

การรับรู้ของชาติพันธุ์ต่อการคุ้มครองผู้บริโภค

The Perception on Consumer Protection among Ethnic Groups

พิมพันธุ์ชยา สัจจาศิลป์^{1*} ฉลองรัฐ เหมอมลย์ชลมารค² และปฏินันท์ สันติเมทนีดล³

Pimnatchaya Satchasin^{1*} Chalongrat Chermachonlamark² and Patinan Santimaetaneedol³

^{1*}หัวหน้าโครงการวิจัย อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก
อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

²รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

³อาจารย์ประจำสาขาวิชาการสื่อสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก
อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

^{1*}Head Project and Lecturer in Advertising Department, Faculty of Communication Arts, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok,
Phatumthane, Thailand 12000

²Associate Dean of Student Affairs, Faculty of Communication Arts, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok,
Phatumthane, Thailand 12000

³Lecturer in Journalism Department, Faculty of Communication Arts, Rangsit University, Phahonyothin Rd., Lak-hok,
Phatumthane, Thailand 12000

* Corresponding author, E-mail: pimnatchaya.s@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาถึงการรับรู้ในการคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า 2. เพื่อศึกษาความต้องการในการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น รณรงค์ทางสังคม และกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเอง 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเรียกร้องสิทธิคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าทั้ง 53 ชนเผ่าใน 4 ภาค กลุ่มเป้าหมายเพศชาย หญิงมีอายุระหว่าง 15-75 ปี การศึกษาตั้งแต่ไม่มีการศึกษาจนถึงระดับปริญญาเอก อาชีพรับราชการ อาจารย์ เจ้าของร้านค้าขนาดเล็ก เกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ชาวประมง และรับจ้างทั่วไป ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่ามีการรับรู้ว่า การปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ว่าไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนและไม่ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ ส่วนสถานีโทรทัศน์และส่วนราชการเองก็ไม่ค่อยนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกลุ่มชาติพันธุ์ 2) การวางแผนทางในการคุ้มครองผู้บริโภคกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ต้องการให้นำเสนอ

กฎหมาย กฎเกณฑ์ต่างๆ เมื่อสื่อได้กระทำความผิด จึงควรลงโทษขั้นสูงสุดตามบทบัญญัติที่กำหนดไว้และควรมีการบัญญัติบทลงโทษให้สูงขึ้น ควรมีการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมการจัดสรรผลประโยชน์และมีการกระจายอำนาจให้ครอบคลุมมากขึ้นโดยรัฐบาลควรจัดเวทีในการจัดอบรมการรู้เท่าสื่อเป็นประจำ โดยเน้นการยกย่องบุคคลต้นแบบผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเฝ้าระวังสื่อเพื่อเป็นการรณรงค์จากการสร้างพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง ผ่านสื่อ สร้างเครือข่ายหน่วยงานร่วม 3) การเป็นนักเรียนกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพบว่าข้อมูลในส่วนของ การถ่ายทอดความรู้ในการเฝ้าระวังสื่อหรือการเป็นนักเรียนอย่าง เป็นรูปธรรมทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการมากนัก อย่างไรก็ตามยังมีความต้องการให้มีการแต่งตั้งชาติพันธุ์และชนเผ่าเป็นคณะกรรมการชุดตรวจสอบกลไกการเฝ้าระวังการรับเรื่องร้องเรียนด้วย

คำสำคัญ : ชาติพันธุ์ การรู้เท่าทันสื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค

Abstract

The purposes of this research are 1) to study consumer protection awareness among ethnic and tribal groups, 2) to study the needs for arranging dialogues, reflections, social campaigns and other activities to protect their rights and 3) to study their behavior in order to file complaints effectively. The qualitative research methodology was applied to groups among 53 ethnic and tribal groups in the four regions of Thailand. The research findings are: 1) The ethnic and tribal groups perceived poor performance of government agencies, namely, Office of The Consumer Protection Board (OCPB) and Food and Drug Administration (FDA) for lacking well-defined standards and was not working at their full capacity. Moreover, television stations and the government sector rarely present information or news of the ethnic groups. 2) For directions in consumer protection, the ethnic and tribal groups demanded more rules and regulations for media and the maximum punishment should be applied if violated, and higher sentences should be issued. There should be funds for promoting and allocating beneficial interests, which would be decentralized for more coverage. The government should organize public discussions on media literacy on a regular basis, focusing on the appreciation of role models who act as a watch dog or media monitor in order to develop a strong community through media, a network of related agencies. 3) For ethnic and tribal group petitioners, there was the least information on media gate keeping and petition, neither in formal or informal forms. There are also needs for delegating ethnic and tribal people as committee members for monitoring, gate keeping, and receiving complaints or petitions.

Keywords : *Ethnic Media Literacy Consumer Protection*

1. บทนำ

ตามที่พระราชบัญญัติองค์การจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 1) พ.ศ.

2555-2559 กำหนดให้คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) วางแนวทางในการคุ้มครองผู้บริโภค โดยส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มขององค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อจัดกิจกรรม แลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น รณรงค์ทางสังคม และกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเอง รวมถึงสามารถเป็นนักร้องเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น

การที่จะสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง จะต้องสร้างให้เกิดการรับรู้และตระหนักในปัญหา สมาชิกชุมชนร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา สมาชิกชุมชนร่วมกันแสวงหาและเลือกแนวทางแก้ปัญหา สมาชิกชุมชนร่วมกันดำเนินการ สมาชิกชุมชนร่วมกันประเมินผลการดำเนินการ และสมาชิกชุมชนร่วมกันปรับปรุงหากดำเนินการไม่สำเร็จ ชุมชนส่วนใหญ่รับรู้และตระหนักในปัญหา จากการที่สมาชิกในชุมชนประสบปัญหาและรับรู้เอง เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสมาชิกในชุมชนทั้งหมดหรือส่วนใหญ่ (อดุลย์ วังศรีคุณ, 2543)

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นเฉพาะชาติพันธุ์และชนเผ่า ตามที่นักมนุษยวิทยายุคใหม่ เอ็ดมัน ลีช (Edmund Leach) หรือ เฟรดริก บาร์ท (Frederik Barth) ได้กล่าวถึงลักษณะทางชาติพันธุ์มิใช่สิ่งที่เกิดจากธรรมชาติ หรือสายโลหิต หากเป็นกระบวนการที่เกิดจากการหล่อหลอม

ก่อรูปขึ้นจากวิถีการดำรงชีวิตในสิ่งแวดล้อมต่างๆ ซึ่งนำมาสู่การศึกษาเรื่องกลุ่มชาติพันธุ์ ความมีสำนึกชาติพันธุ์และพรมแดนชาติพันธุ์ ซึ่งมีได้เกิดมาจากลักษณะทางพันธุกรรม หากแต่อาศัยการเลือกหยิบยกลักษณะทางวัฒนธรรมบางอย่าง เช่น ภาษา การแต่งกาย อาหาร บ้านเรือน ขนบธรรมเนียม มาเป็นเส้นแบ่งแยกความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งออกจากอีกกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่ง ลักษณะเหล่านี้สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และเคลื่อนไหวได้เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป (สุนัย มานุษยวิทยา สิริินธร (องค์การมหาชน, 2547)

เผ่าชนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเผ่ามองโกลอยด์ซึ่งมีผิวเหลืองแต่ก็มีกลุ่มอื่นผสมอยู่บ้าง เช่น กลุ่มเงาะซาไก เป็นต้น สามารถจำแนกชาติพันธุ์และชนเผ่า ดังนี้ กะเหรี่ยง กะซอง กูยหรือส่วย กोंง ขมุ มอญ จินฮ่อ ชอง ญ้อกูหรือชาวบน มอแกน อูรักลาโว้ย มัณนิหรือซาไก เซเรหรือซำเร ถิ่นไทจีน ไทลื้อ ไทหย่าของไทใหญ่ ปะหล่อง พวน มลาบรี ลาหู่ ละเมิด ม้ง เมี่ยน ลาวครั้ง ลาวเงี้ยวลาวดี ลาวเวียง แสก ญ้อ โซ่อาข่า ดอง ชู มลาญ บิซู ปลั่งหรือสามเฒ่ากะเลิงโซ้ย ญอโซ่ง ผู้ไท เขมรถิ่นไทย ซอโอจหรือซอฮั่ง บรูหรือโซ่ เวียดนามหรือญวน อิมปี โซ่ทะวัง ไทเบ่ง ไทญวน ไททรงดำ

จากปัญหาความแตกต่างของชาติพันธุ์ที่กล่าวมาเบื้องต้นนั้นก่อปรกับการสื่อสารในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการผู้ผลิตสื่อประเภทข่าว ละคร และงานโฆษณา มักจะละเมิดเอาเปรียบ ดูถูกกลุ่มชาติพันธุ์อยู่เสมอ โดยไม่คำนึงถึงสิทธิที่เท่าเทียมกันตามหลักสิทธิมนุษยชนและสิทธิพื้นฐานในการเป็นผู้บริโภคจึงทำให้กลุ่มชาติพันธุ์มักตกเป็นเหยื่อในการถูกหลอกรวมในข่าว ละครและชาดการรู้เท่าทันสื่อในงานโฆษณาที่หลอกลวง จึงมีการศึกษา งานวิจัยเรื่อง “การจัดกิจกรรมเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคใน

กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า) เพื่อศึกษาผลกระทบดังกล่าว

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ในการคุ้มครองผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาถึงข้อมูลความต้องการในการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น ทัศนคติทางสังคม และกิจกรรมอื่นๆในการปกป้องสิทธิของตนเองในกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ในการเรียกร้องสิทธิคุ้มครองผู้บริโภคตามกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 ประเภทการวิจัยเป็นการวิจัยเชิง โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากผู้แทนของชาติพันธุ์และชนเผ่า จำนวน 53 ชาติพันธุ์ โดยใช้วิธีการสุ่มทวนกลุ่ม และแบ่งตามระดับภาค 4 ภาค ภาคละจำนวน 5 กลุ่มเพื่อคัดเลือกรายชื่อชาติพันธุ์ที่ต่างกันและในแต่ละกลุ่มย่อยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 12-15 คน โดยจะแบ่งกลุ่มย่อยออกไปทุกภาค รวมเป็น 20 กลุ่มและมีกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดรวมเป็น 368 คน ทั้งนี้ในแต่ละกลุ่มจะมีได้แก่ กะเหรี่ยง กะซอง กูยหรือส่วย ก้อ ขมุ มอญ ของ ฉ้อกรูหรือชาวนมอแกน มอแกน อูรักลาโว้ย เซเรหรือซำเร ถิ่นไทจีน ไทลื้อ ไทข่า ของ ไทใหญ่ ปะหล่อง พวน มลาบรี ลาหู่ ละเมิด ม้ง เมี่ยน ลาวครั้ง ลาวเงี้ยว ลาวดี ลาวเวียง แสก ฉ้อ อ่าข่า ตองซุม มลายู บิซู ปลั่งหรือสามเผ่ากะเลิงโย้ย ฉ้อโข่ง ผู้ไท เขมรถิ่นไทย ชอโองหรือชอฮู้ง บรูหรือโซ

เวียงนามหรือญวน อิมปี โซทะวัง ไทเบ่ง ไทญวน ไททรงดำ คละกันไป

3.2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (multi-stage sampling) ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (random sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (cluster หรือ area random sampling) ซึ่งผู้วิจัยใช้การแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามพื้นที่ และกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างชาติพันธุ์และชนเผ่า 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้ และภาคใต้ ทั้ง 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย ชาติพันธุ์และชนเผ่าจาก 53 ชาติพันธุ์ ได้แก่ กะเหรี่ยง กะซอง กูยหรือส่วย ก้อ ขมุ มอญ ของ ฉ้อกรูหรือชาวนมอแกน มอแกน อูรักลาโว้ย เซเรหรือซำเร ถิ่นไทจีน ไทลื้อ ไทข่า ของ ไทใหญ่ ปะหล่อง พวน มลาบรี ลาหู่ ละเมิด ม้ง เมี่ยน ลาวครั้ง ลาวเงี้ยว ลาวดี ลาวเวียง แสก ฉ้อ อ่าข่า ตองซุม มลายู บิซู ปลั่งหรือสามเผ่ากะเลิงโย้ย ฉ้อโข่ง ผู้ไท เขมรถิ่นไทย ชอโองหรือชอฮู้ง บรูหรือโซ เวียงนามหรือญวน อิมปี โซทะวัง ไทเบ่ง ไทญวน ไททรงดำ จากนั้นผู้วิจัยจะใช้ขั้นตอนที่ 2 คือ การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยผู้วิจัยจะเลือกจากผู้นำกลุ่ม และสมาชิกที่มีส่วนร่วมกิจกรรมของตัวแทนในชาติพันธุ์หรือท้องถิ่นนั้นๆ เพราะเป็นกลุ่มที่เปิดเผยตนเอง และกล้าแสดงออก รวมทั้งชอบพบปะผู้คน และขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการแนะนำจากบุคคลสู่บุคคล (snowball sampling) โดยให้คณะทำงานเครือข่ายผู้บริโภคกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพื้นเมืองแห่งประเทศไทยเชิญผู้นำมาร่วมแสดงความคิดเห็นตามวัตถุประสงค์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดให้อาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ การรู้เท่าทันสื่อ การผลิตสื่อ การคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน และการถอดความรู้ จำนวน 8 คน ลงกลุ่มย่อยเพื่อสนทนากลุ่ม

โดยกำหนดกรอบเครื่องมือในการเปิดประเด็นสนทนา ได้แก่ กรอบการถอดบทเรียนและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการประเมินคุณค่าและเปิดรับสื่อ ด้านการรู้เท่าทันสื่อ ด้านการป้องกัน และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

4. ผลการวิจัย

4.1 กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่ามีการรับรู้ว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ว่าไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนต่อสื่อมวลชนในการหลอกลวง ขาดการรองรับด้านความช่วยเหลือ ควบคุมอย่างเป็นจริงเป็นจัง และประการสำคัญคือ สถานีโทรทัศน์และส่วนราชการเองก็ไม่ค่อยนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนนักการเมืองระดับท้องถิ่นไม่ค่อยมีบทบาทมากนักสำหรับการช่วยเหลือ ยกเว้นช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง

รัฐบาลควรจัดเวทีในการจัดอบรมการรู้เท่าสื่อเป็นประจำ สร้างเครือข่ายหน่วยงานร่วม ได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ภาคเอกชนควรมีผู้ผลิตเนื้อหารายการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์และชนเผ่าควรใช้สื่อในการปลูกจิตสำนึก และควรมีการใช้ภาษาถิ่นร่วมด้วย และสร้างช่องทางในการสื่อสารควรผ่านรายการวิทยุชุมชน วิทยุสาธารณะของชาวเผ่า ทีวีหรือสถานีโทรทัศน์เพื่อชนเผ่าอีกด้วย

4.2 ความต้องการในการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าในด้านการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนสะท้อนความคิดเห็น รณรงค์ทางสังคมและกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเองในกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ต้องการให้นำเสนอกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับประชาชน หรือเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้ให้ประชาชนได้รับรู้ผ่านสื่อมากขึ้น คำนึงถึงจรรยาบรรณของสื่อเป็นที่ตั้ง ดังนั้น เมื่อสื่อได้การกระทำความผิด จึงควรลงโทษขั้นสูงสุด ตามบทบัญญัติที่กำหนดไว้และควรมีการบัญญัติบทลงโทษให้สูงขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งนี้ รัฐบาลควรเปิดพื้นที่ให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้มีโอกาสนำเสนอข้อมูลและสื่อสารกับสังคมมากยิ่งขึ้น โดยเปิดช่องทางตามสื่อต่างๆ และเน้นด้านการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมสื่อจรรยาบรรณของผู้ประกอบการสื่อให้มากขึ้น

ด้านการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น รณรงค์ทางสังคมและกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเองของสำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์พบว่า รัฐบาลควรมีเวทีจัดอบรมการรู้เท่าสื่อเป็นประจำโดยเน้นความถี่ เช่นเดือนละครั้งกระจายไปทั่วประเทศ และควรมีเวทีที่ยกย่องผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเฝ้าระวังสื่อเพื่อเป็นบุคคลต้นแบบสำหรับชุมชนในการเฝ้าระวังสื่อต่อไป รวมถึงสร้างบุคคลที่มีชื่อเสียงจากชนเผ่าเป็นตัวแทนร่วมด้วยทำกิจกรรมรณรงค์ทำประกาศอย่างต่อเนื่อง

4.3 ประเด็นการศึกษาวิจัยด้านพฤติกรรมในการเป็นนักเรียนของ กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า การเตรียมความพร้อมในด้านความรู้ที่ช่วยส่งเสริมบทบาทในการเฝ้าระวังสื่อ เช่น วิธีการเรียน ขั้นตอนการเรียน ช่องทางเรียน เป็นต้น ควรสร้างและเผยแพร่ช่องทางในการเรียนให้กลุ่ม

ชาติพันธุ์ทราบอย่างกว้างขวาง ควรปลูกฝังให้กลุ่มชาติพันธุ์เกิดความกระตือรือร้นที่จะปกป้องสิทธิและศักดิ์ศรีของตนเอง

ทั้งนี้ หลังจากการวิจัยดังกล่าว พบว่า สมาคมม้งได้ออกแถลงการณ์ เรื่อง การดูถูกเหยียดหยามชนเผ่าชาติพันธุ์ม้ง ฉบับที่ 1/2558 จากกรณีที่รายการ “เดอะแฟมิลี่ แก๊งค์” ได้นำวงดนตรี “นกแล” มาแสดงออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยคณะนักร้องนักแสดงได้แต่งกายในชุดเสื้อผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งอันเป็นจุดเด่นในการให้สัมภาษณ์ระหว่างรายการ มีการใช้ถ้อยคำที่ถูกเหยียดหยามกลุ่มชาติพันธุ์ม้งกับเป็นการแสดงให้เห็นถึงอคติที่มีต่อกลุ่มคนต่างเชื้อชาติและต่างวัฒนธรรม อันเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในลักษณะของการเหมารวมที่ทำให้สังคมโดยทั่วไปเข้าใจชาวม้งในทางที่ผิด ตลก ขบขัน และเป็นกลุ่มชนที่สกปรกน่ารังเกียจของสังคม ได้ก่อให้เกิดกระแสความไม่พึงพอใจต่อพี่น้องม้งทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศเป็น อย่างยิ่ง โดยเฉพาะการถูกนำไปออกรายการโทรทัศน์ภาคภาษาม้งในประเทศสหรัฐอเมริกา

5. อภิปรายผล

การอภิปรายการวิจัยเสนอโดยเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

5.1 กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่ามีการรับรู้ว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐคือสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ว่าไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนและไม่ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ ส่วนสถานีโทรทัศน์และส่วนราชการเองก็ไม่ค่อยนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกลุ่มชาติพันธุ์สอดคล้องกับงานวิจัยสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง

ผู้บริโภคมีบทบาทในการควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชนให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 โดยพิจารณาที่ “ข้อความ” และ “วิธีการ” ของการโฆษณา ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในพระราชบัญญัติดังกล่าวลักษณะของการควบคุมจัดว่าเป็นบทบาทในด้านการติดตามดูแลการโฆษณาที่เผยแพร่ออกสู่สายตาประชาชนมากกว่าบทบาทในการป้องกันระงับยับยั้งความเสียหายหรืออันตรายที่เกิดจากการโฆษณาเป็นการล่วงหน้า การที่อัตราค่าลงเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ทำให้สำนักงานฯ ไม่สามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ดวงฤดี รัตนโอฬาร, 2535) กล่าวได้ว่า เมื่อหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจในการกำกับดูแลและมีกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นไม่มีศักยภาพอย่างแท้จริงในการทำงานจึงส่งผลให้กลุ่มชาติพันธุ์ถูกหลอกลวงและเอาเปรียบจากเจ้าของสินค้า และงานโฆษณาอยู่เนือง ๆ

อีกทั้งยังพบว่ามีความไม่เสมอภาคในสิทธิ ด้านสุขภาพในด้านสิทธิประโยชน์ เงื่อนไขการได้รับบริการสุขภาพของหลักประกันสุขภาพและปัญหาการกระจายหลักประกันสุขภาพที่ไม่เป็นธรรม บทบาทและอุดมการณ์ของรัฐมีลักษณะธำรงรักษาระบบทุนนิยมในขณะที่คนชาติพันธุ์กลุ่มน้อยที่มักจะได้รับการ ดูถูกจากเจ้าหน้าที่รัฐไม่ได้รับหลักประกันและได้รับบริการสุขภาพที่เท่าเทียมกับคนไทยส่วนใหญ่ การมีสถานภาพทางสังคมต่ำที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของรัฐควรมีการทบทวนบทบาทและอุดม การณ์ของรัฐในแง่ที่เป็นอุปสรรคเพื่อการปรับปรุงให้เกิดความเสมอภาคในสิทธิด้านสุขภาพ (อนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล, 2542)

5.2 ความต้องการในการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ต้องการให้นำนโยบายกฎหมาย กฎเกณฑ์

ต่างๆ เมื่อสื่อได้การกระทำความผิด จึงควรลงโทษขั้นสูงสุดตามบทบัญญัติที่กำหนดไว้และควรมีการบัญญัติบทลงโทษให้สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพร แก้วทิพย์ (2538) พบว่า สำหรับการคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยนั้น แม้จะมีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ขึ้นบังคับใช้มาจนถึงปัจจุบัน ก็ไม่สามารถคุ้มครองผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ไม่อาจคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและครบถ้วน ในส่วนของการคุ้มครองผู้บริโภคด้านการโฆษณาและฉลาก แม้ว่าจะมีมาตรการทางปกครองเพื่อควบคุมในเรื่องนี้ มาจากการขาดความเป็นเอกภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานของรัฐ การจัดองค์การมาตรการทางกฎหมายและมาตรการทางปกครองในการคุ้มครองผู้บริโภค ที่ทำให้การคุ้มครองผู้บริโภคไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร (อิทธิพร แก้วทิพย์, 2538)

5.3 การจัดกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเอง โดยเน้นการยกย่องบุคคลต้นแบบผู้ที่ทำหน้าที่ช่วยเฝ้าระวังสื่อเพื่อเป็นการณรงค์จากการสร้างพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งผ่านสื่อ สร้างแกนนำของชนเผ่าให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และควรมีกิจกรรมในการพัฒนาเยาวชน การแลกเปลี่ยนควรเริ่มต้นจากครอบครัว ไปจนถึงโรงเรียน สถาบันการศึกษา วัด ผู้นำชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดลย์ วังศรีคุณ (2543) ศึกษาด้านองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง ประกอบด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ ฐานการเรียนรู้และเนื้อหา/องค์ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ที่ปรากฏในงานวิจัยส่วนใหญ่ ได้แก่ การศึกษาประสบการณ์จากชุมชนอื่น/การศึกษาดูงาน/การทัศนศึกษาการสนทนาปรึกษาหารือและเปลี่ยนความคิดเห็น การประชุมอย่างเป็นทางการการปฏิบัติจริง ฐานการเรียนรู้ ประกอบด้วย

ฐานการเรียนรู้ภายในชุมชน ได้แก่ สมาชิกชุมชน ผู้นำชุมชน และฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ ชุมชนบุคคล องค์กรภายนอก เนื้อหา/องค์ความรู้ ประกอบด้วย เนื้อหาด้านปัญหา/ความต้องการพัฒนาและด้านการแก้ปัญหา/พัฒนาชุมชน โดยที่เนื้อหาทั้งสอง (อุดลย์ วังศรีคุณ, 2543) กล่าวได้ว่า การสื่อสารแบบสองทอดที่เน้นการสื่อสารทอดแรกส่งผ่านผู้นำความคิดเห็น และให้ผู้นำความคิดเห็นส่งผ่านข่าวสารไปยังสมาชิกในกลุ่มชาติพันธุ์ย่อมส่งผลให้เกิดการปกป้องสิทธิของตนเองในกลุ่มชาติพันธุ์ได้ชัดเจนขึ้น

5.4 การเป็นนักร้องเรียนของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า พบว่าข้อมูลในส่วนของภาพถ่ายทอดความรู้ในการเฝ้าระวังสื่อหรือการเป็นนักร้องเรียนอย่างเป็นทางการทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการมากนัก อย่างไรก็ตามยังมีความต้องการให้มีการแต่งตั้งชาติพันธุ์และชนเผ่าเป็นคณะกรรมการชุดตรวจสอบ กลไกการเฝ้าระวัง การรับเรื่องร้องเรียนด้วย

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 กลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่ามีการรับรู้ว่าการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(อย.) ว่าไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจนและไม่ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ ส่วนสถานีโทรทัศน์และส่วนราชการเองก็ไม่ค่อยนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกลุ่มชาติพันธุ์สำหรับหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือมีดังนี้ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์(พม.) กรมประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการสิทธิมนุษยชน วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร(วปอ.) มูลนิธิคุณปวีณา หงสกุล

6.2 ความต้องการในการคุ้มครองผู้บริโภคของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่า ต้องการให้นำเสนอกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่างๆ เมื่อสื่อได้การกระทำผิด จึงควรลงโทษขั้นสูงสุดตามบทบัญญัติที่กำหนดไว้และควรมีการบัญญัติบทลงโทษให้สูงขึ้น ควรมีการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมการจัดสรรผลประโยชน์ และมีการกระจายอำนาจให้ครอบคลุมมากขึ้นโดยรัฐบาลควรจัดเวทีในการจัดอบรมการรู้เท่าสื่อเป็นประจำ สร้างเครือข่ายหน่วยงานร่วมได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ภาคเอกชนควรมีผู้ผลิตเนื้อหารายการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์และชนเผ่าควรใช้สื่อในการปลูกจิตสำนึก และควรมีการใช้ภาษาร่วมด้วย รวมทั้งสร้างช่องทางในการสื่อสารควรผ่านรายการวิทยุชุมชน วิทยุสาธารณะของชาวเผ่า ทีวีหรือสถานีโทรทัศน์เพื่อชนเผ่าอีกด้วย

การจัดกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องสิทธิของตนเอง โดยเน้นการยกย่องบุคคลต้นแบบผู้ทำหน้าที่ช่วยเผ่าระวังสื่อเพื่อเป็นการรณรงค์จากการสร้างพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งผ่านสื่อ สร้างแกนนำของชนเผ่าให้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และควรมีกิจกรรมในการพัฒนาเยาวชน การแลกเปลี่ยนควรเริ่มต้นจากครอบครัว ไปจนถึงโรงเรียน สถาบันการศึกษา วัด ผู้นำชุมชน

6.3 การเป็นนักเรียนของกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าพบว่าข้อมูลในส่วนของการถ่ายทอดความรู้ในการเผ่าระวังสื่อหรือการเป็นนักเรียนอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการมากนัก อย่างไรก็ตามยังมีความต้องการให้มีการแต่งตั้งชาติพันธุ์และชนเผ่าเป็นคณะกรรมการชุดตรวจสอบ กลไกการเผ่าระวัง การรับเรื่องร้องเรียนด้วย

6.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) หน่วยงานภาครัฐที่มีอำนาจในการคุ้มครองผู้บริโภค ควรให้ความสำคัญในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าใจสิทธิผู้บริโภคทั้ง 5 ประการอันพึงจะมีได้และควรใช้อำนาจทางกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคพ.ศ. 2522 อย่างจริงจัง

2) องค์การอิสระที่มีอำนาจในการวางแผนงานในการคุ้มครองผู้บริโภคควรการทำงานตามรัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2540 และเพิ่มเติมแก้ไขรัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2550 นั้น มีการทำงานเชิงรุกที่มุ่งเน้นในการทำงานด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนในการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ไม่ควรจะถูกแทรกแซงจากการเมือง หรือการต่อต้านจากสภาอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการทั้งเจ้าของสินค้า เจ้าของสื่อ ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศเราก้าวเข้าสู่มาตรฐานในการคุ้มครองผู้บริโภคตามนานาอารยประเทศอย่างแท้จริง

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์อนุสรณ์ ศรีแก้ว และ กสทช. สุภิญญา กลางณรงค์ ได้กรุณาอนุมัติโครงการ ขอขอบคุณ ผอ.ศิริวรรณ พุ่มเฟื่อง คุณตรี บุญเจือ ที่จัดกิจกรรมและเป็นวิทยากรบรรยายในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้ง อาจารย์ที่ร่วมเป็นวิทยากรกระบวนการ อาจารย์ธีรภรณ์ กลิ่นสุคนธ์ ดร.จิรัชมา วิเชียรปัญญา และอาจารย์พิทักษ์ ชุมงคล และฝ่ายประชาสัมพันธ์ อาจารย์มูจิตา รัตนมูสิทธิ และ นางสาววิภาณี ชีตัน ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งคุณประภาส พินพงษ์ ที่เป็นผู้รวบรวม งานวิจัย เอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและอนุเคราะห์ในการจัดรูปเล่มงานวิจัยในครั้งนี้ ท้ายนี้ขอขอบคุณอาจารย์ศรายุทธ แก้วพวงทอง และคุณมฤดี อยู่ประเสริฐ ผู้ประสานงานกลุ่มชาติพันธุ์และชนเผ่าทั้ง

53. ชนเผ่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จ
 ลุล่วงตามเป้าหมาย

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.นิติศาสตร์ (นิติศาสตร์)
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย.

8. เอกสารอ้างอิง

ดวงฤดี รัตนโอฬาร. (2535). บทบาทของสำนักงาน
 คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคในการ
 ควบคุมดูแลการโฆษณาทางสื่อมวลชน.
 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การ
 สื่อสารมวลชน)จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิต
 วิทยาลัย.

ศุภย์มานุษยวิทยาสิริธร (องค์การมหาชน). (2547).
 คนของท้องถิ่น เรื่องเล่า สยามใหม่ จากมุมมอง
 ของชุมชน.กรุงเทพมหานคร. พิมพ์ที่ ห้างหุ้นส่วน
 จำกัด วาย.ซี.เอส. มีเดีย.

อดุลย์ วงศ์ศรีคุณ. (2543). การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับ
 กระบวนการเรียนรู้ ของชุมชนที่ทำให้ชุมชน
 เข้มแข็ง :การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาอภิมาน.
 วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต. ครุศาสตร์(พัฒนศึกษา).
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย.

อนุวัฒน์ วัฒนพิชญากุล. (2542). รัฐ, ชนชั้นทางสังคมกับ
 ความไม่เสมอภาคในสิทธิด้านสุขภาพ
 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สังคมศาสตร์
 (สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)
 มหาวิทยาลัยมหิดล. บัณฑิตวิทยาลัย.

อมรา พงศาพิชญ์. (2534).วัฒนธรรม ศาสนาและชาติพันธุ์
 วิเคราะห์สังคมไทยแนวมานุษยวิทยา.
 กรุงเทพมหานคร.โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.

อิทธิพร แก้วทิพย์.(2538).ปัญหาการบังคับใช้
 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522.