

Received: 26-06-2020
Revised: 28-08-2020
Accepted: 01-09-2020

กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทย เพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว

Communication Strategy and the Use of Creative Media from All Sectors in Thai Society to Reduce Domestic Violence

ปิยฉัตร ล้อมชวการ¹

Piyachat Lomchavakarn

ningpiyachat@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว” เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และผลกระทบจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน 2) ศึกษา “วิธีปฏิบัติที่ดี” (Best Practices) ที่เกี่ยวข้องกับสื่อที่ทำให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยลดลง และ 3) เสนอแนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบหลายขั้นตอน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 วิธีการหลักคือ 1) การถอดบทเรียน 2) การสนทนากลุ่ม 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์ความรุนแรงและผลกระทบจากสื่อ (KAP) เกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวไทยที่เกี่ยวข้องกับสื่อในปัจจุบัน ประกอบด้วย (1) ลักษณะประชากร (2) พฤติกรรมการบริโภคสื่อและการเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ ที่มีการนำเสนอความรุนแรงในครอบครัว (3) ผลกระทบจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความรุนแรง ทศนคติเกี่ยวกับความรุนแรงจากสื่อประเภทต่างๆ 2) ประเด็นเกี่ยวกับ “วิธีปฏิบัติที่ดี” พบว่าหน่วยงานภาครัฐ องค์กรสื่อ องค์กรสาธารณประโยชน์ (NGO) ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน จะเน้นการทำงานเชิงบูรณาการ ทั้งการบูรณาการสื่อที่ใช้ และการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 3) แนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน พบว่า (1) ใช้ประโยชน์จากบทเรียนที่ได้จาก “วิธีปฏิบัติที่ดี” ต่างๆ (2) ศึกษาลักษณะประชากรของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ (3) ใช้ประโยชน์จากกลุ่มประชากรเกือบทุกช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ และความรุนแรงในครอบครัวที่พบว่าคนเหล่านี้มีการรับรู้ หรือความรู้ ที่ดี ที่ถูกต้องเกี่ยวกับ

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

เรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท รวมทั้งมีทัศนคติ หรือความรู้สึกที่ดีที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท (4) หน่วยงานในระดับนโยบาย ต้องให้ความสำคัญเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัว

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, การใช้สื่อ, การลดความรุนแรง

Abstract

Research entitled "Communication strategy and the use of creative media from all sectors in Thai society to reduce domestic violence" is a mixed methods research that uses both quantitative and qualitative research. The research objectives were to 1) research study the situation of domestic violence related to the media and the impact of media related to domestic violence at present; 2) to study "Best Practices" relating to media that cause domestic violence to decrease; and 3) to propose guidelines for using communication strategies and using creative media from all parts to help reduce violence in today's Thai family

The quantitative research applied survey method with questionnaires as a tool and using multi-stage random sampling. The qualitative research is divided into 3 main methods which are 1) lessons learned 2) group discussion 3) in-depth interviews.

The results revealed that 1) Situation of violence and media impact (KAP) regarding domestic violence related to the media at present, consisting of (1) demographic characteristics (2) media consumption behavior and access to various types of media presenting domestic violence (3) The impact of various media types that cause violence and attitude about violence from various media. 2) Issues regarding "Good practice" found that government agencies, media organizations, public benefit organizations (NGOs), civil society and public sector focus on integrative operation Including integration of media used and integration of collaboration with all relevant sectors. 3) Guidelines for using creative communication and media strategies from all sectors to help reduce violence in today's Thai family including. (1) utilizing lessons learned from the best practice (2) Studying the demographic characteristics of all parties involved in the media (3) Utilizing almost every age group, especially the new generation involved with both the media and domestic violence, due to the fact that this generation has knowledge and positive perceptions or of all types of domestic violence, as well as attitude about all types of domestic violence. (4) Policy-level agencies must pay attention and give importance to every aspect of media and communication related to domestic violence

Keywords: communication strategy, media use, reduce violence

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความรุนแรงในครอบครัวของสังคมไทย มีแนวโน้มเพิ่มสูงมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลต่อความสูญเสียทั้งอันตรายแก่ชีวิต ทรัพย์สิน ร่างกาย จิตใจ สุขภาพและสังคมโดยภาพรวม ด้วยแนวโน้มดังกล่าว ทำให้รัฐบาลได้กำหนดประเด็นความรุนแรงเป็นหนึ่งในนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ตั้งแต่ปี 2561-2580 จากรายงานสถานการณ์ด้านความรุนแรงในครอบครัวที่รายงานตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.2550

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์พบว่าจำนวนความรุนแรงในครอบครัว โดยเฉพาะผู้ที่ถูกกระทำหลักคือผู้หญิงและเด็กเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ถึง 20,018 รายในปี 2560 โดยแยกเป็นผู้หญิง 18,919 คน ผู้ชาย 1,079 คน และเด็ก 558 คน เฉลี่ยการถูกทำร้าย 55 รายต่อวัน โดยพบว่า ปัจจัยหรือสาเหตุที่กระตุ้นให้เกิดการกระทำความรุนแรงในครอบครัวอันดับต้นๆ คือ สัมพันธภาพในครอบครัว เช่น การนอกใจ ทะเลาะ หึงหวง สภาพสิ่งแวดล้อมเช่น ความใกล้ชิด โอกาสอันวญ และสารกระตุ้นต่างๆ ทั้งสุรา ยาเสพติด และสื่อต่างๆ รวมทั้ง

สภาพแวดล้อมสื่อที่ไม่เหมาะสมต่างๆ เช่น ลามกอนาจาร สื่อรุนแรงรูปแบบต่างๆ โดยสถานที่ก่อความรุนแรงอันดับแรกคือ ในครอบครัวหรือในที่อาศัยของตนเอง (แรมรุ้ง วรวัธ, 2561)

จากผลสำรวจต่างๆ จากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสตรี เด็กเยาวชน ครอบครัว และสังคมโดยรวม เช่น จะเด็จ เชาวน์วิไล (2560) ผู้อำนวยการมูลนิธิหญิงชายก้าวไกล กล่าวว่า สถิติการข่มขืน การล่วงละเมิดทางเพศนับวันแนวโน้มยิ่งเพิ่มขึ้น ดังผลจากการเก็บรวบรวมข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์พบว่า เกินครึ่งร้อยละ 51.3 เป็นข่าวข่มขืนร้อยละ 13.7 ข่าวพยายามข่มขืน ส่วนความสัมพันธ์ของผู้ที่กระทำเกือบครึ่ง ร้อยละ 40 เป็นคนคุ้นเคย ร้อยละ 12 เป็นเครือญาติ คนในครอบครัว และร้อยละ 8.7 รู้จักกันผ่านโซเชียล ขณะที่อายุผู้ถูกกระทำส่วนใหญ่ร้อยละ 26.4 อายุเพียง 11-15 ปี และร้อยละ 23.9 อายุ 16-20 ปี ทำให้ผู้หญิงส่วนมากเกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในชีวิต ไม่ว่าเธอจะเป็นใคร มีคนรู้จักมากมายแค่ไหนที่สามารถพบเจอความรุนแรงในรูปแบบนี้ได้ เช่น ชินดี้ สิริินยา บิซอพนางแบบ พิธีกร และอดีตมิสไทยแลนด์เวิลด์ ก็เป็นหนึ่งในเหยื่อของการโดนลวนลาม เธอได้จัดทำแคมเปญปกป้องสิทธิสตรี ด้วยแฮชแท็ก #DontTellMeHowToDress และ #TellMenToRespect ซึ่งหลังจากที่แคมเปญนี้ถูกปล่อยออกมาทำให้สังคมมีการเคลื่อนไหว (social movement) เกี่ยวกับเรื่องนี้ แคมเปญนี้เป็นเหมือนกับกระบอกเสียงให้ผู้หญิงและกระตุ้นจิตใต้สำนึกของผู้ชายว่า ผู้ชายไม่มีสิทธิ์ไปข่มขืนใครทั้งนั้น

การทำงานเชิงนโยบายทั้งระบบเชิงรุกกระดานนโยบายคือ “โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง” โดยกระทรวง กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2561 ที่ได้ศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงที่เป็นองค์รวมทั้งประเทศจำนวน 5,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ ระบุชัดเจนว่า สื่อและสภาพแวดล้อมของสื่อที่ไม่เหมาะสมในรูปแบบต่างๆ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ การสะสม การเลียนแบบหรือการกระทำตามในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาและผลเชิงประจักษ์ในสังคมปัจจุบันที่เห็นร่วมกันว่า สื่อจำนวนมากในปัจจุบันมีเนื้อหาและภาพที่รุนแรงเกินความจำเป็น ขาดการกลั่นกรอง อาจส่งผลเชิงลบในรูปแบบต่างๆ สู่อสังคม โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความเปราะบางที่สุดคือ กลุ่มเด็กและเยาวชนที่ต้องเติบโตท่ามกลางสื่อและการเรียนรู้จากสื่อที่เป็นสภาพแวดล้อมรอบตัวตลอดเวลา

ในปัจจุบันที่มีการเติบโต การขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ที่พบว่า สื่อที่ใกล้ชิดกับคนไทยเกือบทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและกลุ่มเด็กคือ สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ (social media) โดยสื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกลุ่มเยาวชนและกลุ่มเด็กมากกว่าสื่ออื่นๆ กิจกรรมอื่นๆ เหมือนที่เคยผ่านมา รวมทั้งพ่อแม่ผู้ปกครอง ปู่ย่าตายาย พี่น้อง เพื่อน รวมทั้งผู้คนรอบข้างไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในโรงเรียน เพื่อนบ้าน เพื่อนในชุมชนเดียวกันก็ตาม ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นภาพคู่ขนานในสังคมปัจจุบันจึงสะท้อนความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ มากเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เริ่มจากสมาชิกในครอบครัว และขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สู่อสังคมภายนอกดังเป็นที่ประจักษ์ร่วมกันจากสื่อช่องทางต่างๆ ที่นำเสนอภาพของความรุนแรงจากคนทุกช่วงวัยในทุกๆ วัน และเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพิ่มความถี่และช่องทางในการนำเสนอมากขึ้นเรื่อยๆ

จากสถานการณ์ดังกล่าว โดยเฉพาะ “โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง” โดยกระทรวง กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2561 ที่การศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงจำนวน 5,000 ตัวอย่างทั่วประเทศ ที่ระบุชัดเจนว่า สื่อและสภาพแวดล้อมของสื่อที่ไม่เหมาะสมในรูปแบบต่างๆ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ การสะสม การเลียนแบบหรือการกระทำตามในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทุกหน่วยงาน และทุกบริบทที่เกี่ยวข้องที่เห็นร่วมกันว่า “สื่อ” และ “สภาพแวดล้อมของสื่อ” เพิ่มอิทธิพลมากขึ้นเรื่อยๆ ต่อสังคมในทุกระดับ ทุกกลุ่มทั้งด้านดี เช่น สื่อการศึกษา สื่อเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองประเภทต่างๆ และด้านลบคือ สื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมต่างๆ และนำไปสู่การเกิดหรือการสร้างเสริมความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ ที่เริ่มจากครอบครัวและขยายไปสู่สังคมโดยภาพรวม ทั้งนี้เพราะสื่อที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมดังกล่าวมีการนำเสนอทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เรื่องเพศ เรื่องภาษา เรื่องพฤติกรรม การแสดงออกที่ไม่เหมาะสมต่างๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมหรือการแสดงออกเกี่ยวกับการใช้ความรุนแรงในรูปแบบต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น

จึงกล่าวได้ว่า การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัวเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันเพื่อให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนร่วมกันมากที่สุด เพราะปัญหาความรุนแรงในครอบครัวเป็นปัญหาที่มีความซับซ้อน แต่หากว่า ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะใช้สื่อที่สร้างสรรค์ร่วมกัน ในการประสานงาน ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่าย โดยทำการสื่อสารกับสมาชิกทุกกลุ่มในสังคมไปพร้อมๆ กัน เรื่องความรุนแรงในครอบครัวที่เคยเข้าใจกันมาผิดๆ ว่าเป็นเรื่องเฉพาะของครอบครัวนั้นๆ ก็จะได้รับแก้ไข และร่วมมือกันในการลดความรุนแรงในครอบครัวพร้อมๆ กับการพลิกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อที่เป็นสื่อที่รุนแรง ที่เป็นสื่อที่ไม่เหมาะสมต่างๆ ให้เป็นสื่อที่สร้างสรรค์ ที่สามารถช่วยสร้างความมั่นใจในตน (self confidence) ให้กับผู้ถูกระทำ หรือผู้ที่มีความเปราะบางในสังคม (vulnerable groups) ให้มีความเข้มแข็ง มั่นใจ สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อสร้างสรรค์ในการพัฒนาตน สร้างทางเลือกที่เหมาะสมให้กับตนเองและครอบครัวได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และผลกระทบจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษา “วิธีปฏิบัติที่ดี” (Best Practices) ที่เกี่ยวข้องกับสื่อที่ทำให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยลดลง
3. เพื่อเสนอแนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน

นิยามศัพท์

กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์ หมายถึง แนวทาง วิธีการ ประเภทสื่อ ประเภทสาร ประเภทช่องทาง ที่ใช้อย่างสร้างสรรค์ร่วมกันจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในสังคมเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว

ความรุนแรงในครอบครัว หมายถึง ความรุนแรงลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในครอบครัวไทยที่แบ่งเป็น 4 ประเภทหลัก คือ ความรุนแรงทางกาย ความรุนแรงทางจิตใจและวาจา ความรุนแรงทางเพศ และการเพิกเฉยต่อความรุนแรง

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัวไทยเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นเร่งด่วน ดังที่รัฐบาลได้มีการกำหนดโครงการเร่งด่วนเพื่อหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นคือ “โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง” กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2561 ในส่วนประเด็นด้านสื่อที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความรุนแรงในครอบครัว รวมทั้งความรุนแรงในด้านอื่นๆ ของสังคมยังไม่ได้มีการเสนอแนะแนวทางเพื่อเป็นทางออกให้กับสังคมอย่างชัดเจนนัก

ดังนั้นผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จึงมีความสำคัญและมีประโยชน์หลักๆ ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อนำเสนอแนวทางที่เปิดช่องทางให้ทุกภาคส่วนในสังคมไทยมีส่วนร่วมในการลดความรุนแรงในครอบครัว เริ่มตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับปฏิบัติการในพื้นที่ที่ครอบครัวแต่ละครอบครัวตั้งอยู่ จนถึงระดับกลุ่มระดับหน่วยงาน องค์กร โดยทำจัดศูนย์กลาง (hub) ที่เป็นพื้นที่เปิด (public sphere) ให้กับทุกฝ่าย ทุกระดับมาร่วมกันสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ ทั้งเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประสานงาน การช่วยเหลือ และการร่วมสร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัวไทย (SFC: Smart Family Club) ตามความพร้อมของแต่ละบุคคล แต่ละกลุ่มแต่ละครอบครัว แต่ละหน่วยงานพร้อม

2) เพื่อเพิ่มความตระหนัก ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะที่ถูกต้องเกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัว ที่เป็นหน้าที่ เป็นความรับผิดชอบของทุกคนในสังคมในการที่จะมีส่วนร่วมในการปกป้อง ดูแล ป้องกัน และสร้างสรรค์สื่อดีๆ เพื่อลดปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากความรุนแรงในครอบครัวของสังคมไทย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) ที่ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และผลกระทบจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน 2) ศึกษา “วิธีปฏิบัติที่ดี” (Best Practices) ที่เกี่ยวข้องกับสื่อที่ทำให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยลดลง และ 3) เสนอแนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาสถานการณ์ความรุนแรงในครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับสื่อซึ่งอาจจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม และผลกระทบจากสื่อ (KAP) เกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประชากร คือ กลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อและความรุนแรงในครอบครัวซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบทางตรง หรือทางอ้อม ที่มีสาเหตุจากสื่อในรอบปีที่ผ่านมา จำนวน 40,918 คน (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2562) โดยการพิจารณาร่วมกันระหว่างหน่วยงานหลักคือ โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ประกอบกับพื้นที่ที่มีสถิติความรุนแรงในครอบครัวของกรมกิจการสตรีและครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จำนวน 6 ภาค 10 จังหวัด ทั้งในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาลที่ครอบคลุมทุกช่วงวัย

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) คือ ขั้นที่ 1: เลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) คือ เลือกเฉพาะกลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อและความรุนแรงในครอบครัวฯ ขั้นที่ 2 : ใช้การจัดสรรโควตา (quota sampling) จากจังหวัดที่เป็นตัวแทนของแต่ละภาคจำนวน 10 จังหวัดจาก 6 ภาค จากนั้นเลือกจากในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลจังหวัดละ 160 ราย แบ่งเป็นช่วงอายุ 4 ช่วงอายุ และเพศจำนวนเท่าๆ กัน รวมจำนวน 1,600 คน

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 วิธีการหลักคือ 1) การถอดบทเรียน “วิธีปฏิบัติที่ดี” (best practices) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์เพื่อช่วยลดความรุนแรงในครอบครัว 2) การสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion) และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ได้รับผลกระทบความรุนแรงในครอบครัวที่มีสาเหตุจากสื่อฯ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) คือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อและความรุนแรงในครอบครัวซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบทางตรง หรือทางอ้อมที่มีสาเหตุจากสื่อในรอบปีที่ผ่านมาจาก 10 จังหวัดจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากนั้นวิเคราะห์ด้วยวิธีการพรรณนาความ

ขอบเขตการวิจัย ของเรื่องนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเรื่องความรุนแรงในระดับสูงจากแต่ละภาค เพื่อให้เป็นตัวแทนที่เป็นภาพรวมของประเทศไทย โดยทำการศึกษาจากหน่วยงานหลักที่รัฐบาล โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มอบหมายโดยตรงเพื่อให้เป็นโครงการเร่งด่วน และเฉพาะกิจเพื่อลดความรุนแรงในสังคมไทยคือ “โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง” (แรมรุ่ง วรวิธ, 2561) ร่วมกับหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักของกระทรวงฯ เช่นกัน คือ กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมกับความรุนแรง

ในครอบครัวไทย เช่น หน่วยงานหรือองค์กรสื่อ ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อที่ส่งผลต่อการเกิดความรู้แรงในครอบครัวรูปแบบต่างๆ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องที่อาจจะเกี่ยวข้องทางตรงหรือทางอ้อมดังรายละเอียดโดยสังเขปคือ

1) พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเรื่องความรู้แรงในระดับสูงที่เป็นความร่วมมือในการพิจารณาร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น จากทุกภาครวม 6 ภาคของประเทศไทย โดยที่แต่ละภาคจะประกอบด้วยจังหวัดที่เป็นตัวแทนประมาณ 3-4 จังหวัดที่เป็นพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเรื่องความรู้แรงในระดับสูง

2) กลุ่มคนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความรู้แรงในครอบครัวไทย จะประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกระดับ ตั้งแต่ระดับนโยบายคือ โครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรู้แรง 2561 กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ระดับพื้นที่คือระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และระดับชุมชน หน่วยงานพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับความรู้แรงในครอบครัว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทต่างๆ

3) ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่ออาจจะตรงหรือทางอ้อมและส่งผลต่อการเกิดความรู้แรงในครอบครัวรูปแบบต่างๆ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับความรู้แรงในครอบครัว ที่อาจจะเป็นการเกี่ยวข้องทางตรงหรือทางอ้อม

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยที่ได้เรียงตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1) สถานการณ์ความรู้แรงและผลกระทบจากสื่อ (KAP) เกี่ยวกับความรู้แรงในครอบครัวไทยที่เกี่ยวข้องกับสื่อในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1.1) ลักษณะประชากรของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสื่อและความรู้แรงในครอบครัวพบว่า เพศชาย ร้อยละ 56.95 อายุระหว่าง 15-18 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.92 รองลงมาคือ ระหว่าง 19-24 ปี ร้อยละ 27.39 มีสถานะภาพเป็นโสดมากที่สุด ร้อยละ 63.42 สมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5.09 คน ระดับการศึกษาระดับสูงสุดคือระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 40.27 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 36.94 มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 25.88 รองลงมาคือ ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 25.21 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 30.23 สมาชิกในครอบครัวที่ได้รับผลกระทบจากสื่อที่ส่งผลต่อความรู้แรงในครอบครัวคือพ่อ/แม่มากที่สุด ร้อยละ 73.94 รองลงมาคือลูก ร้อยละ 57.38 มีภูมิลำเนาเป็นจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ร้อยละ 10.52 รองลงมาคือสงขลา ร้อยละ 10.16 ขอนแก่น และนครสวรรค์ ร้อยละ 10.10 ตามลำดับ

1.2) พฤติกรรมการบริโภคสื่อและการเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆที่มีการนำเสนอความรู้แรงในครอบครัว พบว่า ละครโทรทัศน์ มีการเปิดรับในช่วงกลางคืนมากที่สุด ร้อยละ 76.72 รองลงมาคือเฟซบุ๊ก ร้อยละ 43.23 ข่าวโทรทัศน์ ร้อยละ 41.96 ยูทูบ ร้อยละ 40.81 และ ยูทูบ ร้อยละ 40.81 ซึ่งผลวิจัยที่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ พบว่าสื่อที่พบความถี่ของความรู้แรงระดับมากที่สุด ข่าวโทรทัศน์ ($\bar{X}=2.53$) ละครโทรทัศน์ ($\bar{X}=2.25$) เฟซบุ๊ก ($\bar{X}=2.30$) ยูทูบ ($\bar{X}=2.18$) ยูทูบ ($\bar{X}=1.97$) เกมโชว์โทรทัศน์ ($\bar{X}=1.87$) และเกมออนไลน์ ($\bar{X}=1.80$) ตามลำดับ

1.3) ผลกระทบจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความรู้แรง พบในระดับปานกลางทุกประเด็น ($\bar{X}=2.14$) ที่พบความรู้แรงมากที่สุดคือการใช้กำลัง เช่น ผลัก ตบ ตี ต่อย ถีบ ดึงผม กระชาก ฯลฯ มากที่สุด ($\bar{X}=2.27$) สอดคล้องกับความรู้แรงทางจิตใจที่เห็นจากสื่อคือ พบความรู้แรงทางใจจากสื่อประเภทต่างๆ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.02$) ที่พบมากที่สุดคือ การด่า ประจาน ไม่สุภาพมากที่สุด ($\bar{X}=2.16$) สอดคล้องกับความรู้แรงทางเพศที่เห็นจากสื่อคือจากสื่อประเภทต่างๆ ในระดับปานกลางในทุกประเด็น ($\bar{X}=2.07$) ที่พบว่าความรู้แรงมากที่สุดคือการหึงหวงเกินเหตุมากที่สุด ($\bar{X}=2.22$)

โดยพบว่าความรู้แรงครอบครัวทางกายที่เห็นก่อให้เกิดผลกระทบต่อการรับรู้ ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับความรู้แรงในครอบครัว เช่น สามี ภรรยาทะเลาะวิวาท ใช้กำลังทำร้ายกัน ร้อยละ 86.64 รองลงมาคือสามี/ภรรยาเมาเหล้า ก่อการทะเลาะวิวาท ทำลายสิ่งของ ฯลฯ ในขณะที่ความรู้แรงในครอบครัวทางจิตใจ คือ พ่อแม่สั่งสอนลูกด้วยการด่าทอ

ระบายอารมณ์ ร้อยละ 71.34 รองลงมาคือสามี ภรรยาตุ๋น ต่ำทอ ร้อยละ 62.64 และความรุนแรงในครอบครัวทางเพศ ที่พบว่า สามีภรรยา/คู่รักทะเลาะ ต่ำทอ ตบตีกัน ถือว่าเป็นความรุนแรงในครอบครัว ร้อยละ 87.61 รองลงมาคือ ร้อยละ 82.53 สามีภรรยา/คู่รักนอกใจกัน มีคนอื่น

ในส่วนที่เป็นทัศนคติเกี่ยวกับความรุนแรงจากสื่อประเภทต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อครอบครัว: 1) ความรุนแรงทางกาย ที่พบว่า สามี ภรรยาทะเลาะวิวาท ใช้กำลังทำร้ายกัน ร้อยละ 75.21 รู้สึกรับไม่ได้/ต้องแก้ไข รองลงมาคือ สามี/ภรรยาเมาเหล้า ก่อนการทะเลาะวิวาท ทำลายสิ่งของ ฯลฯ ร้อยละ 74.97 สามี ภรรยาตุ๋น ต่ำทอ บ่นว่า ตีเตียนกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้สึกรับไม่ได้/ต้องแก้ไข ร้อยละ 69.47 2) ความรุนแรงทางจิตใจคือพ่อแม่สั่งสอนลูกด้วยการตำหนิ ระบายอารมณ์ รู้สึกรับไม่ได้/ต้องแก้ไข ร้อยละ 75.09 และ 3) ความรุนแรงทางเพศ ร้อยละ 85.85 รู้สึกรับไม่ได้/ต้องแก้ไขคือการจับต้องร่างกายของคนอื่นในพื้นที่ที่สงวน รองลงมาคือการทำอนาจารในรูปแบบต่างๆ เช่น การเปิดสื่อลามกอนาจารให้ดูโดยไม่ได้รับความยินยอม ร้อยละ 85.55

ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์เกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวของกลุ่มผู้ที่ได้รับผลกระทบความรุนแรงในครอบครัวที่เป็นผลจากสื่อที่รุนแรง: ทางกาย ทางจิตใจ และทางเพศ ที่พบว่า กลุ่มนี้มีประสบการณ์เกี่ยวกับความรุนแรงทางกายสูงถึง ร้อยละ 69.41 คือ สามี ภรรยาทะเลาะวิวาท ใช้กำลังทำร้ายกัน ส่วนใหญ่เคยเกี่ยวข้อง (ตรง/อ้อม) รองลงมาคือสามี/ภรรยาเมาเหล้า ก่อนการทะเลาะวิวาท ทำลายสิ่งของ ฯลฯ ส่วนใหญ่เคยเกี่ยวข้อง (ตรง/อ้อม) ร้อยละ 67.84 หากเป็นประสบการณ์เกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวทางจิตใจ พบว่าร้อยละ 71.40 เคยมีประสบการณ์คือ สามี ภรรยาตุ๋น ต่ำทอ บ่นว่า ตีเตียนกัน กัน รองลงมาคือ พ่อแม่สั่งสอนลูกด้วยการตำหนิ กระแทกกระแทก ระบายอารมณ์ ร้อยละ 70.13 และในส่วนของการประสบกับประสบการณ์เกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวทางเพศพบว่า ร้อยละ 18.86 เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการแสดงอาการหึงหวงเกินเหตุ ขาดเหตุผล รองลงมาคือ สามีภรรยา/คู่รักนอกใจกัน มีคนอื่น ร้อยละ 68.08

2) ประเด็นเกี่ยวกับ “วิธีปฏิบัติที่ดี” (best practices) ที่เป็นการถอดบทเรียนที่เกี่ยวข้องกับสื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนเพื่อช่วยให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยลดลง ผลที่ได้พบประเด็นที่น่าสนใจคือ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานประเภทใดเช่น ภาครัฐ องค์กรสื่อ องค์กรสาธารณประโยชน์ (NGO) ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน จะเน้นการทำงานเชิงบูรณาการ ทั้งการบูรณาการสื่อที่ใช้ และการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และโดยเฉพาะการเปิดกว้างให้ทุกฝ่ายเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัว อีกทั้งการเน้นย้ำเรื่อง การเริ่มเป็นสื่อบุคคลที่ดีด้วยตนเอง ทำหน้าที่ของตนเองในครอบครัว จากนั้นร่วมสอดส่องดูแลป้องกันด้วยการไม่ส่งเสริมการเผยแพร่ หรือสนับสนุนสื่อที่ไม่ดี สื่อที่ไม่เหมาะสม สื่อที่รุนแรงต่างๆ อีกทั้งช่วยกันสร้างสรรค์สื่อดีๆ ออกสู่สังคมร่วมกัน”

3) แนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทยในปัจจุบัน

3.1) ใช้ประโยชน์จากบทเรียนที่ได้จาก “วิธีปฏิบัติที่ดี” ต่างๆ (best practices) ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนเพื่อช่วยให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยลดลง เช่น

“ส่งเสริม สนับสนุน และประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน เพื่อร่วมกันสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง การพัฒนาคุณธรรมความดี เพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจ จดจำที่ถูกต้องเกี่ยวกับการทำความรุนแรงในครอบครัว รวมทั้งข้อเสนอ แนวทาง วิธีการแก้ไขที่ถูกต้อง สร้างสรรค์”

“กลยุทธ์การทำสื่อสร้างสรรค์นอกจากจะเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างทุกภาคส่วนแล้ว ต้องมีการวิจัยอย่างครบวงจร เช่น การวางกลยุทธ์ การออกแบบสื่อหรือกิจกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนความเชื่อผิดๆ และปรับความคิด “ชุดใหม่” ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และสังคมให้ดีขึ้น เช่นการแบ่งขั้นตอนและวิธีการสื่อสารออกเป็น 3 ส่วน คือ วิดีโอทดลองเพื่อพิสูจน์ปฏิบัติการทางสังคม (social experiment video)

แคมเปญสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง (communication campaign) และเนื้อหาสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (content provider)” (ปรับบางส่วนจาก Toolmorrow, 2019)

3.2) ศึกษาลักษณะประชากรของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ และความรุนแรงในครอบครัวมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ (อายุระหว่าง 15-18 ปี มากที่สุด) และคนทุกช่วงวัยที่มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อเฉลี่ยวันละ 7-8 ชั่วโมง ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยอุปกรณ์ที่สะดวกต่อการใช้ เข้าถึงได้ง่ายคือ โทรศัพท์มือถือ (smart phone) อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ค่อนข้างสูง ทำให้ทั้งการออกแบบสื่อ การเลือกใช้สื่อ และการสร้างการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในการเข้ามาร่วมสร้างสรรค์สื่อดีๆ เพื่อช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทย จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้สูงมาก

3.3) ใช้ประโยชน์จากกลุ่มประชากรเกือบทุกช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ และความรุนแรงในครอบครัวที่พบว่าคนเหล่านี้มีการรับรู้ หรือความรู้ ที่ดี ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท รวมทั้งมีทัศนคติ หรือความรู้สึกที่ดีที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท อีกทั้งมากกว่าร้อยละ 69.41 โดยเฉลี่ย เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อและความรุนแรงในครอบครัว ทำให้เป็นกลุ่มที่มีความตระหนักถึงความสำคัญของสื่อที่ดี สื่อที่สร้างสรรค์ในการช่วยลดความรุนแรงในครอบครัว

3.4) หน่วยงานในระดับนโยบาย ต้องให้ความสำคัญเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัว ดังเช่น รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายให้มีโครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง 2561 รวมทั้งอีกหลากหลายมาตรการที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็กและสตรี ตั้งแต่ปี 2550 (OSCC: One Stop Crisis Center) การกำหนดหมายเลขพิเศษ เช่น หมายเลขด่วน 1300 ศูนย์ประชาธิปไตย ศูนย์พิทักษ์สิทธิ ศูนย์ปฏิบัติการเพื่อป้องกันการกระทำความรุนแรงในครอบครัว 76 แห่งทั่วประเทศเพื่อเป็นหน่วยงานระดับพื้นที่ที่ทุกครอบครัวสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งหมายเลขอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หมายเลขแจ้งเหตุ 1669 หมายเลขฉุกเฉิน 191 และเว็บไซต์เพื่อการแจ้งเหตุและข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็น www.violence.in.th

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และการนำไปใช้ประโยชน์

ผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว” สามารถเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในการช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทย ดังต่อไปนี้

1) การใช้ประโยชน์จากลักษณะประชากรของผู้ที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ และความรุนแรงในครอบครัวที่เป็นคนรุ่นใหม่ และมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มากยิ่งขึ้น (อายุระหว่าง 15-18 ปี มากที่สุด) ประชากรกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อเฉลี่ยวันละ 7-8 ชั่วโมง ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้วยอุปกรณ์ที่สะดวกต่อการใช้ เข้าถึงได้ง่ายคือ โทรศัพท์มือถือ (smart phone) อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ค่อนข้างสูง ทำให้ทั้งการออกแบบสื่อ การเลือกใช้สื่อ และการสร้างการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ในการเข้ามาร่วมสร้างสรรค์สื่อดีๆ เพื่อช่วยกันลดความรุนแรงในครอบครัวไทย จึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้สูงมาก

2) การใช้ประโยชน์จากกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับทั้งสื่อ และความรุนแรงในครอบครัวมีการรับรู้ หรือความรู้ ที่ดี ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท รวมทั้งมีทัศนคติ หรือความรู้สึกที่ดีที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัวทุกประเภท เพราะประชากรกลุ่มนี้มีมากกว่าร้อยละ 69.41 โดยเฉลี่ย เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อและความรุนแรงในครอบครัวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เป็นกลุ่มที่มีความตระหนักถึงความสำคัญของสื่อที่ดี สื่อที่สร้างสรรค์เพื่อใช้ให้เป็นเครื่องมือในการช่วยลดความรุนแรงต่างๆ ในครอบครัว

3) การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนต่อเนื่องทั้งที่เกี่ยวกับองค์กรด้านความรุนแรง และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อในทุกประเภทและทุกระดับ เช่น หน่วยงานในระดับนโยบายต้องให้ความสำคัญกับเรื่องความรุนแรงในครอบครัว ให้ความสำคัญเรื่องสื่อที่ส่งผลกระทบต่อความรุนแรงในครอบครัว และการสร้างสรรค์ครอบครัวให้เข้มแข็งด้วย ดังเช่น รัฐบาลได้กำหนดให้มีโครงการเรือธง Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง 2561 อีกทั้งอีกหลากหลายมาตรการ เช่น การจัดตั้งศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็กและสตรี ตั้งแต่ปี 2550 (OSCC : One Stop Crisis Center) หมายเลขด่วน 1300 ศูนย์ประชาธิปไตย ศูนย์ปฏิบัติการเพื่อป้องกันการกระทำความรุนแรงในครอบครัว 76 แห่งทั่วประเทศเพื่อเป็นหน่วยงานระดับพื้นที่ที่ทุกครอบครัวสามารถเข้าถึงได้ง่าย หมายเลขแจ้งเหตุ 1669 หมายเลขฉุกเฉิน 191 และเว็บไซต์เพื่อการแจ้งเหตุและข้อมูลต่างๆที่จำเป็น www.violence.in.th

อีกทั้งหน่วยงานในระดับนโยบายต้องมีการพัฒนากฎ ระเบียบ กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรทัดฐานสื่อจริยธรรมสื่อ ส่วนที่เกี่ยวกับความรุนแรงต้องมีมาตรการควบคุมดูแลกำกับติดตามเกี่ยวกับความรุนแรงในครอบครัวเพื่อการกำกับดูแล เยียวยา แก้อาการที่ได้รับผลกระทบจากความรุนแรงในครอบครัว เช่น พระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.2550 พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาและคุ้มครองสถาบันครอบครัว พ.ศ. 2562 โดยประเด็นหลักของพระราชบัญญัติที่ออกใหม่คือ

“ความรุนแรงในครอบครัวเป็นประเด็นร่วมของสังคมที่สมาชิกในสังคมมีหน้าที่ต้องช่วยกันดูแล ป้องกัน มิใช่เป็นเรื่องเฉพาะของครอบครัวนั้นๆ ที่คนจากภายนอกไม่สามารถเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับอีกต่อไป”

4) ต้องมีการสนับสนุนที่ชัดเจนและต่อเนื่องจากระดับนโยบายในรูปแบบของการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกัน เริ่มที่ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสนับสนุน ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนต่างๆ ในสังคม ร่วมกันสร้างบทเรียนที่เป็น “วิธีปฏิบัติที่ดี” (best practices) ที่สร้างสรรค์สื่อออกมาเพื่อช่วยให้ความรุนแรงในครอบครัวไทยให้ลดน้อยลง และสร้างสรรค์เป็นสื่อที่ดีที่ร่วมกันสร้างสรรค์สังคมที่ไร้ความรุนแรงในที่สุด เริ่มตั้งแต่ในระดับครอบครัว ดังผลที่ได้จากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและวิธีการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ที่พบว่าทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมกิจการเด็กและเยาวชน (ดย.) และศูนย์ประสานงานการขับเคลื่อนการส่งเสริมและปกป้องคุ้มครองเด็กและเยาวชนในการใช้สื่อออนไลน์ ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) องค์กรสื่อ เช่น Toolmorrow รายการทุ่งแสงตะวัน องค์กรสาธารณะประโยชน์ (NGO) ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน เช่น มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย โครงการศูนย์ข้อมูลสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว และเฟซบุ๊กเพจ “เลี้ยงลูกนอกบ้าน และองค์กรพัฒนาระหว่างประเทศ เช่น UNICEF Thailand จะเน้นการทำงานเชิงบูรณาการ ทั้งการบูรณาการสื่อที่ใช้ และการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และโดยเฉพาะการเปิดกว้างให้ประชาชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยลดความรุนแรงในครอบครัว อีกทั้งช่วยกันสร้างสรรค์สื่อดีๆ ออกสู่สังคม โดยเน้นที่การเริ่มง่ายๆ ที่ตัวเอง ในฐานะสื่อบุคคลที่เป็นพื้นฐานของแต่ละครอบครัว ที่ต้องเป็นสื่อบุคคลที่ดี ทำหน้าที่ของตนเอง และไม่ส่งเสริมการเผยแพร่ หรือสนับสนุนสื่อที่ไม่ดี สื่อที่ไม่เหมาะสมสื่อที่รุนแรงต่างๆ”

“ความรุนแรงในครอบครัว รวมทั้งความรุนแรงในสังคมภาพรวม ลดลงได้ด้วยตัวเราทุกคน เพียงเราช่วยกันสอดส่องดูแลสื่อที่ไม่ดี สื่อที่ไม่เหมาะสมต่างๆ รวมทั้งเนื้อหา ข้อมูลต่างๆ ที่ไม่แน่ใจ ไม่มั่นใจ ไม่สบายใจ ด้วยการกระทำที่เริ่มจากทุกคนง่ายๆ คือ 1) ไม่ Like 2) ไม่ Share 3) ไม่ Post และแจ้งสมาชิกในครอบครัว เพื่อน และรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งหากว่าสื่อใด เหตุการณ์ใดๆ ที่เราไม่สามารถจัดการได้ ไม่สามารถควบคุมได้ หรือเสี่ยงเกินไปที่จะเข้าไปเกี่ยวข้อง ขอให้แจ้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ง่ายที่สุดคือ สายด่วน 1300” (แรมรุ้ง วรวัธ, 2561)

“ในการลดความรุนแรงในครอบครัว ต้องเริ่มจากทุกๆ ฝ่าย ตั้งแต่พ่อ แม่ และลูก รวมถึงคนในครอบครัวที่เกี่ยวข้องด้วย เพื่อทำความเข้าใจร่วมกัน เปิดรับความคิดเห็นของกันและกัน ต้องเรียนรู้จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วช่วยกันแก้ปัญหา แนะนำ ชี้แนะ เพื่อให้เกิดความสุขในครอบครัว” (เฟซบุ๊กเพจ “เลี้ยงลูกนอกบ้าน, 2019)

5) องค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อต้องมีการทำงานร่วมกันอย่างมืออาชีพ เช่น ต้องมีการวิจัย หรือศึกษาอย่าง องค์กรรวมเกี่ยวกับการผลิตสื่อของตน ดังเช่น การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร กลยุทธ์สื่อ เช่นประเภทสื่อ วิธีการนำเสนอ ประเภทเนื้อหาที่นำเสนอ โดยภาพรวมพบว่า ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเน้นการใช้สื่อเชิงบูรณาการ หรือสื่อเชิงหลอมรวมโดยมี การบูรณาการสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเข้าไปอย่างสร้างสรรค์ เช่น สื่อออนไลน์หรือสื่ออินเทอร์เน็ตที่ประชากรทุก กลุ่มในสังคมไทยสามารถเข้าถึงและใช้งานทั่วไปในชีวิตประจำวัน ดังเช่น

“การสร้างสรรคสื่อต้องมีการวิจัยหรือต้องมีการศึกษาให้ครบองค์ หรือถี่ถ้วน เพื่อให้สามารถกำหนดหรือวางกลยุทธ์ ออกแบบสื่อหรือกิจกรรมเพื่อทำลายความเชื่อผิดๆ และปรับความคิด “ชุดใหม่” อย่างมีมิติผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ให้กับ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และสังคมให้ดีขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน เช่น การผลิตวิดีโอ ทดลองเพื่อพิสูจน์ปฏิริยาทางสังคม (social experiment video) แคมเปญสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง (communication campaign) และเนื้อหาสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (content provider)” (ปรับบางส่วนจาก Toolmorrow, 2019)

“สร้างการรับรู้ เกิดความเข้าใจ การจดจำ เพื่อเสริมสร้างทักษะชีวิต และการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างไรให้มีความสุข ตลอดจนการสร้างครอบครัวให้เข้มแข็ง” (มูลนิธิกระจกเงา, 2019)

“เสริมสร้างทักษะชีวิต และการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างไรให้มีความสุข ตลอดจนการสร้างครอบครัวให้เข้มแข็ง ผ่านทางวิดีโอและการเสนอแนวคิดต่างๆ เกี่ยวกับการใช้ชีวิตทุกช่วงวัย โดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่นเพื่อให้ ผู้ปกครองเข้าใจในช่วงวัยนั้นๆ”

“ใช้การยกสถานการณ์ที่เป็นข่าวและเป็นกระแสในปัจจุบัน พร้อมกับแนวทางการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ” (มูลนิธิ อินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย, 2019)

“ยกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในครอบครัว แล้วชี้แนะวิธีแก้ปัญหาหรือหาทางออก ด้วยแนวคิดเชิงบวก ผ่านการสื่อสาร ในเฟซบุ๊กเป็นหลัก”

“ใช้สถานการณ์จำลองด้านความรุนแรงในครอบครัว และสถานการณ์อื่นๆ เพื่อให้เข้าใจความเป็นอยู่ หลัก มนุษยธรรม พัฒนาการ รวมถึงความเป็นอยู่ของเด็กและแม่ในประเทศไทย”

“การใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ เป็นผู้สื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง สร้างสรรค์ และต่อเนื่อง เช่น “เพจเลี้ยงลูก” ที่ ผู้ติดตามเพจนี้สามารถรับรู้ เข้าใจ วิธีการแก้ปัญหาจากการยกสถานการณ์ของเจ้าของเพจ เพื่อนำมาปรับให้เข้ากับสิ่งที่เกิดกับ ครอบครัวของตนเองได้เป็นอย่างดี”

“เมื่อผู้ติดตามเพจได้อ่านวิธีแก้ไขหรือแนวทางการปฏิบัติจากการยกตัวอย่างแล้ว สามารถจัดการกับอารมณ์ ความรู้สึก และทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกได้”

ช่องทางและข้อมูลที่เผยแพร่ มีข้อเสนอเช่น

- มีการกำหนดช่องทางหลักที่เป็นทางการ เช่น ช่องทางหลักที่กำหนดว่าเป็นเว็บไซต์ <http://www.mirror.or.th/project.php>
- มีการกำหนดช่องทางที่เข้าถึงง่ายสำหรับทุกคน ทุกกลุ่ม เช่น เฟซบุ๊กเพจ [ไลน์https://www.facebook.com/mirrorf](https://www.facebook.com/mirrorf)
- มีการกำหนดโพสต์ข้อมูลสม่ำเสมอและเป็นระบบชัดเจน เช่น โพสต์ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน เช่นการ โพสต์เกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นแนวทางการใช้ชีวิต วิธีการแก้ปัญหา ช่องทางการพัฒนาตนเองช่องทางอาชีพ ช่องทางการเข้าถึงสวัสดิการต่างๆของตนเองและครอบครัว เป็นต้น
- มีการกำหนดโพสต์สื่อสารสร้างสรรค์สม่ำเสมอและเป็นระบบชัดเจน เช่น เดือนละ 1 ครั้งสำหรับชุดวิดีโอใหม่ นวัตกรรมใหม่ เทคโนโลยีใหม่ เป็นต้น

- มีการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมสร้างสรรค์สื่อที่ดี สื่อที่มีประโยชน์ต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัว ลดความรุนแรงในครอบครัว และรวมทั้งความรุนแรงอื่นๆ ในสังคม ภาพรวมด้วย

“ส่งเสริม สนับสนุน และประสานความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณธรรมความดี ให้ผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ จดจำความถูกต้องในด้านการทำความรุนแรงในครอบครัว และแนวทางการแก้ไขที่ถูกต้อง”

“เรื่องความรุนแรงในครอบครัวไม่ใช่เป็นเรื่องเฉพาะของครอบครัวนั้นๆ แต่เป็นเรื่องของคนทุกคนในสังคมที่ต้องช่วยกันดูแล เกื้อกูล เอื้ออาทร”

(แรมรุ้ง วรวัธ, 2561 ประธานโครงการเร่งด่วน Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง โดยกระทรวง กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์)

ข้อเสนอแนะสำหรับการทาวิจัยครั้งต่อไป

ผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารและการใช้สื่อสร้างสรรค์จากทุกภาคส่วนในสังคมไทยเพื่อลดความรุนแรงในครอบครัว” ได้พิสูจน์จากทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพว่า สมาชิกทุกคน ทุกกลุ่มในสังคมไทยพร้อมต่อการมีส่วนร่วมในการร่วมสร้างสื่อสร้างสรรค์เพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับครอบครัวไทย ที่เป็นฐานรากที่สำคัญของสังคมไทย อาจจะเป็นบทบาทของการช่วยปกป้องสอดส่องดูแล ในบทบาทของผู้ร่วมสร้างสื่อดีๆ หรือสื่อที่สร้างสรรค์ในมิติต่างๆ ที่ส่งผลดีต่อการลดความรุนแรงในครอบครัว เช่น สร้างความตระหนัก สร้างการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีร่วมกัน

ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรเป็น 1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมลงมือกันปฏิบัติการวิจัยเพื่อการพัฒนาด้วยการใช้สื่อสร้างสรรค์เพื่อลดความรุนแรงในครอบครัวในสถานการณ์จริง รูปแบบการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อร่วมกันลดความรุนแรงในครอบครัว รวมทั้งวิธีการเปลี่ยนสื่อที่สร้างความรุนแรงเป็นสื่อที่สร้างสรรค์ร่วมกัน แนวทางการขับเคลื่อนเชิงบูรณาการระหว่างทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์สื่อที่ดี สื่อที่สร้างสรรค์ให้กับครอบครัว รวมทั้งคนทุกกลุ่มในสังคมไทย 2) การวิจัยในอีกมิติหนึ่งเพื่อเป็นตัวช่วยในการใช้สื่อสร้างสรรค์ด้านเดียว คือ ประเด็นการสร้างการรับรู้เพื่อให้อยู่อย่างเท่าทันสื่อใหม่ของครอบครัวและสังคมเป็นต้น

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2560). *เทคโนโลยีสารสนเทศและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2560). *รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านความรุนแรงในครอบครัวตามมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.2550 ประจำปี 2559-2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2550). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.2550*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2562). *พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาและคุ้มครองสถาบันครอบครัว พ.ศ.2562*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

- จะเด็จ เชาวน์วิไล. (2560). *สถิติการกระทำความรุนแรงในครอบครัว*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิหญิงชายก้าวไกล.
- รณชัย คงสกนธ์ และนฤมล โพธิ์แจ่ม. (2551). *พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.2550 ลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากกฎหมายอาญา*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/10924>
- แรมรุ้ง วรวัช. (2561). *โครงการเรือดำน้ำ Flagship สังคมไทยไร้ความรุนแรง*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- วิศิษฐ์ ผลดก. (2561). *แนวคิดเกี่ยวกับทางออกปัญหาความรุนแรงในครอบครัว*. กรุงเทพฯ: กองคุ้มครองและพัฒนาอาชีพ กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- องค์การอนามัยโลก. (1995). *ประเภทของความรุนแรง*. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2561, จาก https://www.who.int/violence_injury_prevention/violence/world_report/en/chap1.pdf.
- องค์การอนามัยโลก. (2017). *สถิติการกระทำความรุนแรงต่อสตรีและครอบครัว*. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- Andre, D. & Mervyn, J. (2019). *The Effect of Violence and Competition within Video Games on Aggression*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.002>.
- Brad J. Bushman. (2016). *Teaching Students about Violent Media Effects*. Retrieved December 13, 2018, from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0098628318762936>.