

แนวทางการสื่อสารด้านความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี
กรณีศึกษาองค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ
Communication Strategies
for Gender Equality and Women's Rights
A Case Study of UN Women Asia and the Pacific

กฤษฎา ทวีศักดิ์ศรี / Kritsada Thaweesakri¹
บุรีศรี ณ วงศ์ / Buris Nawong¹

Received: Feb. 25, 2025 Revised: Apr. 24, 2025 Accepted: Jul. 14, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาบทบาทหน้าที่และกระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีและ 2. ศึกษาแนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน ใช้เครื่องมือในการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การเข้าร่วมสังเกตการณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้าและการเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ผลการศึกษาพบว่า 1. บทบาทของฝ่ายสื่อสารองค์กรของ UN Women ในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกที่ทำงานเพื่อผลักดันความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีผ่านแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์ เช่น Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women การสื่อสารที่สะท้อนบทบาทของทุกเพศมีความสำคัญในชีวิตประจำวัน

¹ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities, Kasetsart University

โดยการเลือกใช้การสื่อสารที่เหมาะสมและการสร้างสภาพแวดล้อมที่เคารพความหลากหลายทางเพศสามารถส่งเสริมความเท่าเทียมกันในสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่ง 2. กระบวนการผลิตวีดิทัศน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี โดยเนื้อหาของวีดิทัศน์ต้องปราศจากอคติและภาพแบบเหมารวม เพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางเพศ 3. ภาพถ่ายยังมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี เช่น ภาพถ่ายจากงานประชุมทางการที่สะท้อนถึงความร่วมมือระดับภูมิภาค ภาพถ่ายจากโครงการอบรมสัมมนาที่ช่วยสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้ รวมถึงภาพถ่ายจากการลงพื้นที่ชุมชนที่สะท้อนถึงความพยายามในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการคุ้มครองสิทธิสตรี ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่มีพลังในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของสังคม สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศและส่งเสริมสิทธิสตรีในระดับสากล

คำสำคัญ : การสื่อสาร ความเสมอภาคทางเพศ สิทธิสตรี การถ่ายภาพ

Abstract

This article aims to 1) examine the roles, responsibilities, and working processes of corporate communications departments in promoting gender equality and women's rights and 2) explore strategies for communicating gender equality and women's rights to the public. The research employed in-depth interviews, participant observation, and triangulated analysis, and multiple data collection methods for comparative insights. The findings reveal the following: 1. The corporate communications team of UN Women in the Asia-Pacific region plays a key role in advancing gender equality and women's rights through various online communication platforms

such as Facebook, X (formerly Twitter), YouTube, Flickr, and the UN Women website. Communicating the roles of all genders is crucial in daily life, and the use of appropriate communication methods, along with the creation of an environment that respects gender diversity, is essential for promoting social equality. 2. The production of video content serves as a vital tool in presenting narratives of gender equality and women’s rights. These videos must be free from bias and stereotypes to foster understanding and acceptance of gender diversity. 3. Photography also plays a significant role in symbolically communicating gender equality and women’s rights, for instance, images from official meetings that reflect regional cooperation, training workshops that raise awareness and understanding, and field visits that depict efforts to improve women’s quality of life and protect their rights. This study demonstrates that communication through various media not only disseminates information but also serves as a powerful instrument in transforming societal attitudes and behaviors, fostering accurate understanding of gender equality, and promoting women’s rights on a global scale.

Keywords : Communication, Gender equality, Women’s rights, Photography

บทนำ

ในอดีตบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงและผู้ชายไม่ได้ถูกกำหนดด้วยความสามารถของบุคคล แต่ถูกกำหนดด้วยความคิดที่สืบต่อมาอย่างยาวนานว่า ผู้ชายเป็นผู้นำ ส่วนผู้หญิงเป็นผู้ตามโดยมีที่มาที่ไปด้วยการอาศัยความแตกต่างทางธรรมชาติของร่างกายและความสามารถ บทบาททางเพศที่สังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมได้กำหนดไว้ถือว่าผู้ชายเป็นเพศที่แข็งแกร่ง มีพลังกำลังมาก ควรทำหน้าที่ดูแลปกป้องและคุ้มครองสังคม ส่วนผู้หญิงเป็นเพศอ่อนแอ มีความนุ่มนวลละเอียดอ่อน จึงทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัว และอบรมเลี้ยงดูบุตร ผู้หญิงต้องอยู่เฝ้าบ้านเฝ้าเรือน เลี้ยงดูลูกหลาน ดูแลบ้าน โดยที่ผู้ชายจะรับหน้าที่ปกป้อง ดูแลและคุ้มครองครอบครัวของตนเอง ด้วยเหตุที่ผู้ชายรับผิดชอบในงานที่สำคัญและหนัก ทำให้สังคมให้คุณค่าและความสำคัญกับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ด้วยแนวความคิดที่กำหนดขึ้นนี้ทำให้มีผลต่อชีวิตของผู้หญิง กล่าวคือผู้หญิงมักจะถูกกีดกันในด้านต่าง ๆ ทั้งทางสังคม การศึกษา เศรษฐกิจการเมือง ไม่ได้มีโอกาสสิทธิเสรีภาพ ถูกกดขี่และถูกจำกัดในการแสดงออกบางประการ (คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2562)

องค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (2567) กล่าวว่าจากความคิดที่ผู้ชายเป็นผู้นำ ส่งผลให้โอกาสทางการศึกษาของผู้ชายมีมากกว่าผู้หญิง โดยมนุษย์มีความคิดที่ว่าผู้หญิงควรให้ความสำคัญกับหน้าที่การเป็นแม่ศรีเรือนหรือภรรยา มากกว่าการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การเป็นผู้นำของบริษัท การเป็นผู้นำของประเทศ หรือการเป็นผู้นำครอบครัวต้องเป็นผู้ชายเท่านั้น ผู้หญิงไม่สามารถมีที่ดินหรือมีธุรกิจเป็นของตนเองได้ เหล่านี้ล้วนเป็นความคิดที่ทำให้ผู้หญิงถูกกีดกันจากสิทธิที่เขาควรจะได้รับ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ไม่เสมอภาคทั้งสิ้น ความคิดและการกระทำเหล่านี้ทำให้องค์การสหประชาชาติตระหนักและมองเห็นถึงความสำคัญของเรื่องนี้ และพร้อมที่จะสนับสนุนการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้หญิงและเด็กผู้หญิงจนเกิดการตั้งองค์กรที่มีชื่อว่า องค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติหรือที่รู้จักในนามของ ยูเอ็น วีเมน (UN Women) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2553 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่

นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา และมีสาขาทั่วโลก โดยสาขาสำคัญในทวีปเอเชีย ซึ่งรวมถึงประเทศไทย คือ องค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (UN Women Asia and The Pacific) เป็นหน่วยงานของสหประชาชาติ ที่อุทิศตนเพื่อความเสมอภาคทางเพศและการเสริมสร้างศักยภาพของผู้หญิง และเด็กผู้หญิง สนับสนุนประเทศสมาชิกสหประชาชาติ ทำงานร่วมกับรัฐบาลและภาคประชาสังคมในการออกแบบกฎหมาย นโยบาย โปรแกรม และบริการที่จำเป็น เพื่อให้มั่นใจว่ามีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้วิสัยทัศน์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นจริงสำหรับผู้หญิงและเด็กผู้หญิง

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อทำงานวิจัยที่องค์การสหประชาชาติหน่วยงาน องค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ เพื่อได้เรียนรู้บทบาทหน้าที่ขององค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กระบวนการปฏิบัติงาน การทำงานอย่างมืออาชีพของฝ่ายสื่อสารองค์กรในการนำเสนอเรื่องราวและแนวคิดเรื่องสิทธิและความเท่าเทียมทางเพศในรูปแบบต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์สู่สาธารณชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่และกระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาบทบาทหน้าที่และกระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรขององค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (UN Women) ศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานในการนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล บุคลากรสายงานบริหารและสายปฏิบัติการฝ่ายสื่อสารองค์กรขององค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (UN Women)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระยะเวลาของการเก็บข้อมูล การวิจัยกับฝ่ายสื่อสารองค์กรของหน่วยงานองค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (UN Women) รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 17 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2567

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยมและความเสมอภาคทางเพศ

Josée Johnston and Judith Taylor (2017) กล่าวว่า สตรีนิยม มีเป้าหมายในการปลดปล่อยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง สตรีนิยมอาจหมายถึง การเคลื่อนไหวเพื่อจัดระบบของโลกเสียใหม่ที่ตั้งอยู่บนฐานของความเสมอภาค ระหว่างเพศในความสัมพันธ์ทั้งหมดของมนุษย์ เป็นการเคลื่อนไหวซึ่งปฏิเสธ ความแตกต่างทางเพศทั้งปวง จะขจัดอภิสิทธิ์ทางเพศ ภาระที่เกิดจากเพศและ จะต่อสู้ เพื่อให้เกิดการยอมรับมนุษย์ชาติที่หญิงชายเหมือนกันให้เป็นพื้นฐาน ของกฎหมายและจารีตประเพณี

Barbara Smith (1998) สตรีนิยมเป็นทฤษฎีทางการเมืองและการปฏิบัติที่จะปลดปล่อยผู้หญิงทั้งหลาย ผู้หญิงสีผิว กรรมกรหญิง ผู้หญิง ยากจน ผู้หญิงทุพพลภาพ หญิงรักหญิง ผู้หญิงสูงอายุ รวมตลอดทั้งผู้หญิง ผิวดาวที่ได้เปรียบทางเศรษฐกิจ อะไรที่น้อยกว่าที่กล่าวมานี้ไม่ใช่สตรีนิยม หากแต่เป็นการสร้างความยิ่งใหญ่ให้ตนเองของผู้หญิง ส่วน Maite Albistur, Daniel Armogathe (1978) ได้กล่าวว่า สตรีนิยม หมายถึง การวิเคราะห์หรือ การกระทำใด ๆ ที่มีจุดยืนว่าความสัมพันธ์ระหว่างชาย หญิง เป็นความสัมพันธ์ ที่ขัดแย้ง ซึ่งผู้หญิงเป็นฝ่ายเสียเปรียบและมีเป้าหมายที่จะทำความเข้าใจในสาระ เพื่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน

สรุปสตรีนิยม (Feminist) หมายถึง สิ่งที่เป็นทั้งวิถีระบบความคิด การกระทำ ขบวนการทางสังคมที่พยายามเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าผู้ชายอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบ และผู้หญิงอยู่ในสภาพที่เป็นรอง เรียกร้องให้มีการสร้างสมดุลใหม่ระหว่างเพศ ในนามของความมีมนุษยธรรมเดียวกันและเคารพในความแตกต่างของกันและกัน

ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันบนฐานของความเสมอภาคระหว่างเพศ ในความสัมพันธ์ทั้งหมดของมนุษย์

วีระดา สมสวัสดิ์ (2545) กล่าวว่า ความเสมอภาคความหมายตามระบอบประชาธิปไตย หมายถึง การที่ทุกคนมีความเสมอภาคหรือความเท่าเทียมกันเป็นสิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐาน สิ่งจำเป็นขั้นพื้นฐานต่อการอยู่รอดและพัฒนาตัวเองตามหลักสิทธิมนุษยชน คือ ปัจจัยสี่ ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและร่างกาย การนับถือศาสนา การศึกษาและการรับรู้ข่าวสาร การเข้าถึงบริการสาธารณสุขและสวัสดิการสังคม และการได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย กล่าวโดยสรุป ความเสมอภาคมาจากพื้นฐานของความคิดที่ว่าไม่มีใครได้ด้อยกว่าผู้อื่นในโอกาสหรือสิทธิมนุษยชน ดังนั้นความเสมอภาคทางเพศจึงหมายถึง ไม่ว่าจะหญิง ชาย หรือเพศใดก็ตามจะได้รับสิทธิ การเข้าถึง การมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีเพศใดที่ได้รับอภิสิทธิ์เหนือกว่า

2. บทบาทหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี

มณฑิรา นาควิเชียร (2566) กล่าวว่าระยะเวลาหลายปีที่สหประชาชาติ (United Nation) เผชิญกับความท้าทายที่รุนแรงในความพยายามที่จะส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศทั่วโลก รวมถึงการระดมทุนไม่เพียงพอและไม่มีผู้ขับเคลื่อนที่ได้รับการยอมรับเพียงคนเดียวในการกำกับกิจกรรมของสหประชาชาติในประเด็นเรื่องความเสมอภาคทางเพศ ในเดือนกรกฎาคม 2553 ที่ประชุมสมัชชาใหญ่แห่งสหประชาชาติได้สร้างองค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ (UN Women) หน่วยงานสหประชาชาติเพื่อความเสมอภาคทางเพศและการเสริมสร้างศักยภาพของผู้หญิงเพื่อแก้ไขปัญหาความท้าทายดังกล่าว การสร้าง UN Women เข้ามานั้นก็เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของวาระการปฏิรูปของสหประชาชาติโดยรวบรวมทรัพยากรและอำนาจหน้าที่เพื่อให้เกิดผลกระทบมากขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร

Pavlik, J. V. (2013) กล่าวว่า การผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัลมุ่งเน้นการสร้างเนื้อหาที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อที่เปลี่ยนแปลง

อย่างรวดเร็ว โดยให้ความสำคัญกับความ รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ปรับใช้ได้หลากหลาย แพลตฟอร์มและเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (Interactive Media) การผลิตเนื้อหาจึงต้องคำนึงถึงรูปแบบมีลติมีเดีย เช่น วิดีโอ อินโฟกราฟิก และเนื้อหาสั้นแบบ (Micro-Content) รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์และข้อมูลขนาดใหญ่ ในการวิเคราะห์ความสนใจของผู้ชม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กรณีศึกษา UN Women Asia and The Pacific ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบบันทึกการสัมภาษณ์และใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้สังเกตเข้าไปร่วมกับกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน โดยใช้แบบบันทึกการสังเกต วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 6 ท่าน ได้แก่ กลุ่มงานฝ่ายสื่อสารองค์กร จำนวน 3 ท่านและกลุ่มงานฝ่ายสื่อดิจิทัลจำนวน 3 ท่าน ที่มีอายุการทำงาน 4 ปีขึ้นไป ในการวิจัยครั้งนี้ล้วนเป็นผู้มีความสามารถและมีบทบาทหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร รวมถึงแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานในการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน โดยผู้ปฏิบัติงานทั้งหมดเป็นผู้ที่มีความรู้ในเชิงลึกสามารถให้คำตอบกับงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบไม่มีโครงสร้าง การสัมภาษณ์ให้ความเป็นอิสระในการตั้งคำถามกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นขอบเขตของประเด็นในการสัมภาษณ์ ได้แก่ บทบาทหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่อง

ความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร รวมถึงแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานในการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศ และสิทธิสตรีต่อสาธารณชน ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหา และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ แล้วจึงนำเสนอให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญล่วงหน้า ก่อนมีการนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์เก็บข้อมูลการวิจัย และสังเคราะห์ข้อมูลลงในตาราง โดยมีการตั้งประเด็นคำถามไว้ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีได้กำหนดบทบาทหน้าที่ไว้อย่างไร
2. กระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร มีกระบวนการก่อน-ระหว่าง - หลังของการทำงานได้มีการกำหนดแนวทางหรือมีกลยุทธ์การทำงานไว้อย่างไรบ้าง อยากให้อธิบายขั้นตอนอย่างละเอียด
3. ทีมงานฝ่ายสื่อดิจิทัลได้กำหนดแนวทางและเทคนิคการสร้างสรรค์ผลงานในการนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชนอย่างไรบ้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ การตรวจสอบข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อนำเสนอคุณภาพข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ ตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล โดยงานวิจัยนี้การตรวจสอบโดยใช้บุคคล การตรวจสอบข้อมูลในประเด็นเดียวกันจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประเด็นละ 3 ท่าน เพื่อดูความสอดคล้องระหว่างการสัมภาษณ์ที่ได้มา รวมไปถึงการศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การวิเคราะห์เนื้อหา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ถูกวิเคราะห์และสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการศึกษาบทบาทหน้าที่ฝ่ายสื่อสารองค์กร กระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร รวมถึงแนวทางการสร้างสรรค์ผลงาน

ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ในตารางวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพัฒนา โดยมีการอ้างอิงข้อความจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องการศึกษาแนวทางการสื่อสารความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กรณีศึกษา UN Women Asia and The Pacific ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและเข้าร่วมสังเกตการณ์ เพื่อเก็บข้อมูลแล้วรวบรวมนำมาสร้างตารางวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถอธิบายถึงรายละเอียดได้ดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร UN Women จะไม่สามารถผลักดันผลงานจากโครงการที่จัดทำขึ้นหรือแจ้งข่าวสารออกไปสู่สายตาของสาธารณชนได้ หากปราศจากฝ่ายที่เป็นกำลังสำคัญในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ นั่นคือ ฝ่ายสื่อสารองค์กร องค์กรของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะทำงานร่วมกับสำนักงานใหญ่ที่นิวยอร์กพร้อมกับฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรควบคู่ไปด้วยกันโดยจะมีหน้าที่หลักโดยสรุปดังนี้

ตารางที่ 1 สังเคราะห์บทบาทหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร UN Women

ภารกิจหลัก	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
การผลักดันเรื่องความเสมอภาคทางเพศสิทธิสตรีในสื่อรูปแบบต่าง ๆ ลงในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย	Digital Content คลิปวิดีโอ ภาพถ่าย ผ่านทาง Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women	ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวผ่านทาง Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women	สร้าง Content ผลิตคลิปวิดีโอ ภาพถ่าย ภาพกราฟิก นำเสนอผ่านทาง Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women
ช่องทางการสื่อสาร	แจ้งข่าวสารและโครงการที่จัดทำขึ้นในพื้นที่การทำงาน ที่องค์กรรับผิดชอบ	การประชาสัมพันธ์งานข่าวสารหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบ	แจ้งข่าวสารหรือโครงการที่กำลังจะจัดขึ้นหรือจัดขึ้นแล้ว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กร

ภารกิจหลัก	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
การให้ความช่วยเหลือ และสนับสนุน หน่วยงานภายใน	ความช่วยเหลือ ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ ประเทศที่อยู่ในภูมิภาค เอเชียและแปซิฟิก	ช่วยเหลือเรื่องสื่อ กับฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อ การผลิตสื่อ การตอบคำถาม สื่อมวลชน	ให้ความช่วยเหลือ ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ ประเทศที่อยู่ในภูมิภาค ตามข้อตกลง ช่วยเหลือ เรื่องสื่อประชาสัมพันธ์

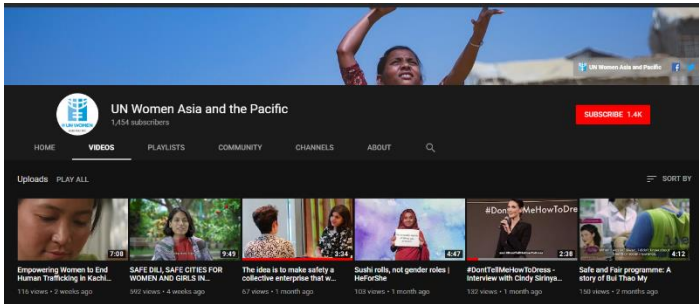
(ที่มา : กฤษฎา ทวีศักดิ์ศรี และบุรีศรี ณ วงศ์, 2567)

สรุปภารกิจหลักเพื่อการสื่อสารความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี
ต่อสาธารณชน มีดังนี้

การผลักดันเรื่องของความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี โดยใช้สื่อ
ต่าง ๆ ในการช่วยผลักดันไม่ว่าจะเป็นการเขียนคอนเทนต์ วิดีโอ หรือรูปถ่าย
ผ่านทาง Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women
แจ้งข่าวสารและโครงการที่จัดทำขึ้นตามพื้นที่การทำงานที่องค์กรรับผิดชอบ
ผ่านทาง Facebook, X, YouTube, Flickr และเว็บไซต์ของ UN Women
การให้ความช่วยเหลือฝ่ายสื่อสารองค์กรของประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียและ
แปซิฟิก และให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนฝ่ายอื่น ๆ ภายในองค์กร เช่น
การใช้สื่อ การผลิตสื่อ การตอบคำถามกับสื่อมวลชน

2. กระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร UN Women Asia and
the Pacific

มุ่งนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีในรูปแบบ
ของวิดีโอที่ค้นพบช่องทางของ YouTube โดยใช้ชื่อ Channel ว่า UN Women
Asia and the Pacific เป็นการนำเสนอที่ผู้รับสารเข้าใจง่ายมากที่สุดเพราะ
เนื่องจากผู้รับสารจะสามารถรับทราบข้อความที่ทาง UN Women ต้องการจะสื่อ
ผ่านทางภาพและเสียง โดยรูปแบบของวิดีโอที่ค้นพบส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การสัมภาษณ์
เชิงลึกกับทีมผู้ปฏิบัติงานและร่วมสังเกตการณ์เพื่อเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุป
กระบวนการทำวิดีโอที่ค้นพบได้ดังนี้



ภาพที่ 1 UN Women Asia and the Pacific YouTube
(ที่มา : UN Women Asia and the Pacific, 2024)

กระบวนการผลิตวีดิทัศน์ ในกระบวนการมีความสำคัญทุกขั้นตอน ตั้งแต่ช่วงการวางโครงสร้างสำหรับการดำเนินงานทั้งหมด หากมีการวางแผนที่ดี จะช่วยให้ขั้นตอนการผลิตและหลังการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น ลดปัญหาและค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่จำเป็น กระบวนการนี้เป็นการผลิตวีดิโอที่เริ่มจากขั้นก่อนการผลิตโดยจะเริ่มตั้งแต่การประชุมวางแผน การถ่ายทำ การตัดต่อ และการโพสต์ลงบน YouTube โดยสังเคราะห์กระบวนการจากการสัมภาษณ์ ฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการของทีมสื่อสารองค์การ UN Women สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สังเคราะห์กระบวนการผลิตวีดิทัศน์ขั้นก่อนการผลิต

กระบวนการ	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production)	ประชุมทีม เพื่อวางแผนการถ่ายทำ และแจกแจงแบ่งหน้าที่ ทีมผลิตอ่านคำถาม สัมภาษณ์ การตรวจสอบ ความพร้อมด้านเทคนิค ก่อนผลิตทุกครั้ง	ประชุมก่อนการทำงาน เพื่อวางแผนอ่าน ประเด็นการสัมภาษณ์ รับบริษั่มกล้อง ที่ต้องการให้เกิดขึ้น ในการถ่ายทำ การนัดหมายสถานที่ วันเวลา	ประชุมทีม เพื่อวางแผนงาน และลำดับงาน ตามหน้าที่ของทีม การเตรียมอุปกรณ์และ ความพร้อมการลงพื้นที่ หาข้อมูลที่เหมาะสมกับ การถ่ายทำ (Block Shot)

กระบวนการ	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
<p>ขั้นการผลิต (Production)</p>	<p>วันถ่ายทำ ควรไปถึงสถานที่ ล่วงหน้า 30 - 40 นาที เพื่อตรวจสอบและ จัดเตรียมอุปกรณ์ ก่อนเริ่มการถ่ายทำ</p>	<p>ตรวจฟุตเทจ (Footage) ทั้งหมดเพื่อฟังเนื้อหา ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ ตอบคำถาม หลังจากนั้น ให้เรียกดูซ้ำอีกรอบ พร้อมกับจดจุดเวลาที่มี เนื้อหาสำคัญที่ต้องการ ใช้ในวิดีโอ</p>	<p>ให้รับผิดชอบหน้าที่ การถ่ายทำในมุมมอง เราให้ดีที่สุด เก็บภาพ แทรก (Insert) ถ่ายค้าง 5-10 วินาที จึงเปลี่ยนมุมมองหลังจาก ถ่ายทำแล้วให้เช็ค ภาพวิดีโออีกครั้งว่า สามารถใช้ได้หรือไม่</p>
<p>ขั้นหลังการผลิต (Post-Production)</p>	<p>ต้องมีการประชุม เพื่อกำหนดแนวทาง และศึกษาวิดีโอ ที่ผ่านมา จากนั้นจึงจัด หมวดหมู่ลำดับเนื้อหา ตรวจฟุตเทจ (Footage) ใช้โลโก้องค์กร ใส่เครดิต ผู้ผลิตผู้ถูกสัมภาษณ์ ให้ครบถ้วนระวังเรื่อง ลิขสิทธิ์และการให้ เครดิต</p>	<p>ประชุมทีมก่อนการตัดต่อ คำนึงถึงลิขสิทธิ์ของภาพ และองค์ประกอบเสียง รวมถึงการใส่เอฟเฟกต์ การใส่หัวข้อ (Title) และโลโก้ (Logo) เพื่อสร้าง อัตลักษณ์ของวิดีโอ ให้เครดิตทีมงานเสมอ ระมัดระวังเรื่องการละเมิด ลิขสิทธิ์</p>	<p>ระดมความคิด ในที่ประชุมเพื่อสรุป เรื่องการตัดต่อ ตรวจสอบคุณภาพ ควรดำเนินการหลายรอบ ก่อนเผยแพร่ สุดท้าย วิดีโอที่ส่งให้ผู้ดูแลสื่อ สังคมออนไลน์เพื่อ เผยแพร่บนแพลตฟอร์ม ต่าง ๆ ขอลิขสิทธิ์ภาพ ต้นฉบับเสมอ</p>

(ที่มา : กฤษฎา ทวีศักดิ์ศรี และบุรีศรี ณ วงศ์, 2567)

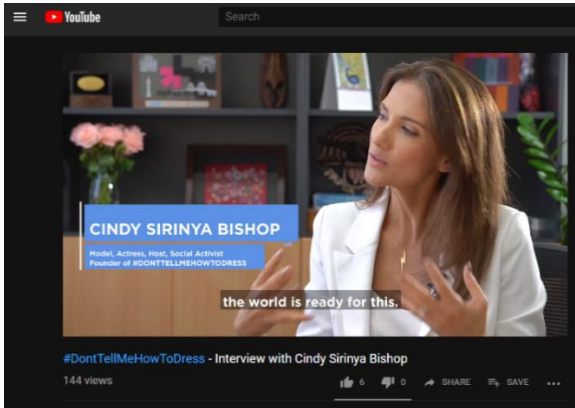
สรุปกระบวนการผลิตวิดีโอทัศน์เพื่อนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี

ขั้นก่อนการผลิต (Pre-Production) กระบวนการเตรียมการก่อนการถ่ายทำมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการผลิตวิดีโอ โดยเริ่มจากการประชุมทีมเพื่อกำหนดแผนงานและบทบาทหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคน ตลอดจนการเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำให้พร้อมใช้งาน รวมถึงการตรวจสอบความพร้อมด้านเทคนิค เช่น สภาพกล้อง ไมโครโฟน และแบตเตอรี่ ทั้งนี้ยังมี

การวางแผนด้านมุมกล้อง บรรยากาศของวิดีโอ และการกำหนดสถานที่และเวลาถ่ายทำ เพื่อให้กระบวนการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น

ขั้นการผลิต (Production) ในวันถ่ายทำควรไปถึงสถานที่ล่วงหน้า 30 - 40 นาที เพื่อตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์ ตลอดจนการตรวจสอบคุณภาพเสียง สี และองค์ประกอบภาพ ก่อนเริ่มบันทึกภาพ ควรมีการกำหนดการถ่ายทำในลักษณะที่สามารถเก็บฟุตเทจ (Footage) ได้อย่างครบถ้วน รวมถึงการบันทึกภาพแทรก (Insert) อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ควรตรวจสอบไฟล์วิดีโอหลังถ่ายทำทันทีเพื่อลดโอกาสในการถ่ายทำซ้ำในอนาคต หลังจากเสร็จสิ้นการถ่ายทำ ต้องจัดเก็บอุปกรณ์และรวบรวมไฟล์วิดีโอเข้าสู่ระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม

ขั้นหลังการผลิต (Post-Production) กระบวนการตัดต่อเริ่มจากการประชุมเพื่อกำหนดระยะเวลาของวิดีโอ และศึกษาลักษณะของวิดีโอที่ผลิตก่อนหน้า เพื่อให้แนวทางการตัดต่อเป็นไปตามมาตรฐาน จากนั้นจึงมีการจัดหมวดหมู่ไฟล์วิดีโอ ตรวจสอบภาพและคัดเลือกเนื้อหาที่สำคัญ นอกจากนี้ยังต้องมีการค้นหาภาพแทรก (Insert) ที่เหมาะสมจากฐานข้อมูลขององค์กรหรือแหล่งอื่น ๆ ภายใต้ข้อกำหนดด้านลิขสิทธิ์ การเพิ่มองค์ประกอบด้านเสียง เช่น การเลือกเพลงและตัดต่อให้เหมาะสม รวมถึงการใส่เอฟเฟกต์ (Effect) นอกจากนี้ การใส่หัวข้อ (Title) วิดีทัศน์ทุกชิ้นต้องแสดงโลโก้ของ UN Women อย่างชัดเจน โดยสามารถวางไว้ที่จุดเริ่มต้นหรือหลังเครดิต หากเป็นโครงการที่ทำร่วมกับพันธมิตร (Partnership) ควรใส่โลโก้ของพันธมิตร เพื่อแสดงความเคารพซึ่งกันและกัน



ภาพที่ 2 ภาพสัมภาษณ์ Cindy Sirinya Bishop
โครงการ DontTellMeHowToDress
(ที่มา : UN Women Asia and the Pacific, 2019)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บข้อมูลแนวทางการสื่อสารขององค์กร ได้มีกล่าวถึงข้อกำหนดด้านการผลิตวิดิทัศน์ขององค์กร UN Women Asia and the Pacific ว่ามีแนวทางการผลิตวิดิทัศน์ที่ยึดหยุ่นต่อความคิดสร้างสรรค์ของทีมผู้ผลิต มีข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพื่อรักษามาตรฐานขององค์กร

การให้เครดิต ผู้ที่มีส่วนร่วมในการผลิตวิดิทัศน์ต้องได้รับการกล่าวถึงในเครดิตเสมอ รวมถึงผู้สัมภาษณ์ คณะทำงาน และเจ้าของสื่อประกอบ เช่น ภาพ เพลง หรือวิดิทัศน์ที่นำมาใช้จากแหล่งอื่น หากมีการใช้สื่อจากแหล่งภายนอกต้องขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิ์ก่อนเสมอ เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ UN Women Asia and the Pacific ให้ความสำคัญสูงสุดกับเรื่องลิขสิทธิ์และการให้เครดิต ดังนั้น การปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

3. แนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน

UN Women Asia and the Pacific นำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีในรูปแบบของภาพถ่ายบนช่องทางของ Flickr โดยใช้ชื่อว่า UN Women Asia and the Pacific โดยฝ่ายสื่อสารองค์กรเรียกว่าคลังภาพของ UN Women เพราะนอกจากจะเก็บรูปต่าง ๆ ไว้ในคอมพิวเตอร์แล้ว Flickr ยังเป็นอีกช่องทางในการจัดเก็บ โดยรูปถ่ายที่อัปโหลดบนเว็บไซต์นี้จะมีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ ดังนี้

3.1 ภาพถ่ายโครงการที่ทาง UN Women Asia and the Pacific มีกิจกรรมมากมายตลอดปี ทั้งโครงการที่จัดขึ้นเองหรืองานที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมเป็น Partnership โดยหน้าที่ของทางฝ่ายสื่อสารองค์กรจะทำหน้าที่การเก็บภาพถ่ายบรรยากาศและบุคคลสำคัญภายในงานเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยให้การจัดงานมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ภาพถ่ายเป็นหลักฐานสำคัญที่ช่วยบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในงาน ท้ายที่สุดของกระบวนการจะนำไปเขียนคอนเทนต์ลงเว็บไซต์ต่อไป โดยสามารถแบ่งประเภทของภาพถ่ายได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 การสังเคราะห์แนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี

แนวทาง การสร้างสรรค์ผลงาน	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
แนวทางการบันทึก ภาพถ่ายงานประชุม ในรูปแบบทางการ	เก็บภาพถ่ายตัวแทน ของแต่ละประเทศ ที่เข้าร่วมประชุม เก็บภาพถ่ายหมู่ บุคคลสำคัญภายในงาน บรรยากาศภายใน ห้องประชุม ป้ายชื่อประเทศ	เก็บภาพถ่ายบุคคล ให้หลากหลาย บุคคลสำคัญที่เข้าร่วม การประชุม เก็บภาพ บรรยากาศห้องประชุม ของผู้เข้าร่วมประชุม ถ่ายภาพหมู่เน้นให้เห็น จำนวนผู้เข้าร่วม	เน้นถ่ายภาพหมู่ เก็บภาพบุคคลสำคัญ ที่เข้าร่วม เก็บบรรยากาศ ภายในห้องประชุม สีหน้า แววตาท่าทางของ ผู้เข้าร่วมประชุม

แนวทาง การสร้างสรรค์ผลงาน	การสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ		
	Key Informants 1	Key Informants 2	Key Informants 3
แนวทางการนำเสนอ โครงการอบรม สัมมนาและจัดแสดง นิทรรศการ	เน้นภาพผู้หญิงรวมตัวกัน ในงานการอบรม ภาพการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ภาพถ่ายเน้นเก็บ บรรยากาศของงานและ บุคคลที่เข้าร่วมงาน	เน้นการเก็บภาพ บรรยากาศของงาน การพูดคุย การแสดงออก ของผู้เข้าร่วมงานอบรม สัมมนา เน้นเก็บภาพบุคคล สำคัญที่มาร่วมงาน	มุ่งเก็บภาพถ่ายกิจกรรม จากองค์กรด้านสตรีได้ แลกเปลี่ยนความเห็นและ เรียนรู้ร่วมกัน ภาพต้องสะท้อน บรรยากาศภายในงาน และสีหน้าและอารมณ์ ของผู้เข้าร่วม
แนวทาง การบันทึกภาพ ภาพถ่ายลงพื้นที่ (Field Visiting)	ภาพการลงพื้นที่ เยี่ยมชุมชน พบผู้หญิงที่ เผชิญความยากลำบาก และถูกกลั่นแกล้ง เน้นภาพถ่ายที่สะท้อน บรรยากาศชุมชนและ การเยี่ยมเยียน ของบุคลากร	เน้นภาพการลงพื้นที่ เยี่ยมเยียนชุมชน พูดคุยกับผู้หญิงและ สอบถามถึงชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้หญิง การรับฟังปัญหา เน้นภาพถ่ายแนว Candid	เก็บภาพ Field Visiting เยี่ยมชุมชน พบผู้หญิงที่ เผชิญความยากลำบาก และถูกกลั่นแกล้ง เน้นภาพถ่ายที่สะท้อน บรรยากาศชุมชนและ การเยี่ยมเยียนของ บุคลากร

(ที่มา : กฤษฎา ทวีศักดิ์ศรี และบุรีศรี ณ วงศ์, 2567)

สรุปการสังเคราะห์แนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีในรูปแบบของภาพถ่าย

ภาพถ่ายการจัดงานประชุมทางการที่สำคัญ คือ Asia-Pacific Regional Preparatory Meeting ซึ่งเป็นงานประชุมที่ผู้นำของ UN Women Asia and the Pacific และตัวแทนของแต่ละประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเข้าร่วมประชุม ภาพถ่ายเป็นลักษณะของรูปถ่ายหมู่บุคคลสำคัญ บรรยากาศภายในห้องประชุม สีหน้าท่าทาง อากัปกริยาของผู้เข้าร่วมประชุม ภาพถ่ายโครงการอบรมสัมมนาและจัดแสดงนิทรรศการ UN Women จัดงานอบรมและสัมมนาหรือที่เรียกกันว่า Workshop อยู่ตลอดทั้งปี เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรต่าง ๆ ที่ทำงานเกี่ยวกับประเด็นของผู้หญิงมารวมตัวกันเพื่อเข้ารับการอบรม รูปถ่ายส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นบรรยากาศของงาน สีหน้าและการแสดงออกทางอารมณ์ของผู้เข้าร่วมงาน การจัดแสดงนิทรรศการ

ของ UN Women เพื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงต่อสาธารณชนในมุมมองต่าง ๆ เช่น UN Women ร่วมกับคุณ Cindy Bishop ร่วมกันจัดงาน #DONTTELLMEHOWTODRESS เป็นนิทรรศการที่นำเสื้อผ้าที่ผู้สวมใส่ถูกล่วงละเมิดทางเพศหรือมีโอกาสดูถูกล่วงละเมิดทางเพศ หรือจะเป็นนิทรรศการจัดแสดงรูปถ่ายของผู้หญิงในบริบทต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพที่ 3 Asia-Pacific Regional Preparatory Meeting
(ที่มา : UN Women Asia and the Pacific Flickr, 2022)

3.2 ภาพถ่ายบุคคลสะท้อนมุมมองการใช้ชีวิตของผู้หญิง

ไพรัช หอมทอง (2566) กล่าวว่า นอกจากภาพถ่ายกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ที่ UN Women จัดขึ้นแล้ว ทางองค์กรยังทำงานร่วมกับช่างภาพอีกหลายท่านทั่วโลก เพื่อเก็บรูปถ่ายของผู้หญิงจากหลากหลายประเทศในบริบทที่ต่างกัน เช่น ผู้หญิงในฐานะของแม่ ผู้หญิงในครอบครัว ผู้หญิงกับกีฬา ผู้หญิงกับศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น เก็บไว้เป็นคลังรูปภาพขนาดใหญ่เพื่อที่ทางองค์กรจะสามารถนำรูปมาใช้ได้ในโอกาสต่าง ๆ ในอนาคต



ภาพที่ 6 ภาพแม่อุ้มลูกน้อยระหว่างรอโดยสารรถไฟฟ้ามหานคร
(ที่มา : บุริศร์ ณ วงศ์, 2566)

ภาพถ่ายจากโปรเจกต์ City Life of Women Project ได้มอบหมายทีมสื่อสารองค์กรออกไปบันทึกภาพและผู้วิจัยได้มีโอกาสออกไปถ่ายรูปพร้อมด้วยในสภาพแวดล้อมภายนอกสถานที่ในเขตเมือง นอกเหนือจากงานประชุมที่อยู่แต่ในตึกอาคาร เน้นการถ่ายภาพแนว Candid นำเสนอความเป็นธรรมชาติ โดยรูปทั้งหมดจะรวมเป็นอัลบั้มที่ชื่อว่า City life of women in Bangkok เก็บเป็นคลังภาพเพื่อใช้งานในอนาคต

ปทุมพร ทองกิ่ง (2566) กล่าวว่า ความสำคัญของการนำเสนอภาพถ่ายบุคคลสะท้อนมุมมองการใช้ชีวิตของผู้หญิง การนำเสนอภาพถ่ายบุคคลที่สะท้อนมุมมองการใช้ชีวิตของผู้หญิงมีความสำคัญอย่างมากในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นมิติทางสังคม วัฒนธรรม หรือความเท่าเทียมทางเพศ ภาพถ่ายสามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการเล่าเรื่อง ถ่ายทอดอารมณ์ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้หญิงในสังคมที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยยังได้รวบรวมแนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีจากการสัมภาษณ์ฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการของทีมสื่อสารองค์กร UN Women โดยมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การสะท้อนบทบาทและอัตลักษณ์ของผู้หญิง ภาพถ่ายช่วยแสดงให้เห็นถึงบทบาทที่หลากหลายของผู้หญิงในชีวิตประจำวัน ไม่จำเป็นจะเป็นการทำงาน

การเป็นแม่ หรือการแสดงออกถึงตัวตนของตนเอง การนำเสนอภาพที่แตกต่าง กันช่วยให้เห็นถึงความเป็นจริงของผู้หญิงในบริบทต่าง ๆ

2. ภาพถ่ายสามารถเป็นช่องทางในการสะท้อนปัญหาที่ผู้หญิงเผชิญ เป็นเครื่องมือในการเรียกร้องสิทธิและความเท่าเทียม เช่น ความไม่เท่าเทียม ทางเพศ ความรุนแรงในครอบครัว หรือความคาดหวังของสังคม ภาพเหล่านี้ สามารถสร้างพลังให้กับขบวนการเรียกร้องสิทธิและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางสังคม

3. สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสังคม ภาพถ่ายสามารถ ถ่ายทอดความงามของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันและวิถีชีวิตของผู้หญิงในสังคม ที่หลากหลาย สิ่งนี้ช่วยให้เกิดความเข้าใจและความเคารพระหว่างกัน ลดอคติที่ เกิดจากภาพจำทางสังคม

4. บันทึกประวัติศาสตร์และเครื่องมือทางศิลปะ ภาพถ่ายของผู้หญิง ในแต่ละยุคสมัยเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ช่วยให้คนรุ่นหลังเข้าใจถึง ความเปลี่ยนแปลงของบทบาทและสถานะของผู้หญิง นอกจากนี้ยังเป็นศิลปะ ที่สามารถสื่อสารความรู้สึกและแนวคิดได้อย่างลึกซึ้ง

โดยสรุปภาพถ่ายจากกิจกรรมและโครงการของ UN Women รวมถึง ภาพถ่ายที่ได้รับความร่วมมือจากช่างภาพทั่วโลก ถือเป็นส่วนสำคัญในการบันทึก และนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงในบริบทที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นบทบาทใน ครอบครัว กีฬา ศิลปะ และวัฒนธรรมองค์กร ได้มีการจัดเก็บภาพถ่ายเหล่านี้เป็น คลังข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ในโอกาสต่าง ๆ ต่อไป อันเป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมความเท่าเทียม ทางเพศและสร้างความตระหนักรู้ในระดับสากล

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบทบาทหน้าที่ และกระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรในการผลักดันเรื่องความเสมอภาค ทางเพศและสิทธิสตรี พบว่าบทบาทสำคัญของฝ่ายสื่อสารองค์กรของ UN Women ที่ทำงานร่วมกับสำนักงานใหญ่ที่นิวยอร์กและฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กร เพื่อผลักดัน

ความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีผ่านสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลาย การดำเนินงานดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การสื่อสารที่สะท้อนบทบาททุกเพศมีความสำคัญในชีวิตประจำวันและในที่ทำงาน การเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม การสร้างสภาพแวดล้อมที่เคารพความหลากหลายทางเพศช่วยสร้างพื้นที่ปลอดภัย และเปิดโอกาสให้ทุกคนได้รับความเท่าเทียมกันสอดคล้องกับการวิจัยของ ชุณิภา เปิดโลกนิมิต (2564) เรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการขับเคลื่อนนโยบายด้านความเท่าเทียมทางเพศของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ พบว่าการสื่อสารระหว่างองค์กรมีบทบาทในการขับเคลื่อนนโยบายด้านความเท่าเทียมทางเพศ สอดคล้องกับบทบาทของฝ่ายสื่อสารองค์กรของ UN Women ที่ใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี กระบวนการผลิตวีดิทัศน์ เพื่อนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี แสดงให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารผ่านสื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การผลิตวีดิทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี ต้องคำนึงถึงการนำเสนอที่ปราศจากอคติและภาพเหมารวม เพื่อสร้างความเข้าใจและยอมรับในความหลากหลายทางเพศ สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาของมีเดียมอนิเตอร์มูลนิธิสร้างความสำเร็จเรื่องสุขภาพผู้หญิงหรือ สคส. (2555) พบว่า สื่อยังคงนำเสนอภาพเหมารวมและอคติทางเพศ ดังนั้น การปรับปรุงกระบวนการผลิตสื่อให้มีความละเอียดอ่อนต่อประเด็นทางเพศ และส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างสังคมที่เท่าเทียมและเคารพสิทธิมนุษยชนของทุกคน 2. เพื่อศึกษาแนวทางการนำเสนอเรื่องราวความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีต่อสาธารณชน พบว่าบทบาทสำคัญของภาพถ่ายในการสื่อสารและส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี เช่น ภาพถ่ายงานประชุมทางการการันท์ที่ภาพผู้นำและตัวแทนจากประเทศต่าง ๆ ช่วยเน้นย้ำถึงความร่วมมือระดับภูมิภาคในการส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศ ภาพถ่ายที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นช่วยสร้างความเข้าใจและความตระหนักรู้ในประเด็นต่าง ๆ นอกจากนี้ การจัดแสดงนิทรรศการ นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงในมุมมองที่หลากหลาย ภาพถ่าย

จากนิทรรศการเหล่านี้มีพลังในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและสร้างความเข้าใจในสังคม ภาพถ่ายการลงพื้นที่ชุมชน การเยี่ยมชมชุมชนในพื้นที่ต่าง ๆ บันทึกภาพชุมชนและการสนทนากับผู้หญิงในพื้นที่สะท้อนถึงความทุ่มเทในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการคุ้มครองสิทธิสตรี สอดคล้องกับทัศนะของ Mohammad Naciri (2021) ผู้อำนวยการสำนักงานภูมิภาค UN Women เอเชียและแปซิฟิก กล่าวว่าศิลปะมีอิทธิพลอย่างมากต่อมุมมองของสังคมที่มีต่อผู้หญิงและเด็กหญิง ซึ่งเป็นเหตุผลว่าทำไม UN Women จึงให้การสนับสนุนด้านนี้ แต่เราตระหนักด้วยว่าผู้หญิงมักถูกกีดกันจากวงการศิลปะมาโดยตลอด ดังนั้น แนวทางการนำเสนอถ่ายภาพในบริบทของ UN Women ไม่เพียงแต่บันทึกเหตุการณ์ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร สร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรีในสังคม

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ทวีศักดิ์ศรี และบุริศร์ ณ วงศ์. (2567). *สังเคราะห์บทบาทหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กร UN Women* [ตาราง]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์.
- _____. (2567). *สังเคราะห์กระบวนการผลิตวิดิทัศน์ขึ้นก่อนการผลิต* [ตาราง]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์.
- _____. (2567). *การสังเคราะห์แนวทางการนำเสนอความเสมอภาคทางเพศและสิทธิสตรี* [ตาราง]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์.
- คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2562). *บทบาททางเพศในสังคมไทย*. สืบค้น 29 สิงหาคม 2567. จาก <https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/gender-role/>
- ชุณิภา เป็ดโลกนิมิต. (2564). *โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการขับเคลื่อนนโยบายด้านความเท่าเทียมทางเพศของกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์*. [ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย]. <https://e-thesis.mcu.ac.th/thesis/3688>
- บุริศร์ ณ วงศ์. (2566). *ภาพแม่อุ้มลูกน้อยระหว่างรอโดยสารรถไฟฟ้า* [รูปภาพ]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์.
- ปทุมพร ทองกิ่ง. (ช่างภาพฝ่ายสื่อสารองค์กร UN WOMEN). สัมภาษณ์, 25 กุมภาพันธ์ 2566.
- ไพรัช หอมทอง. (เจ้าหน้าที่งานสื่อสารองค์กร UN WOMEN). สัมภาษณ์, 21 กุมภาพันธ์ 2566.
- มณฑิรา นาควิเชียร. (เจ้าหน้าที่ผู้อำนวยการงานสื่อสารระดับภูมิภาค UN WOMEN). สัมภาษณ์ 29 กุมภาพันธ์ 2566.
- มูลนิธิสร้างเสริมสุขภาพผู้หญิง (2555). *ผลสำรวจพบสื่อผลิตซ้ำความรุนแรงและอคติทางเพศ*. สืบค้น 29 สิงหาคม 2567. จาก <https://www.thaihealth.or.th/?p=273698>

- วิระดา สมสวัสดิ์. (2545). *พลวัตสังคมผ่านสายตาศึกษาการไทย : ทกลิปปีฉลาดชาย รมิตานนท์*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์.
- องค์การเพื่อสตรีแห่งสหประชาชาติ. (2567). *About UN Women*. สืบค้น 30 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.unwomen.org/en/about-us/about-un-women>
- Barbara Smith. (1998) *The Truth That Never Hurts: Writings On Race, Gender, And Freedom*. Rutgers University Press.
- Josée Johnston & Judith Taylor. (2017). Feminist Consumerism and Fat Activists: A Comparative Study of Grassroots Activism and the Dove Real Beauty Campaign. *Signs*. 33(4). 941-966. Retrieved Sep 16, 2024. <https://www.jstor.org/stable/10.1086/528849>
- Maïte Albistur, Daniel Armogathe. (1978). *Histoire du feminisme Francais du moyen âge à nos jours*. Des Femmes.
- Mohammad Naciri. (2021). *Young artists in Thailand call for gender equality using a surprising range of media*. Retrieved Jan 16, 2025. From https://thailand.un.org/en/165999-young-artists-thailand-call-gender-equality-using-surprising-range-media?utm_source=chatgpt.com
- Pavlik, J. V. (2013). *Media in the Digital Age*. Columbia University Press.
- UN Women Asia and the Pacific. (2019). *Interview Cindy Sirinya Bishop DontTellMeHowToDress Project*. [Photo]. Retrieved Jan 19, 2025. From <https://www.youtube.com/watch?v=QAFX0Rsnpg0>

UN Women Asia and the Pacific. (2022). *Asia-Pacific Regional Preparatory Meeting*. [Photo]. Retrieved Jan 18, 2025. From <https://www.flickr.com/photos/unwomenasiapacific/>

UN Women Asia and the Pacific. (2024). *UN Women Asia and the Pacific YouTube*. [Photo]. Retrieved Jan 19, 2025. From <https://www.youtube.com/@UNWomenAsiaPacific>