

บทที่ 6

สรุปผล วิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารที่ปรากฏบนปฏิทินไทย พ.ศ. 2537 นี้มุ่งศึกษาเฉพาะปฏิทินที่เป็นสิ่งตีพิมพ์และมีการเผยแพร่เพื่อประโยชน์ให้สอยสำหรับดูวันเดือนปีในปี พ.ศ. 2537 โดยเลือกศึกษาเฉพาะปฏิทินที่จัดทำในรูปปฏิทินแขวนและปฏิทินตั้งโต๊ะเท่านั้น เนื่องจากปฏิทินทั้งสองรูปแบบเป็นปฏิทินที่ได้รับความนิยมให้สอยสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน สำหรับวิธีการศึกษานั้นได้ใช้การวิจัยในเชิงคุณภาพโดยทำการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏบนปฏิทินว่าได้มีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารอย่างไรและสื่อสารสร้างความหมายด้วยวิธีการใด ผลจากการวิเคราะห์ที่มีขั้นตอนพบที่น่าสนใจสรุปได้ดังต่อไปนี้

สรุปผล

ปฏิทินในปัจจุบันยังคงทำหน้าที่เป็นแบบสำหรับดูวันเดือนปี ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ดั้งเดิมของปฏิทิน โดยได้มีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นในชีวิตของคนในสังคมปัจจุบัน ปฏิทินที่แพร่หลายอยู่ในปัจจุบันได้ถูกผลิตขึ้นโดยผู้ประกอบการที่มีเจตนาให้ปฏิทินเป็นสื่อเพื่อการสื่อสารบางสิ่งบางอย่างไปยังผู้รับปฏิทิน ดังนั้นปฏิทินในปัจจุบันจึงมีบทบาทเพิ่มขึ้นจากเดิมโดยได้ทำหน้าที่ในการสื่อสารตามเจตนาารมณ์ของผู้ผลิตอีกด้วย ดังนั้นบทบาทหน้าที่ของปฏิทินในปัจจุบันจึงแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ บทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการบอกวันเวลาและบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการสื่อสารตามเจตนาารมณ์ของผู้ผลิต

1. บทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการบอกวันเวลา ปฏิทินใน

ปัจจุบันได้มีบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการบอกวันเวลาใน 3 ลักษณะ คือ

1.1 บทบาทหน้าที่ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารทำความเข้าใจร่วมกันในเรื่องเวลา โดยช่วยให้คนมีความเข้าใจตรงกันในเรื่องวันเดือนปีและมิติของเวลาที่แบ่งออกเป็นอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

1.2 บทบาทหน้าที่ในการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีโดยปฏิบัติทำหน้าที่เป็นเสมือนแบบบันทึกนิตยหมายเพื่อการทำกิจกรรมร่วมกันของคนในสังคม อันส่งผลให้เกิดการสืบทอดทางด้านนิยมและวัฒนธรรมประเพณี

1.3 บทบาทหน้าที่ในการเป็นเครื่องมือเพื่อการบริหารและจัดการชีวิต ในสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว ปฏิทินได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญจำเป็นในการวางแผนดำเนินชีวิตของคนเพื่อให้สามารถดำเนินไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

2. บทบาทหน้าที่ในการสื่อสารตามเจตนาารมณ์ของผู้ผลิตเป็นบทบาทหน้าที่อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการใช้สอยปฏิทินในชีวิตประจำวัน ทำให้ปฏิทินมีศักยภาพในการเป็นสื่อเพื่อการสื่อสารจากผู้ผลิตปฏิทินไปยังผู้รับปฏิทิน ผลการศึกษพบว่าผู้ผลิตปฏิทินทั้งเป็นผู้ประกอบการบริษัทห้างร้านได้ใช้ปฏิทินเพื่อการสื่อสารในลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 บทบาทหน้าที่ในการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การโดยภาพลักษณ์ที่นิยมแสดงออกคือ ภาพลักษณ์ในการเป็นผู้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรมไทย ภาพลักษณ์ในการเป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ภาพลักษณ์ในการเป็นผู้เกื้อหนุนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ภาพลักษณ์ในการเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูง

2.2 บทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อ

ความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับผู้ปฏิบัติ และ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ

2.3 บทบาทหน้าที่ในการให้สาระความรู้แก่สังคม ปฏิทินในปัจจุบันมีเนื้อหาสาระที่มคุณค่าทำให้ปฏิทินในปัจจุบันมีคุณค่าเทียบเท่าหนังสือที่สามารถใช้ศึกษาค้นคว้าอ้างอิงได้

2.4 บทบาทหน้าที่ในการรณรงค์เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งในสังคม ปฏิทินในปัจจุบันถูกใช้เป็นสื่อในการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

เพื่อให้ปฏิทินสามารถทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้ผลิต ปฏิทินในปัจจุบันมีวิธีการนำเสนอเพื่อสร้างอารมณ์ในการสื่อสารและมีวิธีการสร้างความหมายดังต่อไปนี้

วิธีการนำเสนอเพื่อสร้างอารมณ์ในการสื่อสารด้วยการออกแบบปฏิทินให้มีความสวยงามแปลกตา การใช้ภาพที่สวยงามสะดุดตาสื่อความหมายได้ลึกซึ้งและเร้าอารมณ์ การใช้ภาษาที่มีความไพเราะ มีความหมายลึกซึ้งและมีลีลาในการเร้าอารมณ์ และการให้ข้อเท็จจริงด้วยการบอกเล่าอย่างตรงไปตรงมาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

การสร้างความหมายของเนื้อหาข่าวสารในปฏิทินทำได้ด้วยวิธีการดังนี้

1. การอ้างอิงบริบททางสังคม โดยเรื่องราวหรือประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของสังคมจะถูกหยิบยกมาเป็นเนื้อหาของปฏิทินเพื่อสื่อสารสร้าง

ความหมายตามเจตนาของผู้ผลิต ดังนั้น ปฏิทินจึงสามารถสะท้อนให้เห็นความ
เห็นไปของสังคมในแต่ละยุคแต่ละสมัยได้เป็นอย่างดี

2. การสร้างความหมายโดยการให้รหัส สัญลักษณ์ และภาษา เช่น
การใช้คำและข้อความที่มีความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย การใช้ตัว
แทนหรือสัญลักษณ์ เพื่อสื่อความคิดรวบยอดในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

วิจารณ์

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารที่ปรากฏบนปฏิทินปี
พ.ศ. 2537 นี้ นับได้ว่าเป็นการศึกษาวิจัยปฏิทินในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการสื่อ
สารเป็นครั้งแรก เนื่องจากหลักฐานการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปฏิทินไทยเท่าที่
ปรากฏอยู่ในปัจจุบันพบว่า มีเพียงการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา
และวิวัฒนาการของปฏิทินไทยเท่านั้น สำหรับหลักฐานการวิจัยของต่างประเทศ
นั้นก็ยังไม่ปรากฏหลักฐานการวิจัยปฏิทินในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะ
วิวัฒนาการของปฏิทินในต่างประเทศโดยเฉพาะในแง่ของการผลิตและการเผยแพร่
แพร่แตกต่างจากปฏิทินไทย โดยส่วนใหญ่แล้วปฏิทินในต่างประเทศจะถูกผลิตขึ้น
เพื่อการจำหน่ายในขณะที่ปฏิทินไทยได้ถูกผลิตขึ้นเพื่อเป็นของขวัญของชำร่วย
แจกจ่ายให้กับลูกค้าและผู้มีอุปการะคุณในลักษณะของกาแจกฟรี ซึ่งในระยะ
แรก ๆ ก็มีเพียงข้อความแจ้งให้ทราบว่าใครเป็นผู้ผลิต แต่ต่อมาเมื่อมีผู้มอง
เห็นศักยภาพในการเป็นสื่อเพื่อการสื่อสารที่วางสารทางอ้อมไปสู่กลุ่มเป้าหมาย
จึงได้มีการสอดแทรกเนื้อหาที่วางสารในลักษณะต่าง ๆ ลงบนปฏิทิน ปฏิทินจึง
กลายเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็น
ผู้รับปฏิทิน กระบวนการสื่อสารโดยผ่านสื่อปฏิทินจึงประกอบด้วยผู้ส่งสารอันได้
แก่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการส่งที่วางสารทางอ้อมผ่านปฏิทินทั้งทำหน้าที่เป็นตัว
กลางนำที่วางสารไปยังผู้ใช้ปฏิทิน ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับสารในกระบวนการสื่อ

สารดังกล่าว การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารที่ปรากฏบนปฏิทิน
 ครั้งนี้ จึงเป็นการเจาะศึกษาเฉพาะที่วงตอนกลางของกระบวนการโดยการ
 วิเคราะห์ตัวปฏิทินในฐานะที่เป็นช่องทางในการสื่อสารว่า รูปแบบและเนื้อหาที่
 ปรากฏบนปฏิทินนั้นได้มีบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารอย่างไร และมีวิธีการ
 สร้างความหมายอย่างไร ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อ
 การกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของปฏิทิน ดังนั้นหากต้องการศึกษาทำความเข้าใจ
 ไปถึงกระบวนการการสื่อสารผ่านสื่อปฏิทินอย่างถ่องแท้แล้ว ควรจะมีการศึกษา
 วิจัยเกี่ยวกับปฏิทินนี้สักหลาย ๆ ครั้ง โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่จุดมุ่งหมายของผู้
 ประกอบการว่าต้องการใช้ปฏิทินสื่อสารเพื่อประโยชน์ต่อองค์การอย่างไรบ้าง
 การศึกษาถึงแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของปฏิทิน
 ตลอดจนวิธีการสร้างความหมายผ่านสื่อปฏิทินก็เป็นประเด็นที่ศึกษาเพื่อทำ
 ความเข้าใจถึงขั้นตอนในการผลิตและการสร้างสรรค์ปฏิทินสำหรับผู้ใช้ปฏิทิน
 ในฐานะที่เป็นผู้บริหารองค์กรหรือการศึกษาถึงความต้องการจำเป็นในการใช้ปฏิทิน
 รวมทั้งผลที่เกิดจากการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้ปฏิทินด้วยการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ
 ข้างต้นจะทำให้เข้าใจกระบวนการสื่อสารที่มีปฏิทินเป็นสื่อกลางได้ทั้งกระบวนการ

จากที่คิดเห็นเพื่อการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปฏิทินในฐานะเป็นสื่อ
 เพื่อการสื่อสารตามที่ได้ยกมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาเรื่องบท
 บทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารที่ปรากฏบนสื่อปฏิทิน พ.ศ. 2537 ในครั้งนี้เป็นเพียง
 จุดเริ่มต้นในการทำความเข้าใจถึงกระบวนการการสื่อสารโดยผ่านสื่อปฏิทิน
 เท่านั้น และวิธีการศึกษาครั้งนี้จำกัดอยู่เพียงการวิเคราะห์หาคำตอบเพื่อหา
 คำตอบเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่เชิงการสื่อสารจากรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏ
 อยู่บนปฏิทินเท่านั้น ซึ่งผลจากการวิเคราะห์นี้อาจจะตรงหรือไม่ตรงกับจุดมุ่ง
 หมายของผู้ผลิตปฏิทินก็ได้ นอกจากนั้นการศึกษาครั้งนี้ยังจำกัดวงแคบเฉพาะ

ปฏิทินแขวนและปฏิทินตั้งโต๊ะเท่านั้น โดยมีได้รวมไปถึงปฏิทินในลักษณะอื่น ๆ เช่น ปฏิทินเพื่อการจดบันทึกและปฏิทินสำหรับพกพาในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งปฏิทินที่มีการผลิตขึ้นเพื่อการซื้อขายโดยตรง ซึ่งผู้ผลิตปฏิทินดังกล่าวน่าจะมีแนวคิดในการสร้างสรรค์และการสื่อสารที่น่าสนใจเช่นกัน

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าการศึกษาดังนี้จะมีข้อจำกัดมากมาย ดังได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยก็มั่นใจว่าผลจากการศึกษาดังนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจจะได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปฏิทินในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการสื่อสารต่อไป

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้สนใจใคร่ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปฏิทินในฐานะที่เป็นสื่อเพื่อการสื่อสารเพิ่มเติม การศึกษาในประเด็นต่อไปนี้น่าจะทำให้ได้คำตอบที่สามารถอธิบายถึงบทบาทหน้าที่ของปฏิทินในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของการสื่อสารในแง่มุมต่าง ๆ คือ

1. การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของปฏิทิน
2. แนวคิดและวิธีการสร้างความหมายผ่านสื่อปฏิทิน
3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกปฏิทินไว้ใช้สอยในชีวิตประจำวัน
4. การศึกษาเปรียบเทียบผลการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับผู้รับปฏิทินกับจุดประสงค์หรือความคาดหวังผลการสื่อสารจากสื่อปฏิทินของผู้ประกอบการ