



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เสฐียรโกเศศ ได้ให้คำนิยามว่า วัฒนธรรม คือ ผลของใจ อันได้แก่ความคิด ความรู้สึก และความเชื่อ ทั้ง 3 ประการนี้เป็นบ่อเกิดของวัฒนธรรมซึ่งสามารถแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรม เป็นแบบแผนหรือวิถีการปฏิบัติในระยะที่แน่นอน คือ

1. พฤติกรรมสังคม(Social behavior) ได้แก่กิริยาอาการ และท่าทีที่มนุษย์ในสังคมแสดงออกเป็นนิสัยความเคยชิน เมื่อจะทำอะไร ประพฤติอย่างไรก็มีกิริยาอาการแสดงออกเป็นอย่างเดียวกันในสังคม และรวมทั้งที่รู้จักใช้สิ่งซึ่งสร้างหรือทำขึ้นได้ด้วย เช่น การนั่งพับเพียบเมื่อฟังพระเทศน์ ซึ่งเรียกว่าเป็นพฤติกรรมสังคมของคนไทย

2. กิริยาพาที

3. กิจกรรม(activity) คือความเคลื่อนไหว ในอันที่จะประกอบการทำงาน การเล่น หรือการกระทำใด ๆ

4. ผลเกิดจากกิจกรรม อันเป็นผลิตรกรรมของมนุษย์ เช่น บ้านเรือน หรือเครื่องใช้ไม้สอย และอื่น ๆ อีกมากมาย

ดังนั้น สิ่งที่ใจแสดงออกให้เห็นทั้ง 4 ประการนี้ คือ คำนิยามของคำว่า วัฒนธรรมตามแนวในวิชามนุษยวิทยาวัฒนธรรม

คำว่าวัฒนธรรมนั้น มีความหมายเป็นหลายนัย และมีการใช้และเรียกชื่อแตกต่างกันไปสุดแต่จะต้องการให้มีความหมายในแง่มุมใด เช่น อาจใช้คำว่า วิถีชีวิต ในสังคม ตั้งแต่ลุ่มทางสังคม มรดกสังคม การถ่ายทอดทางสังคม หรือปริมปราประเพณี เป็นต้น (เสฐียรโกเศศ, 2510)

ส่วน นิธิ เอียวศรีวงศ์ ก็นิยาม “วัฒนธรรม” ว่าเป็น ระบบความสัมพันธ์ของคนกับคน และคนกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ไม่ได้สร้างขึ้นใหม่ทุกชั่วอายุคน แต่จัดเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ตกทอดกันมาจากอดีต ต้องอาศัยการถ่ายทอดปลูกฝังกันเป็นเวลานานกว่าจะสามารถดำเนินชีวิตในระบบความสัมพันธ์หนึ่งได้อย่างดี ระบบความสัมพันธ์หรือวัฒนธรรมจึงมีพลังกำหนดชีวิตของคนยิ่งกว่าสิ่งใด (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2538)

ในช่วงสองสามทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า สังคมไทยในปัจจุบันประสบกับปัญหาวิกฤตทางวัฒนธรรม เนื่องจากมีการเร่งรัดการพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมวัฒนธรรมหลายประการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทย ผู้คนเริ่มถอยห่างจากศรัทธา ความเชื่อในศาสนาธรรม ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการดำเนินชีวิต สถาบันครอบครัวได้รับการกระทบกระเทือนอย่างหนัก เพราะผู้คนต้องดิ้นรนต่อสู้หาเลี้ยงชีพ ทำให้ระบบความสัมพันธ์ในครอบครัวเสื่อมโทรมลง

ประการสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกคนให้การยอมรับว่ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ก็คือ ยุคนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร “Information age” ระบบข่าวสาร และการติดต่อเป็นไปอย่างรวดเร็วมาก ทำให้กระแสวัฒนธรรมต่างประเทศไหลบ่าเข้าสังคมไทย และคนไทยก็รับเข้ามาโดยขาดการเลือกสรรให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและรากฐานดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทย ผลก็คือ ระบบโครงสร้างและขนบธรรมเนียมอันดีงามของไทยต้องเสื่อมถอยลงไป การดำรงคนอยู่ในสังคมตามหลักธรรมของศาสนา กรอบและประเพณีที่ดีงามของไทยถูกละเลย ทำให้ประเทศไทยต้องประสบปัญหาทางด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ มากมาย

เมื่อมีการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาวิกฤตทางวัฒนธรรม เรามักจะได้ยินการกล่าวโทษว่า เพราะวัฒนธรรมต่างชาติไหลบ่าเข้ามาทำลายวัฒนธรรมไทย ทศวรรษนี้เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นลงไปในตำนานบางอย่างเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนไทย ในเรื่องของความไม่มั่นใจ ในรากฐานของวัฒนธรรมของไทยเราเอง เพราะโดยธรรมชาติของวัฒนธรรมของทุกชาติและทุกภาษาย่อมมีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง และแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่นบรรพบุรุษของไทยเองก็ได้มี

การหยิบยืมคัดแปลงวัฒนธรรมจากต่างชาติมาใช้ทั้งสิ้น และยังมีกระบวนเอาไว้อย่างชัดเจนว่านำมาจากใคร เช่น เพลงไทยเดิม เพลงแขกด้อยหม้อ ฝรั่งเศสแท้ จีนรำพัด ลาวดวงเดือน พม่าเห่ ฯลฯ โดยที่บรรพบุรุษไทยไม่ได้หวาดผวारेื่องการถูกคัดลอกถึงทางวัฒนธรรมแต่อย่างใด เพราะบรรพบุรุษของเรามีความมั่นใจในวัฒนธรรมของชาติไทยเรา และทำการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับชาติอื่น ๆ โดยไม่มีความรู้สึกที่ “ตกเป็นรองใคร” (กาญจนา แก้วเทพ, 2539)

หากว่าในปัจจุบันคนไทยเราเกิดความหวั่นไหว เมื่อรับวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามาเพราะไม่มีความมั่นใจในวัฒนธรรมของตัวเอง และคิดว่าวัฒนธรรมจากต่างประเทศย่อมดีกว่าและทันสมัยกว่าวัฒนธรรมของไทยเรา จึงทำให้เกิดการรับวัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ามาโดยขาดการเลือกสรรให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนไทย

ปัญหาด้านวัฒนธรรมนับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการรณรงค์วัฒนธรรมไทย เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดใคร่ตรง และใคร่ครวญในการเลือกสรรวัฒนธรรมอื่น และปลูกฝังให้เกิดความซาบซึ้งรักและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย เกิดการตื่นตัว ศึกษาค้นคว้าสร้างความสำเร็จ นำไปประพฤติปฏิบัติและพัฒนาอย่างถูกต้อง อันจะยังผลให้เกิดความสงบสุขทั้งในวิถีชีวิตและสังคมส่วนรวมในที่สุด

สำหรับการรณรงค์วัฒนธรรมไทยทางสื่อโทรทัศน์นั้น ได้มีการดำเนินการมาตั้งแต่ยุคบุกเบิกวงการโทรทัศน์ไทย ในสมัยที่ คุณจ่านอง รังสีกุล(ซึ่งต่อมาได้รับการยกย่องให้เป็นบิดาแห่งวงการโทรทัศน์ไทย) เป็นผู้บริหารไทยทีวีสี ช่อง 4 บางขุนพรหม ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของไทย ได้มีการจัดรายการทางด้านศิลปวัฒนธรรมไทยแขนงต่าง ๆ มากมาย โดยมุ่งเน้นไปในทางรักษาและอนุรักษ์มรดกไทยไม่ให้สูญหาย

รูปแบบของรายการ จะเป็นรายการสด ส่วนใหญ่จะเป็นรายการสารคดีหรือรายการที่ให้ความบันเทิง เช่น การแสดงหรือเกมโชว์ ที่เรียกว่าเป็น “วัฒนธรรมบันเทิง” เช่น รายการปัญหา “พะหมี่” ซึ่งเป็นรายการเกมส์ทายคำปริศนาจากโคลงกลอน รายการ “สับแลกกอลอนสด” เป็นรายการแข่งขันแต่งกลอนสดประชันกัน รายการ “คันธรรพศาลา” นำเสนอเพลงไทยไพเราะทั้งในอดีตและปัจจุบัน เป็นต้น

ส่วนรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก นั้น ในสมัยที่ยังเป็นช่อง 7 ขาวดำ ลักษณะของรายการ จะเป็นรายการสด ส่วนใหญ่จะนำเสนอเป็นการละเล่นและประเพณีพื้นบ้าน เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีบวชนาค เป็นต้น

ในด้านรูปแบบรายการ นั้น แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ รูปแบบรายการที่สถานีเป็นผู้ผลิตเอง กับรูปแบบรายการที่จ้างผู้อื่นผลิต สำหรับรายการที่สถานีเป็นผู้ผลิตเอง คือ รายการประเภท เพลง การแสดงพื้นบ้าน และเกมส์โชว์ เช่น การแสดงเพลงน้อย ลำตัด ลิเก โขน เป็นต้น ส่วนเกมส์โชว์ ได้แก่ รายการ “สัมมนานักสืบ” ซึ่งได้นำอาชีพของคนไทย ซึ่งคนปัจจุบันไม่ค่อยรู้จักมาเป็นปริศนีย์ เช่น ช่างทอง ช่างฟ้อนเล็บ หมอทำขวัญนาค เป็นต้น ส่วนรายการที่จ้างผู้อื่นผลิต ได้แก่ การผลิตละครของราชฟิล์ม ซึ่งเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับคติความเชื่อและประเพณีไทย เช่นเรื่องภิกษุมัจจุราช หุ่นไล่กา เป็นต้น

สำหรับการรณรงค์ในยุคปัจจุบัน เริ่มในปี 2537 เมื่อรัฐบาลประกาศให้เป็น “ปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย” โดยมอบหมายให้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) เป็นแกนกลางในการดำเนินงาน ร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้ใช้โอกาสที่สำคัญนี้ ระดมทั้งความคิด ทรัพยากร และการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อร่วมกันรณรงค์ทางวัฒนธรรมเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตทางวัฒนธรรมของประเทศชาติ

ภารกิจในแผนการรณรงค์ทางวัฒนธรรม ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) มีอยู่ 3 ขั้นตอน คือ การทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การทำให้เกิดทัศนคติที่สมควรคล้อยตาม และทำให้เกิดพฤติกรรมร่วม

สำหรับกิจกรรมการดำเนินการรณรงค์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน จะอยู่ในขั้นตอนของการทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ โดยสื่อมวลชนจะมีหน้าที่ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนักในปัญหาทางวัฒนธรรม และเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ สื่อมวลชนทุกแขนงควรมีบทบาทต้องรณรงค์วัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่งานวัฒนธรรม และสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนในขอบข่ายเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทย 11 ประการ เช่น ขอบข่าย

เนื้อหาเกี่ยวกับสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ภาษาไทย เป็นต้น

ในส่วนของสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ นับตั้งแต่ปี 2537 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ได้ขอความร่วมมือต่อสถานีโทรทัศน์ 5 ช่อง คือ ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ไทยทีวีสีช่อง 9 และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ให้ดำเนินการผลิตข่าวหรือสารคดีทางวัฒนธรรม ความยาวไม่ต่ำกว่า 1 นาที โดยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(สวช.) จะให้งบประมาณสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการของแต่ละสถานี โดยในปี 2537 ให้งบประมาณสนับสนุน 1 ล้านบาทต่อ 90 ตอน ปี 2538 ให้งบประมาณเพิ่มขึ้นเป็น 2 ล้านบาทต่อ 100 ตอน และในปี พ.ศ. 2539 รัฐบาลได้อนุมัติให้สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) เพิ่มงบประมาณให้แต่ละสถานีเป็นปีละสามล้านบาทต่อ 115 ตอน โดยกำหนดเงื่อนไขว่าทุกสถานีสถานีต้องผลิตรายการออกอากาศในช่วงข่าวภาคค่ำ โดยแทรกอยู่ในส่วนหนึ่งของข่าวเป็นประจำทุกวัน หรือวันเว้นวัน และเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นอยู่ในขอบข่ายเนื้อหาทางวัฒนธรรมทั้ง 11 ประการ ตามที่ สวช. กำหนดไว้

โดยการขอความร่วมมือสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในการผลิตข่าวหรือสารคดีเพื่อสนับสนุนโครงการ“สืบสานวัฒนธรรมไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อการรณรงค์ที่สำคัญ คือ การทำให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในขอบข่ายเนื้อหาวัฒนธรรมไทย ทั้ง 11 ประการ อย่างแท้จริง ซึ่งวัตถุประสงค์ข้อนี้เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการรณรงค์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชน

จากการที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(สวช.)ได้ขอความร่วมมือสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์ เพื่อร่วมมือกันในการทำให้โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยสำเร็จดูต่างไปตามเป้าหมายที่กำหนด ดังนั้นสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก จึงได้จัดทำสารคดีที่มีชื่อว่า “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ขึ้น เพื่อเป็นการสนับสนุนโครงการสืบสานวัฒนธรรมไทยอันเป็นนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยตรง

รายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” เป็นสารคดีส่งเสริมวัฒนธรรมไทย ความยาวประมาณ 2 นาที เป็นรายการหนึ่งที่แทรกอยู่ในช่วงเวลาของการเสนอข่าวภาคค่ำเป็นประจำทุกวัน ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกเริ่มออกอากาศตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2537 ต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2539)

กลุ่มเป้าหมายของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” คือ ประชาชนทั่วไป เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนไทยทุกคน จึงเป็นเรื่องที่ประชาชนทุกคนควรตระหนักและเห็นความสำคัญ

การออกอากาศในระยะแรกของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จะออกอากาศโดยไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการ เนื่องจากรายการได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)

แต่ต่อมาเมื่อรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำในฐานะที่เป็นรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยดีเด่น ประจำปี พ.ศ. 2537 ทางผู้บริหารของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก จึงได้ประชุมปรึกษาหารือและได้สั่งการให้แผนกผลิตรายการสังกัดฝ่ายจัดรายการ ซึ่งเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการผลิตรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ดำเนินการผลิตรายการต่อไปโดยไม่มีกำหนด ถึงแม้ว่าในปี 2538 ได้ทำการผลิตสารคดีทางวัฒนธรรม ครบทั้ง 90 ตอนตามงบประมาณของ สวช. แล้ว ประกอบกับในช่วงเวลาขณะนั้น บริษัทเงินทุนเอกชนกิจ จำกัด (มหาชน) ได้แจ้งความประสงค์ขอเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” พอดี ดังนั้นรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จึงได้ออกอากาศโดยมีผู้สนับสนุนรายการ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา

ในช่วงเวลาที่มีผู้สนับสนุนรายการนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2538 ถึง เดือนกรกฎาคม 2539 รวมเวลา 9 เดือน) การผลิตรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ไม่ได้ผลิตรายการโดยใช้งบประมาณจาก สวช. แต่ใช้งบประมาณจากผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งมีทั้งหมด 2 ราย ได้แก่

1. บริษัทเงินทุนเอกชนกิจ จำกัด (มหาชน) สนับสนุนรายการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2538 - เดือนกรกฎาคม 2539 (รวมเวลา 9 เดือน)
2. เบียร์ช้าง สนับสนุนรายการตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - เดือนกรกฎาคม 2539 (รวมเวลา 3 เดือน)

บทบาทในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เกี่ยวกับกิจกรรมทางด้านการรณรงค์วัฒนธรรมไทย สื่อโทรทัศน์ นับว่ามีทั้งข้อได้เปรียบและข้อจำกัด

สำหรับข้อได้เปรียบ คือ โทรทัศน์ส่งได้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน ทำให้สามารถเสนอเนื้อหาที่เป็นของจริงได้ง่ายและละเอียด ซึ่งทำให้ผู้รับสารจดจำได้ง่าย ส่วนข้อจำกัด คือ อายุของสารต้น ถ้าผู้รับสารไม่สนใจหรือพลาดโอกาสที่จะรับชมรายการ ก็ไม่สามารถรับรู้และจดจำข่าวสารได้ นอกจากนี้หากได้เวลาในการออกอากาศไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่จะชมแล้ว รายการนั้นก็ไม่ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และสำหรับรายการที่มีลักษณะเป็นรายการสารคดีทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของเรื่องราวที่เป็นจริง และในขณะที่เดียวกันจะต้องทำให้ภาพที่น่าเสนอเรื่องราวนั้นมีความสมบูรณ์ มีคุณค่า และมีความหมายต่อผู้ชมด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ผลิตสารคดีทางวัฒนธรรม จึงต้องให้ความสำคัญกับเนื้อหาควบคู่ไปกับการคิดในการสื่อความหมายด้วยภาพ ให้สามารถกระทบบอารมณ์ของผู้ชมตามเป้าประสงค์ของผู้ส่งสารให้ได้ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้การเขียนบทและการสื่อความหมายด้วยภาพของสารคดีทางวัฒนธรรมค่อนข้างทำได้ยาก เพราะต้องอาศัยทีมงานผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในแก่นแท้ของศิลปะที่จะนำเสนอในแต่ละตอนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะเรื่องราวของวัฒนธรรมบางมิติมีลักษณะเป็นนามธรรม(abstract) อันเป็นเรื่องราวที่ว่าด้วยเรื่องของแบบแผนวิถีชีวิต ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคคลและสังคมโดยตรงจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและซับซ้อนในหลายๆ ประการ การปลูกฝังความคิด ความรู้สึกค่านิยม จิตสำนึก ตลอดจนเจตคติในด้านต่างๆ ทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะในเรื่องที่เป็นปรัชญาของชีวิต เช่น ความกตัญญูคุณเดวดี, สายใยสายสัมพันธ์ของครอบครัว, ความมีระเบียบวินัยในสังคม ฯลฯ เพื่อให้เกิดความสำนึกและพฤติกรรมในทิศทางที่พึงประสงค์โดยองค์รวม จนสามารถสะท้อนแบบแผนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติจึงนับว่าเป็นเรื่องที่ทำได้ยากอย่างยิ่ง ประกอบกับรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาสารคดีทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่มีลักษณะเรียบง่ายเป็นเหตุเป็นผล ไม่น่าตื่นเต้น และเป็นรายการที่ค่อนข้างยาว คือ ประมาณ 1/2-1 ชั่วโมง ทำให้ผู้ชมรู้สึกเบื่อก่อนที่จะดูจนจบ ไม่เหมือนกับรายการประเภทบันเทิงคดี เช่น เกมส์โชว์ซึ่งไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว บทสนทนาที่ใช้ในรายการค่อนข้างง่าย

สนุกสนาน และเป็นกันเองกับผู้ชม ทำให้ได้ผ่อนคลายอารมณ์ จึงเรียกร้องความสนใจ ได้มากกว่าสารคดีทางวัฒนธรรม

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะวิเคราะห์ กลยุทธ์การสื่อสารของสารคดีทางวัฒนธรรม โดยในที่นี้ได้เลือกวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ซึ่งเป็นรายการที่เคยได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ในฐานะรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยดีเด่น ประจำปี พ.ศ. 2537 และเป็นรายการที่ได้ออกอากาศทางโทรทัศน์มาเป็นระยะเวลานานพอสมควร กอปรกับที่ตัวผู้วิจัยได้มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งของทีมงานผู้ผลิตรายการนี้ด้วย ทั้งนี้เพื่อศึกษาว่า รายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” มีกลยุทธ์การสื่อสารในการนำเสนอรายการอย่างไร และกลยุทธ์การสื่อสารที่นำเสนอในรายการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) ได้กำหนดไว้หรือไม่

ปัญหานำวิจัย :

1. เพื่อศึกษาว่ารายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” มีกลยุทธ์การสื่อสารในการนำเสนอรายการอย่างไร
2. เพื่อให้ทราบว่าผู้รับสาร มีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของรายการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย :

1. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในการส่งเสริมวัฒนธรรมของรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”
2. เพื่อประเมินรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” จากทัศนะของผู้รับสาร

ขอบเขตของการวิจัย :

การวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษารายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” ที่ออกอากาศในช่วงการนำเสนอข่าวภาคค่ำทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก นับตั้งแต่รายการเริ่มออกอากาศในปีเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2537 จนกระทั่งถึงเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2539

นิยามศัพท์ :

- **กลยุทธ์การสื่อสาร** หมายถึง การจัดระบบของวิธีการต่าง ๆ ในการผลิตรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” เพื่อบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารกับผู้รับสาร ในงานวิจัยนี้ จะพิจารณาอยู่ 3 มิติ คือ

1. เป้าประสงค์ทางการสื่อสาร (Communication Goals) ซึ่งในที่นี้คือผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร ในระดับ สมรรถนะทางปัญญา (cognition) ซึ่งเป็นส่วนของการทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรมไทย

2. กลยุทธ์ด้านเนื้อหา (Message Strategies) ประกอบด้วย

2.1 เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ และขอบเขตของเนื้อหาที่ครอบคลุมขอบข่ายเนื้อหา 11 ประการของ สวช.

2.2 ความถูกต้องของเนื้อหา

2.3 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา

2.4 พิธีกรผู้นำเสนอรายการ

2.5 องค์ประกอบด้านเทคนิคการผลิตรายการ ได้แก่ การจัดฉาก การจัดแสง การใช้เสียงประกอบรายการ การถ่ายภาพ และการตัดต่อภาพ

3. การคัดเลือกรูปแบบการนำเสนอ (Message Distribution) ประกอบด้วย

3.1 ความถี่

3.2 เวลาของรายการ ได้แก่ เวลาในการนำเสนอรายการ และความยาวของรายการ

3.3 การเผยแพร่ซ้ำ

- การส่งเสริมวัฒนธรรมไทยผ่านสื่อมวลชน หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลและเรื่องราวทางวัฒนธรรมตามขอบข่ายเนื้อหาทั้ง 11 ประการ ที่กำหนดโดย สวช. ในรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย” เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการรณรงค์ทางวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชนตามมติของ สวช.

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย :

1. ผลที่ได้รับจากการวิจัย จะสะท้อนให้เห็นจุดเด่น และจุดด้อยของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมผ่านรายการ “เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย”
2. เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงาน หรือผู้ผลิตสื่อทางวัฒนธรรมในการนำเอาผลจากการวิจัย ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมเผยแพร่วัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย