

บทที่ 6

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยเรื่อง "การโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์กับกระบวนการตรวจพิจารณา" มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึง กระบวนการและกลไกในการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ และเพื่อให้ทราบถึงปัญหาข้อขัดแย้งที่สืบเนื่องมาจากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ตลอดจนสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ เหล่านี้

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลเอกสาร จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง เดือนมิถุนายน 2535 ถึง เดือน เมษายน 2536 เป็นเวลา 11 เดือน และจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตรวจพิจารณา ทั้งคณะกรรมการผู้ผลิตโฆษณา และผู้ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ได้แบ่งการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการและกลไกในการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์
2. ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบจากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ผลของการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1. กระบวนการและกลไกในการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ผลจากการศึกษาพบว่า การตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์เป็นลักษณะการควบคุมทางสังคมอย่างหนึ่ง ที่รัฐใช้วิธีการควบคุมอย่างเป็นทางการ (Formal Control) เพื่อให้การโฆษณาในสื่อโทรทัศน์เป็นไปตามขอบเขตที่กำหนดโดยจัดให้มีกลไกในการควบคุมการโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ

1. ขั้น ก่อน censor

ขั้นก่อน censor เป็นขั้นที่ผู้ผลิตโฆษณาจะต้องดำเนินการให้เรียบร้อยก่อนนำโฆษณาไปผ่าน ขั้น censor โดยต้องดูว่าสินค้าหรือบริการที่จะโฆษณานั้นจะต้องผ่านการอนุญาตจากคณะกรรมการชุดใดบ้าง ซึ่งหน่วยงานที่ควบคุมในขั้น ก่อน censor มีดังนี้

คณะกรรมการอาหารและยา พิจารณาในเรื่องอาหาร ตาม พ.ร.บ.อาหาร พ.ศ.2522

พิจารณาในเรื่องยา ตาม พ.ร.บ.ยา พ.ศ.2510

พิจารณาในเรื่องเครื่องมือแพทย์ ตาม พ.ร.บ.เครื่องมือแพทย์

พ.ศ.2531

กรมตำรวจ พิจารณาในเรื่องการชิงโชค จักรรางวัล ตาม พ.ร.บ.การพนัน พ.ศ.2478

กรมที่ดิน พิจารณาในเรื่อง การจัดสรรที่ดิน ตาม กฎหมายการจัดสรรที่ดิน

กรมโยธาธิการ พิจารณาในเรื่อง การอนุญาตก่อสร้างอาคาร ตาม พ.ร.บ.อาคารชุด

ทั้งนี้ เพื่อให้การโฆษณาดังกล่าวอยู่ในลักษณะที่ไม่เป็นการหลอกลวงหรือทำให้ผู้บริโภคหลงเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ นับเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในอันดับแรก

หลังจากได้รับอนุญาตให้ทำการโฆษณาได้ ผู้ผลิตโฆษณาก็จะทำภาพยนตร์แล้วส่ง censor อันเป็นขั้นตอนที่ 2

2. ขั้น censor

ขั้น censor นี้เป็นขั้นตอนที่จะทำการตรวจพิจารณาโฆษณาที่จะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ โดยพิจารณาทั้งภาพและคำพูด ตลอดจนจุดหลักฐานต่าง ๆ ที่กำหนดไว้เฉพาะสำหรับการโฆษณาสินค้าแต่ละประเภท เช่น อาหารและยา ก็ต้องมีใบอนุญาต จากคณะกรรมการอาหารและยา มาประกอบการพิจารณาด้วย การโฆษณายานจัดสรร ก็ต้องมีใบใบอนุญาตจัดสรรที่ดินมาประกอบ หรือการโฆษณาที่มีลักษณะการชิงโชค จับรางวัลก็ต้องมีใบอนุญาตของจัดให้มีการชิงโชค จากเจ้าหน้าที่ตำรวจในท้องที่มาประกอบการพิจารณาเช่นกัน

การ censor นี้ คณะกรรมการ กทช. ได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เพื่อกำหนดที่พิจารณาโฆษณาต่าง ๆ ที่จะออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ โดยใช้ระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ว่าด้วยการโฆษณาและบริการธุรกิจ พ.ศ. 2521 เป็นเกณฑ์ ในการพิจารณา

นอกจากนี้ยังมีคณะกรรมการอีกชุดหนึ่งที่จะคอยสอดส่องดูแล การโฆษณาหลังจกออกอากาศไปแล้ว นั่นคือ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

3. ขั้น หลัง censor

เมื่อภาพยนตร์โฆษณาได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์แล้ว ก็สามารถนำไปเผยแพร่ในสื่อโทรทัศน์สถานีใดก็ได้ แต่ขณะเดียวกัน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการติดตามสอดส่องการละเมิดสิทธิผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของ "ข้อความ" หรือ "วิธีการ" ก็ตาม ซึ่งอยู่ในกฎเกณฑ์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

ถ้าหากพบว่าการโฆษณานั้นละเมิดสิทธิผู้บริโภค ก็สามารถจะเรียกมาตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง หรือสั่งให้ระงับการโฆษณาชิ้นนั้นเลขก็ได้

จากขั้นตอนทั้ง 3 ข้างต้น จะเห็นว่ากระบวนการ censor เป็นกระบวนการที่ค่อนข้างซับซ้อน ผ่านการตรวจพิจารณาจากชั้น ก่อนcensor แล้วมาถึง ชั้น censor ก็ยังพิจารณาในหลักเกณฑ์ คล้าย ๆกับ ชั้น ก่อนcensor ด้วย และแม้ว่าผ่านชั้น censor แล้ว ก็ยังมีการติดตามสอดส่องจากคณะกรรมการ สัก สักครั้งหนึ่ง ซึ่งลักษณะการตัดสินใจ ในขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ เข้าอยู่ในลักษณะ การตัดสินใจแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Strategy) ซึ่งจะทำให้วิธีการค้นหา และประเมินขั้นตอนอย่างง่าย ๆ เมื่อเกิดปัญหา ก็จะย้อนกลับไปเริ่มในขั้นตอนแรก สักครั้งหนึ่ง

ลักษณะความซับซ้อนของกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ นี้เอง จึงเป็นผลให้เกิดปัญหา และผลกระทบต่าง ๆ ที่ตามมาดังนี้ คือ

1. ปัญหาที่เกิดจากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ปัญหาที่เกิดจากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ เป็นปัญหาที่เกิดจากลักษณะของการควบคุมที่มีขั้นตอนมากมาย มีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบ และมีกฎหมายหลายฉบับที่เป็นกลไกในการควบคุมดูแลการโฆษณา ซึ่งนับ เป็นการควบคุมทางสังคมอย่างเป็นทางการวิธีหนึ่ง

นอกจากนี้ ลักษณะของการใช้บรรทัดฐานของตนเอง ใช้ จิต (mind) และอัตตา (self) ในการลงความเห็น (generalisation) ของคณะกรรมการ เป็นปัญหาในทางปฏิบัติอีกอย่างมาก เพราะเป็นลักษณะเฉพาะตัวซึ่งขึ้นอยู่กับ กลุ่มบุคคล เวลา สถานการณ์ และสถานที่ ที่ยังไม่มีความแน่นอนในการพิจารณา

จากการศึกษา พบว่ามีประเด็นปัญหาที่สำคัญ คือ

1. กลไกในการตรวจพิจารณาไม่มาก และซ้ำซ้อน
2. กระบวนการยุ่งยาก และซับซ้อน
3. ปัญหาอัตวิสัย (Subjective)

สาเหตุ -ความไม่ชัดเจนของกฎระเบียบ

-ความขัดแย้งในบางกรณี

-การทำงานในรูปคณะกรรมการ

4. การให้อำนาจหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้เกิดผลกระทบที่ตามมา คือ

2. ผลกระทบที่เกิดจากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

ผลกระทบส่วนใหญ่ตกอยู่ที่ผู้ผลิตโฆษณา คือ

- ทำให้เสียเวลา
- ทำให้เสียเงินมากขึ้น

แม้ว่าการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ จะเป็นกระบวนการที่ยุ่งยาก ยับยั้ง ทำให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อผู้ผลิตโฆษณามากก็จริง แต่ก็ยังมีส่วนดีซึ่งเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตโฆษณาเอง นั่นคือ

3. ผลพลอยได้จากการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์

1. การตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เป็นการปกป้องกรองสารให้แก่อุบัติวิโรคโดยทั่วไป
2. คณะกรรมการจะเป็นเสมือนผู้ทำหน้าที่คอยดูแล ไม่ให้มีการแข่งขันกันอย่างไม่เป็นธรรม ไม่ให้มีการเอาเปรียบหรือทับถมซึ่งกันและกัน
3. คณะกรรมการจะเป็นผู้รักษาแนวทางในเรื่องของการใช้ภาษาไทยที่ถูกต้อง เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่เยาวชน

เสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งอื่น

1. ควรที่จะได้มีการปรับปรุงระเบียบในบางข้อที่ล้าสมัย และกำหนดขอบเขตของการพิจารณาให้ชัดเจนมากกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายมากที่สุด
2. ควรที่จะได้มีการประชุมสัมมนาระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการปฏิบัติงาน ตลอดจนหาแนวทางแก้ไขต่อไป
3. ควรที่จะสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ผลิตโฆษณากับคณะกรรมการซึ่งอาจจะมีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อทราบปัญหาของแต่ละฝ่าย
4. การหมุนเวียนหรือปรับเปลี่ยนคณะกรรมการที่ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่หรือมาปฏิบัติงานล่าช้าเป็นนิจ จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. การส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสมาคม ชมรมผู้บริโภคเพื่อดูแลและรักษาผลประโยชน์ของผู้บริโภคเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยอื่น ๆ ต่อไป

ในช่วงที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เป็นช่วงกำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการตรวจพิจารณาโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ ของ กทส. ซึ่งจะมีโครงสร้างของคณะกรรมการชุดใหม่ ดังนั้น หากผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อไป จึงน่าจะศึกษาในลักษณะของการเปรียบเทียบ ระหว่างคณะกรรมการชุดใหม่ กับ คณะกรรมการชุดเก่า ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร หรือไม่