักข่าวประชาธรรมเท่านั้น ไม่สามารถ

สังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างอีก 3 กลุ่ม จึงทำให้ขาดข้อมูลเชิงลึก เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้พบว่า กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ตั้งแต่การคัดเลือกประเด็นสาธารณะ การรวบรวมข้อมูลข่าวสารและการรายงานข่าว รูปแบบการนำเสนอ และองค์ประกอบนำเสนอ โดยปัจจัยในการกำหนดวาระ (Agenda Setting) ขึ้นอยู่กับนโยบายด้านข่าวสารขององค์กรสื่อ ที่ต้องการนำเสนอข่าวเชิงลึกมากกว่ารายงานข่าวตามเนื้อหา (Straight Forward News Reporting) หรือนำเสนอเชิงปรากฏการณ์เท่านั้น ผ่านการสืบค้นข้อมูล รวบรวม หลักฐานแวดล้อม เรื่องนั้น ๆ จนมีความพร้อมพอที่จะนำเสนอ โดยกองบรรณาธิการหรือทีมงานมีความสำคัญในการพิจารณาคัดกรองประเด็นด้วยกระบวนการปรึกษาหารือกรณีที่ข้อมูลยังไม่มากพอที่จะนำเสนอแต่กองบรรณาธิการมีความสนใจ ก็จะสามารถรายงานข่าวเปิดประเด็นเพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเรื่องนั้น ๆ ตื่นตัวให้ความร่วมมือ อีกทั้งยังรายงานต่อสาธารณะชนเพื่อเพิ่มแรงกดดันด้วยวิธีการนำเสนอสื่อสารประเด็นสาธารณะอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ ทำให้นักข่าวอิสระสะสมข้อมูล ความคิดเห็น จนสะสมเป็นฐานข้อมูลภายในองค์กรและสาธารณะสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ประเด็นสาธารณะที่สำนักข่าวอิสระเลือกนำเสนอด้วยแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักข่าวอิสระเลือกประเด็นนำเสนอจากนโยบายและทิศทางข่าวสารขององค์กร โดยคำนึงถึงความสนใจหรือกระแสสังคม ในห้วงเวลานั้น ๆ รอบตามวงจรของปฏิทินข่าวสาร เช่นเดียวกันกับกระบวนการสื่อสารแบบดั้งเดิม (Traditional Journalism) แต่จะให้น้ำหนักกับการนำเสนอข้อมูลที่เผยให้เห็นความจริงที่ซ่อนเร้น (Hidden Fact) จากการรับรู้ของสาธารณะ หรือถูกสาธารณะละเลย ไม่ให้ความสำคัญ ตามวาระของสื่อเป็นหลักมากกว่าวาระนโยบายและวาระ

สาธารณะ อาทิ การทุจริตคอร์รัปชันภาครัฐ ความโปร่งใสภาครัฐกิจ ความไม่สงบชายแดนใต้ เป็นต้น

- สำนักข่าวไทยพับลิก้า : อาณาจักร “คิง เพาเวอร์” หลังทุ่ม 14,000 ล้านบาทซื้อ “โครงการมหานคร” ต่อยอดธุรกิจ “ดิวิชั่นพีในเมือง”

- ประชาไท : “1 ปี ‘หมุดคณะราษฎร’ หาย : ย้อนดูชะตากรรมคนตามหาความจริงในรัฐที่ขยั้นเป็นเรื่อง ๆ”

- สำนักข่าวอิศรา : เปิดสถิติคาร์บอมบ์ลูกที่ 55 ชำรอยฆ่าชิงรถ

- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง : สืบสวน #MeToo นอกกระแส ‘ภาคเกษตร-แม่บ้าน-พจน.โรงงาน-พจน.ห้าง’

- สำนักข่าวประชาธรรม : เมือง ผู้สูงวัย ความเหงา ฆ่าตัวตาย และคนไร้บ้าน สังคมไทยเอาใจตี? #1

สำนักข่าวอิศระมุ่งหวังว่าการนำเสนอประเด็นหรือแง่มุมที่แตกต่างอย่างต่อเนื่องจะทำให้สังคมค่อย ๆ ให้ความสนใจประเด็นสาธารณะที่มีความสลับซับซ้อน หรือเห็นความสำคัญของปัญหาเชิงนโยบาย ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะด้วยวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสื่ออิศระให้ความสำคัญที่ตัวนักข่าวเป็นสำคัญ ในฐานะผู้แปลความนโยบายด้านข่าวสารขององค์กรสื่อให้ปรากฏตัวเป็นรูปธรรม แก่กองบรรณาธิการ และถูกส่งต่อออกไปยังผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมายหลักของข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ กองบรรณาธิการจะทำหน้าที่สอบทาน ตรวจสอบความพร้อมของข้อมูล ความสนใจและคุณค่าของข่าว ในกรณีที่ตัวผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวเห็นว่าจำเป็นต้องมีการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม กระบวนการสื่อสารก็จะย้อนกลับมาพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ของข้อมูล และนำเสนอเข้ามาพิจารณาในกองบรรณาธิการอีกครั้ง ในแง่นี้กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะด้วยแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล จึงวางอยู่บนพื้นฐานองค์ประกอบและคุณค่าของข่าว เช่นเดียวกับการรายงานข่าวประเภทอื่น ๆ สิ่งที่แตกต่างกัน คือ ความพยายามมองหาคุณค่าของข้อมูลชุดนั้น ๆ จากตัวเลข สถิติ และการเชื่อมโยงประเด็นของผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ด้วยชุดข้อมูลและสถิติ จากการวิเคราะห์บนฐานคิดและอุดมการณ์ทางวิชาชีพขององค์กรสื่ออิศระแต่ละแห่ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 กระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระ ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า สามารถจำแนกกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก คือ การสืบค้น รวบรวมข้อมูล การคัดกรอง การสร้างเป็นภาพ และการรายงาน ดังนี้

ประการแรก การสืบค้น รวบรวมข้อมูล ข้อมูลมีทั้งที่เป็นเอกสาร คลิป ภาพถ่าย วัตถุพยาน ไฟล์เสียง หรือข้อมูลบุคคล (แหล่งข่าว) การสืบค้นข้อมูล เกิดขึ้นหลายช่องทาง เช่น การลงพื้นที่ สัมภาษณ์แหล่งข่าว สังเกตการณ์ ข้อมูลยังกระทำได้มากจากการสืบค้นผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ค้นจากฐานข้อมูล รวบรวมงานวิจัย สื่อสังคมออนไลน์ การสังเกตการณ์ รวมทั้งการยื่นคำร้องตามพระราชบัญญัติ ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 เพื่อให้หน่วยงานเปิดเผยข้อมูลที่ต้องการ ได้แหล่งที่มาของข้อมูลที่สำนักข่าวอิสระใช้ส่วนใหญ่มาจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ สื่อมวลชน และภาคประชาสังคมตามลำดับ

การสืบค้นและรวบรวมข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ซึ่งองค์กรสื่ออิสระต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการเป็นสังคมเปิดเผยข้อมูล ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน แม้ประเทศไทยจะมีการบังคับใช้ตราพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 แต่ในทางปฏิบัติ ยังไม่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของกฎหมายที่จะให้ “เปิดเผยเป็นหลัก ปกปิดเป็นรอง” การร้องขอข้อมูลจึงใช้เวลานาน ขณะที่การใช้ข้อมูลของภาคเอกชน เช่น จากบริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทประกอบธุรกิจให้บริการข้อมูล ข่าวสาร การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจทางธุรกิจ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยมีสัญญาเพื่อรับข้อมูลนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งกับกระทรวงพาณิชย์ทั้งหมดในประเทศ ซึ่งรวมถึงสถานะของบริษัท คณะกรรมการ และผลดำเนินการของแต่ละบริษัทในประเทศไทยนั้น ต้องจ่ายค่าใช้บริการเพิ่ม ทำให้ต้นทุนในสืบค้น หรือปิดช่องทางการเข้าถึงแก่สำนักข่าวอิสระบางแห่งที่ไม่มีงบประมาณ

ทั้งนี้ ข้อมูลจากภาควิชาการ อาทิ งานวิจัย การสัมมนาวิชาการ การประชุมวิชาการเป็นแหล่งข้อมูลให้สำนักข่าวอิสระ ตลอดจนการนำข้อมูล

รายงานข่าวของสื่อมวลชนหรือสำนักสื่ออิสระอื่นมาใช้ โดยมีการอ้างอิงให้เครดิตที่มาของข้อมูลดังกล่าว และการใช้ข้อมูลจากภาคประชาสังคม องค์กรพัฒนาเอกชน เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะจากระดับฐานล่าง

ประการที่สอง การคัดกรองและการวิเคราะห์ข้อมูล การคัดกรองข้อมูลเป็นขั้นตอนที่ผู้สื่อข่าวและกองบรรณาธิการจะร่วมกันสอบถามข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้สื่อข่าวหรือผู้รับผิดชอบรวบรวมมาได้ พิจารณาถึงความน่าเชื่อถือ ความทันสมัยของข้อมูลในเบื้องต้นก่อนว่าไม่แตกต่างจากแนวทางปฏิบัติปกติกับแหล่งข่าวตามหลักวารสารศาสตร์ทั่วไป จากนั้นอาจจะมีการปรึกษาหารือในกองบรรณาธิการ เพื่อร่วมกันคัดกรองข้อมูล เลือกแง่มุมที่น่าสนใจจากข้อมูลที่รวบรวมมา และด้วยลักษณะของการทำข้อมูลข่าวเชิงลึก หรือการทำข่าวแบบสืบสวน การคัดกรองข้อมูลที่ดีจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเป็นข้อมูลที่คาดหวังว่าสร้างผลกระทบ ส่วนประเด็นการเข้าถึงข้อมูลความสมบูรณ์พร้อมในทุก ๆ ด้านนั้น สำนักข่าวอิสระเห็นร่วมกันว่า ข่าว รายงานต่าง ๆ ที่นำเสนอ นั้นจะช่วยชักจูงความเข้าใจของสังคม และเรียงร้อยทำให้ข้อเท็จจริงปรากฏแก่สาธารณะชน

ประการที่สาม การแปรรูปข้อมูลให้เป็นภาพ จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยพบว่า อินโฟกราฟิก เป็นรูปแบบที่ถูกนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากสามารถเข้าใจเรื่องอันสลับซับซ้อนได้ง่าย เป็นองค์ประกอบที่สวยงาม น่าดึงดูดในตวเนื่อหางานที่น่าสนใจ และสะดวกต่อการแชร์ต่อทางเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ รองลงมา คือ ภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมจินตภาพ และเป็นหลักฐานในฐานะแหล่งข่าว แผนภูมิอธิบายข้อมูลเชิงสถิติ ตารางจัดกลุ่มลำดับ แผนเพื่อแสดงตำแหน่งของจุดเกิดเหตุ รวมถึงการนำเสนอตัวงานที่ไม่มีองค์ประกอบใด ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น หากเฉพาะตัวอักษรที่เรียบเรียงจากข้อมูล ชุดข้อมูลจำนวนมาก พร้อมทั้งการแสดงลิงก์เชื่อมโยงข้อมูลหรือเนื้อหา เพื่อนำเสนออย่างขึ้นดังกล่าวกถูกสร้างสรรค์จากข้อมูลมหาศาล

ในขั้นตอนการผลิตเป็นภาพนี้ สำนักข่าวอิสระเกือบทั้งหมดจะถูกจัดทำโดยผู้สื่อข่าวในกองบรรณาธิการ มีเพียงบางแห่งที่มีเจ้าหน้าที่กราฟิกเป็นผู้รับผิดชอบหลัก หรือมีการร่วมมือกับองค์กรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเป็น

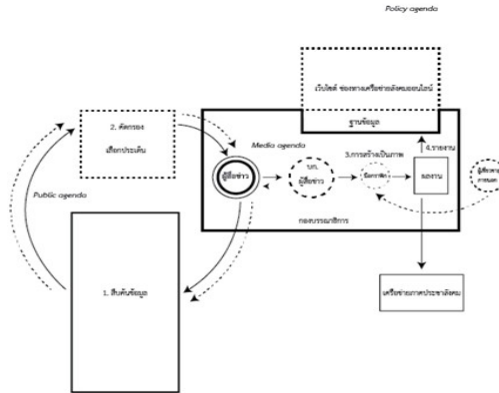
การเฉพาะกิจ การพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาจะอาศัยกองบรรณาธิการ ในการร่วมพิจารณาเสนอแนะปรับปรุงมากกว่าใช้ระบบสั่งการตามสายบังคับบัญชา

ประการที่สี่ การรายงาน ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารประเด็น สาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจะอยู่ใน รูปแบบของงานเขียนเพื่อการอ่านเป็นหลัก ทั้งนี้ อาจผสมผสานคุณลักษณะของ สื่อดิจิทัล โดยใช้ภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจ แผนภูมิ ตาราง เพื่อนำเสนอสถิติ อินโฟกราฟิก เพื่อขับเน้นประเด็นสำคัญที่ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านได้แทน การอ่านงานทั้งชิ้น ในกรณีที่เป็นการสืบสวน ข่าวเจาะ หรือรายงานพิเศษ มักจะ นำเสนอในรูปแบบบทความความยาว (Long Form Article) ที่เลือกหรือรวมเอา องค์ประกอบข้างต้นมาไว้ด้วยกันตามลักษณะบุคลิก สไตล์ของสำนักข่าวแต่ละแห่ง

สำนักข่าวอิสระยังใช้การกำหนดหัวเรื่อง และติดแฮชแท็กกำกับใน งานที่เผยแพร่ เพื่อจัดหมวดหมู่ของเรื่อง และแสดงความเกี่ยวพันเชื่อมโยงของ เรื่องนั้น ๆ โดยพยายามติดตาม เกาะติด นำเสนออย่างต่อเนื่อง และมักจะ นำเสนองานในลักษณะประมวล ย้อนรอย ขมวดปมนั้น ๆ เพื่อรายงานความคืบหน้า ของเรื่อง และอำนวยความสะดวกกับผู้อ่าน ผู้ใช้ ซึ่งไม่ได้ติดตามประเด็นดังกล่าว ตั้งแต่ต้น

สำหรับช่องทางที่สำนักข่าวอิสระใช้ในการเผยแพร่นั้น ทุกสำนักข่าว ต่างใช้เว็บไซต์ของตนในฐานะที่เป็นฐานข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ โดยจะแชร์ผ่าน เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ และยังส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หรือผู้กำหนด นโยบายในเรื่องนั้น ๆ โดยตรงผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งเป็นวงสนทนาเฉพาะกลุ่ม เพื่อสร้างผลกระทบจากการนำเสนอ

ขณะที่สำนักข่าวอิสระบางแห่งยังให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารในแนวระนาบ หรือนำแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลไปใช้กับการดำเนิน โครงการกับกับเครือข่ายภาคประชาสังคมในระดับพื้นที่ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง นโยบายสาธารณะในระดับพื้นที่



ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารประเด็นสาธารณะ
ตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลที่ได้จากกรณีศึกษา

อภิปรายผล

กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลเป็นการศึกษาการให้ความสำคัญของสำนักข่าวอิสระที่มีต่อข้อมูลในฐานะที่เป็นแหล่งข่าว โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อข่าวทำหน้าที่สืบค้น รวบรวม คัดกรอง เรียบเรียงนำเสนอต่อสาธารณะตามนโยบายด้านข่าวสารขององค์กร ด้วยความรับผิดชอบต่ออุดมการณ์ทางวิชาชีพในการทำความจริงให้ปรากฏ การปกป้องรักษาประโยชน์สาธารณะ ผ่านการนำเสนอ ความข้อมูล ความคิดเห็นที่มีคุณภาพ เพื่อให้ผู้อ่าน ผู้ใช้ ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาประโยชน์สาธารณะ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ว่า เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่ถูกนำเสนอโดยสำนักข่าวอิสระตามแนวทางวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลนั้น ผลวิจัยพบว่า สำนักข่าวอิสระหยิบประเด็นที่เป็นกระแสสังคม และ

ประเด็นที่กองบรรณาธิการให้ความสนใจมานำเสนอตามแนวทางวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล โดยเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารจะมีเป็นไปตามนโยบายของสำนักข่าวอิสระ อาจกล่าวได้ว่า สำนักข่าวอิสระให้ความสำคัญกับการกำหนดวาระของสื่อเป็นหลัก มากกว่านำเสนอตามวาระนโยบาย หรือวาระทางสังคม สอดรับกับข้อเสนอของ รุจน์ โกมลบุตร เนื่องจากสื่ออิสระมาจากความต้องการในการผลิตเนื้อหาที่เป็นอิสระ ปราศจากการแทรกแซงของรัฐและทุน มุ่งวิพากษ์วิจารณ์จารีตประเพณีของสังคม ท้าทายอำนาจรัฐ คาดหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (รุจน์ โกมลบุตร 2558, น. 594)

อย่างไรก็ตาม การกำหนดวาระสารของสำนักข่าวอิสระแต่ละแห่งสามารถทำความเข้าใจได้จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน ข้อมูล และเทคโนโลยี กล่าวคือ สำนักข่าวอิสระจะเป็นองค์กรขนาดเล็กที่มักจะพ้องปรนกับระบบการบังคับบัญชาตามลำดับ มุ่งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนอย่างเสมอภาคและกว้างขวางในกองบรรณาธิการ ด้วยเหตุนี้ ภูมิหลังของบุคลากรในห้องข่าว ประสบการณ์ทักษะ จุดยืนทางการเมืองจึงมีอิทธิพลสูงกับการกำหนดวาระมากกว่านโยบายด้านข่าวสารที่องค์กรกำหนดไว้

ปัจจัยสำคัญของการกำหนดวาระสารจากการนำเสนอตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล สัมพันธ์โดยตรงกับข้อมูล แหล่งที่มาของข้อมูล คุณภาพของข้อมูลที่จะนำมารวบรวม ผ่านการคัดกรอง วิเคราะห์ตีความข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ที่สำนักข่าวอิสระนำมาใช้ส่วนใหญ่เป็นของหน่วยงานภาครัฐ และมาจากหน่วยงานภาครัฐ สำนักข่าวอิสระนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบและพยายามนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่าน ผู้ใช้สื่อ หรือผู้กำหนดนโยบาย นำข้อมูลการวิเคราะห์จากการนำเสนอด้วยแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจอีกทอด

ดังนั้น การได้มาซึ่งข้อมูลที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย หรือองค์กรมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาร่วมทำงาน การกำหนดวาระของสื่อจากการนำเสนอประเด็นสาธารณะตามแนวทางวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล จะส่งผลต่อวาระสาธารณะ และวาระเชิงนโยบายนั้น จำเป็นต้องการมีศึกษาเพิ่มเติม ทั้งห่วงโซ่การสื่อสาร รวมทั้งการออกแบบเครื่องมือวิจัย นำทฤษฎีการสื่อระหว่างบุคคลและ

การสื่อสารระหว่างกลุ่มเข้ามาร่วมพิจารณา และผลการสื่อสารที่มีต่อสำนักข่าวอิสระ กับสำนักข่าวประเภทอื่น หรือสำนักข่าวขนาดใหญ่ เนื่องจากผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยผ่านทางระหว่างบุคคล ต่อยอดจากงาน ศึกษาของ พรทิพย์ ชนะคำ (2554) ที่พบความเชื่อมโยงจากวารสารข่าวสารออนไลน์ ไปสู่สังคมและการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย พบว่ามีทั้งที่ไม่เชื่อมโยงและ เชื่อมโยงไปสู่สังคม สาเหตุที่ไม่เกิดความเชื่อมโยง เนื่องมาจากข้อจำกัดด้านนโยบาย ขององค์กรสื่อมวลชน จรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน และบริบททางสังคม

อาจกล่าวได้ว่าสื่อกระแสหลัก สื่อกระแสรอง หรือสื่ออิสระ ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์ หรือมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลและข่าวสารนั้น ๆ อย่างไร ล้วนแล้วแต่เข้ามาอยู่บนโลกออนไลน์หรือเข้ามาใช้แพลตฟอร์มในระบบนิเวศน์ของ โครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจต่างถูกหลอมรวมให้เข้ามา แข่งขันในพื้นที่ ระบบตลาดเดียวกันไปโดยปริยาย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ที่ว่า เพื่อศึกษากระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระ ผลวิจัยพบว่า กระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ของสำนักข่าวอิสระของประเทศไทยอยู่ในระยะเริ่มต้นและทดลองนำวารสารศาสตร์ เชิงข้อมูลมาใช้เพื่อลดทอนข้อจำกัดด้านงบประมาณ และเสริมพลังการสื่อสารใน ภูมิภาคพื้นที่สื่อและการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนไป อย่างไรก็ตาม วารสารศาสตร์ เชิงข้อมูลของสำนักข่าวอิสระไม่ได้มีองค์ประกอบสมบูรณ์พร้อมตามแนวคิด และ หลักปฏิบัติตามแบบฉบับวารสารศาสตร์ในโลกตะวันตก เนื่องจากต้นทุนการ ดำเนินการและความไม่พร้อมในด้านคน ข้อมูล และเทคโนโลยี สำนักข่าวอิสระ ของไทยเป็นองค์กรขนาดเล็ก ผู้สื่อข่าวต้องดำเนินการขั้นตอนต่าง ๆ ด้วยตนเอง ไม่มีการหนุนเสริมจากผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนโปรแกรมหรือนักออกแบบ

ด้วยข้อมูลเปิดภาครัฐและเอกชนที่สามารถเข้าถึงได้มีจำกัด สำนักข่าว อิสระเข้าไม่ถึงข้อมูลเปิดจำนวนมากที่ภาครัฐรวบรวมไว้ การใช้กฎหมายขอข้อมูลกิน เวลานาน รูปแบบของวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลจึงมี 2 ลักษณะ ได้แก่ วารสารศาสตร์ เชิงข้อมูลแบบสืบสวน (Investigative Data Journalism: IDJ) และวารสารศาสตร์ เชิงข้อมูลแบบทั่วไป (General Data Journalism: GDJ) โดยวารสารศาสตร์ เชิงข้อมูลจัดเป็นเทคนิคและวิธีช่วยเสริมรูปแบบการรายงานข่าวที่มีมาก่อนของ

องค์กรสื่ออื่น ๆ ไม่ได้มาทดแทนวิธีการรายงานข่าวแบบเดิม หรือมีการตั้งโต๊ะเป็นการเฉพาะ สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกพล เขียวถาวร (2559) พบว่าวารสารศาสตร์ข้อมูลไม่ได้มาแทนที่กระบวนการทำข่าวแบบเดิม แต่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำข่าวให้สูงขึ้น นำความจริงที่ถูกซ่อนเร้นมาตีแผ่อย่างรอบด้าน

ผลการวิจัยนี้พบว่า กองบรรณาธิการหรือทีมงานมีส่วนสำคัญในการดำเนินงานตามกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย การสืบค้นรวบรวมข้อมูล การคัดกรองจัดระเบียบข้อมูล การวิเคราะห์ประมวลผล นำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย และการเผยแพร่ผลงาน โดยในขั้นตอนของการสืบค้นและคัดกรองข้อมูล หากกรณีที่ข้อมูลยังไม่มากพอที่จะนำเสนอ แต่กองบรรณาธิการมีความสนใจ ก็จะทำอาศักรายงานข่าวเปิดประเด็นเพื่อกระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับเรื่องนั้น ๆ ตื่นตัวให้ความร่วมมือ อีกทั้งยังรายงานต่อสาธารณะชนเพื่อเพิ่มแรงกดดัน ด้วยวิธีการนำเสนอสื่อสารประเด็นสาธารณะอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ ทำให้สำนักข่าวอิสระสะสมข้อมูลความคิดเห็น จนมันตัวเป็นฐานข้อมูลให้ภายในองค์กรและสาธารณะสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ และปรากฏว่าเริ่มมีการจ้างกราฟิกดีไซน์เนอร์เข้ามาเป็นบุคลากรในกองบรรณาธิการสำนักข่าวอิสระ

ส่วนประเด็นท้าทายของการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระนั้น ผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาโมเดลการทำงานของห้องข่าว กองบรรณาธิการแบบใหม่ ที่มีส่วนผสมที่หลากหลายข้ามศาสตร์ หรือการร่วมมือกับองค์กรสื่อหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญด้านข้อมูล การพัฒนาศักยภาพผู้สื่อข่าวข้ามสื่อโดยไม่เป็นการเพิ่มภาระงานมากเกินไป แหล่งเงินทุนสนับสนุนการรายงานข่าวลักษณะนี้ วิธีการเล่าข้ามสื่อตอบสนองผู้อ่าน ผู้ใช้ที่ความสนใจหลากหลาย รวมถึงนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนการเป็นรัฐบาลเปิด และส่งเสริมสร้างทางวัฒนธรรมของสังคมที่ให้คุณค่ากับการเปิดเผยยอมรับการตรวจสอบ สอดคล้องกับงานศึกษาของ เอกพล เขียวถาวร (2559) และ Bettina Figl (2017) องค์กรข่าวต่าง ๆ จะเน้นเพียงการแปรรูปเนื้อหาเป็นอินโฟกราฟิก เพื่อให้ที่น่าสนใจและเข้าถึงผู้รับสารโดยง่ายเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัด 3 ประการ ได้แก่ 1) ข้อจำกัดภายในองค์กรเช่น แหล่งเงินทุน การจัดสรรงบประมาณ บุคลากร

และเวลา 2) ข้อจำกัดด้านวัฒนธรรมการเปิดรับข่าวสารของคนไทย ทำให้ข่าวที่ได้มาจากกระบวนการวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลไม่ได้รับความนิยมเท่ากับข่าวที่เน้นความหวือหวา และ 3) ข้อจำกัดด้านการเปิดเผยข้อมูล ที่ทำให้สื่อมวลชนไทยยังไม่สามารถเข้าถึงและดึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ซึ่งเป็นการศึกษาการนำแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลเข้ามาใช้ในสำนักข่าวอิสระ โดยทั้งหมดเป็นองค์กรสื่อขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน กำลังคน และการเข้าถึงข้อมูล

ประการแรก สำนักข่าวอิสระควรรวมเป็นเครือข่าย เชื่อมโยงข้อมูลสาธารณะและร่วมลงทุนกันในการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี โปรแกรม แอปพลิเคชัน ที่ช่วยในอำนวยความสะดวกในการทำงาน และควรเตรียมความพร้อมให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะมาถึงอันใกล้

ประการที่สอง ภาครัฐและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน เอื้ออำนวยให้เกิดวัฒนธรรมของการเปิดเผย ให้ประชาชนร่วมตรวจสอบและเร่งออกแนวทางไปสู่รัฐบาลเปิด (Open Government Data)

ประการที่สาม องค์กรสื่อควรมีการจัดประกวดมอบรางวัลวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลในระดับประเทศไทย เพื่อส่งเสริมและให้กำลังใจ

ประการที่สี่ สถาบันการศึกษา โรงเรียน สื่อ ควรปรับปรุงหลักสูตรด้านวารสารศาสตร์ให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมสื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ และพฤติกรรมสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สร้างการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีทักษะที่รอบด้าน ไม่ติดกับการสื่อสารที่จำแนกช่องทางสื่อแบบดั้งเดิม

ประการที่ห้า นักวิจัยรุ่นใหม่ที่ร่วมกันศึกษาค้นคว้าวิทยากรในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม และร่วมสร้างองค์ความรู้ ขยายขอบฟ้าของความรู้ด้านวารสารศาสตร์เชิงข้อมูลออกไป และศึกษาการเปลี่ยนแปลงความเป็น

องค์กรสื่ออิสระในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
ซึ่งมีความแตกต่างจากการศึกษาขององค์กรสื่ออิสระที่อิงกรอบทางเศรษฐศาสตร์
การเมือง

บทสรุป

กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิด
วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล ถูกนำมาใช้เพื่อเสริมการรายงานข่าวเชิงลึก การนำแนวคิด
วารสารศาสตร์เชิงข้อมูลของสื่ออิสระจัดอยู่ในระยะเริ่มต้น ไม่ได้พร้อมสมบูรณ์
เช่น ต้นแบบในตะวันตก ด้วยเหตุที่มีข้อจำกัดของกำลังคน งบประมาณ การเข้าถึง
ข้อมูลภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ สำนักข่าวอิสระในสังคมไทยได้ใช้ประยุกต์เอาหลักคิด
แนวปฏิบัติเพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูล ด้วยความมุ่งหวังว่า การนำเสนอดังกล่าวจะ
จุดประกายให้สาธารณะเห็นบทบาทของนักวารสารศาสตร์ในการตรวจสอบสถาบัน
อำนาจรัฐและทุนผ่านการใช้ข้อมูล และร่วมผลักดันให้ไทยเป็นสังคมที่เปิดเผยข้อมูล
และใช้ประโยชน์จากข้อมูล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ชนิตา รอดอยู่. (2552). การเสนอวาระสาธารณะขององค์กรภาคประชาสังคม
กรณีการบังคับใช้สิทธิตามสิทธิบัตรกับผลิตภัณฑ์ยา และการกำหนด
กรอบข่าวสารของ หนังสือพิมพ์. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต).
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาวารสารสนเทศ.
นวลวรรณ ดาระสวัสดิ์. (2544). การปรับเปลี่ยนอุดมการณ์วารสารศาสตร์ของไทย
(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาวารสารสนเทศ.

- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). *การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย (งานวิจัย)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- พรทิพย์ ชนะคำ. (2554). *การกำหนดวาระข่าวสารออนไลน์กับการก่อตัวของสาธารณมติในสังคมไทย (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชานิเทศศาสตร์.
- พรรษาสิริ กุหลาบ. (2552). *การผลิตสื่อพลเมืองบนอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย: รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. (2559). *วารสารสนเทศโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รุจน์ โกมลบุตร. (2558). *รายงานการวิจัยเรื่องการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว: ศึกษากรณี หนังสือพิมพ์ "ประชาชน"*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2555). *อนาคตของข่าว*. กรุงเทพฯ: NextBook@NBC.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อและสิทธิการสื่อสารของประชาชนฟิลิปปินส์*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.
- เอกพล เขียวถาวร. (2559). *วารสารข้อมูลกับการรายงานข่าวของไทย*. กรุงเทพฯ: วารสารร่วมฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก ปีที่ 34 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2559
- เฮอร์ค ชมิทธ์ และ จาเร็ค โคเฮน. (2556). *ดิจิทัลเปลี่ยนโลก = The New digital age*. กรุงเทพฯ: โพสท์บุ๊กส์.

ภาษาอังกฤษ

- Bekkers, V., Beunders, H., Edwards, A., & Moody, R. (2011). *New Media, Micromobilization, and Political Agenda Setting: Crossover Effects in Political Mobilization and Media Usage*. The Information Society, 27(4), 209-219.
- Coddington, M. (2015). *Clarifying Journalism's Quantitative Turn*. Digital Journalism, 3(3), 331-348. doi:10.1080/21670811.2014.976400
- Effing, R. (2014). *The Social Media Participation Framework: Studying the Effects of Social Media on Nonprofit Communities*. Retrieved from <https://doi.org/10.3990/1.9789036537490>
- Figl, Bettina. (2017). *Bigger is not Always Better: What We Can Learn about Data Journalism from Small Newsrooms*. Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford.
- Fink, K. (2014). *Data-Driven Sourcing : How Journalists Use Digital Search Tools to Decide What's News*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.7916/D8FB5135>
- Golan, G. J. (2014). *Agenda Setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 58(3), 476-477. doi: 10.1080/08838151.2014.935946
- Katelyn Godoy. (2015). *Data Journalism Meets Information Design: Creating A Complex Infographic About The Yarnell Hill Wildfire*. Retrieved from <https://dspace.sunyconnect.suny.edu/handle/1951/65847?show=full>
- Lee, J. (2006). *Computer-mediated communication as political communication investigating the agenda-setting function*. Retrieved from <https://fsu.digital.flvc.org/islandora/object/fsu:181533/datastream/PDF/view>

- Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014). *The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data*. JCOM Journal of Communication, 64(2), 193-214.
- Sonnenberg, L. (2009). *New Media Technologies and the Transition to Personal Public Spheres*. Retrieved from <https://ubir.buffalo.edu/xmlui/handle/10477/45536>

การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิก
ในสถานการณ์โควิด-19
Health Communication in COVID-19 Situation
of Department of Disease Control
using Infographic Narratives

สิโรตม มณีแฮต¹ Sirodom Maneehaet

สร้อยญา เชื้อทอง² Saranya Chuathong

Received: 12 May 2020, Revised: 10 August 2020, Accepted: 19 August 2020

¹สิโรตม มณีแฮต อาจารย์ประจำ สาขาวิชาสื่อสารการกีฬา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ
Sirodom Maneehaet, Lecturer of Sports Communication Program, Faculty of Liberal Arts,
Thailand National Sports University
380 หมู่ที่ 5 ถนนอุดร-หนองบัว ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง อุดรธานี 41000
380 Village No.5 Udon-Nong Bua Road, Mak Khaeng Sub-district, Muang Udon Thani District, Udon
Thani, Thailand 41000
Corresponding Author E-mail: shirobeen@gmail.com

²รศ.ดร.สร้อยญา เชื้อทอง อาจารย์ประจำ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าธนบุรี
Assoc. Prof. Saranya Chuathong, Ph.D., Lecturer of Learning Technology and Mass Communication
Program, King Mongkut's University of Technology Thonburi
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี 126 ถนนประชาอุทิศ
แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140
Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi,
126 Pracha Uthit Road, Bang Mod Sub-area, Thung Khru Area, Bangkok, Thailand 10140
Corresponding Author E-mail: saranya.chu@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารสุขภาพโดยใช้การเล่าเรื่องด้วยสื่ออินโฟกราฟิก โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีการวิเคราะห์ด้วยบทในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 31 เรื่อง

ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ ตัวเลข ตัวอักษร ข้อความ สัญลักษณ์ เรขาคณิต แผนภูมิภาพ การ์ตูน ภาพถ่าย สีวรรณะเย็น และสีวรรณะร้อน ส่วนการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 นั้น ประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 1) โครงเรื่อง พบว่ามีการวางลำดับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับโควิด-19 ออกเป็นส่วนนำ ส่วนเนื้อหา และส่วนสรุป 2) แก่นเรื่อง พบว่ามีการระบุใจความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 โดยเฉพาะ 3) สัญลักษณ์ พบว่ามีการเล่าเรื่องโดยใช้วันภาษา และอวัจนภาษาเพื่อสื่อสารเนื้อหาโควิด-19 และ 4) ตัวละคร พบว่ามีการเล่าเรื่องผ่านตัวบุคคล ตัวแทนบุคคล สถานที่ หรือสิ่งของที่ปรากฏในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อถ่ายทอดข่าวสาร นอกจากนี้ การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 มีวาระทางสุขภาพที่ถูกนำมาเผยแพร่ ได้แก่ วาระสุขภาพด้านการให้ข้อมูลทั่วไป ด้านการส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง ด้านการสร้างความตระหนัก ด้านการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม และด้านการเปิดรับฟังความคิดเห็น

คำสำคัญ สื่ออินโฟกราฟิก, การสื่อสารสุขภาพ, การเล่าเรื่อง, โควิด-19, สาธารณสุข

Abstract

This research aims to study health communication using infographic narratives. This study used qualitative research method, textual analysis, to analyze 31 COVID-19 related infographics under

the Department of Disease Control, Ministry of Public Health.

The results showed that infographic media elements in the COVID-19 situation of the Department of Disease Control such as 1) numeral, 2) alphabet, 3) text, 4) icon, 5) geometry, 6) chart or diagram, 7) cartoon, 8) photograph, 9) cold tone color and 10) warm tone color. As for the narration with infographic media in the COVID-19 situation it consists of a plot, theme, symbol, and character. Moreover, the health communication of the Department of Disease Control using infographic narratives in the COVID-19 situation has health agenda that published which are 1) providing general information, 2) promoting awareness of risk factors, 3) raising awareness, 4) promoting participation, and 5) listening to opinions.

Keywords Infographic media, Health Communication, Narration, COVID-19, Public Health

บทนำ

หากย้อนกลับไปในยุคทองของทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร นักวิชาการสาขานิเทศศาสตร์ชาวอเมริกัน Wilbur Schramm เคยให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นพลวัตสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมผ่านมิติของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศหลายด้าน เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม การเกษตรและการสาธารณสุข (Schramm, 1969 อ้างถึงใน จีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ, 2562) ขณะเดียวกัน สื่อมวลชนเป็นอีกองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาคนในชาติ เพราะมีภารกิจ ได้แก่ 1) การเป็นผู้ตรวจสอบ คือ คอยเฝ้าดูและรายงานข้อมูลความเคลื่อนไหวทางสังคมให้สาธารณชนรับทราบ 2) การเป็นผู้ผลักดันนโยบาย คือ คอยจุดประกายประเด็นและวาระต่าง ๆ ให้อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม

พร้อมผลักดันให้เกิดการตัดสินใจเชิงนโยบายสำหรับผู้บริหารประเทศ

3) การเป็นผู้สอน คือ คอยสอนทักษะปฏิบัติ ปลุกฝังค่านิยม และสื่อสารแนวทางที่เหมาะสมเพื่อเตรียมสมาชิกในสังคมให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแบบปกติค่อยเป็นค่อยไป หรือแบบอุบัติเหตุทันที (ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ, 2562)

ในท่ามกลางสถานการณ์ฉุกเฉินของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus Disease 2019) หรือโควิด-19 (COVID-19 ประกอบกับกระแสการปฏิรูประบบสุขภาพในอนาคตของประเทศไทยที่มีอยู่เป็นทุนเดิม และเริ่มมีการศึกษาเพื่อผลักดันมาตั้งแต่กลางทศวรรษที่แล้วนั้น (ทรงยศ พิลาสันต์ และคณะ, 2559) ทำให้การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) ได้รับการกำหนดนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์การสาธารณะที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์การหลักของประเทศอย่างกรมควบคุมโรค (Department of Disease Control) กระทรวงสาธารณสุข ที่กำหนดบทบาทกรมควบคุมโรคไว้ชัดเจนว่า มีหน้าที่ในการควบคุมโรค หนึ่งในหน้าที่เหล่านั้นคือ การพัฒนานโยบายมาตรการและบริการด้านการป้องกันควบคุมโรคและภัยสุขภาพ ด้านการส่งเสริมสนับสนุน แลกเปลี่ยนความรู้กับเครือข่าย และการถ่ายทอดเพื่อสื่อสารทางสุขภาพให้แก่ประชาชน (ราชกิจจานุเบกษา, 2562)

การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) คือ การดำเนินงานเพื่อการสื่อสารระหว่างสองฝ่ายเกี่ยวกับประเด็นทางสาธารณสุข เปิดโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสุขภาพ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และรับฟังข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นระหว่างกัน อาจใช้การโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหา รูปภาพ หรือข้อมูลที่ทำให้อีกฝ่ายรู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว มีข้อมูลการจำลองสถานการณ์ การนำเสนอข้อเท็จจริง หลักฐานทางสถิติ เพื่อส่งเสริมทัศนคติเชิงบวกต่อการจัดการสุขภาพ นอกจากนี้ การสื่อสารสุขภาพต้องประกอบด้วยวาระทางสุขภาพวาระใดวาระหนึ่งหรือหลายวาระ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไป การส่งเสริมการรับรู้ความเสี่ยง การสร้างความตระหนัก การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การรับฟังหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การช่วยเหลือชีวิต การป้องกันการระบาดของโรค การปรับปรุงระบบการให้บริการด้านสุขภาพ การเปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วม

ในระบบสุขภาพ การลดต้นทุนของการบริการด้านสุขภาพ และด้านอื่น ๆ โดยแบ่งเป็นการสื่อสารสุขภาพระดับบุคคล ระดับพื้นที่ และระดับนโยบาย (Balint & Bilandzic, 2017; โคทม อารียา, 2552; ปาจริย ณะสมบุญกิจ, 2552; วิลม โรมา, 2561)

ขณะเดียวกัน เมื่อกล่าวถึงแนวคิดการสื่อสารสุขภาพแล้ว ต้องกล่าวถึง “ทฤษฎีการเล่าเรื่อง” หรือ “Narrative Theory” เนื่องจากเป็นสิ่งที่มาคู่กัน โดยการเล่าเรื่อง (Narration) เป็นการกำหนดองค์ประกอบและรูปแบบสื่อสารเรื่องหนึ่งเรื่องได้อย่างมีแบบแผน ตั้งแต่การวางโครงสร้างของเรื่อง การกำหนดจุดยืนของเรื่อง การใส่ปัญหาหรือประเด็นความขัดแย้ง การใช้มุมมองของผู้สื่อสาร กำหนดตัวละคร ฉากและสัญลักษณ์ ซึ่งการเล่าเรื่องสามารถกระทำผ่านสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง หรือผสมหลายสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ (Fulton, Huisman, Murphet, & Dunn, 2005) ส่วนกาญจนา แก้วเทพ (2551) มองว่าการเล่าเรื่องต้องมีการกำหนดวาระ กำหนดตัวผู้สร้างวาระ ในการนำเสนอ โดยผู้เล่าเรื่องต้องมีทักษะและอาศัยประสบการณ์ในการเล่า เพื่อถ่ายทอดความรู้ จินตนาการ โมน้ำใจ จรรโลงสังคม หรือชี้แจงข้อเท็จจริง

กรมควบคุมโรค หรือ Department of Disease Control เป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Public Health) มีหน้าที่ในการนำวิชาการและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการควบคุมโรคของประเทศ และระดับนานาชาติ (ราชกิจจานุเบกษา, 2542) การทำงานของกรมควบคุมโรค มีภารกิจหลักคือ การควบคุมโรคและสิ่งอื่นใดที่เป็นภัยต่อสุขภาพของสาธารณสุข โดยจะกระทำทั้งเชิงรับและเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน (ราชกิจจานุเบกษา, 2562) อีกบทบาทสำคัญของกรมควบคุมโรค คือ การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือจากประชาชนในการเฝ้าระวังโรคภัยและรับการฉีดวัคซีนป้องกันสำหรับโรคอุบัติใหม่ (Emerging Disease) รวมถึงบทบาทหน้าที่ในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อสุขภาพ

ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 (เดือนมกราคม-เมษายน) กรมควบคุมโรคเผยแพร่ข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ไปยังสาธารณสุขทั่วประเทศ ผ่านสื่ออินโฟกราฟิกบนช่องทางหลัก คือ เว็บไซต์

อย่างเป็นทางการของกระทรวงสาธารณสุข คือ www.moph.go.th ซึ่งจากแนวปฏิบัตินี้จะเห็นว่า การสื่อสารสุขภาพโดยใช้การเล่าเรื่องผ่านช่องทางสื่อเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนสุขภาพของคนในชาติ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจ เข้าถึง และปฏิบัติตามข้อมูลที่เป็นแนวทางสู่สุขภาพที่ดี รวมถึงเกิดความตระหนักรู้เพื่อยับยั้งและป้องกันโรค ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่า อินโฟกราฟิกถูกนำมาใช้ในการสื่อสารในบริบทของการให้ข่าวสาร และสาระด้านสุขภาพโดยหลากหลายองค์กร เพราะไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาคเอกชน ภาครัฐ หรือแม้แต่องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรอย่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ต่างมีการนำอินโฟกราฟิกมาเป็นสื่อหลักในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร โดยเฉพาะด้านการสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้สู่สุขภาพเชิงสร้างสรรค์ (กิตติศักดิ์ มีเพียร และกฤษฎิ์ ทองเลิศ, 2562)

จากความสำคัญข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 อันจะเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาการสื่อสารสุขภาพโดยใช้การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่อไป

คำถามนำการวิจัย

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขใช้สื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 นำเสนอผ่านองค์ประกอบอะไรบ้าง และมีการเล่าเรื่องและการสื่อสารสุขภาพไปยังผู้รับสารอย่างไร ?

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ปรากฏในชุดอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
2. เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

3. เพื่อศึกษาการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข โดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารโดยใช้อินโฟกราฟิกของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด-19 โดยมุ่งศึกษาเฉพาะสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งจดทะเบียนในชื่อ www.moph.go.th ช่วงระหว่างวันที่ 5 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ในด้านองค์ประกอบสื่อ ด้านการเล่าเรื่อง และด้านการสื่อสารสุขภาพที่ปรากฏอยู่ในชุดอินโฟกราฟิก จำนวนทั้งสิ้น 31 เรื่อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication)

โคทม อารียา (2552) อธิบายว่า คำว่า “การสื่อสารสุขภาพ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Health Communication” ซึ่งถูกนำมาใช้แทน คำว่า “การเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพ” หรือในคำภาษาอังกฤษว่า “Health Information Dissemination” เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพเป็นเพียงการส่งสารจากผู้ส่งสารเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่การสื่อสารสุขภาพสามารถเป็นการสื่อสารได้สองทาง คือ ไปและมาระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยการสื่อสารสุขภาพหมายถึง การดำเนินงานเพื่อการสื่อสารแบบสองทาง ระหว่างบุคคลสองฝ่าย ได้แก่ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารที่เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้สะดวกและมีความทั่วถึง จัดให้มีองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อใช้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ดังนั้น แนวคิดการสื่อสารสุขภาพจึงถูกนำมาแทนที่แนวคิดการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพ

ส่วน ปาจารย์ ชนะสมบุรณ์กิจ (2552) กล่าวว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารสุขภาพ มาจากการผสมผสานระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “สุขภาพ” การสื่อสารสุขภาพจึงเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน แนวคิดนี้ให้ความเชื่อมั่นว่า บุคคลสามารถปรับตัวเพื่อเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีความยินดีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของตนกับผู้อื่น และพร้อมรับฟังความคิดเห็นของอีกฝ่าย

Balint and Bilandzic (2017) อธิบายว่าการสื่อสารสุขภาพเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจผู้รับสาร โดยมักมีการนำเสนอเนื้อหาสาระรูปภาพ และข้อความด้านสุขภาพในรูปแบบของข้อมูลเหตุการณ์จริง หรือข้อมูลจากการสมมติหรือจำลองสถานการณ์ มีการนำเสนอเป็นข้อเท็จจริงหรือโต้แย้งที่ออกแบบให้เป็นหลักฐานทางสถิติ เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ การสื่อสารทางสุขภาพมีความสำคัญในด้านการช่วยชีวิต กล่าวคือ หากมีการพัฒนาระบบการสื่อสารสุขภาพที่ดี จะทำให้ประชาชนรู้จักวิธีดูแลสุขภาพของตนและบุคคลรอบตัว นอกจากนี้ การสื่อสารสุขภาพยังช่วยป้องกันการระบาดของโรคอุบัติใหม่ได้ เพราะเมื่อมีการกระจายข่าวสาร แนวทาง และองค์ความรู้เกี่ยวกับโรคและภัยสุขภาพให้แก่คนในประเทศ จะช่วยให้ประชาชนรับทราบวิธีหลีกเลี่ยงจากโรคร้าย คลายความตระหนกและพร้อมให้ความร่วมมืออย่างดีกับหน่วยงานสาธารณสุข จนอาจทำให้การแพร่ระบาดลดลง

ขณะที่ วิลม โรมา (2561) แสดงความเห็นว่าการทำให้ประชาชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) เป็นสิ่งสำคัญที่ควรให้การส่งเสริม เพราะจะช่วยยกระดับความเข้าใจและความสามารถในการเข้าถึงหรือใช้ข้อมูลและทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมด้วยการสื่อสารสุขภาพ เช่น ข้อมูลพื้นฐาน ปัจจัยเสี่ยง การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนข้อมูล การสร้างการตระหนักรู้และรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ทั้งนี้ การสื่อสารสุขภาพยุคใหม่แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับย่อย เป็นการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือกลุ่มเล็ก มีวาระที่เป็นผลกระทบต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางกลุ่ม 2) ระดับกลาง เป็นการสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารผ่านชุมชน หรือสังคมท้องถิ่น มีวาระที่เกี่ยวข้องกับคนในพื้นที่นั้น และ 3) ระดับใหญ่ เป็นการสื่อสารมวลชน การสื่อสารเชิงโครงสร้างและนโยบายมีวาระที่เกี่ยวข้องกับคนทั้งประเทศ ภูมิภาค หรือสากล

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narration)

ทฤษฎีการเล่าเรื่อง หรือ Narrative Theory คือ ทฤษฎีทางการสื่อสารที่มีความเชื่อว่าบุคคลนั้นคือผู้กำหนดวาระ ผู้เล่าเรื่อง ผู้สร้างความหมายทางสังคม ผ่านทัศนคติและประสบการณ์ของตนเอง โดยการเล่าเรื่อง (Narration) มีความสำคัญหลายลักษณะ เช่น การถ่ายทอดจินตนาการและความเพเลิดเพลิน การเปิดเผยเหตุการณ์ เรื่องราว ประสบการณ์ การโน้มน้าวและจรรโลงจิตใจ การชี้แจงข้อเท็จจริง การให้การศึกษาเรียนรู้ เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2551) โดยในการพิจารณาเพื่อกำหนดว่าในการเล่าเรื่องผ่านสื่อจะกำหนดให้มีส่วนประกอบใดบ้างนั้น พิจารณาจากส่วนประกอบหลักต่อไปนี้ (อุมาพร มะโรณีย์, 2551; Tukachinsky & Tokunaga, 2012)

1) โครงเรื่อง (Plot) คือ การวางลำดับของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้ดำเนินไปอย่างมีเหตุผล หรือมีจุดหมายปลายทาง กล่าวคือ มีตอนต้น ตอนกลาง และตอนจบของเรื่อง โครงเรื่องเปรียบเสมือนการกำหนดเส้นทางของเรื่องว่าจะเป็นอย่างใด แบ่งเป็นลำดับขั้น ได้แก่ ขั้นเริ่มเรื่อง ขั้นพัฒนาเหตุการณ์ ขั้นภาวะวิกฤต ขั้นภาวะคลี่คลาย และขั้นยุติเรื่องราว

2) แก่นเรื่อง (Theme) เรียกอีกอย่างว่า แก่นความคิด (Idealism) โดยเป็นใจความสำคัญ หรือแนวคิดหลักของการเล่าเรื่อง เมื่อต้องวิเคราะห์ให้ทราบว่าผู้ส่งสารหรือผู้เล่าเรื่องต้องการบอกอะไร เช่น อำนาจ การทำงาน แนวคิดความรัก ศีลธรรมจรรยา และความเหนือจริง เป็นต้น

3) ความขัดแย้ง (Conflict) คือ การเล่าเรื่องโดยมีการกำหนด หรือสมมติปัญหาการบาดหมางกันขึ้นมา เช่น ความขัดแย้งภายในจิตใจ ความขัดแย้งระหว่างบุคคล ความขัดแย้งของบุคคลกับสภาพแวดล้อม ความขัดแย้งทางความเชื่อ ค่านิยม การขาดความยุติธรรมในสังคม ความไม่เท่าเทียม และความขัดแย้งทางชนชั้น เป็นต้น โดยการเล่าเรื่องโดยการยกความขัดแย้งมาใช้ เหมาะสำหรับสื่อทุกชนิด ยกเว้นการรายงานข่าวสาร เหตุการณ์ข้อเท็จจริง ซึ่งจะสร้างความขัดแย้งในการรายงานไม่ได้

4) มุมมอง (Viewpoint) คือ การมองเหตุการณ์ผ่านสายตาของบุคคลหนึ่ง บุคคลใดแบบระบุดยีน โดยจุดยีนในการเล่าเรื่องนี้มีความสำคัญต่อการเล่าเรื่อง ผ่านสื่อที่เป็นสื่อภาพเคลื่อนไหว

5) ตัวละคร (Character) คือ การเล่าเรื่องโดยผ่านตัวบุคคลเจ้าของเรื่อง หรือตัวแทนของบุคคลเพื่อถ่ายทอดความหมายของเนื้อหา ตัวละครมีทั้งในเรื่องเล่า ที่เป็นเรื่องจริง สร้างจากเรื่องจริง และเรื่องเล่าที่เป็นเหตุการณ์สมมติ โดยตัวละคร จะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องเล่า เช่น ผู้กระทำ ผู้ถูกกระทำ ผู้แสดงความเห็น

6) ฉาก (Setting) คือ การเล่าเรื่องในสื่อภาพเคลื่อนไหวโดยกำหนดเวลา สถานที่ ที่อยู่ให้กับตัวละครที่ปรากฏในสื่อ และยังหมายรวมถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม และโครงสร้างทางสังคมที่ต้องกำหนดไว้ด้วย

7) สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง การเล่าเรื่องโดยการใช้วงจภาษา และการใช้วงจภาษา เช่น ภาษากาย ภาษาภาพ การใช้ตัวอักษร การใช้ตัวเลข เครื่องหมาย รูปทรง ฯลฯ เพื่อการสื่อสารความหมายผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร

3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่ออินโฟกราฟิก (Infographic Media)

สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน (2559) ให้ความหมายของสื่ออินโฟกราฟิกว่า เป็นการที่บุคคลฝ่ายหนึ่ง นำเนื้อหาความรู้จำนวนมากมาสรุปเป็นข้อมูลในลักษณะของการออกแบบที่อาจเป็น ลายเส้น แผนที่ แผนที่ แผนผัง สัดส่วน สัญลักษณ์ แผนภูมิ แผนภาพ การ์ตูน ฯลฯ โดยเป็นได้ทั้งแบบภาพนิ่งหรือแบบภาพเคลื่อนไหว ดูแล้วเข้าใจง่ายในเวลา รวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำเสนอมาช่วยขยายความเข้าใจอีก สามารถอธิบายข้อมูลทั้งหมด สรุปเป็นเรื่องราวที่กระชับ ชัดเจน สามารถเข้าใจง่ายภายในเวลาที่รวดเร็ว นอกจากนี้ ยังมีการออกแบบให้เกิดความสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจจากบุคคลอีกฝ่าย

ณัฐพงษ์ สายพิน (2560) กล่าวว่า ปัจจุบันรูปแบบของอินโฟกราฟิก มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบภาพนิ่ง (Static Infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่นิยม ใช้กันโดยทั่วไป มีลักษณะเป็นการออกแบบจัดวางภาพและข้อความในสัดส่วน ที่เหมาะสม เพียงพอต่อการอธิบายชุดเนื้อหาเรื่องหนึ่งเรื่องใด อาจประกอบด้วย

ข้อมูลสถิติ กราฟ แผนภูมิ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ การ์ตูน และข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการนำเสนอ 2) รูปแบบภาพกึ่งเคลื่อนไหว (Gifographic) เป็นการพัฒนาที่ต่อจากรูปแบบภาพนิ่ง มีการผสมผสานกันระหว่างภาพนิ่ง ข้อมูล และการใส่คำสังเคลื่อนไหวเบื้องต้น และ 3) รูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Motion Infographic) เป็นอินโฟกราฟิกที่มีการใส่คำสังให้สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างเต็มรูปแบบ อาจมีการเพิ่มเสียงประกอบ เสียงบรรยาย และเสียงดนตรีประกอบเพื่อเพิ่มพลังในการสื่อสารเข้าไปด้วยก็ได้

ส่วน Smiciklas (2012) สรุปไว้ว่า อินโฟกราฟิกเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร เนื่องจากองค์ประกอบหลัก เช่น ตัวเลข สัญลักษณ์ แผนภูมิ แผนภาพ สัญลักษณ์ แผนภูมิ สี การ์ตูน ลายเส้น รูปทรงเรขาคณิต ฯลฯ เกี่ยวข้องกับการมองเห็น เพราะมนุษย์จะสามารถรับรู้สารจากสิ่งที่มองเห็น โดยถึงแม้ว่ามนุษย์จะรับข้อมูลป้อนเข้าจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัส แต่มนุษย์มีความสามารถรับรู้ข้อมูลจากการมองเห็นได้มากและดีที่สุดในจำนวนของประสาทสัมผัสทั้งหมด สื่ออินโฟกราฟิกจึงเป็นสื่อที่เหมาะสมในการใช้สำหรับการสื่อสารที่ต้องการเน้นการเข้าใจง่าย ชัดเจน และมีความรวดเร็ว

ปิยพงษ์ ราศรี และนฤมล เทพนวล (2560) บอกว่า อินโฟกราฟิกเป็นการนำข้อมูลสถิติ ตัวเลข ข้อความ ความรู้และอื่น ๆ ที่มีความยากมาย่อและแปรสภาพโดยออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว สำหรับการอธิบายเนื้อหาที่มีความซับซ้อนให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้นภายในเวลาอันรวดเร็ว มีความสามารถในการดึงดูดความสนใจได้ดี

ขณะที่ Lankow, Ritchie, and Crooks (2013) ระบุว่า ขั้นตอนในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกที่ดีนั้นต้องประกอบด้วย 1) การศึกษา ค้นคว้าและสร้างแรงบันดาลใจ 2) การออกแบบให้มีความเรียบง่าย 3) การตรวจสอบข้อมูลที่เลือกใช้ 4) การเลือกใช้สีตามอารมณ์ของเนื้อหา 5) การใช้ตัวเลขพอประมาณและใช้เท่าที่จำเป็น 6) การใช้คำบรรยายสั้น ๆ กระชับ อ่านแล้วเข้าใจทันที 7) นำเสนอเนื้อหาที่กระชับ 8) การใช้ข้อความกระตุ้นผู้รับสาร 9) การใช้รูปภาพดึงดูดความสนใจ 10) ใช้ไฟล์ที่มีขนาดเล็ก 11) การทบทวนข้อมูลให้เป็นปัจจุบันก่อนนำเสนอ และ

12) การเลือกช่องทางการเผยแพร่ที่ดี

จากข้อมูลและความสำคัญข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า อินโฟกราฟิกเป็นการออกแบบสื่อโดยอาศัยองค์ประกอบทางศิลปะและการสื่อสาร เช่น การออกแบบตัวเลข ตัวอักษร ข้อความ แผนภูมิ รูปทรง สัญลักษณ์ การ์ตูน หรืออื่น ๆ ในรูปแบบภาพนิ่ง รูปแบบภาพเคลื่อนไหว และรูปแบบภาพเคลื่อนไหว เพื่อแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาความรู้ที่มีความซับซ้อนและยากต่อการทำความเข้าใจให้เกิดการรับรู้และทำความเข้าใจได้ง่ายดาย โดยในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อการสื่อสารนั้น ผู้ออกแบบควรมีการวางแผนการทำงานเป็นขั้นเป็นตอน เริ่มจากการศึกษา ค้นคว้าหรือหาแรงบันดาลใจ การออกแบบ การตรวจสอบ จนถึง การเลือกช่องทางในการนำเสนออย่างเหมาะสม

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Research)

เมธาวี จำเนียร และเมธิ แก้วสนิท (2561) ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชน โดยพบว่า การสื่อสารสุขภาพใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะแก่คนในชุมชนได้ ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ผู้ส่งสารที่ต้องวางแผนร่วมกับผู้รับสาร สารที่ต้องมีความน่าสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการนำเสนอที่ต้องมีความเหมาะสมและเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ นอกจากนี้ ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยเฉพาะการมีเครือข่ายด้านสุขภาพที่สามารถสนับสนุน ช่วยเหลือ หรือส่งเสริมกัน มีการประเมินการสื่อสารสุขภาพเพื่อการพัฒนาการสื่อสารให้เข้าถึงผู้รับสารมากขึ้น ทั้งด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการสร้างความตระหนัก และการรับรู้ถึงความเสี่ยง และด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ดรัลพร ด้ายศ และธาดรี ใต้ฟ้า (2559) ศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นหลังเกิดภาวะวิกฤตของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โดยพบว่า มีวาระทางการสื่อสารที่ประชาชนให้ความสนใจ 3 วาระสำคัญ ได้แก่ 1) วาระด้านความรู้ การรับทราบหรือความเชื่อ 2) วาระด้านความรู้สึก โดยสามารถประเมินความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะชอบหรือไม่ชอบ และ 3) วาระด้านพฤติกรรม การมีส่วนร่วม หรือแนวโน้มที่บุคคลจะเกิดการแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

หลังรับสาร นอกจากนี้ ยังพบว่ามีการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นหลังเกิดภาวะวิกฤตปิโตรเคมีในระดับปานกลาง และข่าวประชาสัมพันธ์ก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้รับสารจากข่าวประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางเช่นกัน

บดินทร์ เดชาบุรณานนท์ (2560) ได้ศึกษาการสื่อความหมายผ่านการเล่าเรื่องของโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชายทางโทรทัศน์ พบว่าการเล่าเรื่องมีองค์ประกอบคือ ตัวละคร ปัญหา โครงเรื่อง ฉาก เครื่องแต่งกาย ขณะที่การสื่อความหมายผ่านตรรกะภายในเรื่องเล่า ได้แก่ การออกแบบตัวเรื่องให้ตัวละครประสบปัญหาและจบด้วยความสำเร็จ การกำหนดจุดยืนของผู้เล่าเรื่องว่าเป็นดารา และวัยรุ่นผู้อุปโลกสินค้า นอกจากนี้ ในด้านเทคนิคการนำเสนอ พบว่า มีการใช้ผู้มีชื่อเสียง อ้างหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ อุปมาอุปไมย สาธิต ตัวแทนผู้ใช้ และการสื่ออารมณ์

สปีศิริ แซ่ลี (2559) ทำการศึกษาการออกแบบสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงอัตลักษณ์ของภาคอีสานตอนเหนือ กรณีศึกษาสัญลักษณ์ประจำจังหวัดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสติ๊กเกอร์อิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงอัตลักษณ์ของภาคอีสานตอนเหนืออยู่ในระดับมากที่สุด และพบด้วยว่าการออกแบบกราฟิกนั้นมี 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนวางแผนการออกแบบ ขั้นตอนการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนการออกแบบ และขั้นตอนการประเมินผลของการออกแบบ ทั้งนี้ องค์ประกอบในการนำเสนอผลงานทางการออกแบบ ได้แก่ การออกแบบรูปร่าง รูปทรง การมีความคิดสร้างสรรค์ การแสดงอัตลักษณ์ การเลือกใช้องค์ประกอบกราฟิก ภาพ สีและอื่น ๆ ให้เกิดความสวยงาม

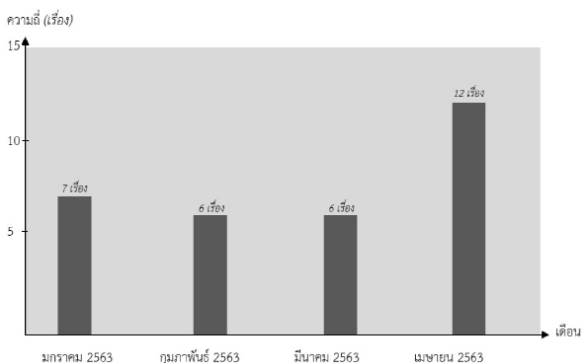
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีการวิเคราะห์หัตถบท (Textual Analysis) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีทางการวิจัยที่เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ รูปแบบ

หรือเนื้อหาของสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาชุดอินโฟกราฟิกของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 31 เรื่อง ที่ผลิตขึ้นและเผยแพร่สืบเนื่องมาจากการประกาศการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือโควิด-19 ระยะเวลาในการศึกษาเริ่มตั้งแต่อินโฟกราฟิกเรื่องแรกที่ผลิตและเผยแพร่ จนถึงอินโฟกราฟิกเรื่องสุดท้ายที่ผลิตและเผยแพร่ ก่อนวันประกาศต่ออายุของพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมการระบาดของโรค ซึ่งอยู่ระหว่างวันที่ 5 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 และนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบตารางสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis Table) และการพรรณานาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 1) ชุดอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข 2) แบบสังเคราะห์องค์ประกอบที่ปรากฏในอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 และ 3) แบบสังเคราะห์การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 โดยชุดอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 31 เรื่อง มีรายละเอียดจำนวนความถี่ของการเผยแพร่ในแต่ละเดือน ดังนี้

ภาพที่ 1 แผนภูมิความถี่ของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค



ทั้งนี้ จากแผนภูมิของการเผยแพร่อินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 31 เรื่องนั้น ความถี่ของการเผยแพร่ในเดือนมกราคม 2563 มีจำนวน 7 เรื่อง เดือนกุมภาพันธ์ 2563 จำนวน 6 เรื่อง เดือนมีนาคม 2563 จำนวน 6 เรื่อง และเดือนเมษายน 2563 มีจำนวน 12 เรื่อง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาขององค์ประกอบที่ปรากฏในชุดอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

อินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เป็นสื่อที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ คือ เว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งในการนำเสนอเนื้อหาที่มีการใช้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสื่อมาใช้ด้วย โดยการศึกษาวิจัยจากชุดสื่ออินโฟกราฟิกครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาสื่อทั้งหมด จำนวน 31 เรื่อง ตามแนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกที่ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูล คือ ตัวเลข (Numeral) ตัวอักษร (Alphabet) และข้อความ (Text) 2) ด้านภาพ คือ สัญลักษณ์ (Icon) เรขาคณิต (Geometry) แผนภูมิภาพ (Chart or Diagram) การ์ตูน (Cartoon) และภาพถ่าย (Photograph) และ 3) ด้านสี คือ สีวรรณะเย็น (Cold Tone Color) และสีวรรณะร้อน (warm tone color) โดยพบว่า สื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีองค์ประกอบ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบที่ปรากฏในชุดอินโฟกราฟิก
ในสถานการณ์โควิด-19

ที่	ชุดสื่ออินโฟกราฟิก	องค์ประกอบของอินโฟกราฟิก							
		ด้านข้อมูล			ด้านภาพ				ด้านสี
		ตัวเลข	คำอธิบาย	ข้อความ	สัญลักษณ์	เทคนิค	แผนภูมิภาพ	การ์ตูน	ภาพถ่าย
1.	ใครบ้างที่เสี่ยง?	✓		✓	✓			✓	
2.	จับตา!	✓		✓	✓			✓	
3.	5 สัญญาณเตือนควรระวัง	✓		✓	✓			✓	
4.	หากท่านมีอาการใช้	✓		✓	✓			✓	
5.	สถานการณ์วันที่ 13 ม.ค.	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
6.	มารู้จักไวรัสโคโรนา	✓		✓	✓	✓		✓	
7.	หน้ากากอนามัยป้องกันโรค	✓		✓	✓	✓		✓	
8.	ข้อมูลสำหรับโรงแรม ที่พัก	✓		✓	✓	✓		✓	
9.	ข้อมูลสำหรับบริษัททัวร์	✓		✓	✓	✓		✓	
10.	PM2.5 vs โควิด	✓		✓	✓	✓		✓	
11.	ใส่หน้ากากอย่างไรให้ถูก	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
12.	ยิ่งรู้เร็ว ลดการแพร่เชื้อ	✓		✓	✓	✓			✓
13.	เตรียมพร้อมทุกการเดินทาง	✓		✓	✓	✓			✓
14.	ล้าง เลี่ยง ลด	✓	✓	✓	✓				✓
15.	ผู้สูงอายุเสี่ยงที่สุด	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
16.	ประเด็นสำคัญ พรก.ฉุกเฉิน	✓		✓		✓			✓
17.	มาตรการจำเป็นร้านอาหาร			✓	✓	✓		✓	
18.	หากออฟฟิศมีพนักงานติด	✓		✓		✓	✓	✓	
19.	ติดเกาะออฟฟิศ พักใจโรค	✓		✓		✓		✓	
20.	เดินทางต้องระวังจุดเหล่านี้	✓		✓		✓		✓	
21.	3 ใน 10 รายเป็นเบาหวาน	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
22.	อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ	✓	✓	✓				✓	
23.	ห่างกันหนอยะช่วงนี้	✓	✓	✓	✓	✓			✓
24.	การเว้นระยะห่างทางสังคม	✓	✓	✓		✓		✓	
25.	อยู่บ้านลดเชื้อ...ลดอุบัติเหตุ	✓		✓	✓	✓		✓	
26.	ร่วมกันแยก 'ขยะติดเชื้อ'		✓	✓		✓		✓	
27.	หายจากโควิด เจอพิษบูลลี่		✓	✓		✓		✓	
28.	WFH ปลดก๊วย งานไม่พัง	✓	✓	✓		✓		✓	
29.	คู่มือกักตัว สำหรับกลุ่มเสี่ยง	✓	✓	✓		✓		✓	
30.	How to...คุมไว้สังเกต	✓	✓	✓	✓	✓			✓
31.	5 สิ่งในบ้าน หมั่นทำสะอาด	✓	✓	✓	✓	✓			✓

จากตารางที่ 1 แสดงผลการสังเคราะห์องค์ประกอบที่ปรากฏในชุดอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ทราบว่า มีการใช้องค์ประกอบของสื่ออินโฟกราฟิกครบทุกองค์ประกอบคือ องค์ประกอบเกี่ยวกับข้อมูล ได้แก่ ตัวเลข ตัวอักษรและข้อความ องค์ประกอบเกี่ยวกับภาพ ได้แก่ สัญลักษณ์ แผนภูมิภาพ การ์ตูนและภาพถ่าย และองค์ประกอบเกี่ยวกับสี ได้แก่ สีวรรณะเย็นและร้อน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) องค์ประกอบเกี่ยวกับข้อมูล ได้แก่ ด้านการออกแบบตัวเลข ตัวอักษร และการใส่ข้อความ โดยพบว่า ข้อความถูกนำมาใช้ในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมากที่สุด จำนวนทั้ง 31 เรื่อง รองลงมา คือ การออกแบบตัวเลขถูกใช้ 28 เรื่อง และการออกแบบตัวอักษรถูกใช้น้อยที่สุด จำนวน 11 เรื่อง

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการเน้นใช้ข้อความในอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19



2) องค์ประกอบเกี่ยวกับภาพ ได้แก่ สัญลักษณ์ เรขาคณิต แผนภูมิภาพ การ์ตูน และภาพถ่าย โดยพบว่า เรขาคณิตถูกนำมาใช้ในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมากที่สุดคือ 26 เรื่อง รองลงมา คือ การ์ตูนถูกใช้ 20 เรื่อง และภาพถ่ายถูกใช้น้อยที่สุดคือเพียง 1 เรื่อง

ภาพที่ 3 ตัวอย่างการเน้นใช้เรขาคณิตในอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19



3) องค์ประกอบเกี่ยวกับสี ได้แก่ การใช้วรรณะสีเย็น และการใช้วรรณะสีร้อน โดยพบว่า สีวรรณะร้อนถูกนำมาใช้ในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมากที่สุด คือ 17 เรื่อง ที่เหลืออีก 14 เรื่อง ใช้วรรณะสีเย็น

ภาพที่ 4 ตัวอย่างการเน้นใช้สัณฐานร้อนในอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19



2. ผลการศึกษาการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

การศึกษากการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาสื่อจำนวน 31 เรื่อง โดยศึกษาตามทฤษฎีเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narrative Theory) พบว่า สื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคประกอบด้วยโครงเรื่อง (Plot) แก่นเรื่อง (Theme) สัญลักษณ์ (Symbol) และตัวละคร (Character) ดังนี้

1) โครงเรื่อง (Plot) ในการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข มีการวางลำดับเวลา การเกิดขึ้นของเหตุการณ์ (Timeline) อย่างมีเหตุผล เช่น การแสดงขั้นตอนการเข้ารับบริการด้านการพยาบาลสำหรับผู้เข้าข่ายต้องสงสัยเป็นกลุ่มเสี่ยงโรค เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งโครงการเล่าเนื้อหาด้วยอินโฟกราฟิกเป็นเนื้อหาตอนต้น ตอนกลาง และตอนจบ เช่น เนื้อหาตอนต้นมีการวางโครงไว้เป็นการเล่าที่มาของการเกิดโรคและการระบาดของโรค เนื้อหาตอนกลางเป็นการเล่าความรุนแรงของโรค สถิติ การดำเนินการของส่วนที่เกี่ยวข้อง และเนื้อหาตอนจบเป็นการเล่าเกี่ยวกับมาตรการการเฝ้าระวังป้องกัน และสกัดกั้นโรค เป็นต้น

2) แก่นเรื่อง (Theme) การเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิกแต่ละเรื่อง มีการนำเสนอแก่นเรื่องในประเด็นการติดตามสถานการณ์ การป้องกัน การแก้ไข และการเยียวยาอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ดังนั้น แก่นเรื่องในสื่ออินโฟกราฟิกส่วนใหญ่ จึงโดดเด่นในวาระทางสุขภาพด้านส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง สร้างความตระหนัก ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมโดยสื่ออินโฟกราฟิกส่วนใหญ่เน้นไปที่การให้คำแนะนำในการปฏิบัติตน และมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันและหยุดยั้งการแพร่ระบาดของโรค

3) สัญลักษณ์ (Symbol) ในอินโฟกราฟิกแต่ละเรื่องมีการเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์ มีการใช้แผนภูมิภาพเพื่ออธิบายข้อมูลเนื้อหาที่มีความยุ่งยากให้เข้าใจง่าย มีการใช้สีวรรณะเย็นเพื่อแสดงความรู้สึกผ่อนคลายแก่ผู้เห็นสื่อ ใช้สีวรรณะร้อนสร้างความตระหนักถึงภัยหรืออันตรายของไวรัส ใช้ตัวเลขหลักหน่วยถึงหลักพันเพื่อย่อข้อมูลสถิติจำนวนมากให้กระชับ ใช้เรขาคณิตในการออกแบบให้เกิดความสวยงามดึงดูดการรับรู้ ใช้การออกแบบตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่เพื่อสร้างความโดดเด่นใช้ข้อความสั้น ๆ ประโยคไม่ยาวมากเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจและสรุปองค์ความรู้ได้อย่างรวดเร็ว นำรูปถ่ายมาประกอบในกรณีที่ต้องการให้เห็นตัวอย่างของจริง ใช้การ์ตูนเสริมสำหรับดึงดูดกลุ่มผู้อ่านบางกลุ่ม ดังนั้น สัญลักษณ์ในสื่ออินโฟกราฟิกชุดนี้ทั้ง 31 เรื่อง จึงเป็นส่วนสำคัญในการแสดงวาระทางสุขภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ วาระด้านส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง สร้างความตระหนัก ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม

4) ตัวละคร (Character) สำหรับตัวละครที่ปรากฏจากการเล่าเรื่องด้วยอินโฟกราฟิก พบว่า กรมควบคุมโรคเลือกใช้ตัวละครที่เป็นการ์ตูน ภาพถ่าย และสัญลักษณ์ โดยเลือกใช้ตามความเหมาะสมกับเนื้อหาในอินโฟกราฟิกแต่ละเรื่อง

3. ผลการศึกษาการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19

อินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข มีการนำเสนอองค์ประกอบเนื้อหาและมุมมองการเล่าเรื่อง ดังที่ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาไปแล้วข้างต้น นอกจากนี้ จากการศึกษาแนวคิดเรื่องการสื่อสาร

สุขภาพ (Health Communication) ร่วมกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Narrative Theory) ด้วยอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า มีวาระทางสุขภาพที่แฝงอยู่ในสื่อนี้หลายด้าน ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการสังเคราะห์การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19

ที่	ชื่ออินโฟกราฟิก	วาระการสื่อสารสุขภาพ				
		1. ให้ความรู้และเข้าใจ	2. ให้ความรู้และโน้มน้าวใจเรื่องเสี่ยง	3. ให้ความรู้ความตระหนัก	4. ให้ความรู้และโน้มน้าวใจเรื่องความรุนแรง	5. ให้ความรู้และโน้มน้าวใจเรื่องความรุนแรง
1.	ใครบ้างที่เสี่ยง?	✓	✓		✓	✓
2.	จับตา	✓				✓
3.	5 สัญญาณเตือนตัวเรา	✓	✓	✓		✓
4.	พจนานุกรมอาการโควิด	✓	✓	✓		✓
5.	สถานการณ์วันที่ 13 ม.ค.	✓				
6.	มารู้จักไวรัสโคโรนา	✓	✓			
7.	พนักงาอนามัยป้องกันโรค	✓	✓	✓		
8.	ข้อมูลสำหรับโรงแรม ที่พัก	✓			✓	✓
9.	ข้อมูลสำหรับบริษัท/โรงเรียน	✓			✓	✓
10.	PM2.5 vs โควิด	✓	✓	✓		
11.	ใส่หน้ากากอย่างไรให้ถูก	✓		✓		
12.	ถึงรู้เร็ว ลดการแพร่เชื้อ	✓	✓	✓		✓
13.	เตรียมพร้อมทุกการเดินทาง	✓		✓	✓	✓
14.	ล้าง เลี่ยง สด	✓		✓	✓	
15.	ผู้สูงอายุเสี่ยงที่สุด	✓	✓	✓		
16.	ประเด็นสำคัญ พรก.ฉุกเฉิน	✓		✓	✓	✓
17.	มาตรการจำเป็นร้านอาหาร	✓			✓	
18.	หากออฟฟิศมีพนักงานติด	✓	✓			
19.	ติดเกาะออฟฟิศ ปิดชิดโรค	✓		✓		
20.	เดินทางต้องระวังจุดเหล่านี้	✓	✓	✓		
21.	3 ใน 10 รายเป็นเบาหวาน	✓		✓		
22.	อยู่บ้าน หยุดเชื้อ เพื่อชาติ	✓	✓	✓	✓	
23.	ห้ามกินหมอนแวนซ์	✓		✓	✓	
24.	การเว้นระยะห่างทางสังคม	✓	✓	✓	✓	
25.	อยู่บ้านลดเชื้อ...ลดอุปสรรค	✓	✓	✓	✓	
26.	ร่วมกันแยก "ขยะติดเชื้อ"	✓	✓	✓	✓	
27.	พายุจากโควิด เจอพิษบูต	✓			✓	
28.	WFH ปลดคกัย งานไม่พัง	✓		✓	✓	✓
29.	คู่มือกักตัว สำหรับกลุ่มเสี่ยง	✓	✓	✓	✓	✓
30.	How to...คุมไว้สังเกต	✓			✓	✓
31.	5 สิ่งในบ้าน หมั่นทำสะอาด	✓	✓	✓	✓	
รวมจำนวน (เรื่อง)		31	17	21	16	14

จากตารางที่ 2 แสดงผลการสังเคราะห์วาระทางสุขภาพที่ปรากฏในการสื่อสารผ่านเรื่องเล่าอินโฟกราฟิกของกรมควบคุมโรค พบว่า การสื่อสารครั้งนี้แฝงวาระทางสุขภาพไว้ในหลายด้าน โดยจากการสังเคราะห์สามารถแจกแจงการสื่อสารวาระทางสุขภาพที่พบออกเป็น 5 วาระ ดังนี้

1) วาระทางสุขภาพด้านการให้ข้อมูลทั่วไป (Providing General Information) โดยในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีการนำเสนอรายละเอียดของโรค ที่มาของการระบาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสถานการณ์ รายละเอียดการปิดสถานที่ บริษัท อุตสาหกรรมและร้านค้า ข่าวสารประจำวัน สรุปเหตุการณ์สำคัญประจำสัปดาห์ ทั้งนี้ วาระด้านนี้ถูกนำไปใช้ในสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 31 เรื่อง

2) วาระทางสุขภาพด้านส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง (Promoting Awareness of Risk Factor) สื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีการนำเสนอข้อมูลความเสี่ยง ตัวอย่างอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ผลกระทบจากการไม่ใส่ใจคำเตือน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดโรคและการแพร่ระบาด กิจกรรมที่จำเป็นต้องงดเว้น หน่วยงานหรือสถานบริการที่ห้ามเปิด การห้ามรวมกลุ่มพล โรคประจำตัวและช่วงอายุอยู่กับภาวะเสี่ยง ทั้งนี้ วาระด้านนี้ถูกนำไปใช้ในสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 17 เรื่อง

3) วาระทางสุขภาพด้านสร้างความตระหนัก (Raising Awareness) โดยในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีการนำเสนอแคมเปญอยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ กิจกรรมทำงานจากที่บ้าน ความสูญเสียและผลกระทบจากความไม่ตระหนัก ผังสถิติเปรียบเทียบการปฏิบัติและไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำ สรุปตัวเลขผู้ป่วยและผู้เสียชีวิต ทั้งนี้ วาระด้านนี้ถูกนำไปใช้ในสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 21 เรื่อง

4) วาระทางสุขภาพด้านส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม (Promoting Participation) โดยในสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีการนำเสนอการขอความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนด นโยบายภาครัฐ พรก.ฉุกเฉิน การแสดงช่องทางการติดต่อ ร้องเรียนหรือรายงานเหตุการณ์จากคนในพื้นที่ การใช้ข้อมูลภาพหรือกราฟิกที่เข้าถึงผู้รับสาร การแสดงคู่มือฉบับย่อเพื่อการสู้โควิด-19 ทั้งนี้ วาระด้านนี้ถูกนำไปใช้ในสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 16 เรื่อง

5) วาระทางสุขภาพด้านเปิดรับฟังความคิดเห็น (Listening to Opinions) โดยในสื่ออินโฟกราฟิกท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรคมีการนำเสนอข้อเพชฌัญญ์ของกรมควบคุมโรค การเน้นย้ำข้อเว็บไซต์ของกระทรวงสาธารณสุข การระบุหมายเลขโทรศัพท์ การใช้ข้อความเชิญชวนร่วมแสดง

ความคิดเห็น แนะนำบริการและรายงานสถานการณ์ในพื้นที่ ทั้งนี้ วาระด้านนี้ ถูกนำไปใช้ในสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 14 เรื่อง

ภาพที่ 5 ตัวอย่างการเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นในอินโฟกราฟิกในสถานการณ์ โควิด-19



อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้ การเล่าเรื่องด้วยสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยสามารถอภิปราย ผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขมีการออกแบบและเผยแพร่สื่ออินโฟกราฟิกที่มีองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) องค์ประกอบด้านข้อมูล ได้แก่ ตัวเลข ตัวอักษรและข้อความ 2) องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ สัญลักษณ์ เรขาคณิต แผนภูมิภาพ การตูนและภาพถ่าย และ 3) องค์ประกอบด้านสี ซึ่งได้แก่ สีวรรณะ เย็นและร้อน

โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สืบศิริ แซ่ลี (2559) ที่ศึกษาการออกแบบสติ๊กเกอร์ที่แสดงอัตลักษณ์ของภาคอีสานตอนเหนือ โดยพบว่าองค์ประกอบในการนำเสนอผลงานทางการออกแบบสติ๊กเกอร์ ประกอบไปด้วย การออกแบบ รูปร่าง รูปทรง การมีความคิดสร้างสรรค์ การแสดงอัตลักษณ์จังหวัด และการเลือกใช้อัตลักษณ์ประกอบกราฟิกภาพ สัญลักษณ์ หรือสี ให้เกิดความสวยงาม โดยกำหนดให้กราฟิกนั้นเป็นตัวแทนของจังหวัด ได้แก่ ตราประจำจังหวัด คำขวัญ ต้นไม้ ประจำจังหวัด เชื้อชาติของประชาชนในจังหวัด วิธีการดำเนินชีวิต อาชีพ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ประเพณี รวมถึงวัตถุและสถานที่สำคัญ

2. การศึกษาการเล่าเรื่องด้วยสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ผู้วิจัยพบว่า โครงเรื่อง แก่นเรื่อง สัญลักษณ์ และตัวละคร เป็นปัจจัยหลักของการเล่าเรื่องในสื่อที่เป็นข้อมูล สถิติ และภาพนิ่ง

แตกต่างจากงานวิจัยสื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวและเสียงของ บดินทร์ เดชาบุรณานนท์ (2560) ที่ศึกษาการสื่อความหมายผ่านการเล่าเรื่องของโฆษณาผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชายทางโทรทัศน์ พบว่า การเล่าเรื่องมีองค์ประกอบคือ โครงเรื่อง ฉากของเรื่อง ปัญหาที่ต้องการสื่อ ตัวละครหลักและรอง และเครื่องแต่งกายที่ใช้ ส่วนการสื่อความหมายผ่านการเล่าเรื่องนั้น จะเริ่มตั้งแต่การออกแบบตัวเรื่องให้ตัวละครประสบปัญหา และจบด้วยความสำเร็จ การกำหนดจุดยืนของผู้เล่าเรื่องว่าเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงและเป็นวัยรุ่นผู้เคยใช้สินค้านั้น ขณะที่เรื่องของเทคนิคการนำเสนอ พบว่ามีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงโด่งดัง การใช้หลักฐานทางวิทยาศาสตร์มาอ้างอิง การทดลองหรือสาธิตให้ชม การนำเสนอตัวแทนผู้ใช้งาน การเปรียบเทียบเปรียบเทียบ และการสื่อสารกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับชม

3. การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข โดยให้การเล่าเรื่องด้วยสื่ออินโฟกราฟิกในท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 มีวาระที่แฝงอยู่ในสื่อที่ใช้สื่อสารจำนวน 5 วาระ คือ 1) วาระทางสุขภาพด้านการให้ข้อมูลทั่วไป 2) วาระทางสุขภาพด้านการส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง 3) วาระทางสุขภาพด้านการสร้างความตระหนัก 4) วาระทางสุขภาพด้านการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม และ 5) วาระทางสุขภาพด้านการเปิดรับฟังความคิดเห็น

ซึ่งสอดคล้องกับเมธาวี จำเนียร และเมธี แก้วสนิท (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะคนในชุมชน พบว่า การสื่อสารสุขภาพประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ผู้สื่อสารที่ต้องมีการวางแผนร่วมกับผู้รับสารที่ต้องมีความน่าสนใจ และช่องทางการนำเสนอที่ต้องมีความเหมาะสมและกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ นอกจากนี้ ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสาร โดยเฉพาะการมีเครือข่ายด้านสุขภาพที่สนับสนุนหรือส่งเสริมกัน มีการประเมินการสื่อสารสุขภาพเพื่อการพัฒนาการสื่อสารให้เข้าถึงผู้รับสารมากขึ้น ทั้งด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร การสร้างความตระหนักและรับรู้ถึงความเสี่ยง และการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

แต่แตกต่างจากการศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นหลังเกิดวิกฤตอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของ ดรลพร ด้ายศ และ ชาตรี ได้ฟ้า (2559) ที่พบว่า การประชาสัมพันธ์ฟื้นฟูความเชื่อมั่นมีวาระการสื่อสารที่ผู้รับสารให้ความสนใจอยู่จำนวน 3 วาระ ได้แก่ วาระการสื่อสารด้านความรู้หรือความเชื่อ วาระการสื่อสารด้านความรู้สึกหรือการประเมินความชอบ และวาระการสื่อสารด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมหรือแนวโน้มการแสดงพฤติกรรมหลังรับสาร ทั้งนี้พบว่าผู้รับสารมีความเชื่อมั่นในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์หลังวิกฤตในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. สามารถใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อรุนแรงได้

2. สามารถนำการสื่อสารสุขภาพผ่านอินโฟกราฟิกไปประยุกต์ใช้งานและเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารวงกว้างได้

3. สามารถนำองค์ประกอบของเรื่องเล่าอินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพไปปรับใช้ในการพัฒนาอินโฟกราฟิกที่มีเนื้อหาด้านอื่นได้

4. ควรต่อยอดการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพในหลายบริบทหน่วยงานหรือองค์กรทุกระดับ เพื่อให้พลเมืองมีความเท่าทันและรอบรู้ทางสุขภาพ (Health Literacy) เมื่อเกิดสถานการณ์เสี่ยงหรือการแพร่ระบาดของโรค

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร: เอดิสัน เพรส โปรดักส์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2551). *การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน*.

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กิตติศักดิ์ มีเพียร และกฤษณ์ ทองเลิศ. (2562). *การสื่อสารสุขภาพในสื่ออินโฟกราฟิกของเฟซบุ๊กแพทย์เฉพาะทางบาทเดียว*. ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2562 (น. 1214-1227).

ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

โคทม อารียา. (2552). *แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ*. ในปาจิริย์ ชนะสมบุญกิจ (บก.).

สื่อสารด้วยใจได้สุขภาพดี. (น. 63-70). นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

ณัฐพงษ์ สายพิน. (2560). *บทบาทของการสื่อสารอินโฟกราฟิกต่อสังคมไทย*.

วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 11(2), 145-179.

ดรัลพร ด้ายศ และชาตรี ไต้ฟ้า. (2559). *การประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูความเชื่อมั่นหลังเกิดภาวะวิกฤตของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี*. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 9(1), 107-126.

ทรงยศ พิลาสันต์, อินทรา ยมาภัย, สุธาสินี คำหลวง, ชุติมา คำดี, ธนพร บุชขาวโล,

พิศพรรณ วีระยิ่งยง, และคณะ. (2559). *เติมเต็มช่องว่างทางความรู้ เพื่อนำไปสู่ระบบสุขภาพที่พึงประสงค์: ทางเลือกงานวิจัยด้านสุขภาพ ในอนาคต*. วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 10(3), 215-229.

ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ. (2562). ระบบ หน้าที่และบทบาทสื่อมวลชน. ในกรรพม บัญญัติ (บก.). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน*. (น. 53-104). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บดินทร์ เดชาบุรณานนท์. (2560). *การสื่อความหมายผ่านการเล่าเรื่องของโฆษณา ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชายทางโทรทัศน์*. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(48), 231-249.

ปจรรย์ ณะสมบุรณ์กิจ. (2552). บทนำ. ในปจรรย์ ณะสมบุรณ์กิจ (บก.). *สื่อสาร ด้วยใจได้สุขภาพดี*. (น. 4-7). นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.

ปิยพงษ์ ราศรี และณฤมล เทพนวล. (2560). *การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกวิชา เครือข่ายคอมพิวเตอร์เบื้องต้นสำหรับนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์, 8(2), 284-290.

เมธาวี จำเนียร และเมธี แก้วสนิท. (2561). *การสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน*. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษา เอกชนแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 24(2), 155-166.

ราชกิจจานุเบกษา. (2542). *กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2542*. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://ddccenter.ddc.moph.go.th/infoc/download/201902271551253282_52-DDC.pdf.

ราชกิจจานุเบกษา. (2562). *ประกาศกรมควบคุมโรค เรื่อง โครงสร้างและ การจัดหน่วยงาน อำนาจหน้าที่และสถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสาร ของกรมควบคุมโรค*. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://ddccenter.ddc.moph.go.th/infoc/download/>

201903251553484393_T_0002.PDF.

- วิมล โรมา. (2561). *การสื่อสารสุขภาพยุคใหม่: การสื่อสารสำคัญต่อสุขภาพอย่างไร*. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/Health%20Communication.pdf.
- สืบศิริ แซ่ลี. (2559). *การออกแบบสตอรี่บอร์ดสื่อโทรทัศน์ที่แสดงอัตลักษณ์ของภาคอีสานตอนเหนือ กรณีศึกษาสัญลักษณ์ประจำจังหวัด*. วารสารวิชาการศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1), 108-118.
- สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2559). *การเพิ่มประสิทธิภาพเทคนิคการนำเสนอด้วยรูปแบบ Infographic*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.
- อุมาพร มะโรนีย์. (2551). *สัมพันธภาพของการเล่าเรื่องในสื่อการ์ตูน ละครโทรทัศน์ และนวนิยาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

ภาษาอังกฤษ

- Balint, K. E., & Bilandzic, H. (2017). *Health Communication Through Media Narratives: Factors, Processes, and Effects*. *International Journal of Communication*, 11(1), 4858-4864.
- Fulton, H., Huisman, R., Murphet, J., & Dunn, A. (2005). *Narrative and Media*. New York: Cambridge University Press.
- Lankow, J., Ritchie, J., & Crooks, R. (2013). *Infographics: The Power of Visual Storytelling*. New York: John Wiley & Sons.
- Smiciklas, M. (2012). *The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience*. Indiana: Que Publishing.
- Tukachinsky, R., & Tokunaga, R. S. (2012). *The effects of engagement with entertainment*. *Communication*

Yearbook, 37(1), 287–321.

Tokunaga, R., & Tokunaga, R. S. (2012). *The Effects of Engagement with Entertainment*. Communication Yearbook 37, 287–321.

การสืบสาวประวัติศาสตร์ของวาทกรรมความเป็นพลเมืองข้อมูล Genealogy of Data-Citizenship

อรุณทัย วรรณถาวร¹ Arunothai Wannataworn

Received: 10 May 2020, Revised: 29 October 2020, Accepted: 23 November 2020

บทคัดย่อ

การสื่อสารวาทกรรมเกี่ยวกับข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) แพร่หลายกว้างขวางในแวดวงที่หลากหลาย องค์กรสาธารณะต่าง ๆ เริ่มสนใจนำข้อมูลขนาดใหญ่ มาใช้วิเคราะห์เพื่อกำหนดขับเคลื่อนนโยบาย มีการจัดเก็บ บันทึก และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเชิงลึกด้านต่าง ๆ ของทั้งระดับปัจเจกแต่ละบุคคล และระดับสังคมอย่างกว้างขวาง วัตถุประสงค์ในยุคดิจิทัลเป็นทั้งผู้ผลิตข้อมูล (Data) ผ่านกิจกรรมในชีวิตประจำวัน และเป็นผู้ที่ถูกเฝ้ามองผ่านตาต้าที่ตนผลิต หรือกลายเป็นพลเมืองดาต้า (Data-Citizens) บทความครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะอาศัยวิธีทางวิพากษ์ (Genealogy) เพื่อสืบสาวสาเหตุทางประวัติศาสตร์ของวาทกรรมความเป็นพลเมืองข้อมูล (Data-Citizenship) ผ่านกรอบการวิเคราะห์อำนาจ (Power)

¹ อรุณทัย วรรณถาวร นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Arunothai Wannataworn, Ph.D 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, Wangmai Subdistrict, Pathumwan District, Bangkok 10330

Corresponding Author E-mail: sindy_comment99@hotmail.com

ชีวอำนาจ (Biopower) ชีวการเมือง (Biopolitics) การทำให้กลายเป็น
องค์ประธาน (Subjectification) และการทำให้กลายเป็นวัตถุ (Objectification)
ของ Michel Foucault บทความแสดงให้เห็นว่า เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ไทย
3 เหตุการณ์ เป็นเงื่อนไขการก่อรูปพลเมืองข้อมูล ได้แก่ การจัดทำทะเบียนราษฎร
ในประเทศไทย การพัฒนาการเก็บข้อมูลทางจิตวิทยาเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมมนุษย์
และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสื่อสารสนเทศ ผลการวิเคราะห์
ชี้ให้เห็นพลวัตการเกิดขึ้นของวาทกรรมความรู้เกี่ยวกับการจัดเก็บและใช้ประโยชน์
จากข้อมูลของพลเมือง และรากเหง้าที่หลากหลายของความเป็นพลเมืองข้อมูล
อันเกิดจากรอยแยกและสิ่งผสมรวมจากแต่ละองค์ประกอบที่ต่างมีประวัติศาสตร์
ของตนเอง มารวมอยู่ด้วยกันในช่วงเวลาปัจจุบัน และเงื่อนไขเหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่ง
ในเครือข่ายของอำนาจที่สร้างสรรค์ และบงการมนุษย์

คำสำคัญ: อำนาจ, วาทกรรม, พลเมืองข้อมูล, วงศาวิทยา, มิเชล ฟูโกต์

Abstract

Big data discourse is widespread in many fields. Public organizations are starting to be interested in using big data for analysis in order to drive policies. There are many collections, recording and utilization of insight information from various aspects of both individuals and society. Subjects of the digital age are both the producers of data from their daily activities and the objects being watched through the data that they produce. In other words, they become data citizens. The purpose of this article is to use genealogy to investigate the history of data-citizenship discourse. The framework of the analysis is from Michel Foucault's concepts of power, biopower, biopolitics, subjectification and objectification. The article suggests that three Thai historical circumstances are major conditions for the formation

of data-citizenship Including the registration of citizens in Thailand, 21the development of psychological data collection for human behavior analysis, and the development of information technology infrastructure. The results show the dynamics of the discourse and knowledge about the collection and utilization of Thai citizen data. The article offers diverse roots of data-citizenship arising from historical ruptures, and articulations of different components that have their own history and become our present. All of historical conditions become part of a network of powers creating and manipulating human being.

Keywords: Power, Discourse, Data-Citizenship, Genealogy, Michel Foucault

บทนำ

นานนับทศวรรษโมทัศน์แบบรัฐระบบราชการ (Bureaucracy) อันเป็นผลพวงจากโลกสมัยใหม่ได้ครอบงำภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจและเอกชน โดยพึงพิงการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติและตัวเลขเพื่อเป็นฐานในการวิเคราะห์ ออกแบบ และกำหนดนโยบายขององค์กร ทว่า จากแต่เดิมที่การจัดเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูลต้องอาศัยต้นทุนและเวลาอย่างมาก บัดนี้ กลับทำได้อย่างสะดวกรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า เพื่อได้ข้อมูลที่มีลักษณะเชิงลึก มีรายละเอียดมากขึ้น และแม่นยำยิ่งกว่าเดิม

ผลจากการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศอย่างก้าวกระโดด และการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้อย่างแพร่หลายทั่วทั้งสังคม (Computerization of Society) ทำให้การจัดเก็บข้อมูลยิ่งง่ายดายขึ้น กิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ทั้งการซื้อขาย/ชำระเงินในห้างสรรพสินค้า การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ ได้สร้าง บันทึก และจัดเก็บข้อมูลเชิงลึกของพลเมืองแต่ละคนอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทั้งข้อมูลรูปภาพ เสียง ข้อความ ภาพเคลื่อนไหว จนมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างทวีคูณ กลายเป็นข้อมูลขนาดใหญ่ หรือบิ๊กดาต้า (Big Data)

ข้อมูลขนาดใหญ่ กลายเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญที่นักวิจัย นักวิเคราะห์ นักการตลาด นักวางแผนนโยบาย ฯลฯ นำมาใช้วิเคราะห์โดยอาศัยเทคนิคต่าง ๆ เช่น สถิติ ปัญญาประดิษฐ์ จนก่อให้เกิดความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย เช่น เพื่อออกแบบบริการสาธารณะให้ตรงกับประชาชน เพื่อวางแผนสื่อสารการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ดังที่คณะกรรมการการยุโรปยังกล่าวถึงข้อมูลขนาดใหญ่นี้ว่า (Rieder & Simon, 2016: 2) เปรียบดัง “ชุมทรัพย์น้ำมันในยุคดิจิทัล” “การปฏิวัติอุตสาหกรรมยุคถัดไป” “ทองคำ” และเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ “การเล่นเกมเปลี่ยนไป”

วาทกรรมเกี่ยวกับการจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของพลเมืองแพร่หลายทั่วสังคม ยกตัวอย่าง โครงการ Data for Good ของกลุ่มนักวิชาการด้านวิทยาการข้อมูล (Data Science) ในต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลที่จัดเก็บได้มาใช้ประโยชน์ต่อสังคม เช่น นำข้อมูลการชำระเงินของพลเมืองที่ใช้บริการขนส่งมวลชนผ่านบัตรชำระเงินของบริษัทตัวแทนมาพัฒนาระบบขนส่งมวลชน (Neff et al, 2017: 88) ส่วนรัฐบาลไทยก็อ้าแขนรับวาทกรรมใหม่นี้อย่างยินดีปราศเช่นกัน เช่น จัดตั้งสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Agency: EGA) ทำงานร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และกรมทางหลวง บันทึกข้อมูลการจราจรทางหลวงจากกล้องวงจรปิดและข้อมูลจากจุดสำรวจปริมาณจราจร เพื่อวิเคราะห์สภาพการจราจรออนไลน์แบบเสมือนจริงแก่ประชาชน และแก้ไขปัญหาการจราจรในประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559: 6-8) หรือ การอาศัยข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อประมวลผลว่าประชาชนไทยคนใดบ้าง ควรจะได้รับสิทธิเยียวยาเงิน 5,000 บาท ในโครงการ “เราไม่ทิ้งกัน” ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อเยียวยาผู้เดือดร้อนจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

วาทกรรมใหม่นี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดเก็บ บันทึก และใช้ประโยชน์ ข้อมูลเชิงลึกด้านต่าง ๆ ทั้งในระดับปัจเจกแต่ละบุคคลไปจนถึงในระดับสังคมรวม มีการตั้งข้อสังเกตว่า พลเมืองในยุคดิจิทัลเป็นทั้งแรงงานผู้ผลิตสินค้าดาด้า (Fuchs, 2014: 57-58) ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว จากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

และการเข้าร่วมปฏิสังสรรค์ในสังคม และยังคงกลายเป็นผู้ที่ถูกสังเกตเฝ้ามอง (Surveillance) จากข้อมูลที่ตนผลิต หรืออีกนัยหนึ่ง พลเมืองสมัยใหม่ได้กลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า พลเมืองข้อมูล (Data-Citizenship) ส่วนผู้ที่ไม่ได้ทิ้งร่องรอยในโลกดิจิทัล ไม่เพียงแต่ถูกผลักให้เป็นชายขอบ แต่ยังถูกเงาหมิ่นหาของข้อมูลขนาดใหญ่นี้บดบังไว้ (Rossi, Neumayer & Hjelholt, 2016: 595)

วาทกรรมใหม่นี้มิได้ถูกอำพรางด้วยความยินดีปรีดาเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดกระแสตอบรับในเชิงวิพากษ์ โดยเฉพาะจากนักวิชาการกลุ่มเดต้าศึกษาเชิงวิพากษ์ (Critical Data Studies: CDS) (Iliadis & Russo, 2016) ซึ่งพยายามศึกษา และตั้งคำถามต่อปฏิบัติการด้านข้อมูลในเชิงอำนาจและการเมือง ทั้งในระดับสังคม จริยธรรม กฎหมาย ตั้งแต่ประเด็นความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัย ความโปร่งใสและความรับผิดชอบ การถือครองกรรมสิทธิ์ในข้อมูล อคติและการเลือกปฏิบัติในข้อมูล รวมถึงการวิพากษ์ลักษณะญาณวิทยาแบบปฏิฐานนิยม และบทบาทของข้อมูลในการเป็นกลไกสนับสนุนลัทธิทุนนิยม-เทคโนโลยีของการวิพากษ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากข้อมูลขนาดใหญ่ยังมีต้นทุนบางอย่างแฝงอยู่

อย่างไรก็ดี กลับไม่ค่อยมีความพยายามที่จะเข้าใจพื้นฐานทางสังคม และประวัติศาสตร์ของปรากฏการณ์นี้ (Rieder & Simon, 2016: 2) งานวิพากษ์มักละเลยพลวัตรและกระบวนการที่วาทกรรมความรู้ใหม่นี้ ได้ทำให้พลเมืองในโลกสมัยใหม่กลายเป็นพลเมืองข้อมูล ดังที่ Barnes (2013) เย้ยหยันไว้ในชื่องานเขียนของเขาว่า “บิกดาต้า ประวัติศาสตร์ที่แสนน้อยนิด (Big Data, little history)”

ดังนั้น แทนที่จะมุ่งเน้นผลกระทบจากปรากฏการณ์ บทความนี้เติมเต็มช่องว่างของความรู้โดยแสดงให้เห็นว่า วาทกรรมเกี่ยวกับการจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของพลเมืองเป็นประเด็นทางประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะประวัติศาสตร์การก่อรูปของอัตบุคคล (Subject) ผู้เขียนจะสืบสาวหาหนทางประวัติศาสตร์ของวาทกรรมเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองข้อมูล (Data-Citizenship) เพื่อแสดงให้เห็นว่า การปรากฏตัวของความเป็นพลเมืองข้อมูลมิใช่สิ่งใหม่ แต่ก่อตัวจากเครือข่ายที่หลากหลาย เป็นผลผลิตจากรอยแยกและการผสมรวมของ

วัฒนธรรม สังคม การเมือง เทคโนโลยี และญาณวิทยาที่ปะทะสังสรรค์ และมาประกอบรวมเข้าด้วยกันในช่วงเวลาปัจจุบันของเรา

ด้วยปรัชญาวิภาษวิธี ผู้เขียนมุ่งหวังจะมีส่วนร่วมในการวิพากษ์วิจารณ์ เปลี่ยนมุมมองและสร้างวาทกรรมใหม่เกี่ยวกับปรากฏการณ์ผ่านการเล่าเรื่อง ในเชิงประวัติศาสตร์ เป็นการสร้างข้อสันนิษฐานใหม่ เพื่อร่วมถกเถียงและ ชั่งชั่งกันแข่งกับวาทกรรมอื่น ๆ ที่มีอยู่เกี่ยวกับปรากฏการณ์นี้ ด้วยคาดหวังว่าจะ นำไปสู่ข้อเสนอใหม่ที่ก้าวหน้าต่อไป

กรอบแนวคิดและมุมมองการวิเคราะห์

บทความนี้อาศัยวิธีวงศ์วิทยา (Genealogy) ในการสืบสาว ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของพลเมืองข้อมูล ผ่านการค้นคว้าเอกสารข้อมูล ทางประวัติศาสตร์ จดหมายเหตุ ข่าว ทั้งเอกสารทุติยภูมิ และปฐมภูมิ อันแสดงให้เห็นเงื่อนไขต่าง ๆ ในช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ที่ได้กลายเป็นองค์ประกอบของ ความเป็นพลเมืองข้อมูลในปัจจุบัน โดยอาศัยมโนทัศน์ของ Michel Foucault ว่าด้วยอำนาจ (Power) ชีวอำนาจ (Biopower) ชีวการเมือง (Biopolitics) การทำให้กลายเป็นองค์ประธาน (Subjectification) และการทำให้กลายเป็นวัตถุ (Objectification) เป็นกรอบแนวคิดและมุมมองในการวิเคราะห์

วงศ์วิทยา ถือเป็นวิธีวิทยาหนึ่งซึ่ง Foucault เสนอให้เป็น วิธีวิทยาในการศึกษาประวัติศาสตร์ว่าด้วยการสร้างมนุษย์ให้กลายเป็นอัตบุคคล รูปแบบหนึ่ง (Subject) (Foucault, 1982: 777) ตามทัศนะของ Foucault อัตบุคคลมิได้มีลักษณะแน่นอนตายตัวตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกนิยามขึ้น จากปฏิบัติการทางสังคม เป็นทั้งผู้ถูกกระทำและเป็นองค์ประธานของเรื่อง (อานันท์ กาญจนพันธ์, 2562: 86) อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของวงศ์วิทยา มิใช่เพื่อค้นหา รากเหง้าเริ่มต้น (Origin) (Foucault, 1984: 80) แต่เป็นการศึกษาสาเหตุแรก การสืบเชื้อสาย (Herkunft) คือ การวิเคราะห์การประกอบเข้าด้วยกันของเงื่อนไข และประวัติศาสตร์ และเป็นการศึกษากำเนิด (Entstehung) คือ การศึกษา การก่อตัวของความคิดที่เกิดจากการแทนที่ การสลับสับเปลี่ยน การช่วงชิง

การกลบเกลื่อนปิดบัง และการพลิกกลับอย่างเป็นระบบซึ่งมิใช่สิ่งที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องก้าวหน้า Foucault อาศัยวิธีวงศาวิทยาในการศึกษาประวัติศาสตร์ของเพศวิถี (The History of Sexuality, 1978) ซึ่งได้ข้อเสนอสำคัญนั่นคือ มโนทัศน์เกี่ยวกับอำนาจในยุคสมัยใหม่ที่ท้าทายแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจแบบเดิม ตามทัศนะของ Foucault อำนาจมิใช่อำนาจปกครองของชนชั้นหรืออำนาจทางกฎหมาย ไม่ใช่สถาบันและไม่ใช่โครงสร้าง มิใช่สิ่งที่ทำหน้าที่กดทับปิดกัน แต่เป็นสิ่งที่กว้างขวางมีอยู่ทั่วไปทุกหนแห่ง (Omnipresence of Power) ทุกสิ่งทุกอย่างและทุกผู้ทุกคนล้วนแต่เป็นแหล่งของอำนาจ อำนาจดำรงอยู่ในทุกความสัมพันธ์ นอกจากนี้การยอมจำนน ความเยียบ หรือการถูกควบคุม ก็ไม่ได้หมายถึงการไร้อำนาจ แต่แสดงออกของอำนาจในอีกแบบ อำนาจจึงเป็นสิ่งที่ใช้เรียกสถานการณ์เชิงกลยุทธ์ที่ซับซ้อนในสังคมที่เฉพาะเจาะจง (Foucault, 1978: 93) โดยสามารถสรุปข้อเสนอ 5 ประการ เกี่ยวกับอำนาจแบบสมัยใหม่ (Foucault, 1978: 94-96) ได้ดังนี้

1. อำนาจไม่ใช่ “สิ่ง” ที่เราถือครอง ได้มา แบ่งปัน หรือทำหลุดหายไป แต่อำนาจมีปฏิบัติการจากทุกจุดต่าง ๆ ทุกตำแหน่งในความสัมพันธ์ที่เหลื่อมล้ำและเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา
2. อำนาจมิได้ดำรงอยู่ภายนอกความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ความรู้ หรือเพศ อำนาจดำรงอยู่ในความสัมพันธ์เหล่านั้น และเป็นตัวกำหนดโครงสร้างภายในความสัมพันธ์ที่ว่านี้
3. อำนาจไม่ได้มาจากเบื้องบน และความสัมพันธ์เชิงอำนาจไม่ได้เป็นเรื่องของการปกครอง/ถูกปกครอง ความสัมพันธ์เชิงอำนาจปรากฏในทุกระดับของสังคมที่เป็นอิสระจากอำนาจการปกครอง
4. เราอาจสามารถระบุกลยุทธ์ในความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือตรรกะที่อยู่เบื้องหลังความสัมพันธ์เชิงอำนาจ แต่ไม่อาจระบุผู้ที่ใช้อำนาจ หรือผู้ที่รับการกำกับความสัมพันธ์เหล่านั้นได้
5. ที่ใดมีอำนาจที่นั่นมีการต่อต้าน แต่การต่อต้านเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายอำนาจ และการต่อต้านมักจะไม่ปรากฏในรูปแบบที่มั่นคงหรือคงที่ แต่ปรากฏขึ้นในหลายพื้นที่ และเคลื่อนย้ายไปตามพลวัตของอำนาจ

อำนาจสมัยใหม่มิใช่อำนาจขององค์อธิปัตย์ที่มุ่งรับเอาชีวิตและทรัพย์สินของอัตบุคคลได้ปกครองอีกต่อไป แต่มุ่งไปที่ชีวิต ความมั่นคงในชีวิต การปรับปรุงชีวิต (Foucault, 1978: 136) อำนาจที่วุ่นได้ครอบคลุมเหนือชีวิตเพื่อโอบอุ้มประคับประคองชีวิต บริหารจัดการชีวิต รวมทั้งเพื่อปฏิเสธชีวิตด้วย เรียกว่า ชีวิตอำนาจ (Bio-Power) (Foucault, 1978: 140) เป็นกระบวนการที่ทำงาน 2 ระดับ (Foucault, 1978: 139) ได้แก่

1. วินัยที่บงการเรือนร่างของมนุษย์ (Disciplines) เป็นอำนาจในระดับปัจเจกบุคคล ในฐานะการเมืองกายวิภาคของเรือนร่างมนุษย์ (Anatomy-Politics of the Human Body) พิจารณาร่างกายมนุษย์เป็นเสมือนเครื่องจักรการผลิตทางเศรษฐกิจ จึงมุ่งเน้นระเบียบวินัยและความมีประสิทธิภาพ เช่น กองทัพ โรงเรียน

2. การควบคุมทางประชากร (Regulatory Controls) เป็นอำนาจในระดับกลุ่มทางสังคม ในฐานะชีวการเมืองเรื่องประชากร (A Bio-Politics of the Population) พิจารณาร่างกายมนุษย์เป็นสายพันธุ์สิ่งมีชีวิต จึงมุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ มักปรากฏในประชากรศาสตร์ ข้อมูลทางสถิติ

ชีวิตอำนาจถือเป็นรูปแบบของอำนาจที่กระบวนการทางวิทยาศาสตร์สถาปนาขึ้น ภายหลังจากได้ช่วยโค่นล้มอำนาจองค์อธิปัตย์ลงไป อำนาจใหม่นี้สถาปนาขึ้นผ่านกลไกของระเบียบวินัย และเงื่อนไขที่เป็นบรรทัดฐานของพฤติกรรมของมนุษย์ แผ่คลุมทั้งในโลกสาธารณะและโลกส่วนตัว ทั้งในที่ทำงาน ห้องเรียน โรงพยาบาล สถานบันเทิง ให้กลายเป็นเสมือนคุกที่มองไม่เห็น เพื่อชี้ขาดมาตรฐานว่าสิ่งใดบ้างที่ถือเป็นความเป็นปกติหรือผิดปกติ ในขณะที่เดียวกันร่างกายของมนุษย์ก็ถูกทำให้เชื่อง หรือเป็นร่างกายได้บงการ (Docile Body) ที่ร่างกายของเราอาจจะถูกควบคุมโดยไม่รู้ตัว ภายใต้การยอมรับความรู้ชุดใดชุดหนึ่ง

ในงานเขียน Governmentality (1991) Foucault แสดงให้เห็นว่า อำนาจรูปแบบนี้ได้กลายเป็นศาสตร์แห่งการปกครองพลเมืองของรัฐในระดับที่ลงลึกถึงจิตวิญญาณ จากเหตุการณ์ที่เป็นเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์สำคัญ ได้แก่ การจัดการรัฐบาลสมัยใหม่ที่เน้นการเป็นรัฐบริหารจัดการ และการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับรัฐรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า สถิติศาสตร์ (Foucault, 1991: 98-99)

การเปลี่ยนมาสู่รูปแบบอำนาจใหม่ ต้องมีการสร้างมนุษย์ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ มนุษย์ในฐานะปัจเจกบุคคล และมนุษย์ในฐานะองค์รวมของบางอย่าง คือ เป็นประชากร (Populace) หรือองค์สังคม (Society) ซึ่งการสร้างมนุษย์ใน 2 ลักษณะนี้ต้องอาศัยกระบวนการ 2 ด้านด้วยกัน (ธีรยุทธ บุญมี, 2557: 191-192) ได้แก่

1. กระบวนการสร้างความเป็นวัตถุ (Objectification) คือ การทำให้มนุษย์เป็นเสมือนวัตถุ สิ่งที่ถูกกลบโหม้ ทรมาน ตรวจสอบกำกับดูแล ดัดแปลง ทำให้มีสุขภาพที่ดี ฯลฯ กระบวนการนี้ทำให้มนุษย์กลายเป็นวัตถุความรู้หรือวัตถุในการศึกษา ในขณะเดียวกัน ก็กลายเป็นวัตถุของการปฏิบัติที่เป็นจริงของความรู้ อำนาจ เช่น วัตถุในการถูกควบคุม ฝึกฝน จัดแจง กดขี่

2. กระบวนการสร้างความเป็นองค์ประธาน (Subjectification) คือ กระบวนการส่งเสริมและหลอกลวงให้เชื่ออย่างสนิทใจว่า มนุษย์เป็นนายของตนเอง เป็นประธานในการตัดสินใจ เป็นผู้เลือกการกระทำ ประพฤติในสิ่งที่ตนเชื่อ ในขณะที่ตัวเขาก็อาจมีฐานะเป็นวัตถุแห่งความเชื่อนั้นโดยไม่รู้ตัว ดังที่ Foucault ชี้ให้เห็นในบทความ Subject and Power (1982) ว่า กระบวนการดังกล่าวเกิดจากวิธีการศึกษาในศาสตร์ต่าง ๆ ที่ทำให้อัตบุคลหลงคิดว่าเป็นองค์ประธานในความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นศาสตร์ ในขณะเดียวกัน เกิดจากปฏิบัติการแบ่งแยก (Dividing Practice) ก็ทำให้เราหลงคิดว่า เป็นองค์ประธานผ่านการสร้างความต่างระหว่างตัวเองกับความเป็นอื่น และท้ายที่สุดเกิดจากการที่มนุษย์เปลี่ยนตัวเองให้กลายเป็นองค์ประธานด้วยตัวเอง เช่น การทำให้มนุษย์เรียนรู้และเกิดความตระหนักรู้ในตัวเอง ตรวจสอบ และยอมรับมิติเรื่องเพศของตน (Foucault, 1982: 777-778)

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ ผู้เขียนจะแสดงการศึกษาทางประวัติศาสตร์ไทย ให้เห็นปฏิบัติการของอำนาจ/วาทกรรม และการหลอมสร้างอัตบุคลสมัยใหม่ ให้กลายเป็นพลเมืองข้อมูลในบริบทสังคมไทย ผ่านการทำให้กลายเป็นรัฐชาติสมัยใหม่ การพัฒนาองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้หลักสถิติศาสตร์ ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สาหร่ายประวัติศาสตร์ของความเป็นพลเมืองข้อมูล

การเกิดขึ้นของรัฐชาติสมัยใหม่: จากระบบสัณฐานไพร่-ทาสสู่ทะเบียนราษฎรและบัตรสมาร์ตการ์ด

การปฏิรูประบอบราชการและการปกครองในสมัยรัชกาลที่ 5 เพื่อสร้างความศิวิไลซ์ภายใต้แรงกดดันจากจักรวรรดินิยม และเพื่อคานอำนาจระหว่างพระเจ้าแผ่นดินกับเจ้าขุนมูลนาย ทำให้การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองในประเทศไทยได้ปฏิบัติจากระบบสัณฐานไพร่-ทาส ไปสู่การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลสำมะโนครัวประชากรก่อให้เกิดเทคโนโลยีแบบใหม่สำหรับอำนาจในการเข้าถึงเพื่อระบุตัวตนพลเมืองของรัฐในทุกพื้นที่แม้แต่ชนบท

การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองรัฐไทยในปัจจุบันที่มีกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน ขอบธรรมที่สุด ปรากฏในรูปของทะเบียนราษฎร ซึ่งรวมทะเบียนคนเกิด คนตาย ย้ายที่อยู่ และการดำเนินการเกี่ยวกับบ้าน เช่น การขอเลขที่บ้าน การรื้อถอนบ้าน การจัดเก็บข้อมูลเหล่านี้สามารถสืบสาวย้อนไปถึงการจดทะเบียนขายฉกรรจ์เพื่อเกณฑ์ไว้ใช้ในราชการ และเก็บภาษีอากร หรือระบบสัณฐานไพร่-ทาส

ก่อนการปฏิรูประบอบราชการและการปกครอง ไทยเป็นรัฐศักดินาที่ยึดถือระบบสังกัดไพร่-ทาส ในสมัยนั้นมีการจัดทำทะเบียนประชาชน และระบุตัวตนประชาชนรายบุคคล เพื่อใช้ประโยชน์จากกำลังแรงงานของประชาชนที่ถือว่าเป็น “ไพร่” หรือ “เลข” โดยเฉพาะผู้ขายวัยฉกรรจ์ ที่จะต้องรับราชการรวมถึงเป็นกำลังรบกับข้าศึก ไพร่มีหน้าที่ต้อง “รับราชการ” หรือ “เข้าเดือน” หรือ “เสียส่วย” ให้แก่ทางราชการ ไพร่บางคนที่ไม่ต้องการรับราชการหรือเข้าเดือนก็อาจจะขายตัวเองไปเป็น “ทาส” รับใช้มูลนาย ทั้งไพร่และทาสนี้ล้วนแต่ต้องสังกัดเลขบนท้องแขนหรือหลังมือเพื่อบ่งบอกว่าตนสังกัดมูลนายฝ่ายใด หากสังกัดพระมหากษัตริย์เรียก “ไพร่หลวง” หากสังกัดมูลนายเรียก “ไพร่สม” แต่หากเลือกซื่อเป็นส่วยแทนเรียกว่า “ไพร่ส่วย” (วุฒิชัย มูลศิลป์, 2555)

การสังกัดสมัยรัตนโกสินทร์มีปัญหา คือ การสังกัดสร้างความเจ็บปวดแก่ไพร่ ทั้งยังมักทำเฉพาะในกรุงเทพฯ และหัวเมืองรอบราชธานีเท่านั้น จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนหลบหนีไม่ยอมสังกัดเป็นไพร่ และยังไม่ส่งส่วย เช่น หนีไปอยู่ตามป่าเขา กลายเป็นคนจรไร้อสังกัด หรือหลีกเลี่ยงไปขึ้นกับมูลนาย

ที่มีอิทธิพล (อัญชลี สุস্যัมภ์, 2541) ดังหลักฐานในประกาศเลขไพร่หลวง ไพร่สม พ.ศ. 2429 ในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2429 เล่ม 3 หน้า 88 กล่าวถึงปัญหาไพร่พลหนี้ราชการและเจ้าหมื่นรู้ละเลยเพิกเฉย หรือเป็นใจให้ไพร่หนี ในประกาศกล่าวว่า หากผู้ใดจับตัวมาได้จะให้เงินสินบนเป็นรางวัล ส่วนเจ้าหมื่นมูลนายและตัวไพร่ที่กระทำความผิด ก็จะถูกเขียนแล้วส่งตัวไปลงโทษในคุกให้ทำงานหนักจนเช็ดหน้า

ระบบสีกเลขไพร่-ทาส เป็นเครื่องมือของอำนาจที่หละหลวมไม่มีประสิทธิภาพนัก ไม่สามารถเข้าถึงควบคุมพลเมืองได้อย่างทั่วถึง มีความอิสระค่อนข้างมาก ประชาชนในแต่ละหมู่บ้านมิได้อยู่ในการควบคุมโดยตรงของกษัตริย์ ยิ่งอยู่ห่างไกลออกไป ก็ยิ่งมีอิสรภาพในการปกครองตนเองค่อนข้างสูง ไม่มีการตรวจสอบการทำงานที่เป็นระบบ อำนาจของกษัตริย์ถูกแบ่งสรรร่วมกันกับสถาบันทางสังคมบางสถาบัน โดยเฉพาะกลุ่มตระกูลใหญ่ที่กระจายในส่วนกลางและภูมิภาค สำหรับมูลนายแล้ว ไพร่ในสังกัดคือ แหล่งทำรายได้สำคัญ และเป็นฐานอำนาจทางการเมืองในเวลาเดียวกัน ปัญหาที่ตามมาคือ กลุ่มสถาบันเหล่านี้อาจเก็บส่วยจากไพร่แล้วยกยอกไม่ยอมส่งส่วยกลับคืนเมืองหลวง ยิ่งไปกว่านั้น อาจระดมไพร่สร้างเส้นสายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล จนมีอำนาจเข้มแข็งเทียบเท่าพระเจ้าแผ่นดิน ดังที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2557: 34-36) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ไพร่พลส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากเมือง มิได้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของระบบอุปถัมภ์ของรัฐ และส่วนใหญ่เลือกที่จะส่งส่วยแทนที่จะเข้ารับราชการ จึงถูกควบคุมโดยมูลนายในเมืองได้เพียงผิวเผิน ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของระบบอำนาจโดยสิ้นเชิง

ในขณะเดียวกัน มหาอำนาจจักรวรรดินิยมตะวันตกพยายามชักชวนคนไทยหรือไพร่ไปจดทะเบียนเป็นคนไต้หวันหรือคนในบังคับ ได้กลายเป็นปัญหาใหญ่ของบ้านเมือง (วุฒิชัย มูลศิลป์, 2555) ดังบันทึกจากหอดจดหมายเหตุแห่งชาติ เอกสารรัชกาลที่ 5 ร.ล. - พ.ศ. (สารบัญญัติพิเศษ) เล่ม 7 หน้า 300 เจ้าพระยามหินทรศักดิ์ธำรงฯ กราบทูลพระราชากระแสน พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว วันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2427 ว่าเจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์มีความเห็นว่า “ในนานาประเทศ ก็ไม่ได้สักหมายหมู่ บัดนี้ นานาประเทศกับกรุงเทพฯ

ก็ใกล้เคียงกัน... ซึ่งกรุงเทพฯ จะมาสักข้อมูลหมายเหตุ ก็จะไม่เป็นที่ดูไม่ควรแก่เวลา” เจื่อนไขเหล่านี้ก่อให้เกิดรอยร้าวทางประวัติศาสตร์และการปฏิรูประบบการปกครอง เพื่อจัดวางความสัมพันธ์เชิงอำนาจใหม่ไปทั่วสังคม โดยมีสถาบันพระมหากษัตริย์ อยู่เบื้องบนสุด เริ่มจากการยกเลิกระบบไพร่ตามพระราชบัญญัติลักษณะเกณฑ์ทหาร ร.ศ. 124 (พ.ศ. 2448) แปลงไพร่ให้กลายเป็นทหารประจำการติดอาวุธสมัยใหม่ ตามนโยบายปฏิรูปกิจการทหารของประเทศ และตามมาด้วยการยกเลิกระบบทาส ตามพระราชบัญญัติทาส ร.ศ. 124 (พ.ศ. 2448) ซึ่งระบุใจความว่า “ประเพณีทาส ที่มีอยู่ในพระราชอาณาจักรสยาม ถึงเป็นวิธิตาสทำสาธารณธรรมขายตัวด้วยใจสมัคร มิใช่ทาสเชลยที่เป็นการกดขี่อย่างร้ายแรงก็จริง แต่ก็ยังเป็นเครื่องกีดขวางความเจริญ ประโยชน์และสุขสำราญของมหาชนอยู่อย่างหนึ่ง ซึ่งจำเป็นจะต้องเลิกถอนอย่าให้มีประเพณีทาสในพระราชอาณาจักรนี้ กรุงสยามจึงจะมีความเจริญสมบูรณ์เท่าทัน ประเทศอื่น”

อิสราฟที่ประชาชนได้รับจึงเป็นการลดอำนาจของขุนนาง ผ่านการถ่ายโอน ความจงรักภักดีให้ประชาชนกลายเป็นพันธมิตรของกษัตริย์ อิสราฟใหม่นี้ จึงมิใช่ก่อให้เกิดความเสมอภาคของประชาชน แต่ตั้งบนหลักการว่า สิทธิ ทุกอย่างนั้นมีอยู่ได้ก็เพราะพระเจ้าแผ่นดินโปรดให้มี ทำให้พระราชอำนาจเป็นของ พระมหากษัตริย์อย่างมั่นคงแท้จริงและชอบธรรม โดยไม่ต้องกระจัดกระจายไปที่ กลุ่มอิทธิพลอื่น

เสรีชนที่ถูกปลดปล่อยจากระบบไพร่ทาส ได้ถูกทำให้มีลักษณะเหมือนกัน ผ่านการเป็นแรงงานอิสราฟช่วยจ่ายภาษีให้แก่รัฐ โดยไม่ต้องผ่านมือเจ้าขุนมูลนาย อย่างที่เคย ในขณะเดียวกันก็ถูกสวมเครื่องแบบผ่านระบบจัดกำลังคนรูปแบบใหม่ คือ เกณฑ์ทหาร เพื่อทดแทนแรงงานที่ถูกปลดปล่อยไปจากระบบไพร่ วิธีการทาง การทหารที่ฝึกฝนเข้มงวดนี้ย่อมมีประสิทธิภาพมากกว่า ในขณะเดียวกันเสรีชนก็ได้ กลายเป็นแรงงานเสรี สนองความต้องการแรงงานเสรีของระบบทุนนิยมที่กำลังเริ่มต้น ในสังคมไทยภายหลังสนธิสัญญาบาวริง

ภายหลังการยกเลิกระบบไพร่ทาส พลเมืองได้กลายเป็นเสรีชนที่ออกจาก สังเกตของมูลนายแล้ว จึงจำเป็นต้องมีการระบุอัตลักษณ์บุคคลให้แก่ไพร่และทาส ที่ไร้สังกัดเสียใหม่ เมื่อระบบเดิมที่เคยใช้อยู่ยากจะตรวจสอบ และบิดเบือนได้

ทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากพลังแรงงานของไพร่พลในรัฐได้เต็มที่ จึงต้องแสวงหาเทคนิคเครื่องมือใหม่ในการจัดระบบข้อมูลประชาชนของรัฐเสียใหม่ นั่นคือ การจัดทำบัญชีพลเมืองขึ้น ที่เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประชากรจนครบทุกมณฑล แจกแจงว่าเป็นเพศใด ผู้ชาย ผู้หญิง อายุเท่าไร และชาติพันธุ์อะไรบ้าง ตามพระราชบัญญัติสำหรับทำบัญชีคนในพระราชอาณาจักร ร.ศ. 128 (พ.ศ. 2452)

ที่จริงแล้ว ความพยายามจัดทำการทะเบียนราษฎรในลักษณะนี้ น่าจะมีมาก่อนแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2440 ตามพระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ ร.ศ. 116 (พ.ศ. 2440) ซึ่งมีการกำหนดเขตแบ่งท้องที่ต่าง ๆ ออกเป็นหมู่บ้าน ตำบล และอำเภอ และกำหนดผู้ดูแลในแต่ละท้องที่ คือ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และนายอำเภอ มีหน้าที่ต้องสำรวจ “บัญชีสามะโนคร้ว” แทนที่ “การทำสารบัญชี” โดยสำรวจตรวจนับจำนวนพลเมืองในมณฑลหรือท้องที่ เรียกว่า บัญชี “รุ่น แล่น จุง อุ่ม” คือ ให้จัดทำบัญชีแสดงจำนวนคนในบ้านโดยจำแนกตามวัย และให้ตอบว่าบ้านหลังหนึ่งมีคนในแต่ละวัยจำนวนเท่าใด โดยวัยรุ่นหมายถึง คนฉกรรจ์ขึ้นไป วัยแล่นหมายถึง เด็กกำลังโต วัยจุงหมายถึง เด็กเล็ก ๆ และวัยอุ่มหมายถึง เด็กอ่อน แต่การทำบัญชีครั้งนี้ไม่สำเร็จเพราะผู้คนยังอ่านออกเขียนไม่ได้ และแม้ในปี ร.ศ. 122 (พ.ศ. 2446) จะมีการอบรมและออกสำรวจอีกครั้ง ยกเว้นแต่ชาวป่าชาวเขาซึ่งทำการสำรวจได้ยาก แต่ก็ทำได้เพียง 12 มณฑลเท่านั้น

อย่างไรก็ดี พระราชบัญญัติสำหรับทำบัญชีคนในพระราชอาณาจักร ร.ศ. 128 (พ.ศ. 2452) ถือเป็นรอยแยกสำคัญของความเป็นรัฐสมัยใหม่ของไทย เป็นครั้งแรกที่มีการสำรวจตัวบุคคลในราชอาณาจักรและจดบันทึกรายชื่อ และที่อยู่ของบุคคลดังกล่าว โดยครอบคลุมการทะเบียนราษฎร 3 ลักษณะ คือ บัญชีสามะโนคร้ว บัญชีคนเกิดและคนตาย และบัญชีคนเข้าออก แม้ว่าจะยังเป็นการประกาศใช้เฉพาะในเขตมณฑลกรุงเทพก็ตาม

วาทกรรมในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลพลเมืองนี้ก่อให้เกิดบรรดาผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลพลเมือง ได้แก่ กลุ่มนายอำเภอ กำนัน และผู้ใหญ่บ้านที่ต้องจัดทำทะเบียนราษฎร ตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองท้องที่ พ.ศ. 2457 กำหนดว่า “เป็นหน้าที่ของผู้ใหญ่บ้านที่จะจัดทำบัญชีสามะโนคร้ว ในหมู่บ้านของตนและคอยแก้ไขให้ถูกต้องอยู่เสมอ กำนันต้องรักษาบัญชีสามะโนคร้ว

และทะเบียนบัญชีของรัฐบาลในตำบลนั้น และคอยแก้ไขเพิ่มเติมให้ถูกต้องกับบัญชี
ของผู้ใหญ่บ้าน และหน้าที่ของกรรมการอำเภอในการทะเบียนบัญชี นั่นคือทำบัญชี
สำมะโนครัวและทะเบียนทุก ๆ อย่างบรรดาที่ต้องการใช้ในราชการ”

ภายหลัง เพื่อให้สะดวกแก่การบันทึกข้อมูลจึงมีพระราชบัญญัติ
ขนานนามสกุล พ.ศ. 2457 ขึ้น พลเมืองจึงกลายเป็นผู้ที่ถูกนิยามด้วย
ข้อมูลนามสกุลของตน เทคนิควิธีการนี้ถูกใช้อยู่ในมณฑลกรุงเทพ ก่อนจะ
ค่อย ๆ กระจายทั่วทุกหัวเมืองทุกมณฑล ทำให้การระบุตัวตนสามารถซ่อนไข
เข้าถึงประชาชนแต่ละคนได้อย่างใกล้ชิดในระดับย่อยที่สุด เพราะสามารถ
ที่จะระบุอัตลักษณ์บุคคลได้อย่างละเอียด ทั้งชื่อ ต้นตอสายสกุล บิดา มารดา
บ้านเลขที่ ภูมิลำเนา ผู้ร่วมอาศัย จนสามารถกำกับควบคุมพฤติกรรมของประชาชน
ได้ง่ายขึ้น เช่น ติดตามตัว

ในรัฐชาติสมัยใหม่ เสรีชนถูกสวมเครื่องแบบให้เป็นพลเมืองไทย
เหมือนกัน ดังนั้น เป้าหมายของการบันทึกข้อมูลพลเมือง มีไว้เพียงเพื่อระบุว่า
ปัจเจกแต่ละคนที่อาศัยในรัฐเป็นใคร อาศัยที่ใด แต่เพื่อยืนยันความเป็นพลเมืองไทย
ผู้ที่มิข้อมูลยืนยันว่าเป็นพลเมืองไทยเท่านั้นจึงจะมีสิทธิทำมาหากิน หรือ
อยู่อาศัยบนขอบเขตรัฐชาตินี้ ส่วนผู้ที่ไม่มีข้อมูลที่ยืนยันตัวตนได้ ก็จะถูกกีดกัน
ให้กลายเป็นคนอื่น

เงื่อนไขเหล่านี้ทำให้เกิดเทคโนโลยีบันทึกข้อมูลเพื่อยืนยันตัวตน
พลเมืองขึ้น คือ บัตรประจำตัวประชาชน ในรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม
ตามพระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน พ.ศ. 2486 กำหนดให้ผู้มีอายุ 16 ปี
จนถึง 70 ปี บริบูรณ์ต้องมีบัตร (ยกเว้นผู้พิการ เป็นใบ้ ตาบอด จิตฟั่นเฟือน และ
ผู้ถูกคุมขังโดยชอบด้วยกฎหมาย) บัตรประจำตัวยุคแรก ๆ เป็นบัตรรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า
พับ 4 ตอน ขนาดกว้าง 4 นิ้ว ยาว 3 นิ้ว มีทั้งหมด 8 หน้า ปกด้านหน้าเป็นรูป
ตราครุฑและคำว่า “บัตรประจำตัวประชาชน” พร้อมเลขทะเบียนออกบัตร
ส่วนปกหลังเป็นคำเตือนให้ผู้ถือบัตรต้องพกติดตัว และแสดงต่อเจ้าหน้าที่ได้เสมอ
และต้องเปลี่ยนบัตรเมื่อหมดอายุ หรือมีการแก้ไขชื่อ สกุล ที่อยู่ แต่ละหน้ามีรายละเอียด
ได้แก่ เลขทะเบียนออกบัตร วันที่ออกบัตร อำเภอ/จังหวัดที่ออกบัตร รูปถ่าย
ลายพิมพ์นิ้วมือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ถือบัตร ชื่อตัว ชื่อรอง ชื่อสกุล วันเดือนปีเกิด

อายุ ดำหนิ แผลเป็น รูปพรรณเชื้อชาติ สัญชาติ ชื่อบิดา มารดา ชื่อภรรยา/สามี ข้อมูลทางทะเบียนราษฎร ที่เกิด บ้านเลขที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ ที่อยู่ปัจจุบัน อาชีพ ฯลฯ

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่เติบโตขึ้นในประเทศไทยในทศวรรษที่ 2510 ทำให้เกิดบัตรประชาชนไทยหรือบัตรแบบแถบแม่เหล็ก มีลักษณะคล้ายบัตรเครดิต กว้าง 5.4 ซม. ยาว 8.6 ซม. นอกจากรูปถ่ายพร้อมรายการประวัติของเจ้าของบัตรแล้วยังระบุหมู่โลหิตเจ้าของบัตรเพิ่มมาด้วย รวมทั้งใช้แถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูลผู้ถือบัตร และควบคุมรหัสการออกบัตร ก่อนจะพัฒนาเป็นบัตรประชาชนสมาร์ทการ์ด ซึ่งมีไมโครชิพบันทึกข้อมูล สิทธิประกันสังคม สิทธิการรักษาพยาบาล ฯลฯ ในเวลาต่อมา

บัตรประชาชน ทำให้เกิดการแปลงพลเมืองของรัฐให้กลายเป็นรหัสตัวเลขอย่างสมบูรณ์ ตามรหัสประจำตัวประชาชน 13 หลัก ดังเช่น หลักที่ 1 บ่งบอกว่าบุคคลนั้นมีสัญชาติไทย เป็นคนต่างด้าว หลักที่ 2 ถึงหลักที่ 5 บ่งบอกถิ่นที่อยู่ของพลเมือง ส่วนหลักที่ 6 ถึงหลักที่ 10 หมายถึง เล่มที่ของสูติบัตร หลักที่ 11 และ 12 หมายถึง ลำดับที่ของบุคคลในแต่ละกลุ่มประเภท หลักที่ 13 หมายถึง ตัวเลขสำหรับตรวจสอบความถูกต้องของเลขทั้ง 12 หลักแรกอีกที รหัสเหล่านี้เป็นการสำแดงตัวตน “ความเป็นคนไทยหรือคนในประเทศไทย” ที่ทำให้สามารถอาศัยอยู่ในประเทศไทย และใช้สิทธิอย่างถูกต้องตามกฎหมายได้

นับเป็นรุ่งอรุณแห่งยุคข้อมูลของประเทศไทยที่จำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างละเอียดในการจัดรูปแบบของคนที่รัฐจะปกครอง ข้อมูลทะเบียนราษฎรผูกโยงกับสิทธิและหน้าที่ของประชาชนพลเมืองไม่ว่าจะเป็นผู้มีสัญชาติไทยหรือผู้ไม่มีสัญชาติไทย เช่น การเลือกตั้ง หรือการรักษาพยาบาลตามเขตท้องที่ที่ตนมีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร การขอสิทธิอาศัยอยู่ การขออนุญาตทำงาน ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสิทธิที่ผูกติดมากับความเป็นมนุษย์ เช่น การมีชื่อและเอกสารแสดงตนเพื่อเข้าถึงสิทธิต่าง ๆ ของตนที่ได้เกิดเป็นมนุษย์ หรือที่ได้มาตามบิดาและมารดา ตลอดจนสิทธิความเป็นพลเมืองของรัฐในดินแดนที่ตนเกิด เงื่อนไขของการเข้าถึงสิทธิต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่อยู่ภายใต้การมีข้อมูลในทะเบียนราษฎร

เทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลพลเมืองอาจเป็นกลไกอำนาจสมัยใหม่ที่เอื้อประโยชน์ให้พลเมืองหลายอย่าง ในทางกลับกันก็กลายเป็นภาระอันหนักอึ้งของพลเมืองที่จะต้องแลกด้วยการเสียภาษีหรือการเกณฑ์ทหาร ที่สำคัญ พลเมืองไม่อาจหลีกเลี่ยงไปได้ เพราะการมีข้อมูลว่าเป็นพลเมืองของรัฐสมัยใหม่ จะเป็นตัวรับประกันให้พลเมืองเข้าถึงบริการของรัฐและสังคมหลายอย่าง อันเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการมีชีวิตอยู่ในรัฐสมัยใหม่ พลเมืองได้ถูกผนวกในขอบข่ายของอำนาจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในสถานการณ์เช่นนี้ การไม่มีข้อมูลว่าเป็นพลเมืองจะสร้างความเดือดร้อนอย่างมหันต์ ดังพบว่ายังคงมีพลเมืองที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยแม้ว่าจะอยู่อาศัยมานานแล้วแต่ก็อาจยังไม่ได้รับการจดบันทึกตัวตนในระบบทะเบียนราษฎร และยังคงเป็นบุคคลไม่มีตัวตน ทั้งผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ผู้ที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ผู้ยากจนที่ต้องหาเช้ากินค่ำ รวมถึงผู้ที่ต่างชาติพันธุ์ภาษา ซึ่งถูกกีดกันออกไปจากการรับรู้ของระบบทะเบียนราษฎร

ความหิวกระหายคลั่งไคล้หลงใหลในข้อมูลของรัฐระบบราชการสมัยใหม่ได้เรียกร้องข้อมูลของพลเมืองแทบทุกด้าน ข้อมูลได้กลายเป็นเครื่องผู้รุดติสรภาพของพลเมืองเสียเอง กลายเป็นอำนาจชีวิต กำหนด ควบคุมสิทธิประโยชน์ที่พลเมืองจะพึงได้รับจากรัฐระบบราชการ ดังเรื่องสั้นเสียดสีระบบทะเบียนราษฎรของ วาณิช จรุงกิจอนันต์ ที่ตีพิมพ์ในนิตยสารลลนาเมื่อปี พ.ศ. 2517 กล่าวถึงความยุ่งยากในการติดต่อกับราชการ ซึ่งจะต้องอาศัยข้อมูลหลักฐานทุกชนิดกระทั่งข้อมูลของบิดาที่เสียชีวิตไปแล้ว 11 ปีว่า

“อะไรกันหว่า กฎทะเบียนอะไรของมัน ผมอายุ 27 ปีเข้าปีนี้แล้ว ยังจะต้องพึ่งพาอาศัยเตี้ยซึ่งตายไปแล้วตั้งสิบปีอีกหรือ เออ ถ้าอายุสิบห้าสิบสี่ก็น่าจะไปอย่าง เพราะยังไม่บรรลุนิติภาวะ แต่ผมไม่มีทางเลือกอย่างอื่นนอกจากโดนงาน ถ่อกลับบ้าน ตลกมหาตลกเข้าไปอีก เพราะที่ทะเบียนบ้านนั้น เตี้ยผมยังไม่ตาย คงเป็นเพราะพี่ผมไม่ได้มาแจ้งตายไว้นั่นเอง เตี้ยหนอเตี้ย จะตายซ้ำอีกสัก 11 ปี ครึ่งก็ไม่ได้ ผมจะได้ไม่เดือดร้อน ...ผมใช้เวลาวิ่งอยู่ครึ่งวันที่จะให้เตี้ยผมตายไปจริง ๆ คือให้พนักงานทะเบียนจำหน่ายตายเตี้ยของผมทะเบียนบ้าน” (วาณิช จรุงกิจอนันต์, 2553: 131)

การประกาศแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสังคมแห่งชาติ: จาก จิตวิทยาพลเมืองสู่การวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล ไม่ได้ต้องการข้อมูลลักษณะทั่วไปภายนอกเท่านั้น แต่อำนาจสมัยใหม่ยังต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูลภายในจิตใจ ความคิด ประสบการณ์ อารมณ์ความรู้สึก แบบแผนพฤติกรรม ที่หลากหลายไปตามช่วงเวลาและบริบทสถานการณ์ ทั้งหมดนี้ก่อตัวเป็นบุคลิกภาพของปัจเจกแต่ละบุคคล

กระแสทางปัญญาและวิธีคิดแบบสมัยใหม่ในโลกตะวันตก ทำให้จิตวิทยาได้กลายเป็นวิทยาศาสตร์ที่แยกออกจากปรัชญา จิตวิทยาไม่เพียงมอบญาณวิทยาแบบใหม่ แต่ยังได้มอบเทคนิคของอำนาจอีกด้วย จิตวิทยามีเป้าหมายเพื่อทำให้ความรู้จักปัจเจกบุคคลอย่างถึถ้วน ทำให้สามารถคาดเดาพยากรณ์แนวโน้มของการกระทำ และท้ายที่สุดก็สามารถแสวงหาหนทางควบคุมปัจเจกบุคคล ด้วยการบอกว่าสิ่งใดบ้างที่ควรทำและไม่ควรทำ

สำหรับสิ่งที่ปูทางและส่งเสริมการเก็บข้อมูลด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย 2 เงื่อนไข ประการแรกเป็นกระแสนิยมการศึกษาจิตวิทยา ความผิดปกติทางจิต และการควบคุมมนุษย์ ประการที่สองคือกระแสญาณวิทยาการวัดในเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ในโลกตะวันตก จิตวิทยาของพลเมืองกลายเป็นวัตถุสำคัญในการพิเคราะห์ที่ตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 18 ในงานเขียน History of Sexuality (1978) ของ Foucault สืบสาวให้เห็นว่าภายใต้สังคมที่ครอบงำด้วยชนชั้นกระฎุมพี ความพยายามควบคุมศีลธรรมของพลเมือง โดยเฉพาะเรื่องเพศ กลับทำให้การพูดคุยเกี่ยวกับความปรารถนาทางเพศและความผิดปกติทางจิตเวชกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษา เริ่มมีการพูดคุยถกเถียงเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลในแวดวงจิตวิทยาและการแพทย์อย่างเป็นวิทยาศาสตร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลทางประชากร เช่น สถิติเกี่ยวกับอัตราการเกิดของประชากร อัตราการเจริญพันธุ์ ฯลฯ ซึ่งจะเป็นแนวทางในการควบคุมประชากรต่อไป

ส่วนในประเทศไทย ยุคก่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) การสนทนากว้างเกี่ยวกับลักษณะทางจิตของพลเมือง เกิดขึ้นในรุ่มงาทางพุทธศาสนา ที่มุ่งเน้นการฝึกจิตและควบคุมจิต เพื่อให้เกิดความประพฤติที่ดี ดังคำที่มักกล่าวว่า “จิตเป็นกาย นายเป็นบ่าว”

ส่วนวาทกรรมเกี่ยวกับลักษณะทางจิตของพลเมืองในพื้นที่นอกศาสนา มักเป็นประเด็นความบกพร่องทางจิตที่สัมพันธ์กับการก่ออาชญากรรมและความพยายามที่จะบำบัดรักษา หรือที่เรียกว่า จิตเวชศาสตร์ (Psychiatry) สืบสาวได้ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งมีการจัดตั้ง “โรงพยาบาลคนเสียจริต” ขึ้นในวันที่ 1 พฤศจิกายน ร.ศ. 108 (พ.ศ. 2432) (จำลอง ดิษยวิษ, 2552, น. 55) ผู้ป่วยที่อยู่ในโรงพยาบาลแห่งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผู้ก่อคดีมิโทษ โดยหลักฐานแรกเกี่ยวกับคดีที่ผู้ก่ออาชญากรรมเป็นผู้วิกลจริต ปรากฏในบันทึกหอสมุดจดหมายเหตุแห่งชาติที่ ร.ถ ศธ. 8.7 ก/2 เรื่องส่งตัวอายุทั่วมเสียจริตมายังกรมพยาบาล 28 มิถุนายน – 5 กรกฎาคม ร.ศ.113 (พ.ศ. 2437) และที่ ร.5 ศธ. 8.7/9 เรื่องให้นายคล้อยแพทย์ชี้แจงวิธีตรวจคนเสียจริต 15-26 กันยายน ร.ศ.122 (พ.ศ.2446)

ความคิดที่ว่าลักษณะทางจิตของพลเมืองสัมพันธ์กับการก่ออาชญากรรม และถือว่าต้องควบคุม ปรากฏเรื่อยเรื่อยเรื่อยมาตลอด พ.ศ. 2400-2500 ดังหลักฐานในเทศาภิบาล เล่ม 31 ตอน 12 พ.ศ. 2474 มีการรายงานความประพฤติของพลเมืองในมณฑลนครราชสีมา ที่มีทั้งกลุ่มที่มีความประพฤติดีและกลุ่มที่ส่อเค้าจะก่ออาชญากรรม เช่น คนจรจัด ต้องควบคุมและกำหนดขอบเขตที่อยู่ไว้ (กระทรวงมหาดไทย, 2474: 856-857) นอกจากนี้ ยังมีระบุว่าคนวิกลจริตหรือเด็กนั้นเทียบเคียงกันได้ หากได้กระทำการอุกฉกรรจ์ลงไปเพราะปราศจากความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ก็ให้ยกเว้นโทษตามกฎหมาย ถือเสมือนเป็นเหตุเช่นเดียวกับการวางเพลิง (กระทรวงมหาดไทย, 2474: 819-820) รวมถึงงานวิจัยที่ผลิตในช่วงนั้นก็ชี้ให้เห็นว่า อาชญากรรมมักเป็นบุคคลที่เป็นโรคจิตทรมาน เช่น งานวิทยานิพนธ์เรื่องมูลเหตุแห่งอาชญากรรม ของ แฉม กุลนันทน์ (2496)

นอกจาก “อาชญากร” ที่ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญของการศึกษาแล้ว “เด็ก” ในฐานะอนาคตของชาติ ก็กลายเป็นวัตถุแห่งการศึกษาเช่นกัน การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางจิตของพลเมืองจึงสนใจศึกษาจิตวิทยาเด็กและการแสวงหาหนทาง

อบรมสอนสั่งเด็ก มีการเรียนการสอนจิตวิทยาในแผนกฝึกหัดครู นอกจากนี้ ก็มีหลักฐานการจัดตั้งสถาบันระหว่างชาติสำหรับการค้นคว้าเรื่องเด็กขึ้นในวิทยาลัยวิชาการศึกษา โดยกระทรวงศึกษาธิการด้วยความช่วยเหลือขององค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในปี พ.ศ. 2498 ซึ่งนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่วิชาเกี่ยวกับจิตวิทยาเด็ก (Suvannathat & Plitplotphai, 1988)

การขยายตัวของอุตสาหกรรมและการค้าเสรีแบบทุนนิยม การเติบโตของตลาดมวลชน และความผันผวนทางเศรษฐกิจการเมืองในประเทศไทย ได้กลายเป็นเงื่อนไขทางทางประวัติศาสตร์ ที่ทำให้การศึกษาลักษณะทางจิตของพลเมืองมุ่งเน้นไปที่การเก็บรวบรวมข้อมูลทางจิตวิทยาเชิงปริมาณ และกลายเป็นเทคโนโลยีของอำนาจสมัยใหม่ในการเข้าถึงข้อมูลระดับลึกที่สุดในจิตใจของปัจเจกบุคคล

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ถือกำเนิดขึ้นท่ามกลางกระแสอเมริกันนาวิตร (Americanization) เผด็จการทหาร ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้รับการสนับสนุนจากอำนาจภายนอก คือ สหรัฐอเมริกา ในการเป็นป้อมค่ายโลกเสรีเพื่อปราบปรามคอมมิวนิสต์ อิทธิพลของอเมริกันสูงอย่างยิ่งและส่งผลให้สังคมไทยเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีการโหมการพัฒนาแบบตะวันตกไปจนถึงพื้นที่ชนบท เศรษฐกิจไทยพลิกจากเกษตรกรรมยังชีพไปสู่การผลิตเพื่อส่งออกค้าขาย เกิดการเข้ามาของทุนต่างชาติ รวมถึงการก่อตั้งสถาบันอุดมศึกษา (เบเนดิกท์ แอนเดอร์สัน, 2553: 4-21)

การพัฒนาต้องการความรู้สมัยใหม่ที่เป็นวิทยาศาสตร์แบบตะวันตกอย่างมาก สภาวิจัยแห่งชาติถือกำเนิดขึ้น ภายใต้รัฐบาล จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ตามพระราชบัญญัติสภาวิจัยแห่งชาติ พ.ศ. 2502 แทนพระราชบัญญัติสภาวิจัยแห่งชาติ พ.ศ. 2499 เดิมที่มุ่งเน้นเฉพาะสายวิทยาศาสตร์ เปลี่ยนมาเป็นการมุ่งเน้นทั้งวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ จิตวิทยาถูกหยิบยกขึ้นมาพูดถึงในฐานะสาขาหนึ่งของปรัชญา ที่จะป็นองค์ความรู้ในการควบคุมพัฒนาจิตใจและมันสมองของเยาวชน ดังคำกล่าวเปิดประชุมสภาวิจัยแห่งชาติของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ในวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2502 ว่า “อย่างน้อยขอให้ได้ผลงานเป็นหนังสือคู่มือ ที่บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้ปกครองเยาวชนจะใช้สอนอบรม ควบคุม

พัฒนาจิตใจและมันสมองของเด็กไปในทางที่ดี จะเป็นงานสร้างชาติขึ้นสำคัญชิ้นหนึ่ง” (สภาวิจัยแห่งชาติ, 2502: ออนไลน์)

สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่าง ๆ ได้จัดตั้งหลักสูตรจิตวิทยาขึ้นในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นที่แรกในปี พ.ศ. 2507 (Tapanya: 2004: 263) ตามมาด้วยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในขณะเดียวกันก็มีการก่อตั้ง สมาคมจิตวิทยาแห่งประเทศไทย ในวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2504 โดยมีศาสตราจารย์ ดร.หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย ซึ่งสำเร็จการศึกษาด้านจิตวิทยาจากสหรัฐอเมริกา ได้เป็นนายกสมาคมคนแรก (พ.ศ. 2504-2506) (คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552) พร้อมกันนั้นก็ได้มีการเปิดหลักสูตรระดับปริญญาโทด้านจิตวิทยาการศึกษา ที่คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นที่แรกในปี พ.ศ. 2504 (Tapanya: 2004, p. 263)

เทคนิคทางสถิติแบบใหม่ กระตุ้นให้การศึกษาลักษณะทางจิตของพลเมืองขยายตัวอย่างรวดเร็ว แทนที่จะใช้การสำรวจสามะโนที่ยุงยากและต้องอาศัยการเก็บข้อมูลประชากรทั้งหมด เทคนิคทางสถิติที่นำมาใช้ คือ วิธีการสำรวจแบบสุ่มตัวอย่าง มาเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด เทคนิควิจัยนี้ได้รับความนิยมอย่างสูงสุด ในสหรัฐอเมริกา Samuel A.Stouffer และ Paul F. Lazarsfeld ถือได้ว่าเป็นนักวิชาการที่มีชื่อเสียง 2 คนแรก ที่ได้นำการวิจัยเชิงสำรวจมาใช้ในการวิจัยทางการเมือง โดย Samuel A.Stouffer ศึกษาผลกระทบจากสงครามในสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ Paul F. Lazarsfeld ศึกษาการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล รวมถึงการศึกษาผู้มีสิทธิพลทางความคิดในการตลาด มีการจัดตั้งสถาบันที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนางานวิจัยเชิงสำรวจ เช่น the American Association for Public Opinion Research (AAPOR) และมีวารสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงสำรวจโดยเฉพาะ เช่น Public Opinion Quarterly (Babbi, 1973: 41-45)

เทคนิคเช่นนี้ ทำให้เกิดการจำแนกลักษณะทางจิตวิทยาของปัจเจกบุคคลที่ถูกศึกษาอย่างแยกย่อย เช่น เป็นคนซื่อตรง เป็นคนซึ่กั่ว เป็นคนร่าเริง เป็นคนประณีต เป็นคนขยัน เป็นคนเฉื่อยชา เป็นคนฉลาด ฯลฯ และกระตุ้นให้ปัจเจกคิดใคร่ครวญเกี่ยวกับลักษณะทางจิตวิทยาของตนเอง จนสามารถทะเยอทะยานให้แกตนเองได้ ในทางกลับกัน ผู้ศึกษาก็จะนำผลการประเมินตนเองนั้น

มาตัดสินชีวิตด้วยสูตรทางคณิตศาสตร์เพื่อสรุปผล ไม่เพียงปัจเจกแต่ละคน แต่เป็นการประมวลปัจเจกในฐานะองค์รวมของทั้งสังคมว่ามีบุคลิกภาพอย่างไร เป็นบุคลิกภาพที่เป็นคุณหรือเป็นโทษต่อสังคม

ด้วยอิทธิพลการสร้างรัฐชาติที่ก่อสำนึกชาตินิยมในประเทศไทย รวมถึง การปฏิรูปการศึกษา การก่อตัวของครอบครัวชนชั้นกลาง และวิธีคิดแบบ วิทยาศาสตร์ที่มีการจำแนกช่วงวัยของพลเมืองบนฐานของพัฒนาการทางจิตใจ ทำให้ต้องแสวงหาการเลี้ยงดูอบรมบุคคลให้เหมาะสม เป็นเงื่อนไขการก่อรูปของ วาทกรรมความรู้เกี่ยวกับการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลทางจิตวิทยาของ พลเมืองด้วยวิธีการทางสำรวจกลุ่มตัวอย่างสถิติ โดยเฉพาะในแวดวงวิชาการ สาขาคณิตศาสตร์ การศึกษาด้วยวิธีสำรวจกลุ่มตัวอย่างทางสถิติขึ้นแรก ๆ เป็น งานของ Chayakul (1964) ศึกษาการเลี้ยงดูเด็กของครอบครัวชนชั้นกลางใน กรุงเทพมหานคร Kowatrakul (1964) ศึกษาการเลี้ยงดูเด็ก และการรับรู้ความคาดหวังจาก ครอบครัวของวัยรุ่นชนชั้น Srisukho (1964) ศึกษาการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่าง ชายหญิงในเยาวชนนักศึกษา และ เดือน สิริพันธุ์ประทุม (2508) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้พฤติกรรมของตนเองของนักเรียน การรับรู้พฤติกรรมของ นักเรียนโดยครูในทัศนะของนักเรียน และการรับรู้ของครูที่มีต่อพฤติกรรมของ นักเรียนกับความสัมฤทธิ์ผลในการเรียน

หน่วยงานราชการก็อาศัยวิธีการนี้เพื่อประเมินความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการ และทัศนคติของ “ประชาชน” เกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานรัฐ รวมถึง เพื่อสำรวจพฤติกรรมของประชาชน โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นผู้ดำเนินการสำรวจ ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2500 - 2530 เพื่อนำข้อมูลไปประกอบแผนพัฒนา ประเทศ เช่น การสำรวจความรู้ ความคิดเห็น และการปฏิบัติเกี่ยวกับการแจ้ง คนเกิด คนตาย (2509) การสำรวจการรับฟังวิทยุ (2511) การสำรวจความ ต้องการและปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของชาวเขา (2526) การสำรวจการเข้าร่วม กิจกรรมทางวัฒนธรรมและการใช้เวลาของประชาชน (2528) การสำรวจพฤติกรรม การเล่นกีฬา การดูกีฬา (2527) การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ (2529) การสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับบุตร (2531) ทัศนคติของประชากรเกี่ยวกับภาวะทางสังคม (2531) การสำรวจความสนใจและพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ (2536)

วาทกรรมเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลทางจิตวิทยาของพลเมือง ไม่เพียงก่อตัวขึ้นในแวดวงวิชาการ และแวดวงหน่วยงานราชการเท่านั้น แต่ยังปรากฏในแวดวงการตลาด ในรูปของการศึกษาพฤติกรรม “ผู้บริโภค” ในโลกตะวันตก ในบริบทหลังสงครามเย็นสิ้นสุด เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาขึ้น สื่อมีหลากหลายขึ้น ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น สินค้าที่ถูกผลิตจากระบบอุตสาหกรรมมีมากขึ้น เกินกว่าความต้องการ สิ่งเหล่านี้เป็นแรงกระตุ้นให้กระบวนการตลาดได้เปลี่ยนจากการผลิตมาเป็นการสนใจการบริโภคอย่างสมบูรณ์ (E. Schultz, 1994) การตลาดได้เปลี่ยนจากการพึ่งพิงองค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ ไปสู่สาขาพฤติกรรมศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และจิตวิทยา ผู้บริโภคกลายเป็นหน่วยในการศึกษาวิเคราะห์ เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับสาขาการตลาด เช่น การศึกษาผู้นำทางความคิด ของ Katz & Lazarsfeld (1955) รวมถึงแนวคิดอื่น ๆ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า และแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนการตลาด โดยเฉพาะการแบ่งส่วนประชากรศาสตร์ บนพื้นฐานของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้แวดวงการตลาดมีทฤษฎีที่ซับซ้อนขึ้น งานศึกษาช่วงแรก มักเป็นการศึกษาแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นการทำความเข้าใจผู้บริโภคเพื่อที่จะสามารถกระตุ้นเร้าให้ผู้บริโภคให้จับจ่ายใช้สอยได้ (Sheth, 1985: 5-7)

ท่ามกลางกระแสแอมเมริกันวัตรในประเทศไทย ลัทธิบริโภคนิยมได้แผ่ขยายเข้ามาถึงชนบท หลักฐานสำคัญ คือ ในช่วงเวลาดังกล่าวได้มีการจัดตั้งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ขึ้น ข้อมูลทางจิตวิทยาของผู้บริโภคกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนายทุนและนักการตลาด ที่จะต้องอาศัยข้อมูลเหล่านั้นเพื่อออกแบบเทคนิคการจูงใจที่เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละคน ความรู้ทางด้านสถิติและความรู้ทางด้านจิตวิทยาผู้บริโภคผนวกกันเกิดเป็นงานศึกษาวิจัยเพื่อการตลาด ซึ่งพบเห็นอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ 2510-2530 เช่น ดำราตีพิมพ์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของธงชัย สันติวงษ์ ในปี พ.ศ. 2515 การศึกษาอิทธิพลของชื่อการค้าและสไตล์ของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคของวัลลภา ราหุลปาน (2518) การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของดำรงค์ วิวัฒนาไพบูลย์ลาภ (2525)

การปฏิวัติคอมพิวเตอร์ : จากข้อมูลนาล็อก สู่ข้อมูลดิจิทัล

เงื่อนไข 2 ประการที่ทำให้การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองได้พลิกโฉมจากการเก็บข้อมูลแบบแอนะล็อกไปสู่รูปแบบดิจิทัล คือ การพัฒนาความรู้ทางสถิติแบบสมัยใหม่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกรับรองว่าแม่นยำและเป็นวิทยาศาสตร์ และการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสารคอมพิวเตอร์ออนไลน์เชิงพาณิชย์

เดิมที “สถิติ” เป็นวาทกรรมความรู้ที่อยู่ในวงจำกัดแค่เพียงในหน่วยงานเล็ก ๆ ที่มีหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลทางประชากรและข้อมูลทางเศรษฐกิจในรูปของตัวเลขเท่านั้น เช่น การทำสำมะโนครัว ย้อนไปในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2457 ประเทศไทยจัดตั้งกรมสถิติพยากรณ์ ทำหน้าที่รวบรวมหัวข้อทะเบียนและรายงานของกระทรวง ทบวง กรม เพื่อวิเคราะห์พยากรณ์ภาวะการณ์ต่าง ๆ ล่วงหน้าโดยมีผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศเป็นที่ปรึกษา แต่งานสถิติชิ้นแรกที่ยังออกเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นเพียงการรวบรวมข้อมูลสถิติประชากร เศรษฐกิจและการค้า ในรูปเล่ม “รายงานสถิติรายปี พ.ศ. 2459” ฉบับปฐมฤกษ์ เสนอข้อมูลเบื้องต้นในภาษาอังกฤษ ทั้งสถิติลมฟ้าอากาศ ประชากร การคลัง การพาณิชย์ การค้าต่างดาว การไปรษณีย์โทรเลขและโทรศัพท์ การรถไฟ การศาลยุติธรรม การเกษตร ฝนรัฐบาล การโลหะกิจและเหมืองแร่ และมาตราชั่งตวงวัด ได้ข้อมูลจากรายงานเอกสาร ทะเบียน สำมะโน และการสำรวจแบบกลุ่มตัวอย่าง

สถิติเริ่มกลายเป็นวาทกรรมที่แพร่หลายทั่วรัฐไทยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เมื่อไทยซึ่งเสียหายจากสงครามจำเป็นต้องกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และองค์การสหประชาชาติ เพื่อฟื้นฟูประเทศ รัฐบาลไทยจำเป็นต้องจัดทำสถิติพื้นฐานหลายรายการด้วยกัน เช่น สถิติประชากร ผลิตภัณฑ์มวลรวม และอุตสาหกรรมนานาชาติ รายได้ประชาชาติ ฯลฯ เพื่อเสนอต่อธนาคารโลก รัฐบาลสหรัฐอเมริกา และสถาบันที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการพิจารณา กู้ยืมเงิน (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537)

สถิติจึงกลายเป็นประเด็นวาระสำคัญที่ถูกพูดถึงมากขึ้นในหน่วยงานราชการไทย มีใช้ในฐานะการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวเลขเท่านั้น แต่ในฐานะของวิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือศาสตร์สมัยใหม่ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อคำนวณความน่าจะเป็นด้วยสูตรทางคณิตศาสตร์ที่สลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ผลที่ได้จากการคำนวณช่วยให้การวางแผนตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาทางเศรษฐกิจเป็นไปอย่างมีหลักการถูกต้องที่สุด

การกระตุ้นให้มีความสำคัญกับประเด็นทางสถิตินี้ มุ่งเพื่อปฏบัติการศึกษาและประกอบกับการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติของประเทศไทย เห็นได้ชัดจากการเปิดสอนวิชาสถิติในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา พ.ศ. 2496 และการตราพระราชบัญญัติสถิติ พ.ศ. 2495 ให้มีการบริหารกิจกรรมสถิติ การส่งเสริมประสานงานด้านสถิติ การทำสำมะโนประชากร การสำรวจนานาชาติ การศึกษาอบรมสถิติ การวิจัยในด้านวิชาการ พร้อมยกฐานะของกรมสถิติพยากรณ์ขึ้นเป็นสำนักงานสถิติกลางมีฐานะเท่ากรมเป็นส่วนหนึ่งของสำนักงานเลขาธิการพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลสถิติหลายโครงการ โดยผู้เชี่ยวชาญจากสหประชาชาติและสหรัฐอเมริกามาช่วยแนะนำดำเนินการ ก่อนจะเลื่อนฐานะขึ้นเป็นสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office) ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 80 ตอนที่ 50 ลงวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2506 (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537)

สำนักงานสถิติแห่งชาติที่ตั้งขึ้นใหม่ ได้จัดทำสำมะโนประชากร ซึ่งใช้วิธีการแบบทันสมัยและเป็นที่ยอมรับ ข้อมูลเหล่านี้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนด้านประชากร การศึกษา สาธารณสุขและสวัสดิการ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 ประเด็นเกี่ยวกับสถิติของชาติได้ขยายออกไปกว้างอย่างมากมายในแวดวงราชการ นอกเหนือจากสำมะโนประชากรแล้ว ยังได้ทำสำมะโนอื่น ๆ อีก คือ สำมะโนเกษตร (2506) สำมะโนอุตสาหกรรม (2507) สำมะโนธุรกิจและบริการ (2509) รวมถึงการสำรวจต่าง ๆ เช่น การสำรวจแรงงาน (ภาวะการณ์ทำงาน) การสำรวจการเปลี่ยนแปลงประชากร การสำรวจย้ายถิ่นฐาน การสำรวจเด็กและเยาวชน การสำรวจเคหะ การสำรวจรายงานครู การสำรวจมูลระดับหมู่บ้าน การสำรวจข้อมูลอนามัยและสวัสดิการ การสำรวจวิทยุและโทรทัศน์ การรับฟังวิทยุ ฯลฯ

ภายใต้แรงสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญชาวสหรัฐอเมริกา สถาบันอุดมศึกษาไทย จึงได้นำเข้าความรู้ด้านสถิติเชิงคณิตศาสตร์ระดับสูงจากโลกตะวันตก อันเป็นสถิติ

สมัยใหม่ที่ต้องอาศัยคอมพิวเตอร์ในการคำนวณประมวลผล และยังสามารถนำเข้า IBM 1620 คอมพิวเตอร์เครื่องแรกมาในประเทศไทย เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2506 เพื่อส่งเสริมความรู้ทางสถิติในสถาบันอุดมศึกษาไทยให้เข้มข้นขึ้น การเข้ามาของคอมพิวเตอร์ทำให้วิทยาการคอมพิวเตอร์ (Computer Science) กลายเป็นแขนงวิชาที่ได้รับความนิยม มีการเปิดหลักสูตรอบรมการใช้งานคอมพิวเตอร์เป็นไปอย่างครึกครื้น แต่ก็จำกัดเฉพาะในแวดวงนิสิต อาจารย์ ข้าราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น โรงเรียนนายเรือและนายทหารเรือ การพลังงานแห่งชาติ สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ การไฟฟ้า ฯลฯ (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537)

อย่างไรก็ดี ในยุคการปฏิวัติคอมพิวเตอร์ สิ่งที่ทำให้การจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลพลเมืองได้พลิกโฉมไปสู่รูปแบบวิทยาการข้อมูลสมัยใหม่นอกจากการนำเข้าศาสตร์การวิเคราะห์สถิติสมัยใหม่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์แล้ว อีกเงื่อนไขหนึ่ง คือ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสารคมนาคมออนไลน์เชิงพาณิชย์

การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสารคมนาคมออนไลน์เชิงพาณิชย์ในบริบทโลก เป็นผลผลิตจากเทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีเครือข่าย เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีการจัดเก็บ ประมวลและใช้ข้อมูลในรูปแบบของรหัสเลขฐานสอง ส่วนเทคโนโลยีเครือข่าย เริ่มต้นจากความพยายามทำให้คอมพิวเตอร์สองเครื่องขึ้นไปสามารถสื่อสารรับส่งข้อมูลถึงกันได้ และเมื่อเทคโนโลยีเครือข่ายกับเทคโนโลยีดิจิทัลมาประจวบเหมาะกัน จึงก่อให้เกิดเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศ หรือที่รู้จักกันในชื่อของ “อินเทอร์เน็ต” (Internet)

อินเทอร์เน็ตเป็นผลพวงสำคัญจากการเมืองโลกในยุคสงครามเย็น ระหว่างค่ายคอมมิวนิสต์และค่ายเสรีประชาธิปไตย ในทศวรรษของปี พ.ศ. 2510 เป็นผลงานของกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา ในฐานะเครือข่ายทดลองที่ตั้งขึ้นเพื่อเป็นการสนับสนุนงานวิจัยด้านการทหาร ก่อนจะขยายออกไปอย่างกว้างขวาง ถือเป็น การปฏิวัติครั้งสำคัญของโลกหรือที่เรียกกันว่า การปฏิวัติสารสนเทศ โลกได้พลิกโฉมเข้าสู่ยุคแห่งข้อมูลข่าวสารและสังคมสารสนเทศ ก่อให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ผู้คนทั่วโลกสามารถแบ่งปันข้อมูลถึงกันในกลุ่มชนดิจิทัลได้

แบบเรียลไทม์ ทำให้เกิดการย่นย่อของระยะเวลาในการสื่อสารอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน

ภายหลังชัยชนะของโลกเสรี อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาและส่งต่อภายใต้เงื่อนไขของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ประเทศไทยตอบรับเทคโนโลยีนี้อย่างกระตือรือร้น โดยมีการตราพระราชบัญญัติพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พ.ศ. 2534 และติดตั้งอินเทอร์เน็ตชนิดเต็มรูปแบบในเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2535 โดยสถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นอกจากเพื่อประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและส่งต่อข้อมูล อำนาจซ่อนเร้นที่แฝงมากับอินเทอร์เน็ต คือ การบันทึก การจัดเก็บ และประมวลผลข้อมูลของพลเมืองที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อมุ่งเป้าผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การตลาด การวิจัย การสอดส่อง ฯลฯ

ที่ผ่านมาการเก็บข้อมูลแบบแอนะล็อก เช่น การสำรวจด้วยแบบสอบถาม ถูกตั้งคำถามถึงประสิทธิภาพของเครื่องมือ ที่ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระค่อนข้างมาก ดังนั้น จึงสามารถไม่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามอย่างไม่ตั้งใจ และละทิ้งการร่วมการวิจัยกลางคันในที่สุด (Downes-Le Guin et al., 2012) ในขณะเดียวกันมนุษย์นั้นอาจซับซ้อนและมีความหลากหลายเกินกว่าเครื่องมือวัดจะวัดได้ เครื่องมือวัดที่ไม่ละเอียดถี่ถ้วนพอ อาจจะทำให้ละเอียดในประเด็นอื่น ๆ ที่สำคัญไป (Babbi, 2016: 280) นอกจากนี้ยังถูกวิพากษ์ถึงศักยภาพในการเป็นตัวแทนของประชากร เช่น ในกรณีการแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์นั้น อาจไม่ครอบคลุมถึงประชากรที่ไม่ได้เข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Cooke, 2017)

ทว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่กลายเป็นเทคโนโลยีของอำนาจที่จะสอดส่องข้อมูลของพลเมืองได้ง่ายขึ้น สามารถเห็นข้อมูลของประชากรที่ใหญ่ขึ้นไม่ต่างจากการทำสำมะโนประชากร ทั้งยังเป็นข้อมูลครอบคลุมไปถึงข้อมูลมิติทางจิตวิทยา โดยที่พลเมืองไม่รู้ตัวด้วยซ้ำ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกิดจากการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสารสังคมออนไลน์เชิงพาณิชย์

ขณะที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ กลายเป็นพื้นที่พลเมืองสมัยใหม่จะต้องเข้าร่วมอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยง เพื่อจะได้มีส่วนร่วมในการสื่อสาร แบ่งปัน

สร้างและบำรุงรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม ผลจากการเข้าร่วม ทำให้พลเมืองได้กลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหา สร้างการสื่อสาร สร้างเครือข่ายทางสังคมด้วยตนเอง เกิดเป็นคลังข้อมูลมหาศาลอันเป็นผลผลิตจากกระบวนการร่วมของสังคม พลเมืองจะทิ้งร่องรอยของตนเองในโลกดิจิทัล หรือเรียกว่า รอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint) พลเมืองผู้ใช้งานเครือข่ายลดรูปกลายเป็นเพียงข้อมูลดิจิทัลโดยสมบูรณ์ ข้อมูลเหล่านี้จึงเป็นข้อมูลที่พลเมืองผลิตขึ้นด้วยสำนึกอย่างเป็นไปเองโดยธรรมชาติ แต่ถูกจัดเก็บ วิเคราะห์ ประมวลผล และใช้ประโยชน์โดยบุคคลอื่น ไม่ว่าจะเป็นโดยมนุษย์ ระบบอัลกอริทึม และปัญญาประดิษฐ์ ทั้งหมดเกิดขึ้นโดยพลเมืองไม่รู้ตัว

การที่ระบบอัลกอริทึม และปัญญาประดิษฐ์ เป็นผู้เฝ้าระวัง วิเคราะห์ และประมวลข้อมูลของมนุษย์ เป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าความรู้เชิงสถิติและเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ได้ก่อให้เกิดสภาวะโพนั่มมนุษย์ มนุษย์กลายเป็นข้อมูลดิจิทัลในทางตรงข้าม วัตถุกลายเป็นผู้กระทำการ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ พลเมืองกลายเป็นสิ่งที่ถูกกำหนด ถูกศึกษาและถูกวิเคราะห์โดยวัตถุ อำนาจสมัยใหม่ที่กระทำต่อพลเมืองมิใช่มนุษย์อีกต่อไป ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ ขั้นตอนวิธี หรือระบบอัลกอริทึม (Algorithm) ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีที่ทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทางจิตวิทยา แบบแผนการใช้งาน และเชื่อมโยงลักษณะร่วมของผู้ใช้ในเครือข่ายของผู้ใช้แต่ละคน เพื่อที่ระบบจะสามารถออกแบบเนื้อหา กลั่นกรอง และคัดสรรข้อมูล ให้ตรงกับที่ผู้ใช้ต้องการ ดังนั้น สิ่งที่ใช้แต่ละคนจะได้พบเห็นบนนิวส์ฟีด (News Feed) ของตนเอง จึงเป็นสิ่งที่อัลกอริทึมคัดสรรแล้วว่า น่าจะถูกจริตของผู้ใช้ ส่วนเรื่องทั่วไปที่อาจจะมิประโยชน์แต่ไม่เข้าข่ายตามอัลกอริทึม ก็จะไม่มีการปรากฏต่อสายตาของผู้ใช้ ระบบอัลกอริทึมของเครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ ได้กลายเป็นเทคโนโลยีสำคัญของการทำการตลาดด้วยการนำข้อมูลของพลเมืองแต่ละคนมาวิเคราะห์ และนำเสนอสินค้าบริการที่คิดว่าเหมาะสมกับผู้บริโภคที่สุด

ในบริบทของประเทศไทย ข้อมูลดิจิทัลกลายเป็นกลไกอำนาจสมัยใหม่ที่ทำให้อำนาจสามารถเข้าจัดการควบคุมและสอดส่องข้อมูลดิจิทัลของพลเมืองได้แทบได้ในทุกช่วงจังหวะชีวิต トラบเท้าที่พลเมืองยังใช้เครื่องมือเครือข่ายดังพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

และพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 ที่เอื้อให้มีการสอดส่องข้อมูลของพลเมือง เพื่อป้องกัน รับมือ และลดความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อันกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางทหาร และความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ

วาระปัจจุบัน วาทกรรมในการจัดการควบคุมและเฝ้าระวังข้อมูลดิจิทัล กำลังถูกต่อต้านด้วยวาทกรรมใหม่ที่หยิบยกประเด็นเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวขึ้นมา เป็นการเรียกร้องสิทธิความเป็นส่วนตัวให้แก่พลเมืองข้อมูล ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการปะทะนี้ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล ทว่า มีช่องโหว่ไว้ในมาตราที่ 4 คือ ไม่บังคับใช้ในการดำเนินการของหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการรักษาความมั่นคงของรัฐ

คุณสมบัติและเทคนิคของอำนาจในการปกครองพลเมืองข้อมูล

การเปลี่ยนจากระบบสีกเลขไพร่-ทาส มาสู่การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองแบบสมัยใหม่ แสดงให้เห็นโฉมหน้าใหม่ของอำนาจ ที่มีได้มุ่งบีบเค้นเอาแรงงานหรือริบส่วยจากพลเมืองได้ปกครองอีกต่อไป หากแต่มุ่งที่จะครอบคลุมเหนือชีวิตของพลเมืองทั้งปวง เพื่อโอ้อุ้มประคับประคองและบริหารจัดการชีวิต ดังที่ Foucault เรียกว่า ชีวิตอำนาจ (Bio-Power) (Foucault, 1978: 140) การพลิกโฉมอำนาจเช่นนี้เน้นไปเพื่อตอบสนองความต้องการแรงงานเสรีในระบบการค้าเสรีทุนนิยมที่ขยายมาจากชาติมหาอำนาจตะวันตก พลเมืองไทยในรัฐชาติสมัยใหม่จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ชีวิตของพลเมืองกลายเป็นวัตถุหรือข้อมูลที่จะต้องทำความเข้าใจ จัดการ และควบคุม อำนาจจากเดิมที่มักเน้นการลงโทษเยี่ยงนิตี เอาผิดจากไพร่ที่หลบหนีการสีกเลข ก็เปลี่ยนมาสนใจการสร้างบรรทัดฐานความเป็นพลเมืองของรัฐไทยให้เป็นเหมือน ๆ กัน โดยชีวิตจากข้อมูลทะเบียนราษฎร

การขยายตัวของวาทกรรมความรู้เกี่ยวกับข้อมูลพลเมือง เผยให้เห็นการทำงานของชีวอำนาจทั้ง 2 ระดับ คือ ระดับปัจเจกบุคคลหรือรูปแบบวินัยที่บ่งการเรือนร่างของมนุษย์ (Disciplines) และระดับกลุ่มทางสังคม รูปแบบการควบคุมทางประชากร (Regulatory Controls)

ในระดับปัจเจกบุคคล การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองในบริบทการสร้างรัฐชาติ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ จะพิจารณาร่างกายมนุษย์ในฐานะเครื่องจักรผลิตข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการรัฐชาติสมัยใหม่ ทั้งในระบบการเมือง การปกครองและระบบเศรษฐกิจ พลเมืองจึงถูกจัดระเบียบด้วยศาสตร์สมัยใหม่เพื่อให้สามารถรวบรวม บันทึก และจัดเก็บข้อมูลของพลเมืองแต่ละคนได้อย่างเป็นระบบระเบียบและมีประสิทธิภาพ ด้วยเทคนิคกลวิธีต่าง ๆ ได้แก่

1. เทคนิคการจัดแยกพลเมืองเป็นสัดส่วนตามพื้นที่คล้ายแบ่งสรรพื้นที่ทางสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะในระบบทะเบียนราษฎร มีการขีดเส้นแบ่งเขตกรรมแดนของรัฐชาติอย่างชัดเจน ให้มีพื้นที่ปิดล้อมเฉพาะที่บ่งบอกว่าเป็นพื้นที่ของพลเมืองรัฐไทย ในขณะเดียวกันก็จัดช่องตารางแยกแยะพลเมืองของรัฐให้อยู่ในตำแหน่งแห่งที่ของตนตามเขตการปกครองที่มีช่วงชั้นต่างกัน ได้แก่ หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด โดยหมู่บ้านขึ้นตรงกับตำบล ตำบลขึ้นตรงกับอำเภอ และอำเภอขึ้นตรงกับจังหวัด

ในขณะเดียวกัน พลเมืองก็ถูกจัดจำแนกแบ่งแยกเป็นตารางในพื้นที่หน้ากระดาษ และต่อมาในหน้าจอคอมพิวเตอร์ด้วยตารางที่จำแนกอย่างละเอียดมากขึ้นเรื่อย ๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางจิตวิทยา ประชากรแต่ละส่วน (Segment) ที่อยู่ในแต่ละตำแหน่งของตารางก็จะถูกกำหนดหน้าที่ใช้สอยที่ต่างกัน เช่น ประชากรเพศชายมีหน้าที่ต้องเกณฑ์ทหาร ประชากรที่อายุถึงเกณฑ์ที่รัฐกำหนดมีหน้าที่ต้องเสียภาษีอากร หรือประชากรที่มีลักษณะทางบุคลิกภาพอย่างหนึ่งก็ถูกจัดวางเป็นผู้บริโภคของสินค้าบางประเภท

2. เทคนิคการกำหนดควบคุมปฏิบัติการของพลเมือง คล้ายกับการควบคุมการเคลื่อนไหวทางกายวิภาค วัฏจักรชีวิตของพลเมือง ทุกช่วงจังหวะชีวิตถูกควบคุมโดยตารางเวลาที่กำหนดให้พลเมืองต้องให้ข้อมูล โดยเฉพาะในระบบทะเบียนราษฎร นับตั้งแต่แรกเกิดต้องลงทะเบียนทำใบสูติบัตร เติบโตเข้าสู่วัยเจริญพันธุ์

ต้องลงทะเบียนบันทึกข้อมูลบัตรประจำตัวประชาชน เมื่อสมรสก็ต้องลงทะเบียน ใบสำคัญสมรส แก่ตัวลงต้องลงทะเบียนทำบัตรผู้สูงอายุ และเมื่อเสียชีวิตแล้วก็ยัง ต้องลงทะเบียนใบมรณบัตร นอกจากนี้ ทุกจังหวัดในชีวิตประจำวันของมนุษย์จะต้องได้รับการบันทึกข้อมูล เพื่อแลกกับการทำกิจกรรมใด ๆ เช่น การประทับข้อมูลลายนิ้วมือเพื่อเข้าทำงาน หรือเพื่อผ่านเข้าออกผ่านประตูตึก การลงทะเบียนกรอกข้อมูลเพื่อเข้าร่วมประชุม การลงทะเบียนเพื่อใช้เครื่องมือสื่อสาร การลงทะเบียนทำบัตรสมาชิกเพื่อบริโภคซื้อขายสินค้า แม้กระทั่งการประทับข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแลกกับการมีปฏิสัมพันธ์ในชุมชนเครือข่าย

เทคนิคการกำหนดควบคุมปฏิบัติการของพลเมืองยังได้ประสาน รัตตริงร่างกายของพลเมืองไว้กับวัตถุ โดยเฉพาะเทคโนโลยีจัดเก็บบันทึกข้อมูลทั้งหลาย ร่างกายเป็นเพียงส่วนประกอบของอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดเก็บข้อมูล เช่น เครื่องมือแบบสอบถาม เครื่องมือสื่อสารสมาร์ตโฟน คอมพิวเตอร์ จนกลายเป็น ร่างที่ผนึกรวมกับอุปกรณ์และสามารถผลิตข้อมูลได้อย่างเต็มศักยภาพ

3. เทคนิคการฝึกฝน สังสมข้อมูลของพลเมืองผ่านเวลา คล้ายกับการสังสมแรง ในทางกลศาสตร์ ข้อมูลของพลเมืองที่ถูกเก็บสะสมมากขึ้นเท่าใดก็จะก่อรูปร่างเป็น ตัวตนของพลเมืองนั้นอย่างชัดเจนมากขึ้น และสามารถประมวลผลแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคนิคนี้เห็นได้ชัดในการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล เช่น เครื่องมือดิจิทัลติดตามตัวเพื่อบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพ ซึ่งเก็บบันทึกข้อมูลด้านสุขภาพของผู้พกพาอยู่ตลอดเวลา เมื่อถึงจังหวะที่ข้อมูลทั้งหมดครบถ้วน ประจวบเหมาะ ทั้งข้อมูลจังหวะการเต้นของหัวใจ ระดับความดัน ระยะเวลา การนอนหลับ ปริมาณอาหาร พลังงานที่เสียไป ฯลฯ ก็จะสามารถประมวลผลชี้ขาดได้ว่า บุคคลนั้นมีความเสี่ยงที่จะป่วยหรือมีสุขภาพแข็งแรง

ในขณะเดียวกัน ก็ทดสอบพลเมืองอยู่เสมอโดยกำหนดภารกิจต่าง ๆ เป็นขั้นเป็นตอนสำหรับพลเมือง จนได้ข้อมูลในระดับที่เป็นมาตรฐาน เช่น เครื่องบันทึกข้อมูลสุขภาพแบบติดตามตัว ได้การกำหนดภารกิจเป็นขั้นเป็นตอน ให้ผู้สวมกระทำการกิจต่าง ๆ สังสมคะแนนไปเรื่อย ๆ จนมีข้อมูลในระดับ “สุขภาพที่ดี” หรืออีกตัวอย่าง คือ บัตรบันทึกยอดการซื้อสินค้า หากผู้บริโภคสังสมข้อมูลยอดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ก็จะได้เลื่อนระดับเป็นผู้บริโภคชั้นดีในที่สุด

4. เทคนิคการผสมผสานประกอบสร้างผลกำลังจากพลเมืองหลาย ๆ คน ตามหลักการทางเศรษฐศาสตร์ ทำให้ข้อมูลของปัจเจกคนหนึ่งกลายเป็นองค์ประกอบขึ้นหนึ่งที่เชื่อมโยงเข้ากับข้อมูลของคนอื่น ๆ จนกลายเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน โดยอาศัยคำสั่งทางสถิติที่สามารถจะประมวลผลข้อมูลเหล่านั้น และแปรผลได้ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในรูปของตารางแจกแจงความถี่ โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง และกราฟ

สำหรับยุทธวิธีของอำนาจ ที่ทำให้เทคนิคการจัดระบบระเบียบอัตบุคคลเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามทัศนะของ Foucault ที่ได้เสนอไว้ใน Discipline and Punish: The Birth of the Prison (1975) ได้แก่ การสอดส่องดูแล (Surveillance) การชี้ขาดความปกติ/ผิดปกติ (Normalizing) และการทดสอบ (The Examination)

การสอดส่องดูแล (Surveillance) นับเป็นยุทธวิธีที่สอดคล้องอย่างมากในการอธิบายอำนาจสมัยใหม่ กิจกรรมและชีวิตของพลเมืองในโลกสมัยใหม่จะถูกจับตาเฝ้ามองอยู่ตลอดเวลา ผ่านกลไกการจัดเก็บบันทึกข้อมูล และอำนาจในการเฝ้ามองนี้ไม่อาจระบุตัวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเฝ้าระวังดิจิทัลและการบันทึกข้อมูลพลเมืองในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศ สถาปัตยกรรมอิเล็กทรอนิกส์ล้วนเต็มไปด้วยกลไกของการสอดส่องดูแล ทั้งข้อมูลที่เปิดเผยสู่สาธารณะ หรือข้อมูล “หน้าบ้าน” แม้กระทั่งข้อมูลความเป็นส่วนตัว หรือข้อมูล “หลังบ้าน” ทำให้เกิดการมองเห็นและสามารถเข้าไปดำเนินการกับปัจเจกบุคคล และเปลี่ยนให้เป็นร่างกายที่เชื่อฟัง (Docile Body) โดยไม่จำเป็นต้องบังคับใช้ความรุนแรง ตัวอย่างเช่น เครื่องบันทึกข้อมูลแบบติดตามตัว ที่ใช้ในการสอดส่องดูแลว่าผู้ใช้ออกกำลังกายไปได้เท่าไรแล้ว และกำหนดผู้ใช้งานควรวางแผนบริหารจัดการวิถีชีวิตของตนอย่างไร อีกตัวอย่างคือ ระบบอัลกอริทึมในสื่อสังคมออนไลน์เชิงพาณิชย์ ที่สามารถสอดส่องข้อมูลของผู้ใช้แต่ละคน และประมวลผลเพื่อเสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับผู้ใช้ เทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศเหล่านี้ ทำให้อำนาจมีแง่มุมความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Ecosystem) สามารถจัดเก็บข้อมูลพลเมืองได้จำนวนมหาศาล ภายในระยะเวลาอันสั้น และอาศัยกำลังคนน้อยลงในการสอดส่องควบคุมพลเมืองแต่ละคน

การชี้ขาดความปกติ/ผิดปกติ (Normalizing Judgement) เป็นยุทธวิธีของอำนาจที่ทำหน้าที่เชิงบรรทัดฐาน ในการจัดระเบียบกำหนดความแตกต่างของความปกติและความผิดปกติ ด้วยการทำให้เหมือนกันและแยกสิ่งที่ไม่อยู่ในเกณฑ์ปกติออก (Exclude) แล้วผลักให้ไปอยู่ในความไม่ปกติ เพื่อก่อให้เกิดสถานะปกติ (Normalizes) พลเมืองถูกลดรูปกลายเป็นข้อมูลตัวเลข ตัวอย่างข้อมูลทะเบียนราษฎร ได้กลายเป็นมาตรฐานชีวิตว่า แต่ละบุคคลอยู่ในสถานะปกติหรือไม่ปกติ และสมควรที่จะได้รับสิทธิพลเมืองหรือไม่ นำไปสู่การจัดประเภทบุคคลว่าเป็นคนดี คนไม่ดี คนปกติ หรือคนผิดปกติ เช่น เป็นบุคคลประเภท 0 หมายถึงไม่ใช่คนสัญชาติไทย ไม่ตรงตามบรรทัดฐานความเป็นคนไทย ในขณะที่เดียวกันการไม่มีข้อมูลก็ถูกทำให้กลายเป็นสิ่งผิดปกติ และถูกกีดกันให้กลายเป็นชายขอบ หรือกลายเป็นบุคคลที่ไร้ตัวตน เช่น บุคคลตกสำรวจ บุคคลที่ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน บุคคลไม่มีตัวตนในเครือข่ายสังคมออนไลน์

การทดสอบ (Examination) เป็นยุทธวิธีชี้ขาดว่า บุคคลใดเข้าข่ายใดผ่านกระบวนการสร้างปัจเจกบุคคลให้เป็นวัตถุการตรวจสอบของอำนาจ (Objectification) อัดบุคคลกลายเป็นข้อมูลที่จะถูกจับตา รวบรวม จัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ ภายใต้แผ่นกระดาษทะเบียนราษฎร แบบสอบถามข้อมูลทางจิตวิทยา และหน้าจอเครือข่ายชุมชนออนไลน์ ที่แม้บุคคลสามารถมองเห็นได้ หากแต่ซ่อนการทดสอบไว้เบื้องหลัง การคำนวณและประมวลผลเกิดขึ้นในกล่องดำที่พลเมืองมองไม่เห็น ข้อมูลบุคลิกลักษณะของพลเมืองจะถูกอธิบาย ตัดสิน วัดเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ และผลการทดสอบจากข้อมูลเหล่านั้น จะบ่งบอกว่าบุคคลต้องได้รับการฝึกอบรม แก่ไข จัดกลุ่ม การยกเว้น อย่างไรบ้าง

ตัวอย่างข้างต้นนี้ คือ ชีวอำนาจระดับปัจเจกแต่ละบุคคล ซึ่งดำเนินการในรูปแบบวินัยที่สอดส่องและบงการเรือนร่างของมนุษย์ (Disciplines) ตามที่ Foucault เรียกว่า การเมืองกายวิภาคของเรือนร่างมนุษย์ (Anatomy-Politics of the Human Body) ทำให้มนุษย์เป็นวัตถุที่สามารถจับตา ฝ้าดู และสังเกตได้ตลอดเวลา จนยากที่จะต้านทาน ท้ายที่สุดมนุษย์ต้องตกเป็นทาสที่สมยอมให้กับอำนาจนี้ อย่างไม่มีทางเลือก

ที่สุดแล้ว เทคนิคก็ได้ถูกส่งต่อไปยังองค์การสหประชาชาติทั้งหมด ก่อนเกิดชีวอำนาจในระดับสังคม เพื่อควบคุมประชากรทั้งสังคม (Regulatory Controls) ซึ่ง Foucault เรียกว่าชีวการเมืองเรื่องประชากร (A Bio-Politics of the Population)

พลเมืองขณะนี้ได้ถูกกลดรูปกลายเป็นสถิติตัวเลขอย่างสมบูรณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลพลเมืองจำนวนมากศาลอย่างต่อเนื่อง ได้กลายเป็นอำนาจในการควบคุมการเจริญเติบโต คุณภาพชีวิต และพฤติกรรมของประชากรทั้งสังคม เช่น การกำหนดนโยบายสวัสดิการสำหรับผู้ถือบัตรคนจน โดยอาศัยระบบประมวลผลข้อมูลทางประชากร อาทิ ข้อมูลการใช้ไฟฟ้า ข้อมูลการใช้โทรศัพท์มือถือ ไปจนถึงการถือครองทรัพย์สินที่อยู่ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ที่ดินทำกิน ยานพาหนะ และแบ่งแยกตัวเลขอย่างชัดเจนว่า ผู้ใดเป็น “คนรวย” และผู้ใดถือเป็น “คนจน” ที่รัฐจะต้องเข้าไปโอบอุ้มประคับประคอง

การใช้ความรู้ด้านการจัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูลพลเมือง ในการจัดจำแนกพลเมือง ไม่เพียงเปลี่ยนกลุ่มประชากรที่มีความเสี่ยงให้กลายเป็นแค่สถิติ แต่ยังมีส่วนในการชี้ขาดมาตรฐานว่า ใครบ้างที่มีสิทธิในสวัสดิการของรัฐ ทั้งสวัสดิการคนว่างงาน สวัสดิการด้านที่พักอาศัย และสวัสดิการอาหาร ทำให้เกิดความยากจนแบบอัตโนมัติ โดยเฉพาะการใช้ระบบอัตโนมัติที่เชื่อถือได้ เป็นความรู้ที่เชื่อถือได้ ในการพิจารณาตัดสิน ทำให้มนุษย์กลายเป็นผู้ถูกบงการโดยเครื่องจักร ดังกรณีวิพากษ์วิจารณ์ที่เกิดขึ้นในเมืองทุมกา ประเทศอินเดีย ทางรัฐบาลมีการทดลองใช้ระบบแบบชีวมิติ (Biometric) ในการออกตัวเลขแสดงตัวตนของบุคคล 12 หลัก ที่เรียกว่า "อาดฮาร์" (Aadhaar) เทียบกับการประทับลายนิ้วมือ แต่เมื่อคอมพิวเตอร์เกิดรวนทำให้ไม่สามารถอ่านลายนิ้วมือผู้ใช้งานบางคน ทำให้ผู้ใช้งานรายนั้นไม่มีอาดฮาร์แสดงตัวตน ส่งผลให้ไม่สามารถรับสวัสดิการได้ บางคนขาดสวัสดิการจนได้รับความลำบาก และเสียชีวิตในที่สุด แสดงให้เห็นถึงปัญหาใหญ่ของการนำความรู้ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลพลเมือง มาทำหน้าที่ตัดสินชีวิตของมนุษย์ (ประชาไท, 2562: ออนไลน์)

เมื่อความรู้เกี่ยวกับข้อมูลของพลเมือง ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญขึ้นมาในที่สาธารณะ ข้อมูลเป็นตัวกำหนดนิยามความเป็นพลเมือง จึงทำให้มนุษย์ได้เป็นองค์ประธานที่มีตัวตนขึ้นมา กลายเป็นพลเมืองข้อมูล (Data-Citizenship)

ผ่านการทำให้เป็นวัตถุ (Objectification) ของการศึกษา อัตบุคคลถูกสำรวจอย่างละเอียด บันทึกจัดเก็บข้อมูล ถูกตรวจสอบสอดส่องดูทุกแง่มุม ถูกจัดจำแนกทางวิทยาศาสตร์ ตั้งแต่ชื่อเสียงเรียงนาม ที่อยู่อาศัย ลักษณะทางชีวภาพ ทั้งส่วนสูง น้ำหนัก อัตราการเต้นของหัวใจ ชีพจร ความดัน ไปจนถึงลักษณะทางจิตวิทยา โดยองค์กร/สถาบันต่าง ๆ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดเก็บข้อมูล ไม่ใช่แค่ในหน่วยงานรัฐและองค์กรการปกครอง แต่รวมถึงในโรงเรียน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล ธนาคาร

วาทกรรมเกี่ยวกับข้อมูลของพลเมืองแพร่หลายในสถาบันต่าง ๆ นิยามของบุคคลถูกกำหนดด้วยข้อมูล หรืออีกนัย บุคคล หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเขาที่ถูกบันทึกไว้ ภายใต้วาทกรรมเหล่านี้ บุคคลที่ไม่มีข้อมูลจึงถูกทำให้หายไป ถูกกีดกันออกไป ไม่มีตัวตนและตำแหน่งแห่งที่ของตน ดังเช่น กลุ่มคนที่ไม่มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎร ก็ได้กลายเป็นบุคคลที่ไม่สามารถยืนยันว่าตัวเองเป็นใครได้ และอาจถูกผลักจากสิทธิของรัฐที่พึงมีให้เฉพาะผู้มีข้อมูลในทะเบียนราษฎรนั้น ๆ เช่น สิทธิในการเลือกผู้แทนทางการเมือง

ในทางกลับกัน กระบวนการทำให้กลายเป็นวัตถุข้างต้นนั้น ก็ได้สร้างอัตบุคคลขึ้นมา (Subjectification) ไม่เพียงทำให้อัตบุคคลหลงคิดว่าเป็นองค์ประธานในความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นศาสตร์เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ เป็นผู้สร้างและใช้ชุดข้อมูลต่าง ๆ ด้วยตัวของพวกเขาเอง แต่ที่เหนือไปกว่านั้น อัตบุคคลแท้จริงแล้วตกอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของชุดข้อมูลเหล่านั้น เป็นเพียงหน่วยย่อยของข้อมูลขนาดใหญ่ที่ถูกวิเคราะห์ในทางสถิติ หรือ ประชากรศาสตร์เท่านั้น

นอกจากนี้ ภายใต้อำนาจปฏิบัติการที่อัตบุคคลกลายเป็นข้อมูลที่ถูกแบ่งแยกสร้างความแตกต่าง ทั้งในมิติเพศ อายุ ชนชั้น สถานะ ฯลฯ ก็ได้ก่อให้เกิดพรมแดนจำแนกและสถาปนาองค์ประธานขึ้นมา เช่น ข้อมูลเลขาบัตรประจำตัวประชาชนเกิดการแบ่งแยกพลเมืองในรัฐชาติ และสถาปนาคนไทย คนไร้สัญชาติ คนไร้รัฐ คนตกสำรวจ และนำไปสู่นิยามความเป็นพลเมืองของรัฐชาติ จนท้ายที่สุด ผู้คนก็ตกเป็นทาสของนิยามการแบ่งแยกที่ตัวเอง เช่น คนไร้รัฐ ไร้สัญชาติถูกกีดกันออกไปให้ตกใต้นิยามของความผิดปกติ

ท้ายที่สุด มนุษย์ก็ได้เปลี่ยนตัวเองให้กลายเป็นองค์ประธานของข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองด้วยตัวเอง ผ่านการทำให้มนุษย์เรียนรู้และเกิดความตระหนักรู้ในตัวเอง ตรวจสอบ และยอมรับมิติด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเอง กล่าวคือ การกรอกข้อมูลลงในทะเบียนต่าง ๆ หรือการกรอกแบบสอบถามทางจิตวิทยาที่อาศัยวิธีการสำรวจ มนุษย์ย่อมต้องสำรวจตรวจตราตัวเองทั้งในแง่มุมมอง อาชีพ ความคิด ทศนคติ การรับรู้ ฯลฯ และยอมรับแล้ว จึงจะเลือกตอบข้อมูลที่คิดว่าตรงกับตนเองที่สุด ในขณะเดียวกัน มนุษย์ก็ต้องตระหนักว่ามีข้อมูลเหล่านี้เป็นปัญหาที่มนุษย์จะต้องรับผิดชอบ คอยเติมเต็มให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองสมบูรณ์ที่สุดและคอยแก้ไขหากมีการปรับเปลี่ยน เช่น ต้องแจ้งข้อมูลทุกครั้งเมื่อมีการย้ายบ้าน การสมรส การเดินทาง

กระทั้งการสร้างข้อมูลดิจิทัลในโลกสังคมออนไลน์ มนุษย์ก็ได้เปลี่ยนตัวเองให้กลายเป็นองค์ประธานของข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองด้วยตัวเอง ผ่านการเรียนรู้ที่จะสื่อสาร สร้างเนื้อหาการสื่อสาร สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร จับจ่ายใช้สอย ราวกับมนุษย์เป็นองค์ประธานในการกระทำเหล่านี้ และในทางตรงข้าม ข้อมูลเหล่านี้ก็ย้อนกลับมาเป็นเครื่องบงการมนุษย์ในรูปแบบอัลกอริทึมที่คอยสอดส่องเฝ้าระวัง วิเคราะห์ และเลือกสรรเนื้อหาต่าง ๆ ให้มนุษย์อยู่ตลอดเวลา

วาทกรรมเกี่ยวกับการบันทึกและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของพลเมืองกลายเป็นอำนาจสมัยใหม่ ที่มีได้มีแต่ด้านกดขี่บังคับ แต่ได้สร้างสรรค์สถาปนาพลเมืองข้อมูลขึ้นมาทั้งในฐานะองค์ประธานและวัตถุแห่งความรู้ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เกิดขึ้นมิใช่เป็นตามแบบจำลองของผู้ปกครอง/ผู้ถูกปกครอง ที่ระบุผู้บงการเบื้องหลังได้ แต่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ปรากฏอยู่ทุกหนทุกแห่งทั้งในธนาการ โรงเรียน กระทั่งโลกสังคมออนไลน์

ท้ายที่สุดแล้ว ที่ใดมีอำนาจ ที่นั่นย่อมมีการต่อต้าน แต่การต่อต้านก็ดำรงอยู่ในขอบข่ายของอำนาจ ด้วยเหตุนี้ ย่อมกล่าวได้ว่า การปฏิรูปความเป็นสมัยใหม่ รวมถึงการเข้ามาขององค์ความรู้สมัยใหม่อย่างสถิติและการวิเคราะห์ทางจิตวิทยาอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ แม้ช่วยโค่นล้มระบบไพร่ทาสที่เคยกดขี่พลเมืองลงไป แต่อีกด้านหนึ่งก็ได้สถาปนาระบอบใหม่ของอำนาจ และได้กลายเป็นเงื่อนไข

บรรทัดฐานต่าง ๆ สำหรับพลเมืองสมัยใหม่ที่จะต้องถูกจับเก็บบันทึก และสอดส่องข้อมูล ไม่เพียงแต่จากหน่วยงานทะเบียนราษฎรเท่านั้น แต่ระบบทะเบียนเหล่านี้ยังรุกล้ำเข้าไปในโลกส่วนตัว ทั้งในที่ทำงาน โรงพยาบาล สังคมออนไลน์ และกลายเป็นมาตรฐานเพื่อชี้ขาดว่าสิ่งใดบ้างที่ถือเป็นความเป็นปกติหรือผิดปกติในสังคม

ข้อสรุป

การศึกษาวงศาวิทยาหรือประวัติศาสตร์การก่อรูปของพลเมืองข้อมูลนี้ได้เชื่อมโยงให้เห็นวาทกรรมความรู้สมัยใหม่เกี่ยวกับการจัดเก็บและใช้ประโยชน์จากข้อมูลของพลเมืองที่แพร่หลาย ในวิกฤติสำคัญทางประวัติศาสตร์ไทย 3 เหตุการณ์ได้แก่

เหตุการณ์แรก เกิดขึ้นในช่วงการปฏิรูปรัฐชาติสมัยใหม่ เพื่อสร้างความศิวิไลซ์ภายใต้แรงกดดันจากจักรวรรดินิยมและเพื่อคานอำนาจระหว่างพระเจ้าแผ่นดินกับเจ้าขุนมูลนาย ความรู้ในการจัดเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิทยาศาสตร์และวิธีคิดเชิงมนุษยธรรมแบบตะวันตกถูกให้ความสำคัญ ทำให้การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองในรัฐไทยได้ปฏิวัติจากระบบสักเลขไพร่-ทาส ไปสู่รูปแบบทะเบียนราษฎร

เหตุการณ์ถัดมา เกิดขึ้นในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสังคมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาประเทศให้เป็นแบบอเมริกัน หรือที่เรียกว่า อเมริกานูว์ตร (Americanization) องค์ความรู้ทางด้านจิตวิทยาแบบวิทยาศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณถูกให้ความสำคัญ ทำให้การศึกษาข้อมูลพลเมืองพลิกจากการเก็บข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ไปสู่การจัดเก็บข้อมูลภายในจิตใจ ความคิด ประสบการณ์ทางอารมณ์ความรู้สึก แบบแผนพฤติกรรมของพลเมือง

เหตุการณ์สุดท้าย เกิดขึ้นในยุคการปฏิวัติคอมพิวเตอร์ ความรู้ที่ถูกให้ความสำคัญ คือ ความรู้ทางสถิติแบบสมัยใหม่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ถูกมองว่าแม่นยำและเป็นวิทยาศาสตร์ และการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีการสื่อสารสารสนเทศและเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เชิงพาณิชย์ ทำให้การจัดเก็บข้อมูลพลเมืองได้พลิกโฉมจากการจัดเก็บข้อมูลแบบแอนะล็อกไปสู่รูปแบบวิทยาการข้อมูลสมัยใหม่ โดยเฉพาะการจัดเก็บข้อมูลดิจิทัล

ความรู้เหล่านี้ได้สถาปนาอำนาจ (Power) ให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ การจัดเก็บ วิเคราะห์ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลพลเมือง อำนาจที่ว่านี้มีลักษณะเป็นชีวอำนาจ (Biopower) มองเห็นร่างกายมนุษย์เป็นเครื่องจักรผลิตข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อระบบทุนนิยม เช่น การตลาด ชีวอำนาจของการเรือนร่างของมนุษย์ผ่านยุทธวิธีต่าง ๆ ทั้งการสอดส่องเฝ้าระวังข้อมูลของพลเมือง (Surveillance) การทดสอบ (Examination) และชี้ขาดความปกติ/ผิดปกติให้แก่พลเมือง (Normalizing Judgement) โดยพิจารณาสร้างเกณฑ์ชี้วัดจากข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมได้ ชีวอำนาจนี้ได้กระจายอยู่ทุกหนทุกแห่งมิใช่แต่เพียงในหน่วยงานรัฐ แต่ได้ขยายไปทั่วทุกองคาพยพของสังคม ก่อเกิดชีวอำนาจในระดับสังคม เพื่อควบคุมประชากรทั้งหมด (Regulatory Controls) ดังที่ Foucault เรียกว่า ชีวการเมือง (A Bio-Politic) อำนาจดังกล่าวได้สร้างอัตบุคคล (Subject) รูปแบบหนึ่งขึ้นมา คือ “พลเมืองข้อมูล (Data-Citizenship)” ที่เป็นทั้งองค์ประธานผู้ผลิตสร้างข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง (Subjectification) ในทางตรงกันข้าม ก็เป็นวัตถุของความรู้เหล่านั้น (Objectification) อัตบุคคลถูกลดรูปเป็นเพียงตัวเลขทางสถิติ กลายเป็นข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลทางจิตวิทยา ข้อมูลดิจิทัล ที่ถูกวิเคราะห์ จำแนกแยกแยะ และประมวลผลอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ท้ายที่สุดแล้ว บทความครั้งนี้ได้เผยให้เห็นการปรากฏขึ้นของอัตบุคคลที่เป็นพลเมืองข้อมูล ในฐานะสิ่งประกอบสร้างทางประวัติศาสตร์จากองค์ประกอบที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นบันไดก้าวแรกที่นำไปสู่พื้นที่ใหม่ในการศึกษาเกี่ยวกับพลเมืองข้อมูล ทั้งการสอดส่องเฝ้าระวังข้อมูลของพลเมืองโดยที่ไม่รู้ตัว รวมถึงการเลือกปฏิบัติด้านข้อมูลในกลุ่มคนที่ถูกกีดกันออกไปจากวาทกรรมการจัดเก็บข้อมูล โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ชนกลุ่มน้อย และกลุ่มคนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่าคนอื่น

ดังนั้น ศาสตร์ด้านวิทยาการข้อมูลสมัยใหม่ จึงมิได้เป็นศาสตร์ที่แยกขาดจากบริบททางประวัติศาสตร์ สังคม และการเมือง หากแต่เป็นศาสตร์ที่นักวิชาการสายมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ ควรจะเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาแนวทางการจัดเก็บและการใช้ข้อมูลของพลเมืองอย่างมีจริยธรรม และก่อประโยชน์แก่คนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึงในสังคมข้างหน้าที่กำลังขับเคลื่อนไปด้วยข้อมูล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระทรวงมหาดไทย. (2474). *รายงานประจำปีของมณฑลนครราชสีมา*. เทศาภิบาล, 31(12), 826-880.
- คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2552). *ร้อยคิด พันคำนึง ถึงหม่อมหลวงด้อย ชุมสาย*. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2537). *30 ปี สุวิทย์ศาสตร์ที่ยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จำลอง ดิษยวณิช. (2552). *จิตเวชศาสตร์ไทยในอดีต*. วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย, 54 (ฉบับภาคผนวก 1), 3S-11S.
- ดำรงค์ วิวัฒนาไพบุลย์ลาภ. (2525). *ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออะพาร์ตเมนต์สำเร็จรูป (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดือน สันธพันธ์ประทุม. (2508). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้พฤติกรรมของตนเองของนักเรียน การรับรู้พฤติกรรมของนักเรียนโดยครูในทัศนะของนักเรียน และการรับรู้ของครูที่มีต่อพฤติกรรมของนักเรียนกับความสัมฤทธิ์ผลในการเรียน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แถม กุลนันทน์. (2496). *มูลฐานแห่งอาชญากรรม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. พระนคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธงชัย สันติวงษ์. (2515). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. นครหลวงฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรยุทธ บุญมี. (2557). *มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2557). *โชน คาราวาน น้ำเน่าและหนังไทย*. กรุงเทพฯ: มติชน
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2557). *ชาติไทย, เมืองไทย, แบบเรียนและอนุสาวรีย์ ว่าด้วยวัฒนธรรม, รัฐ และรูปการณ์จิตสำนึก*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

- เบนดิกท์ แอนเดอร์สัน (2553). ใน *กระจก: วรรณกรรมและการเมืองสยามยุคอเมริกัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อ่าน.
- ประชาไท. (2562). เมื่อระบบอัตโนมัติ 'อัลกอริทึม' กีดกันสวัสดิการคนจน ส่งผลถึงชีวิต. สืบค้น 18 ธันวาคม 2563, จาก <https://prachatai.com/journal/2019/11/85065>
- วัลลภา ราหุลปาน (2518). อิทธิพลของซื้อการค้าและสไตร์ของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปต่อพฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภค (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วณิช จรุงกิจอนันต์. (2553). *มิชชันเนสส์*. ใน เบนดิกท์ แอนเดอร์สัน (บ.ก.). ใน *กระจก: วรรณกรรมและการเมืองสยามยุคอเมริกัน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อ่าน.
- วุฒิชัย มูลศิลป์. (2555). *ไพร่เลือกนาย-ตามใจไพร่สมัคร*, พ.ศ. 2511-2442. วารสารราชบัณฑิตยสถาน, 37(3), 271-295.
- สภาวิจัยแห่งชาติ. (2502). คำกล่าวเปิดประชุมสภาวิจัยแห่งชาติของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์. สืบค้น 18 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.nrct.go.th/Portals/0/Document/doc2018/documentspeech.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2559). *Big Data ในภาครัฐ*. Academic Focus, มกราคม 2559. สืบค้น 7 ธันวาคม 2563, จาก https://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2559/dec2559-4.pdf
- อัญชลี สุสายัณห์. (2541). *แรงงานไพร่ในสังคมไทยโบราณ*. ใน *ฉลอง สุนทรวาณิชย์ (บ.ก.). ประวัติศาสตร์แรงงานไทย : ฉบับกึ่งศตวรรษ* (น. 1-30). กรุงเทพฯ : พิพิธภัณฑ์แรงงานไทย; ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; มูลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2562). *คิดอย่างมิเชล ฟูโกต์ คิดอย่างวิพากษ์ : จากทฤษฎีของอัตบุคคล ถึงจุดเปลี่ยนของอัตตา*. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.

ภาษาอังกฤษ

- Babbi, E. R. (1973). *Survey Research Methods*. CA: Wadsworth Publishing Company, Inc.
- Babbi, E. R. (2016). *The Practice of Social Research*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Barnes, T.J. (2013). *Big Data, little history. Dialogues in Human Geography*, 3(3), 297–302.
- Chayakul, Pilai. (1964). *Child Rearing Practices of Middle-Class Families in Bangkok-Thonburi (master's thesis)*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Cooke, M. (2017). 'Is Technological Change Threatening the Very Existence of "Traditional" Survey Research and, if So, What Should We Do About It?'. *International Journal of Market Research*, 59(2), 153-155.
- Downes-Le Guin, T., Baker, R., Mechling, J., & Ruyle, E. (2012). *Myths and Realities of Respondent Engagement in Online Surveys*. *International Journal of Market Research*, 54(5), 613-633.
- Foucault, Michel. (1975). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. London: Vintage Books.
- Foucault, Michel. (1978). *The History of Sexuality Volume 1: An Introduction*. New York: Pantheon.
- Foucault, Michel. (1982). *The Subject and Power*. *Critical Inquiry*, 8(4), 777-795.
- Foucault, Michel. (1984). *Nietzsche, Genealogy, History*. In P. Rabinow (ed.), *The Foucault Reader*. (pp.78-90). London : the Penguin Group.

- Foucault, M. (1991). *Governmentality*. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), *The Foucault effect: studies in governmentality with two lectures by and an interview with Michel Foucault* (pp. 87-104). Chicago: The University of Chicago Press.
- Fuchs, Christian (2014). *Critique of the Political Economy of Informational Capitalism and Social Media*. In C. Fuchs & M. Sandoval (Eds.), *Critique, Social Media and the Information Society* (pp. 51-65). NY: Routledge.
- Iliadis, Andrew & Russo, Federica. (2016). *Critical Data Studies: An Introduction*. *Big Data & Society*, July-December 2016, 1-7.
- Neff, Gina; Tanweer, Anissa; Fiore-Gartland, Brittany & Osburn,
- Katz, Elihu & Lazarsfeld, Pal. (1955). *Personal Influence*. New York: Free Press.
- Kowatrakul, Chirapa. (1964). *Child Rearing Practices and Parents' Expectations as Perceived by Middle Class Adolescents (master's thesis)*. Bangkok: Chulalongkorn University
- Laura. (2017). *Critique and Contribute - A Practice-Based Framework for Improving Critical Data Studies and Data Science*. *Big Data*, 5(2), 85-97.
- Neff, K. D., Whittaker, T. A., & Karl, A. (2017). *Examining the Factor Structure of the Self-Compassion Scale in Four Distinct Populations: Is the Use of a Total Scale Score Justified?* *Journal of Personality Assessment*.
- Rieder, Gernot & Simon, Judith. (2016). *Datatrust: Or, the Political Quest for Numerical Evidence and the Epistemologies of Big Data*, *Big Data & Society*, January-June 2016, 1-6.

- Rossi, Luca; Neumayer, Christina & Hjelholt, Morten. (2016). *The Shadow of Big Data: Data-Citizenship and Exclusion*. In 3rd ISA Forum of Sociology: book of Abstracts (p.595). Vienna: International Sociological Association.
- Schultz, Don E. (1994). *Integrated Marketing Communications*. Lincolnwood, Illinois: NTC.
- Sheth, J.N. (1985). *History of Consumer Behavior: a Marketing Perspective*. In Jagdish N. Sheth & Chin Tiong Tan (Eds), *Historical Perspective in Consumer Research: National and International Perspectives* (pp. 5-7) Singapore: Association for Consumer Research.
- Srisukho, Dirake. (1964). *The Perception of the Relationship between Boys and girls among University Students (master's thesis)*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Suvannathat, Chancha & Plitplotphai, Praphan. (1988). *History and Achievements of the Institute of Research in Behavioral Sciences (Original the International Institute for Child Study)*. Bangkok: Institute of Research in Behavioral Sciences, Srinakharinwirot University Prasarnmit Campus.
- Tapanya, Sombat. (2004). *Psychology in Thailand*. In M. J. Stevens & D. Wedding. *Handbook of International Psychology*. NY: Brunner-Routledge.

ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบในการเลือกตั้งทั่วไปของไทย ปี 2562 Spiral of Silence Theory in Thai General Election Year 2019

คมสัน รัตนสิมากุล¹ Komsan Rattanasimakul

Received: 19 August 2020, Revised: 25 November 2020, Accepted: 30 November 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของตัวแปร การเปิดรับสื่อออนไลน์และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง กับความเต็มใจ ที่จะเลือกพรรคการเมือง ในช่วงระยะเวลา 2 สัปดาห์สุดท้ายก่อนมีการเลือกตั้ง ของไทย ปี 2562

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบอสาสมัคร โดยส่งแบบสอบถามไปทางออนไลน์ จำนวน 319 ชุด จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม

¹ รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากุล อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ การสื่อสารสื่อใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Assoc.Prof.Komsan Rattanasimakul, Ph.D., Lecturer of Division of Communication Arts in New Media Communication, Chiang Rai Rajabhat University

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลขที่ 80 หมู่ 9 ต.บ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 50290

Faculty of Management Sciences, Chiang Rai Rajabhat University, 80, Muang Chiang Rai District, Chiang Rai, Thailand, 50290

Corresponding Author Email: komsan.crru@gmail.com

ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อกับตัวแปรทางด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงเลือกพรรคการเมืองที่ตั้งใจไว้ ยกเว้นตัวแปรความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ และจากการทดสอบปฏิสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บ พบว่า ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีปฏิสัมพันธ์ร่วมต่อความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมือง และตัวแปรความไม่สอดคล้อง ๆ และตัวแปรความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีปฏิสัมพันธ์ร่วมต่อความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ตัวแปรความกลัวการโดดเดี่ยวไม่พบปฏิสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ

คำสำคัญ: ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บ, การเลือกตั้งทั่วไปไทย 2562

Abstract

The objective of this study is to study the interaction effect of online media exposure and fear of conflict. With a willingness to vote political parties during the last 2 weeks before the day of Thai elections in 2019

The researcher used randomized design using 319 volunteers by questionnaires online. The data were analyzed by using with descriptive statistics and inferential statistics to test the hypothesis by Pearson's correlation analysis and analysis of covariance.

The results showed that the media exposure and the psychological variables are related to the willingness to vote for the intended political party, excepting incongruency with majority opinion variable. The interaction effect testing to various variables in the spiral theory of silence, it is also found that the frequency of online media

exposure and fear of confrontation with conflict Interact related with willingness to vote for political parties. The incongruency with majority opinion variable and fear of conflict confrontation interact with the willingness to vote for political parties. While it is not found interaction effect with fear of isolation.

Keywords: Spiral of Silence Theory, Thai General Election Year 2019

บทนำ

ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดย Noelle-Neumann ทฤษฎีนี้อธิบายให้เห็นกระบวนการก่อตัวของสาธารณมติผ่านกระบวนการแสดงความคิดเห็นของคนในสังคม โดยปัจเจกบุคคลมักจะตรวจสอบข้อมูลแวดล้อมที่ปรากฏในเนื้อหาสื่อทั้งในรูปแบบของข่าว บทความแสดงความคิดเห็น และรายการต่างๆ หากการตรวจสอบดังกล่าวทำให้ตนเองรับรู้ว่า ความคิดเห็นของตนเองเหมือนหรือสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นส่วนใหญ่ของคนในสังคมขณะนั้น ปัจเจกบุคคลดังกล่าวก็มีความโน้มเอียงที่จะกล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมาในที่สาธารณะ ทำให้ความคิดเห็นในทิศทางดังกล่าวจะมีเสียงที่ดังขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่ในทางตรงกันข้าม ปัจเจกบุคคลที่ประหม่นแล้วรับรู้ได้ว่า ความคิดเห็นของตนเองนั้นแตกต่างจากบรรยากาศความคิดเห็นส่วนใหญ่ของคนในสังคมขณะนั้น บุคคลดังกล่าวก็มีแนวโน้มที่จะแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมาในที่สาธารณะลดน้อยลง ทำให้ความคิดเห็นในทิศทางดังกล่าวนั้นจะค่อยเงียบหายลงไป ในที่สุดกระบวนการดังกล่าวเรียกว่า วงเกลียวแห่งความเงียบ โดยกลไกที่กระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลยอมเปลี่ยนไปตามบรรยากาศความคิดเห็นส่วนใหญ่ของคนในสังคมได้นั้น Noelle-Neumann อธิบายว่าเพราะมนุษย์มีธรรมชาติของการกลัวการโดดเดี่ยว (Fear of isolation)

ทฤษฎีนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากข้อสงสัยของ Noelle-Neumann ในปี ค.ศ.1965 ซึ่งช่วงเวลานั้นเป็นบรรยากาศการเลือกตั้งของประเทศเยอรมัน

ซึ่งเป็นการแข่งขันระหว่างสองพรรคการเมืองใหญ่ คือพรรคคริสเตียนเดโมแครต (Christian Democrat) และ พรรคโซเชียลเดโมแครต (Social Democrat) ซึ่งทั้งสองพรรคการเมืองต่างมีคะแนนความนิยมใกล้เคียงกัน จากการสำรวจในช่วงสองสัปดาห์สุดท้ายก่อนวันเลือกตั้งของ Noelle-Neumann กลับพบว่า พรรคคริสเตียนเดโมแครตมีคะแนนนิยมนำหน้าพรรคโซเชียลเดโมแครต ถึงเกือบร้อยละ 10 จนกระทั่งพรรคคริสเตียนเดโมแครตสามารถเอาชนะ พรรคโซเชียลเดโมแครตได้ในที่สุดในวันเลือกตั้งจริงด้วยคะแนนที่ใกล้เคียงกับ ผลการสำรวจก่อนหน้านี้ Noelle-Neumann อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว ว่าเป็นเพราะประชาชนรับรู้บรรยากาศขณะนั้นว่าพรรคคริสเตียนเดโมแครต ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนจำนวนมาก จึงทำให้ผู้สนับสนุน พรรคโซเชียลเดโมแครตรู้สึกกดดันจนทำให้ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นใด ๆ ออกมา กระทั่งทำให้เสียผู้สนับสนุนพรรคโซเชียลเดโมแครตค่อยๆหายไปจากการรับรู้ ของสาธารณชนในที่สุด (Noelle-Neumann and Petersen, 2004: 347-348)

การศึกษาทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบได้ถูกนำไปศึกษาในหลายบริบท ซึ่งผลการวิจัยส่วนหนึ่งยังไม่พบหลักฐานที่อธิบายได้ว่าความกลัวการถูกโดดเดี่ยว ซึ่ง Noelle-Neumann ได้อธิบายว่าเป็นกลไกที่กระตุ้นหรือกดดันให้ปัจเจกบุคคล เลือกที่จะเงียบหรือแสดงความคิดเห็นออกมานั้นมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะ แสดงความคิดเห็นได้อย่างชัดเจนนัก (Yang Xiaodong, Li Li, 2016; Na Teon Lee and Yonghwan Kim, 2014; Sei-Hill Kim, Miejeong Han and Vicente Berdayes, 2004: 54; Huiping Huang, 2005: 336) ขณะที่การศึกษาของไทยนั้น คมสัน รัตนะสีมากุล (2551 : 1-19) ได้นำทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบไปศึกษา ในบริบทการเมืองและวัฒนธรรมไทย โดยได้ศึกษาความสัมพันธ์ตัวแปรต่าง ๆ กับ ความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นในข้อโต้แย้งประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ตามทฤษฎี วงเกลียวแห่งความเงียบ และได้้นำตัวแปรทางการเมืองและวัฒนธรรมเข้ามาศึกษา ในฐานะปัจจัยเพิ่มเติมด้วย ผลการศึกษาพบว่า ความกลัวการโดดเดี่ยวไม่ใช่กลไก ที่สามารถพยากรณ์ความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นข้อโต้แย้งตามที่ ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบได้กล่าวไว้ งานวิจัยครั้งนี้นักกลับพบผลที่น่าสนใจว่า ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลร่วมกับการประเมิน

บรรยากาศความคิดเห็นต่อความเต็มใจแสดงความคิดเห็นได้ ตัวแปรดังกล่าวจึงเป็นตัวแปรที่น่าสนใจนำมาศึกษาซ้ำอีกครั้งเพื่อขยายความเข้าใจองค์ความรู้ของทฤษฎีมากยิ่งขึ้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้เลือกตัวแปรดังกล่าวมาศึกษาในบริบทช่วงสถานการณ์การเลือกตั้งทั่วไปของไทยในปี 2562

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทดสอบอิทธิพลร่วมของตัวแปรความกลัวการโดดเดี่ยวร่วมกับความไม่สอดคล้องกับความเห็นของคนส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นตัวแปรที่ระบุไว้ในทฤษฎี ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้นำตัวแปรความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง ซึ่งเป็นตัวแปรที่พบในงานของคมสัน รัตนะสิมากุล (2551) มาทดสอบซ้ำอีกครั้ง เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับตัวแปรความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นตัวแปรตามมาเป็นความเต็มใจที่ลงคะแนนเลือกพรรคการเมือง ซึ่งเป็นลักษณะคำถามที่คล้ายคลึงกับช่วงที่ Noelle-Neumann ใช้ถามถึงความตั้งใจเลือกพรรคของกลุ่มตัวอย่างในช่วงการเลือกตั้งของเยอรมันเมื่อปี ค.ศ.1965

ขณะเดียวกัน Noelle-Neumann ได้ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับการประเมินบรรยากาศความคิดเห็นของคนในสังคม แต่ด้วยภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้พฤติกรรมผู้รับสารได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้รับสารในปัจจุบัน ขณะที่สื่อกระแสหลักลดความสำคัญลง อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ยังไม่เกิดขึ้นในช่วงที่ Noelle-Neumann ได้พัฒนาทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บปวด จึงทำให้ยังไม่มีข้อยืนยันว่า สื่อออนไลน์เป็นแหล่งที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นได้อย่างไร การศึกษาสื่อครั้งนี้จึงได้นำตัวแปรการเปิดรับสื่อออนไลน์มาศึกษา อาจจะทำให้เราเข้าใจได้ถึงบทบาทของสื่อออนไลน์ว่ามีบทบาทอย่างไรในทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บปวด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ความสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็น ความกลัวการโดดเดี่ยว และการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งกับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของการเปิดรับสื่อออนไลน์ และความกลัวการโดดเดี่ยว กับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของเปิดรับสื่อออนไลน์และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง กับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นและความกลัวการโดดเดี่ยว กับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลร่วมของความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นและความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง กับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ (Spiral of Silence)

Noelle-Neumann ได้พัฒนาทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบขึ้นมา ในปี ค.ศ.1974 ทฤษฎีนี้ประกอบกันขึ้นมาจากแนวคิด 3 ส่วน คือ 1. สื่อมวลชนและการสื่อสาร (Mass Media and Communication) 2. การสื่อสารของปัจเจกบุคคลและระหว่างบุคคล (Individual and Interpersonal Communication) และ 3. สาธารณมติ (Public Opinion)

สาระสำคัญของทฤษฎีได้อธิบายว่า ปัจเจกบุคคลที่รับรู้ว่าความคิดเห็นและความเชื่อ (Opinion and Beliefs) ของตนเองไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคนอื่น ๆ ของสังคม เช่น กลุ่มอ้างอิง หรือกลุ่มคนส่วนใหญ่ของสังคมก็จะมีแรงกดดันให้แสดงความรู้สึกตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ความคิดเห็นของตนเอง

หรือไม่ก็จะเลือกที่จะนิ่งเงียบไม่แสดงความคิดเห็นใด ๆ ออกมา ตามคำอธิบายของทฤษฎีนี้ คนจะประเมินว่าความคิดเห็นของตนเองแตกต่างจากความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่หรือไม่ได้จากแหล่งอ้างอิงจากหลาย ๆ แหล่ง โดยในบรรดาแหล่งอ้างอิงเหล่านั้นมีสื่อมวลชนเป็นแหล่งอ้างอิงหลักที่สำคัญ ในสังคมปัจจุบันคนมักจะพึ่งพาสื่อมวลชนเป็นแหล่งข้อมูลหลักในการเรียนรู้บรรทัดฐานของสังคม ค่านิยม แนวประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งว่าเราควรจะมีวิธีคิดหรือวิธีมองสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวเรา

ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ ได้อธิบายถึงกลไกที่เป็นแรงกดดันที่ทำให้คนยอมตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ว่าเกิดมาจาก ความกลัวการโดดเดี่ยว (Fear of Isolation) ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่ไม่ต้องการให้ตัวเองแปลกแยกไปจากกลุ่ม ซึ่ง Noelle-Neumann เชื่อว่าคนส่วนใหญ่ตื่นตระหนกที่กลัวการทำให้ตนเองถูกโดดเดี่ยวจากสังคมด้วยการปฏิเสธที่จะแสดง ความเชื่อและความคิดเห็นที่เชื่อว่าไม่ได้รับการสนับสนุนจากคนส่วนใหญ่ของสังคม ซึ่งการฝืนแสดงความคิดเห็นที่แท้จริงของตนเองถูกประเมินว่าจะเกิดผลในทางลบมากกว่าการนิ่งเงียบ

ดังนั้น ปรากฏการณ์วงเกลียวแห่งความเงียบ จึงได้อธิบายถึงกระบวนการที่ทำให้มุมมองหรือความคิดเห็นอันหนึ่งกลายเป็นสาธารณมติหลักของสังคม ขณะที่ความคิดเห็นอื่น ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นความคิดเห็นของคนส่วนน้อยก็จะหายไปจากการรับรู้ของสาธารณชน เพราะว่าคนที่รับรู้ว่าเป็นความคิดเห็นของคนส่วนน้อยก็จะเงียบลงไปในที่ที่สุด อย่างไรก็ตาม ถ้าคนรับรู้ว่าความคิดเห็นของตนเองเป็นไปในทิศทางเดียวกับเสียงส่วนใหญ่หรือได้รับการยอมรับ คนก็มีแนวโน้มที่จะแสดงจุดยืนของตนเองออกมา ดังลักษณะของวงเกลียวแห่งความเงียบตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การเกิดวงเกลียวแห่งความเงียบ

สำหรับทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ ได้รับการพัฒนาขึ้นมาจาก 5 สมมติฐานหลัก ดังนี้ (Noelle-Neumann, 1991: 260)

1. การคุกคามเรื่องความโดดเดี่ยว (Threat of Isolation) เป็นลักษณะธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งมีกรวมกลุ่มอยู่เป็นสังคม โดยการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มได้นั้นคนในสังคมต้องมีความเห็นพ้องกันระดับหนึ่ง ดังนั้น สังคมจึงใช้การคุกคามความโดดเดี่ยวกับปัจเจกบุคคลที่มีการฝ่าฝืนความเห็นพ้อง เพื่อให้สังคมดำรงอยู่ได้

2. ความกลัวการโดดเดี่ยว (Fear of Isolation) ซึ่งเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่ไม่อยากแปลกแยกหรือเป็น “แกะดำ” จากคนส่วนใหญ่ของกลุ่ม

3. การใช้ความรู้สึกแบบกึ่งสถิติเป็นตัวประเมิน (Quasi-Statistical Sense) ด้วยปัจเจกบุคคลกลัวการที่ตนเองจะถูกโดดเดี่ยวจากสังคม จึงทำให้ต้องมีการติดตามความเคลื่อนไหวและความคิดเห็นของสังคม เพื่อประเมินบรรยากาศความคิดเห็นของคนในสังคม โดยปัจเจกบุคคลมักใช้การรายงานข่าวและเนื้อหาต่างๆ ในสื่อมวลชนเป็นแหล่งอ้างอิงในการประเมินบรรยากาศความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในสังคม ซึ่งการประเมินดังกล่าวเป็นการใช้ความรู้สึกแบบกึ่งสถิติ กล่าวคือ ไม่ได้ใช้สถิติออกมาเป็นตัวเลขที่ชัดเจน แต่เป็นการรับรู้น้ำหนักความคิดเห็นของคนในสังคมในระดับมากหรือน้อย เสี่ยงส่วนใหญ่หรือเสี่ยงส่วนน้อย

4. ความเต็มใจที่จะพูดออกมาและแนวโน้มที่จะเงียบลง (Willingness to Speak Out and Tendency to Remain Silent) เมื่อปัจเจกบุคคลประเมินบรรยากาศของความเห็นของคนในสังคมแล้วพบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของสังคมมีทิศทางเดียวกับจากความคิดเห็นของตนเอง ปัจเจกบุคคลก็มีแนวโน้มที่จะแสดงและทัศนคติออกมาในที่สาธารณะ แต่หากประเมินแล้วพบว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่ของสังคมแตกต่างจากความคิดเห็นของตนเอง ปัจเจกบุคคลก็จะเริ่มระมัดระวังและเงียบลงไปในที่สุด

5. วงเกลียวแห่งความเงียบ (Spiral of Silence) กระบวนการของสมมติฐานทั้ง 4 ข้างต้นจะนำไปสู่ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า วงเกลียวแห่งความเงียบ เมื่อปัจเจกบุคคลกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในที่สาธารณะมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะทำให้ความคิดเห็นดังกล่าวดังมากขึ้นจนกลายเป็นความคิดเห็นหรือกระแสหลัก ขณะที่ความคิดเห็นอีกฝ่ายเริ่มจะเงียบหายไป เมื่อไม่กล้าพูดหรือแสดงความคิดเห็นออกมา

สมมติฐานการวิจัย

H1 การเปิดรับสื่อออนไลน์ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ความสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็น ความกลัวการโดดเดี่ยว และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

H2 การเปิดรับสื่อออนไลน์และความกลัวการโดดเดี่ยวมีอิทธิพลร่วมกันต่อความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

H3 การเปิดรับสื่อออนไลน์และการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีอิทธิพลร่วมกันต่อความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

H4 ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นและความกลัวการโดดเดี่ยวมีอิทธิพลร่วมกันต่อความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

H5 ความสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นและความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีอิทธิพลร่วมกันต่อความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (อายุ 18 ปีขึ้นไป) และใช้สื่อใหม่ (สื่อออนไลน์) เป็นประจำ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบอสาสมัคร โดยส่งแบบสอบถามไปทางออนไลน์ ซึ่งได้แบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 319 ชุด โดยกระจายแบบสอบถามช่วง 2 สัปดาห์สุดท้ายก่อนวันเลือกตั้ง

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามวัดตัวแปรต่างๆ ตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร (1) ความถี่ในการเปิดการเปิดรับสื่อออนไลน์และ (2) ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ จำนวน 2 ข้อ คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ (น้อยที่สุด-มากที่สุด) (3) ตัวแปรความสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็น โดยถามทิศทางความ

ตั้งใจเลือกพรรคการเมืองกับความคิดเห็นของคนไทยส่วนใหญ่ (เหมือน/แตกต่าง)
(4) ความกลัวการโดดเดี่ยว (เช่น ฉันมักรู้สึกประหม่า เมื่อต้องอยู่ต่อหน้าคนจำนวนมาก/ฉันมักจะเกิดความรู้สึกไม่มั่นใจ เมื่อหลายคนจ้องมองมาที่ฉันด้วยสายตาแปลก ๆ /ฉันกลัวการถูกทิ้งให้อยู่ตัวคนเดียว) และ (5) ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง (เช่น ฉันมักจะหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง/หากเกิดความขัดแย้งขึ้นกับบุคคลรอบข้าง ฉันมักจะเก็บไว้ในใจ ไม่แสดงออกมา/เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น ฉันเลือกที่จะไม่พูดถึงมันเพื่อให้เรื่องเงียบหายไปเอง) เป็นการวัดด้วยคำถามที่สะท้อนลักษณะทางบุคลิกภาพอย่างละ 5 ข้อ คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ (น้อยที่สุด – มากที่สุด) และ (6) ตัวแปรความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมืองเป็นการถามถึงแนวโน้มที่จะเลือกพรรคตามที่ตั้งใจไว้ (ยืนยัน/เปลี่ยนแปลง)

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลจากแบบสอบถามได้ใช้สถิติต่างๆ มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม (Analysis of Variance)

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

ลักษณะทางประชากร

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างสรุปได้ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน (ร้อยละ 55.5) มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 15-25 ปี จำนวน 228 คน (ร้อยละ 71.7) รองลงมาคืออายุเฉลี่ย 26-35 ปี (ร้อยละ 11.9) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน (ร้อยละ 79.6) รองลงมาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 15) ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา จำนวน 89 คน (ร้อยละ 27.9) และ มีอาชีพลูกจ้างและพนักงานของรัฐ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 12.9) ด้านการเปิดรับสื่อนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อออนไลน์ระดับมาก เฉลี่ย 4.45 และเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ระดับมาก เฉลี่ย 3.82 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 การเปิดรับสื่อออนไลน์และการเปิดรับข่าวจากสื่อออนไลน์

การเปิดรับสื่อออนไลน์	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	n	Mean	S.D.
ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์	0	1	29	134	153	317	4.45	1.06
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อออนไลน์	0	11	105	142	60	318	3.82	1.00

*n (ความถี่การเปิดรับสื่อ ฯ) มีผู้ตอบไม่ระบุ 1 คน

**n (ความถี่การเปิดรับข่าว ฯ) มีผู้ตอบไม่ระบุ 2 คน

ตัวแปรทางจิตวิทยา

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความกลัวการโดดเดี่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (3.16) และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง อยู่ในระดับมาก (3.41) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรจิตวิทยา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความกลัวการโดดเดี่ยว	3.16	.801	ปานกลาง
ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง	3.41	.673	มาก

การเปิดรับสื่อและการประเมินบรรยากาศความคิดเห็น

สำหรับการประเมินบรรยากาศความคิดเห็นคนส่วนใหญ่จากการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์เกี่ยวกับพรรคที่น่าจะชนะการเลือกตั้ง พบว่า ส่วนใหญ่คาดว่าพรรคอนาคตใหม่ น่าจะชนะการเลือกตั้ง จำนวน 149 คน (ร้อยละ 46.7) และพรรคพลังประชารัฐ จำนวน 82 คน (ร้อยละ 25.7) (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 3 การประเมินบรรยากาศความคิดเห็นคนส่วนใหญ่จากการนำเสนอข่าวของสื่อออนไลน์เกี่ยวกับพรรคที่น่าจะชนะการเลือกตั้ง

พรรคการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
พรรคภูมิใจไทย	1	0.32
พรรคชาติพัฒนา	1	0.32
พรรคชาติไทยพัฒนา	1	0.32
พรรคประชาธิปัตย์	9	2.82
พรรคอนาคตใหม่	149	46.7
พรรคพลังประชารัฐ	82	25.7
พรรคเพื่อไทย	59	18.49
พรรคประชาชน	1	0.32
พรรคเสรีรวมไทย	6	1.88
ไม่ระบุคำตอบ	10	3.13
รวม	319	100

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างประเมินความคิดเห็นของตนเองมีความสอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นคนส่วนใหญ่เกี่ยวกับแนวโน้มการลงคะแนนเลือกพรรคการเมืองจำนวน 167 คน (ร้อยละ 52.35) และไม่สอดคล้อง 147 คน (ร้อยละ 46.08) (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การประเมินความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของตนเองกับ
บรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่เกี่ยวกับแนวโน้มการลงคะแนนเลือก
พรรคการเมือง

ผู้ถูกเสนอชื่อจากพรรค	จำนวน	ร้อยละ
สอดคล้อง	167	52.35
ไม่สอดคล้อง (แตกต่าง)	147	46.08
ไม่ระบุคำตอบ	5	1.57
รวม	319	100

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อกับ
ตัวแปรทางด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียง
เลือกพรรคการเมืองที่ตั้งใจไว้ ยกเว้นตัวแปรการประเมินความสอดคล้องกับ
บรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ โดยตัวแปรความกลัวการถูกโดดเดี่ยวและ
ความกลัวความขัดแย้งมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเต็มใจที่จะเลือก
พรรคการเมือง หมายความว่า ยิ่งมีความกลัวการโดดเดี่ยว/ความกลัวการ
เผชิญหน้ากับความขัดแย้ง น้อยลงก็จะมีเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมืองที่
ตั้งใจไว้มากขึ้น (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตั้งใจไว้

ตัวแปรการเปิดรับสื่อออนไลน์ /ตัวแปรจิตวิทยา	ความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตั้งใจไว้	
	r	Sig.
ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์	.403***	.000
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์	.469***	.000
ความกลัวการถูกโดดเดี่ยว	-.121*	.033
ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง	-.148**	.009
การรับรู้ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่	.049	.384

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

เมื่อนำตัวแปรทางจิตวิทยาไปทดสอบปฏิสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บ พบว่า ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์และความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีปฏิสัมพันธ์ร่วมต่อความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมือง และตัวแปรการประเมินความสอดคล้อง ๆ และตัวแปรความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง มีปฏิสัมพันธ์ร่วมต่อความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ตัวแปรความกลัวการโดดเดี่ยวไม่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตั้งใจไว้พิจารณาตามตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจียม

แหล่งความแปรปรวน	F	Sig.
ปฏิสัมพันธ์ (ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์ x ความกลัวการถูกโดดเดี่ยว)	.345	.557
ปฏิสัมพันธ์ (ความถี่การเปิดรับสื่อออนไลน์ x ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง)	5.029*	.026
ปฏิสัมพันธ์ (ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ x ความกลัวการถูกโดดเดี่ยว)	.079	.924
ปฏิสัมพันธ์ (ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ x ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง)	2.266	.133
ปฏิสัมพันธ์ (การรับรู้ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ x ความกลัวการถูกโดดเดี่ยว)	.254	.776
ปฏิสัมพันธ์ (การรับรู้ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ x ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้ง)	5.237*	.023

* Analysis of Variance is significant at the 0.05 level

อภิปรายผลการวิจัย

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจียมในสถานการณ์ช่วง 2 สัปดาห์สุดท้ายก่อนการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นสถานการณ์การเลือกตั้งที่คล้ายกับช่วงที่ Noelle-Neumann พัฒนาทฤษฎีนี้ขึ้นมา ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ตัวแปรการเปิดรับสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงเลือกพรรคการเมือง ซึ่ง Noelle-Neumann ได้อธิบายว่า คนจะประเมินบรรยากาศความ

คิดเห็นส่วนใหญ่ของสังคมจากสื่อมวลชน (Noelle-Neumann, 1991) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า สื่อมีพลังอำนาจที่จะสร้างการรับรู้ให้กับคนได้ เนื่องจากสื่อมวลชนมีลักษณะ 3 ประการ คือ สื่อมีอยู่ทุกหนแห่ง (Ubiquity) ซึ่งมีพลังที่จะเข้าถึงคนได้ทุกที่ สื่อมีลักษณะของการสะสม (Cumulation) เพราะนำเสนอในสิ่งซ้ำ ๆ สะสมความคิดให้กับผู้ชม และสื่อนำเสนอสิ่งที่สอดคล้องกัน (Consonance) ความสอดคล้องกันของสื่อต่าง ๆ ที่ช่วยกันนำเสนอเรื่องราวในมุมที่คล้าย ๆ กัน ทำให้ยิ่งดูเหมือนว่าความคิดเห็นนั้นเป็นความจริง (Salmon and Chi-Yung Moh. 1994) แม้ว่าในช่วงที่ Noelle-Neumann พัฒนาทฤษฎีนี้ขึ้นมาสื่อมวลชนที่กล่าวถึงยังจำกัด หมายถึงสื่อกระแสหลัก แต่ปัจจุบันสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ ของผู้รับสารในปัจจุบัน แม้ว่าด้วยรูปแบบของสื่อจะแตกต่างจากช่วงที่ Noelle-Neumann กล่าวไว้ แต่งานวิจัยนี้มีข้อสันนิษฐานว่า สื่อออนไลน์ได้กลายมาเป็นแหล่งอ้างอิงที่คนใช้ประเมินบรรยากาศความคิดเห็นของคนในสังคมเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ แทนสื่อกระแสหลัก ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้สื่อออนไลน์ เพื่อต้องการศึกษาความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะเลือกตั้งพรรคการเมือง ผลการศึกษาค้นคว้าสอดคล้องกับการศึกษาของ Sei-Hill Kim, Hwalbin Kim and Sang-Hwa Oh (2014 : 713-732) ที่อธิบายว่า อินเทอร์เน็ตอาจจะมามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้บรรยากาศความคิดเห็น ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีการบริการและคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการให้ใช้สามารถจับหรือรับรู้บรรยากาศของความคิดเห็น อาทิ การโพสต์และคอมเมนต์ต่าง ๆ ทางเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ห้องแชทต่าง ๆ เป็นต้น ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเปิดรับความคิดเห็นของผู้คนต่าง ๆ ในสังคม จนสามารถประเมินและรับรู้ได้ว่า ความคิดเห็นใดเป็นความคิดเห็นหลักหรือเป็นความคิดเห็นที่กำลังได้รับการสนับสนุนจากสังคม สอดคล้องกับที่ Y Tsfat, NJ Stroud, and A Chotiner (2014) อธิบายว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์อาจจะมีผลต่อการรับรู้บรรยากาศความคิดเห็นได้

ขณะที่ตัวแปรความกลัวการโดดเดี่ยว เป็นตัวแปรสำคัญที่ Noelle-Neumann อธิบายไว้ว่า เป็นกลไกทางจิตวิทยาที่อธิบายกระบวนการทำงานของทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบ ความกลัวการโดดเดี่ยวเป็นคำอธิบายหลักที่บอกเหตุผลที่คนไม่เต็มใจที่จะ

แสดงความคิดเห็นออกมาเมื่อรับรู้ว่าคุณมีความเห็นที่ไม่สอดคล้องกับเสียงหลักของสังคม ซึ่งผลการศึกษาค้นพบว่าความกลัวการโดดเดี่ยวยังไม่ใช้ตัวแปรที่สามารถอธิบายความเต็มใจที่จะลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาหลายงานก่อนหน้านี้ที่พบว่า ความกลัวการโดดเดี่ยวไม่ใช่ตัวแปรบ่งชี้ความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็น (คมสัน รัตนะสิมากุล, 2551; Yang Xiaodong, Li Li, 2016; Na Teon Lee and Yonghwan Kim, 2014; Sei-Hill Kim, Mijeong Han and Vicente Berdayes, 2004; Huiping Huang, 2005; Neuwirth et al, 2007;) แม้ว่าผลการศึกษาบางส่วนได้ชี้ว่าตัวแปรความกลัวการโดดเดี่ยวมีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็น แต่ก็ยังเป็นผลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (Scheufele and Moy, 2000; Sei-Hill Kim, Mijeong Han, James Shanahan and Vicente Berdayes. 2004.; Glynn et al 1997) ซึ่งความไม่สอดคล้องกันของข้อค้นพบจากงานวิจัยต่าง ๆ ก่อนหน้านี้อาจจะชี้ให้เห็นว่ายังมีกลไกอื่น ๆ ที่อาจจะจะเป็นสาเหตุให้คนเลือกที่จะเฝ้าเมื่อพบว่าตัวเองมีความเห็นในช่วงสั้นน้อย ซึ่งหนึ่งในหลาย ๆ กลไกที่ถูกนำมาศึกษาและพบว่าเป็กลไกที่สำคัญก็คือ วัฒนธรรม

เช่นเดียวกับการศึกษาค้นคว้าที่ผู้วิจัยสนใจลักษณะวัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้า จึงได้นำตัวแปรที่ คมสัน รัตนะสิมากุล (2551) เคยนำมาศึกษาในบริบทของสังคมไทย และพบนัยสำคัญทางสถิติว่าเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นมาทดสอบในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายข้อค้นพบครั้งนั้นว่า เมื่อเปรียบเทียบกับความกลัวการโดดเดี่ยวแล้ว ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งเป็นลักษณะทางจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความกลัวที่อยู่ภายใต้จิตสำนึกของมนุษย์ เพียงแต่ความกลัวเหล่านี้จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละวัฒนธรรม เช่น สังคมไทยเป็นสังคมที่มักจะหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง การพูดอย่างตรงไปตรงมาหรือการแสดงความคิดเห็นออกอย่างเปิดเผยดูเหมือนเป็นการแสดงออกถึงความก้าวร้าว รุนแรงหรือความไม่สุภาพ สำหรับการศึกษาค้นคว้านี้พบว่ามีความสอดคล้องกับการศึกษาของคมสัน รัตนะสิมากุล (2551) ที่พบว่า ความกลัวการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลร่วมกับการรับรู้ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นในการทำนายความเต็มใจที่จะเลือกพรรคการเมือง ทั้งนี้ ความกลัวลักษณะดังกล่าวนี้เป็น

ความกลัวที่อยู่ในบริบทของวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นลักษณะร่วมประการหนึ่งของวัฒนธรรมแบบเอเชีย ดังที่ สุจิตรา สามัคคีธรรม (2553: 63) ได้อธิบายพื้นฐานของคุณค่าแบบเอเชีย (Asian Values) ว่าประเทศต่าง ๆ ในเอเชียให้คุณค่าต่อความกลมเกลียวภายในกลุ่มมากกว่าการแข่งขัน เน้นความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในสังคม อ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ชอบการเผชิญหน้าต่อความขัดแย้ง ไม่ชอบการเจรจาต่อรองที่เป็นทางการและเปิดเผย ชอบการเจรจานอกรอบ รักษาหน้าของทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้จึงอาจจะอธิบายได้ด้วยงานของ Tokinoya (1989 cited in Jeffres, 1997: 131) ซึ่งสามารถเทียบเคียงกับข้อค้นพบครั้งนี้ได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บในญี่ปุ่น จีนและเกาหลีใต้ พบว่า ความเต็มใจที่จะพูดออกมาในฐานะที่เป็นตัวแปรตามมีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละประเทศ โดยเฉพาะความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นออกมาในที่สาธารณะของคนญี่ปุ่นมีประมาณหนึ่งในสามของคนเกาหลีใต้ และคนจีน ขณะที่ Ito (1993: 69) พบว่าลักษณะทางวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นอาจจะนำทฤษฎีตะวันตกมาประยุกต์ใช้อธิบายการก่อตัวของสาธารณมติของญี่ปุ่นได้ยาก อันเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียว Ito ได้อธิบายไว้ว่า ด้วยลักษณะของวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มการเกาะกลุ่มกันอย่างเหนียวแน่นและมักจะหลีกเลี่ยงการสนทนาหัวข้อทางการเมืองเพื่อเลี่ยงความไม่เห็นพ้องหรือการเผชิญหน้า

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการเปิดรับสื่อออนไลน์ หากต้องการทำความเข้าใจอย่างละเอียดมากขึ้นเพื่อความเข้าใจในทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บในสถานการณ์ใหม่ ๆ ควรจะมีการศึกษาเจาะลึกลงไปในรายละเอียดของสื่อใหม่เกี่ยวกับการรับรู้และประเมินบรรยากาศความคิดเห็น เช่น ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ข่าว เฟซบุ๊ก เพราะแต่ละสื่อจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน โดยควรศึกษาความสัมพันธ์ว่าแต่ละสื่อมีอิทธิพลต่อการประเมินบรรยากาศความคิดเห็นของคนในสังคมลักษณะอย่างไรบ้าง
2. การศึกษาครั้งนี้ พบว่า ตัวแปรความกลัวการเผชิญหน้ากับความ

ขัดแย้ง เป็นตัวแปรเชิงจิตวิทยาซึ่งเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลร่วมกับการรับรู้บรรยากาศความไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น อย่างไรก็ตาม การนำทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บไปศึกษาในหลายครั้งยังพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลร่วมต่อความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นนั้นยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีก โดยเฉพาะตัวแปรเชิงวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ อย่างเช่น ความกลัวการเผชิญหน้าความขัดแย้งครั้งนี้เป็นหนึ่งในตัวแปรเชิงจิตวิทยาและวัฒนธรรมที่สามารถทำนายพฤติกรรมความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นได้ แต่ในเงื่อนไขและบริบทวัฒนธรรมไทยยังมีลักษณะเฉพาะหลายประการที่น่าสนใจนำมาศึกษาได้ การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไทย เพื่อนำมาพัฒนาเชิงตัวแปรเพื่อขยายความเข้าใจและองค์ความรู้ของทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจ็บต่อไป

3. ประเด็นที่น่าสนใจที่ควรมีการศึกษาต่อไป คือ การรับรู้ความไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นส่วนใหญ่มากับความเต็มใจที่จะแสดงความคิดเห็นทางสื่อใหม่ เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ประการหนึ่งที่เอื้อให้ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่ต้องมีการเผชิญหน้าโดยตรง ซึ่งเป็นเงื่อนไขหรือสถานการณ์ที่แตกต่างจากที่ Noelle-Neumann กล่าวไว้ในทฤษฎี ดังนั้น จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาต่อไปว่า แม้ว่า จะรับรู้ว่าคุณเองมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกับบรรยากาศความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ แต่ปัจเจกบุคคลก็อาจจะยังเต็มใจหรือกล้าที่แสดงความคิดเห็นออกมาได้ ประเด็นดังกล่าวจึงควรมีการศึกษาต่อไปเพื่อขยายความเข้าใจของทฤษฎี

4. ขณะที่ภูมิทัศน์ของสื่อมวลชนเปลี่ยนไป ประเด็นของความแตกต่างกันระหว่างตัวตนหรือบุคลิกที่แท้จริงกับตัวตนที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์นั้นมีความน่าสนใจในการศึกษาต่อไป เพราะตัวตนเสมือนออนไลน์ทำให้บุคคลสามารถหลบซ่อนตัวตน หรือสร้างตัวตนจอมปลอม (Pseudo Self) ได้ ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ควรมีการศึกษาต่อไปเพื่อทำความเข้าใจในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยขยายองค์ความรู้เชิงทฤษฎี เพื่อทำให้เราเข้าใจเกี่ยวกับกลไกในการอธิบายกระบวนการเกิดวงเกลียวแห่งความเจ็บในสถานการณ์ปัจจุบันได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- คมสัน รัตนะสิมากุล และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2551). *การทดสอบทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบในการก่อตัวของสาธารณมติในบริบทการเมืองและวัฒนธรรมไทย*. วารสารนิเทศศาสตร์, 26(2), 1-19.
- สุจิตรา สามัคคีธรรม.(2553). *วัฒนธรรมกับการจัดการความขัดแย้ง: การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศ*. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 2 (2), พฤษภาคม-สิงหาคม, 35-71.

ภาษาอังกฤษ

- Glynn, Carroll J. , Andrew F.Hayes and James Shanahan. (1997). *Percieved Support for One's Opinions and Willingness to Speak Out: A Meta-Analysis of Survey Studies on the Spiral of Silence*. Public Opinion Quarterly, 61 (3), 452-463.
- Huiping Huang.(2005). *A Cross Cultural Test of the Spiral of Silence*. International Journal of Public Opinion Research, 17 (3), 324-345.
- Ito, Youichi. (1993). *The Future of Political Communication Research : A Japanese Perspective*. Journal of Communication, 43 (4), 69-79.
- Jeffres, Leo W. (1997). *Mass Media Effects. Prospect Heights, Illinois : Waveland Press*. Na Teon Lee and Yonghwan Kim. (2014). The spiral of silence and journalists' outspokenness on Twitter. Asian Journal of Communication, 24(3), 262-278.
- Neuwirth, Kurt, Edward Frederick and Charles Mayo. (2007). *The Spiral of Silence and Fear of Isolation*. Journal of Communication, 57 (3), 450-468.

- Noelle-Neumann, Elisabeth. (1991). *The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence*. In J.A. Anderson (ed.), *Communication Yearbook*, pp.260. CA: Sage.
- Noelle-Neumann, Elisabeth and Thomas Petersen. (2004). *The Spiral of Silence and the Social Nature of Man*. In Lynda Lee Kaid (ed.), *Handbook of political communication research*. pp.347-348. USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Praszkier, Ryszard and Bartoli, Andrea. (2014). *The Role of Society in the Peace Process of the Basque Country*. *International Journal of Peace Studies*, 19 (2) Winter, 69-93.
- Salmon, Charles T. and Chi-Yung Moh. (1994). *The Spiral of Silence: Linking Individual and Society through Communication*. In J. David Kennerly (ed.), *Public Opinion, the Press and Public Policy*, p.147. Westport, Connecticut: Praeger.
- Scheufele, Dietram A. and Patricia Moy. (2000). *Twenty-five Years of the Spiral of Silence: A Conceptual Review and Empirical Outlook*. *International Journal of Public Opinion Research* 12 (1), 3-28.
- Sei-Hill Kim, Hwalbin Kim and Sang-Hwa Oh. (2014). *Talking about Genetically Modified (GM) Foods in South Korea: The Role of the Internet in the Spiral of Silence Process*. *Mass Communication and Society*, 17 (5), 713-732.
- Sei-Hill Kim, Mijeong Han, James Shanahan and Vicente Berdayes. (2004). *Talking on Sunshine in North Korea : A Test of the Spiral of Silence as a Theory of Powerful Mass Media*. *International Journal of Public Opinion Research*, 16 (1), 39-62.

Yang Xiaodong, Li Li,. (2016). *Will the Spiral of Silence Spin Social Networking Sites? An Experiment on Public Opinion Climate, Fear of Isolation and Outspokenness*. China Media Research, 12 (1), 79-87.

Y Tsfati, NJ Stroud, and A Chotiner.(2014). *Exposure to Ideological News and Perceived Opinion Climate: Testing the Media Effects Component of Spiral-of-Silence in a Fragmented Media Landscape*.The International Journal of Press/Politics, 19 (1), 3-23.

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

วารสารการสื่อสารมวลชนมีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม มีระบบการพิจารณากลับกรองบทความโดยผู้ประเมิน 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

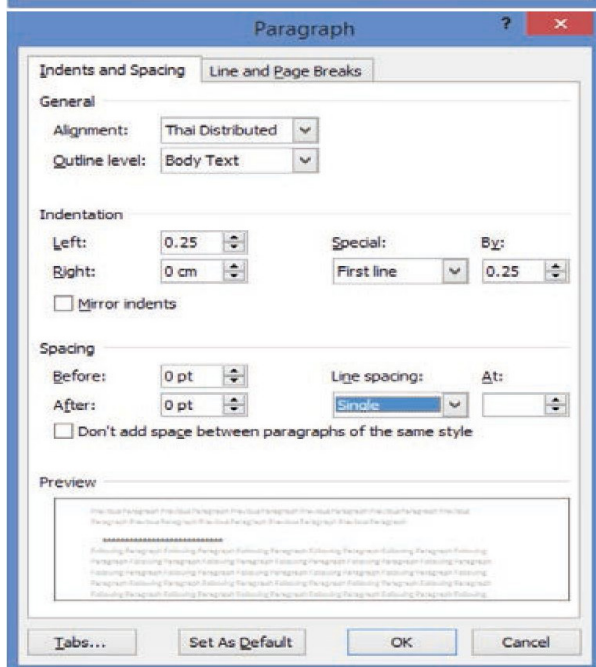
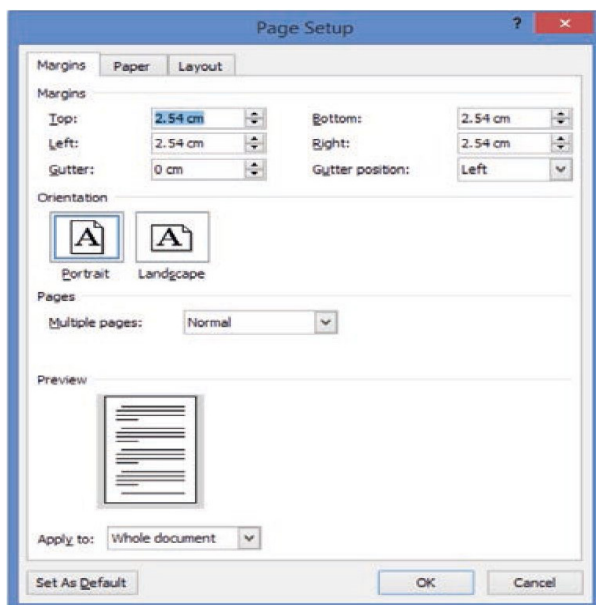
วารสารการสื่อสารมวลชน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ประเภทต่าง ๆ ดังนี้

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

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

2. รายละเอียดการส่งบทความเพื่อขอรับพิจารณาตีพิมพ์

2.1 การส่งบทความ ใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 ควรมีความยาวประมาณ 10-20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษ ทั้งด้านบน 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 ซึ่งผู้เขียนรับรองว่าบทความที่นำส่งมานั้น เป็นผลงานของผู้เขียนเองไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างเสนอให้วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ (ดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ที่ <https://bit.ly/2PiqvhE>)

2) ไฟล์ดิจิทัล 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .pdf

(2) บทความต้นฉบับที่มีการจัดรูปแบบตามรายละเอียดที่วารสารกำหนดนามสกุล .doc หรือ .docx

(3) รูปภาพ ที่ใช้ประกอบในบทความ 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
หัวข้อบทความ/Abstract Title	14	หนา	ชิดซ้าย	14	Bold	Left Alignment
เนื้อหาบทความ/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	กระจาย แบบไทย	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 คำนำหน้าชื่อ รวมทั้ง สถานภาพ (อาทิ นักศึกษาปริญญาเอก, อาจารย์ที่ปรึกษา, คณบดี) ทั้งที่ด้านหน้า และท้ายชื่อผู้แต่ง
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote)	- ระบุชื่อผู้แต่งบทความ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ).....(วุฒิการศึกษาที่ได้รับ เช่น ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัย....., 2558) - หากยังอยู่ในระหว่างการศึกษา ระบุดังนี้ (ไม่ใส่คำนำหน้าชื่อ).....(นิสิตหลักสูตร.....คณะ....., มหาวิทยาลัย.....) - ระบุชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้ามี) ดังนี้ ตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา....., คณะ....., มหาวิทยาลัย..... - ระบุชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงอรรถ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เรียงจากหน่วยงานระดับต้นไปจนถึงหน่วยงานหลัก

รายการ	คำอธิบาย
สังกัดผู้แต่ง/Affiliation (s) (แสดงในรูปแบบ footnote) (ต่อ)	ตัวอย่าง ¹ สุณิสา 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 ¹ อภิภู กิตกำธร (นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) Abhibhu Kitikamdorn (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)	ระบุต่อจากชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดในเชิงอรรถ ระบุเฉพาะอีเมลที่ใช้ส่งบทความผ่านระบบ TCI ThaiJO Corresponding Author E-mail:@..... .com
บทคัดย่อ/Abstract	บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ที่มีความสอดคล้องกัน และแต่ละส่วนควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4
คำสำคัญ/Keywords	ระบุคำสำคัญจำนวนไม่เกิน 5 คำ โดยคำสำคัญแต่ละคำ ให้แสดงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งมีความหมายที่ตรงกัน ให้คั่นด้วยเครื่องหมาย , คำสำคัญ:,,

รายการ	คำอธิบาย
เนื้อหา/Article	- บทความวิจัย บทความวิชาการ ควรประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ โดยท่านสามารถศึกษาได้จากตัวอย่างใน แบบฟอร์มบทความวิจัย หรือดาวน์โหลดได้ที่ https://bit.ly/2CfitwM - การใช้คำศัพท์เฉพาะทางวิชาการ (1) กรณีคำภาษาอังกฤษที่มีการใช้ทับศัพท์ภาษาไทยอย่างแพร่หลาย ให้เขียนเป็นภาษาไทยตามที่มีการบัญญัติศัพท์ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน โดยไม่ต้องแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษประกอบ อาทิ อินเทอร์เน็ต อีเล็กทรอนิกส์ (2) กรณีคำภาษาอังกฤษที่ยังไม่มีการใช้แพร่หลาย ให้เขียนคำแปลภาษาไทย หรือคำทับศัพท์โดยแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ และอักษรย่อ (ถ้ามี) ประกอบในวงเล็บ ทั้งนี้ การเขียนคำศัพท์ภาษาอังกฤษในวงเล็บ ให้ใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็กทั้งหมด ยกเว้นคำที่มีอักษรย่อหรือคำเฉพาะ ซึ่งจะขึ้นต้นคำด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ และควรเขียนคำภาษาอังกฤษกำกับครั้งแรกครั้งเดียว ในครั้งต่อไปไม่จำเป็นต้องเขียนภาษาอังกฤษกำกับอีก 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	ใช้รูปแบบการอ้างอิงถึงในเนื้อหา (In-text citation) แบบนามปี (Name-and-year system) ในระบบ American Psychological Association 6 th edition (APA6) (ดูรายละเอียดในหัวข้อ การอ้างอิงในเนื้อหาและการลงรายการเอกสารอ้างอิง)

รายการ	คำอธิบาย
การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหา /In-text citation (ต่อ)	- เชิงอรรถ (footnote) ในเนื้อหา ใช้สำหรับการอธิบายขยายความจากในเนื้อหาเท่านั้น ไม่ใช้สำหรับการอ้างอิงเอกสารในเรื่อง (การอ้างอิงเอกสารในเรื่อง 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

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

Smith (2016) defines public policy as...

- อ้างถึงโดยลงรายการชื่อผู้แต่ง, ปี, เลขหน้าในเครื่องหมาย

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

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

(3) กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แต่งทั้งสองคน ทุกครั้งที่อ้าง โดยผู้แต่งชาวไทยให้คั่นระหว่างชื่อด้วยคำว่า “และ” เช่น (แก่ง เขียนดี และ ชัยน 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 อุดทน, และ มานะ พายยาม, 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 พายยาม, 2558), (Adam, 2014; Smith & Potter, 2016)

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

(10) กรณีที่เป็นเอกสารไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้แสดงรายการโดยระบุชื่อสิ่งพิมพ์นั้นแทนชื่อผู้แต่ง โดยหากเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทบทความ ให้ใส่ชื่อบทความ 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 พายยาม, 2559), (Smith, 2015 as cited in Adam, 2016) ในกรณีนี้ ให้ผู้เขียนแสดงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ เฉพาะรายการที่ตนเองอ่านมาโดยตรง เช่น จากตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ จะมีเฉพาะรายการของ “มานะ พายยาม, 2559” เท่านั้น ไม่ต้องแสดงรายการของ “เก่ง เขียนดี, 2555”

(12) การอ้างถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การติดต่อทางโทรศัพท์ หรือทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล เว็บไซต์ 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 แนะนำให้ใช้โปรแกรมแปลงสำเนาที่พัฒนา โดย NECTEC เว็บไซต์ <http://164.115.23.167/plangsarn/index.php> เช่น

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

3.3.2 การลงรายการเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA

- รายการเอกสารที่ปรากฏในเอกสารอ้างอิง (reference)
ท้ายบทความ จะต้องเป็นรายการเอกสารที่มีการอ้างถึงในเนื้อหาบทความ (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.
บทความในหนังสือ รวมบทความ (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. ถ้ามีหลายหน้าใช้ pp./page number-page number)./Place: /Publisher.
บทความในวารสาร (journal article)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่ฉบับที่./เลขหน้า ที่ปรากฏบทความ-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 และปริยญานินธ์ (thesis)	ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อเรื่อง./ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตหรือ ปริญญาดุษฎีบัณฑิต...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

- สิ่งพิมพ์ที่อยู่ระหว่างรอพิมพ์ให้ใช้ข้อความ “(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

[illegible]

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 | เหตุผลของการปั่นจักรยานในชีวิตประจำวันของสังคมไทย
Logic of Consumption towards Bicycle using in Everyday's lives of Thai People
• จิรวาทย์ รักชาติ Jirawate Rugchat และ วิโรจน์ สุทธิสีมา Viroj Suttisima

- 36 | การวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อวิดีโอเกมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562
An Analysis of Video Game Media Elements During 2014-2019
• ปริญญ์ ฤกษ์สุนทร Parin Kritsunthorn และ จิรวาทย์ รักชาติ Jirawate Rugchat

- 67 | กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสำนักข่าวอิสระตามแนวคิดวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล
Communication Process of Public Issues by Independent News Agency Based on Data-Driven Journalism
• ธีรเมธ บัวงาม Teeramon Buangam และ นรินทร์ นำเจริญ Narin Numcharoen

- 91 | การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19
Health Communication in COVID-19 Situation of Department of Disease Control using Infographic Narratives
• สิโรดม มณีแฮต Sirodom Maneehaet และ ศรีัญญา เชื้อทอง Saranya Chuathong

- 120 | การสืบสาวประวัติศาสตร์ของวาทกรรมความเป็นพลเมืองข้อมูล
Genealogy of Data-Citizenship
• อรุณทัต วรรณการวอร Arunothai Wannataworn

- 162 | ทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเงียบในการเลือกตั้งทั่วไปของไทย ปี 2562
Spiral of Silence Theory in Thai General Election Year 2019
• ดมสัน รัตนะสิมากุล Komsan Rattanasimakul

คณะกรรมการสื่อนานาชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ 053 - 942703 ต่อ 195 โทรสาร 053 - 942704 หรือ

E-mail: journalmc.cmu@gmail.com | www.masscomm.cmu.ac.th