

การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ของสื่อมวลชนไทย¹

Communicating Ideology: The Narrative of Elderly in Thai Media

ศุภมณฑา สุภานันท์²
Supamonta Supanan

Article History

Received: March 13, 2021
Revised: September 18, 2021
Accepted: October 1, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารอุดมการณ์: การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย มีวัตถุประสงค์ ประการแรก คือ เพื่อศึกษาการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย ประการที่สอง คือ เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย และประการสุดท้าย คือ เพื่อศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงอายุของกลุ่มผู้รับสาร การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ แนวคิดการเล่าเรื่อง และแนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุในเรื่องจริงและเรื่องแต่งมีความแตกต่างกัน โดยการนำเสนอข่าวหรือเรื่องจริงมักจะนำเสนอเรื่องราวความทุกข์ทรมานของการเป็นผู้สูงอายุ ขณะที่เรื่องแต่งนำเสนอภาพของการให้คุณค่าและยกย่องผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นภาพอุดมคติของการเป็นผู้สูงอายุ ทั้งนี้ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุมีอุดมการณ์ต่อการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การสื่อสารอุดมการณ์ เรื่องเล่า ผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุ สื่อมวลชน

¹ งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย (Communicating Ideology: the Narrative of elderly in Thai Media) ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย “ทุนพัฒนาศักยภาพในการทำงานวิจัยของอาจารย์รุ่นใหม่ ประจำปี 2560 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.)

² คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

School of Communication of Arts, Bangkok University, E-mail: supamonta.s@bu.ac.th

Abstract

The objectives of the study titled “Communicating Ideology: The Narrative of Elderly in Thai Media” were to examine the communicating of ideology by which the Thai media narrates the elderly; to examine the process by which the Thai media narrates the elderly; and, to examine the ideology on the elderly as held by the audience. This is a qualitative research, encompassing the subject of ideology, narrative, decoding, and encoding. The study has found a discrepancy in ideology between the non-fiction and the fiction narratives of the elderly. As for the former account, the plights of the elderly are often featured, while for the latter, fiction stories paint the positive, and idealistic portrait of the elderly. The media, teenagers, working age people, and the elderly maintain different ideologies where the narrative of elderly is concerned.

Keywords: Communication, Ideology, Narrative, Elderly, Media

บทนำ

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มคนที่กำลังได้รับการให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผู้สูงอายุได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการนำเสนอเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) โดยมีชุดข้อมูลและข้อเท็จจริง เช่น สถิติ ตัวเลข เป็นการบรรยายหรืออธิบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุตามความเป็นจริง และกล่าวถึงประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ และในอีกมุมมองหนึ่งมีการนำเสนอเป็นเรื่องแต่ง (fiction) ที่มีการสร้างจินตนาการให้เกิดเป็นตัวละครผู้สูงอายุที่มีบทบาทแตกต่างกัน โดยอาจจะเป็นการสะท้อนหรือประกอบสร้างเรื่องราวของผู้สูงอายุในมิติที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ สื่อสารให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อที่สังคมมีต่อกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนั้นอุดมการณ์หรือกรอบความคิดที่นำเสนอผ่านเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุจึงได้รับการผลิตซ้ำอยู่เสมอ

จากปรากฏการณ์จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้ภาครัฐและภาคเอกชนต้องตระหนักถึงบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ โดยมีการคาดการณ์กันว่าในปี พ.ศ. 2578 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (aged society) โดยมีจำนวนผู้สูงอายุประมาณ 16 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.00 ของจำนวนประชากรไทยทั่วประเทศ ในช่วงเวลาที่ผ่านมาจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการเพิ่มขึ้นประมาณ 3 เท่าตัว

ในระยะเวลา 30 ปีที่ผ่านมา (Wapattanawong & Prasartkul, 2017)

เพราะฉะนั้น ผู้สูงอายุจึงเป็นกลุ่มประชากรที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับและส่งผลกระทบต่อทุกส่วนในสังคม ดังนั้น องค์กรหรือสถาบันต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นมิติด้านครอบครัว ความสัมพันธ์ การใช้ชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ศาสนา และการสื่อสารประเด็นผู้สูงอายุของสื่อมวลชน

การศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุที่ผ่านมา ได้มีการจัดกลุ่มการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) การศึกษาผู้สูงอายุเชิงกายภาพผ่านความเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่จับต้องได้ อาการเจ็บป่วย โรคภัยไข้เจ็บ และการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ 2) การศึกษาผู้สูงอายุเชิงจิตวิทยา ให้ความสนใจด้านอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุ 3) การศึกษาผู้สูงอายุเชิงสังคม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ พฤติกรรม และความสัมพันธ์ที่ผู้สูงอายุมีต่อคนรอบข้าง และ 4) การศึกษาผู้สูงอายุตามช่วงจังหวะการเปลี่ยนแปลงของชีวิต เมื่อเริ่มต้นเข้าสู่วัยสูงอายุ วิถีชีวิตของผู้สูงอายุจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร และความสัมพันธ์ของผู้สูงอายุกับบุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการจัดการอย่างไร (Harwood, 2007 อ้างถึงใน Kaewthep, 2011)

การศึกษาในครั้งนี้ เน้นศึกษาผู้สูงอายุผ่านมิติเชิงสังคม โดยใช้แนวทางการประกอบสร้างความหมาย (constructivism) ที่สังคมมองผู้สูงอายุผ่านเรื่องเล่าในรูปแบบที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) และเรื่องแต่ง

(fiction) จากการที่เรื่องราวของกลุ่มผู้สูงวัยปรากฏให้เห็นในพื้นที่ของสื่อมวลชน ผู้สูงวัยจึงเป็นหนึ่งในเนื้อหา (content) หรือประเด็น (issues) ที่น่าสนใจ และเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่นำศึกษา จึงมีการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในลักษณะที่เป็นเรื่องจริง เช่น ข่าวสารคดี บทความ หรือเรื่องแต่ง เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น ละคร โฆษณา คลิปวิดีโอไวรัล ฯลฯ ผ่านช่องทางของสื่อแต่ละประเภทหรือแพลตฟอร์มสื่อที่แตกต่างกัน โดยมีการนำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ในการนี้เรื่องเล่ายังมีพลังต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือการผลิตซ้ำความคิดความเชื่อบางอย่างที่สังคมมีต่อผู้สูงวัยอีกด้วย โดยผู้สูงวัยปรากฏตัวอยู่ในเรื่องเล่าอย่างต่อเนื่อง เพียงแต่อาจจะไม่ได้รับการเน้นย้ำให้โดดเด่นในมุมมองของการเป็นผู้สูงวัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดหรือทฤษฎีเกี่ยวกับอุดมการณ์ (ideology) เป็นแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ตัวบท (text) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หรือตีความประกอบกับแนวคิดหรือทฤษฎีการเล่าเรื่อง (narrative) รวมไปถึงการทำความเข้าใจตัวบทจากมุมมองการเข้ารหัสและถอดรหัสความหมาย (encoding and decoding) ของผู้ผลิตและผู้รับสาร

การศึกษาดังกล่าวจึงได้เชื่อมโยงไปสู่มุมมองของผู้ผลิตหรือผู้ส่งสาร (sender) และผู้รับสาร (receiver) เพื่อทำความเข้าใจการสื่อสารอุดมการณ์การเล่าเรื่องเกี่ยวกับผู้สูงวัยให้มีมุมมองที่ครอบคลุม เพื่อให้เห็นการทำงานของอุดมการณ์ที่ครอบคลุมทั้งในตัวโครงสร้างของผู้ผลิตว่ามีวิธีการต่อการเล่าเรื่องราวผู้สูงอายุนาน้อยอย่างไร ขณะเดียวกัน อุดมการณ์ที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นทำให้ผู้รับสารมีมุมมองหรืออุดมการณ์ต่อผู้สูงอายุนาน้อยอย่างไร ซึ่งจะทำให้เห็นภาพรวมที่เป็นเครือข่ายของการสื่อสารอุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงอายุนาน้อยยิ่งขึ้น ในการนี้การศึกษาอุดมการณ์จึงวิเคราะห์ผ่านตัวบทหรือเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อออนไลน์และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตและผู้รับสาร โดยการศึกษาอุดมการณ์การสื่อสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยให้เห็นกรอบความคิดหรืออุดมการณ์ ที่สังคมมีต่อกลุ่มผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น

คำถามนำการวิจัย

1. การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทยมีลักษณะอย่างไร
2. กระบวนการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทยมีลักษณะอย่างไร
3. อุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสารจากสื่อมวลชนไทยมีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสารจากสื่อมวลชนไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดหลักของงานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย การศึกษาครั้งนี้จึงทำความเข้าใจประเด็นดังกล่าว ผ่านแนวคิดอุดมการณ์ และการเล่าเรื่อง (narrative) ที่มีความเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้สูงวัย รวมถึงใช้แนวคิดการเข้ารหัส และถอดรหัส เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการผลิตและการตีความเรื่องเล่าดังกล่าวจากมุมมองของกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้รับสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย

สื่อมวลชนกับสังคมผู้สูงอายุ

สื่อมวลชนเป็นสถาบันสำคัญที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับผู้สูงวัยผ่านสื่อหรือช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ Harrington (2014) มีทัศนะต่อการศึกษากำหนดประเด็นผู้สูงอายุในสื่อมวลชนว่า ความสูงวัยเป็นประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอ แต่อาจจะไม่ได้นำเสนออย่างโดดเด่นหรือเข้มข้นมากนัก โดยไม่ให้ความสำคัญกับความหมายของอายุ (age) ที่เปลี่ยนแปลงไป มองภาพของผู้สูงวัยแบบเหมารวม (stereotype) ไม่ได้ตีความความหมายของการเป็นผู้สูงอายุ มองว่าผู้สูงวัยเป็น

กลุ่มก้อนเดียวกัน (homogenous) ไม่ได้มองถึงความหลากหลาย (heterogeneous) ของผู้สูงวัย และไม่ได้มีการให้ข้อมูลที่คำนึงถึงความแตกต่างในแง่ประสบการณ์

จากมุมมองของ Milner, Norman, and Milner (2015) การนำเสนอรายการข่าว เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และโฆษณา มักจะนำเสนอภาพจำที่แสดงให้เห็นว่า ผู้สูงวัยจะได้รับการนำเสนอแบบลดคุณค่า ตอกย้ำว่าผู้สูงวัย คือ ภาระของสังคม กล่าวถึงผู้สูงวัยโดยใช้ภาษาด้านลบ และชี้นำความคิดที่สะท้อนทัศนคติที่สังคมมีต่อผู้สูงวัยในด้านลบมากกว่าด้านบวก ซึ่งอาจจะเป็นการนำเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียว ทั้งที่ผู้สูงวัยยังมีคุณค่าด้านอื่นให้สื่อมวลชนได้นำเสนอ เช่น ความรู้ ประสบการณ์ และความทรงจำที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สื่อมวลชนจึงมีความสำคัญต่อการสื่อสารความหมายและประสบการณ์ของความเป็นผู้สูงวัย

กลุ่มผู้สูงวัยจึงปรากฏตัวในสื่อมวลชนพอควร แต่อาจจะไม่ได้รับบทบาทที่โดดเด่นหรือเน้นย้ำให้เห็นภาพของความเป็นผู้สูงวัยมากนัก และในอดีตที่ผ่านมามักจะเป็นภาพด้านลบมากกว่าด้านบวก ทั้งนี้ กรอบความคิดหรือชุดความคิดที่มองผู้สูงวัยในเชิงบวกและเชิงลบยังเกิดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ อยู่เสมอ โดยเป็นการปะทะกันทางความคิดหรืออุดมการณ์ที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ และบางครั้งคำพูด การแสดงออก หรือการกระทำที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวต่อผู้สูงวัยจะเป็นการแสดงออกในทางลบ การสื่อสารหรือการนำเสนอเกี่ยวกับประเด็นผู้สูงวัย ถ้าหากเป็นการสื่อสารในเชิงลบหรือที่เรียกว่า Ageism ก็อาจจะเกิดขึ้นได้ทั้งตั้งใจและไม่ตั้งใจ หรือเคลือบแฝงไปด้วยความตลก สนุกสนาน (Butler, 1968 อ้างถึงใน Milner et al., 2015) และอาจจะลดทอนตัวตนของผู้สูงวัยที่มีคุณค่า

ภาพเหมารวม (stereotype) ของผู้สูงวัยที่ปรากฏในสื่อมวลชนมี 5 รูปแบบ ได้แก่ ผู้ที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ ผู้ที่มีความแปลกประหลาดและตลกขบขัน ผู้ที่มีความทรูโทรมและตกต่ำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ที่ถูกแบ่งแยกหรือกีดกันออกจากสังคม และผู้ที่ไม่ได้รับการจดจำ ไม่ได้ถูกพูดถึง หรือถูกละเลยและมองข้าม (Barret, Raphael, & Gunderson, 2014; Walker, 2010)

นอกจากนั้น การนำเสนอภาพตัวแทนหรือเรื่องเล่าที่แสดงถึงความสูงวัยในแต่ละอุตสาหกรรมหรือประเภทของการผลิตยังมีความแตกต่างกัน โดยในแวดวงโฆษณา อาจจะมีการตีความความสูงวัยแตกต่างจากการนำเสนอข่าวหรือแม้กระทั่งในเรื่องเล่าหรือการ์ตูนสำหรับเด็กอาจจะตีความความสูงวัยในอีกรูปแบบหนึ่ง

จากการศึกษาของ Robinson and colleagues (2007) อ้างถึงใน Barret et al. (2014) พบว่า ส่วนใหญ่แล้วภาพยนตร์ของดิสนีย์นำเสนอตัวละครที่สูงวัยในด้านบวกมากกว่าด้านลบ โดยอาจจะเป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าของดิสนีย์ในกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอำนาจซื้อสินค้าให้บุตรหลานของตน จึงนำเสนอภาพของผู้สูงวัยที่มีความหมายด้านบวกมากกว่าด้านลบ

เนื่องจากการนำเสนอของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้รับสาร บุคคลจึงมักจะมีทัศนคติที่ค่อนข้างลบต่อกลุ่มผู้สูงวัย ทัศนคติดังกล่าวไม่ได้พบเพียงในกลุ่มคนหนุ่มสาวหรือวัยทำงาน แม้กระทั่งตัวผู้สูงวัยเองก็อาจจะมีทัศนคติด้านลบต่อตนเอง (Kite et al., 2005 อ้างถึงใน Barret et al., 2014) หรืออาจจะเป็นการมีความคิดต่อกลุ่มผู้สูงวัยแบบขั้วตรงข้าม (binary opposition) เช่น อ่อนแอ แต่ไร้ความสามารถ อ่อนแอ แต่มีประสบการณ์ เป็นต้น

สื่อมวลชนจึงมีบทบาทในการกำหนดทิศทางหรือสร้างเรื่องราว บอกกล่าว หรือสร้างพลังอำนาจให้กับกลุ่มผู้สูงวัย หรืออาจนำเสนอด้านความเจ็บป่วย ความเสื่อมโทรม หรือความน่าสงสารของผู้สูงอายุโดยขึ้นอยู่กับมุมมองการตีความของกลุ่มผู้ผลิตสื่อ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอุดมการณ์หรือกรอบความคิดที่สื่อมวลชนมีต่อกลุ่มผู้สูงวัย

แนวคิดอุดมการณ์

อุดมการณ์ (ideology) เป็นกรอบความคิดหรือชุดความคิดที่แสดงถึงคุณค่า (value) โดยสามารถอธิบายผ่านมุมมองของเรื่องเล่า (narrative) และแสดงลำดับของความสัมพันธ์ที่ปรากฏในเรื่องเล่า เช่น ความจริง ความหลอกลวง ความดี ความเลว ความสวยงาม และความน่าเกลียด ความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวอาจจะ

ปรากฏให้เห็นชัดเจนในเรื่องเล่าหรืออาจจะแฝงอยู่โดยไม่ได้บอกกล่าวออกมาอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้อ่านหรือผู้รับสารที่ทำความเข้าใจเรื่องเล่าจึงต้องตีความหมายหรือถอดความหมายของอุดมการณ์ที่ปรากฏในเรื่องเล่า (Herman & Vervaeck, 2013)

อุดมการณ์มีความเกี่ยวข้องกับภาพตัวแทน (representation) ของความสัมพันธ์ในจินตนาการหรือเป็นความสัมพันธ์ที่บุคคลสร้างขึ้นเพื่อเชื่อมจินตนาการกับสิ่งที่มีอยู่จริง อุดมการณ์จึงเป็นมากกว่าความคิดหรือทัศนคติของเราต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่เป็นชุดความคิดที่มีการทำงานควบคู่ไปกับข้อมูลเดิมที่เราได้รับการสะสมมาจนกลายเป็นจินตนาการที่เราเฝ้าต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Althusser, 1999)

อุดมการณ์จึงมีความเป็นระบบ (system) ที่มีการอธิบายด้วยความเป็นเหตุเป็นผลและสัมพันธ์กับภาพตัวแทน (representation) ที่สื่อสารออกไป ทั้งนี้ การวิเคราะห์อุดมการณ์สามารถทำผ่านภาพถ่าย เรื่องเล่า มายาคติ ความคิด หรือแนวคิดต่างๆ อุดมการณ์จึงช่วยในการตีความ เพื่อการรับรู้หรือทำความเข้าใจประสบการณ์หรือความหมายที่เกิดขึ้นในโลกวัตถุนิยม (Althusser, 1969 อ้างถึงใน Barker, 2008)

การทำความเข้าใจอุดมการณ์ไม่ได้หลากหลายความหมาย โดยในการศึกษาผู้สูงวัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดอุดมการณ์ ของหลุยส์ อัลธุสแซร์ นักปรัชญาสังคมชาวฝรั่งเศส ซึ่งได้นิยามว่า อุดมการณ์ คือ ชุดความคิดหรือกรอบวิธีคิด (set of Ideas or conceptual framework) ที่ได้รับการติดตั้งไว้ผ่านกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม เพราะมนุษย์เรามีการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) เช่น การหล่อหลอมอุดมการณ์จะกระทำผ่านกระบวนการสื่อสารในสถาบันครอบครัว สถาบันทางการศึกษา องค์กรที่ทำงาน หรือสถาบันต่างๆ ที่มีผลต่อกรอบความคิดของเรา ซึ่งกระบวนการหล่อหลอมจะกระทำอย่างแบบเนียนจนเราเลือกที่จะยอมรับอุดมการณ์หรือกรอบความคิดเหล่านั้นอย่างยินยอมพร้อมใจโดยไม่ได้ตั้งคำถาม (Kaewthep & Hinwiman, 2010)

อาจกล่าวได้ว่าอุดมการณ์หรือกรอบความคิดจึงเป็นสิ่งที่เราเผชิญในทุกวันโดยไม่ได้ตั้งข้อสงสัยในวิธีคิดดังกล่าวว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร เพราะเป็นความ

ธรรมดาที่คนในสังคมคิดหรือทำแบบเดียวกันจนกลายเป็นสิ่งที่ เป็นธรรมชาติ ทั้งนี้ อุดมการณ์สามารถทำงานผ่านการสื่อสาร การใช้ภาษา การแสดงออก การเลือกใช้สินค้าหรือบริการ รวมไปถึงกิจกรรมในชีวิตประจำวัน อุดมการณ์จึงเป็นกระบวนการปฏิบัติการในชีวิต (ideological practice) ในการนี้การวิเคราะห์กรอบความคิดหรืออุดมการณ์ตามทัศนะของอัลธุสแซร์จึงมองไปถึงกระบวนการ (process) ที่ทำให้กรอบความคิดนั้นยังคงทำงานอยู่ โดยอุดมการณ์ยังเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relationship) ที่มีการต่อรองหรือต่อสู้กันอยู่ตลอดเวลา ระหว่างชนชั้น เชื้อชาติ เพศ หรือวัยที่แตกต่างกัน ซึ่งอำนาจนั้นไม่ได้แสดงออกด้วยการใช้กำลังบังคับ แต่เป็นอำนาจที่มาอย่างนุ่มนวลทำให้เกิดการยอมรับ เชื่อถือ ไม่ต่อต้าน และเป็นอำนาจที่แนบเนียนไปกับปฏิบัติการทางสังคม (Kaewthep, 2012) โดยอำนาจดังกล่าวจะแสดงออกผ่านสถาบัน เช่น ด้านเศรษฐกิจ การศึกษา การเมือง สังคม วัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันสื่อมวลชน ที่มีพื้นที่การแสดงผลทางความคิดของสื่อมวลชนจึงถือเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่ทำให้อุดมการณ์หรือกรอบความคิดต่างๆ ยังคงไหลเวียนอยู่ในสังคม

อุดมการณ์ คือ กรอบความคิดหรือชุดความคิด ซึ่งจะทำงานในระดับความคิด โดยแบ่งประเภทของอุดมการณ์ ได้ดังนี้ คือ 1) อุดมการณ์หลัก (dominant ideology) คือ อุดมการณ์ที่ได้รับการยอมรับในสังคมเป็นวงกว้าง โดยเป็นชุดความคิดที่มีพลังอำนาจมากที่สุด 2) อุดมการณ์รอง (alternative ideology) คือ อุดมการณ์ที่มีบางส่วนเป็นที่ยอมรับ แต่ไม่ได้รับการยอมรับอย่างทั่วไป เป็นกรอบความคิดที่มีการประนีประนอม และ 3) อุดมการณ์ต่อต้าน คือ อุดมการณ์ที่ตรงข้ามกับอุดมการณ์หลัก (oppositional or counter-ideology) (Kaewthep & Hinwiman, 2010)

การทำงานของอุดมการณ์ คือ ทำให้เราอยู่กับว่าเรื่องนั้นเป็นธรรมชาติ เป็นความคุ้นชินที่เราไม่ตั้งข้อสงสัย อุดมการณ์จึงมีการผสมผสานทั้งเรื่องจริงและจินตนาการที่สร้างขึ้น ขณะเดียวกันอุดมการณ์ยังเป็นการเน้นย้ำให้เกิดความแตกต่างที่สุดชั่วซึ่งทำให้เห็นภาพชัดเจน ทั้งนี้ อุดมการณ์คงอยู่ได้เพราะมีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด

อุดมการณ์นั้น กลไกการทำงานของอุดมการณ์จึงมีความแตกต่างจากกลไกที่ใช้กำลังหรือกลไกด้านปราบปราม เพราะกลไกของอุดมการณ์ คือ การทำงานกับความคิดหรือความเชื่อของมนุษย์ เป็นกลไกที่ใช้อำนาจทางความคิด และแทรกตัวเข้าไปกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคมผ่านองค์กรหรือระบบต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันสื่อมวลชน สถาบันทางเศรษฐกิจต่างๆ เป็นต้น (Kaewthep & Hinwiman, 2010) อุดมการณ์จึงมีพลังเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นพลังที่ไม่ใช่การบังคับทางร่างกาย แต่เป็นอำนาจหรือพลังทางความคิดที่มีผลต่อการกระทำ

งานวิจัยของ Wilinska and Henning (2011) ที่เลือกศึกษาอัตลักษณ์ของผู้สูงวัยในประเทศโปแลนด์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านสวัสดิการสังคมพบว่า การทำความเข้าใจตัวตนของผู้สูงวัยยังคงมีมุมมองที่มองว่าผู้สูงวัยเป็นปัญหาสังคม งานสวัสดิการสังคมจึงต้องหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้สูงวัยด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ ขณะที่เมื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้สูงวัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกลับพบว่า กลุ่มผู้สูงวัยไม่ได้คิดว่าตนเองเป็นปัญหาหรือคิดว่าตนเองเป็นผู้สูงวัยตามที่สังคมประทับตราให้ ดังนั้น อุดมการณ์หรือชุดความคิดที่จะมีผลต่อผู้คนขึ้นอยู่กับว่าอุดมการณ์นั้นได้เป็นที่ยอมรับในสังคมวงกว้างหรือไม่ อุดมการณ์จึงมีการต่อสู้และการต่อรองความหมายอยู่เสมอ

แนวคิดเรื่องเล่า

แนวคิดเรื่องเล่า (narrative) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการบอกเล่าเรื่องราวปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากจินตนาการหรือเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การเล่าเรื่องในความหมายที่กำลังศึกษา เป็นการวิเคราะห์เรื่องเล่าเพื่อศึกษาอุดมการณ์หรือชุดความคิด ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าอธิบายว่า เรื่องเล่าจะเน้นการประกอบสร้างความหมายหรือประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (construction of reality) โดยก้าวข้ามจากการสะท้อนความเป็นจริงมาสู่การให้ความหมาย การตีความ หรือการสร้างความเป็นจริงโดยที่เป็นมุมมองแบบอัตวิสัยและเป็นมุมมองที่ทำความเข้าใจความเป็นจริงผ่านสายตาของมนุษย์ (Kaewthep, 2012)

เพราะฉะนั้น เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน จึงไม่ใช่เพียงสะท้อนความเป็นจริง แต่ยังเป็นการประกอบสร้างความเป็นจริงผ่านสายตาของสื่อมวลชน ความหมายและอุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงวัยจึงได้รับการประกอบสร้างและติดตั้งผ่านเรื่องเล่าที่นำเสนอ

เรื่องเล่าในความหมายที่ศึกษาจึงไม่ใช่เป็นเพียงการรายงานข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นการเห็นหรือการสังเกตที่ลึกซึ้ง เรียงร้อย และจัดระบบระเบียบความคิด โดยผู้เล่าทำความเข้าใจเหตุการณ์หรือมองโลก (make sense) ผ่านสายตาของตนเอง ซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ว่าต้องมีความเป็นอัตวิสัย (subjective reality) อยู่ด้วย รวมถึงการคำนึงถึงวิธีการถ่ายทอดที่น่าติดตาม เรื่องเล่าจึงครอบคลุมไปถึงเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) และเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องแต่ง (fiction)

การศึกษาเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในครั้งนี้จึงมี 6 องค์ประกอบที่ใช้ในการวิเคราะห์อุดมการณ์ผ่านเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย ได้แก่ ตัวละคร (character) ความขัดแย้ง (conflict) ฉาก (setting) แก่นเรื่อง (theme) โครงเรื่อง (plot) และมุมมองการเล่าเรื่อง (point of view) (Kaewthep, 2012) อย่างไรก็ตามหากทำความเข้าใจแนวคิดการเล่าเรื่องจะพบว่า การเล่าเรื่องไม่ได้ปรากฏเฉพาะเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องแต่ง (fiction) เท่านั้น โดยการเล่าเรื่องสามารถเกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) ได้เช่นกัน

จากงานวิจัยของ Jacobsen (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการทำความเข้าใจนโยบายสาธารณะที่มีต่อผู้สูงวัยในนอร์เวย์ พบว่า ความเข้าใจที่มีต่อผู้สูงวัยเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยในเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยที่ได้รับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนในประเด็นต่างๆ นั้น เรื่องเล่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายที่มีต่อผู้สูงวัย เพราะฉะนั้น เรื่องเล่าที่สื่อสารอุดมการณ์หรือความหมายบางอย่างไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือเรื่องแต่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมไม่ว่าแง่มุมใดมุมหนึ่ง

แนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส

แนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส (encoding and decoding) ในการศึกษาเลือกใช้นี้แนวคิดของสจ๊วต ฮอลล์ โดยนำมาประยุกต์ใช้วิเคราะห์อุดมการณ์ของผู้ผลิตหรือ

กลุ่มสื่อมวลชน ว่ามีกระบวนการผลิต (process) หรือสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยด้วยอุดมการณ์อย่างไร โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์อุดมการณ์ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต (production) ขั้นตอนการเผยแพร่ (circulation or distribution) และขั้นตอนการใช้หรือการบริโภค (use or consumption) โดยในขณะเดียวกันผู้รับสารก็ได้ถอดรหัสหรือถอดความหมายของเรื่องเล่านั้น

การเข้ารหัสจึงเป็นกระบวนการติดตั้งความหมายผ่านการใช้สัญลักษณ์ ส่วนการถอดรหัส คือ ความพยายามในการทำความเข้าใจความหมายที่ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารได้นำเสนอไว้ โดยผู้รับสารอาจสามารถถอดรหัสได้ตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ (preferred meaning) มีการต่อรองความหมาย (negotiated meaning) และการถอดรหัสได้ตรงข้ามหรือต่อต้านความหมายที่ได้กำหนดไว้ (oppositional meaning) (Barker, 2008) ซึ่งการวิเคราะห์จะทำให้เราได้เห็นการสื่อสารอุดมการณ์ผ่านเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยทั้งกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้รับสาร

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทบทวนแนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับสังคมผู้สูงอายุ แนวคิดอุดมการณ์ แนวคิดเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่อง และแนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส ดังที่กล่าวไป เพื่อใช้ในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของผู้สูงวัยที่ได้รับการนำเสนอผ่านเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริงและเรื่องแต่งเพื่อค้นหาอุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงวัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อทำความเข้าใจอุดมการณ์ที่นำเสนอในเรื่องเล่าของผู้สูงวัย ผู้วิจัยออกแบบงานให้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (textual analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 3 กลุ่มดังรายละเอียดดังนี้

กลุ่มแรก ตัวเนื้อหาหรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน แบ่งตามประเภทของเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) และเรื่องแต่ง (fiction) โดยเก็บข้อมูลเรื่องจริงจากตัวเนื้อหาข่าวและเก็บข้อมูลเรื่องแต่งจากคลิปวิดีโอ (clip video) ที่เกี่ยวกับผู้สูงวัยในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560

ข่าวออนไลน์ที่คัดเลือกมาวิเคราะห์มีจำนวนทั้งสิ้น 80 ชิ้น แบ่งเป็นการคัดเลือกจากเว็บไซต์ข่าวไทยรัฐ (www.thairath.co.th) จำนวน 23 ชิ้น เว็บไซต์ข่าวเดลินิวส์ (www.dailynews.co.th) จำนวน 28 ชิ้น และเว็บไซต์ข่าวสด (www.khaosod.co.th) จำนวน 29 ชิ้น ส่วนคลิปวิดีโอคัดเลือกจากยูทูบ (www.youtube.com) จำนวน 10 คลิปวิดีโอ ทั้งนี้ เนื้อหาที่เลือกมาวิเคราะห์ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 คือ เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชน โดยการรวบรวมเรื่องเล่าจากทั้งสองประเภทจะมีจุดร่วมที่ตรงกัน คือ เน้นเรื่องการเลือกเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สูงวัย มีบุคคลในข่าว บุคคลที่เป็นตัวหลักของเรื่อง หรือตัวละครหลักที่เป็นผู้สูงวัย และผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยประยุกต์ใช้แนวคิดเรื่องเรื่องเล่า (narrative) และแนวคิดอุดมการณ์ (ideology) ในการถอดความหมายของอุดมการณ์ผ่านตัวละคร ความขัดแย้ง สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย การลำดับเรื่องราว มุมมองในการเล่าเรื่อง และแก่นของเรื่อง

กลุ่มที่สอง กลุ่มผู้ผลิตหรือสื่อมวลชน เน้นกลุ่มสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหา (content) จากสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มสื่อมวลชนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มบรรณาธิการหรือบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการนำเสนอเนื้อหา หรือกลุ่มผู้ผลิตรายการที่มีบทบาทในการตัดสินใจเลือกนำเสนอเนื้อหา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 คือ การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการเข้ารหัส (encoding) และถอดรหัส (decoding) และแนวคิดอุดมการณ์ในการวิเคราะห์

กลุ่มสุดท้าย กลุ่มผู้รับสาร เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จะแสดงความคิดเห็นประเด็นเกี่ยวกับผู้สูงวัย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์ที่ผู้รับสารได้แสดงความคิดเห็นต่อกลุ่มผู้สูงวัย โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากกลุ่มคน 3 วัยเนื่องจากแต่ละวัยมีประสบการณ์ (experience) ต่อผู้สูงวัยแตกต่างกัน ประกอบด้วย กลุ่มวัยรุ่นที่อายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 10 คน กลุ่มวัยทำงานที่อายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้สูงวัยที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน

กลุ่มวัยรุ่นจำนวน 10 คน เป็นกลุ่มนักศึกษาที่เคยมีประสบการณ์อยู่ใกล้ชิดกับผู้สูงวัยในช่วงวัยเด็ก โดยได้รับการเลี้ยงดูและเติบโตมาด้วยกันกับคุณปู่คุณย่าคุณตาคุณยาย แต่ปัจจุบันได้เดินทางออกจากบ้านมาเรียนหนังสือหรือทำงาน และจะกลับไปเยี่ยมบ้านในช่วงปิดภาคเรียน ขณะที่กลุ่มวัยทำงาน จำนวน 10 คน มีประสบการณ์อยู่ร่วมบ้านกับผู้สูงวัยจำนวน 2 คน ส่วนที่เหลือแยกออกมาสร้างครอบครัวของตนเอง โดยไม่ได้อยู่ร่วมบ้านกับผู้สูงวัย แต่ยังติดต่อพูดคุย หรือเดินทางไปพบผู้สูงวัยในช่วงเทศกาล ส่วนกลุ่มผู้สูงวัย จำนวน 10 คน มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เคยรับราชการ 6 คน และเคยทำงานบริษัทเอกชน 4 คน เป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่มีครอบครัวพักอาศัยอยู่กับลูกหลานจำนวน 6 คน และจำนวน 4 คน อาศัยอยู่กับสามีหรือภรรยาของตนเอง โดยเป็นกลุ่มผู้สูงวัยที่มีโอกาสเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 คือ การวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสาร โดยนำข้อมูลการสัมภาษณ์คนทั้ง 3 กลุ่มมาวิเคราะห์เพื่ออธิบายอุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงวัย สำหรับแนวคำถามการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับ การได้รับชมสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สูงวัย เปรียบเทียบทั้งการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริงและการนำเสนอในรูปแบบเรื่องแต่ง เพื่อนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์อุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการเข้ารหัส การถอดรหัส แนวคิดอุดมการณ์ และการเล่าเรื่องในการวิเคราะห์เช่นเดียวกัน

ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

การเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก 3 ส่วน ได้แก่ ตัวเนื้อหา กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้รับสาร ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายทั้งในเชิงเนื้อหาและการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งกลุ่มผู้สื่อมวลชน กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการเก็บข้อมูลการวิจัยที่มากกว่าหนึ่งวิธีการ โดยไม่ได้เก็บข้อมูลจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเพียงอย่างเดียว (method triangulation) (Chantavanich, 2011)

ข้อมูลจากแหล่งดังกล่าวทำให้เห็นมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับกรวิเคราะห์เรื่องที่เกี่ยวกับผู้สูงวัย รวมถึงยังได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบจริยธรรมใน

งานวิจัย ทั้งนี้ การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล โดยเป็นการรายงานผลเป็นภาพรวม

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้ คือ 1) การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของผู้สื่อมวลชนไทย 2) กระบวนการสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของผู้สื่อมวลชนไทย และ 3) อุดมการณ์การสื่อสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสาร

การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของผู้สื่อมวลชนไทย

เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยไทยจากเรื่องจริง (non-fiction) และเรื่องแต่ง (fiction) มีความแตกต่างกัน โดยเรื่องจริงมักนำเสนอเกี่ยวกับผู้สูงวัยในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเรื่องแต่งคือโลกของจินตนาการที่เรายังคงมีอุดมการณ์การเลือกนำเสนอภาพของผู้สูงวัยที่น่าเคารพยกย่องมากกว่าในเรื่องจริงที่เราัมักจะได้เห็นภาพกลุ่มผู้สูงวัยที่ยังคงเผชิญหน้ากับความเจ็บปวดทรมานในการใช้ชีวิต โดยอุดมการณ์ที่กล่าวถึงจะอธิบายผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบของการเล่าเรื่องดังนี้

คุณลักษณะผู้สูงวัย (character)

ผู้สูงวัยคือบุคคลที่อ่อนแอ จากการวิเคราะห์ข่าวพบว่า มีการนำเสนอเกี่ยวกับผู้สูงวัยด้านลบมากกว่าด้านบวก และนำเสนอคุณลักษณะของกลุ่มผู้สูงวัยชายที่อ่อนแอกว่าผู้สูงวัยหญิง เช่น การเจ็บไข้ได้ป่วยจากโรคร้าย การประสบอุบัติเหตุ หรือการถูกทำร้าย ต่างจากผู้สูงวัยหญิงที่จะมีข่าวอายุยืนมากกว่าผู้สูงวัยชาย ด้วยลักษณะของรูปแบบการนำเสนอเป็นข่าวจึงมักจะเน้นเรื่องราวที่เรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน เมื่อเชื่อมโยงไปกับบริบทของสังคมส่วนใหญ่ผู้สูงวัยชายมักจะเป็นผู้นำครอบครัวและบางส่วนยังคงทำงาน ทำให้มีโอกาสเผชิญอันตรายมากกว่าผู้สูงวัยหญิง ขณะที่ความเข้มแข็งของผู้สูงวัยหญิงสื่อสารผ่านการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง การทำงานหรือเคลื่อนไหวร่างกายได้ มีอายุยืนยาว และสามารถใช้ชีวิตได้ด้วยตนเอง รวมถึงบางส่วนยังออกเดินทาง

ท่องเที่ยวได้ มีความรู้ มีประสบการณ์มากมายที่ถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่น มีสุขภาพกายใจที่แข็งแรง และอารมณ์ดีอยู่เสมอ

ผู้สูงวัยคือบุคคลที่ต้องได้รับการดูแลและยกย่อง จากเรื่องแต่ง ตัวละครผู้สูงวัยชายและหญิงมีความแตกต่างกัน โดยนำเสนอผู้สูงวัยชายที่มีคุณลักษณะที่เข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้มากกว่า ขณะที่การนำเสนอผู้สูงวัยหญิงยังคงเห็นภาพที่นุ่มนวล อ่อนโยน หรืออ่อนแอ ทั้งนี้ การนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้เราเห็นอุดมการณ์ที่ผลิตซ้ำเรื่องของการเป็นผู้ดูแลครอบครัวของฝ่ายชาย ขณะที่ฝ่ายหญิงก็ยังคงต้องเป็นผู้ได้รับการดูแล โดยรวมแล้วเป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี อาศัยอยู่กับครอบครัว มีครอบครัวดูแลเรื่องฐานะทางการเงิน ขณะที่สำหรับกลุ่มผู้สูงวัยอ่อนแอ การนำเสนอเรื่องราวได้เล่าย้อนให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จในอดีต ประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือเคยมีหน้าที่การงานที่มั่นคง ในเวลาที่เข้าสู่ผู้สูงวัยจึงต้องพึ่งพิงลูกหลาน

อุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงวัยในเรื่องจริงและเรื่องแต่ง ทำให้เรามองเห็นภาพของผู้สูงวัยที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อุดมการณ์หลักที่เป็นความเชื่อที่เราคุ้นเคยกัน คือ ผู้สูงวัยอ่อนแอช่วยเหลือตนเองไม่ได้ ขณะที่อุดมการณ์รอง คือ การต่อรองต่อสู้ โดยให้ความหมายใหม่ว่าผู้สูงวัย คือ บุคคลที่เข้มแข็งน่ายกย่อง อีกทั้งการเป็นผู้สูงวัยของหญิงและชายก็มีความแตกต่างกัน โดยผู้สูงวัยชายอาจจะได้รับการยกย่องยอมรับมากกว่าผู้สูงวัยหญิง อย่างไรก็ตาม ผู้สูงวัยหญิงก็มีความสามารถโดดเด่นไม่แตกต่างจากผู้สูงวัยชาย ซึ่งสังเกตได้ว่ามีข่าวหรือมีเรื่องเล่าที่เน้นตัวละครฝ่ายหญิงให้ดูโดดเด่นมากขึ้น

คุณลักษณะด้านบวกของผู้สูงวัยจะได้รับการนำเสนอในภาพยนตร์โฆษณา ในการนี้ Prieler, Kohlbacher, Hagiwara, and Arima (2015) ศึกษาผู้สูงวัยในโฆษณาของญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงวัยมีบทบาทในโฆษณา เพราะสังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมผู้สูงวัย ทำให้การโฆษณาธุรกิจหรือสินค้าต่างๆ มีความเกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม เรื่องแต่งเกี่ยวกับผู้สูงวัยส่วนใหญ่ที่พบนำเสนอผู้สูงวัยในเชิงบวก เพราะต้องการเน้นย้ำอุดมการณ์และการธำรงรักษาบทบาทหรือสถานภาพที่มีคุณค่าของผู้สูงวัย ในกรณีนี้ Samlee (2007) ศึกษาวิทยานิพนธ์ที่มีตัวละครผู้สูงวัยและเป็นนวนิยาย

ที่ได้รับรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน (ซีไรต์) หรือรางวัลจากคณะกรรมการพัฒนาหนังสือแห่งชาติ และพบว่า การนำเสนอตัวละครผู้สูงวัยในนวนิยายเน้นการนำเสนอในเชิงบวก โดยเป็นภาพผู้สูงวัยที่เข้มแข็งและเป็นที่ยึดให้กับลูกหลาน

ความขัดแย้ง (conflict)

ประเด็นความขัดแย้งที่พบในเรื่องจริงและเรื่องแต่งไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนออุดมการณ์ความขัดแย้งเชิงกายภาพมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้สูงวัยเผชิญกับเจ็บป่วย ความขัดแย้งที่พบมากที่สุด คือ ความเจ็บไข้ได้ป่วยของผู้สูงวัยจากโรคร้าย เช่น การเจ็บป่วยจากโรคอัลไซเมอร์ โรคเบาหวาน รวมถึงโรคอื่นๆ และมีโอกาสเสี่ยงต่ออุบัติเหตุมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ มีทั้งกลุ่มผู้สูงวัยที่สามารถผ่านปัญหาความเจ็บป่วยไปได้ และมีกลุ่มที่เลือกจบชีวิตตนเอง เพื่อไม่ให้ทรมานจากโรคร้าย

ผู้สูงวัยต้องมียอมรับกับความเปลี่ยนแปลงด้านสังคม ความขัดแย้งที่พบรองลงมา คือ ความขัดแย้งกับสังคมและสภาพแวดล้อม โดยผู้สูงวัยต้องพยายามปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่และความทันสมัยที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ การมีเทคโนโลยีเข้ามาทำให้ผู้สูงวัยกลุ่มที่เข้มแข็งสามารถก้าวทันหรือเข้าถึงความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่วนกลุ่มผู้สูงวัยที่อ่อนแอก็ต้องพยายามรับมือต่อสู้กับสังคมที่อาจจะปิดกั้นโอกาสของผู้สูงวัย และพยายามสร้างต้นทุนด้านความรู้และการสะสมประสบการณ์ของตนเองให้เข้มแข็งเพียงพอที่จะใช้ชีวิตในสังคมต่อไปได้

ผู้สูงวัยมีความแตกต่างจากคนวัยอื่น ความขัดแย้งลำดับสุดท้าย คือ ความขัดแย้งกับบุคคลวัยอื่น ความขัดแย้งกับคนในครอบครัว และลูกหลานเติบโตแยกครอบครัวออกไป โดยผู้สูงวัยบางคนเลือกที่จะแยกตัวออกมาอยู่เพียงคนเดียว และลูกหลานอาจจะไม่ได้อยู่ดูแลอย่างใกล้ชิด

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารอุดมการณ์เรื่องความขัดแย้งที่พบในเรื่องจริงและเรื่องแต่งคล้ายคลึงกัน โดยปัญหาเรื่องสุขภาพร่างกายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่ได้การนำเสนอในเรื่องเล่าของผู้สูงวัย สังเกตได้ว่า อุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งในเรื่องเล่าที่คุ้นเคยยังคงเป็นอุดมการณ์ที่ผลิตซ้ำความเป็นผู้สูงวัย

ในแบบฉบับเดิมที่อ่อนแอทางร่างกาย และยังมีการนำเสนอเรื่องเล่าผู้สูงวัยบางส่วนที่ต่อสู้กับอุปสรรคทางร่างกาย เช่น ใช้การเดิน การวิ่ง และการท่องเที่ยวเพื่อต่อสู้ความร่วงโรยของวัย เป็นต้น ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจึงเป็นปัจจัยสำคัญในเรื่องเล่าที่ผลักดันให้ผู้สูงวัยต้องเรียนรู้ที่จะสร้างความเข้มแข็งด้วยตนเอง

ฉาก สถานที่ และเวลา (setting)

ฉาก สถานที่ และเวลา เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเล่าที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งหรือความอ่อนแอของผู้สูงวัย ดังต่อไปนี้

ผู้สูงวัยกับการใช้ชีวิตอยู่บ้าน การนำเสนอเรื่องจริงและเรื่องแต่งเกี่ยวกับผู้สูงวัยมักจะเกี่ยวข้องกับพื้นที่ส่วนตัวมากกว่าพื้นที่สาธารณะ โดยการอาศัยอยู่บ้านของผู้สูงวัยเป็นสิ่งปกติ และผู้สูงวัยที่เข้มแข็งจะใช้ชีวิตอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาใคร ขณะที่ในเรื่องจริง ความเจ็บป่วย อุบัติเหตุ และการสูญเสียของผู้สูงวัยมักจะเกิดขึ้นที่บ้าน ดังนั้น การนำเสนอเรื่องราวของผู้สูงวัยกับการใช้ชีวิตที่บ้านจึงเป็นอุดมการณ์หลัก ทำให้เราไม่ค่อยได้เห็นภาพการทำงานเมื่อก้าวเข้าวัยสูงอายุ การผลิตซ้ำอุดมการณ์ในลักษณะนี้ในเรื่องเล่าทำให้เราไม่ค่อยได้เห็นภาพผู้สูงวัยในมุมอื่นหรือสถานที่อื่นที่แตกต่างกันออกไป

ผู้สูงวัยกับพื้นที่สาธารณะ สำหรับผู้สูงวัยในเรื่องแต่งการมีบ้านหรือมีที่พักอาศัยแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีฐานะดี ร่ำรวย ลักษณะของบ้านยังแสดงถึงชนชั้นของผู้สูงวัยอีกด้วย โดยบ้านอาจจะเป็นสถานที่แห่งความสุข และเป็นสถานที่จำกัดหรือปกป้องผู้สูงวัยได้เช่นเดียวกัน และผู้สูงวัยที่สามารถเดินทางออกไปมีส่วนร่วมหรือทำกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะได้อย่างอิสระ เช่น เดินทางไปทำงาน เดินทางท่องเที่ยวคนเดียว ออกไปร่วมกิจกรรมของสังคมหรือชุมชนได้ คือ ผู้สูงวัยที่เข้มแข็ง สามารถต่อสู้กับปัญหาอุปสรรคได้ และมีทัศนคติเชิงบวกในการใช้ชีวิต ซึ่งในส่วนนี้สื่อมวลชนยังนำเสนอค่อนข้างน้อย โดยสถานที่หรือพื้นที่ของผู้สูงวัยยังบ่งบอกตัวตนและกรอบความคิดที่คนมีต่อผู้สูงวัย

สถานที่หรือพื้นที่ยังสะท้อนถึงการจัดการพื้นที่สาธารณะให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคนวัยใดก็สามารถออกไปใช้ชีวิตในพื้นที่กลางแจ้งได้ ดังนั้น การ

จัดพื้นที่พักผ่อนในสาธารณะและการมีบาทวิถีที่สัญจรสะดวกสำหรับผู้สูงวัยจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ควรทบทวน ในกรณีนี้ Thaweessit (2010) ได้อธิบายไว้ว่า บ้าน โรงพยาบาล และวัดเป็นสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย โดยสังคมมักจะมีภาพจำเกี่ยวกับสถานที่เหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยมากกว่าคนวัยอื่นๆ ทำให้ในเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องแต่งจึงมักจะจัดวางผู้สูงวัยให้อยู่ในสถานที่เหล่านี้ ทั้งที่ผู้สูงวัยอาจมีความสามารถที่จะพาตนเองไปอยู่ในสถานที่อื่นได้ เช่น การเล่นกีฬากลางแจ้ง สวนสาธารณะ สวนสนุก หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

การเล่าเรื่องหรือโครงเรื่อง (plot)

การลำดับเรื่องราวบอกเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย สื่อสารถึงอุดมการณ์ที่แตกต่างกันของเรื่องจริงและเรื่องแต่ง ดังต่อไปนี้

ผู้สูงวัยคือปัญหา เรื่องจริงส่วนใหญ่เริ่มด้วยประเด็นปัญหา ความขัดแย้ง อุปสรรคที่ผู้สูงวัยต้องเผชิญ และมักจะจบลงด้วยการสูญเสียหรือความพ่ายแพ้ของผู้สูงวัย เช่น ขาวเกี่ยวกับความเจ็บป่วยของผู้สูงวัย อุบัติเหตุหรือการใช้ชีวิตยากลำบาก

ผู้สูงวัยคือบุคคลสำคัญ ขณะที่ในเรื่องแต่ง ถึงแม้ว่าเราจะเห็นความขัดแย้งและอุปสรรค แต่ก็มักจะจบลงด้วยภาพของความสุข การคลี่คลายปัญหา และแสดงให้เห็นว่าผู้สูงวัยยังคงเป็นบุคคลสำคัญ ได้รับการยกย่อง มีความสามารถ และทำสิ่งต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคมได้มากมาย

การร้อยเรียงลำดับเรื่องราวที่เป็นด้านบวกจะสร้างด้านที่มีคุณค่า เป็นนักต่อสู้ และเรื่องราวมักจะให้ภาพของความสุขมากกว่าความทุกข์ ดังเช่นงานวิจัยของ Nimrod (2008) ที่อธิบายกิจกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงวัยในเชิงบวกหรือเชิงการต่อสู้ ไม่ได้มองว่าการท่องเที่ยวเป็นพื้นที่อันตรายสำหรับผู้สูงวัย และสนับสนุนให้ผู้สูงวัยใช้โอกาสจากการหมดภาระหน้าที่การทำงานเพื่อออกเดินทางไปท่องเที่ยว

มุมมองการเล่าเรื่อง (point of view)

มุมมองของคนนอก เรื่องจริงเกี่ยวกับผู้สูงวัยส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอมุมมองด้านลบ ซึ่งเป็นการมองจากคนภายนอกที่อาจจะไม่เข้าใจความเป็นผู้สูงวัยอย่างลึกซึ้ง จึงทำให้ผู้สูงวัยดูแปลกแยกจากคนวัยอื่นในสังคม ขณะที่ในด้านบวก มุมมองการเล่าเรื่องจะมีการใช้คำยกย่องผู้สูงวัยให้เป็นบุคคลสำคัญ

มุมมองของคนใน เรื่องแต่งมีความใกล้ชิดกับผู้อ่านมากกว่าการนำเสนอของเรื่องจริง โดยผู้เล่าเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของครอบครัวผู้สูงวัย เป็นมุมมองของบุคคลที่สาม และเป็นมุมมองของความเข้าใจปัญหาของผู้สูงวัย และนำเสนอเรื่องราวด้วยความเป็นมิตรมากกว่าการนำเสนอแบบข่าว ซึ่งในเรื่องแต่งสามารถสัมผัสได้ถึงอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่อผู้สูงวัยมากกว่าเรื่องจริง

จากงานวิจัยการศึกษาประสบการณ์ของผู้สูงวัยชาวสามิ ที่อาศัยอยู่ในนอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์ และรัสเซียของ Blix, Hamran, and Normann (2013) พบว่า การเล่าเรื่องของสังคมที่มีต่อผู้สูงวัยและการเล่าเรื่องด้วยตัวผู้สูงวัยเองมีความแตกต่างกัน โดยการเล่าเรื่องด้วยตนเองของผู้สูงวัยทำให้เราเข้าใจประสบการณ์ที่ลึกซึ้งของความเป็นผู้สูงวัยที่ไม่เหมือนกับการเล่าเรื่องจากมุมมองของสื่อมวลชนที่มองจากคนภายนอก มุมมองการเล่าเรื่องจึงสื่อความหมายถึงการสร้างความหมายที่สังคมมีต่อผู้สูงวัย

แก่นเรื่อง (theme)

เรื่องจริงให้ความหมายเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในเชิงลบ ต่างจากเรื่องแต่งที่ให้ความหมายในเชิงบวกมากกว่า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความสิ้นหวังและความพ่ายแพ้ การก้าวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุนั้นคือ ช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญต้องพบเจอกับความสูญเสีย ความผิดหวัง หรือความมีดมนของชีวิตจนไม่อาจมีชีวิตอยู่ โดยอุดมการณ์หลักคือ ความเจ็บป่วยจากโรคร้าย การสูญเสียความแข็งแรง ด้านร่างกายและจิตใจ การไม่มีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม และต้องอยู่อย่างยากลำบากตามลำพัง

ความหวังและคุณค่า เรื่องแต่งสื่อความหมายถึงชีวิตยังมีความหวัง ผู้สูงวัยยังมีความเข้มแข็งในการดูแลและพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด ถึงแม้ว่าจะมีหรือไม่มีครอบครัวดูแลก็ตาม โดยผู้สูงวัยสามารถเป็นผู้ให้แก่ผู้อื่นในสังคมได้ อุดมการณ์หลักจึงเป็นการสื่อสารถึงความเข้มแข็งของผู้สูงวัย สามารถดูแลตนเองและพึ่งพาตนเองได้ ไม่เป็นภาระกับคนในสังคม และมีทัศนคติที่ดีในการใช้ชีวิต

การให้ความหมายในเรื่องเล่าของผู้สูงวัยจากเรื่องจริงและเรื่องแต่งจึงมีความแตกต่างกัน ในการนี้การศึกษาของ Dolan and Tincknell (2013) อธิบายว่าโดยปกติแล้วการนำเสนอเกี่ยวกับผู้สูงวัยในสื่อบันเทิงจะเน้นการให้ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และความผ่อนคลายมากกว่าการเล่าเรื่องจริง

ข้อค้นพบในงานชิ้นนี้เปิดมุมมองในการมองผู้สูงวัยให้มีมิติที่หลากหลายมากขึ้น โดยอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยในเรื่องจริงจึงมักเป็นการผลิตซ้ำชุดความเชื่อแบบเดิม ขณะที่เรื่องแต่งพยายามต่อสู้และต่อรองเพื่อสร้างอุดมการณ์และความหมายใหม่ให้กับผู้สูงวัย ทั้งนี้ในการศึกษาภาพของผู้สูงวัยในอังกฤษ Milner et al. (2015) อธิบายเกี่ยวกับภาพของผู้สูงวัยในรายการแต่ละรูปแบบไว้ว่า ถ้าเป็นรายการข่าวเข้มข้น จะนำเสนอผู้สูงวัยที่เกี่ยวกับสุขภาพ ความเจ็บไข้ได้ป่วย การเน้นการให้ความรู้ และการรักษาสุขภาพ แต่ถ้าเป็นรายการบันเทิง จะให้ภาพของผู้สูงวัยกลุ่มที่เข้าสู่สังคมและสนุกสนานเฮฮากับชีวิต

ทั้งนี้ งานศึกษาวิจัยในต่างประเทศอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาพบว่า สังคมหรือสื่อมวลชนจะให้ความสำคัญกับความเป็นหนุ่มสาว ความสวยงาม และความสมบูรณ์แบบของชีวิต ทำให้เรื่องราวหรือตัวละครผู้สูงวัยไม่ได้รับการกล่าวถึงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น ที่ยังให้ความสำคัญกับผู้สูงวัยด้วยการนำเสนอภาพของผู้รอบรู้หรือผู้มีประสบการณ์ในสังคม (Vernon, Williams, Phillips, & Wilson, 1991; Vickers, 2007)

อุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในสื่อมวลชนไทยก็เช่นเดียวกัน โดยถ้าเป็นข่าวก็ยังนำเสนอเกี่ยวกับปัญหาขณะที่เรื่องแต่งหรือโลกจินตนาการผู้สูงวัยก็ยังคงได้รับการให้คุณค่าและยกย่องเช่นเดียวกัน อาจจะกล่าวได้ว่าอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าของผู้สูงวัยไทย อาจจะขึ้นอยู่กับว่าเรื่องเล่านั้นถูกสร้างเพื่อนำไปใช้ด้วยวัตถุประสงค์ใด ดังนั้น ความเป็นผู้สูงวัยในสื่อมวลชนจึงถูกสร้างให้มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าสื่อเลือกนำเสนออุดมการณ์ชุดใดมานำเสนอ หรืออุดมการณ์ใดกำลังได้รับการยอมรับในวงกว้าง และอุดมการณ์แต่ละชุดก็มีการต่อรองความหมายจากกลุ่มผู้รับสารอยู่ตลอดเวลา

กระบวนการสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย

เรื่องเล่าทุกรูปแบบล้วนผ่านกระบวนการผลิตโดยมีผู้ผลิตซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารอุดมการณ์โดยกระบวนการทำงานสื่อมวลชนประยุกต์ใช้แนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส ดังต่อไปนี้

ขั้นการผลิต (production) กลุ่มสื่อมวลชนส่วนใหญ่กล่าวว่า ข่าวเกี่ยวกับผู้สูงวัยไม่ใช่ประเด็นที่ได้รับการวางไว้ตั้งแต่ต้นในกระบวนการทำข่าว แต่เมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงมานำเสนอในภายหลัง ข้อค้นพบในส่วนนี้สะท้อนถึงกระบวนการและวิธีคิดที่มีต่อเรื่องราวของผู้สูงวัย กล่าวคือ อุดมการณ์ของคนทำข่าวที่มีต่อประเด็นข่าวผู้สูงวัยไม่ได้รับการให้ความสำคัญเทียบเท่ากับประเด็นอื่นๆ โดยสื่อมวลชนจะมีการประชุมพูดคุยการติดตามประเด็นต่างๆ ในแต่ละวัน จากนั้นจึงลงพื้นที่เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ เก็บภาพ และนำเสนอ

กลุ่มสื่อมวลชนให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า แหล่งข่าวส่วนใหญ่เป็นผู้ใหญ่หรือผู้อาวุโสในสายงานนั้นๆ แต่คุณลักษณะความเป็นผู้สูงวัยอาจจะไม่ได้รับการกล่าวถึงเทียบเท่ากับความรู้ความสามารถหรือตำแหน่งหน้าที่การทำงาน ผู้สูงวัยจึงเกี่ยวข้องกับการทำงานข่าวของสื่อมวลชนโดยเฉพาะการเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ เช่น ข่าวสังคมหรือข่าวเกษตรกรรม เพราะแหล่งข่าวที่เป็นผู้สูงวัยมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลมากกว่ากลุ่มวัยอื่น โดยอาจเป็นปราชญ์ชาวบ้านหรือเป็นผู้รอบรู้ของชุมชน ดังนั้น คุณลักษณะของผู้สูงวัยในความคิดของคนทำข่าวจึงมีทั้งกลุ่มที่อ่อนแอและกลุ่มที่เข้มแข็งและมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งข่าว

ขั้นการเผยแพร่ (circulation/distribution) การคัดเลือกประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับผู้สูงวัยมานำเสนอยังมีไม่มากนัก ข่าวผู้สูงวัยจึงเป็นการนำเสนอในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก คือ เมื่อมีประเด็นปัญหาเกิดขึ้นแล้วจึงมานำเสนอเป็นข่าว โดยไม่ใช่ว่าการที่จะตั้งประเด็นการทำข่าวเกี่ยวกับผู้สูงวัยโดยตรง ในมุมมองของสื่อมวลชนจึงมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้สูงวัยค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม มีการตั้งข้อสังเกตว่าข่าวที่เผยแพร่เกี่ยวกับผู้สูงวัยมักจะเป็นเรื่องเดิมๆ เช่น ข่าวการเจ็บป่วย ข่าวผู้สูงวัยอายุยืนยาว ข่าวการเข้าร่วมกิจกรรมโรงเรียน

ผู้สูงวัย และข่าวอาชญากรรมที่ผู้สูงวัยเป็นเหยื่อหรือเป็นผู้สูงวัยที่ไปทำร้ายผู้อื่น ดังนั้น พื้นที่หรือเนื้อหาในการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงอาจจะยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญหรือโดดเด่นเมื่อเทียบกับข่าวประเภทอื่น

ขั้นการใช้หรือการบริโภค (use or consumption) กลุ่มสื่อมวลชนก็มีการใช้หรือการบริโภคข้อมูลข่าวอยู่เสมอและมีความเห็นต่อกระบวนการผลิตข่าวหรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยว่า การนำเสนอข่าวในด้านลบทำให้เกิดการแก้ไขปัญหายุ่งเกี่ยวกับผู้สูงวัย แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ไม่ควรที่ลงรายละเอียดหรือให้ภาพความเจ็บปวดของผู้สูงวัยมากเกินไป

ข้อค้นพบในส่วนนี้ยังคงแสดงอุดมการณ์ถึงการผลิตซ้ำอุดมการณ์หลักที่มีต่อผู้สูงวัย โดยเน้นย้ำความอ่อนแอของผู้สูงวัย ทำให้ข่าวที่จดจำได้ดีเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงมักเป็นข่าวร้าย ข่าวการสูญเสีย หรือเป็นภาพความน่าสงสารของผู้สูงวัย การถอดรหัสเกี่ยวกับอุดมการณ์ที่มีต่อผู้สูงวัยจึงค่อนข้างใกล้เคียงกับการอธิบายของ Harrington (2014) ที่กล่าวถึงการนำเสนอประเด็นผู้สูงวัยในสื่อมวลชนว่ามีการนำเสนอเรื่องราวของผู้สูงวัย แต่เราอาจจะไม่ได้มองเห็นมิติความเป็นผู้สูงวัยในการนำเสนอ

อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชน ก็ยังมีบางส่วนให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวที่ผู้สูงวัยดูแลตนเองได้ มีความรู้ มีความสามารถ เป็นปราชญ์ชาวบ้าน ทำกิจกรรม ฝึกอาชีพ และมีอายุยืนยาว การแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อกระบวนการผลิตเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงแยกเป็นสองด้านความคิดที่แตกต่างกัน โดยเป็นอุดมการณ์ที่อยู่กันคนละขั้วตรงข้าม เช่น มีคุณค่าและไร้ประโยชน์ อ่อนแอและเข้มแข็ง ตลอดจนดูแลตนเองได้และต้องการความช่วยเหลือ การนำเสนอเรื่องจริงทำให้เรามองเห็นปัญหา ขณะที่เรื่องแต่งทำให้เราเห็นภาพความสวยงามและมีคุณค่าของผู้สูงวัย

การสร้างโลกที่สวยงามของผู้สูงวัยในเรื่องแต่งที่แตกต่างจากเรื่องจริง ยังคงเป็นการตอกย้ำการสื่อสารอุดมการณ์เรื่องความกตัญญูที่คนรุ่นหลังต้องให้ความสำคัญ ในการนี้ Louiyapong (2010) อธิบายว่า วาทกรรมเรื่องความกตัญญูยังคงเป็นสิ่งที่คนในสังคมไทยยึดถือปฏิบัติ ทำให้สถานภาพของผู้สูงวัยไทยยังคงได้รับ

ความสำคัญ เพราะฉะนั้น ผู้สูงวัยสามารถเป็นผู้นำของครอบครัว เป็นผู้นำของชุมชน เป็นกำลังใจ และเป็นต้นแบบในการดำเนินชีวิต

อุดมการณ์การสื่อสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสาร

การศึกษาอุดมการณ์ของกลุ่มผู้รับสารที่มีต่อผู้สูงวัย เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงวัย กลุ่มผู้รับสารเป็นกลุ่มที่ติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน และเคยมีประสบการณ์ที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยแตกต่างกัน มีทั้งกลุ่มที่ยังคงใช้ชีวิตอยู่กับผู้สูงวัย และกลุ่มที่แยกครอบครัวออกมาแต่ยังมีการเดินทางกลับเยี่ยมผู้สูงวัยในครอบครัวอย่างสม่ำเสมอ ส่วนกลุ่มผู้สูงวัยมีทั้งกลุ่มที่อยู่กับลูกหลานและกลุ่มที่อยู่กับคู่ชีวิตของตนเอง

อุดมการณ์ของกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย

ความน่าสงสารของผู้สูงวัย กลุ่มวัยรุ่นจะสังเกตเห็นลักษณะทางกายภาพที่บ่งบอกความเป็นผู้สูงวัย เช่น หลังค่อม เคลื่อนไหวช้า ข้อเข่าไม่ดี ร่างกายอ่อนแอ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เปลี่ยนแปลงจนสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยกลุ่มวัยรุ่นได้อธิบายเพิ่มเติมเรื่องของลักษณะนิสัย เช่น จู้จี้ ขี้บ่น เงา น้อยใจ และเรื่องกิจกรรมทางสังคมที่ลดลง แต่ผู้สูงวัยยังคงทำงานภายในบ้านหรือทำกิจกรรมที่บ้าน เมื่อได้เห็นผู้สูงวัยในสื่อมวลชน กลุ่มวัยรุ่นอธิบายในมุมมองเดียวกันว่า ภาพที่เห็นมักจะเป็นผู้สูงวัยถูกทำร้ายร่างกาย ผู้สูงวัยถูกทอดทิ้ง ยากจน และเจ็บป่วย เป็นต้น

อารมณ์ดีและมีความเป็นเด็ก ในมุมมองที่ตรงกันข้าม กลุ่มวัยรุ่นกล่าวว่า ยังมีผู้สูงวัยที่ยังคงมีความสุขใส อารมณ์ดี มีความเป็นเด็ก ชอบคนเอาใจใส่ และชอบให้มีคนมาสนทนาด้วย โดยเป็นผู้สูงวัยที่ไม่ได้ถือตัวมากนัก และเข้าถึงได้ง่าย

ความหมายที่มีต่อผู้สูงวัยของกลุ่มวัยรุ่นจึงมีการต่อรองความหมายอยู่ตลอดเวลา เพราะพวกเขาก็ยังมองเห็นว่ามีผู้สูงวัยที่มีความเข้มแข็งโดยเฉพาะในเรื่องแต่งละคร หรือรายการโทรทัศน์บางรายการ มักจะนำเสนอภาพของผู้สูงวัยที่ให้คุณค่าทางด้านบวกมากกว่าเรื่องจริงที่นำเสนอภาพด้านลบของกลุ่มผู้สูงวัย

อุดมการณ์ของกลุ่มคนวัยทำงานที่มีต่อเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยคือเหยื่อของสังคม กลุ่มคนวัยทำงานอธิบายว่าผู้สูงวัยสุขภาพไม่แข็งแรง ถูกทอดทิ้ง ถูกทำร้าย หรือเป็นเหยื่อจากการหลอกลวงทำให้สูญเสียทรัพย์สิน ผู้สูงวัยจึงต้องการคนอยู่ดูแล คอยปกป้องจากอันตราย การได้ยินข่าวด้านลบบ่อยๆ เกี่ยวกับผู้สูงวัยทำให้ยิ่งต้องเพิ่มการดูแลผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยมีความรู้ความสามารถ กลุ่มวัยทำงานยังมีความเชื่อในความรู้ความสามารถของผู้สูงวัยจากการรับข่าวสารจากสื่อที่นำเสนอเรื่องราวของผู้สูงวัยที่เข้มแข็ง เช่น รายการ SUPER 60+ ที่เป็นรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับผู้สูงวัยด้านเชิงบวก แสดงให้เห็นว่าผู้สูงวัยมีความสามารถ เล่นกีฬา เดินทางท่องเที่ยว หรือมีความสามารถที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้เหมือนกับคนในวัยหนุ่มสาว หรืออาจจะทำได้มากกว่า

กลุ่มคนวัยทำงานอธิบายว่า เรื่องจริงนำเสนอภาพความแก่ชรา ความไม่สวยงาม ความยากจน และความอ่อนแอของผู้สูงวัย ขณะที่ในเรื่องแต่ง ถึงแม้ว่าผู้สูงวัยจะมีอายุมาก แต่มีภาพชีวิตที่สวยงามและสมบูรณ์แบบมากกว่าเรื่องจริง เหมือนเป็นภาพในอุดมคติของผู้สูงวัยที่อยากจะเห็น เช่น ใจดี ห่วงลูกหลาน เข้าวัดทำบุญ มีความเป็นผู้ใหญ่ และเป็นผู้สูงวัยที่วางตัวได้เหมาะสมกับวัยของตนเอง โดยในเรื่องแต่งมักจะกำหนดบทบาทของผู้สูงวัยที่ควรจะเป็น คือ การวางตัวเป็นผู้สูงวัยที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ตัวละครผู้สูงวัยก็ยังไม่ได้รับการให้บทบาทสำคัญเทียบเท่ากับคนวัยหนุ่มสาว

ผู้สูงวัยคือผู้ที่ควรได้รับการดูแลเคารพยกย่อง อุดมการณ์ของกลุ่มวัยทำงานต่อการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผู้สูงวัยในสื่อมวลชนพบว่า ควรเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลผู้สูงวัย การดูแลด้านสุขภาพร่างกาย และจิตใจ และการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ควรปลูกฝังให้ลูกหลาน ครอบครัว และสังคมเพื่อให้การดูแลผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยต้องมีความสามารถดูแลตนเองได้ การให้ความหมายต่อการเป็นผู้สูงวัยของกลุ่มคนวัยทำงานเน้นย้ำว่าสื่อมวลชนต้องมีการสื่อสารกับผู้สูงวัยในรูปแบบการสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต และสร้างความเข้มแข็งให้ตนเอง โดยที่ไม่รอความช่วยเหลือจาก

บุคคลอื่น โดยเฉพาะผู้สูงวัยที่ไม่ได้มีครอบครัว อยู่เพียงคนเดียว ไม่ได้มีลูกหลาน ต้องมีความมั่นใจในตนเองที่จะใช้ชีวิตโดยไม่รอการดูแลจากลูกหลาน ในการนี้กลุ่มคนวัยทำงานอธิบายว่า ถึงแม้จะมีลูก แต่ไม่ได้คาดหวังว่าลูกจะต้องมาดูแลตนเอง อยากให้ลูกออกไปใช้ชีวิตของตนเอง ส่วนใหญ่จึงมีการวางแผนชีวิตในช่วงวัยสูงอายุ และเตรียมความพร้อมเพื่อที่ตนเองจะเป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคต

จากงานวิจัยของ Louiyapong (2010) พบว่า วาทกรรมความกตัญญูมีความสำคัญต่อผู้สูงวัย ขณะที่การศึกษาในครั้งนี้พบว่า อุดมการณ์ความกตัญญูหรือการมีบุญคุณมีความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพราะคนวัยทำงานในยุคนี้มีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนในเรื่องความกตัญญู ในขณะที่กลุ่มคนวัยทำงานในปัจจุบันที่กำลังจะกลายเป็นผู้สูงวัยในอนาคตกลับมีอุดมการณ์ต่อรองและสร้างความหมายใหม่ว่าตนเองมีความเข้มแข็งและไม่จำเป็นต้องให้ลูกหลานมาดูแลหรือมาตอบแทนบุญคุณ เมื่อมองไปในอนาคต อุดมการณ์เรื่องการพึ่งตนเองของผู้สูงวัยน่าจะเป็นกรอบความคิดที่ได้รับการให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะสังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยแบบสมบูรณ์ในไม่ช้า จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างและสื่อสารเรื่องราวผู้สูงวัยที่เข้มแข็ง เพื่อลดปัญหาผู้สูงวัยที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

อุดมการณ์ของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีต่อเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยคือช่วงวัยแห่งความร่วงโรย กลุ่มผู้สูงวัยมองว่าการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นในข่าวหรือเรื่องจริง มักจะเลือกนำเสนอชีวิตของผู้สูงวัยที่ยากลำบาก สุขภาพอ่อนแอ ไร้คนดูแล และอุบัติเหตุที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย เช่น หกล้ม ตกจากที่สูง ไฟไหม้ น้ำท่วม โดยกลุ่มผู้สูงวัยมีความเสี่ยงมากกว่าคนกลุ่มอื่นในสังคม กลุ่มผู้สูงวัยอธิบายว่า นอกจากนำเสนอเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้สูงวัยแล้ว สื่อมวลชนมีการนำเสนอเรื่องข้อมูลทางด้านสุขภาพ สวัสดิการต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้สูงวัย และข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐที่ผู้สูงวัยควรรู้ หรือผู้ใกล้ชิดผู้สูงวัยที่จำเป็นต้องรู้

อย่างไรก็ตาม ผู้สูงวัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมหรือเลือกที่จะต่อรองความหมายเกี่ยวกับภาพของผู้สูงวัยที่สื่อนำเสนอว่า อยากให้นำเสนอภาพที่เป็นด้านบวกของ

ผู้สูงวัยมากขึ้น เพราะผู้สูงวัยยังมีความสามารถในการทำสิ่งต่างๆ ได้มากมาย โดยสื่อมวลชนควรสื่อสารแนวคิดการดูแลตนเองของผู้สูงวัยให้มากขึ้น ถึงแม้จะเป็นผู้สูงวัยที่ไม่มีครอบครัวก็ต้องสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองด้วยความเข้มแข็ง

เมื่อเปรียบเทียบอุดมการณ์จากเรื่องจริงและเรื่องแต่ง ผู้สูงวัยมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า เรื่องจริงเน้นการนำเสนอเรื่องราวปัญหาด้านสุขภาพของผู้สูงวัย ขณะที่เรื่องแต่งนำเสนอผู้สูงวัยที่ยังแข็งแรง มีฐานะดี ร่ำรวย เข้าถึงบริการด้านสุขภาพ มีอำนาจ มีบทบาทในครอบครัว และเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจเรื่องต่างๆ เรื่องแต่งจึงสื่อสารความหมายในเชิงบวกมากกว่าเรื่องจริง

ผู้สูงวัยคือผู้รอบรู้และมีประสบการณ์ กลุ่มผู้สูงวัยมีความคิดว่าการนำเสนอเรื่องเล่าในด้านที่เป็นประเด็นปัญหาแล้ว สื่อมวลชนต้องให้ความสำคัญการสื่อสารเรื่องการตอบแทนบุญคุณ ความกตัญญู และมีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลกลุ่มผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการนำเสนอให้คุณค่าและยกย่องผู้สูงวัยว่าเป็นผู้รอบรู้หรือผู้มีประสบการณ์

Jacobsen (2015) ได้ศึกษากลุ่มผู้สูงวัยในประเทศนอร์เวย์เรื่องนโยบายสาธารณะและพบว่า การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยมีผลต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะที่ส่งผลถึงผู้สูงวัย เพราะฉะนั้น เรื่องเล่าที่ได้ยินบ่อยๆ ซ้ำๆ มีอิทธิพลต่อความคิดของเราในระดับจิตใต้สำนึก โดยเป็นอุดมการณ์ที่ได้รับการสร้างและสะสมอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นความเคยชิน ดังนั้น กระบวนการทำงานข่าวของสื่อมวลชน จึงเปรียบเป็นพื้นที่การสื่อสารอุดมการณ์ไปหาคนจำนวนมาก ความหมายของผู้สูงวัยที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านเรื่องเล่าจึงมีทั้งการผลิตซ้ำและการโต้แย้งความหมายเดิมที่มีอยู่ด้วยเช่นกัน

การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงมีความสำคัญที่จะสร้างอุดมการณ์ต่อการรับรู้เกี่ยวกับผู้สูงวัย เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยจึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบความคิดที่คนมีต่อผู้สูงวัย Allan and Johnson (2008) อธิบายว่าการเก็บรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงวัย การสื่อสารและการสร้างความเข้าใจให้คนมีความรู้เกี่ยวกับผู้สูงวัยจะช่วยลดทัศนคติในเชิงลบที่สังคมมีต่อผู้สูงวัย

การทำงานของชุดอุดมการณ์หรือกรอบความคิดผ่านการนำเสนอเนื้อหา กระบวนการผลิต รวมถึงการรับรู้ การยอมรับ การต่อสู้ และการต่อรองความหมายของอุดมการณ์ในแต่ละรูปแบบจึงเกิดขึ้นอยู่เสมอ อุดมการณ์ที่ได้รับการผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องจึงมักจะกลายเป็นอุดมการณ์หลักของสังคม จนกระทั่งมีการต่อสู้หรือต่อรองความหมายใหม่เกิดขึ้น เราจึงได้เห็นชุดความคิดที่แตกต่างกันปรากฏเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ การศึกษาเรื่องการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย ทำให้เราเห็นอุดมการณ์หรือชุดความคิดที่มีต่อผู้สูงอายุจากกลุ่มคนที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน รวมถึงภาพความหลากหลายของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น

บทสรุป

การศึกษาการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชนไทย มุ่งเน้นการศึกษาอุดมการณ์ที่มีต่อเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ โดยใช้แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (ideology) แนวคิดเรื่องเล่าเรื่อง (narrative) การเข้ารหัสและถอดรหัสความหมาย (encoding and decoding) การศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (text) เรื่องเล่าที่เรื่องจริง (non-fiction) เรื่องแต่ง (fiction) และศึกษากระบวนการติดตั้งความหมายเกี่ยวกับผู้สูงอายุของสื่อมวลชน ผลการวิจัยพบว่า เรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริง (non-fiction) นำเสนอเรื่องราวด้านลบของผู้สูงอายุ ส่วนเรื่องแต่ง (fiction) นำเสนอความหมายด้านบวกของการเป็นผู้สูงอายุ สำหรับกระบวนการผลิตเนื้อหาของกลุ่มสื่อมวลชนพบว่า เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะนำเสนอในด้านลบและมักไม่ได้รับความสำคัญ ขณะเดียวกันในการถอดรหัสความหมายของกลุ่มผู้รับสารที่มีต่อผู้สูงอายุจากมุมมองของคนทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า คนแต่ละกลุ่มมีการให้ความหมายการเป็นผู้สูงอายุในมุมมองที่มีการต่อรองความหมายที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นมองเห็นความเป็นเด็กในตัวผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงานมองว่าผู้สูงอายุ คือเหยื่อของสังคมที่ต้องปกป้องดูแลจากอันตราย และหากในอนาคตตนเองกลายเป็นผู้สูงอายุก็ไม่ได้เน้นย้ำเรื่องความกตัญญูหรือต้องการการตอบสนองบุญคุณจาก

คนรุ่นใหม่เพราะได้เตรียมพร้อมรับมือกับการเป็นผู้สูงอายุ และสามารถดูแลตนเองได้ ทั้งนี้ สื่อมวลชนก็ต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้สูงอายุให้ดูแลตนเองได้ ส่วนตัวกลุ่มผู้สูงอายุเน้นย้ำว่าสื่อมวลชนควรนำเสนออุดมการณ์ความเข้มแข็งของผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นการวิเคราะห์เนื้อหา และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับสารเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมุมมองที่ให้ผู้สูงอายุได้เป็นผู้เล่าเรื่องของตนเอง จะได้องค์ความรู้เพิ่มเติมของการเป็นผู้สูงอายุ และเปลี่ยนมุมมองที่เป็นข้อจำกัดให้กลายเป็นโอกาสในการเรียนรู้ประสบการณ์การเป็นผู้สูงอายุในมุมมองที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น

2. วิถีคิดเกี่ยวกับการผลิตเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุไม่ควรมีข้อจำกัด สื่อมวลชนควรเปิดมุมมองในการผลิตเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงอายุมากขึ้น นำเสนอมุมมองที่เป็นปัญหาเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และควรแทรกเรื่องราวที่เป็นมุมมองด้านบวก ให้ความรู้ และเน้นการนำเสนอความสามารถของผู้สูงอายุ และบอกเล่าตัวตนหรือเรื่องราวของผู้สูงอายุในเชิงสร้างสรรค์

3. กระบวนการผลิตเนื้อหาหรือการทำข่าวควรให้พื้นที่กับการนำเสนอเรื่องราวของผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น โดยควรให้ความสำคัญกับประเด็นผู้สูงอายุ รวมถึงการผลิตเรื่องเล่าในรูปแบบอื่นๆ ควรมีตัวละครที่เป็นผู้สูงอายุในเนื้อเรื่องหรือมีการเจาะลึกนำเสนอเป็นภาพยนตร์สารคดีชีวิตของผู้สูงอายุในมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากกว่าที่ผ่านมา

บรรณานุกรม

- Allan, L. J., & Johnson, J. A. (2008). Undergraduate attitudes toward the elderly: The role of knowledge, contact and aging anxiety. *Educational Gerontology, 35*(1), 1-14. doi:10.1080/03601270802299780
- Althusser, L. (1999). Ideology and ideological state of apparatuses. In J. Evans, & S. Hall (Eds.) *Visual Culture: The Reader* (pp.317-324). London: Sage Publication.

- Barker, C. (2008). *Cultural studies: Theory and practice*. London: Sage Publications.
- Barret, A. E., Raphael, A., & Gunderson, J. (2014). Chapter four reflections of old age, constructions of aging selves. In C. L. Harrington, D. D. Biele, & A. R. Bardo (Eds.) *Aging, Media and Culture* (pp.39-50). Lexington Books: United Kingdom.
- Blix, B. H., Hamran, T., & Normann, H. K. (2013). Struggles of being and becoming: A dialogical narrative analysis of the life stories of Sami elderly. *Journal Aging Studies*, 27(3), 264-275. doi: 10.1016/j.jaging.2013.05.002
- Chantavanich, S. (2011). *Kān wikhrō khōmūn nai kānwichai choēng khunnaphāp* (Phim khrang thī 10) [Data analysis in qualitative research (10th ed.)]. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Dolan, J., & Tincknell, E. (2013). *Representing older women in the media: The key issues*. London: House of Commons.
- Harrington, C. L. (2014). Chapter one new areas of inquiry in aging, media, and culture. In C. L. Harrington, D. D. Biele, & A. R. Bardo (Eds.) *Aging, Media and Culture* (pp.1-9). Lexington Books: United Kingdom.
- Herman, L., & Vervaeck, B. (2013). The living handbook of narratology ideology and narrative fiction. Retrieved March 1, 2018, from <http://www.lhn.uni-hamburg.de/article/ideology-and-narrative-fiction>
- Jacobsen, F. F. (2015). Understanding public elderly care policy in Norway: A narrative analysis of governmental white papers. *Journal of Aging Studies*, 34, 199-205. doi: 10.1016/j.jaging.2015.04.006
- Kaewthep, K. (2011). *Phukhon thī laklāi nai kānsūsān: Dek sattrī læ phu sūng wai* [Various people in communication studies: Children, women and the elderly]. Bangkok: Parbpim Printing.
- Kaewthep, K. (2012). *Sū kao - sū mai sanya 'attalak 'udomkān* [Old media-new media semiology identity ideology]. Bangkok: Parbpim Printing.
- Kaewthep, K., & Hinviman, S. (2010). *Sāi thān hāng nak khit thritsadi sēthasāt kānmūang kap sūsān suksā* (Phim khrang thī 2) [Stream of theoreticians, political economy and communication studies (2nd ed.)]. Bangkok: Parbpim Printing.
- Louiyapong, K. (2010). *Kānsūsān kap wāt kam 'attalak phūsūng āyu nai sangkhom Thai*. [Communication and identity discourses of the elderly in Thai society] (Doctoral dissertation, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University).
- Milner, C., Norman, K. V., & Milner, J. (2015). Chapter 4 the media portrayal of ageing. Retrieved March 1, 2018, from <https://vdocuments.mx/chapter-4-the-medias-portrayal-of-ageing.html>
- Nimrod, G. (2008). Retirement and tourism themes in retirees' narratives. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 859-878. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.06.001>
- Prieler, M., Kohlbacher, F., Hagiwara, S., & Arima, A. (2015). The representation of older people in television advertisements and social change: The case of Japan. *Ageing and Society*, 35(4), 865-887. doi:10.1017/S0144686X1400004X

- Samlee, M. (2007). *Tuālakhōn phūsūng ‘āyū nai nawaniyai Thai PhāSā sōngphanhārājīsīpha-sōngphanhārājīsīppǣt* [Elderly characters in Thai novels 1982-2005] (Master's thesis, Chulalongkorn University).
- Thaweessit, S. (2010). Botbannāthikan: Kān plīan krabūan that phūa kānwichai phūsūng ‘āyū. [Editorial: A Paradigm Shift for Aging Research]. In S. Thaweessit, & S. Boonyamanoon (Eds.) *Prachākōn læ sangkhom sōngphanhārājīhasipsām: khunkha phūsūng ‘āyū nai sāitā sangkhom Thai* [Population and society 2010: Value of the elderly from the eyes of Thai society] (pp.1-11). Nakhon Pathom: Institute for Population and Social Research.
- Vernon, J. A., Williams, J. A., Phillips, T., & Wilson, J. (1991). Media stereotyping: A comparison of the way elderly women and men are portrayed on prime-time television. *Journal of Women & Aging*, 2(4), 55-68. doi:10.1300/J074v02n04_05
- Vickers, K. (2007). Aging and the media: Yesterday, today, and tomorrow. *California Journal of Ealth Promotion*, 5(3), 100–105.
- Walker, J. (2010). Elder stereotypes in media & popular culture. Retrieved March 1, 2018, from <http://www.agingwatch.com/?p=439>
- Wapattanawong, P., & Prasartkul, P. (2017). Prachākōn Thai nai ‘anākhōt [Thai population in the future]. Retrieved March 7, 2018, from <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/Conferencell/Article/Article02.htm>
- Wilinska, M., & Henning, C. (2011). Old age identity in social welfare practice. *Qualitative Social Work*, 10(3), 346-363. doi:10.1177/1473325011409477