

การสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย

(Communicating Ideology: the Narrative of elderly in Thai Media)

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย (Communicating Ideology: the Narrative of elderly in Thai Media) มีวัตถุประสงค์ประการแรก เพื่อศึกษาการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย ประการศึกษาที่สอง เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารอุดมการณ์การนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยของสื่อมวลชนไทย และประการสุดท้าย เพื่อศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยของกลุ่มผู้รับสาร

การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (Ideology) แนวคิดการเล่าเรื่อง (Narrative) แนวคิดการเข้ารหัสและถอดรหัส (Decoding and Encoding) นั่น การถอดรหัสทำความเข้าใจความหมายของผู้สูงวัยที่ได้รับการบอกเล่าผ่านสื่อมวลชน จากเรื่องเล่าที่เป็นเรื่องจริง (Non-fiction) และเรื่องแต่ง (Fiction) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual analysis) จากข่าว คลิปวิดีโอ และทำความเข้าใจกระบวนการสื่อสารอุดมการณ์เกี่ยวกับผู้สูงวัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มสื่อมวลชน จำนวน 10 คน รวมถึงวิเคราะห์อุดมการณ์ของกลุ่มผู้รับสารที่มีต่อผู้สูงวัย จากกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงวัย จำนวน 30 คน เพื่อค้นหาอุดมการณ์ที่มีต่อเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารอุดมการณ์เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยในเรื่องจริงและเรื่องแต่ง มีความแตกต่างกัน การนำเสนอข่าวหรือเรื่องจริง มักจะนำเสนอเรื่องราวความทุกข์ทรมานของการเป็นผู้สูงวัย เช่น การเป็นโรคภัยไข้เจ็บ สุขภาพทรุดโทรม ถูกทอดทิ้งให้อยู่คนเดียว ขณะที่เรื่องแต่ง นำเสนอภาพด้านบวก เป็นภาพอุดมคติของการเป็นผู้สูงวัย สื่อสารเรื่องการให้คุณค่าและสร้างความหมายที่ดีต่อการเป็นผู้สูงวัย ผู้สูงวัยคือศูนย์กลางของครอบครัว ชุมชน เป็นผู้หลักผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ มีความรู้ เป็นพ่อแม่ ที่มุ่งมองจากผู้ผลิตเรื่องเล่าคืออุดมการณ์ของกลุ่มสื่อมวลชน อธิบายว่าข้ามกันจะนำเสนอเรื่องราวด้านลบของผู้สูงวัย ประเด็นเรื่องสุขภาพที่ทรุดโทรม การถูกทิ้ง ถูกหลอกลวง ตกเป็นเหยื่อความรุนแรง ส่วนเรื่องแต่งมีอุดมการณ์ที่ตรงกันข้าม ให้คำแนะนำ นำเสนอบทบาทผู้สูงวัยในครอบครัว กลุ่มผู้รับสาร มีการถอดรหัสความหมายของการเป็นผู้สูงวัยจากเรื่องเล่าแตกต่างกัน กลุ่มวัยรุ่น จะจำความเป็นผู้สูงวัยด้วยลักษณะทางกายภาพ เช่น เคลื่อนไหวช้า หลังค่อม สุขภาพไม่ดี ส่วนกลุ่มวัยทำงาน มีความคิดว่า ข้ามกันผู้สูงวัยมักจะนำเสนอด้านลบแตกต่างจากเรื่องแต่งที่มีแก่นเรื่องนำเสนอคุณค่าและความดงามของชีวิตการเป็นผู้สูงวัย และกลุ่มผู้สูงวัยให้ข้อความดังนี้ ถึงแม้จะอายุมากแต่ยังมีความเข้มแข็ง สื่อมวลชนควรสื่อสารสร้างอุดมการณ์ที่เข้มแข็งให้ผู้สูงวัยดูแลตัวเองได้

อุดมการณ์การสื่อสารเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัย จึงมีอุดมการณ์จากเรื่องจริงที่เล่าเรื่องราวผู้สูงวัยในมุ่งมองที่อ่อนแอ อย่างไรก็ตามอุดมการณ์จากเรื่องแต่งเกี่ยวกับผู้สูงวัย เป็นมุ่งมองที่ต่อรองให้ความหมายด้านบวกในชีวิตของการเป็นผู้สูงวัย กลุ่มผู้รับสารส่วนใหญ่ถอดรหัสความหมายตรงกับที่สื่อมวลชนนำเสนอ และต่อรองความหมายใหม่ในการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้สูงวัยว่า สื่อมวลชนควรติดตั้งวิธีคิดหรืออุดมการณ์ให้คนในสังคมให้ความเคารพและดูแลผู้สูงวัยมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ผู้สูงวัย, ผู้สูงอายุ, อุดมการณ์, การสื่อสาร

Communicating Ideology: The Narrative of Elderly in Thai Media

ABSTRACT

The objectives of the study titled “Communicating Ideology: The Narrative of Elderly in Thai Media” were to examine the communicating 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, with an emphasis on the decoding of what it is to be the elderly as narrated by the media through non-fictions and fictions. It did so through textual analysis of news and video clips, as well as through in-depth interviews with 10 members of the media to gain insight into the process by which they narrate the elderly, and with 30 individuals from teenage, working age and elder groups to determine their ideology on the narrative of the elderly.

The study has found a discrepancy in ideology between the non-fiction narrative and the fiction narrative of the elderly. In the presentation of news or non-fiction account, the plights of the elderly are often featured including illnesses, deterioration of health and desertion. On the other hand, fiction stories paint the positive, idealistic portrait of the elderly where they are valued and meaningful as the center of the family or the community. In fictions, the elderly is experienced, knowledgeable and respected individuals. This differs from the ideology of the press where their news pieces often focus on negative incidents occurring to the elderly like the deterioration of their health, their being deserted, deceived or victimized. The opposite is true for fictions where the elderly is empowered with certain roles within the family. The audience have different ways of decoding what it is to be the elderly from fictions. Teenagers take note of their physical characteristics like slow movement, hunched back and poor health. Working age people have the notion that news pieces relating to the elderly often pitch the negative circumstances, unlike fictions where being older is meaningful and beautiful. Lastly, the elderly define their own population as aging but strong. Therefore, the media should promote the ideology where the elderly is strong and capable of looking after themselves.

The communicating ideology is different where the narrative of non-fictions portrays the elderly from the perspective of feebleness while fictions promote the positive aspects of being them. The majority of the audience decodes the same message as presented by the media, and appeals to the media to redefine their narrative of the elderly, as well as to instill an idea or an ideology whereby people in the society can be more respectful and caring towards them.

Keywords : Eldery, Ideology, Communication