



การสร้างสรรคสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง
อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

Creation of Video for Promotion of Tourism in Ban Nai Dong, Tha Yang District

เมธาวิณ สารยาน¹

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง 2) เพื่อสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและวิเคราะห์การนำเสนอจากสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 1 ตอน สำหรับองค์ประกอบที่น่าสนใจนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง

ผลการศึกษาพบว่าการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง จำนวน 1 ตอนเนื้อหาต้องมีการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจครอบคลุมในกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการเกษตร ปลอดภัยหรืออินทรีย์และสถานที่ท่องเที่ยว สำคัญของชุมชน ความยาวในการนำเสนอของวีดิทัศน์ไม่เกิน 5 นาที หัวใจสำคัญในการสร้างความสนใจของวีดิทัศน์มีเนื้อหาของสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วนแล้วยังต้องเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และใช้การสื่อสารที่ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจและการจดจำทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม การนำเสนอใช้เทคนิคการเล่าเรื่องของผู้ดำเนินรายการการสัมภาษณ์สลับกับบทบรรยายและใช้เสียงดนตรีประกอบ เพื่อสร้างความน่าสนใจ สำหรับขั้นตอนการผลิตผู้วิจัยใช้อุปกรณ์สำหรับการผลิตอย่างมืออาชีพมีการตัดต่อและลำดับภาพด้วยโปรแกรมตัดต่อเป็นขั้นตอนการนำภาพและเสียงมารวมกัน จากนั้นผู้วิจัยได้นำสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงที่ผลิตขึ้นไปทดสอบใช้จริง โดยมีขั้นตอนกระบวนการผลิต 4 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนวางแผนการเตรียมการ 2) ขั้นตอนการผลิต 3) ขั้นตอนหลังการผลิต และ 4) ขั้นตอนการทดสอบและประเมินผล ผลการประเมินผลพบว่ากลุ่มผู้รับสื่อที่เป็นนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและความเข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอ และเมื่อนำเสนอสื่อวีดิทัศน์ไปเผยแพร่ทำให้ชุมชนบ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรีเป็นที่รู้จักและเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว และต้องการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่สามารถจำหน่ายสินค้าของชุมชนได้อีกด้วย

คำสำคัญ: สื่อวีดิทัศน์ การท่องเที่ยวชุมชน บ้านในดง

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



Abstract

The aims of the study are 1) to study the content and the format for a video presentation to promote tourism in Ban Nai Dong and 2) to create video media for the promotion of tourism in Ban Nai Dong, Tha Yang District, Phetchaburi. The in-depth interview was used as the method to study the content and to analyse the presentation format of the video. The interesting found compositions were taken to apply in the video - one video - which was used to promote the tourism in Ban Nai Dong; analysed the descriptive data under the topics listed in the objectives. The study showed that the video production for the promotion of tourism in Ban Nai Dong from the selected video should have contained various aspects covering all matters: organic farms and important landmarks of Ban Nai Dong. Plus, the length of the video should not be more than 5 minutes. On top of presenting the contents relating to the landmarks of Ban Nai Dong and the activities, building the engagement of the tourists was one of the central focuses in which the video was portrayed. Thus, this could bring the tourists interests in taking part in activities. Moreover, the video must message the tourists most simply, therefore, it could easily reach all groups of targets. The presentation with well-flowed conducting - the role of the moderator, the interview session and the proper background music - played a significant role in reaching the mind of viewers, the tourists. In terms of the process of video production, the researcher used the devices professionally, and the editing process was conducted by applying for the professional program. Once the video was completed, the researcher did a trial having 4 steps of production: 1) Planning 2) Production 3) Post-Production and 4) Post-test and Evaluation. All in all, the result of the evaluation positively demonstrated that the viewers, the tourists seemed to be interested and understand the message(s) in the video. And, when the video was officially published, Ban Dong, Tha Yang District, Phetchaburi became well-known; it became the destination which tourists are interested in the experience. It is also a platform to sell the products of the community, Ban Dong, as well.

Keywords: videotape, community-based tourism, Ban Nai Dong



ความนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหมายถึงอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในและนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและความหมายรวมถึงธุรกิจต่าง ๆ ดังนี้ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม นักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบันเทิง และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายของที่ระลึก หรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงานจัดนิทรรศการ การแสดง การออกงาน งานโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริม ให้การเดินทางท่องเที่ยว

หลุยส์ พันธ์จุล (2563) สรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้ดังนี้ 1) ความสำคัญต่อบุคคล การท่องเที่ยวทำให้เกิดความสุข การท่องเที่ยวเป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่กว้างไกล สามารถรับรู้และเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่คนทุกระดับสามารถมีประสบการณ์ร่วมกันได้ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษยชาติ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเรียนรู้ทั้งระหว่างคนในชาติและนานาชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันได้ 2) ความสำคัญต่อสังคมการท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย อาหารการกิน ขนบประเพณีประจำถิ่นศิลปะพื้นฐาน เป็นต้น นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังนำความเจริญด้านต่าง ๆ ไปสู่ท้องถิ่น เช่น ด้านการคมนาคม การสาธารณสุข โภคและมาตรฐานการครองชีพโดยเฉพาะท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดการยกระดับและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน 3) ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ทำให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและการพักผ่อน ธุรกิจการค้าของที่ระลึก ส่งผลให้เศรษฐกิจขยายตัว นอกจากนั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ต่อหัวของชุมชนท้องถิ่นทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งมากขึ้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรที่เป็นต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนโดยการนำมาสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กระบวนการดังกล่าวเน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทเป็นเจ้าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีสิทธิในการกับการดูแลและรับผลประโยชน์จากการจัดการทรัพยากรนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สัมผัสกับทรัพยากรที่มีคุณค่าของชุมชนมีความสุขจากการได้สัมผัสอย่างสูงสุดและก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของท้องถิ่นให้คุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อความยั่งยืนของทรัพยากร ต่อไป



วรพงศ์ ผูกู (2562)กล่าวว่า ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถสรุปได้ 7 ประการ ดังนี้ 1) อยู่บนพื้นฐานนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น 2) มีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่า 3) คนในชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาของตนเอง 4) มีการบริหารจัดการในรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ของแต่ละพื้นที่ รูปแบบการจัดการจึงไม่ตายตัว โดยที่อยู่บนพื้นฐานศักยภาพพื้นที่ในมิติต่าง ๆ ของนิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่น เป้าหมายของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานการอนุรักษ์และใช้อย่างรู้คุณค่าคนในชุมชนเป็นผู้กำหนด ทิศทางในอนาคตของตนเอง 5) มีการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการจัดการผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการจัดการอย่างยั่งยืน 6) สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และ 7) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ได้ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคลครอบครัว ชุมชน สังคม

ชุมชนบ้านในดง อำเภอยาง่าง จังหวัดเพชรบุรี เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่อยู่ในโครงการยุทธศาสตร์พัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ดำเนินการโดยคณะวิทยาการจัดการที่ลงพื้นที่ชุมชนและร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาชุมชนบ้านในดงในมิติต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายให้ชาวชุมชนบ้านในดงมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

จากการบริการ วิชาการที่ต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 จนถึงปี พ.ศ.2561 ชุมชนบ้านในดงมีตลาดนัด โดยชุมชนเพื่อชุมชนในนาม “ตลาดนัดสีเขียว ของดีบ้านในดง” เพื่อเป็นแหล่งค้าขายสินค้าชุมชนโดยจุดเด่นของตลาดคือมีพื้นที่จำหน่ายสินค้า เกษตรปลอดภัย และสินค้าเกษตรอินทรีย์รวมทั้งจำหน่ายสินค้าของดีบ้านในดง และในปีถัดมา ชุมชนบ้านในดงมีแนวคิดที่จะพัฒนาและยกระดับชุมชนเป็นเส้นทางท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านในดงเพราะภายในชุมชนมีกิจกรรม การเรียนรู้และสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย อีกทั้งยังมีโฮมสเตย์ไว้สำหรับให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืน ในชุมชนได้อีกด้วย แต่ปัญหาอย่างหนึ่งของชุมชนคือ ยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วไปทำให้ในช่วงแรกของการเปิดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงจึงไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควรดังนั้นการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือกิจกรรมของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนสื่อในการประชาสัมพันธ์จึงถือเป็นช่องทางที่จะใช้ส่งข่าวสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่นักประชาสัมพันธ์ต้องให้ความสำคัญสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายมากขึ้นจากเดิมที่สื่อหลักในการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยสื่อมวลชน ได้แก่หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร สื่อที่องค์กรผลิตขึ้นเอง ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ หนังสือ รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิดีทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ช่วยให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะมีลักษณะของการรวมสื่อ 3 ประเภทไว้ด้วยกัน คือภาพยนตร์ซึ่ง เป็นภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริง วิทยุซึ่งมีเสียงและหนังสือพิมพ์ซึ่งมีรายละเอียดได้มากชัดเจนช่วยสร้างความเข้าใจ ได้ดี ทำให้เรื่องยากเป็นเรื่องง่ายด้วยการแสดงให้เห็นจริงสามารถสร้างภาพและเสียงให้เกิดความประทับใจได้ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการประชาสัมพันธ์ได้



กระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระบวนการการทำงานที่ต้องมีการวางแผนเป็นอย่างดี เพราะมีการนำศาสตร์ต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันในการนำเสนอ ที่สำคัญต้องสร้างความพึงพอใจให้กับชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ดังนั้น เนื้อหาและรูปแบบตลอดจนกระบวนการผลิตสื่อวีดิทัศน์จึงมีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง
2. เพื่อสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงอำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี
3. การดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ศึกษาข้อมูลประเภทเอกสาร แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล การสัมภาษณ์เชิงลึก การถอดองค์ประกอบวิธีการนำเสนอจากสื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยว 2) ผลิตสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี โดยการนำความรู้จากการศึกษามาเป็นแนวทางการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์การท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลในการศึกษาจำแนกเป็น 3 ประเภทได้แก่ 1) ข้อมูลประเภทเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์ การดำเนินงานต่าง ๆ ของชุมชน เอกสารจากบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสองข้อมูล เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากบุคลากรด้านวิชาการด้านการท่องเที่ยวจำนวน 1 คน สัมภาษณ์ตัวแทน ผู้นำชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี ในประเด็นเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ ของชุมชนบ้านในดง จำนวน 3 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างสรรค์บทสำหรับสื่อวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยถอดองค์ประกอบด้านเนื้อหาวิธีการนำเสนอจากกลุ่มผู้แทนชุมชนบ้านในดงและนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี สำหรับขั้นตอนในการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) การทดสอบและการประเมินหลังขั้นตอนการผลิตและตรวจสอบจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำชิ้นงานสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง ไปทดลองประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง



จำนวน 20 คน โดยการใช้การสัมภาษณ์ประเมิน 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบรายการและวิธีการนำเสนอ ด้านความเกี่ยวข้องและเหมาะสมของเนื้อหา และด้านการถ่ายทอดความรู้และสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอข้อมูลและสื่อวีดิทัศน์ เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงผ่านกระบวนการเวทีประชาคมชุมชน

ผลการวิจัยสรุปผลการวิจัย

การศึกษาองค์ประกอบด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอยาง จังหวัดเพชรบุรี

1. แนวทางการผลิตด้านเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง จากการศึกษาข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อผลิตเนื้อหาพบว่าวีดิทัศน์ที่ใช้ประกอบในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอยาง จังหวัดเพชรบุรี ต้องเป็นสื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายสื่อสารได้ดีในวงกว้างเข้าถึงผู้รับสารที่หลากหลายมากได้ดี มีการให้ข้อมูลหลากหลายสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตเรียบง่าย สถานที่สำคัญของคนในชุมชนโดยเฉพาะความเป็นอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ ของชุมชนบ้านในดง มีการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นซึ่งจัดโดยชาวบ้าน เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้ลงมือปฏิบัติจริง และสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมให้เกิดความสนใจ ในสื่อวีดิทัศน์ส่งเสริม การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้องมีคำหรือประโยคที่จำง่ายซึ่งจะทำให้ผู้รับชมวีดิทัศน์เกิดความสนใจและต้องการมาเที่ยวพักผ่อนหรือศึกษาด้านการเกษตรปลอดภัย และเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของชุมชนบ้าน ในดง ภายใต้แนวคิด “สราญวิถีของดีบ้านในดง” โดยการนำเสนอผ่านภาพ การบรรยาย และจากสถานที่จริง ของชุมชน โดยกำหนดให้มีพิธีกร หรือผู้ดำเนินเรื่อง เป็นผู้เล่าเรื่อง นำเที่ยวชม มีการสัมภาษณ์เกษตรกร หรือปราชญ์ชุมชน มีการใช้เสียงบรรยายและมีการใช้ดนตรีประกอบเพื่อสร้างความน่าสนใจและน่าติดตาม
2. การถอดองค์ประกอบวิธีการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้าน ในดง จำนวน 1 ชิ้นงาน ความยาว 5 นาที ภายใต้แนวคิด “สราญวิถีของดีบ้านในดง” เพื่อนำมาปรับใช้ โดยมีรายละเอียดองค์ประกอบการนำเสนอด้านเนื้อหา องค์ประกอบด้านภาพ ได้แก่ ขนาดภาพมูมกล้อง การเคลื่อนกล้อง องค์ประกอบด้านการตัดต่อ องค์ประกอบด้านเสียง องค์ประกอบด้านกราฟฟิก จากการศึกษาและนำไปปรับใช้ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1 องค์ประกอบของวิดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนำไปประยุกต์สำหรับ
สร้างสรรค์สื่อวิดิทัศน์ เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โดยชุมชนบ้านในดง อำเภอยาง่าง จังหวัดเพชรบุรี

ตัวอย่างภาพ	เทคนิคที่ใช้เพื่อ สร้างความน่าสนใจ	การนำไปประยุกต์ใช้. ในการผลิตสื่อวิดิทัศน์
 	- การเดินทางท่องเที่ยวตามแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน - ใช้มุมภาพที่หลากหลาย	ใช้แผนที่การท่องเที่ยวชุมชนโดยไปตามจุดต่าง ๆ ที่ระบุไว้ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ
 	- เทคนิคเส้นนำสายตา - มีขนาดภาพที่หลากหลาย - การเคลื่อนไหวกล้อง	นำไปใช้สำหรับการถ่ายภาพประกอบ
 	- มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามแนวคิด “สราญวิถีของดีบ้านในดง”	ปรับใช้สำหรับเนื้อหาและลำดับเหตุการณ์สำหรับบทโดยให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของชุมชน



ตัวอย่างภาพ	เทคนิคที่ใช้เพื่อ สร้างความน่าสนใจ	การนำไปประยุกต์ใช้. ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์
	-การรวมภาพไว้ใน1เฟรมวิดีโอ -ภาพมุมต่ำ/มุมเงย	ใช้สำหรับทำภาพประกอบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของวีดิทัศน์
	ใช้ตัวอักษรประกอบในแต่ละสถานที่และมีคำบรรยายเป็นตัวอักษรตลอดการนำเสนอ	ใช้ตัวหนังสือเพื่อสร้างความเข้าใจและเน้นย้ำชื่อสถานที่ท่องเที่ยวและใช้ตัวหนังสือบรรยายด้วยเพื่อเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการรับรู้สื่อวีดิทัศน์

เทคนิคการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์ พบว่า มีกระบวนการผลิตโดยใช้องค์ความรู้ คือ จุดสนใจหลักของภาพนั้นควรอยู่บริเวณกลางจอและไม่ควรมีความยาวเกิน 5 นาที จากการศึกษารวบรวมข้อมูลทั้งหมดพบว่าสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงอำเภอท่ายาง จังหวัดเพรบุรี ต้องเป็นสื่อที่มีความทันสมัย มีเนื้อหาและภาพที่ครบถ้วน มีเสียงบรรยายที่น่าฟังโดยใช้ภาพหรือเนื้อหา ที่สำคัญของวีดิทัศน์นำเสนอสั้น ๆ เหมือนการประมวลความน่าสนใจในตอนต้นของวีดิทัศน์เพื่อดึงความสนใจของผู้ชม ใช้เทคนิคการถ่ายทำที่หลากหลายเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมวีดิทัศน์



ตารางที่ 2 องค์ประกอบด้านการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริม
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ประกอบด้วย

รูปแบบการนำเสนอ	เทคนิคที่ใช้
1. สร้างและดึงดูดความสนใจของผู้ชมในตอนต้น วีดิทัศน์ด้วยการนำเสนอภาพรวมของเนื้อหา ด้วยความยาวไม่เกิน 15 วินาที	ประมวลภาพการท่องเที่ยวกิจกรรมต่างๆในแบบ “สราญวิถีของดีบ้านในดง” อำเภอท่ายาง โดยใช้เทคนิคการตัดต่อและการใช้เสียงประกอบที่กระ ตุ้นความสนใจของผู้ชม
2. นำเสนอโดยใช้การเล่าเรื่องผ่านพิธีกร การเล่าเรื่องราวผ่านภาพและการใช้แผนที่ท่องเที่ยว ชุมชนเป็นตัวประกอบการเดินทาง	ภาพสถานที่ที่เป็นวิถีชีวิตของชาวชุมชนบ้านในดงโดยใ ซ์ขนาดภาพและมุมกล้องที่หลากหลาย
3 . กระตุ้นการรับรู้และต้องการมีส่วนร่วม	การร่วมกิจกรรมกับชุมชน การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้ประกอบการชุมชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี แสดงถึงการมีไมตรีจิตและยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยใช้เสียงสัมภาษณ์จริง และมีการใช้เสียงประกอบเพื่อกระตุ้นการรับรู้และสร้า งความน่าสนใจ
4.มีการใช้คำหรือประโยคทำให้ง่ายต่อการจดจำหรือค ำพูดติดปาก(เหมือนเป็นสโลแกน)	ใช้คำ “สราญวิถีของดีบ้านในดง” โดยนำเสนอผ่านบทพูดของพิธีกร การขึ้นกราฟิค เพื่อเน้นย้ำให้เกิดการจดจำ
5.สร้างสัดส่วนภาพให้เหมาะสมเพื่อดึงดูดความสนใจ	ใช้การถ่ายวิดีโอโดยเน้นให้ความน่าสนใจของภาพควร อยู่ตรงกลางภาพ
6.ความยาวของวีดิทัศน์	ไม่เกิน 5 นาที



3. การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี

3.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ได้วิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวและสำหรับกิจกรรมของชุมชนบ้านในดง เช่น การประสานงานกับวัด ผู้นำชุมชน ผู้ให้สัมภาษณ์ การจัดเตรียมอุปกรณ์การสาธิตกิจกรรมการเรียนรู้ การเกษตร เป็นต้น จากนั้นลงพื้นที่สำรวจและวางแผนการถ่ายทำตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงาน ตลอดจนการพัฒนาเค้าโครงเรื่องและบทที่จะใช้สำหรับการถ่ายทำ ซึ่งมีการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ กับชุมชนตลอดเวลาเพื่อให้ได้บทที่มีเนื้อหาถูกต้องและสมบูรณ์มากที่สุด

3.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นการลงพื้นที่ที่ชุมชนบ้านในดงเพื่อถ่ายทำบันทึกภาพและวิดีโอตามเค้าโครง และบทที่ได้เตรียมไว้ การถ่ายทำในขั้นตอนนี้ใช้สถานที่จริงและบรรยากาศจริง ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจ มีการสัมภาษณ์เกษตรกร และตัวแทนผู้ประกอบการต่าง ๆ ในชุมชนเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ในขั้นตอนนี้ใช้เวลาในการถ่ายทำค่อนข้างนานเพราะเป็นขั้นตอนที่มีความพิถีพิถันและการใช้อุปกรณ์อย่างมืออาชีพเข้าช่วย

3.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะนำผลงานออกเผยแพร่เป็นการนำวิดีโอ ทั้งหมดมาเรียบเรียงด้วยการตัดต่อตามบทที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนั้นยังเป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญพิเศษ อีกหลายอย่าง เช่น การใช้กราฟิก การใส่ตัวหนังสือ การใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ การใส่เสียงประกอบ การย้อมสี ปรับแสง เพื่อให้วีดิทัศน์ออกมามีความน่าสนใจมากที่สุด ตลอดจนการนำวีดิทัศน์ต้นแบบไปประเมินด้านเนื้อหา และการนำเสนอ กับ ชุม ชน และ ผู้ที่ มี ส ่วน เกี่ ยว ข ้อง เพื่อ ให้ ช ้อ เสน อ แ น ะ และนำข้อเสนอแนะเหล่านั้นมาปรับแก้วีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี ให้สมบูรณ์และพร้อมเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย

การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี มีประเด็นน่าสนใจสำหรับการอภิปรายดังต่อไปนี้ ผลการประเมินรูปแบบการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้วิจัยผลิตขึ้นจำนวน 1 ตอน ภายใต้แนวคิด “สราญวิถีของดีบ้านในดง” เพื่อการส่งเสริม การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี โดยการให้ผู้เกี่ยวข้อง ได้ชมผลงานวีดิทัศน์ “สราญวิถีของดีบ้านในดง” ผลการประเมินพบว่าด้านเนื้อหาเข้าใจง่ายและมีเนื้อหาที่ ครบคลุม ทำให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้และมีความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพราะนำเสนอให้เห็นถึงสถานที่ ท่องเที่ยว กิจกรรม และที่พักต่าง ๆ ผ่านการเล่าเรื่องของพิธีกรและการนำเที่ยวโดยใช้แผนที่การท่องเที่ยว ชุมชนบ้านในดง



ทำให้เกิดความชัดเจนและน่าสนใจ ด้วยรูปแบบที่ทันสมัย มีการใช้พิธีกร การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้การสัมภาษณ์ การสาธิต ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและการใช้เสียงประกอบที่น่าสนใจ อีกทั้งความยาวไม่นานไม่น่าเบื่อที่จะติดตามรับชมเหมาะสำหรับการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ด้านเนื้อหาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอนายาย จังหวัดเพชรบุรี พบว่านำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เข้าใจง่ายและมีเนื้อหาที่ครอบคลุม ทำให้ผู้รับชมเกิดการรับรู้และมีความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะนำเสนอให้เห็นถึงสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน สอดคล้องกับ อาทิ นันทน์ แก้วประจันต์ และลักษณะ คล้ายแก้ว ศึกษาเรื่องการวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว(2563) ที่นวัตวิถี อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การผลิตสื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เนื้อหาต้องมีการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ ครอบคลุมในกิจกรรมวิถีชาวนาและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และมีเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ครบถ้วนเพื่อให้เกิดความสนใจอยากมีส่วนร่วม

ด้านการนำเสนอสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดงนั้น มีความเหมาะสม เพราะวีดิทัศน์มีการนำเสนอด้วยรูปแบบที่ทันสมัย มีการใช้พิธีกร การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้การสัมภาษณ์ การสาธิตทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและการใช้เสียงประกอบที่น่าสนใจ มีความยาว 5 นาที ทำให้ไม่น่าเบื่อที่จะติดตามรับชมเหมาะสำหรับการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อวีดิทัศน์ส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ชุด 9 วัดความยาว 11.35 นาที และชุด 4 ตลาดน้ำ ความยาว 9.40 นาที มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 83/86.7 ในการให้ความรู้ ความเข้าใจและจูงใจให้เกิดความสนใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาเพื่อนำไปเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและต้องการพัฒนาในรูปแบบวิจัยต่อไป ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัดควรให้การสนับสนุนส่งเสริมในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในสื่อประเภทออนไลน์แบบแอปพลิเคชัน
2. ควรมีการจัดทำและพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความทันสมัยของเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนออยู่เสมอเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้รับชมและนักท่องเที่ยว
3. ควรมีการสำรวจพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่โดยชุมชนให้เกิดขึ้น
4. เพื่อเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนการกระจายรายได้สู่ชุมชนให้ทั่วถึง



บรรณานุกรม

วรพงศ์ ผูกฤ. (2563, 10 พฤษภาคม). ปรัชญาแห่งการท่องเที่ยวโดยชุมชน.

<https://www.randdcreation.com/content/>

หฤทัย พันธุ์จุล.(2563, 11 พฤษภาคม). โครงการพัฒนาเว็บไซต์วิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.

<https://sites.google.com/site/xutsahkrmrthxngtheiyw27001001/home>

สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ (หน้า 285 - 296).ปทุมธานี

อาทิตนันทน์ แก้วประจันต์ และลักขณา คล้ายแก้ว. (2563). การวิจัยและสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์แนวตั้งเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววิถี อำเภอนองแสง จังหวัดสระบุรี.

การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปี พ.ศ. 2563 (หน้า 1961 - 1970)

ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.



การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

Ministry of Public Health's Communication in the Situation of
Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic

สรารุณี จบศรี¹

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปปฏิบัติและเป็นแนวทางในการป้องกันโรคโควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขได้ทำการตอบโต้ข่าวสารในประเด็นข่าวลบที่ประชาชนและสื่อมวลชนให้ความสนใจ ผ่านการแถลงข่าวเป็นหลัก โดยเฉพาะประเด็นยอดผู้ติดเชื้อ กลุ่มคลัสเตอร์ การฉีดวัคซีน ด้านสื่อที่เผยแพร่ กระทรวงสาธารณสุขใช้สื่อที่ตนเองมีอยู่และใช้เครือข่ายเป็นช่องทางในการสื่อสาร โดยที่ประชาชนจะเป็นผู้ให้ข้อคิดเห็นผ่านช่องทางของกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ และผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารในภาวะวิกฤติในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด 19 จึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกกลุ่ม ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในสถานการณ์เช่นนี้

คำสำคัญ: การสื่อสารในภาวะวิกฤติ, โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, กระทรวงสาธารณสุข

¹ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (Public Relations Officer, Professional Level, Department of Health Service Support, Ministry of Public Health)



Abstract

The aim of this academic article was to analyse Thailand's Ministry of Public Health's communication in the situation of COVID-19 pandemic. As the main organisation fulfilling an obligation to inform people in the country about guidelines and other information relating to COVID-19 prevention, the Ministry of Public Health has used a press conference as a platform to respond to negative news that was interested at that moment especially news about numbers of infected people, COVID-19 clusters and vaccination. The ministry has used their own media to broadcast news and used their networks to communicate while people have given their opinions through the ministry's channels including social media and influencers. As aforementioned, communication is extremely important in the situation of COVID-19 since it is related to people in the country at all levels. Therefore, the reliability of the information and the respect of people's opinion are the most essential elements in this crisis.

Keywords: Communication in Crisis, Coronavirus Disease (COVID-19), Ministry of Public Health



บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีอย่างต่อเนื่องในช่วงเดือนมกราคม 2563 กระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสาร ที่ทำความเข้าใจให้ประชาชนมีความรู้ในการป้องกันการแพร่ระบาด เพื่อลดการแพร่ระบาด เพราะการระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบทั่วโลกติดต่อกันได้ง่าย และมีโอกาสในการเสียชีวิตได้ การสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ต้องอาศัยผู้ที่ทำหน้าที่ให้ข่าวสารสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน ด้วยข้อมูลที่กลั่นกรองจากผู้บริหาร แพทย์และนักวิชาการของกระทรวงสาธารณสุข ในการให้ข้อมูล การสื่อสารสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การแถลงข่าว การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ การจัดทำคลิป เพื่อสื่อสารผ่านสื่อมวลชน และสื่อที่หน่วยงานมีอยู่ ทั้งยังร่วมกับเครือข่ายในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลในทุกช่องทาง ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้มีการสื่อสารในการเกิดภาวะวิกฤติโรคระบาดนี้เคยมีมาก่อน เช่น โรคไข้หวัดนก โรคซาร์ส การสื่อสารภาวะวิกฤติในขณะนั้นได้มีการสื่อสารด้วยการสร้างความเชื่อมั่น หาข้อมูลข้อเท็จจริงทำให้ประชาชนเชื่อถือ (อภิสิทธิ์ เหมะสมสกุล, 2547) ดังนั้น การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติจึงมีความสำคัญ การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ **ระยะที่ ๑ ระยะก่อนเกิดวิกฤติ (Pre-Crisis)** ที่สามารถรับรู้ได้ถึงสัญญาณของการเกิดวิกฤติ และหาวิธีในการป้องกันเพื่อให้วิกฤตินั้นๆ ไม่ขยายวงกว้างออกไป **ระยะที่ ๒ ระยะเกิดวิกฤติ (Crisis)** หรือช่วงที่รับรู้แล้วว่าวิกฤตินั้นเกิดขึ้นแล้ว และ**ระยะที่ ๓ ระยะหลังเกิดวิกฤติ (Post-Crisis)** เป็นระยะที่ต้องมีการฟื้นฟูเยียวยา รวมถึงป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤติขึ้นอีกในครั้งต่อไป (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563) สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติของสาธารณสุข คือ เหตุการณ์ที่เฉพาะเจาะจง เกิดโดยไม่คาดคิด และไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งก่อให้เกิดระดับความไม่แน่นอนและภัยคุกคามต่อสุขภาพและชีวิตประจำวัน/ ชุมชน/ สังคม (สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2552) ซึ่งสถานการณ์วิกฤติของโรคโควิด 19 ที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีแนวโน้มว่าจะยุติลงในเวลาอันใกล้ ทำให้ประชาชนเริ่มมีสภาวะเสียแรงจูงใจ (Demotivation) จากการที่ต้องปฏิบัติตามมาตรการสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคตามที่รัฐกำหนดอย่างเข้มงวด (Pandemic fatigue) (WHO, 2020)

ในภาวะวิกฤติเช่นนี้ กระทรวงสาธารณสุข ได้มีการชี้แจง ทำความเข้าใจกับประชาชน และเชื่อมโยงข้อมูลกับในการสื่อสารร่วมกับศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (ศบค.) ที่มีแถลงข่าวเป็นประจำทุกวันผ่านสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และ



วิฤกษ์กระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่ได้มีการรายงานยอดผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต ผู้ที่หายกลับบ้าน เป็นประจำวัน ทุกวัน และรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงมาตรการต่างๆ ที่กำหนดให้สถานประกอบการและประชาชนปฏิบัติ เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโควิด 19 โดยกระทรวงสาธารณสุขจะมีการแถลงข่าวแบบเร่งด่วนเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติเมื่อเหตุการณ์เร่งด่วนที่เป็นที่สนใจในสังคม และมีการแถลงข่าวประจำวันในการรายงานยอดผู้ติดเชื้อซึ่งข้อมูลสอดคล้องกับ ศบค. แต่เพิ่มเนื้อหาประเด็น ข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชนในช่วงนั้นๆ ผ่านทาง facebook ของกระทรวงสาธารณสุข ประเด็น คือ การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข มีวิธีดำเนินการอย่างไรในภาวะวิกฤติเช่นนี้ และการสื่อสารดังกล่าว เข้าถึงประชาชนหรือไม่ ประชาชนรับรู้ข่าวสารและนำไปปฏิบัติจริงหรือไม่

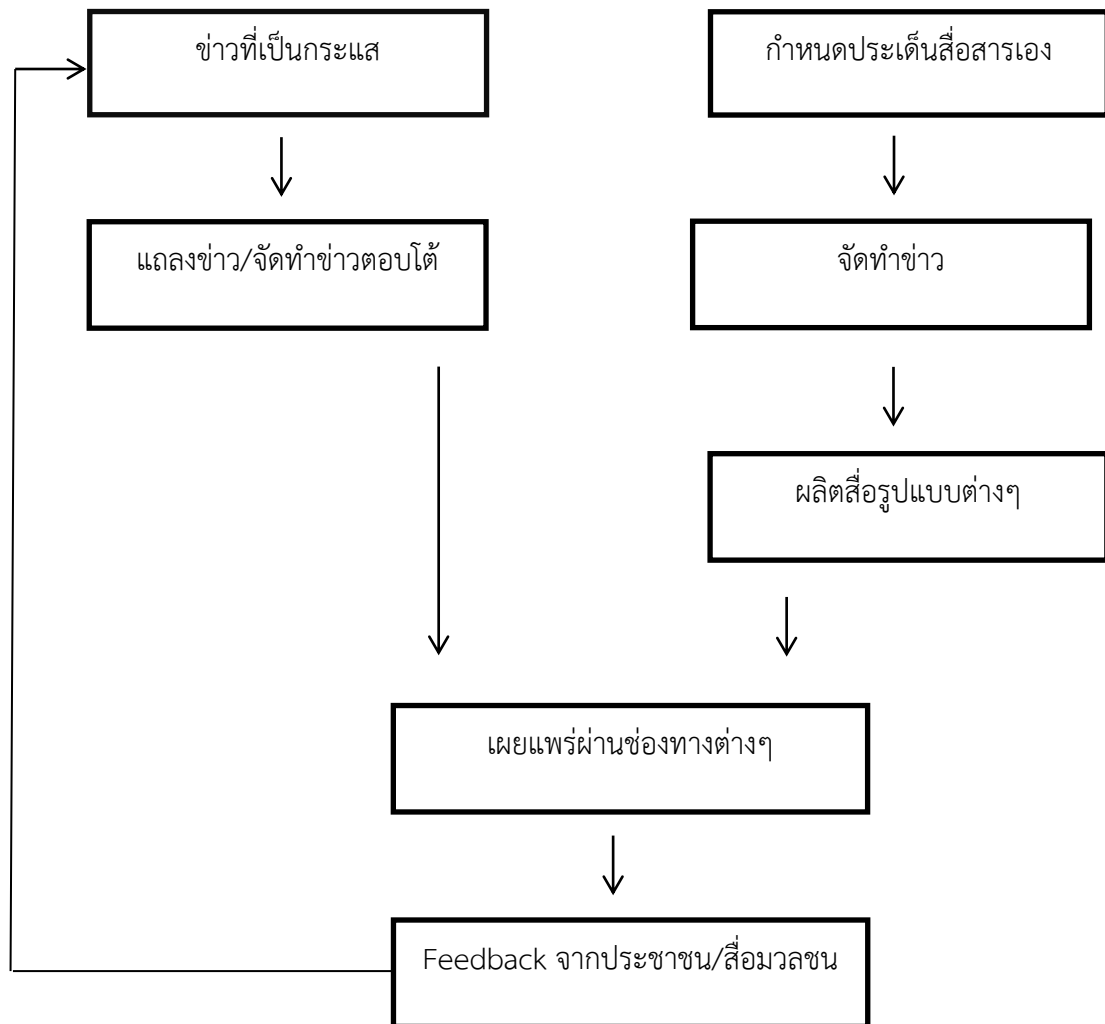
บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปปฏิบัติ และเป็นแนวทางในการป้องกันโรค โควิด 19 บทความนี้มีการวิเคราะห์งานสื่อสารในภาวะวิกฤติ เฉพาะของกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ซึ่งเป็น ประโยชน์แนวทางที่กระทรวงสาธารณสุขจะสื่อสารให้กับประชาชน เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติดังกล่าวว่าจะมี แนวทางในการรับมืออย่างไร และหน่วยงานต่างๆ สามารถนำเป็นข้อมูลและแนวทางในการสื่อสารเมื่อเกิด ภาวะวิกฤติดังกล่าวได้เช่นกัน

การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์โควิด 19

กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการในการจัดการรับมือป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่เริ่มมีการระบาดในเดือนมกราคม 2563 ในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน เริ่มจาก สำนักสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานประชาสัมพันธ์กลางจะดำเนินการที่เกี่ยวข้อง กับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มจากมีการประชุมสื่อสารความเสี่ยงเพื่อกำหนดประเด็นที่ได้รับการ ประชุมคณะทำงาน war room และมากำหนดรูปแบบการสื่อสารสุขภาพ การกำหนดประเด็นเนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย กระทรวงสาธารณสุขบูรณาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุก ช่องทาง เช่นเดียวกับการเกิดเหตุการณ์เมื่อการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (วิภาวีน โม สูงเนิน, 2553) ซึ่งจากสถานการณ์โควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขได้มีการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ และแถลง ข่าวเรื่องราวประเด็นด้านสถานการณ์จำนวนตัวเลขผู้ติดเชื้อรายวัน และมาวิเคราะห์ประเด็นจากสื่อต่างๆ ที่ สื่อมวลชนกำลังให้ความสนใจ ประเด็นบวก ประเด็นลบ และมากำหนดเป็นประเด็นที่ควรตอบโต้และสื่อสาร



ให้ประชาชนมีความเข้าใจ รวมถึงวิธีการต่างๆ ในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 โดยมีวิเคราะห์ตามผังที่กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการสื่อสาร ดังนี้



ผังแสดงลักษณะภาพรวมขั้นตอนการสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข
ในสถานการณ์โรคโควิด 19

เลือกคนส่งสาร

ผู้ทำหน้าที่ในการสื่อสารและเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในภาวะวิกฤติโควิด 19 ได้ คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ผู้บริหารระดับสูง กรมต่างๆ ผู้บริหารระดับอำนวยการ



ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้นว่ามีผลโดยตรงต่อประชาชน เพราะประชาชนจะนำข้อมูลของผู้ส่งสารไปบอกต่อ และนำไปสื่อสารในช่องทางของตนเอง การให้ข่าวสารจึงต้องถูกต้อง แม่นยำ หากข้อมูลมีการผิดพลาด จะเกิดกระแสลบ และเกิดปฏิกิริยาตอบกลับจากประชาชนทันที ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข่าว และความมั่นใจต่อผู้ให้ข่าว

การวิเคราะห์สื่อสารความเสี่ยง

การประชุมผู้บริหารของกระทรวงสาธารณสุข (EOC) ได้มีการดำเนินการ สั่งการในการปฏิบัติงาน และสื่อสารให้หน่วยงานส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ให้ทราบ เข้าใจและปฏิบัติร่วมกัน โดยคณะทำงานสื่อสารความเสี่ยงโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Risk Communication) ได้มีการประชุมร่วมกันทุกกรมฯ ในการวิเคราะห์สถานการณ์โควิด 19 วิเคราะห์ข่าว ข่าวบวก ข่าวลบ ที่ต้องตอบได้ทำความเข้าใจ วิเคราะห์สื่อที่เผยแพร่ แบ่งเป็นสื่อประเภทใดบ้าง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ แนวโน้มของสื่อที่ทำให้ความสนใจ การวิเคราะห์ข่าวในประเทศและต่างประเทศในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโควิดทั้งหมด รายงานอันดับผู้ติดตามสื่อหลักๆ คือ ไทยรัฐโควิด ผู้ติดตาม คลิป ข่าวที่มีผู้ติดตามมากที่สุด และจัดทำประเด็นแถลงข่าวประจำวัน โดยมีการแถลงข่าวเป็นประจำทุกวัน ในช่วงสถานการณ์ที่รุนแรงและเป็นกระแส และแถลงข่าวเป็นบางวันตามที่กำหนด เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดคลี่คลาย

ผู้ส่งสารตามบทบาทความรับผิดชอบ

กระทรวงสาธารณสุข มีหน่วยงาน ในสังกัดต่างๆ ที่มีบทบาท หน้าที่ในความรับผิดชอบในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 โดยแบ่งความรับผิดชอบ (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) ดังนี้

1. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข เช่น นโยบายของผู้บริหารในการสั่งการ การกำหนดนโยบายควบคุม เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด โดยผู้ให้ข่าว เป็นระดับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วย ปลัดกระทรวงสาธารณสุข และผู้บริหารระดับสูง ที่สามารถให้ข่าวได้

2. กรมการแพทย์ เช่น งานทางด้านการแพทย์ ความรู้ องค์ความรู้ด้านวิชาการทางการแพทย์ โรงพยาบาลภาครัฐในสังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และหมายเลขโทรศัพท์ 1668 ในการส่งต่อผู้ป่วยเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติ เป็นต้น



3. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เช่น สมุนไพรทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกในการสนับสนุน การช่วยยับยั้งเชื้อโควิด 19

4. กรมควบคุมโรค เช่น มาตรการการควบคุมโรค ความรู้ องค์กรความรู้โดยรวมในการป้องกันไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นหน่วยงานในการควบคุมการแพร่ระบาด และเป็นหน่วยงานวิชาการหลัก ในการชี้แนะแนวทางในการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

5. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เช่น มาตรการป้องกันโควิด 19 ของของคลินิก โรงพยาบาลเอกชน ร้านนวด ร้านสปา สถานดูแลผู้สูงอายุ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ การดำเนินงานของอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) งานสถานที่กักกัน โรคโควิด 19 Alternative State Quarantine (ASQ) Alternative Hospital Quarantine (AHQ) Golf Quarantine (GQ) เป็นต้น

6. กรมสุขภาพจิต เช่น การให้ปรึกษาจัดการความเครียด การปรึกษาความเครียด ความวิตกกังวล โรคซึมเศร้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการฆ่าตัวตายในช่วงสถานการณ์โควิด 19

7. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เช่น มาตรฐานห้องปฏิบัติการ (Lab) ตรวจเชื้อโควิด 19 มาตรฐานของวัคซีนโควิด 19 เป็นต้น

8. กรมอนามัย เช่น อนามัยความสะอาด สิ่งแวดล้อม การจัดการร้านค้า ตลาดสด ตลาดนัด อนามัยแม่และเด็ก สุขลักษณะส่วนบุคคล สุขาภิบาลอาหารและน้ำ ที่มีผลกระทบต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นต้น

9. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เช่น งานทางด้าน การขึ้นทะเบียนยา การขึ้นทะเบียนวัคซีนโควิด 19 กฎหมายทางด้านเครื่องมือแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 เป็นต้น

10. องค์กรเภสัชกรรม เช่น การจัดซื้อ นำเข้าวัคซีน การนำเข้า การผลิตหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานในการดูแลของกระทรวงสาธารณสุข เช่น สถาบันการแพทย์ฉุกเฉิน (สพฉ.) สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) สถาบันวัคซีนแห่งชาติ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข เป็นต้น อีกทั้งได้ทำงานเป็นเครือข่ายทั่วประเทศโดยมีหน่วยงานในการสั่งการจากสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ในการสื่อสารถึงส่วนภูมิภาค เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลศูนย์/โรงพยาบาลทั่วไป



โรงพยาบาลชุมชน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และหน่วยงานอื่นๆ

Message ประเด็นสื่อสาร

กระทรวงสาธารณสุขมีการกำหนดประเด็น เนื้อหาในการสื่อสารซึ่งกำลังเป็นกระแส สื่อมวลชน และประชาชนให้ความสนใจ เป็นประเด็นที่ต้องการบอกล่วงหน้าเพื่อสร้างความเข้าใจ รับรู้ และเกิดพฤติกรรม ประเด็นหลักที่กระทรวงสาธารณสุขเน้นย้ำและต้องการให้ปฏิบัติ คือ มาตรการ DMHTTA โดยการเว้นระยะห่าง (Distancing) สวมกากอนามัย/หน้ากากผ้า (Mask wearing) ล้างมือบ่อยๆ (Hand washing) ตรวจวัดอุณหภูมิ (Temperature) ตรวจเชื้อโควิด 19 (Testing) และใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ/หมอชนะ (Application Thaichana) (กรมควบคุมโรค, 2564) และมีประเด็นต่างๆ ที่สามารถรวบรวมได้ดังนี้

1. **วัคซีน** เช่น การเชิญชวนประชาชนฉีดวัคซีน ประสิทธิภาพของวัคซีน การจัดหาวัคซีน ขั้นตอนการฉีดวัคซีน การดูแล ก่อน ระหว่าง หลัง การฉีดวัคซีน ข้อแนะนำต่างๆ ในการฉีดวัคซีน ประโยชน์ของการฉีดวัคซีน กลุ่มเสี่ยงที่เข้ารับการฉีด เป็นต้น

2. **มาตรการป้องกันการแพร่ระบาด** เช่น นโยบายในการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาด การสวมหน้ากากอนามัยที่ถูกต้อง ประสิทธิภาพของการสวมหน้ากากในการป้องกันโควิด การล้างมือ การเว้นระยะห่าง การปฏิบัติตัวป้องกันโควิดในชีวิตประจำวัน การปฏิบัติตัว 14 วัน การกักตัว อนามัยความสะอาดในครอบครัวสถานที่กักกันโรคประเภทต่างๆ เป็นต้น

3. **การปฏิบัติตัวของสถานที่ต่างๆ** เช่น มาตรการที่ควรปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดในร้านค้า ร้านอาหาร สถานประกอบการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ สถานที่ทำงาน ไรเดอร์ ผู้ส่งอาหาร เป็นต้น

4. **การบริหารจัดการของโรงพยาบาล/ โรงพยาบาลสนาม** เช่น การบริหารจัดการเตียง เครื่องมือแพทย์ การเตรียมความพร้อมของบุคลากรทางการแพทย์ การบริหารจัดการโรงพยาบาลสนาม มาตรฐานของสถานที่ต้องมีมาตรฐานและความสะอาด การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)



5. การดูแลด้านสุขภาพทางกายและใจ เช่น การออกกำลังกายในช่วงโควิด การดูแลสุขภาพจิต ความเครียด การบริหารสุขภาพจิต

6. สายด่วนและเรื่องที่ประชาชนสอบถาม เช่น การติดต่อเบอร์สายด่วนเมื่อติดโควิด เบอร์โทรติดต่อสายด่วนต่างๆ การตรวจโควิดตามสถานที่ต่างๆ การฉีดวัคซีนตามสถานที่ต่างๆ

7. ความเชื่อมั่นของห้องปฏิบัติการ การตรวจโควิดจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ผลการตรวจสอบมาตรฐานวัคซีนจากห้องปฏิบัติการ

8. เรื่องดีๆ ในสังคม เช่น การให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข อสม. บุคลากรด่านหน้า การช่วยเหลือในช่วงโควิด 19

9. ข่าวปลอม เช่น แก๊สข่าวปลอม ข้อความ รูปภาพที่ถูกปลอมขึ้นมา และบิดเบือนโดยการแก้ไข ข้อความบางส่วน เกิดให้เข้าใจผิด เกิดความตระหนก และเกิดการแชร์ต่อ

10. แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น การใช้แอปพลิเคชันหมอพร้อม ไทยชนะ หมอชนะ รวมทั้งแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยเนื้อหาที่กระทรวงสาธารณสุขได้สื่อสารเป็น message ข้อความย้ำเตือน ในรูปแบบผ่านสื่อต่างๆ โดยสื่อที่นักข่าวติดตามและให้ความสนใจอย่างมากในการนำเสนอ เช่น จำนวนของผู้ติดเชื้อในแต่ละวัน ยอดผู้เสียชีวิต ผู้มีชื่อเสียงติดโควิด คลัสเตอร์ตามสถานที่ต่างๆ ติดตามไทม์ไลน์ผู้ติดเชื้อ ประสิทธิภาพของวัคซีน ผลข้างเคียงของวัคซีน ซึ่งประชาชนให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวเป็นอย่างมาก โดยสื่อมวลชนได้ติดตามข่าวสารจากสื่อออนไลน์ กระแสสังคม และติดตามประเด็นจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื้อหาข้อมูลต่างๆ ต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้บริหาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วของข้อมูล หากข่าวได้รับการตรวจสอบช้า จะทำให้ข่าวไม่ทันสมัย ประชาชนจะเสียสื่อกับมีความเชื่อข่าวที่ได้รับข่าวสารก่อนหน้านี้ ทำให้คุณค่าของข่าวลดลงตามไปด้วย สำหรับต่างประเทศได้มีการเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกองค์การอนามัยโลกจะต้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ กำหนดมาตรการในการรับมือกับข้อมูลที่ผิด และข้อมูลที่ถูกบิดเบือน และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการรับมือโรค โควิด 19 (WHO, 2020)



สำหรับประเด็นข่าวปลอม มีการส่งประเด็นข่าวประจำวัน ที่มีในสื่อโซเชียลที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 โดยให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขดำเนินการตรวจสอบว่าเป็น ข่าวจริง ข่าวปลอม ข่าวบิดเบือนหรือไม่ ทั้งนี้ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้สำรวจข่าว เพื่อให้หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุขดำเนินการตรวจสอบดำเนินการตรวจสอบข่าว หลังจากที่ทราบข่าวกระทรวงสาธารณสุขจะทำข่าวตอบโต้ด้วยการทำข่าวประชาสัมพันธ์ และจัดทำ infographic ว่าเป็นข่าวปลอมและใช้ตัวอักษรว่า Fake news หรือเครื่องหมายกากบาทเพื่อแสดงว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม ไม่ควรแชร์ต่อ เช่น ประเด็น การรับประทานสมุนไพรบางชนิดสามารถต้านโรคโควิดได้ กลุ่มคลัสเตอร์ที่มีผู้ติดเชื้อตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งไม่เป็นจริง หรือ การฉีดวัคซีนของหญิงตั้งครรภ์ทำให้มีบุตรยาก เป็นต้น

ช่องทางการสื่อสาร

สื่อของกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานต่างๆ มีสื่อโซเชียลประจำ ซึ่งหลักๆ จะใช้การสื่อสารที่เป็นแพลตฟอร์มเดียวกันผ่าน “ไทยรู้สู้โควิด” (เฉพาะ Facebook) มีผู้ติดตามทั้งหมด 2.6 ล้านคน (เดือนกรกฎาคม 2564) นอกจากนี้ยังมีช่องทางอื่นๆ เช่น Twitter Instagram Tiktok ด้วย เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารโดยรวมจากหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานอื่นที่ไม่ได้สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สามารถวิเคราะห์สื่อและรูปแบบต่างๆ ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ส่งถึงประชาชน เป็นช่องทางของกระทรวงสาธารณสุขเอง ดังนี้

Facebook : หน่วยงานส่วนกลาง และหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข โพสต์ข่าวเป็นประจำทุกวัน โดยลงในรูปแบบทั้งข่าวประชาสัมพันธ์ คลิป เสียงภาพ วิดีโอ สามารถรับข้อเสนอแนะจากประชาชนได้ กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มหลากหลายวัย

Twitter : ใช้ข้อความสั้น วิดีโอ อาศัยการใช้เทรนด์ติดแฮชแท็ก เช่น #โควิด19 #วัคซีนโควิด19 ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยรุ่น วัยทำงานที่ใช้สื่อดังกล่าว ภาษาไม่เป็นทางการมากนัก

Instagram : ลงรูปภาพสื่อ infographic ที่เป็นผู้บริหาร และข้อความที่ผู้บริหารพูดในการแถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์ และใช้วิดีโอสั้นๆ จำนวนผู้ติดตามในแต่ละวัน เน้นกลุ่มวัยรุ่น

Youtube : ลงคลิปวิดีโอที่จัดทำขึ้นเอง และจัดจ้างประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบตัดต่อจากการแถลงข่าว คลิปสั้นๆ SPOT Scoop การ์ตูนแอนิเมชันความรู้ motion graphic กลุ่มเป้าหมายประชาชนทั่วไป



Tiktok : ลงคลิปสั้นๆ มีดนตรีประกอบ ใช้เวลาไม่นานในการรับชม กลุ่มเป้าหมายวัยเด็ก วัยรุ่น

Line เครือข่าย : ส่งแชร์ข้อความให้กับหน่วยงานในเครือข่ายของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ เช่น โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแต่ละหน่วยงานองค์กร กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

สำหรับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนกระทรวงสาธารณสุขมีสื่อของตนเองที่เป็นทางการของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งให้ประชาชนติดตามข่าวสารโดยตรงจากกระทรวงสาธารณสุข มีการเปิดเผยเลขตัวยอดผู้ติดเชื้อประจำวัน การเข้าถึงของประชาชน หากข่าวหรือข้อมูลเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ เช่น การรายงานสถานการณ์โรคโควิด 19 ประจำวัน จะทำให้เกิดการแชร์ข้อมูล ส่งผลทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น

รูปแบบของสื่อ

กระทรวงสาธารณสุขมีการผลิตสื่อเอง และใช้วิธีการจัดจ้างในการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ คลิปวิดีโอ Infographic ซึ่งสื่อต่างๆ ที่เผยแพร่ต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อความถูกต้องก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบต่างๆ แบ่งได้ ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์ (press release) หรือข่าวแจก มีข้อความหัวเรื่อง ความนำข่าว เนื้อข่าว ซึ่งจะใช้ข่าวของแต่ละหน่วยงาน โดยให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานเป็นผู้ให้ข่าว ต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนส่งให้ผู้บริหารตรวจสอบ หากเป็นข่าวนโยบายระดับประเทศ จะมีการออกข่าวโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข

2. Infographic ใช้ลักษณะของการ์ตูน ประกอบข้อความ พร้อมแหล่งอ้างอิง และใช้วันที่กำกับในการจัดทำสื่อ โดยสื่อ infographic นอกจากนี้นี้ยังมี Info การใช้ข้อความที่ผู้บริหารได้แถลงข่าวและสัมภาษณ์สั้นๆ ประมาณ 3-4 บรรทัด พร้อมระบุ ชื่อ ตำแหน่ง และวันที่ในการให้สัมภาษณ์ มีหลากหลายขนาดทั้งแนวนั่ง แนวนอน ให้เหมาะสมไปกับสื่อที่จะลง

3. การแถลงข่าว มีการแถลงข่าวประจำวัน โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารระดับหน่วยงานมาให้ข่าว รายงานสถานการณ์ประจำวัน ว่ามีผู้ติดเชื้อจำนวนเท่าไร เสียชีวิต การได้รับวัคซีนแล้ว โดยรายงานเป็น



ประจำวัน ประกอบกับการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ มาชี้แจง บอกกล่าวทำความเข้าใจ ในประเด็นที่กำลังเป็นกระแส และพร้อมตอบข้อซักถามในประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ ในประเด็นของโควิด 19 เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ มาตรการการป้องกัน วิธีการป้องกันการแพร่ระบาด ข้าวปลอม กระแสข่าวลือ โดยถ่ายทอดผ่านทาง facebook ของกระทรวงสาธารณสุข และช่องโทรทัศน์ NBT 2 HD

4. คลิปวิดีโอ ลักษณะเป็นคลิปสั้น มีทั้งคลิปสัมภาษณ์ผู้บริหารที่ติดต่อเป็น message ให้เข้าใจง่าย คลิปเล่าเรื่องพร้อม insert ภาพบรรยายประกอบ และจัดทำในลักษณะ Scoop ข่าว/SPOT สั้น/การ์ตูน แอนิเมชัน/motion graphic

5. รายการ มีการดำเนินเรื่อง การสัมภาษณ์ มีผู้ดำเนินรายการ การแสดงละครเล่าเรื่อง เพื่อให้น่าสนใจ

6. บทความ ใช้ข้อความบรรยาย สถิติการสำรวจ สอดแทรกความรู้เรื่องของการป้องกันโควิด 19

7. สื่อกิจกรรม event เช่น กิจกรรมการล้างมือ การรณรงค์ให้ประชาชนป้องกันโควิด 19 งานที่เกี่ยวกับวัคซีน ซึ่งการจัดกิจกรรม event รณรงค์ต่างๆ มีการจัดเวที เชิญผู้บริหารเปิด มีการเดินรณรงค์ให้ความรู้ในการป้องกันโควิด 19

8. คู่มือ มีทั้งสื่อในรูปแบบ manual และสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับดาวน์โหลด เช่น คู่มือการปฏิบัติตัวในการป้องกันโควิด ซึ่งประชาชนสามารถดาวน์โหลดได้ผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงาน ทั้งนี้มีหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์สื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น สสส. เป็นต้น

9. สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ เช่น สื่อแผ่นพับ เอกสารความรู้ ใบปลิว สื่อตั้งโต๊ะ (pop up) สื่อเคลื่อนที่ของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับประเด็นนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นข้อกำหนด มาตรการ จะได้รับการเผยแพร่จากหลายสื่อ หลายสำนัก เพราะเป็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจและติดตาม นอกจากนี้การแถลงข่าวประจำวันของกระทรวงสาธารณสุขเป็นข่าวที่สื่อมวลชนนำมารายงานข่าวทางสถานีโทรทัศน์ และนำภาพมาประกอบข่าว infographic มาใช้ในการนำเสนอด้วย สื่อมวลชนได้นำข่าวจากกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ facebook twitter tiktok ที่ประชาชนพูดคุยในสื่อสังคม จากผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer)



มาจัดทำเป็นข่าว และมีการติดต่อขอสัมภาษณ์ในรายการ และ phone in สัมภาษณ์สด ในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคม

สำหรับต่างประเทศ ภาครัฐมีการสื่อสารกับประชาชนแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศยกตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร เช่น ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ คือ การสื่อสารของภาครัฐที่จะต้องโปร่งใส แม่นยำ และชัดเจน ทั้งในเรื่องวิธีดูแลสุขอนามัยที่ถูกต้องและมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมที่รัฐบาลเตรียมจะประกาศใช้ เพื่อสร้างความตระหนักถึงสถานการณ์แต่ไม่ก่อให้เกิดความตระหนักแก่ประชาชนซึ่งนำไปสู่ร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน ส่วนเกาหลีใต้ได้มีการส่งข้อความ SMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือแจ้งกรณีการติดเชื้อในแต่ละวัน และเส้นทางเดินทางของผู้ป่วยเพื่อให้ประชาชนสามารถวินิจฉัยได้ว่าตนอยู่ในกลุ่มเสี่ยงในการติดเชื้อหรือไม่ (ชาคร เลิศนิทัศน์ และคณะ, 2563)

เสียงสะท้อนจากประชาชน

กระทรวงสาธารณสุข มีสายด่วนในการให้ติดต่อสื่อสารในช่วงภาวะวิกฤต โดยติดต่อเบอร์โทรศัพท์ตามภารกิจของกรมฯ ที่รับผิดชอบ โดยรับฟังเสียงสะท้อนกลับจากประชาชนผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงเรื่องร้องเรียน เช่น เบอร์สายด่วน 1668 1669 1330 1323 1426 เป็นต้น มีเจ้าหน้าที่รับข้อเสนอแนะ อีกทั้งกระทรวงสาธารณสุขได้นำข้อคิดเห็นจากสายด่วนของรัฐบาล 1111 โดยนำข้อเสนอแนะมาแก้ไข และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ ผ่านทางช่องทางต่างๆ ปฏิบัติการตอบกลับของประชาชนสามารถรับรู้ได้จากการการโทรศัพท์เข้ามาสอบถาม การแสดงความคิดเห็นผ่านทางเพจต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็นเมื่อเกิดข่าวกระแสลบ เช่น ยอดผู้ติดเชื้อ ยอดผู้เสียชีวิต ประสิทธิภาพของวัคซีน เป็นต้น

นอกจากนี้ การร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน เป็นช่องทางหนึ่งที่กระทรวงสาธารณสุขนำมาตอบโต้ข่าวยกตัวอย่าง เช่น โรงพยาบาลเรียกเก็บค่ารักษาพยาบาลโควิด 19 ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข ทำการตอบโต้ข่าวโดยให้ข้อมูลว่าโรงพยาบาลไม่สามารถเรียกเก็บได้ ประชาชนสามารถร้องเรียนผ่านช่องที่กระทรวงสาธารณสุขเผยแพร่ไป



ความร่วมมือของเครือข่าย

เครือข่ายของกระทรวงสาธารณสุขมีหลากหลายหน่วยงานที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน และได้ให้ความร่วมมือ เพราะโควิด 19 เป็นเรื่องที่สำคัญของประเทศ ที่ได้รับความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายที่สำคัญ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานที่มีภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วน มีสื่อที่สร้างสรรค์ มีงบประมาณ และมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อออกสู่มวลชน เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ (รถโดยสารประจำทาง) สื่อออนไลน์ ที่มีความหลากหลายและเข้าถึงถึงทุกกลุ่ม โดยรูปแบบเป็นการผลิตโฆษณาสั้นๆ สื่อ infographic เป็นชุด เช่น การเชิญชวนประชาชน เข้ารับการฉีดวัคซีน โดยเนื้อหากระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบ เมื่อเสร็จสมบูรณ์เผยแพร่ผ่านช่องทางของกระทรวงสาธารณสุขเช่นเดียวกัน

สรุป

การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชน ในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งผู้ให้ข่าวในระดับนโยบาย คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข สื่อมวลชนจะให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยเฉพาะข่าวที่เป็นกระแสลบ กระทรวงสาธารณสุขจึงทำการแถลงข่าวเร่งด่วน เพื่อตอบโต้ข่าวกระแสลบ ด้วยการจัดการแถลงข่าว โดยเชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าว อีกทั้งมีการเผยแพร่ถ่ายทอดสดผ่านสื่อของกระทรวงสาธารณสุขด้วย เมื่อจบการแถลงข่าวแล้วจะมีการจัดทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นหรือ Infographic ในการสร้างความเชื่อมั่น ตอกย้ำประเด็นข่าวที่สนใจ รวมถึงจัดทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ (Press release) พร้อมภาพถ่ายส่งให้กับนักข่าวผ่านช่องทางต่างๆ และลงสื่อของกระทรวงสาธารณสุขด้วย ประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อโควิดตามสถานที่ต่างๆ ติดตามเรื่องวัคซีนโควิด 19 คนมีชื่อเสียงติดโควิด และประเด็นต่างๆ โดยสื่อได้ติดตามประเด็นที่สนใจจากสื่อสังคมออนไลน์ และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ในภาวะวิกฤตโควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขร่วมภาคีเครือข่ายในการร่วมมือทุกช่องทางในการสื่อสาร กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการใช้โซเชียล โดยใช้ชื่อ “ไทยรู้สู้โควิด” เป็นสื่อรวมในการลงข่าวสาร เนื่องจากมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก สำหรับประเด็นหลักที่กระทรวงสาธารณสุขเน้นให้ประชาชนปฏิบัติ คือ มาตรการ DMHTTA การเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ล้างมือบ่อยๆ ตรวจวัดอุณหภูมิ ตรวจเชื้อโควิด 19 และใช้



แอปพลิเคชันไทยชนะ/หมอชนะ และให้ประชาชนตอบกลับเสนอแนะข้อคิดเห็นผ่านทางสายด่วนของกระทรวงสาธารณสุข

การสื่อสารภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความสำคัญอย่างมากในภาวะเช่นนี้เพราะเป็นหน่วยงานหลักที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ ดังนั้นข่าวสารต้องมีความแม่นยำ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข่าวต้องอธิบายให้เข้าใจ ไม่สับสน และไม่ให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคม ถึงความเชื่อมั่นและการให้ข่าวของกระทรวงสาธารณสุข ความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข่าว ต้องมีความชัดเจน ไม่สับสน และข่าวต้องน่าเชื่อถือ และควรมีการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกระทรวงสาธารณสุข และ ศบค. เนื้อหาต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ขัดแย้งกัน และสามารถใช้อ้างอิงร่วมกันได้ การเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นภาวะวิกฤติที่หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุขต้องเรียนรู้ร่วมกัน และทำความเข้าใจในการสื่อสารจะมีวิธีการอย่างไรในการส่งสารให้ถึงประชาชนด้วยข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ ซึ่งเชื่อว่ากระทรวงสาธารณสุขจะเป็นต้นแบบที่ดีในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ เพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสาร และปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง และเชื่อถือต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดทำสื่อของกระทรวงสาธารณสุข การใช้แคมเปญ ยังมีลักษณะข้อมูลที่ยังคงมีความเป็นวิชาการ และผ่านการตรวจสอบหลายฝ่ายทำให้บางสื่อไม่ทันต่อสถานการณ์ ดังนั้น ควรมีผู้ที่กำหนดหรือนักวิชาการที่สามารถให้คำตอบ ที่มีความถูกต้อง และรวดเร็ว
2. การจัดทำสื่อของแต่ละหน่วยงานยังมีความเป็นเอกเทศ ไม่รวมตัว ทำเป็นเฉพาะของแต่ละหน่วยงานซึ่งควรมีการทำใช้โลโก้ที่สามารถใช้ร่วมกันได้ และแชร์ข้อมูลร่วมกันได้
3. สื่อของหน่วยงานมีจำนวนมาก แต่ยังพบว่ามีความซ้ำซ้อนจำนวนมาก ต้องมีส่วนกลางหรือเจ้าภาพในการรวมทุกสื่อที่ผลิตอยู่ในแหล่งเดียว และสามารถสืบค้นได้
4. การให้ข่าวของกระทรวงสาธารณสุขต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ไม่ทำให้เกิดความสับสน รวมถึงผู้บริหารสามารถตอบคำถามสื่อมวลชนได้ และเข้าใจบริบทของสื่อมวลชน



บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค. (2564) ข่าวประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือประชาชนเคร่งครัดมาตรการ D-M-H-T-T-A อย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันโรคโควิด 19. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2564. ddc.moph.go.th
- กระทรวงสาธารณสุข. (2564). เว็บไซต์หน่วยงาน. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564. www.moph.go.th
- ชาคร เลิศนิทัศน์ และคณะ. (2563). บทความประสบการณ์ต่างประเทศของการระบาด และมาตรการคุมการระบาดไวรัสโควิด-19 : 5 ข้อสังเกต 4 บทเรียน 3 ความสำเร็จ จุดเปลี่ยน 1 เปิดเมือง สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564. <https://tdri.or.th/2020/04/how-countries-worldwide-are-fighting-covid-19/>
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). บทความการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication). สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564. www.popticles.com/business/crisis-communication
- วิภาวิน โมสูงเนิน. (2553). การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การสื่อสารประยุกต์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2552). คู่มือการสื่อสารในภาวะความเสี่ยง อุทกภัย และวิกฤติทางสาธารณสุข. นนทบุรี: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- อภิสิทธิ์ เหมาะสมสกุล. (2547). การสื่อสารภาวะวิกฤต : กรณีศึกษาเปรียบเทียบโรคซาร์สและโรคไข้หวัดนกของกระทรวงสาธารณสุข. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- World Health Organization (WHO). (2020). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation.
- World Health Organization (WHO). (2020). Pandemic fatigue–reinvigorating the public to prevent COVID-19.



การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ผ่านหนังสือพิมพ์แม่
หญิงลาวและวารสารสาวลาวช่วงปี ค.ศ. 1975 – 2010

Political communication of the Lao PDR's government on the political role of women
as expressed via Mae Ying Lao newspaper and Sao Lao magazine during 1975 – 2010

ณัฐชัย อ่ำทอง
วศิน ปัญญาวัชรตระกูล

บทคัดย่อ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรภาครัฐนำมาใช้เพื่อสร้างความสำเร็จ และความชอบธรรมทาง
การเมือง โดยในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารทางการเมืองได้มีวิวัฒนาการในรูปแบบและวิธีการที่
แตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงสมัย ซึ่งในแต่ละช่วงสมัยนั้นการให้ค่าของสิ่งต่างๆ ผ่านการสื่อสารจากผู้นำไปสู่ผู้
ตามจะมีความแตกต่างและเฉพาเจาะจงตามบริบททางสังคมของสังคมนั้นๆ โดยถูกแวดล้อมด้วย
ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณี วิถีปฏิบัติของสังคมและรูปแบบการปกครองของรัฐในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน
โดยประเทศลาว หรือสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในช่วงระยะเวลา 50 ปี ที่ผ่านมานั้น ได้มีการ
เปลี่ยนการปกครองที่ส่งผลกระทบต่อวิถีความเชื่อดั้งเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องบทบาททางเพศ
ระหว่างหญิง-ชายในสังคม ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมานั้น ทางรัฐบาล สปป.ลาว ได้พยายามสร้างและนิยาม
บทบาทหญิง-ชาย โดยผ่านวิธีการสื่อสารทางการเมืองจากระดับประเทศไปสู่ระดับภูมิภาค แขวง เมือง และ
ท้องถิ่น โดยการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว จะวางอยู่บนแนวทางทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยม
(Totalitarian Theory) ซึ่งเป็นวิธีการปกครองของประเทศที่ใช้ระบอบการปกครองแบบสังคมนิยม
คอมมิวนิสต์ ได้แก่ ลาวและเวียดนาม ซึ่งพรรคคอมมิวนิสต์ของประเทศเหล่านี้จะควบคุมกลไกการสื่อสารให้
ตอบสนองต่อแนวทางของรัฐเท่านั้น

ดังนั้นการสื่อสารทางการเมืองของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป.ลาว ต่อบทบาททาง
การเมืองของผู้หญิง จึงถูกให้ความสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศโดยอาศัยการสร้างชาติด้วยความ
ร่วมมือระหว่างหญิง-ชาย โดยเน้นย้ำไปที่บทบาทเพศต่อการปฏิบัติงานในภาคส่วนต่างๆ โดยผลการศึกษา
พบว่า การสื่อสารทางการเมืองที่ยังคงปรากฏอยู่ในการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของสหพันธ์แม่
หญิงลาวตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปี ค.ศ. 1975 – 2010 คือ เรื่องของการปฏิบัติตนตามแนวทาง
ของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว แต่ประเด็นที่เพิ่มขึ้นมาใหม่ในช่วงปี ค.ศ. 2007 เป็นต้นมา คือ การมุ่งเน้นไป
ที่ความต้องการของผู้หญิงลาวมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการต่อรองระหว่างภาครัฐกับประชาชน โดย
ไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติตามแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว เพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการเมือง สื่อในฐานะเครื่องมือของรัฐ บทบาททางการเมืองของผู้หญิง



Abstract

Communication is an important instrument that government organizations employ to generate political gains and substantiate political legitimacy. Throughout history, political communication has evolved in different percepts and methods, depending on their corresponding eras. In each period, the definition of values which passed on from leaders to followers took different metaphors, depending on the social context of each period. Customs, traditions, social practices, and the political regime of the period were the factors that characterized such value. In the case of Laos (Lao People's Democratic Republic), during the past 50 years, political change has greatly affected traditional beliefs, especially the relationship between genders and their roles in society. The government of Lao PDR has established and defined the roles of women and men through political communication, from the national level to the regional, provincial, city, and local levels. Such political communication was based on the Totalitarian Theory which has been adopted by the communist socialist regimes in Laos and Vietnam. The Communist Party of these countries regulates the communication mechanism in order to ensure that the state's interests were appropriately addressed. Therefore, the political communication of the Lao PDR on the political role of women has been orchestrated to convey the anticipated developmental success by utilizing the nation-building concept which stated that the nation was mutually created through cooperation between women and men. The emphasis was placed on gender roles in various sectors. The research findings reveal that the political communication still have continues to promote women's role through publications of the Lao women's union from the inception of the communist regime in 1975 – 2010, which is the practice in accordance with the guidelines of the party and the government of Lao PDR. But the new issue was raised from 2007 onwards, it was a greater focus on the needs of Lao women than ever before. Which shown the bargaining between the government and the people, which it is not only just following the guidelines of the party and the Lao PDR government.

Keywords: Political communication, Media as a state instrument, Political role of women



บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลสปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ได้ริเริ่มอย่างเป็นทางการเมื่อเกิดความพยายามในการพัฒนาประเทศลาวหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี ค.ศ. 1975 โดยรัฐบาล สปป.ลาว ได้พยายามส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวในการพัฒนาประเทศในหลายมิติมากขึ้น เช่น มิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้หญิงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ตามที่รัฐได้กำหนดไว้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบเก่ามาสู่ระบอบใหม่คือการเปลี่ยนรูปแบบปกครองแบบราชาอาณาจักรภายใต้การบริหารงานของพระมหากษัตริย์กึ่งรัฐอาณานิคม (ฝรั่งเศส และอเมริกา) ที่เน้นเรื่องของการปกครองตามลำดับขั้นของกลุ่มคนในสังคม มาสู่การปกครองระบอบใหม่ คือ สังคมนิยม หรือสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่เน้นเรื่องของความเท่าเทียมทางชนชั้นของคนในสังคม (ดาร์เร็น เมตตาริกานนท์, 2555) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางการเมืองดังกล่าวนี้จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะจากหน้ามือเป็นหลังมือ จนทำให้พรรคและรัฐบาล สปป. ลาว ต้องสร้างค่านิยม หรือแนวทางใหม่ในการปฏิบัติตนของประชาชนทั้งหญิงและชาย เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการปกครองในระบอบสังคมนิยม เช่น ความเท่าเทียมทางชนชั้น และทางเพศ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติลาว (อุมารินทร์ ตูลารักษ์, 2550) ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้รัฐบาล สปป. ลาว ต้องใช้วิธีการการสื่อสารทางการเมืองต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงโดยได้กระทำผ่านองค์กรจัดตั้งแม่หญิงลาวในนามสหพันธ์แม่หญิงลาว ด้วยวิธีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรได้แก่ หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในช่วงก่อนและหลังปี ค.ศ. 2000 และวารสารสาวลาวหลังปี ค.ศ. 2007 เป็นต้นมา ซึ่งการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวต่อการพัฒนาประเทศนี้ได้มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการกำหนดกฎหมายหรือนโยบายในการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงใน สปป.ลาวนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวพรรคประชาชนปฏิวัติลาว รัฐบาล สปป.ลาว หรือสหพันธ์แม่หญิงลาวเพียงอย่างเดียว ถึงแม้ว่า สปป.ลาวจะเป็นรัฐเบ็ดเสร็จนิยม หรืออำนาจรวมศูนย์ แต่ยังคงต้องอิงตามอนุสัญญาสากลว่าด้วยการจัดการเลือกปฏิบัติต่อสตรีในทุกรูปแบบ (Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination against Women หรือย่อว่า CEDAW) ซึ่งเป็นอนุสัญญาระหว่างประเทศฉบับหนึ่งซึ่งสมาชิกใหญ่แห่งสหประชาชาติมีมติเห็นชอบในปี ค.ศ. 1979 เป็นต้นมา (ณัฐชัย อ่ำทอง, 2563) นอกจากแนวทาง นโยบาย กฎหมายที่ได้ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพปัจจุบันแล้ว จึงส่งผลให้การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ผ่านตัวองค์กรจัดตั้งแม่หญิงลาวเองก็ได้ปรับเปลี่ยนทั้งในโครงสร้างภายใน ภายนอก รูปแบบการเคลื่อนไหว กิจกรรม รวมทั้งชื่อขององค์กร เพื่อให้ตามกับบริบทสังคมโลก และสังคมลาวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ต่อมาในปี ค.ศ. 1986 รัฐบาล สปป.ลาว ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ตามกลุ่มประเทศสังคมนิยมอย่างโซเวียต



และเวียดนาม โดยการเปลี่ยนนโยบายทางเศรษฐกิจ และสังคม ที่เรียกว่า นโยบายจินตนาการใหม่ ถือได้ว่าเป็นหมุดหมายสำคัญในการพัฒนาประเทศลาวเป็นอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เกิดขึ้นจากความล้มเหลวในการบริหารจัดการการปกครองทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมในช่วงตั้งแต่ปี ค.ศ. 1975-1985 หรือช่วง 10 ปีแรกของการเปลี่ยนแปลงการปกครอง สารในบทความนี้ ผู้เขียนมุ่งนำเสนอการสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชนสู่บทบาททางเพศ ตามหลักการแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองตามขั้นตอนการสื่อสารในลักษณะของการถ่ายทอดใน 3 กระบวนการ เพื่อให้เห็นแนวทาง วิธีการ และรูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลสปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ผ่านตัวกลางสื่ออย่างหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวและวารสารสาวลาวช่วงปี ค.ศ. 1975 – 2010 เพื่อให้เห็นถึงวิธีการสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชนสู่บทบาททางเพศในการพัฒนาประเทศ

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง

การสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชนนั้น หากพิจารณาตามหลักการแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองที่มีลักษณะของการประยุกต์ใช้จะพบว่าขั้นตอนการสื่อสารในลักษณะของการถ่ายทอดใน 3 องค์ประกอบด้วยกัน คือ 1.กลุ่มองค์กรทางการเมือง (รัฐและเอกชน) 2.สื่อมวลชน (โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ) และ 3. ประชาชน (นันทนา นันทวโรภาส, 2558) ในหลักการแนวคิดนี้ ชนิษฐ ม้าทอง ได้อธิบายไว้ในแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง ว่าแนวคิดนี้มีกระบวนการในการสร้าง รับส่ง และถ่ายทอดสารจากผู้สร้างสาร ผู้ส่งมอบสาร และผู้รับสาร (ชนิษฐ ม้าทอง, 2560) ดังนี้

1. องค์กรทางการเมือง ในฐานะองค์ประกอบแรกของการสื่อสารทางการเมืองจากบนสู่ล่าง โดยการส่ง “สาร” ออกไป เพื่อให้สารนั้นส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ และการตัดสินใจของประชาชน โดยองค์กรทางการเมืองต่าง ๆ ประกอบด้วย 1. พรรคการเมือง 2. องค์กรสาธารณะ 3. กลุ่มกดดัน และ 4. กลุ่มก่อการร้าย โดยในบทความนี้ผู้เขียนจะพิจารณาเพียงแค่ 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1.พรรคการเมือง คือ พรรคประชาชนปฏิวัติลาวในฐานะแกนนำรัฐบาล สปป.ลาว และ 2. องค์กรสาธารณะ คือ สหพันธ์แม่หญิงลาว ในฐานะแนวร่วมของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว

2. สื่อมวลชน ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารทางการเมืองจากภาครัฐไปสู่ประชาชน ซึ่งเปรียบเสมือนตัวกลางเชื่อมโยง โดยในบทความนี้ผู้เขียนจะหมายถึง หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาว และวารสารสาวลาว

3. ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งถ้าหากไม่มีกลุ่มเป้าหมายอย่างประชาชน การสื่อสารทางการเมืองจึงไม่อาจจะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของตนเองได้ โดยในบทความนี้ผู้เขียนจะหมายถึง ประชาชนผู้หญิงลาว ที่มีความหลากหลายในด้านอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาคชาติพันธุ์



การใช้การสื่อสารเข้ามาช่วยสนับสนุนกิจกรรมทางการเมืองขององค์กรภาครัฐนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้นำทางการเมืองหรือผู้ปกครองในการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือทางที่ส่งเนื้อหาแนวคิด และวิธีการปฏิบัติต่างๆ สู่ผู้อยู่ใต้การปกครองให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารขั้นสุดท้ายคือ ความสำเร็จทางการเมือง โดยความสำเร็จทางการเมืองนั้น นอกจากจะใช้การสื่อสารมาช่วยแล้วยังพบปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการเมืองคือ ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของตัวผู้ส่งสารที่ถูกดึงเข้ามาเป็นปัจจัยในกระบวนการการสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ต่างๆ ขึ้นมา ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ (กฤติยา รุจิโชค, 2564)

การสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชนสู่บทบาททางเพศดังกล่าวนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ได้กลายเป็นพื้นที่แห่งการยื้อแย่ง และนิยามการสร้างค่านิยมหรืออุดมการณ์บางอย่างให้กับผู้หญิงลาวเสมอมาทั้งในอดีตและปัจจุบัน ในช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครองใน ค.ศ. 1975 สื่อในประเทศลาวไม่เพียงแต่เน้นบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงตามความเชื่อขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณีดั้งเดิม แต่ยังกระตุ้นให้ผู้หญิงเข้าร่วมกับขบวนการปลดปล่อยประเทศจากการล่าอาณานิคมของต่างชาติอีกด้วย (ลำพอง คัญทะลิวิน, 2551) แต่พอมานะหว่าง 20 ปี แรกของการเปลี่ยนแปลงการปกครองประเทศลาวใน ค.ศ. 1975-2000 วิธีการกระตุ้นให้ผู้หญิงลาวเข้าร่วมกับขบวนการปลดปล่อยประเทศได้ถูกลดความสำคัญลง และกลายเป็นเรื่องของการร่วมมือระหว่างบทบาททางเพศ หรือบทบาทหญิง-ชายในการพัฒนาประเทศ และพอหลังปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา กระแสของการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมข้ามชาติในยุคโลกาภิวัตน์ อันมีระบบทุนแบบเสรีนิยมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแนวทางในการปรับเปลี่ยนค่านิยมหรืออุดมการณ์บางอย่างให้กับผู้หญิงลาวในบริเวณเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม เช่น นครหลวงเวียงจันทน์ เมืองหลวงพระบาง และเมืองสำคัญตามชายแดนไทย-ลาวต่างๆ ผ่านการบริโภคสื่อภายนอก เช่น การรับชมละครไทย การบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมร่วมสมัยในลักษณะแบบ Pop culture เป็นต้น โดยผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงทำให้พรรคประชาชนปฏิวัติลาวและรัฐบาล สปป.ลาว ต้องเร่งให้ความสำคัญต่อการเน้นย้ำเตือนให้ผู้หญิงลาวกลับมาอยู่ในแนวทางที่เหมาะสมตามที่รัฐบาล สปป.ลาว วางไว้ให้ โดยการใช้วิธีการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่างๆ ของภาครัฐ โดยสื่อที่ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมาก คือ สื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาว เช่น หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวและวารสารสาวลาว เพื่อใช้ในการสื่อสารทางการเมืองต่อบทบาทความเป็นผู้หญิงที่ดีตามแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว

ดังนั้นผู้เขียนจึงได้แบ่งช่วงเวลาของการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงลาวเป็น 3 เวลาด้วยกัน คือ 1. ช่วงก่อนปี ค.ศ. 1975 2. ช่วงหลังปี ค.ศ. 1975 – 2000 และ 3. ช่วงหลังปี ค.ศ. 2000 – 2010



1. การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงก่อนปี ค.ศ. 1975

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงในช่วงนี้ เป็นช่วงเวลาก่อนการจัดตั้งรัฐบาล สปป.ลาว และเป็นช่วงเวลาของสงครามกลางเมืองระหว่างรัฐบาลฝ่ายขวา เวียงจันทน์ และฝ่ายซ้ายแนวลาวยักชาติ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือชนิดแรกในการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงก่อนปี ค.ศ. 1975 เพราะบริบทสังคมลาวในขณะนั้นเครื่องมือที่มีความทันสมัยอย่างระบบโทรคมนาคมส่งสัญญาณด้วยภาพและเสียงยังไม่มีประสิทธิภาพมากเท่าที่ควร ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์จึงได้ถูกใช้เป็นกระบอกเสียงรับใช้อุดมการณ์ของแต่ละฝ่ายเพื่อโฆษณาชวนเชื่อให้ได้รับเสียงสนับสนุนจากพลังประชาชน และเพื่อต่อต้านฝ่ายตรงข้าม โดยหนังสือพิมพ์ที่รัฐบาล สปป.ลาว ได้ใช้ในขณะนั้น คือ มีทั้งหมด 3 ฉบับ คือ 1. หนังสือพิมพ์ลาวอิสระ 2. หนังสือพิมพ์กองทัพ และ 3. หนังสือพิมพ์แสงสว่าง เป็นสื่อสิ่งพิมพ์กองทัพของพรรคประชาชนลาว และแนวลาวยักชาติ หรือรัฐบาล สปป.ลาว ในเวลาต่อมา (ลำพอง คัญทะลีวัน, 2551)

โดยในช่วงนี้การส่งเสริมและเคลื่อนไหวต่างๆจะกระทำผ่านพรรคประชาชนลาวและแนวลาวยักชาติ โดยมีผู้นำสำคัญอย่าง ไกสอน พมวิหาร เลขาธิการใหญ่พรรคประชาชนลาว และเจ้าสุภานุวงศ์ แกนนำของแนวลาวยักชาติ ซึ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมในขบวนการเคลื่อนไหวของผู้หญิงในการสนับสนุนกองกำลังในภาคส่วนต่างๆ ของประเทศลาวในเขตปลดปล่อยของแนวลาวยักชาติ ซึ่งมีศูนย์กลางสำคัญอยู่แขวงเชียงขวาง โดยกลุ่มขบวนการปะเทดลาวหรือแนวลาวยักชาตินี้ไม่ได้ให้ความสำคัญเฉพาะกลุ่มราชวงศ์และขุนนางท้องถิ่นประจำแขวงต่างๆเพียงอย่างเดียว แต่ได้เน้นไปในลักษณะการรวบรวมกลุ่มผู้คนในวงกว้าง เช่น การสร้างขบวนการจากประชาชนลาวในภาคชนบทที่ห่างไกลจากตัวเมืองเวียงจันทน์เพื่อสร้างกระบวนการต่อต้านที่เป็นของประชาชนอย่างแท้จริงขึ้นมา (Martin Stuart-Fox, 2013)

ด้วยสถานการณ์ของความขัดแย้งและสงครามกลางเมืองดังกล่าว จึงทำให้การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงผ่านสหพันธ์แม่หญิงลาวก่อนปี ค.ศ. 1975 ได้เริ่มต้นในปี ค.ศ. 1955 ภายใต้การนำพาของนาง คำแพง บุปผา ซึ่งเป็นคณะผู้นำขบวนการแม่หญิงลาวในช่วงแรก โดยแนวทางการเคลื่อนไหวสามารถสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน ได้แก่ 1. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านกองกำลังสู้รบ ผ่านการจัดกองกำลังจัดตั้งชั่วคราว 2. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง 3. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านสังคม วัฒนธรรม และการเกษตร (ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010)

โดยการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงของรัฐบาล สปป.ลาว ผ่านสหพันธ์แม่หญิงลาวนี้ ได้ดำเนินการตามแนวทางหรือมติของประชุมใหญ่พรรคประชาชนปฏิวัติลาวครั้งที่ 1 ในปี ค.ศ. 1955 ซึ่งได้วางแนวทางในการสร้างประเทศลาวขึ้นมาใหม่ โดยพยายามสร้างคุณลักษณะของประชาชนตามแนวทางของพรรคชนชั้นกรรมกร ซึ่งเป็นตัวแทนแห่งผลประโยชน์ของประชาชนลาว และหน้าที่พื้นฐานของการปฏิวัติ คือ ความสามัคคีของประชาชนทั้งชาติ เพื่อต่อสู้กับเหล่าบรรดาประเทศที่มีแนวคิดลัทธิล่าเมืองขึ้นเพื่อปลดปล่อยชาติ



(ระบบออนไลน์ : <http://www.pccob.gov.la/index.php/page/92>) โดยในช่วงเวลานี้ สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศลาวยังคงอยู่ในช่วงของสงครามกลางเมืองระหว่างรัฐบาลฝ่ายขวาเวียงจันทน์ กับฝ่ายซ้ายแนวลาวยักชาติ (พรรคประชาชนปฏิวัติลาว และรัฐบาล สปป.ลาวในปัจจุบัน) จึงทำให้การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาทผู้หญิงได้ถูกเน้นย้ำไปใน 2 ลักษณะ คือ 1. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านกองกำลังสู้รบ ผ่านการจัดกองกำลังจัดตั้งชั่วคราว 2. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนับตั้งแต่ที่พรรคประชาชนลาวได้รับการก่อตั้งขึ้น พรรคก็ได้ให้ความสำคัญต่อการปลุกกระตือรือร้นและพยายามสร้างบทบาทผู้หญิงลาวขึ้นมาใหม่ เพื่อให้มีความตื่นตัวในการกิจปฏิวัติ และได้กำหนดให้ผู้หญิงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของพรรคในด้านกองกำลังแรงงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในกองกำลังปฏิวัติทั้งแบบปิดและแบบเปิด โดยในวันที่ 20 กรกฎาคมปี ค.ศ. 1955 พรรคประชาชนลาวในนามรัฐบาลฝ่ายปลดปล่อยประเทศได้ประกาศจัดตั้ง “หน่วยค้ำคว่าเวียงงานแม่หญิงลาว” ขึ้นอย่างเป็นทางการและยกระดับจากหน่วยขึ้นเป็นสมาคมในชื่อ “สมาคมแม่หญิงลาวยักชาติ” ในปีถัดมา และยังคงใช้คณะทำงานในการปฏิบัติการระดับศูนย์กลางโดยมีนางคำหล้า วงสีก เป็นหัวหน้าคณะทำงาน ส่วนท่านนางคำสุก วงวิจิต และท่านนางคำแพง บุปผา ได้รับการเลื่อนตำแหน่งจากกรรมการหน่วยขึ้นมาเป็นรองหัวหน้าคณะทำงานเพื่อนำพองค์กรจัดตั้งแม่หญิงและชนชวายชบวนการแม่หญิงทั่วประเทศในขั้นต่อไป นอกจากนี้ยังได้มีการส่งเสริมการจัดตั้งหน่วยปฏิบัติงานผู้หญิงในระดับท้องถิ่นขึ้นทั่วประเทศเพื่อให้เป็นหน่วยรากฐานในการปฏิวัติ เช่น หน่วยยุวันนารี, หน่วยแม่นักรบ และหน่วยเอื้อยนักรบ เป็นต้น (ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010) การส่งเสริมและสนับสนุนการขยายหน่วยจัดตั้งองค์กรผู้หญิงในหน่วยต่างๆ ดังกล่าวเป็นการแสดงแนวทางในการการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงในช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ค.ศ. 1975 อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมชัดเจนมากที่สุด แต่ด้วยการที่กองกำลังปฏิวัติแนวลาวยักชาติต้องการขยายฐานและพื้นที่ของการสู้รบ จึงต้องการกำลังสนับสนุนทางกองกำลังทหารจากผู้หญิงในขบวนการเคลื่อนไหวเป็นอย่างมาก โดยบทบาทของผู้หญิงลาวตามที่พรรคประชาชนปฏิวัติลาว และรัฐบาลปลดปล่อยประเทศได้พยายามสื่อสารถึงหน้าที่ของผู้หญิงในช่วงนี้ มี 4 ลักษณะด้วยกัน คือ 1. การประกอบส่วนเข้าร่วมเวรยามในการปกป้องรักษาบ้านช่องท้องถิ่นของตน ในชื่อกองหลอนเวรยาม 2. ทำหน้าที่ติดต่อส่งข่าวให้แก่กองกำลังทหารแนวลาวยักชาติ 3. ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการลำเลียงอาวุธเสบียงอาหารไปให้ทหารแนวหน้า 4. นำพาพนักงานทหารปฏิวัติไปหาที่ตั้งต่างๆ ของหน่วยสมาคมแม่หญิงลาวยักชาติที่จัดตั้งขึ้นตามท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อทำการเคลื่อนไหวและซ่อนตัวจากการค้นหาของทหารฝ่ายขวา รัฐบาลเวียงจันทน์ (ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010) ด้วยการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงในกองกำลังต่างๆ นี้เองจึงส่งผลให้ฝ่ายซ้ายแนวลาวยักชาติสามารถเอาชนะฝ่ายขวา รัฐบาลเวียงจันทน์ได้ในปี ค.ศ. 1975 ด้วยความร่วมมือระหว่างกองกำลังหญิง-ชาย ดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่แสดงถึงความสำเร็จในการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาวในการรวมประเทศอย่างชัดเจน



จากสถานะของสงครามกลางเมืองดังกล่าวจึงทำให้การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านสังคม วัฒนธรรม และการเกษตร ที่ถูกวางไว้เป็นแนวทางสำคัญอีกแนวทางหนึ่งยังไม่ได้ถูกให้ความสำคัญมากเท่าใด ในช่วงนี้จากพรรคและรัฐบาลลาว แต่การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านสังคม วัฒนธรรม ในช่วงก่อนปี ค.ศ. 1975 นี้ยังไม่ได้ถูกมองข้ามไปทั้งหมด ดังปรากฏข้อมูลในงานศึกษาร่วมสมัยอย่างงานของ มยุรี เห่งสืวัจน์ เรื่อง ผู้หญิงลาวในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งได้เขียนขึ้นในช่วงการเปลี่ยนแปลงการปกครอง โดยได้ให้ภาพของ ลักษณะของผู้หญิงในสังคมเมืองและชนบทในช่วงก่อน ปี ค.ศ. 1975 ที่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมบทบาทต่างๆ ทางสังคม โดยชี้ให้เห็นว่า ได้เกิดปรากฏการณ์ของโสเภณีและการบูชาเงินพร้อมทั้งสังคมบริโภคนิยม (ทุนนิยม) ได้ เข้ามาในสังคมลาว อีกทั้งผู้หญิงส่วนใหญ่โดยเฉพาะในชนบทยังต้องตกอยู่ในอิทธิพลของประเพณีอันหนักหน่วง ล้าหลัง ซึ่งได้กดขี่ผู้หญิงตั้งแต่วันที่ผู้หญิงเกิดจนถึงวันแต่งงาน สิ่งเหล่านี้จึงส่งผลให้ผู้หญิงต้องทำบุญสะสม กรรมดีไว้ในชาติหน้า (มยุรี เห่งสืวัจน์, 1995) โดยภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี ค.ศ. 1975 ผู้หญิงลาวจึงได้รับการส่งเสริมบทบาททางด้านสังคม วัฒนธรรม และการเมืองที่มากขึ้นโดยเห็นได้จากมติของ ประชุมใหญ่และรัฐธรรมนูญชั่วคราวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงหลังปี ค.ศ. 1975 – 2000

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงในช่วงนี้ ได้เริ่ม เห็นชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นกว่าช่วงก่อนหน้านี้ เนื่องจากในช่วงนี้รัฐบาล สปป.ลาว ได้สนับสนุนให้องค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวได้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ขึ้นมาเป็นของตนเอง เพื่อที่จะได้สื่อสารข่าวสารต่างๆ ไปยังกลุ่มผู้หญิงโดยตรง ซึ่งการผลิตหนังสือพิมพ์ขององค์กรสหพันธ์แม่นั้นเป็นไปตามแนวทางนโยบายของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว และรัฐบาล สปป.ลาว ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปี ค.ศ. 1975 ที่ได้ให้ความสำคัญใน 2 แนวทาง คือ การปกป้องรักษา และสร้างประเทศชาติ ตามแนวทางสังคมนิยมในระยะ 25 ปี จากปี ค.ศ. 1975-2000 เพื่อต้องการสร้างสังคมใหม่ที่ตรงตามแนวทางของพรรค และรัฐบาลต่อการทำให้ชีวิตความเป็นอยู่และรายได้ของประชาชนได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น (นรินทร์ พุดลา, 2548) ดังนั้นรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ในช่วงนี้จึงได้ถูกกรอบกำหนดของ 2 แนวทางข้างต้น ที่กำหนดไว้เป็นแนวทางสำคัญต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อส่งเสริมบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ซึ่งหากพิจารณาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว 25 ปี จึงสามารถแบ่งช่วงเวลาของการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงได้ 2 ช่วงเวลา ดังนี้

2.1 บทบาททางการเมืองของผู้หญิงสังคมนิยมลาว (ปี ค.ศ. 1975-1985)

เมื่อประเทศลาวก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ทางการเมืองหลังจากปี 1975 เป็นต้นมานั้น สังคมลาวเกิดการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ไม่ว่าจะเป็นระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา รวมทั้งระบบสื่อสารมวลชน เมื่อพรรคและรัฐบาล สปป. ลาว ได้เข้าดำเนินกิจการและควบคุมสื่อมวลชนทุกชนิดโดยเฉพาะสื่อ



สิ่งพิมพ์ต่างๆ ได้ถูกโอนย้ายไปเป็นหน่วยงานของรัฐ เพื่อการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในการรับใช้แนวคิดอุดมการณ์แบบสังคมนิยมหรือคอมมิวนิสต์ ซึ่งเป็นวิธีการสำคัญในการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว โดยมีกระทรวงแถลงข่าวและวัฒนธรรมเป็นผู้รับผิดชอบและตรวจสอบข่าวก่อนที่จะถูกนำเสนอต่อมวลชน เพราะรัฐถือว่าการนำเสนอข่าวในบางหัวข้ออาจส่งผลกระทบก่อให้เกิดความเข้าใจผิดของประชาชน ต่อแนวทางนโยบายของรัฐในระบอบใหม่ และในขณะเดียวกันสื่อของฝ่ายราชอาณาจักรลาวที่มีลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อสินค้าในสื่อต้องยุบตัวลงไป (ลำพอง คัญทะลีวัน, 2551)

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองปี ค.ศ. 1975 นั้น รัฐบาล สปป.ลาว ได้พยายามส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านสังคม วัฒนธรรม และการเกษตร ผ่านสมาคมแม่หญิงลาวอีกชาติในปี ค.ศ. 1975 ถึงการจัดตั้งสหพันธ์แม่หญิงลาวในปี ค.ศ. 1984 ใน 3 ด้านด้วยกัน คือ 1. ขยายการจัดตั้งองค์กรสมาคมแม่หญิงลาวอีกชาติภายหลังปี ค.ศ. 1975 เป็นต้นมา 2. การส่งเสริมผู้หญิงลาวด้านเศรษฐกิจและสังคมของ สปป.ลาว โดยเฉพาะบทบาทของผู้หญิงลาวในระบบนารวมหรือสหกรณ์กิจกรรมรวมหมู่ 3. การส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านการศึกษา, ด้านสุขภาพอนามัย และด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคม เป็นต้น เพื่อให้ผู้หญิงลาวสามารถที่จะปลดปล่อยตนเองออกจากความถูกกดขี่และความไม่เท่าเทียมต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์ (ณัฐชัย อำทอง, 2563)

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปี ค.ศ. 1975 การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงลาวได้รับการส่งเสริมอย่างมากขึ้นตามมติของประชุมใหญ่ครั้งที่ 3 ของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว ทำให้ผู้หญิงมีวิถีชีวิตที่ประกอบขึ้นอย่างชัดเจนในกระบวนการผลิต และการวิวัฒนาการทางสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรจะเป็นดังในสังคมประเทศอื่นที่ได้พัฒนาแล้ว (มยุรี เหง้าศรีวัฒน์, 1995) ด้วยความพยายามในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการเมืองต่อบทบาทผู้หญิง จึงทำให้พรรคและรัฐบาล สปป.ลาว ได้ทำการสนับสนุนให้องค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวได้สร้างสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ขึ้นมาเป็นของตนเองใน ปี ค.ศ. 1980 โดยใช้ชื่อเรียกว่า “หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาว” เพื่อใช้ในการสื่อสารการเมือง แนวคิด อุดมการณ์ และวิถีปฏิบัติของผู้หญิงผ่านหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวไปยังเขตพื้นที่ต่างๆ ที่มีหน่วยศูนย์ของสหพันธ์แม่หญิงในชั้นแขวง เมือง และบ้านประจำอยู่ตามที่แตกต่างกัน โดยการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ นั้น ทางสหพันธ์แม่หญิงลาวยังได้ใช้หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวเพื่อเป็นเครื่องมือโฆษณาอบรมอีกรูปแบบหนึ่งของสหพันธ์แม่หญิงลาว และได้พิมพ์ออกจำหน่ายและแจกจ่ายเพื่อโฆษณาเดือนละ 1 ฉบับ พร้อมทั้งได้นำเอาแนวทางนโยบายและมติต่าง ๆ ของพรรค รัฐ และของสหพันธ์แม่หญิงลาวในแง่ความรู้ต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับแม่หญิงไปสู่สมาชิกแม่หญิงในระดับกลุ่มกองท้องถิ่นในเขตแขวงต่าง ๆ โดยทุกการเคลื่อนไหวของขบวนการของสมาคมแม่หญิงลาวอีกชาตินั้น ส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมนอกจากผู้อ่านทั่วไปในเขตพื้นที่ปลดปล่อยเป็นอย่างดี (ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจใน สปป.ลาว ช่วงนี้ได้ใช้ระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมเต็มรูปแบบ โดยเน้นที่



ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในโลกค้าสังคมนิยมหรือคอมมิวนิสต์ได้แก่ โซเวียต และเวียดนาม เป็นหลัก โดยเฉพาะเรื่องการร่วมมือทางเศรษฐกิจ และการค้า เนื่องจากการปิดการค้าชายแดนไทย-ลาว จึงทำให้เศรษฐกิจลาวซบเซา เกิดการขาดแคลนสินค้าอุปโภคบริโภค การผลิตที่ไร้คุณภาพ ปัญหาเงินเฟ้อ และปัญหาความยุ่งยากอื่นๆอีกหลายอย่าง โดยเฉพาะปัญหาความเท่าเทียมหญิง-ชายในการทำงานระบบนารวม หรือ สหกรณ์รวมหมู่ จนส่งผลให้เกิดความวุ่นวาย รัฐบาลจึงต้องเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้พรรคและรัฐบาล สปป.ลาว ได้เริ่มทบทวนนโยบายเศรษฐกิจใหม่ พร้อมทั้งเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 5 ปี ตามแบบอย่างโซเวียต โดยเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1981 โดยใช้ชื่อเรียกว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 1 ปี ค.ศ. 1981-1985 เพื่อแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอย่างเร่งด่วน โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับนี้ได้เน้นเรื่องการพึ่งพาตัวเองทางการเกษตร สนับสนุนอุตสาหกรรมท้องถิ่น โดยใช้วัตถุดิบด้านการเกษตรและทรัพยากรป่าไม้ที่ประเทศมีอยู่อย่างมากมาย ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมส่งออก (นรินทร์ พุดลา, 2548) ถึงแม้จะมีการกระจายอำนาจจากการควบคุมของรัฐบาลส่วนกลางอย่างเดียวไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น ดังเห็นได้จากการสนับสนุนอุตสาหกรรมท้องถิ่น แต่ในด้านการค้า ยังคงให้ความสำคัญกับการค้ากับกลุ่มประเทศสังคมนิยมเช่นเดิม จนส่งผลให้เศรษฐกิจเติบโตต่ำกว่าเป้าหมายที่วางไว้ จึงทำให้รัฐบาล สปป.ลาว ต้องปรับเปลี่ยนแนวทางด้านเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 2 ภายใต้แนวคิดเสรีทางการค้า และเปิดรับทุนนิยมมากขึ้น

2.2 บทบาททางการเมืองของผู้หญิงสังคมนิยมใหม่ (ปี ค.ศ. 1986-2000)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 2 ปี ค.ศ. 1986-1990 ถูกนำเสนอในภายใต้แนวทางใหม่ที่ชื่อว่า “นโยบายจินตนาการใหม่” (New thinking) หรือ “กลไกเศรษฐกิจใหม่” (New Economic Mechanism- NEM) ที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1986 คือ การเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองแบบสังคมนิยมโดยยึดถือทฤษฎีการเมืองแนวมาร์กซ์ – เลนิน เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศมาสู่ระบบเศรษฐกิจการตลาด (market economy) เพื่อเปิดรับทุนนิยมต่างชาติเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจในระดับมหภาคและจุลภาคของลาวให้ขับเคลื่อนไปตามกลไกตลาดโลกและเน้นการบริหารในเชิงธุรกิจมากขึ้น โดยแนวทางดังกล่าวนี้รัฐบาล สปป.ลาว ได้รับอิทธิพลแนวคิดมาจากกลุ่มแกนนำประเทศสังคมนิยม เช่น นโยบายเปเรสตรอยก้า (Perestroika) ของสหภาพโซเวียต และนโยบายโดยเมย์ (Doi Moi) ของเวียดนาม (นรินทร์ พุดลา, 2548) โดยนายไกสอน พมวิหาน เลขาธิการใหญ่ของพรรคประชาชนปฏิวัติลาวได้ประกาศการเปลี่ยนแปลงทิศทางรากฐานทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว เพื่อให้ก้าวไปสู่ระบบตลาดโลก โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกฎหมายการลงทุนของต่างชาติเพื่อให้ทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนทั้งในรูปแบบเอกชนเต็มตัว หรือรัฐกึ่งเอกชน โดยการเปลี่ยนแปลงตัวบทกฎหมายนี้มีจุดประสงค์เพื่อการนำทุน ความรู้ และเทคโนโลยีจากต่างชาติเข้ามาใช้และขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของลาว มีการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจในทุกภาคส่วนรวมทั้งการท่องเที่ยว (สุทธิดา ตันเลิศ, 2541) พร้อมกันนั้นนั้มีมติจากกองประชุมใหญ่ผู้แทนแม่หญิงลาวทั่วประเทศครั้งที่ 1 ของสหพันธ์แม่หญิงลาว ได้ทำการเสนอและรับรองเอาคำขวัญ 3 ดี 2 หน้าที่ (3 ดี คือ 1.เป็นพลเมืองดี



2.เป็นเมียที่ดี 3.เป็นแม่ที่ดี ส่วน 2 หน้าที่ คือ 1.หน้าที่ปกป้องรักษาก่อสร้างประเทศชาติสังคมนิยม และ 2. หน้าที่ปลดปล่อยแม่หญิง) อันเป็นคุณลักษณะใหม่มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงต่อการพัฒนาประเทศ โดยคำขวัญ 3 ดี 2 หน้าที่ดังกล่าวนี้ได้รับการจัดตั้งปฏิบัติเป็นขบวนการอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้สมาชิกพนักงานสมาคมแม่หญิงลาว แม่หญิงบรรดาเผ่าต่างๆ ได้รับการศึกษาอบรมและเชื่อมแนวทางนโยบายของพรรค (ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010) ด้วยการปรับเปลี่ยนทิศทางทางเศรษฐกิจของ สปป.ลาว ของพรรคประชาชนปฏิวัติลาวและรัฐบาล สปป.ลาว และการเสนอและรับรองเอาคำขวัญ 3 ดี 2 หน้าที่ของกองประชุมใหญ่ผู้แทนแม่หญิงลาวทั่วประเทศ จึงส่งผลให้สภาพคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในช่วงนี้ มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น มากกว่าการสื่อสารทางการเมืองเพียงอย่างเดียว เช่น ข่าวสารแม่หญิงลาวภายในประเทศ, ข่าวสารผู้หญิงต่างแขวง (สร้างความกลมเกลียวภายในประเทศ), การศึกษา, การสร้างความเข้มแข็งในองค์กร, นิทาน เรื่องสั้นที่มีเนื้อของความรักชาติ, อาหารการกินเพื่อสุขภาพ, การให้กำลังใจผู้หญิงในการทำงานภาคส่วนต่างๆ และการตอบคำถามของบรรณาธิการเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตนในสังคมใหม่ และเน้นไปที่ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านได้อ่าน (ผู้หญิงในภาวะเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม) โดยเป็นในลักษณะของจดหมายข่าวภายในประเทศ ที่พยายามเชื่อมแต่ละแขวงเข้าหากัน ผ่านเรื่องราวของผู้หญิง ซึ่งสิ่งที่น่าสนใจคือ ผู้สนับสนุนหรือการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ในหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวยังมีปรากฏไม่มาก หรือบางฉบับอาจไม่มีเลย น่าจะบ่งบอกถึงความเป็นสังคมนิยมที่เน้นการพึ่งพาตนเองและเชื่อตามแนวทางหรือวิธีการของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว นำเสนอเท่านั้น

2.3 การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงหลังปี ค.ศ. 2000 - 2010

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในช่วงเวลานี้ ได้เริ่มมีการถูกท้าทายจากสื่อสิ่งพิมพ์ในภาคเอกชนเป็นอย่างมาก ด้วยการเกิดขึ้นของนิตยสารสำคัญ 3 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารอัปเดต นิตยสารไวหนุ่ม และนิตยสารมหาชน โดยการเกิดขึ้นนิตยสารเอกสารเหล่านี้เกิดจากมติของกรมการเมืองศูนย์กลางพรรคที่เปิดกว้างต่อสื่อมวลชนมากขึ้นหลัง ปี ค.ศ. 2000 จึงทำให้มีนิตยสารเกิดขึ้นตามมาหลายฉบับ โดยเฉพาะในช่วงปี 2002 มีนิตยสารของเอกชน หรือกึ่งรัฐกึ่งเอกชน ดังเช่น นิตยสารอัปเดต ที่ได้มีการนำเสนอภาพลักษณ์และเนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มวัยรุ่นที่มีการแต่งตัวตามประเพณีนิยมมาประยุกต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือแต่งตัวให้มีสีสัน “ทันสมัย” และตัวอย่างผู้คนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินวิถีชีวิตและการทำงาน หรือทำธุรกิจ (ลำพอง คัญทะสวัน, 2551) โดยงานศึกษาเรื่องภาพตัวแทนผู้หญิงในนิตยสารของ สปป.ลาว ในช่วงปี ค.ศ. 2002-2007 ของลำพอง คัญทะสวัน ได้ชี้ให้เห็นว่าในช่วงเวลานี้เป็นช่วงที่นิตยสารของเอกชน หรือกึ่งรัฐกึ่งเอกชนสามารถตลาดกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี และเนื้อหา หรือคอลัมน์ต่างๆ ยังดูมีความทันสมัยตรงใจกลุ่มผู้หญิงลาวมากกว่าเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ของภาครัฐ โดยนิตยสารเหล่านี้จะประกอบด้วยคอลัมน์เกี่ยวกับธุรกิจ (Business) มุมมองความคิดเห็น (Viewpoint) สุขภาพ(Health) การท่องเที่ยว (Travel) ความงาม



(Beauty) และการบันเทิง (Entertainment) โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ได้เน้นไปที่กลุ่มคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มเยาวชนเป็นหลัก ซึ่งเนื้อหาหรือคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ภาครัฐที่ผู้หญิงลาวได้บริโภคก่อนหน้านี้ อาจจะได้ไม่ได้ให้ความร่วมสมัยทางวัฒนธรรมมากเกินกว่าวัฒนธรรมที่ดั่งงามของชาติลาวตามคำนิยามของผู้หญิงลาวต้อง นุ่งซิ่น เก้าผม เปียงแพร จึงทำให้ผู้หญิงวัยรุ่นลาวหันมาบริโภคนิตยสารของเอกชนที่มีความทันสมัย และร่วมสมัยมากกว่า

ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้ทางรัฐบาล สปป.ลาว และองค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวต้องทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และมีความทันสมัยมากขึ้น โดยสภาพของคอลัมน์หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมาเริ่มมีเนื้อหาที่ขยายตัวมากขึ้น โดยมีมองผู้หญิงที่หลากหลายมิติมากขึ้น มากกว่าความเป็นสหพันธ์ หรือเน้นการสร้างสามัคคี เช่น การสร้างอาชีพของสหพันธ์แม่หญิงลาว, การมองเห็นผู้หญิงกับอาชีพแบบใหม่, พยายามนำเสนอภาพผู้หญิงที่เป็นเยาวชน หรือวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น, การทำสังคมสงเคราะห์ในกลุ่มสตรีที่ยังไม่มีอาชีพ, เรื่องของกำลังใจผู้เป็นแม่ พร้อมกับการพยายามนำเสนอลักษณะของผู้หญิงประเทศต่างๆในโลกมากขึ้น เช่น ผู้หญิงเกาหลี มุสลิม ยุโรป ฯลฯ แต่กระนั้นเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวก็ยังคงอยู่ในกรอบคิด หรือแนวทางสำคัญของรัฐบาล สปป.ลาว คือยังคงเน้นในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์การเคลื่อนไหวของสมาคมสหพันธ์แม่หญิงลาว การเคลื่อนไหวของผู้นำประเทศ และนโยบายต่างๆ เป็นหลัก ที่ส่งผลต่อบทบาทหญิงชายในการพัฒนาประเทศ การกระจายคุณภาพชีวิต ตั้งแต่เรื่องของกำลังคน กำลังใจ สุขภาพ อนามัย ที่สอดคล้องกับนโยบายที่เปลี่ยนไปในแต่ละช่วง และผู้หญิงลาวที่ทำงานในหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เช่น กระทรวง ทบวงกรมต่างๆ การสาธารณสุข การแพทย์ การศึกษา และภาคธุรกิจเอกชนต่างๆ โดยสิ่งที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ เนื้อหาของเรื่องสั้น นิทานสอนใจ ได้เปลี่ยนไปจากยุคก่อนปี ค.ศ. 2000 จากเรื่องรักชาติมาเป็นเรื่องของคุณภาพชีวิต ความเชื่อมั่นใจศรัทธาภาพตนเองของผู้หญิงอย่างมีนัยยะสำคัญ

อาจกล่าวสรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในช่วงเวลานี้เริ่มมีรูปแบบของการขยายตัวมากขึ้น พร้อมทั้งมีการรายงานข่าวออกไปภายนอกประเทศ เพื่อบอกว่าแม่หญิงลาวมีสภาพเป็นอย่างไร (มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดี ท่ามกลางสภาพแวดล้อมอันดีงามของวัฒนธรรมลาว) และองค์กรแม่หญิงลาวมีหน้าที่บทบาทในการเคลื่อนไหวอย่างไรต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่นับวันยิ่งดีขึ้นของผู้หญิงลาว โดยเป็นการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เอาสิ่งที่เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมมาวิเคราะห์ (ไม่ใช่ปรากฏการณ์ในอุดมคติเพียงอย่างเดียว) เพื่อเน้นให้ผู้หญิงทั่วไปในสังคมอ่าน (ผู้หญิงที่ทำงานในภาวะเศรษฐกิจแบบทุนนิยม) ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในช่วงหลังปี ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา จะมีผู้สนับสนุนหรือการโฆษณาปรากฏจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ (น่าจะบ่งบอกถึงความเป็นทุนนิยมมากขึ้น) ซึ่งเป็นการรายงานข่าวเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อมากกว่าการชี้นำจากรัฐบาลเพียงอย่างเดียว

ถึงกระนั้นก็ตาม ด้วยการที่หนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวมีข้อแม้บางประการในเรื่องของการนำเสนอข้อมูล ซึ่งอย่างน้อยก็ในเรื่องของรูปแบบที่ไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ทางองค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวจึงได้ทำการ



ปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ตนเองเพิ่มขึ้นมาอีกรูปแบบหนึ่ง โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบใหม่ที่มีความทันสมัยเช่นเดียวกับนิตยสาร คือ **วารสารสาวลาว** ซึ่งการจัดพิมพ์วารสารสาวลาวในปี ค.ศ. 2007 เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ารัฐบาล สปป.ลาว ยังคงให้ความสำคัญต่อการควบคุมและส่งเสริมบทบาทผู้หญิงลาวอยู่เหมือนเดิม แต่อาจจะผ่อนคลายเนื้อหาความรักชาติลงมาเป็นความร่วมมือและทันสมัยมากขึ้น แต่ความทันสมัยและร่วมสมัยดังกล่าวก็ยังคงต้องอยู่ภายใต้แนวทางของการพัฒนาประเทศชาติต่อไป

การจัดทำวารสารสาวลาวโดยศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาวนั้นได้พิมพ์เป็น 2 ภาษา คือ ภาษาลาว และภาษาอังกฤษ โดยจะพิมพ์ออกครั้งละ 2,000 – 5,000 ฉบับต่อเดือน ซึ่งในช่วงแรกของการจัดทำวารสารสาวลาวนี้ ทางสหพันธ์แม่หญิงลาวจะเน้นที่การแจกไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐและหน่วยสหพันธ์แม่หญิงลาวชั้นต่าง ๆ เป็นหลัก สิ่งเหล่านี้ได้เริ่มแสดงให้เห็นว่าสหพันธ์แม่หญิงได้เอาใจใส่ยกระดับความรู้ความสามารถ ด้านวิชาการให้พนักงานที่ทำงานสื่อมวลชน เช่น การจัดตั้งฝึกอบรมวิธีการเขียนข่าว ฝึกอบรมวิธีการถ่ายภาพให้นักข่าวสหพันธ์แม่หญิงบรรดาชั้นแขวงทั่วประเทศ จัดส่งพนักงานจำนวนหนึ่งไปศึกษาวิชาเฉพาะในด้านการทำข่าวและถอดบทเรียนอยู่ภายในและต่างประเทศ เพื่อปรับปรุงพื้นฐานอุปกรณ์เทคนิคต่าง ๆ ให้สามารถสนองได้ตามความต้องการของการผลิตสื่อในสมัยใหม่(ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว, 2010) โดยการส่งเสริมเหล่านี้ได้เป็นประโยชน์ต่อการสร้างสื่อเพื่อการสื่อสารทางการเมืองที่ทันสมัย รวดเร็ว และมีความน่าสนใจของรัฐบาล สปป.ลาว มากยิ่งขึ้น โดยวารสารสาวลาว ช่วงปี ค.ศ. 2007 – 2010 นั้น มีเนื้อหาที่หลากหลาย พร้อมทั้งมีความร่วมสมัยหรือสมัยนิยมมากขึ้น และทันสมัยมากกว่าหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวในการนำเสนอข่าว ดังนี้

1. เรื่องความเชื่อ เสริมมงคล หรือดวงชะตาชีวิต ตัวอย่างเช่น ในเรื่อง “**แก้วประเสริฐ**” อัญมณีและดวงชะตาประจำสัปดาห์เกิดในแต่ละเดือน ต้นไม้มงคล ความฝันหรือโชคชะตา สีสันแห่งชีวิต ในวารสารลาวฉบับที่ 3, 7, 8, 10, 14, 17 และ 20 โดยเฉพาะเรื่องราศีและการสวมเสื้อผ้าที่มีลักษณะของความร่วมสมัยมากขึ้น

2. สุขภาพ และบุคลิกภาพที่เชื่อมโยงกับการติดต่อการทำงานต่างๆ ตัวอย่างเช่น หมากแอปเปิ้ลช่วยดับกลิ่นปาก ในวารสารลาวฉบับที่ 3 ปี ค.ศ. 2007 ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่าสังคมลาวเริ่มพัฒนาและเปิดรับมากขึ้น พร้อมทั้งมีการติดต่อสื่อสารทั้งในภาครัฐและเอกชน ธุรกิจเล็กใหญ่ต่างๆ ดังนั้นการกำจัดกลิ่นปากจึงช่วยเพิ่มความมั่นใจที่สำคัญในการเจรจาติดต่อกับงานต่างๆ หรือคอลัมน์ความงาม เช่น รองพื้นแบบไหนที่เหมาะสมกับผิวพรรณต่อการทำงานในด้านต่างๆ

3. ผู้หญิงสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น ในคอลัมน์เจาะลึกทั่วทิศ เพื่อนมิตรครอบครัว เรื่อง “**ผู้ชาย 10 ประเภทที่แม่หญิงควรหลีกเลี่ยง**” ในวารสารลาวฉบับที่ 3 ปี ค.ศ. 2007 ซึ่งเป็นลักษณะการป้องกันตัวของผู้หญิงตามแนวทางสังคมนิยมต่อผู้ชายไม่ดีในโลกทุนนิยม เช่น เป็นหนี้ นักเลง ขี้ขโมย มือไวใจไม่ซื่อ เห็นแก่ตัว เป็นต้น หรือในคอลัมน์สาวทันสมัย ได้มีการให้ความสำคัญกับทรงผมเมื่อต้องออกงานเลี้ยงที่มีความหลากหลายต่างๆ เช่น งานวันเกิด งานสังสรรค์ทั่วไป งานเลี้ยงส่ง ฯลฯ โดยนำเสนอร้านดังร้านหนึ่งที่ผู้หญิง



นิยมไปทำทรงผม ซึ่งเป็นร้านทำผมสมัยใหม่ มีการทำสีผม ม้วนผม หนีบผม สไลด์ผม แต่ยังคงจัดทรงแบบรวบผมอันเป็นวัฒนธรรมความงามของลาว ซึ่งเป็นลักษณะของการผสมผสานระหว่างความทันสมัยกับแนวทางวัฒนธรรมอันดั้งเดิมของลาว จึงสามารถต่อรองและยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล สปป.ลาว หรือในเรื่อง “อยากให้สามีเป็นพ่อและพ่อที่ดี” ในวารสารลาวฉบับที่ 8 ปี ค.ศ. 2008 ได้แสดงให้เห็นถึงการเรียกร้องกลับของผู้หญิงบ้าง เพราะก่อนหน้านี้ผู้หญิงจะถูกตีกรอบให้ปฏิบัติอยู่ในแนวทางผู้หญิงที่ดี คือ แม่หญิง 3 ดี แต่พอในช่วงหลังปี ค.ศ. 2000 เนื้อหาในคอลัมน์ของวารสารสาวลาวได้แสดงให้เห็นถึงการเรียกร้องของผู้หญิงเพื่อให้ผู้ชายปฏิบัติตัวที่ดีตามแบบอย่างที่ยังคงต้องการ

4. ้วยหนุ่ม (วัยรุ่น) ในคอลัมน์ เจาะลึกทั่วทิศ เพื่อนมิตรครอบครัว ในเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่น เช่น เรื่อง หัวเลี้ยวหัวต่อ ได้ให้ภาพของช่วงเวลาอันยากลำบากของวัยรุ่นต่อการตัดสินใจดำเนินชีวิตต่างๆ โดยสิ่งเหล่านี้ต้องคอยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และการใส่ใจดูแลของพ่อแม่ หรือเรื่อง ความรักมีทั้งสมหวังและผิดหวัง ในวารสารลาวฉบับที่ 6-7 ปี ค.ศ. 2008 ได้ให้ภาพของช่วงวัยรุ่นที่มักจะคาดหวังต่อความรัก ความรักแท้จริง แหม่นแหม่นใด ? เป็นเพียงชีวิตคู่จึงมีอุปสรรค ? โดยให้ความสำคัญไปที่ครอบครัว หรือเรื่องการเรียนรู้ เช่น เป็นหญิงสุทธิดาจึงเรียนเก่ง โดยชี้ให้เห็นว่าเด็กหญิงสุทธิดาเป็นเด็กที่มักจะพึ่งพาตนเองก่อนเสมอในการเรียน ทำการบ้าน ทำกิจกรรมต่างๆ แต่เมื่อไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองหรือเกินความสามารถ เด็กหญิงสุทธิดาจะถามหรือปรึกษาพ่อแม่เพื่อแก้ไขปัญหา

5. การให้ความสำคัญต่ออาชีพ ในเรื่อง เมื่อได้ยินคำว่าครู ท่านสำนึกอย่างไร โดยการสัมภาษณ์บุคคลทั่วไป หรือการหยิบยกตัวอย่างของเหล่าบรรดานักธุรกิจต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จมานำเสนอ เพื่อเป็นกำลังใจกลุ่มชนชั้นกลางวัยแรงงานต่างๆ

6. ความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ในคอลัมน์ ผู้สาวอยากรู้ เรื่อง กิ๊ก ซึ่งถือเป็นความสัมพันธ์แบบใหม่ที่นิยมในหมู่คนหนุ่มสาว และยังสามารถพูดหรือใช้คำว่าเป็นกิ๊กกันอย่างไม่อายปากหรือรู้สึกผิด เพราะเป็นคำที่ได้รับอิทธิพลทางภาษาจากภายนอกประเทศ โดยผู้เขียนไม่ได้บอกถึงการนำมาใช้ว่าควรหรือไม่ควร เป็นแค่เพียงให้ผู้อ่านเก็บไปคิดพิจารณาเอาเอง เนื่องจากไม่ได้มีผลสำคัญต่อการสื่อสารทางการเมืองมากเท่าไร

7. การท่องเที่ยว ในคอลัมน์นามหลายเมืองลาว น้ำตกตาตาดาย ในวารสารลาวฉบับที่ 3 และเรื่อง การรมคิ่นที่ถ้ำนาแอ่น ในวารสารลาวฉบับที่ 6 ซึ่งเป็นการเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยต่างๆ ได้เข้ามาชมความงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศลาว ที่ไม่ใช่แค่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในเมืองหลวงเวียงจันทน์และหลวงพระบางเพียงอย่างเดียว

8. การโฆษณา และผู้สนับสนุน ในวารสารลาวฉบับที่ 3, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 17, 19 และ 20 ปี ค.ศ. 2007-2010 ได้ปรากฏผู้สนับสนุนที่มีความหลากหลายจากภาคส่วนต่างๆ ดังนี้ 1.การโฆษณา รีสอร์ทและสถานที่ท่องเที่ยว เช่น คอนพะเพ็ง รีสอร์ท เป็นที่พักแบบ 5 ดาว และโฆษณาที่พักโดยใช้คำว่า The most beautiful view... No where in Asia 2. แม่หญิงลาวยุคใหม่ จงภูมิใจ และนำใช้เงินกับ เพื่อเชิญชวนให้ผู้หญิง ซึ่งเป็นพลเมืองส่วนใหญ่ของประเทศมาใช้เงินกับแทนเงินไทยที่นิยมใช้ก่อนหน้านี้ในช่วงปี ค.ศ. 1990-



2000 3.วิทยาลัยลาว - อเมริกา ปริญญาตรีภาษาอังกฤษ สาขาบริหารธุรกิจ ในหลักสูตรฝึกอบรม พื้นฐานการบริหารและทักษะในการติดต่อสื่อสารการท่องเที่ยว (เพื่อรองรับการขยายตัวของทุนนิยมในภาคธุรกิจและการท่องเที่ยว) 4. อยากจะดื่ม น้ำ ดื่มวิว่า ไสสะอาด ดิ่ต่อสุขภาพ ผลิตโดยบริษัทน้ำหวานลาว จำกัด 5. ธนาคารร่วมธุรกิจลาว-เวียดนาม เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ใกล้ชิดแบบบ้านพี่เมืองน้องระหว่างลาวกับเวียดนาม ดังนั้นเมื่อนำเงินมาฝากหรือกู้เงินที่สถาบันการเงินแห่งนี้จะทำให้อุ่นใจเหมือนเป็นคนในครอบครัวเดียวกัน 6. เนสท์ต้า คือยาลดน้ำหนักใช่หรือไม่ ? แสดงให้เห็นถึงความเป็นสังคมเมืองที่หลากหลายและมีความทันสมัยมากขึ้น เพราะสามารถหาอาหารเสริมทางเลือกที่ดีให้แก่ชีวิตได้

นอกจากจะเพิ่มคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหลากหลายมากกว่าหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวและการนำเสนอข่าวที่มีความร่วมสมัยหรือสมัยนิยมมากขึ้นแล้ว วารสารสาวลาวก็ยังคงรูปแบบเดิมของการนำเสนอโฆษณาแนวทางของพรรค รัฐบาล และสหพันธ์แม่หญิงลาวเหมือนที่ได้นำเสนอในหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวเอาไว้ แต่เป็นการนำเสนอข่าวสั้นๆ ไม่ได้มีรายละเอียดมาก เพียงแค่สอดแทรกอุดมการณ์ของพรรคประชาชนปฏิวัติเข้ามาเป็นส่วนประกอบแต่ไม่ได้เป็นส่วนหลักเหมือนหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาว โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. เนื้อหาทั่วไปของผู้หญิงลาว คอลัมน์ระว่างกล้อเล่น : เสน่ห์ของแม่สาวคนนี้ เป็นคอลัมน์ที่ให้ช่องทางในการติดต่อระหว่างผู้อ่านกับบรรณาธิการวารสาร เพื่อช่วยให้คะแนนคอลัมน์ข่าว และบอกจุดที่ผู้อ่านประทับใจ โดยส่งจดหมายมาที่ตู้ ป.ณ. 59 “สาวลาว” หรืออีเมล Saolao_1@yahoo.com เพื่อชิงรับของรางวัลจากวารสารสาวลาว ในวารสารยังได้มีการสอดแทรกมุกตลกล้อเลียนตามแบบโลกเสรีนิยม เช่น *ภาษาแม่* : มุกตลก เช่นพ่อพูดภาษาลาวซึ่งเป็นภาษาแม่ แล้วลูกถามว่าภาษาพ่อไม่มีหรือ ? แสดงให้เห็นถึงความอ่อนคลายของเนื้อหาข่าว แต่กระนั้นก็ยังคงสอดแทรกรูปแบบแม่หญิงลาว ผู้มีความซื่อสัตย์ เหมือนที่เคยนำเสนอในหนังสือพิมพ์ แต่เป็นการให้ภาพของผู้หญิงลาวในด้านของทุนนิยมและการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวมาก เนื่องจากการนำเสนอว่าไม่ว่าคนชาติใดก็ตามเมื่อได้มาพบกับประชาชนลาวโดยเฉพาะแม่หญิงลาว ต่างก็ต้องยอมรับว่าเป็นคนนิสัยดีอ่อนโยน จิตใจกว้าง มีมารยาท เจอหน้าก็ยิ้มไหว้ พนมมือทักทายว่าสบายดี และเป็นกันเอง หรือคอลัมน์เพื่อนใจ (จะมี 2 หน้า): หน้าที่ 1 เป็นชื่อเรื่อง เช่น *แต่งเพื่อความสะใจ* เป็นคอลัมน์จากทางบ้านที่ส่งเข้ามาเล่าประสบการณ์ในวารสาร เพื่อให้บรรณาธิการส่งคำตอบในแนวทางการแก้ไขปัญหากลับไปยังเจ้าของเรื่อง ส่วนหน้าที่ 2 จะเป็นเนื้อหาการตอบกลับเพื่อให้กำลังใจและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหามาของบรรณาธิการ โดยลงท้ายนามปากกาว่า จากเอื้อย “คู่คิดมิตรใจ” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพรรค รัฐบาล และองค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวยังคงอยู่เคียงข้างผู้หญิงลาวเสมอและตลอดเวลา

2. เนื้อหาสอดแทรกแนวทางของพรรค ในคอลัมน์ห่วงใยใกล้ชิด เรื่ององค์กรจัดตั้งสหพันธ์แม่หญิงลาวยามใดก็ติดพันกับภารกิจของพรรค ของชาติ หรือการฉลอง 20 ปี บริษัทบริการขนส่ง ที่สร้างรายได้และเติบโตได้ดี และสามารถจ่ายภาษีให้กับรัฐบาล สปป.ลาว เป็นจำนวนมาก จนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศชาติ



3. ความหลากหลายของชาติพันธุ์ ในเรื่องสาวงามเผ่าอาข่า เป็นการนำเสนอความงามของชนชาติพันธุ์ในด้านประเพณี วัฒนธรรม การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่อยู่ในพื้นที่อาศัยของชาติพันธุ์นั้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวแก่ประชาชนลาวและชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นข่าว 2 ภาษา คือ ลาวและอังกฤษ

4. การส่งเสริมสิทธิขั้นพื้นฐาน และความเสมอภาคหญิง-ชายในสังคมลาว เรื่องเปิดโครงการออกใบตาดิน (เอกสารที่ดิน) อยู่ใน 3 แขวงภาคเหนือ เพื่อสนับสนุนให้ผู้หญิงลาวสามารถเข้าไปเจ้าของที่ดิน รับมอบ และสืบทอดต่อได้

5. ศิลปวัฒนธรรมลาว สาวลาวยุคใหม่ ที่หลงใหลมนต์เสน่ห์เพลงลาว หรือความก้าวหน้าของหมอลำสาวเสียงเสน่ห์ เพื่อต้องการเน้นย้ำเยาวชนรุ่นใหม่ในโลกยุคโลกาภิวัตน์เห็นถึงความสำคัญของเพลงหมอลำลาวที่ยังคงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติลาว หรือในเรื่องคุณค่าของสายสะพาย โดยนำเสนอผ้าทอลาวซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการประกวดนางสาวอาภรณ์ลาว หรือเรื่องปั่นข้าวใหม่ ปิ้งไก่ ข้าวหลาม เป็นคอลัมน์ที่ให้ความสำคัญต่อผู้หญิงในอาชีพค้าขายในตลาดสด หรือตลาดพื้นเมืองต่างๆ ที่ยังคงประกอบอาหารตามวัฒนธรรมการกินแบบดั้งเดิมของลาว โดยการสืบสานศิลปวัฒนธรรมลาวนี้ยังไม่ได้เป็นสิ่งล้าสมัยแต่ยังคงอยู่คู่กับสังคมลาวเสมอมา

สรุป

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง : กรณีศึกษาผ่านหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวและวารสารสาวลาวช่วงปี ค.ศ. 1975 - 2010 จะเห็นได้ว่าคอลัมน์ในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2000 ยังเป็นทิศทางเดียวกัน คือมีไม่กี่คอลัมน์ แต่พอหลังจากปี ค.ศ. 2000 เริ่มมีคอลัมน์เพิ่มมากขึ้น จนในช่วงประมาณปี ค.ศ. 2007 เป็นต้นมาเริ่มมีการเปิดตัวสื่อสิ่งพิมพ์แบบใหม่คือ วารสารสาวลาว เป็นวารสารเฉพาะกลุ่ม (ผู้หญิงในตัวเมืองเวียงจันทน์) เพื่อที่จะสื่อสารกับวัยรุ่นที่มีลักษณะรูปลักษณ์แบบใหม่ เพื่อแยกกับหนังสือพิมพ์ที่เป็นเรื่องของมวลชน คือ ผู้หญิงทั่วไป/ ผู้หญิงทั่วประเทศ ตรงนี้จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการใช้หนังสือพิมพ์เพื่อการสื่อความหมาย การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ หรือแม้กระทั่งนโยบายและผลตอบรับของการปรับมุมมองต่อผู้หญิงรุ่นใหม่ของสหพันธ์แม่หญิงลาวเป็นอย่างไร ผู้เขียนจึงได้ใช้ข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวที่มีมาคู่กับการก่อตั้งสหพันธ์แม่หญิงลาว และวารสารแม่หญิงลาวที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 2007 มาเป็นตัวอย่างในการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิง ในช่วงเวลาต่าง ๆ ของสหพันธ์แม่หญิงลาว โดยการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงแนวทางการสื่อสารดังกล่าวนี้ มีทั้งปัจจัยภายนอก คือ นโยบายโลกเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้นโยบายในโลกคอมมิวนิสต์ต้องเปลี่ยนตาม จึงทำให้นโยบายในประเทศเปลี่ยน จนทำให้เกิดเป็นนโยบายของชาติในแต่ละช่วงระยะ และปัจจัยภายใน คือ เปลี่ยนตามแนวคิดของตัวประธานสหพันธ์ หรือเพราะตัวผู้หญิงลาวเอง (ผู้หญิงในเวียงจันทน์) เนื่องจากหลังปี ค.ศ 2000 ประเทศลาวมีเสรีนิยมมากขึ้น เกิด



รูปแบบความหลากหลายของอาชีพมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารผ่านหนังสือพิมพ์อย่างเดียวยังไม่สามารถที่จะตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของความทันสมัยต่อคนกลุ่มใหม่ได้ แต่กลับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใหม่นิยายสาร และวารสารที่เข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ดีกว่า เพราะหนังสือพิมพ์มักถูกใช้แล้วทิ้ง แต่วารสารมันเหมาะแก่การจัดเก็บ การใช้ประโยชน์ และที่สำคัญคือ เนื้อหาหรือเรื่องราวที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์จะเป็นข่าวสารหรือเนื้อหาที่ไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ คัดกรอง คล้ายเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะแตกต่างจากวารสารที่ข่าวหรือเนื้อหาส่วนใหญ่ล้วนถูกวิเคราะห์ สังเคราะห์ และคัดกรองมาอย่างดีแล้ว

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 2 รูปแบบในช่วงก่อนปี ค.ศ. 2010 ที่รัฐบาล สปป.ลาว และสหพันธ์แม่เหิงลาวได้ใช้เพื่อการสื่อสารทางการเมืองไปสู่ผู้หญิง โดยการสื่อสารทางการเมืองของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือ สปป.ลาว ต่อบทบาททางการเมืองของผู้หญิงปี ค.ศ. 1975-2010 จนถึงปัจจุบัน มีเนื้อหาบางส่วนที่คงเดิม หายไป คลี่คลาย และได้เพิ่มหน้าที่ใหม่ในบริบทสังคมใหม่ ผู้เขียนจึงสามารถสรุปอย่างคร่าวๆ ได้ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์แม่เหิงลาว มีลักษณะที่ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ตัวผู้หญิง แต่เป็นการชี้นำโดยตรงหรือยกแนวทางของสหพันธ์แม่เหิงลาวที่สอดคล้องกับแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว มาเป็นแนวทางให้ผู้หญิงปฏิบัติตามแล้วชีวิตความเป็นอยู่จะดีขึ้นและประสบความสำเร็จ พร้อมทั้งการเป็นส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ อีกทั้งการจัดทำหนังสือพิมพ์แม่เหิงลาวโดยศูนย์กลางสหพันธ์แม่เหิงลาวนั้น ได้จัดพิมพ์แค่ 1 ภาษา คือ ภาษาลาว ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอภาพการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาทผู้หญิงเฉพาะแค่คนในประเทศ โดยเขียนให้แก่เฉพาะผู้หญิงลาวอ่านเท่านั้น ซึ่งยังไม่ได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นสากลหรือ universality ต่อสายตาชาวโลก

2. วารสารสาวลาว มีลักษณะของการมุ่งเน้น (Focus) ไปที่ตัวผู้หญิงที่มีความหลากหลายในช่วงวัย อาชีพ และชาติพันธุ์ โดยนำปัญหาหรือข้อเรียกร้องของผู้หญิงผ่านการรายงานปัญหาที่ทางศูนย์กลางข่าวสารของสหพันธ์ได้รวบรวมบันทึกไว้ส่วนหนึ่ง และตามจดหมายหรืออีเมลที่ผู้อ่านส่งมาที่บรรณาธิการวารสารได้รับทราบส่วนหนึ่ง แล้วจึงนำปัญหาหรือข้อเรียกร้องนั้นมาเป็นตัวอย่างในการนำเสนอ ซึ่งไม่ใช่การคิดเองของกลุ่มผู้นำเพียงอย่างเดียวว่าผู้หญิงต้องเป็นและปฏิบัติตนเช่นใด ดังที่มักจะปรากฏให้เห็นในหนังสือพิมพ์แม่เหิงลาว แต่วิธีการของวารสารสาวลาวจะเป็นการแนบแนวทางของสหพันธ์แม่เหิงลาวที่สอดคล้องกับแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว มาเป็นแนวทางให้ผู้หญิงเลือกปฏิบัติเพื่อให้ชีวิตได้หลุดพ้นจากปัญหาต่างๆ อีกทั้งการจัดทำวารสารสาวลาวโดยศูนย์กลางสหพันธ์แม่เหิงลาวนั้น ได้จัดพิมพ์ในรูปแบบ 2 ภาษาในเล่มเดียวกัน คือ ภาษาลาว และภาษาอังกฤษ ในลักษณะหน้าต่อหน้า ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงการนำเสนอภาพการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ต่อบทบาทผู้หญิงในสายตาชาวโลกมากขึ้น ซึ่งไม่ได้เขียนให้แก่เฉพาะผู้หญิงลาวอ่านเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นสากลหรือ universality ต่อสายตาชาวโลกอีกด้วย



จากข้อมูลในเนื้อหาที่กล่าวมานั้น จะให้เห็นได้ว่าการใช้วิธีการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่างๆ ของรัฐบาล สปป.ลาว ที่ให้การสนับสนุนสื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรสหพันธ์แม่หญิงอย่างหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาวและวารสารสาวลาว เพื่อใช้ในการสื่อสารทางการเมืองตบตาทบตาความเป็นผู้หญิงที่ดีตามแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว นั้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยม (Totalitarian Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีของประเทศสังคมนิยม หรือคอมมิวนิสต์ โดยมีหลักแนวคิดพื้นฐานว่า หน้าที่หลักของสื่อมวลชน คือการดำรงรักษาระบอบการปกครองแบบสังคมนิยมไว้ รัฐต้องเป็นเจ้าของสื่อ เพื่อควบคุมให้ทิศทางของสื่อไปในแนวทางที่พรรคคอมมิวนิสต์ต้องการ (นันทนา นันทวโรภาส, 2557) ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรสหพันธ์แม่หญิงลาวอย่างหนังสือพิมพ์และวารสารฉบับต่างๆ จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว และรัฐบาล สปป.ลาว ในการสื่อสารทางการเมืองตบตาทบตาความเป็นผู้หญิงที่ดีตามแนวทางของพรรคและรัฐบาล สปป.ลาว กำหนดไว้และเห็นสมควรให้ปฏิบัติ

การสื่อสารทางการเมืองจากภาครัฐไปสู่ประชาชน หากพิจารณาตามหลักการแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองที่มีลักษณะของการประยุกต์ใช้ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองได้ส่งผลกระทบในระบบการเมืองใน 5 ลักษณะ ดังนี้ 1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง 2. สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง 3. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน 4. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะร่วมกัน 5. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรองรับสถานการณ์ของรัฐบาล (เสรี วงษ์มณฑา, 2546) โดยผู้เขียนได้พิจารณาจากคอลัมน์และเนื้อหาต่างๆ ในหนังสือพิมพ์แม่หญิงลาว และวารสารสาวลาว จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล สปป.ลาว ตบตาทบตาทางการเมืองของผู้หญิงในช่วงปี ค.ศ. 1975 – 2010 นั้น ได้ปรากฏให้เห็นชัดเจนใน 2 ลักษณะหลัก คือ 1. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน 2. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะร่วมกัน เมื่อการสื่อสารเป็นการนำเอารัฐเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน และทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะร่วมกันได้แล้ว จะทำให้เกิดการสร้างทัศนคติทางการเมืองและสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการเมืองของประชาชน โดยอาจนำไปสู่การนำผลสำเร็จของการสื่อสารทางการเมืองมาใช้ในการรองรับสถานการณ์ของรัฐบาลต่อไป



บรรณานุกรม

- กฤติยา รุจิโชค. (2564). การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 6 (1), 26-27.
- ชนินทร ม้าทอง. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง. *วารสารคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 2 (1), น.163-175
- ณัฐชัย อำทอง. (2563). นโยบายรัฐบาล สปป.ลาวในการส่งเสริมบทบาทผู้หญิงผ่านสหพันธ์แม่หญิงลาว. *ปริญาศิลปศาสตร์ มหาบัณฑิต เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา*, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์. (2555). ประวัติศาสตร์ลาวหลายมิติ. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2557). การสื่อสารทางการเมืองในประชาคมอาเซียน. *วารสารร่วมพฤษภ* มหาวิทยาลัยเกริก, 32 (3), 134-154.
- นันทนา นันทวโรภาส. สื่อสารการเมือง: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แมสมิเดีย, 2558.
- นรินทร์ พุดตา. (2548). ตัวตนทางวัฒนธรรมในแบบเรียนลาว. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.
- พรรคประชาชนปฏิวัติลาว. (ม.ป.ป.). กองประชุมใหญ่ครั้งที่ 1 ของพรรคประชาชนลาว (ออนไลน์). ค้นจาก <http://www.pccob.gov.la/index.php/page/92>
- มยุรี เห่งศรีวัฒน์. (1993). แม่หญิงลาว : ในอดีตและปัจจุบัน. เวียงจันทน์ : โรงพิมพ์แห่งรัฐ.
- ลำพอง คัญทะลิว. (2551). ภาพตัวแทนผู้หญิงในนิตยสารของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ช่วงปี ค.ศ. 2002-2007. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ศูนย์กลางสหพันธ์แม่หญิงลาว. (2010). ประวัติมูลเชื้อสหพันธ์แม่หญิงลาว. เวียงจันทน์ : โรงพิมพ์แห่งรัฐ.
- สุธิดา ตันเลิศ. (2541). ไกสอน พมวิหาน กับพัฒนาการสังคมนิยมลาวระหว่าง ค.ศ. 1975-1986. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). “การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร”. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. พิมพ์ครั้งที่ 20. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อุมารินทร์ ตูลารักษ์. (2550). แม่หญิงในวรรณกรรมลาวร่วมสมัยหลังการปฏิวัติชาติประชาธิปไตย ค.ศ. 1975. วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- Martin Stuart Fox. (2556). ประวัติศาสตร์ลาว (จิราภรณ์ วิญญูรัตน์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.



การวิเคราะห์ศิลปะการเล่าเรื่องของภาพยนตร์สยองขวัญในจักรวาลเดอะคอนเจริง The Cinematic Storytelling Analysis of Horror Films in The Conjuring Universe

สุวัจน์ พุฒิชิต²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบการเล่าเรื่องของภาพยนตร์สยองขวัญในจักรวาลคอนเจริง และ 2. ศึกษาเทคนิคการเล่าเรื่องในการสร้างความน่ากลัวให้กับภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริง โดยวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ จำนวน 7 เรื่อง ได้แก่ 1. The Conjuring (2013) 2. Annabelle (2014) 3. The Conjuring 2 (2016) 4. Annabelle Creation (2017) 5. The Nun (2018) 6. Annabelle Comes Home (2019) 7. The curse of La Llorona (2019) โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่อง ที่ประกอบไปด้วย 1. แก่นความคิด 2. โครงเรื่อง 3. ความขัดแย้ง 4. ตัวละคร 5. ฉาก 6. บทสนทนา 7. มุมมองในการเล่าเรื่อง และ 8. การใช้สัญลักษณ์ รวมถึงเทคนิคการสร้างความกลัวของภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริง ตั้งแต่ปี 2013 - 2019 จำนวน 7 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่า 1. โครงสร้างการเล่าเรื่องประกอบด้วย โครงเรื่อง, แก่นเรื่อง, ความขัดแย้ง, ตัวละคร, ฉาก, บทสนทนา, มุมมองในการเล่าเรื่อง และการใช้สัญลักษณ์พิเศษ องค์ประกอบที่โดดเด่นที่สุด ได้แก่ (1) โครงเรื่องที่นำมาจากเค้าโครงเหตุการณ์จริง (2) การยึดโยงความเชื่อทางศาสนา (3) การเล่าผ่านความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (4) ตัวละครมีความขัดแย้งทั้งกับตัวเอง บุคคลอื่น และธรรมชาติ และ (5) การคลี่คลายของเรื่องโดยใช้พลังของความเชื่อมั่นในครอบครัวและความศรัทธาในศาสนา 2. เทคนิคการเล่าเรื่องเน้นการดึงอารมณ์คนดูให้รู้สึกถึงความกลัวผ่านความเจ็บ กัดดันให้เกิดการคาดเดา จนกระทั่งถึงจุดผ่อนคลาย นอกจากนี้ ภาพยนตร์ทุกเรื่องมีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกัน ทำให้ผู้ชมตั้งใจติดตามชมในเรื่องต่อ ๆ ไป ส่งผลให้ภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริงประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: ภาพยนตร์สยองขวัญ, โครงสร้างการเล่าเรื่อง, การสร้างความน่ากลัว

² นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต



Abstract

This study was qualitative research. The objectives are 1. to study the structure and composition of narrative elements of horror films in The Conjuring Universe, and 2. to study narrative techniques for creating horrors of horror films in The Conjuring Universe which contains 7 movies: 1. The Conjuring (2013) 2. Annabelle (2014) 3. The Conjuring (2016) 4. Annabelle Creation (2017) 5. The Nun (2018) 6. Annabelle Comes Home (2019) and, 7. The curse of La Llorona (2019), using content analysis methods and related documents. narrative structure analysis of 7 elements: plot, theme, character, conflict, setting, dialogue, point of view, and special symbol. Including techniques for creating fear of movies in The Conjuring Universe from 2013 - 2019 The results of the research showed that 1. The narrative structure consists of the theme, plot, conflict, character, setting, dialogue, point of view, and special symbol. The most prominent are; (1) a plot based on real events, (2) religious beliefs, (3) every story told through family relationships, (4) characters conflict with themselves, other people, and nature; and (5) the unfolding of the matter using the power of family conviction and religious faith. 2. Storytelling techniques focus on pulling the audience to feel fear, pressure, until the point of relaxation. In addition, all movies are connected. The audience is eager to follow and wait to watch in the next story, resulting in the success of movies in the Conjuring Universe.

Keywords: Horror Film, Narrative structure, creating horrors



บทนำ

ภาพยนตร์สยองขวัญ (Horror Film) เรื่องแรกของโลกมีชื่อว่า "Le Manoir du Diable" ซึ่งเป็นที่ทำความรู้จักกันในภาษาอังกฤษว่า "The Haunted Castle" หรือ "บ้านของมิด" ถือกำเนิดขึ้นมาในช่วงปี 1896 อันเป็นผลงานของ จอร์จ เมลลีส (Georges Méliès) ชาวฝรั่งเศส และเขายังถูกขนานนามว่าเป็นผู้บุกเบิกในการพัฒนาเทคโนโลยีและประเภทการสร้างภาพยนตร์ในยุคแรกๆอีกด้วย

ภายหลังจากที่ภาพยนตร์สยองขวัญถูกสร้างขึ้นและได้รับความนิยม ก็เริ่มมีผู้กำกับและนักเขียนในหลายประเทศที่คิดริเริ่มผลิตภาพยนตร์สยองขวัญของตนเองขึ้นมา ส่งผลให้ภาพยนตร์สยองขวัญมีลักษณะที่หลากหลายทางด้านวัฒนธรรม แต่มักมีจุดประสงค์เดียวกัน เพื่อกระตุ้นความรู้สึกสยองขวัญจากความน่าสะพรึงกลัว และสิ่งมีชีวิตลึกลับ ที่ทำให้ผู้ได้รับชมเกิดความกลัว โดยเรื่องราวในภาพยนตร์สยองขวัญก็มักจะมีตัวละครที่หลากหลายในการสร้างความน่ากลัวชวนขนลุก ไม่ว่าจะเป็นจากผี , มนุษย์ต่างดาว , ภัยธรรมชาติ , แวมไพร์ , มนุษย์หมาป่า, ปีศาจ, แม่มดและซาตาน, ทารุณทรمانและสัญลักษณ์ความชั่วร้ายของสัตว์, มอนสเตอร์ , ซอมบี้ , โรคจิตและฆาตกรต่อเนื่อง เป็นต้น

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาภาพยนตร์สยองขวัญได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะให้ความบันเทิงปนความระทึกใจแล้ว ผู้ผลิตภาพยนตร์หลายคนยังมองว่ามันได้ช่วยขจัดความกลัวออกจากจิตใจมนุษย์ ซึ่งหากมนุษย์ได้ปลดปล่อยความกลัวออกมาบ้าง จิตใจอาจรู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น มีงานวิจัยของมหาวิทยาลัยทัฟส์ ประเทศฟินแลนด์ ปี 2020 ที่ได้มีการศึกษาการรับมือกับความกลัวของคนที่ได้รับชมภาพยนตร์สยองขวัญที่น่ากลัวที่สุด 100 เรื่อง โดยหลังจากศึกษาการสแกน MRI สมอง ผลออกมาพบว่าการรับชมภาพยนตร์สยองขวัญสามารถช่วยให้สมองผ่อนคลายความเครียดได้ และภาพยนตร์สยองขวัญหลายๆเรื่อง ยังสามารถนำพาเราไปสู่สถานการณ์ที่อยู่เหนือการควบคุม กดดันอย่างหนัก และเป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ไม่ค่อยได้พบเจอในชีวิตจริง แต่เมื่อมาถึงโมเมนต์ที่ก้าวผ่านวิกฤตินี้ไป จนรู้สึกโล่งใจ สมองที่ตึงเครียดอยู่ก็ได้ปลดล็อกเช่นกัน

หากกล่าวถึงภาพยนตร์สยองขวัญในปัจจุบันที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมอย่างมากทั้งกับผู้ชมและต่อวงการหนังภาพยนตร์สยองขวัญ คงต้องกล่าวถึงภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริง (The Conjuring Universe) ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับของ เจมส์ วาน (James Wan) ผู้กำกับชาวออสเตรเลียที่เกิดและเติบโตในประเทศมาเลเซีย โดยผลงานภาพยนตร์ ประเภทสยองขวัญของ เจมส์ วาน นั้นมีเอกลักษณ์ความโดดเด่นค่อนข้างมาก จากบทวิจารณ์ของนักวิจารณ์ภาพยนตร์ ทั้งด้านเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง การเชื่อมโยง รวมถึงวิธีการนำเสนอภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์ เพราะทุกเรื่องมักถูกกล่าวอ้างว่า เรื่องราวที่ทำออกมาเป็นภาพยนตร์นั้นได้มีการอ้างอิงมาจากเรื่องจริง ที่เกิดจากแฟ้มคดีของ เอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน (Ed and Lorraine Warren) สำหรับภาพยนตร์สยองขวัญที่นำมาใช้ศึกษาวิเคราะห์ครั้งนี้ประกอบด้วย The Conjuring (2013) Annabelle (2014) The Conjuring 2 (2016) Annabelle Creation (2017) The Nun (2018) Annabelle Comes Home (2019) The curse of La Llorona (2019) และ The Conjuring 3 (2021)



โดยภาพยนตร์ทุกเรื่องที่เลือกมาศึกษาครั้งนี้ ล้วนเป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านรายได้ การพูดถึงในวงกว้าง และยังเป็นภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริงที่ เจมส์ วาน มีส่วนร่วมในการเขียนบทนอกจากเป็นผู้กำกับอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบการเล่าเรื่อง (Narrative Structure) ของภาพยนตร์สยองขวัญในจักรวาลคอนเจริง
2. เพื่อศึกษาเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการสร้างความน่ากลัวให้กับภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริง

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ศึกษาภาพยนตร์แนวสยองขวัญในจักรวาลคอนเจริงที่ เจมส์ วาน (James Wan) มีส่วนร่วมในการกำกับ, เขียนบท และโปรดิวเซอร์ มีจำนวน 7 เรื่อง คือ The Conjuring (2013) Annabelle (2014) The Conjuring 2 (2016) Annabelle Creation (2017) The Nun (2018) Annabelle Comes Home (2019) และ The curse of La Llorona (2019) ช่วงเวลาในการรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลในระหว่างวันที่ 10 – 14 พฤษภาคม 2564

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพยนตร์สยองขวัญ (Horror Film) หมายถึง ภาพยนตร์ที่มุ่งเน้นทำให้ผู้ชมรู้สึกหวาดกลัว, เสียวไส้ และรู้สึกสยองขวัญ ภาพยนตร์เหล่านี้มักใช้วิธีการสร้างฉากที่ทำให้ตกใจ ด้วยการใช้สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความตายหรือสิ่งที่เหนือธรรมชาติ จึงมักมีความคาบเกี่ยวกันกับความเป็นแฟนตาซีกับนิยายวิทยาศาสตร์ ความน่ากลัวเหล่านี้ยังใช้สิ่งกระตุ้น เช่น ดนตรีสร้างความตื่นเต้นระทึกอารมณ์

โครงสร้างการเล่าเรื่อง (Narrative Structure) หมายถึง การนำเสนอของภาพยนตร์ ที่ใช้องค์ประกอบในการเล่าเรื่อง ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ความขัดแย้ง ฉาก บทสนทนา มุมมองในการเล่าเรื่อง และ สัญลักษณ์พิเศษ เพื่อให้เข้าใจถึงเรื่องราวและความหมายในภาพยนตร์ **จักรวาลคอนเจริง (The Conjuring Universe)** หมายถึง ภาพยนตร์สยองขวัญที่สร้างขึ้นมาจากเรื่องราวของ 2 สามภรรยา เอ็ดและลอร์เรน วอร์เรน ที่มีตัวตนจริงๆ โดยมีการเล่าเรื่องเกี่ยวข้องกับการเผชิญหน้ากับสิ่งลึกลับ และทุกเรื่องมีเรื่องราวเชื่อมต่อกัน โดยในงานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์เฉพาะภาพยนตร์ที่ได้เผยแพร่สู่สาธารณะแล้วจำนวน 7 เรื่อง



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จากเอกสาร(Documentary Research) และการวิเคราะห์โครงสร้างผ่านภาพยนตร์ของจักรวาลเดอะคอนเจริง จำนวนทั้งหมด 7 เรื่อง โดยรับชมภาพยนตร์ผ่านทาง Netflix และ DVD เพื่อศึกษาโครงสร้างและเทคนิคในการเล่าเรื่องที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์

เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางผู้วิจัยได้นำแนวคิดองค์ประกอบการเล่าเรื่อง ที่ประกอบด้วยโครงสร้างการเล่าเรื่อง มีประเด็น การวิเคราะห์ทั้งหมด 8 ข้อ ดังนี้ โครงเรื่อง (Plot), แก่นเรื่อง (Theme), ตัวละคร (Character), ความขัดแย้ง (Conflict), ฉาก (Setting), บทสนทนา (Dialogue), มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view), การใช้สัญลักษณ์ (Special symbol) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อความหมาย และเทคนิคการเล่าเรื่อง ที่มีการเชื่อมโยงกันภายในจักรวาลคอนเจริง นำเสนอผลการวิจัยด้วยการเขียนพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริงทั้ง 7 เรื่อง พบว่าทั้งหมดเป็นภาพยนตร์แนวสยองขวัญ (Horror Film) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสิ่งลึกลับ ความเชื่อในหลักของศาสนาคริสต์ ฝิทุกตอนที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์จะถูกเรียกว่า “ปีศาจ” โดยภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องในจักรวาลเดอะคอนเจริงจะถูกดำเนินเรื่องด้วยตัวละครเดียวกันทั้งหมด คือ เอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน (Ed and Lorraine Warren) ที่ถือว่าเป็นตัวแทนของฝ่ายธรรมะ ที่จะคอยมาช่วยตัวละครหลักที่ไม่รู้ว่าตัวเองกำลังเผชิญกับอะไร หรือมีความอ่อนแอภายในจิตใจ ความกลัวในสิ่งที่ตัวละครหลักมองไม่เห็น เอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน จะเป็นคนเข้ามาช่วยให้อยู่รอดปลอดภัยจากอำนาจลึกลับหรือพลังงานบางอย่างเหล่านั้น โดยวิธีเทคนิคที่ใช้สร้างความสนใจให้กับผู้ชม คือการนำตัวละครที่มีอยู่จริง รวมถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในบันทึกของ เอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน มาเขียนเป็นบทภาพยนตร์ พอเป็นเรื่องที่มีเค้าโครงมาจากเรื่องจริง ยิ่งทำให้ผู้ชมรู้สึกสนใจและอยากติดตามต่อ ว่าจะมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น หรือจะมีอะไรที่สามารถเชื่อมโยงต่อไป จนเกิดเป็นภาพยนตร์เรื่องใหม่ในจักรวาลเดอะคอนเจริงได้หรือไม่



ภาพที่ 1.1 ตัวละครหลักในจักรวาลคอนเจริง

แหล่งที่มา <https://www.majorcineplex.com/news/conjuring-of-successful>

ภาพยนตร์เรื่อง The Conjuring (2013) เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่เปิดจักรวาลคอนเจริงได้อย่างประสบความสำเร็จ และสามารถทำยอดขายติด Top 10 อันดับหนังสยองขวัญที่ทุกคนต้องดู โดยในเรื่องจะเล่าย้อนกลับไปในปี 1971 เรื่องราวของบ้านหลังหนึ่ง ที่มีครอบครัวเพอร์รอน (Perron) เพิ่งย้ายเข้ามาอยู่ พวกเขาค่อยๆ เจอสิ่งผิดปกติมากมายขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกับเจอสิ่งที่เลวร้ายที่หาคำอธิบายอื่นไม่ได้มากขึ้น และรุนแรงขึ้น จนต้องตามเอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน มาช่วย

ภาพยนตร์เรื่อง Annabelle (2014) ลักษณะเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้คือการพูดถึงตุ๊กตาผีสิ่งที่มีชื่อว่า แอนนาเบลล์ (Annabelle) ซึ่งถ้าใครเคยได้รับชม The Conjuring (2013) จะต้องเคยเห็นผ่านตามาบ้าง จากกระแสดอบบรรันในตอนนั้นที่มีผู้ชมเรียกร้อง จึงทำให้แอนนาเบลล์ (Annabelle) ถูกสร้างเป็นภาพยนตร์แยกออกมาโดยมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับสองสามีภรรยาคนหนึ่ง จอห์น ฟอร์มได้พบกับของขวัญที่เหมาะสม มีอาภรรยาของเขาที่กำลังตั้งท้อง ของขวัญชิ้นนั้นคือตุ๊กตาเด็กผู้หญิงที่มีหน้าตาน่ารักแนววินเทจ ใส่ชุดแต่งงานสีขาวบริสุทธิ์ซึ่งหาได้ยาก แต่แล้วมีอา กลับขึ้นชมตุ๊กตาแอนนาเบลล์ได้เพียงไม่นาน ความน่ากลัวก็เริ่มเกิดขึ้นในกลางดึกคืนหนึ่ง เมื่อบ้านของพวกเขาถูกสมาชิกกลุ่มลัทธิซาตานเข้ามาบุกรุกและทำร้ายทั้งคู่ออย่างสาหัส พวกเขาไม่ได้ฝากไว้แค่รอยเลือดและความหวาดกลัวเท่านั้น เหล่าลัทธิได้เรียกวิญญาณที่มีตัวตนความชั่วร้าย ซึ่งไม่มีสิ่งใดเปรียบเทียบได้เหมือนความชั่วร้ายจากการสาปแช่ง นั่นคือ “แอนนาเบลล์”

ภาพยนตร์เรื่อง The Conjuring 2 (2016) เล่าถึงเหตุการณ์กลางดึกของฤดูร้อนในปี 1977 เพ็กกี้ ฮอดจ์สัน คุณแม่เลี้ยงเดี่ยว ที่มีลูกถึง 4 คน เริ่มสังเกตถึงความผิดปกติ เมื่อมีเสียงประหลาดออกมาจากห้องนอนของลูกสาว ซึ่งเมื่อเปิดประตูเข้าไปแล้ว เธอก็พบกับความผิดปกติที่น่ากลัวที่สุดในชีวิต ตอนแรกแม่เธอจะเข้าใจว่าเป็นแค่การเรียกร้องความสนใจของเด็กๆ แต่กลับกลายเป็นว่าระดับความรุนแรงก็ยิ่งทวีความน่ากลัวขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเกิดเสียงประหลาดถี่ขึ้น ข้าวของถูกขว้างไปมา และภัยดังกล่าวยังตามไปหลอกหลอนถึงที่โรงเรียนของเด็กๆ จนต้องตามเอ็ด และลอร์เรน วอร์เรน มาช่วย



ภาพยนตร์เรื่อง Annabelle Creation (2017) เล่าเรื่องราวของครอบครัวช่างทำตุ๊กตา ‘มัลลินส์’ ที่โชคร้ายเสียลูกสาวสุดที่รักไปอย่างน่าเศร้า ทำให้พวกเขาหันเข้าหาศาสตร์มืด เพราะอยากพบกับลูกสาวของพวกเขาอีกครั้ง แต่กลับกลายเป็นการนำพาปีศาจร้ายมาอยู่บนโลกมนุษย์ จนกระทั่งพวกเขาต้องนำตุ๊กตาที่มีวิญญาณสิงอยู่ไปไว้ในห้องปิดตาย จนกระทั่งการมาถึงของกลุ่มเด็กกำพร้าและแม่ชีจากคริสตจักร ซึ่งได้รับอนุญาตจากสามิ-ภรรยา มัลลินส์ ให้ย้ายเข้ามาอาศัยอยู่ได้ขายคาเดียวกัน จนกว่าจะมีครอบครัวผู้ใจบุญมารับเด็กกลุ่มนี้ไปอุปถัมภ์ ทำให้วิญญาณร้ายกลับมาหลอกหลอนพวกเขาอีกครั้ง สิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ความน่าสนใจมากขึ้นคือ ‘ตอนจบ’ ที่มีการเชื่อมโยงไปยัง Annabelle ภาคแรก

ภาพยนตร์เรื่อง The Nun (2018) เอกลักษณะในเรื่องนี้จะมีกลิ่นอายความเป็นภาพยนตร์สืบทอดเล็กน้อย ผสมกับความสยองขวัญในแบบฉบับของ The Conjuring โดยจะเน้นไปที่บรรยากาศ และเสียงประกอบ ความน่ากลัวของปราสาทโบราณ สถานที่จริงที่ถูกทิ้งร้างในประเทศโรมาเนีย โดยเรื่องราวเล่าถึงเหตุการณ์เกิดขึ้นในวิหารในประเทศโรมาเนีย ที่ตั้งของสำนักแม่ชีเยียบ สถานที่หนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากภัยสงคราม แต่ในคืนหนึ่งได้เกิดเหตุการณ์ประหลาดขึ้น เมื่อมีแม่ชีคนหนึ่งได้ฆ่าตัวตายด้วยการแขวนคออย่างเป็นปริศนา ทำให้สำนักวาติกันต้องส่งนักบวช ‘คุณพ่อเบิร์ก’ และแม่ชีฝึกหัด ‘ซิสเตอร์ไอริน’ มาสืบหาความจริงเบื้องหลังการฆ่าตัวตายครั้งนี้ ยิ่งสืบสวน ยิ่งมองเห็นความดำมืดของวิหารศักดิ์สิทธิ์หลังนี้ ความเป็นมาของมันเต็มไปด้วยอาถรรพ์ซึ่งจะพาทุกคนย้อนไปสู่จุดเริ่มต้นที่ทำให้ วาลัค ออกมาอาละวาดได้

ภาพยนตร์เรื่อง Annabelle Comes Home (2019) เป็นภาคต่อลำดับที่สามของภาพยนตร์ชุด "Annabelle" เพื่อป้องกันไม่ให้ปีศาจร้ายออกอาละวาดอีกครั้ง นักปีศาจวิทยา เอ็ด และ ลอร์เรน วอร์เรน ตัดสินใจขังตุ๊กตาผีเอาไว้ในห้องเก็บของในบ้านของพวกเขาโดยใส่ไว้ในตุ๊กตากระจกที่สะกดไว้ด้วยมนตร์ศักดิ์สิทธิ์ของคริสตจักร แต่ก็ไม่สามารถหยุดยั้งความชั่วร้ายเอาไว้ได้ เมื่อคืนหนึ่งตุ๊กตาผีแอนนาเบลล์ปลุกปีศาจที่สิงสถิตอยู่ในห้องนั้นขึ้นมา พร้อมออกเล่าเหยื่อรายใหม่ที่เอ็ดและลอร์เรนคาดไม่ถึง นั่นคือ จูดี ลูกสาววัย 10 ขวบของพวกเขาและกลุ่มเพื่อนของเธอ

ภาพยนตร์เรื่อง The Curse of la Llorona (2019) ได้มีการหยิบเอาผีในตำนานปรัมปราของเม็กซิโกมาขยายเป็นหนังเรื่องยาวเรื่องใหม่ ต่างจากผีแม่ชี (The Nun) และ แอนนาเบล (Annabelle) 2 ผีตัวก่อนหน้าที่ดึงมาจากหนัง The Conjuring แล้วขยายออกมาเป็นภาคแยก โดยในหนังได้เล่าถึง "ลาโยโรนา" หญิงรำไห่ วิญญาณร้าย ที่ติดอยู่ในโชคชะตาอันเลวร้ายที่เกิดขึ้นจากน้ำมือของตนเอง หากใครได้ยินเสียงนางรำไห่ นางจะตามไปฆ่าเด็กด้วยการรดน้ำเช่นเดียวกับที่นางเคยทำกับลูกของตน เนื้อหาว่าด้วยแม่คนหนึ่ง ในลอสแอนเจลิส ค.ศ. 1970 ที่ต้องช่วยลูก ๆ ให้พ้นภัยจากลาโยโรนา ซึ่งพยายามพรากลูกของเธอไป



ภาพที่ 1.2 โปสเตอร์ภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจอริงทั้ง 7 เรื่อง
แหล่งที่มา <https://www.warnerbros.com/>

ส่วนที่ 1 โครงสร้างการเล่าเรื่อง

จากการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างและองค์ประกอบวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจอริงทั้ง 7 เรื่องนั้น พบว่า

1. โครงเรื่อง (Plot) มีการเล่าลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีเหตุมีผลและมีจุดหมายปลายทางที่คล้ายคลึงกัน และทุกเรื่องถูกสร้างมาจากเค้าโครงเรื่องจริง กล่าวถึงปีศาจ ที่ในความเชื่อทางคริสต์ศาสนา ต้องต่อสู้กับความเชื่อมั่น แรงศรัทธา และตัวละครที่เป็นปีศาจในแต่ละเรื่องก็มักจะมีจุดเชื่อมโยงหากัน เช่น The Conjuring (2013) ก็มีแอนนาเบลล์ (Annabelle) ปรากฏตัวขึ้น หรือ The Conjuring 2 ที่มีฉากแม่ชี The Nun ปรากฏตัวจนเป็นที่กล่าวขานถึงความน่ากลัว ถึงขั้นต้องสร้างเรื่องแยกขึ้นมา ยังมีอีกหนึ่งเรื่องที่ไม่เห็นความเชื่อมโยงเพียงเล็กน้อยแต่ความน่ากลัวไม่แพ้เรื่องอื่นๆ ในจักรวาลคอนเจอริงเลย The curse of la llorona (2019) หรือชื่อภาษาไทยเรียกว่า ‘คำสาปมรณะจากหญิงร่ำไห้’ ซึ่งทั้ง 7 เรื่องนั้นมีเรื่องราวสถานการณ์ที่ตื่นเต้นลุ้นระทึกตามแบบฉบับภาพยนตร์สยองขวัญของ เจมส์ วาน

2. แก่นเรื่อง (Theme) พบว่า ภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องมีการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวความสัมพันธ์ภายในครอบครัวเป็นแกนหลัก เพราะความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและสะท้อนสังคม และยังสามารถดึงดูดอารมณ์ผู้ชมให้รู้สึกกลัว หรือสยองสสารตัวละครได้ง่ายมากขึ้น ประกอบด้วย 1.) ความรักที่บริสุทธิ์ของคนในครอบครัว 2.) ความเชื่อ ความศรัทธาตามหลักศาสนา และ 3.) ความตาย

3. ตัวละคร (Character) พบว่าตัวละครที่มีในจักรวาลคอนเจอริง แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) ตัวละครหลักที่เป็นฝ่ายธรรมะ และจะเป็นตัวละครที่เป็นมนุษย์ โดยมีบทบาทสำคัญเป็นตัวดำเนินเรื่อง ตั้งแต่เริ่มเรื่องจนเจอความขัดแย้งและบทสรุป หรือกล่าวง่าย ๆ คือตัวละครหลักที่เป็นศูนย์กลางของเหตุการณ์



ทั้งหมด 2) ตัวร้ายที่เป็นภูตผีปีศาจ โดยมีบทบาทที่โดดเด่นไม่แพ้ตัวละครหลักที่เป็นฝ่ายธรรมะ เพราะเป็นต้นตอของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวละครหลักที่เป็นฝ่ายธรรมะ 3) ตัวละครที่เป็นผู้ช่วยเหลือ ในกรณีของภาพยนตร์ในจักรวาลเดอะคอนเจริงทั้ง 7 เรื่องนั้น ถึงแม้จะเป็นเพียงแค่ตัวละครผู้ช่วย แต่ก็ยังมีบทบาทสำคัญไม่แพ้ตัวละครหลักเลย ตัวอย่างเช่น ในเรื่อง Annabelle Creation (2017) รินดา (Linda) เป็นเด็กกำพร้า มีบุคลิกที่น่ารักน่าเอ็นดู แต่ใจกล้าเกินเด็ก เป็นตัวละครที่ช่วยผ่อนคลายความกดดันของภาพยนตร์ในบางช่วง และ แบริด แฮมิลตัน (Brad Hamilton) เจ้าหน้าที่ตำรวจ มีบุคลิกเป็นๆ ปรากฏตัวในภาพยนตร์เรื่อง The Conjuring (2013)



ภาพที่ 1.3 ตัวละครผู้ช่วย

แหล่งที่มา ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง The Conjuring (2013) และ Annabelle Creation (2017)

4. ความขัดแย้ง (Conflict) มีประเด็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกระบวนการเล่าเรื่องถึง 3 ลักษณะ คือ 1) ความขัดแย้งกับตัวเอง เกิดขึ้นกับภาวะอารมณ์ภายในจิตใจของตนเอง 2) ความขัดแย้งกับผู้อื่น ในกรณีของภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริงทั้ง 7 เรื่องนั้น เป็นได้ทั้งการขัดแย้งกับครอบครัว และบุคคลภายนอกที่ไม่เชื่อว่าครอบครัวพวกเขากำลังเจอเหตุการณ์อะไรอยู่ และ 3) การขัดแย้งกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ซึ่งในเรื่องก็คือความขัดแย้งระหว่างคนกับภูตผีปีศาจ วิญญาณร้าย หรือซาตาน

5. ฉาก (Setting) ที่ใช้ส่วนใหญ่คือบ้านของแต่ละครอบครัวในจักรวาลคอนเจริง ช่วงเวลาจะปรับตามยุคสมัยในแต่ละเรื่อง หรืออย่างในเรื่อง The Nun ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่โบสถ์ ที่ถูกดัดแปลงจากปราสาทโบราณที่ถูกทิ้งร้างในประเทศโรมาเนีย แสดงให้เห็นถึงการต่อรองระหว่างความศักดิ์สิทธิ์ของพระเจ้ากับพลังดำมืดอันร้ายกาจของปีศาจจากขุมรก เป็นต้น

6. บทสนทนา (Dialogue) ใช้บทที่เหมาะสมกับแต่ละตัวละคร โดยตัวละครที่เป็นปีศาจจะไม่ค่อยมีบทพูดมากนัก แต่ทุกครั้งที่พูดก็จะเป็นบทคอยส่งให้กับนักแสดงคนอื่นๆ ได้อย่างดี ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในแต่ละเหตุการณ์ได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างคำพูดติดปากของตัวละครหลัก ลอร์เรน วอร์เรน “ฉันมีนิมิต เห็นความตาย” อีกประโยคที่โด่งดังไม่แพ้กันคือ “ชื่อเจ้าให้อ่านาช่าอยู่เหนือซาตาน และข้ารู้ชื่อของเจ้า เจ้าคือ



วาล์ว” ประโยคดังกล่าวหากตีความหมายอย่างลึกซึ้งในเชิงเปรียบเทียบ ปีศาจที่สิงสู่ผู้คน หมายถึงความทุกข์ที่อยู่ภายในจิตใจ การจะขับไล่ปีศาจก็ต้องมีการรายคาถา ซึ่งจำเป็นต้องรู้จักชื่อของปีศาจตนนั้นเสียก่อนตามบริบทในภาพยนตร์ สิ่งนี้อาจเป็นกุศโลบายที่ต้องการสอนให้รู้ว่า การที่จะขจัดความทุกข์ที่มีนั้น เราต้องรู้จักความทุกข์นั้นหรือต้นเหตุของปัญหาอย่างแท้จริงเสียก่อน

7. มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of view) มีลักษณะในการเล่าเรื่องราวผ่านบุคคลที่ 1 คือตัวละครสำคัญในเรื่องเป็นผู้เล่า ใช้สรรพนามบุรุษที่หนึ่ง ซึ่งก็คือ "ฉัน" หรือ "ผม" และในบางฉากก็จะมีการเล่าแบบผ่านบุคคลที่ 3 ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ทำให้ผู้ชมได้มองเห็นอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครได้รอบด้าน ทั้งด้านการใช้เหตุผลและความคิด แต่จะมีภาพยนตร์เพียง 3 เรื่องในจักรวาลคอนเจริง ที่ใช้การเล่าแบบมุมมองพระเจ้าหรือการเล่าโดยผู้ประพันธ์ คือมีการบรรยายเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยที่ผู้บรรยายไม่ได้ปรากฏในเนื้อเรื่อง ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อเรื่องได้ง่ายมากขึ้น ได้แก่ The conjuring, Annabelle และ Annabelle comes home

8. สัญลักษณ์พิเศษ (Special symbol) ภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริงทั้ง 7 เรื่อง จะมีไม้กางเขนปรากฏอยู่ในเรื่องเสมอ ในรูปแบบ “ไม้กางเขนกลับหัว” แสดงถึงอำนาจความชั่วร้ายที่ไม่เกรงกลัวต่อพระเจ้าและพร้อมจะทำลาย



ภาพที่ 1.4 ไม้กางเขนกลับหัว

แหล่งที่มา ภาพยนตร์เรื่อง The Nun (2018) และ The Conjuring 2 (2016)

คัมภีร์ไบเบิล แสดงถึงการนำเอาหลักศาสนาคริสต์มาใช้ เพื่อต่อสู้กับความเป็นอธรรม สามารถใช้ปิดผนึกปีศาจไว้ ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงภาพลักษณ์ความเป็นฝ่ายธรรมะของศาสนาคริสต์



ภาพที่ 1.5 คัมภีร์ไบเบิล

แหล่งที่มา ภาพยนตร์เรื่อง The Conjuring 2 (2016)

ดาวห้าแฉก Pentacle เป็นสัญลักษณ์ของ บาโฟเมต (Baphomet) เทพที่มีหัวเป็นแพะ ตัวเป็นคน เป็นเทพที่ชาวเพแกนทางคริสตจักรใช้แสดงแทนรูปลักษณะของซาตาน ดาวห้าแฉกที่ปรากฏในเรื่อง The Nun (2018) จึงกลายเป็นเครื่องหมายของซาตาน



ภาพที่ 1.6 ดาวห้าแฉก Pentacle

แหล่งที่มา ภาพยนตร์เรื่อง The Nun (2018) วินาที 1:08:5

ส่วนที่ 2 เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)

จากที่ได้ทำการศึกษาครบทั้ง 7 เรื่องนั้น พบว่าแนวทางในการนำเสนอของเจมส์ วาน มีลักษณะที่ชัดเจน กล่าวคือ การนำเสนอและเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่มีการเลือกหยิบยกเอาความจริงบางส่วน แล้วบอกเล่าผ่านมุมมองของตัวละครสองฝั่ง นั่นคือ ฝั่งของ วอเรน และ ตัวละครครอบครัวในแต่



ละเรื่อง ประกอบกับการใช้เทคนิค แสง สี เสียง ภาพ หรือแม้แต่หมวกกล่อง ที่คอยกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึก ความกดดันให้กับผู้ชม ความมืดทึบ และเทาหม่นๆ ของบรรยากาศโดยรอบ เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของหนังผีในจักรวาลคอนเจอรัง รวมไปถึงความเยียบสลดสลับกับจังหวะการปล่อยเสียง เพราะธรรมชาติของคนนั้นมักคิดเองเออเองและมีจินตนาการในการสร้างความกลัวได้สูง ความเยียบจึงเป็นจุดที่เอามาเล่นกับการคิดไปเอง เดาไปเอง ของคนดูได้ดี การใช้อุปกรณ์ภายในบ้านให้กลายเป็นสิ่งต้องสงสัย ตรงนี้เป็นจุดเด่นของ เจมส์ วาน เขาจะใช้วิธีสร้างความไม่น่าไว้วางใจให้กับอุปกรณ์ต่างๆ ในชีวิตประจำวันของผู้ชม แล้วพอดูหนังจบกลับไปบ้านก็จะเก็บเอาไปหลอน ทำให้คิดไปถึงบรรยากาศในหนัง หมวกกล่อง Close Up และการปรากฏตัวกะทันหันของวิญญาณ หรือการสร้างบรรยากาศอึมครึม และมุกตลกสอดแทรกพักเบรกความอึดอัดในเรื่อง ข้อนี้เป็นจุดที่เพิ่มเติมมามากขึ้น โดยเฉพาะกับครอบครัวเพ็กกี้ เจมส์ วาน เลือกใช้เพลงของเอลวิส เพรสลีย์ แล้วให้ เอ็ดดี้ที่ดาร์ร็อกเพลงคลอ สร้างบรรยากาศแห่งความอบอุ่นที่เกิดภายในครอบครัว และทำให้เรารู้สึกถึงความน่ารักของครอบครัวเล็กๆ ครอบครัวนี้ ที่หากมีชีวิตอันปกติสุขพวกเขาคงจะมีความสุขมากทีเดียว ปิดจบด้วยเทปเสียง และรูปภาพจากเรื่องจริง ที่มาในตอนจบ (End Credit) ตรงนี้ช่วยกระตุ้นเร้าความจริงของเหตุการณ์ให้ดูมีมิติมากยิ่งขึ้น และนำไปค้นหาถึงข้อมูลอื่นๆต่อไป

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าภาพยนตร์ทั้ง 7 เรื่องในจักรวาลคอนเจอรัง มักมีโครงเรื่องที่จะเปิดประเด็นด้วยความขัดแย้งที่เกิดจากการถูกกดขี่ปีศาจคุกคาม และทำร้ายทั้งทางร่างกายและจิตใจ สร้างบาดแผลให้กับตัวละคร จนทำให้พวกเขาต้องหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถมาช่วยเหลือ หรือปราบปีศาจเหล่านั้นได้ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นหลักที่ผู้สร้างภาพยนตร์ต้องการจะสื่อ คือ การมุ่งประเด็นสถาบันครอบครัวเพราะความสัมพันธ์ภายในครอบครัวของมนุษย์ที่ละเอียดอ่อนและสะท้อนสังคมได้ชัดเจนมากที่สุด แต่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบภาพยนตร์สยองขวัญที่มีเรื่องราวลึกลับระหว่างโลกมนุษย์กับวิญญาณเป็นตัวเชื่อมกันภายในโครงเรื่องโดยระหว่างที่จะเกิดเหตุการณ์ก็จะมีการพูดถึงตัวละครปีศาจว่า ที่ไปทำไมเป็นอย่างไ ความต้องการคืออะไร แล้วจึงค่อยๆ พัฒนาความกลัวจนเกิดเป็นบรรยากาศที่น่าขนลุกอึดอัด ลุ้นระทึกไปกับตัวละครในเรื่อง จบท้ายด้วยการคลี่คลายปัญหาที่ประสบความสำเร็จไปด้วยดี แต่ก็จะมีการทิ้งปริศนาให้มีการเชื่อมโยงในเรื่องถัดไปด้วยเช่นกัน

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแก่นของเรื่องที่ภาพยนตร์ต้องการสื่อสารคือเรื่องของความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อพระเจ้าตามหลักทางศาสนาคริสต์ โดยแสดงให้เห็นแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายอย่างชัดเจน นั่นคือฝ่ายธรรมะ และฝ่ายอธรรม ความรัก ศีลธรรมจรรยา เรื่องเหนือความเป็นจริง ซึ่งสอดคล้องกับ Goodlad (1971, รักคานต์ วิวัฒน์สินอุดม, 2558) ที่กล่าวถึงแก่นเรื่องหรือประเด็น โดยหลักจะแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ความรัก (Love theme), ศีลธรรมจรรยา (Morality theme), แนวคิด (Idealism theme), อำนาจ (Power theme), การทำงาน (Career theme) และเรื่องเหนือความเป็นจริง (Outcast theme) สำหรับตัวละคร ก็



นับว่าเป็นผลงานที่โดดเด่น เพราะปีศาจหรือผีที่ปรากฏในแต่ละเรื่อง มีความน่ากลัว ความลึกลับ และถ่ายทอดออกมาได้ตรงตามยุคสมัยของเรื่องจริงที่หยิบขึ้นมานำเสนอสำหรับตัวละคร ก็นับว่าเป็นผลงานที่โดดเด่น เพราะปีศาจหรือผีที่ปรากฏในแต่ละเรื่อง มีความน่ากลัว ความลึกลับ และถ่ายทอดออกมาได้ตรงตามยุคสมัยของเรื่องจริงที่หยิบขึ้นมาเสนอ

ตารางที่ 2.1 สรุปรายชื่อผี/ปีศาจ ตัวละครหลักฝ่ายธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์ในจักรวาลคอนเจริง

ชื่อเรื่อง	ตัวละครผี
The Conjuring (2013)	แบทชีบ้า เซอร์แมน (Bathsheba Sherman), แอนนาเบลล์ (Annabelle)
Annabelle (2014)	เดอะ แรม (The Ram) สิ่งในตุ๊กตาแอนนาเบลล์ (Annabelle)
The Conjuring 2 (2016)	บิล วิลคินส์ (Bill Wilkins), แมชีวาลัค (Valak), ชายหลังงอ (The Crooked Man)
Annabelle Creation (2017)	เดอะ แรม (The Ram) สิ่งในตุ๊กตาแอนนาเบลล์ (Annabelle)
The Nun (2018)	แมชีวาลัค (Valak) แมชีโออาน่า (วิญญาณฝ่ายดี)
Annabelle Comes Home (2019)	เดอะ แรม (The Ram) สิ่งในตุ๊กตาแอนนาเบลล์ (Annabelle)
The curse of La Llorona (2019)	หญิงสาวรำไห่ลาโยโรนา (Llorona)

ความขัดแย้งยังมีประเด็นที่ค่อนข้างหลากหลายและน่าสนใจ ทั้งการขัดแย้งกับตัวเอง บุคคลอื่น กับธรรมชาติ ซึ่งก็จะเกิดขึ้นแล้วแต่สถานการณ์ในเรื่อง หรือการคลี่คลายปัญหาของตัวละครในเรื่อง The Conjuring 2 (2016) ที่มีการซ้อนทับของ 2 เรื่องราว ที่ไม่น่าเกี่ยวข้องกันแต่สุดท้ายกลายเป็นเรื่องเดียวกัน เป็นการใช้โครงสร้างของเรื่องเล่ามาใช้คลี่คลายปัญหาของตัวละคร ทำให้ไม่รู้สึกว่าน่าเบื่อหรือโดนยัดเยียดความรู้สึกแต่อย่างใดในขณะที่ได้รับชม และปะติดปะต่อเรื่องราวของภาพยนตร์สยองขวัญในจักรวาลคอนเจริง มีโครงสร้างของบทภาพยนตร์ที่สมประกอบครบถ้วนตามทฤษฎีของการเขียนบทภาพยนตร์

ตัวบทพูดของนักแสดงก็ไหลลื่นเข้ากับทุกตัวละคร แม้แต่ตัวละครที่เป็นภูติผีปีศาจก็ยังมีความเหมาะสม ไม่มาก ไม่น้อย ทำให้เกิดความสมจริง และส่งผลต่อจินตนาการของผู้รับชม

มุมมองของการเล่าเรื่อง มีการใช้วิธีที่หลากหลายในการสื่อสาร ทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้มุมมอง ความคิด และอารมณ์ของตัวละครได้อย่างหลากหลาย รู้สึกกดดันไปกับตัวละคร และผ่อนคลายตามเมื่อเหตุการณ์นั้นผ่อนคลายลง



ในเรื่องของการใช้สัญลักษณ์นั้น สื่อสารด้วยภาพและเสียงออกมาตรง ๆ เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน โดยมีการใช้สัญลักษณ์แทนหลากหลายรูปแบบเพื่อแทนความหมายที่ต่างกันภายในเรื่อง เช่น ไม้กางเขน พิธีกรรม หรือ สัญลักษณ์ที่เกิดจากท่าทาง อาการ เสียง ของบุคคลที่กำลังโดนปีศาจสิงร่าง หรือช่วงจังหวะเวลาที่ปีศาจกำลังจะปรากฏตัว เป็นต้น

จากการศึกษาเทคนิคการเล่าเรื่องในการสร้างความกลัวให้กับผู้ชม พบว่า ภาพยนตร์สยองขวัญในจักรวาลเดอะคอนเจริงทั้ง 7 เรื่อง มักใช้จังหวะความเงียบในการสร้างความกลัว หวาดระแวง เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมเกิดความกดดันกับสถานการณ์ในขณะนั้น และเกิดการคาดเดาว่าจะเกิดอะไรขึ้น หรือการใช้เทคนิค Jump Scare คือการทำให้ผู้ชมตกใจกลัวโดยไม่มีสัญญาณเตือนให้เดาทางออก ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ Michael McGlasson (2555 อ้างใน นฤชิต เสงฆ์พัฒนาภา และ ปรีดา อัครจันทโชติ, 2560) ที่ระบุไว้ว่า ความน่าสยองกลัว เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของเรื่องสยองขวัญ มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ ความกังวล ความคาดหวัง และความไม่แน่นอน นอกจากนี้ ภายในภาพยนตร์แต่ละเรื่องยังมีการปรากฏตัวของตัวละครผีหรือปีศาจ ที่มีบทบาทเพียงไม่มาก นอกเหนือจากตัวละครหลักแต่สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความคาดหวังว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตัวละครเหล่านั้นหรือไม่ภายในอนาคต จึงนำไปสู่การติดตามและรอคอยภาคต่อๆ ไป ของภาพยนตร์ที่จะเกิดขึ้นในจักรวาลคอนเจริง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลวิจัย

1. ควรทำการศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติมในเรื่องของโครงสร้างของตัวบท และวิเคราะห์ตัวละครที่ละตัวไปเลยว่า แต่ละตัวมีมุมและต้องการถ่ายทอดอะไร โดยเน้นไปที่ตัวละครครอบครัว และตัวละครภูตผีปีศาจ
2. ควรศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมเพิ่มเติม ด้านมุมมองและทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์ในจักรวาลเดอะคอนเจริงทั้ง 7 เรื่อง



บรรณานุกรม

- นฤชิต เสงวัฒนาอาภา และ ปรีดา อัครจันทโชติ. (2560). *การใช้เสียงเพื่อสร้างความรู้สึกลัวในหนังผีไทย*. {ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์}. วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 35 ฉบับที่ 1
- นุจรินทร์ จีรัตน์บรรพต. (2563). *วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องและภาษาภาพยนตร์สยองขวัญที่กำลังโด่งไخمส์ วาน*. {ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์}. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2, 52-61.
- บุญยง พูลทรัพย์. (2561). *องค์ประกอบของบทภาพยนตร์*. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2564, จาก <file:///C:/Users/USER/Downloads/องค์ประกอบของภาพยนตร์.pdf>
- รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2558). *การเขียนบทภาพยนตร์บันเทิง (พิมพ์ครั้งที่1)* กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิสิฐ อรุณรัตนานนท์. (2552). *การวิเคราะห์แนวทางการนำเสนอภาพยนตร์แนวสยองขวัญ*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ คณะจิตรศิลป์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- Longmaadoo. (2019). *ภาพยนตร์เรื่องแรกของโลก*. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2564 , จาก <https://www.longmaadoo.com/ภาพยนตร์เรื่องแรก/>
- Prepanod Nainapat. (2018). *The Conjuring Universe มีอะไรในจักรวาลคนเรียกผี*. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2564 , จาก <https://thematter.co/entertainment/possession-into-the-conjuring-universe/59025>
- University of Turku. (2020). *Horror movies manipulate brain activity expertly to enhance excitement*. ScienceDaily. Retrieved on 6 June 2021 from <https://emotion.utu.fi/neuroscience-of-horror-movies/>



การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวข้างบางกะเจ้า
สู่ความยั่งยืน จังหวัดสมุทรปราการ

The Usage of communication to Create participation in conservation and development
of Green area towards sustainability of Khung Bang Krachao, Samut Prakan Province

ภวิษย์กันฐพร มงคลชาติ¹

สุภาภรณ์ ศรีดี^{1,2}

กานต์ บุญศิริ^{1,2}

บทคัดย่อ

การศึกษาด้านการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวข้างบางกะเจ้าสู่ความยั่งยืน จังหวัดสมุทรปราการ พบว่ามีปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนการสื่อสารและเอื้อต่อการดำเนินการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ข้างบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ อุดมการณ์และจิตสำนึก ความน่าเชื่อถือ การใช้ช่องทางการสื่อสาร กิจกรรมปลูกกระบวนนิเวศ 3 น้ำและ สันทนาการ ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ความร่วมมือจากเป้าหมายหลัก และบริบทแวดล้อมทางสังคม เมื่อนำเอาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรมาเชื่อมโยงและประกอบเข้าด้วยกัน จึงเห็นได้ว่าในแต่ละปัจจัยนั้นมีความเกี่ยวเนื่องกันอยู่ เพราะนอกจากจะ สอดคล้องกับสภาพสังคม ประเด็นทางสื่อมวลชนแล้วยังตอบสนองต่อกระแสการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ดังนั้นปัจจัยที่เสนอมาข้างต้นจึงเป็นแรงส่งที่ทำให้เกิดการสนับสนุนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมข้างบางกะเจ้า

คำสำคัญ : การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม, การอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวอย่างยั่งยืน

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชานวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช nuao9898@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ที่ปรึกษาหลัก สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช caasssup@yahoo.com



Abstract

The study of communication to create participation in conservation and development of green area in Kung Bang Krachao indicates that factors contributing to reinforce communication and support management of communication to create participation for conservation and development of Krung Bang Krachao comprise of two elements which are internal and external factors.

Internal factors are ideology, consciousness, trust, use of communication channels, activities to build three types of aquatic ecosystems [Freshwater, Marine and Brackish] and recreation. External factors are cooperation from target group and social context. From integrating and combining internal and external factors, it indicated that each factor is related to each other. In addition, that it is consistent with social condition and media issues; it also matches with the trend of social activities. Therefore, the above-mentioned factors are the driving force which create participation in conversation of natural resources and environment of Kung Bang Krachao



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารนับได้ว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ โดยหลักคือ ใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลระหว่างกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันและเกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของคนในสังคมทุกระดับ ในการคิดและลงมือปฏิบัติภารกิจต่างๆ ร่วมกัน นับตั้งแต่การสนับสนุนให้มีการหันหน้าเข้าหากัน สื่อสารกัน รับฟังและได้ยินความคิดเห็นของกันและกันอย่างเข้าใจ ฝึกวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ของสังคมร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ในชุมชนและสังคมอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน ตลอดจนมีการสะท้อนให้เห็นคุณค่าของตนเองและการรับผิดชอบต่อกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ทั้งนี้การสื่อสารนั้นเป็นประโยชน์อย่างมากต่อบุคคล สังคมและองค์กร การสื่อสารเพื่อสร้างการมีร่วมนั้นทำให้ บุคคลสามารถได้รับรู้ ได้คิด และได้ทราบความต้องการของบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่การสื่อสารที่เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยสังคมในประเทศไทยนั้นต้องใช้การสื่อสารทั้งสิ้น

การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสื่อสารในระบบเปิด ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชนหรือองค์การในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรม ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งการมีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่เปิดโอกาส ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมการดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันของกลุ่มและเป็นการเสริมสร้างความสามัคคี ความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วยการศึกษาคำจำกัดความและแนวคิดข้างต้น จึงอาจสรุปความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในความหมายกว้างได้ว่า หมายถึงการทำงานร่วมกันกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากรและมีความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำ โดยกลุ่มให้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณา การตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชนเอง การมีส่วนร่วมจึงเป็นหัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มและเป็นการเสริมสร้างความสามัคคี ความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย

การดำเนินการสื่อสารขององค์กรมีความสำคัญต่อชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการใช้รูปแบบการสื่อสารของ “การสื่อสารองค์กร” (Organizational Communication) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรทั้งภายในองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2558, น.38-40) และการสื่อสารองค์กรเป็นหัวใจหลักในการบริหารจัดการองค์กร โดยมีช่องทางการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่จำเป็นในการบริหารจัดการ (พรรณปกร โพธิ์คงและคณะ, 2554, น.50) และต้องดำเนินการในด้านต่าง ๆ อย่างมีขั้นตอน โดยมีรูปแบบและวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น ใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ทั้งในลักษณะแบบเป็นทางการ (formal communication) ลักษณะไม่เป็นทางการ (informal communication) ทิศทางจากบนลงล่าง (downward communication) ทิศทางจากล่างขึ้น



บน (upward communication) รวมทั้งทิศทางในแนวนอน (horizontal communication) ควบคู่ไป กับวิธีการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่นสื่อบุคคล สื่อ ประชาสัมพันธ์ สื่อกิจกรรม และสื่อสารมวลชน เป็นต้น นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา ทำให้การวิเคราะห์ผลกระทบอันเกิดจากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป เพื่อการปรับตัวได้ทัน ตามระยะเวลาและเหตุการณ์ จึงต้องทำการศึกษาข้อมูลให้ครบถ้วนในทุกมิติ แล้วนำมาเป็นปัจจัยในการ วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ให้สอดคล้องกับบริบทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในพื้นที่ เพื่อ เป้าหมายในการสร้างการมีส่วนร่วม ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นและทำให้เกิดความไว้วางใจต่อกันโดยใช้ กระบวนการมีส่วนร่วมในการรับฟังข้อมูล ความกังวลใจและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนของคั้งบาง กะเจ้า เพื่อเข้าไปถึงประเด็นปัญหาที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกัน เพื่อจะได้นำไปสู่การ แก้ไขปัญหาด้วยการพัฒนาร่วมกันทั้งระบบ ทั้งการพัฒนาจากประชาชนในพื้นที่เองและการพัฒนาจาก ผู้รับผิดชอบโครงการ เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติและยั่งยืน (บ้านปู รายการเพื่อการ พัฒนาที่ยั่งยืน,2555,น.5,15)

การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทำให้บุคคลสามารถได้รับรู้ ได้คิด และได้ทราบความต้องการของ บุคคล ซึ่งจะนำไปสู่การสื่อสารที่เข้าใจถูกต้อง โดยสังคมในประเทศไทยนั้นต้องใช้การสื่อสารทั้งสิ้น แต่ เนื่องจากในระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา การพัฒนาระบบนิเวศพื้นที่สีเขียวบริเวณดังกล่าว ทั้งการทำงานด้าน การอนุรักษ์และการพัฒนาในคั้งบางกะเจ้า มีลักษณะเป้าหมายมุ่งทางด้านความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดย “แยกกันดำเนินการ” ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน “ไม่มีระบบการประสานความ ร่วมมือที่เป็นองค์รวม ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริงและเน้นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยขาด การติดต่อสื่อสารและกระบวนการสื่อสารที่ดี ไม่มีการส่งเสริมหรือสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ เข้ามามีบทบาทในการดำเนินการ ในการร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วม ตัดสินใจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ คุณค่าทางคุณธรรม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่ยั่งยืน” โดยเฉพาะการเกษตรที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติของคั้งบางกะเจ้า และไม่มีกรอบกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาที่ ชัดเจนในทั้งสามมิติ (สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม แม้ว่าคั้งบางกะเจ้าจะได้ถูกประกาศให้เป็นพื้นที่อนุรักษ์สีเขียว และได้รับการคุ้มครองภายใต้ประมวลกฎหมายว่าด้วยผังเมืองหลายฉบับ แต่พื้นที่สีเขียวแห่งนี้ก็ถูกบุกรุกและคุกคามอย่างหนักจากกระแสนการพัฒนาของสังคมเมืองและราคาที่ดินที่เพิ่มขึ้นจากเดิมหลายเท่าตัวจน ทำให้คั้งบางกะเจ้าเปลี่ยนแปลงสภาพไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งล่าสุดพื้นที่สีเขียวคั้งบางกะเจ้าลดลงเหลือเพียง ร้อยละ 58 ของพื้นที่ทั้งหมดเท่านั้น (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2560) ดังนั้น ล่าสุด มติคณะรัฐมนตรี ได้รับการอนุมัติหลักการร่างกฎกระทรวงกำหนดให้พื้นที่ตำบลทรงคนอง ตำบลบางกระสอบ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางยอ ตำบลบางกะเจ้า ตำบลบางกอบัว อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เป็นเขตพื้นที่ คุ้มครองสิ่งแวดล้อม เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2559



บทความวิชาการนี้ขอกล่าวถึงการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวข้างกะเจ้าสู่ความยั่งยืน จังหวัดสมุทรปราการในการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ ซึ่งประกอบด้วย ระบบนิเวศน้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย ที่อยู่ในฝั่งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารขององค์การหมายถึงการส่งเสริมสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมโครงการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ในการร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ปัญหา ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการร่วมตัดสินใจ ร่วมติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน รวมทั้งร่วมรับผลประโยชน์หรือผลกระทบจากการพัฒนา โดยผู้ศึกษามีความสนใจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อให้มีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ตามความหมายดังกล่าวข้างต้น คือ องค์การบริหารส่วน 6 ตำบล ในฝั่งบางกะเจ้ามีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาชุมชนของตนเอง โดยให้ความสำคัญการสร้างความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่ในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมพัฒนา โดยเฉพาะการบริหารท้องถิ่นซึ่งเป็นเครื่องมือหรือกระบวนการที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล และเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้้องค์การบริหารส่วนตำบลมีความสามารถในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะองค์การบริหารส่วนตำบลเจริญก้าวหน้า และมีความสามารถรับใช้ประชาชนในการอำนวยความสะดวกและความผาสุกให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้มากขึ้น ย่อมขึ้นอยู่กับการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลที่สนองตอบความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมจากประชาชนในการเสนอสภาพปัญหาของท้องถิ่นด้วย

จากความสำคัญการใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมและแก้ปัญหาดังที่กล่าว มาแล้วข้างต้นนั้น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวข้างกะเจ้าสู่ความยั่งยืน จังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาอาชีพให้กับคนในชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีมิติที่กว้างขึ้นครอบคลุมทั้งกาย ใจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน สามารถพึ่งตนเองได้ และทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวางส่งผลให้เศรษฐกิจในชุมชนเกิดการพัฒนามีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผู้ศึกษาในฐานะประชาชนเป็นส่วนหนึ่งขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในฝั่งบางกะเจ้า พบว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมนั้นเกิดการแยกกันดำเนินงาน ขาดการสื่อสาร ขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของผู้เข้ามาดำเนินงานในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และที่ผ่านมามีประชาชนบางส่วนยังไม่มี ความรู้ ความเข้าใจ และยังไม่ได้เข้ามามีการมีส่วนร่วมของประชาชน เท่าที่ควรโดยในขั้นตอนการมีส่วนร่วมนั้นผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำชุมชนเกือบทั้งหมด ผู้ศึกษาคาดว่า ผลการศึกษาจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการบริหารงาน การดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่จะดำเนินการพัฒนา ร่วมกันระหว่างประชาชน กลุ่มผู้นำชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลใน 6 ตำบล ให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น โดยมีความร่วมมือในทิศทางเดียวกันอย่างแท้จริงเพื่อจุดประสงค์เดียวกันในการอนุรักษ์และพัฒนาฝั่งบางกะเจ้าอย่างยั่งยืนและตอบสนองความต้องการของประชาชน ให้ได้รับผลประโยชน์มากที่สุด



แนวคิดการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสื่อสาร สามารถพิจารณาได้จากการมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2553) ดังนี้ (1) เป้าหมายของการสื่อสาร (2) ลักษณะของการสื่อสาร (3) ใครคือผู้ส่งสาร (4) ประเภทของเนื้อหาสาร (5) ประเภทของช่องทางการสื่อสาร (6) ผู้รับสารและการมีปฏิสัมพันธ์ย้อนกลับ นอกจากนี้ระดับของการมีส่วนร่วมในการสื่อสารสามารถกระทำได้หลายระดับโดยหลักๆ มี 3 ระดับ โดยเรียงจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในฐานะของผู้รับสาร (2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร และ (3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนกำหนดนโยบาย โดยการมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมดำเนินการในโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของประชาชน ถือได้ว่าเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ และกระบวนการผสมผสานหรือบูรณาการ ความคิดเห็น การตัดสินใจ การทำงาน ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันของปัจเจกบุคคลและหน่วยงาน ในลักษณะเป็นกลุ่ม เป็นคณะมากกว่าการทำงานคนเดียว กระบวนการที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสที่ได้รับแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขามี แสดงออกในสิ่งที่เขาต้องการ แสดงออกซึ่งปัญหาที่เผชิญ และแสดงออกซึ่งวิธีการจากการศึกษาพบว่ามียุทธศาสตร์ร่วมกันที่มีส่วนสนับสนุนการสื่อสารเพื่อการดำเนินการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมเพื่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจังหวัดสมุทรปราการ สามารถแบ่ง ออกเป็น 2 ปัจจัยหลักด้วยกันคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร

องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในจังหวัดสมุทรปราการมีจุดเด่นที่แกนนำ คือผู้บริหาร เป็นผู้นำทางความคิด และมีความน่าเชื่อถือ สามารถเป็นศูนย์กลางในการจัดการให้เกิดการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมจังหวัดสมุทรปราการและแก้ปัญหาต่างๆ ทำให้ทุกฝ่ายเห็นความสำคัญ จึงเกิดการ สนับสนุนและมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมจากกลุ่มเป้าหมายหลักอันได้แก่ หน่วยงานราชการทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน สื่อมวลชนท้องถิ่น และสื่อมวลชน ส่วนกลาง นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สาธารณชนผู้สนใจเรื่องการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ ถ้าพิจารณาตาม แนวคิดกระบวนการสื่อสารตรงกับกาญจนา แก้วเทพ (2559) กล่าวว่า การสื่อสารที่มีสื่อบุคคล เป็นสื่อกลางนั้น สามารถเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างกันและกันได้ทันที เนื่องจากกระบวนการสื่อสารนี้เป็นไปในรูปแบบของการเห็นหน้าเห็นตากัน และเกิดการสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นระยะๆ ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ผ่านสื่อบุคคลซึ่งได้เห็น หน้าค่าตากันนี้ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิด และพึ่งพาอาศัยกันระหว่างปัจเจกบุคคล ก่อให้เกิด ความรู้สึก “ไว้วางใจ” ในท้ายที่สุด จึงกล่าวได้ว่า “สื่อบุคคล” เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่าง จากสื่ออื่นๆ ตรงที่เป็น “สื่อที่เกิดขึ้นบนปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้ากัน”

เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ซึ่งเรียบเรียงโดย ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2559) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องเกิดขึ้นภายใต้การ ออกแบบระบบสนับสนุนต่างๆ



และกำหนดบทบาทให้บุคคลกลุ่มหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน กระบวนการมีส่วนร่วมให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังตรงกับแนวคิดการระดมพลัง สังคม (Social Mobilization) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) กล่าวว่า การระดมพลัง สังคมให้ความสำคัญกับการประสานความร่วมมือกับกลุ่มพันธมิตรจากทุกภาคส่วนในสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชน ตลอดจนกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนด ทิศทางการพัฒนาบนพื้นฐานความยั่งยืนและพึ่งตนเอง

กลวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มบุคคลในพื้นที่นั้น องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า ได้ใช้กลวิธีแบบการ สื่อสารไม่เป็นทางการ โดยจัดการประชุมกลุ่มเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูลเพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผู้บริหารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งทิศการไหลของสารเป็นแบบสองทาง (Two-way Communication) และ เป็นแนวระนาบ (Horizontal) ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองเชิงพิธีกรรม ของ กาญจนา แก้วเทพ (2557) กล่าวว่า กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมต้องประกอบไปด้วย การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับ สาร ความสำคัญอยู่ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องทำความเข้าใจซึ่งกันและ กัน ทิศการไหลเป็นแบบสองทาง และเป็นแนวระนาบ บทบาทของผู้ส่งและผู้รับต้องสลับสับเปลี่ยนกันไม่มีการผูกขาด หลังจากการสื่อสาร สิ้นสุดแล้ว ทั้งผู้ส่งและผู้รับความคิดเห็นจะแลกเปลี่ยน ข่าวสารและความคิดเห็นของกันและกัน

นอกจากนี้องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้ายังใช้การสื่อสารการสื่อสารสองทาง อย่างเป็นทางการ โดยการ ทำจดหมายขอเข้าพบกับผู้ว่าราชการจังหวัด เพื่อพูดคุยและปรึกษาเพื่อหาทาง ออกในการ แก้ไขปัญหาระบบนิเวศ 3 น้ำเสื่อมโทรม โดยผู้บริหารได้แสดงบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการ สื่อสารเรื่องราว ดังนั้นการสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการจึงเป็นการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจ ร่วมกันได้ดีที่สุด เช่นเดียวกับแนวคิด การสื่อสารสองทาง (Two way Communication) หมายถึง การ สื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่ผู้รับสารได้รับ ข้อมูลแล้วก็ส่ง ข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่ง สารและผู้รับสารต่างก็ สามารถรับและข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถาม ข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มี การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกัน ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงานไปได้ด้วยดี รวมทั้งยังสอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึง บทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่ง สารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนด ไว้ชัดเจน อาจจะเป็นการสื่อสาร ที่ใช้ลายลักษณ์อักษร หรือไม่ใช้ลายลักษณ์อักษรก็ได้ ในกรณีนี้ผู้บริหารยัง รับบทบาทเป็นผู้ เชื่อมต่อ (connector) และสร้างให้ผู้ว่าราชการจังหวัดได้กลายมาเป็น ผู้เชื่อมต่อ (connector) ให้กับชุมชนอีกด้วยเพื่อหาแรงสนับสนุน และแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อไป ตรงกับกฎข้อ 1 บุคคล จำนวนน้อยเป็นผู้สร้างกระแส (the law of the few) Gladwell ประการสำคัญที่นำไปสู่จุดพลิกผัน (The



Tipping Point) (ศรีลัดดา อุทยานรัตน์, 2555) คือ เป็น ผู้เชื่อมต่อ (connector) ต้องเป็น ผู้ที่มีเครือข่ายกว้างขวาง สามารถแพร่ขยายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

หากพิจารณาถึงองค์ประกอบหลักตามแนวคิดกระบวนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์แล้ว จะ พบว่า รูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่งบางกะเจ้ามีวัตถุประสงค์หลัก (purposive) ที่เป็นแนวทางที่สำคัญในการ สร้างประสิทธิผลที่ชัดเจนทางด้านการสื่อสาร ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารณรงค์ ไปยัง กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้การรณรงค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือ สมเด็จพระเทพฯ ท่านเป็นศูนย์ รวมจิตใจของพสกนิกร ซึ่งนำมาสู่การตื่นตัวในการฟื้นฟูระบบนิเวศ 3 น้ำ และรับรู้รับทราบในข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ

เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิด การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) (อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) ได้เรียบเรียงไว้ว่า การออกแบบโครงการ การดำเนินการ และการควบคุม โครงการ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเพิ่มความเป็นไปได้ในการกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการ ยอมรับและตอบสนองสูงสุดต่อโครงการ อันนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลและสังคม ดังนั้นศูนย์ อนุรักษ์ฯ โดยมีผู้บริหารเป็นแกนนำ ได้พัฒนาการมีส่วนร่วมการปลุกกระบบนิเวศ 3 น้ำ เป็นโปรแกรม (package) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (consumer oriented) การพัฒนาในเรื่องนี้สามารถฟื้นฟูระบบนิเวศ 3 น้ำ และชาวบ้านต.คิ่งบางกะเจ้าก็มีรายได้เพิ่ม จากโปรแกรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงองค์ประกอบเชิงการสื่อสาร ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล สื่อ (Media) หรือ ช่องทางการสื่อสารต่างๆ มีความสำคัญในการนำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลจาก การศึกษาพบว่า ผู้ที่มีบทบาทในการเป็นผู้ส่งสารให้สาธารณชนได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับศูนย์ อนุรักษ์ฯ มิได้มีแค่กลุ่มแกนนำ เท่านั้น แต่ผลจากการ สื่อสารด้วยวิธีต่างๆ ของผู้ส่งสารหลักดังกล่าว ทำให้กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ สื่อมวลชน นักท่องเที่ยว หน่วยงานต่างๆ ที่สนใจร่วมกิจกรรม ก็ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่งบางกะเจ้าต่อสาธารณชนวงกว้างอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัย ปาริชาติ สถาปิตานนท์และ คณะ (2556) กล่าวว่า การนำเสนอประสบการณ์ตรงของผู้เผชิญปัญหา หรือการให้บุคคลที่น่าเชื่อถือเป็นผู้พูด และเน้นการสื่อสารในประเด็นที่ใกล้ตัว กล่าวคือ เปลี่ยนจากเป้าหมายหลัก เป็นพันธมิตร และเป็นโฆษก (spokesperson) เพื่อเป็นการสร้าง “Credibility” ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่งบางกะเจ้า เกิดความน่าเชื่อถือกับสาธารณชนได้เป็นอย่างดีนอกจากนี้ การสื่อสารในลักษณะปากต่อปาก (Word of Mouth) ยังมีส่วนสำคัญอย่าง มากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่งบางกะเจ้าในวงกว้างอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ดังที่ Elihu และ Paul Larzarfeld ได้กล่าวว่า การตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือการสนับสนุน มิใช่ อาศัยแค่อิทธิพลจากสื่อมวลชนอย่างเดียว แต่มาจากการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับ และมี ความเชื่อถือมากกว่า ซึ่งความผูกพัน ใกล้ชิดส่งผลให้เรื่องราวต่างๆ สามารถแพร่กระจายได้อย่าง รวดเร็ว (อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551)



ผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุนกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ คับบางกะเจ้าออกเป็น 2 ปัจจัยหลักด้วยกันคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ความสนใจและนำเสนอข่าวกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคับบางกะเจ้าอย่างต่อเนื่อง เกิดมาจากกระแสสังคมที่สนใจในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งทำให้ สื่อมวลชน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง ต่างติดต่อมาทางขอทำข่าวกับทางองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคับบางกะเจ้าเอง โดยที่ทางศูนย์ไม่ได้ส่งข่าวเพื่อให้อำนวยความสะดวก การนำเสนอเรื่องราวของสื่อมวลชนดังกล่าว เป็น การทำหน้าที่ Gate keeper ในการเลือกเนื้อหาเรื่องราวที่จะนำเสนอ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ตั้งข้อสังเกตว่า เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้สื่อมวลชนสนใจนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคับบางกะเจ้า เนื่องจาก รูปแบบของศูนย์และกิจกรรม ที่มีลักษณะเป็นรูปแบบแปลกใหม่ และมีการแก้ปัญหาในระดับสังคม ซึ่งตรงกับแนวคิด การกำหนดวาระ (Setting the Agenda) (อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) ที่กล่าวถึง การแสวงหาวิถีทางในการทำให้ประเด็นปัญหาปรากฏเป็นวาระใน สื่อมวลชน ปัจจัยสนับสนุนกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ คับบางกะเจ้าออกเป็น 2 ปัจจัยหลักด้วยกันคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร จากการศึกษพบว่า จุดเด่นของปัจจัยภายในองค์กร มีอยู่ด้วยกัน 4 ประการได้แก่ อุดมการณ์และจิตสำนึก ความน่าเชื่อถือ การใช้ช่องทางการสื่อสาร กิจกรรมปลูกกระบบนิเวศ 3 น้ำ และ สันทนาการ ดังนี้

1. ปัจจัยภายในองค์กร

ด้านอุดมการณ์และจิตสำนึก

อุดมการณ์ในการทำงานของผู้บริหาร แกนนำขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคับบางกะเจ้า ที่มองเห็นคุณค่าของ สิ่งที่ทำ และจิตสำนึกสาธารณะ ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีศรัทธา อุทิศตน และเสียสละเพื่อ ประโยชน์ส่วนรวม มีความอดทนต่ออุปสรรค ไม่เห็นแก่ตัวหรือมุ่งหาผลกำไรส่วนตัว โดยยกเอา การทำงานของศูนย์อนุรักษ์บึงหน้า โดยทำหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้ เป็นเสมือนผู้ส่งข่าวสาร ให้แก่ ผู้ที่สนใจทั่วไป ซึ่งปัจจัยนี้นอกจากจะเป็นรากฐานที่มีอยู่ในตัวของผู้บริหาร ยังเป็น แบบอย่างที่ดีและส่งผลไปถึงสังคมในการสร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้นด้วย ซึ่ง สอดคล้องกับจุมพล รอดคำดี (2532) ที่ว่าการกระตุ้นและให้เป็นมโนภาพและความรู้แก่ ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ก่อให้เกิดความสนใจในสิ่งต่างๆ และเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน และสิ่งที่ควรจะเป็นในอนาคตว่าควรจะดีกว่าปัจจุบัน เช่นเดียวกับองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคับบางกะเจ้า ที่ ช่วยกระตุ้นและให้ความรู้แก่สมาชิก และประชาชนผู้สนใจ ให้เห็นถึงปัญหาการเสื่อมโทรมของป่า ชายเลนและประโยชน์ของระบบนิเวศ 3 น้ำ และสามารถทำให้เกิดได้อย่างเป็นรูปธรรม



ด้านความน่าเชื่อถือ

ผู้บริหารและและแกนนำขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า และสามารถนำชาวบ้านหาแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ จึงมีผลทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในสายตาของ ชาวบ้าน และสาธารณชน ประกอบกับที่ผู้ใหญ่ดำเนินการแก้ปัญหาด้วย “ใจ” ทำให้เป็นที่ยอมรับ รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เป็นสิ่งที่ช่วยพิสูจน์ให้เห็นและนำมาซึ่งความไว้วางใจและความ น่าเชื่อถือขององค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า ก่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีและนำมาซึ่งความสัมพันธ์ที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1971) ที่ได้กล่าวว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นบ่อยครั้ง มี ประสิทธิภาพและ เป็นไปด้วยความราบรื่น เมื่อผู้ร่วมสื่อสารมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่นเดียวกับ Schramm (1960) กล่าวว่า การที่ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกัน การสื่อสารก็จะ สะดวก ปังจัยด้านความน่าเชื่อถือของ องค์การนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ ส่งสาร ซึ่งพัฒนาโดย Berlo (1966) ได้สรุปปัจจัย ที่ผู้รับสารใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ ส่งสาร ในด้านของคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification factor) ได้แก่ การมีประสบการณ์ด้าน ได้ด้านหนึ่ง มีความชำนาญ มีความสามารถ และมีเชี่ยวชาญ ซึ่ง สามารถเทียบเคียงกับ ผลการวิจัยของปิยนุช พุทธิรัตน์ (2555) ที่พบว่า แกนนำเป็นบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่ ดี มีความรู้ ความสามารถ และที่สำคัญคือมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือจะสามารถชัก จูงใจได้ดีกว่าผู้ส่งสารที่มีความเชื่อถือต่ำ

ด้านการใช้ช่องทางการสื่อสาร

องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า มีกระบวนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมให้ บรรลุเป้าหมาย โดยคำนึงถึง หลักสำคัญ คือ ให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบในกิจกรรมของศูนย์อนุรักษ์ และ กระตุ้นให้ กลุ่มเป้าหมายรู้สึกกระขยระบบนิเวศ 3 น้ำ โดยใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อเผยแพร่และทำความเข้าใจ ในเนื้อหา และเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารได้มากที่สุด เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อใหม่ สอดคล้อง กับเกศินี จุฑาวิจิตร (2550) กล่าวว่า การใช้สื่อผสม (Media mix หรือ Multi-media approach) เป็นการ เลือกช่องทางการสื่อสารหลายๆ ช่องทางมาใช้ร่วมกันในการส่งสารไปยัง ผู้รับสาร โดยคำนึงถึงความ เหมาะสมและความพยายามที่จะจัดให้สอดคล้องและเสริมซึ่งกัน และกัน

ด้านการส่งเสริมกิจกรรมปลูกกระบวนนิเวศ 3 น้ำ

การแก้ปัญหาระบบนิเวศ 3 น้ำเสื่อมโทรม โดยผู้บริหารได้แสดงบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับ สารในการ สื่อสารเรื่องราว ดังนั้นการสื่อสารสองทางอย่างเป็นทางการจึงเป็นการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจ ร่วมกันได้ดีที่สุด เช่นเดียวกับแนวคิด การสื่อสารสองทาง (Two way Communication) หมายถึง การ สื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับ ข้อมูลแล้วก็ส่ง ข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่ง สารและผู้รับสารต่างก็ สามารถรับและข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถาม ข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มี การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกัน



ในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินงานไปได้ด้วยดี รวมทั้งยังสอดคล้องกับ แนวคิดการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึง บทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่ง สารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนด ไว้ชัดเจน อาจจะเป็นการสื่อสาร ที่ใช้ลายลักษณ์อักษร หรือไม่ใช้ลายลักษณ์อักษรก็ได้ ในกรณีนี้ผู้บริหารยัง รับบทบาทเป็นผู้ เชื่อมต่อ (connector) และสร้างให้ผู้ว่าราชการจังหวัดได้กลายมาเป็น ผู้เชื่อมต่อ (connector) ให้กับชุมชนอีกด้วยเพื่อหาแรงสนับสนุน และแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อไป ตรงกับกฎข้อ 1 บุคคล จำนวนน้อยเป็นผู้สร้างกระแส (the law of the few) Gladwell ประการสำคัญที่นำไปสู่จุดพลิกผัน (The Tipping Point) (อ้างถึงในศุภวุฒิ สายเชื้อ, 2556) คือ เป็น ผู้เชื่อมต่อ (connector) ต้องเป็น ผู้ที่มีเครือข่าย กว้างขวาง สามารถแพร่ขยายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

ด้านสันตนาการ

ผู้ศึกษาได้พบว่าการสื่อสารที่สำคัญอีกลักษณะหนึ่งคือองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่ง บางกะเจ้าได้จัดขึ้นและประสบ ความสำเร็จ คือ การออกแบบกิจกรรมโดยเน้นที่ความง่ายในการร่วมกิจกรรม ผู้บริหารจะเป็น ผู้สนับสนุนจัดหาถ้าไม่มาปลูก ทำกับข้าวเลี้ยงชาวบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับปาริชาต สถาปิตานนท์ (2551) ได้เรียบเรียงเกี่ยวกับ แนวคิดการระดมเพื่อสังคม (Social Mobilization) การออกแบบและ การริเริ่มกิจกรรม (Design and Initiation) เป็นการวางแผนกิจกรรม และแสวงหาแนวทางในการ สร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน การดำเนินกิจกรรม (Implementation) เป็นการร่วมมือ ของชุมชน มีการ ปรับปรุงแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในท้องถิ่น และขยายการมีส่วนร่วมของ สมาชิกในชุมชนให้กว้างขึ้น ในกรณีนี้ผู้บริหารยังเล่นบทบาทเป็น ผู้สนับสนุน (Facilitator) ตรงกับแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมใน การพัฒนาชุมชน ซึ่งเรียบเรียงโดย ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2559) กล่าวว่า การดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จำเป็นต้องเกิดขึ้นภายใต้การออกแบบ ระบบสนับสนุนต่างๆ

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร จากการศึกษาพบว่า จุดสำคัญของปัจจัยภายนอกองค์กร มีอยู่ ด้วยกัน 2 ประการได้แก่ ความร่วมมือจากเป้าหมายหลัก และ บริบทแวดล้อมของกระแสการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ

ด้านความร่วมมือจากเป้าหมายหลัก

จากการศึกษาพบว่าองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคิ่งบางกะเจ้า มีความมุ่งมั่นในการ พัฒนาฟื้นฟูระบบนิเวศ 3 น้ำให้กลับคืนสู่ สภาพสมบูรณ์อย่างเป็นรูปธรรม โดยไม่ได้หวังผลประโยชน์อื่นใดตอบแทน และมีความแปลก ใหม่ในการดำเนินกิจกรรม และได้พัฒนากิจกรรมออกมาเป็นโปรแกรมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (package) ตามความต้องการของผู้สนใจสนับสนุน (need oriented) นอกจากนี้ศูนย์ ยังทำ หน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ต่างให้กับกลุ่มผู้มาร่วมกิจกรรมการปลูกป่าชาย เลน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นผลทำให้สร้างความเลื่อมใส และทำให้หลายๆ ภาคส่วนเข้า มามีส่วนร่วม



องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับ งานวิจัยดวงแข บัวประโคน และคณะ เรื่องการใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่ม ละคร มะขามป้อม(อ้างอิงในปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2559) กล่าวว่า เครื่องมือในการทำงานพัฒนา ชุมชน จะต้องมึลักษณะที่มีความยืดหยุ่นสูง (flexibility) การดำเนินกิจกรรมต้องปรับให้สอดคล้องกับ ความ ต้องการ ความพร้อมหรือบริบทของชุมชน (need oriented) นอกจากนี้การสร้าง ความสมดุลในการ ประสานความต้องการของทุกฝ่ายรวมทั้งตนเองให้เหมาะสมและเป็นผู้ ประสานหรือผู้อำนวยความสะดวก (facilitators) ให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ขึ้นในชุมชน มากกว่าจะเป็นผู้ กำหนดหรือผู้วางนโยบาย

ด้านบริบทแวดล้อมของกระแสการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ

พบว่ากระแสการอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำ เกิดการตื่นตัว เนื่องจากเกิดภาวะโลกร้อน และ สถานการณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพล และช่วยสนับสนุนในการ กระตุ้นให้ เกิดการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการสื่อสารเชิง ยุทธศาสตร์ (Strategic Communication) ของ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2551) กล่าวในงานวิจัย เรื่องกระบวนการ สื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย เกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญอีก 5 ประการของ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง อันได้แก่ มาตรการ 5 ต. (หรือ 5 As) คือ 1) การสร้างบรรยากาศที่ ตื่นตัว (Active context) 2) การสร้างความ ตระหนัก (Awareness) การ กระตุ้น ความร่วมมือ 3) (Assistance) 4) การ ตอกย้ำ พฤติกรรม (Action-oriented) 5) การ ติดตั้ง ระบบสนับสนุน (Associated-system management) ซึ่งตรงกับกฎ อำนาจของปัจจัยรอบข้างและบรรยากาศแวดล้อม (the power of context) ของ Gladwell (อ้าง ถึงในศุภวุฒิ สายเชื้อ, 2556) ที่ได้กล่าวถึงพลังของสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลงต่างๆ ตามมา นั่นคือการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นในสังคมไทยนั่นเอง

ด้านบทบาทของการเป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator)

องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคุ้งบางกะเจ้า เป็นสถานที่หลักในการประสานงานกับ หน่วยงานต่างๆ ทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชนฯ และเป็นที่อำนวยความสะดวก ทุกด้านให้กับกลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วมกิจกรรมปลูกกระบบนิเวศ 3 น้ำ ผลที่เกิดขึ้นก็คือมีผู้เข้า มาร่วมสนับสนุนกิจกรรมมากขึ้น มี สื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวอย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดความ ประทับใจ ซึ่งเป็นผลทำให้ศูนย์อนุรักษ์ป่าชาย เลย์คุ้งบางกะเจ้าเกิดความสำเร็จเรื่อยมา แต่สิ่งสำคัญ คือ บุคคลผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ผู้บริหารทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกตั้งแต่เริ่มต้นของโครงการนี้ เช่น จัดหากล้าไม้ จัดหาข้าวปลาอาหาร จัดหาที่ประชุมเกิดการพัฒนาเรื่อยจนกลายมาผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในแง่ธุรกิจคือเปลี่ยนจากปลูกป่าแบบปรกติมาเป็น จัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตอบสนองตามความ ต้องการของนักท่องเที่ยว (need-oriented) สร้างความยืดหยุ่น (flexibility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามา ท่องเที่ยวและมาร่วมกิจกรรมหรือโครงการในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและพัฒนาพื้นที่สีเขียวอย่าง ยั่งยืน



สรุป

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนการสื่อสารเพื่อการดำเนินการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมเพื่อมีส่วนร่วมอนุรักษ์คั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการสามารถแบ่ง ออกเป็น 2 ปัจจัยหลักด้วยกันคือ ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร มีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ ได้แก่ อุดมการณ์และจิตสำนึก ความน่าเชื่อถือ การใช้ช่องทางการสื่อสาร กิจกรรมปลูกกระบบนิเวศ 3 น้ำ และ สันทนาการ ปัจจัยภายนอกองค์กร มีอยู่ด้วยกัน 2 ประการ ได้แก่ ความร่วมมือจากเป้าหมายหลัก บริบทแวดล้อมทางสังคม เมื่อนำเอาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรมาเชื่อมโยงและมาประกอบเข้าด้วยกัน จึงเห็นได้ว่าในแต่ละปัจจัยนั้นมีความเกี่ยวเนื่องกันอยู่ เพราะนอกจากจะ สอดคล้องกับสภาพสังคม ประเด็นทางสื่อมวลชน และตอบสนองกระแสการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ดังนั้นปัจจัยที่เสนอมาข้างต้นจึงเป็นแรงส่งที่ทำให้เกิดการสนับสนุนการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำคั้งบางกะเจ้า

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษ พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคั้งบางกะเจ้า ต้องพัฒนา กิจกรรมให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจาก เดิมบ้าง มีการนำเทคนิคใหม่ในการเชิงสนทนากการเข้าร่วมด้วยเช่น ร่วมทำกิจกรรมการเลี้ยงสัตว์น้ำ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น
2. จากการวิเคราะห์ของผู้ศึกษา การดำเนินกิจกรรมอนุรักษ์ระบบนิเวศ 3 น้ำจะขาดความต่อเนื่องจากประชาชนในพื้นที่เปลี่ยนแปลงอาชีพ พื้นที่อาศัยกลายเป็นบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ประชาชนในพื้นที่ไม่ใช่คนถิ่นเดิมในพื้นที่และขาดความรู้ ความเข้าใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ทำให้ขาดความต่อเนื่องทางด้านข้อมูล ดังนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 6 ตำบลในคั้งบางกะเจ้า ควรจัดทำ สื่อวิทยุชุมชน หรือ สื่อกิจกรรมให้กับประชาชนในพื้นที่ เพื่อให้ความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับความสำคัญระบบนิเวศ 3 น้ำ และปัญหาที่จะเกิดขึ้น ให้เกิดความต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนและกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้สานต่อ วัตถุประสงค์ของชุมชนต่อไป



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, ศรัทธา ไรจนสุพจน์, วราพร ศรีสุพรรณ, สิทธิชัย เทวธีระรัตน์, & จำนง บัวเนียว. (2549).
- สื่อสารเพื่อโลกสวย. บทเรียนจากการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน. กรุงเทพฯ: บริษัท เซเว่น พรินติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- เกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัย. (2560). แผนแม่บทเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่สีเขียวข้างบางกะเจ้าสู่ความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2550). โลกทัศน์ของนักเขียน ภาพสะท้อนจากเรื่องสั้นยุควิกฤติเศรษฐกิจ.
- วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 3 2550. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จุมพล รอดคำดี. (2532). สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2559). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย .
- พรรณปกร โพธิ์และคณะ. (2554). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของคณะเทคโนโลยีการเกษตร. รายงานวิจัย. ปทุมธานี : คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปิ่นปิ่นทร์ สัทธรรมนวงศ์. (2558). การสื่อสารเพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมของ ชุมชน กรณีศึกษา: โครงการตลาดเก่าอ่างศิลา 133 ปี. In การประชุม “ผลงานวิจัยสร้างสรรค์เพื่อ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในศตวรรษที่ 21. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ไพโรจน์ ภัทรนรากุล. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาชาติตามแนวทางชุมชนพึ่งตนเองและยั่งยืนกรอบนโยบายและตัวแบบการจัดการ. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- ศรีลัดดา อุทัยรัตน์, & วิณา แก้วประดับ. (2555). การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาถ้ำค้างคาว วัดเขาช่องพราน ต.เตาปูน จ.ราชบุรี. กรุงเทพฯ.
- Berlo, D. K. (1966). *The Procees of Communication*. Michingan State University: The Free Press.
- Cohen John M. & Uphof, N. T. (1980). Participation's Place in Rural Development, Seeking Clarity Through Specificity. *Journal of World Development*, 8(3), 233.
- Jimieson, W. (2001). *Sustainable Tourism development:Principles and principles and practices*. Bangkok: Asian Institute of Technology.