

ISSN: 2630-0478 (Print)
ISSN: 2773-9880 (Online)

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL



วารสาร

สหวิทยาการสังคมศาสตร์ และการสื่อสาร

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2564)



วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2564

ISSN : 2630 - 0478

เจ้าของ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

41 หมู่ที่ 5 ถนนรักศักดิ์ชุม ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบบทความวิจัย บทความ วิชาการของคณาจารย์ นักศึกษา ในระดับบัณฑิตศึกษาตลอดจนนักวิชาการทั่วไปในสาขาวิชา สังคมศาสตร์สาขาวิชาครุศาสตร์สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิเทศศาสตร์สาขาวิชา มนุษยศาสตร์สาขาวิชานิติศาสตร์สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชา รัฐศาสตร์สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉฉวี ท่องอร่าม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

รักษาราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สันติสิทธิ์ บริวังษัตระกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวรัชชนก แพทย์นิมิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินันทนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียดำรง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวนีย์ วรรณประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลเนศวร ทะกอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสันต์

อาจารย์สมพงษ์ เส่งมณี

อาจารย์เหมือนฝัน คงสมแสง

อาจารย์ทิพนาด ชาริรักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล ชันช้อย

รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล พงษ์ว่า

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรรยา เหลียวตระกูล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ชุนศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภรณ์ สันจรรณศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สำนักวิจัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงยศ บัวเผื่อน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาถพิ ชัยมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติกร ภูมิปฐมกุล
นาวาอากาศเอก ดร.อัมพร เพ็ชรราช
อาจารย์ ดร.กฤษณะ เชื้อชัยนาท
อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
อาจารย์ ดร.กังวาล พองแก้ว
อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุมทโสภาค
อาจารย์ ดร.คุณิ นิลดำ
อาจารย์ ดร.วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล
อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
ดร.มนัสนันท์ พจนจิรานกุล
นาวาอากาศเอกสาธิต ชีวงกุล
พันตำรวจเอก กฤตวิช ชนะสิทธิ์

มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยการทัพอากาศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
นักวิชาการอิสระด้านนิเทศศาสตร์
วิทยาลัยการทัพอากาศ
ตำรวจภูธรจังหวัดลพบุรี

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review) ประจำปี 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2564)

รองศาสตราจารย์ ดร.สกนธ์ ภู่งามดี
รองศาสตราจารย์ ดร.เขื่อนนารถ พันธุ์เพ็ง
รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุมาศ ชัดเจนงาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียดำรง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตินัน บุญภาพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ว่าที่เรือตรี ดร.อุทิศ บำรุงชีพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เบญจพร ประจง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภารดี พึ่งสำราญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติพงศ์ กมลธรรมวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพิมล สงกระสัน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศตวรรษ ทิพโส
อาจารย์ ดร.ธีร์ คั่นโททอง
อาจารย์ ดร.ภานนท์ คุ่มสุภา
อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์
อาจารย์ ดร.พิศิษฐ์ ชำนาญนา
อาจารย์ ดร.บัญญัติ พูลทรัพย์
ดร.พนิดา ภู่งามดี
ดร.สิขเรศ ศิริกานต์
ดร.สุวรรณา เขียวภักดี
ดร.สัตกร วงศ์สงคราม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยเนชั่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
นักวิชาการอิสระ
นักวิชาการอิสระ
นักวิชาการอิสระ
นักวิชาการอิสระ

รายชื่อผู้พิจารณาตรวจสอบภาษาอังกฤษ

อาจารย์อังศุมาริน สุขัยรัตนโชค
Dr.Adi Shaked

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เจ้าหน้าที่ประจำกองบรรณาธิการ

นางสาวพินนัทธ์ เมธาชัยศิษย์

ออกแบบปก

อาจารย์สมพงษ์ เสงี่ยมณีย์

จัดหน้า

นายณจักร วงษ์ยี่ม

วาระการตีพิมพ์ ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 300 เล่ม

การเผยแพร่ฉบับ on-line

www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

การส่งต้นฉบับ

อีเมล journalofcommarts@rbru.ac.th

เว็บไซต์ www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

โทรศัพท์ 099 257 9697, 081 374 3100

พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์คำนำ บริษัท ดีเอ็มเบอรี่ จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 248/7 ซอยมิตตคาม ถนนสามเสน
แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 02-884-5933-4

ราคา

ฉบับละ 150 บาท

คำชี้แจง

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารนั้นต้องผ่านการพิจารณา
ให้ความคิดเห็น รวมทั้งตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้ต้นฉบับและผู้ต้นฉบับไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double
BlindPeer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์อย่างน้อย 2 ท่าน

**** ข้อความ ข้อคิดเห็น หรือข้อค้นพบ ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร
เป็นของผู้เขียน ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากบทความ
และงานวิจัยนั้น ๆ โดยมิใช่ความรับผิดชอบ
ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ****

บทบรรณาธิการ

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2564) ประกอบไปด้วย บทความวิจัยจำนวน 11 บทความ ซึ่งเป็นเรื่อง 1) คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม 2) การพัฒนาชุดอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัยสำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า 3) การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า 4) การสื่อสารความเชื่อผ่านการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน 5) จันทบุรี: จากห้วงคำนึงคิดถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ 6) การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับผู้พิการทางการมองเห็นและการได้ยิน 7) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี 8) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 9) ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10) ทิศทางวิชาชีพ แนวโน้มและความคาดหวังในการศึกษาต่อหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) และ 11) ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา แต่ละบทความนั้นมียอดความรู้ที่หลากหลายเพื่อให้นักวิจัยได้นำผลการวิจัยในฉบับนี้ไปต่อยอดในอนาคตได้

กองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ต้องขอขอบคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ได้ส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ช่วยประเมินบทความในวารสารฉบับนี้ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้



(อาจารย์ ดร.สันดุสิตธิ์ บริวรงค์ตระกูล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

1	คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม 1 <i>กชพรรณ ไพฑูรย์</i>	
2	การพัฒนาชุดอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า 13 <i>ชญาภา ศุภวรรวงศ์, จุติชัย รักบำรุง และ นคร ละลอกน้ำ</i>	
3	การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนต์ซีฟเพื่อการให้บริการ ด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า 23 <i>ชัยวัฒน์ ตริปกรณ์, จุติชัย รักบำรุง และ นคร ละลอกน้ำ</i>	
4	การสื่อสารความเชื่อผ่านการแสดงเพลงโคราชในบริบท พิธีกรรมการแก้บน 35 <i>นิรันดร์ กมลยะบุตร</i>	
5	จันทบุรี: จากห้วงคำนึงคิดถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ 47 <i>พิพัฒน์ บุญเอกภัย</i>	
6	การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการ เข้าถึงเนื้อหาสำหรับผู้พิการทางการมองเห็นและการได้ยิน 59 <i>จุฬาลักษณ์ สิงหะเคนทร์ และ มาโนช ชุ่มเมืองปัก</i>	
7	การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี 69 <i>สมพงษ์ เล้งมณีย์, วิมเนศวร ทะกอง, เสาวนีย์ วรรณประภา, ภารดี พึ่งสำราญ และ กาญจนา สมพิน</i>	

สารบัญ

8	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด กับบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่ง บางแสน 21 80 <i>สราลี สนธิจันทร์ และ วิรัตน์ สนธิจันทร์</i>	80
9	ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง 91 <i>อริสา สำรอง, รังสิมา หอมเศรษฐี และ พิศพลล์ณธ์ อารังค์วรกุล</i>	91
10	ทิศทางวิชาชีพ แนวโน้มและความคาดหวังในการศึกษาต่อ หลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) 103 <i>อวยพร พานิช, ทศนีย์ ดำเกิงคักดี, นันทิการ์ จิตรังาม, กันทลัส ทองบุญมา และ สิทธา อุปนิขิต</i>	103
11	ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแก ผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา 115 <i>อุลธิช ดิษฐปรานีต, ชญานาภา ลมัยวงษ์, อาทิตยา โกศลสุทธิ และ ทรงพร ประมาณ</i>	115

คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม

WAVE/WIND/SEA: From Emotions to Nature

กชพรรณ ไพฑูรย์¹

Kotchapan Paitoon

Article History

Received: July 8, 2020

Revised: July 20, 2020

Accepted: July 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม เป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาและการแสดงออกแบบใหม่เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมและเพื่อศึกษา การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติ เป็นแนวทางการสร้างสรรค์ผลงาน จิตรกรรมชุดนี้

ธรรมชาติที่มีคุณค่าทางวิทยาการและสุนทรียภาพ เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็น เอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ มนุษย์นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ การที่ได้เข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติจึงทำให้เกิด อารมณ์ความรู้สึกที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกมีความสุข ผ่อนคลาย ได้ปลดปล่อยพลังงานที่มีอยู่ในตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับ อารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยที่นำธรรมชาติกับการดำรงชีวิตมาผสมผสานกัน รวมทั้งแนวคิดในการนำมาสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม กระบวนการวิจัยเริ่มจากการศึกษาธรรมชาติทางทะเล ได้ศึกษาถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ คลื่น ลม และทะเล การสร้างสรรค์ ผลงานจิตรกรรม และองค์ประกอบศิลป์ เพื่อค้นหาวิธีการใช้สีที่มีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกที่แท้จริงของผู้วิจัยที่มีต่อธรรมชาติทาง ทะเล ผสมกับการศึกษาศิลปินในลัทธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม เพื่อศึกษาถึงเทคนิคต่าง ๆ ทั้งในเรื่อง การถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกผ่านแสงเงา และสีที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติทางทะเล เมื่อศึกษาแล้ว ผลวิจัยสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ ตั้งไว้คือ ได้สร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบจากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติทางทะเล นำเสนอผลงานจิตรกรรมสร้างสรรค์ ให้สาธารณชนที่สนใจได้รับชม และเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ชม และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการสร้างสรรค์ผลงานในแต่ละ ขึ้นไปพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในอนาคตได้

คำสำคัญ: คลื่น ลม ทะเล ความรู้สึก อารมณ์ ธรรมชาติ จิตรกรรมร่วมสมัย จิตรกรรมภาพทิวทัศน์ทะเล

¹ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Fine and Applied Arts Chulalongkorn University.

*Corresponding author Email: Maya6103@gmail.com

2 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

Abstract

“Wave, Wind, and Sea: From Emotions to Nature” is a creative research with an objective to, first, study possible development and expression of paintings. Second, to study paintings inspired by emotions toward nature and utilize acquired knowledge as a guideline to create this set of paintings.

Nature is essential to both technologies and aesthetics as it is a fundamental element of geology and geography which constitutes local identity and brand. As part of nature, human’s contact with nature influences our senses, resulting in diverse emotions such as delight, relaxation, relief, etc. As living in harmony with nature, researcher found these nature-inspired sensations in accordance with personal feelings as well as their application in paintings.

This research commenced with studying marine nature to, first, collect relevant information regarding the nature of wave, wind, and sea, the creation of paintings, and art compositions. Second, to identify which method of color appliance had an intrinsic impact on personal feelings toward marine nature. Later on, the study of artists with different philosophies was conducted to analyze the shading technique used to express feelings and the color usage derived from marine nature. As a result, this research allowed the researcher to create paintings–found captivating and inspiring by the audience– based on personal sensations toward marine nature. Furthermore, this acquired knowledge could be used for future development in painting and creativity.

Keywords: Wave, Wind, Sea, Feelings, Emotions, Nature, Contemporary painting, Landscape painting

บทนำ

ธรรมชาติ หมายถึง ธรรมชาติที่มีคุณค่าทางวิทยาการ และสุนทรียภาพ เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยา และภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ 1. ธรรมชาติที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมได้โดยระบบของตัวเอง เช่น ป่าไม้ พืชพันธุ์ สัตว์ป่า สัตว์น้ำ และอุทยานต่าง ๆ เป็นต้น 2. ธรรมชาติที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ เปลี่ยนแปลงหรือฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมไม่ได้เมื่อถูกทำลายก็จะหมดไป เช่น ภูเขา ถ้ำ น้ำตก หน้าผา หนองน้ำ ทะเล ทะเลสาบ หาดทราย โขดหิน และแหล่งที่มีซากดึกดำบรรพ์ เป็นต้น มนุษย์นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ การที่ได้เข้าไปสัมผัสกับธรรมชาติจึงทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกมีความสุข ผ่อนคลาย ได้ปลดปล่อยพลังงานที่มีอยู่ในตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยที่นำธรรมชาติกับการดำรงชีวิตมาผสมผสานกัน รวมทั้งแนวคิดในการนำมาสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม

ธรรมชาติส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยและ

สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม เป็นธรรมชาติที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ เปลี่ยนแปลงหรือฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมไม่ได้ เมื่อถูกทำลายก็จะหมดไป และด้วยการดำรงชีวิตของผู้วิจัยมีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติทางทะเลมาตั้งแต่เกิด ไม่ว่าจะผ่านไบนานแค่ไหนอารมณ์ความรู้สึก ความผูกพันก็ยังคงอยู่ แค่คิดถึงรูปทรง อารมณ์ความรู้สึก บรรยากาศ กลิ่น สี เสียง ก็จะขึ้นมาในมโนสำนึกได้ตลอดเวลา ยกตัวอย่างเช่น ท้องทะเลที่มีเกลียวคลื่นกระทบกับโขดหิน เมื่อได้ไปสัมผัสกับบรรยากาศของธรรมชาติเป็นสิ่งที่ช่วยเยียวยาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ อีกทั้งยังมียะสำคัญเปรียบแทนตัวของผู้วิจัยในการดำเนินชีวิต เพราะเปรียบตัวผู้วิจัยดังคลื่นกระทบโขดหินซึ่งมองดูด้วยตาแล้วให้ความรู้สึกสวยงาม สดชื่น แต่ถ้าได้เข้าไปสัมผัสใกล้ ๆ อาจจะทำให้มีความรู้สึกกลัวขึ้นมาแทน เช่นเดียวกับผู้วิจัยภายนอกชีวิตจะดูสวยงามในทุกๆด้าน แต่ในความเป็นจริงนั้นชีวิตได้ผ่านอุปสรรคและเรื่องราวต่าง ๆ มากมาย การใช้ชีวิตให้ประสบความสำเร็จตามสิ่งที่หวังนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย และชีวิตจะมีคุณค่าถ้าเราสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างในชีวิตไปได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำมาถ่ายทอดพลังในการสร้างสรรค์งานศิลปนิพนธ์ โดยเปรียบเทียบทะเลคือผู้วิจัย และโชดหินเปรียบดังอุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิต นอกจากนี้ยังใช้สีเพื่อบ่งบอกถึงอารมณ์และสถานการณ์ที่พบเห็น นำเสนอแนวความคิดและศิลปะด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก ผ่านการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาและการแสดงออกใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม
2. เพื่อศึกษางานศิลปะจากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมภาพทิวทัศน์ของศิลปินในยุคสมัยต่าง ๆ
3. เพื่อพัฒนาระบบการสร้างสรรคผลงานจิตรกรรมภาพทิวทัศน์ทะเล ตามแนวทางที่ได้เพื่อวิเคราะห์องค์ความรู้ของศิลปินยุคต่าง ๆ ผสมผสานกับแนวทางการรู้ความรู้อารมณ์ และความรู้สึกส่วนตัวของผู้วิจัย

นิยามคำศัพท์

คลื่น หมายถึง ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เป็นผลจากการเคลื่อนไหวของน้ำทะเล โดยมีสาเหตุทั้ง เกิดจากลม แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด แผ่นเปลือกโลกใต้ท้องทะเล แรงดึงดูดจากดวงอาทิตย์และดวงจันทร์ เป็นต้น

ลม หมายถึง อากาศที่เคลื่อนที่ไปในทิศทางในแนวราบ

ทะเล หมายถึง ห้วงน้ำเค็มที่เว้งกว้างใหญ่ แต่เล็กกว่ามหาสมุทร

ความรู้สึก หมายถึง อารมณ์ที่ใจเรารู้สึกร่วม ส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลมาจากความคิด เช่น ชอบ ไม่ชอบ โกรธ เป้อ กังวล สบาย ฯลฯ

อารมณ์ หมายถึง ประสบการณ์ในความรู้สึกนึกและอัตวิสัยที่ถูกกำหนดลักษณะเฉพาะโดยการแสดงออกทางจิตสรีรวิทยา ปฏิกริยาทางชีววิทยา และสภาพจิตใจ อารมณ์มักจะเกี่ยวข้องและถูกจัดว่ามีอิทธิพลซึ่งกันและกันกับพื้นอารมณ์ พื้นอารมณ์แต่กำเนิด บุคลิกภาพ นิสัย และแรงจูงใจ

ธรรมชาติ หมายถึง สำหรับบรรยายทุกสิ่งบน โลก ที่ไม่ได้ถูกสร้างโดยมนุษย์ อาทิเช่น มนุษย์ สัตว์ ภูเขาแม่น้ำ ต้นไม้ หรือฝน เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ

จิตรกรรมร่วมสมัย หมายถึง เป็นศิลปะพัฒนาไปตามสภาพแวดล้อม ความเปลี่ยนแปลงของชีวิต ความเป็นอยู่ ความรู้สึกนึกคิด และความนิยมในสังคม สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ใหม่ของวัฒนธรรมไทยอีกรูปแบบหนึ่งอย่างมีคุณค่าตามความนิยมของศิลปินแต่ละคน

จิตรกรรมภาพทิวทัศน์ทะเล หมายถึง เป็นภาพที่แสดง ความงาม หรือความประทับใจในความงาม ของ ธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อม ของศิลปินผู้วาด ภาพทิวทัศน์ยังแบ่งเป็นลักษณะต่าง

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาแนวคิดจากลัทธิที่มีอิทธิพลการสร้างสรรคผลงานจิตรกรรมทางธรรมชาติทั้งหมด 3 ลัทธิ คือ ลัทธิอิมเพรสชันนิสต์ ลัทธิศิลปะสมัยใหม่และลัทธิโรแมนติค นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับศิลปินที่สร้างจิตรกรรมเกี่ยวกับภาพทิวทัศน์และภาพธรรมชาติ ได้แก่ เทอร์เนอร์ (J.M.W. Turner), วินเซนต์ แวนโก๊ะ (Vincent Van Gogh) และ โมเนต์ (Claude Monet) เพื่อศึกษาแนวคิดและรูปแบบการสร้างสรรคผลงานและปรับใช้ให้สอดคล้องกับผลงานของผู้วิจัย จากนั้นศึกษาเรื่ององค์ประกอบศิลป์เพื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยออกมาได้อย่างชัดเจนมากที่สุด เนื่องจากองค์ประกอบศิลป์มีส่วนช่วยในการถ่ายทอดอารมณ์ของศิลปินให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบจากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติ
2. นำเสนอผลงานจิตรกรรมสร้างสรรค์ให้สาธารณชนที่สนใจได้รับชม และเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ชมได้
3. สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปพัฒนาและต่อยอดความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมในอนาคตได้

วิธีการศึกษา

1. รวบรวมข้อมูล

1.1 ศึกษาข้อมูลสถานที่ หาดพิทยา จังหวัดชลบุรี และหาดราไวย์จังหวัดภูเก็ต เป็นหมู่บ้านชาวประมง เยียบสงบ ชายหาดทอดยาวและมีโชดหินเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ปัจจุบันพิทยาเป็นสถานที่พักตากอากาศมีชายหาดที่สวยงามรวมทั้งหมู่เกาะต่าง ๆ

4 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

มากมายและศึกษากับด้วยนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับหาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

1.2 การถ่ายภาพจากสถานที่จริง ผู้วิจัยเดินทางไปสถานที่จริงคือ หาดพิทยา เพื่อสัมผัสอารมณ์ความรู้สึกที่ตนเองได้สัมผัสสภาพบรรยากาศตรงหน้าและสำรวจมุมมองที่เหมาะสมเพื่อนำไปสร้างสรรค์ผลงาน

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน

2.1 การเลือกวัสดุ การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมพื้นผิวของผลงานจิตรกรรมนิยมใช้ผ้าใบ (Canvas) เป็นพื้นฐานสำหรับผู้วิจัยใช้ผ้าใบซึ่งเฟรมเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าซึ่งมีขนาดแตกต่างกันในแต่ละผลงาน การใช้สีบนผ้าใบค่อนข้างมีความหลากหลายและเป็นอิสระ โดยเลือกใช้สีอะคริลิก บนผ้าใบ (Acrylic on canvas)

2.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน พู่กัน, เกรียง, น้ำมันสน, อะคริลิก (Acrylic), สารผสมและทำละลายสำหรับสีอะคริลิก (Acrylic)

2.3 การทำภาพต้นแบบ



ภาพที่ 1 การทำภาพต้นแบบ 1
โดย ผู้วิจัย, 2561



ภาพที่ 2 การทำภาพต้นแบบ 2
โดย ผู้วิจัย, 2561

3. การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ

จากข้อมูลที่รวบรวมในขั้นตอนการเตรียมงาน ผู้วิจัยดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ โดยผู้วิจัยทดลองลงสีบนกระดาษ เพื่อดูการดูกลิ่นกันระหว่างสี เป็นการทดลองสี การเลือกใช้สี ก่อนที่จะทำการนำสีที่ได้จากการทดลองจนเป็นที่พอใจแล้วลงบนเฟรมผ้าใบ



ภาพที่ 3 ภาพการทดลองลงสีบนกระดาษ
โดย ผู้วิจัย, 2561



ภาพที่ 4 การลงรองพื้นและร่างภาพ
โดย ผู้วิจัย, 2561

3.1 ร่างภาพต้นแบบจากแนวความคิดที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า

3.2 เตรียมเฟรมผ้าใบในขนาดที่กำหนด ร่างภาพลงบนเฟรมผ้าใบด้วยดินสอ จากนั้นรองพื้นด้วยสีน้ำตาลเป็นชั้นที่ 1 โดยนำสีน้ำตาลมาผสมกับน้ำมันลินสีด (Linseed oil) แล้วทาลงบนผ้าใบ



ภาพที่ 5 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ 1
โดย ผู้วิจัย, 2563



ภาพที่ 8 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ 4
โดย ผู้วิจัย, 2563



ภาพที่ 6 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ 2
โดย ผู้วิจัย, 2563

3.5 เก็บรายละเอียดแสงเงาจนเสร็จสมบูรณ์ และเตรียม
ความพร้อมในการนำเสนอผลงาน

3.6 ผลงานที่เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 9 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ 5
โดย ผู้วิจัย, 2563

3.3 ลงสีบนเฟรมผ้าใบที่ร่างไว้ให้สีเป็นชั้น ๆ เพื่อให้เห็น
ภาพชัดขึ้น

3.4 กำหนดแสงเงา มิติของภาพ โดยไล่ค่าน้ำหนักสีที่แตกต่าง
กันแบ่งแยกระหว่างท้องฟ้าและทะเล ระหว่างปฏิบัติงานคอย
รับฟังคำวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากอาจารย์ผู้สอน



ภาพที่ 7 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ 3
โดย ผู้วิจัย, 2563



ภาพที่ 10 wave 19
โดย ผู้วิจัย, 2563

แนวคิดและทฤษฎี

1. ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1.1 จิตรกรรมภาพทิวทัศน์ (Landscape and seascape)

จิตรกรรมภาพทิวทัศน์ ทั้งทิวทัศน์ทางบกและทิวทัศน์ทางน้ำมีประวัติความเป็นมายาวนาน โดยเฉพาะภาพเขียนจีนที่เรียกว่า Shanshui ซึ่งหมายถึงภูเขาและสายน้ำ (Mountain and stream) ในทางพุทธศาสนาภูเขาถือเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของพุทธปัญญา หรือการรู้แจ้ง (Enlightenment) การเฝ้าสังเกตธรรมชาติเพื่อยุติหน้กับปรากฏการณ์น่านปีการของธรรมชาติเป็นวิธีการและขั้นตอนแรกที่จิตรกรจีนสมัยโบราณเรียนรู้โลกภายนอก เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์การมองเห็นและความรู้สึกต่อธรรมชาติในแง่มุมต่าง ๆ ออกมาเป็นผลงานศิลปะ ซึ่งในความรู้สึกของผู้อุปถัมภ์หรือผู้สะสมงานอาจจะเกิดความรู้สึกร่วม เมื่อเพ่งพิจารณาภาพเขียนนั้น ๆ จนถึงขนาดดื่มด่ำไปกับบรรยากาศของการสละทางโลกโลดเล่นไปสู่เส้นทางธรรมดูการป็นปายภูเขา สำหรับงานจิตรกรรมทิวทัศน์ที่อาจถือได้ว่าเป็นเสมือนหนึ่งจิตรกรรมนามธรรมที่เกิดขึ้นก่อนกาลคงจะต้องจับตาไปที่จิตรกรรมทั้งสีน้ำและสีน้ำมันหลายชิ้น เทอร์เนอร์ (J.M.W. Turner) จิตรกรชาวอังกฤษ ผู้ซึ่งเปลี่ยนสถานภาพของสีน้ำจากเป็นเพียงงานร่าง (Sketch) มาสู่การเป็นงานจริง (Finished works in their own right) ในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 และส่งอิทธิพลอันใหญ่หลวงไปยังศิลปินอิมเพรสชันนิสม์ฝรั่งเศสในเวลาต่อมา (จิระพัฒน์ พิตร์ปริชา, 2545)

ผู้วิจัยนำเอาเทคนิคการถ่ายทอดมุมมองของทิวทัศน์ทะเลด้วยการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัย ณ ช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งอารมณ์เศร้า เหงา ตีใจ เสียใจ และมีความสุข โดยแสดงออกจากการเลือกใช้สีที่แปรเฉพาะตัวของผู้วิจัยที่ใช้สายตามองบรรยากาศทิวทัศน์ทางทะเล และนำเสนอออกมาด้วยความรู้สึกที่เป็นบรรยากาศทะเลแต่ไม่ได้เหมือนทุกรายละเอียด เช่น คลื่นที่กระทบโขดหิน ผู้วิจัยใช้สีที่แปรที่ไปตามความรู้สึกโดยไม่เก็บรายละเอียดที่เหมือนจริง เป็นต้น

1.2 อิทธิพลจากศิลปินที่สร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมทิวทัศน์

ผู้วิจัยได้ศึกษากรรมวิธีการสร้างสรรค์จิตรกรรมทิวทัศน์ของศิลปินทั้ง 3 ท่าน แล้วเกิดแรงบันดาลใจกระตุ้นให้นำแนวคิดมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย คือ

1.2.1 เทอร์เนอร์ (J.M.W. Turner) นำแนวคิดการถ่ายทอดปฏิกิริยาของแสงและสีในธรรมชาติ ด้วยกรรมวิธีการวาด

ภาพสีน้ำมันอันปรากฏอัตลักษณ์ แปรกตา ใช้อุปกรณ์ในการวาดภาพทุกชนิด เช่น แปรงทาสีบ้าน พู่กัน เศษผ้า และเกรียง ศิลปินใช้ปลายพู่กันปาดสีหนา ๆ ลงบนผ้าใบเป็นชั้น ๆ เพื่อสร้างพื้นผิวที่นูนหนาเห็นเด่นชัด (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการใช้สีน้ำมันมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน เป็นการลดทอนรายละเอียดของภาพ รวมถึงลักษณะของสีและแสง ที่เต็มไปด้วยความคิดฝันเป็นทัศนภาพที่ขยายความ ลึกกลับและความสง่างามของธรรมชาติ ใช้สีหรือสีแปรแบบเฉียบพลัน เช่น โขดหิน ที่วาดแบบเฉียบพลันไม่ต้องเก็บรายละเอียดมากมาย บรรยากาศที่วาดเป็น ณ ช่วงเวลานั้น ๆ ที่ศิลปินถ่ายทอดออกมาแสงเงาและสีของคลื่นน้ำสะท้อนออกมาจากความรู้สึกของผู้วิจัย การสาดกระเซ็นของน้ำที่กระทบโขดหินแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างชัดเจน

1.2.2 วินเซนต์ แวนโก๊ะ (Vincent Van Gogh) แนวทาง

การสร้างสรรค์ผลงานของแวนโก๊ะ จะมองธรรมชาติด้วยความหลงใหลและบางครั้งถือธรรมชาติเป็นตัวแทนแห่งความขมขื่น ความซื่อสัตย์ต่อธรรมชาติด้วยสายตาทำให้ปรากฏออกมาเกินความเป็นจริงและบางครั้งเปลี่ยนเนื้อหา แต่ไม่ได้ลอกเลียนแบบธรรมชาติ เป็นการสร้างสรรค์ผลงานจากอารมณ์ความรู้สึก เขาเป็นคนช่างสังเกต อารมณ์อ่อนไหว และจุดเด่น คือ มีรอยฝีแปรงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547)

ผู้วิจัยนำเอาเทคนิคการถ่ายทอดมุมมองของทิวทัศน์ทะเลด้วยการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัย ณ ช่วงเวลาที่แตกต่างกัน มีทั้งอารมณ์เศร้า เหงา ตีใจ เสียใจ และมีความสุข โดยแสดงออกจากการเลือกใช้สีที่แปรเฉพาะตัวของผู้วิจัยที่ใช้สายตามองบรรยากาศทิวทัศน์ทางทะเล และนำเสนอออกมาด้วยความรู้สึกที่เป็นบรรยากาศทะเลแต่ไม่ได้เหมือนทุกรายละเอียด เช่น คลื่นที่กระทบโขดหิน ผู้วิจัยใช้สีที่แปรที่ไปตามความรู้สึกโดยไม่เก็บรายละเอียดที่เหมือนจริง เป็นต้น

1.2.3 โมเนต์ (Claude Monet) นำแนวคิดการใช้แสง

และสี โดยใช้สีคู่ตรงข้าม ให้ความสำคัญกับสี มากกว่ารูปทรงในการสร้างสรรค์ผลงานซึ่งแสดงออกถึงความตรงไปตรงมา การลงสีไปตามความรู้สึกโดยอ้างอิงจากความรู้สึกมากกว่าบรรยากาศความเป็นจริง สีที่ใช้เป็นสีที่มีความบริสุทธิ์ปราศจากการใช้สีที่เกิดจากการผสมกันและทิ้งรอยพู่กันอย่างสนุกสนาน (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547)

ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน เช่น การแสดงออกของอารมณ์ความรู้สึกลงไปในบรรยากาศ สีที่ใช้ก็เป็นสีสดที่ตัดกันโดยไม่เน้นความเหมือนจริงจนเกินไป ทั้งบรรยากาศ โขดหิน น้ำและคลื่นที่กระทบฝั่ง เป็นการใช้แสง สี และอารมณ์ความรู้สึกช่วงเวลานั้น ๆ โดยใส่ความสนุกสนานผสมผสานไปกับการใช้แสงและสี ผู้วิจัยจะเน้นการเขียนภาพที่สะท้อนอารมณ์ความรู้สึกมากกว่ารายละเอียดรูปร่างและพื้นผิวของภาพ เป็นการวาดภาพจากความประทับใจในสิ่งที่เห็นของศิลปิน แทนที่จะพยายามทำให้เหมือนจริงตามธรรมชาติ เป็นการเลือกสีที่สะท้อนอารมณ์ความรู้สึกออกมาอย่างแท้จริง

1.3 ลัทธิทางศิลปะที่นำเสนอภาพจากธรรมชาติ

1.3.1 ศิลปะลัทธิสำแดงพลังอารมณ์ (Expressionism)

เอ็ดชเพอร์ซันนิสม์ปรากฏในงานศิลปะหลายรูปหลายแบบที่รวมทั้ง จิตรกรรม วรรณกรรม การละคร ภาพยนตร์ สถาปัตยกรรม และดนตรี และมักจะเป็นคำที่มีนัยยะถึงอารมณ์รุนแรงภายใน และในช่วงเวลาเดียวกันกับที่กลุ่มโฟวิสต์ (Fauvist) อูบติซันที่ฝรั่งเศสและเยอรมัน ก็มีกลุ่มเอ็ดชเพอร์ซันนิสม์เกิดขึ้นมาใหม่เหมือนกัน ศิลปินที่มีชื่อเสียง เช่น รู โอลท์ (Rouault) โคคชกา (Kokoschka) เดียโก ริเวรา (Diego Rivera) และ บลูม (Blume) โดยศิลปินกลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลแนวคิด คตินิยมจาก วินเซนต์ แวนโก๊ะ และพอล โกแกง (Paul Gauguin) โดยตรง คือ การแสดงออกถึงอารมณ์ภายในอันเร้าร้อนรุนแรง การใช้สีและการตัดเส้นรอบนอก เพื่อให้รูปทรงเด่นชัดและแข็งแกร่ง พวกเขาสะท้อนแนวคิดที่เกี่ยวกับสังคม และความเป็นจริงในสังคม ความประทับใจในธรรมชาติ ขาดลงดับพลังทั้งความรู้สึกรุนแรง บำระทำ เกลียดชัง ทารุณ ความเจ็บปวดทรมานร่างกาย ทรมาน นำเกลียดน่ากลัว เป็นการมองโลกในแง่ร้าย มีความเชื่อมั่น แสงสี การรับรู้โลกภายนอก ตอบสนองด้วยความรู้สึกของตนเอง (ศิลปะอัตวิสัย) ต่างจากโฟวิสต์ ซึ่งพวกเขาคิดว่าศิลปกรรมของยุโรปโดยทั่วไปมีแนวโน้มการแสดงออกไปในด้านที่หลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับความจริง ศิลปินต่างแสวงสร้างและปิดบังโลกแห่งความเป็นจริง คำนึงถึงความงามแต่อย่างเดียว ทำให้มันดูสง่าเป็นของเข้าใจยาก (ซวพล จิงสมาน, 2559)

ผู้วิจัยได้แนวคิดในการถ่ายทอดสีสันทันด้วยการปาดป้ายสีหนาอย่างรวดเร็วแสดงพลังอารมณ์จากตัวศิลปินในเวลาช่วงบ่ายไปจนถึงช่วงเย็น เป็นการสื่อสารอารมณ์ในรูปแบบที่แสดงออกถึงตัวตนของผู้วิจัยที่บางอารมณ์รู้สึกเฉื่อยชาติดกับความรู้สึกตื่นเต้น

กระตือรือร้น และเจียบเหงารวมอยู่ด้วย ช่วงเวลาดังกล่าวการหักเหของแสงมีความชัดเจนในทุกรูปแบบโดยใช้สีน้ำมัน หลากหลายสีสันทัน สีส้ม สีเขียว สีน้ำตาล สีเหลือง สีชมพูและสีม่วงอย่างลงตัว กล่าวได้ว่าทุกเฉดสีผสมผสานให้เกิดความงดงามอย่างยิ่งต่อผลงานที่เสนอ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นธรรมชาติอย่างแท้จริง

1.3.2 ศิลปะสมัยใหม่ (Modern art)

ศิลปะสมัยใหม่ เป็นคำที่ใช้เรียกการสร้างงานศิลปะตั้งแต่ช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 จนถึงประมาณคริสต์ทศวรรษ 1970 โดยการเป็นงานที่มีลักษณะเป็นสากล และเป็นแบบอย่างของแต่ละบุคคลมากกว่าที่จะเป็นแบบอย่างศิลปะแห่งแคว้นซึ่งเป็นแบบที่มีความแตกต่างกันจนยากที่จะกล่าวอย่างผิวเผินได้วิสดและเทคนิคใหม่ ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งผลผลิตของเครื่องจักรกลได้สะท้อนไปสู่งานศิลปะทำให้รูปแบบของศิลปะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน ความรู้ทางด้านจิตวิทยาและฟิสิกส์ได้จัดแจงรูปแบบความคิดของศิลปินที่มีต่อมนุษย์และโลกทางกายภาพขึ้นใหม่

จากลักษณะสำคัญของงานศิลปะสมัยใหม่ ทำให้ผู้วิจัยนำประสบการณ์โดยตรงมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ซึ่งผู้วิจัยได้นำประสบการณ์ชีวิตโลดแล่นที่ผ่านมาเหล่านั้นที่บางครั้งแสดงออกได้ มาแสดงออกในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ใช้ความอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่สามารถพูดออกมาได้ถ่ายทอดออกมาผ่านการสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งความรู้สึกปะทุออกมา ความรู้สึกอ่อนแอ และความเจ็บเหงาในชีวิต เป็นต้น

1.3.3 ศิลปะยุคโรแมนติก หรือ ศิลปะจินตนิยม (Romanticism)

ลัทธิโรแมนติกเป็นแนวคิดมากกว่าเป็นแบบอย่างลัทธิชาร์ล โบเดอแลร์ (Charles Boudelaire) เรียกมันว่าเป็น “สภาวะหนึ่งของอารมณ์” เป็นการเน้นถึงประสบการณ์แห่งความรู้สึกเหนือสิ่งอื่นใดแนวทางแห่งโรแมนติกนั้นเป็นทั้งปฏิกิริยาต่อต้านสถาบันไม่ว่าจะเป็นวงการศาสนา อำนาจอรัฐที่ถูกครอบงำโดยชนชั้นสูง ลัทธิโรแมนติกยังก่อให้เกิดการพัฒนาการของแนวทางจิตรกรรมทิวทัศน์แนวต่าง ๆ ดังเช่นภาพที่แสดงถึงสภาวะแห่งจิตใต้สำนึก และความสยองขวัญของฟายูร่า หรือการถล่มทลายของภูเขาไฟซึ่งถูกนำเสนอโดยเทอเนอร์ (Turner) คตินิยมแนวโรแมนติกที่เกี่ยวกับการกลับไปสู่ธรรมชาตินั้นยังรวมถึงธรรมชาติ แห่งความเป็นมนุษย์อีกด้วย ดังเช่นการแสดงอาการอย่างธรรมชาติที่เป็นอิสระและฉับ

8 | วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

พลันที่ถูกนำเสนอการสร้างงานศิลปะสามารถกล่าวได้ว่าศิลปินโรแมนติคเป็นนักแสวงหาผู้หลงใหลประสบการณ์เร้าอารมณ์ ผลกระทบที่เกิดจากแนวคิดแบบโรแมนติคต่อวัฒนธรรมตะวันตกนั้นเกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง (นรินทร์ รัตนจันทร์, 2555)

ศิลปินในลัทธินี้จะไม่วาดภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนานิยายกรีกหรือโรมันโบราณ แต่จะวาดเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ วรรณคดี หรือเรื่องราวอื่น ๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศที่ตนเองรู้สึกสะเทือนใจ วาดภาพด้วยหลักกายวิภาคอย่างถูกต้องแม่นยำ การจัดวางท่าทางของคนจะแสดงถึงความเคลื่อนไหวอย่างมีพลัง (จรงยศ อรัญยะนาถ, 2555)

สรุปว่า ผู้วิจัยได้นำเทคนิคและแนวคิดมาใช้ในการสื่อสารผ่านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ทั้งในเรื่องของการเลือกใช้สี เทคนิคการบอกเล่าเรื่องราวที่สะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยที่ได้พบเจออุปสรรคเรื่องราวต่าง ๆ จนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคไปได้จึงประสบความสำเร็จ โดยนำมาถ่ายทอดผ่านผลงานจิตรกรรม ซึ่งผลงานที่สร้างสรรค์จะเป็นการลดทอนรายละเอียดของภาพลักษณะของสีและแสง ที่เต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกจิตใต้สำนึกของผู้วิจัยและเป็นทัศนภาพที่ขยายความงดงามของธรรมชาติให้ประจักษ์

2. องค์ประกอบศิลป์ในการสร้างสรรค์งานจิตรกรรม

2.1 องค์ประกอบศิลป์ (Composition)

องค์ประกอบของศิลปะประกอบขึ้นจากหลากหลายที่มา แต่จะมีส่วนสำคัญเพียง 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งมาจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ต้องรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่ง (รูปทรง) ส่วนที่สอง คือองค์ประกอบนามธรรม (เนื้อหา)

2.1.1 รูปทรง มองเห็นและรับรู้ได้ในงานศิลปะ สามารถทำให้เกิดเนื้อหาขึ้นกับตัวรูปทรงเองได้ ซึ่งรูปทรงกับเนื้อหาหากแยกออกจากกันหรือมีเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งก็ไม่อาจเรียกว่าศิลปะได้ รูปทรงองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ

2.1.1.1 โครงสร้างทางรูป การรวมตัวกันของทัศนธาตุเป็นผลงานที่มีความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว (Unity)

2.1.1.2 โครงสร้างทางวัตถุ วัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์รูป เช่น ไขมัน หิน ดิน ทราย ทอผ้า ฯลฯ

2.1.2 เนื้อหา ตรงข้ามกับรูปทรงที่สามารถรับรู้ผ่านการสัมผัสได้เป็นองค์ประกอบที่เป็นนามธรรมมาเป็นส่วนเติมเต็มให้ผลงานศิลปะจะเกิดความกระจำ เกิดความเข้าใจจากการรับรู้ทางรูปทรงมากยิ่งขึ้น นอกจากเนื้อหายังมี เรื่องและแนวเรื่อง ซึ่งทั้งสาม

อย่างก็จะมีเชื่อมโยงซึ่งกันและกันอยู่

องค์ประกอบศิลป์ เป็นส่วนที่ส่งเสริมให้ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะมีหลักการต่าง ๆ ให้ผู้สร้างสรรค์ได้ยึดและปรับแก้ผลงานให้สอดคล้องกับหลักการทางศิลปะต่าง ๆ เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมให้ผลงานมีคุณค่าในด้านของความงามและสุนทริยภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลักการต่าง ๆ ที่ปรากฏล้วนเคยเกิดขึ้นมาแล้วตามลัทธิศิลปะต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์รูปแบบเป็นของตนเอง (ชูลุด นิมเสมอ, 2553)

สรุปว่า อิทธิพลจากลัทธิทางศิลปะที่ปรากฏในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมของผู้วิจัย ล้วนแล้วแต่มีความเกี่ยวข้องและพัฒนาทั้งในเรื่องกระบวนการคิด แนวความคิด รูปแบบผลงาน และเทคนิคต่าง ๆ จะถูกนำเสนอออกมาผ่านความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์ ความรู้สึก และความลึกซึ้งที่ซ่อนอยู่ เป็นการแสดงพลังที่ซ่อนอยู่ภายในออกมาสู่ภายนอกในแนวทางที่สร้างสรรค์ ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานออกมาเป็นตัวกลางในการสื่อสารกับผู้ชมงาน

3. สรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม คือ การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ ที่แสดงออกถึงพลังอารมณ์ที่อยู่ภายในจิตใจของผู้วิจัยในช่วงเวลานั้น ๆ เป็นการนำพลังที่อยู่ในตัวตนออกมาถ่ายทอดผ่านความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์ และความรู้สึก

ธรรมชาติส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัยและสามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมเป็นธรรมชาติที่ไม่สามารถเคลื่อนไหวได้ เปลี่ยนแปลงหรือฟื้นฟูคืนสู่สภาพเดิมไม่ได้ เมื่อถูกทำลายก็จะหมดไป และด้วยการดำรงชีวิตของผู้วิจัยมีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติทางทะเลมาตั้งแต่เกิด ไม่ว่าจะผ่านไปนานแค่ไหนอารมณ์ความรู้สึก ความผูกพันก็ยังคงอยู่ หากคิดถึงรูปทรง อารมณ์ความรู้สึก บรรยากาศ กลิ่น สี เสียง ก็จะทำให้จินตนาการได้ตลอดเวลา

การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ เป็นการสร้างสรรค์ที่ละทั้งความละเอียด ความเหมือนจริงตามธรรมชาติที่ตาเห็น เพื่อได้ผลลัพธ์ในลักษณะของสีและแสงเงา สำหรับสีและเทคนิคผู้วิจัยใช้น้ำมันในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยวาดจากแนวคิดที่ฉับพลันเพื่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก และแนวคิดอย่างชัดเจน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปินในยุคต่าง ๆ ที่ได้แสดงออกมาผ่านผลงานทางศิลปะที่ได้ศึกษาข้อมูล

รายละเอียด ผู้วิจัยจึงได้นำมาถ่ายทอดพลังในการสร้างสรรค์งาน ศิลปนิพนธ์ โดยเปรียบคลื่นทะเลคือผู้วิจัย และโชดหินเปรียบตั้ง อุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิต นอกจากนี้ยังใช้สีเพื่อบ่งบอกถึงอารมณ์ และสถานการณ์ที่พบเห็น นำเสนอแนวความคิดและศิลปะด้วย เทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก ผ่านการสร้างสรรค์ ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ

ผลงานศึกษา

1. การพัฒนาผลงานชุดทดลอง

แนวคิดหลักมาจากการที่ตัวของผู้วิจัยนั้น เกิดและเติบโต ที่ภาคใต้ จึงทำให้เกิดความรักและผูกพันกับทะเลเป็นอย่างมาก จึงอยากนำเสนอบรรยากาศ และอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อทะเลในช่วงเวลาต่าง ๆ ออกมาเป็นผลงานจิตรกรรมโดยได้ศึกษาทดลอง วาดจากผลงานของศิลปินเป็นแบบอย่างและวาดจากภาพถ่าย จากสถานที่จริง



ภาพที่ 11 ภาพทดลอง 1
โดย ผู้วิจัย, 2560



ภาพที่ 12 ภาพทดลอง 3
โดย ผู้วิจัย, 2560

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 11-12) ผู้วิจัยถ่ายภาพ มาวาดทดลองสีน้ำมัน เป็นผลงานการสร้างสรรค์ชุดทดลองเริ่มต้น เพื่อทดลองการใช้สีน้ำมันและการลงสีให้เกิดบรรยากาศ

สรุปผลงานชุดทดลอง อาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำ ว่า ควรเพิ่มเติมในส่วนของอารมณ์และความรู้สึกหรือความหมายที่มีนัยยะมากขึ้น เพราะภาพจิตรกรรมที่ออกมาตอนนี้ เหมือนภาพ วิวธรรมดาทั่วไป

2. ผลงานปฏิบัติจริง

หลังจากได้ศึกษาการเขียนภาพทิวทัศน์ทะเล จากการ มองทัศนียภาพจริงและวาดจากภาพถ่าย ผู้วิจัยเกิดความมั่นใจ ที่จะถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อช่วงเวลาที่เราถ่ายภาพที่ผู้วิจัย เกิดความประทับใจ ต่ออารมณ์อันหลากหลายที่ปรากฏให้เห็น จากธรรมชาติ



ภาพที่ 13 wave 14
โดย ผู้วิจัย, 2562



ภาพที่ 14 wave 17
โดย ผู้วิจัย, 2562

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 13) ภาพนี้ผู้วิจัย ต้องการแสดงให้เห็นถึงพลังที่ส่งผ่านออกมาจากคลื่นที่กระทบ โชดหิน ใช้เทคนิคการวาดแบบฉับพลัน การป้ายปาดสีที่ได้รับ

รู้ถึงการสาดซัดอย่างแรงของน้ำ และใช้เทคนิคการแทรกสีเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความกลมกลืนของภาพ โดยใช้สีโทนเย็น

อภิปรายการสร้างสรรค (ภาพที่ 14) ภาพนี้ผู้วิจัยต้องการสื่อให้เห็นถึงคลื่นที่สงบ เปรียบได้กับการก้าวข้ามปัญหาและอุปสรรค มีการจัดวางองค์ประกอบแบบเน้นระยะหน้าและระยะกลาง และแทรกสีเข้าด้วยกัน ระบายสีเป็นชั้น ๆ ไม่รุนแรงและไม่ฉับไวเหมือนกับผลงานชิ้นอื่น ๆ ที่ผ่านมา โดยจะเน้นไปที่การเก็บรายละเอียดและสีส่น ซึ่งต้องการให้ผู้รู้สึกสงบมากกว่าชิ้นอื่น

3. ผลงานศิลปนิพนธ์ “คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม”



ภาพที่ 11 ภาพทดลอง 1

โดย ผู้วิจัย, 2560



ภาพที่ 12 ภาพทดลอง 3

โดย ผู้วิจัย, 2560

อภิปรายการสร้างสรรค (ภาพที่15) ภาพนี้ผู้วิจัยสื่อถึงพลังของคลื่นน้ำที่ซัดเข้าหาโขดหินอย่างแรง และเกิดเป็นพื้นที่ของคลื่นที่กระเจายออกไปรอบทิศทาง เหมือนกับการเผชิญกับ

ปัญหาและอุปสรรค และต้องการให้เกิดเป็นพื้นผิว มีความหนาของสี และใช้เทคนิคการสาดสีอย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดเป็นการกระเซ็นอย่างแรงของน้ำทะเล

อภิปรายการสร้างสรรค (ภาพที่16) ผลงานชิ้นนี้ผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนร้อนเป็นหลัก ร่วมกับใช้สีโทนเย็น เน้นไปที่ความกดดัน ซึ่งขัง และการบีบอัดที่ต้องการจะพุ่งออกมา เป็นความรู้สึกสงบนิ่งก่อนที่พายุใหญ่จะเกิดขึ้น โดยเน้นการทาสีเป็นชั้น ๆ แบบหนา ๆ ส่วนเทคนิคที่ใช้เป็นการป้ายปาดสีทำให้เกิดการกระเซ็นของน้ำทะเล

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง คลื่น/ลม/ทะเล: จากอารมณ์ความรู้สึกต่อธรรมชาติสู่ผลงานจิตรกรรม ผู้วิจัยได้ปฏิบัติงานซึ่งได้ศึกษาในเรื่องของแสง สี บรรยากาศ และองค์ประกอบของภาพที่เกี่ยวข้องทะเล โดยที่พยายามสื่อออกมาให้สะท้อนการต่อสู้ดิ้นรนของชีวิตมนุษย์และสรรพสิ่งให้บรรลุเป้าหมาย โดยเปรียบอุปสรรคเป็นดั่งโขดหิน และเป็นพลังให้กับทุกคนในการฝ่าฟันอุปสรรค ส่วนเทคนิคเป็นการถ่ายทอดพลังอารมณ์ออกมาจากการป้ายปาดสีแบบฉับพลัน มีการแทรกสีในบรรยากาศที่เกิดจากการได้ศึกษาทฤษฎีสีของโมนีต์ นอกจากนี้ยังได้มีการตัดทอนและจัดองค์ประกอบให้แตกต่างจากภาพที่ผู้คนเคยพบเห็น องค์ประกอบศิลป์ที่ผู้วิจัยใช้คือการนำภาพทัศนียภาพที่พบเห็น และเกิดความประทับใจ จึงนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ โดยนำมาตัดทอนรายละเอียดพร้อมแทรกสีที่เกิดความความนึกคิดของผู้วิจัย ซึ่งผลงานแต่ละภาพจะมีการจัดองค์ประกอบที่แตกต่างกันโดยเน้นเส้นนำสายตาที่มีเส้นเฉียงเป็นจุดเด่น รวมถึงการเคลื่อนไหวของน้ำที่กระเซ็นจนเป็นละอองของคลื่น พื้นผิวของหินที่มีลักษณะเป็นภาพนูนต่ำเพื่อให้รู้สึกถึงผิวสัมผัสที่สมจริง

ผู้วิจัยได้ซึมซับถึงอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้วิจัยมีต่อทะเลจากช่วงเวลาต่าง ๆ โดยศึกษารายละเอียดของคลื่น ลม ทะเลจากการเคลื่อนไหวของน้ำทะเลที่มากระทบโขดหินในแต่ละช่วงเวลา ในสถานที่แต่ละแห่งรวมทั้งบรรยากาศในช่วงเวลาพระอาทิตย์ขึ้น พระอาทิตย์ตก รวมไปถึงแสงเงา และแสงสีต่าง ๆ ในบรรยากาศของธรรมชาติท้องทะเลและจินตนาการของผู้วิจัย

ในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานของศิลปิน ทั้งเทคนิคการป้ายแปดแบบฉับพลัน พื้นผิวของรอยฝีแปรง และทฤษฎีต่าง ๆ อีกทั้งรอยฝีแปรงที่ทั้งพื้นผิวของสี เพื่อนำมาสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม ผู้วิจัยได้พบว่า การนำทฤษฎีสี และเทคนิคต่าง ๆ โดยนำ ทฤษฎีการใช้สีของโมนีท์กับแวโนโกมาใช้ซึ่งเทคนิคที่ใช้คือการ ป้ายแปดสี แบบฉับพลันเพื่อให้เกิดพื้นผิวที่เสมือนจริงกับคลื่น และโชติหิน มาสร้างสรรค์ในผลงานทำให้มีการผสมผสานกันได้อย่างลงตัวตามจิตใต้สำนึกของผู้วิจัย และส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้วิจัย ผลงานของผู้วิจัยมุ่งสร้างสรรค์ทฤษฎีการสร้างบรรยากาศ แสงสี ที่อิงหลักวิทยาศาสตร์ นำแนวคิดและเทคนิคต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้นั้นและได้นำมาประยุกต์ใช้จากการกระทบของแสงที่รวมความหลากหลายของสีเส้นเข้าด้วยกัน จากแสงในช่วงเวลาต่างๆ จึงได้ภาพผลงานจิตรกรรมในแต่ละภาพที่มีแสงตกกระทบแตกต่างกัน ทำให้มีความแตกต่างในเรื่องของอารมณ์และความหมายของแต่ละภาพได้ศึกษามาอย่างต่อเนื่อง รวมกับอารมณ์ความรู้สึกและจิตใต้สำนึก เป็นอัตลักษณ์การเรียบเรียงให้เกิดพลังบวก โดยการเปรียบเทียบผู้วิจัยเป็นเหมือนน้ำทะเล ที่พบเจออุปสรรคคือ โชติหิน และสามารถก้าวผ่านไปได้ เปรียบดังชีวิตของคนเราที่ไม่ว่าจะพบเจออุปสรรคใด ๆ ก็สามารถที่จะเรียนรู้แล้วก้าวผ่านไปได้ นอกจากนี้การได้ศึกษาแนวความคิดของศิลปิน เช่น เทอร์เนอร์ (J.M.W. Turner) จากการวาดแบบฉับพลัน ณ เหตุการณ์ตอนนั้น และทฤษฎีการหักเหของแสงในช่วงเวลาต่าง ๆ ของ โมนีท์ (Claude Monet) ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ทำให้ได้ถ่ายทอดผลงานออกมาได้อย่างที่ต้องการ กล่าวคือ ทุกผลงานที่นำเทคนิคมาประยุกต์ใช้นั้นสร้างสรรค์ด้วยเทคนิคที่ได้ศึกษามาจากศิลปิน รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกของจิตใต้สำนึก (Unconscious) ของผู้วิจัยออกมาเป็นพลังความงามของท้องทะเล

ผลงานของผู้วิจัยมีความแตกต่างกับตัวผลงานของศิลปินคือ ผลงานของศิลปินจะสื่อถึงเหตุการณ์สะท้อนอารมณ์ที่มีต่อตัวของศิลปินในแต่ละยุคสมัย ต่างจากผลงานของผู้วิจัยได้นำ

เอาอารมณ์ความรู้สึกที่มีความผูกพันต่อธรรมชาติมาถ่ายทอดผ่านผลงานจิตรกรรม โดยใช้องค์ประกอบที่ได้พบเห็นตั้งแต่เยาว์วัย มาสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการคิด และวิเคราะห์ในเรื่องของแสงสี ที่มีความหมายปรัชญาชีวิตแฝงไว้ในแต่ละชิ้นงาน แฝงปรัชยานั้นคือการมีความเพียรสม่ำเสมอมีวิริยะ อุตสาหะต่อเนื่อง เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้คนเราประสบความสำเร็จในชีวิตแห่งความสำเร็จ ในเรื่องของอุปสรรคที่ผู้วิจัยได้เคยประสบพบเจอกับตนเอง และก้าวข้ามอุปสรรคทั้งหมดมาได้ด้วยทัศนคติที่ดีจนประสบความสำเร็จ และผู้วิจัยได้ค้นพบว่าเมื่อได้นำจิตนึกคิดรวมเข้ากับอารมณ์ความรู้สึกทำให้การสร้างสรรค์ผลงาน จึงมีความลึกซึ้งมากขึ้นและเกิดการพัฒนาเทคนิคใหม่ ทั้งในเรื่องของการใช้สีและพื้นผิว ที่ไม่เคยได้สร้างสรรค์มาก่อนทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ขึ้นกับผลงานในชิ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาในการศึกษางานวิจัยส่วนใหญ่คือการถ่ายทอดผลงานออกมาในรูปแบบวิชาการ เนื่องจากผลงานวิจัยเป็นการถ่ายทอดอารมณ์และความรู้สึกของผู้วิจัย ซึ่งสามารถนำทฤษฎีทางจิตวิทยาเพื่อนำมาขยายและต่อยอดการสร้างสรรค์และการวิเคราะห์อารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นขณะมองภาพทิวทัศน์และภาพธรรมชาติ หรือสามารถนำทฤษฎีทางจิตวิทยาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลงานของผู้วิจัยเพื่อแสดงถึงจุดมุ่งหมายและจุดประสงค์ให้มีน้ำหนักและความหนักแน่นทางวิชาการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องของผู้ที่อยากสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม โดยนำเอาอารมณ์ความรู้สึกมาถ่ายทอดในผลงาน และนำนักทฤษฎีของศิลปินในยุคต่างๆมาเชื่อมโยงได้ เพราะการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมนั้น ต้องได้รับอิทธิพลและแรงบันดาลใจที่เกิดจากสิ่งรอบตัวของศิลปิน เพื่อนำมาถ่ายทอดอย่างลึกซึ้งจนเกิดเป็นผลงานจิตรกรรม และผลงานของผู้สามารถเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ที่มีความสนใจและอยากถ่ายทอดเรื่องราวความผูกพันที่มีต่อธรรมชาติให้กับคนรุ่นหลังได้

บรรณานุกรม

- จิระพัฒน์ พิตรปรีชา. (2545). *โลกศิลปะศตวรรษที่ 20* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.
- จรรย์ยศ อรัณยะนาค. (2555). *ประวัติศาสตร์ศิลป์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สมุทรปราการ: โครงการสำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2547). *ประวัติศาสตร์ทัศนศิลป์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2553). *องค์ประกอบของศิลปะ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- ชวพล จิงสมาน. (2559). *เอ็กซเพรสชันนิสม์ (Expressionism)*. สืบค้นจาก <http://worldcivil14.blogspot.com/2014/03/expressionism.html>

การพัฒนาชุดอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย
สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า

The Development of Online Training Package on Fire Prevention
and Suppression for the Operations Unit Prapokklao Hospital

ชญานา ศุภวรรวศ์¹ ธิติชัย รักบำรุง² นคร ละลอกน้ำ³

Chayapha Supaworawong, Thitichai Ruckbumrung and Nakhon Lalognum

Article History

Received: July 1 2020

Revised: July 14, 2020

Accepted: July 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ $E1/E2 = 85/85$ เพื่อศึกษาค่าดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมออนไลน์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้าที่มีต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์ วิจัยดำเนินการวิจัยมี 5 ระยะ คือ ระยะที่ 1 วิเคราะห์ปัญหาการป้องกันและการระงับอัคคีภัยของกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า ระยะที่ 2 ออกแบบออกแบบชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัย ระยะที่ 3 สร้างชุดฝึกอบรมออนไลน์และหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมออนไลน์ตามเกณฑ์มาตรฐาน $E1/E2 = 85/85$ และตามเกณฑ์มาตรฐานการหาค่าดัชนีประสิทธิผล (E.I.) ระยะที่ 4 นำชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัยไปใช้ ระยะที่ 5 ประเมินความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัย

ผลการวิจัยพบว่า ชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า ที่สร้างขึ้นและนำไปทดสอบประสิทธิภาพปรากฏว่าค่าดัชนีประสิทธิผลของแบบทดสอบชุดฝึกอบรมออนไลน์เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยมีประสิทธิภาพเท่ากับ $86.22/86.44$ สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดค่าดัชนีการป้องกันและระงับอัคคีภัยไว้ที่ $E1/E2 = 85/85$ และพบว่าประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยสำหรับกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ $.72$ มากกว่าเกณฑ์ประสิทธิผลที่ยอมรับได้คือ $.50$ และยังพบอีกว่าบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้ามีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.58

คำสำคัญ: ชุดฝึกอบรมออนไลน์ การป้องกันและระงับอัคคีภัย โรงพยาบาลพระปกเกล้า

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Master of Education Program in Educational Technology, Faculty of Education, Burapha University.

*Corresponding author Email: 59920177@go.buu.ac.th

²⁻³ อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Lecturer, Ph.D. Faculty of Education, Burapha University

Abstract

This research has the objective to develop online training package on fire prevention and suppression for the director Prapokklao hospital to be effective according to the criteria $E1 / E2 = 85/85$. to study the effectiveness index of online training packages and to the satisfaction for the director Prapokklao hospital towards the online training series. There are 5 phases of the research method. Phase 1: analysis of the fire prevention and suppression problem of the director Prapokklao hospital. Phase 2: design online training fire prevention. Phase 3: create an online training package and determine the effectiveness of the online training package based on the $E1 / E2 = 85/85$ criterion and the EI criteria. Phase 4: Implemented a series of online training prevention and fire extinguishing. Phase 5: assessment of satisfaction with the fire prevention and fire online training package.

The research results were found that online training package on fire prevention and suppression for the director Prapokklao hospital. It was found that the effectiveness index of the fire prevention and suppression online training test was $86.22 / 86.44$, higher than the standard for the fire prevention and suppression index of $E1 / E2 = 85/85$ and found that the effectiveness of the online training package on fire prevention and suppression for the director Prapokklao hospital the effectiveness index was .72 greater than the acceptable effectiveness criteria of .50, and found that personnel at Prapokklao hospital administration group had the highest level of satisfaction with the online training package with an average of 4.58

Keywords: Online Training Package, Fire prevention and suppression, Prapokklao Hospital

บทนำ

อัคคีภัยเป็นภัยใกล้ตัวที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งและก่อให้เกิดความสูญเสียต่อชีวิต ทรัพย์สินและระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยจากสถิติการเกิดอัคคีภัย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2532 ถึงปี พ.ศ.2563 ทั่วประเทศมีสถิติการเกิดอัคคีภัยกว่า 52,000 ครั้ง มีคนเสียชีวิต 1,740 คน และมีมูลค่าความเสียหายมากกว่า 31,000 ล้านบาท รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงปัญหาอัคคีภัยที่เกิดขึ้นจนก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิต ทรัพย์สินของประชาชนและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รัฐบาลจึงได้กำหนดให้อัคคีภัยเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายประเทศไทยปลอดภัย (Safety Thailand) เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาการเกิดอัคคีภัยในระยะยาว ซึ่งนโยบายดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศให้มีความปลอดภัยในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาอัคคีภัยเพื่อลดความเสียหายหรือสามารถลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดอัคคีภัยโดยการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย

เพื่อการยกระดับมาตรฐานการจัดการสาธารณภัยโดยเฉพาะ อัคคีภัยให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตนที่ถูกต้องเพื่อความปลอดภัยของประชาชน และเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับอัคคีภัยหรือภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทัน่วงทีและมีประสิทธิภาพ (แผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ, 2558)

พระราชบัญญัติความปลอดภัยอาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานพ.ศ.2554ได้กำหนดมาตรฐานในการบริหารจัดการและดำเนินการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย โดยกำหนดให้ทุกหน่วยงานต้องจัดทำแผนป้องกันและระงับอัคคีภัย ประกอบกับการจัดอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย การใช้อุปกรณ์ดับเพลิง การดับเพลิงที่ถูกต้อง การอพยพหนีไฟ และการบรรเทาทุกข์เมื่อเกิดอัคคีภัย เพื่อเป็นการป้องกันการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน และลดอัตราเสี่ยงต่อการเกิดเหตุอัคคีภัย

โรงพยาบาลพระปกเกล้าเป็นหน่วยงานรัฐแห่งหนึ่งที่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานพ.ศ.2554 จึงได้จัดทำแผนป้องกันและระงับอัคคีภัย เพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ.2554 และนโยบายด้านความปลอดภัยเพื่อดำเนินการตามนโยบายการจัดการอัคคีภัยของประเทศดังนั้นกลุ่มอำนาจการจึงจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจ และมีทักษะในการป้องกันและระงับอัคคีภัย ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการ ซึ่งสามารถปฏิบัติได้หลากหลายวิธี เช่น การสอน การแนะนำ การฝึกอบรม การให้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับการป้องกันอัคคีภัย เป็นต้น สำหรับวิธีการพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพสูงและใช้เวลาน้อยตรงกับความต้องการของบุคลากรและหน่วยงานมากที่สุด คือการฝึกอบรมซึ่งเป็นวิธีการเพิ่มคุณภาพการทำงาน ความมุ่งมั่นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการในด้านความรู้ และทักษะ (ชูชัย สมิทธิไกร,2554)

ปัจจุบันนี้สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนโฉมหน้าทางการสื่อสารในทุกมิติโดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ เช่น การฝึกอบรมออนไลน์ที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัยเพื่อลดความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งชุดฝึกอบรมออนไลน์นี้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลาอย่างไม่มีข้อจำกัด ทั้งในแง่ของพื้นที่และช่วงเวลา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการเรียนรู้เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้าได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะประโยชน์ต่อหน่วยงานอื่น ๆ ของโรงพยาบาลพระปกเกล้า และโรงพยาบาลอื่น ๆ ที่จะสามารถประยุกต์ใช้อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่เกิดจากความคิดของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลให้เกิดประโยชน์กับประชาชนและประเทศชาติต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนาจการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ $E1/E2 = 85/85$

2. เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้า

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มอำนาจการ มีต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้าครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา ดังปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหามุ่งศึกษาการพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและระงับอัคคีภัย ของบุคลากรกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้า
2. ขอบเขตด้านประชากร บุคลากรของกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 380 คน
3. ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการเตรียมข้อมูล จัดลำดับข้อมูล พร้อมทั้งแจกแบบสอบถาม และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ระยะเวลาในการวิจัย เริ่มตั้งแต่ วันที่ 5 มีนาคม 2562 ถึง 5 กรกฎาคม 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้า
2. แบบทดสอบก่อนเรียน แบบทดสอบระหว่างเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน เพื่อประเมินชุดการฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนาจการโรงพยาบาลพระปกเกล้า
3. แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาการพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.แนวคิดเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมออนไลน์

สังคมไทยในปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะทางด้านการศึกษาศาสนาสามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ เอื้อให้ผู้สอน ผู้เรียน ค้นคว้าหาข้อมูลที่น่าสนใจ ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ และสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ดังนั้น การจัดการจะบวกรับการเรียนรู้แบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝึกอบรมที่จะต้องรับความรู้แบบต่อเนื่องตามหลักสูตรที่กำหนด ก็จะเป็นการอำนวยความสะดวกและเป็นช่องทางในการเรียนรู้อีกทางหนึ่งให้แก่ผู้เรียนได้ ชุดฝึกอบรมออนไลน์ซึ่งเป็นวิธีการเรียนรู้ทางไกลรูปแบบใหม่ ที่ส่งผ่านข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือผ่านระบบเวิลด์ ไรต์ เว็บ อินเทอร์เน็ต และอินทราเน็ต การฝึกอบรมบนเว็บเป็นการนำเสนอข้อมูลที่สดและทันสมัย โครงสร้างของการฝึกอบรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เลือกเรียนรู้แต่ละเนื้อหาด้วยตนเอง (Kilby, 2008) การฝึกอบรมออนไลน์เป็นการฝึกอบรมโดยอาศัยกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม โดยนำเนื้อหาหลักสูตรมาออกแบบบนสื่อมัลติมีเดียบนเครือข่าย ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมจะต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจึงจะสามารถฝึกอบรมได้ (William, 2000)

การฝึกอบรมออนไลน์ เป็นวิธีการช่วยอำนวยความสะดวกในการอบรมให้เกิดทักษะการป้องกันและระงับอัคคีภัย เป็นลักษณะของการเรียนการสอนโดยผ่านสื่อหลายมิติ บทเรียนมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้เรียนกับบทเรียน และสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป นอกจากนี้ผู้เรียนยังเป็นผู้ควบคุมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างอิสระในเรื่องของสถานที่และเวลา โดยบทเรียนและเนื้อหาวิชาในการฝึกอบรมผ่านเว็บนั้นจะมีการปรับเปลี่ยน และพัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นบทเรียน

หรือโปรแกรมการฝึกอบรมผ่านเว็บที่มีประสิทธิภาพนั้นจึงต้องประกอบด้วย ข้อความหลายมิติ สื่อหลายมิติคอมพิวเตอร์ช่วยฝึกอบรม และการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวไม่จำเป็นจะต้องมีทั้งหมด อาจมีเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมดเลยก็ได้ (จรัสศรี รัตตะมาน, 2551)

การจัดการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแบบออนไลน์ ที่เรียกว่า E-Learning หรือ E-Training นั้น เป็นการเรียนรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออินทราเน็ตซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามความสามารถและความสนใจของตนเอง โดยนำเสนอเนื้อหาในลักษณะข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีทัศน์ และมัลติมีเดียแบบต่าง ๆ เท่าที่เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถสร้างสรรค์ได้ (สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา, 2550) การฝึกอบรมออนไลน์เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีปัจจุบันกับกระบวนการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้และแก้ปัญหาในเรื่องข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลา โดยการสอนออนไลน์จะประยุกต์ใช้คุณสมบัติและทรัพยากรของเวิลด์ ไรต์ เว็บในการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนการสอน (ถนอมพร เลหาจรัสแสง, 2545)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาชุดฝึกอบรม ADDIE Model

รูปแบบการออกแบบชุดฝึกอบรมจะเป็นเครื่องมือสำคัญและเป็นแนวทางให้ผู้สอนทุกคนสามารถดำเนินการสอนได้ตามมาตรฐานของการฝึกอบรมที่ใกล้เคียงกัน แม้ว่าผู้สอนจะมีประสบการณ์ต่างกัน รูปแบบการออกแบบชุดฝึกอบรมประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ โดยหลักการพื้นฐานในการออกแบบชุดฝึกอบรมที่ใช้กันแพร่หลาย คือ วิธีระบบ ADDIE Model (มนต์ชัย เทียนทอง, 2545, หน้า 97) การเรียนรู้ด้วยชุดฝึกอบรมออนไลน์ หรือ E-training เป็นการศึกษาเรียนรู้ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) หรืออินทราเน็ต (Intranet) โดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนจะได้เรียนตามความสามารถและความสนใจของตน โดยเนื้อหาของบทเรียนประกอบด้วยข้อความ รูปภาพ เสียง วิดีโอ และมัลติมีเดียอื่น ๆ จะถูกส่งไปยังผู้เรียนผ่าน Web browser โดยผู้เรียน ผู้สอน และเพื่อนร่วมฝึกอบรมทุกคน สามารถติดต่อ ปฎิภาา แลก

เปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้เช่นเดียวกับการเรียนปกติ โดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย เช่น อีเมล เว็บบอร์ด แชน โซเชียลเน็ตเวิร์ก การเรียนรู้แบบออนไลน์ จึงเป็นรูปแบบการเรียนรู้สำหรับทุกคน ที่ทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ตลอดในทุกช่วงเวลาและทุกสถานที่รูปแบบการพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ที่นิยมใช้กันมากที่สุด คือ การออกแบบของ ADDIE model ซึ่งมีลำดับการพัฒนาเป็น 5 ขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วยขั้นที่ 1. การวิเคราะห์(Analysis) ขั้นที่ 2. การออกแบบ (Design) ขั้นที่ 3. การพัฒนา (Development) ขั้นที่ 4. การนำไปใช้(Implementation) และขั้นที่ 5. การประเมินผล (Evaluation)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติ

การจัดการปัญหาภัยพิบัติด้านวิชาการด้านสาธารณสุข ได้วางหลักการการบริหารจัดการและการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติไว้เป็น 3 ขั้นตอน คือ

1) ก่อนเกิดภัย (Prevention and Preparedness) เป็นการดำเนินการเพื่อการป้องกัน และลดผลกระทบจากภัยพิบัติ และเตรียมพร้อมเผชิญเหตุ ได้แก่ การจัดทำแผนเตรียมความพร้อมรับมือกับภัยพิบัติ การกำหนดพื้นที่เสี่ยงภัยและปรับปรุงให้ตรงกับข้อเท็จจริงตลอดเวลา พร้อมทั้งมีการแจ้งประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกทุกคนทราบตามสื่อต่าง ๆ ตามความเหมาะสม การกำหนดพื้นที่ปลอดภัยการแบ่งโซนพื้นที่ในการอพยพการจัดให้มีการฝึกอบรมการเตรียมบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมตลอดเวลา การฝึกการซ้อมแผนร่วมกันในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้ความรู้กับคนในชุมชนเรื่องภัยพิบัติ (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย,2549)

2) ขณะเกิดภัย (Response, Rescue, Relief and Mitigation) เป็นการดำเนินงานในสภาวะฉุกเฉินเมื่อทราบว่า จะเกิดภัยพิบัติขึ้นในไม่ช้าซึ่งต้องเป็นการปฏิบัติที่เป็นขั้นตอนชัดเจนต้องมีการแจ้งเตือนสมาชิกทุกคนในชุมชนมีการเตรียมการอพยพ โดยจัดแบ่งประเภทของบุคคลตามลำดับความสำคัญ มีการกำหนดจุดนัดหมายและพื้นที่รองรับการอพยพ มีการสำรวจยานพาหนะน้ำมันเชื้อเพลิงและระบบสื่อสารรวมทั้งแจกจ่ายคู่มือการอพยพให้กับประชาชน การดำเนินการอพยพควรปฏิบัติตามแผนที่วางไว้จัดระเบียบสถานที่อพยพ และการอำนวยความสะดวกบ้านเรือนประชาชนการอำนวยความสะดวก

ความสะดวกแก่ผู้อพยพ การปฐมพยาบาล การช่วยเหลือผู้บาดเจ็บการแจ้งความเคลื่อนไหวของสถานการณ์เพื่อเตรียมการอพยพกลับ

3) หลังเกิดเหตุ (Recovery and Development) มีการจัดตั้งศูนย์บรรเทาทุกข์หมู่บ้าน (Village Relief Center) ดำเนินการให้ความช่วยเหลือเบื้องต้น โดยมีหน่วยปฐมพยาบาล หน่วยค้นหาและกู้ภัย เพื่อสนับสนุนความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางการรับแจ้งความเสียหายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน สำรวจความเสียหายต่าง ๆ มีการติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรต่าง ๆ จัดตั้งศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพจิตผู้ที่ได้รับผลกระทบให้สามารถกลับมาเป็นปกติโดยเร็ว (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย,2549)

วิธีการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน มีวิธีการดำเนินการดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัญหา

กิจกรรมที่ 1 วิเคราะห์ปัญหาสภาพการป้องกันและระงับอัคคีภัยของโรงพยาบาลพระปกเกล้า ในส่วนงานกลุ่มอำนวยการ การดำเนินการวิจัยในขั้นนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามผู้เข้ารับการฝึกอบรม เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ $E1/E2 = 85/85$ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ในขั้นตอนที่ 1 จำแนกตามวิธีการศึกษาดังนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารกลุ่มอำนวยการ จำนวน 15 คน หัวหน้าส่วนกลุ่มอำนวยการ จำนวน 26 คน เจ้าหน้าที่ป้องกันอุบัติภัย จำนวน 10 คน บุคลากร จำนวน 329 คน รวมประชากรทั้งสิ้น จำนวน 380 คน

กิจกรรมที่ 2 วิเคราะห์ผู้เข้ารับการฝึกอบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยของโรงพยาบาลพระปกเกล้า ในส่วนงานกลุ่มอำนวยการ มีความรู้ มีความเข้าใจถึงวิธีการป้องกันและระงับอัคคีภัยเกณฑ์ตามมาตรฐาน

กิจกรรมที่ 3 วิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของการเกิดไฟ สาเหตุการเกิดอัคคีภัย, ความเสียหายจากอัคคีภัย, การป้องกันอัคคีภัย, การดับเพลิงเบื้องต้น, การใช้อุปกรณ์ดับเพลิงเคมี

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและระงับอัคคีภัย

ออกแบบเป็นชุดสื่อประสมที่มีการจัดระบบการเรียนรู้ ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 1) แนะนำการใช้บทเรียน จุดประสงค์การเรียนรู้ผ่าน Google site ในรูปแบบของข้อความและรูปภาพ
- 2) แบบทดสอบก่อนเรียนแบบปรนัย จำนวน 30 ข้อ ผ่าน Google form
- 3) บทเรียนมีเนื้อหาการเรียนรู้ 6 หน่วย ในรูปแบบของ มัลติมีเดีย ประกอบด้วย ข้อความ ภาพ และวิดีโอ
- 4) แบบทดสอบระหว่างเรียนในแต่ละหน่วยเรียน จำนวน 5 ข้อ ผ่าน Google form
- 5) แบบทดสอบหลังเรียน จำนวน 30 ข้อ ผ่านทาง Google form

6) ผู้เรียนสามารถย้อนกลับไปทบทวนเนื้อหาการป้องกันและระงับอัคคีภัยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

ขั้นตอนที่ 3 สร้างชุดฝึกอบรมออนไลน์และหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรม

การศึกษาการพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

การหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมออนไลน์ โดยใช้เกณฑ์ E_1/E_2 (ชัยยงค์พรหมวงศ์, 2531, หน้า 490-492) จากสูตรดังนี้

E_1 = ประสิทธิภาพของกระบวนการที่จัดไว้ในชุดฝึกอบรมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละจากการทำแบบทดสอบหรือประกอบด้วยกิจกรรมระหว่างเรียน

$$E1 = \frac{[\sum x]}{A} \times 100$$

$\sum x$ = คะแนนจากการทำแบบทดสอบระหว่างเรียน

N = จำนวนผู้เรียนทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการคำนวณประสิทธิภาพครั้งนี้

A = จำนวนคะแนนเต็มของแบบทดสอบระหว่างเรียน

E_2 = ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ คิดเป็นอัตราส่วนจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

$$E2 = \frac{[\sum F]}{B} \times 100$$

$\sum F$ = คะแนนจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

N = จำนวนผู้เรียนทั้งหมดที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการคำนวณประสิทธิภาพครั้งนี้

B = จำนวนคะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

ขั้นตอนที่ 4 นำชุดฝึกอบรมออนไลน์ไปทดลองใช้

โดยมีวิธีการทดสอบประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมออนไลน์ ดังนี้

1) ทดลองเป็นรายบุคคลโดยนำชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย ที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับบุคลากรกลุ่มอำนวยการ จำนวน 3 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาการปฏิสัมพันธ์กับชุดฝึกอบรมออนไลน์

2) ทดลองแบบกลุ่มย่อย โดยนำชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย ที่สอดคล้องกับการปฏิสัมพันธ์กับชุดฝึกอบรมออนไลน์ในข้อที่ 1 ไปทดลองใช้กับบุคลากรกลุ่มอำนวยการ จำนวน 10 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาประสิทธิภาพและข้อบกพร่องของชุดฝึกอบรมออนไลน์

3) ขันทดลองภาคสนาม โดยนำชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย ที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับบุคลากรกลุ่มอำนวยการ จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้มั่นใจว่าชุดฝึกอบรมออนไลน์ไม่มีข้อบกพร่องสามารถนำไปทดลองใช้ได้จริง

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์

เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ผลการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา อยู่ระหว่าง 0.87-1.00 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้โดยมีการกำหนดความหมายของคะแนน

แบบสอบถามความพึงพอใจ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

จากผลการดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า

ผลการศึกษาพบว่า

ขั้นตอนที่ 1 ปัญหาการป้องกันและระงับอัคคีภัยของโรงพยาบาลพระปกเกล้า ในส่วนงานกลุ่มอำนวยการการจัดโครงการฝึกอบรมการป้องกันและระงับอัคคีภัยในปัจจุบันเป็นการเชิญวิทยากรมาบรรยายและทำกิจกรรมฝึกการดับเพลิงภาคสนามเป็นระยะเวลา 1 วัน พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจถึงวิธีการป้องกันและระงับอัคคีภัยที่ถูกวิธี ต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการเรียนรู้เพื่อให้ได้ความรู้ที่ผ่านเกณฑ์ตามมาตรฐาน บุคลากรกลุ่มอำนวยการส่วนใหญ่ติดภารกิจปฏิบัติงานประจำไม่สามารถเข้ารับการฝึกอบรมในรูปแบบการบรรยายได้ทุกคน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้มีรูปแบบหรือช่องทางการเรียนรู้ที่หลากหลายมากขึ้นที่สามารถลดเวลาในการเรียนรู้และสามารถทบทวนหน่วยเรียนรู้ได้ การพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัย สามารถนำมาพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาการเรียนรู้ได้ ผู้ฝึกอบรมสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและสามารถทบทวนหน่วยเรียนรู้ได้โดยไม่จำกัดในเรื่องของสถานที่เรียนหรือเวลาในการเรียนรู้ซึ่งสะดวกต่อการเรียนรู้ของผู้ฝึกอบรม อีกทั้งยังสามารถแก้ปัญหาในเรื่องของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำที่ไม่สามารถเข้ารับการฝึกอบรมในรูปแบบการบรรยายได้ ผู้ฝึกอบรมสามารถเข้าถึงหน่วยเรียนรู้ได้

อย่างมีประสิทธิภาพจนเกิดประสิทธิผลของตัวผู้ฝึกอบรม ผู้ฝึกอบรมสามารถเรียนรู้เพิ่มเติม และสามารถเข้าถึงความรู้ได้สะดวกรวดเร็วตามเนื้อหาของหน่วยเรียนรู้ ผู้ฝึกอบรมสามารถเลือกย้อนกลับไปทบทวนเนื้อหาได้

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและระงับอัคคีภัย เป็นลักษณะสื่อประสมที่มีการจัดระบบการเรียนรู้ออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การแนะนำบทเรียน จุดประสงค์การเรียนรู้ ส่วนที่ 2 แบบทดสอบก่อนเรียน ส่วนที่ 3 เนื้อหาการเรียนรู้จำนวน 6 หน่วย ส่วนที่ 4 แบบทดสอบระหว่างเรียนในแต่ละหน่วยเรียนรู้ ส่วนที่ 5 แบบทดสอบหลังเรียน และส่วนที่ 6 การย้อนกลับไปเรียนรู้เนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัยในชุดฝึกอบรมออนไลน์แต่ละหน่วยการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างชุดฝึกอบรมและหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้าไปทดลองใช้ เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมออนไลน์ตามเกณฑ์มาตรฐานกำหนดไว้ที่ 85/85 ผลการทดสอบประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมออนไลน์เรื่องการป้องกันและระงับอัคคีภัยสำหรับกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการทดสอบหลังเรียน เท่ากับ 86.44 และจำนวนร้อยละของผู้เรียนที่สามารถทำแบบทดสอบผ่านทุกจุดประสงค์ เท่ากับ 86.22 และการหาค่าดัชนีประสิทธิผล (Effectiveness index : E.I) ของความก้าวหน้าทางพัฒนาการของผู้เรียนมีค่าเท่ากับ 0.72 แสดงว่า ผู้เรียนมีความก้าวหน้าทางพัฒนาการเรียนรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 72 สรุปได้ว่าชุดฝึกอบรมออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 4 นำชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและระงับอัคคีภัยไปใช้เพื่อหาการปฏิสัมพันธ์กับชุดฝึกอบรมออนไลน์ โดยนำไปทดสอบครั้งที่ 1 กับบุคลากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และทดสอบครั้งที่ 2 แบบกลุ่มย่อย โดยนำชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและระงับอัคคีภัยที่สอดคล้องกับการปฏิสัมพันธ์กับชุดฝึกอบรมออนไลน์ในข้อที่ 1 ไปทดลองใช้กับบุคลากร จำนวน 10 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาประสิทธิภาพและข้อบกพร่องของชุดฝึกอบรมออนไลน์ และนำไปทดสอบภาคสนามครั้งที่ 3 กับบุคลากร จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ชุดฝึกอบรม

ออนไลน์เรื่องการป้องกันและการระงับอัคคีภัยมีความสอดคล้องกับการปฏิสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 5 ประเมินความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์เรื่อง การป้องกันและการระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า ทั้ง 4 ด้าน คือด้านเนื้อหาการดำเนินเรื่อง ด้านภาพ ภาษา และเสียง ด้านตัวอักษรและสื่อ และด้านความรู้และประสบการณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจชุดฝึกอบรมออนไลน์เรื่อง การป้องกันและการระงับอัคคีภัยของบุคลากรกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า เท่ากับ 4.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

อภิปรายผล

การอภิปรายผลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและการระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการ โรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ $E1/E2 = 85/85$

ชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัยสำหรับกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้านี้มีเนื้อหาการฝึกอบรมเกี่ยวกับการป้องกันและการระงับอัคคีภัย 6 หน่วย คือหน่วยที่ 1 องค์ประกอบของการเกิดไฟ หน่วยที่ 2 สาเหตุการเกิดอัคคีภัย หน่วยที่ 3 ความเสียหายจากอัคคีภัย หน่วยที่ 4 การป้องกันอัคคีภัยหน่วยที่ 5 การดับเพลิงเบื้องต้น และหน่วยที่ 6 การใช้อุปกรณ์ดับเพลิงเคมีซึ่งเป็นเนื้อหาความรู้ที่ใช้ฝึกอบรมเกี่ยวกับการป้องกันและการระงับอัคคีภัยตามองค์ประกอบของชุดฝึกอบรมออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิพิมพ์ วรรณกุล (2560) ที่พัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาพระพุทธศาสนา เรื่อง หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาตามแนวทางอริยสัจสี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนดอนเมืองทหารอากาศบำรุงผลการวิจัยพบว่าบทเรียนออนไลน์มีประสิทธิภาพ 88.20/89.95 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 85/85 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพูลศรี เวศย์อุฬาร (2544) ที่ได้ศึกษาผลการเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า ประสิทธิภาพของการเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีค่า 86.96/87.11 ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 85/85 ตามที่กำหนด อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall (1991) ที่กล่าวว่าเว็บเพื่อการเรียนการสอนที่ดี จะต้องมีส่วน

ที่ทำหน้าที่ในการจัดระบบ นวัตกรรมแบบควรกำหนดให้ผู้เรียนได้เข้าสู่หน้าจอแรกที่มีคำอธิบาย มีการแสดงโครงสร้างภายในเว็บ เพื่อทราบถึงขอบเขตที่ผู้เรียนจะสืบค้น

2. เพื่อศึกษาดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่องการป้องกันและการระงับอัคคีภัย สำหรับกลุ่มอำนวยการโรงพยาบาลพระปกเกล้า

ผู้เรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัยนั้นมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัยยังมีเนื้อหาถูกต้องตรงตามมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด และจุดประสงค์การเรียนรู้ของบทเรียน ชุดฝึกอบรมออนไลน์ได้ผ่านกระบวนการหาประสิทธิภาพ อย่างสมบูรณ์และสอดคล้องกับการเรียนรู้ของผู้เรียนส่งผลให้ผู้เรียนมีความเข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น ประกอบกับการออกแบบบทเรียน กล่าวคือชุดฝึกอบรมออนไลน์การป้องกันและการระงับอัคคีภัยยังสอดคล้องกับความแตกต่างของบุคคล กล่าวคือ ผู้เรียนแต่ละคนจะเป็นผู้เลือกเรียนตามลำดับความสนใจของตนเองได้ สามารถเรียนซ้ำในเนื้อหาที่ยังไม่เข้าใจได้อย่างอิสระหลังจากเรียนจบในแต่ละเนื้อหาแล้ว จึงทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ประกอบกับการนำเสนอบทเรียนในรูปแบบออนไลน์ที่มีสีสันและภาพประกอบเคลื่อนไหวต่าง ๆ ยังช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิพิมพ์ วรรณกุล (2560) ที่ได้พัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาพระพุทธศาสนา เรื่อง หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาตามแนวทางอริยสัจสี่ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนดอนเมืองทหารอากาศบำรุงซึ่งพบว่า การจัดการเรียนรู้โดยนำเสนอผ่านบทเรียนออนไลน์นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบอีกว่าปัจจัยเสริมที่เป็นที่ทำให้คะแนนของผู้เรียนสูงขึ้นหลังจากได้เรียนรู้ด้วยบทเรียนออนไลน์เป็นเพราะการสร้างบทเรียนออนไลน์อยู่บนพื้นฐานของการออกแบบอย่างเป็นระบบ จาก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Context analysis) การวิเคราะห์ผู้เรียน (Learner analysis) และการวิเคราะห์งาน (Learner task analysis) ซึ่งการออกแบบบทเรียนออนไลน์ที่ดีนั้นจะต้องออกแบบสื่อและจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับธรรมชาติของเนื้อหาวิชา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้น

ในการเรียนรู้ ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ดีมีความคงทนในการเรียนรู้ จำได้ดีและนานกว่า การที่ผู้เรียนเรียนรู้จากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่พบเห็นกับความเข้าใจที่มีอยู่เดิม และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการเรียนรู้เนื้อหาประเภทข้อความจริง (Facts) ที่เป็นนามธรรมให้ประสบความสำเร็จ

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่ม อำนวยการ มีต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและ ระวังอัคคีภัย

ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมออนไลน์ การ ป้องกันและระวังอัคคีภัย อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย = 4.58 เนื่องจากชุดฝึกอบรมออนไลน์ การป้องกันและระวังอัคคีภัย มีการอธิบายเนื้อหาของบทเรียนให้เข้าใจง่าย มีสีสันและภาพประกอบ สอดคล้องกับเนื้อหา มีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีการฝึกภาพ เคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ที่สอดคล้องกับเนื้อหา และตัวหนังสืออ่าน ง่าย มีขนาดเหมาะสม ทำให้ผู้เรียนมีความสนใจและมีความรู้เพิ่ม มากขึ้น ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนผ่านกระบวนการเรียน และทำ แบบทดสอบได้ดีประกอบกับการออกแบบชุดฝึกอบรมออนไลน์ ยังคำนึงถึงความแตกต่างของบุคคล โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ ได้ตลอดเวลา และสามารถเรียนซ้ำในเนื้อหาที่ยังไม่เข้าใจได้อย่าง อิสระอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรินทร์ เจริญรัมย์ (2557) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนช่วยสอนคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการและการแก้สมการ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนคอมพิวเตอร์ ช่วยสอนอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยการพัฒนาชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและระวังอัคคีภัยสำหรับกลุ่มอำนวยการโรง พยาบาลพระปกเกล้า ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาการ จัดการเรียนรู้ด้วยชุดฝึกอบรมออนไลน์ เรื่อง การป้องกันและ ระวังอัคคีภัยซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะ เจาะจงเรื่องการป้องกันและระวังอัคคีภัยผ่านระบบออนไลน์ เท่านั้น ดังนั้นผู้สนใจควรที่จะศึกษาการป้องกันและบรรเทา สาธารณภัยอื่น ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์, Face book, Google Meet, โปรแกรม Zoom เป็นต้น เพื่อจะ ได้มองเห็นภาพรวมของสื่อออนไลน์ ที่สามารถนำมาใช้จัดการ เรียนรู้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึก อบรมออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการฝึกปฏิบัติในเนื้อหาสาระเกี่ยว กับภัยอื่น ๆ

3. ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันในกลุ่ม งานอื่น ๆ ของโรงพยาบาลพระปกเกล้า โดยนำผลการวิจัยที่ ได้มาทำการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนา หลักสูตรการฝึกอบรมออนไลน์

บรรณานุกรม

- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. *แผนการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ 2558*. สำนักนโยบายป้องกันและบรรเทา สาธารณภัย
- กระทรวงมหาดไทย, กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2549). *คู่มือการพัฒนากระบวนการความปลอดภัยให้กับองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นที่มีผังเมืองรวม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อสาารักชาติดินแดน
- จรัสศรี รัตตะมาน. (2551). *การพัฒนาแบบฝึกหัดผ่านเว็บ*. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาระบบบริหารมนุษย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูชัย สมธิธิกร (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2531). *เอกสารประกอบการสอนชุดเทคโนโลยีการศึกษาหน่วยที่ 1-5*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณอมพร เลหาจรัสแสง. (2545). *Design e-learning : หลักการออกแบบการสร้างเว็บเพื่อการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- พลศรี เวศย์อุฬาร. (2544). *การสร้างแบบทดสอบในเว็บไซต์*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

- มนต์ชัย เทียนทอง. (2545). *การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2554). *พระราชบัญญัติความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วิชรินทร์ เจริญรัมย์. (2557). การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการและการแก้สมการสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(1), 121-140.
- ศศิพิมพ์ วรรณกุล. (2560). *งานวิจัยในชั้นเรียน บทเรียนออนไลน์ วิชาพระพุทธศาสนาเรื่อง หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาตามแนวทางอริยสัจสี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5*. กรุงเทพฯ: โรงเรียนดอนเมืองทหารอากาศบำรุง.
- สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา. (2550). *Teacher Watch*. นครปฐม, สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา.
- Hall, R .H. (1991). *Organizations Structure*. Processes and education : Prentice–Hall International.
- Kilby. (2008). *Web-Based Training (WBT)*. Retrieved from <http://www.wbtic.com/legal.aspx>
- William, K. H. (2000). *Designing Web-based training: how to teach anyone anything anywhere anytime*. Retrieved from <http://books.google.co.th/books?>

การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา
สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า
Responsive Website Development for Audiovisual Unit
at the Medical Education Center Prapokklao Hospital

ชัยวัฒน์ ตรีปักษ์¹ ฐิติชัย รักบำรุง² นคร ละลอกน้ำ³

Chaiwat Tripak, Thitichai Ruckbumrung and Nakhon Lalognum

Article History

Received: July 1, 2020

Revised: July 14, 2020

Accepted: July 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา 2) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับ ศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้าและ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ระยะที่ 1 ศึกษาความต้องการระบบให้บริการ ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตรชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 60 คน ระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญระบบสารสนเทศ และผู้ดูแลระบบสารสนเทศ จำนวน 6 คน และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระยะที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตรชั้นคลินิก จำนวน 192 คน ได้มาโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของแพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 4.48$ และ ค่า $SD = 0.45$ และพบว่าบุคลากรต้องการให้มีการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 4.35$ และ ค่า $SD = 0.44$ โดยต้องการเว็บไซต์ที่ใช้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วสามารถรองรับกับระบบงานของศูนย์แพทยศาสตรชั้นคลินิก เช่น ระบบจองห้องประชุม ระบบแจ้งซ่อม ระบบข้อมูลสารสนเทศ สื่อวีดิทัศน์ และภายในเว็บไซต์ ควรมีข้อมูลการแนะนำการใช้งานระบบ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Master of Education Program in Educational Technology, Faculty of Education, Burapha University.

*Corresponding author Email: 59920177@go.buu.ac.th

²⁻³ อาจารย์ประจำ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Lecturer, Ph.D. Faculty of Education, Burapha University

ต่าง ๆ ของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า และยังพบอีกว่าบุคลากรศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้ามีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 4.43$ และ ค่า $SD = 0.45$

คำสำคัญ: เว็บไซต์ เรสปอนด์ซีฟ การให้บริการ งานโสตทัศนศึกษา

Abstract

This study has 3 main objectives. The first objective is to study the need for a responsive website for the audiovisual system. The second is to study the need for improvement in the service of the audiovisual system for the medical education center. The third is to study the overall satisfaction of responsive websites in the audiovisual system. This study has 3 phases. Phase 1 is to study the need of audiovisual system. Phase 2 is design and improve the responsive website by 6 experts and caretakers in information system. Phase 3 is to study the overall satisfaction. The study group in this study are 3 groups and use purposing sampling. The instrument used in the study is a questionnaire. The sample size are 3 group. Group 1 are the doctors, medical students, and 60 personnel in the medical education center by completing questionnaires of phase 1. Group 2 are 30 persons including doctors, medical students and personnel in the medical education center by completing the questionnaires of phase 2. Group 3 are 192 persons including doctors, medical students and personnel in the medical education center by completing the questionnaires of phase 3. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean and standard deviation.

The result shows the need for the audiovisual system from doctors, medical students, and other personnel is high which (mean = 4.48, SD = 0.45). They want to have a fast and easy responsive website for every piece of equipment (mean = 4.35, SD = 0.44) such as reserve the conference room, repair notification system, information system, video media. The overall satisfaction of responsive website is high which (mean = 4.43, SD = 0.45)

Keywords: Website, Responsive, Service, Audiovisual

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านอินเทอร์เน็ตระบบประมวลผล การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ การใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เคลื่อนที่ และเครือข่ายสังคม ทำให้ทั่วโลกก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งจะมีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกลจักรสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลกระทบอย่างมากกับภาคการศึกษาของประเทศไทย ซึ่งต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วยการพัฒนาบุคลากรและสร้างองค์ความรู้ต่าง ๆ โดย

ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวขับเคลื่อนโดยในการจัดการศึกษาทุกระดับนั้นต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อการศึกษาที่เข้าถึงง่าย ประหยัดและสะดวกต่อการใช้โดยเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีอยู่ (สำนักนโยบายและแผนการศึกษา, 2552 :38) แนวโน้มความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในอนาคตได้นำไปสู่การกำหนดเป้าหมายเชิงหลักการของแผนการศึกษาของชาติ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและจำเป็นของเทคโนโลยีในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกสำคัญเพื่อการพัฒนาประเทศ ที่มี

กำหนดเป้าหมายด้านคุณภาพของบัณฑิต และประสิทธิภาพการผลิตบัณฑิตโดยใช้เทคโนโลยี (แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579)

นโยบายและแผนการศึกษาดังกล่าวจึงเป็นวิถีทางของการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่เป็นชุมพลังผลักดันให้เกิดแนวทางดังกล่าว เพื่อตอบโจทย์ของการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สองและรัฐบาลได้มีการกำหนดให้เศรษฐกิจฐานความรู้ ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการสร้างสรรค์ความรู้และนำความรู้มาใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นนโยบายสำคัญในระดับชาติและระดับกระทรวงหลายประการออกมารองรับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ซึ่งรับผิดชอบการผลิตแพทย์ร่วมกับคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้กำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ เพื่อการพัฒนาศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ไปสู่ความเป็นเลิศตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ว่ามหาวิทยาลัยแห่งชาติในระดับโลกที่สร้างสรรค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อสร้างเสริมสังคมไทยสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (แผนยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559 :3) ฉะนั้นศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จึงถูกกำหนดให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มุ่งเน้นยุทธศาสตร์ ก้าวไกลในสังคมโลก เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ซึ่งแนวทางของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกนั้น ต้องมีการพัฒนาสภาวะแวดล้อม โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จนั้นก็คือการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาใช้เพื่อพัฒนางานยุทธศาสตร์ด้านการผลิตแพทย์ ที่ต้องมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ข้อที่ 12 ของแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) (แผนพัฒนาแพทยศาสตรบัณฑิต, 2555 :10)

ศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า นำแนวนโยบายดังกล่าวสู่การปฏิบัติเชิงประจักษ์ที่ชัดเจน คือ การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการขับเคลื่อนและพัฒนาการเรียนรู้ และสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งประกอบความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี ความพร้อมด้านอุปกรณ์ไอทีสนับสนุนความพร้อมทางกายภาพ และความพร้อมด้านการให้บริการ เช่น ห้องเรียนห้องประชุม อุปกรณ์การเรียนการสอนและเทคโนโลยีสารสนเทศอื่น ๆ รวมทั้งการบำรุงรักษา เพื่อส่ง

เสริมสนับสนุนการเรียนการสอนของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้าให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลเพื่อให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและยุทธศาสตร์การยกระดับและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาแพทยศาสตร์ของประเทศ

การดำเนินการดำเนินงานไอทีสนับสนุนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จากรายงานการสำรวจผลดำเนินการดำเนินงานไอทีสนับสนุนศึกษา ประจำปีการศึกษา 2559-2560 พบว่า การใช้ห้องเรียน ห้องประชุมมีช่วงเวลาการเข้าใช้พร้อมกัน และมีห้องเรียนห้องประชุมอยู่ตามอาคารต่าง ๆ ภายในโรงพยาบาลพระปกเกล้าเป็นจำนวนมากและยังพบว่าแต่ละอาคารที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาแพทย์มีระยะทางที่ไกลจากหน่วยงานไอทีสนับสนุนศึกษาที่เป็นหน่วยงานสนับสนุนซึ่งอาคารที่ใช้สำหรับการจัดการเรียนการสอนมักจะมีอุปกรณ์ที่ชำรุดเสียหาย เนื่องจากการใช้งานอยู่เป็นประจำและด้วยแต่ละอาคารเรียนอยู่ห่างไกลกัน เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบในการเก็บรักษา และซ่อมแซมอุปกรณ์ดังกล่าว ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปถึงอาคารเรียนต่าง ๆ ทำให้เกิดความล่าช้าพอสมควรอีกทั้งห้องเรียนห้องประชุมที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานไอทีสนับสนุนศึกษา มีจำนวนมากถึง 39 ห้อง เมื่อเกิดปัญหาอุปกรณ์ในการจัดการเรียนการสอนขัดข้องในช่วงเวลาเดียวกันหรือช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ทำให้การแก้ปัญหาเบื้องต้นดำเนินการไปอย่างล่าช้าไม่ทั่วถึง ซึ่งผู้ใช้อาคารเรียนจะใช้วิธีการโทรศัพท์แจ้งให้เจ้าหน้าที่งานไอทีสนับสนุนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้เดินทางมาแก้ปัญหาอุปกรณ์ขัดข้องที่ห้องเรียน หรือห้องประชุม ที่ใช้จัดการเรียนการสอน ก็จะไม่มีความคล่องตัวในการตอบปัญหาทางโทรศัพท์ได้ เพราะเจ้าหน้าที่เดินทางออกไปให้บริการแก้ปัญหาตามห้องเรียน หรือห้องประชุมที่เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น ไมโครโฟนชำรุด, เครื่องคอมพิวเตอร์ประจำห้องเรียนไม่สามารถเปิดใช้งานได้, เครื่องฉายโปรเจคเตอร์ไม่ทำงานหรือไม่เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์, ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตใช้งานไม่ได้ จากปัญหาดังกล่าวนั้น ส่งผลให้อาจารย์ผู้สอนนักศึกษาแพทย์ต้องทำการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่งานไอทีสนับสนุนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ให้มาทำการซ่อมแซมอุปกรณ์การเรียนการสอนดังกล่าวอยู่เสมอและถ้าอุปกรณ์การเรียนการสอนใน

ห้องต่าง ๆ เสียหายในระยะเวลาเดียวกัน ทำให้หน่วยงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า ดำเนินการแก้ไขหรือซ่อมแซมอุปกรณ์การเรียนการสอนล่าช้าทำให้เสียเวลาในการจัดการเรียนการสอน

ปัจจุบันการใช้สื่อออนไลน์ได้เข้ามาเปลี่ยนโฉมหน้าทางการสื่อสารในทุกมิติและมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนพันธกิจด้านการเรียนการสอนของหน่วยงานโสตทัศนศึกษาศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า สื่อออนไลน์โดยเฉพาะเว็บไซต์มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน และเพื่อให้การบริการสนับสนุนการเรียนการสอนของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า เป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว การให้บริการในการแก้ไขปัญหาอุปกรณ์การเรียนการสอน ฯลฯ ผ่านเว็บไซต์จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญในการช่วยลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งพฤติกรรมผู้ใช้บริการงานโสตทัศนศึกษาของแพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์มีการใช้บริการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนการสอนผ่านเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น และหน่วยงานโสตทัศนศึกษาศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีการใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร เพื่อความสะดวกและความรวดเร็วเกิดประสิทธิภาพของการให้บริการงานด้านโสตทัศนศึกษามากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า” ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานอื่นที่จะไปประยุกต์ใช้จนเป็นการนำไปสู่การพัฒนาที่เกิดจากความคิดของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้เกิดประโยชน์กับแพทย์ นักศึกษาแพทย์ บุคลากร โรงพยาบาล ประชาชน และประเทศชาติ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษา ดังปรากฏรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหามุ่งศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่ออำนวยความสะดวกในการจองห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ แจ้งซ่อมอุปกรณ์ขัดข้องและเสียหาย ผู้ใช้บริการสามารถขอรับการบริการผ่านเว็บไซต์ ข้อมูลจะไปปรากฏบนอุปกรณ์บนอุปกรณ์สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ ของเจ้าหน้าที่งานโสตทัศนศึกษาศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งตามวัตถุประสงค์ 3 ส่วน ดังนี้

1) การศึกษาความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา ประกอบด้วยนักศึกษาแพทย์ และบุคลากรศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 60 คน

2) การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญระบบสารสนเทศเจ้าหน้าที่ดูแลระบบสารสนเทศ และทดลองใช้กับบุคลากรของโรงพยาบาลพระปกเกล้าที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

3) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์แบบเรชสπονดซ์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา คือ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 192 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการเตรียมข้อมูล จัดลำดับข้อมูล พร้อมทั้งแจกแบบสอบถาม และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ระยะเวลาในการวิจัย เริ่มตั้งแต่ วันที่ 5 มีนาคม 2562 ถึง 5 กรกฎาคม 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 288 คน แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

2. แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพของเว็บไซต์แบบเรซปอนส์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

3. แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อเว็บไซต์แบบเรซปอนส์ฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดและทฤษฎี การศึกษาผลงานที่เกี่ยวข้องเสร็จแล้วนำไปตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตามขั้นตอน ดังนี้

1. การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามเป็นรายข้อโดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
ด้วยการแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- +1 ข้อคำถามวัดได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย
- 0 ข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย
- 1 ข้อคำถามวัดไม่ได้ เพราะไม่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

การเลือกข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัยด้วยค่า IOC โดยใช้เกณฑ์ค่ามากกว่าหรือเทียบเท่า 0.5 สำหรับค่าที่น้อยกว่า 0.5 นำมาปรับปรุงตามหรือตัดออกไปตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ระหว่างข้อคำถามกับรูปแบบการพัฒนาเว็บไซต์และผลกระทบในครั้งนี้ ได้ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.92

3. การหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยแพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์โรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์หาค่าทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แบบครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดว่าจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป จึงจะยอมรับว่ามีความเชื่อถือได้

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือครั้งนี้ สามารถหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ค่าแอลฟาสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) ในชุดคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรซปอนส์ฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีค่าเท่ากับ 0.84 ดังนั้นแบบสอบถามชุดนี้จึงมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

5. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วมาปรับแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล

6. จัดพิมพ์เครื่องมือเป็นฉบับจริงและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์แบบเรซปอนส์ฟ

เว็บไซต์แบบเรซปอนส์ฟ (Responsive Website) คือ การออกแบบเว็บเพจ หรือเว็บไซต์ด้วยแนวคิดใหม่ ที่จะทำให้การแสดงผลของเว็บเพจบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม โดยใช้ที่อยู่เว็บเดียวกัน (One Web Address) และโค้ดชุดเดียวกัน (One Code) ไม่ว่าจะแสดงผลบนอุปกรณ์ไม่ว่าแท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลการออกแบบเว็บไซต์ใน

ลักษณะ Responsive Web Design (RWD) ว่าเป็นการออกแบบและการพัฒนาเว็บไซต์ให้ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้งาน สามารถรองรับอุปกรณ์ที่มีความหลากหลาย ทั้งระบบปฏิบัติการ ขนาดหน้าจอ และการวางแนวของหน้าจอ เป็นการพัฒนาโดยคำนึงถึงผู้ใช้งานทั้งจากคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ให้สามารถเรียกดูหน้าเว็บที่มีการปรับเปลี่ยนและปรับขนาดให้เข้ากับประเภทและหน้าจอของอุปกรณ์ที่แตกต่างกันโดยอัตโนมัติ โดยการใช้เทคนิคการพัฒนาเว็บไซต์ 3 อย่าง คือ (1) การตั้งค่าการแสดงผลให้มีความยืดหยุ่นกับทุกขนาดของหน้าจอ (Fluid grid) (2) การกำหนดขนาดของรูปภาพ (Liquid Image) และ (3) การกำหนดรูปแบบของการแสดงผล (Media Queries) แนวโน้มในการพัฒนาเว็บไซต์ตามแนวคิด Responsive Website ในปัจจุบันพบว่า ผู้ใช้งานจำนวนมากสามารถเข้าถึงข้อมูลอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต การสร้างเว็บไซต์ให้สามารถรองรับประเภทของอุปกรณ์ที่หลากหลาย ทำให้ผู้ใช้งานได้ประสบการณ์ที่ดีจากการใช้งาน (Ethan M. 2010)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ในลักษณะ Responsive Website ประกอบด้วยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ 3 หัวข้อ ดังนี้ (Peng and Zhou, 2015)

1) ขนาดของหน้าจอที่มีความหลากหลายในปัจจุบันหน้าจอโดยทั่วไปของสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตจะมีขนาดอยู่ระหว่าง 3.5-10 นิ้ว และความละเอียดหน้าจอ 320*480, 480*800, 960*640 พิกเซลขณะที่ขนาดหน้าจอโดยทั่วไปของคอมพิวเตอร์พีซี มีขนาด 11 นิ้ว และมีความละเอียดหน้าจออยู่ที่ 1024*768 พิกเซล หรือมากกว่า

2) การปรับรูปแบบของหน้าเว็บไซต์เว็บไซต์ที่ดีควรมีการปรับเปลี่ยนการแสดงผลให้สามารถรองรับกับขนาดของหน้าจอที่แตกต่างกันของแต่ละอุปกรณ์ โดยไม่ทำการออกแบบเฉพาะเจาะจงให้กับอุปกรณ์ใด หรือขนาดใด แต่เป็นการออกแบบเพื่อให้มีการเรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนการแสดงผลได้ด้วยตนเอง ให้เข้ากับการวางแนวและขนาดของหน้าจอ

3) การใช้งานหน้าเว็บสำหรับคอมพิวเตอร์พีซี การใช้งานหน้าเว็บจะทำผ่านอุปกรณ์เมาส์ และคีย์บอร์ด ที่มีเพียงจุดสัมผัสเล็ก ๆ บนหน้าจอ แต่ในสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตใช้งานหน้าเว็บผ่านการสัมผัสจากนิ้วมือที่มีขนาดใหญ่กว่า

Peng and Zhou, 2015 ยังได้อธิบายถึงเทคนิคการออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิด Responsive Website ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การตั้งค่าการแสดงผลให้มีความยืดหยุ่นกับทุกขนาดของหน้าจอ (Fluid grid) คือ การตระหนักถึงหน้าเว็บพื้นฐานบนคอมพิวเตอร์พีซี และปรับหน่วยการตั้งค่าการแสดงผลให้มีความยืดหยุ่นกับทุกขนาดของหน้าจอ โดยกำหนดค่าการแสดงผลให้เรียนรู้การย่อและขยายขนาดเมื่อแสดงผลในขนาดต่างของขนาดหน้าจอ เช่น การแสดงผลของตัวอักษรใช้หน่วย em แทนหน่วยพิกเซล (px) หรือใช้หน่วยเปอร์เซ็นต์ในการกำหนดองค์ประกอบของเว็บไซต์

2) การกำหนดขนาดของรูปภาพ (Liquid Image) คือ การกำหนดขนาดของรูปภาพให้มีหน่วยเป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อการแสดงผลที่ดีในทุกอุปกรณ์ ทำให้รูปภาพปรับให้ใหญ่หรือเล็กลงเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงขนาดของหน้าจอที่ใช้งาน

3) การกำหนดรูปแบบของการแสดงผล (Media Queries) คือ ชุดคำสั่งในภาษา HTML ในการกำหนดรูปแบบของการแสดงผลตามความละเอียดของหน้าจอ หรือตามความเหมาะสมแบบอื่น เช่น การกำหนดการโหลดหน้าคำสั่ง หากขนาดของหน้าจออุปกรณ์มีขนาดไม่เกิน 400 พิกเซล หน้าคำสั่ง screen.css จะถูกโหลด แต่ถ้าขนาดหน้าจอเกินกว่านั้นจะถูกเพิกเฉย

หลักการออกแบบเว็บไซต์ (ปิยะดนัย วิเศียน, 2563)

1) ความเรียบง่าย (Simplicity) หมายถึง การเลือกนำเสนอองค์ประกอบหลักที่เราต้องการนำเสนอจริง ๆ ตัดองค์ประกอบเสริมออก และนำเสนอออกมาในรูปแบบของกราฟิกสีสันตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว มีความน่าสนใจและต้องเลือกให้มีความพอดี ไม่มากเกินไปเพราะอาจจะให้บกรวนสายตาและสร้างความไม่น่าสนใจให้กับผู้ใช้ ควรออกแบบให้อยู่ในรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อนและใช้งานอย่างสะดวก

2) ความสม่ำเสมอ (Consistency) หมายถึง ความสม่ำเสมอของเว็บไซต์ ควรสร้างให้เกิดขึ้นทั้งเว็บไซต์ สามารถทำได้โดยการเลือกใช้รูปแบบเดียวกัน ควรมีสไตล์ของกราฟิกระบบ เนวิกชัน (Navigation) และโทสนีที่มีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์ ควรสร้างให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพราะถ้าหากว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์นั้น มีความแตกต่างกันมากจน

เกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ เพราะฉะนั้น การออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละหน้าควรให้มีความสอดคล้องและสม่ำเสมอไปในทิศทางเดียวกัน

3) ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ในการออกแบบเว็บไซต์ ต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร การเลือกใช้ตัวอักษร ชุดสี รูปภาพหรือกราฟิก จะมีผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์เป็นอย่างมาก

4) เนื้อหา (Useful Content) ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อหาที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ เพราะเนื้อหาถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหาที่ทีมผู้พัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง และไม่ไปซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะถือเป็นเอกลักษณ์และเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาเว็บไซต์ได้เสมอ

5) ระบบเนวิเกชัน (User-friendly navigation) เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญเปรียบเสมือนระบบนำทาง เพราะจะช่วยให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนระหว่างดูเว็บไซต์ ดังนั้นการออกแบบเนวิเกชัน จึงควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานได้สะดวก ควรมีการใช้กราฟิกสื่อความหมายเพื่อผู้ใช้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น ควรกำหนดตำแหน่งของการวางเนวิเกชัน ให้สม่ำเสมอ เช่น อยู่ตำแหน่งบนสุดของทุกหน้า เป็นต้น

6) คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ (Visual appeal) เว็บไซต์ที่น่าสนใจนั้นส่วนประกอบต่าง ๆ ควรมีคุณภาพ เช่น กราฟิกควรสมบูรณ์ไม่มีรอยหรือขอบขั้นบันได ให้เห็นรูปภาพมีความละเอียดสูง ขนาดและขนาดตัวอักษร ควรอ่านง่ายสบายตา มีการเลือกใช้โทนสีที่สอดคล้องและเข้ากัน อย่างสวยงาม เป็นต้น

7) ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ (Compatibility) กล่าวคือ ต้องสามารถใช้งานได้ดีในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ไม่ควรมีข้อบกพร่องหรือการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรมอื่น ควรเป็นเว็บไซต์ที่สามารถแสดงผลได้ในทุกความละเอียดและขนาดของหน้าจอ และในทุกระบบปฏิบัติการของคอมพิวเตอร์

8) ความคงที่ในการออกแบบ (Design stability) ต้องออกแบบวางแผนและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ เพื่อให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการออกแบบเว็บไซต์มีคุณภาพและน่าเชื่อถือ ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ถ้าเว็บที่จัดทำขึ้นไม่มีมาตรฐานการออกแบบและระบบการจัดการข้อมูล อาจส่งผลให้เกิดปัญหาและทำให้ผู้ใช้หมดความเชื่อถือ

9) ความคงที่ของการทำงาน (Function stability) ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ควรมีความถูกต้องและคงที่ ซึ่งต้องมีการตรวจสอบอยู่เสมอ เช่น ลิงค์ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบเสมอว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะลิงค์ของเว็บไซต์อื่น อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจทำให้เว็บของเรานั้นไม่สามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์นั้นได้

การศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ตามแนวคิด Responsive Website ใช้วิธีการออกแบบ และเลือกใช้เครื่องมือเฟรมเวิร์กบูตสตรัป (Bootstrap) ในการพัฒนาต้นแบบระบบ เพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้งานตามปรากฏการณ์ BYOD ซึ่งเครื่องมือเฟรมเวิร์กบูตสตรัป เป็นเครื่องมือที่นักพัฒนาให้ความนิยม และสนับสนุนการออกแบบเว็บไซต์ตามแนวคิด Responsive Website สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์โมบาย สมาร์ทโฟนแท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเป็น 3 ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนได้ดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการใช้เว็บไซต์แบบเรสพอนดซ์สำหรับให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า การดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 จำแนกตามวิธีการศึกษา ดังนี้ 1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 60 คน โดยวิธีการเลือกแบบกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development) เว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ในการดำเนินการวิจัยในขั้นที่ 2 มีการดำเนินการดังนี้ 1) นำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดหลักการทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟที่ได้ศึกษาไว้ในบทที่ 2 แล้วนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี 2) ทำการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟ โดยผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบระบบสารสนเทศ จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญระบบสารสนเทศ และเจ้าหน้าที่ดูแลระบบสารสนเทศ 3) ทดลองใช้ (Evaluation) เว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตร์ศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้าจันทบุรี ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์โรงพยาบาลพระปกเกล้าที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ได้แก่

แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตร์ศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 192 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา

จากการดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตร์ศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ด้านความต้องการระบบการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการใช้เว็บไซต์แบบเรชปอนด์ซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า การดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 จำแนกตามวิธีการศึกษา ดังนี้ 1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตร์ศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 60 คน โดยวิธีการเลือกแบบกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความต้องการเว็บไซต์บริการงานโสตทัศนศึกษา

ความต้องการใช้เว็บไซต์ บริการงานโสตทัศนศึกษา	$\bar{X}$	SD	แปลความ
ด้านหน้าหลัก	4.61	0.41	มากที่สุด
ด้านระบบจองห้องประชุม	4.42	0.48	มาก
ด้านระบบแจ้งซ่อม	4.45	0.36	มาก
ด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ	4.42	0.45	มาก
ด้านคู่มือการใช้งาน	4.45	0.49	มาก
ด้านระบบประเมินความพึงพอใจต่อการใช้บริการ	4.52	0.49	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.48	0.45	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความต้องการระบบการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีค่าเฉลี่ย 4.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development) เว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรแบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ในการดำเนินการวิจัยในขั้นที่ 2 มีการดำเนินการดังนี้ 1) นำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 มาทำการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรที่ได้ศึกษาไว้ในบทที่ 2 แล้วนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรแบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า 2) ทำการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรจากผู้เชี่ยวชาญระบบสารสนเทศ จำนวน 6 และผู้ใช้ระบบสารสนเทศ จำนวน 30 คน พบว่า เว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟร

ระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า อยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44

การพัฒนา Responsive Website เพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สามารถใช้งานได้ทั้งที่ <http://wow.in.th/Y72T> โดยมีโครงสร้างหลักแบ่งเป็น 7 ส่วน ซึ่งผู้ใช้งานสามารถใช้บริการตามหัวข้อที่ตนเองสนใจ ดังนี้ ส่วนที่ 1 หน้าหลัก ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับเรา ส่วนที่ 3 ระบบจองห้องประชุม ส่วนที่ 4 ระบบแจ้งซ่อม ส่วนที่ 5 สื่อวิดีโอ ส่วนที่ 6 บริการสารสนเทศ และส่วนที่ 7 ติดต่อสอบถาม ดังภาพที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรแบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ได้แก่ แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า จำนวน 192 คน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45



ภาพที่ 1 แสดงหน้าจอหลักเว็บไซต์แบบเรสปอนส์ฟรเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์แบบเรสปอนซีฟเพื่อให้บริการงานโสตทัศนศึกษา

ความพึงพอใจต่อการใช้เว็บไซต์			
บริการงานโสตทัศนศึกษา	$\bar{X}$	SD	แปลความ
ด้านระบบให้บริการ	4.23	0.41	มาก
ด้านเว็บไซต์ให้บริการ	4.62	0.48	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.43	0.45	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์แบบเรสปอนซีฟระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการระบบให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ผลการวิจัยพบว่า แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรกลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการระบบการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา โดยต้องการให้มีระบบการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรงในการประสานระหว่างผู้ต้องการใช้งานระบบกับเจ้าหน้าที่งานให้บริการเพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาดในการดำเนินการ และเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนต่อการให้บริการภายในหน่วยงาน สรุปได้ว่าความต้องการระบบเว็บไซต์เพื่อให้บริการงานด้านโสตทัศนศึกษา จึงเป็นความต้องการระบบสนับสนุนการให้บริการเพื่อแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการ เพื่อให้งานด้านโสตทัศนศึกษาสามารถบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็วทันต่อการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร อันหอม (2555, หน้า 136-140) เรื่องการพัฒนาระบบบริการของศูนย์สื่อการศึกษาโรงเรียนฐานเทคโนโลยี จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของผู้บริหาร ครูและนักเรียนในระบบบริการของศูนย์สื่อการศึกษาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการขั้นตอนของ

การบริการ ให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการให้บริการมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนซีฟ (Responsive Website) ผู้ใช้บริการสามารถรับส่งสารสนเทศด้านการจองห้องประชุม ห้องเรียน และแจ้งซ่อมอุปกรณ์ที่เสียหายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และสะดวก พุดคุยซักถามประเด็นเกี่ยวกับการให้บริการกับเจ้าหน้าที่งานโสตทัศนศึกษาด้วยการสนทนาแบบทันที หรือฝากข้อความบนเว็บบอร์ด เป็นต้น เว็บไซต์แบบเรสปอนซีฟที่พัฒนาขึ้นยังสามารถเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์ของหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและหน่วยงานภายนอกโรงพยาบาลพระปกเกล้า โดยทำการเชื่อมโยงเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวางทั่วถึง ไม่จำกัดเพียงเฉพาะเครือข่ายศูนย์แพทยศาสตรศึกษาเท่านั้น แต่สามารถเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายอื่น ๆ ทั่วโลกด้วยความสะดวกรวดเร็ว ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถท่องไปในอินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระ เพื่อสามารถสืบค้นสารสนเทศในหัวข้อต่าง ๆ บนหน้าเว็บไซต์ในหัวข้อที่ตนเองสนใจได้ทุกเรื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของถิรายุ เทพสุตร (2557, หน้า 86) เรื่องการพัฒนาระบบอัจฉริยะ การให้บริการด้านเทคโนโลยีการศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับคณะสาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพาโดยพัฒนาระบบอัจฉริยะเกี่ยวกับระบบแจ้งซ่อมอุปกรณ์ขัดข้องด่วน ระบบแจ้งซ่อมคอมพิวเตอร์ ระบบดาวน์โหลดแบบฟอร์มระบบสถิติการแจ้งซ่อม ระบบประเมินความพึงพอใจของ

ผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Ethan (2010) การสร้างเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานคือการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความยืดหยุ่น สามารถแสดงผลได้ดีในอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้

ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ผลการวิจัยพบว่า แพทย์ นักศึกษาแพทย์ และบุคลากรของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า มีความพึงพอใจต่อการให้ Responsive Website ด้านการให้บริการระบบบริการงานโสตทัศนศึกษา และด้านเว็บไซต์บริการงานโสตทัศนศึกษาอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของปรังค์ชิต แสงเสวตร (2558, หน้า 53) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต การไฟฟ้าฝ่ายผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ตของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต โดยใช้ปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพพระบบ ปัจจัยด้านคุณภาพ ข้อมูล และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ รวมถึงปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยการ รับรู้ประโยชน์ และปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านการใช้งาน และการเข้าถึงระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลและการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษา

สำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า เพื่อส่งเสริมการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาควรนำเสนอร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ อื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และไลน์ เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มบุคลากรมากขึ้น เนื่องจากบุคลากรแต่ละกลุ่มมีความนิยมในการรับข้อมูลผ่านสื่อที่แตกต่างกัน

2. การเลือกใช้บริการสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟของงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า สามารถรับรู้ถึงความต้องการของบุคลากรได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

3. การสื่อสารเพื่อให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ผ่านเว็บไซต์เป็นช่องทางการสื่อสารที่กำลังได้รับความนิยมและบุคลากรให้ความสนใจ ควรใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ผ่านโมบายแอปพลิเคชันที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจาะจงเฉพาะเว็บไซต์เท่านั้น ดังนั้นผู้สนใจควรที่จะศึกษาการใช้สื่อออนไลน์อื่น ๆ เพื่อจะได้มองเห็นภาพรวมทั้งหมดของสื่อออนไลน์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ภายใต้อ้างอิง และการทดสอบสมมติฐานได้ในหลายรูปแบบในการวิจัยที่อาจส่งผลต่อการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น และสามารถนำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันในหน่วยงานอื่น ๆ ของโรงพยาบาลพระปกเกล้า โดยนำผลการวิจัยที่ได้มาทำการศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อเป็นประโยชน์ในการให้ข้อมูลการพัฒนาเว็บไซต์แบบเรสปอนด์ซีฟ ของหน่วยงานต่าง ๆ

บรรณานุกรม

- ปรางค์ชิต แสงเสวตร. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ อินทราเน็ตของการฟ้ายผลิต (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยะตัญญี วิเคียน. (2563). หลักการออกแบบเว็บไซต์. สืบค้นจาก <https://krupiyadanai.wordpress.com>
- ฉลอง ทับศรี. (2549). การออกแบบระบบการเรียนการสอน (Instruction design). ชลบุรี: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธีรายุ เทพสุตร. (2557). การพัฒนาระบบอัจฉริยะเพื่อให้บริการด้านเทคโนโลยีการศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- แผนพัฒนาแพทยศาสตรบัณฑิต. (2555). หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต. กรุงเทพฯ: คณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แผนยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). ยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์และการขับเคลื่อน.
- ศศิธร อ้นหอม. (2555). การพัฒนาระบบบริการของศูนย์สื่อการศึกษาโรงเรียนฐานเทคโนโลยีจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต แขนงวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สาขาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักนโยบายและแผนการศึกษา. (2552). ข้อเสนอการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ.2552-2561). กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- สำนักนโยบายและแผนการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- Ethan. M. (2010). *Responsive web design*. Retrieved May252010.from <http://alistapart.com/article/responsive-web-design/>
- PENG W. and ZHOU Y. (2015). *The Design and Research of Responsive Web Supporting Mobile Learning Devices*. IEEE.

การสื่อสารความเชื่อผ่านการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน
The Expression of Belief Through Korat Folk Song Performances
In the Context of Votive Offering

นีรนุช กมลยะบุตร¹

Neeranuch Kamalyaputra

Article History

Received: November 24, 2020

Revised: December 20, 2020

Accepted: June 21, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน ตลอดจนบทบาทหน้าที่ของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน และการให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน 2. กลุ่มหมอลำโคราช จำนวน 9 คน และ 3. กลุ่มผู้มาแก้บน จำนวน 12 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 27 คน

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน ประกอบไปด้วย 7 ลักษณะ ได้แก่ 1. รูปแบบฉันทลักษณ์ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความสมบูรณ์แบบ ทำให้ยังคงถูกนำมาใช้จนถึงปัจจุบันโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง 2. ประเภทของเพลงโคราช สามารถแบ่งได้ตามพัฒนาการของเพลงหรือโอกาสที่จะเล่นก็ได้ โดยต้องใช้รูปแบบฉันทลักษณ์ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด 3. การเขียนกลอนเพลงโคราชต้องใช้สติปัญญา ปฏิภาณไหวพริบ และประสบการณ์ในการแต่งกลอนเพลง 4. การแต่งกายในการแสดงเพลงโคราช มีการปรับเปลี่ยนในบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมตามยุคสมัยแต่ยังคงความสวยงามไว้เช่นเดิม 5. ท่ารำที่ใช้ในการแสดงเพลงโคราช เน้นการให้จังหวะมากกว่าความอ่อนช้อยงดงาม 6. สถานที่ทำการแสดงเพลงโคราชแก้บนมีการจัดการแสดงทุกวันทั้งบริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี และวัดศาลาลอย และ 7. อัตราค่าจ้างของการแสดงเพลงโคราชแก้บน (ต่อชั่วโมง) แบ่งเป็นชุดเล็ก 899 บาท ชุดกลาง 1,099 บาท และชุดใหญ่ 1,999 บาท

สำหรับบทบาทหน้าที่ของการแสดงเพลงโคราชตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 1. หน้าที่ที่สืบเนื่องมาตั้งแต่อดีตและยังคงทำหน้าที่นั้นในปัจจุบัน โดยวิเคราะห์ในระดับปัจเจก ได้แก่ ช่วยให้หมอลำเพลงมีสมาธิ ปฏิภาณไหวพริบ รวมถึงช่วยส่งเสริมสุขภาพร่างกายของหมอลำให้แข็งแรง ระดับชุมชน ได้แก่ การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษ การสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง ตลอดจนการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน และระดับสังคม เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับการศึกษา

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Doctor of Philosophy Program in Communication Arts, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University.

*Corresponding author Email: neeratra@gmail.com

ค้นคว้าทางประวัติศาสตร์ 2. หน้าที่ที่คลี่คลายที่มีตั้งแต่ในอดีต ซึ่งปัจจุบันยังคงมีอยู่แต่ไม่เหมือนเดิมทั้งหมด โดยวิเคราะห์ในระดับปัจเจก คือ ให้สุนทรีย์และความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ระดับชุมชน คือ เป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชน และระดับสังคม คือ การขัดเกลาทางสังคมให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกที่ตีร่วมกัน 3. หน้าที่ที่หายไปที่มีเฉพาะในอดีต ซึ่งในปัจจุบันไม่มีแล้ว โดยวิเคราะห์ในระดับปัจเจก คือ การเป็นผู้นำทางวัฒนธรรมโดยหมอเพลงโคราช ระดับชุมชน คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่คนในชุมชน และระดับสังคม คือ การปลูกฝังค่านิยมที่ดีทางสังคม และ 4. หน้าที่ที่เพิ่มใหม่ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นในอดีต มีเฉพาะในปัจจุบัน ระดับปัจเจก คือ เป็นที่พึ่งทางจิตใจในยามวิกฤต ระดับชุมชน คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา และระดับสังคม คือ การขยายเครือข่ายกับสถาบันการศึกษา และยกระดับการเป็นศิลปินแห่งชาติ

และการให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน โดยวิเคราะห์ในด้านผู้ผลิต คือ หมอเพลง และด้านผู้บริโภค คือ ผู้มาแก้บน พบว่าทั้งด้านผู้ผลิตและผู้บริโภคได้ให้ความหมายของคุณค่าไว้ตรงกัน ดังนี้ การวางแผนภูมิปัญญาท้องถิ่น ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม และการระลึกถึงวีรกรรมของท้าวสุรนารี นอกจากนี้ยังพบว่ามีส่วนที่มีเฉพาะหมอเพลงได้ให้ความหมายไว้ คือ การสร้างรายได้ การส่งเสริมสุขภาพ และการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และในส่วน ผู้มาแก้บนได้ให้ความหมายไว้ คือ เป็นที่พึ่งทางจิตใจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

คำสำคัญ: ความเชื่อ เพลงโคราช การแสดงเพลงโคราช พิธีกรรมการแก้บน

Abstract

The objectives of this research were to study a Korat folk song performance in the context of a votive offering, roles of a Korat folk song performance in the context of a votive offering, and value definition of a Korat folk song performance in the context of a votive offering. The study was qualitative research obtained by In-depth interviews and Non-participant observation of 3 target groups with 27 persons in total; 1. Professional, 6 persons; 2. Mo Phleng (singer), 9 persons; and 3. Votive offeror, 12 persons.

The findings showed that Korat folk song performance consists of 7 features; 1. Versification, the complete local wisdom which is used until now with no modification; 2. Formats of Korat folk song are distributed by music development or an occasion of performance but the versification must remain; 3. Writing lyrics of Korat folk song requires intelligence, aptitude, and experience of the writer; 4. The costume of the performer is changed by the changing of time but the magnificence remains; 5. Dancing during the performance are performed with rhythm more than delicacy; 6. Venues of performance are the area around Thao Suranari Monument and in Sala Loi Temple; and 7. Compensation for performance is 899 baht for a small group of performers, 1,099 baht for a medium group, and 1,999 baht for a large group.

Roles of a Korat folk song performance in the context of a votive offering are; 1. A role that is inherited from the past and still performs today, to analyze individually, performing Korat folk song promotes Mo Phleng a concentration, aptitude, and healthy body. To analyze according to a community, Korat folk song performance passes on local wisdom, reflects an identity of a community, and promotes having a career for local people. And to analyze according to social, Korat folk song performance is a key to studying history. 2. An unfolding role that existed in the past which still exists but not all the same, to analyze individually, performing Korat folk

song gives listeners an aesthetic and entertainment. To analyze according to a community, it is the center of the minds of people in the community. And to analyze according to social, it helps people in the community share a good conscience. 3. The missing role that was specific to the past but no longer exists at present, to analyze individually, Mo Phleng are cultural leaders. To? analyze according to a community, it disseminates information to people in a community. And to analyze according to social, it is the cultivation of social value; and 4. A role that has not happened in the past but happens at present, to analyze individually, it is a mental refuge in times of crisis. To analyze according to a community, it promotes tourism in the community and Nakhon Ratchasima province. And to analyze according to social, it helps in expanding network with educational institutions and raises the level of being a national artist.

Finally, the value definition of a Korat folk song performance in the context of a votive offering. To analyze in production, the producer is Mo Phleng and the consumer is the votive offeror. Both producer and consumer value Korat folk song in the same ways; cherishing local wisdom, dignity in community identity, conservation of cultural heritage, and remembrance of the bravery of Thao Suranari. Furthermore, Mo Phleng also values it as income making, good health-promoting, and spending time wisely. Votive offerors value it as a mental refuge and tourism promotion.

Keywords: Belief, Korat folk song, Korat folk song performance, Votive offering

บทนำ

งามพิศ สัตย์สวณ (2538) กล่าวว่า ชาวไทยแต่ในอดีตนั้นวิถีชีวิตมีความเชื่อที่เกี่ยวพันกับเรื่องภูตผีวิญญาณ ผีสางเทวดา ซึ่งอดีตศาสนาพุทธและศาสนาพราหมณ์อิทธิพลต่อวิถีชีวิต สังคมไทยในอดีตต่างพยายามแสวงหาพลังอำนาจให้กับตนเอง เพื่อให้ได้รับการยอมรับและเพื่อการอยู่รอด ในขณะเดียวกันอำนาจที่คนยอมรับมาก คือ อำนาจที่มาจากความเชื่อทางพุทธศาสนา และอำนาจทางไสยศาสตร์ ซึ่งบางครั้งต้องอิงกฎเกณฑ์ทางศีลธรรม ความเชื่อเรื่องอำนาจเหล่านี้ มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ทำให้รูปแบบพฤติกรรมของชาวบ้านดำเนินภายในกรอบของความเชื่อดังกล่าวการถวายของและเครื่องบูชาต่างๆ แก่ภูตผีเทพเจ้า เป็นการปฏิบัติทางศาสนาที่พบเห็นการอยู่ทั่วไป

ยศ สันตสมบัติ (2540) กล่าวว่า นักมานุษยวิทยาได้พยายามค้นคว้าทำความเข้าใจ กับต้นกำเนิดและพัฒนาการของศาสนานักสังคมวัฒนธรรมต่างๆ ความเชื่อศาสนามีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ ค่านิยม ที่ว่าศาสนา คือ “ความเชื่อในดวงวิญญาณทั้งหลาย” ศาสนาเกี่ยวพันเชื่อมโยงโดยตรงกับความ

ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมนุษย์เชื่อว่า ความสามารถควบคุมหรือมีอิทธิพลเหนือวิถีทางธรรมชาติและวิถีของมนุษย์ ศาสนาต่างๆ ของมนุษย์มีความแตกต่างหลากหลายทั้งในรูปของรูปแบบ เช่น การจัดองค์กรและพิธีกรรม และในด้านของเนื้อหาหรือความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้น

การบนบานศาลกล่าวเป็นวิธีการแบบหนึ่งของคนไทยส่วนใหญ่ที่คิดว่าสิ่งต่างๆ ที่ตนเองเคารพนับถือนั้นสามารถช่วยให้ตนเองได้สมดังประสงค์ วิธีนี้เป็นวิธีที่ใช้มาตั้งแต่ครั้งโบราณจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถช่วยในทางด้านจิตใจ การบนบานศาลกล่าวถือเป็นค่านิยมปฏิบัติกันอยู่ซึ่งในปัจจุบันที่เห็นได้ชัดเจน คือ การจัดการแสดงละครแก้บนให้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จึงสรุปได้ว่า พิธีกรรมและความเชื่อเป็นสาเหตุให้ผู้คนที่มากล่าวขอทานท้าวสุรนารีให้ตนประสบความสำเร็จแล้วได้ประสบความสำเร็จตามที่ตนมุ่งหวังจะนิยมเอากการแสดงเพลงโคราชมาใช้ในเชิงพิธีกรรมหรือใช้แก้บน ซึ่งเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมานานจนถึงปัจจุบัน

ความเป็นเจ้าบทเจ้ากลอนของคนโคราซก็เช่นเดียวกับคนไทยในท้องถิ่นอื่นชาวโคราซถือว่าถ้าเกิดมาเป็นคนโคราซแล้ว จะต้องเป็นคนเจ้าคารม เป็นนักบทนักกลอนอย่างขาดเสียไม่ได้ ถ้าเช่นนั้นถือว่าไม่ทันคน ฐานะทางสังคมก็จะดูด้อยลงไปด้วย การพูด การทักทายของคนในสังคมสมัยก่อนจึงมักพูดเป็นปริศนาลองปัญญา และสามารถพูดเป็นกลอนได้ถือว่าเป็นคนที่มีความรู้มากโดยเฉพาะการเกี้ยวพาราสี มักจะไม่เกี้ยวพาราสีกันตรง แต่จะใช้คำพูดที่เป็นสำนวน เพราะเชื่อว่าถ้าไม่สามารถโต้ตอบได้ ก็แก้ปัญหาชีวิตไม่ได้ และการพูดโต้ตอบกันเป็นการพูดให้รู้จักกันดีขึ้นซึ่งนิยมพูดเป็นกลอนหรือพูดเป็นปริศนาให้ขบคิด เพลงโคราซสมัยก่อนเป็นที่นิยมกันมาก เนื่องจากการแสดงมหรสพที่เป็นหัวใจของงานฉลองสมโภชใดก็ตาม จะมีการเล่นเพลงโคราซเพียงอย่างเดียวเท่านั้น การฟังเพลงจะใช้เวลานานมากซึ่งมีการใช้ถ้อยคำอันแสดงออกถึงไหวพริบปฏิภาณในการร้องโต้ตอบตั้งแต่หัวคำจนถึงรุ่งสว่าง

ทั้งนี้ในด้านงานวิชาการที่ผ่านมา แม้จะมีนักวิชาการสนใจศึกษาเรื่องเกี่ยวกับเพลงโคราซไปแล้วแต่ทว่าในมิติของการแสดงเพลงโคราซกับบทที่ถือว่าเป็นลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากเพลงโคราซรูปแบบอื่น ซึ่งยังไม่มีผู้ใดศึกษาตลอดจนในมิติของการสื่อสารตามหลักนิเทศศาสตร์ ที่ยังไม่พบผลการวิจัยในด้านการสื่อสารที่ศึกษากับกลุ่มผู้มาแค้น ซึ่งส่วนหนึ่งของประเด็นที่จะศึกษานี้เป็นการต่อยอดงานวิจัยที่นักวิชาการได้เสนอแนะถึงประเด็นการสื่อสารความหมายของพิธีกรรมการแค้นยาโม ทิพย์พฐ์ กฤษณสุนทร (2552) ที่ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาในลำดับต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะศึกษาการสื่อสารความเชื่อผ่านการแสดงเพลงโคราซในบริบทพิธีกรรมการแค้น ซึ่งข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางของการสื่อสารในเชิงพิธีกรรมการแค้นที่มีการสืบทอดทางวัฒนธรรมผ่านการแสดงเพลงโคราซ โดยสามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการต่อยอดงานวิชาการที่ศึกษาทางด้านวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นแนวทางให้กับชุมชนอื่นหรือสื่อพื้นบ้านประเภทอื่นในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากบรรพบุรุษ และส่งเสริมให้ตระหนักและเล็งเห็นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นให้ยังคงอยู่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะของการแสดงเพลงโคราซในบริบทพิธีกรรมการแค้น
2. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ของการแสดงเพลงโคราซในบริบทพิธีกรรมการแค้น
3. เพื่อศึกษาการให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราซในบริบทพิธีกรรมการแค้น

นิยามศัพท์

เพลงโคราซ หมายถึง สื่อพื้นบ้านชนิดหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา ที่มีการนำภาษาโคราซมาใช้โต้ตอบกันเป็นคู่ ใช้การตบมือให้เข้ากับทำนองเพลงเนื่องจากไม่มีเครื่องดนตรีประกอบ มีครูเพลงเป็นผู้ประพันธ์เพลงโคราซให้หมอเพลงได้นำไปทำการแสดง สามารถแบ่งออกเป็นรูปแบบต่างๆ ที่มีสัมผัสคำและเสียงสั้นยาวแตกต่างกันออกไปเพื่อให้เพลงมีความไพเราะและน่าสนใจ

หมอเพลงโคราซ หมายถึง ผู้ที่ประกอบอาชีพร้องเพลงโคราซ มีความรู้ ความสามารถ และไหวพริบในการแสดงสื่อพื้นบ้านเพลงโคราซในบริบทพิธีกรรมการแค้น ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ด้านการใช้ภาษาโคราซในการโต้ตอบกลอนเพลง

ลักษณะของการแสดงเพลงโคราซ หมายถึง รายละเอียดของการแสดงเพลงโคราซกับบทที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการแสดงเพลงโคราซในรูปแบบอื่น ตามองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. รูปแบบฉันทลักษณ์ 2. ประเภทของเพลงโคราซ 3. การเขียนกลอนเพลงโคราซ 4. การแต่งกายในการแสดงเพลงโคราซ 5. ท่ารำที่ใช้ในการแสดงเพลงโคราซ 6. สถานที่ทำการแสดงเพลงโคราซ และ 7. อัตราค่าจ้างของการแสดงเพลงโคราซ

สื่อพิธีกรรม หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีรูปแบบ กระบวนการ และลำดับขั้นตอนที่แน่นอน โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือสิ่งที่เคารพนับถือ ในการศึกษาครั้งนี้จะกล่าวถึงพิธีกรรมในบทบาทหน้าที่ของรูปแบบการสื่อสารชนิดหนึ่ง

การแค้น หมายถึง การตอบแทนด้วยการว่าจ้างหมอเพลงโคราซให้ขึ้นทำการแสดงเพลงโคราซกับบทเพื่อถวายต่อท้าวสุรนารี ณ บริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี และหรือวัดศาลาลอย จังหวัดนครราชสีมา โดยว่าจ้างตามชุดการแสดงที่ได้สัญญาไว้เมื่อพรที่ขอประสบผลสำเร็จดังปรารถนา

บทบาทหน้าที่ของการแสดงเพลงโคราช หมายถึงภารกิจหรือหน้าที่ที่การแสดงเพลงโคราชจำเป็นต้องรับผิดชอบเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับปัจเจกบุคคล ระดับชุมชน และระดับสังคม โดยใช้กรอบเวลาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกบทบาทหน้าที่ที่สามารถจำแนกบทบาทหน้าที่ได้ 4 ด้าน ได้แก่

1. หน้าที่ที่สืบเนื่อง
2. หน้าที่ที่หายไป
3. หน้าที่ที่คลี่คลาย และ
4. หน้าที่ที่เพิ่มใหม่

การให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราช หมายถึง การตีความของด้านผู้ผลิตหรือหมอลำ และด้านผู้บริโภคหรือผู้มาแกล้ง ที่มีการจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยกลางคน และกลุ่มเยาวชน ต่อการแสดงเพลงโคราช เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเหมือนและความแตกต่างของประโยชน์ที่ได้จากการแสดงเพลงโคราช

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน 27 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐที่กำกับ ดูแล และส่งเสริมวัฒนธรรมเพลงโคราช จำนวน 3 คน และนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา จำนวน 3 คน

1.2 กลุ่มหมอลำ ที่ทำการแสดงเพลงโคราชแกล้งบริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและวัดศาลาลอย จำนวน 9 คน โดยแบ่งตามประสบการณ์การเป็นหมอลำได้ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ได้แก่ รุ่นใหญ่ (ประสบการณ์ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป) รุ่นกลาง (ประสบการณ์ระหว่าง 30-49 ปี) และรุ่นเล็ก (ประสบการณ์น้อยกว่า 30 ปี)

1.3 กลุ่มผู้มาแกล้ง ที่ทำการแกล้งท้าวสุรนารีด้วยเพลงโคราชบริเวณลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและวัดศาลาลอย จำนวน 12 คน โดยแบ่งตามช่วงวัยได้ 3 กลุ่ม กลุ่มละ 4 คน ได้แก่ ผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป วัยกลางคน ที่มีอายุระหว่าง 30-49 ปี และเยาวชน ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี

2. ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563

3. ขอบเขตด้านสถานที่ โดยศึกษาการแสดงเพลงโคราชที่แสดงบริเวณ ณ ลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและวัด

ศาลาลอย จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีการแสดงเพลงโคราชแกล้งเป็นประจำทุกวัน

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง สื่อที่มีการสืบทอดของคนในชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น โดยทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูล ความหมาย และความรู้สึกผ่านภาษา ท่าทาง การแต่งกาย ฯลฯ เป็นการแสดงออกของคนในชุมชนที่ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชนเดียวกัน และทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง สำหรับเพลงโคราชเป็นสื่อการแสดงพื้นบ้านที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชาวไทยโคราช ซึ่งเห็นได้จากลักษณะของเพลงที่เป็นสื่อปฏิพากย์ใช้ผู้เล่นหมอลำและหญิงฝ่ายละ 2 คนว่าเพลงโต้ตอบกัน โดยใช้ภาษาถิ่นโคราชในการว่าเพลง และมีการเทียบเสียงด้วยวิธียกมือป้องหู ที่เรียกว่า “การโอ้อ้อ” ก่อนการว่าเพลงทุกครั้ง นอกจากนี้ก่อนทำการแสดงเพลงจะมีการไหว้ครู เพราะมีความเชื่อว่าเป็นช่วงที่หมอลำได้ระลึกถึงพระคุณของครูบาอาจารย์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนนับถือ สำหรับด้านเนื้อหาของเพลงยังสะท้อนโลกทัศน์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ค่านิยม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวไทยโคราชได้อย่างชัดเจน และเป็นสื่อที่ผูกติดกับความเชื่อในเรื่องต่างๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับพิธีกรรม

Eric (1998) ได้กล่าวว่า พิธีกรรมประกอบด้วยรูปแบบของการกระทำและกระบวนการความคิด พิธีกรรมจึงเป็นสิ่งที่ผู้คนปฏิบัติและแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาเช่นเดียวกับที่คิด ขณะที่ข้อมูลจากประวัติศาสตร์และการสังเกตแสดงว่า รูปแบบที่แสดงให้เห็นนั้นมีความหลากหลายและไม่คงที่ในบางส่วนของกระบวนการความคิดและพิธีกรรม สำหรับผู้ที่เข้าร่วมพิธีบ่อยครั้งที่มีความเข้าใจต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชุดความรู้และการกระทำที่ผ่านประสบการณ์ของแต่ละคน ทว่าเมื่อพูดถึงบทบาทของพิธีกรรมพบว่าพิธีกรรมไม่ได้หมายถึง การกระทำของปัจเจกบุคคลเท่านั้น หากแต่สัมพันธ์กับโครงสร้างสังคม ซึ่งประกอบด้วย ภาษาและระบบสัญลักษณ์ ประเพณี รวมถึงศีลธรรมในด้านต่างๆ โดยที่พิธีกรรมเป็นช่วงเวลาหนึ่งที่มีความพิเศษแตกต่างจากภาวะปกติ สามารถมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามการแสดงในแต่ละชุมชน ที่มีความเชื่อหรือวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน โดยมีมนุษย์เป็นผู้กำหนดรูป

แบบให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ร่วมพิธี ซึ่งอาจมีการแสดงออกในรูปแบบการเฉลิมฉลองหรือพิธีกรรมโดยตรงก็ได้

3. แนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Production and Reproduction)

การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม หมายถึง การปกป้อง ดำรงรักษา หรือเพิ่มพูนวัฒนธรรมที่มีการผลิตขึ้นในกลุ่มสังคม เมื่อเกิดการผลิตและสร้างความหมายทางวัฒนธรรมใหม่ขึ้นมา สมาชิกจะทำการคัดเลือกความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรือการปฏิบัติที่เหมาะสมและทำการผลิตซ้ำ ด้วยวิธีการต่างๆ จนเกิดการยอมรับเป็นบรรทัดฐานเพื่อการอยู่ร่วมกันแสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวของกลุ่ม สร้างความแตกต่างระหว่างกลุ่ม วัฒนธรรมใดที่มีการผลิตขึ้นแล้วไม่ได้รับการยอมรับ วัฒนธรรมนั้น ก็จะตายไปในที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) โดยมีกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ได้แก่

3.1 การผลิต คือการพิจารณาว่าวัฒนธรรมได้รับการผลิตและสร้าง ความหมายขึ้นมาได้อย่างไร ใครเป็นผู้ผลิตทางวัฒนธรรม ผู้ผลิตสร้างสัญลักษณ์หรือสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมอย่างไร

3.2 การเผยแพร่ คือการพิจารณาว่าผู้ผลิตวัฒนธรรมดำเนินการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับกันในการอย่างไร

3.3 การบริโภค คือการพิจารณาว่าสมาชิกในกลุ่มบริโภคหรือรับรู้วัฒนธรรมที่ถูกเผยแพร่อย่างไร และความหมายของวัฒนธรรมที่สมาชิกในกลุ่มรับรู้มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร

3.4 การผลิตซ้ำ คือการพิจารณาว่าวัฒนธรรมถูกผลิตซ้ำต่อเนื่องเพื่อให้ดำรงอยู่อย่างไร

4. ทฤษฎีหน้าที่นิยม

การแสดงเพลงโคราชเกี่ยวข้องกับทั้งในด้านปัจเจก ชุมชน และสังคม และหน้าที่ดังกล่าวถูกส่งสมและถ่ายทอดกันมาเป็นช่วงเวลายาวนาน หน้าที่บางอย่างเป็นวัฒนธรรมส่วนที่มองเห็นได้ (Visible) เช่น เรื่องการให้ความบันเทิง แก่ชาวสาร อีกส่วนหนึ่ง คือ วัฒนธรรมส่วนที่มองเห็นไม่ได้ (Invisible) เช่น การเป็นตัวประสานความสัมพันธ์ ความสามัคคีระหว่งกลุ่มคนต่างๆ เป็นต้น โดยสามารถจำแนกบทบาทหน้าที่ได้ 4 ประเภท ดังนี้

4.1 หน้าที่สืบเนื่อง คือ หน้าที่ที่สืบทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ดังเช่น ขนิษฐา นิลมั่ง (2549) พบว่า งานปูนปั้นเมื่อ

เพชรมีหน้าที่ในการเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลด้านอารยธรรม และเป็นหลักฐานทางโบราณคดีมาอย่างต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

4.2 หน้าที่หายไป คือ หน้าที่ที่หายไปของสื่อนั้นอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ไม่ว่าจะเป็นระดับกระบวนการทัศนสถาบันทางสังคม และวิถีชีวิต

4.3 หน้าที่คลี่คลาย คือ หน้าที่ที่มีการขยับตัว มีการปรับประยุกต์ แต่มีบางอย่างที่อิงอยู่กับของเดิม ดังเช่น ศรัณยา สีนสมรส (2546) พบว่า ภิเษกภูมิหน้าที่ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารให้การศึกษาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐเห็นศักยภาพของภิเษกภูมิในฐานะสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน

4.4 หน้าที่เพิ่มใหม่ คือ หน้าที่ที่สื่อนั้นไม่เคยแสดงบทบาทมาก่อน อาจเนื่องจากสังคมเกิดความเปลี่ยนแปลงจนระบบอื่นของสังคมที่เคยทำหน้าที่ดังกล่าวไม่อาจรักษาหน้าที่นั้นไว้ได้ หรือทำหน้าที่ได้ไม่ดีพอ ดังเช่น เจริญชัย อิสรเดช และคณะ (2547) พบว่า โนราภิเษกภูมิหน้าที่ใหม่ คือการเป็นเครื่องเสริมบารมีทางการเมืองของนักการเมือง

5. สัญวิทยาและการรื้อถอนความหมาย

กระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนใช้เพื่อประกอบสร้าง (Construct) ความเป็นจริงขึ้นมานั้นเอง สมสุข หินวิมาน (2548) กระบวนการทางวัฒนธรรมที่กล่าวถึงในข้างต้นจะส่งผลให้ความหมายบางอย่างถูกคัดเลือกไว้ และความหมายบางอย่างก็จะถูกใส่เข้ามาหรือนิยามใหม่ ซึ่งเป็นกระบวนการรื้อถอนและสร้างความหมายขึ้นใหม่ (deconstruction and reconstruction of meaning) ซึ่งในกระบวนการประกอบสร้างความหมายนั้นจะเป็นกระบวนการที่ใครบางคนมีอำนาจในการกำกับ/ผลิต/เผยแพร่กระจายความหมายดังกล่าวออกไป ดังนั้น คำถามที่น่าสนใจก็คือ “ใคร” คือผู้มีอำนาจในการประกอบสร้างความหมายดังกล่าว และ “ทำไม” เขาจึงประกอบสร้างความหมายในลักษณะนั้น และเมื่อความหมายนั้นสามารถถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้ ดังนั้น ความหมายก็สามารถถูกรื้อถอนและประกอบสร้างความหมายแบบใหม่เข้าแทนที่ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งก็ยังคงย้อนกลับไปสู่ประเด็นที่ว่าใครคือผู้มีอำนาจในการรื้อถอนความหมายดังกล่าวและภายใต้เงื่อนไขลักษณะใดที่จะส่งผลให้ความหมายดังกล่าวนั้นถูกรื้อถอนและประกอบสร้างใหม่

วิธีการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลที่มีความสลับซับซ้อนและมีความลึกซึ้ง และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร (Documentary Research) จากบทความ วิจัย เอกสารวิชาการ หนังสือ และตำราที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 เก็บรวบรวมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) บทสัมภาษณ์และบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

2.2 การเก็บข้อมูลจากบุคคลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการหาข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ขอบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์

ผลการศึกษา

1. ลักษณะของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 7 ลักษณะ คือ 1. รูปแบบฉันทลักษณ์ โดยมีการกำหนดรูปแบบฉันทลักษณ์ให้เพลงมีฉันทลักษณ์ที่สละสลวยตามที่ครูเพลงในสมัยก่อนได้กำหนดไว้ ได้แก่ เพลงคู่สอง เพลงคู่สี่ เพลงคู่หก เพลงคู่แปด เพลงคู่สิบ และเพลงคู่สิบสอง ซึ่งมีการเพิ่มรูปแบบฉันทลักษณ์เป็นไปตามพัฒนาการของเพลง 2. ประเภทของเพลงโคราชสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ แบ่งตามโอกาสที่จะเล่น ได้แก่ เพลงที่ใช้เล่นเป็นอาชีพ และเพลงชาวบ้านไว้เล่นเพื่อความบันเทิง สร้างความสนุกสนานของชาวบ้านร่วมกัน และแบ่งตามพัฒนาการของเพลง 3. การเขียนกลอนเพลงโคราช การแต่งกลอนเพลงให้มีสัมผัสที่สละสลวยไม่ใช่เรื่องง่าย ปัจจุบันหมอลำเพลงจะใช้กลอนเพลงที่มีอยู่แล้วจากครูเพลงที่เคยแต่งไว้มาทำการแสดง ส่วนหมอลำเพลงโคราชแก้บนจะใช้ความสามารถและปฏิภาณ ไหวพริบในการดัดกลอนเพลงสดในส่วนของ

แก้บน เพื่อให้มีกลอนเพลงเฉพาะของเจ้าของแต่ละคนที่มาทำการแก้บน 4. การแต่งกายในการแสดงเพลงโคราช จะมีการปรับการแต่งกายจากเดิมตามยุคสมัย โดยหมอลำเพลงชายจะใส่เสื้อคอกลมหรือคอฮาวายสั้น มีผ้าขาวม้าคาดพุง นุ่งโจงกระเบน และห้อยพระเครื่อง ส่วนหมอลำเพลงหญิง สมัยก่อนใส่ผ้ารัดอก แต่ปัจจุบันเพื่อปรับให้หมอลำเพลงหญิงมีการแต่งกายที่มิดชิด จึงเปลี่ยนเป็นใส่เสื้อรัดรูป ไม่มีปก แขนสั้น นุ่งโจงกระเบน มีพู่จีบทัดหู ทั้งนี้มีการกำหนดให้หมอลำเพลงใส่สีตามวันเพื่อให้ชุดการแสดงดูกลมกลืน พร้อมเพียง และง่ายต่อการจดจำ 5. ท่ารำที่ใช้ในการแสดงเพลงโคราช จะมีท่าโอ เป็นท่าเริ่มต้นไว้สำหรับฟังระดับเสียงตัวเอง โดยแบ่งท่ารำออกเป็นท่ารำสำหรับเพลงช้า ได้แก่ ท่าช้างเทียมแม่ และท่าปลาไหลพันพวง และท่ารำสำหรับเพลงเร็ว ได้แก่ ท่าจิก ท่ายอง และท่าประจัญบาน 6. สถานที่ทำการแสดงเพลงโคราช มีลักษณะเป็นเสา 4 เสา ยกพื้นสูง 1 เมตร เพื่อให้ผู้ชมการแสดงเห็นได้ชัด โดยสมัยก่อนหลังคาทำจากก้านมะพร้าว ปัจจุบันใช้วัสดุแข็งแรงทนทานเป็นมุงทรงสูง และใช้ตะเกียงเจ้าพายุเพื่อให้แสงสว่าง ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็นใช้ไฟฟ้าแล้ว และ 7. อัตราค่าจ้างของการแสดงเพลงโคราช จะแบ่งตามชุดการแสดง ประกอบด้วย ชุดเล็กราคา 899 บาท/ชั่วโมง ชุดกลางราคา 1,099 บาท/ชั่วโมง และชุดใหญ่ราคา 1,999 บาท/ชั่วโมง

2. บทบาทหน้าที่ของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บนโดยแบ่งออกเป็นหน้าที่ที่สืบเนื่อง หน้าที่ที่คลี่คลาย หน้าที่ที่หายไป และหน้าที่ที่เพิ่มใหม่ โดยการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมทั้งในระดับปัจเจก ระดับชุมชน และระดับสังคม ได้ดังนี้ 1. หน้าที่ที่สืบเนื่อง ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ที่ยอมรับและเห็นชัด แม้ว่าสังคมเปลี่ยนบทบาทของสื่อพื้นบ้านอย่างเพลงโคราชก็ยังคงทำหน้าที่เฝ้าเช่นเดิมโดยในระดับปัจเจก จะช่วยให้หมอลำเพลงสร้างสมาธิในการร้องเพลงมีปฏิภาณ ไหวพริบในการดัดกลอนเพลงแก้บน ส่วนหมอลำเพลงโคราชที่มีอายุมากมองว่าการได้มาทำการแสดงเพลงโคราชช่วยส่งเสริมให้สุขภาพร่างกายดีขึ้น เนื่องจากไม่ได้อยู่บ้านเฉยๆ ในระดับชุมชน

“ทุกวันนี้มาว่าเพลงโคราชที่ลานย่าโม 1 วัน วัน 2 วัน เช่น มาวันจันทร์จะวันวันอังคาร พุธ ถือว่าเป็นการออกกำลังกายดีกว่าอยู่บ้านดูทีวีเฉยๆ” แฉล้ม แบนขุนทด (สัมภาษณ์, 8 มีนาคม 2563)

ตลอดจนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนชาวจังหวัดนครราชสีมา

“เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้จังหวัดนครราชสีมามีเอกลักษณ์ และเป็นเอกลักษณ์หนึ่งที่คนที่มาจังหวัดนครราชสีมาได้แสดง ความเคารพต่อสิ่งที่คนโคราชเคารพ ซึ่งพูดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของ ที่ทำให้เพลงโคราชยังคงอยู่และเพลงโคราชถือว่าเป็นเสน่ห์ของ คนในจังหวัด วินัย ปุณยรัชตปริดา (สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2563)

อีกทั้งยังช่วยให้ส่งเสริมอาชีพสู่ชุมชนในจังหวัด นครราชสีมา ซึ่งทำให้หมอเพลงสามารถเป็นหมอเพลงและ ประกอบอาชีพอื่นได้ด้วย 2. หน้าที่ที่คลี่คลาย เป็นหน้าที่ที่คลาย ตัวหรือขยับไปจากเดิมไม่เหมือนเดิมทั้งหมด เป็นการประยุกต์ หน้าที่เก่าที่มีมาแต่เดิม แต่ยังมีบางส่วนอิงอยู่กับของเดิม โดยใน ระดับปัจเจกช่วยให้คนที่มาฟังเพลงโคราชรู้สึกสนุกสนาน สร้าง สนุทริยะและความบันเทิงจากกลอนเพลงที่มีความสละสลวย และเนื้อหาที่สนุกสนาน ระดับชุมชน มีหน้าที่เป็นศูนย์รวมจิตใจ ของคนในชุมชน ในการระลึกถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษร่วมกัน

“ก็ยังโชคดีตรงที่มีสิ่งที่คนโคราชนับถึงก็คือคุณย่าหมู และผูกโยงในเรื่องของการแก้บนและในมุมมองของคนไทยหรือ ยังเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังเชื่อในเรื่องที่เขาเทิดทูนบูชาเพราะ ฉะนั้นอยากจะเชิญชวนให้ทุกคนพูดถึงคุณย่าหมูที่มีคุณูปการ ต่อจังหวัดนครราชสีมา” ชัยนันท์ แสงทอง (สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2563)

และระดับสังคม โดยการขัดเกลาทางสังคมที่เน้นที่ เยาวชนผ่านการปลูกฝังให้เห็นถึงคุณค่าของเพลงโคราชซึ่งจะก่อ ให้เกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนได้คลี่คลายหายไป จากเดิม แต่ทว่าในปัจจุบันหมอเพลงรุ่นใหม่ก็ยังคงมีเพิ่มขึ้น จากครอบครัวหมอเพลงที่หัดให้รุ่นลูกหลานได้ใช้เวลาว่างให้ เป็นประโยชน์ 3. หน้าที่ที่หายไป เป็นหน้าที่ที่หายไปอันเนื่องมา จากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ไม่ได้คงเดิมเหมือนในอดีต โดย ในระดับปัจเจกที่เห็นได้ชัดเจน คือ การเป็นผู้นำทางวัฒนธรรม ในตัวหมอเพลง ที่จากเดิมมีแฟนคลับ แม่ยก ติดตามการแสดง ขึ้นชมในความสามารถ แต่ปัจจุบันไม่มีเช่นเดิมแล้ว ส่วนในระดับ ชุมชน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อเพลงโคราช เช่น ข่าวน้ำท่วม การเตือนภัยต่างๆ ที่หายไปจากก่อน ซึ่งปัจจุบัน ผู้คนรับสารจากช่องทางอื่นที่รวดเร็วกว่า และระดับสังคม โดย

ค่านิยมทางสังคม ที่จากมีการยกย่องเพลงโคราชแต่ปัจจุบัน การ ว่าจ้างเพลงโคราชนั้นมีส่วนของการแก้บนเท่านั้นที่ยังได้รับความ นิยม โดยการแสดงเพลงโคราชถูกมองว่าเป็นวัฒนธรรมที่ผูกโยง กับความเชื่อเท่านั้น และ 4. หน้าที่ที่เพิ่มใหม่ บทบาทหน้าที่ที่ เพิ่มใหม่ภายใต้เงื่อนไขบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไปเพื่อตอบสนอง ปัญหาใหม่ๆ ของสังคม ไม่มีจากเดิมแต่มีในปัจจุบัน โดยในระดับ ปัจเจกที่ช่วยให้ผู้คนได้ฟังพาทางจิตใจในช่วงวิกฤตของชีวิต ผ่าน พิธีกรรมการบนบานศาลกล่าว ทำให้เพลงโคราชมียุทธศาสตร์หน้าที่ ที่เพิ่มใหม่เป็นเพื่อการแก้บน

“ในอนาคตถ้าคนยังชื่นชอบถ้าคนยังเคารพคุณย่าโม หมอเพลงก็จะได้เล่นตลอดเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ไม่ใช่เคารพแต่ คุณย่าโมหรอก ศาลตะปูสิ่งศักดิ์สิทธิ์เจ้าที่เจ้าทางหลวงพ่อคุณก็ มีคนเอาไปถวายไปบนอย่างหน่วยงานต่างๆที่ให้เพลงโคราชไป ช่วยเอาไปประชาสัมพันธ์” ราพันธ์ เพชรโคกสูง (สัมภาษณ์, 5 เมษายน 2563)

ส่วนระดับชุมชน เพลงโคราชได้ช่วยให้เศรษฐกิจของ ชุมชนดีขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามคำบอกต่อของผู้คน ว่าย่าโมศักดิ์สิทธิ์ ใครอยากได้อะไรให้มาขอพรย่าโม จึงทำให้มี ผู้คนทั้งคนโคราชและต่างถิ่นต่างแวะเวียนมากราบไหว้ขอพร และ ระดับสังคม เพลงโคราชช่วยให้เกิดเครือข่ายสถาบันการศึกษาที่มี ความร่วมมือเพื่อส่งเสริมให้เยาวชนได้อนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญา ท้องถิ่น รวมถึงการยกระดับให้เพลงโคราชได้เป็นที่รู้จักในระดับ ชาติ โดยการมอบรางวัลให้ผู้สืบทอดวัฒนธรรมชุมชนเป็นศิลปิน แห่งชาติอีกด้วย

3. การให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราช ในบริบทพิธีกรรมการแก้บน เมื่อแบ่งด้านผู้ผลิต ที่หมายถึง หมอ เพลง และด้านผู้บริโภค ที่หมายถึง ผู้มาแก้บน และจำแนกเป็นก ลุ่มทั้ง 3 กลุ่มตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่ม วัยกลางคน และกลุ่มเยาวชน ทำให้เห็นถึงความเหมือนและความ แตกต่างในการให้ความหมายของคุณค่าทั้ง 2 ฝ่ายที่ได้ตีความจาก การรับสาร โดยสามารถสรุปได้ว่า การให้ความหมายของคุณค่า การแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแก้บน มี 9 ประการ ได้แก่ 1. สร้างรายได้ โดยเป็นการให้ความหมายของคุณค่าการ แสดงเพลงโคราชจากผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่ม เนื่องจากเป็นผู้ใช้สื่ อพื้นบ้านอย่างเพลงโคราชไปประกอบอาชีพ ดังนั้นเพลงโคราช จึงช่วยสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต 2. หวงแหนภูมิปัญญาท้อง

ถิ่น พบว่า ด้านผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่มมีความห่วงหาญญปัญหาท้องถิ่นทั้งสิ้น จากการคลุกคลีในการใช้เพลงโคราชมาเป็นระยะเวลานาน ในขณะที่ด้านผู้บริโภค อย่างผู้มาแค้น กลับพบเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีการห่วงหาญญปัญหาท้องถิ่นเท่านั้น เพราะกลุ่มผู้สูงอายุต้องการอยากที่จะรักษาภูมิปัญญาของบรรพบุรุษยาวนานเท่านั้น 3. ภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน พบว่าทั้งด้านผู้ผลิต และผู้บริโภค ตลอดจนครบทั้ง 3 กลุ่ม ต่างมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนทั้งสิ้น สาเหตุจากที่เพลงโคราชมีความชัดเจนกว่าสื่อพื้นบ้านอื่น

“เพลงโคราชถือว่าเป็นเพลงประจำจังหวัดโคราช คนโคราชก็มีความภาคภูมิใจเพราะเพลงเป็นเอกลักษณ์ไม่ซ้ำเหมือนใคร” ทองสุข คลังจินดา (สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2563)

4. อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม พบว่ามีการให้ความหมายของคุณค่าการแสดงเพลงโคราชเช่นเดียวกับความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน คือทั้ง 2 ด้านและ 3 กลุ่ม และเหตุผลสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน 5. ส่งเสริมสุขภาพ พบว่ามีเพียงด้านผู้ผลิต อย่างหมอเพลงโคราช และเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น ที่มองว่าการมาว่าเพลงโคราชอยู่เป็นประจำ ช่วยส่งเสริมทางด้านสุขภาพร่างกาย เนื่องจากอายุที่มากขึ้นจึงไม่สามารถไปประกอบอาชีพอย่างอื่นได้ง่ายนัก 6. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ พบว่ามีเพียงด้านผู้ผลิต คือหมอเพลงโคราช เฉพาะกลุ่มเยาวชนเท่านั้น เนื่องจากหมอเพลงโคราชที่เป็นเยาวชน และกำลังศึกษาอยู่ จะมาว่าเพลงเฉพาะวันหยุด ส่วนวันธรรมดา ก็ไปเรียนตามปกติ จึงถือเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ 7. ระลึกถึงวีรกรรมของท้าวสุรนารี พบว่าทั้งด้านผู้ผลิต และผู้บริโภค ตลอดจนครบทั้ง 3 กลุ่ม ต่างระลึกถึงวีรกรรมของท้าวสุรนารี จากการศึกษาทางประวัติศาสตร์ และการเล่าขานต่อกันมาทำให้ทราบถึงประวัติศาสตร์ของเมืองโคราชและท้าวสุรนารี 8. ที่พึ่งทางจิตใจ พบเฉพาะด้านผู้บริโภค อย่างผู้มาแค้น และทุกกลุ่มของผู้มาแค้น เพราะเป็นสิ่งที่ผู้มาแค้นรู้สึกว่าการได้มาบนบานศาลกล่าวอย่าโม และหากสำเร็จจะถวายด้วยเพลงโคราชเป็นการให้กำลังใจ และหาที่ยึดเหนี่ยวจิตใจในช่วงที่ต้องการกำลังใจได้เป็นอย่างดี และ 9. ส่งเสริมการท่องเที่ยว พบเฉพาะด้านผู้บริโภค อย่างผู้มาแค้น และกลุ่มวัยกลางคน ที่มองว่าเพลงโคราชแค้นช่วยทำให้คนที่อยู่ต่างถิ่น ต่างที่ได้เดินทางกลับมาแค้นที่โคราชเปรียบได้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดนครราชสีมา

“อย่าโมถือว่าเป็นวีรสตรีที่ชาวบ้านให้ความเคารพบูชา ไปกราบไหว้บนบานศาลกล่าว พอบนได้แล้วก็ต้องแค้น มีการบอกต่อกันเรื่อยๆ ว่าถ้าจะบนอย่าโมให้บนด้วยเพลงโคราช แล้วก็กลายเป็นธุรกิจ” จิรโรจน์ ตั้งอมรสติย์ (สัมภาษณ์, 14 พฤษภาคม 2563)

อภิปรายผล

1. ลักษณะเฉพาะของการแสดงเพลงโคราชแค้น

การแสดงเพลงโคราชแค้นในปัจจุบัน มีภาคส่วนราชการของจังหวัดนครราชสีมา โดยเทศบาลนครราชสีมา เข้ามาบริหารจัดการ ควบคุม ดูแลการแสดงเพลงโคราช โดยการจัดสรรพื้นที่ของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสถานที่ที่กำหนดเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อเพลงโคราชอย่างมาก คือ ลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี และวัดศาลาลอย สืบเนื่องจากประวัติศาสตร์ที่ได้มีการบันทึกว่าอัฐิของท้าวสุรนารีได้ถูกบรรจุไว้ที่ฐานของรูปปั้นท้าวสุรนารีที่ลานอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีและส่วนหนึ่งได้เคยบรรจุไว้ที่วัดศาลาลอย โดยมีปัจจัยสำคัญเป็นกุศโลบายที่สืบทอดกันมาว่า ท้าวสุรนารีชอบฟังเพลงโคราช ดังนั้นทางจังหวัดจึงได้จัดทำโรงเพลงเพื่อให้หมอเพลงได้ทำการแสดงเพลงโคราชแค้น ซึ่งกำหนดให้สามารถจัดแสดงได้ตั้งแต่เช้าจนถึงหัวค่ำเป็นประจำทุกวัน ผู้วิจัยเชื่อว่าสถานที่ดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้หมอเพลงมีโอกาสถูกว่าจ้างให้มาแสดงเพลงโคราชแค้น ทำให้หมอเพลงมีรายได้ และสืบทอดภูมิปัญญาของชาวจังหวัดนครราชสีมาที่มีมาอย่างยาวนานให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับการระบุงค์ประกอบของพิธีกรรมของ Eric ที่ว่า 1) การสื่อสารกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยมีรูปเคารพหรือรูปปั้นเป็นวัตถุที่จะเชื่อมโยงตนเองให้เข้ากับความศักดิ์สิทธิ์ของวัตถุที่ถูกนำมาใช้ในพิธีกรรมตลอดจนการแสดงตามคติความเชื่อ อาจมีการรำรำและบวงสรวงโดยสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตเข้าไปในพิธีกรรม 2) การส่งเสริมการกระทำที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน โดยการทำพิธีกรรมในการกราบไหว้ขอพรต่อรูปปั้นท้าวสุรนารี ที่ผู้คนมีการแวะเวียนมากราบไหว้ ซึ่งไม่ได้เป็นระเบียบแบบแผนในดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความเคารพ และความศรัทธาของแต่ละคน และ 3) การรวมกลุ่ม โดยมีการร่วมกันทั้งของผู้มาแค้นและหมอเพลง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มที่มีความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันในการร่วมพิธีกรรม

การแสดงเพลงโคราชในฐานะสื่อพิธีกรรม มีความสำคัญสอดคล้องกับเอกลักษณ์สำคัญของสื่อพิธีกรรมของ Eric ได้ว่า การแสดงเพลงโคราช คือพิธีกรรมเป็นสื่อที่เชื่อมโยงโลกสามมิติ ที่เชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับมนุษย์เข้าด้วยกัน หรือเชื่อมโยงมนุษย์เข้ากับวัตถุสิ่งของ แต่การสื่อสารแบบพิธีกรรมนั้นจะทำการเชื่อมโยงโลกในสามมิติ มีการระดมพลังชุมชนได้อย่างเข้มข้น โดยเป็นเครื่องหมายของการเปลี่ยนผ่านสถานะทั้ง 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) ช่วงแยกตัวที่ปัจเจกบุคคลจะถูกแยกออกไปจากชีวิตประจำวันปกติ อาจมีการแยกทั้งในแง่เวลา สถานที่ โลกศักดิ์สิทธิ์ โลกสามัญ กิจกรรมที่เคยทำโดยมีการนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ มาเป็นหมุดหมาย โดยการจัดงานฉลองวันแห่งชัยชนะของท้าวสุรนารี ซึ่งทางจังหวัดนครราชสีมาจัดเป็นประจำทุกปี
- 2) ช่วงเปลี่ยนผ่านในช่วงเวลานี้ปัจเจกบุคคลจะต้องข้ามผ่านธรณีประตูหรือที่เรียกว่า liminality ซึ่งเป็นพื้นที่แห่งความคลุมเครือ ซึ่งในทุกพิธีกรรมจะต้องมีขั้นตอนนี้ เช่น การจุดธูปกราบไหว้บูชาต่อรูปปั้นท้าวสุรนารี และ
- 3) ช่วงผนวกเข้ามาใหม่ เป็นช่วงเวลาที่ถูกทำพิธีจะถูกนำเข้ามาสู่สถานภาพใหม่ที่มีความมั่นคง ในกรณีของพิธีกรรม หมอเพลงจะกล่าวเชิญดวงวิญญาณของท้าวสุรนารีมาสถับังฟัง อย่างไรก็ตามการแสดงเพลงโคราช เป็นพิธีกรรมในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมของท้องถิ่นที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นอย่างชัดเจน มีความเข้มงวดและเป็นทางการ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เป็นพื้นที่สร้างสรรค์และสามารถออกแบบท่วงท่าลีลาใหม่ๆ ออกไปได้อยู่ตลอดเวลา และเป็นระบบสัญลักษณ์ร่วมของชุมชน เช่น ภาษาโคราชที่นำมาใช้ร้องเพลงโคราช ซึ่งหากเป็นคนนอกที่ไม่เข้าใจภาษาโคราชก็จะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาของกลอนเพลงได้เช่นกัน

2. เพลงโคราช : การยึดโยงกระแสความเชื่อ

จากผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาอธิบายการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Production and Reproduction) ของกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) ได้ดังนี้

- 1) ด้านการผลิต โดยการสร้างความหมายของการแสดงเพลงโคราชให้เกิดขึ้น โดยมีหมอเพลงซึ่งเป็นผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม โดยทางจังหวัดนครราชสีมามีการจัดทำรูปปั้นท้าวสุรนารีเพื่อเป็นสัญลักษณ์สำหรับการประกอบพิธีกรรมความเชื่อ ที่มีการเชื่อมโยงความเชื่อว่าท้าวสุรนารีสมัยยังมีชีวิตอยู่ชื่นชอบการฟังเพลงโคราชเป็นอย่างมาก

- 2) ด้านการเผยแพร่ เป็นการแบ่งปันความหมายทางวัฒนธรรมให้เกิดการรับรู้ถึงพิธีกรรมความเชื่อผ่านสื่อต่างๆ จากพฤติกรรมที่เปิดรับสื่อที่หลากหลายของคนในสังคม ทำให้การแสดงเพลงโคราชสามารถเข้าถึงเป็นที่รู้จักในวงกว้างได้ง่ายมากขึ้น อีกทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการยกระดับหมอเพลงให้เป็นศิลปินแห่งชาติ ทำให้เพลงโคราชมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้นไปอีกด้วย

- 3) ด้านการบริโภค คือการพิจารณาว่าสมาชิกในกลุ่มบริโภคหรือรับรู้วัฒนธรรมที่ถูกเผยแพร่โดยการบอกต่อถึงความศักดิ์สิทธิ์ของท้าวสุรนารีที่เมื่อมาขอพรแล้วจะประสบความสำเร็จตามที่หวังไว้ โดยผู้วิจัยเห็นว่ามียุทธศาสตร์ที่มีความเป็นพลวัตมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา โดยสื่อพื้นบ้านอย่างเพลงโคราชเองได้มีการปรับตัวโดยเชื่อมโยงกับความเชื่อเพื่อให้ยังคงสามารถสืบทอดต่อไปได้ และที่ผู้วิจัยสังเกตได้ พบว่ากลุ่มคนที่มีความเชื่อเกี่ยวกับดวงวิญญาณมีอยู่จำนวนมาก และเป็นความเชื่อที่มีการบอกต่อกันระหว่างบุคคลไปยังบุคคล ทำให้มีคนหรือกลุ่มคนมาพิสูจน์ความเชื่ออย่างต่อเนื่อง ในที่นี้กล่าวได้กับผู้ที่มีความเชื่อว่าท้าวสุรนารีชอบฟังเพลงโคราชและศักดิ์สิทธิ์ หากต้องการประสบความสำเร็จหรือร้องขอในสิ่งที่ต้องการให้บอกกล่าวต่อท้าวสุรนารีโดยใช้เพลงโคราชเป็นสิ่งแลกเปลี่ยน

- 4) ด้านการผลิตซ้ำ คือการพิจารณาว่าวัฒนธรรมถูกผลิตซ้ำต่อเนื่องเพื่อให้ดำรงอยู่อย่างไร ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551) กล่าวว่า การผลิตซ้ำมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อการรับรู้ความหมายทางวัฒนธรรมโดยเทคโนโลยี กลุ่มคน และสังคมมีความสัมพันธ์ต่อการสร้างและการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งการผลิตซ้ำสามารถทำได้โดยการสื่อสารผ่านตัวบุคคลหรือการใช้สื่อเทคโนโลยี ด้วยวิธีต่างๆ แต่ทว่ามีความเชื่อชุดใหม่เกิดขึ้นและถูกผลักดันด้วยกระแสของสื่อออนไลน์หรือสื่อสารมวลชน อย่างเช่นรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างคนกับวิญญาณ โดยออกอากาศทั้งช่องทางออนไลน์และสถานีวิทยุโทรทัศน์ซึ่งถือเป็นสื่อกระแสหลัก นับได้ว่าเป็นสื่อที่มีผู้เปิดรับสารจำนวนมาก จึงส่งผลให้ชุดความเชื่อดังกล่าวถูกแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว จากความเชื่อชุดเดิมคือ ท้าวสุรนารีชอบเพลงโคราช และความเชื่อชุดใหม่ที่เข้ามาต่อสู้อีก คือ ท้าวสุรนารีชอบหมากสด และการบนบานศาลกล่าว

ต่อท้าวสุรนารีให้มาในวันพุธ เวลา 21.00 น. จึงทำให้มีผู้ที่มีความเชื่อต่างสนใจมาพิสูจน์ในความเชื่อชุดใหม่ ซึ่งในปัจจุบันมีจุดบริการท่าหมากสด โดยมีราคาชุดละ 49 บาท บริการไว้อยู่ด้านหน้าของโรงเพลงโคราช สิ่งที่น่าสนใจคือ มีผู้ท่าหมากสดถวายต่อท้าวสุรนารีเป็นจำนวนมาก ด้วยปัจจัยทางด้านราคาที่มีราคาถูกกว่าเพลงโคราชอยู่มาก และปัจจัยทางด้านเวลาที่ผู้แค้นใช้เวลาท่าหมากเพียงประมาณ 3-7 นาที ซึ่งช่วยลดระยะเวลาที่ใช้ไปกับการแค้นได้มากเมื่อเทียบกับการรับชมการแสดงเพลงโคราชที่ใช้เวลานานเป็นชั่วโมง อีกทั้งผู้ที่มีความเชื่อที่เดินทางมาในช่วงกลางวัน ยังเป็นผลดีตรงที่ไม่ต้องพบกับสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว นอกจากนี้ยังมีผู้ที่บนบานศาลกล่าวด้วยรูปแบบอื่นที่ไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น การวิ่งรอบลานอนุสาวรีย์ การทำความสะอาดลานอนุสาวรีย์ เป็นต้น เพราะฉะนั้นหมอเพลงโคราชต้องทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นและวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเข้ามาแทรกแซงอย่างรวดเร็วทันที

3. ก้าวสู่เส้นทางอันเป็นที่พึงแห่งจิตใจ

การวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้จากผู้มาแค้นตามแนวคตินิยมวิทยาและการรื้อถอนความหมายนำมาซึ่งการอธิบายการให้ความหมายของคุณค่าของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแค้นได้ดังนี้ การให้ความหมายของคุณค่าของการแสดงเพลงโคราชในบริบทพิธีกรรมการแค้นของผู้แค้น สอดคล้องกับ กระบวนการสื่อสารในทัศนะของฮอลล์ก็คือกระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนใช้เพื่อประกอบสร้าง (construct) ความเป็นจริงขึ้นมานั่นเอง สมสุข หินวิมาน (2548) กระบวนการทางวัฒนธรรมที่กล่าวถึงในข้างต้นจะส่งผลให้ความหมายบางอย่างถูกคัดเลือกไว้และความหมายบางอย่างก็จะถูกใส่เข้ามาหรือนิยามใหม่ ซึ่งเป็นกระบวนการรื้อถอนและสร้างความหมายขึ้นใหม่นั้นเอง โดยผู้ที่มาแค้นจะให้ความหมายและคุณค่าตามความเชื่อของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นคนละความหมายกับผู้ส่งสารได้ โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่จำเป็นต้องเป็นรหัสเล่มเดียวกันหรือชุดเดียวกันเสมอไป อาจจะไม่ตรงกัน ไม่สอดคล้องกัน จนถึงขั้นขัดแย้งกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ระดับการศึกษา อาชีพ จุดยืนทางการเมือง เพศ อุดมการณ์ เป็นต้น ในขณะที่ผู้มาแค้นที่ต่างมีความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหมือนกันก็อาจให้ความหมายและคุณค่าแตกต่างกันไปด้วย ตัวอย่างเช่น คนในชุมชนที่มีการสืบทอดความเชื่อต่อกัน

มาจากรุ่นสู่รุ่น หรือคนนอกชุมชนที่มีความเชื่อที่เกิดขึ้นจากตัวเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การเลือกรับรู้ของผู้ส่งสารว่ามีความสนใจที่จะเลือกเข้าถึง เปิดรับ ตีความ และจดจำเรื่องใด อย่างไร

การดำเนินชีวิตท่ามกลางสภาพปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบัน ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตลอดจนความขัดแย้งที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศทำให้ทุกชีวิตต่างดิ้นรนต่อสู้เพื่อความเป็นอยู่ที่ดี ความมั่นคงและความสำเร็จในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข ผู้วิจัยจึงเห็นว่าไม่ใช่เรื่องแปลกหากมีผู้ที่วิงวอนขอพรโดยการสื่อสารกับสิ่งที่มองไม่เห็น ไม่ว่าจะเป็นเทพ เทวดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดวงวิญญาณ เนื่องจากสภาพปัญหาดังกล่าวเป็นความยากในการดำรงชีวิตให้มีความสุข โดยการฝ่าฟันปัญหาต่างๆ ที่ถาโถมเข้ามา และความไม่มั่นใจที่จะเผชิญปัญหาต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี เมื่อนำมาบวกรวมกับกระแสความเชื่อที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้คนจำนวนมากต่างโยกย้ายที่พึ่งทางจิตใจเพื่อช่วยเป็นแรงผลักดันและเสริมความหวัง ตลอดจนก่อให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยในการดำเนินชีวิต

ไม่เพียงแต่ผู้ที่มีความเชื่อเท่านั้นที่จะหันไปพึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ผู้ที่ไม่มีความเชื่อหรือรู้สึกเฉยๆ กับเรื่องสิ่งที่มองไม่เห็น เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการที่พึ่งก็เลือกหันไปพึ่งสิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่นกัน ผู้วิจัยวิเคราะห์แล้วทำให้ทราบเหตุผลที่ว่าความกังวลใจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ถึงขนาดที่ว่าผู้ที่ไม่เชื่อเลือกทำตามผู้ที่มีความเชื่อ เพียงเพราะต้องการคลายความกังวลใจจากเรื่องราวให้กลายเป็นดี อีกทั้งรู้สึกไม่ได้ส่งผลเสียหายอะไรเป็นเพียงการลองพิสูจน์ความศักดิ์สิทธิ์ตามที่มีการกล่าวขานต่อกันมาเท่านั้นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จังหวัดนครราชสีมาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครราชสีมาได้

1.2 หน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านการส่งเสริมทางวัฒนธรรมสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมและผลักดันการเป็นหมอเพลงโคราชในระดับเยาวชน เพื่อเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกการสืบทอดอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป

1.3 สื่อพื้นบ้านอื่นสามารถนำรูปแบบการสื่อสารการแสดงเพลงโคราชไปปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของต่างๆ ให้เหมาะสมกับสื่อพื้นบ้านนั้นๆ เพื่อการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

2.1 การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาการแสดงเพลงโคราชแก่บ้าน ซึ่งการศึกษาในครั้งต่อไปสามารถศึกษาในประเด็นของการแสดงเพลงโคราชเพื่อการเฉลิมฉลองที่ทางจังหวัดนครราชสีมาได้มีการจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีเพื่อเฉลิมฉลองชัยชนะ

ของท้าวสุรนารี ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญที่ทางจังหวัดนครราชสีมาได้จัดขึ้นเพื่อเชิดชูเกียรติและยกย่องวีรกรรมของท้าวสุรนารี

2.2 ควรมีการศึกษาโดยนำแนวคิดสตรีนิยม (feminism)

มาอธิบายถึงสิทธิและความเสมอภาคของสตรี วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศโดยวิเคราะห์ผู้หญิงเป็นศูนย์กลาง สืบเนื่องจากประวัติศาสตร์ของท้าวสุรนารีได้มีการบันทึกไว้ถึงวีรกรรมการต่อสู้จนได้รับชัยชนะที่ทุ่งสัมฤทธิ์ ถือได้ว่าเป็นสตรีที่มีความกล้าหาญอย่างมาก สร้างคุณงามความดีต่อประเทศชาติและได้รับการยกย่องมาจนถึงปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อสารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ชนิษฐา นิลผึ้ง. (2549). *การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน : ศึกษากรณีงานปูนปั้น จังหวัดเพชรบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2538). *หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยศ สันตสมบัติ. (2540). *มนุษย์กับวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิพย์พชร ฤกษ์สุนทร . (2552). *การวิเคราะห์การปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต).
- เจียรชัย อิศรเดช และคณะ. (2547). *ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น*. (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว)). มหาวิทยาลัยรังสิต, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์.
- ศรัณยา สีนสมรส. (2546). *บทบาทที่เปลี่ยนไปของสื่อพื้นบ้านลิเกฮูลูที่มีต่อชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ.
- สมสุข หินวิมาน. (2548). *ทฤษฎีสถาบันวัฒนธรรมศึกษา ในประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 13). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Eric W Rothenbuhler. (1998). *Ritual communication: from everyday conversation to mediated ceremony*. Thousand Oaks: Sage Publications.

จันทบุรี: จากห้วงคำนึงคิดถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ

Chanthaburi: From Thinking of Home to Creating Oil Painting on Canvas

พิพัฒน์ บุญอุทัย¹

Pipat Boonapai

Article History

Received: July 8 2020

Revised: July 21, 2020

Accepted: July 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาและถ่ายทอดความสำคัญของความคิดถึง ความรัก ความอบอุ่นภายในครอบครัวในแง่ของจิตวิญญาณและความผูกพันระหว่างบุคคล วิเคราะห์และตีความเพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ 2. ศึกษาการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบที่ถ่ายทอดจากประสบการณ์ของศิลปินในยุคสมัยต่าง ๆ 3. สร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบที่ถ่ายทอดความรู้สึกออกมาจากประสบการณ์ตรง

“จันทบุรี: จากห้วงคำนึงคิดถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ” เป็นผลงานวิจัยที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความตั้งใจที่สะท้อนให้เห็นถึงความรัก ความสำคัญและความผูกพันของครอบครัว โดยถ่ายทอดเรื่องราวของวิถีชีวิตความเป็นอยู่และ อัตลักษณ์ของคนในครอบครัวที่เป็นคนพื้นถิ่นในจังหวัดจันทบุรี ผ่านผลงานจิตรกรรมบนผืนผ้าใบ

กระบวนการวิจัยเริ่มจากการศึกษาแนวคิดและการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินในลัทธิเรียลลิสม์และลัทธิอิมเพรสชันนิสม์ซึ่งทั้งสองลัทธินี้สะท้อนให้เห็นแนวคิดของศิลปินในการนำเสนอผลงานออกมาในรูปแบบความเป็นจริง แสดงออกถึงความรู้สึกและบอกเล่าถึงวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในช่วงเวลานั้น ๆ โดยแนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับงานของผู้วิจัยที่ต้องการสะท้อนภาพวิถีชีวิตของผู้คนในครอบครัวและวิถีชีวิตที่ตนเองได้ประสบตั้งแต่วัยเด็กจนกระทั่งถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีจิตวิทยา ของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ มาเป็นตัวช่วยวิเคราะห์อารมณ์ความรู้สึกเกี่ยวกับครอบครัว ทั้งความรู้สึกคิดถึงและความรัก จากการศึกษาทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยพบว่า ความรู้สึกรักและคิดถึงเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและยึดติดอยู่กับมัน เพื่อเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและสร้างความสบายใจ แต่ในความเป็นจริงแล้วมนุษย์ไม่ได้คำนึงว่าความรู้สึกสบายใจนั้นไม่สามารถดำรงอยู่ได้ตลอดไปจึงทำให้ผู้วิจัยเข้าใจกระบวนการความคิดที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้และได้ถ่ายทอดความคิดและความรู้สึกสู่ผลงานจิตรกรรมบนผืนผ้าใบออกมาทั้งหมด 14 ภาพ โดยแต่ละภาพแบ่งช่วงเวลาในการค้นคว้าออกเป็น 4 ช่วง เริ่มจากช่วงที่ 1 ค้นหาอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของคนไทย ช่วงที่ 2 ค้นหาหลักความคิดเกี่ยวกับความไม่คงทนของ

¹ สาขาวิชาทัศนศิลป์ ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department of Visual Arts Faculty of Fine and Applied Arts Chulalongkorn University

*Corresponding author Email: Pipat0188@gmail.com

งาม ช่วงที่ 3 สะท้อนวิถีชีวิตของชาวช่องผ่านภาพของบุคคลในครอบครัว ช่วงที่ 4 ถ่ายทอดผลงานเกี่ยวกับภาพของบุคคลในครอบครัวโดยมีความรักและความคิดถึงเป็นส่วนประกอบ

คำสำคัญ: จันทบุรี ชาวช่อง จิตรกรรม อัตลักษณ์ เรียลลิสม์ อิมเพรสชันนิสม์ จิตวิทยา

Abstract

The objectives of the research and development are 1. to study and demonstrate the significant of nostalgia, love, and family warmth in terms of soul and a deep bond by analyzing and interpreting in order to create a painting on canvas. 2. to study the creating of painting on canvas that being transmitted nostalgia by artist's experience from several period of time. 3. to create a painting on canvas which convey own feeling from direct experiences.

Chanthaburi: From thinking of home to creating oil painting on canvas is the research that being inspired by family determining to demonstrate their love and deep bond. The paintings demonstrate the way of life and identity of those local Chanthaburi through canvas paintings.

The research process starts from studying through the thought and creation of realist and impressionist artist, which they show their thought and way to demonstrate their work in realistic. Realism demonstrates realistic feelings and daily routines of people at that time which it conforms my research that show way of life through family members and also a researcher way of life which have been experiencing since the young age. Furthermore, the researcher does include Sigmund Freud theory in order to help analyzing regarding emotion and feeling toward family, whether it is the feeling of missing or love. According to what the researcher has studied the theory, the feeling of love and missing are just a process which is built by human being and we get stuck with it in order to hold it as an anchor in life and to comfort ourselves. Yet in the realistic, human has not realized that comfortableness is not last long, therefore after understanding the process, the researcher demonstrates the thought and feeling through canvas painting in the total of 14 art works. There are 4 part of the series, the first part is to research for identity and way of life of Thai. The second part, is to research for thought about beauty and impermanence of beauty. The third part to demonstrate way of life of Chong tribe through researcher's family member. The fourth part, to demonstrate the paintings through family member and put the feeling of love and missing as a part of the paintings.

Keywords: Chong, Painting, Identity, Realism, Impressionism, Psychology

บทนำ

ปัจจุบันครอบครัวของชนชาวไทย เกิดการเปลี่ยนแปลงตามยุคโลกาภิวัตน์ ต้องปรับตัวให้ดำเนินชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางความเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม เปลี่ยนจากครอบครัวใหญ่ในอดีตมาสู่ครอบครัวเดี่ยวในปัจจุบันที่แยกออกจากครอบครัวใหญ่เพื่อมาสร้างครอบครัวใหม่ของตนเอง เนื่องมาจากการย้ายถิ่นฐานเพื่อการประกอบอาชีพ มุ่งสู่ความเจริญทางวัตถุ หลีกหนีรากเหง้าที่เติบโตขึ้นมาเพื่อความเจริญก้าวหน้าของชีวิตและจำเป็นต้องประกอบอาชีพในเมืองใหญ่จนบางครั้งทำให้หลงลืมถิ่นฐานที่เติบโตมาและลืมความเป็นอยู่ในรูปแบบของครอบครัว

คำว่า ครอบครัว ก่อกำเนิดมาจากความรัก ความอบอุ่น ความสามัคคีปรองดอง และการเข้าใจซึ่งกันและกัน ครอบครัวเป็นเสมือนพื้นที่ที่คอยบรรเทาอาการเหนื่อยล้าทั้งทางใจและทางกาย กำลังใจจากครอบครัวเป็นเสมือนยาชูกำลังชั้นดีที่ทำให้เราสามารถต่อสู้และฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ เมื่อเกิดความท้อแท้และสิ้นหวัง ครอบครัวจึงนับว่าเป็นแหล่งพลังงานที่ดีที่สุดและแม้ว่าในปัจจุบันสภาพสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปแต่บทบาทของความเป็นครอบครัวในการมอบความรัก ความอบอุ่น การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกันยังคงอยู่เสมอ

ข้าพเจ้าเกิดในครอบครัวชาวนาน ที่มีภูมิถิ่นอาศัยอยู่ในจังหวัดจันทบุรี ได้พำนักอาศัยมาตั้งแต่เยาว์วัยจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่นั้น ผลงานจิตรกรรมชุด “จันทบุรี: จากห้วงคำนึงถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ” นี้จึงเกิดจากความตั้งใจที่จะถ่ายทอดให้เห็นถึงความสำคัญและความผูกพันที่ผ่านมา ในมุมของความเป็นครอบครัวที่แฝงไปด้วยความสุขและความอบอุ่นทุกครั้งที่คำนึงถึงบ้าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและถ่ายทอดความสำคัญของความคิดถึง ความรัก ความอบอุ่นภายในครอบครัวในแง่ของจิตวิญญาณและความผูกพันระหว่างบุคคล วิเคราะห์และตีความเพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ
2. เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบที่ถ่ายทอดออกมาจากประสบการณ์ของศิลปินในยุคสมัยต่าง ๆ
3. เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบที่ถ่ายทอดออกมาจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัย

นิยามคำศัพท์

ชาวช่อง หมายถึง ชนเผ่าโบราณอีกเผ่าหนึ่งในกลุ่มชาติพันธุ์ ออสโตร-เอเชียติก (Austro-Asiatic) ตระกูล มอญ-เขมร มีภาษาพูดของตนเองคือ ภาษาช่อง นับถือศาสนาพุทธ มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า

จิตรกรรม หมายถึง ศิลปะประเภทหนึ่งในทัศนศิลป์ เกี่ยวกับการเขียนภาพวาดภาพ รูปภาพที่เขียนหรือวาดขึ้น

อัตลักษณ์ หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

เรียลลิสม์ หมายถึง ลัทธิที่มีแนวคิดและการสร้างงานโดยยอมรับสภาพความจริง เป็นความจริงที่มองเห็นได้และพิสูจน์ได้

อิมเพรสชันนิสม์ หมายถึง ความรู้สึกประทับใจของมนุษย์จากสิ่งแวดล้อมที่เป็นสิ่งเร้าใจ

จิตวิทยา หมายถึง วิชาว่าด้วยจิตหรือวิทยาศาสตร์แขนงหนึ่งว่าด้วยปรากฏการณ์ พฤติกรรม และกระบวนการของจิต

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาแนวคิดและผลงานของศิลปินจากลัทธิเรียลลิสม์และลัทธิอิมเพรสชันนิสม์ จากนั้นศึกษาทฤษฎีจิตวิทยาของซิกมันด์ ฟรอยด์ เพื่อวิเคราะห์อารมณ์และความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับคนในครอบครัว จากนั้นค้นคว้าและทดลองโดยถ่ายทอดผลงานออกมาเป็นภาพของบุคคลใกล้ชิด คือ รุ่นพี่ เพื่อน และคนในครอบครัว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้สร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบที่ถ่ายทอดออกมาจากความคิดถึง ความรัก และความอบอุ่นภายในครอบครัว
2. สร้างสรรค์ผลงานศิลปะในรูปแบบของจิตรกรรมเหมือนจริง สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อในเรื่องของสถาบันครอบครัวอันเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของชนชาวไทย
3. สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในรูปแบบที่หลากหลายต่อไปในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎี

1. ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศิลปะลัทธิเรียลลิสม์ (Realism art)

คำว่าเรียลลิสม์ (Realism) หรือสำนึกนิยม หมายถึง ลัทธิที่มีแนวคิดและการสร้างงานโดยยอมรับสภาพความจริง เป็นความจริงที่มองเห็นได้และพิสูจน์ได้ ในทางศิลปกรรมหมายถึง ผลงานที่เป็นความจริงทั้งเรื่องราวเนื้อหาและรูปแบบ ในทางภาษาไทย ได้มีผู้บัญญัติศัพท์ไว้ว่า สำนึกนิยม สัจธรรมนิยม อัตถนิยม หรือ ประจักษ์นิยม แต่ในที่นี้ขอใช้คำว่า “เรียลลิสม์” ศิลปินเรียลลิสม์คัดค้านการนำผลงานในอดีตมาปฏิบัติใหม่ พวกเขาไม่เห็นด้วยกับพวกนีโอคลาสสิกที่พยายามนำเอาของเก่ามาสร้างใหม่ ในขณะเดียวกันก็ไม่ชอบปฏิกิริยาตนเองหรือหันหน้าไม่กล้าสู้กับสภาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในสังคมมนุษย์ จนต้องมาสร้างโลกแห่งความฝันจินตนาการส่วนตนเหมือนดังเช่นศิลปินโรแมนติกรกระทำกัน ศิลปินเรียลลิสม์เสนอแนวปฏิบัติที่มีจุดมุ่งหมายแสดงถึง “ความจริง” ในสรรพสิ่งทั้งหลายที่เป็นอยู่ ต้องการสร้างผลงาน ที่นี้และเดี๋ยวนี้ (Here and now) โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงอดีตหรือแม้แต่หลักตาคิดฝัน ศิลปินเรียลลิสม์จะรวบรวมปัญหาการสร้างสรรค์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้กับหลักทฤษฎีใหม่ ทฤษฎีใหม่นี้มีพื้นฐานอยู่บนการสังเกตสรรพสิ่งทั้งหลายที่ประจักษ์กับสรรพสิ่งที่แวดล้อม (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2558)

ช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 19 มีสิ่งประดิษฐ์ที่ส่งผลกระทบวงการศิลปะ คือ กล้องถ่ายภาพตาแกร์โรไทป์ (Daguerreotype) ที่ประดิษฐ์โดยศิลปินชาวฝรั่งเศส ชื่อ หลุยส์ ตาแกร์ (Louis Jacques Mande Daguerre, ค.ศ. 1787-1851) ศิลปินเริ่มหันเหความสนใจจากภาพวาดที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ไปสนใจภาพบันทึกความจริงในธรรมชาติ ความจริงในสังคมเป็นการสนใจในสิ่งที่มองเห็นมากกว่าจินตนาการ ศิลปินนิยมวาดภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ มีความสนใจปัญหาสังคม ไม่ชอบงานแบบเพื่อผินเลือนลอยตามอารมณ์ จุดเด่นของศิลปะแบบสำนึกนิยม คือ วาดภาพที่เป็นเรื่องราวที่ตนเคยเห็น ถ่ายทอดชีวิตความเป็นอยู่ ที่แท้จริงของสังคมและปัญหาต่าง ๆ ทำทุกอย่างเพื่อให้การช่วยเหลือสังคมและรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนทำลงไป สร้างงานศิลปะเพื่อถ่ายทอดเรื่องจริง ความถูกต้อง ความงดงามในมุมมองที่ชัดเจน (พิบูล ไวจิตรกรรม, 2559)

1.1.1 ศิลปินในลัทธิเรียลลิสม์

1.1.1.1 คูเบต์ (Gustave Courbet) เป็นศิลปินชาวฝรั่งเศส เป็นลูกของครอบครัวชาวนาชนชั้นล่าง เขาได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้นำของลัทธิเรียลลิสม์อย่างแท้จริง เนื่องจากเขาแสดงปรากฏการณ์ความจริงในผลงานจิตรกรรมของเขาอย่างเชื่อมั่นและชัดเจน เขาเริ่มต้นทำงานศิลปะด้วยการลอกเลียนผลงานต่าง ๆ ของศิลปินชื่อดัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลงานของศิลปินชาวดัตช์อย่างแรมบรันต์ (Rembrandt Harmenszoon van Rijn) คูเบต์มีความเชื่อว่า การนำเสนอเรื่องราวในงานศิลปะนั้น จะต้องนำเสนอสิ่งที่เคยเห็นและเกิดขึ้นจริงเท่านั้นถ้าศิลปินวาดรูปสิ่งที่ไม่เคยเห็น ภาพวาดจะมีความสวยงามได้อย่างไร นอกจากการวาดภาพแล้วเขามีความสนใจเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในยุคนั้น ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้เขามักจะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตคนชนบทและชนชั้นต่ำ

1.1.1.2 มิลเลต์ (Jean Francois Millet) เป็นศิลปินชาวฝรั่งเศสที่มีฝีมือการวาดภาพเหมือนระดับดีเยี่ยมคนหนึ่ง ช่วงแรกนั้นเขายังไม่ได้วาดภาพตามแนวทางเรียลลิสม์ มิลเลต์เริ่มต้นด้วยการวาดภาพเหมือนบุคคล ศาสนา ภาพทิวทัศน์ทั่ว ๆ ไป ก่อนที่เขาจะหันมาวาดภาพแนวเรียลลิสม์ ในช่วงปี ค.ศ. 1848 เป็นต้นมา เขามักจะถูกจดจำในฐานะของศิลปินที่ชอบวาดภาพเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวนา เพราะว่าเป็นสมัยนั้นชาวนามักจะถูกรังแกจากพวกชนชั้นสูงหรือเจ้าของที่ดินที่ขบเอาเปรียบ มิลเลต์จึงต้องการนำเสนอความจริงอันน่าหดหู่เช่นนี้สู่สังคม

1.1.1.3 โดเมียร์ (Honore Daumier) เป็นศิลปินชาวฝรั่งเศสผู้มีความสามารถหลากหลาย เขามีทั้งทักษะด้านจิตรกรรม วาดภาพประกอบเรื่องในหนังสือพิมพ์และวาดการ์ตูน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวาดการ์ตูนการเมือง ซึ่งกลายเป็นอาชีพที่ทำให้คนรู้จักเขาเป็นจำนวนมาก ในปี ค.ศ. 1834 จากการวาดการ์ตูนวิจารณ์สถานการณ์ทางการเมือง ทำให้เขาถูกการเมืองเล่นงานชีวิตของเขาอย่างหนักหนาสาหัส ส่วนในฐานะจิตรกรนั้น โดเมียร์มักจะวาดภาพเกี่ยวกับการเสียดสีสังคม การวิจารณ์ข้อขัดแย้งระหว่างชนชั้นทางสังคม

1.1.1.4 แอนดรูว์ ไวเอท (Andrew Wyeth) อธิพิพลจากแอนดรูว์ ไวเอท การสร้างสรรค์งานจิตรกรรมบนผ้าใบ กล่าวได้ว่าเป็นแนวความคิดในการสร้างสรรค์เพื่อแสดงออกถึงห่วงอาวมณ์ความรู้สึก การพลัวไหว อ่อนหวาน แสดงอารมณ์ผ่าน

ทางท่วงท่าและสีสันทันที่เลือกใช้ สร้างสรรค์ภาพเหมือนจริงที่ส่งผ่านอารมณ์ได้อย่างชัดเจน เป็นการหลอมรวมองค์ประกอบของภาพที่สื่อถึงอารมณ์ สุข ความเศร้า ความคิดถึงอาลัยอาวรณ์ ซึ่งสื่อออกมาจากตัวตนของศิลปินแสดงออกผ่านผลงาน

1.1.1.5 ชัคโคลส (Chuck Close) เป็นศิลปินในยุคโฟโต้เรียลลิสม์ (Photo Realism) ก่อนศตวรรษที่ 20 คือในช่วงศตวรรษที่ 19 นั้น วิวัฒนาการทางภาพถ่ายเจริญรุดหน้าควบคู่กันไปกับการศึกษาศิลปะ ทำให้ผลิตศิลปินที่สร้างสรรค์ผลงานทั้งในด้านจิตรกรรม หรือประติมากรรม ในแนวเหมือนจริงอย่างกว้างขวาง ศิลปินชัค โคลส ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพถ่ายที่เน้นใบหน้าของคน ภาพเขียนที่มีขนาดใหญ่กว่าภาพถ่ายหลายเท่า ชัค โคลส ใช้เทคนิค Airbrush ความนุ่มนวลของภาพทำให้ภาพเขียนดูมีลักษณะเหมือนภาพถ่ายจริง ๆ

1.2 ศิลปะลัทธิอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism art)
ศิลปะลัทธิอิมเพรสชันนิสม์เริ่มก่อตัวขึ้นจากศิลปินกลุ่มหนึ่งเริ่มมีแนวคิดที่จะหลีกเลี่ยงจากแนวทางการสร้างสรรค์งานศิลปะแบบเดิม ๆ โดยมองว่างานศิลปะไม่จำเป็นจะต้องใกล้เคียงให้เรียบ ยึดถือความงามแบบกรีกและโรมัน การสร้างความสะท้อนใจและเลียนแบบธรรมชาติหรือเหตุการณ์ดังตาเห็นเหมือนที่ได้ปฏิบัติกันมาในยุคก่อน แต่ศิลปะควรแสดงถึงความประทับใจในเรื่องราวต่าง ๆ มากกว่า เพื่อให้ผู้ชมที่ได้รับรู้เกิดความประทับใจเหมือนกับที่ศิลปินรู้สึก จากการศึกษาคุณสมบัติของแสงทำให้ศิลปินอิมเพรสชันนิสม์เชื่อว่าแสงประกอบด้วยสีจำนวนมาก ดังนั้นศิลปินก็จะถ่ายทอดแสงในบรรยากาศนั้น ๆ ด้วยสีสันทันต่าง ๆ ตามสายตาและความรู้สึกของตน ในช่วงเวลานั้นศิลปะแนวอิมเพรสชันนิสม์ถือเป็นรูปแบบที่ใหม่มาก ประกอบกับศิลปินในขณะนั้นรู้สึกเบื่อหน่ายต่อหลักเกณฑ์ความงามตามแบบเดิม ซึ่งไม่มีความรู้สึกท้าทายอีกต่อไป ส่งผลให้ศิลปะลัทธินี้แพร่ขยายไปทั่วยุโรปอย่างรวดเร็ว (จิระพัฒน์พิตรปรีชา, 2547)

1.2.1 ศิลปินลัทธิอิมเพรสชันนิสม์

1.2.1.1 เดอกาส์ (Edgar Degas) ศิลปินชาวฝรั่งเศส ครอบครัวมีฐานะดี ในวัยเด็กนั้นเขาเรียนกฎหมายเพื่อตามใจพ่อ แต่ต่อมาเขาก็เลิกเรียนเพื่อไปศึกษาศิลปะอย่างเต็มที่ ทำให้มีทักษะทางศิลปะที่หลากหลาย ทั้งด้านจิตรกรรม ประติมากรรม งานพิมพ์ รวมถึงงานเขียนแบบ เขาเป็นศิลปินที่ชื่นชอบการ

วาดภาพนักเต้นบัลเลต์ การฝึกซ้อมระบำและภาพที่มีลักษณะเคลื่อนไหว จุดเด่นของเขาคือ การใช้เส้นและสีที่สามารถแสดงความรู้สึก จังหวะการเคลื่อนไหวของนักแสดงได้อย่างพลิ้วไหวอ่อนช้อย การจัดองค์ประกอบภาพที่สลับซับซ้อน ความละเอียดและความกลมกลืนในการจัดวางท่าทางคนให้สัมพันธ์กับสัดส่วนทางกายวิภาค (จรุงยศ อรัญยานาค, 2555)

1.2.1.2 ปีแยร์-โอกุสต์ เรอโนัวร์ (Pierre-Auguste Renoir) เป็นจิตรกรคนสำคัญหนึ่งในผู้สร้างศิลปะอิมเพรสชันนิสม์ที่ให้ความสำคัญของการใช้สีสันทันอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าให้รายละเอียดที่เหมือนจริง เขาได้ชื่อว่าเป็นศิลปินผู้มีสายตาเพื่อความงาม ผลงานของเขาสะท้อนชีวิตที่รื่นรมย์ของชาวปารีสในช่วงสามทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ 19 ได้อย่างโดดเด่น แม้ช่วงหลังเขาเป็นโรคไขข้ออักเสบที่ทำให้เขาเคลื่อนไหวลำบาก บางครั้งนิ้วมือเป็นอัมพาตขยับไม่ได้ แต่เขาก็ไม่ย่อท้อหาวิธีเขียนภาพจนได้ เรอโนัวร์เป็นศิลปินที่ได้รับการยกย่องและมีชื่อเสียงมากที่สุดคนหนึ่งของโลก

สรุป จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะลัทธิเรียลลิสม์และศิลปะลัทธิอิมเพรสชันนิสม์ พบว่าแนวความคิดหลักของศิลปะทั้งสองลัทธินี้มุ่งเน้นไปในทิศทางของการสะท้อนความเป็นจริงในสังคม หรือตามที่ดวงตาของศิลปินมองเห็นอย่างตรงไปตรงมา ต่างกันเพียงรูปแบบของผลงานที่ศิลปินได้สร้างสรรค์ออกมา ซึ่งรูปแบบของศิลปะลัทธิอิมเพรสชันนิสม์นั้นมีความแปลกใหม่มากกว่า โดยการศึกษาเรื่องแสง เชื่อว่าในแสงและเงานั้นประกอบด้วยสีต่าง ๆ มากมาย ด้วยหลักการนี้เองศิลปินในลัทธินี้จึงมักจะไม่ใช่สีดำในการสร้างสรรค์ผลงาน แต่ใช้สีที่มีความสด สะดุดตา มากกว่างานในรูปแบบของศิลปะลัทธิเรียลลิสม์

ในเรื่องของแนวความคิด ศิลปินทั้งสองลัทธิยังคงให้ความสำคัญไปในทิศทางเดียวกันทั้งเรื่องการสะท้อนความเป็นจริงในสังคมหรือสภาพแวดล้อม รวมไปถึงสภาพสังคมที่โหดร้าย การค้าประเวณี การกดขี่ทางสังคม การแบ่งชนชั้น หรือแม้กระทั่งทิวทัศน์ทุ่งหญ้าที่สวยงาม เป็นต้น อีกทั้งแสดงให้เห็นว่าแม้ศิลปินมีฐานะยากจนหรือร่ำรวยหรืออยู่ต่างลัทธิรวมทั้งยุคสมัย แต่ศิลปินยังคงมีจุดร่วมความคิดที่คล้ายกัน นั่นคือ สะท้อนภาพผลงานออกมาอย่างซื่อตรงและแสดงความเป็นจริงให้เห็นผ่านดวงตาของศิลปินลงสู่ผลงานทางจิตรกรรม

จากการศึกษาข้อมูลของทั้งสองลัทธิศิลปะนี้ผู้วิจัยได้เห็นถึง แนวความคิดร่วมที่ตรงกันและได้นำมาปรับใช้กับแนวความคิดของผู้วิจัยเอง ในส่วนของแนวคิดนั้นผู้วิจัยต้องการแสดงออกถึง ความรักความอบอุ่นภายในครอบครัวและในส่วนถัดมาคือการนำเสนอสภาพความเป็นอยู่ หรือวิถีชีวิตของบุคคลภายในครอบครัว สะท้อนสภาพความเป็นจริงจากเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินชีวิต ส่วนรูปแบบการสร้างสรรคผลงานของผู้วิจัยไม่มุ่งเน้นไปในแนวทางของศิลปะลัทธิใดลัทธิหนึ่งโดยตรง แต่เลือกเอาข้อดีและทักษะจากศิลปินในลัทธิอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยเห็นชอบ มาปรับใช้และพัฒนาตัวผลงานให้มีความเป็นสมัยใหม่และเฉพาะตัวมากกว่า

2. ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์จิตรกรรมบนผ้าใบ

2.1 ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic theory)

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) แบ่งจิตออกเป็น 3 ระดับ

2.1.1 จิตสำนึก (Conscious mind) เป็นสภาพที่เรารู้ตัวว่าคือใคร อยู่ที่ไหนต้องการอะไร หรือกำลังรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งใด เมื่อแสดงพฤติกรรมอะไรออกไปก็แสดงออกไปตามหลักเหตุและผล แสดงตาม แรงผลักดันจากภายนอก สอดคล้องกับหลักแห่งความเป็นจริง

2.1.2 จิตกึ่งรู้สำนึก (Preconscious mind) เป็นจิตที่เก็บสะสมข้อมูลประสบการณ์ไว้มากมาย มีได้รู้ตัวในขณะนั้น แต่พร้อมดึงออกมาใช้ให้อยู่ในระดับจิตสำนึก เช่น เดินสวนกับคนรู้จัก เดินผ่านเลยมาแล้วนึกขึ้นได้รีบกลับไปทักทายใหม่ เป็นต้น และอาจถือได้ว่าประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เก็บไว้ในรูปของความจำเป็นส่วนหนึ่งของจิตกึ่งรู้สำนึกด้วย เช่น ความขมขื่นในอดีต ถ้าไม่คิดถึงก็ไม่รู้สึกละไร แต่ถ้านึกทบทวนเหตุการณ์ที่ไรก็ทำให้เศร้าได้ทุกครั้ง เป็นต้น

2.1.3 จิตไร้สำนึก (Unconscious mind) เป็นส่วนของพฤติกรรมภายในที่ผู้ป่วยไม่รู้สึกรู้ตัวเลย อาจเนื่องมาจากผู้ป่วยพยายามเก็บกดไว้ เช่น อิจฉาน้องเกลียดแม่อยากทำร้ายพ่อ ซึ่งเป็นความต้องการที่สังคมไม่ยอมรับ หากแสดงออกไปมักถูกลงโทษ ดังนั้นจึงต้องเก็บกดไว้ หรือพยายามที่จะลืม ในที่สุดดูเหมือนลืมได้ แต่ที่จริงไม่ได้หายไปไหนยังมีอยู่ในสภาพจิตไร้สำนึกยังอาจเป็นเรื่องของจิต (id) ซึ่งมีอยู่ในตัวเรา เป็นพลังที่ผลักดันให้เราแสดงพฤติกรรมตามหลัก

แห่งความพอใจ แต่สิ่งนั้นถูกกดหรือข่มไว้จนถอยร่นไปอยู่ในสภาพที่เราไม่รู้ตัว

นอกจากนี้ ฟรอยด์ได้ศึกษาถึงโครงสร้างทางจิตพบว่าสามารถแบ่งองค์ประกอบของพลังจิต (Psychic energy) เป็น 3 ส่วน คือ id, ego และ superego ซึ่งเป็นแรงขับให้กระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้

1. อิด (Id) หมายถึง ดันหาหรือความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็นสิ่งที่ยังไม่ได้ขัดเกลา ซึ่งทำให้มนุษย์ทำทุกอย่างเพื่อความพึงพอใจของตนเองหรือทำตามหลักของความพอใจ (Pleasure principle) เปรียบเหมือนสันดานดิบของ มนุษย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น สัญชาตญาณแห่งการมีชีวิต (Life instinct) และสัญชาตญาณแห่งความตาย (Death instinct)

2. อีโก้ (Ego) หมายถึง ส่วนที่ควบคุมพฤติกรรมที่เกิดจากความต้องการของ id โดยอาศัยกฎเกณฑ์ ทางสังคม และหลักแห่งความจริง (Reality principle) มาช่วยในการตัดสินใจ ไม่ใช่แสดงออกตามความพอใจของตนแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องคิดแสดงออกอย่างมีเหตุผลด้วย นั่นคือบุคคลจะแสดงพฤติกรรมโดยมีเหตุและผลที่เหมาะสมกับกาลเทศะ ในสังคมจึงเป็นบุคลิกภาพที่ได้รับการยอมรับมากในสังคม

3. ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) หมายถึง มโนธรรมหรือจิตส่วนที่ได้รับการพัฒนาจากประสบการณ์ การอบรมสั่งสอน โดยอาศัยหลักของศีลธรรมจรรยา ขนบธรรมเนียมประเพณี และค่านิยมต่าง ๆ ใน สังคมนั้น superego จะเป็นตัวบังคับและควบคุมความคิดให้แสดงออกในลักษณะที่เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม โดยยึดหลักค่านิยมของสังคม (Value principle) ที่ตัดสินว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่ดีในสังคม

สรุป อิทธิพลจากซิกมันด์ ฟรอยด์ สู่การสร้างสรรคงานจิตรกรรมบนผ้าใบ จากหลักการของฟรอยด์นั้น ส่วนใหญ่นั้นจะมุ่งเน้นไปในส่วนของการทำความเข้าใจกับระบบความคิด เรื่องของจิตใต้สำนึก ที่เป็นสัญชาตญาณที่ติดตัวเรามาแต่เกิด ความทรงจำในวัยเด็ก ส่งผลต่อการระบบความคิด และการแสดงออกของพฤติกรรมที่แสดงในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน โดยทฤษฎีดังกล่าวมีส่วนช่วยให้ผู้วิจัยสามารถจัดลำดับและหาความเป็นเหตุเป็นผลของระบบความคิดได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ความเป็นมาของครอบครัว (ชาวของ จังหวัดจันทบุรี)

3.1 จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดทางชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย มีเนื้อที่ 6,388 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศประกอบไปด้วยป่าไม้ ภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลุ่มน้ำ และที่ราบชายฝั่งทะเล อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 238 กิโลเมตร ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดจันทบุรีอาศัยอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัด โดยอาชีพที่ประชากรในจังหวัดนิยมประกอบอาชีพมากที่สุดคือเกษตรกรรมและประมง และศาสนาที่มีการนับถือมากที่สุดในจังหวัดคือศาสนาพุทธ

3.2 ชาวของ เป็นชนเผ่าโบราณอีกเผ่าหนึ่งในกลุ่มชาติพันธุ์ ออสโตร-เอเชียติก ตระกูล มอญ-เขมร มีภาษาพูดของตนเองคือ ภาษาของ แต่ไม่มีภาษาเขียน นับถือศาสนาพุทธ มีวัฒนธรรมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า ซึ่งอาจมีมาแต่ก่อนสมัยสุโขทัยสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เช่น การใช้ต้นคลุ้มมาจักสานสมุก ขนาง เสวียน มีประเพณีผีโรง ผีหึ่ง ทำมาหากินด้วยการหาของป่าล่าสัตว์ ทำไร่ ทำนา และปลูกต้นกระวาน ซึ่งชาวอินเดียและอาหรับชอบมาก

4. องค์ประกอบศิลป์ในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรม

4.1 องค์ประกอบศิลป์ (Composition) ประกอบขึ้นจากหลากหลายที่มา แต่มีส่วนสำคัญเพียง 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งมาจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ ต้องรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสไม่ว่าส่วนใดก็ส่วนหนึ่ง (รูปทรง) ส่วนที่สอง คือองค์ประกอบนามธรรม (เนื้อหา) ผู้วิจัยจะนำเสนอในด้านเนื้อหา เป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์ผลงาน

4.2 ทิศนาถ (Visual elements) หมายถึง ธาตุแห่งการมองเห็นหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญในงานศิลปะหรือทัศนศิลป์ ได้แก่ จุด เส้น สี แสงเงา รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว เป็นต้น ซึ่งเราสามารถนำส่วนประกอบแต่ละอย่างมาสร้างเป็นงานศิลปะได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งให้ความรู้สึกในการมองเห็นที่แตกต่างกันไป

องค์ประกอบศิลป์และทัศนธาตุเป็นส่วนที่ส่งเสริมให้ผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะมีหลักการ เช่น การใช้เส้น สี แสง เงาและพื้นผิวในการสร้างบรรยากาศของผลงาน โดยผู้วิจัยได้ยึดและปรับใช้หลักการทางศิลปะเพื่อเป็นส่วนส่งเสริมให้กับผลงานมีคุณค่าในด้าน

ของความงามและสุนทรียภาพในผลงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลักการต่าง ๆ ที่ปรากฏล้วนเคยเกิดขึ้นมาแล้วตามลัทธิศิลปะต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์รูปแบบเป็นของตนเอง (ชูลัดนิ่มเสมอ, 2538)

5. สรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

“จันทบุรี : จากห้วงคำนึงถึงบ้านสูงงานจิตรกรรมบนผ้าใบ” คือ การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และห้วงคำนึงถึงบ้าน โดยแสดงออกผ่านทัศนธาตุออกมาเป็นภาพเหมือนบุคคลที่คุ้นเคยในวัยเด็ก และเป็นบุคคลในครอบครัวที่เรามักจะนึกถึงในอิริยาบถที่พบเห็นจนคุ้นเคย ทั้งการใช้ชีวิตเกษตรกรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้าน

ในการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยเลือกนำเสนอผลงานในรูปแบบของผลงานจิตรกรรมสองมิติ ที่มีขึ้นมายาวนานตั้งแต่สมัยที่มนุษย์ยังไม่รู้จักการใช้ภาษา หรือคิดค้นตัวอักษรเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ในยุคนั้นศิลปะเป็นตัวช่วยสำคัญในการแสดงความต้องการของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ผลงานศิลปะทุกชิ้นนั้นมีล้วนคุณค่าในตัวของมันเอง คุณค่าจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการทำงานและความคิดของศิลปิน และยังมีตัวแปรอื่นอีก อาทิเช่น ช่วงเวลาและยุคสมัยที่สร้างผลงาน กล่าวคือศิลปินที่สร้างผลงานได้เสียชีวิตลงไปแล้ว หรือ เรื่องราวทางศาสนา การเมือง สังคม การเสียสละ การแบ่งแยกชนชั้น โสเภณี ความรัก เสรีภาพ ฯลฯ แม้กระทั่งภาพวาดดอกไม้ในแจกัน ก็มีคุณค่ามากมาย ขึ้นอยู่กับการใช้วิจารณญาณของผู้ที่เข้าชมและเข้าใจถึงวิถีชีวิต และความต้องการแสดงออกทางด้านเนื้อหาของศิลปิน

วิธีการศึกษา

1. การเก็บข้อมูล

ศึกษาวิถีชีวิตของบุคคลในครอบครัว ด้วยผู้วิจัยเติบโตขึ้นจากครอบครัวของชาวสวนผลไม้ ที่มีอาชีพหลักคือการทำเกษตรกรรม ทำให้การใช้ชีวิตส่วนใหญ่ตั้งแต่วัยเด็กนั้นอยู่ภายในพื้นที่ทำการเกษตรกรรมที่รายล้อมไปด้วยต้นผลไม้ นานาพันธุ์ และได้รับการถ่ายทอดความรู้ การสร้างเสริมประสบการณ์ที่ถูกรับมาเฉพาะจากครอบครัวและเรียนรู้หลักการการทำเกษตรกรรมจากครอบครัวที่ส่งต่อรุ่นสู่รุ่น

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน

2.1 การเลือกใช้วัสดุ การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมพื้นผิวของผลงานจิตรกรรมนิยมใช้ผ้าใบ (Canvas) เป็นพื้นฐาน สำหรับผู้วิจัยใช้ผ้าใบซึ่งเฟรมเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าซึ่งมีขนาดแตกต่างกันในแต่ละผลงาน การใช้สีบนผ้าใบค่อนข้างมีความหลากหลายและเป็นอิสระ โดยเลือกใช้สีน้ำมันบนผ้าใบ (Oil on canvas)

2.2 การทำภาพต้นแบบ (Sketch) ในขั้นตอนการร่างภาพต้นแบบนั้น สำหรับผู้วิจัยเป็นการถ่ายทอดภาพที่อยู่ในหัวที่มีสถานะเป็นเพียงความรู้สึกนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมให้ได้ โดยใช้สื่อมีเดียเป็นส่วนช่วยในการจัดองค์ประกอบภาพ ความสมจริง สี สัน บรรยากาศภายในภาพ ให้ผลงานนั้นออกมาสมจริงและใกล้เคียงกับภาพที่จินตนาการไว้

2.3 อุปกรณ์ในการสร้างสรรค์ จานสี, สื่อผสมสีน้ำมัน, พู่กัน, น้ำมันสน, เกรียง, อุปกรณ์ดัดเฟรม, สีน้ำมันและผ้าใบ

3. วิธีการสร้างสรรค์ผลงาน

3.1 เตรียมเฟรมไม้ และผ้าใบตามขนาดที่กำหนด โดยใช้อุปกรณ์ดัดเฟรมและผ้าใบทำการขึงผ้าใบและเฟรมเข้าด้วยกัน ให้มีความตึงพอสมควร และไม่ควรหย่อนมากเกินไปเนื่องจากจะทำให้เวลาที่ระบายสีนั้นจะควบคุมพู่กันได้ยาก

3.2 ทำการลงสีรองพื้น หลังจากทำการดัดเฟรมยึดเข้ากับผ้าใบเรียบร้อยแล้วประมาณสองถึงสามรอบ

3.3 ร่างภาพด้วยดินสอ ปากกาหรือสีที่เข้มกว่าสีรองพื้น

3.4 ลงสีชั้นที่ 1 เป็นการสร้างค่าน้ำหนักโดยรวมให้กับผลงาน

3.5 ลงสีชั้นที่ 2 เป็นการสร้างค่าน้ำหนักทั้งหมดภายในภาพให้ชัดเจนและเด่นชัดมากขึ้น

3.6 ขั้นตอนสุดท้าย เป็นการสร้างบรรยากาศให้กับภาพ โดยการสร้างพื้นหลังให้กับผลงานกำหนดค่าความเข้มของแสงเงาและความสดใสของเนื้อสีภาพในภาพ



ภาพที่ 1 เฟรมผ้าใบ
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563



ภาพที่ 2 การลงสีรองพื้นเฟรมผ้าใบ
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563



ภาพที่ 3 การร่างภาพ
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563



ภาพที่ 4 การลงสีชั้นที่ 1
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563



ภาพที่ 5 การลงสีขั้นที่ 2
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563



ภาพที่ 6 ภาพสมบูรณ์
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2563

ผลการศึกษา

1. การพัฒนาผลงานช่วงที่ 1 ผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องของคนในสังคมไทย วัฒนธรรมความเป็นไทย และการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม และการวิวัฒนาการของวัฒนธรรมและในรูปแบบของตัวผลงานในช่วงที่ 1 นี้ผู้วิจัยเริ่มต้นทดลองไม่สร้างบรรยากาศภายในภาพเพื่อให้การใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ภายในผลงานแสดง ความหมายของตัวสัญลักษณ์นั้น ๆ ออกมาให้ได้มากที่สุด โดยไม่นำเอาความกลมกลืนของบรรยากาศมาใช้ หรือนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานน้อยที่สุด

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 7) การทดลองค้นหาอัตลักษณ์ของคนไทย ที่อยู่ในชนชั้นกลาง โดยเริ่มจากความพื้นฐาน คือเสื้อผ้าเครื่องแต่งการที่สื่อถึงความเป็นไทย อุปนิสัยและกิจวัตรประจำวัน อาทิ การกินดื่ม สังสรรค์

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 8) เริ่มนำสัญลักษณ์มาใช้ในการช่วยสื่อความหมายให้กับผลงานมากขึ้น โดยเลือกใช้สัญลักษณ์ที่มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของคนไทย ในผลงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจไปที่ผู้คนในสังคมไทย ที่มีอาชีพเกษตรกรรม และบทบาทของระบบทุนนิยมที่มีผลโดยตรงกับผู้คนกลุ่มนี้ ประหนึ่งว่าปากท้องของผู้คนกลุ่มนี้ ถูกจำกัดอยู่ในกรอบของความเป็นทุนนิยม จึงมีผลโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 7 ชื่อผลงาน Culture evolution1
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2560



ภาพที่ 8 ชื่อผลงาน Culture evolution2
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2560



ภาพที่ 9 ชื่อผลงานความงามของสตรีเพศ 3
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2560



ภาพที่ 10 ชื่อผลงานความงามของสตรีเพศ 4
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2560

2. การพัฒนาผลงานช่วงที่ 2 ผลงานของผู้วิจัยในช่วงนี้เป็นการทดลองหาคำตอบเกี่ยวกับคุณค่าของความงามทั้งภายนอกและภายในสรีระร่างกายของสตรีเพศ ที่มีสาระในด้านความเชื่อตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม หลักความคิดของผู้คนในปัจจุบัน และอดีต

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 9) ต่อมาในผลงานชิ้นนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และองค์ประกอบภาพภาพทั้งหมด โดยเน้นการเขียนสรีระทางร่างกายของสตรีเพศ และสัญลักษณ์บางอย่างอาทิเช่น ดอกไม้ ที่ผู้วิจัยหยิบยกมาสร้างสรรค์เพื่อต้องการจะสื่อถึงว่า ไม่ดีสิ่งใดคงอยู่ไปได้ตลอดกาล เหมือนอย่างดอกไม้ที่ไม่ว่าจะสวยงามเพียงใดก็ต้องย่อมเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ทั้งนี้ก็เพื่อให้การสื่อความหมายของภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิด

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 10) เป็นผลงานชิ้นสุดท้ายของการทดลองศึกษาในช่วงที่ 2 ผู้วิจัยยังคงให้ความสนใจเกี่ยวกับเนื้อเรื่องเดิมจากผลงาน ความงามของสตรีเพศ 3 เพียงแต่ได้ปรับเปลี่ยนมุมมอง และทำการจัดองค์ประกอบภาพให้ แล้วได้เพิ่มเติมในส่วนของสัญลักษณ์บางอย่างที่ช่วยสื่อให้เห็นถึงความไม่คงทน เช่น ประติมากรรมหรือดอกไม้ ที่ย่อมเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา หากไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่ เป็นต้น

3. การพัฒนาผลงานช่วงที่ 3 ผู้วิจัยได้เริ่มตกตะกอนความคิด ผู้วิจัยจึงสามารถรับรู้ได้ว่าตนเองให้ความสำคัญและชื่นชอบในเรื่องราวของบุคคลไม่ว่าจะเป็นบริบทใดก็ตาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำหลักการนี้มาใช้ในผลงานของผู้วิจัยเอง นั่นคือเรื่องราวของความคิดถึง และได้เริ่มทำการทดลองในเรื่องนี้เพื่อต่อยอดเป็นศิลปินพันธ์ต่อไป



ภาพที่ 11 ชื่อผลงานกลิ่นอายความอบอุ่น
ของครอบครัว 3
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2561



ภาพที่ 12 ชื่อผลงานกลิ่นอายความอบอุ่น
ของครอบครัว 4
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2561



ภาพที่ 13 ชื่อผลงานพ่อ
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2562



ภาพที่ 14 ชื่อผลงานแม่
โดย ผู้วิจัย, พ.ศ.2562

4. การพัฒนาผลงานช่วงที่ 4 คือ ผลงานศิลปะนิพนธ์ ภายใต้หัวข้อ “จันทบุรี: จากห้วงคำนึงถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ”

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 13) บุคคลต่อมาที่ผู้วิจัยกล่าวถึงก็คือ พ่อ พ่อเป็นบุคคลที่ได้รับอิทธิพลและแบบอย่างมาจากตา ตาได้ถ่ายทอดการดำเนินชีวิตมาสู่พ่อที่เป็นรุ่นลูก โดยให้พ่อรับช่วงต่อการทำสวน ผู้วิจัยได้มองเห็นภาพที่พ่อแบกอุปกรณ์ในการทำเกษตรเพื่อไปดูแลพืชพรรณ ต้นไม้ในสวนอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นภาพคุ้นชินที่ผู้วิจัยได้เห็นตั้งแต่เด็กจนโต

อภิปรายการสร้างสรรค์ (ภาพที่ 14) บุคคลต่อมาที่ผู้วิจัยกล่าวถึง คือ แม่ แม่คือเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจของคนในครอบครัว โดยเฉพาะตัวของผู้วิจัยเอง แม่ดำเนินชีวิตประจำวันอย่างเรียบง่าย เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับตัวผู้วิจัย และผู้วิจัยจึงได้นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันและเป็นแนวคิดในการใช้ชีวิตอย่างเรียบง่าย

อภิปรายผล

“จันทบุรี : จากห้วงคำนึงถึงบ้านสู่งานจิตรกรรมบนผ้าใบ” คือ การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมบนผ้าใบ เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และห้วงคำนึงถึงบ้าน ซึ่งอยู่ในความรู้สึกนึกคิด และจิตใจของผู้วิจนันจากอดีตไม่ว่าเวลาจะผ่านมายาวนานแค่ไหนก็ยังสามารถสะท้อนออกมาหรือหวนคำนึงถึงเสมอและถ่ายทอดผ่านทัศนธาตุออกมาเป็นภาพเหมือนบุคคลที่คุ้นเคยในวัยเด็กและเป็นบุคคลในครอบครัวที่เรามักจะนึกถึงในอิริยาบถ

ที่พบเห็นจนเคยชิน ทั้งการใช้ชีวิตแบบเกษตรกรรมในสวนหรือวิถีชีวิตต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

การสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมของผู้วิจนันได้ถ่ายทอดความรู้สึกที่เป็นนามธรรมออกมาสู่ความเป็นรูปธรรม ผู้วิจนันเริ่มจากการกลั่นกรองความรู้สึกรักและความผูกพันที่มีต่อบ้านและคนในครอบครัวออกมา จากนั้นผู้วิจนันตั้งคำถามกับตนเองว่าความรู้สึกเหล่านี้มาจากที่ไหนและมีสิ่งใดเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงผลักดัน ผู้วิจนันจึงนำทฤษฎีของ ชิกมันด์ ฟรอยด์ มาใช้เพื่อวิเคราะห์ให้เข้าใจระบบความคิดของตน และถ่ายทอดออกมาสู่ผลงานเป็นรูปธรรมได้อย่างตรงตามความคิด

นอกจากนี้ส่วนสำคัญคือการศึกษาผลงานของศิลปินในยุคอิมเพรสชันนิสม์และเรียลลิสม์ดึก ที่มีการใช้แนวความคิดสอดคล้องกับงานของผู้วิจนัน โดยส่วนใหญ่ศิลปินเหล่านี้ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากชีวิตที่ผ่านมา รวมถึงเหตุการณ์ที่ประสบในขณะนั้นออกมาเป็นรูปแบบของผลงาน เหมือนการบันทึกข้อความเหตุการณ์สำคัญในหนังสือเพียงแค่เปลี่ยนวิธีการถ่ายทอดเรื่องราวเป็นภาพวาด ซึ่งการสร้างสรรค์งานศิลปะในยุคแรกเริ่มนั้นเกิดจากการต้องการบันทึกเรื่องราวเช่นเดียวกันกับสมัยที่มีการใช้ตัวอักษร มนุษย์จึงใช้ภาพวาดเป็นตัวแทนและสัญลักษณ์ในการบอกเล่าเรื่องราว เช่นเดียวกับงานของผู้วิจนันที่ต้องการบันทึกเรื่องราวความรู้สึกรัก คิดถึง ห่วงหาอาลัย รวมถึงความผูกพันที่มีต่อคนในครอบครัวออกมาสู่ภาพวาด เพราะเมื่อเวลาผ่านไปความรู้สึกเหล่านั้นอาจหายไปด้วยสิ่งเข้าหรือความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในชีวิต แต่การที่ผู้วิจนันได้สร้างความรู้สึกนึกคิด

เหล่านั้นออกมาเป็นรูปแบบงานศิลปะ จึงเหมือนเป็นการบันทึก และเก็บรักษามันไว้ไม่ให้สูญหายไป

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยดังกล่าวมีข้อจำกัดด้านการนำงานเชิงวิชาการ มาใช้ในการวิเคราะห์ เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย เกิดจากอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งเป็นรูปแบบนามธรรม ทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาในเชิงวิชาการได้เท่าที่ควร หลังจากทำการวิจัยดังกล่าว จึงพบว่าควรนำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับด้าน จิตวิทยาในแขนงอื่นมาใช้วิเคราะห์อารมณ์และความรู้สึกที่ ถ่ายทอดออกมาเป็นรูปแบบผลงานเพื่อให้ข้อมูลที่ละเอียดและ ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น จิตวิทยาสังคม (Social psychology)

จิตวิทยาสังคม คือการศึกษาเชิงวิทยาศาสตร์ที่ว่าด้วย เรื่องของผู้คนคิดอย่างไรเกี่ยวกับผู้อื่น ผู้คนมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างไร และผู้คนมีอิทธิพลต่อกันและกันอย่างไรบ้าง รวมถึง การศึกษาเรื่องความเชื่อ เจตคติ ค่านิยม ความคิดเห็นภาพลักษณ์ และเรื่องอื่น ๆ ทางด้านพฤติกรรมของผู้คน ซึ่งสามารถนำเสนอ ผลงานทางจิตรกรรมของผู้วิจัยได้โดยวิเคราะห์ภายใต้หัวข้อ 3 หัวข้อใหญ่ของจิตวิทยาสังคม คือ 1. การนึกคิดเกี่ยวกับผู้อื่น 2. การมีอิทธิพลต่อผู้อื่น 3. ความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดย 3 หัวข้อดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกับอารมณ์และความรู้สึกของผู้วิจัยที่มีต่อ คนรอบข้างและครอบครัว โดยสามารถเป็นเครื่องมือช่วยในการ วิเคราะห์งานวิจัยให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กำจร สุนพงษ์ศรี. (2558). *ประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก 3: ศิลปะในคริสต์ศตวรรษที่ 18 และ 19* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระพัฒน์ พิตรปรีชา. (2547). *109 มองพิศ มองผ่าน งานศิลป์ Pass-Words*. กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- จิระพัฒน์ พิตรปรีชา. (2552). *โลกศิลปะศตวรรษที่ 20* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เมืองโบราณ.
- จิระพัฒน์ พิตรปรีชา. (2555). *การเปลี่ยนผ่านของเวลา แสง สี สู่จิตรกรรมนามธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัย แห่งชาติ.
- จรวงศ์ อธิณยนาค. (2555). *ประวัติศาสตร์ศิลปะ*. สมุทรปราการ: มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2553). *องค์ประกอบของศิลปะ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- นรินทร์ รัตนจันทร์. (2555). *ศิลปะตะวันตกศตวรรษที่ 19*. กรุงเทพฯ.
- พิบูล ไวจิตรกรรม. (2559). *ประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก ฉบับนักศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์. (2549). *ประวัติศาสตร์ศิลปะตะวันตก ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- ดร.วิชราภรณ์ บุญญศิริวัฒน์. (2560). *บทความจากสารคดีทางวิทยุรายการจิตวิทยาเพื่อคุณ*. สืบค้นจาก: <https://smarterlifeby psychology.com>

การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการเข้าถึงเนื้อหา
สำหรับผู้พิการทางการมองเห็นและการได้ยิน
Operations of the Thai Public Broadcasting Service (Thai PBS) for Making
Television Contents Accessible to People with Visual and Hearing Impairments

จุฬาลักษณ์ สิงหะเคนทร์¹ มาโนช ชุ่มเมืองปัก²

Julaluck Singhakhachen and Manoch Chummuangpak

Article History

Received: July 10, 2020

Revised: July 24, 2020

Accepted: August, 7, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่ผู้พิการทางการมองเห็นและการได้ยิน รวมถึงข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในการให้บริการดังกล่าว โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบริการเพื่อการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับผู้พิการ

ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการเกิดขึ้นจากหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 และประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) 2 ฉบับ ได้แก่ ประกาศเรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และประกาศเรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ โดยมีการให้บริการ 3 ประเภทคือ บริการล่ามภาษามือ (Sign Language: SL) คำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption: CC) และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description: AD)

สำหรับข้อจำกัดในการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ ได้แก่ ข้อจำกัดด้านบุคลากรด้านเทคนิค ด้านเงื่อนไขของเวลาในการผลิตรายการ ด้านงบประมาณ และด้านข้อกำหนดของ กสทช. ข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลต่อการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ สถานีจึงควรมีการพิจารณาเพื่อปรับปรุงให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะมีส่วนช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม

คำสำคัญ: ผู้พิการทางการมองเห็น ผู้พิการทางการได้ยิน บริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง บริการเสียงบรรยายภาพ

^{1,2} หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

Master of Communication Arts Program, Dhurakij Pundit University

*Corresponding author Email: manoch.chk@dpu.ac.th

Abstract

The purposes of this research were 1. to study the operations under the Thai PBS's policy relating to the accessibility for people with visual and/or hearing impairments, and 2. to study the Thai PBS's procedures and obstacles for providing services for those audiences. Data used in this qualitative research were collected through document analysis and in-depth interview with key informants, namely executive officers and operating staff responsible for the Thai PBS's services.

The study revealed that the operations of the Thai PBS to provide services for people with impairments were conducted according to the Thai Public Broadcasting Service Act, B.E. 2551 (2008); the Notification of the National Broadcasting and Telecommunications Commission on Licensing Criteria and Procedures for Radio or Television Broadcasting Services, B.E. 2555 (2012); and the Notification of the National Broadcasting and Telecommunications Commission on Promotion and Protection of the Rights of Persons with Disabilities to Access and Benefit from Television Contents. Services for people with impairments provided by the Thai PBS include sign language, closed captions and audio description.

Obstacles founded in the procedures to implement services for people with impairments consisted of human resource management, technical issues, time limitation on program production, funding and budget, and the NBTC broadcasting regulations. The Thai PBS should take these obstacles into account in order to improve their services for people with impairments.

Keywords: People with visual impairments, People with hearing impairments, Sign language, Closed captions, Audio description

บทนำ

สื่อโทรทัศน์ถือเป็นช่องทางที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และความบันเทิงแก่ประชาชน และเป็นสื่อที่มีความสะดวกในการเข้าถึงสำหรับคนทั่วไป รวมทั้งมีประเภทเนื้อหาให้รับชมอย่างหลากหลาย เช่น รายการข่าว สารคดี สัมภาษณ์บุคคล เพลง และภาพยนตร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประชากรส่วนใหญ่สามารถที่จะเข้าถึงเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ได้ แต่การเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มคนพิการหลายกลุ่มนั้นกลับเป็นไปด้วยความยากลำบาก ถึงแม้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ได้มีการบัญญัติการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการในด้านการรับข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ไว้ แต่ในความเป็นจริง กลุ่มคนพิการในสังคมไทยก็ยังไม่สามารถที่จะเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารได้ทัดเทียมคนปกติทั่วไป ภัททิรา กลิ่นเลขา (2557) กล่าวว่า คนพิการจำเป็น

ที่จะต้องพึ่งพาสื่อและเทคโนโลยีรูปแบบเฉพาะในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะช่วยทดแทนความบกพร่องของกลุ่มคนพิการแต่ละประเภท โดยสื่อหรือเทคโนโลยีเหล่านั้นควรมีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นได้อย่างแท้จริง

คนพิการสองกลุ่มที่มีข้อจำกัดอย่างชัดเจนในการเข้าถึงข่าวสารและความบันเทิงทางโทรทัศน์ก็คือ 1. กลุ่มคนพิการทางการมองเห็น และ 2. กลุ่มคนพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย สำหรับคนพิการทางการเห็นหรือกลุ่มคนพิการทางสายตานั้น คนพิการกลุ่มนี้ถูกจัดว่าเป็นผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ซึ่งความบกพร่องทางการมองเห็นทำให้พวกเขาไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เทียบเท่ากับคนปกติหรือคนพิการประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะข้อมูลจากสื่อที่ต้องรับชมด้วยสายตาอย่างเช่นโทรทัศน์ (ณัฐศักดิ์ พงษ์สวัสดิ์, 2558) ส่วนกลุ่มผู้ที่มีความบกพร่องทางการ

ได้ยินหรือสื่อความหมายก็ถือเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ได้อย่างเต็มที่ เพราะความบกพร่องทางการได้ยินถือว่าเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเป็นอย่างมาก อีกทั้งการใช้ภาษาของกลุ่มคนที่มีความบกพร่องทางการได้ยินก็มีความแตกต่างกับคนปกติทั่วไป ศิวารถ หงษ์ประยูร (2558) กล่าวว่า มีอุปสรรคต่างๆ มากมายสำหรับคนพิการทางการได้ยินในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อโทรทัศน์ เช่น คำบรรยายในรายการโทรทัศน์มักจะเป็นภาษาที่มุ่งสื่อสารกับบุคคลทั่วไปมากกว่าที่จะผลิตขึ้นเพื่อที่กลุ่มคนพิการทางการได้ยินที่มีการใช้ไวยากรณ์ในการสื่อสารต่างจากคนปกติทั่วไป รวมไปถึงจอล่ามภาษามือในรายการโทรทัศน์ก็มักจะมีขนาดที่เล็ก และรายการที่มีจอล่ามภาษามือยังมีจำนวนที่น้อยและไม่มีความหลากหลาย

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มคนพิการโดยกำหนดให้ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มีการจัดบริการสำหรับกลุ่มคนพิการ แต่ความก้าวหน้าในการให้บริการสำหรับคนพิการก็ยังไม่ปรากฏให้เห็นชัดเจนนักในปัจจุบัน โดยผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์หลาย ๆ แห่งยังคงดำเนินการอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมีการทดลองจัดให้มีการบริการสำหรับกลุ่มคนพิการเพียงบางประเภทเท่านั้น

หนึ่งในสถานีโทรทัศน์ที่มีการให้บริการแก่กลุ่มพิการในปัจจุบัน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 มีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่ผลิตและสร้างสรรค์รายการที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ อีกทั้งยังมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนและการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมตามวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์การ หนึ่งในนั้นก็คือการให้ความสำคัญในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารของคนทุกกลุ่มในสังคม หรือการมุ่งสร้างพื้นที่สาธารณะให้คนทุกกลุ่มได้ใช้ประโยชน์ร่วมกันผ่านกลไกของสื่อ ซึ่งย่อมนรวมไปถึงกลุ่มคนพิการด้วย (ทิวมาส วุฒินาการกุล และ นันทิยา ดวงกุ่มเมศ, 2561)

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งสำรวจและทำความเข้าใจการดำเนินของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่ผู้พิการ

ตั้งแต่ในระดับนโยบายจนถึงระดับการปฏิบัติงาน รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ ในการดำเนินงานของสถานีและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยคาดหวังว่าการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน ทั้งสถานีโทรทัศน์สาธารณะเช่นสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ช่องอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้กำหนดนโยบายยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อดำเนินการส่งเสริมการให้บริการแก่กลุ่มผู้พิการเพื่อนำไปสู่ความเท่าเทียมกันในสังคม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับกลุ่มคนพิการทางการมองเห็นและการได้ยิน
2. เพื่อศึกษาข้อจำกัดในการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการทางการมองเห็นและการได้ยิน

นิยามศัพท์

ผู้พิการทางการมองเห็น หมายถึง คนปกติที่สายตามองไม่เห็นหรือมองเห็นได้อย่างจำกัด ส่งผลให้ไม่สามารถรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อได้ทัดเทียมคนทั่วไป

ผู้พิการทางการได้ยิน หมายถึง บุคคลที่สูญเสียสมรรถภาพทางการได้ยินในระดับต่าง ๆ และกระทบต่อความสามารถในการสื่อความหมาย ส่งผลให้ไม่สามารถรับข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อได้ทัดเทียมคนทั่วไป

การให้บริการเข้าถึงเนื้อหาสำหรับผู้พิการทางการมองเห็นและการได้ยิน หมายถึง บริการ 3 ประเภททางสื่อโทรทัศน์ ได้แก่ บริการเสียงบรรยายภาพ สำหรับผู้พิการทางการมองเห็นและบริการล่ามภาษามือ และบริการคำบรรยายแทนเสียง สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2561 ข้อมูลในการศึกษาจึงสะท้อนการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในช่วงเวลาดังกล่าว

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาครั้งนี้มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการขององค์กรสื่อมวลชนและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และแนวคิดเรื่องสื่อสารสาธารณะ ซึ่งนำมาใช้เพื่อทำความเข้าใจลักษณะการดำเนินงานขององค์กรสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อสารสาธารณะที่มีลักษณะและรูปแบบการดำเนินงาน ตลอดจนบทบาทต่อสังคมซึ่งเฉพาะเจาะจงแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ทั่วไป โดยความแตกต่างสำคัญของสื่อสารสาธารณะและสื่อเชิงพาณิชย์ คือ สื่อสาธารณะมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะเข้าถึงประชาชน เปรียบเสมือนเป็นพื้นที่สาธารณะของประชาชนทุกคนในประเทศ ขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้าและรายได้หลักจากการโฆษณา สื่อสาธารณะจึงเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่ของตลาดให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกัน (ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546) อย่างไรก็ดี ทั้งสื่อสารสาธารณะและสื่อพาณิชย์ต่างก็ต้องมีการบริหารจัดการ และการกำหนดแนวทางการทำงานที่ชัดเจนและเหมาะสมทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ รวมทั้งต้องมีการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (พัทธนันท์ วิเศษสมวงศ์, 2551) โดยสื่อสารสาธารณะนั้น เป้าหมายหลักไม่ได้อยู่ที่รายได้หรือผลกำไร แต่อยู่ที่ผลประโยชน์สาธารณะ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้รับสารและประชาชนกลุ่มต่างๆ ในสังคม ซึ่งก็รวมถึงผู้พิการที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงเนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นหนึ่งช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารและความบันเทิงของคนในสังคมปัจจุบัน

ในการศึกษาครั้งนี้เกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องการเข้าถึงสื่อของผู้พิการ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้พิการทางการเห็น และผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย สำหรับผู้พิการทางการเห็น หมายถึง คนปกติที่สายตามองไม่เห็นหรือมองเห็นได้อย่างจำกัด ซึ่งมีหลายลักษณะและมีการกำหนดระดับความสามารถในการมองเห็นที่แตกต่างกันออกไป โดยอาจแบ่งกว้างๆ เป็นการตาบอดเลื่อนราง และการตาบอดสนิท (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ, 2557) โดยบริการที่จำเป็นสำหรับผู้พิการกลุ่มนี้ก็คือ บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ส่วนผู้พิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายนั้น หมายถึง บุคคลที่สูญเสียสมรรถภาพทางการได้ยินตั้งแต่ระดับรุนแรงจนถึงระดับน้อย โดยแบ่งลักษณะความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมายได้

3 ระดับ ได้แก่ หูหนวก หูตึง และความพิการทางการสื่อความหมายที่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการปฏิบัติกิจกรรมในชีวิตประจำวันหรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ, 2557) บริการที่จำเป็นสำหรับผู้พิการกลุ่มนี้ก็คือ บริการล่ามภาษามือ (Sign Language) และบริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) หรือการแสดงตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในรายการขณะที่มีเสียงพูดหรือเสียงประกอบ ทั้งนี้ ผู้พิการทั้ง 2 กลุ่มมีธรรมชาติและข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตและการเปิดรับข้อมูลจากสื่อที่ต่างหากัน ซึ่งคนในสังคมและองค์กรสื่อสารมวลชนควรมีความตระหนักว่าคนพิการมีความต้องการพิเศษบางประการที่ควรได้รับการตอบสนอง เพื่อให้คนพิการเหล่านั้นสามารถมีส่วนร่วมในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยปราศจากการกีดกันหรือเลือกปฏิบัติเพียงเพราะความพิการ

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 และการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 รวมถึงแผนการจัดทำรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส รายงานการกำหนดสัดส่วนผังรายการ เอกสารเกี่ยวกับการวางแผนผังรายการ และผังรายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ได้แก่ บุคลากรของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีบทบาทและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิตบริการเพื่อคนพิการ จำนวน 10 คน ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ ประกอบด้วย

- ผู้อำนวยการสำนักรายการ
- ผู้จัดการฝ่ายสนับสนุนยุทธศาสตร์เนื้อหา
- ผู้จัดการฝ่ายระบบ MAM & Video Server (การบริหารจัดการทรัพย์สินที่เป็นสื่อดิจิทัล)
- เจ้าหน้าที่พัฒนาคุณภาพเนื้อหาทางแพลตฟอร์มด้านการแปล

- เจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์รายการอาวุโส
- เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปอาวุโส
- เจ้าหน้าที่บริหารผังรายการ
- เจ้าหน้าที่บริหารผังรายการ วางผังรายการ
- เจ้าหน้าที่ข้อมูลและประสานงาน
- เจ้าหน้าที่ผลิตบริการเพื่อคนพิการ

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกข้างต้นมานำเสนอแบ่งเป็น 2 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ การดำเนินงานในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ และข้อจำกัดในการปฏิบัติงานในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ ดังที่จะนำเสนอรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

ผลการศึกษา

1. การดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ

1.1 นโยบายและแนวทางในการดำเนินงานของสถานี

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มคนพิการเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ชมที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้ความสำคัญมาตั้งแต่เริ่มต้นออกอากาศ ทั้งนี้ การดำเนินงานดังกล่าวเป็นแนวทางที่สะท้อนมาจากพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ซึ่งมีการระบุว่าจะต้องมีการสนับสนุนกลุ่มผู้ด้อยโอกาสในสังคม ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าในพระราชบัญญัติฯ จะไม่ได้มีการระบุเจาะจงถึงกลุ่มคนพิการโดยตรง แต่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้เล็งเห็นว่ากลุ่มคนพิการนั้นอยู่ในฐานะของกลุ่มคนด้อยโอกาสที่จำเป็นต้องได้รับการพิเศษโดยเฉพาะในแง่ของการรับรู้ข่าวสารและความบันเทิงจากสื่อมวลชน โดยสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้เริ่มจัดให้มีการให้บริการล่ามภาษามือ (Sign Language หรือ SL) นับตั้งแต่ช่วงแรกของการก่อตั้งสถานี ในปี พ.ศ. 2551 นอกจากนั้น สำหรับที่มาของการจัดให้มีบริการล่ามภาษามือนี้นส่วนหนึ่งก็ยังคงเกิดมาจากกลไกของสถานีที่มีการจัด

ตั้ง “สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ” ขึ้นเพื่อทำหน้าที่นำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการและการดำเนินงานขององค์กร จึงทำให้ไทยพีบีเอสได้ทราบเสียงสะท้อนและความต้องการของกลุ่มคนพิการ และจัดให้มีบริการล่ามภาษามือเพื่อสนองตอบต่อความต้องการดังกล่าว

นอกจากบริการล่ามภาษามือเพื่อกลุ่มผู้พิการทางการได้ยินแล้ว ในปี พ.ศ. 2559 หลังยุคการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้มีการดำเนินการให้บริการเพิ่มเติมอีก 2 ประเภท ได้แก่ บริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption หรือ CC) สำหรับผู้พิการทางการได้ยิน และบริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description หรือ AD) สำหรับผู้พิการทางการมองเห็น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อประกาศของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ดังที่ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์รายการอาวุโส อธิบายว่า

“ประกาศที่ทางคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้ประกาศออกมา ก็คือเรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการอนุญาตการให้บริการกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ พ.ศ. 2555 ที่ว่าด้วยเรื่องขอบเขตและเงื่อนไขการอนุญาต ซึ่งในข้อที่ (29) ได้ระบุว่า ผู้รับใบอนุญาตจะต้องจัดให้มีการบริการสำหรับคนพิการ รวมไปถึงคนด้อยโอกาสในสังคมให้พวกเขาสามารถเข้าถึงบริการเหล่านั้นได้เหมือนกับบุคคลทั่วไป” สมทบ เต็มบุญบารมี (สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2561)

ทั้งนี้ ใน ปี พ.ศ. 2559 กสทช. ได้ออกประกาศเรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ ซึ่งมีการกำหนดอย่างชัดเจนในเรื่องสัดส่วนการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการที่สถานีโทรทัศน์ทุกช่องต้องดำเนินการ นั่นคือ ผู้รับใบอนุญาตจะต้องจัดทำบริการโทรทัศน์ประกอบด้วย บริการล่ามภาษามือ (SL) ในสัดส่วนร้อยละ 5 หรือไม่น้อยกว่าวันละ 1 ชั่วโมง บริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) ร้อยละ 40 หรือไม่น้อยกว่าวันละ 3 ชั่วโมง และบริการเสียงบรรยายภาพ (AD) ร้อยละ 5 หรือไม่น้อยกว่าวันละ 1 ชั่วโมง โดยกำหนดให้ทุกสถานีเริ่มต้นดำเนินการตามสัดส่วนดังกล่าวตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป ซึ่งสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสนับเป็นสถานีแห่งแรกที่มีการเตรียมการและการเคลื่อนไหวในการเริ่มให้บริการตามประกาศดังกล่าว

นอกเหนือไปจากกฎหมายและประกาศต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดกรอบในการให้บริการแก่คนพิการแล้ว สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสยังได้มีการกำหนดแผนการจัดทำรายการเพื่อรองรับการทำงานเพื่อให้บริการแก่กลุ่มคนพิการเอาไว้อย่างชัดเจน โดยในแผนการจัดทำรายการองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ประจำปี พ.ศ. 2559 มีการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เอาไว้ 7 ข้อตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ของสถานี โดยหนึ่งในนั้นคือกลยุทธ์เรื่อง “การใช้ช่องทางเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อคนพิการ” หรือที่เรียกว่า “Television for all” เพื่อนำไปสู่การเข้าถึง รับรู้ ถึงข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาทางโทรทัศน์ของกลุ่มคนพิการให้เทียบเท่ากับคนปกติทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายสนับสนุนยุทธศาสตร์เนื้อหา กล่าวถึงที่มาของกลยุทธ์นี้ว่า

“กลยุทธ์นี้เชื่อมโยงกับบทบาทของสื่อสาธารณะที่ทางยูเนสโก (UNESCO) ระบุไว้ นั่นคือ ภารกิจของสื่อสาธารณะจะต้องทำอะไรประมาณ 4-5 ด้าน และก็มีเรื่องของ Universality ก็คือการเข้าถึงอย่างทั่วถึงอย่างหลากหลาย เพราะฉะนั้นตัว Public Service ก็คือ Thai PBS ที่เป็นบริการสาธารณะก็ต้องคำนึงถึงในแง่ของ Content ในการเข้าถึงกลุ่มคนที่เป็นคนพิการ กับในแง่ของการเข้าถึงในเชิงของเทคโนโลยี อย่างการเข้าถึงทางด้าน Content ทาง Thai PBS ก็ทำหน้าที่นี้มาตั้งแต่ตอนเปิดสถานี” สุชาติ ภูทองคำ (สัมภาษณ์, 13 มีนาคม 2561)

ผู้อำนวยการสำนักรายการ ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า

“ในส่วนของการให้บริการเพื่อคนพิการก็เป็นส่วนสำคัญที่อยู่ในแผนบริหารกิจการด้านเนื้อหาและ ช่องทางบริการ เป็นเรื่องของการวางกลยุทธ์ในเรื่องของการเข้าถึงผู้รับสารและ ส่วนการเข้าถึงของผู้รับสารที่หลากหลายและทั่วถึง ทางไทยพีบีเอสให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาตั้งแต่ต้นแล้ว ยิ่งการเข้าถึงของผู้พิการและผู้ด้อยโอกาสแล้วก็จะไปสอดคล้องกับประกาศของ กสทช. ในเรื่องของการให้บริการผู้พิการทั้งที่เป็นผู้พิการด้านสายตาเราทำ Audio Description ก็คือ AD เป็นสถานีแรกที่ให้บริการด้าน AD แล้วก็ในเรื่องของ Closed Caption และล่ามภาษามือ ... ในแผนบริหารกิจการได้กำหนดถึงการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความพิเศษในการรับชม เช่น ความบกพร่องทางการได้ยิน การฟัง มีโครงการสนับสนุนด้านการจัดทำ CC มันก็จะอยู่ในแผนการบริหารกิจการด้วย เรามีการทำงานประมาณในเรื่องของ

การเข้าถึงของผู้พิการให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาและบริการของเราได้ก็เป็นโครงการที่เราจ้างคนมาทำ AD และ CC โดยเฉพาะ” ศุภพร ปฐมบุหงศ์ (สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2561)

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาโครงสร้างขององค์กรจะพบว่าการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการนั้นยังไม่มีแยกออกมาเป็นผลงานหรือแผนกโดยเฉพาะ แต่จะถูกสอดแทรกเอาไว้ในการปฏิบัติงานตามสายงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1) สำนักข่าวและสำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ รับผิดชอบในส่วนของการจัดทำล่ามภาษามือประจำวันเพื่อแปลภาษามือในรายการจับตาสถานการณ์ รายการข่าวเที่ยง และรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอส

2) สำนักรายการ มีหน้าที่ในการผลิตการบริการเสียงบรรยายภาพ (AD) และคำบรรยายแทนเสียง (CC) ซึ่งในแต่ละไตรมาสจำนวนการให้บริการจะมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ไตรมาสที่ 2 ปี 2561 มีการให้บริการทั้งหมด 8 รายการ อาทิละครเรื่องมอม และรายการสารคดีกินอยู่คือ เป็นต้น

1.2 ขั้นตอนการดำเนินการเพื่อผลิตบริการแต่ละประเภท

การดำเนินงานและการผลิตบริการต่าง ๆ แก่กลุ่มคนพิการนั้น ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้

1) การประชุมเพื่อระดมความคิดและการบรรจุรายการลงผังตามแผนยุทธศาสตร์

สถานีไทยพีบีเอสจะมีวาระการประชุมยุทธศาสตร์ข่าวและรายการเพื่อระดมความคิดในเรื่องของการวางแผนผลิตรายการทุก ๆ 3 เดือนให้ตรงตามแผนบริหารกิจการ ซึ่งเป็นการประชุมเพื่อระดมความคิดจากคณะกรรมการบริหารและผู้ปฏิบัติงานในทุก ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ รวมถึงเพื่อควบคุมและดูแลเนื้อหาสาระต่าง ๆ ของรายการให้ตรงตามสัดส่วนที่มีการตั้งไว้ ซึ่งหนึ่งในวาระการประชุมก็คือการผลิตเนื้อหาเพื่อบริการแก่กลุ่มคนพิการ

หลังจากที่มีการประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับรูปแบบรายการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการบริหารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจะลงมติอนุมัติผังรายการเพื่อให้ฝ่ายยุทธศาสตร์รายการดำเนินการรับผิดชอบในการสรุปผังรายการให้ออกมาในรูปแบบของผังรายการไตรมาส ผังรายการรายเดือน และผังรายการรายวัน ที่จะแสดงถึงช่วงระยะเวลาของวันและเวลา

ที่ออกอากาศของรายการต่าง ๆ รวมไปถึงการแสดงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในรายการที่จะนำมาสร้างช่องทางในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทราบว่าในแต่ละไตรมาสจะมีรายการประเภทใดบ้างที่จะนำเสนอให้กับประชาชนทั่วไป รวมไปถึงรายการที่จะมีการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการได้รับชม

เมื่อผ่านขั้นตอนการประชุมเพื่อระดมความคิดและมีการอนุมัติบรรจुरายการลงผังตามแผนยุทธศาสตร์เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการแจกจ่ายในส่วนของงบประมาณตามสัดส่วนรายการ รวมถึงงบประมาณในส่วนของการผลิตบริการแก่กลุ่มคนพิการด้วย

2) การดำเนินการผลิตการบริการแก่คนพิการ

ในการผลิตบริการแต่ละประเภท ได้แก่ บริการเสียงบรรยายภาพ (AD) คำบรรยายแทนเสียง (CC) และ บริการล่ามภาษามือ (SL) นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินงานแตกต่างกัน คือ

การให้บริการเสียงบรรยายภาพ (AD) เป็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกันระหว่าง เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการ นักพากย์ เจ้าหน้าที่เสียง และเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพรายการ โดยหลังจากที่มีการกำหนดว่ารายการใดจะนำมาผลิตบริการเสียงบรรยายภาพแล้ว เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการจะมีการดำเนินงานต่อในเรื่องของการเขียนบท เมื่อทำการเขียนบทเสร็จหัวหน้างานฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการจะเป็นผู้ตรวจบทอีกครั้งก่อนที่จะทำการพากย์เสียง เมื่อตรวจบทครบถ้วนขั้นตอนต่อไปจะเป็นการให้นักพากย์เป็นผู้ลงเสียงโดยเจ้าหน้าที่เสียงจะเป็นผู้บันทึกเสียงของนักพากย์ลงไปในการที่นำมาใช้ผลิตบริการเสียงบรรยายภาพ เมื่อเสร็จแล้วเจ้าหน้าที่จะส่งกลับมายังฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการเพื่อทำการตรวจเสียงพากย์กับบทอีกครั้ง หากไม่มีข้อผิดพลาดฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการจะส่งมอบรายการที่มีการให้บริการเสียงบรรยายภาพไปยังฝ่ายตรวจสอบคุณภาพและจัดการเนื้อหารายการเพื่อทำการตรวจพิจารณารายการให้ตรงตามจริยธรรมขององค์กร รวมไปถึงการตรวจด้านเทคนิคภาพและเสียง เพื่อรอการเผยแพร่ออกอากาศต่อไป

การให้บริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) เป็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกันระหว่าง เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ตัดต่อ และเจ้าหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพรายการ โดยการจัดทำบริการคำบรรยายแทน

เสียงจะแบ่งประเภทรายการออกเป็น 2 ลักษณะคือ รายการภายในประเทศ และรายการต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วรายการที่ไทยพีบีเอสนำมาผลิตบริการประเภทนี้ในปัจจุบันจะเป็นรายการต่างประเทศเสียส่วนใหญ่ สำหรับการดำเนินงานนั้นจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการผลิตบริการเสียงบรรยายภาพ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการจะต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่รายการต่างประเทศเพื่อที่จะนำรายการมาทำการแปลงงานแปลจะเป็นในส่วนของการจ้างผู้ผลิตภายนอกแปลเนื้อหารายการมาให้ และฝ่ายพัฒนาผลผลิตรายการนำมาทำการตรวจสอบอีกครั้งก่อน เมื่อการใส่คำบรรยายแทนเสียงในรายการเสร็จสิ้นจะส่งต่อให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพและจัดการเนื้อหารายการตรวจสอบความเรียบร้อยเพื่อเตรียมออกอากาศ

การให้บริการล่ามภาษามือ (SL) เป็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกันระหว่าง เจ้าหน้าที่ข้อมูลและประสานงาน สำนักสื่อสารและภาคีสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่สนับสนุนการบริหารสำนักข่าว และล่ามภาษามือจากสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทย โดยไทยพีบีเอสจะทำสัญญาว่าจ้างล่ามภาษามือจากสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทยมาทำการแปลภาษามือในรายการต่าง ๆ ซึ่งจะมีการนัดล่ามไว้ล่วงหน้าตามสัญญาว่าจ้างว่าจะมีการถ่ายทำรายการในวันไหน มีถ่ายเมื่อไหร่ และจะต้องมีการอธิบายเนื้อหารายการคร่าว ๆ ก่อนว่ารายการในแต่ละตอนนั้นจะกล่าวถึงเรื่องอะไรเพื่อให้ล่ามภาษามือได้เตรียมตัวก่อนทำการออกอากาศจริงสำหรับรายการจับตาสถานการณ์และรายการข่าวเที่ยงนั้นล่ามภาษามือจะทำหน้าที่แปลภาษามืออยู่ในระหว่างที่รายการกำลังออกอากาศ ณ ขณะนั้น แต่สำหรับรายการเปิดบ้านไทยพีบีเอสล่ามภาษามือจะทำหน้าที่แปลภาษามือระหว่างที่มีการถ่ายทำรายการเสร็จสิ้นและเจ้าหน้าที่ตัดต่อจะนำภาพของล่ามภาษามือไปฝังไว้ในเนื้อหาของรายการ โดยภาพของล่ามภาษามือจะปรากฏอยู่ที่ตำแหน่งมุมจอด้านขวาล่างตามที่ กสทช. กำหนด

2. ข้อจำกัดในการดำเนินงานในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

2.1 การบริหารจัดการบุคลากร

จากการศึกษาโครงสร้างอัตรากำลังบุคลากรของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส พบว่า มีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนบุคลากรทำให้การปฏิบัติงานในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการยังไม่สามารถทำได้เต็มที่นัก โดยแม้ว่าในปัจจุบันงานหลายส่วน เช่น การ

แปลเนื้อหาและภาพออกมาเป็นตัวหนังสือเพื่อทำ AD และ CC จะมีการจ้างบุคคลภายนอกดำเนินการ แต่พนักงานของสถานีเองก็จะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบก่อนนำออกอากาศ ซึ่งในปัจจุบันมีบุคลากรที่ทำหน้าที่ในส่วนนี้ไม่มากนัก นอกจากนั้นเจ้าหน้าที่หลายคนยังได้สะท้อนว่า งานในส่วนนี้จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้าน ดังนั้น ทางสถานีจึงควรต้องมีการพัฒนาบุคลากรที่จะสามารถทำงานในส่วนนี้ได้ให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อถึงกำหนดเวลาตามประกาศของ กสทช. ที่จะต้องมีการผลิตการให้บริการให้ได้ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ดังที่เจ้าหน้าที่พัฒนาคุณภาพเนื้อหางานแปลอาวโส กล่าวว่า

“ในอนาคตข้างหน้ามันต้องทำเยอะกว่านี้ และต้องทำตามสัดส่วนที่เขาประกาศมา ... ซึ่งพอมันเพิ่มขึ้นเยอะ ๆ เราจะทำทันไหม ดังนั้นคิดว่ามันควรจะมีคนปฏิบัติงานเยอะกว่านี้” พชรากร สมศรี (สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2561)

2.2 ปัจจัยด้านเทคนิค

แม้ว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในการผลิตการบริการต่าง ๆ เพื่อกลุ่มคนพิการ แต่ยังคงพบข้อจำกัดในด้านของระบบโปรแกรมที่ใช้ซึ่งยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้สมบูรณ์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในแง่การปรับปรุงระบบให้มีความทันสมัยอยู่เสมอเพื่อรองรับการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น หรือในการจัดทำบริการบางประเภทซึ่งมีการว่าจ้างคนภายนอกให้เป็นผู้ผลิต เช่น การแปลคำบรรยายแทนเสียง (CC) ซึ่งโปรแกรมที่ใช้ในองค์กรเป็นโปรแกรมเฉพาะ ทำให้เมื่อผู้แปลส่งงานมาให้ทางไทยพีบีเอสก็ไม่สามารถจะนำงานนั้นมาใช้ได้ทันที แต่ต้องมีการปรับหรือแก้ไขเพื่อให้เข้ากับโปรแกรมที่สถานีใช้ ส่งผลให้มีขั้นตอนการทำงานและเสียเวลาเพิ่มขึ้น

2.3 ความจำกัดของเวลา

ในการผลิตบริการเพื่อคนพิการ โดยเฉพาะการจัดทำบริการเสียงบรรยายภาพ (AD) และบริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) นั้นเป็นงานที่ต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร และต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจเฉพาะด้านในการทำงานส่วนนี้ซึ่งยังมีไม่มากนักในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความกระชั้นในการทำงาน หลายครั้งผู้ปฏิบัติงานต้องเร่งรีบในการปฏิบัติงานเพื่อให้ทันกับระยะเวลาในการแพร่ภาพออกอากาศ โดยในปัจจุบัน การผลิตบริการเหล่านี้ยังไม่สามารถทำระบบผลิตล่วงหน้าได้ เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ ทำให้หลายรายการต้องใช้วิธีการออกอากาศเป็น

แบบธรรมดาไปก่อน แล้วจึงค่อยนำมาผลิต AD และ CC เพื่อออกอากาศอีกครั้งทีหลัง

2.4 งบประมาณในการดำเนินงาน

เนื่องจากการผลิตบริการแก่คนพิการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสยังไม่ได้มีการแยกส่วนงานออกมาเป็นเอกเทศ แต่อยู่ภายใต้งานของฝ่ายผลิตและพัฒนาเนื้อหา ทำให้ไม่มีงบประมาณเฉพาะของตนเอง และการดำเนินงานผลิตบริการเหล่านี้เป็นการจัดทำโครงการขึ้นเพื่อเสนออนุมัติเป็นรายปีงบประมาณ จึงทำให้บางครั้งนำไปสู่ข้อจำกัดในการทำงาน ดังที่เจ้าหน้าที่ยุทธศาสตร์รายการอาวโสให้ข้อมูลว่า

“จากข้อกำหนดและระเบียบที่ทาง กสทช. ได้กำหนดมา ส่งผลให้ Thai PBS ต้องวางแผนจัดสรรงบประมาณเพื่อการผลิต AD และ CC เป็นครั้งแรกในปี 2561 และต้องเพิ่มขึ้นตอนในกระบวนการผลิต และตรวจพิจารณาออกอากาศที่จะส่งผลต่องบประมาณที่เพิ่มมากขึ้น” (สัมภาษณ์ 23 มีนาคม 2561) เช่นเดียวกับผู้อำนวยการสำนักรายการที่กล่าวเพิ่มเติมว่า “เรามีข้อจำกัดหลายอย่างโดยเฉพาะงบประมาณ เราเป็นงบประมาณสิ้นสุดในแต่ละปี มันไม่ใช่บ่งที่สามารถวางแผนเป็น Project ข้ามปีได้” สมทบ เต็มบุญบารมี (สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2561)

2.5 ข้อกำหนดของ กสทช. ซึ่งเป็นกรอบในการทำงานของผู้ผลิต

ข้อกำหนดในเรื่องสัดส่วนการให้บริการแก่คนพิการของ กสทช. นั้น ในแง่หนึ่งส่งผลให้เกิดความกดดันต่อผู้รับผิดชอบการผลิต โดยเฉพาะเมื่ออยู่ภายใต้ข้อจำกัดทั้งในแง่บุคลากร งบประมาณ และระยะเวลาการทำงานดังที่กล่าวถึงไปแล้ว นอกจากนั้น ในอีกแง่หนึ่ง ก็ดูเหมือนว่า รายการที่ กสทช. เน้นให้ทางสถานีโทรทัศน์ให้บริการแก่กลุ่มผู้พิการนั้นจะเป็นรายการสารประโยชน์มากกว่ารายการบันเทิง ซึ่งแม้รายการประเภทนี้จะจำเป็นต่อผู้พิการ แต่ทั้งนี้ คนพิการก็มีความต้องการเสพความบันเทิงเช่นเดียวกับคนทั่ว ๆ ไป เจ้าหน้าที่พัฒนาคุณภาพเนื้อหางานแปลอาวโสให้ความเห็นว่า

“ทางเราก็คอยรู้ว่าคนตาบอด คนหูหนวกอยากดูรายการประเภทไหน ทางเราก็คอยให้คนพิการโหวตมาว่าอยากดูรายการอะไรของไทยพีบีเอส ซึ่งจริง ๆ แล้วมันอยู่ตรงที่ว่า กสทช. เขาประกาศว่ารายการที่จะต้องทำ AD CC อะไรตรงนั้นมันต้องเป็นรายการสารประโยชน์ก่อนเขาถึงจะนับชั่วโมงให้เรา แต่เท่า

ที่รู้มาคือคนพิการเขาก็เหมือนคนปกติที่อยากดูอะไรที่เป็นความบันเทิง” พชรกร สมศรี (สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2561)

อภิปรายผล

การดำเนินงานเพื่อให้บริการแก่กลุ่มคนพิการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นองค์กรสื่อสารสาธารณะที่มีการเปิดโอกาสให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มคนพิการให้สามารถเข้าถึงสื่อได้เทียบเท่ากับคนปกติทั่วไป ซึ่งแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์อื่น ๆ ที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกลุ่มนี้มากนัก การดำเนินงานของสถานีนี้สอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสื่อสาธารณะที่ควรทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อประโยชน์ของประชาชนทุกคนในประเทศ ขณะที่สื่อเชิงพาณิชย์มีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้าและแสวงหารายได้เป็นหลัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสื่อสาธารณะตามที่ World Radio Television Council (อ้างอิงใน ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546) ได้กำหนดนิยามและหลักการของสื่อสาธารณะในแง่ของหลักการพื้นฐาน (Principles) ที่สื่อสาธารณะควรยึดถือ คือ การเข้าถึงประชาชนทุกคน (Universality) โดยสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีการส่งเสริมเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างสังคมที่เป็นประชาธิปไตย ส่งเสริมการปฏิบัติต่อกันอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันในเรื่องของการให้ช่องทางการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงการไม่ทอดทิ้งกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มคนพิการในสังคม โดยแนวคิดนี้ก็สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) ซึ่งมีความสำคัญอยู่ที่ว่า ไม่ใช่เป็นเพียงแค่เรื่องของการตอบสนองต่อกลุ่มผู้พิการเท่านั้น แต่หมายถึงการมีไว้รองรับคนทุกคน ดังที่ สัญชัย สันติเวช และ นิธิวดี ทองป่อง (2560) ชี้ว่า เพราะทุกคนย่อมมีสิทธิที่จะเกิดความพิการได้จากเหตุที่ไม่คาดคิด การออกแบบเพื่อคนทั้งมวลจึงเป็นการออกแบบเพื่อตัวเราเองในอนาคตด้วย

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทยจึงมีการบริหารจัดการองค์กร นโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนในส่วนของการดำเนินงานเพื่อประโยชน์สาธารณะซึ่งถูกกำหนดโดยพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ทั้งนี้ แม้ว่าจะไม่ได้มีการระบุเจาะจงถึงคำว่า กลุ่มคนพิการ ไว้ใน พ.ร.บ. ดังกล่าว แต่สถานีไทยพีบีเอสก็มีการมุ่งดำเนินงานในการ

ให้บริการแก่กลุ่มคนพิการมาตั้งแต่มีการก่อตั้งสถานี อย่างไรก็ตามเนื่องจากการดำเนินงานเพื่อให้บริการแก่กลุ่มคนพิการนั้นเริ่มที่จะมีความเคลื่อนไหวชัดเจนแค่เพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา คือหลังจากที่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ออกประกาศเรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2559 ทำให้สถานีไทยพีบีเอสยังไม่ได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการปฏิบัติงานด้านนี้อย่างชัดเจนมากนัก โดยพยะยอม วงศ์สารศรี (อ้างอิงใน พัชรนันท์ วิเศษสมวงศ์, 2551) กล่าวว่า โครงสร้างขององค์กรมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนให้งานในองค์กรสามารถดำเนินการต่อไปได้ด้วยดี และจะเป็นตัวช่วยให้บุคลากรในองค์กรทราบถึงบทบาทหน้าที่ของผู้คนที่มีความเกี่ยวข้อง จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสะท้อนได้ว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจะมีการเพิ่มเติมในเรื่องของการกำหนดนโยบาย และปรับโครงสร้างขององค์กรให้เห็นได้ชัดเจนในเรื่องของการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการเพื่อให้การดำเนินงานมีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีการผลิตผลงานในรูปแบบของรายการโทรทัศน์ประเภทรายการข่าว สารประโยชน์ และสารบันเทิง โดยในส่วนการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการนั้น มีบริการ 3 ประเภท ประกอบด้วย การให้บริการล่ามภาษามือ (Sign Language) การให้บริการคำบรรยายแทนเสียง (Closed Caption) และการให้บริการเสียงบรรยายภาพ (Audio Description) ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าสถานีไทยพีบีเอสจะเป็นสถานีแห่งแรก ๆ ที่เริ่มต้นตัวในการผลิตบริการแก่กลุ่มคนพิการ โดยเฉพาะการผลิตบริการคำบรรยายแทนเสียง และการให้บริการเสียงบรรยายภาพ แต่การดำเนินงานในส่วนนี้ยังคงค่อนข้างเป็นสิ่งที่ใหม่ในแวดวงผู้ผลิตสื่อของไทย ทำให้ยังมีข้อจำกัดหลายประการ อาทิ ความรู้และความชำนาญของบุคลากร และความพอเพียงของงบประมาณและความพร้อมของทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้ได้ประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ความกดดันของสถานีและผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องผลิตการบริการให้แก่กลุ่มผู้พิการตามสัดส่วนที่ กสทช. กำหนด แน่นอนว่าแนวคิดการกำหนดสัดส่วนการให้บริการแก่ผู้พิการนั้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ก็ควรจะมีการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง หรือมีการแลกเปลี่ยนทั้งในแง่องค์ความรู้และทรัพยากรระหว่างผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ

ประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งเกี่ยวกับการให้บริการเพื่อเข้าถึงเนื้อหาสื่อของกลุ่มผู้พิการคือ การที่ผู้ผลิตควรต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้รับสารที่เป็นผู้พิการด้วย เนื่องจากการศึกษาหลายชิ้นที่สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มคนพิการยังไม่ได้รับบริการที่ตรงความต้องการมากนัก (ศิวนารถ หงษ์ประยูร, 2558; ภัททิรา กลิ่นเลขา, 2557) ไม่ว่าจะเป็นในแง่เนื้อหาที่อาจต้องมีการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งเนื้อหาที่เป็นสารประโยชน์ และเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงและความสนุกสนานผ่อนคลาย รวมทั้งในแง่รูปแบบหรือเทคนิคการนำเสนอ เช่น ในการให้บริการล่ามภาษามือ ที่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดจอล่ามที่มีขนาดเล็ก และรายการที่มีจอล่ามภาษามือค่อนข้างน้อย หรือการให้บริการคำบรรยายแทนเสียง ซึ่งมีการศึกษาที่ระบุว่าข้อจำกัดในการใช้ภาษาและการใช้ไวยากรณ์ในการให้บริการดังกล่าว เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานยังไม่มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในด้านของภาษาที่คนหูหนวกจะสามารถเข้าใจได้

โดยสรุป การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า การผลิตการบริการสำหรับกลุ่มคนพิการเพื่อเข้าถึงเนื้อหาทางโทรทัศน์นั้นยังเป็นสิ่งใหม่สำหรับผู้ผลิตสื่อ และแม้สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในฐานะสื่อสาธารณะจะให้ความสำคัญในการดำเนินงานด้านนี้ แต่ก็ยังมีข้อ

จำกัดต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการให้บริการ ซึ่งสถานีควรมีการพิจารณาอย่างจริงจังเพื่อปรับปรุงให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และที่สำคัญคือ ควรจะมีการเผยแพร่ประสบการณ์หรือสิ่งที่ดีที่องค์กรได้เรียนรู้จากการดำเนินงานที่ผ่านมาไปสู่สถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตสื่ออื่น ๆ เพื่อให้สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสื่อของผู้พิการในสังคมไทยพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้นในเร็ววัน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนพิการทางด้านการมองเห็นและการได้ยินในแง่ความต้องการด้านเนื้อหารายการ ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในเรื่องของลักษณะการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการกับสถานีโทรทัศน์อื่น ๆ
3. ควรมีการศึกษาแนวทางหรือเทคนิคการทำงานของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่กลุ่มคนพิการ เช่น นักแปล ล่ามภาษามือ และนักพากย์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดและเผยแพร่ต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2557). *รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพหรือสวัสดิการสำหรับคนพิการ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์.
- ศิวนารถ หงษ์ประยูร. (2558). “การพัฒนารายการข่าวทางสื่ออินเทอร์เน็ตทีวี (IPTV) สำหรับคนหูหนวก.” *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 29(90), 291-312.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2557). *พฤติกรรม的开รับสื่อและความต้องการรูปแบบรายการโทรทัศน์ของคนพิการทางสายตา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ณัฐศักดิ์ พงษ์สวัสดิ์. (2558). *ความต้องการด้านเนื้อหาของผู้พิการทางสายตาเพื่อผลิตหนังสือเสียงบนแอปพลิเคชัน “Read for the Blind”*. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2546). *สื่อสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สัณชัย สันติเวส และนิธิวดี ทองป้อม. (2560). “ทัศนคติของคนไทยที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้พิการที่ถูกออกแบบเพื่อคนทั้งมวลในที่สาธารณะ.” *Veridian E-Journal Silpakorn University*. 10(3), 1360-1370.
- ปริญญา สิริอิตตะกุล. (2557). “ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อการพึ่งตนเองของผู้พิการทางการได้ยิน: กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี.” *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 1(1), 129-152.
- ทิวมาส วุฒินาการกุล และ นันทิยา ดวงภุมเมศ. (2561). “รายการสาระบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสตามกรอบตัวชี้วัดคุณภาพรายการสื่อสาธารณะ.” *Veridian E-Journal Silpakorn University*. 11(1), 428-447.

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
กรณีศึกษาหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี

Participatory Communication for the Development of Community-Based Tourism
at Samed Ngam Village Chanthaburi Province

สมพงษ์ เสงี่ยมณี¹ วิษเณศวร ทะกอง² เสาวนีย์ วรรณประภา³

ภารดี พึ่งสำราญ⁴ กาญจนา สมพันธ์⁵

Sompong Sengmanee, Wikhanesuan Tagong, Saowanee Wannaprapa,

Paradee Phuengsamran and Kanchana Somphuen

Article History

Received: December 4, 2020

Revised: December 30, 2020

Accepted: January 18, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยคุณภาพที่มุ่งเน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา โดยผลวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม เป็นรูปแบบทิศทางการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสลับหน้าที่กันได้ โดยต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ควรมีความหลากหลายของสมาชิกหรือผู้เข้าร่วม เพื่อจะได้สะท้อนความคิดเห็นต่าง เนื้อหาของสารประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ในชุมชน ช่องทางการสื่อสารเป็นลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยช่องทางที่ผ่านทางบุคคลมีความสำคัญที่สุด การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เข้าใจมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวชุมชน

¹⁻⁵ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Mass Communication Program, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

*Corresponding author Email: Sompong.s@rbru.ac.th

Abstract

This qualitative research examines the role of participatory communication in the development of community-based tourism at Samed Ngam Village Chanthaburi Province. Primary data were collected from 15 community leaders, external organizations, and tourists. The researchers Qualitatively analyzed the data. Study results showed that participatory communication for the development of community-based tourism at Samed Ngam Village used two-way communication where participants switched between roles as senders and receivers. This required participants to have string communication skills, exchange ideas, listen to each other's opinions, and learn from each other. To reflect different opinions, membership should be diverse. The content of participants' communication included travel-related content and content related to the development of knowledge in various domains that were relevant of the community. Communication had formal and informal aspects. Furthermore, the channel through which people communicated was most important. Participatory communication for community- based tourism development requires for people to understand the local context in order achieve greater understanding.

Keyword: participatory communication, community- based tourism

บทนำ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ๆ โดยต้องการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นอย่างแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ในปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่และการจัดสรร แพคเกจการท่องเที่ยวที่สามารถให้ประสบการณ์นักท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการด้วย การร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2562) การท่องเที่ยวในชุมชน (Community Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาที่ควบคู่ ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นบทบาท ของคนในชุมชนท้องถิ่นต่อการจัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเรียกการท่องเที่ยวที่มีชุมชนเป็นจุดสำคัญว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) ที่ตั้งอยู่บนความคิดว่า ชุมชนหรือคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของทรัพยากร การท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชน ควรเข้ามามีส่วนร่วมมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการอนุรักษ์ การจัดการทรัพยากร

รวมถึงได้รับประโยชน์ จากการท่องเที่ยวนี้ด้วย (พจนา สวนศรี, 2554)

ดังนั้น การท่องเที่ยวชุมชน จึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว การที่จะให้ชุมชน ดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการ จัดการการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยว โดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นคนท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการปลุกใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนเสม็ดงาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี เป็นอีกที่หนึ่งที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากได้รับการรับการส่งเสริมให้เป็นหมู่บ้าน D-HOPE เพื่อพัฒนาความสามารถของชุมชนในการรองรับ

นักท่องเที่ยวที่ดี ของกรมพัฒนาชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่พร้อมและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางประวัติศาสตร์ : ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสิน, ทางธรรมชาติ : สวนพฤกษศาสตร์นานาชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.๙, หรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีชื่อเสียง : เสื้อหมี่ดงาม, มะม่วงหมี่ดงาม เป็นต้น และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านหมี่ดงามจังหวัดจันทบุรี รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่ชุมชนหมี่ดงาม และยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 ถึง 2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ ความสะดวก และการสร้างความสัมพันธ์ ให้กับการท่องเที่ยวไทย การกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มกระแสหลัก การสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าการท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถทาง การแข่งขันทางการตลาด (กรมการท่องเที่ยว, 2560) นอกจากนี้การศึกษาในครั้งนี้สามารถเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านหมี่ดงามและเป็นแบบอย่างในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

นิยามศัพท์

1. กระบวนการสื่อสารของหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ขั้นตอนของการสื่อสาร ที่ประกอบ ไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลที่มีความต้องการส่งข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม ไปยังบุคคลอื่น แบ่งตามประเภท

ได้แก่ ผู้ส่งสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อส่งไปยังผู้รับสาร แบ่งตามประเภทของสื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และการเลือกใช้ สื่อในการจัดสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม

ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลที่เป็นปลายทางของผู้ส่งสาร แบ่งตามประเภทของผู้รับสาร ตามเกณฑ์ทางสังคมและเกณฑ์ของสื่อ ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสาร ได้แก่ ปฏิกริยาตอบกลับแบบทันทีทันใด ปฏิกริยาตอบกลับช้า

2. รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ทิศทางการไหลของข่าวสาร ได้แก่ การสื่อสารจากบน ลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบนและการสื่อสารแนวระนาบ ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทาง เดียว และการสื่อสารสองทาง ลักษณะการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ การสื่อสารแบบ ไม่เป็นทางการ

3. การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชุมชนหมี่ดงามและองค์กรภายนอกมีส่วนร่วม ตามกระบวนการมีส่วนร่วม สามารถแบ่งได้ 5 ด้าน ได้แก่

การมีส่วนร่วมในการวางแผน คือ มีบทบาทการวางแผน ตั้งแต่การวิเคราะห์ กำหนด ความสำคัญของปัญหา เป้าหมาย แนวทางการดำเนินงาน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม คือ การสนับสนุน ด้านทรัพยากรต่าง ๆ และ การประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ คือ การจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะด้านเพิ่มระดับการพึ่งตนเองและการควบคุมสังคม

การมีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์ คือ การแบ่งผลประโยชน์ต่าง ๆ ในการจัด กิจกรรมท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม

การมีส่วนร่วมในการประเมินผล คือ การให้ทุกคนได้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ต่าง ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาในลำดับต่อไป

4. องค์กรภายนอก หมายถึง หน่วยงานภายนอกที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุน การจัดการท่องเที่ยวชุมชนหมี่ดงาม ทั้งจากหน่วยงานรัฐ คือ พัฒนาชุมชนจังหวัดจันทบุรี, องค์กรบริหารส่วนตำบลหนองบัว

5. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชน เสร็จตาม

6. **การท่องเที่ยวชุมชน** หมายถึง การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว โดยมีชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตพื้นที่การศึกษา หมู่บ้าน เสร็จตาม ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย มุ่งศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ภายใต้บริบทของการสื่อสาร โดยเน้นการศึกษาวิธีการสื่อสารภายใน ชุมชน และการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยว ภายใต้องค์ประกอบของการสื่อสาร ทั้ง ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ และผู้รับสาร

3. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัย เก็บข้อมูล ช่วงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563 - พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

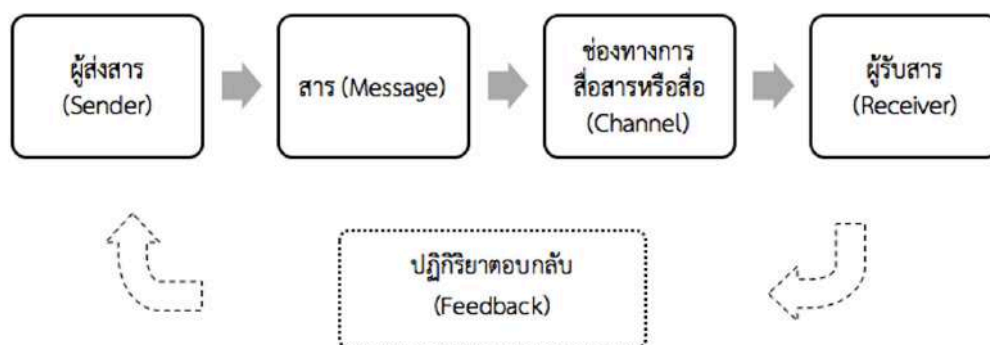
แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังภาพ

โดยใช้แนวคิดทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร เป็นองค์ประกอบหลักในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของการวิจัยในครั้งนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน กระบวนการเรียนรู้ของ CBT : มืองค์ประกอบที่สำคัญคือ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2553) ศักยภาพของคน ศักยภาพของพื้นที่ การจัดการ การมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการ สื่อสารแบบสองทางในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่าย สามารถสลับบทบาท เป็น “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” หรืออาจเรียกว่าเป็น “คู่สื่อสาร” ผ่านเวทีการสื่อสารใน หลากหลายรูปแบบ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของกันและกัน ความเท่าเทียม กันและการทำงานร่วมกัน เพื่อนำข้อสรุปจากการสนทนาไปสู่การตัดสินใจดำเนินการ ต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 7 ประการ ดังต่อไปนี้ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549) ความหลากหลายของผู้เข้าร่วม การเข้าถึงสื่อ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ ความโดดเด่นของสาร การปรึกษาหารือ การสนับสนุน กระบวนการเชิงประชาธิปไตย



ภาพที่ 1 กระบวนการสื่อสาร

โดย กิติมา สุรสนธิ, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง, 2557, กรุงเทพฯ:

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหมู่บ้าน บ้านเสม็ดงาม อำเภอมือง จังหวัดจันทบุรี สภาพภูมิประเทศ เป็นเกาะมีแม่น้ำล้อมรอบ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น เนินสูง น้ำกร่อย เหมาะกับการทำอาชีพเกษตรกรรม ชุมชนมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติด้านสถานที่ท่องเที่ยว อุไรต่อเรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ป่าชายเลนนานาชาติ ชมนกเหยี่ยวตามธรรมชาติ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีต้นทุนด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยเฉพาะเสื้อเสม็ดงาม ที่มีลายเฉพาะเป็นเอกลักษณ์เป็นของหมู่บ้านเอง อีกทั้งกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นจนถึงแปรรูปเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ สามารถหาชมได้ในหมู่บ้านนี้ รวมไปถึงมีต้นทุนในการเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน การทอเสื้อเสม็ดงาม การอนุรักษ์ป่าชายเลน รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในหมู่บ้าน สามารถรองรับเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ที่ดีของผู้มาเยือน (สำนักพัฒนาชุมชน อำเภอมือง, 2561)

วิธีการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกทำการวิจัยโดยใช้วิธีการสังเกตการณ์ (Observation) และการสัมภาษณ์ (In-Depth Interview) จากประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Opened-Ends Interview) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม แนวคำถามจะอยู่ในรอบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี

ผลการวิจัย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่าเป็นการสื่อสารในระดับกลุ่มที่ไม่มีบุคคลเยอะมากนัก สามารถควบคุมการสื่อสารได้ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารจะเป็นแบบไม่เป็นทางการ สามารถสอบถาม ตอบกลับได้ มีการไหลเวียนของสารทั้งแบบบนลงล่าง จากผู้ใหญ่บ้าน ที่เป็นคนนำข่าวสารมาแจ้ง และล่างขึ้นบน ผู้คนในชุมชนสามารถถามหรือให้ข้อเสนอแนะได้ โดย

วิเคราะห์ตามกระบวนการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้

ผู้ส่งสาร จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนภายในชุมชน ต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดี และมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร และรู้ถึงบริบทของชุมชน เสม็ดงาม สามารถแสดงออกทาง อวัจนภาษาได้ดี เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะมีข้อมูลที่ครบถ้วนแล้วการพูดให้ผู้ฟังนั้นเกิดความคิดคล้อยตาม ให้เกียรติกับผู้ฟัง ก็จะสามารถช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

สาร ชุมชนเสม็ดงามได้แบ่งการท่องเที่ยวภายในชุมชน 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1 ประเภทเสื้อ ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเสื้อ ตั้งแต่ขั้นตอนปลูก เก็บเกี่ยว ไปจนถึงทำเป็นผลิตภัณฑ์ 2 ประเภทอาหารพื้นถิ่น และ 3 ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เนื่องจากการเป็นการท่องเที่ยวชุมชน มีความคิดที่หลากหลายในการนำเสนอสาร ที่ทางผู้นำชุมชนจึงต้องสร้างความเข้าใจและเรียงลำดับของสารให้น่าสนใจ เป็นระเบียบ

ช่องทางการสื่อสาร การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเสม็ดงาม ใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการติดต่อสื่อสารในชุมชน และมีกลุ่มไลน์ ใช้ในการนัดประชุมในแต่ละครั้ง ซึ่งสามารถแบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น ช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการและช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารเป็นทางการในการประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กิจกรรมของชุมชนต่างๆ เพื่อต้องการผลสรุปที่ชัดเจน และแผนงานที่สามารถดำเนินการร่วมกันได้ และช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ จะใช้เมื่อหลังประชุมเสร็จ เป็นการถามข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงตำแหน่งทางสังคม

ผู้รับสาร การสื่อสารภายในชุมชนเป็นแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยสมาชิกนั้นมีบทบาททั้งเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารสลับกันแล้วแต่วาระ ซึ่งผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชน ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารจึงเป็นในลักษณะแง่บวก มีการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น ร่วมกันวางแผน แก้ไขปัญหา รวมถึงให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่า การท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม มีจุดเริ่มต้นมาจากหน่วยงานภายนอกที่เห็นศักยภาพ

สนับสนุนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว โดยก่อนหน้านี้ทางชุมชนยังไม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทางหน่วยงานภายนอกไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ได้เข้ามาช่วยในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในด้านต่าง ๆ จนทำให้ ชุมชนเสมีดงามเริ่มเป็นที่รู้จัก ได้รับความนิยม การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอกนั้นมีการสื่อสารแบบสองทาง รูปแบบทางการสื่อสารมีรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และระดับเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล จากนั้นขยายเป็น การสื่อสารระดับกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลตามกระบวนการสื่อสารดังนี้

ผู้ส่งสาร พบว่า การติดต่อกับหน่วยงานภายนอก ภาพลักษณ์ การนำเสนอตัวตน ของตัวแทนชุมชนสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในการสื่อสาร และมีทักษะการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการติดต่อพูดคุย ทั้งความสัมพันธ์ส่วนตัวและความสัมพันธ์ในหน้าที่การงาน ซึ่งจะทำให้การสื่อสารนั้นดำเนินสะดวกมากขึ้น ผู้ส่งสารจึงต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้หน่วยงานภายนอกทราบหรือเข้าใจตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแผนการดำเนินงาน ปัญหา เพื่อที่จะได้อธิบายข้อดี ข้อเสีย ให้กับหน่วยงานภายนอกได้ และตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน

สาร พบว่า การสื่อสารระหว่างชุมชนและหน่วยงาน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน นั้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน มีงบประมาณจัดสรรให้กับชุมชนเสมีดงาม โดยเข้ามาหาข้อมูลสำรวจ และศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ค้นหาจุดเด่น อัตลักษณ์ต่าง ๆ ของชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่าง ดึงดูดนักท่องเที่ยว และให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การสื่อสารทางการตลาด ให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากว่าการให้ความรู้จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดีได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน นอกจากนี้ หน่วยงานภายนอก เห็นความสำคัญของข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชนเสมีดงาม ที่ต้องมีการเรียบเรียงข้อมูลให้ถูกต้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากบางสถานที่ท่องเที่ยวมีข้อมูลมาก การจัดลำดับไม่

เป็นระเบียบ ทางหน่วยงานภายนอกจึงเป็นส่วนสำคัญในการจัดทำข้อมูลท่องเที่ยว

ช่องทางการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกจะแบ่งออกเป็นทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ และไม่เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ จะเป็นการสื่อสารที่มีแบบแผน มีขั้นตอนชัดเจน มีเอกสารทางราชการเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น หนังสือเชิญประชุม หนังสืองบประมาณ ประกาศต่าง ๆ ซึ่งทางผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน จะเป็นผู้ดำเนินการดูแล ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หนังสือทางราชการจะเป็นเพียงต้นเรื่องในการดำเนินงาน แจ้งเพื่อทราบ แต่การที่ได้มาถึงข้อมูล แผนกิจกรรมต่าง ๆ การอบรมให้ความรู้ เกิดจากช่องทางการประชุมระดมความคิด เนื่องจากสามารถให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวคิด เปิดโอกาสให้กับทุกคน มีสิทธิมีเสียงเท่าเทียมกันในการสื่อสาร นอกจากช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ ยังพบว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก็มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน โดยการใช้สื่อบุคคล อาศัยความคุ้นเคย สนับสนุน พูดคุยปรึกษาหารือโดยที่ไม่มีการนัดล่วงหน้าหรือนอกเหนือจากการประชุม เช่นการกำหนดแผนคร่าว ๆ ในการดำเนินงานกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการนักท่องเที่ยว ก่อนที่จะลงพื้นที่ปฏิบัติจริง เพื่อจะได้ตรงกับบริบทของชุมชนมากที่สุด

ผู้รับสาร พบว่า ผู้รับสารมีปฏิกิริยาในแง่บวก ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี มีการโต้ตอบ แสดงความคิดเห็น เพื่อวางแผน วิเคราะห์ แก้ไขปัญหาร่วมกัน รวมถึงการร่วมกันจัดกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาให้ความรู้ เข้ามาพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เพราะความผูกพันกับชุมชน ความต้องการให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก รวมไปถึงรายได้ที่จะเกิดขึ้นหลังจากมีการพัฒนาการท่องเที่ยว ทางหน่วยงานจะต้องศึกษาถึงบริบทของชุมชนเสมีดงาม เพื่อที่จะได้สื่อสารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชนเสมีดงาม เป็นการสื่อสารในลักษณะทางเดียวและการสื่อสารสองทาง เป็นการสื่อสารเน้นรูปแบบไม่เป็นทางการ และการไหลของสารเป็นในแนวราบเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังใช้กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความ

ประทับใจในการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามอีกด้วย โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ตามกระบวนการสื่อสารดังนี้

ผู้ส่งสาร พบว่า ผู้ที่ส่งสารให้กับนักท่องเที่ยวจะเป็นเจ้าของกิจกรรม หรือสมาชิกในชุมชน ผู้ที่มีความรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งนอกจากจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในชุมชน ความคุ้นเคยของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ แล้ว ผู้ส่งสารต้องมีอัธยาศัยดี ไม่ถือตัวกับนักท่องเที่ยว แสดงออกถึงความจริงใจ ให้การต้อนรับที่อบอุ่น สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว มีการพูดคุยที่สนุก เป็นกันเอง ไม่น่าเบื่อ มีส่วนช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีความรู้เยอะ แต่พูดในเชิงวิชาการมากเกินไป การบริการนักท่องเที่ยวที่ดี ความเสียสละ เต็มใจในการตอบคำถามต่าง ๆ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ความประทับใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น

สาร ในส่วนของสารในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามจะเน้นการสื่อสารการท่องเที่ยว 3 ประเภท ได้แก่ 1) ศูนย์ทอล์ก พบว่า มีการสื่อสารถึงความเป็นมาของการทำเสื้อของชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พร้อมทั้งรายละเอียดขั้นตอนของการได้มาของเสื้อ ประวัติการทำเสื้อของหมู่บ้าน รวมไปถึงลายเสื้อที่เป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม 2) อาหารพื้นถิ่น พบว่า มีการสื่อสารบอกประวัติความเป็นมาของนักท่องเที่ยว เล่าถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชน จนกลายเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม เช่น ยำข้าวอ่อน ซาโง เป็นต้น และ 3) ท่องเที่ยวธรรมชาติ พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงาม ได้นำเรื่องของประวัติความเป็นมา เรื่องเล่าของ สมเด็จพระเจ้าตากสินมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว และได้เรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของป้าชายเลนเฉลิมพระเกียรติ ร๙ มาช่วยเสริมเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

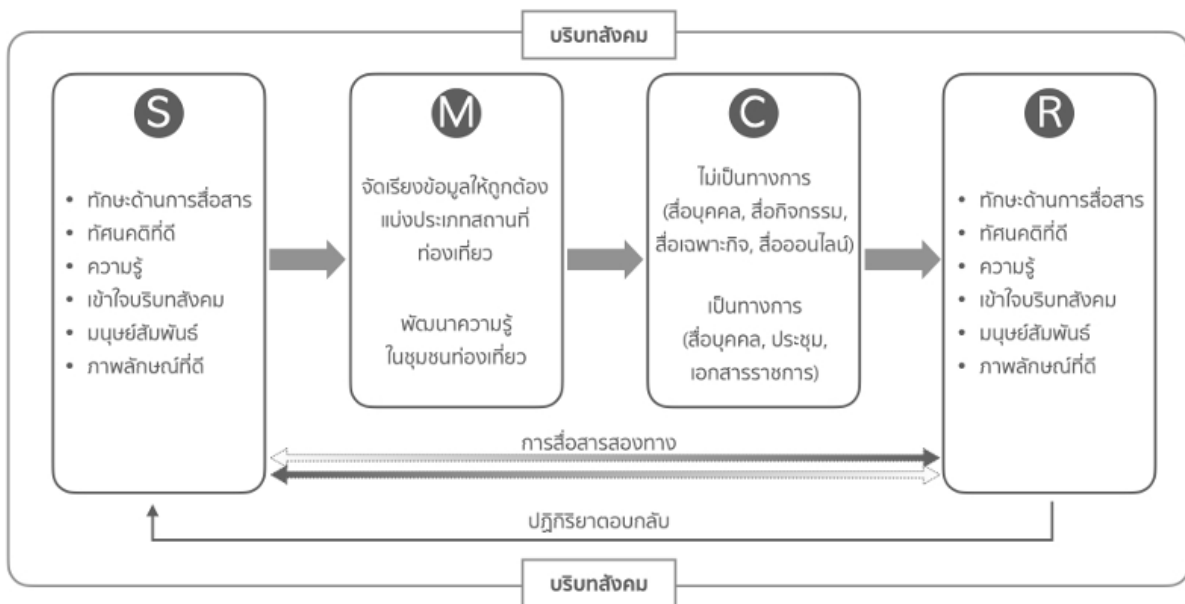
ช่องทางการสื่อสาร พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้เป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการ 1) สื่อบุคคล ถือว่าเป็นช่องทางที่สำคัญที่สุด ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น นักเล่าเรื่อง ไกด์ชุมชน หรือเจ้าของสถานที่นั้น ๆ ผ่านการบรรยาย เล่าเรื่อง อธิบายถึงความเป็นมา อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยน ยืดหยุ่นการสื่อสารได้ดีกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยว

เกิดความเข้าใจมากขึ้น 2) สื่อกิจกรรม จากการศึกษาพบว่า สื่อกิจกรรมสามารถสร้างการจดจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามเน้นในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง ในทุกขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ เช่น การย้อมเสื้อ การคว่ำใบขลุ่ย ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงวิถีชีวิตของชุมชนเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ลงมือทำจริง 3) สื่อเฉพาะกิจ จากการศึกษาพบว่า มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ การจัดกิจกรรมประเพณีสักการะพระเจ้าตาก เป็นประจำทุกปี ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมากยิ่งขึ้น สถานที่ในการจัดงานบริเวณ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และยังมีพิพิธภัณฑ์เรือเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นประวัติความเป็นมาของเรือต่อเรือพระเจ้าตากอีกด้วย 4) สื่อออนไลน์ พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามได้มี Facebook Fanpage. ไว้สำหรับแจ้งข่าวท่องเที่ยวต่าง ๆ และตอบคำถามกับนักท่องเที่ยวที่สนใจ ผู้วิจัยยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารยังมีการใช้งานได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากชุมชนยังไม่มีความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์

ผู้รับสาร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทางชุมชนได้จัดทำขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการฟังบรรยาย การปฏิบัติกิจกรรม หรือการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อนำกลับไปใช้และพัฒนา หรือเล่าสถานที่ที่เคยได้ท่องเที่ยวมาในชุมชนอื่น ๆ ถือว่า นักท่องเที่ยวมีปฏิกริยาในแง่บวก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังมีการซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนกลับไปด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์จากเสื้อเสม็ดงาม ซาโง เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความสนใจเนื่องจากได้รับรู้ข้อมูลในการผลิต กระบวนการต่าง ๆ ทำให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ และยังส่งผลให้ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามมีรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกด้วย

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงามจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้ผลสรุปและนำเสนอรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี
โดย ผู้วิจัย

รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านเสม็ดงาม เป็นรูปแบบทิศทางการสื่อสารแบบการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ซึ่งมีการสื่อสารที่มีปฏิกิริยาตอบกลับ สมาชิกสามารถที่จะออกความเห็น เสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้ โดยผู้นำชุมชนหรือผู้เข้าร่วมประชุมต่างกันทำหน้าที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งไปในทิศทางเดียวกับ ประมะ สตะ เวทิน (2546) ที่กล่าวว่า การสื่อสารสองทางเป็นรูปแบบหนึ่งที่สามารถสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ เป็นการสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ผู้รับมีโอกาสซักถามหรือแสดงความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสาร นอกจากนี้การสื่อสารแบบสองทางของการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามยังสามารถแบ่งออกเป็น 1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นการกำหนดโครงสร้าง วัน เวลา มีแบบแผนไว้อย่างแน่นอนชัดเจน ส่วนใหญ่ปรากฏอยู่ในการประชุม เช่นการวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างหน่วยงานภายนอก ผู้นำชุมชน และสมาชิกในกลุ่ม โดยมีการร่วมกันวางแผน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งงานตามความถนัด เป็นต้น 2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ไม่มีรูปแบบเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความเป็น

ส่วนตัว พบปะ พบคุยกัน โดยเกิดจากความสนิทสนม ความคุ้นเคยโดยไม่มีการนัดหมายมาก่อน ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้เป็นส่วนใหญ่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม

ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่สลับกันไปมาเพื่อให้การสื่อสารนั้นเกิดความเข้าใจสูงสุด กติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ได้ให้ทักษะการสื่อสารที่ดีของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัย ดังนี้คือ 1) ทักษะในการสื่อสาร ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร สื่อสารได้เข้าใจง่ายตรงประเด็น มีความคิดในการใช้เหตุผล ทำให้การสื่อสารมีความน่าเชื่อถือ และสื่อสารได้ง่ายมากยิ่งขึ้น 2) ทักษะ มีความมั่นใจและประเมินตนเองอยู่เสมอ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสาร เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ พอใจ รวมถึงผลสำเร็จของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อีกด้วย 3) ความรู้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะสื่อสาร เข้าใจในงานที่ได้รับมอบหมาย มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบคำถาม สร้างความเข้าใจให้แก่ นัก

ท่องเที่ยวได้ 4) บริบทวัฒนธรรม การสื่อสารจะประสบความสำเร็จ ความเป็นอยู่ ค่านิยม ความเชื่อ ที่มีความแตกต่างกัน ก็จะทำให้การสื่อสารแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น ชุมชนเสม็ดงาม มีการทำนากก ตากกก ในช่วงเช้าเป็นส่วนใหญ่ ทำให้บางครั้งไม่สามารถมาประชุมรับฟังความคิดเห็นได้

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบทักษะการสื่อสารที่ดีในการศึกษาครั้งนี้คือ 5) มนุษย์สัมพันธ์ ถึงแม้ว่า สูงสุด กิตติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ไม่ได้กล่าวถึงด้านมนุษย์สัมพันธ์ที่ชัดเจน แต่ผลวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีในการสื่อสาร มีผลทำให้เกิดความประทับใจในการสื่อสารแต่ละครั้ง เช่น การให้ความรู้จากหน่วยงานภายนอกที่มีความเป็นกันเอง หรือ การให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น และ 6) ภาพลักษณ์ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว บางครั้งยังไม่มีบทสนทนา แต่ผู้สื่อสารหรือผู้รับสารมักจะถูกตีความหมายจากการพบเห็น ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสม ก็จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ เช่น การแต่งกายให้เหมาะสมในเวลาติดต่อกับหน่วยงานราชการ รวมไปถึงการแต่งกายให้เหมาะสมในเวลาารับนักท่องเที่ยว

สาร ผลการวิจัยค้นพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงามมีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญคือ 1) เนื้อหาของสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม เนื่องจากชุมชนเสม็ดงามมีข้อมูลท่องเที่ยวที่มากและบางข้อมูลเป็นการเล่าต่อกันมา ดังนั้นการที่ต้องเลือกคัดเนื้อหาให้เหมาะสมและเรียบเรียงเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เป็นสิ่งที่สำคัญในลำดับต้น ๆ ของการท่องเที่ยวชุมชน เพราะนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้รับสารและตีความ ควรมีการเตรียมความพร้อมของสารที่จะสื่อออกไปให้ถูกต้องเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553) ที่กล่าวว่าสารนั้นมีความสลับไหล เปิดกว้างในการตีความ ไม่ว่าผู้ส่งสารจะตั้งใจหรือไม่ ผู้รับสารก็จะเป็นผู้สร้างความหมายขึ้นมา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจเป็นหนึ่งเดียว ไม่สับสนกับข้อมูล 2) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การตลาด พฤติกรรมการท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ ล้วนแล้วต้องมีการคัดเลือกสารที่ดี เนื้อหาที่ชุมชนนั้นต้องการ และควรมีการเรียงลำดับความยากง่าย ไม่มีความวิชาการมากเกินไป ภาษาต่างประเทศใช้เท่า

ที่จำเป็น มีตัวอย่างในการนำเสนอเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับสารให้เข้ากับบุคลิกภาพ ก็จะทำให้สารนั้นมีความน่าเชื่อถือ เกิดประสิทธิภาพการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

ช่องทางการสื่อสาร จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่อนักท่องเที่ยวชุมชนเสม็ดงาม พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ใช้เป็นลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยใช้สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อออนไลน์ ทั้งนี้มาความสอดคล้องกับ กิตติมา สุรสนธิ, ศุภกิจแดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ที่แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น สื่อบุคคล กับสื่อที่ไม่ใช่บุคคล

1. สื่อเป็นทางการ 1) ผ่านสื่อบุคคล ถือว่า เป็นช่องทางที่สำคัญที่สุด ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามใช้สื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นในรูปแบบช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การประชุมเตรียมงาน ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เห็นปฏิกิริยาของผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารนั้นสามารถยืดหยุ่นและสร้างความเข้าใจได้ง่ายขึ้น 2) ผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล เป็นช่องทางเพื่อเสริมสร้างการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งทางชุมชนจะเน้นในเรื่องของเอกสารราชการที่ต้องมีความถูกต้องตามแต่ละหน่วยงานที่ทำการประสานงานด้วย เช่น หนังสือเชิญประชุม หนังสือเชิญบรรยายให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี

2. สื่อไม่เป็นทางการ 1) ผ่านสื่อบุคคล เป็นการพูดคุยสื่อสารแบบไม่มีวาระ ไม่มีการนัดล่วงหน้า หรือคุยหลังจากประชุมเสร็จ ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้เข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการโดยใช้บุคคล สามารถสร้างความสัมพันธ์ได้ดี และสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น การบรรยายสถานที่ท่องเที่ยว นักเล่าเรื่อง ไกด์ชุมชน 2) ผ่านสื่อที่ไม่ใช่บุคคล สามารถช่วยให้การสื่อสารนั้นส่งสารได้ไกลมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาสามารถแบ่งออกได้เป็น **สื่อกิจกรรม** จากการศึกษาพบว่า สื่อกิจกรรมสามารถสร้างการจดจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ชุมชนท่องเที่ยวเสม็ดงามเน้นในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำจริง ในทุกขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ เช่น การย้อมเสื้อ การคว่ำใบชูลู ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง

วิถีชีวิตของชุมชนสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น และเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่ได้ลงมือทำจริง **สื่อเฉพาะกิจ** จากการศึกษาพบว่า มีการใช้สื่อเฉพาะกิจ การจัดกิจกรรมประเพณีสักการะพระเจ้าตาก เป็นประจำทุกปี ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักชุมชนท่องเที่ยวสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น สถานที่ในการจัดงาน บริเวณ ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช และยังมีพิพิธภัณฑ์อยู่ต่อเรือเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เห็นประวัติความเป็นมาของอยู่ต่อเรือพระเจ้าตากอีกด้วย **สื่อออนไลน์** พบว่า ทางชุมชนท่องเที่ยวสมัยใหม่นี้ ได้มี Facebook Fanpage. ไว้สำหรับแจ้งข่าวท่องเที่ยวต่าง ๆ และตอบคำถามกับนักท่องเที่ยวที่สนใจ ผู้วิจัย ยังพบอีกว่า สื่อออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารยังมีการใช้งานได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากชุมชนยังไม่มี ความชำนาญในการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติมา สุรสนธิม ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ที่กล่าวว่า สื่อที่ไม่ใช่บุคคลสามารถช่วยให้ผู้รับสารสามารถทราบข้อมูลโดยที่ไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกัน

บริบทสังคม เป็นสิ่งสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากการพัฒนาที่ดีถ้าไม่รู้ถึงข้อมูลของชุมชนที่แท้จริง อาจทำให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดีก็เป็นได้ ถึงแม้รูปแบบการสื่อสารโดยทั่วไปจะไม่ได้กล่าวถึง บริบททางสังคมมากนัก แต่จากการวิจัยพบว่า บริบทของสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว สอดคล้องกับ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2553) ที่กล่าวว่า คนในชุมชนต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองว่าเป็นอย่างไร มีศักยภาพของพื้นที่ ที่เป็นทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม เป็นอย่างไร ต้องมีความรู้ความเข้าใจ จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดจากการพัฒนา นอกจากนี้ผู้สื่อสารเพื่อที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ควรต้องทำความเข้าใจกับบริบทของชุมชน เพื่อให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีความราบรื่นและเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามที่ กิตติมา สุรสนธิม, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง (2557) ได้กล่าวไว้

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน การเริ่มคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน ควรมีความหลากหลายของสมาชิกหรือผู้เข้าร่วม เพื่อจะได้สะท้อนความคิด

เห็นต่าง ๆ และมาด้วยความสมัครใจ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2549) ที่กล่าวถึงความหลากหลายของผู้เข้าร่วม ซึ่งเป็นหลักการที่สำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ในชุมชนยังมีการร่วมการวางแผน ร่วมกันทำกิจกรรม และได้รับประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับ กุลธิดา ศรีสุวรรณ และ รรินทร์ วรรณันต์ (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม จังหวัดพังงา และ ทัพย์สุตา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร (2559) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนา จังหวัดน่าน พบว่าทางชุมชนต้องมีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอก มีกันร่วมกันวางแผน ทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมีความเข้าใจกันง่ายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ Kavaratzis (2015) ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์สำหรับการท่องเที่ยว และ Panagiotopoulou, Somarakis and Stratigea (2018) โดยได้มีข้อสรุปที่น่าสนใจ คือ การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนร่วมกันสร้างระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและถาวร

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารค่อนข้างน้อย ทางชุมชนควรมีการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ซึมซับความเป็นเจ้าของชุมชน และรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้มีการสืบทอดต่อไป และยังเป็นแนวทางไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. นอกจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้ว การสื่อสารด้านการตลาด ความรู้ทางด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์โฆษณา ยังเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอให้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป
3. จากการวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภายนอก จะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งถ้าหน่วยงานภายนอกได้รับรู้ถึงความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ 2560 - 2564*. กรุงเทพฯ: บริษัท พิตับบลิว ปรีนติ้ง จำกัด
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์. กิติมา สุรสุนธิ, ศุภกิจ แดงขาว และอนงค์ลักษณ์ สมแพง. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร (Introduction to Communication) ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลธิดา ศรีสุวรรณ และรณิธร วสุนันต์. (2558). การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนกะปง จังหวัดพังงา. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*, 11(3), 25-32.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2562). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (2560 - 2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการ โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ประมะ สดะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). *การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- พจนา สอนศรี. (2554). “บทบาทของประชาชนในท้องถิ่นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” *เอกสารการสอน ชุดวิชาการจัดการ นันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ*, พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทิพย์สุดา ปานเกษม และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของจังหวัดน่าน. *ประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์*, 1 กรกฎาคม 2559, 155-176
- สำนักพัฒนาชุมชน อำเภอเมือง. (2561). *เอกสารแบบสำรวจข้อมูลหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว*. จันทบุรี.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2553). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 จาก: <http://www.dasta.or.th/th/component/k2/item/>
- Kavaratzis M, Kalandides A. (2015). Rethinking the place brand: the interactive formation of place brands and the role of participatory place branding. *Environ Plan A*. 47(6), 1368–1382.
- Panagiotopoulou, M., Somarakis, G., and Stratigea, A. (2018). Smartening up Participatory Cultural Tourism Planning in Historical City Centers. *Journal of Urban Technology*. 29 Oct 2018, 1-25

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด
กับบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่ง บางแสน 21

The Relationship Between the Perceptions of Marketing Communications
and Brand Personality of Bangsaen 21 Running Event

สราลี สนธิจันทร์¹ วิรัตน์ สนธิจันทร์²

Saralee Sonchan and Wirat Sonchan

Article History

Received: April 23, 2021

Revised : June 24, 2021

Accepted: July 9, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การรับรู้การสื่อสารการตลาดและการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของงานวิ่งบางแสน 21 2. เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 3. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ตัวอย่างเป็นนักวิ่งงานบางแสน 21 จำนวน 600 คน เลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น คัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.95 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงแบบทีแบบอิสระ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า

1. ตัวอย่างรับรู้การสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง และมีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของงานวิ่งบางแสน 21 อยู่ในบุคลิกภาพผู้มีความสามารถมากที่สุด

2. เพศต่างกัน ทำให้การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าแบบโก้หฺรของงานวิ่งบางแสน 21 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. รายได้ต่างกัน ทำให้การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงจังของงานวิ่งบางแสน 21 ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

Assistant Professor, Sport Mass Communications Program, Faculty of Sport Science, Burapha University.

*Corresponding author Email: saralee@go.buu.ac.th

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

Assistant Professor, Exercise and Sport Science Program, Faculty of Sport Science, Burapha University.

4. การสื่อสารการตลาดงานวิ่งบางแสน 21 กับการรับรู้บุคลิกภาพจริงใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ระดับ 0.57 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาด บุคลิกภาพตราสินค้า บางแสน 21

Abstract

This research aimed 1. to study the perception of marketing communications and brand personality of Bangsaen 21 Running Event; 2. to compare the demographic characteristics towards the perception of brand personality of Bangsaen 21 Running Event; and 3. to study the relationship between the marketing communications and the perception of brand personality of Bangsaen 21 Running Event. The participants were 600 runners from Bangsaen 21 Running Event with non-probability sampling. The samples were selected by the purposive selection. The reliabilities of questionnaires were 0.95. Data were analyzed using descriptive statistics, T-Test, One-Way ANOVA, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results showed

1. The participants perceived the marketing communications at the moderate level and perceived the brand personality of Bangsaen 21 Running Event in skilled personality at the highest level.
2. The different genders affected the perception of Sophistication of Bangsaen 21 Running Event with statistically significance difference at 0.05.
3. The different income affected the perception of Sincerity of Bangsaen 21 Running Event with statistically significance difference at 0.05.
4. The marketing communications of Bangsaen 21 Running Event and the perception of Sincerity had the greatest relationships at 0.57 level with statistically significance difference at 0.05.

Keywords: Marketing Communications, Brand Personality, Bangsaen 21

บทนำ

ในปัจจุบันกีฬามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งในด้านสุขภาพและด้านจิตใจ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว และสังคม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย เรื่อง การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ และแผน

แม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น 14 ศักยภาพการกีฬา มีตัวชี้วัด ได้แก่ ประชาชนทุกภาคส่วนของประชากรทั้งหมดออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 40 โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมกีฬา สร้างโอกาสและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาอย่างต่อเนื่อง โดยกระแสรองการออกกำลังกายที่กำลังเป็นที่นิยมคือ การวิ่ง ซึ่งการวิ่งมีทั้งวิ่งในสวนสาธารณะหรือสถานที่ที่จัดไว้ให้ และการจัดการแข่งขันวิ่งรายการต่าง ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยนอกจากจะเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงแล้ว ยังมีส่วนในการสร้างรายได้

ได้ให้กับท้องถิ่นที่จัดการแข่งขันอีกด้วย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่มีประชาชนเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก (แผนยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๔ – พ.ศ. ๒๕๗๐, 2564)

กระแสการวิ่งในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากสถิติผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่งเพิ่มขึ้นทุกปี จากร้อยละ 15.4 ในปี พ.ศ. 2557 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.2 ในปี พ.ศ. 2559 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นร้อยละ 23.1 และ 24.4 ในปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 ตามลำดับ หรือประมาณเกือบ 1 ใน 4 ของคนไทย โดยในช่วงสิบปีที่ผ่านมา คนไทยให้ความสนใจกิจกรรมการวิ่งเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นประมาณ 10 ล้านคน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคนไทยหันมาใส่ใจการออกกำลังกายด้วยการวิ่งกันมากขึ้น และจากกระแสนิยมการวิ่งในประเทศไทย จึงมีผลทำให้จำนวนการจัดงานวิ่งเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2562 มีงานวิ่งมากถึง 200 - 250 งานต่อเดือน หรือประมาณ 3,000 งาน นับเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสังคมไทย โดยการจัดงานวิ่ง หากเป็นงานขนาดเล็กหรือขนาดกลาง จะมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมประมาณ 1,000 – 5,000 คนต่องาน ขณะที่งานขนาดใหญ่ระดับจังหวัด จะมีผู้เข้าร่วมเป็นหลักหมื่นคนขึ้นไป เช่น งาน สสส. จอมบึงมาราธอน บางแสนมาราธอน วิ่งว่าเมือง ภูเก็ตมาราธอน เชียงใหม่มาราธอน เป็นต้น (สักรินทร์ นิยมศิลป์, 2563) ทั้งนี้ หากกล่าวถึงงานวิ่งที่ประสบความสำเร็จอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย งานวิ่งคุณภาพที่ยกระดับมาตรฐานงานวิ่งของไทยให้เทียบชั้นงานวิ่งระดับนานาชาติ โดยนักวิ่งการันตีว่าเป็นงานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุดก็คือ งานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนบางแสน 21

งานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนบางแสน 21 จัดขึ้นโดย บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด ร่วมกับ เทศบาลเมืองแสนสุข เป็นงานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนรายการแรก และรายการเดียวในประเทศไทย ที่ได้รับรางวัลงานวิ่งมาตรฐานระดับโลก “World Athletics Road Race Label” จากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ ซึ่งทำให้งานวิ่งบางแสน 21 ติด 1 ใน 5 ของเอเชีย เทียบเท่ากับสาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และสหรัฐอเมริกา เอมิเรตส์ โดยการจัดงานวิ่งปี พ.ศ. 2563 นับเป็นปีที่ 6 ภายใต้แนวคิด “The Finest Running Event Ever” และมีจำนวนนักวิ่งเข้าร่วมกว่า 10,000 คน (กระหิม นักรวิ่งเฉียดหมื่นร่วมชิงชัยศึก “ฮาล์ฟมาราธอน บางแสน 21”, 2563) โดยงานวิ่งบางแสน 21 จัดครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2558 ด้วยยอดผู้สมัครจำนวน 3,600 คน

ต่อมาในปี พ.ศ. 2559 มีผู้สมัครมากกว่า 30,000 คน จึงต้องใช้ระบบลอตโต้ (Lotto) สุ่มผู้สมัครวิ่งให้อยู่ประมาณ 10,000 คน ปี พ.ศ. 2560 เป็นครั้งแรกที่ให้สิทธินักวิ่งเก่าสมัครก่อน และรับสมัครนักวิ่งใหม่เพิ่มอีกจำนวน 5,000 คน จากผู้สมัคร 37,000 คน สรุปจำนวนนักวิ่งทั้งหมด 13,080 คน ปี พ.ศ. 2561 มีนักวิ่ง 15,092 คน และปี พ.ศ. 2562 มีนักวิ่ง 12,262 คน โดยแยกระยะ 10 และ 5 กิโลเมตร ไปจัดอีกงานในชื่อบางแสน 10 มีนักวิ่ง 10,349 คน จากตัวเลขยอดสมัครและจำนวนนักวิ่งที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี แสดงให้เห็นถึงมาตรฐานในการจัดงานวิ่ง เสน่ห์ของงานที่สามารถดึงดูดให้นักวิ่งเก่ายังคงกลับมาวิ่ง และนักวิ่งใหม่ที่ต้องการจะมาลองวิ่งฮาล์ฟมาราธอนบางแสน 21 จนมีคำกล่าวว่ “หากคุณได้ชื่อว่าเป็นนักวิ่งไทย ต้องเคยสัมผัสบางแสน 21 สักครั้ง” (สัญญาทิพย์ เพ็ญนภักตร์, 2563)

การสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าให้กับงานวิ่งเพื่อสร้างการจดจำให้กับนักวิ่งนับเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมีจำนวนงานวิ่งที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้า จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารตราสินค้า เนื่องจากบุคลิกภาพตราสินค้าเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภครู้สึกว่สินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับตนเอง และเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มความเข้าใจในตราสินค้าของผู้บริโภคให้มากขึ้น (Belk, 1988 อ้างถึงใน ญฐจิรภักดิ์ บุญทศ, 2556) ซึ่งบุคลิกภาพของตราสินค้าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สำคัญในการสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่ง อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เนื่องจากบุคลิกภาพตราสินค้าเป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบได้ยาก (ก่อพงษ์ พลโยธา, 2551) อีกทั้งเมื่อเกิดการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าในใจของนักวิ่งแล้วนั้น การรับรู้ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในกระบวนการตัดสินใจเลือกสมัครและร่วมงานวิ่ง ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องจัดวางบุคลิกภาพให้กับสินค้า โดยการวางตำแหน่งตราสินค้าให้ชัดเจน และสามารถสื่อให้เห็นถึงบุคลิกภาพตราสินค้าตามที่นักการตลาดต้องการผ่านทางกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารการตลาดที่จะทำให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น คือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งเป็นการนำเครื่องมือสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ดารา พิยะपाल, 2553)

งานวิ่งบางแสน 21 เน้นอัตลักษณ์ คือ “งานวิ่งที่แสนสุขที่สุด” ภายใต้แนวคิด “The Finest Running Event Ever” โดยได้นำเสนอคุณค่าตราสินค้าว่า “ท่านจะได้สัมผัสบรรยากาศการวิ่งเลียบชายหาด กินลม ชมลิง ที่แสนสุขที่สุด (สัญญาทิพย์ เพ็ญนภักตร์, 2563) โดยในปี พ.ศ. 2563 ได้เพิ่มการสื่อสารเรื่องการได้รับรางวัลงานวิ่งมาตรฐานระดับโลก “World Athletics Road Race Label” ร่วมด้วย การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ ของงานวิ่งบางแสน 21 ทำอย่างหลากหลาย ทั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน กิจกรรมงาน Expo รวมถึงสื่อบุคคลทั้งคุณรัฐ จิโรจน์วณิชชากร และคุณณรงค์ชัย คุณปลื้ม อีกทั้งการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ยังมีจุดเด่นที่ยกระดับมาตรฐานของวงการวิ่งด้วยการสื่อสารกับนักวิ่งผ่านทางเว็บไซต์ แฟนเพจ อีเมล และ SMS เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งแผนที่เส้นทางการแข่งขัน จุดให้น้ำ จุดพยาบาล ห้องน้ำ เส้นทางจราจร เวลาการปิดถนน รวมถึงแผนที่จุดจอดรถ และอื่น ๆ ซึ่งทั้งหมดได้มีการวางแผนในการทำอย่างเป็นระบบ และมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักวิ่ง ได้ทราบข้อมูลของงานอย่างละเอียด ช่วยสร้างความเข้าใจ และรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในวันวิ่งได้เป็นอย่างดี (ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่กับงานวิ่งคุณภาพระดับอินเตอร์ BANGSAEN 21 นักวิ่งกว่า 3,600 คน จากทั่วประเทศ การันตีว่านี่คืองานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุด, 2558) ซึ่งจากการสื่อสารการตลาดทั้งหมดนี้ ล้วนสื่อถึงบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ทั้งสิ้น

ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อถึงบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ที่แข็งแกร่ง จนทำให้เกิดการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าในใจของนักวิ่ง และการรับรู้ดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจร่วมงานวิ่งบางแสน 21 อย่างไรก็ตามจะเห็นว่ก่อนหน้านี้ได้มีการศึกษาในประเด็นการสร้างแบรนด์กิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการสร้างแบรนด์กิจกรรมงานวิ่งบางแสน 21 แต่ยังไม่มีการศึกษาประเด็นการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด และการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรม

ของผู้บริโภคที่ตอบสนองต่อการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้า ซึ่งข้อมูลที่ได้นี้จะประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารการตลาด และการสร้างบุคลิกภาพตราสินค้าให้กับการจัดงานวิ่งบางแสน 21 และในทางวิชาการสามารถนำข้อมูลนี้ไปเติมเต็มองค์ความรู้ศาสตร์ด้านสื่อสารการตลาดในประเด็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดกิจกรรมกีฬา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

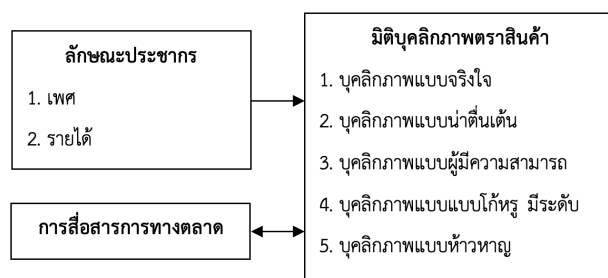
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะประชากรด้านเพศแตกต่างกันมีผลทำให้การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 แตกต่างกัน
2. ลักษณะประชากรด้านรายได้แตกต่างกันมีผลทำให้การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 แตกต่างกัน
3. การสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์เฉพาะ

บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) หมายถึง การระบุตัวตนของแบรนด์ เป็นการอ้างอิงถึงลักษณะของมนุษย์ต่อตราสินค้า ที่เป็นผลมาจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าและแบรนด์ โดยลักษณะของบุคลิกภาพของตราสินค้าสามารถแบ่งออกเป็น 5 มิติ ดังนี้ 1. บุคลิกภาพความจริงใจ (Sincerity) สะท้อนถึงความเสียสละ คนจิตใจดี รู้สึกอบอุ่น 2. บุคลิกภาพความตื่นเต้น (Excitement) สะท้อนถึงความท้าทาย โลกใหม่ ไม่อยู่ในกรอบ 3. บุคลิกภาพความรู้และความสามารถ (Competence) สะท้อนถึงพลัง ทรงอำนาจ ฉลาด เป็นผู้นำ 4. บุคลิกภาพความโก้หรู มีระดับ (Sophistication) สะท้อนถึงความดูดี เป็นสง่า มีระดับ 5. บุคลิกภาพความท้าทาย (Ruggedness) สะท้อนถึงความแข็งแกร่ง ทนทาน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดบุคลิกภาพตราสินค้าของ J. Aaker (1997) ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะเฉพาะทางบุคลิกภาพทั้งหมดจำนวน 42 ลักษณะ มาใช้ในการอธิบายลักษณะบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

การสื่อสารทางการตลาด หมายถึง การรวบรวมการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้วางแผนจัดทำขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบรนด์ ประกอบไปด้วยการโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดทางตรง (Direct marketing) การขายโดยบุคคล (Personal selling) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) การจัดกิจกรรมพิเศษ และการเป็นผู้อุปถัมภ์ (Events and Sponsorships) และการบริการลูกค้า (Customer service) (Duncan, 2005)

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey research) มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักวิ่งงานบางแสน 21 ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้วิธีการกำหนดขนาด

ของตัวอย่างตามสูตรการหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนของ Cochran (1953) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แทนค่าตามสูตร
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 \sim 385$$

ได้ตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อทดแทนการสุ่มหายงานวิจัยนี้จึงใช้ตัวอย่างจำนวน 600 คน ในการคัดเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) คือ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากนักวิ่งที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ปี พ.ศ. 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 จำนวน 13 ข้อ โดยมีคำตอบเป็น 5 ระดับ และส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 โดยใช้มาตรวัดบุคลิกภาพตราสินค้าของ Aaker (1997) แบ่งบุคลิกภาพตราสินค้าทั้งหมด 5 แบบ จำนวน 42 ข้อ มีคำตอบเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยเพื่อแปลความหมายของระดับคะแนน ดังนี้ 1.00 - 2.33 อยู่ในระดับน้อย 2.34 - 3.67 อยู่ในระดับปานกลาง และ 3.68 - 5.00 อยู่ในระดับมาก

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content validity) ปรีกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยให้มิตัดชนีอยู่ระหว่าง 0.7-1.00 และจากการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) จำนวน 30 คน การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 อยู่ที่ 0.92 และการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 อยู่ที่ 0.97 แยกตามมิติ 5 มิติ อยู่ที่ 0.84, 0.96, 0.94, 0.91 และ 0.85

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ลักษณะประชากร การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

statistics) โดยรายงานด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 โดยใช้สถิติการแจกแจงแบบทีแบบอิสระ t-test (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการรับรู้คุณภาพตราสินค้าของ

การจัดงานวิ่งบางแสน 21 จากการทดสอบสมมติฐานในข้อ 3 ใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง จำนวน 600 คน พบว่า เพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน และมีรายได้มากกว่า 65,000 บาท มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

การสื่อสารทางการตลาด	M	SD	แปลผล
1. Facebook (Bangsaen21)	4.64	0.74	มาก
2. Website (http://www.bangsaen21.com)	3.90	1.12	มาก
3. Website งานวิ่ง เช่น (www.wingnaidee.com)	3.78	1.18	มาก
4. YouTube	3.02	1.26	ปานกลาง
5. Line	4.67	0.67	มาก
6. E-mail และ SMS	3.96	1.07	มาก
7. คุณรัฐ จิโรจน์วิชิชากร	3.46	1.42	ปานกลาง
8. คุณณรงค์ชัย คุณปลื้ม	3.22	1.41	ปานกลาง
9. โทรทัศน์	2.61	1.20	ปานกลาง
10. หนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์	2.68	1.25	ปานกลาง
11. กิจกรรมงาน Expo ในวันรับเสื้อและบิบ	4.13	0.96	มาก
12. ของที่ระลึก เช่น เสื้อ ผ้าพับ หมวก	4.08	0.96	มาก
13. แก้วน้ำ	3.56	1.18	ปานกลาง
รวม	3.67	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวอย่างมีการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยมีการรับรู้การสื่อสารทางการ

ตลาดจากการ Line มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ Facebook (Bangsaen21) มีค่าเฉลี่ย 4.64 และอันดับที่ 3 คือ กิจกรรมงาน Expo ในวันรับเสื้อและบิบ มีค่าเฉลี่ย 4.13

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

มิติบุคลิกภาพตราสินค้า	M	SD	แปลผล
1. บุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity)	4.03	0.50	มาก
2. บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement)	4.33	0.60	มาก
3. บุคลิกภาพผู้มีความสามารถ (Competence)	4.39	0.60	มาก
4. บุคลิกภาพโก้หรู มีระดับหรือซับซ้อน (Sophistication)	3.85	0.76	มาก
5. บุคลิกภาพห้าวหาญ (Ruggedness)	4.06	0.67	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวอย่างมีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 อยู่ในมิติบุคลิกภาพผู้มีความสามารถ (Competence) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา คือ มิติบุคลิกภาพน่าตื่นเต้น (Excitement) มีค่าเฉลี่ย 4.33

อันดับที่ 3 มิติบุคลิกภาพห้าวหาญ (Ruggedness) มีค่าเฉลี่ย 4.06 อันดับที่ 4 มิติบุคลิกภาพจริงใจ (Sincerity) มีค่าเฉลี่ย 4.03 และมิติบุคลิกภาพโก้หรู มีระดับหรือซับซ้อน (Sophistication) น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.85

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 จำแนกตามเพศ

การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า ของการจัดงานวิ่งบางแสน 21	เพศชาย	เพศหญิง	t	P-Value
	M (S.D.)	M (S.D.)		
1. บุคลิกภาพจริงใจ	4.04 (0.48)	4.00 (0.54)	1.00	0.32
2. บุคลิกภาพน่าตื่นเต้น	4.32 (0.58)	4.35 (0.63)	- 0.59	0.56
3. บุคลิกภาพผู้มีความสามารถ	4.36 (0.57)	4.44 (0.64)	- 1.73	0.09
4. บุคลิกภาพโก้หรู มีระดับ	3.80 (0.75)	3.93 (0.76)	- 2.00	0.05*
5. บุคลิกภาพห้าวหาญ	4.07 (0.64)	4.03 (0.74)	0.69	0.49

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจ, แบบน่าตื่นเต้น, แบบผู้มีความสามารถ และแบบห้าวหาญ ของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน

การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบโก้หรู มีระดับหรือซับซ้อน ของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 จำแนกตามรายได้

รายได้	การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจ			
	M	S.D.	F	P-Value
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.13	0.50	3.12	0.01*
15,001 – 25,000 บาท	4.14	0.50		
25,001 – 35,000 บาท	4.06	0.48		
35,001 – 45,000 บาท	4.14	0.34		
45,001 – 55,000 บาท	3.94	0.53		
55,001 – 65,000 บาท	4.03	0.44		
มากกว่า 65,000 บาท	3.93	0.56		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า รายได้แตกต่างกันมีการรับรู้มิติบุคลิกภาพ

ตราสินค้าแบบจริงใจของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 แตกต่างกัน มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ ตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท และ 35,001 – 45,000 บาท มีการรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจ มากกว่า ตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 65,000 บาท

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21

หัวข้อ	การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21				
	จริงใจ	น่าตื่นเต้น	ผู้มีความสามารถ	โก้หรู	ท้าทาย
การสื่อสารทางการตลาด	0.57*	0.29*	0.27*	0.27*	0.33*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 กับการรับรู้มิติบุคลิกภาพจริงใจ มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ที่ระดับ 0.57 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้
1. การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 อยู่ในมิติบุคลิกภาพผู้มีความสามารถ (Competence)

มากที่สุด ในลักษณะที่เป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ (Reliable) มีความมั่นใจในตนเอง (Confident) และมีความเป็นผู้นำ (Lead) โดย Plummer (1984) ได้แบ่งองค์ประกอบของบุคลิกภาพตราสินค้าออกเป็น 2 ส่วน คือ ลักษณะบุคลิกภาพตราสินค้าที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงตราสินค้า และลักษณะบุคลิกภาพตราสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้ถึงตราสินค้า โดยสามารถสรุปได้ว่า การจัดงานวิ่งบางแสน 21 ได้มีการกำหนดบุคลิกภาพตราสินค้าผ่านแนวคิด “The Finest

Running Event Ever” คือ “งานวิ่งที่แสนสุขที่สุด” โดยนำเสนอคุณค่าตราสินค้าว่า “ท่านจะได้สัมผัสบรรยากาศการวิ่งเลียบชายหาด กินลม ชมลิง ที่แสนสุขที่สุด” (สัญญาทิพย์ เพ็ญนภักตร์, 2563) และนอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างยังมีการเชื่อมโยงลักษณะบุคลิกภาพผ่านทางลักษณะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์โดยตรง (Product-related Characteristics) (Aaker, 1996) กล่าวคือ งานวิ่งบางแสน 21 เป็นงานวิ่งมาตรฐานระดับโลก Gold Label ที่ได้รับรางวัลจาก World Athletics หรือสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ ซึ่งเป็นงานวิ่งงานแรกและงานเดียวของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน จึงทำให้งานวิ่งบางแสน 21 ติดอันดับ 1 ใน 5 ของเอเชีย (กระทิม นักวิ่งเฉียดหมื่นร่วมชิงชัยศึก “ฮาล์ฟมาราธอน บางแสน 21”, 2563) ภายในงานวิ่งบางแสน 21 มีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น การจัดงานสัมมนาพิเศษ เรื่องวิทยาศาสตร์การกีฬากับการวิ่ง เป็นการนำเสนอข้อมูลด้านต่าง ๆ ของการวิ่ง ในมุมมองของวิทยาศาสตร์การกีฬา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการฝึกฝนร่างกายสำหรับนักวิ่งมือใหม่ มือเก่า หรือการเตรียมพร้อมที่ถูกต้องทั้งก่อนและหลังการวิ่ง การดูแลอาการบาดเจ็บจากการวิ่ง อีกทั้ง ภายในงานยังมีการดูแลความปลอดภัยให้กับนักวิ่งตลอดเส้นทาง มีอาสาสมัครจากเทศบาลเมืองแสนสุขเข้ามาช่วยเหลือในด้านการอำนวยความสะดวก และมีการปิดกั้นเส้นทางจราจร โดยประสานกับทาง สภ.เมืองแสนสุข เพื่อให้เส้นทางวิ่งปลอดภัยและสร้างความมั่นใจให้กับนักวิ่งเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีทีมแพทย์ฉุกเฉินจาก 3 โรงพยาบาลชั้นนำในท้องที่ จ.ชลบุรี มีทีมแพทย์เคลื่อนที่พร้อมรถพยาบาลมาดูแลนักวิ่งในทุกเส้นทาง และนอกจากนี้งานวิ่งบางแสน 21 ยังทำประกันคุ้มครองอุบัติเหตุให้กับนักวิ่งทุกคนด้วยวงเงินรักษาพยาบาล 100,000 บาท เพื่อเป็นการยืนยันว่าทีมงานให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยของนักวิ่งอย่างจริงจัง ซึ่งนับว่าเป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ให้กับวงการวิ่งของไทย สำหรับการจัดเตรียมอาหารให้กับนักวิ่งหลังเข้าสู่เส้นชัย งานวิ่งบางแสน 21 ได้นำร้านอาหารชื่อดังจากทั่วเมืองบางแสนมาให้บริการนักวิ่งฟรีโดยมีไฮไลท์สำคัญคือ ข้าวหลามทอด ซึ่งเป็นของฝากขึ้นชื่อของบางแสนมาให้กับนักวิ่งทุกคน ทำให้นักวิ่งที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 เกิดความประทับใจ และชื่นชมกับการจัดงานวิ่ง โดยนักวิ่งทุกเสียงบอกตรงกันว่า งานวิ่งบางแสน 21 คืองานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดี

ที่สุด (ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่กับงานวิ่งคุณภาพระดับอินเตอร์ BANGSAEN 21 นักวิ่งกว่า 3,600 คน จากทั่วประเทศ การันตีว่านี่คืองานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุด, 2558) ซึ่งเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างนำงานวิ่งบางแสน 21 มาเชื่อมโยงกับมิติบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถในลักษณะที่เป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือ มีความมั่นใจในตนเอง และมีความเป็นผู้นำ

2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ต่างกัน คือ ด้านเพศ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการรับรู้เป็นกระบวนการเลือกการรวบรวม และการตีความสิ่งเร้าต่าง ๆ ทางการตลาด ตลอดจนสภาพสิ่งแวดล้อมให้เป็นภาพรวมเพื่อเชื่อมโยงกันจนสามารถเข้าใจได้ (Assael, 1998, อ้างถึงใน จิตรลดา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์, 2559) ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้ไว้ว่า สิ่งเร้าอย่างเดียวกันอาจจะทำให้บุคคลทั้ง 2 คน สามารถรับรู้ต่างกันได้ การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และจะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม การศึกษา (กันยา สุวรรณแสง, 2544, อ้างถึงใน จิตรลดา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์, 2559) โดยบุคคลแต่ละคนนั้นมีเหตุผล และใช้เหตุผลในการตัดสินใจ มีการใช้ประสบการณ์ที่มีเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งประสบการณ์นั้นมาจากการที่ผู้บริโภคแต่ละคนเรียกข้อมูลที่เก็บอยู่ในหน่วยความจำของตนออกมาใช้ ซึ่งข้อมูลที่อยู่ในหน่วยความจำของแต่ละคนนั้นมีความต่างกันไปตามปัจจัยทางกายภาพของแต่ละคน เช่น เพศ อายุ การศึกษา และสภาพแวดล้อม เป็นต้น (Solomon, 2013, อ้างถึงใน สราลี พุ่มกumar และวิรัตน์ สนธิจันทร์, 2563) ความแตกต่างของวิธีการทำความเข้าใจต่อสิ่งรอบตัวของผู้บริโภคแต่ละคนจากประสบการณ์ คุณลักษณะ และการรับรู้ของผู้บริโภค จึงเป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรต่างกันมีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริทัศน์ พระสุนันท์ (2557) ที่ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศและปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าแอมเวย์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสราลี พุ่มกumar และวิรัตน์ สนธิจันทร์ (2563) ที่ศึกษาพบว่า เพศแตกต่างกัน มีผลทำให้การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบห้าวหาญของคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่าง

กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 มีความสัมพันธ์กับการรับรู้มิติบุคลิกภาพจริงใจมากที่สุด โดยมีลักษณะที่เป็นคนจริงใจ มีความเป็นมิตร มีความซื่อสัตย์ และเป็นคนร่าเริง ซึ่งผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการสื่อสารบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ได้ เพราะการสื่อสารทางการตลาดเหล่านั้นทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าได้ตามที่การจัดงานวิ่งบางแสน 21 กำหนดไว้ คือ งานวิ่งที่แสนสุขที่สุด เน้นทุกอย่างที่เป็นความสุข ความไว้วางใจ ประสบการณ์ดี ๆ ของการร่วมกิจกรรม โดยนักวิ่งจะได้สัมผัสบรรยากาศการวิ่งที่สวยงาม หาด กินลม ชมถึง ที่แสนสุขที่สุด (สัญญาพิทย เพ็ญภักตร์, 2563) ซึ่งการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ ของงานวิ่งบางแสน 21 ทำอย่างหลากหลาย ทั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชน กิจกรรมงาน Expo รวมถึงสื่อบุคคลทั้งคุณรัฐ จิโรจน์วิชชากร และคุณณรงค์ชัย คุณปลื้ม อีกทั้งการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ยังได้ลงลึกในทุกรายละเอียดของงาน เริ่มตั้งแต่การออกแบบเสื้อ และเหรียญ ด้วยคอนเซ็ปต์ที่เน้นความเรียบง่ายแต่มีสไตล์ และนำสิ่งเหล่านี้มาผสมผสานเป็นภูมิในการออกแบบ รวมถึงสร้างตุ๊กตาลิงจอมขน แชมป์ มุกก็ขึ้นมาเป็นรางวัลพิเศษสำหรับนักวิ่ง จนได้รับการกล่าวถึงเป็น Talk of the town ของวงการวิ่ง นอกจากนี้งานวิ่งบางแสน 21 ยังมีจุดเด่นที่ยกระดับมาตรฐานของวงการวิ่งด้วยการสื่อสารกับนักวิ่งผ่านทางเว็บไซต์ แฟนเพจ อีเมล และ SMS เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งแผนที่เส้นทางการแข่งขัน จุดให้น้ำ จุดพยาบาล ห้องน้ำ เส้นทางจราจร เวลาที่ทำการปิดถนน รวมถึงแผนที่จุดจอดรถ และอื่น ๆ ซึ่งทั้งหมดได้มีการวางแผนในการทำอย่างเป็นระบบ และมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ให้นักวิ่งได้ทราบข้อมูลของงานอย่างละเอียด ช่วยสร้างความเข้าใจ และรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในวันวิ่งได้เป็นอย่างดี (ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่กับงานวิ่งคุณภาพระดับอินเตอร์ BANGSAEN 21 นักวิ่งกว่า 3,600 คน จากทั่วประเทศ การันตีว่านี่คืองานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุด, 2558) ซึ่งจากการสื่อสารทางการตลาดของงานวิ่งบางแสน 21 นี้เอง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างนำมาเชื่อมโยงกับมิติบุคลิกภาพแบบมีความจริงใจ

ในลักษณะที่เป็นคนจริงใจ มีความเป็นมิตร มีความซื่อสัตย์ รวมถึงเป็นคนที่มีความร่าเริง ซึ่งจะเห็นว่าการกำหนดบุคลิกภาพไว้อย่างชัดเจนของการจัดงานวิ่ง ส่งผลให้การเลือกใช้การสื่อสารทางการตลาดในการสื่อสารบุคลิกภาพตราสินค้านั้นตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ตรงตามตำแหน่งที่วางไว้ และยังทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความชัดเจน ไม่สับสนในบุคลิกภาพตราสินค้า และนำไปสู่การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าตามที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า เพศหญิงมีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าแบบโก้หรู มีระดับหรือซับซ้อน มากกว่าเพศชาย ซึ่งการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ควรเพิ่มการรับรู้ในส่วน of บุคลิกภาพตราสินค้าแบบโก้หรู มีระดับหรือซับซ้อน ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศชายเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างการรับรู้ผ่านการสื่อสารการตลาดถึงความมีระดับ หูหรา ดูดี และมีเสน่ห์

2. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลทำให้การรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 แตกต่างกัน ดังนั้น งานวิ่งบางแสน 21 จึงควรเพิ่มการรับรู้มิติบุคลิกภาพตราสินค้าแบบจริงใจ ให้กับตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 65,000 บาท เพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างการรับรู้ผ่านการสื่อสารการตลาดถึงความจริงใจ ความเป็นมิตร ความซื่อสัตย์ และความร่าเริง

3. จากผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารทางการตลาดของการจัดงานวิ่งบางแสน 21 มีความสัมพันธ์กับการรับรู้มิติบุคลิกภาพจริงใจมากที่สุด ดังนั้น การจัดงานวิ่งบางแสน 21 ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งบุคลิกภาพตราสินค้าจะแข็งแกร่งขึ้นหากได้รับการสนับสนุนผ่านเครื่องมือการสื่อสารการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยบุคลิกภาพตราสินค้านั้นมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคสามารถดึงข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าออกมาจากความทรงจำ และทำให้เห็นถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยนี้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าการจัด

งานวิ่งบางแสน 21 ซึ่งผู้ที่สนใจอาจเลือกศึกษากับการจัดงานวิ่งอื่น ๆ

2. การวิจัยนี้ทำการศึกษาการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าการจัดงานวิ่งบางแสน 21 เพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ที่สนใจอาจเลือกศึกษาเปรียบเทียบบุคลิกภาพตราสินค้าของการจัดงานวิ่งใน

ระยะอื่น ๆ ของบริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด หรือเปรียบเทียบกับจัดงานวิ่งอื่น ๆ

3. ผู้ที่สนใจอาจเลือกใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด และความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

บรรณานุกรม

- กระหิม นกวิ่งเฉียดหมื่นร่วมชิงชัยศึก “ฮาล์ฟมาราธอน บางแสน 21”. (19 ธันวาคม 2563). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/sport/others/1997947>
- ก่อพงษ์ พลโยธา. (2551). *บุคลิกภาพตราองค์กรในประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2564). *แผนยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๔ – พ.ศ. ๒๕๗๐*. กรุงเทพฯ: การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- จิตรลดา ศักดิ์ศรีพิพัฒน์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ภาพลักษณ์ คุณภาพให้บริการและความตั้งใจซื้อของผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารซีไอเอ็มบีไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ณัฐจิรัช บุญทศ. (2556). *การเปรียบเทียบการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าชาวพร้อมดื่ม ระหว่าง “โออิชิ” กับ “อิชิตัน” และอิทธิพลของบุคลิกภาพ “คุณตัน ภาสกรนที” ที่มีต่อการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของสองตราสินค้า*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดารา ทีปะปาล. (2553). *การสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่กับงานวิ่งคุณภาพระดับอินเตอร์ BANGSAEN 21 นักวิ่งกว่า 3,600 คน จากทั่วประเทศ การันตีว่านี่คืองานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุด. (2558). สืบค้น 3 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2321584>
- ปรีทัศน์ พระสุจันทร์. (2557). *การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าแอมเวย์ กรณีศึกษา : ประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สรลธิ พุ่มกุมาร และวิรัตน์ สนธิจันทร์. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดกับบุคลิกภาพตราสินค้า คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 28(2), 295-317.*
- สักรินทร์ นิยมศิลป์. (2563). *คนไทย 16 ล้านคนเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพ*. สืบค้น 3 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.thaihealthreport.com/articleapr012020>
- สัญญาทิพย์ เพี้ยนภักตร์. (2563). *การสร้างแบรนด์กิจกรรม (Event Brand) กรณีศึกษา กิจกรรมงานวิ่ง BANGSAEN 21. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 14(1), 86-120.*
- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. New York: Free Press.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research, 34(3)*, 347-356.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Duncan, T. (2005). *Principle of Advertising & IMC*. 2d ed. Boston: McGraw-Hall companies, Inc.
- Plummer, J. T. (1984). How Personality Makes a Difference. *Journal of Advertising Research, 24(6)*, 27-31.

ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
The Needs of Pursuing a Master of Science Program
in the Psychology Department of Ramkhamhaeng University

อริสา สำรอง¹ รังสิมา หอมเศรษฐี² พิษสัลลัม อารังค์วรกุล³

Arisa Samrong, Rungsima Homsettee and Phitsaran Thamrongworakun

Article History

Received: December 4, 2020

Revised: December 25, 2020

Accepted: January 14, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ของผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี 2) ความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีต่อ โครงสร้างและเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง กลุ่ม ตัวอย่างในการวิจัยเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 256 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความความสนใจ และจะสมัครเรียนต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะทาง จิตวิทยามากที่สุด รองลงมาเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ และเป็นสาขาที่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สนใจศึกษา ต่อในแผนการศึกษาประเภทแผน ข. และวิชาเอกที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจศึกษาต่อมากที่สุดคือวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษา รองลงมาคือวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าโครงสร้างหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตเท่ากับ 43 หน่วยกิต มีความเหมาะสมพอดี 3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจศึกษาในวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษามี ความสนใจในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับจิตวิทยาการเยียวยาและฟื้นฟูมากที่สุด รองลงมาคือการปรึกษาครอบครัว ส่วนวิชาเอกจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การมีความสนใจในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการปรับพฤติกรรมในองค์กร รองลงมาคือการทดสอบและการประเมิน ทางจิตวิทยา

คำสำคัญ: ความต้องการศึกษาต่อ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹⁻³ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Department of Psychology, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University.

*Corresponding author Email: arisa_luck@hotmail.com

Abstract

This research aimed to study 1) the need for further study in the Master of Science Program in Psychology, Ramkhamhaeng University. 2) the opinions of undergraduate's degree in the psychological structure and content of the Master of Science program, Department of Psychology Ramkhamhaeng University. The research sample consisted of 256 undergraduates using questionnaires. The statistics used for data analysis were frequent, percentage, mean and standard deviation. The findings were as follows: 1) Most of the respondents were interested and would apply for a Master of Science in Psychology program. The goal is to maximize psychological knowledge and skills. Inferior to use in their occupations and the interesting field. Most of the respondents were interested to further their studies in plan type B, and the most interesting major subject that the respondents interested in was counseling psychology followed by industrial and organizational psychology. 2) Most of the respondents commented that the program structure of 43 credits is appropriate. 3) Respondents who were majoring in counseling were most interested in remedial and rehabilitation psychology subjects. Inferior to psychological and family counseling. As for industrial and organizational psychology, interested in the subject matter of organizational behavior modification. Inferior to psychological tests and assessments.

Keywords: Education requirement, Master of Science, Program in Psychology

บทนำ

การศึกษาเป็นการพัฒนามนุษย์และสังคมให้มีความเจริญงอกงามโดยการถ่ายทอดความรู้ คุณธรรม และจริยธรรม ให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ดำรงชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่จะนำพาประเทศชาติไปสู่ความเจริญก้าวหน้า โดยประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาส่งเสริมทุนมนุษย์ เป็นกลยุทธ์หนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) แต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งประชากรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ ทักษะ และเจตคติ สังคมขาดคุณภาพและมีความเหลื่อมล้ำสูง ที่เป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนา ซึ่งประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงด้านยุทธศาสตร์โดยเฉพาะการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์จากการยกระดับคุณภาพคุณภาพการศึกษา การเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะด้านแรงงาน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559, หน้า1) ดังนั้น บทบาทของการศึกษาจะส่งเสริมให้บุคคลมีความรู้และทักษะในการสร้างประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ อีกทั้งการศึกษา

ระดับบัณฑิตศึกษายังเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Haggis, 2003)

สถานการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบันมีความต้องการและมีความจำเป็นที่นักจิตวิทยาจะเข้าไปมีบทบาทในการแก้ปัญหาทางสังคมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสุขภาพจิตของคนไทยในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับภาวะความเครียดสูงทั้งปัญหาทางเศรษฐกิจและปัญหาครอบครัวซึ่งนักจิตวิทยาให้คำปรึกษาจะช่วยเหลือได้ (กรมสุขภาพจิต, 2562) นอกจากนั้นในเรื่องของการทำงาน นักจิตวิทยายังเข้าไปช่วยเหลือองค์การในหลาย ๆ ด้าน เช่นการคัดเลือก การดูแล และการพัฒนาบุคลากร ดังนั้นการผลิตบุคลากรทางด้านจิตวิทยาที่มีความรู้ความชำนาญในศาสตร์ทางจิตวิทยาซึ่งเป็นศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการของจิต กระบวนการความคิด และพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยหลักทางวิทยาศาสตร์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาในสังคม ทั้งปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของบุคคลทั่วไป หรือการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์การ เป็นต้น (สุรชาติ ณ ทองคาย, 2563) ดังนั้นสถาบันทางการศึกษาจึงต้องพัฒนาหลักสูตรทางด้านจิตวิทยาที่ตอบ

สนองต่อการนำวิชาความรู้ไปแก้ปัญหาในสังคม เช่น การศึกษาในสาขาจิตวิทยาการปรึกษาที่ผลิตบุคลากรทางด้านจิตวิทยาเพื่อช่วยเหลือบุคคลที่มารับบริการให้เข้าใจปัญหาผ่านกระบวนการสำรวจตนเอง ส่งผลให้เกิดการตระหนักรู้ และสามารถพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาดตนเองได้อย่างเหมาะสม หรือการศึกษาสาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การที่ผลิตบุคลากรทางด้านจิตวิทยาที่จะสามารถประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีทางจิตวิทยามาใช้แก้ปัญหา พัฒนาศักยภาพของมนุษย์ระบบการทำงาน และพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น (ประพิมพ์า จรัสรัตนกุล, 2562)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ของผู้ที่สนใจศึกษาในสาขาจิตวิทยาให้คำปรึกษาและสาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ เพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า แม้หลักสูตรทางจิตวิทยาในระดับปริญญาโทจะมีการเปิดสอนในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนหลายแห่ง แต่จำนวนบัณฑิตที่จบมาในแต่ละสาขายังคงมีความต้องการในตลาดแรงงานของประเทศไทย ทั้งสาขาจิตวิทยาการให้คำปรึกษาและสาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้เรียนอันจะนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาจุดมุ่งหมายและความสนใจของผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีต่อโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีต่อเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาของหลักสูตรจิตวิทยา

ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิยามศัพท์

1. ความต้องการศึกษาต่อ หมายถึง ความสนใจในการศึกษาเนื้อหาวิชาของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา ได้แก่ เนื้อหาวิชากลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษา และเนื้อหาวิชากลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
2. ความคิดเห็นต่อหลักสูตรหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา หมายถึง การความเชื่อ ความคิด และความเข้าใจที่มีต่อโครงสร้างหลักสูตรที่ประกอบด้วยหมวดวิชาปรับปรุงพื้นฐาน หมวดวิชาบังคับ หมวดวิชาพื้นฐาน หมวดวิชาเอก หมวดวิชาศึกษาขั้นควาด้วยตนเอง และจำนวนหน่วยกิตของหลักสูตร
3. สาขาวิชาจิตวิทยา หมายถึง การศึกษากระบวนการคิดและพฤติกรรมมนุษย์ซึ่งแบ่งออกเป็นสองสาขาวิชาเอก คือ
 - 3.1 วิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษา หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับการปรึกษาเชิงจิตวิทยา เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นผู้มีปัญหาได้ทำความเข้าใจกับปัญหาของตนเองและมองเห็นแนวทางการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง
 - 3.2 วิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ในการทำงานในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน
4. มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายถึง มหาวิทยาลัยของรัฐแบบตลาดวิชาในประเทศไทย รับบุคคลเข้าศึกษาโดยไม่สอบคัดเลือกและไม่จำกัดจำนวน

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสมัครใจตอบแบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสมัครใจตอบแบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจงเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (google form) ระหว่างเดือน

มีนาคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2563 และยุติการเก็บข้อมูลเมื่อไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์เพิ่มเติม ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 256 คน

แนวคิดและทฤษฎี

1. ความต้องการทางการศึกษา ได้มีผู้ศึกษาและให้ความหมายของความต้องการทางการศึกษาไว้อย่างกว้างขวาง โดยสามารถอธิบายถึงรายละเอียดได้ ดังนี้

คำว่า “ความต้องการ” ในความหมายทั่วไปเป็นสภาวะทางจิตวิทยา สามารถแบ่งได้เป็นสองประเภทคือ 1) ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการเจริญเติบโต ความต้องการความปลอดภัย 2) ความต้องการประสบการณ์ใหม่ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการยอมรับว่าตนเองมีคุณค่า (มุกดา ศรียงค์ และคณะ, 2563) ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Maslow (1970 pp. 80-92) นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงในด้านทฤษฎีของความ ต้องการอธิบายว่า ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นโดยจะเริ่มจากความต้องการระดับที่ 1 ความต้องการขั้นพื้นฐานคือความต้องการทางกาย ระดับที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย ระดับที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ ระดับที่ 4 ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และระดับที่ 5 ความต้องการเข้าใจและเป็นตัวของตัวเองอย่างถ่องแท้ เป็นการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของตัวเอง และอยากแสดงความสามารถที่มีสูงสุดของตนเองแก่ผู้อื่นในสังคมรวมทั้งความอยากรู้อยากเห็นด้วย นอกจากนี้ Knowles (1980 p.26) ได้สรุปว่า ความต้องการทางการศึกษาเป็นสิ่งที่บุคคลแสวงหาในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองเพื่อพัฒนาหน่วยงาน หรือเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ความต้องการทางการศึกษาเป็นช่องว่างระหว่างระดับสมรรถภาพในปัจจุบันของบุคคล และระดับสมรรถภาพที่คาดหวังในระดับที่สูงขึ้น

2. แนวคิดการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและความสำคัญของการแสวงหาความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต ที่บุคคลจำเป็นต้องพัฒนาทักษะ เจตคติ และพฤติกรรมให้สามารถดำรงชีพได้อย่างปกติสุข ช่วยเสริมสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และยกระดับมาตรฐานชีวิตของประชาชนในสังคมให้สูงขึ้น ช่วยกล่อมเกลাজิตใจ

มนุษย์ และเป็นกระบวนการที่จะถ่ายทอดภูมิความรู้แก่คนในชาติ ปัจจุบันมีหลักยึดถือที่ว่า มนุษย์สามารถเรียนรู้ได้ตั้งแต่เกิดจนตายที่เป็นกระบวนการศึกษาต่อเนื่องปราศจากการหยุดนิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในการพัฒนาศักยภาพให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง ด้วยเหตุนี้โอกาสก้าวหน้าในชีวิตส่วนหนึ่งของบุคคลขึ้นอยู่กับโอกาสทางการศึกษา ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างความสำเร็จในชีวิตการทำงาน จะเห็นได้ว่าการแสวงหาความรู้ในระดับบัณฑิตศึกษาถือเป็นการศึกษาขั้นสูง การส่งเสริมให้ทรัพยากรบุคคลได้รับการศึกษานำไปสู่การเพิ่มบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถที่เอื้ออำนวยให้ประเทศเกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม (ลักสรินทร์ รัตนบุรี, 2558)

การเตรียมตัวและเตรียมข้อมูลที่เหมาะสมกับการตัดสินใจในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยมีหลักพิจารณา ดังนี้ (ประพนธ์ ลิ้มธรรมมหิศร, 2544)

1) การพิจารณาเลือกสาขาที่จะศึกษาต่อ ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาข้อมูลต่อไปนี้

(1) ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง เพื่อรู้จักวิเคราะห์และสำรวจตนเองในด้านต่าง ๆ เช่น อุปนิสัย บุคลิกภาพ ที่เหมาะกับการเรียนแต่ละสาขา ความถนัด ค่านิยม ความสนใจ สถิติปัญญา หมายถึงความสามารถในการคิดค้น หาเหตุผล วิเคราะห์ สื่อความหมาย รวมถึงสุขภาพและลักษณะทางร่างกายที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการเรียน

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ผู้ที่จะเข้าศึกษาต่อจะต้องรู้จักแสวงหาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการศึกษา เช่น ลักษณะการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษาที่เน้นการศึกษาด้วยตนเองและกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติเป็นหลัก ข้อมูลด้านระบบการศึกษา หลักสูตร สาขาวิชา การจัดการศึกษา ระยะเวลาในการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ คุณสมบัติเฉพาะของแต่ละสาขาวิชา วุฒิที่ได้เมื่อสำเร็จการศึกษา สาขาที่เลือกเรียนจำเป็นต้องมีพื้นฐานอะไรในระดับปริญญาตรี คุณสมบัติของผู้สมัครแต่ละสาขา และสาขาที่เรียนนั้นสอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานหรือไม่

(3) ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนประกอบอาชีพในอนาคต

(4) งบประมาณและแหล่งทุนการศึกษา

2) การตัดสินใจ หลังจากได้ข้อมูลจากการวางแผนการศึกษาต่อตั้งที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบการตัดสินใจให้เหมาะสมกับตัวเองและมีความเป็นไปได้มากที่สุด ถึงขั้นนี้ก็จะสามารถตัดสินใจได้แล้วว่าจะเลือกเรียนที่ไหน เมื่อไหร่ หลังจากการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือหลังจากทำงานได้ระยะหนึ่ง และจะเรียนสาขาอะไร อย่างไร ภาคปกติหรือภาคพิเศษ

3) การเตรียมความพร้อมสำหรับการเรียนระดับบัณฑิตศึกษา การเรียนในระดับนี้เป็นการเรียนที่เน้นการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง ผู้ที่จะเข้าเรียนจึงควรพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ใฝ่หาความรู้ รักการอ่าน ติดตามข่าวสาร ติดตามความเป็นไปของสังคม

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีที่สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและสมัครใจตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 256 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (2) แบบสอบถามความคิดเห็นต่อโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ (3) แบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง เกี่ยวกับเนื้อหารายวิชา การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัยโดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกด้วยหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนน ทั้งฉบับ (Corrected Item-Total

Correlation) โดยแบบสอบถามความคิดเห็นต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง .242 - .717 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาสัมประสิทธิ์ของอัลฟาครอนบาค ได้เท่ากับ .749 ส่วนแบบสอบถามความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง การมีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง .272 - .777 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .808

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปและความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีต่อความสนใจศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.8 มีอายุอยู่ระหว่าง 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.6 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 68.4 มีสถานภาพสมรสคือโสด คิดเป็นร้อยละ 85.9 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.6 มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.9 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.3 สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีคือสาขาจิตวิทยา คิดเป็นร้อยละ 59 ผลการศึกษาเฉลี่ยในระดับปริญญาตรี 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 43 มีความความสนใจและจะสมัครเรียนอย่างแน่นอนในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา คิดเป็นร้อยละ 60.9 ส่วนช่องทางการติดต่อเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยา คือประกาศลงเว็บไซต์คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ อีเมล คิดเป็นร้อยละ 34.9

2. จุดมุ่งหมายและความสนใจของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีต่อจุดมุ่งหมายและความสนใจในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
จุดมุ่งหมายของการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพิ่มพูนความรู้และทักษะทางจิตวิทยา	214	34.1
นำไปใช้ประกอบอาชีพในปัจจุบัน	131	20.9
ปรับวุฒิการศึกษา	88	14.0
ย้ายเปลี่ยนแปลงสายงาน	54	8.6
เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น	32	5.1
เป็นสาขาที่น่าสนใจ	104	16.6
อื่น ๆ	4	0.6
รวม	627	100.0
แผนการศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ		
แผน ก. (วิทยานิพนธ์)	107	41.8
แผน ข. (การศึกษานิพนธ์)	149	58.2
รวม	256	100.0
วิชาเอกที่ต้องการศึกษา		
จิตวิทยาการปรึกษา	148	57.8
จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ	57	22.3
อื่น ๆ (จิตวิทยาคลินิก จิตวิทยาพัฒนาการ จิตวิทยาสังคม)	51	19.9
รวม	256	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะทางจิตวิทยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 20.9 และเป็นสาขาที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ แผนการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วน

ใหญ่สนใจศึกษาต่อในแผน ข. คิดเป็นร้อยละ 58.9 ส่วนวิชาเอกที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจศึกษาต่อมากที่สุดคือวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.8

3. ความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีต่อโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังตาราง 2 และ 3

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีต่อโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง หลักสูตรแผน ก. (วิทยานิพนธ์)

โครงสร้างหลักสูตร	จำนวน หน่วยกิต	ความคิดเห็นต่อจำนวนหน่วยกิต ของแต่ละหมวด (คน/เปอร์เซ็นต์)		
		น้อยไป	พอดี	มากไป
1. หมวดวิชาปรับพื้นฐาน 3 กระบวนวิชา (ไม่นับหน่วยกิต)	0 (S/U)	14 (5.5%)	230 (89.8%)	12 (4.76%)
2. หมวดวิชาบังคับบัณฑิตศึกษา	1	28 (10.9%)	226 (88.3%)	2 (0.8%)
3. หมวดวิชาพื้นฐาน	9	4 (1.6%)	229 (89.5%)	23 (9%)
4. หมวดวิชาเอก				
1) หมวดวิชาเอก	15	9 (3.5%)	217 (84.8%)	30 (11.7%)
2) วิชาเอกเลือก	6	28 (10.9%)	221 (86.3%)	7 (2.7%)
5. หมวดวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แผน ก. (วิทยานิพนธ์)	12	4 (1.6%)	207 (80.9%)	45 (17.6%)
6. จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดในหลักสูตร	43	6 (2.3%)	225 (87.9%)	25 (9.8%)

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีต่อโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง หลักสูตรแผน ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ)

โครงสร้างหลักสูตร	จำนวน หน่วยกิต	ความคิดเห็นต่อจำนวนหน่วยกิต ของแต่ละหมวด (คน/เปอร์เซ็นต์)		
		น้อยไป	พอดี	มากไป
1. หมวดวิชาปรับพื้นฐาน 3 กระบวนวิชา (ไม่นับหน่วยกิต)	0 (S/U)	16 (6.3%)	225 (87.9%)	15 (5.9%)
2. หมวดวิชาบังคับบัณฑิตศึกษา	1	27 (10.5%)	227 (88.7%)	2 (0.8%)
3. หมวดวิชาพื้นฐาน	9	7 (2.7%)	235 (91.8%)	14 (5.5%)
4. หมวดวิชาเอก				
1) วิชาเอกบังคับ	15	11 (4.3%)	224 (87.5%)	21 (8.2%)
2) วิชาเอกเลือก	15	10 (3.9%)	219 (85.5%)	27 (10.5%)
5. หมวดวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แผน ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ)	3	22 (8.6%)	231 (90.2%)	3 (1.2%)
6. การสอบประเมินผลความรู้ (ไม่นับหน่วยกิต)	0	16 (6.3%)	229 (89.5%)	11 (4.3%)
7. จำนวนหน่วยกิตรวมทั้งหมดในหลักสูตร	43	8 (3.1%)	231 (90.2%)	17 (6.6%)

จากตาราง 2 พบว่า โครงสร้างหลักสูตรแผน ก. (วิทยานิพนธ์) กำหนดจำนวนหน่วยกิตทั้งหมดในหลักสูตรเท่ากับ 43 หน่วยกิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสมพอดี คิดเป็นร้อยละ 87.9 เมื่อพิจารณาเป็นราย หมวดวิชาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทุกหมวด วิชามีความเหมาะสมพอดี คิดเป็นร้อยละตั้งแต่ 80.9-89.8

จากตาราง 3 พบว่า โครงสร้างหลักสูตรแผน ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ) กำหนดจำนวนหน่วยกิตเท่ากับ 43

หน่วยกิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่ามี ความเหมาะสมพอดี คิดเป็นร้อยละ 90.2 เมื่อพิจารณาเป็นราย หมวดวิชาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทุกหมวด วิชามีความเหมาะสมพอดี คิดเป็นร้อยละตั้งแต่ 85.5-91.8

4. ความต้องการของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญา ตรีต่อเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาของหลักสูตรวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังตาราง 4

ตาราง 4 ความต้องการของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีต่อเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาที่มีความสนใจศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)		
1) จิตวิทยาการเยียวยาและฟื้นฟู	154	20.5
2) การปรึกษาครอบครัว	150	20.0
3) ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม	137	18.2
4) จิตวิทยาเชิงบวกและความองคางามของมนุษย์	108	14.4
5) ทฤษฎีและการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม	107	14.2
6) แนวโน้มการวิจัยทางจิตวิทยาการปรึกษาร่วมสมัย	93	12.4
2. กลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)		
1) การปรับพฤติกรรมในองค์การ	161	28.0
2) การทดสอบและการประเมินทางจิตวิทยา	124	21.6
3) จิตวิทยาทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน	89	15.5
4) การยศาสตร์และพฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ	72	12.5
5) จิตวิทยาพัฒนาองค์การ	66	11.5
6) จิตวิทยาผู้บริโภคและการตลาด	61	10.6

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจ ในเนื้อหาในกลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษาในเนื้อหาวิชาเกี่ยว กับจิตวิทยาการเยียวยาและฟื้นฟูมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือการปรึกษาคู่ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจเนื้อหาในกลุ่มวิชาเอกจิต วิทยาอุตสาหกรรมและองค์การในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการปรับ พฤติกรรมในองค์การ คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือการ ทดสอบและการประเมินทางจิตวิทยา คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ

จิตวิทยาทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมและโครงการนอกเหนือจากรายวิชา เพื่อพัฒนาทักษะและประสบการณ์ของนักศึกษา โดยหลักสูตร ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง หรือมีการศึกษา ดูงานในองค์การที่เกี่ยวข้อง หรือองค์การที่ประสบความสำเร็จและ ได้รับการยอมรับในการบริหารจัดการที่ดี เพื่อเป็นตัวอย่างและ นำความรู้มาประยุกต์หรือปรับใช้ให้เหมาะสมกับองค์การของ

ผู้เรียน รวมถึงมีการสัมมนาโดยผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ หรือ การจัดการอบรมความรู้นอกสถานที่ และมีการฝึกงานในสถาน ประกอบการ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยผู้วิจัยนำประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ ในการศึกษาต่อในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา จิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะ ทางจิตวิทยามากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนำไปใช้ในการประกอบ อาชีพ และเป็นสาขาที่น่าสนใจ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความรู้ทาง ศาสตร์จิตวิทยาเป็นการศึกษากระบวนการคิดและพฤติกรรม ของมนุษย์ด้วยหลักทางวิทยาศาสตร์ จึงสามารถนำมาประยุกต์ ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง อีกทั้งทำให้มีความรู้ ความชำนาญในการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่ ส่งผลต่อการได้รับการยอมรับทางสังคม และการปรับเพิ่มเงิน เดือนมากขึ้น ทำให้มีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานและ ดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข สอดคล้องกับ Knowles (1980, p. 26) ที่กล่าวว่า ความต้องการทางการศึกษาเป็นสิ่งที่บุคคล แสวงหาในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองให้สำเร็จในการดำเนิน ชีวิต รวมทั้งพัฒนาหน่วยงานและสังคมให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรหมพนัส จันทา และอัจฉริยา ปราบอริพ่าย (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ ศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า นักศึกษามีความสนใจและต้องการศึกษาต่อเนื่องจากต้องการ เพิ่มพูนความรู้ความสามารถให้ทันสมัยเพื่อมีประโยชน์ต่อการ ประกอบอาชีพในอนาคตที่จะช่วยให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจาก เดิม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ทศนีย์ ชาตไทย (2555) ที่ ศึกษาแรงจูงใจและความต้องการในการศึกษาต่อระดับบัณฑิต ศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พบว่า นักศึกษามีความ ต้องการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อเพิ่มวุฒิการศึกษาให้สูง ขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือต้องการมีความรู้และประสบการณ์ เพิ่มขึ้น

ในด้านแผนการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สนใจศึกษาต่อในหลักสูตรแผน ข. ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การเรียน

แผน ข ต้องเรียนวิชาเลือกมากกว่าแผน ก จำนวน 9 หน่วยกิต ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสได้เลือกเรียนเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาที่ตนเอง สนใจ ทำให้เพิ่มพูนความรู้และทักษะทางจิตวิทยาในการประกอบ อาชีพได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเพิ่มพูน ความรู้และทักษะทางจิตวิทยา ตลอดจนสามารถนำไปใช้ประกอบ อาชีพในปัจจุบัน นอกจากนี้การเรียนแผน ข ต้องลงเรียนหมวด วิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (การศึกษาค้นคว้าอิสระ) อีก 3 หน่วยกิต ทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำ วิจัยเช่นเดียวกับการเรียนแผน ก ที่ต้องทำวิจัยในรูปแบบของ วิทยานิพนธ์ที่มีความเข้มข้นมากกว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่ง การเรียนแผน ข สามารถเรียนจบในระยะเวลาที่กำหนดไว้ได้ มากกว่าแผน ก ที่ผู้เรียนจะต้องมีความรับผิดชอบ มีวินัยในการ ศึกษาหาข้อมูลหรือหัวข้อใหม่ ๆ ที่เป็นปัจจุบันมาปรึกษาอาจารย์ ที่ปรึกษาอย่างต่อเนื่องจึงจะสำเร็จการศึกษาได้ตามกำหนด สอดคล้องกับสุนทร โคตรบรรเทา (2560) ที่ศึกษาแรงจูงใจและ ความคาดหวังในการศึกษาปริญญาโทของนักศึกษามหาวิทยาลัย วิทยาลัยนครราชสีมา พบว่า บุคคลมีแรงจูงใจในการศึกษาระดับ ปริญญาโทด้านความรู้และวิชาชีพเพื่อพัฒนาตนเองให้มีความรู้ที่ สูงขึ้น

2. โครงสร้างหลักสูตรแผน ก. (วิทยานิพนธ์) และ หลักสูตรแผน ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ) กำหนดจำนวนหน่วยกิต เท่ากับ 43 หน่วยกิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิด เห็นว่าจำนวนหน่วยกิตทั้งหมดและรายวิชาของทุกหมวดวิชา มี ความเหมาะสมพอดี ถึงแม้ว่าประกาศของกระทรวงศึกษาธิการใน ราชกิจจานุเบกษากำหนดให้โครงสร้างหลักสูตรในระดับปริญญา โทมีจำนวนหน่วยกิตรวมตลอดหลักสูตรไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต (กระทรวงศึกษาธิการ, 2558, หน้า 14) แต่ผู้ตอบแบบสอบถาม ยังให้ความคิดเห็นว่า จำนวนหน่วยกิตทั้งหมด 43 หน่วยกิต มี ความเหมาะสมพอดี เนื่องจากเนื้อหาวิชาในหลักสูตรวิชาจิตวิทยา มีความหลากหลายและน่าสนใจในการนำไปประยุกต์ใช้ในการ ประกอบอาชีพ รวมถึงการดำเนินชีวิตประจำวัน สอดคล้อง กับความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อมูลว่า โครงสร้างหลักสูตรกำหนดจำนวนหน่วยกิตในแต่ละหมวดวิชา ไม่มากเกินไปจนเกินไป สามารถที่จะเรียนได้ในระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงาน

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจในเนื้อหากลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษาในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับจิตวิทยาการเยียวยาและฟื้นฟูมากที่สุด รองลงมาคือการปรึกษาเชิงจิตวิทยาและครอบครัว และทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม เนื่องจากต้องการนำทักษะและความรู้ประยุกต์ใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจศึกษาต่อวิชาเอกจิตวิทยาการปรึกษาว่า ต้องการเรียนรู้และฝึกทักษะเกี่ยวกับการฟื้นฟูสมรรถภาพทางจิตของบุคคลให้มีความรู้มีความเชี่ยวชาญมากยิ่งขึ้น ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการช่วยเหลือบุคคลที่เข้ารับบริการทางจิตวิทยาเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ แนวทางการฟื้นฟูสมรรถภาพทางจิตเวชสู่สุขภาพของโรงพยาบาลศรีธัญญา (2559, หน้า 3-4) ที่ระบุว่า บุคคลที่มีองค์ความรู้และทักษะด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพทางจิตจะสามารถช่วยให้ผู้ที่ประสบปัญหาทางจิตใช้ศักยภาพและช่วยเหลือตนเองได้

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจเนื้อหากลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การสนใจศึกษาเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการปรับพฤติกรรมในองค์การมากที่สุด รองลงมาคือ การทดสอบและการประเมินทางจิตวิทยา และจิตวิทยาทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการนำความรู้ความสามารถที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาบุคลากรในองค์การให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบริหารบุคลากรในองค์การเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่มีความท้าทายต่อนักบริหารที่จะต้องอาศัยศาสตร์ทางด้านจิตวิทยาที่จะช่วยให้บุคลากรในบังคับบัญชา มีพฤติกรรมแสดงออกในทิศทางที่พึงประสงค์หรือสอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายขององค์การ นอกจากนี้การมีความรู้ทางด้านการทดสอบและการประเมินทางจิตวิทยา และจิตวิทยาทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน จะช่วยให้องค์การสามารถคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถและคุณลักษณะที่ตรงตามความต้องการ อันจะมีประโยชน์ต่อการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563) สอดคล้องกับแนวคิดของ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) ที่กล่าวว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์การที่เหมาะสม จะทำให้องค์การมีการเพิ่มผลผลิต ลดการขาดงาน ลดการออกจากงาน มีพฤติกรรมที่เป็นพลเมืองดีขององค์การ และเกิดความพึงพอใจ

ในการทำงาน เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2558) ที่กล่าวว่า คนทุกคนไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงได้ หากการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้เป็นฉันทามติของคนส่วนใหญ่และเป็นเรื่องที่เกิดประโยชน์ต่อคนหมู่มากและประเทศชาติ ก็ต้องมีการปรับพฤติกรรมและเจตคติให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนั้น ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของตนเองและการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นได้อย่างปกติสุขและนำไปสู่การพัฒนาาร่วมกันในอนาคต อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจศึกษาต่อวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า มีความสนใจอยากศึกษาในเนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการปรับพฤติกรรมของบุคคลที่จะช่วยให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาบุคคลในองค์การให้เป็นบุคลากรมีศักยภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากผลการศึกษาผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังนี้

1. หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ควรจัดแผนการเรียนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนได้อย่างเหมาะสมตามความต้องการ โดยจัดการศึกษาเป็น 2 แบบ คือ แผน ก. (วิทยานิพนธ์) แผน และ ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ)

2. การกำหนดโครงสร้างหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหงควรมีจำนวนหน่วยกิต 43 หน่วยกิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แผน ก. (วิทยานิพนธ์) แบ่งออกเป็นวิชาปรับพื้นฐาน 3 กระบวนวิชา (ไม่นับหน่วยกิต) หมวดวิชาบังคับบัณฑิตศึกษา 1 หน่วยกิต หมวดวิชาพื้นฐาน 9 หน่วยกิต หมวดวิชาเอก 21 หน่วยกิต แบ่งเป็นวิชาเอกบังคับ 15 หน่วยกิต และวิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต หมวดวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง 12 หน่วยกิต และวิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต

2.2 แผน ข. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ) แบ่งออกเป็นวิชาปรับพื้นฐาน 3 กระบวนวิชา (ไม่นับหน่วยกิต) หมวดวิชาบังคับบัณฑิตศึกษา 1 หน่วยกิต หมวดวิชาพื้นฐาน 9 หน่วยกิต หมวดวิชาเอก 30 หน่วยกิต แบ่งเป็นวิชาเอกบังคับ 15 หน่วยกิต และ

วิชาเอกเลือก 6 หน่วยกิต หมวดวิชาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง 3 หน่วยกิต การศึกษาค้นคว้าอิสระ 3 หน่วยกิต และการสอบประมวลความรู้ (ไม่นับหน่วยกิต)

3. หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ควรมีเนื้อหาวิชาทางจิตวิทยาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาการศึกษา ได้แก่ จิตวิทยาการเฝ้าระวังและฟื้นฟู การศึกษาเชิงจิตวิทยาและครอบครัว ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม จิตวิทยาเชิงบวกและความงามของมนุษย์ ทฤษฎีและการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม และแนวโน้มการวิจัยทางจิตวิทยาการศึกษาร่วมสมัย

3.2 กลุ่มวิชาเอกจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ได้แก่ การปรับพฤติกรรมในองค์การ การทดสอบและการประเมินทางจิตวิทยา จิตวิทยาทรัพยากรมนุษย์และการทำงาน การยศาสตร์และพฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ จิตวิทยาพัฒนาองค์การ จิตวิทยาผู้บริโภคและการตลาด

4. ช่องทางการประชาสัมพันธ์การเปิดรับนักศึกษา ในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ควรใช้วิธีการประกาศในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย อีเมล เบอร์โทรศัพท์ โน้ต เป็นต้น

5. เนื้อหารายวิชาในหลักสูตรควรมีความทันสมัยและเพิ่มทักษะด้านจิตวิทยาอันจะเป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพของผู้เรียน โดยการให้ความรู้และฝึกปฏิบัติเพื่อเพิ่มทักษะทางด้านจิตวิทยา

6. หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ควรจัดกิจกรรมและโครงการนอกเหนือจากรายวิชาเพื่อพัฒนาทักษะและประสบการณ์ของนักศึกษา เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง หรือมีการศึกษาดูงานในองค์การที่เกี่ยวข้อง หรือองค์การที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับในการบริหารจัดการที่ดี รวมถึงมีการสัมมนาโดยผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ หรือการจัดการอบรมความรู้นอกสถานที่ และมีการฝึกงานในสถานประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อให้การออกแบบหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากศึกษาความต้องการของผู้เรียนแล้ว ควรศึกษาข้อมูลจากศิษย์เก่าและผู้ใช้บัณฑิตร่วมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย

บรรณานุกรม

- กรมสุขภาพจิต. (2562). *WHO ปลุกมนุษยชาติยับยั้งปัญหาฆ่าตัวตาย สร้างภูมิคุ้มกันด้วยมุมมองใหม่ต่อจิตแพทย์*. ค้นวันที่ 20 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30013>
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2558). *ราชกิจจานุเบกษา: เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา*. ค้นวันที่ 20 สิงหาคม 2563 จาก http://www.mua.go.th/users/bhes/front_home/criterion58/criterion%20_m58.PDF
- คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563). *บทความจากสารคดีทางวิทยุรายการจิตวิทยาเพื่อคุณ*. ค้นวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://smarterlifebypsychology.com/>
- ทัศนีย์ ขาดีไทย. (2555). *แรงจูงใจและความต้องการในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธนัชนิการพิมพ์.
- ประพนธ์ ลิ้มธรรมมหิศร. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ: ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา*.

ประพิมพ์า จรัสรัตนกุล. (2562). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ*. ค้นหวันที่ 9 กันยายน 2563 จาก <https://smarterlifebypsychology.com/2017/10/18/%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%AD/>

พรพนันซ์ จันทา และอัจฉริยา ปราบอริพ่าย. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสาร Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 8(1), 291-318.

มุกดา ศรียงค์, นวลศิริ เป่ายีโลหิต, สิริวรรณ สาระนาค, สุวิไล เรื่องวัฒนธรรม และนิภา แก้วศรีงาม. *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

โรงพยาบาลศรีธัญญา. (2559). *แนวทางการฟื้นฟูสมรรถภาพทางจิตเวชสู่สุขภาพ: การจ้างงานสำหรับบุคลากรสาธารณสุข*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพรอสเพอริสพลัส.

ลภัสรินทร์ รัตนบุรี. (2558). *ศึกษาความต้องการการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาปริญญาตรีในสถาบันราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันราชภัฏภาค.

สุนทร โคตรบรรเทา. (2560). แรงจูงใจและความคาดหวังในการศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริการการศึกษา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 11(3), 181-192.

สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ. (2558). การปรับปรุงพฤติกรรมและทัศนคติการทำงานเพื่อความอยู่รอดของคนวัยทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยภายใต้เงื่อนไขมาตรฐานของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิจัย มสธ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 11(3), 1-10.

สุรชาติ ฅ หนองคาย. (2563). *จิตวิทยาการทำงาน*. ค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2563 จาก <https://phad.ph.mahidol.ac.th/research/Book/2556-2552/Psychology.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.

Haggis, T. (2003). Construction images of ourselves? A Critical Investigation into approaches to learning. *Research in higher education British Educational Research Journal*, 29, 89-104.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personal*. New York: Macmilam Company.

Knowles, M. S. (1980). *The Modern Practice or Adult Education: From Pedagogy to Andragogy*. NewYork: Cambridge, Follett Pub.Co.

ทิศทางวิชาชีพ แนวโน้มและความคาดหวังในการศึกษาต่อหลักสูตรการโฆษณา
และการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era)
Career Directions, Curriculum Trends and Expectations in the Study of
Advertising and Public Relations during the Disruption Era

อวยพร พานิช¹ ทศนีย์ คำเกิงศักดิ์² นันทิการ์ จิตเรียงาม³ กันทลัส ทองบุญมา⁴ สิทธา อุปนิกขิต⁵

Uayporn Panich, Tassnee Domkerngsak, Nantika Jitreengam,

Kantalas Thongboonma and Siddha Upanigkit

Article History

Received: October 30, 2020

Revised: November 24, 2020

Accepted: January 18, 2021

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพและปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) ของนักศึกษาปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน ศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาชีพทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อคุณสมบัติพึงประสงค์ รายวิชาและแนวโน้มวิชาชีพทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในยุคโลกพลิกผัน และศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประชากรและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์หลักสูตรสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 10 สถาบัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเรียนนิเทศศาสตร์มากที่สุด คือเรียนให้จบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานทางนิเทศศาสตร์ โดยระบุรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องการมากที่สุด คือ อาจารย์สอนให้นักศึกษาผลิตสื่อต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายวิชาด้านนิเทศศาสตร์โดยรวมอยู่ในระดับควรเพิ่ม โดยมีกลุ่มวิชาแกน วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ กลุ่มวิชาเอกบังคับ วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสร้างสรรค์สารและเนื้อหา กลุ่มวิชาเอกเลือก วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการผลิตสื่อ

ความคาดหวังของสถานประกอบการ เห็นว่า ความรู้ที่จำเป็นที่บัณฑิตควรมีมากที่สุด คือ การวิเคราะห์ผู้รับสาร ทักษะที่ควรมีมากที่สุด คือ ทักษะด้านการเขียนแผนประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติส่วนบุคคลที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษามากที่สุด คือ การมีความพยายามแก้ปัญหา

¹⁻⁵ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Faculty of Communication Arts, Rajapruk University.

*Corresponding author Email: commart_rc@rpu.ac.th

ความสำคัญของรายวิชาด้านนิเทศศาสตร์ที่จำเป็นสำหรับหลักสูตร ควรเพิ่มมากที่สุด คือ กลุ่มวิชาเอกบังคับควรเพิ่มวิชาการเข้าถึงผู้บริโภค กลุ่มวิชาแกนควรเพิ่มวิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ กลุ่มวิชาเลือกควรเพิ่มวิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล แนวโน้มวิชาชีพที่ควรมียังมี คือ การปฏิบัติงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อใหม่ และแนวโน้มวิชาชีพที่เป็นไปได้ คือ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ กับตลาดแรงงาน สำหรับแนวโน้มวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ ที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด คือ วิชาด้านคอนเทนต์และสื่อดิจิทัล

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มีข้อเสนอวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 แห่ง นิเทศศาสตร์ จำนวน 3 แห่ง และมีจำนวนหน่วยกิตอยู่ระหว่าง 123 ถึง 141 หน่วยกิต กลุ่มรายวิชาทฤษฎี และปฏิบัติมีความคล้ายคลึงกัน กลุ่มรายวิชาที่แตกต่างกันต่างตามจุดเน้นของแต่ละมหาวิทยาลัย แนวโน้มรายวิชาที่มีความทันสมัยจะระบุว่าการตลาด สื่อใหม่ ดิจิทัล คอนเทนต์ มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ ปรับชื่อสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ โดยเติมคำบอกความเป็นสมัยใหม่ เช่น ดิจิทัลและนวัตกรรม ในชื่อสาขาวิชา เช่น สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสารและแบรนด์ สื่อสารการตลาดดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและการจัดกิจกรรม และมีการระบุว่าการตลาดและความเป็นสมัยใหม่ เช่น ดิจิทัลและสื่อใหม่ในชื่อรายวิชาต่าง ๆ

คำสำคัญ: ศึกษารายวิชาชีพ หลักสูตร ความคาดหวัง

Abstract

This qualitative and quantitative research has three goals. First, it aims to study what first year Communication Arts students from private universities expect from advertising and public relations programs during the disruption era. Second, it aims to investigate the opinions of advertising and public relations professionals regarding desirable characteristics, courses, and trends in advertising and public relations programs during the disruption era. Lastly, it aims to provide a closer look at communication arts programs at different private universities in Bangkok and surrounding metropolitan areas. The data collection tool is a questionnaire. The statistics used for quantitative data analysis are percentages and means. For qualitative data, documents presenting the advertising and public relations programs of 10 private universities were analyzed.

The qualitative data analysis shows that research participant's highest ranked expectation from Communication Arts faculty was to graduate and be employed in communication arts. The participants indicated that their most preferred learning and teaching style was for lecturers to teach them different types of media production. Overall, participants thought that the number of communication arts related courses should be increased as follows. First, the majority of participants agreed that a course focusing on "communication in new media" should be added to the program as a core subject. Second, most participants agreed that a course emphasizing "message and content creation" should be added to the program as a major compulsory course. Finally, the majority of participants thought a course focusing on "media production" should be added to the program as a major elective course. The expectations of corporations from communication arts graduates are as follows. The most important knowledge that communication arts graduates should have is audience analysis. The most important skill graduates should acquire is public relations plan writing. The personal characteristic most necessary for graduates is problem solving. Most participants agreed that the communication arts courses

that should be added to the programs are as follows. First, a course focusing on “consumer reach” should be added to the program as a compulsory course. Second, a course emphasizing “communication in new media” should be added to the program as a core course. Finally, a course focusing on “content creation and digital media production” should be added to the program as a major elective course.

Regarding key profession trends, new media is important for advertising and public relations work. Additionally, profession trends possibly indicate that advertising and public relations are critical for the labor market. From corporations’ perspectives, the biggest communication arts trend is to have students study courses related to content and digital media. Data were collected from five universities that offered advertising and public relations programs and three universities that offered communication arts programs. The number of required credits ranged from 123 to 141 credits. The theory and practice course groups in those programs were mostly similar. Some courses were different depending on the focus of each program. For modern courses, course names included words such as “new media”, “digital”, and “content”. The majority of the universities changed the name of their advertising and public relations programs by adding certain words to indicate their modernity such as “digital” and “innovation”. Some examples are “Innovative Communication and Branding”, “Digital Marketing Communication”, and “Public Relations through Digital Media and Activity Organization” programs. The words “marketing” and “digital” and “new media” were also added to course names to show the modernity of the courses.

Key words: profession direction, curriculum, expectations.

บทนำ

ในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในหลายด้าน ซึ่งมีนวัตกรรมใหม่พร้อมทั้งเทคโนโลยีที่ได้มีการพัฒนาเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเข้ามาเกี่ยวข้องกับมนุษย์มากยิ่งขึ้น การที่เทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruptive Technology หรือ Disruptive Innovation) ถือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง และได้รับการพูดถึงเป็นวงกว้าง ทั้งนี้ Disruptive Technology หรือ Disruptive Innovation หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หรือ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่จนส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ซึ่งการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ดังกล่าว ถือเป็นทั้งโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันก็เป็น

ปัจจัยบ่งชี้สำหรับธุรกิจดั้งเดิมที่ขาดการพัฒนาหรือไม่สามารถปรับตัวได้ทัน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560) ซึ่งในยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) นั้น องค์กรทุกภาคส่วน รวมถึงบุคคลต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษา ซึ่งต้องมีการปรับตัวจากผลกระทบของที่เทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruptive Innovation) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และเช่นเดียวกัน สถาบันการศึกษาที่เป็นมีการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้ จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้เข้ามาศึกษาเรียนรู้ได้มากกว่าสถานศึกษาที่ไม่มีการปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีและนวัตกรรม (วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล, 2562) ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศไทยมีปรับเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาค

บริการมากขึ้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทันต่อยุคโลกพลิกผันวงการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จึงจำเป็นต้องปรับปรุงหลักสูตรและวิเคราะห์ทิศทางเนื้อหาหลักสูตร ให้มีความสอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของประเทศให้เหมาะสมกับโลกยุคโลกาภิวัตน์และข่าวสารเสรี

สำหรับปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย คือ การเข้าสู่แวดวงธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารงานธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญในการใช้สื่อมวลชนโดยเฉพาะการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาองค์กร จึงมีความต้องการบัณฑิตในสาขาดังกล่าวมากขึ้น (หนึ่งฤทัย ขอบผลกลาง, อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ และ นฤมล ใจดี, 2548 อ้างถึงใน พนม คล้ายยา, 2557) แนวโน้มของหลักสูตรการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในอนาคตอันใกล้ ด้านสื่อใหม่และการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศหรือต่างวัฒนธรรมจะมีบทบาทที่สำคัญ เห็นได้จากตัวแปรทางด้านความเป็นโลกาภิวัตน์จะเป็นช่องทางหรือตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างสื่อใหม่ จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและวิเคราะห์แนวโน้มทิศทางของหลักสูตร ให้สอดคล้องกับความต้องการในการศึกษา และทิศทางการวิชาชีพด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี) ตั้งแต่ปีการศึกษา 2551 ซึ่งได้มีการปรับปรุงหลักสูตรแล้ว จำนวน 2 ครั้ง คือ หลักสูตรปรับปรุงปีการศึกษา 2554 และหลักสูตรปรับปรุงปีการศึกษา 2559 ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ให้ความสำคัญกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไป เป็นการนำทั้งสองศาสตร์มาประสานศึกษาไปด้วยกัน จึงเป็นวิธีการที่แตกต่างจากหลักสูตรอื่นๆ แต่โดยหลักการจากการสอดประสานสองศาสตร์นี้ สามารถสร้างได้ทั้งนักประชาสัมพันธ์และนักโฆษณาที่มีความรอบรู้ทั้งสองด้าน สามารถใช้ความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี และสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารตามลักษณะงานที่เหมาะสม มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพื่อประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ให้ก้าวไกลไปสู่สากลได้อย่างพร้อมด้วย

คุณธรรมและจริยธรรมในการทำงานสร้างสรรค์สื่อและโครงการที่มีคุณค่าต่อประเทศชาติ

ในปีการศึกษา 2562 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มีการดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้สำหรับจัดการเรียนการสอนในปีการศึกษา 2564 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2564) ให้เป็นหลักสูตรที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงพันธกิจของสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในยุคโลกพลิกผัน เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนิสิตในการเข้าศึกษา และสอดคล้องกับความต้องการทางวิชาชีพของสถานประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในยุคโลกพลิกผันของนักศึกษาปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาชีพทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อคุณสมบัติพึงประสงค์ รายวิชาและแนวโน้มวิชาชีพทางการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในยุคโลกพลิกผัน
3. เพื่อศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นิยามศัพท์

หลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หมายถึง หลักสูตรที่เปิดสอนอุดมศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีการออกแบบหลักสูตรสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่มีแกนความรู้ ทักษะและความชำนาญวิชาชีพของหลักสูตร แยกเป็นรายกลุ่ม

กลุ่มวิชาทฤษฎี หมายถึง วิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักแนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ การโน้มน้าวใจ การโฆษณา การสื่อสารองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

กลุ่มวิชาการปฏิบัติงานด้านโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หมายถึง รายวิชาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเขียน

การรายงานข่าว การผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ การออกแบบกราฟิก การผลิตสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และเทคนิคการนำเสนองานโฆษณา เป็นต้น

คุณสมบัติพึงประสงค์ หมายถึง คุณลักษณะของผู้เรียนที่มีประจำตัวหลังจากสำเร็จการศึกษาจากหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังนี้

ความรู้ หมายถึง ความเข้าใจในเนื้อหาในหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ผู้เรียนสามารถระบุและอธิบายเนื้อหาวิชาได้อย่างถูกต้อง และเป็นความรู้ที่จำเป็นสำหรับสำเร็จผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ทักษะ หมายถึง ความเชี่ยวชาญในด้านการกระทำในชิ้นงาน หรือการปฏิบัติงานในวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

คุณสมบัติส่วนบุคคลส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะประจำตัวที่เป็นต้องมีผู้จะเข้าศึกษาหลักสูตรหรือสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ระดับปริญญาตรี และจะเข้าสู่วิชาชีพทางด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ยุคโลกพลิกผัน (Disruption Era) เป็นยุคที่มีการผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับการค้นพบทางวิทยาศาสตร์ จนพัฒนาเป็นเทคโนโลยีใหม่ ในศตวรรษที่ 21 มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนสู่เทคโนโลยีใหม่ ๆ หลายวิธี เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย หุ่นยนต์ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีพลังงานทดแทน เป็นต้น

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะประชากรของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน และลักษณะประชากรของนักวิชาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคาดหวังของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยเอกชน และทิศทางวิชาชีพ

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเนื้อหาหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ในแง่ปริมาณผู้วิจัยมุ่งศึกษานักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประชากรจำนวนทั้งสิ้น 2,222 คน (ที่มา: www.info.mua.go.th/info/) และนักวิชาชีพที่ปฏิบัติงาน ณ บริษัทโฆษณาที่เป็นสมาชิกของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย (ที่มา: <http://www.adasso thai.com/> จำนวนทั้งหมด 60 แห่ง) และสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 129 คน (ที่มา : สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2563 โดยวางแผนวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือน ธันวาคม พ.ศ.2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 รวมและแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูล เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ.2563

แนวคิดและทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. แนวคิดเกี่ยวกับยุคพลิกผัน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรกลุ่มที่เป็นนิสิตหรือนักศึกษาสังกัดคณะนิเทศศาสตร์ เพศชายและเพศหญิง กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ใน

สถาบันอุดมศึกษาเอกชน จำนวน 2,222 คน (ที่มา: www.info.mua.go.th/info/)

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตหรือนักศึกษาสังกัดคณะ นิเทศศาสตร์ เพศชายและเพศหญิง กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ใน สถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้สูตรในการคำนวณขนาดตัวอย่าง ของ Taro Yamane (1967) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน ร้อยละ 10 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 214 ตัวอย่าง

2. ประชากรกลุ่มที่เป็นนักวิชาชีพที่ปฏิบัติงาน ณ บริษัทโฆษณาที่เป็นสมาชิกของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 60 แห่ง (ที่มา: <http://www.adasso thai.com/>) และ บริษัทด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมนัก ประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 129 แห่ง (ที่มา: สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย)

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักวิชาชีพที่ปฏิบัติงาน ณ บริษัท โฆษณาที่เป็นสมาชิกของสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย และ นักวิชาชีพที่ปฏิบัติงาน ณ บริษัทด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็น สมาชิกของสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย จำนวน 82 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีด้วยกัน 2 ชุด

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับนักศึกษาปีที่ 1 ที่ กำลังศึกษาอยู่คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ปลายปิด เพื่อหาข้อมูลในการกำหนดเป็นกรอบแนวความคิด และทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ จัดลำดับเนื้อหาเป็น 3 ตอน

1.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถาบันการศึกษา เกรดเฉลี่ย สาขาวิชาที่สังกัด

1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อหลักสูตร นิเทศศาสตร์ เป็นคำถามปลายปิด

1.3 ข้อเสนอแนะ

2. เครื่องมือการวิจัยสำหรับนักวิชาชีพนิเทศศาสตร์ เป็นแบบสอบถามออนไลน์ ปลายปิด เพื่อหาข้อมูลในการกำหนด เป็นกรอบแนวความคิดที่ได้กำหนดไว้ จัดลำดับเนื้อหาเป็น 7 ตอน

2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา

2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้ สำเร็จการศึกษาจากสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นคำถามปลายปิด

2.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ สำเร็จการศึกษาจากสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นคำถามปลายปิด

2.4 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลที่ จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสาขาการโฆษณาและการ ประชาสัมพันธ์ เป็นคำถามปลายปิด

2.5 แบบสอบถามเกี่ยวกับรายวิชาที่จำเป็นสำหรับผู้ สำเร็จการศึกษาจากสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นคำถามปลายปิด

2.6 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มวิชาชีพการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ในอีก 5 ปีข้างหน้า เป็นคำถามปลายปิด

2.7 ข้อเสนอแนะ

เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขา วิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้เกณฑ์คำถามในการ วิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตร ด้วยกัน 4 ประเด็น

ประเด็นที่ 1 ชื่อมหาวิทยาลัย ชื่อหลักสูตรและจำนวน หน่วยกิตของสาขา

ประเด็นที่ 2 กลุ่มรายวิชาและรายวิชาที่ใกล้เคียงกันใน แต่ละมหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 3 กลุ่มรายวิชาที่แตกต่าง และแตกต่างไป ในทิศทางใด

ประเด็นที่ 4 แนวโน้มรายวิชาในแต่ละมหาวิทยาลัยที่มี ความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ทั้งสิ้น 214 คน แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ที่ศึกษา ในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยได้รับโควตาของจังหวัด มีเหตุจูงใจให้ เลือกเรียนนิเทศศาสตร์มากที่สุด คือ มีความสนใจเป็นส่วน

ตัว ความคาดหวังกับการเรียนนิเทศศาสตร์ มากที่สุด คือ เรียนให้จบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานทางนิเทศศาสตร์ โดยมีรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องการมากที่สุด คือ อาจารย์สอนให้นักศึกษผลิตสื่อต่าง ๆ กลุ่มวิชาแกนที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ รองลงมา คือ วิชาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม กลุ่มวิชาเอกบังคับที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสร้างสรรค์สารและเนื้อหา รองลงมา คือ วิชาการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ กลุ่มวิชาเอกเลือกที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการผลิตสื่อใหม่ รองลงมา คือ วิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล

2. กลุ่มตัวอย่างนักวิชาชีพนิเทศศาสตร์ จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 82 คน เป็นเพศชาย 34 คน และเพศหญิง 48 คน อายุอยู่ระหว่าง 22 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และสำเร็จการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชนมากที่สุด ความรู้ที่จำเป็นเมื่อสำเร็จการศึกษาที่ควรมามากที่สุด คือ การวิเคราะห์ผู้รับสาร รองลงมา คือ การวางแผนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาที่ควรมามากที่สุด คือ ทักษะด้านการเขียนแผนประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ ทักษะด้านการเขียนเพื่อการโน้มน้าวใจ คุณสมบัติส่วนบุคคลที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา มากที่สุด คือ การมีความพยายามแก้ปัญหา รองลงมา คือ การมีความคิดสร้างสรรค์

ความสำคัญของรายวิชาด้านนิเทศศาสตร์ที่จำเป็นสำหรับหลักสูตร กลุ่มวิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ กลุ่มวิชาเอกบังคับ ได้แก่ วิชาการเข้าถึงผู้บริโภค การสร้างสรรค์เนื้อหาสาร และการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ รองลงมา คือ กลุ่มวิชาแกน ได้แก่ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และการรายงานข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน น้อยที่สุด คือ กลุ่มวิชาเลือก ได้แก่ วิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และการสื่อสารสุขภาพ

แนวโน้มวิชาชีพที่เป็นไปได้อย่างยิ่ง คือ สื่อใหม่จะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ความรู้ด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์นำไปใช้การสร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จัก และแนวโน้มวิชาชีพที่เป็นไปได้ คือ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อตลาดแรงงาน และแนวโน้มวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด คือ วิชาด้านคอนเทนต์และสื่อ

ดิจิทัล รองลงมาคือ วิชาด้านนิเทศศาสตร์นวัตกรรมและวิชาด้านการผลิตสื่ออีเว้นท์

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการวิเคราะห์เอกสาร หลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยนำรายวิชาสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ เป็นตัวตั้ง พร้อมทั้งดำเนินการวิเคราะห์เป็น 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ชื่อมหาวิทยาลัย ชื่อหลักสูตรและจำนวนหน่วยกิตของสาขา

1. มหาวิทยาลัยที่ใช้ชื่อสาขาวิชานิเทศศาสตร์มี 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

2. มหาวิทยาลัยที่ใช้ชื่อสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีมากที่สุดถึง 5 แห่ง เป็นชื่อสาขาที่บ่งบอกลักษณะวิชาชัดเจน บางแห่งแยกเป็นสาขาวิชาการโฆษณา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ และมีอีกหลายแห่งที่เติมคำบ่งบอกความสมัยใหม่ เช่น ดิจิทัลและนวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมการสื่อสารและแบรนด์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและการจัดกิจกรรม สื่อสารการตลาดดิจิทัล

3. จำนวนหน่วยกิต เกือบทุกมหาวิทยาลัย มีการปรับให้ลดลงโดยรวมอยู่ระหว่าง 123 ถึง 141 หน่วยกิต

ประเด็นที่ 2 กลุ่มรายวิชาและรายวิชาที่ใกล้เคียงกันในแต่ละมหาวิทยาลัย กลุ่มวิชาทฤษฎีมีรายวิชาที่คล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันเกือบทุกมหาวิทยาลัย ถึง 7 รายวิชา ได้แก่ หลักการโฆษณา หลักการประชาสัมพันธ์ หลักนิเทศศาสตร์ หลักการตลาด วิชากฎหมายและจริยธรรมทางนิเทศศาสตร์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร และวิจัย ขณะที่กลุ่มวิชาทฤษฎีและปฏิบัติ มีความใกล้เคียงกันถึง 21 รายวิชา ได้แก่ การถ่ายภาพทางนิเทศศาสตร์ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การผลิตงานโฆษณาทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์และการปฏิบัติทางวาณิชเทศ การบริหารตราสินค้า การวางแผนสื่อคอมพิวเตอร์กราฟิก สหกิจศึกษา ทัศนสารและจินตคติศึกษา การเขียนทางนิเทศศาสตร์ คอมพิวเตอร์สารสนเทศ การรายงานข่าวและบรรณาธิการ จิตวิทยาการโน้มน้าวใจ การเขียนบทโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เทคนิคการนำเสนองานโฆษณา การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การพัฒนาบุคลิกภาพ

ของนักประชาสัมพันธ์ มีลัทธิเดียวเพื่อการนำเสนอ นวัตกรรมสื่อโฆษณา และการบริหารภาวะวิกฤต

ประเด็นที่ 3 กลุ่มรายวิชาที่แตกต่างกัน และแตกต่างกันไปในทิศทางใด ทั้ง 10 มหาวิทยาลัย มีรายวิชาที่แตกต่างกันตามลักษณะเนื้อหา มีจุดเน้นในชื่อสาขาของแต่ละมหาวิทยาลัยปรากฏอยู่ในวิชาเลือกมากกว่าวิชาบังคับ เช่น มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์มีสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สาขาวิชาการตลาดและสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ เปิดวิชาเลือกที่สอดคล้องกันได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ทางด้านสาธารณสุข ส่วนมหาวิทยาลัยอื่น ๆ มีปรับปรุงหลักสูตรภายหลังมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มักมีชื่อรายวิชาที่บ่งบอกความทันสมัยของสื่อ เช่น ทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัล หลักการบริหารกิจกรรมพิเศษ สัมมนางานโฆษณา การเล่าเรื่องข้ามสื่อ การโฆษณาดิจิทัล กลยุทธ์การสร้างสรรค์ การโฆษณาดิจิทัล และธุรกิจโฆษณาดิจิทัล การเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล และการสื่อสารการตลาด การสร้างธุรกิจดิจิทัล และสื่อสารการตลาดดิจิทัล การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร นวัตกรรมการโฆษณา ศิลปะแห่งการเล่าเรื่อง การรู้เท่าทันและข้อมูลข่าวสาร การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลและสื่อ นวัตกรรม กลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัล สื่อสารมวลชนและสื่อใหม่ พื้นฐานมัลติมีเดียสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การเล่าเรื่องในการสื่อสารการตลาด การสร้างตราสินค้าข้ามวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยที่เน้นนักศึกษาต่างชาติมาเรียน จะมีวิชาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในภูมิภาคอาเซียน การโฆษณาระหว่างประเทศ หรือมีบางมหาวิทยาลัยปรับชื่อสาขานิเทศศาสตร์ เน้นหลักการออกแบบและผลิตสื่อดิจิทัล จะมีรายวิชา เช่น พื้นฐานมัลติมีเดียสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การสื่อสารการตลาดบนสื่อสังคม สื่อสารมวลชนและสื่อใหม่

ประเด็นที่ 4 แนวโน้มรายวิชาในแต่ละมหาวิทยาลัยที่มีความทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน การศึกษาหลักสูตรมหาวิทยาลัยต่างๆ ให้มีความทันสมัยทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี 5 ประการ คือ

1. มีการระบุคำว่าการตลาดในชื่อวิชาทางนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เช่นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต การเขียนเพื่อการสื่อสารการตลาด การเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารการตลาดดิจิทัล การวิจัยทางการตลาดและการ

วิเคราะห์ มหาวิทยาลัยรังสิต การสร้างสรรค์กิจกรรมทางการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม โครงการวางแผนโฆษณาและสื่อสารการตลาดดิจิทัล โครงการรณรงค์และสื่อสารการตลาดดิจิทัล โครงการโฆษณาและสื่อสารการตลาดดิจิทัลระดับมืออาชีพ การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารการตลาด สัมมนาประเด็นปัจจุบันด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยหอการค้า พื้นฐานมัลติมีเดียสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารการตลาด การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารการตลาด สัมมนาสื่อสารการตลาด การเขียนงานสื่อสารการตลาด การพูดในงานสื่อสารการตลาด การออกแบบเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ในการสื่อสารการตลาด การเล่าเรื่องในการสื่อสารการตลาด การสื่อสารการตลาดบนสื่อสังคม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ การวิเคราะห์การตลาดเชิงกลยุทธ์

2. มีการเพิ่มความเป็นสมัยใหม่ด้วยการระบุคำว่า ดิจิทัล สื่อใหม่ สื่อออนไลน์ ในชื่อวิชา เช่นมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต การเล่าเรื่องเพื่อการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยรังสิต การถ่ายภาพดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พื้นฐานมัลติมีเดียสำหรับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัลมหาวิทยาลัยสยาม โครงการงานวิจัยศาสตร์ ประเด็นกฎหมายและสุนทรียศาสตร์ในสื่อใหม่ โครงการวางแผนโฆษณาและสื่อสารการตลาดดิจิทัล ระเบียบวิธีวิจัยและการประเมินผลโฆษณาดิจิทัล สัมมนาประเด็นปัจจุบันในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ การสื่อสารการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล และสื่อ นวัตกรรม กลยุทธ์ การสื่อสารดิจิทัล การออกแบบและการจัดการสำหรับสื่อดิจิทัล

3. หลายมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มขยายขอบเขตวิชาโครงการสหกิจศึกษา วิชาการฝึกงานเน้นหนักไปทางการตลาดหรือการตลาดดิจิทัล เช่น โครงการ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล การฝึกงาน สารนิพนธ์และสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

4. หลายมหาวิทยาลัยจัดให้มีวิชาสัมมนาในหลักสูตรมหาวิทยาลัยสยาม มีวิชาสัมมนาประเด็นปัจจุบันได้การสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยทองสุข มีวิชาการสัมมนาทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มีวิชาสัมมนางานโฆษณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีวิชาสัมมนาการโฆษณาและมหาวิทยาลัย

หอการค้าไทย มีรายวิชาสัมมนาสื่อสารการตลาด

5. หลายมหาวิทยาลัยเริ่มปรากฏวิชาทางเนื้อหา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ความรู้สมัยใหม่ในหลักสูตร เช่น มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีวิชาการเล่าเรื่องในการสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีวิชาศิลปะแห่งการเล่าเรื่อง มหาวิทยาลัยสยาม มีวิชาการเล่าเรื่องข้ามสื่อและวิชาชีพงานบันเทิง วิชาการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมบันเทิง และมหาวิทยาลัยหัวเฉียว มีวิชาศิลปะการแสดงเบื้องต้น

อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ความคาดหวังกับการเรียนนิเทศศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุด คือ เรียนให้จบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานทางนิเทศศาสตร์ โดยรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องการมากที่สุด คือ อาจารย์สอนให้นักศึกษาผลิตสื่อต่าง ๆ ได้ และมีความคิดเห็นต่อรายวิชาด้านนิเทศศาสตร์ในกลุ่มรายวิชาต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มวิชาแกน วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Zlateva (2003) ที่ว่าแก่นสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ นั้นคือ การสื่อสารการบูรณาการระหว่างสาขาต่าง ๆ และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารใหม่

กลุ่มวิชาเอกบังคับ วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสร้างสรรค์สารและเนื้อหา สอดคล้องกับ Wilcox (2006) นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ความรู้และทักษะของนักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ ที่สามารถทำงานวิชาชีพได้ประสบความสำเร็จและที่เติบโตในอนาคต ได้แก่ ทักษะในด้านความคิดสร้างสรรค์และการเขียนซึ่งยังมีความจำเป็นทุกยุคสมัย

กลุ่มวิชาเอกเลือก วิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการผลิตสื่อใหม่สอดคล้อง กับ พนม คล้ายยา (2559) ที่ว่าคุณสมบัติและทักษะที่จำเป็นของนักนิเทศศาสตร์ คือต้องใช้เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ ในการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร

ความคาดหวังของสถานประกอบการ กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ความรู้ ทักษะ ความสามารถที่จำเป็น และคุณสมบัติส่วนบุคคลสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ด้านความรู้ ที่จำเป็นเมื่อสำเร็จการศึกษาที่ควรมีมากที่สุด คือ การวิเคราะห์ผู้รับสาร รองลงมาคือ การวางแผนการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ด้านทักษะ ที่จำเป็น สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาที่ควรมีมากที่สุด คือ ทักษะด้านการเขียนแผนประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ทักษะด้านการเขียนเพื่อการโน้มน้าวใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wise (2005) ที่ทำการสนทนากลุ่มนักวิชาชีพ ด้านการประชาสัมพันธ์ถึงทักษะการเขียนของนักประชาสัมพันธ์ ได้สรุปให้เห็นคุณลักษณะสำคัญของทักษะการเขียนเชิงประชาสัมพันธ์ว่า ทักษะการเขียนเชิงโน้มน้าวใจจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ได้ และสอดคล้องกับ Gibson (1983) การสอนที่เน้นการเขียนเชิงวารสารศาสตร์ อาจให้ความสำคัญกับการโน้มน้าวใจ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งการเขียนสามารถที่จะใช้เขียนแผนงานประชาสัมพันธ์ได้ดี

ด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาควรมีมากที่สุด คือ การมีความพยายามแก้ปัญหา รองลงมาคือ การมีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ แนวนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (พ.ศ. 2555-2559, อ้างใน พนม คล้ายยา, 2557) โดยยกระดับคุณภาพบัณฑิต ให้ผู้สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณภาพตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิอุดมศึกษา อย่างน้อย 5 ด้าน คือ ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 2 รายวิชาที่จำเป็นสำหรับผู้สำเร็จการศึกษา กลุ่มวิชาที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ กลุ่มวิชาเอกบังคับ รองลงมา คือ กลุ่มวิชาแกน และน้อยที่สุด คือ กลุ่มวิชาเลือก มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มวิชาเอกบังคับ ที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการเข้าถึงผู้บริโภค รองลงมา คือ การสร้างสรรค์เนื้อหาสาร

กลุ่มวิชาแกน ที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ รองลงมา คือ วิชาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

กลุ่มวิชาเลือก ที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสื่อดิจิทัล รองลงมา คือ วิชาการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล

ทั้ง 3 กลุ่มวิชา ผู้ประกอบการต้องการได้บัณฑิต

ที่มีความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับข้อเสนอของสมาพันธ์ Commission on Public Relations Education (CPRE, 2006) เสนอประเด็นสำคัญในการออกแบบหลักสูตร ต้องคำนึงถึงวิชาหนึ่งที่สำคัญมากกว่าในบรรดาวิชาอื่น ๆ ก็คือ วิชาความคิดสร้างสรรค์ และนำความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในการทำงานโดยยึดวัตถุประสงค์ของงานนั้น ๆ

ตอนที่ 3 แนวโน้มวิชาชีพการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในอีก 5 ปีข้างหน้า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าแนวโน้มวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ที่เป็นไปได้อย่างยิ่ง คือ สื่อใหม่จะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ และแนวโน้มที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด คือ วิชาด้านคอนเทนต์และสื่อดิจิทัล สอดคล้องกับ Alexander (2004) ที่เห็นว่าการประชาสัมพันธ์จะก้าวสู่แนวคิดใหม่ ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อใหม่ ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงช่องทางการสื่อสารที่ต้องการวิธีการทำงาน และรวมถึงทักษะที่เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันสื่อใหม่จะเป็นช่องทางการสื่อสารขององค์กรที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ Wilcox (2006) ที่ว่านักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ จะต้องก้าวทันเทคโนโลยีรุ่นใหม่ ๆ มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในงานประชาสัมพันธ์ได้

อภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. มหาวิทยาลัยที่ใช้ชื่อสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มากที่สุดถึง 5 แห่งจาก 10 แห่งสอดคล้องกับ หนึ่งฤทัย ขอมผลกลาง (2545, น. 45) ที่ว่า จากการสำรวจมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยจำนวน 34 แห่ง พบว่าสาขาวิชาที่เปิดสอนมากที่สุดคือสาขาการประชาสัมพันธ์ โดยมีโครงสร้างหลักสูตรประกอบด้วย วิชาศึกษาทั่วไป วิชาเฉพาะและวิชาเลือกเสรี และการบริหารหลักสูตรในอนาคต คือ หลักสูตรนิเทศศาสตร์แนวดั้งเดิม หลักสูตรนิเทศศาสตร์ เพื่อธุรกิจและหลักสูตรนิเทศศาสตร์แนวเทคโนโลยี

2. มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ปรับชื่อสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ โดยเติมคำบอกความเป็นสมัยใหม่ เช่น ดิจิทัลและนวัตกรรมในชื่อสาขาวิชา ได้แก่ วิชานวัตกรรมการสื่อสารและแบรนด์ วิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัล และวิชาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล และการจัดกิจกรรม และมีการระบุคำว่าตลาดและความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่ ดิจิตอลและสื่อใหม่

ในชื่อรายวิชาสอดคล้องกับ Zlatave (2003) และ CPR (2006) ที่ว่าการออกแบบหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ต้องคำนึงถึงเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ได้รวมถึง ทักษะ ความรู้ต่อสื่อใหม่ หรือการสื่อสารบูรณาการระหว่างสาขาต่าง ๆ กับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่

3. มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีคำว่าดิจิทัล สื่อใหม่ สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นความเป็นสมัยใหม่ และหลายมหาวิทยาลัยมีวิชาเกี่ยวข้องกับเนื้อหา (Content) ซึ่งเป็นองค์ความรู้สมัยใหม่ในหลักสูตร สอดคล้องกับความคาดหวังของสถานประกอบการ ที่ว่ากลุ่มวิชาแกนที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ และรองลงมา คือ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และกลุ่มวิชาเลือกที่ควรเพิ่มมากที่สุด คือ วิชาการสร้างสรรค์เนื้อหาและวิชาการผลิตสื่อดิจิทัล รองลงมา คือ ความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล และแนวโน้มวิชาชีพโดยรวมที่เป็นไปได้อย่างยิ่ง คือ สื่อใหม่ จะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติงานโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และแนวโน้มวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ ที่สถานประกอบการต้องการมากที่สุด คือ วิชาด้านคอนเทนต์และสื่อดิจิทัล รองลงมาคือ วิชาด้านนิเทศศาสตร์ นวัตกรรมและวิชาด้านการผลิตสื่อ Event อีกทั้งยังสอดคล้องกับความคาดหวังของนิสิตที่ต้องการให้เพิ่ม วิชาการสื่อสารในสื่อใหม่ วิชาความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และวิชาการผลิตสื่อใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหารายวิชาในหลักสูตร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนจากองค์กรด้านสื่อ การสนทนากลุ่ม บัณฑิต ผู้ใช้บัณฑิต นักวิชาการ นักวิชาชีพ และผู้เรียน
2. ในการวิจัยหลักสูตร ผู้วิจัยควรศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความรู้ ทักษะ ที่จำเป็น ความสามารถที่พึงมีและแนวโน้มวิชาชีพในทุก ๆ 4 ปี และควรทำการวิจัยให้เสร็จสิ้นก่อนการปรับปรุงหลักสูตรครั้งใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาความคาดหวังของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังตัดสินใจเข้าเรียนต่อคณะนิเทศศาสตร์ เพื่อนำผลมาปรับปรุงใช้ให้ตรงตามความคาดหวังของผู้เรียน
4. ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ หรือสนทนากลุ่มคณาจารย์ และผู้บริหารหลักสูตรการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)*. กระทรวงอุตสาหกรรม: กรุงเทพฯ.
- ชลิต ชูกำแพง. (2561). *การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร: แนวคิดและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2558). *การพัฒนาหลักสูตร: ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: วีพริ้นท์.
- ธำรง บัวศรี. (2543). *ทฤษฎีหลักสูตร: การออกแบบและพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ครูสภาลาดพร้าว.
- พนม คลีฉายา. (2557). *แนวโน้มวิชาชีพ หลักสูตรและคุณสมบัติที่พึงประสงค์ของบัณฑิตสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. (2557). *หลักและพื้นฐานการอุดมศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาคิน บัวจิบ. (2559). *ความพึงพอใจและความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายและบัณฑิตใหม่ที่มีต่อหลักสูตรคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ประจำปีการศึกษา 2559*. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสยาม.
- รวีพรรณ อุดมรินทร์ และคณะ. (2560). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*. สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนา. (2562). *การจัดการเรียนรู้ในยุค Disruptive Innovation*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำนวัตกรรม หลักสูตรและการเรียนรู้.
- วิมเนศวร ทะกอง และคณะ. (2560). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ศุภณิษ จันทรส่อง. (2553). *การประเมินคุณภาพการจัดการศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552*. เอกสารอัดสำเนา.
- วไลรัตน์ ยุทธศิลป์. (2546). *การประเมินหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต ปีการศึกษา 2546*. คณะนิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- หนึ่งฤทัย ขอบผลกลาง. (2545). *แนวโน้มของการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย*. นครราชสีมา: สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- Alexander, D. (2004). *Changing the public relations curriculum: A new challenge for educators*. Prism 2. Retrieved Jul 11, 2013, from <http://praxis.massey.ac.nz>
- Colin Marsh and Ken Stafford. (1984). *Curriculum: Australian Practice and Issues*. Sydney: McGraw-Hill.
- Commission on Public Relations Education. (2006). *The Professional Bond-Public Relations Education and the Practice*. Public Relation Society of America (PRSA)., Commission on Public Relations Education Report.
- Gibson, D.C. (1983). *Public Relations Education in a time of Change Suggestions for academic Relocation and Renovation*. Public Relations Quarterly, 32(3) 25-31.
- Hilda Taba (1962). *Curriculum Development: Theory and Practice*. New York: Harcourt Brace & World.

- Victor Nolet and Margaret J. McLaughlin (2000). *Accessing the General Curriculum Including Students with Disabilities in Standards-Based Reform*. California: Corwin.
- Wise, K. (2005). The importance of writing skills. *Public Relations Quarterly*, 50(2). 37-48
- Wilcox, D.L. (2006). *The Landscape of Today's Global Public Relations*. Anlisi. 34, 67-85.
- Zlateva, M. (2003). Public relations education-an instrument for the transformation and development of human resources. *Higher Education in Europe*, 28(4), 511-518.

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

Legal problems of cyberbullying in university students

อุลิต ดิษฐปรานีต¹ ชยานาภา ลมัยวงษ์² อาทิตยา โภคสุทธิ์³ ทรงพร ประมาณ⁴

Ulit Distapraneet, Chayanapa Lamaiwong, Athidtya Pokkasut and Songporn Pramarn

Article History

Received: August 25, 2020

Revised: September 21, 2020

Accepted: October 5, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา 2) นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัย พบว่า 1. ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ได้แก่ 1) ประเทศไทยขาดกฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ดังนั้น เมื่อเกิดคดีที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ จึงต้องพิจารณารายละเอียดข้อเท็จจริงของลักษณะพฤติกรรมการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์และความสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประเทศไทยมีเพียงกฎหมายอาญามาตรา 326 มาตรา 328 มาตรา 393 และมาตรา 397 กฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 420 และมาตรา 423 ที่สามารถนำมาปรับใช้ลงโทษผู้กระทำความผิดหากแต่บทลงโทษนั้นไม่รุนแรงพอที่จะยับยั้งหรือปราบปรามผู้กระทำความผิด นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงการกระทำความผิดในลักษณะของการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ 2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องมีบทลงโทษที่ไม่เพียงพอ และไม่ครอบคลุมต่อการกระทำความผิด 3) ปัญหาการตีความทางกฎหมาย และความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องของประชาชน

2. แนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ได้แก่ 1) ควร มีกฎหมายที่บัญญัติใช้โดยเฉพาะทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ 2) ควรมีการกำหนดกระบวนการต่าง ๆ และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน 3) ควรมีมาตรการการเยียวยาความเสียหายจากการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่เป็นรูปธรรม 4) ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และรณรงค์ต่อต้านพฤติกรรมกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ 5) ควรมีการสร้างมาตรการที่บูรณาการทางด้านกฎหมาย จิตวิทยาและการดูแลนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยควรมีมาตรการ หรือกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้ง

¹⁻⁴ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Faculty of Law, Rambhai Barni Rajabhat University

*Corresponding author Email: sky_orchid@hotmail.com

รังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน มีความร่วมมือระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มีระบบดูแล ช่วยเหลือ เยียวยาทั้งผู้กระทำผิด และผู้ถูกรังแก รวมถึงพยานผู้ที่อยู่เหตุการณ์ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญห และป้องกันการเกิดเหตุซ้ำในการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

คำสำคัญ: ปัญหาทางกฎหมาย การกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ สิทธิความเป็นส่วนตัว

Abstract

The objectives of this research are 1) to study on the legal problems of cyberbullying in university students, 2) to suggest the solutions to amend the law on cyberbullying. The research employed the qualitative approach by using document analysis and in-depth interview.

The research found that 1. the legal problems relating to cyberbullying in university students were: 1) since Thailand lacks specific laws on cyberbullying protection, therefore, when there is any cyberbullying case, the details and the fact of cyberbullying behavior had to be considered and it needed to be compatible with the related laws; 2) the punishments under related laws were not severe enough and they did not cover all commitments. Thailand has only section 326, section 328, section 393, and section 397 of the criminal law and section 420 and section 423 of the civil and commercial law which could be applied to punish the culprit. However, the punishment was not severe enough to prevent or suppress the culprit. Apart from that, there was also Computer - Related Crime Act B.E.2560; 3) the problems on the interpretation of law and the accurate knowledge and understandings of the people.; 2. the solutions to amend the law on cyberbullying in university students included that there should be: 1) the specific law in cyberbullying; 2) the designation of all procedures and the institutes which were directly related to cyberbullying; 3) the measures on concrete treatment of the loss from cyberbullying; 4) knowledge and understanding creation on cyberbullying; 5) the creation of integrating measures of law, psychology, and university student care. The university should possess obvious measures or regulations relating to cyberbullying, the cooperation of all related personnel, and the procedures to take care, to help, and to treat the culprits, the victims, and the witnesses in the incident to solve the problems and to prevent the repetitive incidents on cyberbullying of university students.

Keywords: Legal problems, Cyberbullying, Right of Privacy

บทนำ

ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นที่แพร่หลายในประชาชนทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย เป็นกลุ่มคนที่มีการใช้สังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก จากสรุปข้อมูลสถิติและพฤติกรรมการใช้สังคมออนไลน์ จากรายงาน Digital 2020 Global Digital Overview โดย WeAreSocial x Hootsuite พบว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) ในประเทศไทยอยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 18-24 ปี (ณรงค์ยศ มหิทธิวิธานวิชา, 2563) และในช่วงวัยของนิสิตนักศึกษานั้น เป็นช่วงวัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และเป็นช่วงที่สภาพแวดล้อมรอบข้างส่งผลกระทบกับการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก โดยสังคมออนไลน์นั้น เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลทั้งทางลบและทางบวกต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งหากเป็นทางด้านลบ นิสิตนักศึกษามีความเสี่ยงต่อการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์

การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ หรือ โลกไซเบอร์ (Cyberbullying) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมออนไลน์ (Social Media) รวมถึงโปรแกรมประยุกต์สำหรับการสนทนาต่าง ๆ โดยผู้กระทำจะทำการสื่อสารโดยส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ไปยังผู้ถูกระทำ อันส่งผลกระทบทางจิตใจและอารมณ์ในแง่ของความเป็นส่วนตัว (Right to privacy) การกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ โดยการใช้ร้ายป้ายสี การใช้ถ้อยคำหยาบคายต่อว่าผู้อื่นหรือการส่งต่อข้อมูลลับ เพื่อทำให้ผู้อื่นเสียหายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความ (text message) คลิปวิดีโอ (video-clip) รูปภาพ (picture) อีเมล (email) เพื่อทำให้ฝ่ายที่ถูกกระทำรู้สึกอับอาย รู้สึกเจ็บปวด ได้รับผลกระทบทางจิตใจ (กองบังคับการอำนวยการ สำนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2563) เป็นการรบกวนความเป็นส่วนตัว การก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญอย่างต่อเนื่อง ด้วยวิธีการและเนื้อหา นั้นนอกจากจะก่อให้เกิดผลกระทบทางจิตใจของผู้ได้รับการกลั่นแกล้งรังแกนั้น ยังอาจส่งผลต่อพฤติกรรมอื่น ๆ ที่เป็นอันตรายต่อชีวิตร่างกาย หลายคนอาจถูกทำให้เป็นตัวตก ถูกเพื่อนเลิกคบ ถูกทำร้ายจิตใจในลักษณะต่าง ๆ จนกลายเป็นคนมีปมด้อย อาจเสี่ยงเป็นโรคซึมเศร้า เก็บตัว แยกตัวออกจากสังคม หวาดระแวง ทำร้ายตนเอง และบางรายเลือกที่จะจบชีวิตตนเอง หรือ ก่อเหตุความ

รุนแรงได้อย่างคาดไม่ถึง การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์นั้น จึงเป็นเรื่องที่สังคมควรจะทำให้ความสนใจและช่วยกันป้องกันให้การกระทำเหล่านี้หายไปจากสังคม

กฎหมายนั้นมีส่วนสำคัญในการรักษาความสงบเรียบร้อย และสร้างความเป็นธรรมให้กับประเทศชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ดังนั้นการที่พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เป็นไปในแนวทางใด หากมีบทบัญญัติของกฎหมายเป็นหลักการให้ทุกคนใช้เป็นแนวทางปฏิบัติตาม ก็ย่อมนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน (สถาบันพระปกเกล้า, 2559) การมีกฎหมายที่ใช้สำหรับควบคุม และคุ้มครองจากการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยป้องกันการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับนิสิตนักศึกษา ที่จะเป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไปในอนาคต

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษา “ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา” เพื่อศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกักฎหมาย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการป้องกัน ยับยั้งการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ช่วยเหลือผู้ถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และนำไปสู่การปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองสิทธิของผู้ถูกกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา
2. นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

นิยามศัพท์

ปัญหาทางกฎหมาย หมายถึง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากช่องว่างของตัวบทกฎหมาย หรือการนำกฎหมายไปใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นการนำปัญหาเหล่านี้มาศึกษา เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง

แก้ไขกฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง และให้ความยุติธรรมกับบุคคลผู้เกี่ยวข้อง

การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ หมายถึง การที่ผู้กระทำสื่อสารต่อผู้ถูกระทำ ด้วยการส่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ในลักษณะต่าง ๆ เช่น ข้อความ ภาพ อันเกิดผลกระทบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ทั้งจิตใจ ร่างกาย สังคม ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเกิดผลเสียต่อบุคคลผู้ถูกระทำ การถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ มีชื่อเรียกอื่น ๆ ว่า การกลั่นแกล้งทางโลกไซเบอร์การระรานทางไซเบอร์ (Cyberbullying)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายอาญา กฎหมายเกี่ยวกับละเมิด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สังคมออนไลน์ จำนวน 3 ท่าน และผู้บริหารมหาวิทยาลัยฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษา จำนวน 2 ท่าน

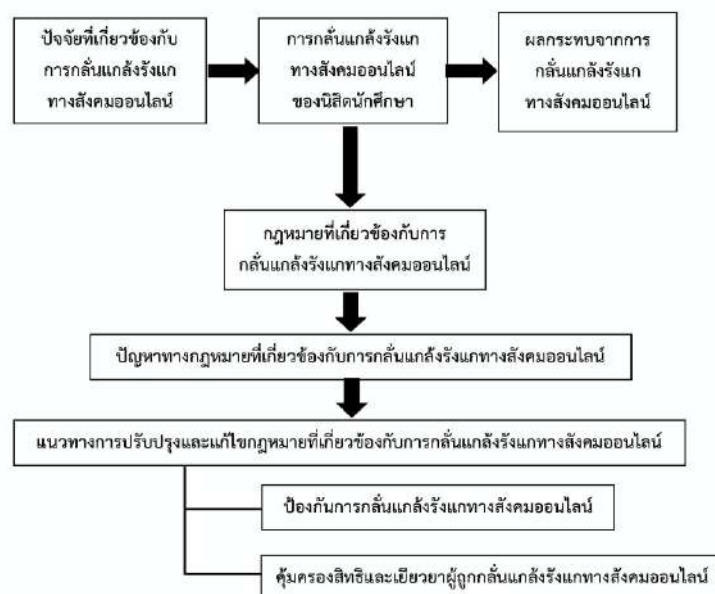
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ศึกษาประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาทั้งกฎหมายในประเทศไทย และกฎหมายในต่างประเทศที่สามารถนำมาปรับใช้กับบริบทของประเทศไทย และนำเสนอแนวทาง รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เพื่อการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยจำแนกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 การกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา รูปแบบการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ ผลกระทบต่อการถูกกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา และการป้องกันการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ ส่วนที่ 2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย ประมวลกฎหมายอาญา ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และพระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2560 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562 เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้น ที่นำไปสู่การศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ และศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศแคนาดา เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ เป็นการป้องกันการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ และคุ้มครองสิทธิและเยียวยาผู้ถูกกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ต่อไป



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัตถุประสงค์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ กระบวนการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ผลกระทบต่อการถูกกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา การป้องกันการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง

3. สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ 2) แบบวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ 3) แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย เรื่อง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา และ 4) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษา เรื่อง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

4. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยใช้แบบวิเคราะห์เอกสารในประเด็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ปัญหาทางกฎหมาย และ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมาย และผู้บริหารมหาวิทยาลัยฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษาเรื่อง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงกฎหมาย รวมถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6. วิเคราะห์ รวบรวมและสรุปผลข้อมูล เพื่อนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

1.1 ประเทศไทยขาดกฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์

ปัจจุบันไทยยังไม่มีทั้งกฎหมายเกี่ยวกับการเฝ้าติดตามคุกคาม (Stalking laws) และการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ (Cyber bullying laws) สำหรับการนำ มาปรับใช้กับการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ ยังพบปัญหาในประเด็นต่าง ๆ นอกจากประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่บัญญัติเฉพาะในเรื่องนี้โดยตรงแล้ว ยังขาดมาตรการทางกฎหมายสำหรับการป้องกันและเยียวยาปัญหาการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์อย่างเป็นรูปธรรม

1.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องมีบทลงโทษที่ไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมต่อการกระทำความผิด

ประเทศไทยมีเพียงกฎหมายอาญามาตรา 326 มาตรา 328 มาตรา 393 และมาตรา 397กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 และมาตรา 423 ที่สามารถนำมาปรับใช้ลงโทษผู้กระทำความผิดหากแต่บทลงโทษนั้นไม่รุนแรงพอที่จะยับยั้งหรือปราบปรามผู้กระทำความผิด นอกจากนี้ยังมีพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงการกระทำความผิดในลักษณะของการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ โดยผู้วิจัยขอยกตัวอย่างประเด็นปัญหาบทลงโทษที่ไม่เหมาะสม และไม่ครอบคลุม ไว้ 2 ประเด็น ได้แก่

1.2.1 บทลงโทษที่ไม่เหมาะสมในกฎหมายอาญา

จากมาตรา 397 บัญญัติว่า “ผู้ใดกระทำความผิดประการใด ๆ ต่อผู้อื่น อันเป็นการรังแก ข่มเหง คุกคาม หรือกระทำให้ได้รับความอับอายหรือเดือดร้อนรำคาญ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท

ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นการกระทำในที่สาธารณะสถานหรือต่อหน้าธารกำนัลหรือเป็นการกระทำอันมีลักษณะส่อไปในทางที่จะล่วงเกินทางเพศ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

จากมาตราดังกล่าว จะเห็นได้ว่า บทลงโทษนั้นน้อยเกินไป ไม่เหมาะสมกับการกระทำผิดกรรมในการรังแก ข่มเหง คุกคามซึ่งมีความรุนแรง

1.2.2 การถูกล่วงละเมิดในข้อมูลส่วนบุคคล และยังไม่ได้รับการคุ้มครอง เยียวยาอย่างเพียงพอ

ประเทศไทยมีกฎหมายคุ้มครองสิทธิในข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งก็คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 แม้จะมีการประกาศใช้แล้ว แต่ยังไม่มียกบังคับใช้ทุกมาตรา ทำให้ไม่สามารถคุ้มครองดูแลอย่างสมบูรณ์ ประชาชนในประเทศไทยยังถูกล่วงละเมิดในข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองเป็นจำนวนมาก และยังไม่ได้รับการคุ้มครอง เยียวยาอย่างเพียงพอ ซึ่งช่องว่างทางกฎหมายนี้ ส่งผลให้เกิดการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์โดยการนำข้อมูลส่วนบุคคลไปเผยแพร่ ก่อให้เกิดความเสียหายกับบุคคลอื่น และยังพบข้อจำกัดในการดำเนินคดีตามความผิดในการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ เนื่องจากการกระทำผิดในการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์มีรูปแบบซับซ้อน มีการใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

1.3 ปัญหาการตีความทางกฎหมาย และความรู้อำนาจที่ถูกต้องของประชาชน

ในปัจจุบันพบปัญหาการเข้าถึงข้อมูลกฎหมาย และความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มนิสิตนักศึกษา ที่เมื่อประสบปัญหา หรือเมื่อตกเป็นผู้เสียหายไม่สามารถใช้สิทธิทางกฎหมายของตนเองได้ ถูกเอาเปรียบ ถูกกระทำ ไม่ทราบว่ามีกฎหมายใดที่สามารถคุ้มครองในกรณีต่าง ๆ ได้บ้าง หรือแม้กระทั่งการเยียวยาที่จะได้รับภายหลังจากเกิดเหตุ นอกจากนี้ ยังพบปัญหาเรื่องการพิจารณาเจตนาในการการกระทำผิดทางอาญา ซึ่งส่งผลให้การวินิจฉัยแตกต่างกันไป แม้ในกรณีเดียวกัน

ตอนที่ 2 แนวทางในการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา

2.1 ควรมีกฎหมายที่บัญญัติใช้โดยเฉพาะทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์

จากตัวอย่างของรัฐ Nova Scotia เป็นรัฐแรกในแคนาดาที่ตรากฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ โดยมีชื่อว่า กฎหมายความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber-safety

Act 2013) กฎหมายฉบับนี้ มุ่งคุ้มครองเหยื่อผู้ถูกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ และกำหนดความรับผิดชอบสำหรับผู้กลั่นแกล้งสำหรับกลไกการดำเนินคดีตามกฎหมายนี้ ผู้เสียหายหรือญาติมีสิทธิเรียกร้องทางแพ่งให้ศาลมีคำสั่งคุ้มครอง รวมทั้งเรียกค่าเสียหายจากผู้กระทำการกลั่นแกล้งรังแก โดยกฎหมายฉบับนี้ ในมาตรา 3 นิยามความหมายของการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ (Cyber bullying) ไว้ว่า “การสื่อสารใด ๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งรวมถึงการสื่อสารโดยใช้คอมพิวเตอร์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ข้อความตัวอักษร เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นการสื่อสารซ้ำ ๆ หรือต่อเนื่อง ด้วยเจตนาทำให้ผู้อื่นเกิดความกลัว รบกวน ตูมฉุน ทำให้อับอาย หดหู่ ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ อารมณ์ ความเป็นอยู่ ชื่อเสียง และรวมถึงการช่วยเหลือหรือส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารเช่นนั้นด้วย” ผู้เสียหายมีสิทธิยื่นคำร้องขอต่อศาลโดยอาศัยด้วยตนเองทางโทรศัพท์หรือด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศใด ๆ หากผู้ร้องไม่ทราบตัวผู้กระทำอาชญากรรมจากผู้กระทำจากอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (IP address) เว็บไซต์, ชื่อบัญชีผู้ใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หากศาลพิจารณาแล้วเห็นสมควรก็จะมีคำสั่งคุ้มครอง (Protection order) ซึ่งอาจมีเนื้อหา เช่น ห้ามผู้ถูกร้องเรียนกระทำการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ ห้ามผู้ถูกร้องเรียนติดต่อสื่อสารกับผู้เสียหายหรือบุคคลที่กำหนด ห้ามผู้ถูกร้องเรียนสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผู้เสียหายหรือบุคคลที่กำหนด ห้ามผู้ถูกร้องเรียนใช้การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ อาจัดหรือยึดอุปกรณ์สื่อสารที่ผู้ถูกร้องเรียนใช้ในการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ ห้ามผู้ถูกร้องเรียนใช้บริการการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากผู้ให้บริการ รวมทั้งคำสั่งห้ามอื่น ๆ ตามที่ศาลเห็นสมควร (มาตรา 9) โดยคำสั่งคุ้มครองนี้จะมีผลได้ไม่เกิน 1 ปี การฝ่าฝืนคำสั่งดังกล่าวมีโทษทางอาญาปรับไม่เกิน 5,000 เหรียญ หรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือนหรือทั้งจำทั้งปรับ (ตามมาตรา 19)

นอกจากโทษทางอาญาแล้ว กฎหมายนี้ ยังกำหนดการเยียวยาทางแพ่งตามมาตรา 21 สำหรับผู้เสียหายโดยวางหลักว่า “บุคคลผู้กระทำการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์นั้นมีความรับผิดชอบละเมิดต่อผู้ถูกลั่นแกล้ง” ศาลอาจมีคำสั่งให้ชดเชยค่าสินไหมทดแทนรวมถึงค่าสินไหมทดแทนทั่วไป ค่าสินไหมทดแทนพิเศษ ค่าสินไหมทดแทนเชิงลงโทษ (Punitive dam-

ในมาตรา 4 มีการระบุแนวทางการดำเนินการในลักษณะกว้าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ได้แก่ ให้เด็กและเยาวชนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัย รู้จักเคารพสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น รวมทั้งกฎหมาย กฎเกณฑ์ และกติกาในสังคม ให้มีคุณภาพทางอารมณ์ตามสมควรแก่วัย รวมทั้งมีคุณธรรมและจริยธรรม ให้มีความรับผิดชอบต่องานของตนเอง และต่อส่วนรวม ตามสมควรแก่วัย ให้สามารถแสดงความคิดเห็นหรือแสดงออกอย่างสอดคล้องกับความรู้ความสามารถที่พัฒนาไปตามวัยของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะเรื่องที่มีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน ให้สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการยุติธรรมในเรื่องที่มีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนอย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะโดยทางตรง หรือผ่านผู้แทนหรือองค์กรเพื่อเด็กและเยาวชน

ซึ่งหัวข้อที่กล่าวมานี้เป็นเหมือนวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมพัฒนาเด็กและเยาวชน เพื่อนำไปสู่การจัดตั้งหน่วยงาน องค์กร และจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมพัฒนาเด็กและเยาวชนต่อไป

5) กฎกระทรวงกำหนดความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2562 ได้กำหนดไว้เพียงแค่ “(6) ก่อเหตุทะเลาะวิวาท ทำร้ายร่างกายผู้อื่น เตรียมการหรือกระทำการใด ๆ อันน่าจะก่อให้เกิดความไม่สงบเรียบร้อยหรือขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือรวมกลุ่มหรือมั่วสุม เพื่อกระทำการดังกล่าว” ซึ่งกฎกระทรวงนี้เป็นการกำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ ในสิ่งที่นิสิตนักศึกษาห้ามกระทำ แต่ไม่ได้กล่าวถึงบทกำหนดโทษ หรือประเด็นลักษณะการกระทำใด ๆ

2.2 ควรมีการกำหนดกระบวนการต่าง ๆ และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน

การดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมควรมีระบบ หรือการกำหนดกระบวนการต่าง ๆ ที่ชัดเจน ทั้งการจัดระบบเอกสาร ระบบฐานข้อมูลประวัติภูมิหลังของนิสิตนักศึกษา มีกระบวนการส่งเสริมความรู้และทักษะของเจ้าหน้าที่ผู้บังคับใช้กฎหมาย กระบวนการสอบสวนในคดีเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ กระบวนการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน ในสถาบันอุดมศึกษาควรมีระบบการคัดกรอง การดูแล การติดตามผล และเฝ้าระวังไม่ให้เกิดซ้ำ รวมถึงมี

การประชาสัมพันธ์ขั้นต้นต่าง ๆ หากตกเป็นเหยื่อ ขั้นตอนในการแจ้งหลักฐานต่าง ๆ ประกอบการแจ้งความ นอกจากนี้ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน

2.3 ควรมีมาตรการการเยียวยาความเสียหายจากการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่เป็นรูปธรรม

การเยียวยาทางด้านกฎหมาย ได้รับความช่วยเหลือ ในกรณีที่ผู้เสียหายเสียชีวิตนั้น ได้แก่ ค่าตอบแทน ค่าจัดการศพ และค่าเสียหายอื่น ๆ ตามที่จะกำหนด ส่วนกรณีที่ผู้เสียหายไม่ถึงแก่ชีวิตนั้นเงินช่วยเหลือที่จะได้รับ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกายและจิตใจเท่าที่จ่ายจริงแต่ไม่เกินจำนวนที่กฎหมายกำหนด ค่าขาดประโยชน์ในระหว่างที่ไม่สามารถประกอบการทำงานได้ตามปกติ ในจำนวนและระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด และค่าตอบแทนความเสียหายอื่น ๆ ตามที่จะกำหนด รวมทั้งสามารถเรียกค่าสินไหมทดแทนในคดีแพ่งและพาณิชย์ในด้านผู้ปกครองควรมีการพูดคุยและรับฟังลูกถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ปกครองควรติดต่อกับอาจารย์ หรือผู้เกี่ยวข้องเพื่อหาทางช่วยกันเยียวยา ถ้ามีความจำเป็น และข้อสงสัยว่าลูกอาจมีปัญหาทางสุขภาพจิต ควรให้ลูกได้รับการประเมินและดูแลรักษาทางจิตใจจากผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านมหาวิทยาลัย จำเป็นต้องมีมาตรการในการเยียวยานิสิตนักศึกษา ในลักษณะของการมีระบบให้คำปรึกษา ระบบช่วยเหลือเมื่อเกิดเหตุ มีช่องทางให้นิสิตนักศึกษาสามารถแจ้งเรื่องการกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ได้

2.4 ควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และรณรงค์ต่อต้านพฤติกรรมการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์

2.4.1 การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ เพื่อให้ นิสิตนักศึกษาได้เรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ วิธีการป้องกัน และการดูแลตนเองเมื่อประสบปัญหา หรือเป็นผู้ถูกกระทำ มีความรู้เท่าทันในการใช้เทคโนโลยี มีความตระหนักถึงโทษของการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์

2.4.2 การรณรงค์เพื่อลดการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ โดยการให้ความร่วมมือในสถาบันอุดมศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์เพื่อลดการกลั่นแกล้ง

ร้งแก่ผ่านสังคมออนไลน์ ให้นิสิตนักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิส่วนบุคคล ผลเสียที่จะเกิดขึ้นจากการกลั่นแกล้งรังแกทางสังคมออนไลน์ โดยการประชาสัมพันธ์ หรือ จัดโครงการต่าง ๆ ผ่านสังคมออนไลน์ สนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

2.5 ควรมีการสร้างมาตรการที่บูรณาการทางด้านกฎหมาย จิตวิทยาและการดูแลนิสิตนักศึกษา

มหาวิทยาลัยควรมีมาตรการที่เกิดจากการบูรณาการทางด้านกฎหมาย จิตวิทยา และการดูแลนิสิตนักศึกษา ในลักษณะกลยุทธ์ หรือโครงการต่าง ๆ หรือกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ชัดเจน มีความร่วมมือระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์กิจการนิสิตนักศึกษา บุคลากรฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศ และผู้ปกครอง มีการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว มีระบบดูแลทั้งผู้กระทำผิด และผู้ถูกระทำ รวมถึงพยานผู้ที่อยู่เหตุการณ์ มีระบบการช่วยเหลือและเยียวยา เฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยง จัดกิจกรรมให้ผู้ปกครอง และนิสิตนักศึกษาในการสร้างความสุข สร้างคุณค่าให้ตัวเอง มีการป้องกันตนเอง และสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้

โดยมาตรการบูรณาการทางด้านกฎหมาย จิตวิทยา และการดูแลนิสิตนักศึกษา ที่จะส่งเสริมการป้องกันความรุนแรงจากการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ควรเริ่มต้นจากกฎหมายระดับนโยบายที่กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่น่าประเด็นปัญหานี้เข้าสู่คณะรัฐมนตรี เพื่อหาแนวทางแก้ไขข้อกำหนดวิธีการ ทั้งการให้ความคุ้มครองนิสิตนักศึกษาซึ่งเป็นผู้กระทำ หรือ ผู้ถูกระทำ เนื่องจากพระราชบัญญัติต่าง ๆ ที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน ยังไม่มีการกำหนดลักษณะ หลักเกณฑ์วิธีการเกี่ยวกับการรับมือป้องกันหรือแก้ไขปัญหานี้โดยตรงอย่างชัดเจน มีเพียงการคุ้มครองในทางอ้อมเท่านั้น จึงจำเป็นต้องมีการแก้ไขหรือบัญญัติเพิ่มเติมในข้อกฎหมายที่มีการบังคับใช้อยู่แล้วในปัจจุบัน เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ของโลกที่ปรับเปลี่ยนไปตลอดเวลา ให้มีความชัดเจนและเฉพาะตัวมากขึ้น

จากนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงนำนโยบายของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละสถาบัน บุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาต้องให้ความร่วมมือในการดำเนินงานจากกลยุทธ์

สู่การปฏิบัติจริง และจำเป็นต้องหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางจิตวิทยาที่ดูแลเฉพาะทาง สามารถให้คำปรึกษาแก่นิสิตนักศึกษาและเยียวยาได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ป้องกันการเกิดเหตุการณ์ใช้ความรุนแรงทางสังคมออนไลน์ โดยมุมมองที่มีต่อปัญหา ต้องไม่มองว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยแล้วปล่อยผ่านไป จนปัญหาลุกลามขึ้น นอกจากนี้องค์การบริหารนิสิตนักศึกษาควรมีการดำเนินโครงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับมือและแก้ปัญหาเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ อาจจัดกิจกรรมเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ในสถานศึกษา

การให้ความสำคัญต่อนิสิตนักศึกษาเพื่อให้พวกเขาเติบโตเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพของสังคมเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากนิสิตนักศึกษาเป็นพลังสำคัญการพัฒนาสังคม และประเทศชาติ การส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาได้รับการเรียนรู้ในสิ่งที่ถูกต้องรอบคอบ รู้จักคิด และพิจารณาว่าสิ่งใดสมควรสิ่งใดไม่สมควร รู้จักรับผิดชอบต่อส่วนรวม ร่วมใจกันรักษาสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และวัฒนธรรมที่ดงามของชาติ เพื่อเป็นพลเมืองที่ดีและเป็นกำลังที่เข้มแข็งที่จะร่วมกันพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ารุ่งเรืองต่อไป

สรุปผลการศึกษา

ประเทศไทยขาดกฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ดังนั้น เมื่อเกิดคดีที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ จึงต้องพิจารณารายละเอียดข้อเท็จจริงของลักษณะพฤติกรรม การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์และความสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยกฎหมายที่เกี่ยวข้องมีบทลงโทษที่ไม่เพียงพอ และไม่ครอบคลุมต่อการกระทำความผิด ดังนั้นจึงควรมีกฎหมายที่บัญญัติใช้โดยเฉพาะทางด้านการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ มีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และรณรงค์ต่อต้านพฤติกรรมการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และควรมีการสร้างมาตรการที่บูรณาการทางด้านกฎหมาย จิตวิทยาและ

การดูแลนิสิตนักศึกษา การสร้างความร่วมมือระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นการแก้ไขปัญหา และป้องกันการเกิดเหตุซ้ำในการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

1. ทิศทางของกฎหมายการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาในอนาคต โดยในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่คุ้มครองการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ ยังต้องอาศัยการพิจารณาวินิจฉัยคดีจากกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แต่ในอนาคตที่มีแนวโน้มสถานการณ์การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น จำเป็นต้องมีการจัดทำกฎหมายเฉพาะเพื่อแก้ปัญหา ให้ความคุ้มครองและเยียวยาผู้ถูกรังแกอย่างยุติธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ควรมีการสอดแทรกกฎหมายกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ในกฎหมายการศึกษา หรือ กฎหมายในลักษณะระเบียบข้อบังคับของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งแนวคิดนี้ สอดคล้องกับ เมธินี สุวรรณกิจ (2560) ในการเสนอให้ประเทศไทยนำมาตรการเชิงนโยบาย (School Policies) และ (2) มาตรการการลงโทษทางอาญา มาปรับใช้โดยให้กำหนดมาตรการดังกล่าวไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ และจากการที่ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งการที่ประเทศสหราชอาณาจักรได้ให้ความสำคัญกับการบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ (นาจรี ชัยบุตร และยศศักดิ์ โกไศยกานนท์, 2560) แสดงให้เห็นว่าในภายภาคหน้าหลายประเทศทั่วโลกจะมีการดำเนินการปรับปรุงกฎหมายและบังคับใช้ในการคุ้มครองสิทธิของประชาชนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ทิศทางจิตวิทยาที่เชื่อมโยงกับการป้องกันตนเองต่อกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ พฤติกรรมการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามจากการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีจิตวิทยามากที่สุด โดยทฤษฎีจิตวิทยาอันเป็นคุณลักษณะหรือสภาวะจิตใจทางบวกของบุคคล ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 4 ด้าน (Luthans et al, 2004, อ้างถึงใน อสิริยา ปาริชาติกานนท์

และอังศรา ประเสริฐสิน, 2560) คือ ความหวัง (Hope) การมองโลกในแง่ดี (Optimism) การรับรู้ความสามารถของตน (Self-efficacy) และการฟื้นคืนได้ (Resilience) นิสิตนักศึกษามีคุณลักษณะทุนทางจิตวิทยาสูงย่อมมีความสามารถในการจัดการกับอารมณ์และความรู้สึกเมื่อตนเองเกิดภาวะรับรู้เกี่ยวกับความรุนแรงของภัยคุกคามทางสังคมออนไลน์ขึ้น โดยการรับรู้ดังกล่าวเป็นความคิดและความรู้สึกของนิสิตที่มีต่อความรุนแรงของภาวะคุกคามหรือการรังแกกันผ่านสังคมออนไลน์ ที่เป็นการกระทำใด ๆ ของบุคคล อันมีลักษณะคุกคาม ช่มชู้ ล่วงละเมิดทำให้ผู้ถูกรังแกเกิดความกลัว ความหวาดระแวง รู้สึกไร้ค่า รู้สึกอับอาย เป็นการคุกคามกันบนโลกออนไลน์โดยไม่ใช้การทำร้ายร่างกายหรือมีการทำให้ได้รับบาดเจ็บ แต่เป็นการทำร้ายทางอารมณ์ความรู้สึกซึ่งสามารถสร้างบาดแผลที่รุนแรงในทางจิตวิทยา โดยอาจส่งผลกระทบต่อจิตใจทำให้เกิดความเครียด หวาดระแวง ซึมเศร้า หดหู่ ไปจนถึงการฆ่าตัวตายได้ ไม่ว่าจะเป็นการถูกติณินินทา การถูกก่อกวน การถูกเปิดโปง การถูกแอบอ้างชื่อเพื่อให้เกิดความเสียหาย การถูกช่มชู้คุกคาม การถูกลบหรือบล็อกออกจากกลุ่มเพื่อน หรือการถูกวิพากษ์วิจารณ์ที่คุกคามรุนแรง บุคคลที่มีทุนทางจิตวิทยาจะสามารถปรับตัวแสดงออกต่อสถานการณ์หรือสิ่งคุกคามทางออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม และกลับคืนสู่สภาพเดิมหรือดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วเพื่อการปกป้องตนเองจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ต

3. การมีผู้ชี้แนะนิสิตนักศึกษาที่ดี การที่นิสิตนักศึกษาจะมีแนวทางการดำเนินชีวิตไปในทางที่ถูกต้องเหมาะสม จำเป็นต้องมีครูบาอาจารย์ และบุคคลรอบข้างที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดี คอยอบรมสั่งสอน ให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับ พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร แก่นิสิตและนักศึกษาวิทยาลัยวิชาการศึกษา ณ วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2515 ความว่า “เยาวชนทุกคนมิได้ต้องการทำตัวให้ตกต่ำ หรือให้เป็นปัญหาแก่สังคมประการใด แท้จริงต้องการจะเป็นคนดีมีความสำเร็จ มีฐานะมีเกียรติ และอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างราบรื่น แต่การที่จะบรรลุถึงความประสงค์นั้น จำเป็นต้องอาศัยผู้แนะนำ ควบคุมให้ดำเนินไปโดยถูกต้อง” ดังนั้น การมีผู้ชี้แนะนิสิตนักศึกษาในสิ่งที่ควรทำ

หรือไม่ควรทำ จะช่วยลดปัญหาการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา การที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แก่ครูบาอาจารย์ ครอบครัว หรือผู้ปกครอง ช่วยกันสอดส่องดูแล ไม่เพิกเฉยต่อนิสิตนักศึกษา เป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุได้เป็นอย่างดี ก่อนที่ปัญหาจะลุกลามจนไม่สามารถแก้ไขได้

4. ระบบการดูแลนิสิตนักศึกษาจากกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ทางสถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องมีระบบการดูแลนิสิตนักศึกษาทั้งกลุ่มเสี่ยงที่จะก่อเหตุการณกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ และนิสิตนักศึกษาที่ได้รับผลกระทบจากกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ เพื่อการป้องกัน เฝ้าระวังเพื่อลดการก่อเหตุ แก้ปัญหา และเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบอย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำ “ระบบการดูแลช่วยเหลือป้องกันการฆ่าตัวตายในสถาบันอุดมศึกษา” ของนายแพทย์ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (อ้างถึงใน จิรกานต์ สิริกวินกอบกุล, 2562) ระบบดูแลช่วยเหลือนิสิตศึกษานี้ ต้องมีการออกแบบและทำตามระบบจริง อาจารย์ต้องรู้จักนักศึกษาเป็นรายบุคคลจริง ต้องมีการจัดกิจกรรมในลักษณะการโฮมรูมและการแนะแนว ทำให้ทราบว่านิสิตนักศึกษาคนไหนต้องการการให้คำปรึกษา ซึ่งจะทำให้มีการให้คำปรึกษาเพิ่มขึ้น และมีการส่งต่อตามลำดับ เริ่มจากมี Counselors ภายในมหาวิทยาลัยขึ้นมา ก่อนการส่งต่อไปยังจิตแพทย์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเลยนั้น จะล่าช้าและไม่ค่อยครอบคลุม ควรจะมีตัวกลางคั่นคือ Counselors ที่จะสามารถดูแลคัดกรองได้มากกว่าเร็วกว่าที่จะส่งไปยังจิตแพทย์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเลยทันที คือต้องมีระบบภายในและคอยส่งต่อภายนอกตามลำดับ หากมหาวิทยาลัยมีระบบแล้ว ถ้านักศึกษาไม่มีปัญหาก็ดูแลต่อเนื่องโดยอาจารย์ที่ปรึกษา แต่ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นอีก ก็จะต้องมี Postvention มีมาตรการชัดเจนว่าจะต้องทำอะไรบ้าง จากนั้นต้องมีการจัดทำรายงาน และประเมินผล โดยระบบการดูแลช่วยเหลือป้องกันการฆ่าตัวตายในสถาบันอุดมศึกษามี 5 ขั้นตอนดังนี้ 1) การรู้จักนักศึกษาเป็นรายบุคคล ว่ามีภูมิหลังอย่างไร และมีประสบปัญหาในด้านบ้าง เพื่อจะได้ทราบว่าใครอยู่ในกลุ่มเสี่ยง อาจทำเป็นแบบ Check list พฤติกรรม 2) การเสริมสร้างทักษะชีวิต (Life Skills) คือ ให้นิสิตศึกษามีภูมิคุ้มกันที่ดีทางด้านจิตใจ และตระหนักรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รู้จักใช้สังคมออนไลน์อย่างเหมาะสม จัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาวะ

ทางกายและทางใจที่สมดุล 3) การให้คำปรึกษาเบื้องต้นสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษาในการดูแลสุขภาพจิตทุกปัญหา ได้แก่ หลัก 3 ส เริ่มจากการสอดส่อง มองหา คือ ต้องรู้ว่า ใครเป็นกลุ่มเสี่ยง คนใกล้ชิดที่เป็นกลุ่มเสี่ยง จากนั้นเมื่อพบนิสิตนักศึกษาที่มีปัญหา ต้องใส่ใจ รับฟัง คือ การฟังอย่างใส่ใจ ช่วยให้เกิดความไว้วางใจ และส่งต่อ เชื่อมโยง ถ้าเห็นว่ามีปัญหาเกินกว่าจะช่วยให้ ต้องส่ง Counselors ให้เป็นฝ่ายชักชวน/นำพาเข้าสู่ระบบรักษา เพื่อป้องกันการก่อเหตุกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ ซึ่งการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับโรคซึมเศร้าและการฆ่าตัวตาย จึงเป็นความเสี่ยงที่ผู้เกี่ยวข้องต้องดูแลอย่างใกล้ชิด 4) ความช่วยเหลืออื่น ๆ ที่นักศึกษาเข้าถึงได้ง่ายที่นอกเหนือจากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยเฉพาะการสร้างเสริมให้มีกิจกรรมนักศึกษา ในลักษณะชมรมเพื่อนช่วยเพื่อน และระบบการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ ผ่านทางเฟสบุ๊ค หรือ แชนบอร์ด รวมทั้งการเผยแพร่บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ ทั้งหมดนี้ถ้ายึดโยงกับอาจารย์ที่ปรึกษาในระบบดูแลช่วยเหลือนักศึกษา ก็จะเพิ่มประสิทธิภาพและการเข้าถึงบริการ และ 5) การ Postvention ไม่ว่าระบบดีแค่ไหนก็ตาม เมื่อเกิดปัญหาก็กจำเป็นต้องมีการจัดการและทบทวนระบบใหม่ การ Postvention ประกอบด้วย การเยียวยาผู้ใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อนนักศึกษา ผู้ปกครอง รวมทั้งอาจารย์ที่ปรึกษา และการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ ได้แก่ ทบทวนระบบดูแลนักศึกษา ค้นหาจุดที่เป็นช่องว่าง ปรับปรุงระบบที่เป็นจุดอ่อน

5. ความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ การกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ (Cyber Bullying) เป็นผลมาจากความรู้ไม่เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ดังนั้นควรมีการปลูกฝังความรู้พื้นฐานในการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ และวิธีการปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยองค์กร Common sense แห่งสหรัฐอเมริกา ได้กำหนดทักษะการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็น 8 ประการ (วรชัญ คุรจิต, 2558) ได้แก่ 1) การใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย (Internet Safety) 2) การปกป้องความเป็นส่วนตัวและข้อมูล (Privacy & Security) 3) การรักษาความสัมพันธ์และการสื่อสาร (Relationships & Communication) 4) การป้องกันและแก้ไขปัญหาการถูกกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyber-Bullying) 5) การปกป้องข้อมูลและชื่อเสียงทางออนไลน์ (Digital

Footprint & Reputation) 6) การสร้างอัตลักษณ์ส่วนตัวในโลกออนไลน์ (Self-Image & Identity) 7) ความรู้เท่าทันข้อมูลดิจิทัล (Information Literacy) และ 8) การใช้ข้อมูลดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ (Creative Credit & Copyright)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการทบทวนกฎหมายและปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย เพื่อป้องกันการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา คัดกรองสิทธิ และเยียวยาผู้ถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา รวมถึงสามารถนำกฎหมายไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2 มหาวิทยาลัย สื่อมวลชน และหน่วยงานต่าง ๆ ควรให้ความรู้ และเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายเกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ มีการรณรงค์เพื่อยับยั้งการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา ให้ผู้ที่

กระทำตระหนักถึงโทษที่จะได้รับ และให้ผู้ที่ถูกกระทำ ได้รับ ความคุ้มครองสิทธิ และได้รับการเยียวยาทางกฎหมายอย่าง ยุติธรรม

3. สถาบันการศึกษา และสถาบันครอบครัวควรมีการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลและสังคมออนไลน์ ให้ นิสิตนักศึกษาได้เรียนรู้ในการใช้สังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ รู้จักป้องกันตนเองจากการใช้สื่อดิจิทัลและสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารายกรณี (Case study) เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษาใน สถานการณ์ต่าง ๆ และศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องในเชิงลึก
2. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย เกี่ยวกับการถูกกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์อย่างเป็น รูปธรรม
3. ควรมีการศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการกลั่นแกล้งรังแกผ่านสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา เพื่อหาแนวทางป้องกันที่สอดคล้องกับข้อกฎหมาย

บรรณานุกรม

- “กฎกระทรวงกำหนดความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2562”. (2562, สิงหาคม 30). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 94 ก. หน้า 7-8.
- กองบังคับการอำนวยการ สำนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2563). *CYBER BULLYING มีกฎหมายคุ้มครองเหยื่อแค่ไหน?*. สืบค้นจาก <https://ictgeneral.police.go.th/?p=434#:~:text=ประมวลกฎหมายอาญา%20มาตรา,ไม่เกินห้าพันบาท&text=ไม่เกินหนึ่งปีหรือ,หรือทั้งจำทั้งปรับ>.
- คณาธิป ทองรวีวงศ์. (2558). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิบุคคลจากการกลั่นแกล้งรังแกออนไลน์ ซึ่งนำไปสู่การฆ่าตัวตาย: ศึกษากรณีกฎหมายความปลอดภัยไซเบอร์. *เอกสารหลังการประชุมวิชาการระดับชาติ (E-Proceedings) ARTS-LC 2015*, 1-20.
- จิรกันต์ สิริกวินกอบกุล. (2562). บัณฑิตแห่งอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพของมหาวิทยาลัยไทย. *เอกสารประกอบการสัมมนาวิชาการทางอุดมศึกษา The Smarter Future of Higher Education*, หน้า 34-49.
- ณรงค์ยศ มหิทธิวาณิชชา. (2563). *สถิติและพฤติกรรมการใช้ social media ทั่วโลก Q1 ปี 2020*. สืบค้น จาก <https://www.twf.digital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>
- นาจริย ชยะบุตร และยศศักดิ์ โกไศยกานนท์. (2560). มาตรการทางกฎหมายเพื่อการคุ้มครองสิทธิความเป็นส่วนตัวจากการข่มเหงรังแกออนไลน์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 12(40), 32-40.
- พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร. พระบรมราโชวาทเนื่องในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร. 28 พฤศจิกายน 2515.

“พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ.2562”. (2562, พฤษภาคม 27). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 69 ก. หน้า 52-95.

“พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560”. (2560, มกราคม 24). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134 ตอนที่ 10 ก. หน้า 24-35.

“พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาคู่มือและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2560”. (2560, 13 มิถุนายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134 ตอนที่ 63 ก. หน้า 1-12.

เมธินี สุวรรณกิจ. (2560). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากการถูกกลั่นแกล้งในสังคมออนไลน์. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 10(2), 49-70.

“ระเบียบคณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ ว่าด้วยวิธีคุ้มครองสวัสดิภาพเด็กที่เสี่ยงต่อการกระทำผิด พ.ศ.2553”. (2553, 30 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 127 ตอนพิเศษ 40 ง. หน้า 4-5.

วรชัย คุรุจิต. (2558). รูปแบบของการสื่อสารในสื่อดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน และแนวทางการดูแลป้องกันและเสริมสร้างความรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชน. กรุงเทพฯ: สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน.

สถาบันพระปกเกล้า. (2559). *กฎหมาย*. สืบค้นจาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title=%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B2%E0%B8%A2>

อิสริยา ปาริชาติกานนท์ และอัจฉรา ประเสริฐสิน. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว.*, 10(1), 77-91.

คำแนะนำในการเตรียมและส่งต้นฉบับสำหรับผู้พิมพ์

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ควรจะมีความเนื้อหาทางวิชาการอยู่ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ สาขาวิชาครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้พิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารอย่างเคร่งครัดรวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทั้งนี้ผู้พิมพ์จะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปลอมแปลงรวมทั้งทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์บทความนั้นและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร รวมทั้งผู้พิมพ์จะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เว็บ Thaijo ในระดับ ไม่เกิน 25% โดยมีผลตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2563 เป็นต้นไป

วารสารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจำนวน 5,000 บาท ต่อ 1 บทความ ผู้พิมพ์จะต้องลงทะเบียนในระบบ ThaiJo พร้อมจ่ายค่าธรรมเนียมมาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ชื่อบัญชีมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เลขที่บัญชี 178 1489 579 ส่งหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียมมาที่ Journalofcommarts@rbru.ac.th จะคืนให้ผู้พิมพ์ในกรณีบรรณาธิการปฏิเสธการตีพิมพ์เท่านั้น หากส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความแล้ววารสารจะไม่คืนค่าธรรมเนียม

ประเภทของบทความ

1. บทความวิชาการ (Academic article) คือ บทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์ หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานวิชาการที่ได้เรียบเรียงมาจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่นหรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไปกล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย จากแหล่งข้อมูล สรุปรูป อาทิตี หนังสือ วารสารวิชาการ อินเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

2. บทความวิจัย (Research article) คือ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย บทความวิจัยประกอบด้วย หน้าแรกเป็นชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ ในส่วนหน้าที่เป็นชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) อีเมล (e-mail) หรือในกรณีที่ป็นนักศึกษาควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นต้น **บทคัดย่อ** ต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัยและบทสรุป **ความยาวไม่เกิน 250 คำ** ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้นิพนธ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ **เนื้อหาของบทความ** ได้แก่ บทนำต้องมีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมุติฐานของงานวิจัย (ถ้ามี) กรอบแนวคิดการวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ เป็นต้น

3. บทความปริทัศน์ (Review article) คือ งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการเฉพาะทางที่มีการศึกษา ค้นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ทันสมัยโดยให้ข้อวิพากษ์ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อยอดได้ บทความปริทัศน์นั้นเป็นการนำเสนอภาพรวมของเรื่องที่น่าสนใจโดยในหน้าแรกของบทความปริทัศน์จะต้องประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) และ อีเมล (e-mail) พร้อมบทสรุป เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อให้เข้าใจว่าเรื่องที่ได้นำเสนอมีความน่าสนใจและความเป็นมาอย่างไร พร้อมระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

การเตรียมต้นฉบับ

1. การพิมพ์ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Office Word ระยะบรรทัดเดี่ยวโดยจัดหน้ากระดาษขนาด A4 (8.5x11 นิ้ว) ตั้งค่าน้ำกระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 2.0 เซนติเมตร) **จัดสองคอลัมน์ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้า**

2. รูปแบบตัวอักษร จัดพิมพ์ด้วยอักษร Thai Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รายละเอียดดังนี้ หัวเรื่องอักษรขนาด 18 pt. ใช้ตัวหนา ชื่อผู้พิมพ์ (ตัวปกติ) และหัวข้อหลัก (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. หัวข้อรอง (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เนื้อหาทุกส่วน (ตัวปกติ) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เชิงอรรถหน้าแรกใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ

3. จำนวนหน้าความยาวของบทความ **ไม่เกิน 10 หน้า (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง)**

4. ตาราง รูปภาพ แผนภูมิ และกราฟ ให้แทรกไว้ในเนื้อเรื่องอาจจัดทำเป็นขาวดำหรือสีก็ได้โดยให้ผู้พิมพ์คัดเลือกเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง **ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง** ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภูมิ ให้อยู่ด้านล่างพร้อมทั้งคำอธิบายสั้น ๆ

6. เอกสารอ้างอิง (**การอ้างอิงสารสนเทศตามแบบ APA**) (7th edition) มีรายละเอียดตามที่กำหนด ดังนี้

6.1 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)./หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

6.2 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขปีที่(ฉบับที่)./เลขหน้า./https://doi.org/เลขdoi

6.3 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

6.4 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./URL

6.5 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์./วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์./ชื่อมหาวิทยาลัย.

6.6 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ชื่อวิทยานิพนธ์./วิทยานิพนธ์ปริญญาคุชฎบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต./ชื่อเว็บไซต์./URL

6.7 ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ชื่อเรื่อง./ชื่อเรื่องย่อ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)./เลขหน้า./URLหน้า./

7. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ก่อนการจัดส่งต้นฉบับ และส่งต้นฉบับมาที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/index> โดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 081 374 3100



คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 ม.5 ต.ท่าช้าง อ.เมือง จ.จันทบุรี
22000