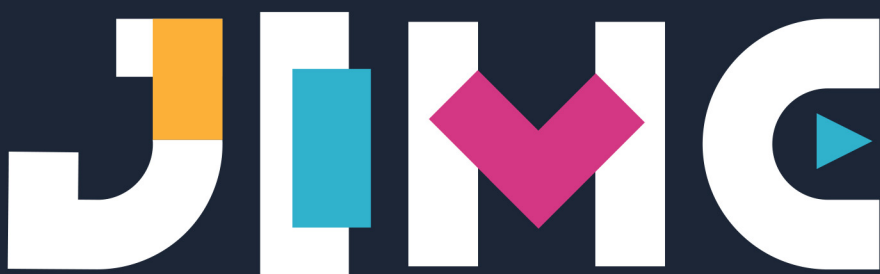


ISSN 2822-0501 (Print) · ISSN 2822-0498 (Online)



วารสาร
นวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร
JOURNAL OF INNOVATIVE MEDIA AND COMMUNICATION

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1

มกราคม - มิถุนายน 2569



วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

Journal of Innovative Media & Communication: JIMC

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2569

วัตถุประสงค์

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร (Journal of Innovative Media & Communication: JIMC) เป็นวารสารวิชาการที่จัดทำโดยคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นิสิต และนักศึกษาที่ศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสารรับพิจารณาบทความวิจัย (Research article) และบทความวิชาการ (Academic article) ทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษแบบเต็มรูปแบบ (Full paper) ขอบเขตบทความที่รับพิจารณา ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมสื่อ การสื่อสารมวลชน สื่อใหม่ สื่อดิจิทัลและมัลติมีเดีย การสื่อสารการตลาด การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การถ่ายภาพและภาพยนตร์ การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ เทคโนโลยีโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง เทคโนโลยีทางด้านสื่อและการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ตลอดจนสาขาวิชาอื่น ๆ ตามการพิจารณาของกองบรรณาธิการ

กำหนดเผยแพร่

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสารตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม

บทความวิจัยหรือบทความวิชาการผ่านกระบวนการกลั่นกรองและประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องซึ่งมาจากหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความ โดยผู้ประเมินบทความไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน และเป็นไปในลักษณะปกปิด (Double-blind peer review)

เนื้อหา ข้อคิดเห็น ภาพประกอบ และตารางที่ปรากฏในบทความเป็นทัศนะส่วนตัวของผู้เขียนซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง และถือเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้เขียน

เจ้าของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต - นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110

โทรศัพท์ 02 549 4513 โทรสาร 02 549 4500 อีเมล jimc_mct@rmutt.ac.th

เว็บไซต์ <http://www.mct.rmutt.ac.th>

ปก ทินวุฒิ ลิวานัค

ISSN: 2822-0501 (Print)

ISSN: 2822-0498 (Online)

คณะกรรมการกองบรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

Journal of Innovative Media & Communication: JIMC

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย ผิวสอาด

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ชนม์ ภูมิภิตติพิชญ์

รองอธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บรรณาธิการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพร ตลกิจ

คณบดี คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บรรณาธิการเล่ม

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ ชันแก้ว

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลอย ศรีสุโร

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลสุข

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ศาสตราจารย์พจน์ เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์นต์ วัฒนาณรงค์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ศาสตราจารย์ ดร.อรัญ ชาญสืบสาย

คณะวิทยาศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ หนูสอน

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

กองบรรณาธิการ (ต่อ)

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุจิ	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ เกติวิบูลย์เวช	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชิต ขจรเดชะ	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย เกษมศานต์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา ทรุ่นเกษม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิสาละ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กองบรรณาธิการ (ต่อ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุพงศ์ สุขโสด	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ดร.รักษนกขรินทร์ พูลสุวรรณนธิ	คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ดร.นิศากร ไพบูลย์สิน	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ดร.เจนนิเฟอร์ ขวโนวานิช	คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ดร.บุญทริกา ปภาวสิทธิ์	วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงแก้ว เจริญสวัสดิ์กิจ	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ฉัตรชาติ	คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญมณี รักดีมวชน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ดร.กุลรพี ศรีเพชร	สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์ประภา พ่วงสุวรรณ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ ดันวิไลศิริ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ ปรีชาวิรุณกุล	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสันต์ สอนเขียว	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัชัย บุตรแก้ว	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Journal of Innovative Media & Communication: JIMC

Vol. 5 No. 1 January – June 2026

Objectives

Journal of Innovative Media & Communication (JIMC) is an academic journal published by the Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The journal's objective is to disseminate academic articles written by researchers and students studying communication arts, mass communication technology, and related fields.

Scope

JIMC accepts full-paper submissions of original research articles and academic articles in Thai or English. All manuscripts related to communication arts and mass communication technology in general will be considered for publication. These include innovative media development, mass communication, new media, digital media and multimedia, marketing communication, advertising and public relations, photography and film, printing and packaging, television and radio broadcasting technology, media technology and various media production, and other disciplines. The publications are determined by the editorial board member.

Publication

JIMC publishes 2 volumes per year: January-June and July-December

All articles were evaluated by members of the journal's editorial board and other expert scholars. With a double blind peer review system, at least three expert scholars or specialists in related subjects from different universities critically assess the quality of each manuscript.

The content, opinion, illustrations, and tables shown in the article are the authors' point of view and responsibility.

Publisher

Faculty of Mass Communication Technology,

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani, 12110 Thailand. Tel: 02 549 4513

Fax: 02 549 4500 Email: jimc_mct@rmutt.ac.th Website: <http://www.mct.rmutt.ac.th>

Cover: Tinnawut Liwanag

ISSN: 2822-0501 (Print)

ISSN: 2822-0498 (Online)

The Editorial Team

J o u r n a l o f I n n o v a t i v e M e d i a & C o m m u n i c a t i o n : J I M C

Advisory Board

Assoc. Prof. Sommai Pivsa-Art, Ph.D.	President, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Prof. Krischonme Bhumkittipich, D.Eng.	Vice President, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Administrative Editor

Asst. Prof. Prapaporn Dolkit, Ph.D.	Dean, Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
-------------------------------------	---

Journal Editor

Assoc. Prof. Natwipa Sinsuwarn, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
---------------------------------------	---

Assistant Editor

Assoc. Prof. Surachai Khankaew, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Ploy Srisuro	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Editorial Board

Prof. Parichart Sthapitanonda, Ph.D.	Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
Prof. Pairote Wilainuch, Ph.D.	Faculty of Management Science, Silpakorn University
Prof. Patchanee Cheyjunya	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration

Editorial Board (continuous)

Prof. Krismant Whattananarong, Ph.D.	Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok
Prof. Aran Hansuebsai, Ph.D.	Faculty of Science, Chulalongkorn University
Prof. Narongsak Noosorn, Ph.D.	Faculty of Science and Technology, Pibulsongkram Rajabhat University
Assoc. Prof. Kullatip Satararuji, Ph.D.	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Assoc. Prof. Asawin Nedpogaeo, Ph.D.	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Assoc. Prof. Chutisant Kerdvibulvech, Ph.D.	Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Assoc. Prof. Somsuk Hinviman, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Assoc. Prof. Kamjohn Louiyapong, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Assoc. Prof. Suchada Pongkittiwiboon, Ph.D.	Faculty of Humanities and Social Science, Burapha University
Assoc. Prof. Pichit Kajorndecha, Ph.D.	Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi
Assoc. Prof. Kittichai Kasemsarn, Ph.D.	School of Architecture, Art and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Assoc. Prof. Supranee Siriswattchai, Ph.D.	Faculty of Management Science, Bansomdejchaopraya Rajabhat University

Editorial Board (continuous)

Assoc. Prof. Nitta Roonkaseam, Ph.D.	Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University
Asst. Prof. Kajitkwan Kijvisala, Ph.D.	Faculty of Management Science, Suan Dusit University
Asst. Prof. Sujitra Plianroong, Ph.D.	Faculty of Communication Arts, University of the Thai Chamber of Commerce
Asst. Prof. Arishai Akraudom, Ph.D.	School of Communication Arts, Bangkok University
Asst. Prof. Phatchara Eamkijkarn Sabaijai, Ph.D.	Faculty of Agricultural Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Asst. Prof. Nutsupong Soksote, Ph.D.	School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University
Rakchanokcharin Poonsuwannatee, Ph.D.	Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Nisakorn Piboonsin, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
Jennifer Chavanovanich, Ph.D.	Faculty of Psychology, Chulalongkorn University
Boontarika Paphawasit, Ph.D.	College of Art, Media and Technology, Chiang Mai University
Asst. Prof. Duangkaew Dhiensawadkij, Ph.D.	Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Asst. Prof. Waraporn Chatratichart, Ph.D.	Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University
Asst. Prof. Anyamanee Pakdeemauchon, Ph.D.	Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

Editorial Board (continuous)

Koonrapee Sripetch, Ph.D.	Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission
Assoc. Prof. Chanprapha Phuangsuan, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Anan Tanwilaisiri, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Jirasak Prechaveerakul, D.Eng.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Waiyawut Wuthiastarn, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Wasan Sornkhieo, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Asst. Prof. Sornchai Budgaew, Ph.D.	Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2569 ฉบับนี้มีบทความวิจัย จำนวน 3 เรื่อง และบทความวิชาการ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งผ่านการพิจารณาคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญจากหลากหลายสถาบัน จำนวน 3 ท่าน/บทความ

บทความวิจัยของ Pattarporn Thamsuwan, Ampon Chumyuan, Anusorn Damrongtham, Noawanit Songkram, และ Jintavee Khlaisang เรื่อง Factors Influencing the Effective Use of Information Literacy in Pre-service Teachers in Thailand: The Mediating Role of Information Technology Usage นำเสนอปัจจัยผลกระทบที่มีอิทธิพลต่อการใช้ความรู้เท่าทันด้านสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพของนักศึกษาวิชาชีพครูในประเทศไทย แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะการสอนของผู้สอน และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสถาบันการศึกษาที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงหลักสูตรและพัฒนากิจการเทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันด้านการฝึกอบรมวิชาชีพครู เพื่อส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อันเป็นทักษะที่สำคัญยิ่งในศตวรรษที่ 21

บทความวิจัยของวิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดงูเหลื่อม, และณัฐธิดา ต้อปัน เรื่องการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน นำเสนอองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมทั้งในเชิงเนื้อหา กลไกการเล่น และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสุข ความเข้าใจ และความมั่นใจในการใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาโมเดลการออกแบบสื่อการเรียนรู้เชิงเกม (Game-based learning model) สามารถประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ เพื่อเพิ่มพูนความน่าสนใจของบทเรียน ลดความกังวลในการเรียนภาษาต่างประเทศ ตลอดจนสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนานเพื่อส่งเสริมแรงจูงใจและการเรียนรู้เชิงรุกของผู้เรียน

บทความวิจัยของวศิวาสส์ โคกทับทิม เรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ด้านการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568 ใช้กรอบการวิเคราะห์ตามทฤษฎีวาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis: CDA) ของ Norman Fairclough ผ่านองค์ประกอบตัวบท วิธีการปฏิบัติทางวาทกรรม และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่ออธิบายถึงอำนาจและวาระที่แฝงอยู่ในกระบวนการสร้างวาทกรรม สะท้อนให้เห็นว่าวาทกรรมไม่ใช่เพียงแค่การสื่อสาร

หรือปฏิบัติการสื่อสารเชิงภาษาเท่านั้น หากแต่ยังเป็นกลไกของอำนาจเพื่อช่วงชิงการสร้างและรักษาอำนาจทางการเมืองโดยปรับเปลี่ยนให้เป็นวาทกรรมร่วมสมัยและชอบธรรม

บทความวิชาการของเกศินี บัวดิศ เรื่องอัตลักษณ์การสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง : จากกลยุทธ์การนำเสนอสู่ตลาดในโลกดิจิทัลออนไลน์ ศึกษาอัตลักษณ์การสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพื่อถอดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ในแพลตฟอร์มออนไลน์ ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นเทคนิคต่าง ๆ ของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งผู้สนใจสามารถประยุกต์ใช้ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้เพื่อนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคในยุคการตลาดดิจิทัล

บทความวิชาการของภาณินี บุญเลิศ เรื่องอุดมการณ์สื่อสารสาธารณะในระบบสื่อที่แตกต่าง : จากเครื่องมือของรัฐสู่สถาบันพลเมืองของประเทศไทย? ทบทวนทฤษฎีและแนวคิดสื่อสารสาธารณะในฐานะพื้นที่สาธารณะ ความรับผิดชอบของสื่อสารสาธารณะ ระบบสื่อมวลชนเปรียบเทียบกับ และสื่อสารสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐและสถาบันของพลเมืองภายใต้บริบทสังคมไทย ข้อมูลเชิงวิชาการแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนที่ดำเนินงานภายใต้หลักการและอุดมการณ์ของสื่อสารสาธารณะในประเทศไทย มีทั้งข้อดีและข้อจำกัดซึ่งยังเป็นประเด็นที่ท้าทายต่อความสามารถของสื่อมวลชนในการธำรงรักษาพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ท่ามกลางภัยคุกคามต่อกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ถดถอยและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological disruption)

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสารเป็นวารสารวิชาการของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน การสื่อสารการตลาด การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารดิจิทัล และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสื่อเพื่อการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้ในเชิงวิชาการและแนวทางการประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาชีพ อันจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง องค์กร ชุมชน และประเทศชาติต่อไป

ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ	X-XI
บทความวิจัย	หน้า
Factors Influencing the Effective Use of Information Literacy in Pre-service Teachers in Thailand: The Mediating Role of Information Technology Usage Pattarporn Thamsuwan Ampon Chumyung Anusorn Damrongtham Noawanit Songkram Jintavee Khlaisang	1-24
การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ ภาษาอังกฤษพื้นฐาน วิภูษิต เพียรการค้า วิภาวดี จัตุงเหลื่อม ณัฐธิดา ต้อป๋น	25-50
การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ด้านการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568 วิสสวัสดิ์ โคกทับทิม	51-74
บทความวิชาการ	
อัตลักษณ์การสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง : จากกลยุทธ์การนำเสนอสู่ตลาดใน โลกดิจิทัลออนไลน์ เกศินี บัวดิศ	75-90
อุดมการณ์สื่อสารมวลชนในระบบสื่อที่แตกต่าง : จากเครื่องมือของรัฐ สู่สถาบันพลเมืองของประเทศไทย? ภาณินี บุญเลิศ	91-114

Factors Influencing the Effective Use of Information Literacy in Pre-service Teachers in Thailand: The Mediating Role of Information Technology Usage

Pattarporn Thamsuwan^{1*} Ampon Chumyung² Anusorn Damrongtham²
Noawanit Songkram³ and Jintavee Khlaisang³

¹Lecturer, Faculty of Agricultural Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

²Student, Faculty of Education, Chulalongkorn University

³Professor, Faculty of Education, Chulalongkorn University

*Corresponding author: pattarporn.th@kmitl.ac.th

Abstract

Received:
July 23, 2025

Revised:
November 22, 2025

Accepted:
December 15, 2025

Available Online:
June 24, 2026

This research aimed to investigate the impact factors that influence the Information Literacy (IL) of Thailand's pre-service teachers; and the roles of learning outcomes, including the causal relationship between Information Technology (IT) management, Teaching Skills (TS), and IT usage that affect the manipulation of the IL. The research employed a stratified random sampling approach, recruiting a total of 618 verified participants from five universities located in five regions of Thailand, and using a questionnaire survey method. The reliability of the research instrument accuracy was 0.8, based on structure equation modeling, while the GFI, CFI, AGFI, RMSEA, and SRMR values were 0.95, 1.00, 0.92, 0.045, and 0.02, respectively. Testing for the influence of the mediator variable indicated that the direct influence of IT management and TS on IL was 0.05 and 0.25, respectively, while the indirect influence of IT management and TS on IL through the mediator variable of the IT usage was 0.147 and 0.39, respectively. Thus, this study revealed that the mediator variable of the IT usage affected IL.

Keywords: IT Management, Teaching Skills, Use of Information Technology, Information Literacy, SEM

1. Introduction

With the rapid advancement in the global economy and Information Technology (IT) contexts, the development of people's literacy has rapidly evolved. More and more countries have formulated policies to enhance their citizens' competencies, including information literacy (IL) (Burbules, 2018; Inglehart, 2018; Shannon, 2018). In Thailand, the "Thailand 4.0 National Agenda" was recently implemented to achieve the same goal (Jones & Pimdee, 2017; Skeldon, 2018).

In 2025, there were up to 65.4 million internet users in Thailand, accounting for 91.2% of the country (Kemp, 2025). This reaffirmed that Thailand is well prepared for IT infrastructure upgrades as the accessibility to IT becomes more prevalent. In addition, in the era of combined information data and learning, classrooms in the 21st century require students to possess learning, teamwork, and communication skills, while being able to use media and information and communication technologies (ICT), and hence to obtain a good level of IT literacy (Fedorov & Mikhaleva, 2020; Hatlevik et al., 2018; Pheeraphan, 2013; Šorgo et al., 2017; Thomas et al., 2020). Moreover, IL is essential as a lifelong-learning approach (Jameson & Walsh, 2017; Kozikoglu & Onur, 2019; World Economic Forum & Boston Consulting Group, 2018).

Indeed, IL is a crucial factor for promoting lifelong learning and they are positively related to each other (Demirel & Akkoyunlu, 2017; Hee et al., 2019; Kozikoglu & Onur, 2019; Solmaz, 2017), where IL skills are fundamental for the lifelong learning, equipping learners with the capabilities to further apply their skills to physical or online classes that will expose them to a large amount of data. Thus, IL is vital for learning in this digital era (Falloon, 2020; Law et al., 2018; Reddy et al., 2020; UNICEF, 2019; Vuorikari et al., 2016; Yu et al., 2017) and it positively affects the learners' achievements and so is required for teaching (McKeever et al., 2017).

Particularly during the COVID-19 pandemic, when information is often distorted, IL approaches are an effective way to overcome or limit these problems (Association of College and Research Libraries [ACRL], 2020; American Library Association [ALA], 2020; CILIP, 2020; Guo & Huang, 2021; IFLA, 2020; Information Literacy Group [ILG], 2020; UNESCO, 2020a). According to an assessment of knowledge involving reading strategies, and in terms of the credibility of information sources in all OECD countries, Azerbaijan, Indonesia, Kazakhstan, the Philippines, and Thailand were found to have the lowest information credibility (Suarez-Alvarez, 2021). The Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2 indicated that Thailand was only ranked fifth out of the 10 ASEAN countries in terms of self-perceived digital competence levels (UNICEF, 2021).

Therefore, it is very important to improve the IL of Thai people, especially pre-service teachers, as they need to educate students regarding the same (Flierl et al., 2017; Gilman et al., 2017; Godbey, 2018; Information Literacy Spaces [ILS], 2020; McKeever et al., 2017). At the higher education level, IL normally employs ACRL IL standards, which are considered to be the standard approach to educate IL (Jackman & Weiner, 2017; Khailova, 2021; Sample, 2020). Moreover, the study found that IT or digital

applications affected the IL, and that the IL standards should be incorporated in the study process (Sorgo et al., 2017), while the level of ICT acceptance also affected the IL (Chen & Chengalur-Smith, 2015). Additionally, factors contributing to IL have several facets: online classes, teaching approaches, IT usage, and communications (Hammons, 2020; Humrickhouse, 2021; Moreno-Morilla et al., 2021). The level of IL was found to directly affect the intention of learning technology usage in Korea and Finland (Jang et al., 2021), resulting in greater personal ICT competencies, or interest related to an improved IL.

Students in the educational fields had a lower level of IL compared to those in information science and pedagogy courses (Pinto et al., 2019). A study on the IL of CHASS students at Nanyang Technological University, Singapore revealed that students in the communication and information field were more information literate compared to those from the fields of humanities and social sciences, arts, design, and media (Foo et al., 2013). In Thailand, students at Rajabhat Universities had varying IL levels based on their field of study. On average, students in the educational field tended to have a higher IL level than those in industrial technology, agriculture, and public health (Hiangrat et al., 2018). In addition, students in the Faculties of Education, Humanities and Social Sciences, Science, and Technology had the highest IL level, while those at the Faculty of Nursing were at the intermediate level (Amornsiriphong, 2018). Based on those findings, the factors promoting IL consist of the institution or faculty, courses, teachers, and pre-service students (Sirawong, 2018).

Several countries, including Thailand, are aware that IL will uplift their citizens, and so consider it as part of learning courses (UNESCO, 2020b). Due to these reasons, it still needs to clarify whether and which causal factors promote IL in students in order to be able to achieve educational improvement.

2. Research Objective

This study sought to evaluate which causal factors from IT management, IT usage, and TS affected the IL, with the flow chart of interactions and five hypotheses shown in Figure 1.

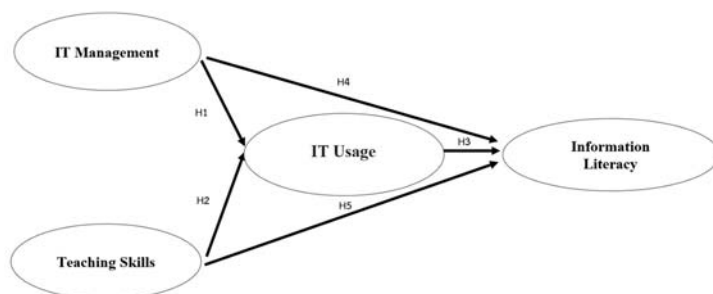


Figure 1 The interaction flow chart between IT management, IT usage, and TS affecting IL and showing the five hypotheses

Source: The researcher team (Thamsuwan et al.)

Hypotheses 1 *To what extent does the incorporation of IT management and IT usage affect IL?*

It is necessary for school administrators to consider that IT development is in part essentially related to education by defining a scope that also includes the infrastructure management, personnel development, research, funding, and control unit, in order to formulate policies and manage works related to educational technology (Bailey, 1998) and technology management and application, which will contribute to a better IL (Durodolu, 2016). Moreover, adequate provision of IT devices is an integral factor that promotes the IL of learners (Lorenz et al., 2019).

Hypotheses 2 *To what extent does teaching skills (TS) and IT usage affect the IL?*

A combination of teaching skills (TS) and IT usage can result in an improved learner's IL compared to that with TS alone (Drossel et al., 2017; Jinchi & Jie, 2021). Incorporation of IT usage and a proper teaching approach also influences individual perspectives and awareness, thereby promoting IL (Šorgo et al., 2017). Moreover, a class that integrates IT usage will benefit the students' IL (Xu and Chen, 2016).

Hypotheses 3 *To what extent does IT usage affect the IL?*

Overall, IT takes an integral role in education, especially computers and telecommunications, such as providing (i) learning to promote technologies, computer-assisted learning (CAI), and information systems; (ii) education management promoting technologies; and (iii) IT and interpersonal communications in the education field for better work performance

Moreover, IT usage can trigger thoughts and increase the interest of students in online learning, while WIFI usage also leads to educational growth in a digitalized way since students can study and comprehend relevant information anywhere at any time (Sarkar, 2012).

Hypotheses 4 *To what extents does IT management affect the IL?*

As a working hypothesis it is necessary for school administrators to consider that IT development is in part essentially related to education by defining a scope that also includes the infrastructure management, personnel development, research, funding, and control unit, in order to formulate policies and manage works related to educational technology (Bailey, 1998) and the Eleventh National Economic and Social Development Plan of Thailand (2012–2016). A summary of the service providers revealed that the rapid technological changes and IT advancement, biotechnology, and nanotechnology have led to economic and social shifts, in terms of opportunities and threats, and so it is necessary to maintain a prepared state for the potential rapid changes in the future. This requires systemic knowledge management and suitable technological application that are integrated with the competency of Thai society (Mukherjee, 2011).

Hypotheses 5 *At which level does TS affect the IL and how?*

Interdisciplinary teaching of IL contributes to a better development of learning scope and IL. This requires lessons to be aligned with the contexts of different guidelines in each subject,

reflecting the IL and the competency to further apply the knowledge to other fields (Kuglitsch, 2015). Developing a thesis can be improved if students are information literate, are able to critically analyze and criticize information to examine its credibility and the value of the findings, to identify an expert in the studied topic, and apply interdisciplinary knowledge (Dubicki, 2019).

3. Literature Review

3.1 Technology management (IT management)

Technological changes drive new offerings. Leading companies have committed to their technology development to ensure their competitiveness (Lai, 2017). Organizations strive for competitive advantages, particularly in personnel development in terms of their technological competency, since this can contribute to the company's value (Hughes, 2010). Technology management affects competitiveness, development, and adaptation, as well as the utilization of science and technology to create or improve products or services for several achievements (Argote, 2017). Moreover, knowledge management promotes better decision-making, which can lead to success (Belay et al, 2021). A study on the technology usage in human resource development found that 42% of personnel working in different locations use computers and the internet for work, and this percentage is tending to continuously increase. Therefore, each organization should define communication and collaboration tools and procedures to use technology as the fundamental approach for personnel development (Benson, 2002).

The use of an internal IT system may be difficult due to several reasons. For example, administrators do not value the integration of an IT system (Kongchawan, 2013). If it lacks support from the administrative level, it will potentially fail from the beginning (Whittaker, 1999, p. 23). Administrators need to possess leadership skills with broad visions, knowledge, expertise in technological integration, and prompt implementation. In terms of addressing this problem, many countries have implemented ICT courses in schools or carried out ICT-related educational reforms (Bereiter & Scardamalia, 2006; Fox & Henri, 2005; Greenhow et al., 2009; Jonassen et al., 2008; National School Boards Association, 2007). Schools, therefore, need IT development for the purpose of education, which covers infrastructure management, and personnel development to formulate policies and work management (Bailey, 1998). Therefore, administrators need to be well prepared for the shift, creative, and based on reformation and innovation. Also, they must be able to motivate or establish a mutual understanding and good teamwork to effectively achieve specific goals (Phiwohang, 2021). This corresponds to the research outcome of the American Institute for Research (AIR) (AIR, 2004, p. 23), which indicated that promotion, support, management, and execution were all crucial characteristics of administrators. If the management system and resource promotion are adequately supported by stakeholders, the outcome will turn positive. Moreover, IT strategic plans and potential communications, along with human resources and budgets, facilities, equipment, modern technology management, and effective planning, will lead to the development planning process of a successful

business (Phiwohang, 2021). Therefore, ICT is an important fundamental for millennial students to learn (Picatoste et al., 2018).

3.2 Teaching skills (TS)

The teaching skills of pre-service teachers that promote IL among university students include several parts. First, teachers should prepare lessons beforehand. Second, learning objectives should be informed to the learners. Third, class evaluation is provided for further improvement. Finally, IL assessment should be related to the work of learners (Lokse et al., 2017). The teaching approach is one factor that promotes IL among students (Kingsawat et al., 2015). Incorporation of TS and IT usage results in people being more information literate, compared to leveraging only TS (Drossel et al., 2017; Jinchi & Jie, 2021). Incorporation of IT and proper teaching approaches influences the perspectives and awareness of IL (Šorgo et al., 2017) and gives a better integration between IT, TS, and IL (Xu & Chen, 2016), as well as the perspectives related to technology to serve the standards and needs of the digital world (Kirschner, 2015).

When applying online media, the instructors need to ensure that there is a guideline and that the learners can form their individual learning environment (Cordell, 2013). Good teaching helps encourage students with a learner-centric approach (Bidabadi et al., 2016). Teachers' expertise in online teaching comes along with the students' readiness to move online, technology infrastructure, provision of content and learning resources, and the instructional design to provide a pedagogical foundation as a prerequisite for online learning (Govindasamy, 2002). Moreover, an active learning strategy encourages the students' participation and easily develops their understanding about information sources (Johnson & Barrett, 2017), while a flip classroom strategy together with online classes that promotes self-monitoring helps enhance their IL (Humrickhouse, 2021) and ensures a balance between physical and online classrooms (Vanslambrouck et al., 2018).

Teachers are suggested to integrate IL with their subjects (Hammons, 2020). The "Framework for IL for Higher Education", published by the ACRL (2016), emphasizes that IL education should be integrated into a "context". Teachers should improve the curriculum to align with current contexts, ensuring that the promotion of IL is based on the students' needs (Guo & Huang, 2021).

3.3 Use of IT (IT Usage)

Advances in emerging ICTs have created new opportunities in terms of globalization, acculturation, knowledge creation, and widespread diffusion of new practices (UNESCO, 2005). The use of IT is one factor contributing to Thailand's educational development and regional distribution of prosperity (Phuworawan & Namprasert, 2003), where IT facilitates learning, instructional teaching, independent study, problem solving, information searching, analyzing, critical thinking, communicational ability, and working and learning (Ratheeswari, 2018). Technological factors cover infrastructure planning, hardware, and software; while pedagogical factors include the analysis of contents, audience, goals, media, and design approach (Khan, 2005). Technological application in

teaching enhances the student's literacy, skills, and analytical ability (Suryani, 2010), which then allows them to achieve their goals. Educational technology is related to the design, development, use, management, and evaluation of the learning process to ensure an optimum and efficient learning (Earle, 2002).

Understanding the relationship with technology is increasingly important and there are several positive impacts to be obtained from using technology (Shaw, 2018). Using technology in younger children familiarizes them with the trial-and-error approach, while adults prioritize reasons and a step-by-step process (Chotijirawattana, 2019). The effective use of ICT can also improve the life quality, reduce educational gaps, and improve industrial performance (Tan, 2016).

Therefore, technology management is important and affects the advancement of IT, especially the internet, and facilitates global communication, trade, and participation in both business and consumer sectors (Sashi, 2012). For example, internet trade (Nilsuk, 2018) provides non-complicated information about quality (Gounaris & Dimitriadis, 2003).

3.4 Learning outcomes of IL: ACRL

A good IL provides the person with the ability to realize their information needs, and to search, identify, evaluate, and use it effectively (ACRL, 2000). For ICT literacy, it is interpreted as that if the person is able to use a computer and communication tools appropriately, they can then define, access, manage, evaluate, integrate, create, and communicate effectively and responsibly (Thammasaeng et al., 2016). The ACRL's IL Competency Standards for Higher Education consists of the five dimensions of (i) determine the extent of information needed (Misirli & Akbulut, 2013), (ii) access the needed information effectively and efficiently, (iii) evaluate the information and its source critically, and (iv) incorporate the selected information into one's knowledge base to achieve a specific purpose (Berphan, 2012; Moto et al., 2018; Pinto et al., 2019). The vital components for learning are the skills focused on the realization of what they are searching for, which contributes to educational achievements (Lau, 2006; Moto et al., 2018; Pinto et al., 2019).

At present, information takes a crucial role in daily life, and IT advancement results in a higher level and more rapid production and use of information. Therefore, people always need to be enthusiastic towards learning and be able to use technology for problem solving and decision making, which requires IL (Mamak, 2010). Mastery of ICT also has a significant impact on a nation's economic growth (Kraisuth & Panjakajornsak, 2017). Integrating IL into teaching different subjects helps develop the students to become more information literate (Adams et al., 2016; Harris, 2013; Wang, 2013).

4. Methodology

A quantitative method was used, as explained below.

4.1. Instruments

A questionnaire survey was used to collect data in Thailand, during February–April 2021. The questionnaire, which consisted of a total of 21 questions, comprised of six for technology management, and five each for TS, technology use, and IL factors. All the questions were based on a seven-point (1–7) Likert scale, which was used to assess the least to the most appropriate responses.

4.1.1 Information Technology Management (IT Management)

IT management refers to the systematic administration and oversight of computerized technological systems and associated IT databases within educational institutions. Operationally, this variable encompasses four core dimensions: (i) administrative processes governing technology implementation; (ii) computer infrastructure development and maintenance; (iii) the deployment of appropriate software for information technology and communication activities; and (iv) personnel development initiatives focused on enhancing IT competency and promoting its usage. Collectively, these dimensions facilitate organizational access to high-quality digital knowledge and information resources (Bailey, 1998; Goyal et al., 2010; Misirli & Akbulut, 2013; Moto et al., 2018).

4.1.2 Teaching Skills (TS)

Teaching skills represent the professional pedagogical competencies that educators demonstrate in their instructional practice. Operationally, this variable is characterized by teachers' possession of comprehensive subject matter knowledge and their capacity to employ diverse teaching methodologies effectively. Specifically, it involves the strategic selection and application of varied instructional approaches, the integration of educational media, and the purposeful incorporation of technology into the teaching-learning process to enhance educational outcomes (Goyal et al., 2010; Khammanee, 2012; Misirli & Akbulut, 2013).

4.1.3. Technology Usage

Technology usage denotes the practical application of technological tools and digital resources within the instructional context. Operationally, this variable reflects educators' competencies in leveraging technology to facilitate knowledge construction, enhance pedagogical effectiveness, and develop students' technological proficiency. It encompasses the integration of digital tools to support learning objectives, foster student engagement, and enable learners to acquire essential 21st-century skills necessary for achieving their educational and professional goals (Misirli & Akbulut, 2013; Moto et al., 2018; Pinto et al., 2019).

4.1.4 Information Literacy (IL)

Information literacy refers to the comprehensive set of competencies required for effective engagement with information in academic and professional contexts. Operationally, this variable covers both individual information literacy capabilities and institutional practices related to information handling. It is characterized by proficiency across five sequential stages: (i) identifying information needs and scoping information requirements; (ii) planning search strategies and gathering relevant information; (iii) evaluating information quality and credibility; (iv) managing and organizing information resources; and (v) presenting information ethically and effectively. This operational definition emphasizes both the cognitive processes and ethical considerations inherent in information work (Misirli & Akbulut, 2013; Moto et al., 2018; Pinto et al., 2019).

4.2 Sampling methods

The online questionnaire, comprised of the 21 questions outlined above (section 4.1) and shown below, was sent to 1,000 pre-service teachers from five regions in Thailand randomized by a Stratified Random Sampling technique, with stratification based on academic year (Years 1-4), followed by simple random sampling within each stratum to obtain the final sample from which 618 verified questionnaires were returned and these then formed the sample size. The information obtained was processed via the descriptive statistics of frequency distribution, percentage, standard deviation, and statistical analysis to find causal factors that affect IL.

4.3 Sample characteristics

The demography of the 618 pre-service teachers are summarized as follows. They were comprised of 72.7% females, 27.3% males; 53.7% fifth-year curriculum students, 45.6% fourth-year curriculum students, and 0.7% others. The identity of each participant was not revealed to comply with ethical concerns.

In terms of education, 46.9%, 35.8%, 14.2%, and 3.1% of the students had obtained a GPA of 3.01–3.50, over 3.50, 2.51–3.00, and less than 2.00, respectively. With respect to their age, 50.2%, 32.7%, 14.6%, 2.6% of the students were aged 21–22, 19–20, over 22, and 17–18, respectively.

For the frequency of IT usage, 68.9%, 12.3%, 9.5%, 8.7% of the students used IT that affected their IL daily, 3–4 times/week, 5–6 times/week, and 1–2 times/week, respectively.

4.4 Data analysis methods

Data were analyzed using various descriptive methods, bivariate inferential test, and confirmatory factor analysis and Structural Equation Modeling (SEM), a statistical technique employed to justify whether and to what extent the reviewed model is correct, compared to actual information or empirical data.

Table 1 shows the validation of the questionnaire data obtained from the 618 respondents. The internal consistency was evaluated in terms of the Cronbach Alpha score, with obtained values of 0.973, 0.983, 0.975, and 0.983 for the sections on technological management, TS, IT usage, and IL, respectively, with an overall score of 0.983. All alpha and composite reliability values exceeded 0.7 (Hair, et al., 2006), which indicated that the reliability of each construct was reasonably satisfied.

The convergent and discriminant validity were analyzed with factor loadings and average variance extracted (AVE). The construct reliability based on the factor loading of each question from the Exploratory Factor Analysis revealed that all the questions were subject to a construct reliability factor loading of between 0.620–0.870.

The AVE of each latent variable needs to be at least 0.5 (except TS at 0.418). However, TS values greater than 0.40 (Anderson & Gerbing, 1988) indicate that each latent variable adequately explains the variance of its observed variables. In addition, the CR of each latent variable should be at least 0.70 (Anderson & Gerbing, 1988; Hair et al., 2006). The analysis of causal factors revealed composite reliability (CR) and AVE values of 0.942 and 0.731, respectively, for IT management; 0.782 and 0.418 for TS; 0.920 and 0.696 for IT usage; and 0.928 and 0.720 for IL.

Table 1 Measurement scales

	Constructs	Factor loading	Alpha ^a	CR ^b	AVE ^c
IT management			0.973	0.942	0.731
1	Sufficient financial support for information research and development by administrators (TMA1)	0.834			
2	Sufficient software and hardware allocation with all-time information access (TMA2)	0.870			
3	Development for students' effective information usage (TMA3)	0.869			
4	High-speed internet in class connected to effective external information sources (TMA4)	0.869			
5	Teachers' IT knowledge and competencies (TMA5)	0.828			
6	Information sources promoting academic learning interested by students (TMA6)	0.860			
Teaching skills (TS)			0.983	0.782	0.418
7	Student-oriented classroom (TS1)	0.620			
8	Lesson planning (TS2)	0.648			
9	Several teaching approaches (TS3)	0.667			
10	Instructional media and technology employed (TS4)	0.648			
11	Learning evaluation and measurement (TS5)	0.648			
Use of IT			0.975	0.920	0.696
12	Students' effective learning time management (U1)	0.793			
13	Students' webpage-based information comparison ability (U2)	0.817			
14	Capability to use e-mails and ability to use effectively (U3)	0.842			
15	Students' effective search engine usage (U4)	0.856			
16	Ability to use Microsoft Office programs, or gather knowledge and disseminate information through the Internet (U5)	0.861			
Information literacy (IL)			0.983	0.928	0.720

	Constructs	Factor loading	Alpha ^a	CR ^b	AVE ^c
17	Ability to define characteristics and scope of needed information (IL1)	0.856			
18	Ability to analyze information needs and effective access necessary data (IL2)	0.856			
19	Being aware of related information resources (IL3)	0.864			
20	Ability to accept data at will (IL4)	0.858			
21	Being aware of laws related to information usage/intellectual property and to ethically use information (IL5)	0.807			

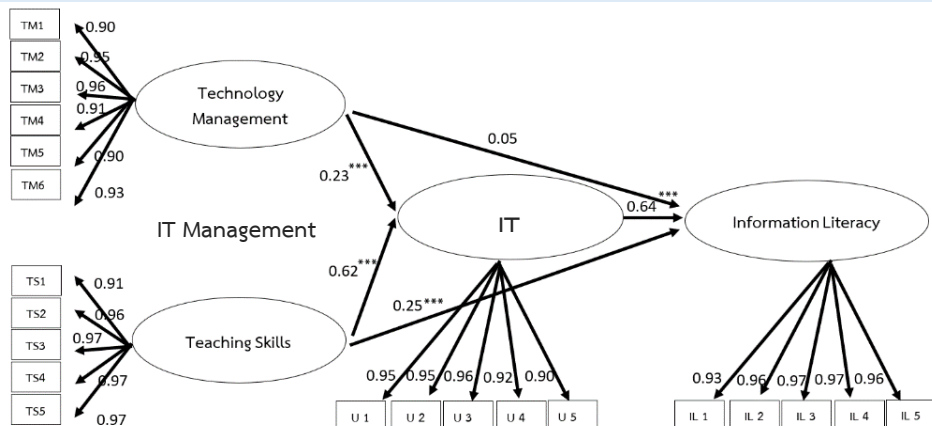
^a Cronbach's alpha ^b Composite reliability ^c Average variance extracted

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	1																				
2	.908**	1																			
3	.866**	.892**	1																		
4	.845**	.879**	.926**	1																	
5	.851**	.872**	.913**	.929**	1																
6	.788**	.811**	.792**	.807**	.822**	1															
7	.784**	.798**	.798**	.811**	.824**	.948**	1														
8	.759**	.780**	.795**	.802**	.815**	.925**	.945**	1													
9	.768**	.784**	.800**	.818**	.823**	.919**	.940**	.940**	1												
10	.745**	.754**	.758**	.771**	.773**	.884**	.905**	.911**	.889**	1											
11	.626**	.630**	.623**	.600**	.611**	.633**	.631**	.609**	.628**	.637**	1										
12	.646**	.641**	.618**	.606**	.615**	.639**	.641**	.618**	.619**	.633**	.874**	1									
13	.658**	.660**	.638**	.625**	.634**	.654**	.658**	.648**	.659**	.661**	.870**	.908**	1								
14	.621**	.610**	.585**	.573**	.582**	.607**	.610**	.597**	.598**	.617**	.802**	.878**	.876**	1							
15	.634**	.648**	.641**	.633**	.623**	.643**	.639**	.626**	.655**	.633**	.802**	.818**	.866**	.801**	1						
16	.657**	.673**	.636**	.642**	.631**	.662**	.658**	.649**	.653**	.668**	.825**	.866**	.894**	.887**	.882**	1					
17	.699**	.687**	.682**	.683**	.689**	.719**	.723**	.710**	.711**	.694**	.678**	.677**	.682**	.665**	.699**	.704**	1				
18	.723**	.731**	.723**	.713**	.733**	.761**	.750**	.746**	.743**	.716**	.688**	.683**	.691**	.672**	.709**	.716**	.911**	1			
19	.717**	.725**	.719**	.699**	.718**	.751**	.750**	.746**	.735**	.734**	.717**	.718**	.730**	.719**	.749**	.755**	.903**	.936**	1		
20	.733**	.750**	.739**	.723**	.742**	.765**	.769**	.761**	.751**	.735**	.704**	.705**	.723**	.699**	.739**	.740**	.880**	.930**	.947**	1	
21	.731**	.737**	.732**	.721**	.732**	.757**	.758**	.750**	.749**	.725**	.701**	.696**	.698**	.677**	.733**	.721**	.876**	.929**	.931**	.942**	1
Mean	4.96	5.02	5.14	5.20	5.23	4.98	5.03	5.03	5.09	4.98	4.71	4.63	4.78	4.84	4.95	4.80	5.17	5.17	5.19	5.17	5.19
S.D.	1.576	1.595	1.624	1.630	1.649	1.609	1.602	1.603	1.596	1.643	1.802	1.832	1.832	1.970	1.777	1.819	1.658	1.639	1.673	1.655	1.627

Table 2 Mean, standard deviation, and correlation

Note: Off-diagonal elements are the correlational variables. ** represents $p < 0.05$

5. Result



*** represents $p < 0.001$

Figure 2. SEM analysis of the impact factors influencing the effective use of IL of pre-service teachers in Thailand: the mediating role of the IT usage

Source: The researcher team (Thamsuwan et al.)

This research developed a framework based upon the literature and a hypothesis to explain its topic (Figure 2). The variables in the research framework consisted of IT management and TS, while the independent variable was IL and the transmitter was IT usage.

Goodness of Fit between the model components and empirical data

Table 3 indicated that all the GFIs between the model components and empirical data passed the criteria, where the χ^2 -test value was 2.27 ($\chi^2/\text{df} = 375.26/165$; $p = 0.000$), GFI was 0.95, CFI was 1.00, and AGFI was 0.92. Moreover, the RMSEA and SRMR were 0.045 and 0.020, respectively. It can be concluded that the diagram is positively consistent with the empirical data.

With respect to the SEM analysis, IT management (SEM 1) had a chi-square value of 0.355 ($\chi^2/\text{df} = 1.42/4$; $p = 0.84082$), GFI of 1.00, CFI of 1.00, and AGFI of 1.00 with a RMSEA and SRMR of 0.00 and 0.017, respectively. The TS (SEM 2) had a chi-square value of 0.260 ($\chi^2/\text{df} = 0.52/2$; $p = 0.84082$), GFI of 1.00, CFI of 1.00, and AGFI of 1.00 with a RMSEA and SRMR of 0.00 and 0.0007, respectively. The IT usage (SEM 3) had a chi-square value of 2.13 ($\chi^2/\text{df} = 6.41/3$; $p = 0.093$), GFI of 1.00, CFI of 1.00, and AGFI of 1.00 with a RMSEA and SRMR of 0.043 and 0.0029, respectively. Finally, the IL (SEM 4) had a chi-square value of 2.13 ($\chi^2/\text{df} = 6.41/3$; $p = 0.093$), GFI of 1.00, CFI of 1.00, and AGFI of 0.98 with a RMSEA and SRMR of 0.043 and 0.0026, respectively.

Table 3 The GFI between model components and the empirical data

GFI	Criteria	Measurement
χ^2 -test (Hair et al., 2010; Hu & Bentler, 1999)	< 0.05	0.00
χ^2/df (Hu & Bentler, 1999; Marsh & Hocevar, 1985)	$< 1.00\text{--}5.00$	2.27
GFI (Chau & Hu, 2001; Hair et al., 2010)	≥ 0.95	0.95
AGFI (Kline, 1994)	≥ 0.90	0.92
NFI (Hair et al., 2010)	≥ 0.80	0.99
CFI (Bagozzi & Yi, 1988; Hair et al., 2010)	≥ 0.90	1.00
RMSEA (Brown & Cudeck, 1993; Hair et al., 2010)	< 0.08	0.045
SRMR (Hair et al., 2006)	≤ 0.08	0.020
RMR (Hair et al., 2006)	≤ 0.05	0.021

GFI = goodness of fit; AGFI = adjusted goodness of fit; NFI = Bentler-Bonnett normed fit index; CFI = comparative fit index; RMSEA = root mean square error of approximation; SRMR = standard root mean squared residual; and RMR = root mean residual.

The SEM analysis revealed the direct influence of IT management and TS on IL was 0.05 and 0.25, respectively, whilst the indirect influence of IT management and TS through the mediator variable of IT usage on IL was 0.147 and 0.39, respectively. Thus, the mediator use of IT has an influence on the IL and so the mediator variables were analyzed based on Hypothesis 3 and elaborated as follows:

Table 4 Regression analysis result for mediator

Variable	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
U1 Learning time management				0.147** (0.051)
U2 Data comparison		0.335*** (0.042)	0.270*** (0.045)	0.170** (0.056)
U3 E-mail usage and communications				
U4 Search engines			0.227*** (0.058)	0.219** (0.058)
U5 Internet-based data usage and presentation	0.838*** (0.021)	0.546*** (0.041)	0.392*** (0.056)	0.361** (0.057)
R²	0.838	0.854	0.858	0.860
Adjusted R²	0.702	0.729	0.734	0.737
F-value	1456.37	829.970	569.699	434.343

Note: N = 618; Standard errors are in parentheses. ** and *** represent $p < 0.05$ and $p < 0.01$, respectively.

For the stepwise multiple regression of IT usage that affects the impact factors (Table 4), the following four models were derived:

Model 1 with one factor (U5): U5 Beta of 0.838, R^2 of 0.838; Adjusted R^2 of 0.702; $p = 0.01$.

Model 2 with two factors (U5 and U2): U5 Beta of 0.546 and U2 Beta of 0.335, with the forecast of impact factor against the use of information accounting for R^2 of 0.854, Adjusted R^2 of 0.729, and $p = 0.01$.

Model 3 with three factors (U5, U2, and U4): U5 Beta of 0.392, U2 Beta of 0.270, and U4 Beta of 0.227, with the forecast of impact factor against the use of information accounting for R^2 of 0.858, Adjusted R^2 of 0.734, and $p = 0.01$.

Model 4 with four factors (U5, U4, U2, and U1): U5 Beta of 0.361, U4 Beta of 0.219, U2 Beta of 0.170, and U1 Beta of 0.147 with the forecast of impact factors against the use of information accounting for R^2 of 0.860, Adjusted R^2 of 0.737, and $p = 0.05$.

Factor U5 is the ability to use and present information through the Internet. It is the first integral factor of all the models. The Internet is an important information resource through which we can search for extensive information from anywhere. Many countries, including Thailand, have tried to provide effective internet-based learning. The Internet is the starting port for conveying information, as data exchange via the Internet affects the user's IL (Suwanroj et al., 2019). The ability of IT and Internet users to share newly obtained knowledge with peers and to use social media and present

projects through PowerPoint are increasingly important factors that promote IL (Misirli & Akbulut, 2013). For example, more online classes and lessons (Altbach, 2007), where sharing of user-generated contents through social media forms personal behaviors (Pinheiro, 2017) and the use of social media provides more than interpersonal interactions as it also provides an awareness of digital skills (Ata & Yildirim, 2019). Understanding the relations of people with technology is increasingly important, with positive impacts being contributed by IT usage (Shaw, 2018).

The Internet modernizes our life and helps keep us updated (Tondeur et al., 2011; Weber & Kauffman, 2011). It helps people explore relations and gain new knowledge anywhere at any time. Schools apply the Internet to facilitate access to needed information for students (George et al., 2006). Incorporation of a computer and the Internet facilitate communications and offers an information source that is increasingly vital for education. However, good information must come from a reliable source (Maybee, 2005). It was found that most of the undergraduates at Carnegie Mellon University, USA, preferred libraries and the Internet, as the Internet is an information source that is important to education and a large multimedia source that promotes teaching and learning (George et al., 2006).

Rapid development of digital technology also leads to IL, because the information is regularly received and updated (Ata & Yildirim, 2019). People are often attracted to use ICT to satisfy their curiosity by using an ICT platform through the Internet (Venkatesh et al., 2014). Frequency of information device use is an important variable that urges information processing (Van Deursen & Van Dijk, 2011), resulting in IL.

6. Discussion

This research found that the model corresponded to the empirical data. The causal factor having the highest factor load for IL was IT usage (0.64), followed by TS (0.62) and IT management (0.23).

Incorporating the causal factors of IT usage and TS will result in learners having a greater IL than when using only the causal factor of TS, as teaching by employing several different approaches including the appropriate media and technology; and measurement and evaluation skills can lead to a more effective IT usage.

Also, incorporating the causal factors of IT usage and IT management will also result in learners becoming more information literate than when relying on only IT management, as policy-based IT management helps enhance the teachers' and students' preparedness for effective teaching and learners can always access general and academic information.

By and large, the higher the frequency of IT usage the more affect upon the IL, with the most effect on the level of IL was from daily IT usage, followed by 3–4 times/week, and 1–2 days/week, respectively. The IT usage is a positive factor for IL, while technology literacy and IL are positively correlated. Incorporating IT in classes and IT management are crucial factors that promote the IL of learners (Lorenz et al., 2019).

Incorporating technology with TS was reported to result in learners being more information literate than when relying only on TS (Jinchi & Jie, 2021; Drossel et al., 2017), which corresponds to this study and also to another study where incorporating IT with suitable teaching approaches influenced the perspectives and awareness to promote IL (Šorgo et al., 2017). In addition, incorporating online classes with a flip classroom strategy was found to provide a better IL, while incorporating the use of technology with IT management resulted in a better IL than when relying on only the factor of IT management (Humrickhouse, 2021). Previous research studies have supported that IT management using technological resources will promote a greater learning efficiency, more communication, and greater information exchange (Malik et al., 2018). The provision of ICT resources can lead to a greater IL, while IT management that allows learners to access IT devices or their own IT device positively affects the IL (Šorgo et al., 2017).

The factor of IL is related to the IT competency (Lorenz et al., 2019), corresponding to the factors that promote IL that are in part related to the learners and IT usage. That is, learners are required to be able to effectively manage their learning time (Kingsawat et al., 2015). Pinto et al. (2019) found that the factors promoting IL involve searching-retrieving Internet information, using informal electronic sources, using electronic secondary sources, and disseminating information on the Internet, in accord with Baggia et al. (2016), who specified the factor of IT usage included searching for information, working with office tools, communicating, and the ability to compare information. Likewise, Misirli & Akbulut (2013) specified the ability to compare information discovered from different websites as a factor for IL, while Pinto et al. (2019) included assessing the quality of information, knowing the typology of information sources, and determining whether the information has been updated. Moreover, it was found that the factor of ICT usage is also vital in achieving a higher IL for learners in the 21st century (Moto et al., 2018).

Organized plans covering teaching skills and IT management can result in a better IL among students, allowing them to accept information at will, scope information, analyze needs, and efficiently and effectively access the necessary data. In addition, they will be more aware of the relevant laws, and lawfully and ethically use information (ACRL, 2000). The ACRL Information Literacy Standard consists of five dimensions, including the effective information usage and an understanding of the contexts (Berphan, 2012). At present, information is increasingly growing and so people need to always seek new knowledge and use technology as a tool to solve problems, because IL is increasingly vital in everyday life (Mamak, 2010).

7. Conclusion & Recommendation

The result indicates that the influence of IT use is a factor that supports the causal factors in terms of IT management and TS for IL support.

1) The TS involves taking several teaching approaches, use of suitable media and IT, and evaluation skills, which can promote IL if they are incorporated with IT.

2) Well planned IT management, resources allocation, and skill promotion among teachers lead to the promotion of IL among learners.

These concepts should be used to address a shared vision of teaching and learning with ICT and so underpin the importance of ICT-related collaboration as well as pedagogical reasoning with regards to ICT equipment (Lorenz et al., 2019), as learners can always access information. Therefore, IT usage enhances the opportunities for learners to access more information and use more effective and efficient IL skills. In this regard, the integration of IL based on frameworks, such as ACRL (ACRL, 2000), or other standards, with IT usage to promote IL among students should be considered. The IT management should correspond to the digital environment to enhance IL (ACRL, 2017) and align with the definition of IL in a proper way. Cyber literacy includes the ability to use the internet, communications, and websites (Karpati, 2011; Leahy & Dolan, 2010). Therefore, IL requires all the above factors.

These findings will serve as guidelines for enhancing curricula and improving information technology management in teacher education institutions, thereby fostering the development of information literacy—a critical competency for the twenty-first century.

References

- Adams, C., et al. (2016). A collaborative approach to integrating information and academic literacy into the curricula of research methods courses. *The Journal of Academic Librarianship*, 42(3), 222–231.
- Altbach, P. G. (2007). The underlying realities of higher education in the 21st century. In P. G. Altbach & P. M. Peterson (Eds.), *Higher education in the new century: Global challenges and innovative ideas* (pp. 17–24). Sense.
- American Institute for Research. (2004). *Evaluation of the school technology leadership initiative: External evaluation report #1*. University of Minnesota.
- American Library Association. (2020). *Pandemic preparedness*. <http://www.ala.org/tools/atoz/pandemic-preparedness>
- Amornsiriphong, W. (2018). Information literacy of Nakhon Pathom Rajabhat University undergraduate students. *Journal of Information Science*, 36(3), 42–66.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. C. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.

- Argote, L. (2017). Organizational learning and management of technology. *Production and Operations Management*, 26(4), 579–590.
- Association of College and Research Libraries. (2000). *Information literacy competency standards for higher education*. <http://www.ala.org/ala/acrl/acrlstandards/informationliteracycompetency.cfm>
- Association of College and Research Libraries. (2016). *Framework for information literacy for higher education*. <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/infolit/framework1.pdf>
- Association of College and Research Libraries. (2017). *Global perspectives on information literacy: Fostering a dialogue for international understanding*. https://www.ala.org/sites/default/files/acrl/content/publications/whitepapers/GlobalPerspectives_InfoLit.pdf
- Association of College and Research Libraries. (2020). *Pandemic resources for academic libraries*. <https://acrl.libguides.com/pandemic>
- Ata, R., & Yildirim, K. (2019). Exploring Turkish pre-service teachers' perceptions and views of digital literacy. *Education Sciences*, 9(1), Article 40. <https://doi.org/10.3390/educsci9010040>
- Baggia, A., et al. (2016). Factors influencing the information literacy of students: Preliminary analysis. *BLED 2016 Proceedings 2* (pp. 617-631). Association for Information Systems.
- Bagozzi, R., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Sciences*, 16, 74–94.
- Bailey, K. M. (1998). *Learning about language assessment: Dilemmas, decisions, and directions*. Heinle & Heinle.
- Belay, M., et al. (2021). Investigate knowledge management technology implementation for supporting decision making in Ethiopian health sectors. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 21, Article 146. <https://doi.org/10.1186/s12911-021-01507-9>
- Benson, D. A. (2002). The use of technology in the digital workplace: A framework for human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, 4(4), 392–404.
- Bereiter, C., & Scardamalia, M. (2006). Education for the knowledge age. In P. A. Alexander & P. H. Winne (Eds.), *Handbook of educational psychology* (2nd ed., pp. 695–713). Lawrence Erlbaum.
- Berphan, C. (2012). Information literacy behavior of Chulalongkorn University students. *Library Science Journal*, 32(2), 25–38.
- Bidabadi, N. S., et al. (2016). Effective teaching methods in higher education: Requirements and barriers. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 4(4), 170–178.
- Brown, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136–162). Sage.
- Burbules, N. (2018). *Watch IT: The risks and promises of information technologies for education*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429503153>
- Chau, P. Y., & Hu, P. J. H. (2001). Information technology acceptance by individual professionals: A model comparison approach. *Decision Sciences*, 32(4), 699–719.

- Chen, Y. H., & Chengalur-Smith, I. (2015). Factors influencing students' use of a library web portal: Applying course-integrated information literacy instruction as an intervention. *The Internet and Higher Education*, 26, 42–55.
- Chotijirawattana, S. (2019). Assessment of the needs for information and communication technology to support health literacy in the learning center for the elderly in Bangkok Metropolis and its vicinities. *The Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University*, 12(2), 71–85.
- CILIP. (2020). *CILIP coronavirus information service*. <https://www.cilip.org.uk/news/493378/CILIP-Coronavirus-Information-Service.htm>
- Cordell, R. M. (2013). Information literacy and digital literacy: Competing or complementary? *Communications in Information Literacy*, 7(2), 177–183.
- Demirel, M., & Akkoyunlu, B. (2017). Prospective teachers lifelong learning tendencies and information literacy self-efficacy. *Educational Research and Reviews*, 12(6), 329–337.
- Drossel, K., et al. (2017). Predictors of teachers' use of ICT in school—the relevance of school characteristics, teachers' attitudes and teacher collaboration. *Education and Information Technologies*, 22(2), 551–573. <https://doi.org/10.1007/s10639-016-9476-y>
- Dubicki, E. (2019). Mapping curriculum learning outcomes to ACRL's framework threshold concepts: A syllabus study. *The Journal of Academic Librarianship*, 45, 288–298.
- Durodolu, O. O. (2016). *Technology acceptance model as a predictor of using information system to acquire information literacy skills*. Library Philosophy and Practice.
- Earle, R. (2002). The integration of instructional technology into public education: Promises and challenges. *Educational Technology*, 42(1), 5–13.
- Falloon, G. (2020). From digital literacy to digital competence: The teacher digital competency (TDC) framework. *Educational Technology Research and Development*, 68(5), 2449–2472. <https://doi.org/10.1007/s11423-020-09767-4>
- Fedorov, A., & Mikhaleva, G. (2020). Current trends in media and information literacy in research and scientific publications of the early 21st century. *International Journal of Media and Information Literacy*, 5(2), 153–163. <https://doi.org/10.13187/ijmil.2020.2.153>
- Flierl, M., et al. (2017). IMPACT lessons: Strategically embedding media and information literacy through teacher development in higher education. In *Media and information literacy in higher education* (pp. 119–133). Chandos Publishing.
- Foo, S., et al. (2013). Information literacy skills of humanities, arts, and social science tertiary students in Singapore. *Reference and User Services Quarterly*, 53, 40–50.
- Fox, R., & Henri, J. (2005). Understanding teacher mindsets: IT and change in Hong Kong schools. *Educational Technology & Society*, 8(2), 161–169.
- George, C. A., et al. (2006). Scholarly use of information: Graduate students' information seeking behaviour. *Information Research*, 11(4), Article 273.

- Gilman, N. V., et al. (2017). A faculty–librarian collaboration success story: Implementing a teach-the-teacher library and information literacy instruction model in a first-year agricultural science course. *Library Trends*, 65(3), 339–358. <https://doi.org/10.1353/lib.2017.0005>
- Godbey, S. (2018). Testing future teachers: A quantitative exploration of factors impacting the information literacy of teacher education students. *College and Research Libraries*, 79(5), 611–623. <http://dx.doi.org/10.5860/crl.79.5.611>
- Gounaris, S., & Dimitriadis, S. (2003). Assessing service quality on the web: Evidence from business-to-consumer portals. *Journal of Services Marketing*, 17(5), 529–548.
- Govindasamy, T. (2002). Successful implementation of e-learning: Pedagogical considerations. *The Internet and Higher Education*, 4(3–4), 287–299.
- Goyal, E., et al. (2010). Factors that affect information and communication technology usage: A case study in management education. *Journal of Information Technology Management*, 21(4), 38–57.
- Greenhow, C., Robelia, B., & Hughes, J. E. (2009). Web 2.0 and classroom research: What path should we take now? *Educational Researcher*, 38(4), 246–259.
- Guo, J., & Huang, J. (2021). Information literacy education during the pandemic: The cases of academic libraries in Chinese top universities. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(4), 102363. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102363>
- Hair, J. F., et al. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Hammons, J. (2020). Teaching the teachers to teach information literacy: A literature review. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102196. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102196>
- Harris, B. R. (2013). Subversive infusions: Strategies for the integration of information literacy across the curriculum. *The Journal of Academic Librarianship*, 39(2), 175–180.
- Hatlevik, O. E., et al. (2018). Students’ ICT self-efficacy and computer and information literacy: Determinants and relationships. *Computers & Education*, 118, 107–119.
- Hee, O. C., et al. (2019). Exploring lifelong learning outcomes among adult learners via goal orientation and information literacy self-efficacy. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(4), 616–623.
- Hiangrat, P., Sacchanand, C., & Choemprayong, S. (2018). Information literacy of undergraduate students of Rajabhat universities. *TLA Research Journal*, 11(1), 33–47.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.
- Hughes, C. (2010). People as technology conceptual model: Toward a new value creation paradigm for strategic human resource development. *Human Resource Development Review*, 9(1), 48–71.

- Humrickhouse, E. (2021). Flipped classroom pedagogy in an online learning environment: A self-regulated introduction to information literacy threshold concepts. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(2), Article 102327. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102327>
- IFLA. (2020). *How to spot fake news – COVID-19 edition*. <https://www.ifla.org/publications/node/93015/>
- Information Literacy Group. (2020). *COVID-19 and information literacy: A selective list of useful resources*. <https://infolit.org.uk/further-reading/covid-19-and-il/>
- Information Literacy Spaces. (2020). *PISA's warning: Teachers need to teach information literacy explicitly if we are to reverse the decline*. <https://informationliteracyspaces.wordpress.com/2020/02/24/pisas-warning-teachers-need-to-teach-information-literacy-explicitly-if-we-are-to-reverse-the-decline/>
- Inglehart, R. (2018). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton University Press.
- Jackman, L. W., & Weiner, S. A. (2017). The rescinding of the ACRL 2000 information literacy competency standards for higher education—Really?? *College & Undergraduate Libraries*, 24(1), 117–119.
- Jameson, J., & Walsh, M. E. (2017). Tools for evidence-based vascular nursing practice: Achieving information literacy for lifelong learning. *Journal of Vascular Nursing*, 35(4), 201–210. <https://doi.org/10.1016/j.jvn.2017.07.003>
- Jang, M., et al. (2021). The impact of literacy on intention to use digital technology for learning: A comparative study of Korea and Finland. *Telecommunications Policy*, 45(7), Article 102154.
- Jinchi, Z., & Jie, H. (2021). Information literacy education during the pandemic: The cases of academic libraries in Chinese top universities. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(4), Article 102363. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102363>
- Johnson, H. A., & Barrett, L. (2017). Your teaching strategy matters: How engagement impacts application in health information literacy instruction. *Journal of the Medical Library Association*, 105(1), 44–48. <https://doi.org/10.5195/jmla.2017.8>
- Jonassen, D., Howland, J., Marra, R., & Crismond, D. (2008). *Meaningful learning with technology* (3rd ed.). Pearson.
- Jones, C., & Pimdee, P. (2017). Innovative ideas: Thailand 4.0 and the fourth industrial revolution. *Asian International Journal of Social Sciences*, 17(1), 4–35.
- Karpati, A. (2011). *Digital literacy in education*. UNESCO Institute for Information Technologies in Education.
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Thailand*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-thailand>
- Khailova, L. (2021). Using curriculum mapping to scaffold and equitably distribute information literacy instruction for graduate professional studies programs. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(1), Article 102281. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102281>
- Khammanee, T. (2012). *Science of teaching: Knowledge for effective learning process management* (16th ed.). Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Khan, B. (2005). *E-learning quick checklist*. Information Science Publishing.

- Kingsawat, K., et al. (2015). Components and factors in integrating information literacy instruction in elementary education using a virtual learning environment. *LIBRES*, 25(1), 50–77.
- Kirschner, P. A. (2015). Do we need teachers as designers of technology-enhanced learning? *Instructional Science*, 43(2), 309–322.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.
- Kongchawan, S. (2013). Development of personnel potential in IT system usage within the Subdistrict Administrative Organization of Kuansri, Baan Nasarn, Surat Thani. *Veridian E-Journal*, 6(3), 228–247.
- Kozikoglu, I., & Onur, Z. (2019). Predictors of lifelong learning: Information literacy and academic self-efficacy. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 14(4), 492–506.
- Kraisuth, D., & Panjakajornsak, V. (2017). Thai engineer ASEAN readiness: A structural equation model analysis. *Asia-Pacific Social Science Review*, 16(3), 64-85.
- Kuglitsch, R. (2015). Teaching for transfer: Reconciling the framework with disciplinary information literacy portal. *Portal: Libraries and the Academy*, 15(3), 457–470.
- Lai, P. C. (2017). The literature review of technology adoption models and theories for the novelty technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38.
- Lau, M. M. (2006). The brand loyalty of sportswear in Hong Kong. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 5(1), 1–13.
- Law, N., et al. (2018). *A global framework of reference on digital literacy skills for indicator 4.4.2*. UNESCO Institute for Statistics. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265403>
- Leahy, D., & Dolan, D. (2010, September). Digital literacy: A vital competence for 2010? In *IFIP international conference on key competencies in the knowledge society* (pp. 210–221). Springer.
- Lokse, M., et al. (2017). *Teaching information literacy in higher education: Effective teaching and active learning*. Chandos Publishing.
- Lorenz, R., et al. (2019). Predictors of fostering students' computer and information literacy–analysis based on a representative sample of secondary school teachers in Germany. *Education and Information Technologies*, 24(1), 911–928. <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9809-0>
- Malik, S., Chetty, M., & Chadhar, M. A. (2018). Information technology and organizational learning interplay: A survey. *Australasian Conference on Information Systems* (pp. 1-10). <https://storage.googleapis.com/rua-utsepress/files/books/41/ba857e79-78f2-4fd1-935d-62855443b761.pdf>
- Mamak, C. (2010). *Business information literacy of undergraduate students in the faculty of business administration of the private universities in Bangkok metropolitan area* [Master's thesis]. Srinakharinwirot University.
- Marsh, H. W., & Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: First-and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological Bulletin*, 97(3), 562–582.

- Maybee, C. (2005). *Undergraduate women's conceptions of information use* [Master's thesis, San Jose State University]. ProQuest Dissertations and Theses Global.
- McKeever, C., et al. (2017). School library staff perspectives on teacher information literacy and collaboration. *Journal of Information Literacy*, 11(2), 51–68.
- Misirli, Z. A., & Akbulut, Y. (2013). Development of a scale to explore technology literacy skills of Turkish 8th graders. *Contemporary Educational Technology*, 4(4), 249–262.
- Moreno-Morilla, C., et al. (2021). Digital and information literacy inside and outside Spanish primary education schools. *Learning, Culture and Social Interaction*, 28, Article 100455. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2020.100455>
- Moto, S., et al. (2018). A Thai junior high school students' 21st century information literacy, media literacy, and ICT literacy skills factor analysis. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 13(9), 87–106. <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i09.8355>
- Mukherjee, N. (2011). Non-replicated dynamic fragment allocation in distributed database systems. In: Meghanathan, N., Kaushik, B.K., Nagamalai, D. (eds) *Advances in Computer Science and Information Technology. CCSIT 2011. Communications in Computer and Information Science*, Vol. 131. https://doi.org/10.1007/978-3-642-17857-3_55
- National School Boards Association. (2007). *Creating & connecting: Research and guidelines on online social - and educational - networking*. <https://cdn-files.nsba.org/s3fs-public/reports/CREATING-CONNECTING-Research-and-Guidelines-on-Online-Social-and-Educational-Networking.pdf>
- Nilsuk, P. (2008). Management of information technology: Thailand's development tool. *Journal of Information and Learning*, 19(3), 34-46.
- Pheeraphan, N. (2013). Enhancement of the 21st century skills for Thai higher education by integration of ICT in classroom. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 103, 365–373. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.346>
- Phiwohang, J. (2021). Leadership in the digital era which affects the use of information technology and communications in the management of school administrators affiliated to the area district office of Nakhon Phanom primary education. *Rajapark Journal*, 15(39), 96–108.
- Phuworawan, Y., & Namprasert, P. (2003). *ICT for Thai education*. Se-Ed Education Press.
- Picatoste, J., et al. (2018). A new educational pattern in response to new technologies and sustainable development: Enlightening ICT skills for youth employability in the European Union. *Telematics and Informatics*, 35(4), 1031–1038.
- Pinheiro, P. (2017). Ecology of knowledge's and internet: Rethinking research about teaching and learning. *Journal of Historical and Anthropological Sciences*, 1(2), Article 00053.
- Pinto, M., et al. (2019). Gender perspective on information literacy: An interdisciplinary and multidimensional analysis within higher education settings. *Library & Information Science Research*, 41(4), Article 100979.
- Ratheeswari, K. (2018). Information communication technology in education. *Journal of Applied and Advanced Research*, 3(Suppl.1), S45–S47.

- Reddy, P., Sharma, B. N., & Chaudhary, K. C. (2020). Measuring the digital competency of freshmen at a higher education institute. *PACIS 2020 Proceedings*. <http://repository.usp.ac.fj/id/eprint/12254>
- Sample, A. (2020). Historical development of definitions of information literacy: A literature review of selected resources. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(2), Article 102116. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102116>
- Sarkar, S. (2012). The role of information and communication technology (ICT) in higher education for the 21st century. *The Science Probe*, 1(1), 30–40.
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253–272.
- Shannon, T. R. (2018). *An introduction to the world-system perspective*. Routledge.
- Shaw, T. (2018). The technology integration model (TIM): Predicting continued use of technology. *Computers in Human Behavior*, 83, 204–214.
- Sirawong, N. (2018). Information literacy skills in preservice teachers at Srinakharinwirot University. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12(29), 96–105.
- Skeldon, R. (2018). Of migration, great cities, and markets: Global systems of development. In *Global history and migrations*. Routledge.
- Solmaz, D. Y. (2017). Relationship between lifelong learning levels and information literacy skills in teacher candidates. *Universal Journal of Educational Research*, 5(6), 939–946.
- Šorgo, A., et al. (2017). Attributes of digital natives as predictors of information literacy in higher education. *British Journal of Educational Technology*, 48(3), 749–767.
- Suarez-Alvarez, J. (2021). Are 15-year-olds prepared to deal with fake news and misinformation? *PISA in Focus*, 113. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/6ad5395e-en>
- Suryani, A. (2010). ICT in education: Its benefits, difficulties, and organizational development issues. *JSH Jurnal Sosial Humaniora*, 3(1), 106–123.
- Suwanroj, T., et al. (2019). Confirmatory factor analysis of the essential digital competencies for undergraduate students in Thai higher education institutions. *Journal of Technology and Science Education*, 9(3), 340–356. <https://doi.org/10.3926/jotse.645>
- Tan, J. (2016). *Improving digital infrastructure for a better-connected Thailand*. Huawei Technologies. <http://tinyurl.com/jen5wl5>
- Thammasaeng, P., et al. (2016). Needs assessment of information and communication technology literacy (ICT literacy) of students in secondary educational service area. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 11(12), 9–13.
- Thomas, N. P., et al. (2020). *Information literacy and information skills instruction: New directions for school libraries*. ABC-CLIO.
- Tondeur, J., et al. (2011). ICT as cultural capital: The relationship between socioeconomic status and the computer-use profile of young people. *New Media & Society*, 13(1), 151–168.

- UNESCO. (2005). *Why a summit on the information society?* World Summit on the Information Society. http://www.itu.int/wsis/basic/why_print.html
- UNESCO. (2020a). *Information sharing & countering disinformation*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://en.unesco.org/covid19/communication> information response
- UNESCO. (2020b). *Media and information literacy education in Asia: Exploration of policies and practices in Japan, Thailand, Indonesia, Malaysia, and the Philippines*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374575>
- UNICEF. (2019). Digital literacy for children: Exploring definitions and frameworks. In *United Nations Children's Fund*. <https://www.unicef.org/globalinsight/media/1271/file/%20UNICEF-Global-Insight-digital-literacy-scoping-paper-2020.pdf>
- UNICEF. (2021). *Digital literacy in education systems across ASEAN – Key insights and opinions of young people*. <https://www.unicef.org/eap/media/7766/file/Digital%20Literacy%20in%20Education%20Systems%20Across%20ASEAN%20Cover.pdf>
- Van Deursen, A., & Van Dijk, J. (2011). Internet skills and the digital divide. *New Media & Society*, 13(6), 893–911. <https://doi.org/10.1177/1461444810386774>
- Vanslambrouck, S., et al. (2018). Students' motivation and subjective task value of participating in online and blended learning environments. *The Internet and Higher Education*, 36, 33–40.
- Venkatesh, V., et al. (2014). Understanding e-government portal use in rural India: Role of demographic and personality characteristics. *Information Systems Journal*, 24, 249–269.
- Vuorikari, R., et al. (2016). *DigComp 2.0: The digital competence framework for citizens. Update phase 1: The conceptual reference model* (No. JRC101254). <https://doi.org/10.2791/607218>
- Wang, L. (2013). An IL integration model and its application in curriculum integration and staff development in higher education. In S. Kurbanoğlu, E. Grassian, D. Mizrachi, R. Catts, & S. Špiranec (Eds) *Worldwide Commonalities and Challenges in Information Literacy Research and Practice. ECIL 2013. Communications in Computer and Information Science*, Vol 397. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03919-0_12
- Weber, D. M., & Kauffman, R. J. (2011). What drives global ICT adoption? Analysis and research directions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(6), 683–701.
- Whittaker, B. (1999). What went wrong? Unsuccessful information technology projects. *Information Management & Computer Security*, 7(1), 23–29.
- World Economic Forum & Boston Consulting Group. (2018). *Eight futures of work: Scenarios and their implications*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_FOW_Eight_Futures.pdf
- Xu, A., & Chen, G. (2016). A study on the effects of teachers' information literacy on information technology integrated instruction and teaching effectiveness. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 12(2), 335–346.
- Yu, T. K., et al. (2017). Understanding factors influencing information communication technology adoption behavior: The moderators of information literacy and digital skills. *Computers in Human Behavior*, 71, 196–208. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.005>

การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

วิภูษิต เพียรการค้า^{1*} วิภาวดี จิตจุฬาลิอม² และ ณัฐธิดา ต้อปั่น²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาววิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาววิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ : vipusit_p@mutt.ac.th

บทคัดย่อ

วันที่รับบทความ : 29 มกราคม 2569 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน วันที่แก้ไขบทความ : 31 มีนาคม 2569 2) เพื่อออกแบบบอร์ดเกมที่เสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบอร์ดเกมที่เสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนอายุระหว่าง วันที่ตอบรับบทความ : 28 เมษายน 2569 5-12 ปี จำนวน 30 คน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เป็นผู้ประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วันที่เผยแพร่ (Online) : 24 มิถุนายน 2569 ได้แก่ แบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกม บอร์ดเกม และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เรียน ข้อมูลที่ได้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบบอร์ดเกมมี 4 ส่วน ได้แก่ 1) กลไกเกม 2) เนื้อหาคำศัพท์ 3) อุปกรณ์ และ 4) กฎกติกา กระบวนการออกแบบ มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ส่วนนำเข้า 2) กระบวนการออกแบบเกมและกลไกเกม 3) ส่วนแสดงผล และ 4) ข้อมูลย้อนกลับ ความเหมาะสมขององค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.67-5.00$) บอร์ดเกมที่พัฒนาขึ้นช่วยเสริมแรงจูงใจภายในของผู้เรียนให้เกิดความสนใจ ความท้าทาย และความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบอร์ดเกมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.51, SD = 0.71$) แสดงให้เห็นว่าบอร์ดเกมที่ออกแบบขึ้นสามารถกระตุ้นแรงจูงใจและส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : บอร์ดเกม, การออกแบบบอร์ดเกม, แรงจูงใจในการเรียนรู้, คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน, กลไกของเกม

Designing a Board Game to Enhance Motivation in Learning Basic English Vocabulary

Vipusit Piankarnka^{1*} Wipawadee Jadngooluam² and Nattida Turpan²

¹Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

²Student, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

***Corresponding Author:** vipusit_p@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

Received: January 29, 2026
Revised: March 31, 2026
Accepted: April 28, 2026
Available Online: June 24, 2026

The objectives of this research were: (1) to analyze the components and processes involved in designing a board game to enhance motivation in learning basic English vocabularies, (2) to design a board game to enhance motivation in learning basic English vocabularies, and (3) to study students' satisfaction with the developed board game. The population of this study consisted of primary school students at Chumchon 14 (Wat Don Thong) School. The sample group included 30 students aged between 5–12 years, selected by purposive sampling. Three experts evaluated the appropriateness of the board game's design components and processes. The research instruments consisted of (1) a design evaluation form for the board game components and process, (2) the developed board game, and (3) student satisfaction questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including the mean and standard deviation.

The results found that a board game has four main components: 1) game mechanics, 2) vocabularies, 3) components, and 4) rules. The design process has four steps: 1) input, 2) game design process and mechanics, 3) output, and 4) feedback. The appropriateness of the board game design components and processes was rated at the highest level ($M = 4.67$ – 5.00). The developed board game enhanced students' intrinsic motivation, fostering interest, challenge, and learner satisfaction. Additionally, students' overall satisfaction with the board game was at the highest level ($M = 4.51$, $SD = 0.71$), indicating that the designed board game effectively stimulated motivation and promoted the learning of basic English vocabulary.

Keywords: Board Game, Board Game Design, Learning Motivation, Basic English Vocabulary, Game Mechanism

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่มีบทบาทสำคัญในด้านการศึกษา การทำงาน และการสื่อสารระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนในประเทศไทยยังคงประสบปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะการอ่าน การเขียน การฟัง และการพูด (Wongsothorn, et al., 2002, p. 110) ปัญหาสำคัญที่พบคือ ผู้เรียนมักขาดแรงจูงใจในการเรียนรู้เนื่องจากวิธีการสอนที่เน้นการท่องจำมากกว่าการใช้ภาษาในบริบทที่เป็นธรรมชาติ ทำให้การเรียนรู้ขาดความน่าสนใจและไม่นำไปสู่การจดจำที่ยั่งยืน (Pawapatcharaudom, 2007, p. 58)

ในระดับสากลมีการศึกษาหลายชิ้นที่สนับสนุนแนวคิดที่ว่า “การเรียนรู้ผ่านการเล่น” (Game-based learning) สามารถช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจและพัฒนาทักษะด้านภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะบอร์ดเกมที่เป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาคำศัพท์ผ่านการปฏิสัมพันธ์และกิจกรรมที่สนุกสนาน (Hinebaugh, 2009, p. 63) เกมสามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้มากขึ้น การเรียนรู้ผ่านการเล่นสามารถช่วยเสริมสร้างพัฒนาการทางปัญญา ทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดและโครงสร้างทางภาษาผ่านกระบวนการคิดเชิงตรรกะ (Piaget, 1962, p. 94)

การใช้บอร์ดเกม (Board game) หรือเกมกระดานเป็นทางเลือกหนึ่งที่นิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายในวงการเรียนการสอนคำศัพท์ภาษาอังกฤษในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเพลิดเพลินและเกิดแรงจูงใจในการเรียน (ปริยานุช บัวผันและสุนิดา โฆษิตชัยวัฒน์, 2565, น. 33-34) ทั้งนี้ การใช้บอร์ดเกมมักมีข้อดี คือ ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเอง เช่น การที่ผู้เรียนได้เสริมสร้างทักษะทางภาษา การวิเคราะห์ การให้เหตุผล หรือการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการเล่น (Mohd Yusof et al., 2016, p. 171)

การใช้บอร์ดเกมเป็นสื่อการเรียนรู้ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่สนุกสนานและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน พบว่า การใช้บอร์ดเกมเรื่อง Going to the Movies ที่ใช้ส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 77.13/81.33 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ประสิทธิภาพที่กำหนดไว้ คือ 80/80 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนหลังเรียนด้วยบอร์ดเกมสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการใช้บอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ภูษิตา นกสกุลและอรัญญา ศรีจิงใจ, 2567)

นอกจากนี้ งานวิจัยบอร์ดเกม “Name It” ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่าผลการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการใช้บอร์ดเกม Name It หลังเรียนมากกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อบอร์ดเกม Name It มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (อโรชา วงศ์ธัญญลักษณ์ และคณะ, 2566)

จะเห็นได้ว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้บอร์ดเกมสำเร็จรูปจำนวนมาก แต่ยังมีช่องว่างในด้านการศึกษาวิจัยที่มุ่งเน้นกระบวนการและองค์ประกอบการออกแบบที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะทาง โดยเฉพาะการบูรณาการกลไกเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้เรียนระดับประถมศึกษาโดยเฉพาะ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นว่าการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานจึงเป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการช่วยพัฒนาทักษะทางภาษาของผู้เรียนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักเรียนระดับ

ประถมศึกษา บอร์ดเกมสามารถช่วยทำให้กระบวนการเรียนรู้มีความน่าสนใจมากขึ้น กระตุ้นให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้น และเพิ่มโอกาสในการจดจำและนำคำศัพท์ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน
2. เพื่อออกแบบบอร์ดเกมที่เสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบอร์ดเกมที่เสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

นิยามศัพท์

1. บอร์ดเกม หมายถึง เกมกระดานที่ใช้อุปกรณ์ในการเล่น เช่น การ์ดและลูกเต๋า เพื่อเสริมสร้างความสนุกและทักษะของผู้เล่น บอร์ดเกมเพื่อการศึกษาถูกออกแบบให้ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ รวมถึงการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน โดยใช้กิจกรรมที่กระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน
2. การออกแบบบอร์ดเกม หมายถึง องค์ประกอบและกระบวนการของการออกแบบบอร์ดเกม เพื่อให้เกมสามารถดำเนินไปได้อย่างมีระบบ ต้องคำนึงถึงกลไกเกม กฎกติกา และเป้าหมายของเกม กระบวนการนี้ต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็กประถมศึกษาที่กำลังเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ ฯลฯ
3. แรงจูงใจในการเรียนรู้ หมายถึง การกระตุ้นให้ผู้เรียนสนใจและตั้งใจเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานผ่านกลไกของเกมที่น่าสนใจ ทำทาย และมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน หมายถึง กลุ่มคำศัพท์ที่เป็นรากฐานสำคัญในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน คำศัพท์เหล่านี้มักใช้บ่อยและจำเป็นต่อการพัฒนาทักษะทางภาษา เช่น การอ่าน การเขียน การฟัง และการพูดคำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียน โดยมุ่งเน้นคำศัพท์หมวดหมู่เกี่ยวกับสัตว์
5. กลไกของเกม หมายถึง กฎและวิธีการเล่น ซึ่งรวมถึงลำดับขั้นตอน วิธีการให้คะแนน เงื่อนไขการชนะหรือแพ้ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น กลไกที่ดีช่วยให้เกมมีความสนุก ทำทาย และส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เล่น เช่น การจับการ์ด การเรียงลูกเต๋า หรือการแข่งขันความเร็วในการเล่น

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาของโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 - 6 ที่มีอายุระหว่าง 5-12 ปี ของโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย งานวิจัยนี้มีเครื่องมือทั้งหมด 3 ชิ้น คือ 1. แบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ 2. บอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน และ 3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานจะนำเสนอเนื้อหาในบอร์ดเกม คือ 1. คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานคำศัพท์หมวดสัตว์ และ 2. คำบุพพทที่ เกี่ยวข้องกับตำแหน่ง

ขอบเขตทางเทคนิค การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือ 1. Adobe Illustrator ใช้สำหรับการออกแบบกราฟิกและ องค์ประกอบทางศิลปะในบอร์ดเกม เช่น การออกแบบการ์ดคำศัพท์และภาพประกอบ ลูกเต๋า 2. Adobe Photoshop ใช้สำหรับการตกแต่งและแก้ไขภาพกราฟิก เพื่อให้บอร์ดเกมมีความสวยงามและดึงดูดความสนใจของ ผู้เล่น และ 3. Procreate ใช้สำหรับการวาดภาพประกอบและสร้างตัวละครในบอร์ดเกม โดยเน้นความน่ารัก และ สีสันสดใส เหมาะสมกับผู้เล่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมที่จะช่วยกระตุ้นแรงจูงใจในการเรียนรู้ ซึ่งใช้เป็น แนวทางในการผลิตสื่อการสอนวิชาอื่น ๆ ได้
2. ได้ต้นแบบบอร์ดเกมภาษาอังกฤษพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้จัดการเรียนการสอนในชั้น เรียนได้จริง
3. ทำให้นักเรียนมีแรงจูงใจและเจตคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ จดจำคำศัพท์ได้ดีขึ้นผ่านการเล่น และ มีความพึงพอใจต่อการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ
4. เพิ่มสื่อการสอนรูปแบบใหม่ที่จะช่วยแก้ปัญหาความเบื่อหน่ายในการเรียนแบบท่องจำ และส่งเสริม บรรยากาศการเรียนรู้เชิงรุกในโรงเรียนประถมศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน มุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและกรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ การใช้บอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ ทฤษฎีแรงจูงใจในการเรียนรู้ และ การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ รวมถึงการสังเคราะห์แนวทางการออกแบบบอร์ดเกมและการประเมินความพึงพอใจ ของผู้เรียน

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

การออกแบบ (Design) หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบและจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กับ ประโยชน์ใช้สอย โดยคำนึงถึงความงามและประสิทธิภาพ (อาร์ สุธิพันธุ์, 2527; วิรุณ ตั้งเจริญ, 2526) องค์ประกอบของการออกแบบประกอบด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี แสง เงา และพื้นผิว ซึ่งส่งผลต่อความสวยงาม และการรับรู้ของผู้ดู (Siebert & Ballard, 1992) ผู้ออกแบบจำเป็นต้องเข้าใจหลักการจัดองค์ประกอบ เช่น การเน้น จุดเด่น ความสมดุล เอกภาพ จังหวะ และความเรียบง่าย เพื่อให้ผลงานสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (มณเฑียร ต้นบุญยืน, 2540) อธิบายว่าองค์ประกอบเหล่านี้ช่วยสร้างความงามและคุณค่าในเชิงศิลปะ ในขณะที่หลักการ ออกแบบ เช่น การเน้นจุดเด่น ความสมดุล เอกภาพ จังหวะ และความเรียบง่าย ช่วยให้ผลงานสามารถสื่อสาร สารสำคัญได้ชัดเจนและมีประสิทธิผล สรุปได้ว่า แนวคิดการออกแบบเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาเครื่องมือ การเรียนรู้ เช่น บอร์ดเกม เพราะช่วยให้ผู้พัฒนาเข้าใจการจัดองค์ประกอบและสร้างความดึงดูดใจ ทั้งในเชิงศิลปะ และการใช้งาน ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจและประสบการณ์ของผู้เรียนโดยตรง

แนวคิดเกี่ยวกับบอร์ดเกม

บอร์ดเกม (Board game) หมายถึงเกมที่ใช้กระดานและอุปกรณ์ เช่น การ์ด ลูกเต๋า หรือชิ้นหมาก เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น (Costikyan, 1994) ในอดีตบอร์ดเกมถูกใช้เพื่อความบันเทิง แต่ในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือทางการศึกษา ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะทางสังคมของผู้เล่น ขณะที่ จิรณศิริประเสริฐ (2541) พบว่า บอร์ดเกมเป็นกิจกรรมที่สร้างความสุขให้แก่ผู้เรียน พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้ บอร์ดเกมเป็นกิจกรรมที่สร้างการเรียนรู้แบบร่วมมือ โดยเน้นการแก้ปัญหาและการสื่อสารร่วมกัน บอร์ดเกมเพื่อการศึกษาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ผ่านกิจกรรมที่สนุกสนานและมีเป้าหมายการเรียนรู้ที่ชัดเจน นอกจากนี้ ฐิตพล ขำประถม (2558) อธิบายว่าเกมลักษณะนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่เกมเชิงกลยุทธ์ไปจนถึงเกมจำลองสถานการณ์ เพื่อฝึกทักษะด้านความคิดและภาษา สรุปได้ว่าบอร์ดเกมไม่เพียงเป็นกิจกรรมเพื่อความสนุก แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาทักษะการคิด การสื่อสาร และแรงจูงใจในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ทฤษฎีแรงจูงใจในการเรียนรู้

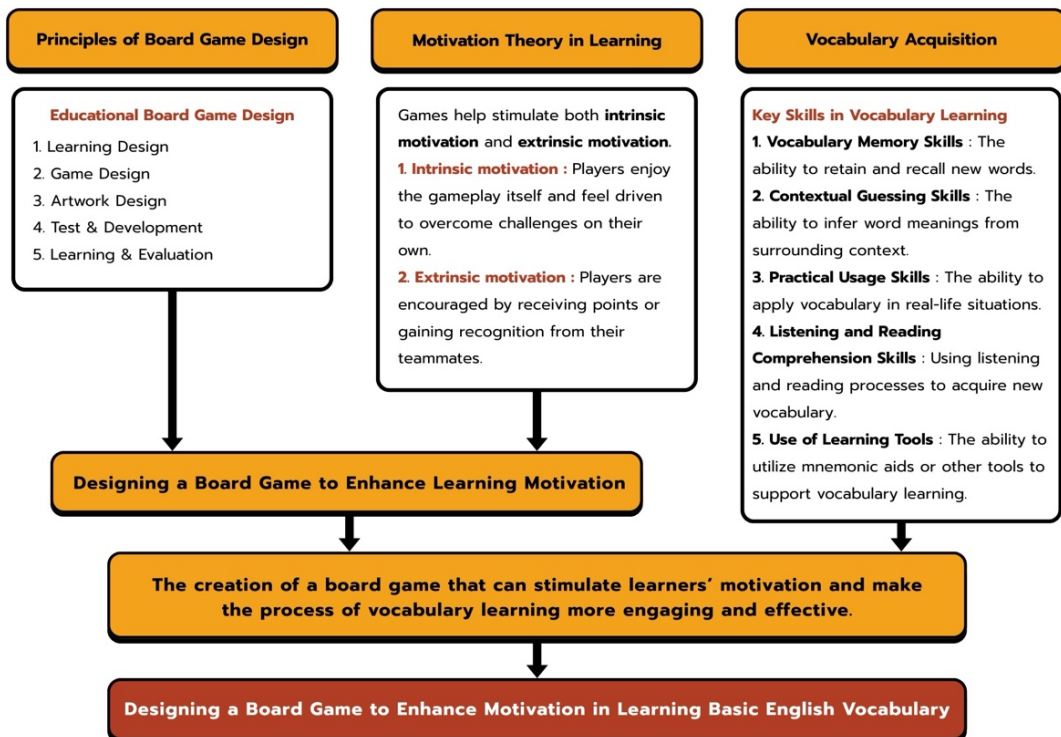
แรงจูงใจในการเรียนรู้ หมายถึง พลังภายในที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพยายามในการเรียนรู้ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาความรู้หรือทักษะ (Ryan, 1985) แรงจูงใจแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในเกิดจากความสนใจส่วนบุคคลและความพึงพอใจในกิจกรรมที่ทำ ขณะที่แรงจูงใจภายนอกเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น รางวัล คะแนน หรือคำชม ขณะที่ Ryan & Deci (2000) เสนอทฤษฎีการกำหนดตนเอง ซึ่งชี้ว่าแรงจูงใจภายในจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้เรียนรู้สึกถึงความสามารถ ความเป็นอิสระ และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น นอกจากนี้ Deterding et al. (2011) ระบุว่า แนวคิดเกมมิฟิเคชัน (Gamification) คือ การนำกลไกของเกม เช่น คะแนน ระบบเลเวล และรางวัล มาใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้ สามารถกระตุ้นแรงจูงใจภายในและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้ว่าทฤษฎีแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ เพราะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมทั้งแรงจูงใจภายในและภายนอก นำไปสู่การเรียนรู้ที่ยั่งยืนและมีความหมายมากขึ้น

ทฤษฎีการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ

คำศัพท์เป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ เนื่องจากเป็นหน่วยย่อยที่ใช้ในการสื่อสารทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน Wilkins (1972) กล่าวว่า “หากไม่มีคำศัพท์ ผู้เรียนไม่สามารถสื่อความหมายได้” Nation (1990) อธิบายว่าการเรียนรู้คำศัพท์ที่ดีควรมีการใช้ซ้ำและอยู่ในบริบทจริง รวมถึงการเรียนรู้เชิงลึก เช่น การเข้าใจรากศัพท์ ความหมาย และการนำไปใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในประเทศไทย ขณะที่ ปรียานุช บัวผันและสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์ (2565) พบว่า การใช้บอร์ดเกมช่วยให้ผู้เรียนมีความสุข และเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ภูษิตา นกสกุลและอรุณญา ศรีจริงใจ (2567) ศึกษาการใช้บอร์ดเกม “Going to the Movies” สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่าเกมมีประสิทธิภาพการเรียนรู้ตามเกณฑ์ 80/80 และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการเล่นสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการใช้เกมสามารถช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ได้ดีกว่าวิธีการสอนแบบเดิม สรุปได้ว่าการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษผ่านบอร์ดเกมเป็นแนวทางที่ช่วยเสริมแรงจูงใจ และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่เป็นธรรมชาติ ผู้เรียนสามารถจดจำและนำคำศัพท์ไปใช้ได้จริง

งานวิจัยของ Mohd Yusof et al. (2016) พบว่า การใช้บอร์ดเกมช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ขณะที่ อโรชา วงศ์ธัญลักษณ์ และคณะ (2566) ศึกษาการใช้บอร์ดเกม “Name It” พบว่า ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจสูงขึ้นหลังเรียน นอกจากนี้ Hinebaugh (2009) ชี้ว่า บอร์ดเกมเป็นเครื่องมือการเรียนรู้ที่สร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่สนุกสนานและมีส่วนร่วมจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ พบว่า การใช้บอร์ดเกมเป็นเครื่องมือการเรียนรู้สามารถเพิ่มแรงจูงใจ ส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่สนุกและยั่งยืน แนวคิดเหล่านี้จึงมีความสัมพันธ์กับการวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดงเหลื่อม, และณัฐธิดา ต้อป้าน

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ คือ 1) หลักการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ (Principles of board game design) 2) ทฤษฎีแรงจูงใจในการเรียนรู้ (Motivation theory) 3) ทักษะการเรียนรู้คำศัพท์ (Vocabulary acquisition skill) เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ โดยเริ่มต้นจากการนำหลักการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อการเรียนรู้ครอบคลุมทั้งระบบเกมและการประเมินผล มาผสมผสานเข้ากับส่วนของแรงจูงใจภายในที่เน้นความสนุก ความท้าทาย และแรงจูงใจภายนอกผ่านระบบรางวัล เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนผู้เรียนควบคู่ไปกับการกำหนดเนื้อหา ทักษะการเรียนรู้คำศัพท์ที่เน้นทั้งการจดจำ การใช้บริบท และการประยุกต์ใช้จริงโดยกระบวนการสังเคราะห์องค์ความรู้เหล่านี้จะนำไปสู่การ ออกแบบและสร้างบอร์ดเกมเพื่อ

ส่งเสริมแรงจูงใจ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรดำเนินการหลัก เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือการได้นวัตกรรมที่สามารถกระตุ้นความกระตือรือร้นและยกระดับความสามารถในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานของผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนยิ่งขึ้น (ภาพที่ 1)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานเป็นงานวิจัยรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ระยะที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกม ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกม และระยะที่ 3 การศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบอร์ดเกม

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาของโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 - 6 ที่มีอายุระหว่าง 5-12 ปี ของโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ
2. บอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน
3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ด้านเนื้อหาและการเรียนรู้ ความสนุกและแรงจูงใจ การออกแบบและองค์ประกอบของเกม และการใช้งานและกฎกติกา

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

1.1 ศึกษาองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบเกี่ยวกับบอร์ดเกม หลักการ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการเพื่อใช้ในการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน คือ กระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ดำเนินการผ่าน 4 ขั้นตอนหลัก เริ่มต้นจากขั้นนำเข้าข้อมูล (Input) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบของผู้เล่น เนื้อหาเกม และปัจจัยเชิงอิทธิพลที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้เรียน จากนั้นเข้าสู่ขั้นดำเนินการ (Process) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ การออกแบบกลไกและระบบการเรียนรู้บนกระดาน โดยมีการประยุกต์ใช้แนวคิด Gamification และตัวละครมาสคอต (Mascot) เพื่อดึงดูดใจ พร้อมทั้งผ่านการทดสอบและปรับปรุง จนเกิดเป็นขั้นผลผลิต (Output) คือ ตัวนวัตกรรมบอร์ดเกมที่สมบูรณ์พร้อมคู่มือการเล่นที่ชัดเจน และปิดท้ายด้วยขั้นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ที่นำผลประเมินและ

ข้อเสนอแนะจากผู้เล่นเกมใช้ตรวจสอบประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าบอร์ดเกมที่สร้างขึ้นสามารถกระตุ้นแรงจูงใจและพัฒนาทักษะคำศัพท์ภาษาอังกฤษของผู้เรียนได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (ภาพที่ 2)

1.3 สร้างแบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน และให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมขององค์ประกอบบอร์ดเกมที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน



ภาพที่ 2 ภาพแสดงองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อส่งเสริมแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดุงเหลื่อม, และณัฐธิดา ต้อปັນ

ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนาบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2.1 วิเคราะห์และสรุปข้อมูลที่ได้มาจากการทำแบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

2.2 กำหนดแนวทางและกลุ่มเป้าหมายช่วยให้สามารถออกแบบบอร์ดเกมที่ตอบสนองความต้องการและแรงจูงใจของผู้เล่นได้เหมาะสม

2.3 กำหนดประเภทของบอร์ดเกมที่จะนำมาออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2.4 กำหนดองค์ประกอบของเกมให้ชัดเจน เช่น กติกา การ์ดคำศัพท์ ตัวละคร หรือไอเทม (Item) เสริมต่าง ๆ และกลไกของเกมอาจเป็นแบบแข่งขัน (Competitive) หรือแบบร่วมมือกัน (Cooperative)

2.5 ออกแบบโครงสร้างเกมและเนื้อหาคำศัพท์ คำศัพท์ที่ใช้ในเกมควรจัดเป็นหมวดหมู่และมีระดับความยากที่เหมาะสมกับผู้เล่น การออกแบบภาพประกอบและสัญลักษณ์ในเกมควรทำให้น่าสนใจและช่วยให้ผู้เรียนจดจำคำศัพท์ได้ง่ายขึ้น

2.6 ใช้โปรแกรมออกแบบและสร้างต้นแบบบอร์ดเกม การออกแบบภาพประกอบและองค์ประกอบของบอร์ดเกมโดยใช้โปรแกรมกราฟิก Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Procreate เพื่อสร้างต้นแบบของบอร์ดเกม

2.7 นำการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานทั้งหมดไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

2.8 พัฒนาและปรับปรุงก่อนนำไปใช้งานกับกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 3 การศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

3.1 นำบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.2 สร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

3.3 ศึกษาตัวอย่างแบบประเมิน ศึกษาแบบประเมินและวิธีการสร้างแบบประเมิน เพื่อหาแบบในการประเมินที่เหมาะสมกับการวิจัย

3.4 กำหนดประเด็นที่ใช้ในการประเมิน ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อในการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ในด้านเนื้อหาและการเรียนรู้ ความสนุกและแรงจูงใจ การออกแบบและองค์ประกอบของเกม การใช้งานและกฎกติกา และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หลังจากทำการร่างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบประเด็นและหัวข้อต่าง ๆ ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของสื่อ และทำการแก้รูปแบบประเด็นและหัวข้อต่าง ๆ ที่ยังบกพร่องเพื่อให้ได้แบบประเมินที่มีคุณภาพตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

วิธีการรวบรวมข้อมูล

1. แบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ มีวิธีการรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 อธิบายงานวิจัยเรื่องการศึกษาองค์ประกอบและกระบวนการเพื่อใช้ในการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

1.2 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านบอร์ดเกม และผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ทำแบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

1.3 วิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

1.4 นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้ทำแบบประเมินองค์ประกอบและกระบวนการการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานมาวิเคราะห์และนำไปปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบและกระบวนการเพื่อใช้ในการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1 ทำการจัดเตรียมบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานให้กลุ่มตัวอย่างประเมิน

2.2 อธิบายเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานและเกณฑ์การประเมินความพึงพอใจ

2.3 กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

2.4 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมินความพึงพอใจเพื่อนำไปรวบรวมวิเคราะห์ผลในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เป็นผู้ประเมินตอบแบบประเมินเพื่อใช้ในการออกแบบบอร์ดเกม

เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษพื้นฐาน จากนั้นใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ โดยประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ทั้งนี้ ผลการประเมินถูกจัดระดับตามเกณฑ์ ดังนี้ $4.51-5.00$ = เหมาะสมมากที่สุด $3.51-4.50$ = เหมาะสมมาก $2.51-3.50$ = เหมาะสมปานกลาง $1.51-2.50$ = เหมาะสมน้อย และ $1.00-1.50$ = เหมาะสมน้อยที่สุด

2. วิเคราะห์หาความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง โดยแปลผลตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2554, น. 121) ดังนี้ $4.51-5.00$ = เห็นด้วยมากที่สุด $3.51-4.50$ = เห็นด้วยมาก, $2.51-3.50$ = เห็นด้วยปานกลาง $1.51-2.50$ = เห็นด้วยน้อย และ $1.00-1.50$ = เห็นด้วยน้อยที่สุด

สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่องบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: M) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เพื่อมาวิเคราะห์ความพึงพอใจและนำผลที่ได้จากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ทั้ง 2 สูตร ไปสรุปผลในรูปแบบของตารางเพื่อทำให้ง่ายต่อการแปลผล

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบบอร์ดเกมมี 4 ส่วน ได้แก่ 1) กลไกเกม 2) เนื้อหาคำศัพท์ 3) อุปกรณ์ และ 4) กฎกติกา ในขณะที่ กระบวนการออกแบบ มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ส่วนนำเข้า 2) กระบวนการออกแบบเกมและกลไกเกม 3) ส่วนแสดงผล และ 4) ข้อมูลย้อนกลับ โดยผลการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า บอร์ดเกมที่พัฒนาขึ้นมีจุดเด่นในการบูรณาการกลไกเกมเข้ากับจิตวิทยาการเรียนรู้ โดยเน้นการใช้สื่อประสม (Multimedia) บนอุปกรณ์เกมที่กระตุ้นการสัมผัสและการมองเห็น ผสานกับกติกาที่ส่งเสริมการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ (Autonomy) ทำให้ผู้เรียนไม่รู้สึกรำคาญถูกบังคับให้ท่องจำ แต่เป็นการค้นหาคำศัพท์เพื่อบรรลุเป้าหมายในเกม ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงจูงใจภายในที่ยั่งยืน (ภาพที่ 3-4)



ภาพที่ 3 ภาพแสดงการ์ดบอร์ดเกม จำนวน 30 ใบ

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดจุงเหลื่อม, และณัฐธิดา ต้อปุ่น



ภาพที่ 4 ภาพแสดงตัวอย่างผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ของบอร์ดเกม

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดจุงเหลื่อม, และณัฐธิดา ต้อปุ่น

2. ผลการประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยได้ประเมินองค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ ด้านการออกแบบ ด้านบอร์ดเกม ทั้งหมดจำนวน 3 ท่าน

2.1 ผลการประเมินองค์ประกอบการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินองค์ประกอบการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านองค์ประกอบของระบบการเรียนรู้ในเกม ได้แก่ ด้านโครงสร้างของเกมช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจง่าย มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ลำดับขั้นตอนของเกมที่ชัดเจนเข้าใจง่ายและการอธิบายกติกาที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านองค์ประกอบของกระดานเกมและอุปกรณ์เสริมช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ กระดานเกมมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาคำศัพท์ ($M = 4.67$, $SD = 0.58$)

2) ด้านองค์ประกอบของผู้เล่น ได้แก่ ด้านเนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษมีความเหมาะสม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ระดับความยากง่ายของคำศัพท์เหมาะสมกับผู้เล่น ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) ด้านบุคลิกภาพของผู้เล่นมีผลต่อการเรียนรู้ผ่านบอร์ดเกม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ผู้เล่นสามารถมีส่วนร่วมในเกมได้อย่างสนุกสนาน ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) ด้านบอร์ดเกมช่วยให้ผู้เล่นมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) และด้านบอร์ดเกมช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ มีการตอบโต้ระหว่างผู้เล่น ($M = 5.00$, $SD = 0.00$)

3) ด้านองค์ประกอบอิทธิพลของบอร์ดเกมที่มีผลต่อผู้เล่น ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพของผู้เล่นมีอิทธิพลต่อการเล่นบอร์ดเกม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ความแตกต่างด้านบุคลิกกระทบต่อความสนุก ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ ด้านเนื้อหาเกมส่งผลต่อความสนใจของผู้เล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาเกมสามารถช่วยให้ผู้เล่นจดจำคำศัพท์ได้ดี ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านบอร์ดเกมช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ มีกิจกรรมในเกมที่ส่งเสริมความร่วมมือหรือทำงานเป็นทีม บอร์ดเกมมีภารกิจหรือบทบาทที่ต้องทำร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย และมีระบบคะแนนหรือรางวัลที่ขึ้นอยู่กับการช่วยเหลือกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านการสื่อสารระหว่างผู้เล่นช่วยเพิ่มความสนุกสนานในการเล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ เกมกระตุ้นให้ผู้เล่นได้ตอบกันระหว่างเล่นและรูปแบบเกมเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแสดงความคิดเห็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) ด้านสื่อการสอนที่ใช้ในเกม มีความเหมาะสม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ สื่อมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและคำศัพท์ในเกม ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านความสวยงามของบอร์ดเกมมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ การออกแบบภาพ สี มีความน่าสนใจ ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) และรูปแบบเกมทันสมัยและเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ($M = 4.67$, $SD = 0.58$)

4) ด้านองค์ประกอบของบอร์ดเกม ได้แก่ ด้านเนื้อหาเกมมีความน่าสนใจและช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ มีการจัดกลุ่มคำศัพท์ตามหมวดหมู่หรือหัวข้อที่ชัดเจน ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านกลไกของเกมส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ

มีกลไกส่งเสริมการทบทวน เช่น การ์ดทบทวน คำถามย้อนกลับ ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) ระบบการเล่นเกมที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้โดยไม่รู้ตัวและมีกลไกการให้รางวัล (แต้ม/สิทธิ์พิเศษ) เมื่อใช้คำศัพท์ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านองค์ประกอบของบอร์ดเกม เช่น ลูกเต๋า การ์ด มีความเหมาะสม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ วัสดุที่ใช้ทนทาน เหมาะกับการใช้งานจริงในห้องเรียนหรือกลุ่มผู้เล่น ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) การ์ด คำสั่ง ลูกเต๋า หรือกระดาน มีขนาด สี และตัวอักษรเหมาะสม ($M = 4.67$, $SD = 0.58$)

5) ด้านองค์ประกอบตัวละครในบอร์ดเกม ได้แก่ ด้านตัวละครในเกมมีบทบาทช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ตัวละครช่วยสร้างความมีส่วนร่วมในเกม ($M = 4.67$, $SD = 0.58$) ด้านการใช้แนวคิด Gamification ทำให้เกมสนุกและน่าเรียนรู้มากขึ้น คุณภาพในระดับมากที่สุด คือ มีระบบคะแนน รางวัล หรือการจัดอันดับการแข่งขันระหว่างตัวละคร/ผู้เล่นเพิ่มแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 5.00$, $SD = 0.00$)

โดยสรุป องค์ประกอบโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.63$, $SD = 0.59$) แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่กำหนดไว้มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาเกมเพื่อการเรียนรู้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการประเมินองค์ประกอบการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	M	SD	ความเหมาะสม
1. องค์ประกอบระบบการเรียนรู้ในเกม			
1.1 โครงสร้างของเกมช่วยให้ผู้เล่นเข้าใจง่าย			
1.1.1 ลำดับขั้นตอนในเกมชัดเจน เข้าใจง่าย	4.67	0.58	มากที่สุด
1.1.2 การอธิบายกติกาเกมไม่ซับซ้อน	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2 องค์ประกอบของกระดานเกมและอุปกรณ์เสริมช่วยส่งเสริมการเรียนรู้			
1.2.1 กระดานเกมมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาคำศัพท์	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2.2 การ์ด/ตัวหมาก/อุปกรณ์มีความชัดเจนและเหมาะสม	4.33	1.15	มาก
2. องค์ประกอบของผู้เล่น			
2.1 เนื้อหาการเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษมีความเหมาะสม			
2.1.1 คำศัพท์มีความหลากหลายและครอบคลุม	4.33	0.58	มาก
2.1.2 ระดับความยากง่ายของคำศัพท์เหมาะสมกับผู้เล่น	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 บุคลิกภาพของผู้เล่นมีผลต่อการเรียนรู้ผ่านบอร์ดเกม			
2.2.1 ผู้เล่นสามารถมีส่วนร่วมในเกมได้อย่างสนุกสนาน	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2.2 บอร์ดเกมช่วยให้ผู้เล่นมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3 บอร์ดเกมช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้เล่น			
2.3.1 มีสถานการณ์ที่กระตุ้นให้ผู้เล่นพูดภาษาอังกฤษ	4.33	0.58	มาก
2.3.2 รูปแบบการสื่อสารในเกมช่วยพัฒนาการฟังและพูด	4.33	1.15	มาก
2.4 บอร์ดเกมช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่น			
2.4.1 กฎของเกมช่วยให้ผู้เล่นต้องทำงานเป็นทีม	4.33	1.15	มาก
2.4.2 มีการโต้ตอบระหว่างผู้เล่น	5.00	0.00	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	M	SD	ความเหมาะสม
3. องค์ประกอบอิทธิพลของบอร์ดเกมที่มีผลต่อผู้เล่น			
3.1 บุคลิกภาพของผู้เล่นมีอิทธิพลต่อการเล่นเกม			
3.1.1 ผู้เล่นมีทัศนคติเชิงบวกต่อกิจกรรมการเรียนรู้แบบเกม	4.33	0.58	มาก
3.1.2 ความแตกต่างด้านบุคลิกกระทบต่อความสนุก	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 เนื้อหาเกมส่งผลต่อความสนใจของผู้เล่น			
3.2.1 การออกแบบเนื้อหาเกมมีความน่าสนใจ	4.33	1.15	มาก
3.2.2 เนื้อหาเกมสามารถช่วยให้ผู้เล่นจดจำคำศัพท์ได้ดี	4.67	0.58	มากที่สุด
3.3 บอร์ดเกมช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เล่น			
3.3.1 มีกิจกรรมในเกมที่ส่งเสริมความร่วมมือหรือทำงานเป็นทีม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.3.2 บอร์ดเกมมีภารกิจหรือบทบาทที่ต้องทำร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมาย	4.67	0.58	มากที่สุด
3.3.3 มีระบบคะแนนหรือรางวัลที่ขึ้นอยู่กับความช่วยเหลือกัน	4.67	0.58	มากที่สุด
3.4 การสื่อสารระหว่างผู้เล่นช่วยเพิ่มความสนุกสนานในการเล่น			
3.4.1 เกมกระตุ้นให้ผู้เล่นโต้ตอบกันระหว่างเล่น	5.00	0.00	มากที่สุด
3.4.2 กติกาหรือสถานการณ์ในเกมจำเป็นต้องใช้การพูดคุย/สื่อสาร	4.33	1.15	มาก
3.4.3 รูปแบบเกมเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแสดงความคิดเห็น	5.00	0.00	มากที่สุด
3.5 สื่อการสอนที่ใช้ในเกมมีความเหมาะสม			
3.5.1 สื่อมีคุณภาพ ชัดเจน และเข้าใจง่าย	4.33	1.15	มาก
3.5.2 สื่อมีความสอดคล้องกับเนื้อหาและคำศัพท์ในเกม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.6 ความสวยงามของบอร์ดเกมมีผลต่อแรงจูงใจของผู้เล่น			
3.6.1 การออกแบบภาพ สี มีความน่าสนใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
3.6.2 องค์ประกอบ ภาพกราฟิกหรือดีไซน์เกมดึงดูดความสนใจ	4.33	1.15	มาก
3.6.3 รูปแบบเกมทันสมัยและเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	มากที่สุด
4. องค์ประกอบของบอร์ดเกม			
4.1 เนื้อหาเกมมีความน่าสนใจและช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้			
4.1.1 มีการจัดกลุ่มคำศัพท์ตามหมวดหมู่หรือหัวข้อที่ชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
4.1.2 คำศัพท์หรือสถานการณ์ในเกมเกี่ยวข้องกับบริบทชีวิตประจำวัน	4.33	1.15	มาก
4.2 กลไกของเกมส่งเสริมการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ			
4.2.1 ระบบการเล่นเกมนำไปสู่การเรียนรู้โดยไม่รู้ตัว	4.67	0.58	มากที่สุด
4.2.2 มีกลไกการให้รางวัล (แต้ม/สิทธิ์พิเศษ) เมื่อใช้คำศัพท์ถูกต้อง	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2.3 มีกลไกส่งเสริมการทบทวน เช่น การ์ดทบทวน คำถามย้อนกลับ	4.67	0.58	มากที่สุด
4.3 องค์ประกอบของบอร์ดเกม เช่น ลูกเต๋า การ์ด มีความเหมาะสม			
4.3.1 อุปกรณ์เกมมีรูปแบบที่ดึงดูดและใช้งานง่าย	4.33	1.15	มาก
4.3.2 การ์ด คำสั่ง ลูกเต๋า หรือกระดาน มีขนาด สี และตัวอักษรเหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	M	SD	ความเหมาะสม
4.3.3 วัสดุที่ใช้ทบทวนเหมาะกับการใช้งานจริงในห้องเรียนหรือกลุ่มผู้เล่น	5.00	0.00	มากที่สุด
5. องค์ประกอบตัวละครในบอร์ดเกม			
5.1 ตัวละครในเกมมีบทบาทช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้			
5.1.1 ตัวละครมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.33	1.15	มาก
5.1.2 ตัวละครช่วยสร้างความมีส่วนร่วมในเกม	4.67	0.58	มากที่สุด
5.2 การใช้แนวคิด Gamification ทำให้เกมสนุกและน่าเรียนรู้มากขึ้น			
5.2.1 มีระบบคะแนน รางวัล หรือการจัดอันดับ	5.00	0.00	มากที่สุด
5.2.2 การแข่งขันระหว่างตัวละคร/ผู้เล่นเพิ่มแรงจูงใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
5.2.3 ตัวละครสามารถเปรียบเทียบความสามารถกันได้อย่างสร้างสรรค์	4.33	1.15	มาก
รวม	4.63	0.59	มากที่สุด

2.2 ผลการประเมินกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านข้อมูลนำเข้า (Input) มีเพียงด้านองค์ประกอบของผู้เล่น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและวิเคราะห์ลักษณะการเรียนรู้ ($M = 4.67, SD = 0.58$)

2) ด้านกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Process) ได้แก่ ด้านกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ระบุระดับความยาก/ลำดับความรู้ตามเป้าหมาย ($M = 5.00, SD = 0.00$) และกำหนดทักษะหรือเนื้อหาคำศัพท์ที่ต้องการให้ผู้เล่นเรียนรู้ ($M = 4.67, SD = 0.58$) ด้านออกแบบกลไก มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ สร้างระบบแต้ม รางวัล เงื่อนไขชนะ-แพ้ และกลไกการ์ด คำถาม ลูกเต๋า หรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 5.00, SD = 0.00$) รองลงมา คือ ประเภทเกม ($M = 4.67, SD = 0.58$) ด้านองค์ประกอบระบบการเรียนรู้ในเกม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ผสมเนื้อหาเข้ากับสถานการณ์เกมอย่างเป็นธรรมชาติ ($M = 5.00, SD = 0.00$) และ กำหนดลำดับของบทเรียนหรือคำศัพท์ผ่านการเล่น ($M = 4.67, SD = 0.58$) ด้านองค์ประกอบตัวละครในบอร์ดเกม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ใช้แนวคิด Gamification เช่น การอัปเลเวล ปลดล็อกตัวละคร ($M = 5.00, SD = 0.00$) ด้านทดสอบและปรับปรุง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ปรับเนื้อหาและกลไกตามข้อเสนอแนะ ($M = 4.67, SD = 0.58$)

3) ด้านผลที่ได้คือบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Output) ได้แก่ ด้านบอร์ดเกมที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ เกมสามารถดึงดูดให้ผู้เรียนอยากเล่นซ้ำ ($M = 5.00, SD = 0.00$) รองลงมา คือ ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้จริงและมีความสมดุลระหว่างความสนุกและการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 4.67, SD = 0.58$) ด้านคู่มือ

การเล่นที่อธิบายกฎกติกาอย่างชัดเจน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ มีตัวอย่างภาพหรือสถานการณ์ในคู่มือเพื่อช่วยให้เข้าใจ ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) รองลงมา คือ คู่มือกระชับ เข้าใจง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ($M = 4.67$, $SD = 0.58$)

4) ด้านผลประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เล่น (Feedback) มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ การสังเกตพฤติกรรม เช่น การโต้ตอบ ความร่วมมือ ความสนใจ และปรับเนื้อหา กติกา หรือองค์ประกอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) ด้านการนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงเกม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ ปรับเนื้อหา กติกา หรือองค์ประกอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ($M = 5.00$, $SD = 0.00$) และวิเคราะห์ข้อเสนอแนะโดยจัดหมวดหมู่ ($M = 4.67$, $SD = 0.58$)

โดยสรุป กระบวนการออกแบบบอร์ดเกมโดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.67$, $SD = 0.51$) แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ผ่านเกม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการประเมินกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	<i>M</i>	<i>SD</i>	ความเหมาะสม
1. ข้อมูลนำเข้า (Input)			
1.1 องค์ประกอบของผู้เล่น			
1.1.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	มากที่สุด
1.1.2 วิเคราะห์ลักษณะการเรียนรู้	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2 องค์ประกอบอิทธิพลของบอร์ดเกมที่มีผลต่อผู้เล่น			
1.2.1 วิเคราะห์อารมณ์ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างเล่น	4.33	1.15	มาก
1.2.2 วิเคราะห์ผลต่อแรงจูงใจภายใน/ภายนอก	4.33	0.58	มาก
1.3 องค์ประกอบของบอร์ดเกม			
1.3.1 ศึกษาตัวอย่างบอร์ดเกม	4.00	1.00	มาก
1.3.2 วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของแต่ละองค์ประกอบ	4.33	0.58	มาก
1.3.3 กำหนดแนวคิดพื้นฐานและธีมของเกม	4.67	0.58	มาก
2. กระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Process)			
2.1 กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้			
2.1.1 กำหนดทักษะหรือเนื้อหาคำศัพท์ที่ต้องการให้ผู้เล่นเรียนรู้	4.67	0.58	มากที่สุด
2.1.2 ระบุระดับความยาก/ลำดับความรู้ตามเป้าหมาย	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2 ออกแบบกลไกเกม			
2.2.1 ประเภทเกม	4.67	0.58	มากที่สุด
2.2.2 สร้างระบบแต้ม รางวัล เงื่อนไขชนะ-แพ้	5.00	0.00	มากที่สุด
2.2.3 กลไกการ์ด คำถาม ลูกเต๋า หรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเรียนรู้	5.00	0.00	มากที่สุด
2.3 องค์ประกอบระบบการเรียนรู้ในเกม			

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	M	SD	ความเหมาะสม
2.3.1 กำหนดลำดับของบทเรียนหรือคำศัพท์ผ่านการเล่น	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3.2 ผสมเนื้อหาเข้ากับสถานการณ์เกมอย่างเป็นธรรมชาติ	5.00	0.00	มากที่สุด
2.4 องค์ประกอบตัวละครในบอร์ดเกม			
2.4.1 ออกแบบตัวละครที่มีบทบาทช่วยสื่อสาร/แนะนำ/ท้าทายผู้เล่น	4.33	1.15	มาก
2.4.2 ใช้แนวคิด Gamification เช่น การอัปเลเวล ปลดล็อกตัวละคร	5.00	0.00	มากที่สุด
2.5 ทดสอบและปรับปรุง			
2.5.1 ทดลองเล่นกับกลุ่มเป้าหมาย	4.33	1.15	มาก
2.5.2 สังเกตความเข้าใจ ความสนุก ความเหมาะสมของกลไก	4.33	1.15	มาก
2.5.3 ปรับเนื้อหาและกลไกตามข้อเสนอแนะ	4.67	0.58	มากที่สุด
3. ผลที่ได้คือบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Output)			
3.1 บอร์ดเกมที่ออกแบบมาเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ			
3.1.1 เกมสามารถดึงดูดให้ผู้เรียนอยากเล่นซ้ำ	5.00	0.00	มากที่สุด
3.1.2 ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้จริง	4.67	0.58	มากที่สุด
3.1.3 มีความสมดุลระหว่างความสนุกและการเรียนรู้	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 คู่มือการเล่นที่อธิบายกฎกติกาอย่างชัดเจน			
3.2.1 คู่มือกระชับ เข้าใจง่าย เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2.2 มีตัวอย่างภาพหรือสถานการณ์ในคู่มือเพื่อช่วยให้เข้าใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
4. ผลประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เล่น (Feedback)			
4.1 การเก็บข้อมูลจากผู้เล่นหลังทดลองใช้งาน			
4.1.1 แบบสอบถาม/สัมภาษณ์เพื่อวัดความพึงพอใจ ความเข้าใจ และการเรียนรู้	4.33	1.15	มาก
4.1.2 การสังเกตพฤติกรรม เช่น การโต้ตอบ ความร่วมมือ ความสนใจ	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2 การนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงเกม			
4.2.1 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะโดยจัดหมวดหมู่	4.67	0.58	มากที่สุด
4.2.2 ปรับเนื้อหา กติกา หรือองค์ประกอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.67	0.51	มากที่สุด

3. ผลประเมินความความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน นักเรียนอายุระหว่าง 5-12 ปี ของโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) จำนวน 30 คน

ผลประเมินความความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน นักเรียนโรงเรียนชุมชนที่ 14 (วัดดอนทอง) พบว่า ผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด 30 คน แบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 18 คน (ร้อยละ 60.00) และเพศหญิง จำนวน 12 คน (ร้อยละ 40.00) มีอายุในช่วง 5-8 ปี จำนวน

11 คน (ร้อยละ 36.70) อายุในช่วง 9-12 ปี จำนวน 19 คน (ร้อยละ 63.30) ระดับการศึกษาประถมศึกษาตอนต้น จำนวน 11 คน (ร้อยละ 36.70) ระดับการศึกษาประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 19 คน (ร้อยละ 63.30) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของนักเรียนที่ทำแบบประเมินความพึงพอใจ ($n = 30$)

ข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)
1. เพศ	
1.1) ชาย	18 (60.00)
1.2) หญิง	12 (40.00)
2. อายุ	
2.1) 5-8 ปี	11 (36.70)
2.2) 9-12 ปี	19 (63.30)
3. ระดับการศึกษา	
3.1) ประถมศึกษาตอนต้น	11 (36.70)
3.2) ประถมศึกษาตอนปลาย	19 (63.30)
รวม	30 (100.00)

ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนี้

ด้านเนื้อหาและการเรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาและกิจกรรมในเกมน่าสนใจ ($M = 4.67, SD = 0.48$) รองลงมา คือ เกมช่วยให้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น ($M = 4.63, SD = 0.81$) และเกมช่วยเพิ่มจำนวนคำศัพท์ที่รู้ ($M = 4.53, SD = 0.73$)

ด้านความสนุกและแรงจูงใจ ได้แก่ ระบบคะแนน/รางวัลช่วยกระตุ้นความสนใจ ($M = 4.60, SD = 0.62$) และเกมมีความท้าทายและได้ฝึกคิด ($M = 4.53, SD = 0.73$)

ด้านการออกแบบและองค์ประกอบของเกม ได้แก่ การ์ดและองค์ประกอบเกมสวยงามน่าสนใจ ($M = 4.57, SD = 0.73$) และสีสันและภาพประกอบดึงดูดความสนใจ ($M = 4.53, SD = 0.73$)

ด้านการใช้งานและกฎกติกา ได้แก่ กติกาเกมเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ($M = 4.70, SD = 0.76$)

โดยสรุปความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานพบว่าผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.51, SD = 0.71$) โดย ด้านเนื้อหาและการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ($M = 4.58, SD = 0.66$) รองลงมาคือด้านที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสนุกและแรงจูงใจ ($M = 4.50, SD = 0.71$) ด้านการใช้งานและกฎกติกา ($M = 4.50, SD = 0.75$) และด้านการออกแบบและองค์ประกอบของเกม ($M = 4.45, SD = 0.69$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน

รายการประเมินความพึงพอใจ	ผลการประเมิน		
	M	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหาและการเรียนรู้			
1.1 เกมช่วยให้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น	4.63	0.81	มากที่สุด
1.2 คำศัพท์ที่ใช้เหมาะสมกับผู้เล่น	4.50	0.63	มาก
1.3 เกมช่วยเพิ่มจำนวนคำศัพท์ที่รู้	4.53	0.73	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาและกิจกรรมในเกมน่าสนใจ	4.67	0.48	มากที่สุด
รวม	4.58	0.66	มากที่สุด
2. ด้านความสนุกและแรงจูงใจ			
2.1 เกมมีความสนุกและอยากเล่นต่อ	4.50	0.82	มาก
2.2 การเล่นเกมทำให้การเรียนรู้ไม่เบื่อ	4.37	0.67	มาก
2.3 เกมมีความท้าทายและได้ฝึกคิด	4.53	0.73	มากที่สุด
2.4 ระบบคะแนน/รางวัลช่วยกระตุ้นความสนใจ	4.60	0.62	มากที่สุด
รวม	4.50	0.71	มาก
3. ด้านการออกแบบและองค์ประกอบของเกม			
3.1 การ์ดและองค์ประกอบเกมสวยงามน่าสนใจ	4.57	0.63	มากที่สุด
3.2 ตัวละครสัตว์ช่วยเพิ่มความสนุก	4.50	0.68	มาก
3.3 สีเส้นและภาพประกอบดึงดูดความสนใจ	4.53	0.73	มากที่สุด
3.4 ขนาดและรูปแบบของอุปกรณ์เหมาะสม	4.27	0.74	มาก
รวม	4.45	0.69	มาก
4. ด้านการใช้งานและกฎกติกา			
4.1 กติกาเกมเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน	4.70	0.60	มากที่สุด
4.2 เรียนรู้วิธีเล่นได้ในเวลาไม่นาน	4.37	0.85	มาก
4.3 เล่นได้ราบรื่น ไม่ติดขัด	4.47	0.82	มาก
4.4 อุปกรณ์ในเกมใช้งานง่าย	4.47	0.73	มาก
รวม	4.50	0.75	มาก
รวมทั้ง 4 ด้าน	4.51	0.71	มากที่สุด



ภาพที่ 5 ภาพแสดงกิจกรรมการใช้บอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน
ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วิภูษิต เพียรการค้า, วิภาวดี จัดงูเหลื่อม, และณัฐธิดา ตือป่น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า กระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลนำเข้า (Input) 2) กระบวนการออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Process) 3) ผลที่ได้คือบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน (Output) และ 4) ผลประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เล่น (Feedback) ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า ความเหมาะสมขององค์ประกอบและกระบวนการออกแบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.67-5.00$) สะท้อนว่ากระบวนการออกแบบมีความครบถ้วนและสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบเกมเพื่อการเรียนรู้ (Game-based learning design process) ซึ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการเล่นและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน สอดคล้องกับการศึกษาของ Nursetyo et al. (2024) พบว่า บอร์ดเกมที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบของผู้เล่น (Player) องค์ประกอบของบอร์ดเกม (Board) องค์ประกอบระบบการเรียนรู้ในเกม (Learning system) องค์ประกอบอิทธิพลของบอร์ดเกมที่มีผลต่อผู้เล่น (Game influence) และองค์ประกอบตัวละครในบอร์ดเกม (Character) โดยแต่ละองค์ประกอบช่วยส่งเสริมแรงจูงใจภายในของผู้เรียนให้เกิดความสนใจ ความท้าทาย และความภาคภูมิใจในตนเอง สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Ryan (1985) ที่อธิบายว่าแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) เกิดจากการที่ผู้เรียนรู้สึกว่าตนเองมีอิสระในการเรียนรู้ มีความสามารถ และได้รับการยอมรับ

ผลการทดลองใช้บอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานกับนักเรียนระดับประถมศึกษาจำนวน 30 คน พบว่า ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อบอร์ดเกมรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.51$) โดยเฉพาะในด้านเนื้อหาและการเรียนรู้ เกมช่วยให้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้น เกมช่วยเพิ่มจำนวนคำศัพท์ที่รู้ และเนื้อหาและกิจกรรมในเกมน่าสนใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบอร์ดเกมสามารถสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของภูษิตา นกสกุลและ

อรัญญา ศรีจิงใจ (2567) ที่พบว่า การใช้บอร์ดเกมช่วยส่งเสริมแรงจูงใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับประถมศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดของ Vygotsky (1978) อธิบายว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น การเล่นเกมจึงเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ฝึกใช้ภาษา และพัฒนาทักษะทางสังคมควบคู่กับการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Gee (2007) ที่กล่าวว่าเกมเป็นเครื่องมือทางการเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนากระบวนการคิดเชิงระบบ (System thinking) และการเรียนรู้จากการลงมือทำ (Learning by doing) ในส่วนของเนื้อหาคำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานที่ใช้ในบอร์ดเกม ได้รับการออกแบบให้สอดคล้องกับระดับความสามารถของผู้เรียนและเน้นคำศัพท์ที่ใช้บ่อยในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nation (1990) ที่ระบุว่าการเรียนรู้คำศัพท์ควรเริ่มจากคำที่มีความถี่สูง (High-frequency words) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปใช้สื่อสารในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาร่วมกับงานวิจัยร่วมสมัย เช่น Ling & Abdul Aziz. (2022) และ Panmei & Waluyo (2023) พบว่า แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบ Game-based learning และ Gamification สามารถเพิ่มทั้งแรงจูงใจ การมีส่วนร่วม และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งช่วยยืนยันว่าผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับแนวโน้มของงานวิจัยในระดับสากล

การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานที่ออกแบบขึ้นสามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสามข้อได้ครบถ้วน คือ 1) ความเหมาะสมขององค์ประกอบและกระบวนการออกแบบบอร์ดเกมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) การออกแบบบอร์ดเกมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐาน งานวิจัยนี้พิสูจน์ว่าบอร์ดเกมที่ออกแบบอย่างมีระบบตามทฤษฎี ไม่ใช่แค่สื่อบันเทิง แต่เป็นนวัตกรรมทางการศึกษาที่แก้ปัญหาการขาดแรงจูงใจในการเรียนภาษาได้อย่างเป็นรูปธรรม และ 3) ความพึงพอใจของผู้เรียนซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิจัยจึงชี้ให้เห็นว่าการใช้บอร์ดเกมเป็นสื่อการเรียนรู้สามารถยกระดับแรงจูงใจและความสนใจของผู้เรียนได้จริง อีกทั้งยังเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถต่อยอดไปสู่รายวิชาอื่นได้ในอนาคต

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

ผลการวิจัย พบว่า บอร์ดเกมที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นสามารถเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษพื้นฐานของนักเรียนระดับประถมศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านการประเมินความเหมาะสมจากผู้เชี่ยวชาญในระดับ “มากที่สุด” ($M = 4.67-5.00$) และการประเมินความพึงพอใจจากผู้เรียนในระดับ “มากที่สุด” ($M = 4.51$) แสดงให้เห็นว่าบอร์ดเกมมีความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา กลไกการเล่น และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสุข ความเข้าใจ และความมั่นใจในการใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษ

ผลการวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์เชิงวิชาการในการเป็นแนวทางพัฒนา “โมเดลการออกแบบสื่อการเรียนรู้เชิงเกม (Game-based learning model)” ที่สามารถประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมแรงจูงใจและการเรียนรู้เชิงรุกของผู้เรียน และมีประโยชน์เชิงวิชาชีพครูในการนำบอร์ดเกมไปใช้เป็นสื่อการสอนเสริมในชั้นเรียนภาษาอังกฤษระดับประถมศึกษา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของบทเรียน ลดความกังวลในการเรียนภาษา และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการอบรมหรือให้ความรู้แก่ครูผู้สอนเกี่ยวกับการใช้บอร์ดเกมในชั้นเรียน เพื่อให้สามารถบูรณาการเกมเข้ากับบทเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรขยายการใช้บอร์ดเกมไปยังโรงเรียนอื่นในระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ด้านแรงจูงใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
3. หน่วยงานด้านการศึกษานำแนวทางการออกแบบเกมจากงานวิจัยนี้ไปใช้ในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัล เช่น เกมออนไลน์ หรือ Mobile application เพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาผลกระทบระยะยาวของการใช้บอร์ดเกมต่อการจดจำคำศัพท์ภาษาอังกฤษในระยะ 3–6 เดือน เพื่อวัดความยั่งยืนของการเรียนรู้
2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย เช่น นักเรียนต่างระดับชั้นหรือโรงเรียนภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลและเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล
3. ควรศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสริม เช่น AR/VR หรือ AI-based feedback ในบอร์ดเกม เพื่อเพิ่มปฏิสัมพันธ์และแรงจูงใจในการเรียนรู้
4. ควรพัฒนาเครื่องมือวัดแรงจูงใจเฉพาะทางด้านภาษา เพื่อให้สามารถวิเคราะห์เชิงลึกได้มากขึ้นว่าบอร์ดเกมมีผลต่อแรงจูงใจประเภทใด (ภายในหรือภายนอก)

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จิรกรณ์ ศิริประเสริฐ. (2541). *การใช้เกมกระดานในห้องเรียน*. พัฒนาวิชาการ.
- ฐิติพล ขำประถม. (2558). *การวางแผนและการสร้างบอร์ดเกม*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *หลักการวิจัยเบื้องต้น*. สุวีริยาสาส์น.
- ปริญญ ชัยวัฒน์และสุนิศา โฆษิตชัยวัฒน์. (2565). การใช้กิจกรรมเกมกระดานเพื่อส่งเสริมทักษะการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 20(2), 230-241.
- ภูษิตา นกสกุลและอรุณญา ศรีจงใจ. (2567). การพัฒนาบอร์ดเกมเรื่อง Going to the Movies เพื่อใช้ส่งเสริมการเรียนรู้ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 18(1), 88-110.
- มณฑิรา ตันบุญยืน. (2540). *ศิลปะและองค์ประกอบทางทัศนศิลป์*. ไทยวัฒนาพานิช.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2526). *การออกแบบ*. สำนักพิมพ์วิวัฒนาการ.
- อโรชา วงศ์ธัญญลักษณ์ และคณะ. (2566). ผลการใช้บอร์ดเกม (Name It) ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักศึกษาในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes). *วารสารอักษราพิบูล*, 4(2), 13-14.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2527). *ศิลปะการออกแบบ*. ไทยวัฒนาพานิช.

ภาษาอังกฤษ

- Costikyan, G. (1994). *I have no words and I must design: Toward a critical vocabulary for games. Interactive Fantasy*, 2, 14–30.
- Deterding, S., et al. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”. *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Gee, J. P. (2007). *Good video games and good learning: Collected essays on video games, learning and literacy*. Peter Lang.
- Hinebaugh, J. (2009). *A board game education*. <https://doi.org/10.5771/9781607092612>
- Ling, N., & Abdul Aziz, A. (2022). The effectiveness of game-based learning strategies on primary ESL learners’ vocabulary learning. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 11(2), 551-565.
- Mohd Yusof, S. A., et al. (2016). A study on the effectiveness of a board game as a training tool for project management. *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, 8(8), 171-176.
- Nation, P. (1990). *Teaching and learning vocabulary* [Unpublished doctoral dissertation]. Victoria University.
- Nursetyo, K. I., et al. (2024). Game based learning-enabled 21st century skills: A bibliometric analysis. *Proceedings of the 7th International Conference on Learning Innovation and Quality Education (ICLIQE 2023)*. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-301-6_8
- Panmei, B., & Waluyo, B. (2023). The pedagogical use of gamification in english vocabulary training and learning in higher education. *Education Sciences*, 13(1), Article 24. <https://www.mdpi.com/2227-7102/13/1/24>
- Pawapatcharaudom, R. (2007). *An investigation of Thai students’ English language problems and their learning strategies in the international program at Mahidol University* [Unpublished master’s thesis]. King Mongkut’s University of Technology North Bangkok.
- Piaget, J. (1962). *Play, dreams, and imitation in childhood*. Routledge.
- Ryan, R. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer Ebook. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Siebert, L. P., & Ballard, K. D. (1992). *Fundamentals of design*. McGraw-Hill.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Wilkins, D. A. (1972). *Linguistics in language teaching*. Edward Arnold.

Wongsothorn, A., Hiranburana, K., & Chinnawongs, S. (2002) English language teaching in Thailand today. *Asia Pacific Journal of Education*, 22(2), 107-116.

การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ด้านการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568

วัสสวัสส์ โคกทับทิม^{1*}

¹นักศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ : watsawat.kt@gmail.com

บทคัดย่อ

วันที่รับบทความ : บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตร
5 พฤศจิกายน 2568 ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชาในปี พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นเหตุการณ์ระหว่างประเทศที่
วันที่แก้ไขบทความ : ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐและประชาชนภายในพื้นที่ ผ่านการวิเคราะห์
14 มกราคม 2569 วาทกรรมจากบทสัมภาษณ์และบทเสวนาของนายทักษิณ ชินวัตรในพื้นที่สื่อออนไลน์โดย
ใช้แนวคิดวาทกรรมเพื่อทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ ความรู้ และปัจเจก
วันที่ตอบรับบทความ : บุคคล โดยมีกรอบการวิเคราะห์ตามทฤษฎีวาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse
3 กุมภาพันธ์ 2569 Analysis) ของ Norman Fairclough ผ่านองค์ประกอบตัวบท วิธีการปฏิบัติทางวาทกรรม
วันที่เผยแพร่ (Online) : และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อมองหาและอธิบายถึงอำนาจและวาระที่แฝง
24 มิถุนายน 2569 อยู่ในกระบวนการสร้างวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ซึ่งมีการแบ่งการวิเคราะห์เป็น
ช่วงก่อนการเกิดการปะทะและหลังจากการเกิดการปะทะในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ.
2568 เพื่อเปรียบเทียบพลวัตทางด้านวาทกรรมจากบริบทสังคมที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสังคมและความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางสังคม โดยมีการสลับบทบาทการสื่อสารทั้งบริบทของอดีตนายกรัฐมนตรีและบิดาของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร เพื่อสร้างความชอบธรรมและอำนาจต่อรองทางการเมือง รวมถึงทั้งก่อนและหลังการปะทะ นายทักษิณ ชินวัตรได้มีการปรับเปลี่ยนวาทกรรมสู่การสนับสนุนอำนาจของกองทัพและความเชื่อมั่นต่อความมั่นคงของประเทศชาติ เพื่อรักษาภาพลักษณ์และบทบาททางสังคมของตนเอง

คำสำคัญ : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์, การสื่อสารการเมือง, ความขัดแย้งชายแดนไทย – กัมพูชา, ทักษิณ ชินวัตร

A Critical Discourse Analysis of Thaksin Shinawatra's Communication on the 2025 Thai – Cambodia Border Conflict

Watsawat Koktabtim^{1*}

¹Student, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

***Corresponding Author:** watsawat.kt@gmail.com

Abstract

Received: November 5, 2025
Revised: January 14, 2026
Accepted: February 3, 2026
Available Online: June 24, 2026

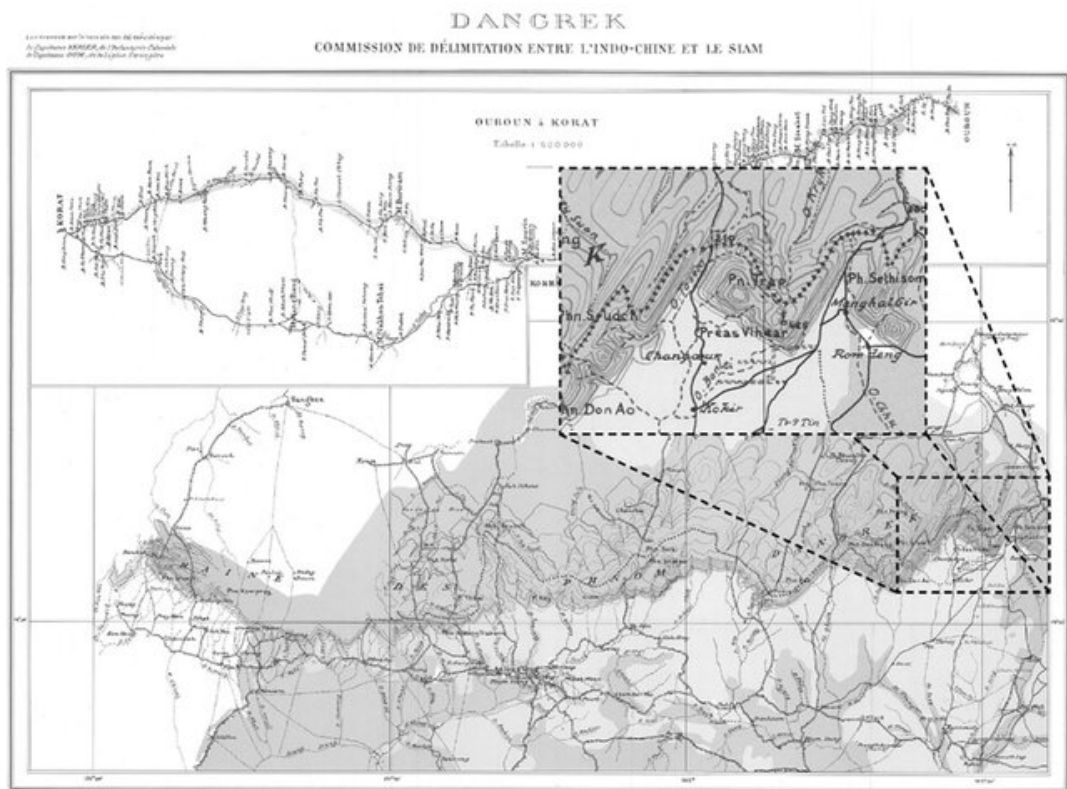
This article aims to study on Thaksin Shinawatra's communication process in relation to the 2025 Thai – Cambodia border conflict, a geopolitical event with national security impact and civilians on the border. It applies the framework of Critical Discourse Analysis (CDA) based on Norman Fairclough's three – dimensional model of text, discursive practice, and sociocultural practice. The data was conducted through interviews, public discussions, and online media platforms, the discourse was analyzed in two phases: before and after the armies' confrontation on 24 July 2025 to compare the shifting of discourse and different societies' context.

The findings reveal that Thaksin's discourse shifted in respond to the changes relating to political power and social contexts with different roles between "former prime minister" and "father of the current prime minister". Before the armies' confrontation, Thaksin's discourse emphasized political legitimacy. After the incident of confrontation, his communication shifted to support the military, affirming national security using them to reinforce the political legitimacy

Keywords: Critical Discourse Analysis, Political Communication, Thai – Cambodian Border Conflict, Thaksin Shinawatra

บทนำ

สถานการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชาเป็นข้อพิพาทที่ดำเนินการมาอย่างยาวนาน โดยปมปัญหาดังกล่าวต้องย้อนกลับไปในช่วงปี พ.ศ. 2406 จนถึงปี พ.ศ. 2496 – พ.ศ. 2497 ที่ประเทศกัมพูชาตกเป็นเมืองขึ้นของประเทศฝรั่งเศสจนถึงผลจากการได้รับอิสรภาพ เมื่ออ้างอิงถึงหนังสือคดีเขาพระวิหาร พบว่า จากการตีความแผนที่โดยไทย อ้างอิงจากแผนที่ไทยและอินโดจีน (ฝรั่งเศส) ของกรมแผนที่ไทย ปี พ.ศ. 2490 กลับพบว่า พื้นที่ตั้งของปราสาทเขาพระวิหารนั้นอยู่ที่ฝั่งกัมพูชา ซึ่งประเทศไทยในขณะนั้นการประนีประนอมไม่ได้มีการยกเรื่องเขาพระวิหารขึ้นมา (เสนีย์ ปราโมช, 2505) ซึ่งผลจากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดความไม่ชัดเจนทางด้านภูมิศาสตร์เกี่ยวกับพื้นที่ที่แท้จริงของปราสาทเขาพระวิหาร และเมื่อกัมพูชาได้รับเอกราชจากฝรั่งเศสได้มีการส่งหนังสือประท้วงต่อทางการไทยเนื่องจากประเทศไทยได้เข้าครอบครองปราสาทเขาพระวิหาร ในปี พ.ศ. 2496 ได้ส่งหนังสือประท้วงทางการไทย และได้มีการเจรจาระหว่างไทยกับกัมพูชาขึ้นในปี พ.ศ. 2501 แต่ไม่เป็นผล จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้นำไปสู่การตัดสินฟ้องศาลยุติธรรมระหว่างประเทศ โดยรัฐบาลกัมพูชาของสมเด็จพระนโรดม สีหนุ ในปี พ.ศ. 2502 ซึ่งต่อมาได้มีการพิพากษาและชี้ขาดในปี พ.ศ. 2505 ว่า แผนที่ภาคผนวก 1 เป็นแผนที่ที่กัมพูชาแนบไว้ในภาคผนวกจากการจัดทำของคณะกรรมการปักปันเขตของฝ่ายฝรั่งเศสถือว่าเป็นสนธิสัญญาอย่างหนึ่งและต้องปฏิบัติตาม และปราสาทเขาพระวิหารตั้งอยู่ในดินแดนกัมพูชา (สำนักทำเนียบนายกรัฐมนตรี, 2505)



ภาพที่ 1 แผนที่ภาคผนวก 1 ซึ่งตัดให้เขาพระวิหารอยู่ในพื้นที่ของกัมพูชา
ที่มา : Jörg Kammerhofer (2023)

การตัดสินใจดังกล่าวนำไปสู่ความขัดแย้งและความคลุมเครือในหลายครั้งเกี่ยวกับเขตแดนของประเทศไทย และกัมพูชา โดยเฉพาะแผนที่ภาคผนวก 1 เป็นเสมือนบทนำของปัญหาอื่น ๆ ที่ตามมาทั้งการปะทะกันบริเวณเขาพระวิหารระหว่างช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 หรือเหตุการณ์พิพาทในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งสืบเนื่องจากกรณีที่ถูกพินิจพิจารณาขึ้นทะเบียนมรดกโลกของปราสาทพระวิหารในปี พ.ศ. 2549 เป็นชนวนความขัดแย้งที่ทั้งสองฝ่ายต่างตีความพื้นที่ต่าง ๆ ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป

เหตุการณ์ในปี พ.ศ. 2568 เริ่มตึงเครียดในวันที่ 28 พฤษภาคม ได้เกิดการปะทะกันในพื้นที่ช่องบกจังหวัดอุบลราชธานี โดยกระทรวงกลาโหมกัมพูชาชี้ว่ากองทัพไทยเริ่มก่อนจนทำให้ทหารกัมพูชาเสียชีวิต 1 นาย (ไทยพีบีเอส, 2568ก) และกองทัพไทย เปิดเผยว่า “หน่วยเฉพาะกิจที่ 1 กองกำลังสุรนารีรายงานว่าทหารกัมพูชาเข้ามาวางกำลังในพื้นที่อำเภอสหัสขันธ์ ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลง” (กองทัพไทย, 2568) และเกิดข้อเข้าใจผิดของทหารกัมพูชาและเริ่มใช้อาวุธทำให้ทหารไทยต้องตอบโต้ ซึ่งทำให้สถานการณ์ชายแดนดังกล่าวนำไปสู่การยกระดับความตึงเครียดของทั้งสองประเทศ จนในช่วงเดือนกรกฎาคมได้มีเหตุการณ์กรณีทหารไทยเหยียบทุ่นระเบิด โดยครั้งแรกในพื้นที่ชายแดนช่องบกและต่อเนื่องกันในระหว่างวันที่ 16 - 23 กรกฎาคมที่ผ่านมา ทางประเทศไทยได้ตอบโต้ด้วยการปิดด่านข้ามชายแดน จำนวน 4 ด่านจนเกิดเป็นความไม่พอใจของฝ่ายรัฐบาลกัมพูชา และในวันที่ 24 กรกฎาคม ได้เกิดการปะทะกันทางทิศตะวันออกของปราสาทตาเมือน จนได้มีการเจรจาหยุดยิงในวันที่ 27 กรกฎาคม มีผลในเที่ยงคืนของวันที่ 28 กรกฎาคม ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าว ยังมีการขยายตัวเป็น “สงครามทางด้านข้อมูลข่าวสารด้วยช่องทางสื่อออนไลน์” อีกด้วย (ไทยพีบีเอส, 2568ก; 2568ข)

สถานการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชาถือว่าเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศไทยทั้งทางด้านสังคมและถิ่นที่อยู่อาศัย เนื่องจากประชาชนที่อยู่บริเวณชายแดนมีการอพยพจากเหตุการณ์การปะทะเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ส่งผลต่อความปลอดภัยของชีวิต ทรัพย์สิน และวิถีชีวิตที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเหตุการณ์ดังกล่าว อันเป็นความมั่นคงและเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งส่งผลการดำเนินงานกิจการภายในประเทศทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนในการรับมือต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะรัฐบาลที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ร่วมกับกองทัพในการบริหารให้ประเทศผ่านพ้นสถานการณ์ดังกล่าว

นายทักษิณ ชินวัตร เป็นผู้มีอิทธิพลทางด้านความคิดในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ในบริบทการสื่อสารถือว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจอย่างมากเนื่องจากความสำคัญของนายทักษิณ ชินวัตร มีอำนาจในการชี้นำความคิดของกลุ่มผู้คนโดยเฉพาะกลุ่มที่เรียกตนเองว่า “กลุ่มเสื้อแดง” โดยงานวิจัยของปวีณฯ หาญชนะ (2555) ศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตร ระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2552 พบว่า ขณะที่นายทักษิณได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีทำให้มีอำนาจทางการเมืองทำให้มีการครอบงำ แทรกแซง และควบคุมสื่อมวลชนได้อย่างดี และหลังจากการถูกยึดอำนาจนายทักษิณที่ถูกดำเนินคดีทำให้ต้องลี้ภัยไปอยู่ต่างประเทศ ได้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารของตนเองผ่านการสื่อสารตัวแทน ซึ่งมีเนื้อหาในการประกอบสร้างภาพลักษณ์ถึงผู้มีความสามารถแต่ถูกรังแกด้วยการรัฐประหารและหากไม่มีประชาธิปไตยก็จะไม่สามารถแข่งขันกับประชาคมโลกโดยการสร้างอำนาจให้กับวาทกรรมของตนเอง ในการปลูกฝังความเป็นปกติทางด้านความคิด (Common sense) ในงานวิจัยดังกล่าวยังพบว่านายทักษิณมีการปลูกฝังมวลชน คือ ระหว่างในช่วงที่ตนเองอยู่ในอำนาจและถูกต่อต้าน

จากข้อมูลข้างต้นเป็นที่มาของการศึกษาในประเด็นบทบาทการสื่อสารทางการเมืองในสถานการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชาของนายทักษิณ ชินวัตรซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลกับมวลชน การศึกษาค้นคว้าหากระบวนการในการสื่อสารกับสื่อมวลชนทั้งช่วงระหว่างและหลังจากดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของนายทักษิณ ชินวัตร ผ่านการปลูกฝังวาทกรรมของตนเองกับประชาชน รวมถึงนายทักษิณซึ่งมีความสัมพันธ์ในฐานะบิดากับ

นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ได้ใช้บริบทดังกล่าวในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างบทบาทหรืออำนาจของตนเองในการสื่อสารต่อสังคมอย่างไร ผ่านมุมมองของการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่แอบแฝงอยู่ผ่านโครงสร้างวาทกรรมต่อพลวัตของภูมิทัศน์ทางการเมืองไทยจากสถานการณ์ที่มีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนและความมั่นคงของชาติ

การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาวิธีการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตรผ่านการใช้วาทกรรมและกลยุทธ์ทางการสื่อสารของอดีตนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ซึ่งสื่อสารผ่านเหตุการณ์สถานการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568 ทั้งก่อนและหลังการปะทะกันของกองทัพ เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ด้วยคำถามว่าการสื่อสารของนายทักษิณต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568 มีลักษณะวาทกรรมเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตรต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะการสื่อสารทางด้านวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ทั้งก่อนและหลังเหตุการณ์การปะทะของกองทัพ

นิยามศัพท์

1. วาทกรรม หมายถึง องค์ประกอบของชุดของถ้อยคำ กระบวนการอธิบาย และการประกอบสร้างความหมายในการถ่ายทอดและมุ่งเน้นใจความสำคัญเพื่อกำหนดวิคิด การรับรู้ และความจริงของสังคมผ่านการสื่อสารในบริบทของเหตุการณ์ต่าง ๆ
2. การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ หมายถึง แนวทางในการวิเคราะห์วาทกรรมที่มุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษา กระบวนการสร้างวาทกรรม และวิถีของสังคม เพื่อการต่อรองเชิงอำนาจผ่านวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อโครงสร้างทางสังคมและอุดมการณ์ ในการช่วงชิงความชอบธรรมในบริบทของการสื่อสารการเมือง
3. การสื่อสารการเมือง หมายถึง การสร้างวาทกรรมทางด้านการสื่อสารที่มุ่งเน้นการสร้าง ความหมายในประเด็นเชิงโครงสร้างทางสังคมและการครอบงำอุดมการณ์ของประชาชนเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการกระทำหรือชุดความคิดและรักษาอำนาจในการรักษาระเบียบของสังคม
4. ตัวบท หมายถึง ถ้อยคำหรือข้อความของนายทักษิณ ชินวัตรที่มีการเผยแพร่ผ่านสื่อ
5. วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม หมายถึง ลักษณะของบริบท วิธีการเผยแพร่และอำนาจของนายทักษิณ ชินวัตร
6. วิถีปฏิบัติต่อสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง เหตุการณ์ สังคม และการเมืองที่ส่งผลต่อการสร้างและให้ความหมายของนายทักษิณ ชินวัตรที่มุ่งเน้นต่อสังคม
7. อำนาจของปัจเจกบุคคล หมายถึง กระบวนการใช้วาทกรรมในการสร้างความชอบธรรมหรือสถานะให้กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดผ่านการสื่อสาร
8. เหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา หมายถึง เหตุการณ์ความขัดแย้งกันระหว่างประเทศไทย - กัมพูชาต่อปัญหาเขตแดนในปี พ.ศ. 2568 จนนำไปสู่การสู้รบกันในหลายพื้นที่ เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ผ่านมุมมอง

ของนายทักษิณ ชินวัตร ระหว่าง 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 - 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ผ่านบทสัมภาษณ์ บทเสวนา และบทการกล่าวปาฐกถาพิเศษในช่องทางสาธารณะและช่องทางส่วนตัวของนายทักษิณ ชินวัตร

ขอบเขตการวิจัย

การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ด้านการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ปี พ.ศ. 2568 มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์วาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์จากสถานการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชาของนายทักษิณ ชินวัตร ในด้านถ้อยคำ การให้ความหมาย การกำหนดบทบาท และการใช้อำนาจเชิงสัญลักษณ์ในวาทกรรมของนายทักษิณ โดยจากการสะท้อนบทบาทของอดีตนายกรัฐมนตรี บิดาของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร และผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อประชาชน การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ประเมินความถูกต้องเชิงข้อเท็จจริงทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่มุ่งเน้นการวิเคราะห์วาทกรรมในการประกอบสร้างความหมายผ่านการเลือกใช้ถ้อยคำและภาษา

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) อันประกอบด้วยบทสัมภาษณ์ บทเสวนา และบทการกล่าวปาฐกถาพิเศษในช่องทางสาธารณะและช่องทางส่วนตัวของนายทักษิณ ชินวัตร

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้มีขอบเขตระยะเวลาในการใช้ศึกษาครอบคลุมช่วงเวลาระหว่าง 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ถึง 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 โดยแบ่งเป็นก่อนและหลังการเกิดเหตุการณ์ปะทะในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงทางด้านวาทกรรม

ขอบเขตด้านกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ตามรูปแบบการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ของ Fairclough (Critical Discourse Analysis: CDA) โดยมุ่งเน้นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง 1. ตัวบท (Text) 2. วิธีการปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive practice) 3. วิถีปฏิบัติทางสังคม (Social practice) เป็นหลัก โดยไม่ได้มุ่งเน้นในการศึกษาการรับสารหรือผลกระทบต่อสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงลักษณะทางวาทกรรมทางด้านการสื่อสารทางการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตรต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ทั้งก่อนและหลังการปะทะของกองทัพ รวมถึงการเปรียบเทียบลักษณะทางวาทกรรมจากภูมิทัศน์การเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงไปได้

2. ผู้ที่สนใจสามารถนำไปวิเคราะห์ลักษณะทางวาทกรรมต่อเหตุการณ์การเมืองอื่น ๆ ได้

การทบทวนวรรณกรรม

นายทักษิณ ชินวัตร และบทบาทด้านการสื่อสารหลังจากกลับมาที่ประเทศไทย

นับตั้งแต่ที่นายทักษิณ ชินวัตรได้กลับมายังประเทศไทยในรอบ 17 ปีหลังจากการขอลาออกนอกประเทศในวันที่ 10 - 31 สิงหาคม พ.ศ. 2551 และหลังจากกลับมาประเทศไทยเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม พ.ศ. 2566 ในวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2566 นางสาวแพทองธาร ชินวัตร บุตรสาวของนายทักษิณและหัวหน้าพรรคเพื่อไทยได้รับเลือกให้เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 31 ของไทย หลังจากนั้นนายเศรษฐา ทวีสินถูกศาลรัฐธรรมนูญถอดถอนจากตำแหน่งหลังจากที่นางสาวแพทองธารรับตำแหน่ง นายทักษิณถูกตั้งข้อสังเกตถึงประเด็นบทบาทของนายทักษิณต่อรัฐบาล “แพทองธาร”

เช่นในกรณีการแสดงวิสัยทัศน์ของนายทักษิณ เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2567 ในงาน NATION TV DINNER TALK: VISION FOR THAILAND 2024 โดยเนื้อหาในการแถลงของนายทักษิณได้พูดถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจจากการเติบโตที่แข็งแกร่งของเศรษฐกิจไทย ซึ่งได้พูดถึงนโยบายเงินดิจิทัลวอลเล็ต 10,000 บาท รวมถึงแนวทางการผลิต การเงิน การบริการ ปัญหาเสพติด การปฏิรูประบบราชการ และเรื่องอื่น ๆ ซึ่งในบทวิเคราะห์ของประจักษ์ มะวงศ์สา (2567) ได้กล่าวว่า วิสัยทัศน์ของนายทักษิณจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการเมืองจะถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายในขณะนั้น และเป็นข้อสังเกตได้ว่านายทักษิณสามารถอธิบายได้ทั้งหมด และเป็นข้อสงสัยอย่างมากว่าทำไมนายกรัฐมนตรีอย่างนางสาวแพทองธารกลับไม่ขึ้นไปแสดงนโยบาย

จากประเด็นดังกล่าวยังเป็นข้อสงสัยอีกว่า นายทักษิณ ชินวัตรมีบทบาทอย่างไรและมีอำนาจหรือไม่ในรัฐบาลของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร เนื่องจากตัวของนายทักษิณ ชินวัตรถือว่าเป็นผู้นำทางด้านจิตวิญญาณของกลุ่มมวลชน โดยเฉพาะกลุ่มคนเสื้อแดงที่มีอุดมการณ์สนับสนุนตัวของนายทักษิณ ชินวัตรและในรัฐบาลดังกล่าวนอกจากในฐานะนายกรัฐมนตรีและอดีตนายกรัฐมนตรีที่มาจากพรรคการเมืองอุดมการณ์เดียวกันแล้วก็คือในบริบทเชิงความสัมพันธ์ในฐานะบิดาและบุตรสาวอีกด้วย

สำหรับตัวของนายทักษิณ ชินวัตรและความสัมพันธ์กับตระกูลขุนของประเทศกัมพูชาในบทความของวิโรจน์ เลิศจิตต์ธรรม (2567) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ของนายทักษิณ ชินวัตรกับสมเด็จฮุน เซน อดีตนายกรัฐมนตรีและประธานวุฒิสภาของประเทศกัมพูชา ถึงแม้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย - กัมพูชา จะมีการกระทบกระทั่งกันเป็นครั้งคราว เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2546 ซึ่งตรงกับเหตุการณ์ไปเซนต์ การเผาสถานทูตไทยในกัมพูชา แต่ไม่ได้กระทบความสัมพันธ์ระหว่างตระกูลชินวัตรและตระกูลฮุน กล่าวคือ เมื่อย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2549 นายทักษิณในฐานะนายกรัฐมนตรีในขณะนั้นถูกรัฐประหาร สมเด็จฮุน เซนมีส่วนเป็นในการช่วยเหลือนายทักษิณในการลี้ภัยและปฏิเสธการขอตัวจากรัฐบาลไทยในยุคของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวดำเนินมาจนถึงในช่วงปี พ.ศ. 2568 ซึ่งเกิดความตึงเครียดในเรื่องของชายแดนประเทศไทย - กัมพูชา

นอกจากประเด็นของประเทศไทย - กัมพูชา แล้ว เมื่อมองถึงสายสัมพันธ์ของตระกูลชินวัตรและตระกูลฮุนตามที่จิราภรณ์ ศรีแจ่มและปณิศา เอ็มโอชา (2568) ผู้สื่อข่าวได้เขียนไว้ในเว็บไซต์ของ BBC กล่าวถึงความเห็นของนักวิชาการและนักวิเคราะห์จากประเทศกัมพูชาว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวได้จบลงเพราะคำว่า “ไม่เป็นมืออาชีพ” ที่นางสาวแพทองธาร ได้กล่าวในวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2568 ซึ่งถูกมองมีผลกระทบในแง่ลบอย่างมากต่อศักดิ์ศรีของสมเด็จฮุน เซน และส่งผลทำให้เครือข่ายอิทธิพลสำคัญในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แตกร้าง ตามการวิเคราะห์ของจิราภรณ์ ศรีแจ่มและปณิศา เอ็มโอชา (2568)

แนวคิดที่ใช้วิเคราะห์

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาด้วยกระบวนการการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์ของนายทักษิณ ชินวัตร ด้วยการวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวคิดของ Michel Foucault และศึกษากระบวนการสร้างวาทกรรมเชิงวิพากษ์ ด้วยกรอบแนวคิด 3 มิติ (Critical Discourse Analysis: CDA) ของ Norman Fairclough

1. แนวคิดทางด้านวาทกรรมของ Michel Foucault

กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน (2553) ได้กล่าวว่า แนวคิดของ Michel Foucault ที่มีต่อวาทกรรม คือ วาทกรรมเปรียบเสมือน กระบวนการสร้างสัญลักษณ์ทางด้านการสื่อสารทั้งวจนภาษาและอวจนภาษาในการสร้างคุณค่าหรือความชอบธรรมเชิงอำนาจให้กับกลุ่มบุคคลที่สามารถกำหนดสิ่งต่าง ๆ ทั้งดีหรือไม่ดี ถูกต้องหรือไม่ถูกต้องได้

โดยแนวคิดด้านวาทกรรมของ Foucault มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ “อำนาจ” “ความรู้” และ “ปัจเจกบุคคล” ซึ่งลักษณะของอำนาจนอกจากมีการรวมศูนย์อย่างชัดเจนเพื่อสร้างความแบ่งแยก (Division) หรือการกีดกัน (Exclusion) เช่น สถาบันต่าง ๆ แล้ว อำนาจยังมีการกระจายตัวไปถึงปลายทางของระบบ ซึ่งสังคมถูกสร้างขึ้นจากอำนาจและมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น ซึ่งอำนาจเกิดขึ้นจากตัวปัจเจกบุคคลที่มีความจงใจที่แตกต่างกันก็จะมีกระบวนการใช้อำนาจในแบบที่แตกต่างกันออกไป โดยการให้เกิดความชอบธรรมเชิงอำนาจสามารถบ่มเพาะในวิถีชีวิตได้ถึงแม้อำนาจจะเป็นสิ่งนิรันดรมหาและไม่มีผู้เป็นเจ้าของอย่างแท้จริงและสามารถกระจายไปได้ทั่วทุกที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของตัวปัจเจกและสังคม ผู้กระทำและผู้ถูกกระทำก็จะเปลี่ยนแปลงไปเสมอ ในขณะเดียวกันอำนาจยังส่งผลให้เกิดการผลิตหรือการสร้าง เช่น ในเรื่องการสร้างวาทกรรม

อำนาจและความรู้จะถูกยึดโยงกันเสมอ เนื่องจากความรู้และความไม่รู้ถูกกำหนดโดยอำนาจ ดังนั้น หากมนุษย์มีความต้องการที่อยากรู้หรือใฝ่รู้มากยิ่งขึ้น นั่นไม่ใช่เป็นการแสดงถึงความก้าวหน้าแต่เป็นการใฝ่ในอำนาจเพิ่มเติม และการสร้างความรู้ยังนำไปสู่ความสามารถในการครอบงำเชิงความรู้ได้อีกด้วย

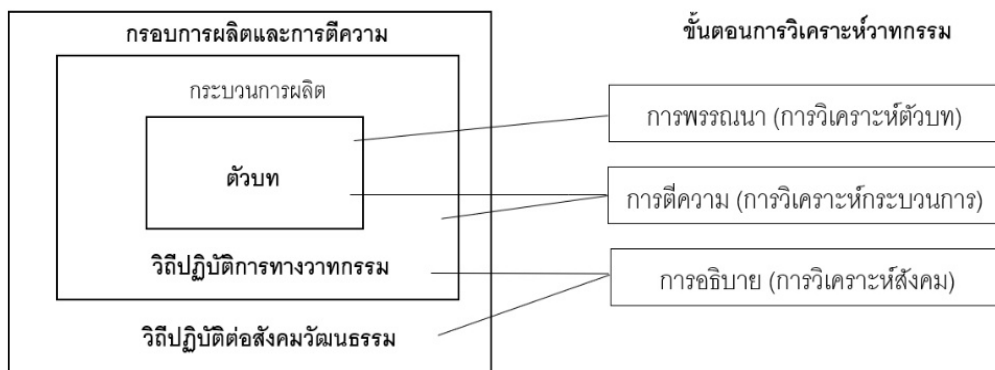
แนวคิดเชิงวาทกรรมของ Foucault จะมุ่งเน้นในเรื่องการกำหนดวาทกรรมผ่านการใช้อำนาจและความรู้ของตัวปัจเจกเพื่อสร้างอัตลักษณ์ตัวตนนำไปสู่การสร้างวาทกรรมและขึ้นมาเป็นผู้นำที่มีบทบาททางสังคม โดยเฉพาะกับกลุ่มบุคคลที่ต้องการมีอำนาจมากยิ่งขึ้นและเพื่อสร้างองค์ความรู้ตามมุมมองและบรรทัดฐานของตน

2. กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ตามหลักกระบวนการสร้างวาทกรรมเชิงวิพากษ์ 3 มิติของ Norman Fairclough

แนวคิดของ Norman Fairclough (1995) เป็นแนวคิดที่ต่อยอดจากแนวคิดของ Foucault โดยแนวคิดของ Fairclough ซึ่งเป็นแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์วาทกรรมในประเด็นของการสร้างวาทกรรม การผลิตซ้ำ และการท้าทายเชิงอำนาจทางสังคม (Social power challenges)

วาทกรรมตามแนวคิดของ Fairclough สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ 1. รูปแบบของการนำเสนอ คือ การนำเสนอความจริงทางสังคมผ่านการใช้อยากาและวาทกรรม 2. รูปแบบของวิถีสังคม คือ ความสัมพันธ์ของภาษาและวาทกรรมในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม สถาบัน และอำนาจเชิงโครงสร้าง

Fairclough ได้กำหนดกรอบการวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis: CDA) ซึ่งได้มีกรอบในการวิเคราะห์ใน 3 มิติประกอบด้วย 1. ตัวบท (Text) 2. วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive practice) 3. วิถีปฏิบัติทางสังคม (Social practice) โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการสร้างวาทกรรมเชิงวิพากษ์ตามแนวคิด Norman Fairclough's Model of Critical Discourse Analysis

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย วัสดุสส์ โคกทับทิม ดัดแปลงจาก Fairclough (1995)

การศึกษานี้จะมุ่งเน้นการศึกษาวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตรต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ในประเด็นของอำนาจ วิธีการสร้างวาทกรรม บทบาทอัตลักษณ์และการสร้างความชอบธรรมหรือความจริงของ นายทักษิณ ชินวัตร จากทั้งแนวคิดข้างต้นของ Michel Foucault ที่ช่วยทำให้เข้าใจว่าเพราะเหตุใดวาทกรรมจึงมีความสัมพันธ์กับอำนาจ และกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ของ Norman Fairclough ที่มุ่งให้เห็นถึงการผลิตซ้ำ และการท้าทายต่อภาษา ตัวบท วิถีปฏิบัติทางสังคม และบริบทเชิงโครงสร้าง

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของเกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (2554) วิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีวาทกรรมเชิงวิพากษ์โดยการวิเคราะห์ตัวบท วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม ว่าด้วยเรื่องรัฐธรรมนูญที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2549 ผ่านการวิเคราะห์หนังสือพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์หลากหลายสำนักข่าวรายงานข่าวในเหตุการณ์เดียวกันจากเงื่อนไทม์ทางสังคมต่าง ๆ ถึงแม้จะนำเสนอเรื่องราวในทิศทางเดียวกัน แต่ในลักษณะตัวบทของเนื้อหาที่มีความแตกต่างกัน ทั้งการบ่งชี้ประเด็นแก่สังคมและการต่อรองอำนาจสื่อ ซึ่งสำนักข่าวต่าง ๆ มีความพยายามในการครอบงำความคิด ซึ่งเมื่อมองในมุมของเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political economy) พบได้ว่าการนำเสนอตามระบบของสื่อมวลชนเกิดขึ้นจากความเป็นอยู่ของระบบเศรษฐกิจ ผวนกับจุดยืนของสำนักข่าวถูกสะท้อนผ่านการนำเสนอวาทกรรมผ่านการสร้างความเป็นจริง (Construction of reality) และในมุมมองของผู้บริโภคเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ผ่านการทำให้ข่าวเป็นสินค้าอีกด้วย

เมื่อวิเคราะห์ถึงการสร้างความหมายผ่านการใช้วาทกรรม งานวิจัยของชนกานต์ วงศ์กิตติขจร (2566) ที่ศึกษาวาทกรรมของคนเสื้อแดงของกลุ่มผู้ชุมนุมรุ่นใหม่ ปี พ.ศ. 2563 - 2565 พบว่า วาทกรรมมีความเป็นพลวัตและเกิดจากปัจจัยในแต่ละยุคสมัยที่แตกต่างกันออกไป โดยชุดความคิดของคนเสื้อแดงมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันในแต่ละยุค โดยมีวิธีการประกอบสร้างวาทกรรมด้วยการเลือกเล่าเรื่องใดและไม่เล่าเรื่องใด ซึ่งกลุ่มเสื้อแดงมีทั้ง “วีรชน” และ “ผู้ร้าย” แต่การเลือกเล่าเรื่องวีรชนเพียงอย่างเดียวเกิดขึ้นเพื่อสร้างความเป็น “พวกเรา” ในภาพลักษณ์ที่ดี และใช้ความเป็น “พวกเขา” เพื่อโจมตีกลุ่มชั่วคราวข้าม และกลุ่มมวลชนมักถูกตั้งคำถามด้านอุดมการณ์จากบริบททางโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจที่คล้ายกัน ซึ่งทำให้เกิดการยึดโยงและทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแม้จะไม่ใช้กลุ่มคนจากช่วงเวลาเดียวกัน จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ชุมนุมรุ่นใหม่มีความรู้สึกยึดโยงกับกลุ่มมวลชน

เสื้อแดง มีการชื่นชม ให้ความชอบธรรมจากเดิมที่มวลชนเสื้อแดงเป็นเพียงกลุ่มผู้คนที่ชื่นชอบนายทักษิณ ชินวัตร และพรรคไทยรักไทยสู่การเป็นวีรชนผู้เรียกร้องประชาธิปไตย การที่มวลชนรุ่นใหม่เลือกที่จะหยิบกลุ่มมวลชนเสื้อแดงกลับมาสร้างค่านิยมและวีรชน เนื่องจากการสร้างประโยชน์และสร้างความชอบธรรมให้ตนเอง แสดงถึงว่าวาทกรรมมีอำนาจในการประกอบสร้างเชิงสัญลักษณ์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อประโยชน์ทางความชอบธรรม

วาทกรรมถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างหรือลดทอนอำนาจ บทความของกิตตินันท์ วงษ์สุวรรณ (2567) กล่าวถึง วาทกรรมและการสร้างความได้เปรียบทางการเมืองว่าผู้มีส่วนร่วมในการสร้างวาทกรรมการเมืองมีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชนชั้นนำ (ข้าราชการระดับสูง คนชนชั้นกลางที่ไม่เชื่อในความเท่าเทียมและนักวิชาการ) กลุ่มสื่อมวลชน และนักการเมือง ซึ่งวาทกรรมสามารถเกิดขึ้นมาเพื่อโจมตี เช่น การใช้วาทกรรม “ชังชาติ” โจมตีตอบโต้กับเพลงประเทศกูมี วาทกรรมในเชิงปกป้อง เช่น สัญลักษณ์และสมบัติชาติไทย (Soft power) มุ่งการสืบสานรักษา และอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย การเลือกประดิษฐ์วาทกรรมถือเป็นการเลือกให้ความชอบธรรมและลดทอนความชอบธรรมได้ เนื่องจากวาทกรรมนำไปสู่สัญลักษณ์เชิงอำนาจ แต่หากวาทกรรมดังกล่าวเป็นวาทกรรมที่ไม่เป็นรูปธรรม มุ่งเน้นโจมตีอย่างไม่มีข้อเท็จจริงและไม่สามารถปฏิบัติได้จริงในโลกก็จะนำไปสู่ความเข้าใจที่ผิด ดังนั้น การสื่อสารและวาทกรรมการเมืองมีความสำคัญอย่างมากในการส่งเสริมความรู้สึกเป็นชาติเดียวกัน ผู้ที่มีอำนาจสามารถเลือกให้ความชอบธรรมหรือไม่ชอบธรรมได้และรวมถึงยังสะท้อนจากรากฐานของสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เช่น ชุดวาทกรรมที่สร้างความได้เปรียบทางการเมืองไทย คือ ชุดวาทกรรมที่เน้นสัญลักษณ์ความรักชาติ การเทิดทูนสถาบัน และการเน้นความสำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขอีกด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวิธีการศึกษาโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ประกอบกับการเก็บข้อมูลจากบทสัมภาษณ์หรือบทเสวนาของนายทักษิณ ชินวัตร ช่วงระยะเวลาก่อนและหลังการเกิดเหตุการณ์การปะทะในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 มีขอบเขตระยะเวลาในการศึกษาระหว่างวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 - 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 โดยตัวอย่างข้อมูลมาจากการคัดเลือกข้อความจากการแสดงความคิดเห็นหรือวาทกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองต่อสถานการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา ซึ่งมีการกล่าวถึงความสัมพันธ์ต่อสมเด็จฮุน เซน การบริหารจัดการและความสัมพันธ์ส่วนตัวในบริบทบิดา - บุตรสาวของนายทักษิณ ชินวัตร ดังนี้

1. วาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร กรณีประเด็นข้อพิพาทชายแดนไทย - กัมพูชา ก่อนเกิดเหตุการณ์การปะทะ วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ดังนี้

1.1 บทสัมภาษณ์ผ่านสื่อมวลชนในวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 จากช่อง PPTV

1.2 การเสวนาในงาน 55 ปี เนชั่น ผ่านทางต้นประเทศไทย Exclusive Talk เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

1.3 การกล่าวปาฐกถาพิเศษในหัวข้อปลดล็อกอนาคตประเทศไทยสู่วิฤตโลก พลิกเกมเศรษฐกิจไทย...สู่อนาคต ในเวทีปลดล็อกอนาคตประเทศไทย...สู่วิฤตโลก (Unlocking Thailand's Future) จัดโดยองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

2. วาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร กรณีประเด็นข้อพิพาทชายแดนไทย - กัมพูชา หลังเกิดเหตุการณ์การปะทะ วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ดังนี้

2.1 ข้อความผ่านบัญชี X (@ThaksinLive) วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

2.2 บทสัมภาษณ์ผ่านสื่อมวลชนในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 จากช่องไทยพีบีเอส (Thai PBS)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

การศึกษาข้อมูลจะวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมเชิงวิพากษ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตามทฤษฎีการวิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมเชิงวิพากษ์ โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

1. ตัวบทของวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนและหลังการปะทะ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ตัวบทของวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนและหลังการปะทะ

ประเด็น	ก่อนการปะทะ	หลังการปะทะ
วาทกรรมชุดการควบคุมสถานการณ์	- การลดทอนความตึงเครียด - การให้ความชอบธรรมในการควบคุมสถานการณ์ - การแสดงถึงอำนาจว่าเป็นผู้กอบกู้สถานการณ์	- การให้ความชอบธรรมในการใช้กำลังตอบโต้ของกองทัพ - การให้ความมั่นใจถึงการคลี่คลายของสถานการณ์โดยเร็ว - การยืนยันแนวทางที่ผ่านมาว่าถูกต้องและการเยียวยาของรัฐบาล
วาทกรรมชุดสายสัมพันธ์	- สายสัมพันธ์กับสมเด็จพระสันตะปาปา - สายสัมพันธ์กับสมเด็จพระสันตะปาปา - สายสัมพันธ์บิดาและบุตรสาว (ทักษิณ - แพทองธาร)	- การยืนยันถึงการจบสิ้นของสายสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสมเด็จพระสันตะปาปา
วาทกรรมชุดการโจมตี	- การใช้วาทกรรมโจมตีฝั่งตรงข้าม - การกล่าวอ้างว่ามีผู้เข้าข้างกับฝั่งตรงข้าม	- การใช้วาทกรรมโจมตีฝั่งตรงข้าม - การโจมตีด้วยข้อกฎหมายและการละเมิดจริยธรรม
วาทกรรมชุดการแสดงออกซึ่งความรู้สึก	- ความรู้สึกเสียใจที่บุตรสาวถูกทำร้าย - ความรู้สึกถูกหักหลัง - การโน้มน้าวให้สื่อร่วมมือในการนำเสนอเรื่องราว	- การแสดงความเข้าใจต่อผู้ได้รับผลกระทบ - การแสดงออกถึงการให้ความสำคัญ
วาทกรรมชุดการปฏิเสธ	- ปฏิเสธถึงความขัดแย้ง	- การไม่ยอมรับอำนาจ - การยืนยันถึงการไม่ต้องการความช่วยเหลือ

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ด้านตัวบทของนายทักษิณ ชินวัตรต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา พบว่านายทักษิณได้มีการใช้ตัวบทในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปในช่วงก่อนและหลังการปะทะ โดยผู้วิจัยสามารถจัดเป็นชุดวาทกรรมได้ทั้งหมด 5 ชุด คือ วาทกรรมชุดการควบคุมสถานการณ์ วาทกรรมชุดสายสัมพันธ์ วาทกรรมชุดการโจมตี วาทกรรมชุดการแสดงออกซึ่งความรู้สึก และวาทกรรมชุดการปฏิเสธ

1. วาทกรรมชุดการควบคุมสถานการณ์

ในช่วงก่อนปะทะ นายทักษิณได้มีการใช้ตัวบทที่มุ่งเน้นให้เห็นถึงการมีอำนาจ เส้นสายสัมพันธ์และความรู้ในการแก้ไขปัญหา โดยวาทกรรมของนายทักษิณในช่วงก่อนการปะทะ วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 มักเลือกใช้คำดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ไม่มี (การเสริมกำลัง) ละอะ ไม่มี ถอน (กำลัง) หมดละ” หรือ “ก็ทุกฝ่ายก็ถือว่าต้องอย่าไปเติมเชื้อ (เพลิง)” หรือ “ก็มันเป็นเรื่องกระทบกระทั่งของที่ชายแดน ก็แทนที่มันจะยิ่งกัน ก็เปลี่ยนมาเป็นตะตะกร้อกันตอนเย็น” เพื่อแสดงถึงการคลี่คลายสถานการณ์

“ไม่มี (การเสริมกำลัง)” นายทักษิณเลือกใช้คำดังกล่าว เพื่อแสดงถึงการควบคุมสถานการณ์ หรือแม้กระทั่ง “แทนที่มันจะยิ่งกัน ก็เปลี่ยนมาเป็นตะตะกร้อกันตอนเย็น” นายทักษิณมีการใช้ประโยคเปรียบเทียบแสดงถึงความไม่จริงจังของสถานการณ์ว่าเป็นเพียงการเข้าใจผิด สามารถแก้ไขสถานการณ์โดยไม่จำเป็นต้องใช้กำลังแต่อย่างใด การตะตะกร้อว่าเป็นการแข่งขันกีฬาที่มีเรื่องของเขตแดน หากลูกตกที่เขตของฝั่งตรงข้ามก็จะทำให้ฝั่งตรงข้ามเสียคะแนน ซึ่งนายทักษิณพยายามเปรียบเทียบว่าเรื่องเขตแดนที่ทับซ้อนสามารถแก้ไขปัญหาวัยวิธีการอื่นเพื่อกำหนดดินแดนได้อีกด้วย

หลังจากเกิดการปะทะ นายทักษิณได้มีการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสร้างตัวบทเพื่อให้ความชอบธรรมกับกองทัพที่มีอำนาจในการแก้ไขสถานการณ์และแสดงความมั่นใจถึงการควบคุมสถานการณ์ แต่ยังใช้วิธีการว่าตนเป็นผู้ให้ความชอบธรรมในการใช้อำนาจของกองทัพ ในวันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

“ก็ได้คุยกับทางทหารบอกว่า ให้เขาเดินตามยุทธการเขาเลย เมื่อจบยุทธการแล้ว เขาอยากจะพูดคุย ก็ค่อยพูดคุย”

นายทักษิณเลือกใช้คำว่า “ให้เขา (ทหาร)” เป็นการแสดงว่านายทักษิณเป็นผู้มอบอำนาจให้ทหารคลี่คลายสถานการณ์หรือแม้แต่ความพยายามในการใช้คำที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมและการตัดสินใจของรัฐบาล

“ซึ่งเราอดทนอดกลั้น เราใช้ความอดทนอดกลั้น ซึ่งประชาชนไม่เข้าใจ ทำไมรัฐบาลใจเย็น เมื่อถึงจุดนี้แล้ว เราได้ทำหน้าที่ดีที่สุด” คำว่า รัฐบาลใจเย็น เราได้ทำหน้าที่ดีที่สุด เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับวิธีการของรัฐบาลว่าไม่มีตัวเลือกอื่นแล้ว มีทางเลือกเดียว

2. วาทกรรมชุดสายสัมพันธ์

การเลือกใช้วาทกรรมชุดสายสัมพันธ์ของนายทักษิณในช่วงก่อนเกิดการปะทะ มีการเปลี่ยนแปลงจากเหตุการณ์ที่สำคัญ คือ การปล่อยคลิปเสียงระหว่างนายกรัฐมนตรีแพทองธาร - สมเด็จพระสันตะปาปา โดยก่อนหน้านี้จะเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว นายทักษิณได้ให้สัมภาษณ์แสดงถึงว่าตนมีสายสัมพันธ์อันดีกับฝั่งกัมพูชา ในวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

“ผมกับท่านฮุน เซนคุยกันเป็นประจำ” นายทักษิณเลือกใช้คำว่า คุยกันเป็นประจำ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีมาอย่างยาวนาน ถึงแม้จะเกิดเหตุการณ์ตึงเครียดระดับประเทศ ความสัมพันธ์ส่วนตัวอยู่ในระดับที่ดี แต่หลังจากเกิดเหตุการณ์ปล่อยคลิปเสียง ลักษณะตัวบทได้มีการเปลี่ยนแปลงไป

“(เมื่อก่อน) สนินทาก สนินทจริง ๆ (กับสมเด็จพระสันตะปาปา) ผมก็ไม่คิดนะว่าคนสนิทจะทำกันอย่างนี้ แต่แน่นอนเมื่อถึงเวลาเรื่องของประเทศ ผมเอาประเทศก่อน ก็ต้องดูปฏิบัติการโปเชนตง ผมเป็นคนอย่างนี้” นายทักษิณเลือกใช้คำว่า ผมเอาประเทศก่อน เพื่อแสดงถึงว่าตนให้ความสำคัญกับประเทศมากกว่าความสัมพันธ์ส่วนตัว “ก็ไม่เป็นไรในเมื่อความสัมพันธ์มันจบก็จบไปเลย ผมก็สงสัยว่ามันเกิดอะไรขึ้นวะ คงไปเหยียบตาปลาอะไรเขาสักอย่าง”

นายทักษิณแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์กับสมเด็จฮุน เซน ได้จบลงเป็นที่เรียบร้อย และเลือกใช้คำว่า “คงไปเหยียบตาปลา” ซึ่งเลือกใช้คำที่แสดงถึงความไม่มั่นใจว่าเกิดอะไรขึ้นถึงเกิดเป็นความขัดแย้งและความโกรธฝังตรงข้าม

นายทักษิณได้เลือกใช้คำที่แสดงถึงสายสัมพันธ์บิดา - บุตรสาว จากการขึ้นเวทีเสวนา เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 ในประโยคที่กล่าวว่า “ทำลูกผมถึงขนาดนี้เนี่ย ผมถึงกับช็อกเลยถึงความรู้สึก (น้ำตาไหล)” นายทักษิณใช้คำว่า “ทำกับลูกผมถึงขนาดนี้” แสดงว่านายทักษิณได้ใช้คำพูดในฐานะบิดาในการแสดงออกซึ่งความรู้สึกช็อกและเสียใจ และแสดงให้เห็นว่าประเด็นนี้เป็นประเด็นส่วนตัวมากกว่าประเทศชาติ “ตกลงลูกเราเป็นผู้นำทั้งสองประเทศ เราจะทำสงครามกันเลยใช่ไหม” คำว่า ลูกเราเป็นผู้นำทั้งสองประเทศ คือ การเน้นย้ำถึงว่าลูกของตนและฮุน เซนเองก็เป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศทั้งสองประเทศ

หลังจากเกิดการปะทะ นายทักษิณได้มีการแสดงออกซึ่งการยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่จบสิ้นระหว่างตนกับสมเด็จฮุน เซน “ผมไม่คุยอะฮะ (ไม่คุยกับฮุน เซน) ไม่มีความจำเป็น เพราะว่าแกไม่อยู่กับร่องกับรอย” นายทักษิณใช้คำว่า ไม่มีความจำเป็นต้องพูดคุย และ ใช้คำว่า ไม่อยู่กับร่องกับรอย คือ การตีความว่าสมเด็จฮุน เซน ไม่มีความคิดปกติที่สามารถพูดคุยได้ แสดงถึงว่าตนไม่จำเป็นต้องคุยกับบุคคลดังกล่าว

3. วาทกรรมชุดการโจมตี

ก่อนเกิดการปะทะนายทักษิณได้มีการเลือกใช้คำและประโยคที่มุ่งเน้นโจมตีฝังตรงข้าม โดยเฉพาะหลังจากกรณีคลิปเสียง (ก่อนเกิดกรณีดังกล่าว ไม่พบว่ามีการโจมตีตัวบุคคลแต่มุ่งเน้นการแสดงถึงสายสัมพันธ์อันดี) โดยที่มุ่งเน้นไปที่การโจมตีตัวปัจเจก อย่างสมเด็จฮุน เซนเป็นอย่างมาก เช่น “เขาไม่ได้แค่ทำลายเรานะ ทำลายตัวเองด้วย เดี๋ยวนี้ไม่มีใครคบแล้ว ไม่มีใครเข้าไปพูดคุยแล้ว” นายทักษิณใช้คำว่า ไม่มีใครคบแล้ว เป็นการใช้คำเพื่อโจมตีว่าสมเด็จฮุน เซน มีพฤติกรรมที่ไม่เป็นที่ยอมรับ คบไม่ได้ ในการกล่าวปาฐกถาพิเศษ เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 นายทักษิณกล่าวว่า “ก็แปลกใจ ไอ้ผู้นำเขมรมันไร้จริยธรรมจะตาย” ซึ่งเป็นการใช้คำที่รุนแรงและพยายามโจมตีในเรื่องของจริยธรรม อันเป็นเรื่องสำคัญในหลักธรรมาภิบาล

นอกจากนี้ นายทักษิณยังมีการกล่าวอ้างว่ามีผู้เห็นด้วยกับการกระทำของฝ่ายตรงข้าม “คนไทยก็แปลกนะ เหมือนกับว่าเรามีปัญหากับเขมร เหมือนกับเราเข้าข้างเขมรก็ส่วนหนึ่ง” หรือ “ก็เราชอบเล่นงานกันเอง เราไม่ได้คิดว่าการทำแบบนี้ผู้นำ ฮุน เซนก็ไม่ใช้ผู้นำ นายกรัฐมนตรี คือ ลูกเขา การที่อิงคุยกับฮุน เซนเนี่ย มันไม่ใช่การคุยกันแบบผู้นำกับผู้นำ” นายทักษิณใช้คำว่า คนไทยก็แปลก ซึ่งแสดงถึงความแปลกใจว่ามีความแปลกใจว่ามีกลุ่มคนที่เข้าข้างกัมพูชา และพยายามไม่ให้ความชอบธรรมว่าเหตุการณ์ดังกล่าว¹ เป็นการคุยในระดับผู้นำประเทศ หรือแม้แต่ในการกล่าวปาฐกถาพิเศษ กลับพบได้ว่า นายทักษิณพูดประโยคว่า “วันนี้คนไทยไม่รักกัน ทั้ง ๆ เป็นสิ่งที่ไม่น่าเกิด เป็นสิ่งที่ไม่ทำกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพรรคที่เพิ่งหลุดไปเนี่ย กลับมามองว่าเป็นการขายชาติ เลยไม่รู้ตกลงว่าเขาเป็นเขมรหรือเป็นไทย” เป็นการโจมตีเพื่อแบ่งแยก (Divide) และพยายามแสดงอำนาจว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วยกับฝั่งของตน เท่ากับเป็นฝั่งตรงข้ามของตน เป็นคนไทยที่ทำให้เกิดความแตกแยก โดยเฉพาะกับพรรคที่ออกจากรัฐบาลไป

¹ กล่าวถึงกรณีคลิปเสียงบทสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างนางสาวแพทองธาร ชินวัตร และสมเด็จฮุน เซน เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2568



ภาพที่ 3 ข้อความจาก X ของนายทักษิณ ชินวัตร ณ วันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2568 วันที่เกิดเหตุการณ์ปะทะครั้งที่ 1
ที่มา : ช่องทางสื่อออนไลน์ X @ThaksinLive (2568)

หลังจากการปะทะพบตัวรูปแบบการเดียวกัน คือ การโจมตีฝั่งตรงข้าม การใช้หลักข้อกฎหมาย และการละเมิดศีลธรรมมาใช้เพื่อไม่ให้ความชอบธรรมกับการกระทำของกัมพูชาในช่องทาง X ของตนซึ่งมีข้อความกล่าวว่า “วันนี้ สุนเซนได้บัญชาการการยิงเข้ามาในเขตไทย โดยเป็นฝ่ายยิงก่อน” นายทักษิณมุ่งเน้นให้เห็นว่าฝ่ายกัมพูชาโดยสมเด็จพระสันตะปาปา เป็นผู้เริ่มการโจมตีก่อน “ละเมิดกฎหมายระหว่างประเทศและจริยธรรมของการอยู่ร่วมกันฉันท์เพื่อนบ้านที่ดี” ซึ่งเป็นการยกคำที่ใช้อำนาจเชิงธรรมาภิบาลมาโจมตีการกระทำฝั่งตรงข้ามโดยใช้คำว่า “ละเมิด” คือการไม่ให้ความชอบธรรม

4. วาทกรรมชุดการแสดงออกซึ่งความรู้สึก

นายทักษิณมีการใช้วาทกรรมซึ่งเป็นวาทกรรมที่แสดงออกซึ่งความรู้สึก (Emotional discourse) เพื่อประกอบสร้างวาทกรรมของตนเอง โดยก่อนการปะทะ นายทักษิณได้แสดงถึงความรู้สึกเสียใจที่ถูกถูกทำร้าย และความรู้สึกถูกหักหลังจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ในตัวบทที่กล่าวว่า

“ทำลูกผมถึงขนาดนี้เนี่ย ผมถึงกับช็อกเลยถึงความรู้สึก (น้ำตาไหล) ช็อกถึงความรู้สึกเลยว่า มันเกิดขึ้นได้อย่างไร เรื่องทั้งหมดเนี่ย” นายทักษิณได้แสดงออกว่าลูกของตนเองถูกทำร้าย ประกอบกับอวัจภาษาที่มีน้ำตาไหลออกมา แสดงให้เห็นถึงความเสียใจ “ผมก็ไม่คิดนะว่าคนสนิทจะทำกันอย่างนี้” แสดงถึงความรู้สึกโดนหักหลังจากคนที่ตนให้คำว่าเป็นผู้ที่สนิทด้วย และนายทักษิณมีการโน้มน้าวให้สื่อร่วมมือในการนำเสนอเรื่องราว “เดี๋ยวถ้าสื่อเสนอให้ถูกต้อง เดี่ยวมันก็ขึ้นมาเอง” ในประเด็นคะแนนนิยมที่สื่อสอบถามว่าคะแนนนิยมทางการเมืองของนางสาวแพทองธารที่ตกลงจากเหตุการณ์คลิปลิงหลุด โดยการใช้คำว่า “ถ้าสื่อเสนอให้ถูกต้อง” เป็นการโน้มน้าวให้สื่อเสนออย่างถูกต้องตามที่ตนเองเห็นว่าถูกต้อง

หลังจากเหตุการณ์การปะทะ นายทักษิณได้มีการเลือกใช้คำที่มุ่งเน้นถึงการแสดงความเข้าอกเข้าใจต่อผู้ได้รับผลกระทบ

“ก็เพราะว่าอยากให้กำลังใจ เพราะว่าเขาต้องออกจากบ้านมา บางคนก็ห่วงว้าว ควาย ห่วงอะไรต่ออะไร ก็ต้องเอาความปลอดภัยไว้ก่อน นี่ก็เลยช่วยกันคนละไม้คนละมือ คนไทยมีน้ำใจต่อกันที่จะช่วยกันเรื่องอาหารการกิน ให้เขาแล้วไม่เดือดร้อน กินอิ่ม นอนหลับไปก่อน อีกไม่นานก็คงได้กลับบ้าน ไม่กี่วัน”

นายทักษิณ ชินวัตร วันที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2568
(2 วันหลังจากการปะทะ) ณ ศูนย์อพยพ จังหวัดอุบลราชธานี

นายทักษิณแสดงออกถึงความห่วงใยต่อประชาชนที่ได้รับผลกระทบ โดยมีการเลือกใช้คำว่า “ห่วงว้าว ห่วงควาย” ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของชีวิตของผู้คนภายในพื้นที่ “คนไทยมีน้ำใจต่อกัน” เป็นคำที่แสดงถึงว่าตนมองเห็นว่าคนไทยจะช่วยเหลือกันให้พ้นจากสถานการณ์ดังกล่าวได้ นอกจากนี้ ในวันที่ 26 กรกฎาคม ยังถือว่าเป็นวันเกิดของนายทักษิณ ซึ่งนายทักษิณได้มีการกำหนดวาระเพื่อแสดงออกถึงการให้ความสำคัญ “วันเกิดก็เป็นอีกวันของชีวิต ไม่มีอะไร ก็คิดว่ามีหน้าที่ก็ทำ ๆ ไป ไม่ต้องห่วงเรื่องสนุกสนาน” นายทักษิณเลือกใช้ประโยคที่แสดงออกว่าไม่มีอะไรสำคัญกว่าหน้าที่แม้แต่วันเกิดของตนเอง เลยไม่ต้องเฉลิมฉลอง เลยมาอยู่ที่ศูนย์อพยพ

5. วาทกรรมชุดการปฏิเสธ

ก่อนเกิดการปะทะ นายทักษิณมีการเลือกวาทกรรมที่เป็นการปฏิเสธถึงความขัดแย้งในบริบทของประเทศ “ความสัมพันธ์ที่ติดต่อกัน นี่มันเรื่องกระทบกระทั่งในพื้นที่ของทหารชั้นผู้น้อย” ตั้งแต่เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นการปะทะครั้งแรก และถึงแม้จะเกิดเหตุการณ์คลิปลิงหลุดของนายกแพทองธารพบได้ว่า “จริง ๆ แล้วเนี่ย เรื่องมันไม่ได้ใหญ่เลย เรื่องมันนิดเดียว” นายทักษิณยังคงยืนยันว่าเรื่องดังกล่าวไม่ได้เป็นความขัดแย้งที่ยิ่งใหญ่



ภาพที่ 4 ข้อความจาก X ของนายทักษิณ ชินวัตร ณ วันที่ 24 กรกฎาคม 2568 วันที่เกิดเหตุการณ์ปะทะ ครั้งที่ 2
ที่มา : ช่องทางสื่อออนไลน์ X @ThaksinLive (2568)

หลังจากเหตุการณ์การปะทะ นายทักษิณได้ออกมาแสดงการยืนยันว่าไม่ต้องการความช่วยเหลือจากประเทศอื่น โดยมีการใช้คำว่า “มีหลายประเทศ” เพื่อแสดงออกว่ามีการจับตาดูจากนานาชาติและการไม่ยอมรับอำนาจ

“เขาพยายามหลีกเลี่ยง คือ พยายามจะสร้างให้ตัวเองได้เปรียบ อะอะอะอะไรก็จะขึ้นศาลโลก ซึ่งเราก็ไม่ได้ยอมรับอำนาจศาลโลกอยู่แล้ว ในโลกนี้มี 70 ประเทศเท่านั้นเองที่ยอมรับอำนาจศาลโลก จาก 190 กว่าประเทศ ไม่ใช่เราจะเป็นส่วนน้อย เราคือส่วนใหญ่ที่ไม่รับอำนาจศาลโลก เราไม่รับอำนาจศาลโลก”

นายทักษิณ ชินวัตรกล่าวว่าประเทศไทยไม่ยอมรับศาลโลก มีการใช้จำนวนเพื่อแสดงให้เห็นถึงว่าประเทศไทยเป็นประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่ได้ยอมรับอำนาจของศาลโลก

จากข้างต้น พบว่า นายทักษิณมีการใช้ชุดวาทกรรมทั้ง 5 ชุดทั้งก่อนการปะทะและหลังการปะทะ ซึ่งในช่วงก่อนการเกิดการปะทะจะใช้คำที่มุ่งเน้นการแสดงออกถึงการควบคุมสถานการณ์ด้วยอำนาจ แต่หลังจากเกิดเหตุการณ์คลิปลิงของนางสาวแพทองธารและสมเด็จฮุน เซน ทำให้การใช้คำเลือกโจมตีและแสดงถึงการตัดสัมพันธ์รวมถึงโจมตีผู้ที่เห็นด้วยกับฝั่งตรงข้าม และในช่วงหลังจากเกิดการปะทะได้มุ่งเน้นการใช้คำสนับสนุนอำนาจของกองทัพและไม่ให้ความชอบธรรมกับการกระทำของฝั่งกัมพูชา

2. วิถีการปฏิบัติทางด้านวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนและหลังการปะทะ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์วิถีการปฏิบัติทางด้านวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนและหลังการปะทะ

ประเด็น	ก่อนการปะทะ	หลังการปะทะ
บริบทของผู้ส่งสาร	นายทักษิณ ชินวัตร เป็นอดีตนายกรัฐมนตรี และบิดาของนายกรัฐมนตรีแพทองธาร	นายทักษิณ ชินวัตร เป็นอดีตนายกรัฐมนตรี และเลือกเดินทางไปยังศูนย์อพยพในวันเกิดของตนเอง
ช่องทางการเผยแพร่วาทกรรม	ผ่านการสัมภาษณ์ของสื่อมวลชน การเสวนา และการกล่าวปาฐกถาพิเศษ	ผ่านการใช้สื่อออนไลน์ X และการสัมภาษณ์ของสื่อ
แนวคิดในการนำเสนอวาทกรรม	- การสื่อสารลดความรุนแรงของสถานการณ์ - การแสดงถึงการควบคุมสถานการณ์ - ประเด็นปัญหาเป็นเรื่องเล็กน้อยสามารถแก้ไขปัญหาดูได้อย่างง่าย - การแสดงถึงความสัมพันธ์ครอบครัว บิดาและบุตรสาว - การยืนยันว่าความขัดแย้งไม่ได้เกี่ยวข้องกับปัญหาส่วนตัวระหว่างกัน - การเล่าความหลังเพื่อยืนยันความชอบธรรมของตนเอง - การแสดงถึงความเป็นผู้ควบคุมสถานการณ์ - การแบ่งแยกฝั่งและโจมตีฝ่ายตรงข้ามและผู้ขัดผลประโยชน์ และสร้างกรอบว่าทั้งโลกไม่ยอมรับพฤติกรรมของฝ่ายตรงข้าม	- การให้ความชอบธรรมว่ากองทัพสามารถดำเนินการตามแนวทางของตนเองจนถึงที่สุด และรัฐบาลทำถูกต้องในการอดทนอดกลั้นไม่ตอบโต้ ถึงแม้ประชาชนจะไม่เข้าใจและยืนยันว่ารัฐบาลจะมีการเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ - การเน้นย้ำถึงการถูกโจมตีก่อนและฝ่ายตรงข้ามโจมตีเป้าหมายพลเรือน และนำเสนอความเสียหายพลเรือน - การยืนยันว่าตนเองไม่มีการติดต่อกับฝั่งตรงข้ามและความสัมพันธ์กับสมเด็จฮุน เซน ได้หมดสิ้นไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว - การให้ฝ่ายตรงข้ามกลับไปสะท้อนถึงการกระทำของตนเอง โดยการสะท้อนกลับมายังฝ่ายตัวเอง และสร้างกรอบว่าทั้งโลกไม่ยอมรับพฤติกรรมของฝ่ายตรงข้ามเป็นการละเมิดจริยธรรม

ประเด็น	ก่อนการปะทะ	หลังการปะทะ
		- การไม่ยอมรับอำนาจศาลโลกและไม่ต้องความช่วยเหลือจากประเทศที่สาม

จากตารางที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ในวิถีของการสร้างวาทกรรม พบว่า การสร้างวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร เมื่อวิเคราะห์ตามตัวบทไปสู่กลยุทธ์หรือกรอบสร้างวาทกรรมโดยการวิเคราะห์ปฏิบัติทางด้านวาทกรรมดังต่อไปนี้

2.1 บริบทผู้สื่อสาร

ก่อนเกิดการปะทะ นายทักษิณ ชินวัตร มีการใช้วาทกรรมในการบ่งบอกว่าตน คือ อดีตนายกรัฐมนตรี โดยในการเข้ามามีส่วนกับแก้ไขปัญหาได้ และตนเคยผ่านเหตุการณ์ดังกล่าวมาในขณะดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ในเหตุการณ์ไปชนตง เมื่อปี พ.ศ. 2546 และในฐานะบิดาของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แสดงออกว่าตนเองเป็นบิดาของนายกรัฐมนตรีและผลิิตวาทกรรมที่ทำให้เห็นถึงสายสัมพันธ์ของบิดา - บุตรสาว

หลังจากเกิดการปะทะ วิถีปฏิบัติทางด้านบริบทอดีตนายกรัฐมนตรีของนายทักษิณยังคงมีรูปแบบเช่นเดิม ทั้งยังพบว่านายทักษิณเลือกเดินทางมายังศูนย์อพยพในวันที่เป็นวันเกิดของตนเอง

2.2 ช่องทางการเผยแพร่วาทกรรม

ก่อนเกิดการปะทะ นายทักษิณ ชินวัตร มุ่งเน้นการเผยแพร่วาทกรรมผ่านการสัมภาษณ์ การเสวนา และการกล่าวปาฐกถาพิเศษ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันทางการและใช้เวทีสาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นวิชาการเพื่อส่งเสริมหลักการของตนเอง

หลังเกิดการปะทะ นายทักษิณ ชินวัตร ใช้วิธีการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ X โดยการใช้ภาษาไทย และมีการสัมภาษณ์ 1 ครั้งในวันเกิดของตนเอง ซึ่งมุ่งเน้นความรวดเร็วและการเข้าถึงประชาชนทั้งในสื่อออนไลน์และภายในพื้นที่การปะทะ

2.3 แนวคิดในการนำเสนอวาทกรรม

ก่อนเกิดการปะทะ นายทักษิณ ชินวัตร มีวิธีการในการสื่อสารเพื่อลดความรุนแรงและแสดงให้เห็นถึงว่าสถานการณ์ดังกล่าวได้รับการคลี่คลายและทั้งสองประเทศมีสายสัมพันธ์อันดี แต่หลังจากที่มีคลิปลีเสียงหลุดออกมา นายทักษิณได้แสดงความสัมพันธ์ของบิดาและบุตรสาว ว่า บุตรของตนถูกทำร้ายในฐานะนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ยังรวมถึงว่าความขัดแย้งดังกล่าวเป็นปัญหาระดับประเทศไม่ใช่ปัญหาระหว่างตระกูล

นายทักษิณได้มีการเล่าถึงความหลังว่ามีการคลี่คลายอย่างไร ตนเป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาไปชนตงจึงมีความชอบธรรมในการเข้ากอบกู้สถานการณ์และแนะนำบุตรสาวของตนได้ ทั้งยังพยายามใช้วาทกรรมในการสร้างความไม่ชอบธรรมให้กับพฤติกรรมของฝ่ายตรงข้าม รวมถึงใช้วาทกรรมในการแบ่งแยกและโจมตีฝ่ายกัมพูชาและผู้ที่ไม่เห็นต่างจากตนเอง รวมถึงสร้างกรอบว่าฝ่ายตรงข้ามไม่มีความชอบธรรมในพื้นที่เวทีโลก

หลังจากเกิดการปะทะ นายทักษิณได้มีวาทกรรมที่สนับสนุนการดำเนินการของกองทัพมากกว่าการเจรจา รวมถึงมีการกล่าวถึงการดำเนินงานของรัฐบาลที่ได้ทำอย่างเต็มที่ และยืนยันว่ารัฐบาลเป็นผู้เสียความล้มเหลวของประชาชน มุ่งเน้นวาทกรรมว่าประเทศไทยเป็นผู้ที่ถูกรังแกก่อนโดยนำเสนอประเด็นการโจมตีเป้าหมายพลเรือน

สุดท้ายนี้ในช่วงก่อนการเกิดการปะทะ นายทักษิณได้ใช้วิธีการสร้างวาทกรรมด้วยบริบทอดีตนายกรัฐมนตรีและบิดาของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร มุ่งเน้นในการเผยแพร่วาทกรรมผ่านการสัมภาษณ์ การเสวนาในพื้นที่สาธารณะที่มีความน่าเชื่อถือ มุ่งเน้นกระบวนการสร้างความชอบธรรมและเน้นการแสดงถึงอำนาจ ถึงแม้ในช่วงที่สถานการณ์คลี่คลายลง นายทักษิณยังคงแสดงถึงอำนาจและโจมตีฝั่งตรงข้าม แตกต่างจากช่วงหลังการเกิดการปะทะ นายทักษิณสนับสนุนการปฏิบัติงานของกองทัพ ใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ส่วนตัว ทั้งยังยืนยันว่าความสัมพันธ์กับสมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒนวรราชวรางคุณมหาอุปราชฯ ได้จบสิ้นไปแล้ว การกระทำของสมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒนวรราชวรางคุณมหาอุปราชฯ ไม่สามารถยอมรับได้จากประชาคมโลก นอกจากนี้ นายทักษิณยืนยันถึงการไม่ยอมรับในศาลโลกและไม่ต้องการความช่วยเหลือในการไกล่เกลี่ยจากประเทศที่สาม

3. วิธีการปฏิบัติทางด้านสังคมวัฒนธรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนเกิดเหตุการณ์การปะทะ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์วิธีการปฏิบัติทางด้านสังคมวัฒนธรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ก่อนเกิดเหตุการณ์การปะทะ

ประเด็น	ก่อนการปะทะ	หลังการปะทะ
บริบทของสังคมที่มีผลต่อวาทกรรม	- สถานการณ์ไทย - กัมพูชาที่มีความตึงเครียดมากยิ่งขึ้น - การตั้งข้อสังเกตถึงความขัดแย้งระหว่างตระกูลชินวัตร และตระกูลสุรน - ประเด็นการปล่อยคลิปบันทึกเสียงระหว่างนายกรัฐมนตรีแพทองธาร และสมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒนวรราชวรางคุณมหาอุปราชฯ	- สถานการณ์ไทย - กัมพูชาที่มีการปะทะกันตามแนวชายแดน - การใช้อำนาจจากกองทัพในการคลี่คลายปัญหา - การปกป้องอธิปไตยและชาติไทย
บริบทการใช้อำนาจของทักษิณ	- ในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรี - ในฐานะบิดาของบุตรสาว	- ในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรี
การใช้วาทกรรมสร้างความชอบธรรม/ไม่ให้ความชอบธรรม	- นายทักษิณมีอำนาจในฐานะผู้ควบคุมสถานการณ์ ในการแสดงถึงความพยายามในการติดต่อกับผู้มีอำนาจทั้งสองฝั่ง - นายทักษิณเป็นบิดาผู้ปกป้องบุตรสาว รู้สึกเสียใจที่บุตรสาวถูกทำร้าย และเสียใจที่บุตรสาวถูกกลั่นแกล้ง - คนไทยต้องรวมกันเป็นหนึ่งและต้องไม่ขัดแย้งกันหรือไม่คล้อยตามฝ่ายตรงข้าม	- นายทักษิณยืนยันการปฏิบัติภารกิจของกองทัพเป็นไปอย่างชอบธรรม การใช้กำลังสำคัญที่สุดก่อนการเจรจา - นายทักษิณประณามการกระทำของฝ่ายตรงข้าม
จุดมุ่งหวังที่ต้องการให้ต่อสังคม	- การเน้นย้ำว่าสถานการณ์เป็นเพียงความขัดแย้งเล็กน้อย และตนแสดงอำนาจเพื่อคลี่คลายปัญหา - นายกรัฐมนตรีแพทองธารและตนถูกกลั่นแกล้งอย่างไม่ชอบธรรม	- การสนับสนุนการปฏิบัติการของกองทัพและให้ความชอบธรรม - การปะทะไม่ได้เกิดจากปัญหาระหว่างตระกูล

ประเด็น	ก่อนการปะทะ	หลังการปะทะ
	- นายทักษิณถูกสมเด็จจุณ เช่น หักหลัง - คนไทยต้องไม่คล้อยตามหรือเห็นด้วยกับฝั่งตรงข้าม	- ปัญหาดังกล่าวจะผ่านพ้นไปอย่างรวดเร็วและสามารถแก้ไขปัญหาคได้โดยไม่ต้องอาศัยกลไกศาลโลก - การกระทำของฝ่ายตรงข้ามเป็นไปอย่างไม่ชอบธรรมและละเมิดจริยธรรมรวมถึงโจมตีเป้าหมายพลเรือนซึ่งเป็นเรื่องที่ยอมรับไม่ได้

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์วิถีการปฏิบัติทางด้านสังคมวัฒนธรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ผ่านวาทกรรมที่นายทักษิณมีอิทธิพลหรือมีแรงจูงใจจากสังคม รวมถึงต้องการสร้างการรับรู้ต่อสังคม โดยสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

3.1 บริบทของสังคมที่มีผลต่อวาทกรรม

ในช่วงก่อนเกิดการปะทะที่สถานการณ์ชายแดนไทย – กัมพูชาที่มีความตึงเครียดมากยิ่งขึ้น และการเคลื่อนไหวของนายทักษิณ ชินวัตร จากการให้สัมภาษณ์ของนายทักษิณถูกจับตั้งข้อสังเกตถึงความสัมพันธ์ของนายทักษิณและสมเด็จจุณ เช่น โดยเฉพาะปมการขัดแย้งจากการที่นางสาวแพทองธารถูกปล่อยคลิปเสียงหลุดจนเกิดเป็นความตึงเครียด

ในช่วงหลังจากที่มีการปะทะตามแนวชายแดน การเปลี่ยนอำนาจผู้คลี่คลายสถานการณ์ที่จากเดิมอยู่ในอำนาจของรัฐบาลพลเรือนเป็นส่วนใหญ่กลับไปอยู่ในความชอบธรรมของกองทัพไทย และนอกจากนี้สังคมยังให้ความสำคัญกับความเป็นชาตินิยม (Nationalism) และให้ความสำคัญกับการปกป้องอธิปไตยของประเทศ

3.2 บริบทการใช้อำนาจของทักษิณ

นายทักษิณมีการใช้บริบทเชิงอำนาจในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรีทั้งก่อนและหลังการเกิดการปะทะ โดยมุ่งเน้นในเรื่องความชอบธรรมในการเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา การมีส่วนกับการตัดสินใจของผู้มีอำนาจทั้งนายกรัฐมนตรีแพทองธารและกองทัพไทย นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับเรื่องราวที่ตนเป็นผู้มีความรู้และเคยผ่านประสบการณ์ไปเช่นตงมาก่อน

นายทักษิณยังมุ่งเน้นการใช้อำนาจเชิงบิดาและบุตรสาวว่าตนมีการให้คำแนะนำกับบุตรสาวของตนเองในการทำงานและรู้สึกเสียใจที่บุตรสาวของตนถูกโจมตี โดยมุ่งเน้นคำว่า “พ่อและลูก” เพื่อสร้างบริบทของความเป็นครอบครัว

3.3 การใช้วาทกรรมสร้างความชอบธรรม/ไม่ให้ความชอบธรรม

การใช้วาทกรรมในช่วงก่อนการปะทะ นายทักษิณให้ความชอบธรรมกับอำนาจของตนในฐานะผู้ควบคุมสถานการณ์โดยการแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ดีและมีสายใยกับผู้มีอำนาจทั้งสองประเทศ โดยหลังจากเหตุการณ์คลิปเสียงหลุด นายทักษิณสร้างความชอบธรรมให้กับตัวเองในฐานะของบิดาผู้ปกป้องบุตรสาวที่ถูกทำร้าย โดยการใช้วาทกรรมที่มุ่งเน้น คำว่า “พ่อและลูก” เพื่อพยายามดึงอารมณ์ความรู้สึกร่วมของสังคม โดยเฉพาะผู้ที่มิบุตรไม่ใช่ในฐานะของ “อดีตนายกรัฐมนตรี” และ “นายกรัฐมนตรี” รวมถึงให้ความชอบธรรมกับความรักสามัคคี ในขณะที่

ไม่ให้ความชอบธรรมกับความเห็นต่าง โดยเฉพาะการมุ่งเน้นให้ผู้เห็นต่าง คือ ฝ่ายตรงข้ามและใช้การเปรียบเทียบพวกเราและพวกเขา (Us vs. Them)

ส่วนช่วงหลังการปะทะ นายทักษิณให้ความชอบธรรมกับมาตรการและกลยุทธ์การปฏิบัติการของกองทัพเมื่อปฏิบัติการให้ถึงที่สุดจึงจะมีการเจรจา และประณามการกระทำของฝ่ายตรงข้ามการกระทำของฝั่งตรงข้ามว่าไม่มีความชอบธรรม

3.4 จุดมุ่งหวังที่ต้องการให้ต่อสังคม

ในส่วนของจุดมุ่งหวังที่นายทักษิณต้องการให้สังคมรับรู้ในช่วงก่อนเกิดการปะทะ คือ การเน้นย้ำว่าสถานการณ์เป็นเพียงความขัดแย้งเล็กน้อย นายทักษิณสามารถเป็นผู้มีส่วนในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้โดยการเจรจากับฝั่งกัมพูชา แต่เมื่อเกิดเหตุการณ์คลิปเสียงหลุด นายทักษิณได้แสดงออกว่าตนเองและนายกรัฐมนตรีแพทองธารถูกกลั่นแกล้งและสมเด็จจุณ เซนหักหลัง และต้องการใช้วาทกรรมโจมตีว่าคนไทยที่ไม่เห็นด้วยหรือไม่คล้อยตามกับตนถือว่าเป็นฝั่งตรงข้าม

และในช่วงหลังจากการปะทะ นายทักษิณต้องการให้สังคมรับรู้ตัวตนให้ความชอบธรรมและสนับสนุนกับการปฏิบัติการของกองทัพไทยและการปะทะดังกล่าวเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากปัญหาระหว่างตระกูลทั้งสองตระกูล โดยประเทศไทยสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและไม่ยอมรับในอำนาจของศาลโลก รวมถึงนายทักษิณออกมาประณามการโจมตีของกัมพูชาว่าไม่มีความชอบธรรมและมีการมุ่งเน้นเป้าหมายพลเรือนที่ไม่สามารถยอมรับได้

สุดท้ายนี้ ในวิธีการปฏิบัติทางด้านสังคมของนายทักษิณ ชินวัตร พบว่า ช่วงก่อนเกิดการปะทะจากสถานการณ์ที่ตึงเครียดมากยิ่งขึ้น นายทักษิณมีความพยายามในการแสดงออกในฐานะที่เป็นผู้กอบกู้สถานการณ์ในการช่วยเจรจากับกัมพูชา มุ่งหวังให้สังคมเห็นว่าเป็นสถานการณ์เล็กน้อยไม่จำเป็นต้องมีความกังวล แต่หลังจากเกิดเหตุการณ์คลิปเสียงที่หลุดไปทำให้นายทักษิณเปลี่ยนแปลงไปสู่การแสดงออกถึงการปกป้องลูกที่ถูกรังแกให้ความชอบธรรมกับการกระทำของตน และการกลั่นแกล้งเกิดขึ้นอย่างไม่เป็นธรรม หลังจากเกิดการปะทะ นายทักษิณแสดงออกถึงการสนับสนุนกองทัพ มีความพยายามให้เห็นถึงการเป็นส่วนหนึ่งกับคนไทยและไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสมเด็จจุณ เซน อีกต่อไป

จากการใช้แนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ ในการวิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชาทั้งก่อนและหลังการปะทะเพื่อหาลักษณะวาทกรรมทั้งก่อนและหลังการปะทะ สรุปผลการศึกษา ดังนี้

ลักษณะช่วงก่อนการปะทะ

ในช่วงแรกของเหตุการณ์นายทักษิณ ชินวัตรมีการใช้วาทกรรมในการช่วงชิงการสร้างความชอบธรรมให้กับตัวเองในการแสดงอำนาจถึงบทบาทเป็นผู้ควบคุมสถานการณ์และในฐานะอดีตนายกรัฐมนตรีที่มีความสัมพันธ์ในการเจรจากับสมเด็จจุณ เซน และในฐานะบิดาของนายกรัฐมนตรีในการให้คำแนะนำบุตรสาว ซึ่งแสดงถึงลักษณะของวาทกรรมได้ ดังนี้

1. การลดความตึงเครียดและวางตนเป็นผู้กอบกู้
2. การเปลี่ยนแปลงท่าทีจากผู้กอบกู้สู่ผู้ถูกกระทำหลังจากนายกรัฐมนตรีแพทองธารถูกปล่อยคลิปเสียงระหว่างตนและสมเด็จจุณ เซน

3. การใช้กระบวนการสร้างวาทกรรมทางด้านอารมณ์ (Emotional discourse) ความรู้สึกระหว่างบิดากับบุตรสาว และความรู้สึกโดนหักหลัง
4. การมุ่งโจมตีผู้เห็นต่างและผู้ขัดผลประโยชน์
5. การให้ความชอบธรรมว่าตัวเองเคยเป็นผู้ถูกกบฏเหตุการณ์
6. การใช้เวทีสาธารณะเพื่อสร้างความชอบธรรม

ลักษณะช่วงหลังการปะทะ

หลังจากการปะทะของกองทัพ นายทักษิณมีท่าทีที่เปลี่ยนแปลงไปจากการเป็นผู้ใช้อำนาจมาเป็นผู้คล้อยตามสถานการณ์ เนื่องจากความชอบธรรมและอำนาจที่ลดลงจากสถานการณ์ที่บ้านปลายและการที่กองทัพเข้ามาเป็นผู้มีอำนาจหลักในการจัดการปัญหาชายแดน โดยจากการสื่อสารของนายทักษิณหลังจากการปะทะสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ให้ความชอบธรรมกับทหาร
2. สร้างวาทกรรมเปรียบเทียบการกระทำของฝั่งไทยและฝั่งกัมพูชา
3. ยืนยันความถูกต้องของการดำเนินงานของรัฐบาล
4. มุ่งเน้นการสื่อสารอย่างเข้าอกเข้าใจผู้ได้รับผลกระทบ
5. ปฏิเสธการขอความช่วยเหลือจากประเทศอื่นหรือองค์กรระหว่างประเทศ
6. วางกรอบการให้ความสำคัญเชิงสัญลักษณ์ว่าประเทศชาติสำคัญกว่าวันเกิดของตนเอง
7. ใช้การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อตอบโต้อย่างทันท่วงทีและกว้างขวาง

จากผลการศึกษาข้างต้นจะพบได้ว่านายทักษิณ ชินวัตรมีการใช้วาทกรรมที่ยืดหยุ่นและต้องการที่จะสร้างความชอบธรรมให้กับตนเองและรักษาไว้ซึ่งอำนาจที่ตนมี ไม่ว่าบริบทของสังคมเป็นอย่างไรแต่เมื่อวิเคราะห์ผ่านแนวคิดการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ทั้งในด้านตัวบท วิธีการปฏิบัติทางด้านวาทกรรม และวิธีการปฏิบัติทางด้านสังคมวัฒนธรรมแล้ว การศึกษาสามารถพบได้ถึงประเด็นกระบวนการสื่อสารของนายทักษิณ ชินวัตรต่อเหตุการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา และความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ส่งผลต่อวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตรในหลากหลายสถานการณ์หรือกรณี

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการผลิตวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตรตามการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ ได้มีการทำสงครามเพื่อครอบงำทางความคิด (Hegemony) โดยกระบวนการและบริบททางด้านกระบวนการต่าง ๆ โดยเฉพาะการสื่อสารมักจะมีการพลวัตไปตามสถานการณ์ เพื่อให้มีบทบาทในสังคมการเมือง (Political society) เป็นส่วนหนึ่งกับอำนาจรัฐและใช้ความชอบธรรมดังกล่าวกำหนดให้สังคมเชื่อตามความต้องการของตนเองตามแนวคิดของการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์

ประการแรก พบว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นการคงอยู่ของกลไกของอำนาจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic power) ที่นายทักษิณ ชินวัตรสามารถมีอิทธิพลต่อประชาชน ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าผู้ที่อยู่ในอำนาจรัฐโดยตรงแต่ก็เป็นที่ยอมรับทางด้านความคิดในการให้ความชอบธรรม และให้ความหมายต่อการสื่อสารทางด้านการเมือง

ประการที่สอง จากการศึกษาดังกล่าวพบได้ว่านายทักษิณ ชินวัตรได้มีการวางบทบาทของตนเองเพื่อเป็นผู้ควบคุมสถานการณ์และเป็นผู้ที่มีอำนาจ แสดงถึงสายสัมพันธ์อันดีกับฝั่งตรงข้าม ในช่วงเวลา ก่อนเกิดการเผยแพร่คลิปเสียงระหว่างนางสาวแพทองธาร ชินวัตร และสมเด็จฮุน เซน ซึ่งเป็นช่วงเวลา ที่รัฐบาลเพื่อไทยมีอำนาจเป็นอย่างมากในการแก้ไขปัญหาและมีความชอบธรรมในการสั่งการ

แต่หลังจากนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงสู่การถูกหักหลังนำไปสู่วาทกรรมวางกรอบเป็นผู้ถูกระทำในฐานะ “อดีตนายกรัฐมนตรี” และ “บิดาของนายกรัฐมนตรีที่บุตรสาวถูกระทำ” เพื่อรักษาผลประโยชน์และอำนาจ ด้วยการโจมตีฝั่งตรงข้ามหรือผู้มีความคิดแตกต่างจากตนเองด้วยการสร้างวาทกรรมในลักษณะสร้างความแตกแยก ด้วยการเปรียบเทียบ “เราและเขา” (Us vs. Them) สอดคล้องกับแนวคิดของ Van Dijk (1998 อ้างถึงใน Zhao, 2021) ซึ่งเป็นการสร้างกรอบบรรทัดฐานนิยาม คำว่า “ดีเรา เขาแย่” ด้วยการเปรียบเทียบถึงการกระทำและแนวคิด เพื่อยกให้ฝ่ายตนเองมีความชอบธรรมเป็นอย่างมาก และบทความของพิรธอง รามสูต (2563) ที่ได้กล่าวว่า นายทักษิณมักจะใช้วิธีนี้ในการต่อสู้กับผู้ที่มีแนวคิดหรือออกมาโจมตีเชิงนโยบายของตนเองขณะที่ยังมีอำนาจเป็นนายกรัฐมนตรี รวมถึงมีการโน้มน้าวให้สื่อช่วยนำเสนอข่าวในประเด็นที่ตนเองเห็นว่าถูกต้อง เช่น วาทกรรมที่กล่าวถึงความน่าเชื่อถือของนางสาวแพทองธาร ชินวัตร ซึ่งลดลงจากเหตุการณ์การถูกปล่อยคลิปเสียงว่า “ถ้าสื่อช่วยนำเสนอ เดียวก็ดีขึ้นมาเอง” สอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณฯ หาญชนะ (2555) ทั้งยังเป็นการแสดงถึงอิทธิพลการใช้สนามสื่อมวลชนในการนำไปสู่การต่อรองต่ออำนาจและวาทกรรมของรัฐจากผู้มีอำนาจ ทั้งเป็นการกำหนดคติทางสังคม วัฒนธรรมจากการปล่อยคลิปเสียงหลุดของสมเด็จฮุน เซน และการตอบโต้ผ่านช่องทางการเสวนาสาธารณะของ นายทักษิณ ชินวัตร²

ประการสุดท้าย พบว่า หลังจากการเกิดการปะทะ ลักษณะทางวาทกรรมถูกเปลี่ยนแปลงไปสู่การสนับสนุนอำนาจกองทัพและมุ่งเน้นการสร้างความเป็นปึกแผ่นกับประชาชน เนื่องจากอำนาจของตนเองถูกท้าทายและถดถอยลงไป ประกอบกับความเปราะบางของรัฐบาลที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์เมื่อเปรียบเทียบกับกองทัพที่เป็นสัญลักษณ์เชิงอำนาจในช่วงเวลาดังกล่าว นายทักษิณจึงเปลี่ยนวิธีการเพื่อสร้างความเอากเอาใจประชาชน รวมถึงแสดงจุดยืนอุดมการณ์ชาตินิยมเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของตนเอง และวางกรอบสัญญาณทางการเมืองว่า “กองทัพเป็นผู้ปฏิบัติการณ์และรัฐบาลเป็นผู้เยียวยา” ซึ่งจากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่าความพร้อมใจเชื่อถือของสังคมที่สะท้อนกลับมาสู่ปัจเจกในกลุ่มชนชั้นปกครองถูกท้าทายและลดลงเป็นอย่างมาก

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

ผลจากการศึกษา พบว่า นายทักษิณ ชินวัตรมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะทางวาทกรรมเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านปัจจัยอำนาจทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นนายทักษิณจะมีอำนาจมากหรือน้อยลงเพียงใด ซึ่งนายทักษิณยังคงใช้วาทกรรมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Fairclough (1995) ที่กล่าวว่า “ท้ายที่สุดแล้ววาทกรรมไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสาร แต่เป็นวิถีในการปฏิบัติทางสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์กับการพลวัตของอำนาจ” นอกจากประเด็นการเมืองภายในประเทศ

ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตเห็นถึงอิทธิพลของตระกูลฮุนที่มีส่วนอย่างมากต่อความรู้สึกของนายทักษิณทำให้เห็นถึงสายใยที่ผูกพันกันจนขอบเขตของความรู้สึกส่วนตัวกับการบริหารประเทศถูกปฏิเสธว่าแยกออกจากกันไม่ได้จากการที่ออกมาโจมตีสมเด็จฮุน เซนอย่างต่อเนื่อง และการเน้นย้ำว่าสถานการณ์การปะทะดังกล่าวเป็นวาระ

² การใช้เวทีเสวนาในงาน 55 ปี เนชั่น ผ่านทางต้นประเทศไทย Exclusive Talk ในการอธิบายสถานการณ์และโจมตีสมเด็จฮุน เซน

แห่งชาติ (National agenda) ไม่ใช่เพียงปัญหาส่วนตัวระหว่างอดีตผู้นำของทั้งสองประเทศ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้นายทักษิณต้องมีการต่อรองเชิงอำนาจและใช้วาทกรรมอย่างยืดหยุ่นเพื่อให้ตนเองมีจุดยืนและบทบาทแม้ว่าบ้านเมืองจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แต่นายทักษิณก็จะหาวิธีการสร้างความชอบธรรมให้ตนเองเสมอเพื่อเป็นผู้มีอิทธิพลทางด้านการคิดคล้อยตามให้แก่ประชาชนเพื่อสร้างจุดยืนและการเป็นหนึ่งในอำนาจของตนต่อไป

สุดท้ายนี้การวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า วาทกรรมไม่ใช่เกิดขึ้นแค่เพียงเป็นสารทางด้านการสื่อสารเชิงภาษา แต่ยังเป็นกลไกในการช่วงชิงการสร้างอำนาจและรักษาอำนาจทางการเมืองโดยอาศัยการปรับเปลี่ยนให้วาทกรรมมีความร่วมสมัยและมีความชอบธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านวาทกรรมของ Foucault และ Fairclough โดยวิธีการวิเคราะห์วาทกรรมในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปวิเคราะห์ลักษณะทางวาทกรรมต่อเหตุการณ์การเมืองอื่น ๆ ได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างวาทกรรมในการสื่อสารการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตร มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมการเมือง โดยมีความพยายามในการประกอบสร้างบทบาทของตนเองให้สามารถมีอำนาจหรืออิทธิพลอยู่เสมอแม้จะไม่ใช่อำนาจรัฐ สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของการสื่อสารที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์การเมืองไทย และแสดงให้เห็นรูปแบบและกระบวนการสร้างวาทกรรมตามสถานการณ์

2. จากการศึกษา พบว่า นายทักษิณ ชินวัตรเป็นผู้มีอิทธิพลทางด้านการคิดและถึงแม้จะไม่มีตำแหน่งของรัฐก็ยังคงมีบทบาทและความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่อสังคมหรือแม้แต่ต่อการตัดสินใจของผู้มีอำนาจ ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงบริบทของการสื่อสารการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตร ส่งผลทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่แฝงอยู่ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบลักษณะการสื่อสารและการสร้างวาทกรรมของนายทักษิณ ชินวัตร ในสถานการณ์ภูมิทัศน์การเมืองอื่น ๆ เพื่อศึกษาลักษณะความเหมือนหรือแตกต่างกันของลักษณะวาทกรรม และการสร้างอำนาจเชิงสัญลักษณ์

2. ควรมีการศึกษากับปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลทางอำนาจอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์หาลักษณะทางการประกอบสร้างวาทกรรมจากการวิเคราะห์ซึ่งวาทกรรมเชิงวิพากษ์ และเพื่อเพิ่มความเข้าใจในลักษณะเฉพาะของวาทกรรมการเมือง

3. ควรเปรียบเทียบ “อำนาจเชิงวาทกรรม” ระหว่างผู้ที่มีอำนาจและผู้ที่ถูกจำกัดอำนาจ หรือผู้ที่มีอุดมการณ์ทางด้านมุมมองการเมืองที่แตกต่างกันเพื่อหาความแตกต่างหรือจุดร่วมที่เหมือนกันผ่านวาทกรรมในกรณีศึกษาเดียวกัน

4. ควรมีการศึกษาผู้รับสารหรือผลลัพธ์ต่อสังคมจากการเปิดรับวาทกรรมผ่านสื่อมวลชนต่อการรับรู้เพื่อหาความสอดคล้องหรือแตกต่างจากการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ต่อวิถีสังคมวัฒนธรรม

5. ควรมีการศึกษานำไปต่อยอดสู่การวิเคราะห์ในระดับภูมิภาคหรือในบริบทข้ามประเทศเพื่อสร้างความเข้าใจทางด้านมิติวาทกรรมการเมืองในระดับที่กว้างขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กองทัพบก. (2568, 28 พฤษภาคม). ทบ.แจงเหตุการณ์ปะทะทหารกัมพูชาบริเวณชายแดนช่องบก อุบลราชธานี ปัจจุบัน สถานการณ์คลี่คลายแล้ว อยู่ระหว่างรอการเจรจา. <https://rta.mi.th/rta-clarify-about-battle-event-with-combodian-soldiers-at-chongbok-border-2025/>
- กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. (2553). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2). ภาพพิมพ์.
- กิตตินันท์ วงษ์สุวรรณ. (2567). วาทกรรม: การสร้างความได้เปรียบทางการเมือง. วารสารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 24(2), 22-35.
- เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์. (2554). การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ว่าด้วยเรื่องรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:122172
- จิราภรณ์ ศรีแจ่มและปณิศา เอ็มโอชา. (2568, 27 มิถุนายน). สายสัมพันธ์หลายทศวรรษระหว่างตระกูล "ฮุน" และ "ชินวัตร" ขาดละบั่นลงเพราะเหตุใด ?. <https://www.bbc.com/thai/articles/cy4y8yyjnwgo>
- ชนกานต์ วงศ์กิตติขจร. (2566). วาทกรรมคนเสื้อแดง ฉบับรื้อสร้างใหม่ : กรณีศึกษา กลุ่มผู้ชุมนุมคนรุ่นใหม่ ปี พ.ศ.2563-2565 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/11443/>
- ไทยพีบีเอส. (2568ก, 8 มิถุนายน). ย้อนเหตุพิพาท "ไทย-กัมพูชา" ก่อนไทย "ยกระดับกดดันแนวชายแดน". <https://www.thaipbs.or.th/news/content/352980>
- ไทยพีบีเอส. (2568ข, 24 กรกฎาคม). ลำดับเหตุการณ์นำมาสู่การปะทะระหว่าง "ไทย-กัมพูชา". <https://www.thaipbs.or.th/news/content/354596>
- ประจักษ์ มะวงศ์สา. (2567, 23 สิงหาคม). ควันผลงานวิสัยทัศน์ "ทักษิณ" บทบาทที่ล้ำเส้น "แพทองธาร". <https://www.thaipbs.or.th/news/content/343417>
- ปวีณฯ หาญชนะ. (2555). การสื่อสารทางการเมืองของ ทักษิณ ชินวัตร ในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2552 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/19789/>
- พิรงรอง รามสูต. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ 2. วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 4(1), 1-26.
- วิโรจน์ เลิศจิตต์ธรรม. (2567, 21 กุมภาพันธ์). ย้อนภาพความสัมพันธ์ 'ทักษิณ-ฮุน เซน' เพื่อนกันทั้งยามทุกข์และสุข. <https://thestandard.co/thaksin-hun-sen-relationship/>
- สำนักทำเนียบนายกรัฐมนตรี. (2505). คำพิพากษาศาลยุติธรรมระหว่างประเทศคดีปราสาทพระวิหาร. สำนักทำเนียบนายกรัฐมนตรี.
- เสนีย์ ปราโมช. (2505). คดีเขาพระวิหาร. สำนักทำเนียบนายกรัฐมนตรี.

ภาษาอังกฤษ

- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. Longman Publishing.
- Zhao, X. (2021, May 25). *Understanding the 'Us Vs Them' division through the notion of responsibility*. <https://www.e-ir.info/2021/05/25/understanding-the-us-vs-them-division-through-the-notion-of-responsibility/>

อัตลักษณ์การสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง : จากกลยุทธ์การนำเสนอสู่ตลาดในโลกดิจิทัลออนไลน์

เกศินี บัวดิศ^{1*}

¹อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ : kesinee.b@cpu.ac.th

บทคัดย่อ

- วันที่รับบทความ : 19 เมษายน 2568 บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนออัตลักษณ์การสื่อสารผ่าน
การเล่าเรื่องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อถอด
องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการเล่าเรื่องจากกลยุทธ์การนำเสนอสู่ตลาดดิจิทัลออนไลน์
- วันที่แก้ไขบทความ : 10 กุมภาพันธ์ 2569 ข้อค้นพบครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในสื่อสังคมออนไลน์เป็น
คนโพรมติสินค้าหรือแนะนำสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม เช่น ตี๊กต็อก (TikTok) ซึ่งหากมีจำนวน
ผู้ติดตามมากก็จะมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจจนสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น และ
กลายเป็นอาชีพที่น่าสนใจในปัจจุบัน
- วันที่ตอบรับบทความ : 2 มีนาคม 2569
- วันที่เผยแพร่ (Online) : 24 มิถุนายน 2569 คำสำคัญ : การเล่าเรื่อง, การตลาด, การนำเสนอ, อัตลักษณ์

Communication Identity through Storytelling: From Presentation Strategy to Market in the Online Digital World

Kesineee Buadit^{1*}

¹Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, ChaoPraya University

***Corresponding Author:** kesinee.b@cpu.ac.th

บทคัดย่อ

Received:

April 19, 2025

Revised:

February 10, 2026

Accepted:

March 2, 2026

Available Online:

June 24, 2026

This article seeks to study and present the concept of communication identity through storytelling, with the purpose of generating additional value for products. It examines case studies to derive new insights into storytelling techniques within presentation strategies in the online digital market. The findings indicate that social media influencers promote or advocate products via platforms such as TikTok. The greater their follower count, the more significant their influence and persuasive power, resulting in higher sales and giving it a highly popular profession.

Keywords: Storytelling, Marketing, Presentation, Identity

บทนำ

การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของเศรษฐกิจครีเอเตอร์ (Creator economy) ในปี พ.ศ. 2567 ส่งผลให้แบรนด์ต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้บริโภคผ่านอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์ “การเล่าเรื่องเชิงประสบการณ์” (Experiential storytelling) เพื่อสร้างความแตกต่างในยุคที่ผู้บริโภคมีสมาธิจดจ่อสั้นลง (Short attention span) ผลการศึกษา พบว่า การสื่อสารที่มีอารมณ์ความรู้สึกร่วม และการนำเสนอที่เป็นธรรมชาติ (Human-centric storytelling) ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement rate) แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้นในแพลตฟอร์มอย่าง TikTok และ Instagram ในช่วงปี พ.ศ. 2568

กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling) ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า โดยการเปลี่ยนข้อมูลเชิงพาณิชย์ให้เป็นเนื้อหาที่เน้นอารมณ์และความรู้สึก (Emotional-led content) ซึ่งช่วยลดเกราะป้องกันทางจิตวิทยาของผู้บริโภค และสร้างกระบวนการ 'Narrative Transportation' หรือการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าไปมีส่วนร่วมกับเรื่องราวที่น่าเสนอ (Miller & Roberts, 2024)

สถิติการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (Internet users) จำนวน 57 ล้านคน และผู้ใช้อินเตอร์เน็ตผ่านมือถือ จำนวน 46 ล้านคน ในส่วนของช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) 75% รองลงมา ได้แก่ ยูทูบ (YouTube) 72% ไลน์ (Line) 68% เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ (Facebook messenger) 55% และอินสตาแกรม (Instagram) 50% ตามลำดับ (TWF Agency, 2019) ในขณะที่ ปี พ.ศ. 2568 รายงาน Digital 2025 ระบุว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 65.4 ล้านคน และมีบัญชีโซเชียลมีเดีย (Social media account) มากถึง 51 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากปีก่อนราว 3.8% โดยคนไทยใช้เวลาเฉลี่ยบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียประมาณ 2 ชั่วโมง 32 นาทีต่อวัน สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลกของโลกรที่ 2 ชั่วโมง 23 นาทีต่อวัน โดยแพลตฟอร์มยอดนิยมยังคงเป็นเฟซบุ๊กและไลน์ที่มีผู้ใช้งานเกิน 90% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย แต่ที่เติบโตโดดเด่น คือ TikTok ซึ่งครองใจผู้ใช้ถึง 85.7% และได้รับเลือกเป็นแพลตฟอร์มโปรด จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 32.7% ขณะที่ YouTube ยังคงเป็นแพลตฟอร์มวิดีโอหลัก ส่วน Instagram และ X มีสัดส่วนผู้ใช้ตามหลังเล็กน้อย โดยอยู่ที่ 27% และ 20% ตามลำดับ แนวโน้มที่น่าจับตา คือ การเติบโตของ Social Commerce ที่ขยายตัวต่อเนื่องและการใช้วิดีโอสั้นเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและทำตลาด นอกจากนี้ พฤติกรรม Mobile-first ยังชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เกิดจากสมาร์ทโฟนมากกว่าคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจเปลี่ยนวิธีการทำตลาดดิจิทัล (Digital marketing) ขององค์กรในระยะยาว (MRG online, 2568)

จากข้อมูลแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้ภาคธุรกิจและผู้ประกอบการต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดของตน เพื่อที่จะสามารถดึงดูดผู้บริโภค สร้างการรับรู้ การบอกต่อ รวมถึงสร้างให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยการใช้สื่อออนไลน์สามารถส่งข้อมูลไปยังผู้บริโภคได้หลากหลายรูปแบบตามแต่ลักษณะของช่องทางนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ หรือเสียง รวมถึงการปรับตัวในการขายสินค้าและการสร้างอัตลักษณ์ที่ภาคธุรกิจสามารถนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างพลังทางการตลาดที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้หันมาซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้นและสามารถสร้างรายได้ให้กับนักการตลาดอีกด้วย

ดังนั้น การสร้างอัตลักษณ์จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในยุคการตลาดดิจิทัลหรือการตลาดออนไลน์ที่ผู้บริโภคนิยมเปิดรับและมีปฏิสัมพันธ์ ตลอดจนซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่ภาคธุรกิจใช้ผ่านอินฟลูเอนเซอร์เพื่อนำเสนอตัวตนของแบรนด์ไปยังผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำให้การดำรงอยู่ของคนเรามีความหมาย ทุกคนล้วนต้องการมีความรู้สึกอยู่เสมอว่าตนเองเป็นใครและต้องการพื้นที่สำหรับแสดงออกทางอัตลักษณ์ในสถาบันทางสังคมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิต ดัง คำกล่าวของ Hume (1739 อ้างถึงใน เกศินี บัวดีศ, 2563, น.1) กล่าวว่า “ในบรรดาความสัมพันธ์ทั้งปวง สิ่งที่มีลักษณะเป็นสากลที่สุดคืออัตลักษณ์ อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสามัญสำหรับทุกชีวิตที่ยังดำรงอยู่” ความสำคัญดังกล่าวจึงส่งผลให้นักวิชาการสนใจศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์อย่างกว้างขวางในหลายสาขาวิชา เช่น จิตวิทยา สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา รวมทั้งมีการศึกษาจากหลายสำนัก (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2554)

คำว่า “อัตลักษณ์” ประกอบด้วยคำว่า “อัต” ซึ่งหมายถึง ตนหรือตัวเอง กับคำว่า “ลักษณ์” ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางด้านเสียงที่เด่นมาก ใครได้ยินก็จำได้ทันที (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550)

ความหมายอย่างกว้างของอัตลักษณ์ คือ “การที่เราเป็นใครสำหรับตัวเราและคนอื่น” (Benwell & Stokoe, 2006, p. 6) ในขณะที่ Bucholtz & Hall (2005, p. 586) ได้นิยามไว้ว่า “อัตลักษณ์ คือ การจัดวางตำแหน่งแห่งหนทางสังคมของตัวตนของเราและผู้อื่น” นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการจากหลายสาขาวิชาได้นิยามความหมายของอัตลักษณ์ไว้หลากหลาย ดังนี้

Jenkins (1996) ได้ให้ความหมายของอัตลักษณ์ไว้ว่า เป็นการนิยามความหมายของตัวตน และการจัดวางตำแหน่งแห่งหนให้แก่ตัวตน ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเข้าใจของเราและคนในสังคมว่า “เราเป็นใคร” และ “ผู้อื่นเป็นใคร” อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการต่อรองระหว่างตัวเราและสังคม

Baston & de Oliveira (2006, p. 189) ให้ความหมายอัตลักษณ์ในแง่มุมมองของการปฏิสัมพันธ์ว่า อัตลักษณ์ คือ การกระทำเพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับตัวตน การนำเสนออัตลักษณ์เกิดขึ้นได้ในขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเมื่อมีการแสดงให้รู้ว่าผู้หนึ่งเป็นใคร นอกจากนี้ อัตลักษณ์ยังเป็นกระบวนการต่อรองว่าด้วยการนำเสนอและตีความเกี่ยวกับตำแหน่งแห่งหนทางสังคม สังเกตทางสังคม บทบาท สถานภาพ และหมวดหมู่ทางสังคม

Woodward (2004) กล่าวว่า อัตลักษณ์มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อกันระหว่างฉัน (I) เห็นตัวเอง (Myself) และคนอื่นเห็นอย่างไร เพราะอัตลักษณ์มีความเชื่อมระหว่างปัจเจก (Individual) กับสังคม (Society)

พัฒนา กิตติอาษา (2546) อธิบายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ไว้ว่า อัตลักษณ์เป็นเรื่องราวการตั้งคำถามและให้นิยามตนเองว่า “ตัวเราคือใคร” เป็นเรื่องของการค้นหา ยืนยัน ทำหาย หรือตรวจสอบความเป็นตัวตนทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม

ประสิทธิ์ ลิปรีชา (2546) อธิบายอัตลักษณ์ (Identity) ว่ามีรากศัพท์มาจาก ภาษาละติน คือคำว่า Indentitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งมีความหมายว่าเหมือนกัน (The same) หมายถึง ความเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนที่แตกต่างกันแต่ละกลุ่มคน อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว หรือเกิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น ดังนั้น อัตลักษณ์จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้

ศิริพร ภักดีผาสุข (2561) เห็นว่าอัตลักษณ์เชื่อมโยงกับการนิยามความหมายของตัวตน และการปฏิสัมพันธ์กับสังคม โดยมี “ภาษา” เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดบทบาท จัดวางความสัมพันธ์ และสร้างความหมายต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวตนในสังคม

โดยสรุป กล่าวคือ อัตลักษณ์ ในแง่มุมของนักวิชาการต่างประเทศกล่าวถึง ในแง่มุม “เราเป็นใคร” ผ่านการปฏิสัมพันธ์และสื่อสารกับคนในสังคม อาจถูกวางบทบาทของตนเองท่ามกลางมุมมองของผู้อื่น โดยอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมา แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น และสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอขึ้นอยู่กับสิ่งที่เป็นตัวตนในขณะนั้น ๆ ที่จะกำหนดว่า “เราเป็นใคร” ส่วนในแง่มุมนักวิชาการของไทยมองว่า อัตลักษณ์ คือ ตัวตนที่ถูกสมมุติตามบทบาทของคนในสังคม โดยมีภาษาและบุคลิกเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่บ่งบอกถึงตัวตนของแต่ละบุคคล ดังนั้น บุคคลจึงมีอัตลักษณ์แตกต่างกัน

การเล่าเรื่อง (Storytelling)

การเล่าเรื่อง หรือ Storytelling คือ การเล่าเรื่องที่มีการดึงเอาประสบการณ์หรือองค์ความรู้ภายในของผู้เล่าถ่ายทอดออกมาเพื่อให้ผู้ฟังรับรู้ถึงความเป็นมา จุดพลิกผัน หรือการเปลี่ยนแปลงโดยมีจุดเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ผู้ฟังเป็นเรื่องราวให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและเกิดความประทับใจผ่านเรื่องราวที่รับฟัง โดยการเล่าเรื่องที่ดีควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

1. **ผู้เล่า** จะต้องรู้วิธีการในการเลือกสื่อแก่กลุ่มเป้าหมาย (Target) รู้วิธีการเล่าหรือสร้างอารมณ์ร่วมซึ่งอาจอาศัยภาพประกอบ เสียง การใช้คำ หรือสำนวนบางอย่างมาช่วยกระตุ้นความรู้สึกของผู้ฟังให้เกิดการจดจำและประทับใจ

2. **เนื้อเรื่อง** จะต้องตรงตามกลุ่มเป้าหมายเช่นเดียวกันซึ่งกรณีการเล่าเรื่องของแบรนด์นั้น เนื้อเรื่องจะเป็นการแสดงความเชื่อของแบรนด์ที่มีส่วนช่วยให้ผู้ฟังคล้อยตามเนื้อหา หลักการ ทฤษฎี หรือสิ่งที่เคยปฏิบัติมาแล้วเห็นผล

3. **ผู้ฟัง** ควรมีการศึกษาว่ากลุ่มผู้ฟังเป็นใครหรือกลุ่มไหนเพื่อสามารถนำข้อมูลเชิงลึก (Insight) มาผูกเรื่องราวผ่านการสร้างสรรค์สื่อออกมาให้ตรงกับกลุ่มผู้ฟังด้วยเนื้อหาที่แนบเนียนไปกับเรื่องราวจนน่าติดตาม

จากข้อความข้างต้น การเล่าเรื่องที่ตีมาจากประสบการณ์ตรงของผู้เล่าเรื่อง ประกอบด้วยผู้เล่าเรื่อง เนื้อเรื่องและผู้ฟัง (ผู้รับสาร) โดยผู้เล่าเรื่องควรวิเคราะห์ เลือกเนื้อหา และกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับกลุ่มผู้ฟัง เพื่อเพิ่มอรรถรสความน่าสนใจของการเล่าเรื่อง

กลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling strategy)

ศิรินทิพย์ สีสาสะษฐกุล (2567) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ของการเล่าเรื่องว่ามี 7 กลยุทธ์ที่จะช่วยแบรนด์ให้ขายสินค้าได้ดี ดังนี้

1. **โครงสร้าง Before – After – Bridge (สถานการณ์เดิม – ผลลัพธ์ – สะพานเชื่อม)** เป็นการนำเสนอภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (Before) ตามด้วยผลลัพธ์ภายหลังการแก้ไข (After) และชี้ให้เห็นถึงกลไกหรือวิธีการที่เปรียบเสมือนสะพาน (Bridge) ที่นำไปสู่ความสำเร็จนั้น โครงสร้างแบบนี้ได้รับความนิยมมากในสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน เพราะสามารถแก้ไขปัญหให้กับลูกค้าได้ตรงจุดและสามารถขายสินค้าได้ง่ายขึ้น

2. โครงสร้าง Problem – Agitate – Solve (ปัญหา – การกระตุ้น – การแก้ไข) เน้นการระบุปัญหาที่ผู้บริโภคเผชิญอยู่ (Problem) จากนั้นจึงขยายความให้เห็นถึงผลกระทบหรือความรุนแรงของปัญหานั้น (Agitate) เพื่อนำเสนอแนวทางแก้ไขที่มีประสิทธิภาพ (Solve)

3. โครงสร้าง Features – Advantages – Benefits (คุณสมบัติ – จุดเด่น – ประโยชน์) เป็นการอธิบายรายละเอียดของสินค้า (Features) โดยเริ่มจากลักษณะเด่น การนำไปใช้งาน (Advantages) และท้ายที่สุด คือ ประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับโดยตรง (Benefits) เพื่อดึงดูดความสนใจ กล่าวคือ โครงสร้างเช่นนี้เป็นการระบุข้อดีของรายละเอียดของสินค้าให้ครบถ้วนก่อนกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า

4. โครงสร้าง Three-Act Structure (โครงสร้าง 3 องค์) เป็นการเล่าเรื่องเชิงละคร แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) บทนำ คือ แนะนำตัวละครและเหตุการณ์เริ่มต้น (2) การเผชิญหน้า คือ การเผชิญกับอุปสรรคหรือสถานการณ์วิกฤต และ (3) บทสรุป คือ การคลี่คลายปัญหาและการก้าวข้ามอุปสรรคจนประสบความสำเร็จ

5. โครงสร้าง Freytag's Pyramid (พีระมิดของไฟรทัก) เริ่มจากการปูพื้นฐานเรื่องราว การก่อตัวของเหตุการณ์ จุดวิกฤตหรือจุดหักเห การคลี่คลายสถานการณ์ และบทสรุปที่แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์สุดท้าย ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งสมหวังหรือผิดหวัง

6. โครงสร้าง Simon Sinek's Golden Circle (วงกลมทองคำ) เป็นการสื่อสารที่เริ่มจากแก่นแท้ภายในสู่ภายนอก ประกอบด้วย Why (ทำไม) คือ ความเชื่อหรือจุดประสงค์หลัก How (อย่างไร) คือ กระบวนการหรือวิธีการ และ What (อะไร) คือ สินค้าหรือบริการที่นำเสนอ

7. โครงสร้าง Dale Carnegie's Magic (สูตรสำเร็จของเดล คาร์เนกี) เป็นกระบวนการเล่าเรื่องที่กระชับและโน้มน้าวใจ โดยเริ่มจากการถ่ายทอดประสบการณ์ส่วนบุคคล (Incident) การระบุสิ่งที่ต้องปฏิบัติอย่างชัดเจน (Action) และการสรุปผลประโยชน์ที่จะได้รับการลงมือ (Benefit)

เมื่อพิจารณาข้อมูลของ EnsureComm (2026) ได้สรุปเทรนด์การตลาดไทยปี ค.ศ. 2026 ไว้ว่า แนวโน้มการตลาดที่ยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่องซึ่งเป็นเทคนิคการขายสินค้าของแบรนด์ที่น่าจะผสมผสานกับกลยุทธ์การเล่าเรื่อง เช่น Video-First Search แบรนด์ต้องไม่ทำ Search Engine Optimization หรือ SEO แบบเดิม ๆ เพราะผู้บริโภคสมัยนี้เน้นหาคติจาก TikTok แทน Google แล้ว นอกจากนั้น แบรนด์ต้องใช้หลัก Trust & KOCs (Key Opinion Consumer) เพราะความจริงใจ คือ การตลาดที่จะได้ใจลูกค้า แบรนด์ต้องใช้เทคนิค Shoppertainment หรือสนุกปู้บซื้อปู้บ กล่าวคือ เมื่อความสนุกกระตุ้นให้ผู้บริโภคกดซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เทคนิคนี้เปลี่ยนจากยุค Sales Manager สู่มยุค Stream Manager คือ การไลฟ์ (Live) ขายสินค้าคือหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการตลาดดิจิทัล ฯลฯ

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่องในยุคดิจิทัล

Curtis (2017) ได้ศึกษาบทบาทของนักเล่าเรื่องดิจิทัลแห่งองค์กร (Digital Organisational Storyteller: DOS) โดยมุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของแนวปฏิบัติทางการตลาดออนไลน์ที่มีต่อการสร้างตัวตนของนักการตลาดในบริบทธุรกิจต่อธุรกิจ (Business to Business: B2B) การศึกษานี้ให้ความสำคัญกับกระบวนการทางการตลาดและการสร้างความตระหนักรู้ในตนเอง (Self-understanding) ของบุคลากรเมื่อต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ดิจิทัล ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญในการนำองค์กรไปสู่การดำเนินงานบนระบบออนไลน์ นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงวิธีการที่นักการตลาดสร้างและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเจรจาต่อรองตัวตนบนโลกออนไลน์ผ่านกิจกรรมทางการตลาด ตลอดจนวิเคราะห์กระบวนการสร้างความสมเหตุสมผล (Sensemaking) ของ DOS ต่อกลุ่มเป้าหมาย

นนทิชัย จันทมาลี (2566) ศึกษาการใช้การเล่าเรื่องเพื่อการตลาดเชิงสังคม (Storytelling in social marketing) ของแบรนด์เสื้อผ้ารักษ์โลก The Room's โดยเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอ 3 ประเภท พบว่าการเล่าเรื่องในรูปแบบ "เรื่องราวบุคคล" ได้รับความสนใจมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็น "การดีตราฐานจากเสื้อผ้าที่สวมใส่" ที่สามารถดึงดูดใจและสร้างการจดจำแก่ผู้บริโภคได้ดีที่สุด ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารที่เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและการสนับสนุนชุมชน ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ แต่ยังกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคมและโลก ส่งผลให้มีแนวโน้มสนับสนุนและเลือกซื้อสินค้าของแบรนด์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ธัญภา ณาศิริ (2568) ชี้ให้เห็นว่าปรากฏการณ์ “หมูแดง” คือ ความสำเร็จของการใช้กลยุทธ์ Digital Marketing ที่ผสมผสาน Meme Marketing และ Real-time Content จนสร้างกระแสไวรัลระดับโลก ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 4 เท่า และสร้างรายได้กว่า 12.9 ล้านบาทใน 19 วัน แต่ยังประสบความสำเร็จในการสร้าง Brand Loyalty ที่เชื่อมโยงไปสู่ความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่า ถือเป็นต้นแบบการใช้สื่อดิจิทัลเพิ่มมูลค่าแบรนด์ควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

วราญา ชินะโชติกุล (2567) อธิบายลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์บนแอปพลิเคชัน พบว่า เหตุผลหลักในการใช้งาน TikTok ของอินฟลูเอนเซอร์ประกอบด้วย 3 ประการ คือ 1) การได้รับเชิญจากทางแอปพลิเคชันให้เข้าร่วมกิจกรรมการสร้างเนื้อหา (Content) 2) การมีความสนใจส่วนบุคคลหรือความสนใจในการสร้างช่องทางเพื่อสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ด้วยตนเอง และ 3) การถูกชักชวนหรือใช้งานตามบุคคลใกล้ชิด

ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับนาวัน เพิ่มประยูร (2562, น. 64) ที่กล่าวว่า บุคคลในสังคมปัจจุบันใช้เวลาในสื่อออนไลน์มากขึ้นเพื่อสร้างและเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของตนเอง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของเกศินี บัวดิศ (2563, น. 61) ที่พบว่า การสร้างเนื้อหา (Content) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างอัตลักษณ์ของอินฟลูเอนเซอร์ เนื่องจากเนื้อหาเหล่านั้นสามารถสะท้อนถึงตัวตนที่อินฟลูเอนเซอร์ต้องการนำเสนอสู่สาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างชัดเจน

สุภาภรณ์ ทองสังสุขและจันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์ (2567) ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นและปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าเครื่องสำอางแบรนด์เกาหลีบนแพลตฟอร์ม TikTok พบว่า ทั้งลักษณะการเผยแพร่ข้อมูล (ในด้านความบันเทิง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการตอบสนอง) และลักษณะของบุคคลผู้เผยแพร่ข้อมูล (ในด้านความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ และความน่าดึงดูด) ล้วนมีอิทธิพลสำคัญที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้บริโภคในระดับมาก อย่างไรก็ตาม การสร้างความไว้วางใจที่มีประสิทธิภาพควรเน้นการสื่อสารที่เป็นธรรมชาติและตรงประเด็น โดยต้องระมัดระวังการตอบสนองที่ซ้ำซ้อนหรือมากเกินไปจนเกิดความจำเจ เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความไม่จริงใจของแบรนด์และส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจลดลงในที่สุด

กรณีศึกษาที่ประยุกต์ใช้การเล่าเรื่องเชิงการตลาด

กรณีศึกษากลยุทธ์การเล่าเรื่องในมิติอัตลักษณ์ของผู้เล่า

อินฟลูเอนเซอร์ในแพลตฟอร์ม TikTok ชื่อ ดาร์ทเล่าให้ฟัง [yesiamdart] ใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการเล่าเรื่อง (Storytelling Strategy) ซึ่งมีลักษณะเด่นในการสร้างสรรค์เนื้อหา ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอและสุนทรียภาพ คือ อินฟลูเอนเซอร์นี้ใช้การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอสั้น (Short-form video) ที่มีโทนภาพแบบฟิล์มเก่า (Vintage/Film aesthetic) ซึ่งสร้างความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของ

ผู้รับชม การสร้างสรรค์ดังกล่าวอาศัยการใช้อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ เช่น กล้องถ่ายภาพและขาตั้งกล้อง เพื่อให้ได้มุมมองภาพที่มีเอกลักษณ์และคุณภาพ

2. กลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อสร้างความสนใจ คือ วิธีการเล่าเรื่องมีความน่าติดตามและเป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ (Authentic) โดยมีการประยุกต์ใช้เทคนิคที่หลากหลาย เช่น การสนทนาแบบมีบทบาท (Dialogue-based engagement) คือ นำเสนอโดยใช้ผู้แสดง 2 คนสลับกันทำหน้าที่ถามและตอบเพื่อกระตุ้นความน่าสนใจและสร้างมุมมองที่หลากหลายในการแนะนำ การสาธิต หรือการอธิบายวิธีการใช้งาน การมีส่วนร่วมของบุคคลอื่น (Collaborative storytelling) คือ การเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีบทบาทในการเล่าเรื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มมิติและความน่าสนใจให้กับเนื้อหา และมีปฏิสัมพันธ์กับกล้องอย่างเป็นธรรมชาติ (Natural camera interaction) คือ ผู้เล่าอาจเลือกที่จะไม่มองตรงไปยังหน้าจอหรือมองไปยังทิศทางอื่น เพื่อสร้างความรู้สึกที่เป็นกันเองและลดความเป็นทางการ ซึ่งเป็นผลจากการฝึกฝนจนเกิดความเคยชินและความเป็นธรรมชาติในการแสดงออก

3. กระบวนการผลิตเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ คือ การผลิตวิดีโอถูกดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อความเร็วและมีประสิทธิภาพ การจัดทำสกริปต์ก่อนการตัดต่อ (Pre-editing Scripting) มีการเตรียมสกริปต์ (Script) ไว้ล่วงหน้าก่อนขั้นตอนการตัดต่อวิดีโอ ซึ่งช่วยให้กระบวนการทำงานราบรื่นและลดความซับซ้อนบางอย่างได้ การแบ่งช็อตภาพอย่างละเอียด (Detailed shot segmentation) คือ การแตกช็อตภาพให้มีจำนวนมากและมีความหมาย (Semantic) ชัดเจน ซึ่งอาจช่วยเสริมให้การเล่าเรื่องมีความหลากหลายทางภาพและเข้าถึงความรู้สึกได้มากขึ้น ขั้นตอนสุดท้าย คือ การเผยแพร่คลิป (Content posting) คือ การดำเนินการโพสต์คลิปตามแผนที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่าอินฟลูเอนเซอร์รายนี้ใช้การผสมผสานระหว่างสุนทรียศาสตร์ของภาพแบบย้อนยุค (Retro aesthetic) กับกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่เน้นการมีส่วนร่วมและความเป็นธรรมชาติ เพื่อสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล (Personal branding) ที่โดดเด่นและดึงดูดผู้ชมในแพลตฟอร์ม TikTok ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่าเทคนิคการเล่าเรื่องของแต่ละบุคคลย่อมมีเทคนิคและวิธีการเล่าเรื่อง โดยมีสกริปต์เป็นอันดับแรก แล้วจึงใช้การอัดคลิปหรือการเล่าเรื่องที่วางแผนไว้ และใช้เทคนิคอื่น ๆ ในการถ่ายภาพ เช่น มุมกล้อง ทั้งยังอาจมีอุปกรณ์เสริมมาช่วย เช่น ขาตั้งกล้องหรือโทรศัพท์ก็เป็นอีกหนึ่งอุปกรณ์ที่สามารถมาสร้างเนื้อหาหรือคอนเทนต์ที่น่าสนใจโดยไม่ใช้กล้องก็ได้เช่นกัน

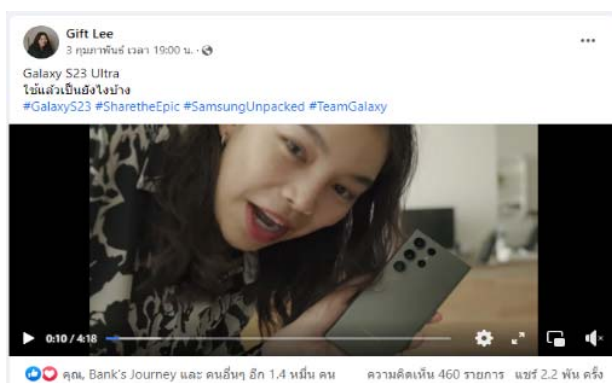
ด้วยวิธีการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ในแพลตฟอร์ม TikTok ชื่อ ดาร์ทเล่าให้ฟัง [yesiamdart] เป็นการเล่าเรื่องโดยใช้โทนสีภาพย้อนยุคทำให้มีการผสมผสานแบบระหว่างภาพกับวิธีการเล่าเรื่องที่มีความสมมูลน่าสนใจ และใช้เทคนิค คือ ความเป็นธรรมชาติและตัวตนของตนเองทำให้สร้างสุนทรียศาสตร์ของการเล่าเรื่องอย่างเป็นระบบแบบมีสกริปต์ซึ่งควรเป็นขั้นแรกในการเล่าเรื่อง รวมถึงการนำเอาเทคนิคของการให้มุมกล้องและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ มาช่วยในการเล่าเรื่องแบบสั้นซึ่งคือเทคนิคความยาว 7-15 วินาที นอกจากนี้ ดาร์ทยังใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อสร้างความสนใจ (Storytelling strategy for engagement) คือ เน้นความเป็นธรรมชาติ (Authentic) ไม่เป็นทางการจนเกินไปเพื่อสร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ชม และกลยุทธ์การสนทนาแบบมีบทบาท (Dialogue-based engagement) คือ การสื่อสารผ่านตัวละคร 2 ตัวสลับกันถาม-ตอบเพื่อสร้างมิติและความน่าติดตามในการอธิบายเนื้อหาซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเล่าเรื่อง (Narrative paradigm) นอกจากนี้ ยังพบการจัดทำสกริปต์ (Pre-editing scripting) และการวางโครงเรื่อง (Plot) ให้มีความเป็นเหตุเป็นผล เพื่อสร้าง “ความสมเหตุสมผลของเรื่องเล่า” (Narrative probability) และ “ความซื่อตรงของเรื่องเล่า” (Narrative Fidelity) ตามแนวคิดของ Walter Fisher ทำให้มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

กรณีศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์ของผู้ทรงอิทธิพลทางการตลาดหรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) : การสำรวจ มุมมอง การรับรู้ การตีความอัตลักษณ์ของผู้รับสาร

กรณีศึกษาจากการสร้างสรรค์เนื้อหาของเพจ 'Gift Lee' สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การเล่าเรื่องผ่านทัศนภาพ (Visual storytelling) ที่ทรงประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล โดยผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Content creator) ได้ปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้รีวิวสินค้าทั่วไปสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในด้าน Visual Design และ Videography

ส่วนทางกลยุทธ์การนำเสนอข้อมูลของ Gift Lee มุ่งเน้นไปที่ “กระบวนการสาธิตเชิงประสบการณ์” (Experiential demonstration) ผ่านรูปแบบวิดีโอสั้น (Short-form Video) โดยมีโครงร่างเนื้อหาอย่างเป็นระบบ เริ่มต้นจากบ่งบอกถึงข้อดีของคุณสมบัติเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (Product specifications) เช่น รุ่นของโทรศัพท์เคลื่อนที่ เชื่อมโยงเข้ากับการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ผ่านการสาธิตมุมมองการถ่ายภาพ (Composition) และเทคนิคทางศิลปะที่ซับซ้อนแต่สามารถเข้าใจได้ง่าย

การบริหารจัดการเวลา (Time management) ถือเป็นปัจจัยยุทธศาสตร์สำคัญ โดยเนื้อหาถูกออกแบบให้มีความยาวมากกว่า 70 วินาที แต่ไม่เกิน 3 นาที เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการรักษาความสนใจของผู้ชม (Audience retention) และการส่งมอบข้อมูลที่ครบถ้วนเชิงลึก (In-depth information) ซึ่งโครงร่างการเล่าเรื่องในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นการรับรู้ถึงตราสินค้า (Brand awareness) แต่ยังสร้างความน่าเชื่อถือและความจงรักภักดีในกลุ่มผู้ติดตามที่มีจำนวนมากกว่าหนึ่งแสนคน



ภาพที่ 1 Influencer ในสินค้า Samsung Galaxy S23 Ultra ให้คำแนะนำในการถ่ายภาพการใช้โทรศัพท์
ที่มา : <https://www.facebook.com/search/top?q=gift%20lee>

สรุปอัตลักษณ์การสื่อสารการเล่าเรื่องของผู้สร้างสรรค์เนื้อหา

1. Expertise-Based Authority: การเปลี่ยนจากคนรีวิวทั่วไปสู่ Influencer ที่มีลายเซ็นชัดเจนในด้าน Videography และ Photography
2. Instructional Narrative: การไม่เพียงแค่ว่า “สินค้าดียังไง” แต่เล่าว่า “ใช้อย่างไรให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นมืออาชีพ” (The "How-to" Storytelling)
3. Optimal Duration Strategy: การเลือกความยาว 70 วินาทีขึ้นไป เพื่อให้พ้นขีดจำกัดของคลิปสั้นทั่วไปสู่คลิปที่สร้างคุณค่า (Value-added Content) ได้จริง

ในแนวความคิดของ Gift Lee ใช้อัตลักษณ์การเล่าเรื่องผ่านทัศนภาพและการสาธิตเชิงประสบการณ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิดีโอ ขั้นตอนเริ่มจากการระบุข้อมูลทางเทคนิค เชื่อมโยงสู่การใช้งานจริงด้วยเทคนิคศิลปะ และเน้นการเล่าเรื่องเชิงคำแนะนำ (Instructional Narrative) เพื่อให้ผู้ชมได้ผลลัพธ์ระดับมืออาชีพ พร้อมบริหารเวลาคลิป 70 วินาทีถึง 3 นาที เพื่อสร้างสมดุล ระหว่างความน่าสนใจและข้อมูลเชิงลึก อันนำไปสู่การสร้างการรับรู้และความจงรักภักดีต่อแบรนด์บุคคลอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 Influencer ในสินค้า รีวิว เครื่องสำอาง
ที่มา : TikTok @Barcrotor

กรณีศึกษาต่อมา คือ TikTok ที่มีชื่อว่า Bacrotar เป็นตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจและมีชื่อเสียงซึ่งมีผู้ติดตามหรือ Follower มากกว่าแสนคน โดย Bacrotar สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การเล่าเรื่องผ่าน “กระบวนการพิสูจน์เชิงประจักษ์” (Demonstrative narrative) โดยอาศัยสถานะผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่มีฐานผู้ติดตามมากกว่าหนึ่งแสนคนเป็นปัจจัยสร้างความเชื่อมั่น

โครงสร้างการเล่าเรื่องมุ่งเน้นไปที่การสร้าง “ประสบการณ์ร่วมเสมือนจริง” (Vicarious experience) ผ่านขั้นตอนการสาธิตผลิตภัณฑ์ (Product demonstration) และการทดลองใช้งานจริง (Trial performance) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนข้อมูลเชิงเทคนิคให้เป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและจับต้องได้ การนำเสนอในลักษณะนี้ทำหน้าที่เป็นหลักฐานทางสังคม (Social proof) ที่ช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product credibility) และกลยุทธ์ดังกล่าว มีวัตถุประสงค์เชิงจิตวิทยาเพื่อกระตุ้นการรับรู้และการจดจำตราสินค้า (Brand recall) ในใจผู้บริโภค พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาในการตัดสินใจซื้อ (Purchase intent) และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ (Repurchase behavior) ผ่านการเล่าเรื่องที่สามารถดึงดูดความสนใจและตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หัวใจสำคัญในการเล่าเรื่องของ Bacrotar คือ การใช้กลยุทธ์ “การพิสูจน์ให้เห็นจริง” โดยอาศัยความน่าเชื่อถือจากการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากเป็นตัวสร้างความมั่นใจ ขั้นตอนการนำเสนอจะเน้นการสร้าง “ประสบการณ์ร่วมเสมือนจริง” ผ่านการสาธิตและทดลองใช้งานให้ดูอย่างชัดเจน เพื่อเปลี่ยนข้อมูลสินค้าที่เข้าใจยากให้กลายเป็นเรื่องง่ายและจับต้องได้ การทำเช่นนี้ไม่เพียงแต่เป็นการสร้างหลักฐานยืนยันคุณภาพที่ทำให้คนเชื่อถือ (Social proof) แต่ยังช่วยให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้แม่นยำขึ้น จนเกิดความต้องการซื้อและนำไปสู่พฤติกรรมซื้อซ้ำในที่สุด

จากกรณีศึกษาทั้ง 3 กรณีศึกษาของอินฟลูเอนเซอร์ข้างต้น มีจุดร่วมสำคัญในการใช้แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นเพื่อเปลี่ยนข้อมูลที่ซับซ้อนให้เป็นเนื้อหาที่เข้าถึงง่ายและสร้างความเชื่อมั่นผ่านฐานผู้ติดตามจำนวนมาก อัตลักษณ์เชิงกลยุทธ์ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดย **ดาร์ท [yesiamdart]** โดดเด่นด้านการสร้างสุนทรียภาพเชิงย้อนยุคและการปฏิสัมพันธ์ที่เป็นธรรมชาติผ่านบทสนทนาโต้ตอบเพื่อสร้างแบรนด์บุคคลที่ใกล้ชิดกับผู้ชม ส่วน **Gift Lee** มุ่งเน้นการใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Expertise-based) เพื่อส่งต่อเทคนิคการสร้างสรรคผลงานระดับมืออาชีพผ่านการสาธิตเชิงประสบการณ์ที่เน้นคุณค่าของเนื้อหา และ **Bacrotar** ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องเชิงพิสูจน์ประจักษ์ (Demonstrative narrative) ผ่านการทดลองใช้งานจริงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและกระตุ้นปฏิกิริยาการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งทั้งสามรูปแบบสะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการกลยุทธ์การเล่าเรื่องที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การสื่อสารที่ต่างกัน ทั้งในด้านอารมณ์ องค์ความรู้ และผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการประยุกต์ใช้การสร้างการเล่าเรื่องและกลยุทธ์ (Storytelling and Strategy) ด้วยวิธีการในการเล่าเรื่อง “ไม่ใช่เพียงการเล่าเรื่อง” แต่เน้นที่ “องค์ประกอบเฉพาะ” ของการเล่าเรื่องที่บ่งชี้ถึงความสำเร็จ

1. The Power of Imperfection/Vulnerability: การเล่าเรื่องที่เปิดเผยด้านที่ “ไม่สมบูรณ์แบบ” หรือความเปราะบางของอินฟลูเอนเซอร์กลับสร้างความจริงใจและความน่าเชื่อถือได้อย่างไร (เป็นจุดต่างจากโฆษณาแบบเดิม) กล่าวคือ ในประเด็นผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z และ Millennials มีความเบื่อหน่ายต่อโฆษณาที่สมบูรณ์แบบและปรุงแต่งมากเกินไป (Hyper-curated content) การที่อินฟลูเอนเซอร์กล้าเปิดเผยความบกพร่อง ความผิดพลาด หรืออุปสรรคส่วนตัว ทำให้ถูกรับรู้ว่าเป็น “มนุษย์จริง” และ “มีความจริงใจที่รับรู้ได้” (Perceived authenticity) สูงขึ้น

2. The Use of Journey or Transformation Narrative: การเล่าถึงการเดินทาง การเปลี่ยนแปลงหรือประสบการณ์ส่วนตัวที่เชื่อมโยงกับสินค้าอย่างลึกซึ้ง ในบทความ Cheng, de Regt, & Young (2024) ได้กล่าวถึงการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบความสำเร็จ (Influencer entrepreneur) เป็นการเดินทางที่เป็นขั้นเป็นตอน (Staged progression) ไม่ใช่ความสำเร็จชั่วข้ามคืน การเล่าเรื่องราวการเดินทางในฐานะผู้ประกอบการ (ตั้งแต่ผู้สร้างเนื้อหาธรรมดาจนถึงผู้ร่วมก่อตั้งแบรนด์) เป็นการต่อยอดถึงความเชี่ยวชาญ (Expertise) และความมุ่งมั่น (Commitment) ของพวกเขา ทำให้การแนะนำสินค้าถูกมองว่ามาจากประสบการณ์ชีวิตจริงและการเติบโต (Transformation) ซึ่งมีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือสูงกว่าคำแนะนำทั่วไป

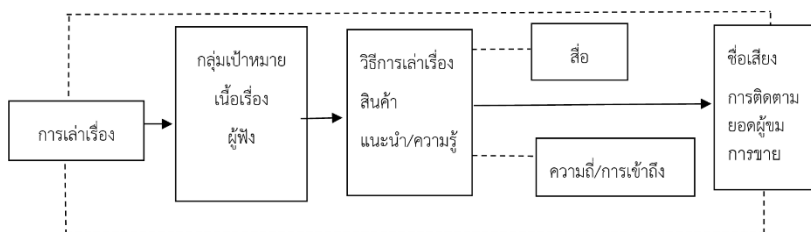
3. The Creation of Audience Engagement and Emotional Bonding การทำให้ผู้ติดตามกลายเป็นส่วนหนึ่งของการติดตามรับชมและรู้สึกว่าคุณพ่อน เหมือนหนึ่งคนในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท ทั้งยังใช้ความจริงใจด้วยความไว้วางใจ ทำให้ลักษณะบุคลิกกลายเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกมีนัยต่อผลการกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าในสายตาของอินฟลูเอนเซอร์นั้นการสร้าง ความไว้วางใจผ่านการทดลองหรือการเล่าให้ฟังจนกลายเป็นการเล่าเรื่องที่

มีมุมมองซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าความสนใจเพื่อให้ผู้ติดตามไปหาข้อมูลหรือค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ หรืออาจใช้แบรนด์สินค้าที่ตนอยากจะนำเสนอว่าใช้เมื่อไร หรือประสบปัญหาอะไร แล้วนำเสนอว่าดีหรือไม่ดี

แนวทางการปรับปรุงคุณภาพและการสร้างสรรค์เนื้อหาดีจิทัลบนแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น

อัตลักษณ์สำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของโลกดิจิทัลบนสื่อวิดีโอสั้นอย่างแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นใน TikTok คือ การสร้างและเผยแพร่คลิปวิดีโอ โดยคุณภาพของทัศนวิสัย (Visual quality) ถูกยกระดับด้วยกระบวนการทางเทคนิคที่เรียกว่า การเกรดสี (Color grading) และการไล่ระดับสี (Color gradient) ซึ่งมักดำเนินการผ่านโปรแกรมประยุกต์เฉพาะทาง เช่น Adobe Lightroom หรือเครื่องมืออื่น ๆ ที่เทียบเท่ากระบวนการดังกล่าว มีความสำคัญในการปรับแต่งค่าความสว่าง (Brightness) คอนทราสต์ (Contrast) และการจัดคู่สี (Color matching) เพื่อเพิ่มความลึกและมิติของภาพให้มีความสวยงามและดึงดูดสายตาผู้ชมก่อนนำเข้าสู่ขั้นตอนการตัดต่อวิดีโอ การปรับปรุงคุณภาพของภาพนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยกระตุ้นความน่าสนใจ และส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มอัตราการรับชมและการติดตามของผู้ใช้ นอกจากนี้คุณภาพทางเทคนิคของภาพแล้ว ความสำเร็จของเนื้อหาดีจิทัลยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลัก 3 ประการในการเล่าเรื่อง (Storytelling) ได้แก่ (1) การวางโครงสร้างเนื้อหา (Content structuring) รวมถึงการเขียนสกริปต์ (Scriptwriting) ที่ชัดเจนและมีเป้าหมาย (2) การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชม (Audience engagement) คือ การกระตุ้นให้ผู้ชมตอบสนองต่อเนื้อหาผ่านกลไกต่าง ๆ ของแพลตฟอร์ม เช่น การกดถูกใจ (Like) การแสดงความคิดเห็น (Comment) หรือการแชร์ (Share) (3) การเล่าเรื่องตามลำดับเชิงตรรกะ (Logical sequence narration) คือ การจัดเรียงเนื้อหาให้เป็นระบบ ตั้งแต่การเปิดเรื่อง (Hook) เนื้อหาหลัก (Body) ไปจนถึงส่วนสรุป เช่น การนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา (Solution) หรือการสาธิต (Demonstration) เทคนิคเหล่านี้คือหัวใจหลักในการดำเนินงานของคอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content creator) ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาดีจิทัลที่สามารถสร้างรายได้และผลักดันให้เกิดกระแสนิยม (Popular trend) จนกลายเป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบัน โดยมีการกล่าวถึงในงานวิจัยเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง และการเข้าใจเนื้อหาโดยรู้วาทกรรมเป้าหมายที่ต้องการให้รับชมจะต้องเข้าใจธีม (Theme) ความน่าเชื่อถือ และการดึงดูดความสนใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะอาจเป็นเชื่อมโยงผู้ชมได้ ซึ่งนอกจากประสบการณ์การเล่าเรื่องและอารมณ์ รวมทั้งคุณภาพที่มีคุณภาพสูง คือ เทคนิคของภาพที่สวຍယ่อมาจากเทคนิคในการตัดคลิปให้น่าสนใจด้วยเช่นกัน

ทฤษฎีการสร้างอัตลักษณ์และการเล่าเรื่อง (Identity & narrative theory) ที่ผู้เขียนกล่าวถึง คือ การนำการสื่อสาร การเล่าเรื่อง และเทคนิคการตลาดมาสร้างอัตลักษณ์ในการเล่าเรื่องเพื่อสร้างตัวตนในโลกออนไลน์จะเห็นได้ว่า Long-term Influencer เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่สามารถทำให้อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างรายได้และดังเป็นกระแสใน TikTok ซึ่งสามารถสร้างให้มีจำนวนผู้ชมจำนวนมากหรือโด่งดังได้ในเวลาสั้น ๆ ได้นอกจากนั้น ยังมีประเด็นที่ต้องคำนึงถึงในการตลาดออนไลน์ คือ การรีวิวลินค่าโดยอินฟลูเอนเซอร์ที่ใช้กลยุทธ์การอธิบายเรื่องการสร้างตัวตน (Identity) ผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) สอดคล้องกับ Goffman (1959) อธิบายว่าการนำเสนอตัวตนในชีวิตประจำวัน (The presentation of self) คือ การเปลี่ยนจาก “การเข้าถึง” (Reach) ไปสู่ “ความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น” (Resonance) โดยเน้นว่าอินฟลูเอนเซอร์ต้องมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนผ่านการเล่าเรื่องที่สม่ำเสมอจึงจะรักษาอิทธิพลในระยะยาวได้ ดังนั้น บทความนี้ผู้เขียนจึงแสดงโมเดล (Model) ของการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แบบจำลองการเล่าเรื่องผ่านตามขั้นตอนของการตลาด

ที่มา : ภาพโดยเกศินี บัวดิศ

ผู้เขียนเสนอข้อสรุปของการเปรียบเทียบความแตกต่างของเล่าเรื่องการตลาดดิจิทัลผ่านสื่อออนไลน์ต่อไปนี้

1. TikTok: “The Viral Entertainer” (เน้นความสนุก เข้าถึงง่าย ทันกระแส) เน้นการเล่าเรื่องที่กระชับ ฉับไว และทำให้คนรู้สึกว่า “ต้องดูให้จบ”

- **สไตล์การเล่า:** ใช้การเล่าเรื่องแบบ Point of View (POV) หรือการเล่าผ่านประสบการณ์จริง (Storytime) เพื่อให้คนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราว
- **กลยุทธ์ Content:**
 - **3 วินาทีแรก:** ต้องหยุดนิ้วคนดูด้วย “Pain point” หรือ “ผลลัพธ์ที่ว้าว” ทันที
 - **การบรรยาย:** ใช้เสียงบรรยายที่ดูเป็นกันเอง (Natural voice) หรือใช้ AI voice ที่กำลังเป็นกระแส
 - **การรีวิว:** เน้นแบบ Before & After หรือการแกะกล่อง (Unboxing) ที่ดูเรียล (Real) ไม่จัดฉากจนเกินไป
 - **ดนตรี:** ต้องใช้เพลงที่กำลังฮิตชาร์ต (Chart) เพื่อช่วยให้ระบบนำทางไปหาคนกลุ่มใหม่ได้ง่ายขึ้น

2. Instagram: “The Lifestyle Gallery” (เน้นภาพลักษณ์ ความเชื่อถือ และไลฟ์สไตล์) เน้นการเล่าเรื่องที่ “ดูดี มีสไตล์” เพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้ดูพรีเมียมและน่าเชื่อถือ

- **สไตล์การเล่า:** ใช้การเล่าเรื่องผ่าน Visual Storytelling ภาพถ่ายต้องคุมโทน สื่อถึงอารมณ์ และไลฟ์สไตล์ที่กลุ่มเป้าหมายอยากเป็น
- **กลยุทธ์ Content:**
 - **IG Reels:** ใช้เล่าเรื่องเบื้องหลัง (Behind the Scenes) หรือความใส่ใจในกระบวนการผลิตสินค้า
 - **Instagram Story:** ใช้สร้าง Engagement เช่น ตั้งคำถาม (Poll) ให้คนโหวตสีสินค้า หรือ Q&A เพื่อสร้างความใกล้ชิด
 - **Caption:** เน้นการเขียนที่สร้างแรงบันดาลใจ หรือบอกเล่าคุณค่า (Brand Value) มากกว่าการขายตรง ๆ
 - **Highlight:** เก็บรีวิวจากลูกค้าจริงแยกเป็นหมวดหมู่เพื่อสร้างความมั่นใจ (Credibility) ให้คนที่เข้ามาดูโปรไฟล์ใหม่และยังเป็นการแนะนำตัวให้รู้จักเพื่อให้ผู้เข้าชมได้ติดตาม

3. Facebook: “The Information Hub” (เน้นข้อมูล ครบถ้วน และการบอกต่อ) เน้นการเล่าเรื่องแบบ “ให้ความรู้และสร้างความคุ้มค่า” เพื่อให้เกิดการแชร์และการตัดสินใจซื้อ เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งเพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อ

● **สไตล์การเล่า:** เล่าเรื่องแบบ Problem-Solution (เจอปัญหาอะไร -> แก้ด้วยวิธีไหน -> ผลลัพธ์เป็นอย่างไร)

● **กลยุทธ์ Content:**

- **ภาพ Album/Infographic:** เล่ารายละเอียดสินค้าแบบเจาะลึก 1.. 2.. 3.. 4.. บอกราคาและคุณสมบัติให้ชัดเจนในภาพเดียว
- **Long-form Video:** สามารถทำคลิปสอนใช้งาน (Tutorial) หรือคลิปแนะนำวิธีการแก้ปัญหาที่ยาวขึ้นกว่า TikTok ได้
- **Community Power:** เน้นการตอบคอมเมนต์และการแชร์ไปยังกลุ่ม (Groups) ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบอกต่อ
- **Call to Action (CTA):** ต้องชัดเจน เช่น “ทักแชตสอบถามเพิ่ม” หรือ “สั่งซื้อที่ลิงก์นี้” เพราะกลุ่มผู้ใหญ่นิยมความสะดวกในการสั่งซื้อ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อดีและจุดเด่นของแต่ละสื่อ

หัวข้อเปรียบเทียบ	TikTok (The Viral Entertainer)	Instagram (The Lifestyle Gallery)	Facebook (The Information Hub)
ข้อดีเด่นที่สุด	การเข้าถึง (Reach) มหาศาล แม้ไม่มีผู้ติดตาม	น่าเชื่อถือ (Trust) และภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดี	ข้อมูลครบถ้วน (Detail) และปิดการขายได้แม่นยำ
พฤติกรรมผู้ใช้	เน้นความบันเทิง ชอบความเรียล ไม่ปรุงแต่ง	เน้นเสพความสวยงาม และไลฟ์สไตล์ที่ดูพรีเมียม	เน้นหาข้อมูล อ่านรายละเอียด และพูดคุยในคอมเมนต์
การนำเสนอสินค้า	เน้นการใช้งานจริง (Review/Usage) ให้เห็นผลลัพธ์ไว ๆ	เน้นความสวยงามของภาพ (Aesthetic) ให้น่าดึงดูด	เน้นบอกคุณสมบัติ ราคา และความคุ้มค่าอย่างละเอียด
การโต้ตอบ	สนุกสนานผ่าน Challenge & Duet	ใกล้ชิดผ่าน IG Story และการกดโพลถามความเห็น	เน้นการสอบถามทาง Inbox และการแชร์เข้ากลุ่ม (Community)
ผลลัพธ์ที่ได้	สร้างกระแส (Trend) และยอดขายแบบฉับพลัน	สร้างภาพลักษณ์ (Branding) และความจงรักภักดี (Loyalty)	สร้างความมั่นใจ และความสัมพันธ์ในระยะยาว

การบูรณาการกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสามแพลตฟอร์มอาศัยหลักการสร้างกระบวนการรับรู้และตัดสินใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกันตามคุณลักษณะเฉพาะทางเทคนิคและจิตวิทยาของผู้ใช้งาน โดย TikTok ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในเชิงการสร้างการรับรู้มวลชน (Mass awareness) ผ่านอัลกอริทึม (Algorithm) ที่เน้นการกระจายเนื้อหาตามความสนใจ (Interest-based) และการเล่าเรื่องเชิงประสบการณ์จริง (Authentic storytelling) เพื่อกระตุ้นความสนใจในระยะเวลาย่อสั้น ในขณะที่ Instagram มุ่งเน้นการสร้างอัตลักษณ์เชิงสถาปัตยกรรมภาพ (Visual identity) และสุนทรียภาพทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) และความเชื่อมั่นในระดับอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่ให้ความสำคัญกับค่านิยมและวิถีชีวิต ส่วน Facebook ปรากฏบทบาทในลักษณะโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล (Information infrastructure) ที่รองรับการสื่อสารข้อมูลเชิงลึก การสร้างความสัมพันธ์เชิงลำดับขั้นผ่านระบบชุมชน และการใช้เครื่องมือปิดการขายที่มีประสิทธิภาพสูงด้วยระบบจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ดังนั้น การประสานการทำงานระหว่างการสร้างกระแส

ใน TikTok การตอกล้ำภาพลักษณ์ใน Instagram และการจัดระเบียบข้อมูลเพื่อความน่าเชื่อถือใน Facebook จึงถือเป็นยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ครอบคลุมทั้งวงจรการตลาดใจซื้อของผู้บริโภคยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

การสร้างอัตลักษณ์ผ่านตัวตนด้วยกลยุทธ์การเล่าเรื่อง แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ และรายได้ของอินฟลูเอนเซอร์บนสื่อสังคมออนไลน์นั้น อาศัยกลยุทธ์การเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่อินฟลูเอนเซอร์เป็นเพียงผู้โพรมิตสินค้าแล้วนำรูปแบบการเล่าเรื่องตามสไตล์ของแต่ละบุคคลซึ่งแสดงตัวตนในบทบาทนั้น ๆ และมีสไตล์เฉพาะตัว อินฟลูเอนเซอร์ต้องใช้เทคนิคและบุคลิกภาพของตนเองสะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพ และความต่อเนื่องในการเผยแพร่เนื้อหา โดยเฉพาะคลิปวิดีโอสั้น (ความยาว 5-8 วินาที) ที่มีความถี่สูง เพื่อสร้างการจดจำควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้เทรนด์ (Trend) การตลาดใหม่ ๆ และเปลี่ยน “ความสนใจส่วนตัว” ให้เป็น “อาชีพ” ผ่าน “การรีวิวสินค้า” ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลัก สิ่งที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อเป็น “นักสื่อสารที่ดี” ผ่านการเรียนรู้ ฝึกฝน หาความรู้เพิ่มเติม และพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ทั้งหมดนี้ คือ หนึ่งในคำตอบของการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ซึ่งควรผนวกกับการดำเนินธุรกิจทางการตลาดที่พึงมีในยุคดิจิทัล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2554). *สื่อเก่า-สื่อใหม่: สัญญา อัตลักษณ์ อุดมการณ์*. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศินี บัวดีศ. (2563). การสร้างอัตลักษณ์บุคคลในสื่ออินสตราแกรม. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร*, 5(1), 55-68.
- นาวิน เพิ่มประยูร. (2562). *การสร้างเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4056>
- นนท์ธิชัย จันทมาลี. (2566). *การเล่าเรื่องเพื่อการตลาดเชิงสังคม (Storytelling in Social Marketing): กรณีศึกษา The Room's* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5879/1/nonthichai_jant.pdf
- ประสิทธิ์ ลิปรีชา. (2547). การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง. ใน *วาทกรรมอัตลักษณ์* (น. 31-72). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- วรญา ชินะโชติกุล. (2567). การศึกษาอัตลักษณ์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแอปพลิเคชัน. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี* 21(3), 40-50
- ลฎาภา ณาภาศิริ. (2568). กรณีศึกษาหมู่บ้าน: การตลาดดิจิทัลที่สร้างไวรัลสู่เวทีโลกและผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ-สิ่งแวดล้อม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 27(1), 247-258.

- ศิริพร ภัคดีผาสุข. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอัตลักษณ์และแนวทางการนำมาศึกษาอาจารย์ภาษาไทย*. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิรินทิพย์ ลีลาเศรษฐกุล. (2567, 12 มิถุนายน). *Storytelling คืออะไร? 7 สูตรลับเล่าเรื่องอย่างไรให้สินค้าขายดี*. NIPA Cloud. <https://www.nipa.cloud/th/blog/what-is-storytelling>
- สุภาภรณ์ ทองสังสุขและจันทร์เพ็ญ วรณารักษ์. (2567). อิทธิพลของการเผยแพร่ข้อมูลและลักษณะของบุคคลผู้เผยแพร่ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ต่อความไว้วางใจของลูกค้าแบรนด์เครื่องสำอางเกาหลี. *วารสารพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม*, 6(2), 68-82.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550, 20 เมษายน). *อัตลักษณ์*. <http://www.royin.go.th/>
- EnsureComm. (2026, January 20). *10 Digital Marketing Trends 2026*. <https://ensurecomm.co.th/2026/01/20/10-digital-marketing-trends-2026/>
- MRG online. (2568, 9 กรกฎาคม). *พฤติกรรมโซเชียลไทย 2025: คนไทยใช้งานเฉลี่ย 2.5 ชั่วโมงต่อวัน TikTok ขึ้นแท่นแพลตฟอร์มโปรด*. <https://mgronline.com/news1/detail/9680000064596>
- TWF Agency. (2019, March 3). *พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย 2561*. <https://twfdigital.com/2019/03/thailand-internet-user-profile-2018/>

ภาษาอังกฤษ

- Baston, L. C., & de Oliveira, M. (2006). Identity and personal/institutional relations: People and tragedy in a health insurance customer service. In A. de Fina, D. Schiffrin, & M. Bamberg, (Eds.), *Discourse and Identity* (pp.188-212). Cambridge University Press.
- Benwell, B., & Stokoe, E. (2006). *Language and identity*. Edinburgh University Press.
- Bucholtz, M. & Hall, K. (2005). *Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach*. *Discourse Studies*, 7(4-5), 585-614.
- Cheng, Z. M., de Regt, A., & Young, V. (2024). The influencer-entrepreneurship journey: A model of staged progression. *Psychology & Marketing*, 41(5), 2789-2804.
- Curtis, L. J. (2017). *Digital Organisational Storytellers: Online Marketing as Identity Work* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Essex.
- Goffman, E. (1959). *Presentation of self in everyday life*. <https://crossculturalleadership.yolasite.com/resources/Goffman%20%281959%29%20Presentation%20of%20Self%20in%20Everyday%20Life.pdf>
- Jenkins, R. (1996). *Social Identity*. Routledge.
- Miller, E., & Roberts, S. (2024). Narrative transportation and digital influence: How storytelling shapes consumer behavior on social media platforms. *International Journal of Advertising*, 43(3), 312-330.
- Woodward, K. (2004). *Questioning identity: Gender, class, nation*. Routledge.

อุดมการณ์สื่อสารสาธารณะในระบบสื่อที่แตกต่าง : จากเครื่องมือของรัฐสู่สถาบันพลเมืองของประเทศไทย?

ภาณินี บุญเลิศ^{1*}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ : paninee_b@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

วันที่รับบทความ : บทความนี้นำเสนอแนวความคิดสื่อสารสาธารณะในระบบสื่อที่แตกต่าง ซึ่งได้นำเสนออุดมการณ์สื่อสารสาธารณะในฐานะที่เป็นพื้นที่สาธารณะเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจให้แก่ประชาชนในสังคมประชาธิปไตยและสื่อสารสาธารณะทำหน้าที่ตามหลักการความรับผิดชอบของสื่อสารสาธารณะในมิติด้านเนื้อหาการรายงานและผู้บริหาร ในระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างของบริบทที่หลากหลายสามารถส่งผลต่อสื่อสารสาธารณะในประเทศในการทำหน้าที่ตามภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อที่ได้ระบุไว้ สำหรับประเทศไทยสื่อสารสาธารณะก็มีความท้าทายด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่ออุดมการณ์ การทำหน้าที่ จุดยืน และความรับผิดชอบต่อสื่อสารสาธารณะ

วันที่แก้ไขบทความ :
21 เมษายน 2569

วันที่ตอบรับบทความ :
14 พฤษภาคม 2569

วันที่เผยแพร่ (Online) :
24 มิถุนายน 2569

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎีและแนวคิดสื่อสารสาธารณะในฐานะพื้นที่สาธารณะ และความรับผิดชอบต่อสื่อสารสาธารณะ ระบบสื่อมวลชนเปรียบเทียบ และสื่อสารสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐและสถาบันของพลเมือง โดยนำหลักการสื่อสารสาธารณะที่สอดคล้องกับบริบทประเทศไทยมาพิจารณา

บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอเนื้อหาในประเด็นสำคัญของอุดมการณ์สื่อสารสาธารณะ ได้แก่ ต้นกำเนิดสื่อสารสาธารณะ พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สาธารณะเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจให้แก่ประชาชนในสังคมประชาธิปไตย และภาระความรับผิดชอบต่อสื่อสารสาธารณะ ส่วนระบบสื่อมวลชนที่ต่างกันไป ประกอบด้วย โครงสร้างโดยรวมของระบบสื่อ การเปรียบเทียบระบบสื่อ และความท้าทายของสื่อสารสาธารณะในระบบสื่อ ประเด็นต่อมาคือสื่อสารสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐกับสื่อสารสาธารณะในฐานะสถาบันพลเมือง บริบทในประเทศไทยที่เป็นพื้นที่กำลังและมีปัจจัยหลากหลาย

คำสำคัญ : สื่อสาธารณะ, โครงสร้างสื่อ, เครื่องมือของรัฐ, สถาบันทางพลเมือง, บริบทประเทศไทย

Ideology of Public Service Broadcasting in Different Media Systems: From State Instrument to Citizen Institute of Thailand?

Paninee Boonlert^{1*}

¹Assistant Professor, Faculty of Mass Communication Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

***Corresponding Author:** paninee_b@rmutt.ac.th

Abstract

Received:

February 4, 2026

Revised:

April 21, 2026

Accepted:

May 14, 2026

Available Online:

June 24, 2026

This article presents different concepts of Public Service Broadcasting (PSB) framing the ideology of PSB as public sphere to empower the citizens in democracy society and PSB accountabilities, particularly in the relation to program content and audiences. Comparative media systems of diverse contexts result in the Thailand's PSB to perform the designated roles and responsibilities. For Thailand, the PSB faces a range of challenges affecting ideology, functions, positionings and accountabilities.

This article additionally aims to review literatures regarding theories and concepts of PSB as a public sphere and its accountabilities, comparative media systems, and PSB as state instrument and civic institute through the consideration the PSB principles relevant to Thailand context.

This article, therefore, focuses on the key issues of ideology of public service broadcasting such as PSB origin, public sphere, and public sphere to empower the people in democracy society and accountabilities of PSB. Also, the comparative media systems include overall structure of media systems, comparison of media systems, and challenges of PSB in the media systems. The PSB as the state instrument and PSB as civic institute are also considered with Thailand context of an in-between space.

Keywords: Public Service Broadcasting (PSB), Media System, State Instrument, Civic Institute, Thailand Context

บทนำ

สื่อสารมวลชนในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีโครงสร้างและระบบสื่อสารมวลชนที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งภายนอกและภายในประเทศ ในบางประเทศมีระบบสื่อมวลชนที่รัฐเป็นเจ้าของสื่อเพียงอย่างเดียว บางประเทศมีระบบสื่อมวลชนที่อนุญาตให้เอกชนสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจสื่อได้ บางประเทศมีระบบสื่อมวลชนที่มีทั้งสื่อมวลชนเป็นเจ้าของโดยรัฐและบริษัทเอกชน และบางประเทศมีระบบสื่อมวลชนที่รัฐเป็นเจ้าของ เอกชนเป็นเจ้าของ และชุมชนหรือสาธารณะสามารถเป็นเจ้าของได้ โครงสร้างสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไปนี้ทำให้เกิดการเปรียบเทียบและเรียนรู้การดำเนินการกิจการของสื่อมวลชนในแต่ละประเทศที่มีบริบทและปัจจัยที่แตกต่างกัน

หนึ่งในระบบของสื่อมวลชนที่หลายประเทศโดยเฉพาะประเทศในตะวันตก (อย่างประเทศในแถบยุโรปตะวันตก) คือ สื่อสาธารณะ นอกเหนือไปจากกิจการสื่อที่รัฐบาลเป็นเจ้าของและดำเนินการด้วยตนเอง ซึ่งมีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นกิจการสื่อมวลชนที่มีแบบแผนและหลักการพื้นฐานรองรับในการดำเนินการ โดยในแต่ละประเทศที่มีสื่อสาธารณะก็จะมีหลักการ แนวคิดพื้นฐาน รูปแบบและวิธีการในการดำเนินการบริหารจัดการองค์การ และการหารายได้ (Funding) ที่แตกต่างกันไป

จากประวัติศาสตร์การพัฒนาระบบการกระจายภาพและเสียง (Broadcasting system) สื่อสาธารณะได้รับการพัฒนาขึ้นในหลายประเทศเริ่มจากการเป็นกิจการภายใต้การควบคุมของรัฐ (เช่นเดียวกับประเทศไทย) เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร คลื่นความถี่ การบริการจัดการของส่วนกลาง งบประมาณ และความต้องการใช้สื่อเป็นเครื่องมือ สื่อสาธารณะจึงอาจถูกมองว่าเป็นเครื่องมือของรัฐในการสื่อสารและดำเนินกิจกรรมของรัฐผ่านการสื่อสารนโยบาย การใช้อำนาจเข้าควบคุม การกำหนดประเด็นในการสื่อสาร และการกำหนดกฎระเบียบในการใช้ทรัพยากรเพื่อการสื่อสารมากกว่าการทำหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อสาธารณะในมุมมองตามหลักการพื้นฐานของพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ดังแนวคิดของ Habermas (1992) ซึ่งเมื่อเทียบกับหลักการเชิงอุดมคติของพื้นที่สาธารณะ สื่อสาธารณะของไทยจะสามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะได้อย่างจำกัดด้วยเหตุผลของกฎระเบียบบริบทพื้นที่ และโครงสร้างระบบสื่อมวลชนของประเทศ

สื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB) ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของระบบสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทอย่างมากในการขับเคลื่อนและดำรงไว้ซึ่งระบอบประชาธิปไตย โดยมีภารกิจหลักในการให้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และความบันเทิงแก่ประชาชนบนพื้นฐานของประโยชน์สาธารณะมากกว่าการแสวงหากำไรหรือเพื่อประโยชน์ทางการเมือง ในทางปฏิบัติอุดมการณ์และปรัชญาของสื่อสาธารณะไม่ได้มีลักษณะแบบแผนเดียวกันในทุกประเทศ แต่แปรเปลี่ยนไปตามปัจจัยทางโครงสร้างทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และบริบทอื่นของสังคมในประเทศนั้น

ประเทศไทยจึงเป็นตัวอย่างหนึ่งของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เผชิญกับปัญหาเศรษฐกิจการเมือง และสังคม โครงสร้างสื่อสารมวลชนเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญของประเทศไทย โดยเป็นปัญหาที่พบมายาวนานจนกระทั่งปัจจุบันนี้ เนื่องจากองค์กรของรัฐ (รัฐบาลและกองทัพ) เป็นเจ้าของและควบคุมดูแลคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและคลื่นความถี่โทรทัศน์ แม้บริษัทเอกชนสามารถร่วมผลิตเนื้อหารายการผ่านกระบวนการสัมปทาน รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 อนุญาตให้มีการทดลองใช้คลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและคลื่นความถี่โทรทัศน์เพื่อประโยชน์สาธารณะและชุมชน

ผลสืบเนื่องคือการก่อกำเนิดสื่อสาธารณะในประเทศไทย นั่นคือ องค์การกิจการกระจายภาพและเสียงสาธารณะหรือ Thai PBS ได้รับการขนานนามว่าเป็นต้นแบบสำหรับสื่อสาธารณะในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

(Green, 2013) โดยที่โครงสร้างทางด้านวัฒนธรรมและการเมืองของทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นปัจจัยสำคัญต่อองค์กรสื่อมวลชนที่มีความหลากหลายอย่างชัดเจนจึงเห็นได้ชัดว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะกิจการสื่อสารสาธารณะสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านประชาธิปไตยในพื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอและวิเคราะห์อุดมการณ์ หลักการ ความรับผิดชอบ และการบริหารจัดการสื่อสารสาธารณะภายใต้ระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกันตามแต่ละบริบท โดยมุ่งสำรวจอุดมการณ์ที่ทำหน้าที่ในการกำหนดโครงสร้างสื่อไทยในฐานะเครื่องมือของรัฐและสื่อในฐานะสถาบันของพลเมือง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านแนวคิดของสื่อสารสาธารณะจากเครื่องมือของรัฐไปสู่การสถาบันของพลเมือง กรอบการวิเคราะห์ประกอบด้วยด้านอุดมการณ์สื่อ โครงสร้างการกำกับดูแล และความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ตลาด และสาธารณชน บทความนี้จึงชี้ให้เห็นว่าสื่อสารสาธารณะเป็นผลมาจากการวางลำดับอำนาจในระบบสื่อมวลชนของประเทศที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของประชาธิปไตยและพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ทราบว่าการสื่อแบบใดที่จะเอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านสื่อสารสาธารณะจากเครื่องมือของรัฐสู่สถาบันพลเมืองได้จริง

สื่อสารสาธารณะในระบบสื่อที่แตกต่างกัน

ในการทำความเข้าใจอุดมการณ์ของสื่อสารสาธารณะอย่างเป็นระบบนั้น การพิจารณาสื่อสารสาธารณะในฐานะองค์กรสื่อเป็นสิ่งจำเป็นเช่นเดียวกับการพิจารณาสื่อสารสาธารณะตามแนวบรรทัดฐานที่ถูกกำหนดใช้ภายใต้โครงสร้างระบบสื่อสารมวลชนที่หลากหลาย อุดมการณ์สื่อสารสาธารณะจึงอาจไม่เป็นอิสระอย่างที่คาดหวัง แต่ได้รับการหล่อหลอมผ่านความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ตลาด และสังคมในบริบทนั้น ๆ ในทางปฏิบัติอุดมการณ์ของสื่อสารสาธารณะจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับบริบทและสถานการณ์ของประเทศ และโครงสร้างขององค์กรสื่อสารสาธารณะของประเทศนั้น ๆ

ในส่วนเนื้อหาของบทความนี้ผู้เขียนยังได้เชื่อมโยงแต่ละประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยขอเริ่มต้นด้วยการอธิบายกรอบแนวคิดเชิงอุดมการณ์ของสื่อสารสาธารณะ ต่อด้วยระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกันกับการวางบทบาทสื่อสารสาธารณะในแต่ละบริบท จากนั้นเป็นการพิจารณาสื่อสารสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐกับในฐานะสถาบันของพลเมือง และนำมาสู่บริบทในประเทศไทยที่มีปัจจัยหลากหลาย การเชื่อมโยงแต่ละประเด็นที่เป็นแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์และหลักการของสื่อสารสาธารณะแล้วเปลี่ยนผ่านเพื่อนำไปใช้ในบริบทของประเทศไทยในทางปฏิบัติ

1. กรอบแนวคิดอุดมการณ์สื่อสารสาธารณะ

แนวคิดอุดมการณ์สื่อสารสาธารณะทำหน้าที่ชี้แนะการกำหนดภารกิจขององค์กรสื่อและสะท้อนมุมมองของบทบาทสื่อมวลชนในสังคมประชาธิปไตย ในฐานะกรอบบรรทัดฐานอุดมการณ์สื่อสารสาธารณะไม่ได้ทำหน้าที่เพียงชี้นำการผลิตเนื้อหาหรือกำหนดภารกิจขององค์กรสื่อเท่านั้น แต่ได้สะท้อนมุมมองต่อบทบาทของการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตยโดยรวม กล่าวคือ การสื่อสารถือเป็นทรัพยากรทางสังคมที่มีผลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของพลเมือง อุดมการณ์สื่อสารสาธารณะจึงตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าประชาชนทุกคนควรมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย ถูกต้อง และมีคุณภาพ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ในฐานะสมาชิกของสังคมที่ไม่จำกัดบทบาทให้เป็นเพียงผู้บริโภคเนื้อหาสื่อ

อุดมการณ์สื่อสารสาธารณะยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงวิพากษ์ที่ใช้ตั้งคำถามต่อกลไกตลาดและอำนาจรัฐ โดยชี้ให้เห็นข้อจำกัดของการให้สื่อมวลชนถูกกำหนดด้วยผลกำไรหรือผลประโยชน์ทางการเมืองเพียงฝ่ายเดียว การดำรงอยู่ของสื่อสารสาธารณะภายใต้อุดมการณ์ดังกล่าวจึงเป็นการสร้างดุลยภาพระหว่างเสรีภาพในการสื่อสารกับความรับผิดชอบต่อสังคม และเป็นการยืนยันว่าการสื่อสารสาธารณะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของพื้นที่สาธารณะและโครงสร้างประชาธิปไตย

1.1 ต้นกำเนิดของสื่อสาธารณะ

สื่อสาธารณะเกิดขึ้นในโลกนี้มากกว่า 90 ปี โดยประยุกต์หลักการกิจการกระจายเสียงและภาพสาธารณะตามแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) (Habermas, 1992) ทำให้เกิดสถาบันสื่อสาธารณะขึ้นในประเทศตะวันตกและได้รับการสนับสนุนจากการมีส่วนร่วม และปัจจัยต่าง ๆ ในประเทศ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ และหน่วยงานคุ้มครองที่มีระบบชัดเจน

สื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB) ได้รับการอธิบายในหลากหลายมิติ หนึ่งในนั้นคือการให้ความหมายจากเอกสารของ UNESCO ว่า

สื่อสาธารณะคือการกระจายเสียงและแพร่ภาพที่ถูกผลิต จัดหาเงินทุน และกำกับดูแลโดยสาธารณชน มิใช่สื่อเชิงพาณิชย์และมีได้อยู่ภายใต้การครอบครองของรัฐ เป็นอิสระจากการแทรกแซงทางการเมืองและแรงกดดันจากกลไกตลาด ผ่านกระบวนการของสื่อสาธารณะ พลเมืองได้รับการให้ข้อมูล ความรู้ และความบันเทิงควบคู่กันไป สื่อสาธารณะได้รับการรับประกันด้านพหุนิยม (Pluralism) ความหลากหลายของรายการ ความเป็นอิสระทางบรรณาธิการ แหล่งทุนที่เหมาะสม ระบบความรับผิดชอบ (Accountability) และความโปร่งใส สื่อสาธารณะทำหน้าที่เป็นรากฐานสำคัญของระบอบประชาธิปไตย

(Abbot, 2016, p. 6)

สื่อสาธารณะสามารถอธิบายได้โดยการพิจารณาด้านสถาบัน (Institution) เป็นเสมือนที่פקพิงในเชิงนามธรรม และด้านมุมมองปรัชญาที่สามารถแสดงความคิดต่อสาธารณะที่แตกต่างด้านภูมิหลังและระดับการศึกษา ทำให้ประชาชนสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชุมชนของตนเอง สื่อสาธารณะอาจถูกเรียกว่าเป็นสถาบันหนึ่งให้พื้นที่สำหรับประชาชนในการนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถือว่าเป็นศูนย์ข้อมูลที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเมื่อต้องการข้อมูล

สื่อสาธารณะนับเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำหรับหลายประเทศเพื่อการสร้างและการซ่อมแซมประชาธิปไตย Arriaza et al. (2015 อ้างถึงใน O'Neill, 2015) กล่าวว่าสื่อสาธารณะได้มีการนำไปใช้ในทวีปยุโรปตะวันตกเปรียบเป็นเหมือนหลักของกิจการกระจายเสียงและกระจายภาพ (Broadcast) ที่เป็นประชาธิปไตย สถาบันสื่อสาธารณะให้พื้นที่สำคัญการสนับสนุนกิจกรรมที่เป็นประชาธิปไตยในกลุ่มพลเมือง (Padovani & Tracey, 2003) และยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือสำหรับประเทศที่ประชาธิปไตยกำลังพัฒนา

กิจการสื่อสาธารณะถูกนิยามว่าเป็นปรัชญาสาธารณะที่ดำรงอยู่ได้เพราะเป็นการรับประกันการเข้าถึงข้อมูลที่เป็น และทำหน้าที่ให้บริการแก่ประชาชนทุกกลุ่มในสังคม จนถึงปัจจุบันการให้บริการข้อมูลของสื่อสาธารณะยังคงดำเนินการสอดคล้องกับแนวคิดดั้งเดิม ซึ่งเกิดจากความจำเป็นหลักคือการสร้างพื้นที่สาธารณะในฐานะเครื่องมือของสังคมประชาธิปไตย และการป้องกันความล้มเหลวของตลาด (Market failure) ในกรณีที่กลไกตลาดไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มได้ แล้วนำไปสู่การแทรกแซงของภาครัฐ

อุดมการณ์สื่อสาธารณะมีหลายองค์ประกอบทั้งในแง่ขององค์ประกอบอุดมการณ์ด้านสถาบัน (Institution) และปรัชญา ด้านหลักการสื่อสาธารณะ ได้แก่ ความเป็นอิสระขององค์กร ความหลากหลายของเนื้อหา และการเข้าถึงของประชาชน และโครงสร้างขององค์กรสื่อสาธารณะ โดยบทความนี้ได้นำเสนอสิ่งข้างต้นมานำเสนอเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กรณีของประเทศไทยเพื่อให้เห็นภาพของสื่อสาธารณะได้ชัดเจนมากขึ้น

1.2 พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)

เมื่อใช้คำว่า ‘พื้นที่สาธารณะ’ ผู้คนมักนึกถึงสถานที่ที่บุคคลสามารถรวมตัวและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันได้ แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Jürgen Habermas นักปรัชญาชาวเยอรมัน ซึ่งมองว่าพื้นที่สาธารณะเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างและครอบคลุมทุกภาคส่วน โดยเปิดโอกาสให้ปัจเจกบุคคลในฐานะสมาชิกของพื้นที่ส่วนตัวสามารถแลกเปลี่ยน แบ่งปัน และเชื่อมโยงแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของตนเข้าด้วยกัน (Susen, 2011) ขณะเดียวกัน พื้นที่ส่วนตัวยังสามารถขยายขอบเขตของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะได้ (Collins, 1992)

แนวคิดในลักษณะนี้ได้ถูกนำไปใช้ในหลายสาขา และเชื่อมโยงกับการใช้พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมของสังคมและสื่อมวลชน ซึ่งการนำแนวคิดของ Habermas มาใช้อธิบายความเป็นสื่อสาธารณะจะสะท้อนให้เห็นว่าสื่อสาธารณะเป็นพื้นที่ของการใช้เหตุผล (Rationality) และเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบอำนาจ (Power) โดยการใช้ความรู้ (Knowledge) ในกระบวนการสื่อสารทำให้สังคมดำเนินไปอย่างเป็นธรรม

สื่อสาธารณะได้ถูกมองว่าเป็นพื้นที่สาธารณะ เนื่องจากเป็นพื้นที่เปิดที่ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถกเถียง และแสดงความคิดเห็นของตนได้อย่างเสรี แนวคิดพื้นที่สาธารณะของ Habermas สะท้อนถึงอุดมคติแห่งยุคเรืองปัญญาและความหวังต่อการก่อรูปของรัฐประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของปัจเจกบุคคลที่มีมุมมองแตกต่างหลากหลาย จากการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ ศาสนา อาชีพ ชนชั้น และภูมิหลังที่แตกต่างกัน และกระบวนการทางการเมืองที่เกิดขึ้นจากพลเมืองและกลุ่มหรือองค์กรต่าง ๆ ภายในสังคม โดยพื้นที่สาธารณะนี้ได้ก่อให้เกิดบทบาทหน้าที่ของการกระจายภาพและเสียงสาธารณะในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

นอกจากนี้ สื่อกระจายภาพและกระจายเสียง (Broadcast media) ก็ยังเป็นตลาดแห่งความคิดและเป็นพื้นที่ให้ประชาชนได้แบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ของตน ดังคำกล่าวของ Livingstone & Lunt (1994) ว่าในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะอย่างรอบด้าน ปัจเจกบุคคลจำเป็นต้องลดหรือแยกเป้าหมายส่วนตัวออก เพื่อให้พื้นที่สาธารณะเป็นของสังคมโดยรวม ทั้งนี้สามารถเกิดขึ้นผ่านการที่ผู้เข้าร่วมในพื้นที่มีการอภิปรายร่วมกัน โดย Habermas เห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการก่อรูปสังคมเพื่อสร้างความคิดเห็นสาธารณะอย่างมีเหตุผล ซึ่งอาจตั้งคำถามหรือท้าทายอำนาจตามแบบแผนของปัจเจกชนหรือกลุ่มผลประโยชน์ได้

เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นกลไกเชื่อมโยง ซึ่ง Thomass (2003) ระบุว่า สื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของพลเมือง ความโปร่งใส และการเข้าถึงข้อมูลมาใช้ให้เกิดผล ขณะเดียวกัน ระบบราชการและกระบวนการตัดสินใจก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะด้วย สื่อมวลชนยังทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงประชาชนในสังคมเข้าด้วยกันในแง่ของเนื้อหาและการเข้าถึง ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับการอภิปรายเกี่ยวกับคุณค่าร่วมของสังคม

ยิ่งไปกว่านั้น พื้นที่สาธารณะเชื่อมโยงกับประเด็นสำคัญของประชาชนในการรวมตัวหรือการจัดองค์กร การสนทนา การถกเถียง การสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม และองค์กรของรัฐที่ทำหน้าที่รับใช้ประโยชน์สาธารณะ (Calhoun, 2011) ประเด็นดังกล่าวได้แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบของพื้นที่สาธารณะโดยรวม ซึ่งสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting) นับได้ว่าเป็นหนึ่งในพื้นที่สาธารณะที่ทำหน้าที่รับใช้สาธารณชนผ่านกระบวนการถกเถียงร่วมกัน และให้ประชาชนได้สร้างพื้นที่ในอุดมคติเพื่อการเข้าร่วม การอภิปราย และการโต้แย้งทางความคิด

พื้นที่สาธารณะยังถูกมองว่าเป็นสินค้าสาธารณะซึ่งมุ่งตอบสนองต่อประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ตามคำกล่าวของ O'Neill (2015) ที่ว่า สื่อสาธารณะสามารถนับได้ว่าเป็นสินค้าสาธารณะ (Public good) เนื่องจากเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้มีความหลากหลายทางความคิดเห็น เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารร่วมกัน และเข้าถึงประเด็นสำคัญในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ และเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมกับมุมมองที่แตกต่าง อันนำไปสู่ความเข้าใจที่หลากหลาย การตระหนักรู้ และความอดทนอดกลั้นระหว่างพลเมือง ตลอดจนทำหน้าที่ในการนำเสนอความบันเทิงทางวัฒนธรรมของสังคม ซึ่งคุณค่าสาธารณะ (Public values) ในแต่ละสังคมอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและประวัติศาสตร์ของสังคมนั้น

ทั้งนี้ สื่อสาธารณะในฐานะที่เป็นพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) สามารถสร้างพื้นที่อย่างกว้างขวางสำหรับบุคคลที่หลากหลายให้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ภายใต้กติกาที่เป็นกลาง เพื่อบรรลุเป้าหมายของคนส่วนใหญ่ภายในพื้นที่นั้น ในทางตรงกันข้าม หากผู้คนรวมตัวกันเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะและการกีดกันสิ้นสุดลง พื้นที่สาธารณะก็อาจเลือนหายหรือสลายไปได้ ซึ่งย่อมส่งผลให้พื้นที่สาธารณะมีข้อจำกัดหรือก่อให้เกิดปัญหา เมื่อนำมาใช้รองรับการแลกเปลี่ยนประเด็นอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในภายหลัง

1.3 สื่อสาธารณะเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจให้แก่ประชาชนในสังคมประชาธิปไตย

เนื่องจากสื่อสาธารณะเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารของพื้นที่สาธารณะ การเสริมพลังให้ประชาชนจึงทำให้เห็นชัดว่าสื่อสาธารณะได้ปฏิบัติหน้าที่ในการเป็นกลไกการเสริมสร้างวัฒนธรรมและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประชาธิปไตย ขณะเดียวกันนโยบายสื่อสาธารณะในทวีปยุโรปได้รับอิทธิพลจากการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบอย่างต่อเนื่อง การใช้สื่อสาธารณะจากสังคม ข้อกำหนดทางการเมืองของระบอบประชาธิปไตย ตลอดจนผลประโยชน์ของชาติและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ (Brevini, 2013) ซึ่งสื่อสาธารณะมีบทบาทสำคัญในบริบทประชาธิปไตยต่อการกำหนดนโยบาย สอดคล้องกับผลประโยชน์ของชาติและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้สื่อสาธารณะสามารถสร้างประโยชน์แก่สังคมประชาธิปไตยในการเติมเต็มหน้าที่การมีส่วนร่วมของประชาชนและการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

ในระยะแรก กิจกรรมสื่อสาธารณะมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนระบอบประชาธิปไตยและการนำเสนอแนวคิดประชาธิปไตยต่อสาธารณชน (Padovani & Tracey, 2003) โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผลประโยชน์ทางการเมืองและผลประโยชน์ของภาคธุรกิจ และจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการก่อร่างของพื้นที่สาธารณะสมัยใหม่ (Garnham, 1990 อ้างถึงใน Collins, 1992) ในทำนองเดียวกัน Bardoel & Brants (2003 อ้างถึงใน Bardoel d'Haenens, 2008) ได้ชี้ให้เห็นถึงความรับผิดชอบทางการเมืองของสื่อสาธารณะที่เชื่อมโยงกับระบอบประชาธิปไตย ความหลากหลายทางความคิด และการอภิปรายสาธารณะ รวมถึงเป้าหมายทางสังคมและวัฒนธรรมที่มุ่งตอบสนองต่อการบูรณาการและความเป็นปึกแผ่นของสังคม ตลอดจนการยึดโยงทางวัฒนธรรม ดังนั้น สื่อสาธารณะจึงเป็นเครื่องมือที่รับใช้ระบอบประชาธิปไตยและเชื่อมโยงผู้คนในสังคมเข้าด้วยกัน

Barnett (2009) และ Susen (2011) ต่างเห็นตรงกันว่า พื้นที่สาธารณะมีบทบาทสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาประชาธิปไตยอย่างสร้างสรรค์ ดังเช่นประเทศประชาธิปไตยส่วนใหญ่ก็มีสื่อสาธารณะเพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและถ่วงดุลการทำงานของรัฐบาล ส่วน Livingstone & Lunt (1994) กล่าวว่าพื้นที่สาธารณะเป็นกลไกหรือช่องทางที่เปิดโอกาสให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจรัฐกับประชาชนได้ ในฐานะที่สื่อเป็นตลาดข้อมูลข่าวสารที่ดำเนินการอย่างเป็นอิสระ สื่อสาธารณะยังสามารถเสริมพลังให้ประชาชนเชื่อมโยงและมีปฏิสัมพันธ์กับประเด็นสำคัญต่าง ๆ ภายในสังคม

ดังนั้น พื้นที่สาธารณะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมให้ประชาชนก้าวสู่การเป็นพลเมืองที่กระตือรือร้น (Active citizens) ในสังคมประชาธิปไตย พื้นที่สาธารณะถูกมองว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งมอบและเติมเต็มองค์ประกอบที่สังคมประชาธิปไตยพึงต้องการ ควบคู่ไปกับการคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเกี่ยวกับสื่อมวลชนซึ่งสนับสนุนการดำรงอยู่ของประชาธิปไตยให้เข้มแข็ง เช่นเดียวกับ Humphrey (1996) ที่มองว่า สื่อสาธารณะเป็นเครื่องมือสำคัญของประชาธิปไตย โดยต้องคุ้มครองเสรีภาพทางวิชาชีพของผู้สื่อข่าวจากอำนาจเจ้าของสื่อ ข้อมูลของรัฐ และการแทรกแซงทางการเมือง

ยิ่งไปกว่านั้น สื่อสาธารณะยังทำหน้าที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับสังคมในการจัดหาข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและอำนาจในการตัดสินใจของประชาชนด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็ถ่ายทอดองค์ความรู้และความสำเร็จของมนุษยชาติไปสู่ประชาชน (Scannell, 1990) เช่น ประชาชนสามารถประเมินว่าสื่อสาธารณะนำเสนอข้อมูลที่มีคุณภาพและได้ผลดีอย่างเหมาะสมหรือไม่ และสามารถสะท้อนความคิดเห็นกลับไปยังสื่อสาธารณะหรือหน่วยงานกำกับดูแลได้เพื่อให้เกิดบริบทของการมีส่วนร่วม แล้วข้อมูลยังนำไปใช้ในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การให้ข้อมูลแก่ประชาชนนี้ทำให้สื่อสาธารณะเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการเข้าถึงทรัพยากรด้านข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน

ในแต่ละบริบทกิจการสื่อสาธารณะแตกต่างกันอย่างมาก Padovani & Tracey (2003) กล่าวว่า ในสังคมประชาธิปไตยกิจการสื่อสาธารณะเป็นสถาบันที่เป็นพื้นที่เพื่อการสนับสนุนกิจกรรมด้านประชาธิปไตยของพลเมือง ในมุมมองทางสังคมสื่อสาธารณะเป็นหนึ่งในพื้นที่สาธารณะที่ปกป้องและสนับสนุนสิทธิของประชาชน โดยหลักการของสื่อสาธารณะอยู่ภายใต้หลักความเป็นสากล (Universality) การเข้าถึง (Accessibility) และความหลากหลาย (Pluralism) ของเนื้อหารายการสำหรับหลายกลุ่มคน ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเพื่อประโยชน์สาธารณะ

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) นำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายความสัมพันธ์กับสื่อสาธารณะได้อย่างมาก เนื่องจากสื่อสาธารณะเป็นพื้นที่ที่ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ทางสังคมพร้อมกับประเด็นความกังวลที่หลากหลาย ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ไม่อาจนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกบริบท แม้ในเชิงทฤษฎีแนวคิดพื้นที่สาธารณะจะเป็นอุดมคติของสื่อสาธารณะ แต่อุดมการณ์ทางการเมืองของแต่ละประเทศอาจเป็นข้อจำกัดหรืออุปสรรคต่อการนำแนวคิดนี้ไปใช้

โดยสรุป แนวคิดอุดมการณ์สื่อสาธารณะ หมายถึง พื้นที่สาธารณะที่เปิดให้เกิดการสื่อสารอย่างกว้างขวางโดยคำนึงปัจเจกบุคคลที่มีความแตกต่างในบริบทอันมีปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เกี่ยวข้อง พื้นที่สาธารณะนี้มีแนวคิดที่ส่งเสริมพลังของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย องค์ประกอบอุดมการณ์สื่อสาธารณะนี้มีรากฐานจากนักวิชาการคนสำคัญอย่าง Habermas ผู้นำเสนอพื้นที่สาธารณะอันสะท้อนออกมาเป็นสื่อสาธารณะที่เป็นพื้นที่ในการใช้เหตุผล (Rationality) เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบอำนาจ (Power) โดยการใช้ความรู้ (Knowledge) ในกระบวนการสื่อสารทำให้สังคมดำเนินไปอย่างเป็นธรรม โดยผู้เขียนนำมาเพื่อวิเคราะห์สื่อสาธารณะของประเทศไทยที่เป็นพื้นที่ที่กำลังในการสื่อสาร

ขณะเดียวกัน แนวคิดสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting) ยังมีความแตกต่างจากแนวคิด Public Interest Media ในแง่มุมมองของขอบเขตของสื่อที่นำเสนอโดย Public Interest Media ครอบคลุมสื่อที่หลากหลายมากกว่า แง่มุมจุดมุ่งหมายที่ Public Interest Media เน้นการนำเสนอข้อมูลที่มุ่งเน้นประโยชน์โดยรวม แต่สื่อสาธารณะ (PSB) มีการบริการสาธารณะผ่านโครงสร้างเฉพาะ และแง่มุมความเป็นเจ้าของที่ Public Interest Media อาจเป็นองค์กรที่ยึดประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้ง แต่สื่อสาธารณะ (PSB) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

ดังนั้น สื่อสาธารณะจึงถือเป็นสถาบันของพลเมืองเนื่องจากความเป็นอิสระในการบริหารจัดการจากรัฐและตลาด ความหลากหลายในการแสดงความคิดเห็น การเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มคนชายขอบ และการเป็นเวทีสาธารณะในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเสรีและเท่าเทียมกัน

1.4 ภาระความรับผิดชอบของสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting Obligations) ในมิติของผู้รับสารและเนื้อหา

สื่อสาธารณะแต่ละแห่งมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลากหลายประการ รวมถึงหลักการเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบริบทของแต่ละประเทศและแต่ละองค์กร ทั้งนี้ เป้าหมายหลักของสื่อสาธารณะควรมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของผู้รับสารมากกว่าการแสวงหาผลกำไรสามารถอธิบายได้ในแง่มุมของเนื้อหาและผู้รับสาร โดย Garnham (1990 อ้างถึงใน Collins, 1992) เสนอว่า หลักการของสื่อสาธารณะควรได้รับการให้ความสำคัญมากกว่ามุมมองเชิงตลาด โดยเฉพาะในแง่การจัดสรรสินค้าสาธารณะ (Public goods) ให้แก่พลเมืองทุกคนอย่างเท่าเทียม และพลเมืองต้องสามารถเข้าถึงความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร และการศึกษาที่มีคุณภาพได้ในวงกว้าง

ตามหลักการของสื่อสาธารณะในมิติเนื้อหาและผู้รับสาร สื่อสาธารณะจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาเพื่อสนองตอบต่อผู้รับสาร ดังที่ Bardoel & d'Haenens (2008) มองว่า หน้าที่หลักของสื่อสาธารณะ คือ การจัดให้มีข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา และวัฒนธรรมที่เข้าถึงได้ง่าย มีความน่าเชื่อถือ และมีต้นทุนต่ำ พร้อมทั้งนำเสนอรายการที่ตอบสนองรสนิยมและความสนใจของกลุ่มคนส่วนน้อย โดยทั่วไปมักถูกละเลยโดยสื่อเชิงพาณิชย์ ซึ่งเน้นหลักการสำคัญและจัดจำแนกวัตถุประสงค์ของสื่อสาธารณะแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ ได้แก่ ความเป็นสากล (Universality) และพหุนิยม (Pluralism) สะท้อนออกมาผ่านเนื้อหารายการที่มีความหลากหลาย (Diversity) ของเนื้อหารายการโดยสื่อสาธารณะต้องทำหน้าที่รองรับพลเมืองทุกกลุ่ม สะท้อนความหลากหลายของสังคม นำเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพ รักษาความเป็นอิสระด้านบรรณาธิการ และมีความเป็นอิสระทางการเงิน

ขณะที่ Steemers (2001 อ้างถึงใน Steemers, 2003) ยืนยันว่า หลักการด้านความหลากหลายหรือพหุนิยม การให้บริการแบบสากล และการธำรงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นหัวใจของการนำแนวคิดสื่อสาธารณะไปใช้ ขณะที่ Blumler (1994) ระบุว่า สื่อสาธารณะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น ความหลากหลาย พหุนิยม บทบาททางวัฒนธรรม บทบาทในพื้นที่ทางการเมือง และความไม่เป็นเชิงพาณิชย์

1) มุมมองด้านผู้รับสาร

หนึ่งในความรับผิดชอบหลักของสื่อสาธารณะ คือ การรับรองว่าประชาชนทุกคนได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม การที่สื่อสาธารณะเน้นย้ำความแตกต่างของผู้คนในสังคมและไม่ขัดแย้งกับความเสมอภาค แต่เป็นเงื่อนไขสำคัญของสังคมประชาธิปไตย เนื่องจากผู้คนมีภูมิหลังที่หลากหลายและแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านเนื้อหารายการ ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับความแตกต่างในสังคม

หลักการด้านการเข้าถึง (Accessibility) กำหนดให้ประชาชนในพื้นที่ชนบทสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายเช่นเดียวกับประชาชนในเขตเมือง โดยคำนึงถึงรูปแบบการดำรงชีวิต รายได้ เชื้อชาติ เพศ และภูมิหลังทางสังคม การเข้าถึงจึงหมายถึงเนื้อหาที่นำเสนอต้องสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและเข้าใจได้ง่าย ส่วนการเข้าถึงแบบสากล (Universal access) หมายถึงการจัดให้มีรายการที่ครอบคลุมความสนใจที่หลากหลาย และเปิดให้ทุกคนรับชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Raboy, 2006)

ทั้งนี้ สื่อสาธารณะยังมีบทบาทในการสนับสนุนสิทธิด้านการสื่อสารของประชาชนด้วย Michalis (2016) เช่นเดียวกับ Iosifidis (2010) กล่าวว่า สื่อที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางซึ่งแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ สามารถส่งเสริมสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล การกระจายทรัพยากรและอำนาจทางการสื่อสารอย่างเท่าเทียม ตลอดจนเพิ่มระดับความไว้วางใจและความเข้าใจในสังคมร่วมสมัย การเข้าถึงรายการด้านการศึกษาอย่างเท่าเทียม ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนทุกคน ความเป็นสากลและความพร้อมในการเข้าถึงของสื่อสาธารณะช่วยคำนวณการทำงานของสังคมประชาธิปไตย ผ่านคุณลักษณะด้านความเป็นกลาง ความถูกต้อง และการไม่ยึดโยงกับกลไกตลาด ซึ่งการเข้าถึงเนื้อหาจึงหมายถึงความเข้าใจได้ง่ายของสารและความเหมาะสมของเทคโนโลยีในแต่ละพื้นที่ สื่อสาธารณะจำเป็นต้องคำนึงถึงระดับเทคโนโลยีของผู้รับสารเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ สื่อสาธารณะจำเป็นต้องประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ เช่น ผู้ผลิตอุปกรณ์รับสัญญาณและผู้ให้บริการโครงข่าย เพื่อให้มั่นใจว่าประชาชนสามารถเข้าถึงช่องทางของสื่อสาธารณะได้อย่างแท้จริง

2) มุมมองด้านเนื้อหา

ในเชิงเนื้อหา รายการของสื่อสาธารณะต้องสะท้อนการมุ่งเป้าไปยังกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลาย ตรงกันข้ามกับสื่อเชิงพาณิชย์ที่มักละเลยกลุ่มคนส่วนน้อยหรือประเด็นทางเพศ เนื่องจากไม่คุ้มค่าเชิงธุรกิจ ทั้งในแง่ต้นทุนการผลิตและจำนวนผู้รับสารที่ไม่สามารถดึงดูดโฆษณาได้

สื่อสาธารณะสามารถนำเสนอเนื้อหา รายการที่หลากหลายทั้งในด้านรูปแบบและข้อมูล รูปแบบรายการอาจแตกต่างกันไปตามระดับความคิดสร้างสรรค์ บุคลากร เทคโนโลยี และกระบวนการผลิต ข้อมูลข่าวสารก็เป็นองค์ประกอบสำคัญที่แสดงถึงความหลากหลายของเนื้อหาผ่านช่องทางสื่อที่แตกต่างกันเพื่อเข้าถึงผู้ชมหลายกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนชายขอบหรือชนกลุ่มน้อย ซึ่งคุณค่าหลักของสื่อสาธารณะเป็นตัวกำหนดประเภทของรายการที่นำเสนอ ทั้งต่อมวลชน กลุ่มคนส่วนน้อย และกลุ่มทางสังคมที่ไม่ได้รับการตอบสนองจากโครงสร้างสื่อในปัจจุบัน (Scannell, 1990) ด้วยเหตุนี้ หน้าที่ของสื่อสาธารณะ คือ การจัดทำรายการที่สอดคล้องกับคุณค่าทางสังคมและประโยชน์สาธารณะ พร้อมให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ประชาชน

หน่วยวิจัยด้านการแพร่ภาพและกระจายเสียงของสหราชอาณาจักร (Broadcasting Research Unit: BRU) ระบุว่า นโยบายสื่อสาธารณะต้องรับผิดชอบต่อความเป็นสากลทางภูมิศาสตร์ การตอบสนองต่อความสนใจที่หลากหลาย การรองรับชนกลุ่มน้อย การสร้างอัตลักษณ์ชาติและชุมชน ความเป็นอิสระจากรัฐและผลประโยชน์ทุน การระดมทุนแบบถ้วนหน้า และการแข่งขันเพื่อคุณภาพมากกว่าปริมาณรายการ (Humphrey, 1996; Raboy, 2006; Tracey, 1998) ความหลากหลายของเนื้อหาอาจกลายเป็นภาระสำหรับองค์กรสื่อสาธารณะในการดำเนินงาน Steemers (2003) ชี้ว่า หลักการด้านพหุนิยมและความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นความคาดหวังของสถาบันสื่อสาธารณะในยุคปัจจุบัน ขณะเดียวกัน สื่อสาธารณะยังต้องระมัดระวังการแทรกแซงเนื้อหา รายการจากอำนาจทางธุรกิจและการเมือง

Tracey (1998) เสนอหลักการของสื่อสาธารณะ ได้แก่ ความเป็นสากลในการเข้าถึง ความเป็นสากลด้านความน่าสนใจ การรองรับชนกลุ่มน้อย การทำหน้าที่ในพื้นที่สาธารณะ การส่งเสริมการศึกษา ความเป็นอิสระจากผลประโยชน์แอบแฝง และการแข่งขันเพื่อคุณภาพของรายการ แนวคิดนี้เชื่อมโยงกับทฤษฎีพื้นที่สาธารณะของ Habermas ซึ่งมุ่งให้สื่อรับใช้ผลประโยชน์ที่หลากหลายโดยไม่ถูกครอบงำจากการจัดการเชิงสถาบัน

เนื้อหาของสื่อสาธารณะควรตอบสนองทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เนื้อหาในระดับท้องถิ่นช่วยให้ประชาชนเข้าใจบริบทของตนเอง ขณะที่เนื้อหาในระดับชาติช่วยเชื่อมโยงประชาชนกับนโยบายและอำนาจส่วนกลาง ซึ่งเอื้อต่อการมีส่วนร่วมทางสังคมและการเมือง ทั้งนี้ การประเมินภาระหน้าที่ของสื่อสาธารณะต้องอาศัยทั้งผู้รับสาร

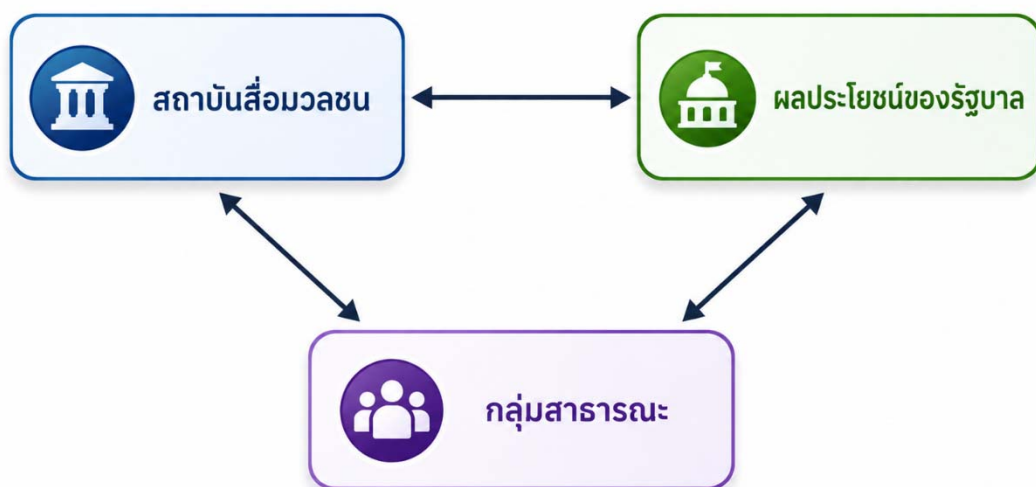
หน่วยงานกำกับดูแล และกลุ่มทางสังคมอื่น ๆ เพื่ออ้างไว้ซึ่งความหลากหลายและคุณค่าของสื่อสาธารณะอย่างแท้จริง

2. ระบบสื่อมวลชนที่แตกต่างกันกับการวางบทบาทสื่อสาธารณะในแต่ละบริบท

ในบริบทของสื่อโลก (Global media) จำเป็นต้องยอมรับว่าระบบการเมืองของประเทศหนึ่งส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อรูปแบบการดำเนินงานของสื่อมวลชน ระบบสื่อปรากฏผ่านระบบการเมืองที่ปกครองประเทศนั้น ๆ นักวิชาการหลายคน ได้แก่ McCargo (2012 อ้างถึงใน Masduki, 2017) และ McQuail (2013 อ้างถึงใน Masduki, 2017) เห็นร่วมกันว่า สื่อมวลชนกับการเมืองมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและส่งอิทธิพลต่อกันและกัน สิ่งสำคัญคือไม่สามารถอธิบายสื่อมวลชนด้วยเหตุผลทางตลาดหรือเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมองสื่อมวลชนในฐานะสถาบันทางสังคมและการเมืองที่มีปฏิสัมพันธ์กับอำนาจรัฐ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ และพลเมือง

ก่อนยุคสงครามเย็น โลกการเมืองถูกมองเป็นสองขั้วหลัก คือ “ซ้าย-ขวา” ภายใต้ภูมิทัศน์ดังกล่าว ประกอบด้วยเสรีนิยม (Liberalism) คอมมิวนิสต์และสังคมนิยม (Communism and Socialism) และอนุรักษนิยม (Conservatism) รวมถึงฟาสซิสต์ (Fascism) แต่ละประเทศมีสัดส่วนความเข้มข้นของอุดมการณ์เหล่านี้ต่างกันส่งผลให้ระบบสื่อมวลชนแตกต่างกันไป บางประเทศรัฐควบคุมสื่ออย่างเข้ม โดยเฉพาะประเทศที่อยู่ในระบอบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ ขณะที่สื่อมวลชนอีกจำนวนมากพึ่งพารายได้จากโฆษณา และสื่อมวลชนกระแสหลักบางส่วนได้ประโยชน์จากโครงสร้างรายได้นี้จนกลายเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ที่ครอบงำตลาด

การทำงานของสถาบันสื่อไม่ได้โดดเดี่ยว แต่ดำรงอยู่ในความสัมพันธ์ระหว่าง (1) สถาบันสื่อ (Media institutes) (2) ผลประโยชน์ของรัฐบาล (Government interests) และ (3) กลุ่มสาธารณะ (Public groups) จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ระบบสื่อจะเป็นพื้นที่ต่อรองระหว่างอำนาจและความคาดหวังสาธารณะ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อมวลชน ผลประโยชน์ของรัฐบาล และกลุ่มสาธารณะ
ที่มา : ภาพโดยภาณินี บุญเลิศ

2.1 การเปรียบเทียบระบบสื่อ

ในโลกตะวันตกเครื่องมือวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบมักผูกกับระบบการเมืองและแนวคิดทฤษฎี ในบทความวิชาการนี้ระดับการเมืองถูกใช้ในการวิเคราะห์เชื่อมโยง เพราะความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับวาระทางการเมืองมีความชัดเจนและสามารถเป็นแกนในการกำหนดนโยบายสื่อ Tunstall (2004) เสนอว่า ในการเปรียบเทียบระบบสื่อควรพิจารณาโครงสร้างสื่อและผู้ชม ความเป็นเจ้าของ การพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ประเด็นนโยบายและโครงการสำคัญ ซึ่งแตกต่างกันไปตามสังคม วัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ และประวัติศาสตร์ชาติ ขณะที่ Vartanova et al. (2011) ชี้ว่า ภูมิทัศน์สื่อมวลชนยุโรปได้รับผลกระทบจากการผนวกรวมกันของเทคโนโลยี (Technological convergence) การเพิ่มจำนวนช่องทางสื่อ รูปแบบการกระจายเนื้อหาที่เปลี่ยนไป การแตกกระจายของผู้ชม แหล่งทุน และตลาดโลกาภิวัตน์

ยกตัวอย่าง รูปแบบตลาดเสรี (Free market model) เชื่อมโยงกับประชาธิปไตยเสรีนิยมแบบทุนนิยมสมัยใหม่ ซึ่งตั้งอยู่บนแนวคิดเสรีภาพสื่อ (Free press) McQuail (1987 อ้างถึงใน Humphreys, 1996) เสนอว่า สื่อมวลชนในระบบนี้อาจเป็นได้ทั้งสื่อแบบครอบงำ (Dominant media) คือ สื่อถูกควบคุมโดยชนชั้นปกครอง อำนาจการควบคุมสื่อถูกรวมศูนย์อยู่ในมือของกลุ่มผลประโยชน์ขนาดใหญ่จำนวนน้อย และสื่อแบบพหุนิยม (Pluralistic media) คือ เน้นกรอบสังคมและสถาบันที่มีกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง สังคม และวัฒนธรรมแข่งขันกัน ทำให้อำนาจถ่วงดุลระหว่างแหล่งอิสระหลายแหล่ง ผลผลิตสื่อในสังคมพหุนิยมมีความสร้างสรรค์และปราศจากการบังคับ การเซ็นเซอร์ (Censor) และการครอบงำทางเนื้อหา แม้สังคมพหุนิยมจะส่งเสริมความหลากหลาย แต่โครงสร้างอำนาจก็ยังปรากฏให้เห็น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในมือทุนขนาดใหญ่ สื่อของรัฐได้รับอิทธิพลจากผลประโยชน์ของรัฐบาล ระบบสื่อยุโรปตะวันตกมักถูกมองว่าเป็นพหุนิยม โดยมีกฎระเบียบและนโยบายที่ส่งเสริมความหลากหลาย มีความเปิดเผย ตรวจสอบได้ และเอื้อเสรีภาพต่อความคิดสร้างสรรค์

นอกจากนี้ McQuail (1994 อ้างถึงใน Hardy, 2008) ยังเสนอการแบ่งแนวคิดระบบสื่อออกเป็น 2 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการพัฒนา (Development theory) สำหรับประเทศกำลังพัฒนา และทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Democratic-participant theory) สำหรับประเทศประชาธิปไตย บทความชิ้นนี้จะนำเสนอระบบสื่อมวลชนเปรียบเทียบจากหลากหลายแนวคิดทฤษฎีเพื่อสามารถสื่อสารในการประยุกต์ใช้ในบทความนี้

2.1.1 ทฤษฎีสามโมเดลของ Hallin & Mancini

Hallin & Mancini (2012) เสนอกรอบการเปรียบเทียบระบบสื่อมวลชนด้วย 4 มิติ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบที่อาจเหมาะกับช่วงเวลาหนึ่งหรือควรเพิ่มมิติอื่นประกอบ เช่น ศักยภาพเทคโนโลยีและการรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) สภาพเศรษฐกิจ เงินอุดหนุน และความน่าเชื่อถือทางการเมือง ได้แก่

- 1) ระดับและรูปแบบการพัฒนาตลาดสื่อ (Media market development) เริ่มตั้งแต่สื่อที่ปลอดการเซ็นเซอร์ (Censor) ไปจนถึงสื่อที่ถูกควบคุมอย่างเข้มข้น
- 2) การคู่ขนานทางการเมือง (Political parallelism) เป็นระดับความเชื่อมโยงระหว่างพรรคหรือกลุ่มการเมืองกับสื่อ ซึ่งสะท้อนผ่านการแบ่งขั้วทางการเมืองและสื่อในระบบอำนาจ
- 3) ความเป็นวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์ (Journalistic professionalism) ทั้งด้านจริยธรรมและบทบาทในการให้ข้อมูล การศึกษา การโน้มน้าว และการให้ความบันเทิง
- 4) ระดับและรูปแบบการแทรกแซงของรัฐ (State intervention) ผ่านนโยบายและกฎระเบียบ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาหรือโครงสร้างสื่อ

โมเดลที่ 1 แบบเสรีนิยม (Liberal/North Atlantic)

โมเดลเสรีนิยมพบในประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา สหราชอาณาจักร และไอร์แลนด์ แม้ว่าสื่อมวลชนของสหรัฐอเมริกาก็จะเป็นเชิงพาณิชย์สูงมาก ขณะที่สหราชอาณาจักรมีสื่อสาธารณะเป็นกระแสหลัก มีแนวคิดวัตถุประสงค์ของข่าว (Objective journalism) แบบแยกตัวจากการเมืองที่พัฒนาอย่างมาก ลักษณะสำคัญ คือ แรงขับเคลื่อนตลาดและสื่อพาณิชย์ เสรีภาพสื่อ สื่อมวลชนพัฒนาเร็ว แรงกดดันเชิงพาณิชย์สูง ความเป็นวิชาชีพนักข่าวเข้มแข็ง การคู่ขนานทางการเมือง (Political parallelism) ต่ำ บทบาทรัฐจำกัด และการตรวจสอบอำนาจรัฐ อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนอาจเป็นตัวแทนของกลุ่มการเมืองและกลุ่มสังคมที่ไม่หลากหลายเพียงพอ โดยเฉพาะในกลุ่มคนชายขอบ

โมเดลที่ 2 แบบพหุนิยมเชิงขั้ว (Polarized Pluralist/Mediterranean)

โมเดลนี้เกิดในสังคมชนบทช่วงก่อนกลางทศวรรษ 1970 ที่ยังมีความสัมพันธ์แบบศักดินา ชนชั้นขุนนางที่ดิน และแหล่งอำนาจนิยมสูง ต่อมาแม้จะเปลี่ยนสู่ความเป็นเสรีนิยมมากขึ้น แต่รัฐยังมีบทบาทสูง สื่อจึงผูกกับการเมืองแบบพรรคพวก ความเป็นวิชาชีพและความเป็นอิสระของนักข่าวมีจำกัด การพัฒนาสื่อพาณิชย์ค่อนข้างต่ำ หนังสือพิมพ์รับใช้ชนชั้นนำ และสื่อโทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่ครอบงำตลาด พบในประเทศกรีซ สเปน โปรตุเกส อิตาลี ฝรั่งเศสในบางพื้นที่ และประเทศแถบเมดิเตอร์เรเนียน ต่อมา Hallin & Mancini (2012) ชี้ว่าโมเดลนี้ถูกนำไปอธิบายกับประเทศอื่นนอกทวีปยุโรปที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่โมเดลเสรีนิยม ซึ่งมักมีการรู้หนังสือต่ำ รัฐควบคุมสูง สื่อมวลชนถูกแทรกแซงจนมีอคติ และทำหน้าที่เป็นเครื่องมือของรัฐหรือทุน แต่ก็ยังมีองค์ประกอบพหุนิยมและความเป็นวิชาชีพของสื่อมวลชนบางส่วน

โมเดลที่ 3 แบบบรรษัทนิยมประชาธิปไตย (Democratic Corporatist/North and Central Europe)

โมเดลนี้มีการหมุนเวียนสูง (Circulation) ของหนังสือพิมพ์ และความเป็นวิชาชีพผู้สื่อข่าวสูง พบในประเทศเยอรมนี ออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์ สแกนดิเนเวีย และเบลลักซ์ แม้ในอดีตสื่อมวลชนจะอยู่คู่ขนานกับการเมืองสูง แต่มีปัจจัยด้านความหลากหลาย และการผลิตรายการที่เน้นการให้ความคิดเห็นและความเป็นกลางเชิงวิชาชีพที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีการแทรกแซงสื่อมวลชนของรัฐก็เข้าไปเพื่อคุ้มครองเสรีภาพสื่อและส่งเสริมการพัฒนา ไม่ใช่การใช้สื่อเป็นเครื่องมือทางการเมืองและเศรษฐกิจ

2.1.2 ทฤษฎีสื่อสี่แบบ (Four Theories of the Press) ของ Siebert et al.

Siebert et al. (1984 อ้างถึงใน Hallin & Mancini, 2004) เสนอทฤษฎี 4 แบบ โดยแต่ละแบบเน้นบทบาทรัฐต่อสื่อเป็นแกนหลัก คือ

1) อำนาจนิยม (Authoritarian) เป็นรูปแบบที่แพร่หลายในเชิงประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ มีในยุโรป เอเชีย แอฟริกา และลาตินอเมริกา วิธีสำคัญคือการเซ็นเซอร์และการควบคุมผ่านใบอนุญาตโดยรัฐตรวจสอบก่อนเผยแพร่ ทำให้รัฐรวมศูนย์อำนาจสื่อมวลชนได้ แต่รูปแบบนี้เริ่มควบคุมสื่อมวลชนเอกชนได้ยากขึ้นในบางบริบท แม้ระบบสื่อจะเปลี่ยนผ่านสู่ประชาธิปไตยได้ แต่ในประเทศที่รัฐเคร่ง โมเดลอำนาจนิยมยังทำงานได้ดี

2) คอมมิวนิสต์โซเวียต (Soviet Communist) คล้ายอำนาจนิยมแต่รัฐควบคุมมากกว่า โดยรัฐหรือพรรคคอมมิวนิสต์ผูกขาดช่องทางสื่อสารมวลชนทั้งหมด ความต่างที่สำคัญคืออำนาจนิยมควบคุมผ่านรัฐในเชิงบริหาร แต่โซเวียตคอมมิวนิสต์แทรกอยู่ในทุกมิติชีวิตของพลเมือง สื่อมวลชนทำหน้าที่แทนพรรค ข้อมูลที่อนุญาตเท่านั้นจึงสามารถถูกเผยแพร่ในปัจจุบันแทบไม่พบในประเทศตะวันตก แต่ยังทำงานในประเทศอย่างเกาหลีเหนือ

3) เสรีนิยม (Libertarian) เน้นเสรีภาพพลเมืองและพึ่งพาตลาดสูง สื่อเชิงพาณิชย์ที่เติบโตจากอุปสงค์-อุปทานและโฆษณาปริมาณมาก เสรีภาพสื่อเอกชนสามารถต้านรัฐได้ระดับหนึ่ง แต่ปัญหาคือความล้มเหลวของตลาด (Market failure) ทำให้สาธารณะเข้าถึงข้อมูลเชิงสาระยาก และสื่อมวลชนอาจตอบสนองกำไรเป็นหลัก อีกทั้งอำนาจสื่ออาจกระจุกในกลุ่มคนรวยหรือบริษัทใหญ่ส่งผลให้ข้อมูลที่เปื้อนประโยชน์ต่อประชาธิปไตยลดลง ตัวอย่างเช่นสหรัฐอเมริกา

4) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social responsibility) เกิดจากการวิจารณ์สื่อเอกชนและปัญหาว่าสื่อมวลชนไม่ได้รับใช้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มคนชายขอบ โมเดลนี้พยายามแก้ไขข้อบกพร่องของเสรีนิยม (Libertarian) โดยทำให้สื่อมวลชนมีหน้าที่นำเสนอข้อมูลที่จำเป็นต่อสาธารณะและเป็นตัวแทนกลุ่มที่ถูกมองข้าม รัฐมีสิทธิแทรกแซงเพื่อนำเสนอข้อมูลสาธารณะ แต่เป็นการแทรกแซงในแบบที่ไม่ทำลายเสรีภาพ เช่น การให้เงินอุดหนุนหรือมีอัตราภาษีในระดับต่ำ ประเทศในทวีปยุโรปตะวันตกได้ทำให้เกิดการส่งเสริมสื่อสาธารณะอย่างจริงจังและสหภาพยุโรป (EU) มีนโยบายกระตุ้นประเทศสมาชิกให้ดำเนินการในรูปแบบสื่อสาธารณะ

ทฤษฎีนี้ของ Siebert et al. เน้นหนังสือพิมพ์เป็นศูนย์กลางและค่อนข้างล้าสมัย ไม่ครอบคลุมเศรษฐกิจและความสัมพันธ์เชิงซับซ้อนระหว่างสื่อกับอำนาจการเมืองและเศรษฐกิจ และวิเคราะห์แค่เสรีภาพสื่อเป็นหลัก โดยไม่ขยายไปมิติอื่น เช่น ทรัพยากรเทคโนโลยี ระดับความเป็นเมือง หรือปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม ซึ่ง Hardy (2008) เห็นว่ามีผลต่อระบบสื่ออย่างมาก

2.1.3 ทฤษฎีการจำแนกระบบสื่อระดับโลกพร้อมระดับคะแนนเสรีภาพของ Blum

Blum (2005 อ้างถึงใน Dobek-Ostrowska et al., 2010) เสนอว่า การวิเคราะห์ระบบสื่อมวลชนโดยดูระบบการเมือง ลักษณะวัฒนธรรม เสรีภาพสื่อ ความเป็นเจ้าของ การเงิน ปรัชญาสื่อ และแนวโน้มการวางตัวของสื่อพร้อมทั้งจัดกลุ่มตามภูมิภาคทั่วโลกและให้คะแนน (Grading system) ที่สะท้อนระดับความเสรีของสื่อ แบ่งเป็น 6 แบบ ได้แก่

2) ยุโรปใต้/ระบบอุปถัมภ์-ลูกค้าสัมพันธ์ (Southern European/Clientelism) เช่น โปรตุเกส สเปน กรีซ มอลตา ไซปรัส และบางประเทศยุโรปตะวันออก สื่อเชิงพาณิชย์เด่น สิ่งพิมพ์เน้นชนชั้นนำ เรียกว่า Clientelism เพราะสื่ออยู่ใต้จากโฆษณาและการรับใช้ชนชั้นนำ ระดับเกรด B

3) ยุโรปเหนือ/บริการสาธารณะ (Northern European/Public Service) เช่น เยอรมนี สแกนดิเนเวีย เบนลักซ์ ฝรั่งเศส และเอสโตเนียบางส่วน เน้นผลผลิตเชิงบริการสาธารณะทั้งกระจายเสียงและสิ่งพิมพ์ ระดับเกรด A/B

4) ยุโรปตะวันออก/ช็อก (Eastern European/Shock) มีลักษณะรัฐมีความเข้มแข็งและแทรกแซงสื่อสูง เสรีภาพสื่อถูกคุกคาม และสื่อเซ็นเซอร์ตัวเอง เช่น รัสเซีย ยูเครน เบลารุส อิหร่าน และตุรกี ระดับเกรด B

5) อาหรับ-เอเชีย/รักชาติ-พัฒนา (Arab-Asian/Patriot) สื่อช่วยสนับสนุน “การพัฒนา” มีการเซ็นเซอร์สูง สื่อรับรู้สิ่งที่ต้องเซ็นเซอร์เพื่อเป้าหมายรัฐ เช่น อียิปต์ ซีเรีย ตูนิเซีย โมร็อกโก และอินโดนีเซีย ระดับเกรด B/C

6) เอเชีย-แคริบเบียน/สั่งการ (Asian-Caribbean/Command) รัฐควบคุมสื่อเบ็ดเสร็จ แต่ใช้กลไกตลาดหารายได้บางส่วน และเชื่อมกับการเมืองเผด็จการ เช่น จีน เกาหลีเหนือ เวียดนาม เมียนมา (ช่วงก่อนเลือกตั้งปี ค.ศ. 2010) และคิวบา ระดับเกรด C

เมื่อพิจารณาแต่ละทฤษฎีของระบบสื่อเปรียบเทียบ (Comparative media systems) ทฤษฎีของ Blum มีข้อดีคือมีรายละเอียดสูงและใช้ได้กับประเทศแถบตะวันตก และเกรดที่ช่วยให้เห็นระดับอำนาจรัฐเหนือสื่อมวลชน แต่มีข้อจำกัดคือการให้เกรดอาจมีอคติ มาตรฐานไม่เท่ากัน และไม่ได้จัดประเด็นด้านวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีหลายประเภทจนรายละเอียดทับซ้อนกัน แต่ทฤษฎีของ Hallin & Mancini (2004) เป็นการจัดกลุ่มในระดับกว้างและเน้นประเทศตะวันตก และ Four Theories ของ Siebert (1984 อ้างถึงใน Hallin & Mancini, 2004) เน้นที่ระบบการเมืองและให้รายละเอียดไม่มาก ซึ่งโมเดลที่เหมาะสมกับระบบสื่อมวลชนแบบใดอาจต้องมีการผสมผสานและดัดแปลงจากหลายทฤษฎี มีประโยชน์ในการระบุระบบสื่ออย่างชัดเจน ได้แก่ ตลาดสื่อ ความคู่ขนานของสื่อกับการเมือง ความเป็นวิชาชีพสื่อสารมวลชน และการแทรกแซงของรัฐ ซึ่งแต่ละประเทศจะมีระดับในแต่ละมิตินี้ต่างกันตามบริบทการเมืองและสังคม

2.2 ระบบสื่อมวลชนและความท้าทายของสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ระบบสื่อมวลชนในโลกตะวันตกและโลกตะวันออกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านการเมือง วัฒนธรรม โครงสร้างประชากร และภูมิศาสตร์ การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของระบบสื่อมวลชนได้ช่วยให้เข้าใจความแตกต่างและความคล้ายคลึงของระบบสื่อได้อย่างเป็นระบบ เพื่อฉายภาพให้เห็นประเด็นสำคัญที่สื่อสาธารณะต้องเผชิญอันจะสามารถจัดอุปสรรคและบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในบริบทที่แตกต่างกัน

ด้านความแตกต่างทางการเมือง (Political differences) ประเทศในโลกตะวันตกส่วนใหญ่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา แม้ว่าจะมีรูปแบบของรัฐบาลที่แตกต่างกันไป แนวคิดการจำแนกระบบสื่อของ Hallin & Mancini (2004) ซึ่งประกอบด้วยแบบพหุนิยมเชิงขั้ว (Polarized pluralist) แบบบรรษัทนิยมประชาธิปไตย (Democratic corporatist) และแบบเสรีนิยม (Liberal) ล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตยในระดับต่าง ๆ และเอื้อให้ระบบสื่อสามารถดำเนินงานได้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละประเทศ ขณะที่สหรัฐอเมริกา มีระบบการเมืองแบบเสรีนิยมควบคู่กับระบบตลาดเสรีที่สนับสนุนสื่อเอกชนและบทบาทที่จำกัดของหน่วยงานกำกับดูแล ประเทศในยุโรปตะวันตกกลับให้ความสำคัญกับแนวคิดสื่อสาธารณะ ซึ่งพยายามรักษาระยะห่างจากการเมือง และมีรากฐานมาจากเหตุผลเชิงประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (McQuail, 1987 อ้างถึงใน

Humphreys, 1996) อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระบบสื่อสารส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นประเทศตะวันตกที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองเป็นหลัก

ในทางตรงกันข้าม ภูมิภาคเอเชียที่มีความหลากหลายอย่างมาก ตั้งแต่ประเทศพัฒนาแล้วไปจนถึงประเทศกำลังพัฒนา หลายประเทศในเอเชียได้ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย บางประเทศปกครองด้วยระบอบคอมมิวนิสต์หรือรัฐบาลทหาร ส่งผลให้การนำกรอบวิเคราะห์ระบบสื่อสารที่พัฒนาขึ้นในบริบทตะวันตกมาประยุกต์ใช้กับประเทศในเอเชียเป็นไปได้อย่างจำกัด การเมืองในเอเชียยังมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระบบสื่อสาร โดยโครงสร้างสื่อถูกกำหนดและสืบทอดมาจากอำนาจทางการเมืองในอดีตและปัจจุบัน หลายประเทศยังคงได้รับอิทธิพลจากรัฐบาลแบบอำนาจนิยม ซึ่งมีโครงสร้างอำนาจรวมศูนย์มากกว่าการกระจายอำนาจ

ส่วนความแตกต่างด้านวัฒนธรรมและประชากร (Cultural and demographic differences) การจัดจำแนกระบบสื่อสารในภูมิภาคเอเชียเป็นเรื่องยาก เนื่องจากความหลากหลายด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ประวัติศาสตร์ และศาสนา ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและความเชื่อของประชาชน อันล้วนส่งผลต่อโครงสร้างทางสังคมและการสื่อสารมวลชน ในประเทศที่มีระบบอำนาจนิยมบางประเทศ สื่อยังคงถูกครอบงำโดยกลุ่มชาติพันธุ์หลัก ขณะที่ประเทศที่ใช้รูปแบบเสรีนิยมหรือความรับผิดชอบต่อสังคมได้พยายามเปิดพื้นที่ให้กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ และกลุ่มคนชายขอบได้รับการเป็นตัวแทนในสื่อ

ประเทศในยุโรปตะวันตกหลายแห่งที่มีแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมได้ใช้มาตรการกำกับดูแลสื่อเพื่อปกป้องเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของประเทศจากอิทธิพลภายนอก และประเทศเหล่านี้ยังรวมกลุ่มกันในระดับภูมิภาค เช่น สหภาพยุโรป ซึ่งมีข้อบังคับด้านสื่อที่ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตามเพื่อปกป้องอัตลักษณ์ของประเทศตน ขณะที่การรวมกลุ่มของประเทศในเอเชียยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจน และเน้นด้านเศรษฐกิจหรือความมั่นคงมากกว่าการกำกับดูแลสื่อและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ความแตกต่างของระบบสื่อสารในประเทศกำลังพัฒนาหลายแห่งในเอเชีย ซึ่งรวมถึงประเทศไทย สื่อมวลชนส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ ระบบสื่อมวลชนเหล่านี้ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากโครงสร้างทางการเมืองที่เคยเป็นหรือยังคงเป็นเผด็จการทหาร ซึ่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ แต่ความเป็นเจ้าของสื่อและเนื้อหาถูกควบคุมโดยรัฐ และสื่อมวลชนไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาที่วิพากษ์รัฐบาลได้ หากฝ่าฝืนอาจถูกเพิกถอนใบอนุญาต โครงสร้างสื่อที่ยังไม่พัฒนาเต็มที่ก็ยังไม่สามารถทำหน้าที่เป็นพื้นฐานของการสื่อสารเพื่อประชาชนได้อย่างแท้จริง ในทางตรงกันข้าม ระบบสื่อมวลชนในโลกตะวันตกมีลักษณะเสรีนิยม เช่น สหรัฐอเมริกา ระบบสื่อสารสาธารณะในยุโรปตะวันตกได้เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อได้ทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร ขณะที่ระบบสื่อสารสาธารณะเปิดโอกาสให้ประชาชนในฐานะผู้สนับสนุนทางการเงินสามารถเรียกร้องมาตรฐานการทำงานที่เหมาะสมจากสื่อได้

3. สื่อสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐกับสื่อสาธารณะในฐานะสถาบันของพลเมือง

3.1 สื่อสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐ (Public Service Broadcasting as State Instrument)

จากกรอบแนวคิดของ Hallin & Mancini (2004) เพื่อวิเคราะห์แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลและการดำเนินงานของสื่อมวลชนในประเทศไทยพบการควบคุมและจำกัดเนื้อหาในระดับกลาง ซึ่งปรากฏทั้งในนโยบายและการปฏิบัติจริงของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์โดยผ่านการฟ้องร้องในข้อหาหมิ่นประมาทหรือฟ้องร้องในประเด็นเนื้อหาที่นำเสนออื่น ๆ เพื่อไม่ให้นำเสนอเนื้อดังกล่าวที่สื่อมวลชนพยายามตรวจสอบ

ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างพรรคการเมืองกับสื่อปรากฏอย่างชัดเจนและตรวจสอบได้ในระดับหนึ่งในอดีตบริษัทสื่อมีการร่วมผลิตรายการกับสถานที่ที่เป็นของรัฐและเป็นของกองทัพผ่านข้อตกลงสัมปทาน ซึ่งสะท้อนรูปแบบความเชื่อมโยงเชิงโครงสร้างระหว่างรัฐกับกิจการสื่อ และเป็นการประมูลคลื่นความถี่เพื่อให้ได้มาซึ่งใบอนุญาตในการใช้คลื่นความถี่ซึ่งพึ่งพิงด้านเงินทุนและระบบอุปถัมภ์

ด้านความเป็นวิชาชีพทางวารสารศาสตร์ (Journalistic professionalism) มีการพัฒนาต่อเนื่องอย่างเป็นทางการ แม้ในทางกลับกันพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนจะยังคงเกิดขึ้นได้ในบางรูปแบบผ่านการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลในกิจกรรมการรวมตัวของกลุ่มภาคประชาสังคมที่เข้าร่วมร่วมพัฒนาสื่อสาธารณะ ส่วนการแทรกแซงของรัฐ (State intervention) ถูกกำหนดไว้ในระดับมากผ่านเอกสารนโยบาย โดยเฉพาะพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พ.ศ. 2553 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติมปี พ.ศ. 2564) และรวมถึงบทบาทเชิงอำนาจนิยมที่เข้มแข็งของสำนักงาน กสทช. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแล

เมื่อพิจารณาตามแนวคิดที่อิงกรอบของ Hallin & Mancini (2004) ระบบนิเวศสื่อของประเทศไทยสามารถจัดอยู่ในกลุ่มพหุนิยมเชิงขั้ว (Polarized pluralist model) มาจากบริบทการเมืองไทยที่มีบทบาทของกองทัพและสถานะประชาธิปไตยที่ไม่มั่นคง ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการสื่อมวลชนในประเทศไทยพยายามดำเนินงานให้สอดคล้องกับหลักการสื่อสาธารณะเพื่อธำรงพื้นที่สาธารณะ โดยจำเป็นต้องต้านแรงเสียดทานหรือดำเนินงานในลักษณะต่อต้านและไม่สอดคล้องกับระบบสื่อมวลชนของไทย เพื่อให้สามารถอยู่รอดและดำเนินกิจการสื่อมวลชนได้ อย่างไรก็ตาม กรอบกำกับดูแลและแนวปฏิบัติด้านกฎระเบียบที่ดำรงอยู่กลับกำลังส่งผลให้ความยั่งยืนของสื่อสาธารณะเสื่อมถอยลง

3.2 สื่อสาธารณะในฐานะสถาบันของพลเมืองกับภาคประชาสังคม (Public Service Broadcasting as Civic Institution and Civil Society)

การสื่อสารสาธารณะ (Public communication) เกิดขึ้นผ่านการสร้างพื้นที่สาธารณะภายในอาณาเขตของชุมชนหนึ่ง (Hollander & Stappers, 1996 อ้างถึงใน Klaiako, 2004) กล่าวคือ สื่อสาธารณะเป็นกระบวนการสร้างพื้นที่ให้สมาชิกในชุมชนสามารถสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันนิยามปัญหาและความต้องการของตนเองได้ แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) พร้อมกับแนวคิดความล้มเหลวของตลาด (Market failure)

ได้ทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะที่ปรากฏในสื่อสาธารณะ โดยแนวคิดพื้นที่สาธารณะยังถูกมองว่าเป็นทรัพยากรเพื่อสิทธิของสาธารณะ (Resource for rights of the public)

Klaikao (2004) กล่าวด้วยว่า สิทธิของปัจเจกบุคคลได้รับการรับประกันจากการที่พลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารสาธารณะ และสร้างพื้นที่ในสื่อเพื่ออภิปรายประเด็นปัญหาของชุมชน โดยนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นกลาง พร้อมสะท้อนคุณค่าร่วมของชุมชนที่อาจอยู่คนละฝั่งกับผู้มีอำนาจในประเทศ (White, 2001 อ้างถึงใน Klaikao, 2004) กอปรกับการสร้างคุณค่าทางความหมายด้านบวกของสื่อสาธารณะ เช่น การรับใช้สาธารณะและการสร้างพื้นที่ของชุมชน แต่ก็อาจผนวกกรรมกับคุณค่าเชิงพาณิชย์ที่จะนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบได้เช่นกัน

เมื่อแนวความคิดระบอบประชาธิปไตยพัฒนาควบคู่กับแนวความคิดเรื่องสิทธิและเสรีภาพและการมีส่วนร่วมของพลเมืองในพื้นที่สาธารณะ ส่งผลให้แนวคิดสื่อสาธารณะได้รับความสนใจและตีความใหม่ ดังแนวคิดที่มองว่าสื่อสาธารณะเป็นสถาบันของพลเมืองได้รับความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากการเน้นที่ความเป็นอิสระในการบริหารจัดการจากรัฐและตลาด ความหลากหลายในการแสดงความคิดเห็น พื้นที่สำหรับกลุ่มคนชายขอบ และการเป็นเวทีสาธารณะในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเสรีและเท่าเทียมกัน

ขณะที่ Habermas (1992 อ้างถึงใน Lunt, 2009) เห็นว่าพื้นที่สาธารณะต้องพึงพาภาคประชาสังคมในการถ่วงดุลและทำให้ความหลากหลายของสังคมถูกนำเสนออย่างมีความหมาย ซึ่งสะท้อนบทบาทของสถาบันทางสังคม ซึ่ง Habermas ชี้ว่า ภาคประชาสังคมส่วนหนึ่งก่อตัวจากพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนสินค้า (Commodity exchange) และแรงงานทางสังคม (Social workforces) ที่มีกฎเกณฑ์ของตนเอง นอกจากนั้น กฎเกณฑ์ดังกล่าวยังปรากฏในระดับชุมชน ระดับเครือข่าย และระดับกิจกรรมกลุ่มทางสังคมสามารถเป็นทางเลือกที่เห็นได้ชัดต่อรูปแบบภาคประชาสังคมกระแสหลัก (Carpentier et al., 2001 อ้างถึงใน Lunt & Livingstone, 2012)

Nissen (2006) ก็เห็นว่า ภาคประชาสังคมมีความสำคัญต่อสื่อสาธารณะในด้านคุณค่า เนื่องจากหลักการสาธารณะและเสรีภาพการแสดงออกของปัจเจกถูกทำให้ปรากฏผ่านพื้นที่เหล่านี้ หากภาคประชาสังคมและวินัยทางสังคมแบบประชาธิปไตยสูญหาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัสื่อสาธารณะก็จะไม่เข้มแข็ง และความแตกต่างระหว่างสื่อเอกชนกับสื่อสาธารณะจะไม่ปรากฏอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ หากไม่มีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง สื่อสาธารณะก็ยากจะดำรงความเป็นสาธารณะได้จริง

โครงสร้างการบริหารจัดการเป็นหัวใจของการทำให้สื่อสาธารณะยืนอยู่บนหลักการสาธารณะ (Public principles) และท้าทายต่อความไม่สมดุลเชิงอำนาจ ซึ่งภาคประชาสังคมยังเป็นฐานสำคัญของสื่อสาธารณะ หากฐานประชาสังคมอ่อนแอ ก็ทำให้ความเป็นสาธารณะของสื่อมวลชนอ่อนแอตามไปด้วย ดังนั้น สื่อสาธารณะจะต้องยืนอยู่บนหลักการของสื่อสาธารณะหัวข้อภาระความรับผิดชอบของสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting Obligations) เพื่อให้สื่อสาธารณะสามารถยืนหยัดตามหลักการพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) และหลักการสื่อสาธารณะในมิติของเนื้อหาและผู้รับสารอันถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อสาธารณะ

4. บริบทประเทศไทย : พื้นที่ก้ำกึ่งของอุดมการณ์ (Thailand as an Ideological In-Between Case) และหลากหลายปัจจัย

ในบริบทของประเทศไทยแนวคิดและอุดมการณ์ของสื่อสาธารณะแสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของระบบสื่อมวลชนในสภาพที่ก้ำกึ่งระหว่างการรวมศูนย์อำนาจของรัฐและความพยายามในการมีพื้นที่การมีส่วนร่วมของประชาชน เกิดจากตัวแปรหลากหลาย หากพิจารณามิติเชิงประวัติศาสตร์ของยุคสื่อมวลชนไทย เริ่มมาจากการกำกับควบคุมจากรัฐ (State control) มาตั้งแต่ยุคเบิก กล่าวคือ โครงสร้างสื่อมวลชนไทยเป็นการจัดบทบาทระหว่างรัฐ สื่อมวลชน และพลเมืองของประเทศภายใต้กรอบประโยชน์สาธารณะ ความเป็นอิสระ และความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ผลของโครงสร้างการกำกับดูแล แหล่งทุน และวัฒนธรรมทางการเมืองยังส่งอิทธิพลต่อการดำรงอยู่และการทำงานของสื่อสาธารณะอย่างมาก สื่อสาธารณะไทยจึงยังเป็นพื้นที่ที่มีความก้ำกึ่งระหว่างการเป็นเครื่องมือของรัฐผ่านงบประมาณจากรัฐกับสถาบันพลเมืองที่ต้องทำหน้าที่เพื่อสาธารณะประโยชน์

ในอดีตรัฐบาลไทยมีความเข้มงวดอย่างมากต่อเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายภาพและเสียง รัฐสามารถสั่งปิดโรงพิมพ์ที่เห็นว่าผลิตเนื้อหาที่ต่อต้านรัฐบาลได้ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเองว่าจะนำเสนอข้อมูลแก่ผู้อ่านอย่างไรผ่านบทบรรณาธิการ และถูกมองว่าเป็นตัวแสดงทางการเมืองแบบมีจุดยืน (Partisan political actors) (McCargo, 2000) ทั้งนี้ Reporters Without Borders (2021) ระบุว่า ภูมิทัศน์สื่อของประเทศไทยโดยเฉพาะสื่อกระแสหลักมีลักษณะแบ่งขั้วทางการเมืองอย่างชัดเจน หนังสือพิมพ์ทั้งหมดในประเทศไทยเป็นของบริษัทเอกชนรายใหญ่ ซึ่งยังดำเนินธุรกิจประเภ้อื่นควบคู่ไปด้วย

ด้านการบังคับใช้กฎหมายภายใต้กรอบการกำกับดูแลซึ่งได้มอบอำนาจให้แก่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่แนวปฏิบัติยังไม่ได้เป็นไปตามเจตจำนงเพื่อสนับสนุนพื้นที่สาธารณะในประเทศไทยให้พัฒนาไปสู่ระบบสื่อสารมวลชนในระบอบประชาธิปไตยอย่างรัดกุม

ขณะเดียวกัน การแก้ไขเพิ่มเติมนโยบายด้านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องกลับส่งผลให้บทบาทอำนาจในการกำกับดูแลของ กสทช. ลดลง เนื่องจากการทำงานไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในตอนต้นและพัฒนาสื่อสาธารณะที่ได้ถือกำเนิดมาเพื่อเป็นทั้งพื้นที่สาธารณะในการเสริมสร้างอุดมการณ์ของระบอบประชาธิปไตยและสนับสนุนให้เกิดความหลากหลายในสังคม แต่กลับเพิ่มระดับการควบคุมและการรวมศูนย์อำนาจของรัฐบาลต่อการกำหนดนโยบายด้านสื่อสาธารณะจึงต้องเผชิญกับปัญหาการแทรกแซงจากโครงสร้างอำนาจของรัฐบาลไทยโดยตรง และข้อจำกัดทางกฎหมายของการดำเนินการของหน่วยงานกำกับดูแลได้ส่งผลให้เกิดอำนาจนิยมเชิงล่วงล้ำ (Intrusive authoritarian power) ของรัฐบาลในทางปฏิบัติ

นอกเหนือจากกรอบกฎหมายและทิศทางนโยบายด้านการกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในประเทศไทยที่ลดระดับความเป็นอิสระของหน่วยงานกำกับดูแลและเพิ่มอำนาจของรัฐบาลแล้ว แนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลยังมีความซับซ้อนหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การออกใบอนุญาตอย่างเป็นทางการ การควบคุมเนื้อหารายการ และการอนุมัติแหล่งทุนสำหรับสถานีขนาดเล็ก ซึ่งล้วนส่งผลในเชิงลบ

ต่อความสามารถของสื่อมวลชนเหล่านี้ในการดำรงรักษาหลักการสื่อสารสาธารณะ ในเชิงหลักการความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่การกระจายเสียงควรอยู่ในมือของผู้ให้บริการสื่อสารสาธารณะ ขณะที่กระบวนการกระจายอำนาจด้านคลื่นความถี่และการโอนคืนคลื่นจากหน่วยงานของรัฐและกองทัพกลับสู่ กสทช. ยังไม่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยหรือ Thai PBS ยังไม่ได้รับการจัดสรรคลื่นความถี่วิทยุเพื่อปฏิบัติการกิจในฐานะผู้ให้บริการสื่อสารสาธารณะอย่างสมบูรณ์

สื่อกระจายภาพและเสียงกระแสหลักในประเทศไทยดำเนินงานโดยบริษัทที่ไม่ได้อยู่ฝั่งต่อต้านรัฐบาลและหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล สื่อกระจายภาพและเสียงเชิงพาณิชย์มักหลีกเลี่ยงการนำเสนอประเด็นปัญหาสาธารณะที่มีความอ่อนไหว และหันไปเน้นเนื้อหาด้านความบันเทิงเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ โดยมักจะมีการแทรกแซงจากรัฐต่อการรายงานข่าวที่มีความอ่อนไหวทางการเมืองมายาวนาน การแทรกแซงดังกล่าวอยู่ภายใต้โครงสร้างความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุและโทรทัศน์ โดยสื่อกระจายภาพและเสียงของไทยถูกมองว่าเป็นเงาของอำนาจรัฐและทำหน้าที่รับใช้รัฐ (McCargo, 2000)

สถานการณ์เสรีภาพสื่อในประเทศไทยมีแนวโน้มถดถอยลงอย่างต่อเนื่องตามข้อมูลของ Freedom House (2023) ในหมวดเสรีภาพในการแสดงออกและความเชื่อ ประเทศไทยได้รับคะแนนเพียง 1 จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน ซึ่งเป็นระดับเสรีภาพสูงที่สุด สาเหตุหลักมาจากการเซ็นเซอร์ การข่มขู่คุกคาม และการใช้กฎหมายภายใต้การปกครองของรัฐบาลทหาร ซึ่งสังเกตได้ว่าสถานการณ์เสรีภาพสื่อในประเทศไทยสอดคล้องกับภาพใหญ่ของระบบสื่อมวลชนของประเทศไทยที่ประสบปัญหาต่าง ๆ

นอกจากนี้ สื่อสังคมออนไลน์ถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory culture) ซึ่งผู้บริโภคสามารถเป็นได้ทั้งผู้ผลิตและผู้รับสาร ประเทศไทยมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายแพลตฟอร์ม โดย Facebook เป็นแพลตฟอร์มที่มีการเข้าถึงมากที่สุด และมีจำนวนผู้ใช้งาน Facebook ที่ถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก รองลงมาคือ YouTube, Line, Facebook Messenger, Instagram, Twitter, Skype, LinkedIn, Pinterest และ WeChat (We Are Social, 2020)

แพลตฟอร์มสื่อมวลชนแต่ละประเภทในประเทศไทยมีรูปแบบการบริหารจัดการเชิงบรรณาธิการ โครงสร้างองค์กร และโครงสร้างความเป็นเจ้าของที่แตกต่างกัน สื่อมวลชนถือเป็นผู้เล่นหลักในสภาพแวดล้อมทางการเมือง และการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลนับเป็นภารกิจสำคัญของสื่อมวลชนประการหนึ่ง (Hewison & Kitirianglarp, 2010) บทบาทดังกล่าวไม่รวมช่วงเวลาที่รัฐบาลทหารขึ้นสู่อำนาจหรือเกิดการรัฐประหาร อันเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในประวัติศาสตร์การเมืองไทยนับตั้งแต่การปฏิวัติประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2475

เหตุผลเชิงความชอบธรรมของสื่อสาธารณะมีรากฐานมาจากคุณค่าทางบรรทัดฐาน (Normative values) ที่เชื่อมโยงกับประชาธิปไตยและเงื่อนไขทางสังคม โดยสื่อสาธารณะถูกมองว่าเป็นสถาบันสื่อที่มีบทบาทในการธำรงรักษาโครงสร้างของสังคมประชาธิปไตยผ่านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นธรรม และไม่ถูกครอบงำโดยกลไกตลาด ซึ่งคุณค่าที่เชื่อมโยงกับประชาธิปไตยและเงื่อนไขทางสังคมนี้ส่งเสริมให้ประชาชนในสังคมสามารถได้รับข้อมูลที่

ข้อเท็จจริงได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรม ทำให้สื่อสาธารณะสามารถเป็นพื้นที่สาธารณะให้ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม

สำหรับประเทศไทยนิยามและอุดมการณ์ของสื่อสาธารณะยังอยู่ในพื้นที่ที่ก้ำกึ่งระหว่างเครื่องมือของรัฐกับสถาบันของพลเมืองเกิดจากรากฐานของโครงสร้างสื่อมวลชนไทยที่เป็นเจ้าของโดยรัฐภายใต้กรอบของระบบสื่อที่ประกอบด้วยรัฐ ตลาด และกลไกกำกับสื่อสารมวลชน และเกิดจากความแตกต่างของความหมายในเชิงทฤษฎีตามต่างประเทศและการตีความตามกฎหมายทฤษฎีของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากการที่กฎหมายของประเทศไทยได้ระบุลักษณะของกิจการกระจายเสียงและภาพประเภทสาธารณะ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) หรือ NBT สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยหรือ Thai PBS จึงทำให้การเปลี่ยนผ่านจากอำนาจรัฐสู่พลเมืองยังเป็นกระบวนการต่อรองเชิงอำนาจของพื้นที่มากกว่าการพัฒนาเชิงเทคนิค

สื่อสาธารณะไทยนับเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทางปัญญาของสังคม โดยแนวคิดสื่อสาธารณะในสังคมไทยไม่ได้กำเนิดขึ้นลักษณะเดียวกับประเทศอื่น เพราะสื่อของรัฐของประเทศไทยถูกฝังรากลึกมายาวนานด้วยความที่รัฐถือสิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพยากรต่าง ๆ ของประเทศที่มีการรวมศูนย์อำนาจอย่างเข้มข้น ผสมกับการเมืองแบบอำนาจนิยมที่คุ้นชินกับรัฐเป็นเจ้าของสื่อมวลชนและผลิตเนื้อหารายการเพื่อนำเสนอให้กับประชาชน ตรงข้ามกับประเทศที่มีระบอบประชาธิปไตยเข้มแข็งและความเป็นอิสระของกลไกกำกับดูแลซึ่งส่งผลให้สื่อสาธารณะสามารถทำหน้าที่ในฐานะสถาบันทางสังคมที่รับผิดชอบต่อสาธารณะได้อย่างเต็มที่โดยปราศจากความกังวลต่ออำนาจรัฐ

บทสรุป

ปัจจุบันสื่อมวลชนเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยหลายประการ อย่างโลกาภิวัตน์ ปัญหาอัตลักษณ์เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการแข่งขันด้านเนื้อหา สถานการณ์เหล่านี้ส่งผลต่อสื่อมวลชนในแต่ละประเทศแตกต่างกันไปตามบริบททางการเมืองและนโยบาย ผลกระทบจากตลาดและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีอาจนำไปสู่การสลายไปของระบบสื่อมวลชนบางรูปแบบ โลกาภิวัตน์อาจทำให้องค์กรสื่อระดับชาติถูกแทนที่ด้วยบริษัทข้ามชาติที่มีฐานทางภูมิศาสตร์กว้างขึ้น เช่น อุตสาหกรรมบันเทิงของสหรัฐอเมริกาที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อระบบสื่อทั่วโลก โลกาภิวัตน์ยังนำไปสู่การลดทอนหรือการทำให้วัฒนธรรมในโลกมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากขึ้น แต่กระบวนการดังกล่าวมิได้เป็นไปในทิศทางเดียวและเกิดกระบวนการ “โลกาภิวัตน์เชิงท้องถิ่น” (Glocalization) ซึ่งเหตุการณ์ในระดับโลกและระดับชุมชนส่งอิทธิพลซึ่งกันและกัน (Thomass & Kleinstauber, 2011)

การพัฒนาเชิงตลาดและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็เปิดโอกาสให้เกิดนวัตกรรมด้านนโยบายและกฎระเบียบเพื่อคุ้มครองหน้าที่ทางวัฒนธรรมของสื่อและส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและประเทศขนาดเล็ก โดย Hardy (2008) ชี้ว่าการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสามารถทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างการศึกษาสื่อระดับชาติกับมุมมองสื่อใหม่และโลกาภิวัตน์ซึ่งมักละเลยสื่อระดับชาติ เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงในระบบสื่อมวลชนแนวทางหนึ่งคือการจัดตั้งองค์กรหรือกลไกเพื่อเสริมขีดความสามารถของสื่อ แต่ยังเกิดขึ้นได้ยากในภูมิภาคเอเชีย

ทั้งนี้ สื่อสาธารณะเผชิญความท้าทายอย่างยิ่งในการดำรงอยู่ภายใต้สังคมเสรีนิยมที่มีการแข่งขันสูง ปัจจุบันองค์กรสื่อสาธารณะจำนวนมากได้ขยายตัวไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อตอบรับเทคโนโลยีที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม รูปแบบสื่อสาธารณะดั้งเดิมยังคงมีความสำคัญต่อกลุ่มชายขอบที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลได้ ทางออกหนึ่งของการอยู่รอดของสื่อสาธารณะคือการพัฒนาเนื้อหาสาธารณะรูปแบบใหม่เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชมใหม่ ๆ ซึ่งในปัจจุบันเนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของสื่อสาธารณะยังคงเป็นข่าวและสารคดี

หากต้องการบรรลุเป้าหมายของการสร้างพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ตามหลักการของสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting: PSB) ในด้านเนื้อหาและการเข้าถึงของผู้รับสารที่นำมาปรับใช้ในทางปฏิบัติผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์หลากหลายรูปแบบ โดยโครงสร้างการกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ยังไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แก่นสำคัญของแนวคิดสื่อสาธารณะคือความเป็นอิสระทางบรรณาธิการ (Editorial independence) ของสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม ตารางออกอากาศของรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ถูกควบคุมอย่างเข้มงวดและต้องได้รับการอนุมัติจาก กสทช. เป็นประจำทุกปี ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 อีกประเด็นหนึ่งคือกระบวนการจัดสรรงบประมาณ ซึ่งสร้างปัญหาให้แก่สถานีวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ขนาดเล็ก อย่างสถานีวิทยุชุมชน

เงื่อนไขเหล่านี้จำกัดความสามารถของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในการดำเนินงานอย่างมั่นคง และบั่นทอนศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะเพื่อตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารของสังคม ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันของสื่อสารมวลชนในประเทศไทย การวิเคราะห์ข้างต้นชี้ให้เห็นว่าการนำนโยบายด้านสื่อสารมวลชนไปปฏิบัติสามารถส่งผลให้สถานะของสื่อสาธารณะในประเทศไทยมีความไม่มั่นคงอย่างยิ่ง สถานการณ์ดังกล่าวทำให้สื่อมวลชนในประเทศไทยแทบไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของการธำรงรักษาพื้นที่สาธารณะในระบอบประชาธิปไตยได้อย่างแท้จริง แม้ว่าประเทศไทยจะนำเสนอตนเองในฐานะประเทศประชาธิปไตยก็ตาม

โดยสรุป ลักษณะของสื่อสาธารณะที่ดำเนินงานภายใต้หลักการและอุดมการณ์ของสื่อสาธารณะในประเทศไทยที่พยายามก่อให้เกิดการธำรงรักษาหลักการสื่อสาธารณะภายในระบบสื่อไทยมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด โดยมีจุดแข็งประกอบด้วยความรู้ความสามารถของบุคลากรและการผลิตเนื้อหาเชิงประเด็นที่จัดทำโดยผู้มีส่วนร่วมจากภายในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้เนื้อหามีความใกล้ชิดบริบทและตอบสนองความต้องการของพื้นที่ได้ตรงประเด็น ขณะเดียวกันจุดอ่อนสำคัญของสื่อมวลชนที่ดำเนินงานแบบไม่แสวงหากำไร (Non-profit broadcasters) คือข้อจำกัดด้านงบประมาณและทรัพยากรบุคคล ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการธำรงรักษาพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ของสื่อมวลชนให้ดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะยังมีโอกาสได้รับแรงสนับสนุนจากภาคประชาสังคม แต่ก็เผชิญภัยคุกคามต่อกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ถดถอยในปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological disruption)

รายการอ้างอิง

ภาษาอังกฤษ

- Abbot, S. (2016). *Rethinking public service broadcasting's place in international media development*. The Center for International Media Assistance.
- Bardoel, J. & d'Haenens, L. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: Prospects, promises and problems. *Media, Culture & Society*, 30(3), 337–355.
- Barnett, S. (2009). *Journalism, democracy and the public interest: Rethinking media pluralism for the digital age*. Reuters Institute for the Study of Journalism Working Paper.
- Blumler, J. G. (1994). *Television and the Public Interest* (2nd ed.). Sage.
- Brevini, B. (2013). *Public service broadcasting online. A comparative European policy study of PSB 2.0*. Palgrave Macmillan.
- Calhoun, C. (2011). Civil society and the public sphere. In M. Edwards (Ed), *The Oxford handbooks of civil society* (pp. 311–323). Oxford University Press.
- Collins, R. (1992). Public service broadcasting & freedom. *Media Information Australia*, 66(1), 4–15.
- Dobek-Ostrowska, B., et al. (2010). *Comparative media systems: European and global perspectives*. Central European University Press.
- Freedom House. (2023). *Freedom in the World 2022: Thailand*. <https://freedomhouse.org/country/thailand/freedom-world/2022>.
- Green, M. (2013). *Media regulation in the Mekong and opportunities for the development of public service and community broadcasting*. Themma Group.
- Habermas, J. (1992) *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Polity Press.
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2012). *Comparing media systems beyond the western world*. Cambridge University Press.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hardy, J. (2008). *Western media systems*. Routledge.
- Hewison, K. & Kitirianglarp, K. (2010). 'Thai-style democracy': The royalist struggle for Thailand's politics. In S. Ivarsson & L. Isager (Eds), *Saying the unsayable, monarchy and democracy in Thailand* (pp. 179–202). Nordic Institute of Asian Studies Press.
- Humphreys, P. J. (1996). *Mass media and media policy in Western Europe*. Manchester University Press.
- Iosifidis, P. (2010). The public sphere, social networks and public service media. *Information, Communication & Society*, 14(5), 619–637.
- Klaikao, L. (2004). *Community radio in Thailand 1998–2002: Comparative studies of four community radio stations* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Canberra.
- Livingstone, S. & Lunt, P. (1994). *Talk on television: Audience participation and public debate*. Routledge.

- Lunt, P. (2009). Television, public participation, and public service: From value consensus to the politics of identity. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 128–138.
- Lunt, P. & Livingstone, S. M. (2012). *Media regulation: Governance and the interests of citizens and consumers*. Sage.
- Masduki, M. (2017). Media and politics: Rethinking the Indonesian broadcasting system. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 21(1), 14-27.
- McCargo, D. (2000). *Politics and the press in Thailand: Media machinations*. Routledge.
- Michalis, M. (2016). Radio spectrum battle: Television broadcasting vs wireless broadband and the future of PSB. *International Journal of Digital Television*, 7(3), 347–62.
- Nissen, C. (2006). *Making a difference: Public service broadcasting in the European media landscape*. John Libbey.
- O'Neill, B. O. (2015). What is public about public service broadcasting? In K. Arriaza Ibarra, E. Nowak, & R. Kuhn (Eds), *Public service media in Europe: A comparative approach* (pp. 2-5). Routledge.
- Padovani, C. & Tracey, M. (2003). Report on the conditions of public service broadcasting. *Television & Media*, 4(2), 131–53.
- Raboy, M. (2006). *Public broadcasting for the 21st century*. University of Luton Press.
- Reporters Without Borders. (2021). *Asia-Pacific: Thailand*. <https://rsf.org/en/country/thailand>.
- Scannell, P. (1990). Public service broadcasting: The history of a concept. In A. Goodwin & G. Whannel (Eds), *Understanding Television* (pp. 11-29). Routledge.
- Steemers, J. (2003). Public service broadcasting is not yet dead: Survival strategies in the twenty-first century. In G. F. Lowe & T. Hujanen (Eds), *Broadcasting and convergence: New articulations of the public service remit* (pp. 123-136). Nordicom.
- Susen, S. (2011). Critical notes on Habermas's theory of the public sphere. *Sociological Analysis*, 5(1), 37–62.
- Thomass, B. (2003). Knowledge society and public sphere: Two concepts for the remit. In T. Hujanen & G. Lowes (Eds), *Broadcasting and convergence: New articulations of the public service remit* (pp. 29-39). Nordicom.
- Thomass, B. & Kleinstaub, H. J. (2011). Comparing media systems: the European dimension. In J. Trappel, W. A. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers, & B. Thomass (Eds.), *Media in Europe today* (pp. 5-20). Intellect Ltd.
- Tracey, M. (1998). *The decline and fall of public service broadcasting*. Oxford University Press.
- Tunstall, J. (2004). The United Kingdom. In M. Kelly, G. Mazzoleni, & D. McQuail (Eds), *The media in Europe: The Euromedia handbook* (pp. 261-274). Sage.
- Vartanova, E., et al. (2011). Media industries: Ownership, copyright and regulation. In J. Trappel, W. A. Meier, L. d'Haenens, J. Steemers, & B. Thomass (Eds), *Media in Europe today* (pp.167-183). Intellect Ltd.
- We Are Social. (2020). *Digital 2020 Global Digital Overview*. <https://wearesocial.com/digital-2020>.

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาทบทวน วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2569)

รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิตขวัญ กิจวิศาละ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญมณี รักดีมวชน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐสุพงศ์ สุขโสด	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อชิป เตชะพงศธร	วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจริญเนตร แสงดวงแข	คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไวยวุฒิ วุฒิอรรถสาร	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลอย ศรีสุโร	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อาจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ อิงไธสง	คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (ต่อ) วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2569)

อาจารย์ ดร.นันทกา สุธรรมประเสริฐ

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ ดร.ภัสสร สังข์ศรี

นักวิชาการอิสระ

การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร เป็นวารสารวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชนของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เปิดรับบทความวิจัย
(Research article) และบทความวิชาการ (Academic article) ทั้งภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ มีกำหนดตีพิมพ์
เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายนและฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม

ผู้เขียนส่งบทความฉบับเต็ม (Full paper) ผ่านระบบออนไลน์ของวารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อีเมล : jimc_mct@rmutt.ac.th

นโยบายและจริยธรรมการตีพิมพ์บทความ

1. บทความต้องได้มาตรฐานตามที่กำหนดโดยกองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร
2. บทความต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองและประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องซึ่งมาจาก
หลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่า 3 ท่านต่อ 1 บทความ โดยผู้ประเมินบทความไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน
และเป็นไปในลักษณะปกปิด (Double-blind peer review)
3. บทความต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนหรืออยู่ระหว่างการพิจารณาของ
กองบรรณาธิการวารสารวิชาการอื่น ๆ
4. เนื้อหาในบทความที่ตีพิมพ์เป็นทัศนะส่วนตัวของผู้เขียนซึ่งมีหน้าที่ตรวจสอบเนื้อหาในบทความ
หากปรากฏความผิดพลาดใด ๆ ถือเป็นหน้าที่ของผู้เขียนบทความแต่ละท่านที่จะต้องรับผิดชอบบทความของ
ตนเอง
5. ผู้เขียนหรือผู้เขียนร่วมได้รับอนุญาตให้ตีพิมพ์เผยแพร่ข้อมูลในวารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร
6. ผู้เขียนบทความที่คัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น รวมถึงถึงคัดลอก
ผลงานตนเอง (Self-plagiarism) เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความโดยตรง ทั้งนี้ หากกองบรรณาธิการ
ตรวจสอบพบการกระทำดังกล่าวจะระงับการตีพิมพ์และแจ้งต้นสังกัดของผู้เขียนต่อไป

รูปแบบการเขียนบทความ

ผู้เขียนดาวน์โหลดรูปแบบ (Template) การเขียนบทความวิจัยและบทความวิชาการของวารสาร ได้ที่
<https://so10.tci-thaijo.org/index.php/jimc>

บทความวิจัยและบทความวิชาการ

1. พิมพ์ด้วยอักษร TH Sarabun New ขนาด 16 พอยต์ในโปรแกรม Microsoft Word (.doc)
2. ความยาว 15-25 หน้ากระดาษ A4
3. ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 เท่า (Single paragraph spacing)
4. ไฟล์ภาพประกอบ (.jpg) ต้องมีความละเอียดไม่น้อยกว่า 300 dpi/inch

หัวข้อการเขียนบทความวิจัย

1. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียนบทความ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ให้ระบุชื่อผู้เขียนคนแรก (First author) และ
ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding author) พร้อมอีเมล ตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 5 คำ)
5. บทนำ
6. วัตถุประสงค์การวิจัย
7. นิยามศัพท์
8. ขอบเขตการวิจัย
9. สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)
10. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
11. การทบทวนวรรณกรรม
12. กรอบแนวคิด (ถ้ามี)
13. ระเบียบวิธีวิจัย
14. ผลการวิจัยและอภิปรายผล
15. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์
16. ข้อเสนอแนะทั่วไป
17. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต
18. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
19. รายการอ้างอิง (APA 7th)

บทความวิชาการ

1. ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียนบทความ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ให้ระบุชื่อผู้เขียนคนแรก (First author) และผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding author) พร้อมอีเมล ตามรูปแบบที่วารสารกำหนด
3. บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300 คำ)
4. คำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุนไม่เกิน 5 คำ)
5. บทนำ
6. เนื้อความ
7. บทสรุป
8. รายการอ้างอิง (APA 7th)

การเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

การอ้างอิงท้ายบทความ (References) กำหนดให้ผู้เขียนใช้รูปแบบการอ้างอิงของ American Psychology Association: APA 7th edition

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่ง 1 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์).¹/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)²./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

ณัฐวิภา สินสุวรรณ. (2564). *การวิจัยเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
Jensen, K. B. (2020). *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. Routledge.

1.2 ผู้แต่ง 2-3 คน

ภาษาไทย ชื่อ/สกุลและชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อ./&สกุล./อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

¹ กรณีไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)

² กรณีพิมพ์ครั้งที่ 1 ไม่ต้องระบุครั้งที่พิมพ์

ตัวอย่าง

กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. (2560). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). อินทนิล.

สมิทธิ์ บุญชุติมาและรุ่งโรจน์ รุ่งวิมลสิน. (2560). *กลยุทธ์การสร้างสรรคเพื่อการสื่อสารการตลาด*. เซ็นจูรี.

ณัฐวิภา สีนสุวรรณ, กิติโรจน์ รัตนเกษมสุข, และจารุณี เจริญรส. (2565). ทักษะคติของเยาวชนต่อฉลากคำเตือนแบบปราศจากสีสัน บนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: โอกาสของการป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ในประเทศไทย. *วารสารศาสตร์*, 15(2), 150-205.

Lune, H., & Berg, B. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson.

Suwanroj, T., Leekitchwatana, P., & Pimdee, P. (2019). Confirmatory factor analysis of the essential digital competencies for undergraduate students in Thai higher education institutions. *Journal of Technology and Science Education*, 9(3), 340-356.

1.3 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน³

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล¹,/ชื่อ/สกุล²,/ชื่อ/สกุล³,/ชื่อ/สกุล⁴,/ชื่อ/สกุล⁵,/ชื่อ/สกุล⁶,/ชื่อ/สกุล⁷,/ชื่อ/สกุล⁸,/ //ชื่อ/สกุล⁹,/และชื่อ/สกุล¹⁰./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ¹./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ²./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ³./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ⁴./,สกุล,/ //อักษรชื่อย่อ⁵./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ⁶./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ⁷./,สกุล,/อักษรชื่อย่อ⁸./,สกุล,/ //อักษรชื่อย่อ⁹./,&สกุล,/อักษรชื่อย่อ¹⁰./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์./ //URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

พนม คล้ายยา และคณะ. (2565). *นิเทศศาสตร์กระบวนทัศน์ทางเลือกใหม่และวิธีวิทยาการวิจัย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Morrison, M. A., et al. (2012). *Using qualitative research in advertising: strategies, techniques, and applications*. Sage.

³ กรณีผู้แต่ง 3-20 คน ให้ใส่ชื่อและนามสกุลของทุกคน กรณีผู้แต่ง 21 คนขึ้นไป ให้ใส่ชื่อและนามสกุลของผู้แต่งคนที่ 1-19 ตามด้วยเครื่องหมาย ,... ก่อนชื่อคนสุดท้าย

2. บทในหนังสือ

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ),/
////////ชื่อหนังสือ/(น./เลขหน้า)./สำนักพิมพ์.

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./In/ชื่อบรรณาธิการ (Ed. หรือ
////////Eds.),/ชื่อหนังสือ/(pp./เลขหน้า)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

อภิรักษ์ ธรรมเสนา. (2560). บทเรียนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยกรณีการพัฒนาความสามารถทางการสื่อสาร
ของเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ. ใน สมสุข หินวิมาน (บรรณาธิการ), *การใช้ประโยชน์จาก
งานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร : การพัฒนากลุ่มคน* (น. 17-91). สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2562). หน่วยที่ 4 การผลิตสื่อ ในเอกสารการสอนชุดวิชาสื่อศึกษา หน่วยที่ 1-8
(น. 4-1-4-48). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Smithson, J. (2008). Focus group. In P. Alasuutari, L. Bickman, & J. Brannen (Eds.), *The SAGE
handbook of social research methods* (pp. 357-370). SAGE.

3. บทความในวารสาร

3.1 บทความในวารสารแบบรูปเล่ม/อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีเลข DOI

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/เลขหน้า.

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/
////////เลขหน้า.

ตัวอย่าง

รณฤทธิ์ มณีพันธุ์. (2565). การสวมบทบาทจำลองความทรงจำบาดแผลเหตุการณ์ไวท์ เทอร์เรอร์ ในสื่อวิดีโอ
เกมของขบวนการขบวนการ (Detention). *วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 15(3), 148-184.

ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณและปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2564). การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อเพื่อผลักดันนโยบายควบคุม
การจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใกล้สถานศึกษา. *วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*,
39(1), 39-60.

นิลาวันย์ พาณิษฐ์รุ่งเรือง, อนันต์ ธรรมชาลัย, และพิศมัย จารุจิตติพันธ์. (2565). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะ
ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*,
15(3), 46-84.

Chang, C. (2017). Methodological issues in advertising research: current status, shifts, and trends.
Journal of Advertising, 36(1), 2-20.

Eighmey, J., & Sar, S. (2007). Harlow Gale and the origins of the psychology of advertising.
Journal of Advertising, 36(4), 147-158.

3.2 บทความในวารสารแบบรูปเล่ม/อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเลข DOI

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/เลขหน้า./
////////http://doi.org/เลข DOI

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่),/
////////เลขหน้า./http://doi.org/เลข DOI

ตัวอย่าง

นิติศักดิ์ เจริญรูป, วรวิวัฒน์ เจริญรูป, สิทธิชัย จินะวงษ์, และสุจิตรา จินะวงษ์. (2565). การพัฒนาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนการเกษตรด้วยข้อมูล. *Journal of Applied Research on Science and Technology (JARST)*, 21(2), 50-65. <https://doi.org/10.14456/jarst.2022.17>

Yang, Y. (2017). Computational advertising: a paradigm shift for advertising and marketing ?. *IEEE Intelligent Systems*, 32(3), 3-6. <https://doi.org/10.1109/mis.2017.58>.

Perdue, B. C., & Summers, J. O. (1986). Checking the success of manipulations in marketing experiments. *Journal of Marketing Research*, 23(4), 317-326. <https://doi.org/10.2307/3151807>.

Kerrebroeck, H. V., Brengman, M., & Willems, K. (2017). When brands come to life: experimental research on the vividness effect of Virtual Reality in transformational marketing communications. *Virtual Reality*, 21, 177-191. <https://doi.org/10.1007/s10055-017-0306>

4. วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือรายงานการวิจัย

4.1 วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตและวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ
////////วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]/ชื่อมหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[Unpublished doctoral dissertation
////////หรือ Unpublished master's thesis]/ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

นิลบล ไทยรัตน์. (2542). พฤติกรรมของมารดาในการป้องกันการเกิดโรคติดเชื้อเฉียบพลันระบบหายใจในเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Jung, M. S. (2014). A structural equation model on core competence of nursing students [Unpublished doctoral dissertation]. Choong-Ang University.

4.2 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์และวิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์จากเว็บไซต์ (ไม่อยู่ในฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์)

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์ ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ
/////วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์]/ชื่อมหาวิทยาลัย/ชื่อเว็บไซต์./URL
ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[Doctoral dissertation หรือ
/////Master's thesis]/ชื่อมหาวิทยาลัย/ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง

สุพิชญา เลิศประภานนท์. (2559). กลยุทธ์การสื่อสารของศูนย์การค้าอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง ที่ทำให้เกิด
การมีส่วนร่วมระหว่างศูนย์การค้าและชุมชน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์, สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์]. <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598581410.pdf>
ธีรนาฏ จิระชัยพันธ์. (2562). แนวทางการพัฒนาพื้นที่สาธารณะภายในอาคารศูนย์การค้าให้ตอบรับกับ
พฤติกรรมของผู้ใช้งาน: กรณีศึกษา ศูนย์การค้าระดับเมกะมอลล์ เขตกรุงเทพมหานครชั้นใน
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2019/TU_2019_6116033116_12320_13096.pdf
นลินี ตรีสวรและไทรรัตน์ จารุทัศน์. (2562). การศึกษาผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมของโครงการ
รูปแบบผสมกรณีศึกษาโครงการ ไอคอนสยาม วิลชด์อม วัน-โอ-วัน และสามย่านมิตรทาวน์
[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับพิมพ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. <http://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/69908/1/6173561525.pdf>

5. รายงาน

5.1 รายงานที่จัดทำโดยหน่วยงานรัฐหรือองค์กรอื่น

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์). /ชื่อเรื่อง./URL (ถ้ามี)
ภาษาอังกฤษ สกุล,/อักษรชื่อย่อ/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2565). รายงานประจำปี 2564.
<https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2022/20220526-NSTDA-Annual-Report-2021.pdf>
World Health Organization. (2022). *World health statistics 2022: monitoring health for the
SDGs, sustainable development goals*. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051157>

5.2 รายงานที่จัดทำโดยผู้เขียนรายบุคคลสังกัดหน่วยงานรัฐหรือองค์กรอื่น

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./ (ปีที่พิมพ์). /ชื่อเรื่อง/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อ./ (ปีที่พิมพ์). /ชื่อเรื่อง/สำนักพิมพ์./URL (ถ้ามี)

ตัวอย่าง

อลงกรณ์ ปรีดิพิทังค์และกัจกร หลุยยะพงศ์. (2564). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์. ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
Palanker, D., Volk, J., Lucia, K., & Thomas, K. (2018). *Mental health parity at risk: Deregulating the individual market and the impact on mental health coverage*. National Alliance on Mental Illness. <https://www.nami.org/About-NAMI/Publications-Reports/Public-Policy-Reports/Parity-at-Risk/ParityatRisk.pdf>

6. เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์ เช่น เอกสารประกอบการสอนหรือเอกสารอัดสำเนา

เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์ เช่น เอกสารประกอบการสอนหรือเอกสารอัดสำเนา

ภาษาไทย ชื่อ/สกุล./ (ปีที่พิมพ์). /ชื่อเอกสาร/[เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]/คณะ./มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อ./ (ปีที่พิมพ์). /ชื่อเอกสาร/[Unpublished manuscript]/คณะ./มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง

จารุณี เจริญรส. (2562). การถ่ายภาพอาหารเพื่อการโฆษณา [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
Blackwell, E., & Conrod, P. J. (2003). *A five-dimensional measure of drinking motives* [Unpublished manuscript]. Department of Psychology, University of British Columbia.

7. ข้อมูลออนไลน์หรือสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต

7.1 เว็บไซต์ที่ปรากฏวันเผยแพร่ข้อมูล

ภาษาไทย ชื่อ/สกุลผู้เขียน⁴. / (ปี./วัน/เดือนที่เผยแพร่). /ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อผู้เขียน./ (ปี./วัน/เดือนที่เผยแพร่). /ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL

⁴ กรณีผู้เขียนเป็นหน่วยงานให้ใส่ชื่อหน่วยงาน

ตัวอย่าง

สาธิต วิทยากร. (2563, 22 พฤศจิกายน). จาก CSR สู่ CSV แชรและแบ่งปัน ก้าวไปอย่างยั่งยืน. <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/126448>

ไทยรัฐออนไลน์. (2565, 25 มีนาคม). 30 คนมไทย สวญงานนำร้บประทณรวอออกจกคร้วท้าวทองกิบม้า. <https://www.thairath.co.th/lifestyle/food/1967504>

Toner, K. (2020, September 24). *When Covid-19 hit, he turned his newspaper route into a lifeline for senior citizens*. CNN. <https://www.cnn.com/2020/06/04/us/coronavirus-newspaper-deliveryman-groceries-senior-citizens-cnnheroes-trnd/index.html>

National Institute of Mental Health. (2018, July). *Anxiety disorders*. U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health. <https://www.nimh.nih.gov/health/topics/anxiety-disorders/index.shtml>

7.2 เว็บไซต์กรณีไม่ปรากฏวันเผยแพร่ข้อมูล

ภาษาไทย ชื่อ/สกุลผู้เขียน./(ม.ป.ป.)./ชื่อบทความ./สืบค้นเมื่อ (ปี./วัน/เดือนที่สืบค้น),/จาก/ชื่อ
////////เว็บไซต์./URL

ภาษาอังกฤษ สกุล./อักษรชื่อย่อผู้เขียน./(n.d.)./ชื่อบทความ./Retrieved (ปี./วัน/เดือนที่สืบค้น),/from
////////ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง

U.S. Census Bureau. (n.d.). *U.S. and world population clock*. U.S. Department of Commerce.
Retrieved January 9, 2020, from <https://www.census.gov/popclock/>

การเขียนอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

การอ้างอิงในบทความ (In-text citation) กำหนดให้ผู้เขียนใช้ระบบนาม-ปีของ American Psychology Association: APA 7th edition ศึกษารูปแบบการอ้างอิงได้จาก <https://apastyle.apa.org>

การแทรกตารางและภาพประกอบ

1. การแทรกตาราง ใช้คำว่า ตารางที่ พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 14 พอยต์ ตัวหนา จัดหน้าแบบชิดซ้ายโดยให้อยู่ด้านบนของตาราง เช่น ตารางที่ 1 ตารางที่ 2 ตารางที่ 3 ตารางที่ 4 เป็นต้น
2. ภาพประกอบ ใช้ภาพที่มีความคมชัด 300 dpi ใช้คำว่า ภาพที่ พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 14 พอยต์ ตัวหนา จัดหน้าแบบชิดซ้ายโดยให้อยู่ด้านล่างของภาพ เช่น ภาพที่ 1 ภาพที่ 2 ภาพที่ 3 ภาพที่ 4 เป็นต้น
3. หากตารางและภาพประกอบมีแหล่งที่มาของข้อมูล ให้อ้างอิงโดยใช้คำว่า ที่มา : พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun New ขนาด 14 พอยต์ ตัวหนา จัดหน้าแบบชิดซ้าย

3.1 กรณีอ้างอิงภาพประกอบที่มาจากแหล่งข้อมูลอื่น

ภาพที่ 1 ผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมของโครงการรูปแบบผสม กรณีศึกษาโครงการ
ไอคอนสยามวิเศษตอม วัน-โอ-วัน และสามย่านมิตรทาวน์

ที่มา : นลินี ตรีสวรและไตรรัตน์ จารุทัศน์ (2562)

3.2 กรณีผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบภาพ

ภาพที่ 2 สรุปแนวทางการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับชุมชนของศูนย์การค้าไอคอนสยาม

ที่มา : ภาพโดยผู้วิจัย สาวิตา สุวรรณกุล

ส่งบทความหรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ถนนรังสิต - นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110

โทรศัพท์ 02 549 4513 โทรสาร 02 549 4500 อีเมล jimc_mct@rmutt.ac.th



คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110