

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษากระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์ เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย ในด้านนโยบาย แผนงาน และการดำเนินงาน ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ พบว่า

นโยบายเกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการคือ

1. นโยบายเกิดจากอุดมการณ์ทางการเมือง
2. นโยบายเกิดจากการประกาศของ UNESCO ให้ปี พ.ศ. 2531 - 2540 เป็น ทศวรรษโลกเพื่อการพัฒนาวัฒนธรรม

นโยบาย ซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติการของโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทย จึงเป็น ทิศทางของแผนงานการใช้สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากส่วนหนึ่งของนโยบายระบุไว้ว่า

“เร่งรัดการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนคนไทยเกิดความรู้ ความเข้าใจ ชาบซึ้งและ ตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมไทย มีความรู้สึกภาคภูมิใจในการประพฤติตามแบบแผน และ วิถีชีวิตอันดีงามของสังคมไทย”

การใช้สื่อโทรทัศน์ จึงถูกนำมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในกระบวนการรณรงค์ ด้วย ประสิทธิภาพที่รวดเร็ว ครอบคลุมได้กว้างขวาง มีคุณสมบัติเห็นทั้งภาพและเสียง สื่อโทรทัศน์จึง เป็นสื่อหลักที่คณะกรรมการโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทยให้ความสำคัญ

เมื่อรัฐบาลมีมติประกาศให้ปี 2537 เป็นปีรณรงค์วัฒนธรรมไทยนั้น โครงการรณรงค์ ยังไม่มีแผนการดำเนินงาน เป็นการเสนอโครงการเพื่อให้ได้มาซึ่งงบประมาณในการดำเนินงาน และผลิตสื่อ หลังจากรัฐบาลมีมติได้ 2-3 เดือน แผนแม่บทปีรณรงค์วัฒนธรรมไทยจึงเกิดขึ้น สังเกตได้ว่า โครงการรณรงค์เกิดขึ้นโดยไม่มีแผนงาน ซึ่งจะเกี่ยวพันถึงการใช้สื่อโทรทัศน์ก็ไม่มี แผนงานเช่นเดียวกัน

ในแผนแม่บทฯ กำหนดงานด้านสื่อโทรทัศน์ไว้เป็นการจัดจ้าง จัดทำหรือจัดผลิต ซึ่ง เป็นการกำหนดวิธีการดำเนินงาน แต่ไม่ได้กำหนดความคิดหลัก (Conceptual) ที่จะนำมาเป็น แผนงาน ดังนั้นแผนงานส่วนใหญ่ จึงเป็นวิธีการบริหารงบประมาณว่าจะใช้อย่างไร และให้ หน่วยงานใด

ดังนั้น แผนงานการใช้สื่อโทรทัศน์จึงมี 2 แนวทางคือ

1. ให้บริษัทโฆษณาวางแผนการใช้และการผลิตสื่อ

2. ใช้งบประมาณสนับสนุนการผลิตรายการ

แนวทางที่ 2 เกิดขึ้นเนื่องจาก แนวทางแรกล้มเหลว

การดำเนินการถูกกำหนดขึ้นในรูปของคณะกรรมการต่าง ๆ เพื่อดำเนินการในการใช้สื่อโทรทัศน์ ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกบริษัทโฆษณา การควบคุมการผลิตสื่อ และการวางแผนสื่อ ในวงเงิน 80 ล้านบาท

ปัญหาการดำเนินงานในรูปของคณะกรรมการหลายคณะคือ

1. ผู้มีอำนาจตัดสินใจ ไม่มีความเชี่ยวชาญในการทำโฆษณา ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญไม่มีอำนาจตัดสินใจ เป็นความขัดแย้งระหว่าง Power กับ Expert ในเรื่องของเนื้อหาการผลิตสื่อ และการไม่ให้ Recognition ในการดำเนินงานแก่คณะกรรมการที่แต่งตั้งมาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
2. เกิดความล่าช้า เนื่องจากมีคณะกรรมการหลายคณะ ต้องใช้เวลานานในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ และขาดการประสานงานที่ดีระหว่างคณะกรรมการ

การดำเนินการใช้สื่อโทรทัศน์ โดยการจัดจ้างจึงไม่สามารถทำได้ เป็นผลให้มีการปรับยุทธศาสตร์การใช้สื่อโทรทัศน์ ในแนวทางการใช้งบประมาณสนับสนุนการผลิตรายการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอื่น ๆ ซึ่งหมายถึงการบริหารงบประมาณให้หมดไป จากคำกล่าวที่ว่า “เงินมันมีกองอยู่แล้ว”

สรุปได้ว่า การรณรงค์วัฒนธรรมไทยปี 2537 ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อโทรทัศน์ ใช้สื่อเป็นเครื่องมือการรณรงค์ แต่ไม่มีแผนการสื่อสาร อีกทั้งไม่เป็นไปตามหลักของการรณรงค์ การสื่อสาร การรณรงค์จึงเป็นไปในลักษณะของการหาแนวร่วม ร่วมทำกิจกรรม ร่วมเผยแพร่ ซึ่งก็ได้ผลพอสมควรมีเอกชนให้ความร่วมมือเผยแพร่วัฒนธรรม เป็นความสำเร็จในเชิงปริมาณของการให้ความร่วมมือ

“สวช. เหมาะที่จะผลักดันหรือกระตุ้น หรือยกย่องผู้มีผลงานด้านวัฒนธรรมดีเด่นต่าง ๆ มากกว่าที่จะลงมือมาทำเอง” (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 17 มีนาคม 2540)

นอกจากนี้ ยังเห็นได้ว่า การดำเนินงานมิได้ยึดหลักตามนโยบาย พิจารณาจากเมื่อมีปัญหาความขัดแย้งในการจัดจ้าง งบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ถูกตัดจาก 80 ล้านบาท คงเหลือ 34.5 ล้าน แสดงถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ถูกเบี่ยงเบนไปเป็นกิจกรรมอื่น ๆ แทน และผู้ที่มีส่วนทำให้เกิดความเบี่ยงเบนคือ ผู้มีอำนาจตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณ ตั้งแต่ระดับเลขาธิการขึ้นไปจนถึงรัฐมนตรี ซึ่งต้องระวังความต่อเนื่องในด้านนโยบายตรงจุดนี้ สังเกตได้ว่าหลังจากปีรณรงค์ไปแล้วสื่อโทรทัศน์ที่ สวช. ให้การสนับสนุนคงเหลือเพียงรายการประเภทเดียวคือ ข่าวและสารคดีเชิงข่าวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมช่องละ 3 ล้านบาท/ปี เท่านั้น สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจมีอำนาจอยู่เหนือนโยบาย หรืออีกประเด็นคือ ไม่มีแผนงานใหญ่ที่เป็นทิศทางแน่นอน

ผลจากการวิเคราะห์สารพบว่า การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทยมีรูปแบบหลายประเภท คือ สปอต ข่าวและสารคดีเชิงข่าว สารคดี และนิตยสารทางโทรทัศน์ รูปแบบหลากหลาย ช่วยให้ผู้รับสารไม่เกิดความเบื่อหน่าย แต่ควรมีเทคนิควิธีการนำเสนอที่สนุกสนาน โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและวิธีการแปรเนื้อหาทางวัฒนธรรมมาเป็นสื่อที่น่าสนใจ ก็จะได้รับ ความสนใจจากผู้ชมได้มากขึ้น

ส่วนในด้านเนื้อหา มีความหลากหลายเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีจำนวนครั้งในการนำเสนอมาก ผู้ผลิตรายการแต่ละประเภท จึงมีส่วนในการกำหนดเนื้อหาได้หลายแบบ ส่วนมากจะเป็นในแนวเสนอแนะ (Rational) รายการตรุษธรรม จะมีเนื้อหาที่ให้ด้านดี-ด้านเสีย นอกจากนี้ เนื้อหายังถูกกำหนดจาก วัตถุประสงค์และรูปแบบของแต่ละรายการรวมถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการภาษาสโมสรมีรูปแบบแบ่งเป็น 3 ช่วง เน้นกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่น จึงต้องใช้วัยรุ่นเป็นต้นแบบ และวัตถุประสงค์ก็เน้นภาษาเป็นประเด็นหลักของโครงเรื่อง

เมื่อเปรียบเทียบแนวทางทั้ง 2 พบว่า แนวทางที่สอง คือ ให้งบประมาณสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม มีจำนวนรายการมากกว่า ส่วนรูปแบบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ รวมถึงขอบข่ายเนื้อหาวัฒนธรรมก็มีมากกว่าแนวทางแรก ดังนั้นการดำเนินงานจึงควรเป็นในแนวทางให้การสนับสนุน

การสื่อความหมาย สปอตเรื่อง สวัสดิ์ปรีณรงค์วัฒนธรรม สื่อความหมายถึงการเริ่มต้นหรือการเปิดตัว ปรีณรงค์วัฒนธรรมไทย 2537 การไหว้เป็นประเพณีที่น่าภาคภูมิใจ และเป็นประเพณีของชาวไทย การไหว้จึงสื่อถึงสาระของวัฒนธรรมไทยด้านอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งเป็นการสืบทอดจากผู้ใหญ่สู่เด็ก

สปอตเรื่อง ปลายทางประเพณี เป็นการสื่อถึงการล่มสลายของประเพณี ขณะเดียวกันก็กระตุ้นเตือนให้ช่วยกันจรรโลงวัฒนธรรมไทย

สรุป การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทยของ สวช. จึงเป็นการดำเนินการในเชิงปริมาณ มุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือในการทำกิจกรรมและร่วมเผยแพร่เนื้อหาวัฒนธรรม โดยมีได้มุ่งเน้นการสร้างสารที่เหมาะสมสำหรับการรณรงค์ ที่จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมนำวัฒนธรรมมาปฏิบัติด้วยความภาคภูมิใจ เมื่อมองภาพรวมแล้ว สวช. ขาดบุคลากรที่มีทักษะการทำงานในด้านการสื่อสาร ขาดความต่อเนื่อง (Continuity) ในการดำเนินนโยบาย ขาดความคิดหลัก (Conceptual) ในการวางแผนงาน ดังนั้น การรณรงค์ของ สวช. จึงสมควรที่จะเป็นไปในรูปแบบของการให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องแก่ผู้ผลิต เพราะสื่อโทรทัศน์สามารถปลูกฝังและนำไปสู่การกระทำได้ ถ้าใช้ระยะเวลาพอสมควร รวมถึงมีการประเมินรายการอย่างจริงจัง เพื่อหาแนวทางที่ดีในการใส่เนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมต่อไป นั้นหมายถึงการปรับบทบาทเป็นผู้ผลักดันและกระตุ้นผู้ผลิตสื่อโทรทัศน์ ให้ใช้สื่อวัฒนธรรมเป็นเนื้อหาในการเผยแพร่ในรูปแบบการนำเสนอต่าง ๆ จะเป็นการสร้างแนวร่วมโดยการใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงในการเผยแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยพบว่า

1. สามารถใช้แนวคิดด้านนโยบายในฐานะเป็นอุดมการณ์ทางการเมือง และในฐานะสังคมศาสตร์ อธิบายถึงที่มาของนโยบายการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย

2. ในด้านแผนงานและการดำเนินงาน พบว่า สอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสาร การตลาดเพื่อสังคมเพียงบางประการ คือ การใช้สื่อมวลชนเสริม และการใช้สื่อบุคคล เพราะสวช. มีการใช้สื่ออื่นร่วมในการรณรงค์ และจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมในจังหวัดต่าง ๆ แต่สวช.ไม่ได้ใช้หลักการรณรงค์ทางการสื่อสาร ส่วนในด้านเนื้อหาสารนั้น รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมได้ผลิตสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข่าว สารคดี เป็นต้นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมในด้านต่าง ๆ มานำเสนอ ทำให้เป็นการตระหนักรู้ถึงป็นรณรงค์วัฒนธรรมไทย

3. สปอตโทรทัศน์ ทั้ง 2 เรื่อง สอดคล้องกับแนวคิด กระบวนการสร้างความหมาย ในด้านความหมายตรงและความหมายแฝง สะท้อนให้เห็นถึงสาระ และการจรรโลงรักษาวัฒนธรรมไทย

4. ในด้านอิทธิพลของวิทยุโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่า ผู้เริ่มต้นโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทย ผู้ปฏิบัติงาน บริษัทโฆษณาต่างก็ให้ความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ จึงมีจุดเริ่มต้นโครงการที่สื่อโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะ

1. การกำหนดนโยบายเพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย ควรมีการศึกษาสภาพปัญหา และการวิจัยก่อนที่จะทำการสื่อสาร เพื่อใช้นโยบายเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นหลักของเรื่องวัฒนธรรมที่จะทำการรณรงค์ เนื่องจากกำหนดขอบข่ายเนื้อหา 11 กรอบ เป็นขอบข่ายที่กว้างมาก การรณรงค์จึงเหมือนเหวี่ยงแหเพื่อให้ครบเนื้อหา ซึ่งจะได้อย่างละเล็กละน้อย แต่ก็ควรแก้ที่ปัญหาครอบครัว โดยเน้นประเด็นหลักในการรณรงค์เป็นเรื่อง วิถีครอบครัว และชุมชนไทย เป็นต้น

2. การดำเนินการใช้สื่อโทรทัศน์ ควรมีนักการสื่อสารหรือใช้กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อให้ได้ผลตามเป้าหมาย นอกจากนี้ สวช. ควรจะมีนโยบายให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง หรือผลักดันให้สถานีโทรทัศน์แต่ละช่องมีผังรายการที่มีรายการทางวัฒนธรรมทุกเดือน หรือทุกสัปดาห์

3. ควรจัดสัมมนาผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และบริษัทโฆษณา สม่่าเสมอ โดยกำหนดประเด็นหลักแต่ละปีเป็นหัวเรื่อง เพื่อขอความร่วมมือและสร้างสำนึกด้านวัฒนธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้อง

4. การทำสปอตโฆษณาหรือสารคดีสั้นไม่ควรเน้นประเพณี แต่ควรให้ความสำคัญกับความมีชีวิตธรรมที่จะอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว เป็นชุมชน ซึ่งนั่นคือ การลดความเห็นแก่ตัว ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร เพื่อวัฒนธรรมจะได้มีส่วนสร้างสรรค์สังคมให้มั่นคงอย่างแท้จริง