

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนด้วยกันดังนี้

ในส่วนที่หนึ่งจะเป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย ซึ่งสืบค้นข้อมูลห้องสมุดข่าว (Matichon E-library) ในเว็บไซต์ [www.matichonlibrary.com](http://www.matichonlibrary.com) ของศูนย์ข้อมูลมติชนออนไลน์ โดยทำการเก็บรวบรวมประเด็นข่าวสาร ตั้งแต่วันที่ 14 ก.พ. 2551 ซึ่งเป็นวันแรกที่กฎหมายมีผลบังคับใช้จนถึงวันที่ 31 ธ.ค. 2555 รวมระยะเวลา 5 ปี ที่ปรากฏในข้อมูลข่าวของศูนย์ข้อมูลมติชนออนไลน์ โดยจะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ประเด็นข่าวสาร ทิศทางการนำเสนอข่าวสาร ความครอบคลุมครบถ้วนกับสาระสำคัญของพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เรียงการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง จำแนกตามหัวข้อต่างๆ พร้อมด้วยการพรรณนาอธิบายใต้ตาราง

ในส่วนที่สองเป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ในประเด็นข้อเสนอแนะต่อการทำงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ จากสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นเกี่ยวกับการทำงานด้านข่าวภายในสำนักงาน โดยจะนำเสนอผลวิจัยเรียงลำดับดังนี้

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

### ข้อมูลพื้นฐาน

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงปริมาณความถี่การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกรายปีพ.ศ.

ลำดับ	ปีพ.ศ.ที่มีการนำเสนอข่าว	จำนวน (ชิ้น)	ร้อยละ
1	ปี 2551	121	30.3
2	ปี 2552	122	30.5
3	ปี 2553	61	15.2
4	ปี 2554	38	9.5
5	ปี 2555	58	14.5
จำนวนรวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ตารางแสดงปริมาณความถี่การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายปีพ.ศ. พบว่า ช่วงปีที่มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ ปี พ.ศ.2552 ซึ่งมีการนำเสนอข่าวถึง 122 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 30.5 ส่วนปีพ.ศ.2551 นำเสนอข่าวถึง 121 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 30.3 ปีพ.ศ.2553 นำเสนอข่าว 61 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 15.2 ปีพ.ศ.2555 นำเสนอข่าวถึง 58 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 14.5 และปีพ.ศ. 2554 นำเสนอข่าว 38 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่วงปีที่มีการนำเสนอข่าวมากที่สุด คือช่วงปี 2551- 2552 ซึ่งเป็นปีเริ่มต้นของการออกกฎหมายฉบับนี้อย่างเป็นทางการ และทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับกฎหมายฉบับนี้ออกมาแสดงท่าทีการสนับสนุนและไม่สนับสนุนพ.ร.บ.ฉบับนี้ รวมถึงสื่อมวลชนจึงให้ความสนใจต่อการเคลื่อนไหวของพ.ร.บ.ฉบับนี้เป็นอย่างมาก โดยนำเสนอข่าวมีความถี่มากเป็นพิเศษมากกว่าช่วงปีหลังจำนวนมากอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงปริมาณความถี่การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายเดือน

ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	รวม
2551	0 (0.0)	10 (8.3)	42 (34.7)	12 (9.9)	14 (11.6)	0 (0.0)	4 (3.3)	12 (9.9)	0 (0.0)	13 (10.7)	2 (1.7)	12 (9.9)	121 (100.0)
2552	0 (0.0)	13 (10.6)	2 (1.7)	4 (3.3)	6 (4.9)	14 (11.5)	3 (2.4)	4 (3.3)	4 (3.3)	1 (0.8)	4 (3.3)	67 (54.9)	122 (100.0)
2553	14 (22.9)	4 (6.5)	2 (3.3)	1 (1.6)	0 (0.0)	10 (16.4)	4 (6.5)	5 (8.2)	6 (9.8)	6 (9.8)	6 (9.8)	3 (4.9)	61 (100.0)
2554	5 (13.2)	9 (23.7)	2 (5.2)	5 (13.2)	1 (2.6)	3 (7.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (15.8)	3 (7.9)	2 (5.3)	2 (5.2)	38 (100.0)
2555	1 (1.7)	3 (5.2)	2 (3.5)	7 (12.0)	19 (32.7)	2 (3.5)	2 (3.5)	16 (27.6)	1 (1.7)	1 (1.7)	1 (1.7)	3 (5.2)	58 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>20 (5.0)</b>	<b>39 (9.7)</b>	<b>50 (12.5)</b>	<b>29 (7.2)</b>	<b>40 (10.0)</b>	<b>29 (7.2)</b>	<b>13 (3.2)</b>	<b>37 (9.2)</b>	<b>17 (4.2)</b>	<b>24 (6.0)</b>	<b>15 (3.7)</b>	<b>87 (21.7)</b>	<b>400 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4.2 ตารางแสดงปริมาณการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จำแนกรายเดือน พบว่า

ในปี 2551 ช่วงเดือนที่มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด คือ เดือนมีนาคม คิดเป็นร้อยละ 34.7 ซึ่งเป็นเดือนหลังจากมีการประกาศใช้กฎหมายอย่างเป็นทางการเพียง 1 เดือน โดยสื่อมวลชนจะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับท่าทีของคณะรัฐมนตรี หรือคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีท่าทีจะดำเนินการแก้ไขกฎหมายมาตรา 30 เกี่ยวกับการส่งเสริม การขาย ลดแลก แจก แถม ตามที่หน่วยงานภาคเอกชนต่างๆที่ได้รับผลกระทบมีการเรียกร้องให้แก้ไขกฎหมายมาตราดังกล่าว

ในช่วงปี 2552 ช่วงเดือนที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ เดือนธันวาคม นำเสนอร้อยละ 54.9 ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการเฉลิมฉลอง เทศกาลปีใหม่ ทางสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการเอาผิดกับบริษัทลิ่งคอร์ดอร์ปอเรชั่น ที่ดำเนินการผลิตและแจกปฏิทินเบียร์ลีโอวาทพร้อมทั้งมีชื่อเครื่องหมายการค้าอย่างชัดเจนให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นการ

ผิดกฎหมายมาตรา 30 และ 32 การโฆษณาส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถมให้แก่ลูกค้า พร้อมกันนี้ยังมีการนำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินคดีกับบริษัทธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่นๆที่ฝ่าฝืนกฎหมายโฆษณา เช่น จัดลานเบียร์ในช่วงเทศกาล การทำปฏิทิน การมีป้ายโฆษณาที่มีชื่อผลิตภัณฑ์หรือตราสัญลักษณ์เบียร์ เป็นต้น

ในช่วงปี 2553 ช่วงเดือนที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ เดือน มกราคม นำเสนอร้อยละ 22.9 ซึ่งเป็นการนำเสนอข่าวต่อจากช่วงปีใหม่ที่ยังมีผู้ฝ่าฝืนการกระทำผิดฝ่าฝืนการโฆษณาในช่วงปีใหม่

ในช่วงปี 2554 ช่วงเดือนที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ เดือน กุมภาพันธ์ นำเสนอร้อยละ 23.7 ซึ่งช่วงเดือนนี้มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการที่หน่วยงานต่างๆออกมาแสดงความคิดเห็นต่อการผลักดันร่างกฎหมายฉบับใหม่ เช่น การจัดโซนนิ่งห้ามขายเหล้าในสถานศึกษา, การติดภาพฉลากคำเตือนบรรจุภัณฑ์, การห้ามขายเหล้าปั่น หรือการห้ามดื่มบนยานพาหนะ เป็นต้น

ในช่วงปี 2555 ช่วงเดือนที่มีการนำเสนอมากที่สุด คือ เดือนพฤษภาคม นำเสนอร้อยละ 32.7 ซึ่งช่วงเดือนนี้มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการที่กระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มีการเสนอร่างกฎหมายเพิ่มเติมออกมาทั้งหมด 3 ฉบับ ได้แก่ ร่างประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีห้ามขายและดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บนทางสาธารณะ ครอบคลุมไปถึงบนรถและท้ายรถกระบะ การห้ามขายและดื่มในโรงงานอุตสาหกรรม และการห้ามขายห้ามดื่มในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งสื่อมวลชนได้ให้ความสนใจต่อความเคลื่อนไหวในการออกกฎหมาย 3 ฉบับนี้เป็นพิเศษ

ตารางที่ 4.3 แสดงปริมาณการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2551- 2555

ลำดับที่	ชื่อฉบับหนังสือพิมพ์	จำนวน (ชิ้น)	ร้อยละ
1	มติชน	75	18.8
2	โพสต์ทูเดย์	39	9.8
3	ผู้จัดการรายวัน	37	9.3
4	ไทยรัฐ	36	9.0
5	ข่าวสด	33	8.2
6	ไทยโพสต์	28	7.0
7	เดลินิวส์	23	5.8
8	คมชัดลึก	18	4.5
9	กรุงเทพธุรกิจ	17	4.3
10	บ้านเมือง	13	3.3
11	พิมพ์ไทย	13	3.3
12	ฐานเศรษฐกิจ	11	2.8
13	บางกอกโพสต์	10	2.5
14	แนวหน้า	8	2.0
15	สยามรัฐ	8	2.0
16	เดอะเนชั่น	8	2.0
17	โลกวันนี้	5	1.2
18	สยามธุรกิจ	4	1.0
19	บางกอกทูเดย์	3	0.7
20	ดอกเบี๋ยธุรกิจ	3	0.7
21	ประชาชาติธุรกิจ	3	0.7
22	มติชนสุดสัปดาห์	2	0.5
23	สยามรัฐสุดสัปดาห์วิจารณ์	1	0.2
24	สยามกีฬา	1	0.2
25	อปท.นิวส์	1	0.2
จำนวนรวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงปริมาณการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำแนกตามรายชื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า ชื่อฉบับหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอข่าวมากที่สุด 5 อันดับได้แก่ อันดับที่ 1 คือหนังสือพิมพ์มติชน นำเสนอข่าวมากที่สุด จำนวน 75 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.8 อันดับที่ 2 คือ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ นำเสนอข่าวจำนวน 39 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 9.8 อันดับที่ 3 คือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน นำเสนอข่าวจำนวน 37 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 9.3 อันดับที่ 4 คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นำเสนอข่าวจำนวน 36 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 9.0 และอันดับที่ 5 หนังสือพิมพ์ข่าวสด นำเสนอข่าวจำนวน 33 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

โดยจะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวบ่อยครั้งมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ หนังสือพิมพ์มติชน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ ที่นำเสนอเนื้อหาข่าวเน้นที่คุณภาพ เนื้อหาที่มีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะเนื้อหาสาระค่อนข้าง เน้นการรายงานวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อันดับที่ 2 และ 3 คือหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เชิงธุรกิจที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแวดวงธุรกิจ การค้าเป็นสำคัญ ส่วนอันดับที่ 4 และ 5 คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และข่าวสด เป็นหนังสือพิมพ์รายวันเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทที่ให้ความสำคัญกับข่าวประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวภัยพิบัติต่างๆ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ข่าวบุคคล ตลอดจนข่าวความขัดแย้งรุนแรงต่างๆ ที่คนทั่วไปสนใจ

**วัตถุประสงค์ที่ 1 :** เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

ตารางที่ 4.4 แสดงปริมาณ รูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร	จำนวน (ชิ้น)	ร้อยละ
1	ข่าว	324	81.0
2	คอลัมน์	36	9.0
3	บทความ	35	8.7
4	บทบรรณาธิการ	5	1.3
จำนวนรวม		400	100

จากตารางที่ 4.4 ตารางแสดงปริมาณ รูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย พบว่า มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชิ้น โดยมีการนำเสนอในรูปแบบของข่าวมากที่สุดถึง 324 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือ การนำเสนอรูปแบบคอลัมน์นำเสนอ 36 ชิ้นข่าวคิดเป็นร้อยละ 9.0 การนำเสนอรูปแบบบทความ นำเสนอ 35 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 8.7 และนำเสนอในรูปแบบบทบรรณาธิการมีเพียง 5 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

โดยจะเห็นได้ว่าสัดส่วนการนำเสนอข่าวในรูปแบบข่าวนั้น มีจำนวนมากกว่ารูปแบบอื่นอย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่รูปแบบคอลัมน์และบทความมีการนำเสนอในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนการนำเสนอรูปแบบบทบรรณาธิการมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.5 แสดงรูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย จำแนกตามทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสาร

รูปแบบการนำเสนอข่าว	ทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสาร			
	บวก	กลาง	ลบ	รวม
ข่าว	143 (44.1)	145 (44.8)	36 (11.1)	324 (100.0)
คอลัมน์	12 (33.3)	19 (52.8)	5 (13.9)	36 (100.0)
บทความ	11 (31.4)	17 (48.6)	7 (20.0)	35 (100.0)
บทบรรณาธิการ	3 (60.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	5 (100.0)
รวม	169 (42.2)	182 (45.5)	49 (12.3)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.5 แสดงรูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มน้ำแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ไทย จำแนกตามทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสาร

สำหรับการนำเสนอรูปแบบข่าว สื่อมวลชนมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบข่าว 324 ชิ้นข่าว สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวในทิศทางกลางมากที่สุด มีการนำเสนอจำนวน 145 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ

44.8 รองลงมาคือ นำเสนอในทิศทางบวก 143 ร้อยละ 44.1 และนำเสนอในทิศทางลบ จำนวน 36 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

การนำเสนอรูปแบบคอลัมน์ สื่อมวลชนมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบคอลัมน์ 36 ชิ้นข่าว โดยสื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวในทิศทางกลางมากที่สุด มีการนำเสนอจำนวน 19 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ นำเสนอในทิศทางบวก 12 ร้อยละ 33.3 และนำเสนอในทิศทางลบ จำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ส่วนการนำเสนอรูปแบบบทความ สื่อมวลชนมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบบทความ จำนวน 35 ชิ้นข่าว สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวในทิศทางกลางมากที่สุด มีการนำเสนอจำนวน 17 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ นำเสนอในทิศทางบวก มีการนำเสนอจำนวน 11 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 31.4 และนำเสนอในทิศทางลบ จำนวน 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ส่วนการนำเสนอรูปแบบบทบรรณาธิการ สื่อมวลชนมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบบรรณาธิการจำนวน 5 ชิ้นข่าว สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวในทิศทางบวกมากที่สุด มีการนำเสนอจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ นำเสนอในทิศทางกลาง 1 ชิ้น ร้อยละ 20.0 และนำเสนอในทิศทางลบ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

โดยสรุปแล้ว พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวสารส่วนใหญ่ ได้แก่ ข่าว คอลัมน์ บทความ จะมีทิศทางการนำเสนอข่าวสารในทิศทางกลางเสียเป็นส่วนใหญ่ มีเพียงรูปแบบบทบรรณาธิการเท่านั้นที่นำเสนอข่าวในทิศทางบวก



**วัตถุประสงค์ที่ 2 :** เพื่อศึกษาประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลมของสื่อ  
หนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงปริมาณความถี่การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุม  
เครื่องดื่มน้ำอัดลมของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

ลำดับ ที่	ประเด็นข่าว	จำนวน (ชิ้น)	ร้อยละ
1	ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตาม พ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง	97	24.2
2	ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการ ฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง	56	14.0
3	ประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำ ผิด การจับหรือปรับ	48	12.0
4	ประเด็นความกึ่งหน้าการ พัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุง กฎกระทรวงเพิ่มเติม	46	11.5
5	ประเด็นเกี่ยวกับการรณรงค์การบังคับใช้กฎหมายจากภาคส่วนต่างๆ	46	11.5
6	ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบาย แห่งชาติ, คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลม คณะกรรมการ ควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลมกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการ ควบคุมเครื่องดื่มน้ำอัดลมระดับจังหวัด	41	10.3
7	ประเด็นเกี่ยวกับการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะ กันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯ กับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ.	34	8.5
8	ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบ จากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ.	32	8.0
จำนวนรวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.6 ตารางแสดงปริมาณการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุม  
เครื่องดื่มน้ำอัดลมของสื่อหนังสือพิมพ์ไทย พบว่า ประเด็นข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอ  
บ่อยครั้งมากที่สุด คือ ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.

ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอมากถึงร้อยละ 24.2 รองลงมา คือ การนำเสนอประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 14.0 และมีการนำเสนอประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ ร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ส่วนประเด็นที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนน้อยที่สุดนั้นก็คือ ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ. เกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ. นำเสนอร้อยละ 8.0 เท่านั้น ซึ่งมีตัวอย่างการนำเสนอประเด็นข่าวที่ถูกนำเสนอมากที่สุดตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ. ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง** คือ การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของภาคส่วนต่างๆทั้งองค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กร NGO สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า เครือข่ายเยาวชนป้องกันภัยแอลกอฮอล์ เครือข่ายนักวิชาการป้องกันภัยแอลกอฮอล์ต่างๆ เครือข่ายรณรงค์ต่อต้านแอลกอฮอล์จากหน่วยงานต่างๆฯลฯ ที่ต่างออกมาแสดงจุดยืน หรือร้องเรียนการกระทำผิดกฎหมายจากภาคธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการทำหน้าที่ของคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับนโยบาย ที่มีความล่าช้าในการผลักดันกฎหมาย โดยขอยกตัวอย่างการนำเสนอข่าว จากการพาดหัวข่าวและพาดหัวรองแต่ละฉบับดังนี้

“หมกมอมเหล้าคนไทย แก้ม.อุ้มน้ำมาวันนี้”

กลุ่มธุรกิจเหล้าบุกทำเนียบรัฐบาล ชงนายกฯแก้ม.อ้างก่อปัญหาเพียบ ด้านหมักอบายมุขรับปากกลุ่มธุรกิจขายสุรา นำปัญหาถกกรม.วันนี้ ด้านศูนย์วิจัยปัญหาสุราชี้มาตรา 30 เหตุอันดับหนึ่งคนติดเหล้า เดือนนายกฯนั่งถึงประ โยชน์ประชาชนมากกว่าธุรกิจ ลั่นหากรัฐบาลมุ่งแต่อบายมุข อยู่ไม่ครบทอมแน่ เครือข่ายเยาวชนงดเหล้าฯ เตือนระดมพลังกดดันทำเนียบวันนี้ ขณะที่นักวิชาการจี “ไชยา” เร่งออกก้ากระทรวงคุมเหล้า”

(พาดหัวข่าวและหัวรองจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 11 มีนาคม 2551)

“สธ. เตือนบริษัทเหล้าฝืน โฆษณาสบช่องเทศกาลระหึม”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 12 เมษายน 2551)

“แลบริษัชน้ำเมาทำผิดกม.-ปรับ 200ล”.

“เครือข่ายด้านเหล้า แลบริษัชน้ำเมาฝ่าฝืนกม. โขว์ภาพขวดเต็มๆ ในทุกสื่อเกือบ 400 แบบ 23 ยี่ห้อ ทั้งป้ายตู้ไฟ บิลบอร์ด แบนเนอร์เคลื่อนถนนทั่วกรุง เบนมอร์แชมป์ทำผิด ตามด้วยสิงห์ ไฮเนเก้น ต้องโดนปรับไม่ต่ำกว่า 200 ล้านบาท”

(พาดหัวข่าวและหัวรองจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ฉบับวันที่ 28 สิงหาคม 2551)

“พบ 9 บ. น้ำเมาเย้ยกฎหมาย อัค โปร โมทคิงนักคิมเปียบ ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย ฉบับวันที่ 21 พฤษภาคม 2551)

“แฉ 91 ร้านเหล้าฝ่าฝืน-จี้ตำรวจ เข้มกม.”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2553)

“เครือข่ายงดเหล้าบุกร้องน้ำเมา แหกกม. ชงประกาศห้ามขายบนถนน แลเหล้าปั่นเคลื่อนมหาวิทยาลัยภาคเหนือ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554)

“จี้ลงดาบโฆษณาเบียร์จริงจังเลยกม. วอนเดินหน้ากฎหมายลูกคุ่มน้ำเมา”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2555)

ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง คือ การที่ภาคส่วนต่างๆ อาทิ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คณะกรรมการควบคุมระดับต่างๆ เจ้าหน้าที่ตำรวจ มีความเอาใจริงเอาจังในการดำเนินคดีบังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิด เช่น ภาคธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงประชาชนทั่วไป โดยขอยกตัวอย่างการนำเสนอข่าวและพาดหัวข่าวแต่ละฉบับดังนี้

“สธ.ฟ้อง 4 บ. เบียร์ล๊อตแรก 65 คดี ชี้เบียร์สิงห์39 คดี ช้าง 14คดี ลีโอ11คดี อาซาฮี1คดี”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 22 ธันวาคม 2552)

“แจ้งจับบริษัชน้ำเมา ฝืนกม.65คดี”

“สิงห์ ช้าง อ่วม ผู้แทนสช. ส่งหลักฐานให้ตำรวจดำเนินการ กระทรวงสาธารณสุขเอาจริง รวบรวมหลักฐานจากที่มีผู้ร้องเรียนส่ง สดช. ดำเนินคดีบริษัทนำเมาฝ้าฝืนกฎหมาย ตั้งแต่เปิดลาน เบียร์ ทำปฏิทิน เสื้อ รอยนต์ รวม 65 คดี ”

(พาดหัวข่าวและหัวรองจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 22 ธันวาคม 2552)

“สช. เหมินการเมืองลุยฟ้องบ. เหล้า มานิตเล็งคุมลานเบียร์ในพื้นที่ราชการ ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 23 ธันวาคม 2552)

“ถึงคิวช้าง สช. เล็งเชือดโฆษณาเบียร์ แจ่งจับล็อต2อีก 150 คดี เข้ายกม. เหล้า ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 13 มกราคม 2553)

“บังคับเข้มกม. คุมน้ำเมาเด็ก

กทม. เดินหน้าบังคับใช้กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จัดประชุมพนักงานเจ้าหน้าที่ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กว่า 500 นาย คุมเข้ม เน้นเอาผิดคนฝ่าฝืนตามกฎหมาย ตั้งเป้าลดยอด นักดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะวัยรุ่นพร้อมเปิดสายด่วน 1555 รับร้องเรียนตลอด 24 ชม. ”

(พาดหัวข่าวและหัวรองจากหนังสือพิมพ์บ้านเ ฉบับวันที่ 29 มกราคม 2553)

“นพ. สมานจับลูกอมผสมเหล้า ผิดกม. ขายตามแหล่งบันเทิง ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 8 มีนาคม 2554)

“หมอสมนานำทีมจับร้านเหล้ากลางงานบุญบั้งไฟที่ร้อยเอ็ด เทศบาลปล่อยเฉย ร้องมท. ตรวจสอบ ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์แนวหน้า ฉบับวันที่ 4 มิถุนายน 2555)

ประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ คือ การที่ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้ออกกฎหมายเอง สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หน่วยงานด้านสาธารณสุข สถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนา ฯลฯ มีการรณรงค์ให้ความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การ จับหรือปรับ ซึ่งอาจจะเป็นการนำเสนอให้ความรู้ในส่วนของการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

ของตนเองหรือให้ความรู้ในภาพรวม โดยขอยกตัวอย่างการนำเสนอข่าวและพาดหัวข่าวแต่ละฉบับ ดังนี้

“ห้าม ซดเหล้า-เบียร์ ในวัดฝ่าฝืนติดคุก6เดือน-ปรับ1หมื่นบาท”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 8 พฤษภาคม 2551)

“เดือนนักดื่มหมดสิทธิ์เข้าสวนสาธารณะ”

(พาดหัวบทความจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ฉบับวันที่ 4 กรกฎาคม 2551)

“ศาสนสถาน ปลอดเหล้า-บุหรี่”

(พาดหัวบทความจากหนังสือพิมพ์สยามรัฐ ฉบับวันที่ 23 มีนาคม 2552)

“แจ้งเกณฑ์ค่าปรับกม.เหล้า”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 17 มิถุนายน 2553)

“คนไทยติดสุรา 30% แฉใช้พริตตี้ล่อใจโจ้”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 27 มกราคม 2554)

“กม.ห้ามกึ่งบนรถ-รง.บังคับใช้แล้ว วอนเร่งประชาสัมพันธ์รับมือช่วงปีใหม่”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม 2555)

ตารางที่ 4.7 แสดงปริมาณ ในการนำเสนอสาระสำคัญของมาตราต่างๆตามพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ลำดับ	สาระสำคัญของมาตราในพ.ร.บ.	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ
1	มาตรา 32 ห้ามผู้ใดโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงใจให้ผู้อื่นดื่มโดยตรงหรือโดยอ้อม	163	40.7
2	มาตรา 27 ห้ามขายในสถานที่ที่กฎหมายกำหนด เช่น วัด, สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ, สถานที่ราชการ, หอพัก, สถานศึกษา,	121	30.2

ลำดับ	สาระสำคัญของมาตราในพ.ร.บ.	จำนวน (ครั้ง)	ร้อยละ
	สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง, สวนสาธารณะ และสถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด		
3	มาตรา 31 ห้ามดื่มในสถานที่ที่กฎหมายกำหนด เช่น วัด, สถานบริการสาธารณสุขของรัฐ, สถานที่ราชการ, หอพัก, สถานศึกษา, สถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิง, สวนสาธารณะ และสถานที่อื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด	104	26.0
4	มาตรา 30 ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยใช้เครื่องขายอัตโนมัติวิธีการเร่ขาย หรือลด แลก แจก แถม เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย	98	24.5
5	มาตรา 29 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่ายี่สิบปีบริบูรณ์ และบุคคลที่มีอาการเมินเมาจนครองสติไม่ได้	70	17.5
6	มาตรา 28 ห้ามมิให้ผู้ใดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัน หรือเวลาที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ	46	11.5
7	มาตรา 26 ผู้ผลิต หรือผู้นำเข้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จัดให้มีบรรจุภัณฑ์ ฉลาก พร้อมทั้งข้อความคำเตือนสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิต หรือนำเข้า ทั้งนี้ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการควบคุมประกาศกำหนด	18	4.5
จำนวนรวม		620	100.0

หมายเหตุ : ในข่าวบางข่าว จะมีการนำเสนอสาระสำคัญได้มากกว่า 1 มาตรา

จากตารางที่ 4.7 ตารางแสดงปริมาณในการนำเสนอสาระสำคัญของมาตราต่างๆตามพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ตลอดช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาสื่อมวลชนได้นำเสนอข่าวสารถึงสาระสำคัญในมาตราต่างๆถึงจำนวน 620 ครั้ง จากจำนวน 400 ชิ้นข่าว โดยมีการนำเสนอสาระสำคัญในมาตรา 32 มากที่สุด โดยการนำเสนอจำนวน 163 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ การนำเสนอสาระสำคัญมาตรา 27 นำเสนอจำนวน 121 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.2 และนำเสนอสาระสำคัญในมาตรา 31 มีการนำเสนอจำนวน 104 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.0 ส่วนมาตราที่ถูกนำเสนอน้อยที่สุด คือ มาตรา 26 มีการนำเสนอ 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละเพียง 4.5 เท่านั้น

ตารางที่ 4.8 แสดงปริมาณความถี่การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยกับความครอบคลุมกับการนำเสนอสาระสำคัญของมาตราต่างๆในพ.ร.บ.

ประเด็นข่าว	มาตรา	มาตรา	มาตรา	มาตรา	มาตรา	มาตรา	มาตรา	รวม
	26	27	28	29	30	31	32	
ประเด็นการจับตาฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ. ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง	0 (0.0)	15 (11.0)	7 (5.1)	16 (11.8)	41 (30.1)	10 (7.4)	47 (34.6)	136 (100.0)
ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง	1 (0.9)	17 (15.9)	3 (2.8)	17 (15.9)	16 (15.0)	11 (10.3)	42 (39.2)	107 (100.0)
การให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ	2 (2.0)	25 (25.6)	10 (10.2)	15 (15.3)	9 (9.2)	25 (25.5)	12 (12.2)	98 (100.0)
ประเด็นความคืบหน้าการ พัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎกระทรวงเพิ่มเติม	7 (8.1)	28 (32.6)	6 (7.0)	7 (8.1)	4 (4.7)	26 (30.2)	8 (9.3)	86 (100.0)
ประเด็นเกี่ยวกับการรณรงค์การบังคับใช้กฎหมายจากภาคส่วนต่างๆ	0 (0.0)	21 (33.9)	5 (8.1)	9 (14.5)	1 (1.6)	20 (32.2)	6 (9.7)	62 (100.0)
ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติ ฯลฯ	4 (7.7)	7 (13.4)	11 (21.2)	0 (0.0)	13 (25.0)	7 (13.5)	10 (19.2)	52 (100.0)
ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ.	3 (6.8)	6 (13.6)	3 (6.8)	6 (13.6)	8 (18.2)	5 (11.5)	13 (29.5)	44 (100.0)
ประเด็นเกี่ยวกับการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯกับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ.	1 (2.9)	2 (5.7)	1 (2.9)	0 (0.0)	6 (17.1)	0 (0.0)	25 (71.4)	35 (100.0)
จำนวนรวม	18 2.9	121 19.5	46 7.4	70 11.3	98 15.8	104 16.8	163 26.3	620 (100.0)

จากตารางที่ 4.8 ตารางแสดงปริมาณความถี่การนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ไทยกับความครอบคลุมในการนำเสนอสาระสำคัญในมาตราต่างๆของพ.ร.บ. พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญในมาตราต่างๆของพ.ร.บ. ทั้งหมด จำนวน 620 ครั้ง จากจำนวน 400 ชิ้นข่าว ซึ่งประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาสาระแต่ละมาตรามากที่สุด คือประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอสาระสำคัญมาตราต่างๆจำนวน 136 ครั้ง รองลงมาคือ ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีการนำเสนอสาระสำคัญมาตราต่างๆจำนวน 107 ครั้ง และการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ มีการนำเสนอสาระสำคัญมาตราต่างๆจำนวน 98 ครั้ง ตามลำดับ

ส่วนประเด็นข่าวที่มีการนำเสนอสาระสำคัญมาตราต่างๆน้อยที่สุด คือ ประเด็นเกี่ยวกับการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯกับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ. มีการนำเสนอสาระสำคัญมาตราต่างๆจำนวน 35 ครั้ง

นอกจากนี้ผู้วิจัยจึงขอสรุปข้อมูลในแต่ละประเด็นที่สื่อมวลชนได้นำเสนอ ว่าแต่ละมาตรานั้น ได้มีการนำเสนอมาตราไหนมากน้อยอย่างไรดังนี้

ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 136 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 32 ที่สุด นำเสนอจำนวน 47 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 28 นำเสนอเพียง 7 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 107 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 32 ที่สุด นำเสนอจำนวน 42 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 26 นำเสนอเพียง 1 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 98 ครั้ง โดยนำเสนอมาตราที่ 27 และ 31 มากที่สุด โดย



ทั้ง 2 มาตรา มีการนำเสนอจำนวนมาตราละ 25 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 26 นำเสนอเพียง 2 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นความคืบหน้าการ พัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎกระทรวงเพิ่มเติม พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 86 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 28 ที่สุด นำเสนอจำนวน 28 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 30 นำเสนอเพียง 4 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นเกี่ยวกับการรณรงค์การบังคับใช้กฎหมายจากภาคส่วนต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 62 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 27 มากที่สุด นำเสนอจำนวน 21 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 30 นำเสนอเพียง 1 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติ, คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 52 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 30 มากที่สุด นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 26 นำเสนอเพียง 4 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ. พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 44 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 32 มากที่สุด นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 26 และมาตรา 28 แต่ละมาตรานำเสนออย่างละ 3 ครั้งเท่านั้น

ประเด็นเกี่ยวกับการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ. ๑ กับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ. พบว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอสาระสำคัญในแต่ละมาตราทั้งหมด 35 ครั้ง โดยนำเสนอมาตรา 32 ที่สุด นำเสนอจำนวน 25 ครั้ง ส่วนมาตราที่นำเสนอในประเด็นนี้น้อยที่สุด คือ มาตรา 26 และมาตรา 28 แต่ละมาตรานำเสนออย่างละ 1 ครั้งเท่านั้น

จากการนำเสนอสาระสำคัญต่างๆของพ.ร.บ.ผ่านประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า ในแต่ละประเด็นส่วนใหญ่จะนำเสนอสาระสำคัญมาตรา 27 และมาตรา 32 เป็นส่วนมาก ส่วนประเด็นที่ถูกนำเสนอค่อนข้างน้อย คือ มาตรา 26 และมาตรา 28

**วัตถุประสงค์ที่ 3 :** เพื่อศึกษาทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ ของสื่อหนังสือพิมพ์ไทย

ตารางที่ 4.9 แสดงทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสาร จำแนกตามประเด็นข่าว

ทิศทางการนำเสนอข่าว	ประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมกาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ								
	ประเด็นที่ 1	ประเด็นที่ 2	ประเด็นที่ 3	ประเด็นที่ 4	ประเด็นที่ 5	ประเด็นที่ 6	ประเด็นที่ 7	ประเด็นที่ 8	รวม
กลาง	26 (14.3)	32 (17.6)	17 (9.3)	33 (18.1)	29 (15.9)	10 (5.5)	28 (15.4)	7 (3.9)	182 (100.0)
บวก	22 (13.0)	14 (8.3)	16 (9.5)	64 (37.8)	23 (13.6)	13 (7.7)	16 (9.5)	1 (0.6)	169 (100.0)
ลบ	0 (0.0)	0 (0.0)-	8 (16.3)	0 (0.0)	4 (8.2)	11 (22.4)	2 (4.1)	24 (49.0)	49 (100.0)
รวม	48 (12.0)	46 (11.5)	41 (10.0)	97 (24.2)	56 (14.0)	34 (8.5)	46 (11.5)	32 (8.0)	40 (100.0)

หมายเหตุ ประเด็นที่ 1 คือ ประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ

ประเด็นที่ 2 คือ ประเด็นความคืบหน้าการ พัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎกระทรวงเพิ่มเติม

ประเด็นที่ 3 คือ ประเด็นบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติ, คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด

ประเด็นที่ 4 คือ ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.

ประเด็นที่ 5 คือ ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้อง

ประเด็นที่ 6 คือ ประเด็นการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯกับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ.

ประเด็นที่ 7 คือ ประเด็นเกี่ยวกับการรณรงค์การบังคับใช้กฎหมายจากภาคส่วนต่างๆ

ประเด็นที่ 8 คือ ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมาย

จากตารางที่ 4.9 ตารางแสดงทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสาร พบว่า สื่อมวลชนมีทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสารในทิศทางกลางมากที่สุด โดยนำเสนอถึงจำนวน 182 ชิ้นข่าว รองลงมา คือ ทิศทางบวก นำเสนอจำนวน 169 ชิ้นข่าว และทิศทางลบ นำเสนอ 49 ชิ้นข่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยจึงขอสรุปทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวโดยจำแนกตามประเด็นข่าวว่า ในแต่ละทิศทางข่าวนั้นได้ให้น้ำหนักหรือนำเสนอในประเด็นใดมากน้อยกว่ากัน

สำหรับการนำเสนอประเด็นข่าวสารในทิศทางกลาง หรือการนำเสนอข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะเป็นกลาง ซึ่งมีการนำเสนอทั้งสิ้นจำนวน 182 ชิ้นข่าว พบว่าประเด็นที่สื่อมวลชนได้แสดงทิศทางการเป็นกลางมากที่สุด คือ ประเด็นที่ 4 การจับตาเผ่าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเสนอจำนวน 33 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 18.1 รองลงมาคือ ประเด็นที่ 2 ความคืบหน้าการพัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎกระทรวงเพิ่มเติม นำเสนอจำนวน 32 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 17.6 และการนำเสนอประเด็นที่ 5 การดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง นำเสนอจำนวน 29 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

**ตัวอย่างข่าวทิศทางกลาง ประเด็นการจับตาเผ่าระวัง แจ้งเรื่องร้องเรียนฯ**

*“ประเวศเตือน ห้ามแก้กฎหมายคุมเหล้า”*

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 15 มีนาคม 2551)

**ตัวอย่างข่าวทิศทางกลาง ประเด็นความคืบหน้าการพัฒนากฎหมาย แก้ไขปรับปรุงกฎกระทรวงเพิ่มเติม**

*“สช.เร่งกฎกระทรวงพ.ร.บ.เหล้า สกัดบริษัทนำเมาโฆษณาเกลือ”*

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันที่ 16 ตุลาคม 2551)

**ตัวอย่างข่าวทิศทางการ ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆ**

“สธ. แจ้งความเป็ยร์ 4 ยี่หื้อคัง ผิดฐานละเมิดโฆษณา 65 คดี”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์มติชนสุดสัปดาห์ ฉบับวันที่ 25 ธันวาคม 2552)

สำหรับการนำเสนอประเด็นข่าวสารในทิศทางบวก หรือการนำเสนอข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะเชิงสนับสนุนพ.ร.บ. ซึ่งมีการนำเสนอทั้งสิ้นจำนวน 169 ชิ้นข่าว พบว่าประเด็นที่สื่อมวลชนได้แสดงทิศทางการเป็นบวกมากที่สุด คือ ประเด็นที่ 4 การจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเสนอจำนวน 64 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ ประเด็นที่ 5 การดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีนำเสนอจำนวน 23 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 13.6 และการนำเสนอประเด็นที่ 1 การให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ นำเสนอจำนวน 22 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

**ตัวอย่างข่าวทิศทางบวก ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมฯ จากภาคส่วนต่างๆ**

“พรบ.คูนน้ำเมา แค่อี้อกระดาษ”

“สรุปแล้วจากวันที่พรบ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลบังคับใช้จนกระทั่งถึงวันนี้ก็ 6 เดือนแล้ว แต่เหมือนพ.ร.บ.ดังกล่าวไม่มีความหมาย เป็นเพียงตัวหนังสือที่อยู่ในกระดาษ แต่กลับไม่จัดการหรือดำเนินงานให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง แล้วอย่างนี้กฎหมายจะศักดิ์สิทธิ์ได้อย่างไร”

(พาดหัวคอลัมน์และสรุปส่วนท้ายจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 9 สิงหาคม 2551)

**ตัวอย่างข่าวทิศทางบวก ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆ**

“สธ.เมินการเมืองลู่ฟือ่งบริษัทเหต้า มานิดเล็งคูนลานเป็ยร์ในพื้นที่ราชการ”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 23 ธันวาคม 2552)

ตัวอย่างข่าวทิศทางบวก ประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิดฯ

“ละเมียดชายเหล่า – ให้ตำรวจปรับทันที สข.เร่งจูนรินทร์ เซนต์ร่างประกาศคุมแอลกอฮอล์”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ข่าวสด ฉบับวันที่ 5 เมษายน 2554)

สำหรับการนำเสนอประเด็นข่าวสารในทิศทางลบ หรือการนำเสนอข่าวโดยใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะเชิงไม่สนับสนุนพ.ร.บ. ซึ่งมีการนำเสนอทั้งสิ้นจำนวน 49 ชิ้นข่าว พบว่าประเด็นที่สื่อมวลชนได้แสดงทิศทางการเป็นลบมากที่สุด คือ ประเด็นที่ 8 ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ. นำเสนอจำนวน 24 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือประเด็นเกี่ยวกับการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯกับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ.มีนำเสนอจำนวน 11 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 22.4 และประเด็นที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติ, คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด นำเสนอจำนวน 8 ชิ้นข่าว คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ตัวอย่างข่าวทิศทางลบ ประเด็นข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย, ผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ

“ส.กัตตาการ โวย พ.ร.บ.เหล่าพันพิษ ยอดขายหด 60%”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 23 มีนาคม 2551)

ตัวอย่างข่าวทิศทางลบ ประเด็นการโต้แย้ง การตอบโต้ การให้ข้อมูลโจมตี ปะทะกันระหว่างของฝ่ายที่สนับสนุนพ.ร.บ.ฯกับฝ่ายที่คัดค้านพ.ร.บ.

“สิ่งฮึดจ่อฟ้องกลับ นางแบบลีโอนุก กมธ. ลูกเกดนำทีม งง เชิญมาทำไม”

(พาดหัวข่าวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับวันที่ 24 ธันวาคม 2552)

ตัวอย่างข่าวทิศทางลบ ประเด็นบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการนโยบายแห่งชาติ, คณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัด

“ไชยา ไบ๋สมักร แก่กม.คุมเหล้า”

“ปิดไม่รู้เรื่องแก้กฎหมายเหล้า ไบ๋นายกสั่งอย่างไรก็จะทำตาม”

(พาดหัวข่าวและหัวรองจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 13 มีนาคม 2551)

## ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสื่อหนังสือพิมพ์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์จำนวน 5 ท่านเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยที่มีต่อพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งเป็นผู้สื่อข่าวที่ได้ติดตามทำข่าวเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่กฎหมายมีการประกาศใช้ ซึ่งนักข่าวที่ได้สัมภาษณ์เชิงลึกประกอบไปด้วย คุณเมธาวิ มีชนันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด, คุณพวงชมพู ประเสริฐ ผู้สื่อข่าวสำนักพิมพ์คมชัดลึก, คุณ วารุณี สิทธิรังสรรค์ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน, คุณพรประไพพร เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และคุณสิรินภา อิมศิริ ผู้สื่อข่าวภาคสนามสายสังคม-สตรี สังกัดกองบรรณาธิการ ส่วนเอ็กซ์ไซต์หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

สำหรับผลการวิจัยที่ได้จากสัมภาษณ์สื่อมวลชนนั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 4 คือ เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของผู้สื่อข่าวเพื่อการทำงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ จากสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะทำการสรุปตามหัวข้อย่อยของข้อเสนอแนะในด้านต่างๆดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นต่อพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแง่ของการนำไปใช้ประโยชน์ และในการนำไปบังคับใช้กฎหมาย

1.1 สามารถจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ให้เยาวชนและประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเครื่องดื่ม ส่งผลต่อการช่วยลดจำนวนนักดื่ม ทั้งหน้าใหม่และหน้าเก่า เพราะประชาชนมีการตื่นตัว หรือรู้กฎหมายมากขึ้น

1.2 กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่ทำมาเพื่อบังคับใช้กับประชาชนทั่วไป ทุกกลุ่ม ทุกชนชั้น ทุกอาชีพ มิใช่ประชาชนบางกลุ่ม หรือเฉพาะกลุ่มธุรกิจบางกลุ่มเท่านั้น

1.3 ช่วยสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้แก่บ้านเมืองมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นในอดีต ลดผลกระทบหรือปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

2. ความคิดเห็นต่อช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือประสานงานด้านข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม

2.1 การติดต่อประสานงานผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการกรมควบคุมโรค

2.2 การติดต่อประสานงานผ่านทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

2.3 การติดต่อประสานงานผ่านทางเครือข่ายต่างๆที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการณรงค์งดเหล้า

3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ต่อการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.1 ปัญหาที่เกิดจากภายในตนเอง เช่น ขาดความเข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกที่แน่ชัดในตัว บทกฎหมาย, หรือสื่อมวลชนมีความสนใจในเพียงบางมาตรา จึงทำให้ไม่สามารถนำเสนอข่าวได้ครอบคลุมทุกประเด็นหรือสาระสำคัญของมาตราต่างๆ

4. ปัจจัยที่ช่วยหนุนเสริมให้การทำงานของสื่อมวลชนและหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสื่อมวลชนมีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

4.1 การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงข้อมูลเชิงสถิติต่างๆไว้ภายในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ หรือมีการส่งตารางกิจกรรมให้แก่สื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชน หรือผู้ที่สนใจสามารถที่จะไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือเข้ามาใช้บริการในส่วนของการขอข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น

4.2 มีการจัดทำศูนย์ข้อมูลข่าวสาร เช่น การมีข้อมูลเอกสาร แผ่นพับ รวบรวมเผยแพร่เรื่อง พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยเฉพาะให้แก่สื่อมวลชน ภาควิชาเครือข่าย หรือบุคคลที่สนใจ สามารถเข้าไปติดต่อขอข้อมูลได้ตลอดเวลา

5. สาเหตุที่ยังมีประชาชนฝ่าฝืนกระทำผิดกฎหมาย

5.1 สาระสำคัญของกฎหมายบางมาตรา ไม่สามารถบังคับได้จริงในทางปฏิบัติ/ ความยากลำบากในการเฝ้าระวังจับกุมความผิดบางกรณี

5.2 ขาดบุคลากรที่มีความจริงใจในการเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิด หรือมิได้ให้ความสำคัญกับปัญหาที่อาจมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเพียงปัญหาเล็กๆ

5.3 ประชาชนขาดความตระหนัก หรือเกรงกลัวในกฎหมาย มีค่านิยมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ฝังลึก รักความสนุกสนาน ยึดติดความสนุกสนานต้องมาคู่กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.4 การมีกลุ่มนายทุนธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้การสนับสนุนนักการเมือง ผู้กำหนดนโยบายกฎหมาย จึงทำให้เกิดช่องโหว่ในการออกกฎหมาย หรือบังคับใช้กฎหมาย

6. แนวทางปฏิบัติต่อการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น

6.1 มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ประชาชนเห็นถึงผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้

6.2 เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ต้องมีการเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริง เพื่อให้ประชาชนรู้และเกิดการปฏิบัติตาม

6.3 มีการปลูกฝัง สร้างความตระหนักเกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการรณรงค์ให้ความรู้ข้อกฎหมายในสถานที่ต่างๆ

7. บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

7.1 นำเสนอข่าวสารเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับสถานการณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผลกระทบจากการดื่ม สถานการณ์การบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น

7.2 สามารถนำประเด็นอื่นๆมาเชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อกฎหมายมากขึ้น

8. ปัจจัยในการคัดเลือกข่าว และการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหน้าหนังสือพิมพ์

8.1 ข่าวที่มีความสด ความใหม่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน

8.2 ข่าวที่มีความเด่น หรือมีผลกระทบต่อสังคมและประชาชน



## 1. ความคิดเห็นต่อพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแง่ของการนำไปใช้ประโยชน์ และในการนำไปบังคับใช้กฎหมาย

จากการสัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยทั้ง 5 ชื่อฉบับ ในเรื่องของมุมมองด้านผลดี หรือคุณประโยชน์ของการผลักดันให้มีกฎหมาย พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ขึ้นมาบังคับใช้ตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาได้ผลสรุปออกมาดังนี้

### 1.1 สามารถจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ให้เยาวชนและประชาชนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่ม ส่งผลต่อการช่วยลดจำนวนนักดื่ม ทั้งหน้าใหม่ และหน้าเก่า เพราะประชาชนมีการตื่นตัว หรือรู้กฎหมายมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน พบว่า ประโยชน์ที่สามารถมองเห็นได้ชัด คือ กฎหมายฉบับนี้ ช่วยจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ให้เยาวชน หรือประชาชนสามารถเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ง่ายหรือสะดวกยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดสถานที่ห้ามดื่มห้ามขาย จำกัดวันเวลา จำกัดอายุ จำกัดการโฆษณา การส่งเสริมการขายซึ่งเป็นตัวกระตุ้นทำให้ประชาชนอยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเมื่อจำกัดการเข้าถึงได้แล้วก็ส่งผลให้ลดจำนวนนักดื่มให้ลดน้อยลง ทำให้พฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชนนั้นเปลี่ยนไปด้วย เช่น เมื่อการจำกัดการห้ามดื่มในสถานที่ราชการ หรือสวนสาธารณะ คนก็จะมีความรู้ตัวน้อยลง เพราะไม่มีสถานที่ที่จะเอื้ออำนวยให้ดื่ม เป็นต้น ซึ่งไม่เหมือนในสมัยก่อนที่สามารถหาซื้อเครื่องดื่มเมื่อไรก็ได้เมื่อมีความต้องการ ในขณะที่เดียวกัน เมื่อประชาชนรู้กฎหมายมากขึ้น ก็ย่อมมีความตระหนักรู้มากขึ้น ประชาชนจะรู้และตระหนักคิดก่อนการซื้อมากขึ้น หากทำไปแล้วจะผิดกฎหมายหรือไม่

“แต่ก่อนมันไม่มีการรณรงค์เรื่องกฎหมายขนาดนี้ มันก็ทำให้คนสามารถหาซื้อเหล่าได้ง่าย แต่ตอนนี้มีการจำกัดเวลาการขาย สถานที่ห้ามขายมากขึ้น กฎหมายฉบับนี้ช่วยลดจำนวนคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้ลดน้อยลงได้ เพราะมันทำให้คนตื่นตัวมากขึ้น ประกอบกับการมีโฆษณา รณรงค์ออกมามากขึ้นทำให้คนรับรู้ง่าย”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

“ดูรวมๆมันก็อยู่ในแง่ของการป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ อยากให้มีการผลักดันกฎหมายต่อ และทำให้เป็นประเด็นเรื่อยๆ ไม่ใช่เงียบหายไป เพราะว่ามันเป็นสิ่งที่คืบหน้า ถ้าควบคุมได้โอเคเลยแม้มันอาจจะส่งผลต่อบางฝ่ายบ้าง แต่ในแง่ของลดจำนวนคนดื่มมันก็โอเคเลยนะ คือถ้าทำได้ก็จะเป็นประโยชน์”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“เริ่มเห็นว่ากฎหมายเข้ามาบีบบทบาท และก่อประโยชน์เรื่องการรับสารของกลุ่มเยาวชน ที่ไม่ต้องถูกกระตุ้นให้ร้องจากภาพที่ฉายอยู่ในทีวี บิลบอร์ด หรือป้ายโฆษณาอื่นๆ เช่น โฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในทีวี จากการดื่มเหล้าในละครช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ถูกงดฉายหรือไม่ก็ เซนเซอร์ กระทบการห้ามขายเหล้าในร้านสะดวกซื้อ ร้านโชห่วย ในวันที่รัฐกำหนด หรือจะเป็นกรณีชุมชนไร้แอลกอฮอล์ ก็ทำได้จำนวนหนึ่ง”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

1.2 กฎหมายฉบับนี้เป็นกฎหมายที่ทำมาเพื่อบังคับใช้กับประชาชนทั่วไป ทุกกลุ่ม ทุกชนชั้น ทุกอาชีพ มิใช่ประชาชนบางกลุ่ม หรือเฉพาะกลุ่มธุรกิจบางกลุ่มเท่านั้น

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยของเรานั้นมีการออกกฎหมายมาบังคับใช้กับคนบางกลุ่มเท่านั้น เช่น การปรับขึ้นภาษี การควบคุมการโฆษณา ก็จะมีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ธุรกิจโฆษณา ผู้ซื้อ ผู้ขายบางกลุ่ม แต่กฎหมายฉบับใหม่นี้จะควบคุมประชาชนทุกกลุ่มคน ไม่ว่าจะดำรงอาชีพอะไร หรืออยู่ในกลุ่มสังคมไหน ก็จำเป็นต้องปฏิบัติตามไปแนวทางเดียวกัน โดยกฎหมายฉบับนี้ได้เพิ่มเติมในเรื่องของการห้ามดื่ม หรือขายตามสถานที่ต่างๆขึ้นมา ก็ต้องปฏิบัติตามในแนวทางเดียวกันหมด

“กฎหมายนี้ที่เข้าถึงประชาชนทั่วไป ที่ผ่านมาก็มีมาตรการทางภาษีบ้าง ก็ควบคุมกับธุรกิจ แต่ไม่ได้มีมาตรการไหนที่เข้าถึงประชาชนคนไทยทั่วไปโดยปกติธรรมดา คนธรรมดาทั่วไป บางคนคิดว่าที่ผ่านมามีภาษีในการควบคุม แต่ในแง่ของคนบริโภคเอง อาจส่งผลกระทบต่อราคาของคนที่ต้องบริโภค แต่คนเราที่เป็นคนบริโภคเองชาวบ้าน คนทั่วก็จะไม่รู้ที่เราทำอย่างนี้ได้ไหมหรือไม่ได้ แต่การมี พรบ.นี้ ข้อดีของมันก็คือ สำหรับคนที่รู้กฎหมายก็จะคิดเองได้เลยว่าแทนที่เราจะไปซื้อเอง หรือใช้เด็กต่ำกว่า 18 แต่ตอนนี้อาจจะต้องอายุ 20 ถึงไปซื้อ ก่อนจะไปซื้อเราก็จะคิดว่ามันผิดกฎหมายนะสำหรับคนธรรมดาทั่วไปหรือสำหรับสังคมทั่วไปก็จะคิดตรงนี้นิดหนึ่ง”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### 1.3 ช่วยสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยให้แก่บ้านเมืองมากขึ้นกว่าที่เคยเป็นในอดีต ลดผลกระทบหรือปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“ในส่วนของพ.ร.บ. คิดว่าโดยหลักการแล้ว ของ พ.ร.บ. มันน่าจะเป็นประโยชน์ของคนโดยรวม ในแง่ของการบังคับใช้ ถ้ามันเป็นการบังคับได้จริงนะละ มันก็จะเป็นประโยชน์ทำให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถลดปัญหาผลกระทบที่จะเกิดจากการดื่มแอลกอฮอล์ได้นะละ”

(คุณเมธาวี มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 2. ความคิดเห็นต่อช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือประสานงานด้านข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม

สำหรับการติดต่อประสานงานระหว่างสื่อมวลชน กับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเรื่องการประสานงานด้านการขอข้อมูลข่าวสาร การติดตามทำข่าวเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า มีการติดต่อสื่อสารในลักษณะ 3 ทาง ได้แก่

### 2.1 การติดต่อประสานงานผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรค

สำหรับการติดต่อสื่อสารผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรค สื่อมวลชนจะทำการติดต่อประสานขอข้อมูลข่าวในกรณีที่ทำสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการจัดงานแถลงข่าว หรือมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทางสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะทำหนังสือบันทึกข้อความ ขอความร่วมมือมายังกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรค เมื่อทางสำนักงานฯจะมีการจัดกิจกรรม โดยขอความร่วมมือให้ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรค ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญในการเขียนข่าวเป็นผู้เขียนข่าว และทำการติดต่อประสานงานเชิญสื่อมวลชนให้มาร่วมงานในวันแถลงข่าวด้วย เพราะ กลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว ของกรมควบคุมโรคนั้นจะมีทำเนียบรายชื่อสื่อมวลชนอยู่แล้ว เมื่อทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรค ทำการเขียนข่าวให้แล้ว ก็จะทำการส่งกลับไปยังสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ภายในสำนักได้ทำการตรวจทานข้อมูลที่ถูกต้องอีกครั้ง ก่อนที่จะทำการเผยแพร่ต่อไป ประกอบกับทางกระทรวงสาธารณสุขจะมีห้องรับรองสำหรับนักข่าวสายกระทรวงสาธารณสุขโดยเฉพาะ เมื่อมีความเคลื่อนไหวใดๆเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สื่อมวลชนสายกระทรวงสาธารณสุขเหล่านี้ ก็สามารถที่จะเข้ามาขอข้อมูลกับทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรม

ควบคุมโรคได้ทันที เพราะทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรคนี้ จะทำหน้าที่เสมือนเป็นศูนย์กลางประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร คุณแลเรื่องข้อมูล ข่าวสารของแต่ละสำนักภายในกรมควบคุมโรค โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่จะต้องมีการเชิญผู้ใหญ่ในกรมมาเป็นประธานในพิธี หรือต้องมีสัมภาษณ์ การอ้างอิงถึงผู้ใหญ่อันดับสูงในกรม ก็จะต้องให้ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรค เป็นคนติดต่อประสานงานขอข้อมูลให้

ดังนั้นนักข่าวจึงรู้กันดีว่าหากต้องการสอบถามข่าวหรือขอข้อมูลข่าวแจก หรือรายละเอียดเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่มีการเขียนในเนื้อข่าวนั้น ก็สามารถขอผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรคได้เลย ซึ่งผู้สื่อข่าวก็ได้ให้ข้อมูลว่า การติดต่อประสานงานผ่านฝ่ายประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรคนั้น มีความสะดวกดี ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรค สามารถเป็นสื่อกลางในการประสานงานขอข้อมูลให้กับตนเองได้ ซึ่งการประสานงานในลักษณะนี้ก็ทำมาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว นักข่าวรุ่นใหม่ๆที่มาก็จะรู้ว่าต้องมาขอข้อมูลผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรคเช่นกัน

“ส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยได้ตัวกับพ็อดอาร์ของหมอสมานมากนัก แต่จะไปขอทางกรมควบคุมโรคเลย ขอทางที่ป้อมฝ่ายประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรคมากกว่า เพราะที่มันนั้นทำมานานและสามารถประสานงานให้เราได้มากกว่า ที่ป้อมอาจจะไปขอที่มันเองก็ได้เพราะเราไม่รู้จะไปขอช่องทางไหนเองมากกว่า อาจเป็นเพราะไม่ได้สื่อสารกันโดยตรง มันเป็นตั้งแต่แรกแล้วมั้ง ที่ที่ขอมาทางที่ป้อม มันไม่มีระบบว่าคุณต้องเข้าไปหาฝ่ายพ็อดอาร์ของทางหมอสมาน พอพูดถึงเรื่องเหล่านี้ บุหรี่ โรคระบาดทุกคนก็วิ่งเข้าไปหาพ็อดอาร์ของกรมควบคุมโรค ซึ่งพ็อดอาร์กลางก็จะประสานแล้วให้เบอร์มาอีกที ให้เราไปหาใคร หรือประสานให้ข้อมูลโดยตรงมาเลย มันเป็นความเคยชินของข่าวมากกว่า หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข มันเยอะมาก บางทีเราก็ไม่รู้ว่ามีหน่วยย่อยมีอะไรบ้าง มีพ็อดอาร์ย่อยๆอีกเราก็เหนื่อยที่จะวิ่งหา เราก็ติดต่อส่วนกลาง ส่วนกลางก็ทำให้เขาที่อยู่แล้วว่า แขนขาเขามีอะไรบ้าง ตรงไหนบ้าง ที่ป้อมเขาว่าควรจะไปถามใครอะไร บ้างที่ก็มักไม่ออกจะถามใครดี ที่ป้อมก็จะนึกให้”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ตอนนี่ที่คิดว่าใช้กลไกการทำงานของ PR ของกรมควบคุมโรคก็ได้ เพราะว่าถ้าสมมุติว่าสำนักงานหมอสมานมี PR ตรงจุดนั้นก็สมควรที่จะไปทำ PR กับชาวบ้านในแง่ของข้อกฎหมายหรืออะไรแบบนี้มากกว่า แต่ในแง่ของการทำงานกับสื่อมวลชน สามารถที่ใช้กลไกของกรมควบคุมโรคได้โดยที่ไม่ต้องมาทำงานซ้อนกัน เพราะว่าอย่างไรก็อยู่ในกรมเดียวกัน ในแง่การ

ประสานงานกับสื่อมวลชนผ่านทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรคถือว่าโอเค ช่วยลดความยุ่งยาก ลดการทำงานซ้ำซ้อนดี”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“พวกข่าวแจกต่างๆส่วนใหญ่จะได้จากกรมควบคุมโรค ส่งตรงมา แต่เวลาข่าวแจกมาพวกเราก็จะไม่ได้เอาแต่ข่าวแจก คือเวลาเราเห็นมีประเด็นอะไรเราก็จะโทรกลับไป หรือไม่เราก็จะตามอีกมากกว่า คือเวลาทำงานข่าวเรื่อง พ.ร.บ เหล้า เวลาข่าวแจกมันมากก็จะเป็นภาพรวมมากกว่า แต่ที่เป็นเรื่องเหล่านี้ที่ได้ขึ้นมา ส่วนใหญ่ได้มาจากการจับกุมบริษัท กลุ่มน้ำเมา กลุ่มลานเบียร์ เป็นการจับแบบที่หิว هوا หรือว่าลงพื้นที่ตรวจพวกผับย่านอาชีเอ อะ ไร่อย่างนี้ ตามสถานที่ท่องเที่ยว มันก็จะ เป็นข่าวได้แหละ”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 2.2 การติดต่อประสานงานผ่านทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงเป็นการสื่อสารแบบใหม่เป็นทางการ

นอกจากการติดต่อขอข้อมูลกับทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรคแล้ว ช่องทางการติดต่อสื่อสารในการสอบถามเรื่องข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกช่องทางของสื่อมวลชน นั่นก็คือ การติดต่อสื่อสารโดยตรงไปที่ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (นพ.สมาน พุตระกูล) ซึ่งจากการสอบถามจากผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์สายข่าวสาธารณสุข พบว่า เมื่อใดก็ตามที่สื่อมวลชนมีความสงสัยเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเด็นใด หรือมีความต้องการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อนำคำสัมภาษณ์ไปใช้ประกอบกับเนื้อเรื่องของข่าว หรือแม้กระทั่งการขอมูล ตัวเลขสถิติต่างๆก็สามารถติดต่อผ่านทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยวิธีการโทรศัพท์เข้าไปสัมภาษณ์ หรือสอบถามข้อมูลได้โดยตรง ด้วยเหตุที่ผู้สื่อข่าวสาธารณสุขส่วนใหญ่จะติดตามข่าวสารพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาตั้งแต่ต้น เมื่อมีข่าว หรือมีงานอีเวนต์จัดขึ้น ผู้สื่อข่าวก็จะเข้าไปขอ สัมภาษณ์กับทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่บ่อยครั้ง จึงทำให้เกิดความสนิทสนม เกิดความไว้วางใจกัน จึงทำให้ผู้สื่อข่าวสามารถขอข้อมูลได้สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งผู้สื่อข่าวได้ให้เหตุผลว่า ผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความเป็นกันเอง จึงสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้ตลอดเวลา ประกอบกับการทำ

หน้าที่ผู้สื่อข่าว ต้องมีการรายงานข่าววันต่อวัน ข่าวต้องมีความสด และใหม่ เร็วอยู่เสมอ หากเข้าไปขอข้อมูลกับทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว ของกรมควบคุมโรค หรือเจ้าหน้าที่ในสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็อาจจะเกิดความล่าช้าในการทำข่าวได้ เพราะหากมีการติดต่อผ่านทางผู้ได้บังคับบัญชา หรือลูกน้อง ทำให้เกิดลำดับขั้นตอนหลายชั้น หรือบางครั้งเจ้าหน้าที่อาจจะไม่สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือรวดเร็วได้เท่าผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การติดต่อโดยตรงผ่านทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงเป็นอีกช่องทางที่สะดวกที่สุด

“การขอข้อมูลจากทางสำนักงานเหมาะสม เวลาอยากได้ข้อมูลอะไร ก็ประสานติดต่อไปส่วนใหญ่จะติดต่อโดยตรงกับคุณเหมาะสม บางทีเขาก็จะส่งให้ฝ่ายต่างๆที่เราอยากได้ข้อมูลให้ไปหามา ไม่ว่าจะเป็ฝ่ายกฎหมาย ส่วนใหญ่จะเป็นฝ่ายกฎหมาย ไม่แน่ใจว่าเป็นใครบ้าง แต่เขาก็จะมีการรวบรวมสถิติให้นักข่าวไว้ใช้ส่วนหนึ่งก็ราบรื่นดี แต่ถ้าเป็นข่าว ส่วนใหญ่จะเป็นทางกรมควบคุมโรคที่จัดการให้เรา เป็นทางคุณป้อม หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรคที่จัดการให้ ส่วนใหญ่ก็คิวผ่านทางพี่ป้อมส่วนมาก หรือ ไม่ก็สัมภาษณ์หอบได้โดยตรงเลย ก็ไม่ต้องติดต่อผ่านใครก็สะดวกดี ถ้าว่างก็คุยได้โดยตรงเลย เพราะในการทำงานหนังสือพิมพ์มันต้องเร็วไง เพราะหนังสือพิมพ์มันต้องวันต่อวันไง มันมีระยะเวลากำหนดแต่มัวไปผ่านพีอาร์ พีอาร์ส่งให้คุณเหมาะสมกว่าคุณเหมาะสมจะว่างจะตอบกลับมากมันก็หมดเวลา แล้วเวลามันเป็นประเด็นร้อนมันไม่สามารถไปรอแบบนั้นได้ เวลาโทรหาแหล่งข่าวโดยตรงมันก็เป็นประโยชน์ด้านการงานทำให้รวดเร็วขึ้น ถ้าถามคนอื่นเวลาสัมภาษณ์มันต้องโค้ดชื่อ ใงว่านายแพทย์ สมาน พุตระกูล กล่าวว่าจะอย่างไร มันก็ต้องสัมภาษณ์บุคคลเหล่านั้นเองโดยตรง ถ้าไปถามทีมประชาสัมพันธ์ของเรา ก็จะไม่สามารถใ้ว่านายแพทย์ สมานกล่าวว่า นอกจากเป็นสลับ บทความที่ไม่ต้องเขียนชื่อใครเอาแหล่งข้อมูลคิบาย่อยเขียนอีกที อันนั้น ไม่ต้องสัมภาษณ์หอบสมานก็ได้ บอกทีมงานก็ได้ว่าให้เอาข้อมูลมา”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“โดยปกติจะเจอกับหอบสมานโดยตรง ขออะไรก็เอาก็หอบโดยตรง เราก็เลยไม่ต้องไปติดต่อกับลูกน้องของหอบเลย ไม่รู้เลยว่าสำนักหอบสมานมีฝ่าย PR ด้วย แต่ถ้าจะขอข้อมูลอะไรก็จะติดต่อหอบสมาน พอติดต่อไปก็จะได้เลย ว่าหอบเขามีข้อมูลอยู่แล้ว หอบเขาก็จะบอกว่ามีผิดกฎหมายอย่างนี้ละ แล้วให้เราไปตามจับตัวเอง แต่บางทีหอบก็จะส่งมาให้ แต่ถ้าเราต้องการสถิติก็โทรไปบอกหอบก็จะส่งมาให้ ซึ่งไม่แน่ใจว่าถ้าโทรไปขอลูกน้องก็คงไม่กล้าให้ก็เลยขอโดยตรงไปหาผอ.เองเลย ว่าให้ได้หรือไม่เขาตัดสินใจได้เลย ให้ได้ก็ส่งมาให้เลย แล้วโดยปกติจะขอข้อมูลทำ

ข่าวก็ต้องขอข้อมูลหรือสัมภาษณ์จากระดับสูงก่อนไม่ว่ากรมไหน ยกเว้นว่าถ้าโทรไปที่อธิบดีกรมควบคุมโรคถ้าท่านให้สัมภาษณ์ก็จบ แต่ถ้าท่านไม่มีข้อมูลก็ให้โทรไปหาลูกน้องคนนี้ก็ถึงจะโทร แต่โดยปกติถ้าจะเช็คข่าวก็ต้องเอาตำแหน่งที่ใหญ่ในองค์กรนั้นด้วย เหมือนกันถ้าโทรไปที่สำนักงานคณะกรรมการควบคุมฯ เราก็ต้องหาหมอสมาแล้วถ้าหมอไม่มีข้อมูลหมอก็จะบอกให้โทรไปหาลูกน้องอย่างนี้อีกที

การทำงานส่งข่าว มันต้องวันนี้คือว่ามันไม่สามารถซ้ำได้ ถ้าสมมุติว่าถ้าเราไปติดต่อผ่านเลขา ก็ต้องผ่านเลขาก่อนแต่ข่าวเราต้องส่งวันนี้แต่กว่าจะเสนอเรื่องก็พรุ่งนี้ข่าวเรามันตามไม่ทันอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นเราก็ต้องเอาเวลาที่เร็วที่สุดในการติดต่อถ้าจะเสนอเรื่องไปผ่านเลขาก็พรุ่งนี้อย่างรวดเร็วกว่าจะได้สัมภาษณ์อีก แต่ข่าวเราต้องวันนี้ต่อประเด็นวันนี้ ไม่สามารถรอระบบอย่างนั้นได้ ings หรือเอกชนเขาต้องมีการติดต่อประสานงานไว้อยู่แล้วในงานอาทิตย์หนึ่งเขาก็จะมีเวลาของเขาในการติดต่อประสานงาน แต่ว่างานข่าวของเรามันต้องวันต่อวันมันไม่สามารถวางระบบหรือวางแผนได้บางทีเราไม่รู้ว่ามีประเด็นเรื่องแอลกอฮอล์ถ้ามีอย่างนี้เราก็ต้องทำเลยมันไม่สามารถมาวางระบบแบบรัฐหรือเอกชนได้”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“เวลาไปทำข่าว แบบงานสัมมนาอะไรอย่างนี้เราก็จะไปตลอด เวลาจะขอข้อมูลเพิ่มเติมส่วนใหญ่เราจะโทรหาทางผอ. โดยตรง ก็จะมีโทรคุยได้ข่าวเลย หรือบางทีก็จะไปหาที่สำนักงานควบคุมโรคเลย ก็อาศัยความสนิทค่ะ เหมือนนักข่าวกับแหล่งข่าวอย่างเนี่ย พอเราเจอกันบ่อยๆทำข่าวแล้วไวใจกัน เราทำข่าวเราลงข่าวตรงกันกับข้อเท็จจริงนะ พอแสร้งเราโทร ไปก็จะมีเบอร์อยู่แล้วพอเห็นว่าเป็นชื่อเราอย่างเนี่ยก็จะรับสาย ก็จะบอกอะไรอยู่แล้วมันก็จะไม่ยากเวลาขอข้อมูลจากท่าน”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### 2.3 การติดต่อประสานงานผ่านทางเครือข่ายต่างๆที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการณรงค์ลดเหล้า

นอกจากการติดต่อขอข้อมูลจากทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กรมควบคุมโรค และทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว สื่อมวลชนยังสามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้จากภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน ภาคประชาสังคมที่ทำงานรณรงค์ลดเหล้าได้อีกช่องทางเช่นกัน โดยทางภาคีเครือข่ายเหล่านี้จะทำ

การส่งข่าวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานตนเอง ข่าวแจก การจัดกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยส่งแฟกซ์ หรืออีเมลมาที่ห้องนักข่าวของกระทรวง สาธารณสุข หรืออาจส่งมายังฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรคให้ช่วยกระจายข่าวให้ทาง สื่อมวลชนอีกทางหนึ่ง

“เราจะส่งเป็นข่าวมาให้เรา เราจะบอกว่าวันนี้เราจะไปไหนเราจะส่งมาเป็นหมายหรือเป็น E-mail ถ้าเขารู้จักหรือสนิทเขา ก็จะโทรบอกว่าเครือข่ายจะไปที่นี่นะ เชื่อว่าแต่ละฝ่ายจะมี PR ที่ เหมือนกันและก็จะมีการสื่อสารมวลชนอยู่ด้วยที่ประจำ ส่วนตัวถ้าไม่มีเบอร์ส่วนตัวอยู่ด้วย เขาก็จะหา เบอร์แฟกซ์กลางแล้วเขาก็จะส่งมา แล้วถ้ามีประเด็นอะไรเขาก็จะขึ้นบอร์ดไว้ เครือข่ายเขาก็จะรู้ อยู่แล้วว่าถ้าเขาจะทำประเด็นอะไร เขาก็จะรู้อยู่แล้วว่าส่งมาที่กรมควบคุมโรคก็ได้ แล้วอีกอย่างถ้า นักข่าวไปก็จะมี การลงทะเบียนกันแล้วมันก็จะง่ายต่อไปที่จะส่งให้กับนักข่าวต่อไป

มันต้องดูประเด็นเรื่องเหล่านี้ อย่างเช่นเครือข่ายเขามีเรื่องอะไรที่มันเป็นประเด็นคุณแล้ว น่าสนใจอันนี้เราก็ไป หรือว่าเราต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการคอมเมนต์ในเรื่องเหล่านี้ในเรื่องนั้นจาก เครือข่ายเราก็ตามกลับไปเอาข้อมูลที่เครือข่าย หรือบางทีเราต้องขอความเห็นสนับสนุนหรือ สัมภาษณ์พวกเขาคนอื่นที่อย่างเรื่องประเด็นเหล่านี้เกี่ยวกับเยาวชนเราก็จะสัมภาษณ์กับเยาวชน เครือข่าย หรือถ้าเป็นความเห็นทางด้านภาษีเหล่านี้ เราก็จะสัมภาษณ์นักวิชาการเศรษฐศาสตร์ที่รู้ เกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ, ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก, สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

สำหรับสื่อมวลชนหรือผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ที่มีได้เป็นนักข่าวสายสาธารณสุขที่อยู่ประจำ กระทรวง การติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็สามารถติดตามข่าวสาร จากหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่างๆที่ทำงานด้านการรณรงค์งดเหล้า เช่น สำนักงานเครือข่ายองค์กรงด เหล้า ซึ่งเมื่อภาคีเครือข่ายเหล่านี้มีการจัดกิจกรรม งานแถลงข่าว หรือมีการรวมตัวเพื่อยื่นหนังสือ หรือมีประเด็นใหญ่โตที่เป็นที่สนใจของสาธารณชน ภาคีเครือข่ายเหล่านี้ก็จะทำการส่งข่าวให้แก่ ทำเนียบสื่อมวลชนของตนเอง ซึ่งสื่อมวลชน หรือผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะรู้จักกัน และมี เครือข่ายเป็นกลุ่มก้อนใหญ่ ดังนั้นสื่อมวลชนที่มีความสนใจในประเด็นพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เช่นเดียวกัน ก็สามารถมาติดตามทำข่าวได้ในงานเช่นกัน หรืออาจจะมีการโทรติดต่อไป ยังสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรงเพื่อเข้าไปขอข้อมูลเพิ่มเติม หรือนัดสัมภาษณ์อีกครั้งหนึ่ง



“ไม่เคยร่วมงานด้วยโดยตรงกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ แต่อาจจะมีส่วนที่ทางสำนักงานเข้ามาร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ อีกทั้งส่วนมากหากเป็นเรื่องจริงก็ไม่ได้มีแอลกอฮอล์ จะโคกกับ เครื่องสำอางค์กรงคเหล่า และสำนักงานเครื่องสำอางค์กรงคเหล่า (สคส.) ที่มีข้อมูลใหม่ๆมาเปิดเผย และมีการรณรงค์กิจกรรมให้เป็นรูปธรรมตลอดทั้งปีมากกว่า อีกทั้งยังเข้าถึงง่าย เพราะจัดงานอีเวนท์บ่อย ส่วนวิธีการได้ข้อมูลมาจากการไปตามงานที่จัดแสดง อีกส่วนถ้าต้องการนำมาทำเป็นสบู่อพิเศษ สบู่อยาว ในประเด็นที่หนังสือพิมพ์คิดขึ้นเอง จะเป็นในลักษณะโทรไปนัดสัมภาษณ์เจอตัวหรือไม่ก็บอกเล่าข้อมูลทางโทรศัพท์”

(คุณสิรินภา อิ่มศิริ, ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์ 20 เมษายน 2556)

“ส่วนใหญ่พวกเครื่องสำอางค์จะส่งข่าวมาให้พี่มากกว่า พี่ไม่ได้ตัวเองกับทางสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ ทาง สสส. สคส. เขาก็ส่งเมลล์มาให้เราตลอด เขาก็ทำข่าวทำประเด็นให้มันตรงกับความต้องการของสื่อด้วย ถ้าไม่อย่างนั้นก็ไม่ได้ลง สื่อก็ยังคงความต้องการความใหม่ ความสดอยู่ในกระแส”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์, สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

### 3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ต่อการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องสำอางค์

จากการสอบถามเกี่ยวกับเรื่องปัญหาอุปสรรคในการทำงาน และการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องสำอางค์ พบว่า ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวเป็นปัญหาที่เกิดจากภายในตนเอง เช่น ขาดความเข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกที่แน่ชัดในดับทกฎหมาย, หรือสื่อมวลชนมีความสนใจในเพียงบางมาตรา จึงทำให้ไม่สามารถนำเสนอข่าวได้ครอบคลุมทุกประเด็นหรือสาระสำคัญของมาตราต่างๆ

“ถ้าเป็นเรื่อง พ.ร.บ ส่วนใหญ่ ปัญหาอุปสรรคในการติดต่อขอสัมภาษณ์จะน้อยมาก แทบจะไม่มีเลย แต่อาจจะมีเล็กน้อย คือมีเรื่องของความที่ พ.ร.บ เป็นเรื่องของกฎหมายนะค่ะ มันก็จำเป็นต้องรู้กฎหมายให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น อันนี้จะเป็นอุปสรรคมากกว่า ทำให้เราต้องศึกษาตัวกฎหมายให้มันชัดเจน เพื่อที่จะเขียนข่าวได้อย่างถูกต้อง ไม่งั้นเราก็จะเขียนข่าวผิดออกไป”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ, ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด, สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“เราจะเข้าใจในเฉพาะมาตราที่เราทำแล้วเราเห็นนะ เราก็จะรู้เนาะ อย่างมาตรา 32 เราก็จะเห็นใช่ปะ แต่จะเข้าใจทุกบททุกตอนคงเป็นไปได้ แล้วเราจะเข้าใจเฉพาะกฎหมายลูก 4-5 ฉบับที่เราสนใจที่มีออกมาแล้ว แต่ถ้าเรื่องรายละเอียดเชิงลึกยังไม่ใช่ เพราะไม่ได้ไปอยู่ในศาสตร์ตลอด เพราะเราไม่ได้ทำแต่เรื่องเหล่านี้ เพราะว่าจริงๆ เราต้องทำหลายๆเรื่อง”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ปัญหาและอุปสรรคในการเขียนข่าวหรือสื่อกับเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมฯ จะเป็นจากกรณีที่ไม่ได้ติดตามตลอด ได้รับมอบหมายให้ทำที่ก็จะคอยค้นหาข้อมูลจากข่าวเก่า หรือข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่สนุก ประติประต่อเรื่องได้แค่ในภาพกว้าง ๆ แต่หากให้ลงรายละเอียดแล้วไม่แน่น ส่งผลให้ประเด็นที่จะสานต่อ มีทางเลือกได้น้อย จุดดีจุดด้อยก็มองไม่ค่อยเห็น แต่ข้อมูลความคืบหน้าโอเค เนื่องจากมีกิจกรรมอัพเดทตลอดเกี่ยวกับการรณรงค์ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ และการเข้าหาแหล่งข่าวก็ทำได้ง่าย แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้ให้ความร่วมมือค่อนข้างดี”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

4. ปัจจัยที่ช่วยหนุนเสริมให้การทำงานของสื่อมวลชนและหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับสื่อมวลชนมีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

4.1 การอัพเดทข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงข้อมูลเชิงสถิติต่างๆไว้ภายในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ หรือมีการส่งตารางกิจกรรมให้แก่สื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชน หรือผู้ที่สนใจสามารถที่จะไปเข้าร่วมกิจกรรม หรือเข้ามาให้บริการในส่วนของการขอข้อมูลได้สะดวกยิ่งขึ้น

จากการสอบถามความต้องการของสื่อมวลชน พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่ ยังคงมีความต้องการในเรื่องของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตารางการจัดกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการอัพเดทข้อมูลสถิติต่างๆ เช่น สถิติการจับกุม สถิติพฤติกรรมกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สถิติการเกิดอุบัติเหตุต่างๆ ซึ่งการมีข้อมูลที่พร้อมและเพียงพอ จะช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องของการหาข้อมูลมาเขียนข่าว หรือปั่นประเด็นข่าวได้ง่ายยิ่งขึ้น ทำให้เรื่องของพ.ร.บ.ฉบับนี้ถูกหยิบออกมาเป็นประเด็นข่าวได้บ่อยครั้งมากยิ่งขึ้น ประกอบกับอัพเดทข้อมูลข่าวสารของพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ตลอดเวลา ก็จะทำให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข้อมูลกฎหมายฉบับนี้ ว่าปัจจุบันยังคงมีการบังคับใช้

อยู่ มิใช่เป็นประเด็นข่าวในช่วงของการบังคับใช้กฎหมาย หรือพอมีการจับกุมที่กลายเป็นข่าวร้อน หรือการเป็นข่าวแค่ในช่วงเทศกาล หรือบางช่วงเวลาเท่านั้น

“อยากให้มีข้อมูลอัพเดทตลอดเวลา สถิติต่างๆ อาจจะไม่ได้จัดให้เป็นข้อมูลให้เราโดยตรงก็ได้ แต่จัดเป็นเว็บไซต์ให้เราง่ายๆ เพราะบางทีเว็บไซต์ในกระทรวงสาธารณสุข ต้องกรอก ชื่อผู้ใช้ รหัส เข้าไปเอาข้อมูล มันเข้าถึงยาก อยากให้มีข่าวอัพเดทตลอดอยากได้อะไรก็เข้าไปเอาจากตรงนี้มันก็ง่ายดี ตอนนี้นั้นก็ไม่ว่ามันอัพเดทตอนไหนยัง ว่างบ้าง เพราะอาจยังไม่ค่อยเข้าไปใช้ เพราะว่าสามารถเข้าหาโดยตรงได้แต่บ้างทีก็จำเป็นต้องเข้าไปใช้ อัพเดทราย 3 เดือน 6 เดือน ให้มันชัดเจน ว่าเราจะอัพเดทช่วงนี้ให้เราไปดู ได้ยังไง หรือมีข้อมูลอะไรที่รวบรวมขึ้นเว็บไซต์ไว้ก็จะสะดวกนะค่ะ อย่างเช่นช่วงสงกรานต์ อากาศร้อนมาก ออกไปกินเหล้าเกิดอะไรขึ้น มันก็เป็น Content ง่ายๆ ที่มีข้อมูลอยู่แล้วในมือ พอวางเอาไว้ก็เอาไปขายเผยแพร่ต่อได้ เพราะจริงๆ นักข่าวก็ต้องเขียนบทความเสนอ คือมันอาจจะช่วยเรื่องระยะเวลาการทำข่าว พอมีประเด็นอย่างเนี่ยเราก็หยิบมาทำข่าวได้เลย มาเขียนเพิ่มเติมเอา หรือไม่ก็โทร ไปขออนุญาตขอใช้ มันเป็นผลดีต่อทางสำนักงานคุณหมอสมาด้วยนะ ทั้งแบบว่าคุณก็จะมีข่าวตลอดเวลา นอกเหนือจากสถิติการกระทำผิด ก็จะมีอะไรเล็กๆน้อยๆมาบ้าง แต่ตัวสถิติอะไรพวกเนี่ยสำคัญสุด”

(คุณเมธาวี มัชฌันติกะ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ตอนนี้ที่อยากได้ก็คือสถิติ อะไรเราก็ทำได้แต่ที่อยากได้ก็คือสถิติที่สรุปให้เป็นรายปีหรือครั้งปีก็ได้ นะ คือว่า 6 เดือนทำอะไรไปเกิดอะไรขึ้น สรุปให้เห็นเป็นระยะๆ คือว่าถ้าหายไปทีหนึ่ง คนก็ลืมไปทีหนึ่งก็อยากให้ประชาชนรู้ว่ายังมี พรบ.ตัวนี้อยู่ นะ อย่างเช่น คำเนิการไปตั้งแต่ มกราคมถึงมิถุนายนสรุปผลออกมาว่าคำเนิการตามพรบ. นี้เป็นแบบไหนผลเป็นอย่างไร ซึ่งมันสามารถเป็นประเด็นได้ว่า 6 เดือนประชาชนเป็นอย่างไร หรืออย่างมากที่สุดสรุปออกมาเป็นหนึ่งปี แต่อย่างมาจะสรุปกันออกมาในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ อย่างเช่น ในช่วงวันสงกรานต์ที่จะถึงสามารถทำอะไรได้บ้างก็คือสรุปออกมาทุกช่วง 6 เดือนหรือหนึ่งปีจะให้เห็นว่า พรบ. นี้มันไม่ได้ล่อยๆ เพราะว่าก็ยอมรับเหมือนกันว่าพรบ. นี้มันจะออกมาในช่วงเทศกาล คนก็จะมองว่าวันอื่นๆ หรือวันปกติวันนี้ก็จะคุ้มเหล้ากันได้อย่างปกติ แต่ก็มีไม่กี่คนที่รู้ว่าห้ามขายเหล้าในช่วงเวลานี้ของทุกวัน เพราะฉะนั้นการสรุปให้ว่าองค์กรนี้ยังมีและยังทำงานอยู่ไม่ได้ทำงานแต่ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ หรือความเคลื่อนไหวขององค์กรด้วยจะต้องมีการรายงานอยู่เรื่อยๆ”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ทุกหน่วย ส่งข่าวความคืบหน้าตรงให้สื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งข่าว กิจกรรม สกู๊ปเผยแพร่ ฯลฯ ให้กระแสไม่ตีแอตทอร์นีย์หรือตีอย่างมีสติคงอยู่ในสังคมไม่เลือนหาย อาจจะทำเป็นแผนตารางกิจกรรมประจำปี อะไรก็แล้วแต่ เนื่องจากปัจจุบันกระแสจะไหลมาเมื่อเกิดกรณีอื้อฉาวขึ้น หรือตามเทศกาลลงคเหล้าทางศาสนา วันหยุด หรือการเมืองเท่านั้น”

(คุณสิรินภา อิมศิริ, ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

**4.2 มีการจัดทำศูนย์ข้อมูลข่าวสาร เอกสาร แผ่นพับ รวบรวมเผยแพร่เรื่อง พ.ร.บ.ควบคุมการเครื่องตีแอตทอร์นีย์ โดยเฉพาะให้แก่สื่อมวลชน ภาคีเครือข่าย หรือบุคคลที่สนใจ สามารถเข้าไปติดต่อขอข้อมูลได้ตลอดเวลา**

การมีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมการเครื่องตีแอตทอร์นีย์ จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไปที่ต้องการข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับกฎหมาย รวมถึงกฎหมายลูกฉบับใหม่ๆ เพื่อนำไปประกอบงานวิจัย การศึกษาต่างๆ รวมถึงนักข่าวสามารถเข้าไปเลือกข้อมูลต่างๆ ได้เอง เพราะบางครั้งหากทางผู้สื่อข่าวไม่สามารถสอบถามข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ภายในสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องตีแอตทอร์นีย์แล้ว ก็สามารถที่จะเข้าไปขอข้อมูล เพื่อนำไปลงบนประเด็น เรียบเรียงเขียนเป็นข่าว บทความ เผยแพร่สู่สาธารณชนต่อไป

“ถ้ามีศูนย์ประชาสัมพันธ์ ศูนย์ข่าวอย่างที่บอกมันก็ดีในแง่ของคนภายนอกมากกว่า แต่บางที่สื่อมวลชนก็จะ โทกกับเขาเอง แต่ถ้าเป็นศูนย์ก็จะเป็นพวก เครือข่ายสำนักแอตทอร์นีย์พวก เอ็นจีโอที่เขาทำอย่างอื่นนะ เกี่ยวกับพวกลดอุบัติเหตุเหล่านี้ อะไรแบบนี้ก็จะมาติดต่อข้อมูลตรงนี้ได้ ถ้ามีศูนย์ข้อมูลกลาง ก็อาจจะเป็นเชิงข่าวแบบพวกเอกสาร บางอย่างก็เผยแพร่ไม่ได้ แล้วแบบข้อมูลเชิงลึกมันก็อาจจะมีบ้าง ถ้าเป็นศูนย์ข้อมูลมันจะได้เยอะมีรายละเอียดมากขึ้น เพราะบางทีพอ. ก็ไม่ได้มีเวลาตลอดนะ ที่จะหาข้อมูลให้รายละเอียดเรามากขนาดนี้ และมันจะดีในแง่ของประชาชนที่แบบว่า นักศึกษาที่จะหาข้อมูลแบบพ.ร.บ เหล่ามันมีอะไรยังไงก็ทุกวันนี้นั้นมันจะมีแบบข้อมูลในเว็บไซต์มันยากไป เราไม่รู้จะเข้าไปยังไง มันเยอะแล้วข้อมูลมันก็ไม่ได้อัปเดตตลอด แต่ถ้ามีเป็นศูนย์เป็นข้อมูลมันก็โอเค”

(คุณวารุณี สิริรังสรรค์, ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน, สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ฝ่ายพีอาร์ของสำนักงานฯ หรือศูนย์ข้อมูลก็จำเป็นอยู่ในแง่ของการข้อมูลที่เป็นเอกสาร ภาพข่าว หรือมันต้องมีการรวบรวมของพวกนี้ไว้ให้ข้อมูล แล้วจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับพวกเรา

ว่าทีมงานมีข้อมูลแบบนี้ มีที่ทีมงานที่จะรวบรวมข้อมูลมาให้ ถ้าหน่วยงานไหนทำพ็อดร็อดได้เข้มแข็ง นักข่าวก็จะวิ่งหาพ็อดร็อดก่อน โดยที่ไม่ต้องไปหาอาจารย์ก็ได้”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 5. สาเหตุที่ยังมีประชาชนฝ่าฝืนกระทำผิดกฎหมาย

ถึงแม้พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะมีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นทางการมาเป็นระยะเวลา 5 ปีแล้ว แต่จากการเปิดเผยข้อมูลการกระทำผิดประจำปีของทางสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลจากเครือข่ายภาคประชาชนที่ทำงานด้านการรณรงค์ หรือจากทางสื่อมวลชน ก็ยังพบว่า มีผู้ฝ่าฝืนการกระทำผิดกฎหมายอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจากการสอบถามความคิดเห็นถึงสาเหตุที่ประชาชน ผู้ประกอบการร้านค้า กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยังมีการฝ่าฝืนการบังคับใช้กฎหมายตั้งแต่ช่วงที่กฎหมายประกาศบังคับใช้ จวบจนมาถึงปัจจุบัน พบว่า มีหลายสาเหตุด้วยกันดังนี้

### 5.1 สาเหตุสำคัญของกฎหมายบางมาตรา ไม่สามารถบังคับได้จริงในทางปฏิบัติ/ ความยากลำบากในการเฝ้าระวังจับกุมความผิดบางกรณี

ด้วยข้อกฎหมายบางมาตรา พบว่าในทางปฏิบัติอาจทำได้ยาก เช่น การบังคับใช้กฎหมายในมาตราจำกัดการเข้าถึงในเรื่องของการจำหน่ายผิดช่วงเวลา ผิดช่วงอายุ สื่อมวลชนบางท่านแสดงความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากเห็นว่าไม่มีกำลังเจ้าหน้าที่มากพอที่จะออกตรวจตราเฝ้าระวังอย่างสม่ำเสมอ ความผิดไม่สามารถเห็นได้ชัดเจนเหมือนกฎหมายอื่นๆ เช่น การเมาแล้วขับ ขณะเดียวกันการที่จะดำเนินคดีกับผู้กระทำผิดได้ก็เป็นเรื่องยาก

“ที่ผ่านมาก็เห็นฝ่าฝืนมากนะ เราก็ไม่รู้ว่าจะเจ้าหน้าที่เขาไม่พอในการทำงานหรือป่าว หรือการประสานงานมันมีความขัดข้องในตรงนั้นเท่าที่ดูในสถิติในการจับปรับมันก็น้อย แต่ที่ดูๆมันก็จะมีการปรับจับในเรื่องเมาแล้วขับอะไรอย่างนี้คนเห็นชัดเจน อย่างว่าคนที่ฝ่าฝืนในการซื้อหรือใช้เด็กที่ต่ำกว่าไปซื้อเราก็ยังไม่เห็นการจับที่เป็นรูปธรรม เราก็ไม่รู้ว่ามันจะมีกลไกอะไรบ้างที่จะไปทำตรงนั้น อย่างว่าถ้าเมาแล้วขับมันก็จับง่ายเพราะมันเห็นได้ชัดแต่ถ้าการซื้อเหล้า อย่างว่าถ้าให้เด็กไปซื้อใครจะแจ้งว่ามีเด็กไปซื้อแล้วตำรวจที่ไหนจะมาจับ โดยส่วนตัวที่ทำให้คนสำนึกมันยังยากอยู่แต่ในสังคมตอนนี้คนยังไม่ชอบคนที่ทำกฎหมายนี้”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 5.2 ขาดบุคลากรที่มีความจริงใจในการเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมายกับผู้กระทำผิด หรือมิได้ให้ความสำคัญกับปัญหาที่อาจมองว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเพียงปัญหาเล็กๆ

หนึ่งสาเหตุสำคัญของการละเมิด ฝ่าฝืนการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน นั่นก็คือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เช่น เจ้าหน้าที่ตำรวจ อาจมิได้ให้ความสำคัญกับการเข้มงวด กวดขันกับการจับกุมคดี พ.ร.บ.ควบคุมการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เท่าไรนัก ด้วยภาระหน้าที่ที่ต้องมีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายหลายฉบับ จึงอาจไปให้ความสำคัญกับคดีที่มีผลกระทบรุนแรง และส่งผลกระทบทันทีทันใด เช่น คดีอาชญากรรม การค้ายาเสพติด การเกิดอุบัติเหตุมากกว่ากฎหมายเหล้า จึงส่งผลให้การเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ไม่เป็นไปตามที่ผู้ออกกฎหมายคาดหวังเอาไว้

“จริงๆคนไม่รู้รายละเอียดพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฯ อาจรู้ว่าดื่มบนรถผิดกฎหมาย ขายเหล้าในปั้มนผิดกฎหมาย แต่ถามว่าถึงคนรู้บ้าง แต่ก็ยังฝ่าฝืนเยอะเหมือนกัน เพราะเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่มีการกวดขันเท่าที่ควร อาจปล่อยปะละเลย ช่วงเทศกาลต่างๆตำรวจก็อาจตั้งด่านที่ถนนสายหลัก แต่สายรองไม่ค่อยได้ตั้ง และมันไม่มีการตรวจเรื่องการดื่มแอลกอฮอล์เท่าไร มองว่าตำรวจไม่พอที่จะลงไปตรวจตราหรอกเพราะมันมีข้อจำกัด มันไม่บาลานซ์กับจำนวนเจ้าหน้าที่ตำรวจเขามันก็มีหน้าที่หลายอย่าง การขายเหล้ามันอาจเป็นภารกิจเล็กๆ มันมีภารกิจใหญ่ที่มากกว่านี้”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

“อย่างเรื่องโฆษณาเว็บไซต์ หรือในเฟสบุ๊ค มันก็จะได้เข้าถึงผู้บริโภคเยอะมากขึ้น เวลาเราไปร้านต่างๆ เราก็จะเห็นการฝ่าฝืนเพราะคนที่ทำหน้าที่บังคับใช้กฎหมายแทบจะไม่ได้มีบทบาทเลย ไม่เหมือนคนที่ตั้งด่านมาแล้วจับ มันเห็นภาพกันชัดเจนว่าผิดกฎหมาย แต่โฆษณามันเหมือนตำรวจเขาไม่ยุ่ง ตำรวจเขาก็จะเสียเวลาไปดูโฆษณาทำไมไปดูพวกมาแล้วจับดีกว่าเขาไม่เห็นความสำคัญของปัญหาเท่าที่ควร”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2556)

“เวลาบังคับใช้จริงๆก็ต้องอาศัยฝ่ายเจ้าหน้าที่ของรัฐ แล้วก็ประชาชนหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา โรงเรียน ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันบ้างที่เดินกินเหล้า กินในรถ ตำรวจก็ต้องแบบว่ามี การจับจริงๆนะ แต่ด้วยอำนาจหน้าที่มันยังขาดบุคลากร บุคลากรในการตรวจจับอะไรอย่างนี้ยังไม่ค่อยเพียงพอ แล้วก็อย่างประชาชน เวลาเห็นใครทำผิดไม่ใช่เรื่องของเราเขาก็ไม่ค่อยโทร ถึงแม้โทรจะมาจับมันก็ไม่ทันใช้ปะ

(คุณวารุณี สิริรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### 5.3 ประชาชนขาดความตระหนัก หรือเกรงกลัวในกฎหมาย มีค่านิยมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ ฟังลืกรักความสนุกสนาน ยึดติดความสนุกสนานต้องมาคู่กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ตัวแปรหลักที่สำคัญที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมายไม่สามารถบังคับใช้ได้จริงจังกนอกจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจแล้ว ประชาชนทุกคนในสังคมซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต้องยึดหลักปฏิบัติตามกฏกติกา มารยาทของทางสังคม การปฏิบัติตามกฎหมายก็ถือว่าเป็นหน้าที่ที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างปลอดภัย และสงบสุข แต่หากประชาชนยังขาดความตระหนัก หรือไม่เกรงกลัวในบทลงโทษของกฎหมาย ก็จะทำให้กฎหมายนั้นเป็นเพียงแค่เสือกระดาษ ที่เขียนไว้ให้คนกลัวเท่านั้น โดยสื่อมวลชนได้แสดงความเห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความตระหนัก หรือขาดความเกรงกลัวในบทลงโทษของกฎหมาย ด้วยเหตุที่การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือว่าเป็นค่านิยมที่อยู่คู่กับคนไทยมาตั้งแต่อดีตกาล เมื่อมีการจัดกิจกรรมรื่นเริง กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน ก็จะต้องมีการเฉลิมฉลองด้วยการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ทุกครั้ง จึงทำให้การบังคับใช้กฎหมายนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะคนไทยยังมีความคิดทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อมีกฎหมายมาจำกัดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็อาจจะทำให้คนที่ดื่มอยู่แล้วรู้สึกต่อต้าน และไม่ปฏิบัติตามกฎหมายก็เป็นได้

“มันเป็นธรรมเนียมไปแล้วมันฝังรากมายาวนาน เราให้สินค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายมายาวนานแล้ว แล้วพอมจำกัดพื้นที่ คนมันก็ยังไม่ชิน มันก็ยิ่งรู้สึกว่าเหล้าก็ยิ่งหาซื้อได้ง่าย เด็กก็ยังไม่ซื้อเหล้าได้เหมือนเดิม ตามหมู่บ้าน ตามชุมชน ถ้าเด็กไปซื้อเหล้าจะถูกจับไหม”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

“ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเสรีในการทำอะไรมาก พื้นฐานนิสัยที่สั่งสมมาช้านานคือเน้นความสบายเป็นหลัก ชอบรื่นเริงเฮฮา และเหล้าหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งความสนุกสนานที่ว่ามัน มีงานเลี้ยงย่อมต้องมีเหล้า เรื่องมามายคือความกล้าที่ทุกคนเห็นว่าเท่าและดี ยิ่งแหกกฎได้ถือว่าเท่าเจ๋ง มันเป็นการสะสมรุ่นสู่รุ่นกับภาพมายาที่ทุกคนเอามาครอบความคิดตัวเอง ตนซื้อ คนขายบางคนรู้กฎหมาย แต่ก็อยากกินเหล้าตามค่านิยมใครจะทำไม ซึ่งส่วนมากจะเป็นกรณีร้านค้าอยากได้กำไรอยากขาย ก็แอบขายให้ แต่ไม่มีความตระหนักว่าผิด หรือขายเหล้าให้เด็กผิด คิดว่าค่านิยมว่ากินเหล้าไม่ผิด กินเหล้าเรื่องส่วนตัวไม่ควรมาลิครอนเสรีภาพ”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“มันอยู่ที่ความตระหนักด้วยนะ อยากกินเหล้าข้างหน้า บนรถกระบะ รู้ว่าผิดแต่ก็กินอย่าง ช่วงสงกรานต์นี่มันจะเป็นทุกปีเลย มันเป็นกลุ่มก้อนนะและความคึกคะนอง ในเมื่อมันก็เป็นอย่างนี้มาตลอด เราจะไปห้ามเขามันก็ค่อยข้างยาก”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

#### 5.4 การมีกลุ่มนายทุนธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้การสนับสนุนนักการเมือง ผู้กำหนดนโยบายกฎหมาย จึงทำให้เกิดช่องโหว่ในการออกกฎหมาย หรือบังคับใช้กฎหมาย

จากการสอบถามความคิดเห็นของสื่อมวลชน ได้แสดงความคิดเห็นว่า การที่มีกลุ่มนายทุนซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาสนับสนุน หรือเป็นสปอนเซอร์ให้แก่นักการเมืองเหล่านี้ ซึ่งนักการเมืองแต่ละท่านมักจะดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะกรรมการพิจารณาเห็นชอบในร่างกฎหมาย หรือดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะรัฐมนตรีซึ่งมีหน้าที่ในการพิจารณาตีบทบัญญัติร่างกฎหมายฉบับต่างๆว่าจะให้ผ่านความเห็นจากสภานิติบัญญัติแล้วออกมาบังคับใช้หรือไม่ ซึ่งหากนักการเมืองเหล่านี้แสดงท่าทีการคัดค้าน หรือมีการสนับสนุนในการออกนโยบายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างชัดเจน ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงาน และตำแหน่งของนักการเมืองแต่ละท่านด้วย ดังนั้นตัวบทกฎหมาย กฎกระทรวง หรือประกาศจากสำนักนายกรัฐมนตรีที่ออกมานั้นจึงมีความหย่อนยานขาดความชัดเจนของกฎหมาย มีช่องโหว่ให้ภาคธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำการฝ่าฝืนกฎหมายได้

“ขณะที่ฝ่ายทุนก็มีเงินหนา และการเมืองฝ่ายกฎหมายก็ต้องพึ่งนายทุนที่ค้าขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้กฎหมายที่ออกมาไม่เด็ดขาด การปฏิบัติเพื่อเอาผิดหรือทำตามเจตนาของ พ.ร.บ. ก็ทำได้ไม่ถนัดนัก เนื่องจากมีอำนาจมืดหนุนหลังให้ขายและ โฆษณาชวนเชื่อทั้งระดับชาติและท้องถิ่นพื้นที่”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“บางส่วนอาจจะมีเรื่องของการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง แม้แต่พ.ร.บ ยาสูบ มันยังเป็นไปไม่ได้ทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ ทำให้พ.ร.บ. มันมีช่องโหว่ ทำให้ภาคธุรกิจยังเกิดเป็นช่องทางให้แบบโฆษณาส่งเสริมการขายได้เหมือนเดิมค่ะ เพราะว่าเรื่องของเหล้ามันใหญ่มาก แล้วก็ผู้ที่ทำธุรกิจเหล้าเนี่ย ก็อยู่เบื้องหลังของนักการเมืองให้ทุนการสนับสนุนพรรคการเมืองในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมันก็แน่นอนว่าพรรคการเมืองเค้าจะไปแตะต้องในส่วนนี้มาก มันก็จะกระทบต่อทุนทางการเมืองของเขา ทำให้การออกกฎหมายในแต่ละที่ไม่สามารถทำได้ 100 เปอร์เซ็นต์เต็ม อย่างที่คนออกกฎหมาย



คิดเอาไว้ ทำให้มีช่องโหว่ช่องว่าง แล้วก็การผลักดันประกาศออกมาทีหลัง มันก็มันเรื่องยากด้วย  
ทางการเมืองมันสูง”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 6. แนวทางปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น

### 6.1 ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ ประชาชนเห็นถึงผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้

หนึ่งวิธีการที่จะทำให้ประชาชนหันมาตระหนัก ยึดถือปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้นนั่นก็คือ การเร่งประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ข้อกฎหมายอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ลงลึกไปถึงระดับชุมชน นอกจากการให้ความรู้ในข้อกฎหมายแล้ว สิ่งที่ต้องเน้นย้ำเป็นพิเศษ คือ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ถึงผลดี ประโยชน์ของการมีกฎหมายฉบับนี้ ว่ามันสามารถจำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร ลดผลกระทบ หรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับสังคมได้อย่างไร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ฉบับนี้ต้องชี้แจง สร้างความเข้าใจถึงเจตนารมณ์ที่ดีของกฎหมายฉบับนี้ โดยอาจจะทำการยกตัวอย่างสถิติที่เห็นได้ชัดว่า ถ้ามีการควบคุมการเข้าถึงโดยการจำกัดสถานที่ห้ามดื่มตามสถานที่ต่างๆ เช่น ในสถานศึกษา จะช่วยลดจำนวนนักดื่มหน้าใหม่จำนวนเท่าไรเป็นต้น

“เราก็ต้องให้ความรู้เขามากๆว่าทำไมเราถึงห้ามแบบนี้ ถ้าห้ามแบบนี้ แล้วเขาทำตามข้อนี้ แล้วเขาจะได้ประโยชน์อย่างไร ข้อดีกับตัวเองข้อดีกับสังคม อย่างเช่นว่า สงกรานต์ห้ามดื่มเหล้า คนก็จะมากกว่าออกมาอีกและจะมายุ่งอะไร เราต้องเพิ่มเข้าไปว่าถ้าห้ามแล้วจะไม่เกิดแบบนี้แล้ว แล้วมวลชนก็จะเห็นเองว่าการที่เราทำแบบนี้มันได้ประโยชน์อย่างไร ตอนนี้นักกำลังไม่ชอบ มันก็จะเป็นกับพวกที่ดื่มว่าออกมาอีกและออกมาห้ามและเขาก็จะไม่ชอบกับคนที่ขับเคื่อนเรื่องนี้ เราก็ต้องทำให้เขารู้ว่าการที่เราให้มันเพื่อตัวคุณ ไม่ใช่เพื่อตัวเราเองและก็ประโยชน์ที่ตัวคุณกับสังคม ได้รับ อย่างห้ามดื่มช่วงสงกรานต์เขาต้องมีพรบ. ออกมาด้วยว่าทำไมถึงห้ามดื่มกินบนรถ และคนที่ไม่ดื่มบนรถเขาจะมีความปลอดภัยอย่างไรเขาต้องมีข้อมูลมาสนับสนุนเขา ให้เขาอย่างนี้แต่ไม่มีข้อดีข้อเสียที่มาสนับสนุนคล้ายตามและยอมรับมัน อย่างเช่นห้ามดื่มก็ต้องมีงานวิจัยออกมาว่าถ้าคุณลดการดื่มได้หนึ่งวันคุณจะลดอุบัติเหตุได้เท่าไรซึ่งคนไม่ได้นำวิจัยทั้งหมดนี้มาลงใจ ถ้าเขามาลงคนก็จะเห็นถึงความน่าเชื่อถือ”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 6.2 เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ต้องมีเป้าหมาย บังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริง เพื่อให้ประชาชนรู้และเกิดการปฏิบัติตาม

การบังคับใช้กฎหมายให้ยั่งยืน และมีความถาวร คือการที่เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วน หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ. ต้องให้ความร่วมมือในการเฝ้าระวัง สอดส่องดูแล ตรวจสอบผู้กระทำผิด พ.ร.บ.อย่างจริงจัง เมื่อเห็นว่ามีผู้กระทำผิดคดีพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีการตรวจสอบจริง เพื่อให้ประชาชนรู้สึกเกรงกลัวที่จะกระทำความผิด หรืออีกนัยหนึ่ง เราจะอาจจะต้องเพิ่มบทลงโทษที่รุนแรงเมื่อมีการกระทำผิด มิใช่เพียงแค่การจับปรับเท่านั้น อาจจะต้องเป็นการลงโทษของทางสังคมที่รุนแรงมากกว่าการเสียเงินจ่ายค่าปรับเท่านั้น

“มันต้องมีทุกฝ่ายร่วมกันดู อย่าง พ.ร.บ. ที่มันออกมาแล้วสมมุติว่ามันออกมาแล้ว ในแง่ของคณะกรรมการก็แค่ทำหน้าที่แค่ผลักดันนโยบายเฉยๆ แต่ว่าเวลาบังคับใช้จริงๆก็ต้องอาศัยฝ่ายเจ้าหน้าที่ของรัฐ แล้วก็ประชาชนหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา โรงเรียนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันบางคนที่เดินกินเหล้า กินในรถ ตำรวจก็ต้องแบบว่ามีการจับจริงๆนะ เราจะไปห้ามดื่มเขามันก็ค่อนข้างยาก ทางเดียวที่จะทำได้คือต้องบังคับใช้กฎหมาย ก็จะต้องตรวจสอบเข้ม เห็นแล้วก็ต้องจับเลย”

(คุณวารุณี สิทธิธรรมรงค์ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ถ้าเราบังคับใช้กฎหมายที่รุนแรง ก็สามารถช่วยได้ อย่างเช่น กฎหมายหมวกกันน็อก ถ้าพื้นที่ไหนจับจริง ตั้งด่าน จำนวนคนไม่ใส่หมวกกันน็อกก็จะลดลงอย่างเห็นได้ชัด กฎหมายเหล่านี้ก็เหมือนกัน เช่นห้ามดื่ม ห้ามกินบนรถ ถ้ามันมีการจับจริงมันก็ช่วยได้แน่นอนเพราะคนมันก็กลัว โคนตำรวจจับมากที่สุด แล้วก็เมาแล้วขับที่มันไม่ได้ผลจริง การเป่าแอลกอฮอล์มัน ทำได้ไม่จริงคือไม่สามารถทำอะไรคนไทยได้ คนไทยก็ทำผิดต่อไป คนไทยต้องใช้ยาแรง ถ้าอยากได้กฎหมายศักดิ์สิทธิ์ก็ต้องมีการเพิ่มโทษ หรือมีมาตรการอื่นๆเข้ามา เช่นยึดใบขับขี่ใบอนุญาต เพราะเท่าที่ผ่านมาเห็นแค่เนี่ยมันยังไม่พอ คนไทยก็ยังเสียแค่ค่าปรับไป ไอ้ที่มีกฎหมายมาและจับและให้ขึ้นศาลทันทีรู้เลยว่าคนกลัว คนกลัวมากเพราะไม่มีใครอยากไปขึ้นศาล ไปบำเพ็ญประโยชน์ ต้องใช้วิธีนี้กับคนไทยกฎหมายก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยความที่กฎหมายแต่ละฉบับมันไม่เหมือนกัน เช่นกฎหมายอันนี้เน้นด้านพฤติกรรมควบคุมการเข้าถึงของคน ควบคุมการดื่มการกินของคน มันจะได้ผลดีเราต้องมีการเพิ่มโทษให้มากกว่านี้ โทษในที่นี้ไม่ใช่การปรับ แต่เป็นโทษทางสังคมให้คนกลัว”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### 6.3 มีการปลูกฝัง สร้างความตระหนักเกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการรณรงค์ให้ความรู้ข้อกฎหมายในสถานที่ต่างๆ

การปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสร้างความตระหนักให้ประชาชนได้รู้ถึงโทษ พิษภัยของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นับว่าเป็นกลยุทธ์วิธีการที่หลากหลายหน่วยงานในประเทศไทยได้ดำเนินการรณรงค์กันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถึงแม้ว่าจะจะเป็นกลยุทธ์ที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง สำหรับการจัดทำสื่อรณรงค์ต่างๆ และอาจได้ผลน้อยถ้าเทียบกับมาตรการทางกฎหมาย แต่การรณรงค์ให้ความรู้เหล่านี้ก็ยังถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำควบคู่กับมาตรการอื่นๆ ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสื่อมวลชนได้สะท้อนว่าวิธีการรณรงค์ การปลูกฝังค่านิยมใหม่เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงแม้ว่าจะต้องใช้เวลานาน ก็หากทำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องรณรงค์ตั้งแต่รุ่นเยาวชน ก็น่าจะสามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนได้ ให้สามารถเข้าใจรู้ถึงโทษภัยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเข้าใจในเจตนารมณ์ของผู้ออกกฎหมาย เกิดการยอมรับที่จะปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น

“แต่ถ้าจะให้ทำได้ คือคนเราต้องปลูกฝังตั้งแต่เด็กเลยอาจจะเป็นแบบว่าเรียนแล้วมีหลักสูตรว่าดื่มตรงนี้นั้นมันไม่ปลอดภัยอะไรยังไง แต่ยังไงก็ตามมันจะเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่อย่างเดียวไม่ได้นะ มันต้องอยู่ที่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ด้วยที่บางคนก็ไม่รู้หรือกว่ามันผิดกฎหมายรีเปลา อาจจะมีโครงการที่รณรงค์มากขึ้น สมมุติมีนโยบาย ห้ามขาย ห้ามดื่ม ห้ามฉลองในโครงการต่างๆ ในรัฐวิสาหกิจ อาจจะมีจัดเป็น โครงการแคมเปญให้เป็นสีส้มใน โรงงาน ก็เป็นอีกทางหนึ่งมันก็มีทางอ้อมได้เยอะ อาจจะไม่ต้องเข้าไปจับเพราะมันยากไป เพราะแค่เข้าไปจับซื้อมันก็จะเป็นประจำไม่ได้สักที”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์, 4 เมษายน 2556)

“การเริ่มต้นยอมเป็นสิ่งดี ความสำเร็จที่จะเปลี่ยนค่านิยมของสังคมไม่ได้ทำได้ภายใน 1-2 หรือ 5 ปี แต่หากจะทำให้สังคมไทยคนไทยตระหนักถึงเรื่องนี้ แม้จะต้องใช้เวลาเป็น 10 ปี ก็สมควรทำ ค่อยๆ ปลูกฝังไปเรื่อยๆ เมื่อคนเห็นคุณค่ามากขึ้น ก็ยอมพัฒนาชุมชน สังคมให้ดีขึ้นตามไปด้วย ซึ่งปัจจุบันมีไม่น้อยที่ชุมชนเล็งเห็นความสำคัญ และมีการสนับสนุนในด้านดี โพลีทิฟเป็นแรงจูงใจให้คนไม่มัวเมาไปกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือขายแอลกอฮอล์อย่างผิดกฎหมาย”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 7. บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

7.1 นำเสนอข่าวสาร เปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น ผลกระทบจากการดื่ม สถานการณ์การบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น

จากการสอบถามสื่อมวลชนพบว่า บทบาทหน้าที่พื้นฐานที่สื่อมวลชนสามารถที่จะช่วยในเรื่องของการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ ก็คือ การนำเสนอข้อมูล สถานการณ์ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นในสังคมบ้านเมืองของเรา ว่าปัจจุบันนี้มีสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอย่างไร ปัจจุบันมีกฎหมาย มาตรการใดออกมาบังคับใช้ ผลจากการประกาศบังคับใช้กฎหมาย ผลดี ผลกระทบที่เกิดขึ้น รวมถึงเป็นการสะท้อนภาพการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกทางหนึ่งด้วยว่ากฎหมายฉบับนี้มีการบังคับใช้อย่างเข้มงวดควดขันแล้วหรือไม่อย่างไร การนำเสนอข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นหน้าที่พื้นฐานที่สื่อมวลชนทุกประเภทพึงจะต้องปฏิบัติอยู่แล้ว

“หน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างเราก็คงต้องทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูล ถ้ามีมาตรการ หรือกฎหมายใหม่ออกมา เราก็ลงข่าวให้อยู่แล้ว เหตุการณ์ต่างๆของบ้านเมือง ข้อเท็จจริงที่มันเกิดขึ้น มันก็เป็นหน้าที่เรา เรามีพื้นที่ลงประชาสัมพันธ์ความรู้ให้”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

“อย่างสื่อก็ทำได้แค่สะท้อนว่าข้อเท็จจริงมันเป็นอย่างไร สถานการณ์ตอนนี้เป็นยังไง ใครฝ่าฝืน ใครให้ความร่วมมือ ผลดี ผลร้ายก็ว่าไปตามจริง ก็เปิดเผยให้สังคมรู้เท่านั้น แต่จะไปแบบว่าในสังคมไปชี้บอกว่าทำแบบนี้หรือต้องไปณรงค์ มันค่อนข้างยาก”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“นอกจากนำเสนอข้อมูลในส่วนพ.ร.บ.เพื่อให้ประชาชน ภาคธุรกิจปฏิบัติตามจะสามารถทำหน้าที่สะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความรุนแรง อุบัติเหตุที่เกิดจากการละเมิดกฎหมาย หรือ การละเมิดกฎหมายในส่วนการโฆษณา ส่งเสริมการขาย โดยสถานการณ์เหล่านั้นจะบอกเองว่า การบังคับใช้กฎหมายเพียงพอหรือไม่ จำเป็นต้องเพิ่มเติมการบังคับใช้อย่างไร”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 7.2 สามารถนำประเด็นอื่นๆมาเชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อกฎหมายมากขึ้น

จากการสอบถามกับทางสื่อมวลชน พบว่าสิ่งที่สื่อมวลชนสามารถทำได้ คือ การนำเสนอข้อมูลเรื่องราวเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการนำเรื่องราวประเด็นที่เกี่ยวกับเหล่า เช่น การนำเสนอเรื่องราวการเกิดอุบัติเหตุที่มีสาเหตุมาจากการดื่มเหล้า การเมาแล้วขับ ผลเสียต่อสุขภาพมาเชื่อมโยงกับประเด็นข่าวพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายไปด้วย เพื่อรับรู้ว่าขณะนี้ประเทศไทยได้มีมาตรการทางกฎหมายมาควบคุมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อมาบังคับใช้ ป้องกัน ลดผลกระทบ และผลเสียจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“อย่างที่บอกถ้าเป็นสื่อมวลชนก็จะให้ในแง่ของความรู้เกี่ยวกับพ.ร.บ. การสนับสนุนองค์กรให้ความรู้ว่าเป็นอย่างไร ถ้ามีประเด็นไหนที่น่าสนใจไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องเหล้าอย่างเดียว หรือจะเป็นเรื่องของอุบัติเหตุอะไรอย่างนี้ก็ได้ นำเสนอว่าคนนี่ดื่มเหล้าแล้วประสบอุบัติเหตุแต่ประเด็นนี้มันอยู่ที่ประสบอุบัติเหตุ เราในฐานะสื่อมวลชนก็สามารถตอกข่าวไปว่าการดื่มเหล้านี้มันผิดกฎหมายอย่างไรบังคับอย่างไรเราก็สามารถเอาประเด็นนี้ไปต่อในข่าวนี้ได้ เราสามารถเอาประเด็นเหล้าไปต่อในข่าวหรือประเด็นอื่นๆที่สามารถไปด้วยกันได้มันก็สามารถเป็นประเด็นที่ทำให้คนรู้เรื่อง พรบ.ได้อีกด้วย”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ที่มองว่านอกเหนือจากการที่เราจะนำเสนอเรื่องราวความคืบหน้าพ.ร.บ. สถานการณ์ทั่วไปแล้ว เราอาจจะต้องนำเสนอโดยบูรณาการเรื่องเหล้า เรื่องพ.ร.บ. นี้ไปกับพวกข่าวยาเสพติด ข่าวความรุนแรง การเกิดอุบัติเหตุต่างๆ ได้เลยนะ เพราะมันอาจเป็นต้นเหตุที่จะนำไปสู่ปัญหาเหล่านั้นได้ มันเชื่อมโยงกันได้ไม่ยากเลย คนก็จะรู้กฎหมาย รู้ผลดี ผลกระทบต่างๆ ไปด้วย”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

## 8. ปัจจัยในการคัดเลือกข่าว และการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหน้าหนังสือพิมพ์

จากการสอบถามถึงปัจจัย หรือเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกองบรรณาธิการสื่อหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับพบว่า มีหลายปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกข่าวดังนี้

### 8.1 ข่าวที่มีความสด ความใหม่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน

สื่อมวลชนหลายท่านมีทัศนะตรงกันว่า ข้อคำนึง หลักเกณฑ์สำคัญในการที่จะเลือกพิจารณาลงข่าวสักเรื่องหนึ่ง ข่าวนั้นจะต้องมีความทันต่อเหตุการณ์ มีความสดและใหม่ ข่าวที่สามารถนำเสนอได้รวดเร็ว ยิ่งทำให้หนังสือพิมพ์นั้นดูเหนือกว่าคู่แข่งอื่นๆ และยังแสดงถึงประสิทธิภาพของการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วฉับไวของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น นอกจากนี้การนำเสนอเรื่องราวใหม่ๆ หรือประเด็นใหม่จะสร้างความสนใจให้แก่ประชาชน ยิ่งสามารถเกาะติดประเด็น หรือค้นหามุมใหม่ๆ ของประเด็นนั้นมานำเสนอได้ก็จะทำให้ข่าวมีคุณค่าต่อการนำเสนอมากขึ้น

“ประเด็นที่เป็นเรื่องใหม่ ที่คนยังไม่เคยรู้ก็จะนำเสนอ ถ้าเป็นเรื่องเก่า เคยลงแล้วก็ไม่ค่อยนำเสนอ ส่วนใหญ่ก็ต้องเป็นแบบนี้ เราทำงานมานานเราจะรู้ว่าประเด็นแบบนี้ใหม่ หรือเก่า เคยลงมาแล้วซ้ำก็จะไม่ค่อยมาลง เคียวนี่ข้อมูลข่าวสารมันสามารถค้นทางเว็บไซต์ได้แล้วไง มันจะมีความสด”

(คุณพรประไพ เสือเขียว ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์. สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2556)

“มันก็ควบคุมกันนโยบายขององค์กรมันก็ส่วนหนึ่ง แต่ต้องเป็นข้อมูลที่แท้จริง สดใหม่ อยู่ในความสนใจ ถ้านำเสนอไปแล้วก็ต้องมีฟีดแบคกลับมา เช่นถ้ามีทุจริตจริงรีเป่าก็จะมีหลายฝ่ายตรวจสอบขอเท็จจริง ถ้ามันผิดจริง หรือเป็นแบบอื่นเราก็ เขียนข่าวนำเสนอ”

(คุณวารุณี สิทธิรังสรรค์. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### 8.2 ข่าวที่มีความเด่น หรือมีผลกระทบต่อสังคมและประชาชน

สื่อมวลชนหลายท่านมีความคิดเห็นตรงกันว่า ประเด็นข่าวที่มีความโดดเด่น หรือดูแล้วมันส่งผลกระทบในวงกว้างต่อคนในสังคมก็จะมีคุณค่าในการเลือกพิจารณาลงข่าวมากขึ้น เช่นเดียวกับประเด็นข่าวเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ซึ่งถือว่าเป็นกฎหมายที่เป็น

นวัตกรรมใหม่ ส่งผลกระทบต่อบุคคลหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจเครื่องดื่มน้ำอัดลม ผู้ประกอบการร้านค้า ประชาชนทั่วไป กฎหมายฉบับนี้ได้จำกัดการเข้าถึงเครื่องดื่มน้ำอัดลมกับบุคคลทุกวัย ทุกกลุ่ม เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการดื่มน้ำ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกนักที่สื่อมวลชนจะหยิบประเด็นที่ส่งผลกระทบในวงกว้างเหล่านี้มานำเสนอผ่านหน้าหนังสือพิมพ์

“ถ้าเรื่องการตามประเด็นของนักข่าวหรือการตามข่าวของกองบก.การคัดเลือกข่าวนี้นั้นอยู่กับบก.อย่างเช่น โตะพีมี 4 คน 4 กระถางอย่างน้อยส่งคนละ 2 ข่าวกี่ 8 ข่าวแล้วแต่หนังสือพิมพ์นี้ลงได้แค่ 5 ข่าวมันก็จะอยู่ที่บก. โตะว่าจะเอาข่าวไหนลง แล้วเขาก็จะรู้ว่าส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้างหรือป่าว แต่บก.ก็จะเลือกอีกทีนะว่าจะลงหรือป่าว”

(คุณพวงชมพู ประเสริฐ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์คมชัดลึก. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“ประเด็นข่าวเกี่ยวกับการลงหรือไม่ลงข่าว พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่วนมากเน้นไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ถ้ามีเหตุการณ์ที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทำให้สังคมเสื่อมเสีย มีผลกระทบต่อเยาวชน หรือสังคมในทุกแง่ พูด่างๆว่าเป็นแง่เนกาทีฟ แน่นนอนว่า พ.ร.บ.ควบคุมฯ ก็จะถูกขุดขึ้นมาพูดถึง ซึ่งอาจจะพูดถึงในด้านดีแง่ของการเอาข้อกฎหมายมาอ้าง แต่อาจตามมาด้วยด้านลบที่บอกว่า พ.ร.บ.เป็นแค่เสือกระดาษ จัดการปัญหาสังคมไม่ได้ ซึ่งข่าวแง่นี้จะได้ลงมากกว่าข่าวเชิงสร้างสรรค์ของพ.ร.บ.เหล่า ก็มีแต่น้อยกว่า ซึ่งถ้าประเด็นไม่จูงใจจริงๆก็ไม่ค่อยลง”

(คุณสิรินภา อิมศิริ. ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

“การที่เราจะเลือกข่าวหนึ่งมาเป็นบทความมันต้องมีความเด่น เเด่นในแง่ของความหมาย เเด่นในแง่ของผลกระทบ เเด่นในแง่ของการกระทำที่เกิดขึ้น เเด่นในแง่ของข้อมูล ข่าวสารที่ประชาชนอยากรู้ ต้องมีความเป็นตัวของตัวเองอยู่”

(คุณเมธาวิ มัชฌันติกะ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด. สัมภาษณ์ 4 เมษายน 2556)

### ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หลังจากที่เราได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์ทั้ง 5 ท่านแล้ว เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าหน้าที่ดูแลด้านการข่าวและการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในฐานะที่เป็นองค์กรที่กำกับดูแลพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ คุณสุชาติพิศ

ศรียุทธ รักษาการหัวหน้ากลุ่มภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะ และคุณนรภมล ชูชง นักวิชาการเผยแพร่ กลุ่มภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะ โดยทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระบบการทำงานด้านการข่าวเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดัดแปลงออสต์ภายในสำนักงานฯ และการทำงานร่วมกับสื่อมวลชน รวมไปถึงความคิดเห็นต่อผลการวิเคราะห์ข่าวของผู้วิจัย โดยขอสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังนี้

#### บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานด้านข่าว

ภายในกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดัดแปลงออสต์มีผู้รับผิดชอบในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 10 ท่าน ซึ่งภายในกลุ่มงานจะมีหน้าที่ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ข่าว และงานประชาสัมพันธ์ต่างๆด้านภายในองค์กร แต่การทำงานด้านข่าวจริงๆจะมีผู้ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง 2 ท่าน โดยทั้ง 2 ท่านจะมีหน้าที่ในการเขียนข่าวเบื้องต้น จัดเตรียมเนื้อหาในการเขียนประเด็นข่าว รวมถึงมีการติดต่อหนังสือพิมพ์เพื่อซื้อพื้นที่ข่าวสำหรับลงข่าวประชาสัมพันธ์ของทางองค์กร

#### ระบบขั้นตอนการเขียนข่าว

ระบบขั้นตอนการทำข่าวประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะด้วยกัน

1. ทางกลุ่มงานมอบหมายให้ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรคเป็นผู้ดำเนินการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

2. ทางกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะเป็นผู้ดำเนินการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เอง

1. กลุ่มงานมอบหมายให้ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรคเป็นผู้ดำเนินการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์กับทางเจ้าหน้าที่กลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะ สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดัดแปลงออสต์ ได้ให้ข้อมูลว่า โดยปกติเมื่อทางสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดัดแปลงออสต์มีการจัดงานอีเวนต์ หรืองานแถลงข่าว โดยปกติทั่วไปแล้วทางกลุ่มงานของตนเองนั้นจะนำข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับงานอีเวนต์ที่ทางสำนักงานจัดไปให้แก่ทาง คุณอรุณรุ่ง ศรีรัตนรัตน์ หรือคุณป้อม ซึ่งเป็นนักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรค เป็นผู้เขียนข่าวทั้งหมด ซึ่งขั้นตอนการทำงานในลักษณะนี้เป็นระเบียบของทางกรมควบคุมโรคที่ได้ถือปฏิบัติกันมาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว เมื่อทาง



สำนักงานต่างๆภายในกรมควบคุมโรคจะทำข่าวประชาสัมพันธ์ ให้ดำเนินการติดต่อประสานงาน ผ่านมาที่กลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรคได้เลย ซึ่งกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรค จะมีเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการเขียนข่าว และติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนทุกแขนง สามารถติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนได้สะดวกรวดเร็ว

“เวลาเราจะนำเสนอข่าวเรื่องหนึ่งเช่น ข่าววันงดดื่มสุราแห่งชาติ เราจะประสานไปยังคุณป้อม หัวหน้ากลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว ของกรมควบคุมโรค ว่าเราจะทำข่าวแบบนี้ละ ก็จะคุยกันว่าTheme งานของเราเป็นยังไงบ้าง ส่วนใหญ่เราจะบอกข้อมูลให้ที่ป้อม ที่ป้อมก็จะมาเอาเอกสารรายละเอียดต่างๆ แล้วที่ป้อมจะเขียนในภาพรวมในพวกclipping ข่าว แต่บางบางครั้งน้องในแผนกที่รับผิดชอบก็จะเขียนให้เราเขียนเบื้องต้น แต่สุดท้ายกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว ของกรมควบคุมโรคเขาก็จะเอาไปปรับอีกทีหนึ่ง มันเป็นระบบของกรมควบคุมโรคนะ ตั้งแต่ที่ได้มาทำงานด้านนี้ ข่าวจะออกจากเราไปโดยตรงไม่ได้”

(คุณสุธาธิพย์ ศรีหิรัญ, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ, สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

จากการสอบถามคุณอรุณรุ่ง ศรีรัตนารัตน์ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรค ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า โดยปกติแล้วหากข่าวใดๆก็ตามของสำนักต่างๆในกรมควบคุมโรค หรือแม้กระทั่งของสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หากต้องมีการอ้างอิงข้อมูล หรือบทสัมภาษณ์ถึงบริหารของกรมควบคุมโรค เช่นอธิบดีกรมควบคุมโรค รองอธิบดีกรมควบคุมโรค ฯลฯ ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวจะต้องเป็นผู้ดำเนินการนำข้อมูลของแต่ละสำนักมาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เอง และหลังจากเขียนเสร็จแล้วอาจจะต้องนำเสนอหา รายละเอียดของข่าวให้แก่ทางผู้บริหารของทางกรมควบคุมโรคตรวจทานก่อนส่งให้แก่สื่อมวลชน ในขณะที่เดียวกันหากข่าวประชาสัมพันธ์ของแต่ละสำนัก เช่น สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องมีการอ้างอิงถึงผู้บริหารระดับสูงของทางกระทรวงสาธารณสุข เช่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ ก็จำเป็นต้องส่งข้อมูลหรือข่าวให้แก่ทางสำนักสารนิเทศและประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นเหมือนฝ่ายประชาสัมพันธ์ ส่วนกลางของทางกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้ตรวจทานข่าว หรือเขียนข่าวอีกทีหนึ่ง ซึ่งลักษณะการผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้จะเป็นแบบลำดับขั้นของทางราชการ

## 2. ทางกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะเป็นผู้ดำเนินการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ระบบการทำข่าวประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง คือ การที่เจ้าหน้าที่ภายในสำนักเป็นผู้เขียนข่าวเอง โดยตรง ซึ่งการเขียนข่าวแต่ละครั้งแต่ละประเด็นนั้นทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์จะเป็นผู้กำหนดเนื้อหาว่าจะต้องเขียนเกี่ยวกับเรื่องอะไร หรือประเด็นไหนที่ควรเขียนข่าวเพิ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับสิ่งที่ทางผู้อำนวยการสำนักฯ ได้ให้สัมภาษณ์ทางสื่อมวลชนไป ซึ่งหลังจากที่เจ้าหน้าที่ได้ทำการเขียนข่าวเรียบร้อยแล้ว ก็จะดำเนินการส่งไปยังหัวหน้ากลุ่มภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะ เพื่อทำการตรวจทานความถูกต้องของเนื้อหา และหลังจากนั้นทางหัวหน้ากลุ่มงานก็จะนำเสนอไปยังผู้อำนวยการสำนักฯ อีกครั้ง เพื่อให้ตรวจทานความถูกต้องในรายละเอียดข่าวก่อนที่จะส่งไปให้ยังกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรคช่วยตรวจทานอีกครั้ง ก่อนนำเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชนแต่ละสำนักที่มาติดตามข่าวของกระทรวงสาธารณสุขต่อไป ในอีกกรณีหนึ่งหากทางสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องสำอางค์ต้องการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูล ประสิทธิภาพ กฎกระทรวง กฎหมายลูกฉบับใหม่ทางเจ้าหน้าที่ของสำนักงานก็สามารถที่จะติดต่อขอซื้อพื้นที่หนังสือพิมพ์และลงข่าวได้เอง โดยระบบกลั่นกรองเนื้อหาจะอยู่ที่ผู้อำนวยการสำนักฯ หากมีการตรวจทานความถูกต้องของเนื้อหาข่าวสารเรียบร้อยแล้วก็สามารถนำเผยแพร่ลงสื่อมวลชนได้ทันที

“เรื่องเนื้อหานอกจากเสนอผ่านพีทีพีไปแล้ว ก็ต้องไปเสนอคุณหมอสมาน ท่านผอ. ว่า เนื้อหามีความเหมาะสมไหม ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ที่เราทำข่าว มันอยู่ในคำกล่าว หรือคำแถลงที่ผู้ใหญ่ท่านพูด ซึ่งถ้าผ่านท่านแล้ว ก็สามารถลงได้ ส่วนใหญ่การทำข่าวของที่นี่ อาจจะไม่เหมือนภาคเอกชน ผู้บริหารของเราจะให้ข้อมูลมาก่อนว่าจะให้เขียนอะไร เรามีหน้าที่เขียนเป็นเนื้อหาแล้วให้ท่านดู ถ้ามันไม่ใช่ ถ้าก็จะปรับแก้ให้ หรือถ้ามันไม่ใช่ทิศทางนี้ เราก็ต้องปรับแก้ให้มันสอดคล้องกับที่ท่านจะให้ข่าวหรือสัมภาษณ์ เราจะต้องทำงานสลับกัน เราทำงานเชิงนโยบาย ที่ไม่ใช่การตลาดที่เขียนเพื่อความสวยหรู แต่เราเขียนตามสถานการณ์นั้นๆ ตอนนี้เทรนด์ช่วงนี้เป็นวันเด็ก ก็จะพูดถึงการดื่มสุรา กับนักดื่มหน้าใหม่ หรือวันเข้าพรรษา ก็ปลุกกระตุ้นให้คนงดดื่มเรา เราก็ต้องหาสถิติต่างๆมา อย่างช่วงเทศกาลสงกรานต์ มายด์ก็ต้องทำคำกล่าวในเรื่องที่จะไปณรงค์ในที่ต่างๆ ที่เราจะไปออกทีมตรวจ ว่าการดื่มสุรานั้นเป็นผลลบต่อชีวิตและสุขภาพ มีโทษอย่างไรบ้าง”

(คุณนรภมล ชูธง. นักวิชาการเผยแพร่. สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

## การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน

จากการสัมภาษณ์กับทางเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณสุข พบว่า หากทางสำนักต้องการส่งข่าวแจก ข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงานอีเวนต์ต่างๆ ขององค์กร ไปยังสื่อมวลชนได้รับทราบ ทางสำนักฯจะส่งข่าวให้แก่กลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรค เพื่อให้ทางกลุ่มประชาสัมพันธ์ของทางกรมควบคุมโรคติดต่อประสานงานกับทางสื่อมวลชนให้ เพราะทีมกลุ่มประชาสัมพันธ์จะมีทำเนียบรายชื่อนักข่าวสายกระทรวงสาธารณสุข รวมไปถึงนักข่าวจากสำนักอื่นๆ ประกอบกับทางกลุ่มงานนี้มีความใกล้ชิดสนิทสนมกับสื่อมวลชนเป็นอย่างดี การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชนผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าวของกรมควบคุมโรคจึงมีความสะดวกมากกว่าที่ทางสำนักฯจะติดต่อประสานงานเอง

นอกจากการประสานงานเรื่องการส่งข่าวแจก ข่าวประชาสัมพันธ์ให้แก่สื่อมวลชน หรือการที่ทางสำนักฯ มีการติดต่อขอซื้อพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ในการลงข่าวประชาสัมพันธ์กฎหมายแล้ว ทางสำนักฯยังมีการติดต่อประสานกับสื่อมวลชน โดยทางสื่อมวลชนจะดำเนินการติดต่อ หรือโทรศัพท์เข้ามาขอสัมภาษณ์กับทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เองโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่สื่อมวลชนที่มีโอกาสได้สัมภาษณ์กับทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นจะเป็นสื่อมวลชนที่มีความสนิทสนมกันเป็นส่วนตัว หรือมีการติดตามข่าวพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นระยะเวลายาวนานจนเกิดความไว้วางใจ

“สื่อมวลชนถ้าเขาขอข้อมูลจากคุณหมอสมาโดยตรงมันจะเร็วกว่าไง ถ้าเขาไปขอผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว กว่าจะไปประสานต่อมันหลายขั้น ถ้าจะเอาเร็วและชัด ตรงประเด็นก็ต้องหมอสมา แต่ถ้าอยากให้มันเป็นระบบมันก็ควรที่จะมาผ่านช่องทางทางเรา เราจะได้รู้ว่าหมอสมาทำอะไร จะได้เก็บข้อมูลตรงนี้ด้วย”

ในกรณีที่เป็นสื่อมวลชนอื่นๆที่อาจมิใช่ นักข่าวสายกระทรวงสาธารณสุขโดยตรงเข้ามาขอสัมภาษณ์กับทางผู้อำนวยการสำนักฯ โดยอาจติดต่อผ่านทางเจ้าหน้าที่กลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณสุข ทางเจ้าหน้าที่จะดำเนินการรับเรื่องและขอสอบถามประเด็นที่ทางนักข่าวจะทำการสัมภาษณ์ โดยจะส่งประเด็นให้แก่ผู้บริหารได้พิจารณาก่อนและจะทำการนัดหมายให้เข้าสัมภาษณ์อีกครั้งหนึ่งตามวันเวลาที่ทางผู้อำนวยการสำนักฯสะดวกให้สัมภาษณ์

## ปัญหา อุปสรรค จุดด้อยในการดำเนินงานด้านการข่าว

ขาดระบบการตรวจสอบการให้ข่าว การลงข่าวของสื่อมวลชน จากการสอบถามกับทางเจ้าหน้าที่พบว่า เมื่อผู้บริหาร หรือบุคคลในองค์กรมีการให้ข่าว หรือให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนไป เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอข่าวลงหน้าหนังสือพิมพ์พบว่า ส่วนใหญ่แล้วข่าวจะออกไปเป็นแนวทางเชิงลบ ซึ่งเกิดจากการที่นักข่าวส่วนใหญ่จะเขียนข่าว โดยการพาดหัวข่าว มีการเล่นคำ ใช้สำนวน ให้ดูมีสีสันเพิ่มเติมบรรณศิลป์ให้ดูมีความน่าสนใจมากกว่าการพาดหัวข่าวใช้คำแบบธรรมดา ซึ่งการเขียนข่าวในลักษณะนี้อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของทางองค์กร หรือผู้บริหารที่ดูทำให้เป็นองค์กรที่ดูแข็งกร้าว หรือพบปะการทำงานดูดูเดือดจนเกินไปเกินกว่าที่เป็นองค์กรด้านสาธารณสุข หรือเมื่อทางสำนักงานจะดำเนินการลงตรวจเตือนประชาสัมพันธ์ก็ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้สึกไม่ดี หรือเกิดอคติกับองค์กรเพราะเห็นจากข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งหากมีระบบการตรวจสอบ โดยอาจให้ทางสื่อมวลชนที่ได้มาสัมภาษณ์หรือเขียนข่าวไปนั้น เมื่อเขียนเสร็จแล้วอาจจะต้องส่งกลับมายังสำนักฯ เพื่อขอเช็คความถูกต้องของข้อมูลก็อาจจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น

“บางครั้งมันก็ควรจะมียุทธศาสตร์ในการให้ข่าวอยู่เหมือนกัน ควรจะมีตรงนี้มาดูแล นอกจากการทำข่าวอย่างเดียว ซึ่งตรงนี้เรายังขาดอยู่ เราก็เคยคุยกันเรื่องนี้ ส่วนใหญ่เราก็มีการเก็บข้อมูลจริง เราก็ให้สัมภาษณ์ตามข้อมูล แต่ขั้นตอนในการนำเสนอข่าว สื่อมวลชนก็อาจจะไปบิดเบือน เราก็ไม่ได้ใกล้ชิดเหมือนส่วนกลาง มันก็อาจมีความเสี่ยงสูง เช่น ที่ผ่านมาสัมภาษณ์หมอสมาน แล้วบอกว่าคุณหมอเป็นยอดมนุษย์มันก็แรงเกิน ทั้งๆที่คุณหมอก็แค่ประชาสัมพันธ์ข้อกฎหมายเฉยๆ ไปบอกว่าคุณหมอไปลุย ตรวจจับ ทำให้ภาพลักษณ์ดูแย่ ทำไมต้องไปบุก ซึ่งเราก็ไม่ได้ไปบุก ทั้งๆที่จริงๆแล้วเราก็ตรวจประชาสัมพันธ์มาทั้งหมด แต่สื่อมวลชนมองเรามาจับจ้องใหญ่ มีการทะเลาะวิวาท นักข่าวการใส่สินีหนึ่ง การใช้ถ้อยคำของเขาที่บางทีก็ทำให้เราดูมองในแง่ลบ บางทีเราไปก็ไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้ประกอบการในทางที่ดี บางครั้งที่เราไปเราก็ไปเพื่อการประชาสัมพันธ์ เขาก็มาช่วยๆ ทำให้เกิดการกระทบกระทั่งกันในการทำงาน”

(คุณนรภมล ชูธง. นักวิชาการเผยแพร่. สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

ดำเนินการรวบรวม จัดเก็บข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารภายในองค์กรกับสื่อมวลชน รวมถึงรายชื่อหน่วยงานที่เข้ามาขอสื่อประชาสัมพันธ์ เมื่อมีประเด็นเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดขึ้น จึงเป็นที่แน่นอนว่า สำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มักจะเป็นที่แรกๆที่ทางสื่อมวลชนทุกแขนงจะดำเนินการติดต่อเข้ามาสอบถาม หรือสัมภาษณ์กับทางผู้บริหารขององค์กร ซึ่งที่ผ่านมาทางกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสาร

สาธารณชนไม่ได้มีการรวบรวมข้อมูลส่วนนี้ไว้ ซึ่งการเก็บข้อมูลจะเป็นไปในลักษณะของการรวบรวมข่าวที่ได้ลงในหน้าหนังสือพิมพ์ แต่ไม่ได้ทำการเก็บว่าทางผู้อำนวยการ หรือผู้บริหารท่านใดได้ให้สัมภาษณ์กับทางสื่อมวลชนได้บ้าง ซึ่งหากสามารถเก็บได้ก็จะทำให้รู้ว่าตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านนั้น มีสื่อมวลชนใดบ้างที่ให้ความสนใจในประเด็นเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเด็นไหนที่สื่อมวลชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อมาวางแผนการทำงานในเรื่องของการทำสื่อมวลชนสัมพันธ์ต่อไปได้

“นักข่าวส่วนใหญ่จะติดต่อหมอ เขาก็จะ โทรสัมภาษณ์กับหมอเองเลย ทั้งนักข่าวโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เขาจะไม่ได้ติดต่อผ่านทางกลุ่มงานที่ บางทีกลุ่มพีก็ออกไปเก็บข้อมูลเหมือนกัน ว่าคุณหมอไปให้ข่าวที่ไหนบ้าง ซึ่งเราก็กังไม่ได้ไปทำตรงนั้น บางครั้งก็มีบ้างที่มีรายการต่างๆมาขอสื่อไป และก็มีทั้งที่หมอไปออกรายการเอง ไปพูดสดๆด้วย บางครั้งหมอก็ไปออกรายการต่างๆของทรูบ้าง ของอะไรบ้าง บางครั้งพีก็ไม่รู้”

(คุณสุธาทิพย์ ศรีหิรัญ, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ, สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

#### แผนการทำงานด้านข่าวในอนาคต

ดำเนินการจัดทำข้อมูลเชิงวิชาการ สถิติต่างๆภายในเว็บไซต์ จากการสอบถามถึงแผนงานที่ทางกลุ่มงานกำลังจะดำเนินการจัดทำในอนาคตอันใกล้ คือ การจัดทำข้อมูลเชิงวิชาการ งานวิจัยเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้อมูลตัวเลขสถิติต่างๆพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสูญเสียจากการดื่ม ผลกระทบจากการดื่ม รวมไปถึงข้อมูล ความคืบหน้าเกี่ยวกับกฎหมาย กฎกระทรวงต่างๆ รวมถึงการกระทำผิดพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีการรวบรวมข้อมูลต่างๆเหล่านี้ลงไว้ภายในเว็บไซต์ของทางสำนักงานฯ โดยมีเจ้าหน้าที่ไอทีเข้ามาดูแลในส่วนของการบริการข้อมูลตรงนี้โดยเฉพาะ เพื่อให้สื่อมวลชนหรือผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาดาวน์โหลดหรือขอข้อมูลได้โดยตรงกับทางสำนักงานฯ

“มันอยู่ในแผนงานของเรา จะทำเป็นงานวิชาการ มีสถิติต่างๆ แล้วเอาลิงค์ลงในเว็บไซต์เลย แล้วก็เอาส่วนของไอทีก็ปรับ โยกมาไว้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการแก้ไขข้อมูล ส่วนข้อมูลวิชาการก็จะเป็นของอีกส่วนหนึ่ง”

(คุณสุธาทิพย์ ศรีหิรัญ, นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ, สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

## ความคิดเห็นต่อผลการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข่าว และประเด็นการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จำนวน 400 ชิ้นข่าว พบว่ารูปแบบข่าวสารที่ถูกสื่อมวลชนที่นำเสนอมากที่สุดคือ ข่าว มีจำนวนถึง 324 ชิ้น รองลงมาคือ คอลัมน์จำนวน 36 ชิ้น บทความจำนวน 35 ชิ้น และบทบรรณาธิการ จำนวน 5 ชิ้น และจากการวิเคราะห์ประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจำนวน 400 ชิ้นข่าว พบว่า ประเด็นที่ถูกนำเสนอผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ ประเด็นการจับตาเฟียระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ. ซึ่งมีจำนวนถึง 97 ชิ้นและ ประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้อง มีจำนวน 56 ชิ้นข่าว และประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาในพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ จำนวน 48 ชิ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถามความคิดเห็นกับทางเจ้าหน้าที่ว่าทางกลุ่มงานส่วนใหญ่จะนำเสนอข่าวในรูปแบบใด และเหตุใดประเด็นข่าวเหล่านี้จึงเป็นที่สนใจของสื่อมวลชน ถึงได้มีการนำเสนออยู่บ่อยครั้ง เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารมวลชนให้นำหนักในการนำเสนอข่าวเหล่านี้อย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบข่าวที่นำเสนอผ่านทางกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารมวลชน หรือทางกรมควบคุมโรคนำเสนออีกจะเป็นในรูปแบบของข่าวมากกว่า การเขียนพวกคอลัมน์ บทความซึ่งนานๆจะมีการเขียนสักครั้ง โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนข่าวเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม การจัดทำแคมเปญณรงค์ ข่าวเกี่ยวกับกฎหมาย กฎกระทรวงที่ออกมาใหม่ หรือการลงข่าวการตรวจเดือนต่างๆ ซึ่งข่าวเหล่านี้จะลงบ่อยเป็นพิเศษเพราะเป็นการรายงานข่าวตามความจริงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

“คอลัมน์เราทำน้อยมาก เพราะเราต้องทำให้มันคุ้มที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องกฎหมายที่เราลงไป ส่วนใหญ่มายด์จะทำเชิงบวกมากกว่า อย่างของที่มาค์ทำไม่ต้องซื้อทุกคนวิ่งหามาหมดเวลาจะจัดงานตามเทศกาลคนก็จะมาถามว่าจะจัดงาน หรือมีแคมเปญอะไรบ้างใหม่ สื่อมวลชนมาขอกับกระทรวง แล้วเขาก็มาขอที่เรา เพราะตอนนี้ก็มีกฎหมายออกมาใหม่ด้วยเรื่องห้ามดื่มบนรถ สื่อมวลชนก็จะมาหาเราเพราะเราเป็นคนออกกฎหมาย เราจะรู้ดีที่สุด”

(คุณนรภมล ชูรง. นักวิชาการเผยแพร่. สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)

ส่วนในเรื่องของการนำเสนอประเด็นข่าวนั้น ส่วนใหญ่ทางกลุ่มงานภาคีเครือข่ายและสื่อสารสาธารณะจะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเรื่องกิจกรรม การรณรงค์คัดค้านเหล้า การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ถึงโทษภัยของการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ส่วนประเด็นข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการเฝ้าระวังแจ้งเรื่องร้องเรียนหรือการลงตรวจจับต่างๆ อาจมีทิศทางเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน เพราะทางกลุ่มงานจะนำเสนอข่าวตามข้อเท็จจริงที่ทางกลุ่มงานดำเนินการเช่น การลงตรวจจับในพื้นที่ต่างๆ บางครั้งทางเจ้าหน้าที่ก็จะมีการติดต่อสื่อมวลชนลงไปทำข่าวด้วย หรือบางครั้งทางสื่อมวลชนทราบข่าวก็จะขอเกาะติดลงไปในพื้นที่ด้วย มีการขอโทรสัมภาษณ์สดทันทีทันใด หรือกลุ่มงานอาจมีการสรุปข้อมูลการลงตรวจในพื้นที่ต่างๆ ให้แก่สื่อมวลชน ข่าวที่นำเสนอออกมาจึงเป็นเรื่องการเฝ้าระวังแจ้งเรื่องร้องเรียน หรือตรวจจับ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมเกี่ยวกับพ.ร.บ. หรือการประชาสัมพันธ์กฎหมายจึงมีปริมาณที่สูงกว่าประเด็นข่าวอื่นๆ

“ของพี่เป็นการเขียนกิจกรรม หรือการรณรงค์คัดค้านเหล้ามากกว่า หรือพวกโทษพิษภัยต่างๆ ถ้าข่าวทางลบๆ จะผ่านทางคุณหมอเลย เพราะบางครั้งมีประเด็นอะไรด่วน ลงจับ สื่อมวลชนก็จะโทรด่วนเข้ามาเลย ขอสัมภาษณ์สด เป็นประจำเลย ข่าวเลยออกมาในลักษณะนี้บ่อย บางครั้งทีมเฝ้าระวังก็มีการลงตรวจพื้นที่ เขาก็จะมีการประสานไปที่พื้นที่ หรือทีมที่เขาจะให้ไปเป็นข่าว”

(คุณสุชาติพิทย์ ศรีหิรัญ. นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ. สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2556)