

เส้นทางเดินของทฤษฎีและมโนทัศน์ของการสื่อสารมวลชน

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ

บทนำ: ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเป็นศาสตร์รุ่นน้อง

ข้อเขียนชิ้นนี้จะขอแนะนำพัฒนาการของทฤษฎีและมโนทัศน์ (Concept) ของการสื่อสารมวลชนจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้ว่าทฤษฎีสื่อสารมวลชนจะเพิ่งมีอยู่ได้ไม่ถึงหนึ่งศตวรรษ แต่ทว่าก็มีการแตกตัวของทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ อย่างหลากหลายมาก จึงเป็นไปได้ที่บทความสั้นๆ ชิ้นนี้จะครอบคลุมได้ทั้งหมด ฉะนั้น เนื้อหาในที่นี้จึงจะเป็นเพียงการแนะนำอย่างคร่าวๆ พอเป็นตัวอย่างเท่านั้น

เนื่องจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนนั้นเป็นทฤษฎีทางวิชาการรุ่นหลังที่เพิ่งเริ่มก่อรูปร่างเมื่อราวทศวรรษ 1930 แต่ทว่าก่อนหน้านั้น ได้มีทฤษฎีวิชาการจากสาขาวิชาอื่นๆ อยู่แล้ว ทั้งจากกลุ่มทฤษฎีวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ (Natural Sciences) สังคมศาสตร์ (Social Sciences) และมนุษยศาสตร์ (Humanities) การปรับเปลี่ยนเส้นทางเดินของทฤษฎีสื่อสารมวลชนจึงเกิดมาจากความโน้มเอียงและสัดส่วนที่จะพึ่งพิงอยู่กับสาขาวิชารุ่นพี่เหล่านั้นที่แตกต่างกันไปในแต่ละยุคสมัย

ตัวอย่างเช่นในยุคแรกๆ ทฤษฎีสื่อสารเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Theory of Communication) ของ Shannon & Weaver จะปรับประยุกต์มาจากวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ และแนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนเพื่อสร้างมติสาธารณะ (Public opinion) ก็สืบสานมาจากสาขาวิชารัฐศาสตร์ รวมทั้งวิธีการศึกษาวิจัยก็ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative approach) ที่มีลักษณะเป็นวิทยาศาสตร์อยู่สูง

แต่ทว่าในระหว่างทศวรรษ 1970 ทฤษฎีสื่อสารมวลชนได้เริ่มปรับเปลี่ยนไปอิงสาขาวิชาด้านมนุษยศาสตร์เช่น ภาษาศาสตร์ (Linguistics) ดังเช่นการนำแนวคิดใหม่ๆ แบบทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiotics) มาใช้ในการศึกษาผลงานสื่อมวลชน หรือความสนใจแบบสาขาวิชามานุษยวิทยาที่ปรากฏในสำนักคิดวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Study) วิธีวิทยาที่ใช้ศึกษาก็แปรเปลี่ยนมาเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทฤษฎีสื่อสารมวลชนจะมีร่องรอยที่สืบต่อจากทฤษฎีวิชาการรุ่นพี่ที่มีมาก่อน แต่ทว่าในกระบวนการแตกตัวออกมานั้น ทฤษฎีสื่อสารมวลชนก็ได้พัฒนาจนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมาในเวลาเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า มีลักษณะ "ทั้งเก่า" และ "ทั้งใหม่" ผสมผสานอยู่ในเวลาเดียวกัน

สำหรับการเปลี่ยนแปลงเส้นทางเดินของทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่ได้กล่าวอย่างคร่าวๆ ข้างต้นนี้เกิดมาจากการทำงานร่วมกันขององค์ประกอบหลายประการ ปัจจัยแรกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวด และมีความสัมพันธ์กับเรื่องสื่อสารมวลชน ก็คือ **บริบทของสังคมในแต่ละช่วงเวลา** ตัวอย่างเช่น การถือกำเนิดของทฤษฎีเข็มฉีดยา/ทฤษฎีกระสุนปืน (Hypodermic/Magic Bullet Theory) นั้น ปรากฏขึ้นในช่วงสงครามโลกทั้ง 2 ครั้ง ด้วยเหตุนี้งานศึกษาวิจัยสื่อสารมวลชนทุกครั้งจึงไม่อาจจะละเลยการพิจารณาถึงบริบททางเศรษฐกิจ/การเมือง/สังคม-วัฒนธรรม รวมทั้งประวัติศาสตร์ความเป็นมาและความเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้นๆ ควบคู่ไปด้วยเสมอ

ปัจจัยถัดมาที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าองค์ประกอบแรกคือ **ลักษณะและธรรมชาติของตัวสื่อเอง** เช่น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตัวสื่อจากสื่ออักษร เช่น หนังสือพิมพ์มาเป็นสื่อภาพและเสียงเช่นภาพยนตร์ จากภาพยนตร์มาเป็นสื่อเสียงอย่างเดียวเช่นวิทยุ แล้วคลี่คลายมาเป็นสื่อภาพและเสียงที่มีขนาดจอกเล็กกว่าจอหนังเช่นโทรทัศน์หากทว่าเป็นสื่อที่มาถึงสถิตยอยู่ในทุกบ้าน แทนหนึ่งพระ (เป็นแนวคิดของ G. Gerbner นักทฤษฎีสื่อสำนัก Cultivation Theory) จนกระทั่งถึงสื่อสมัยใหม่ที่กำลังมาแรงคือคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงของสื่อที่สังคมนำมาใช้ก็จะส่งแรงกระเพื่อมไปถึงทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่มีอยู่ทุกครั้ง เช่น ในช่วงเวลาที่เกิดความแพร่หลายของสื่อโทรทัศน์ ทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่กำลังมีอยู่ในขณะนั้นซึ่งเป็นกลุ่มทฤษฎีที่ไม่เชื่อถือในพลังอำนาจของสื่อก็จำเป็นต้องเปิดทางให้กับกลุ่มใหม่ที่พลิกมุมมองอำนาจของสื่อโทรทัศน์ในแง่มุมใหม่ๆ เป็นต้น

องค์ประกอบอีกตัวหนึ่งที่น่าจะมีอิทธิพลต่ออาการพลิกผันของทฤษฎีสื่อสารมวลชนนั้น น่าจะได้แก่ **ปฏิบัติการเชิงปัญญา (Intellectual practice)** ของนักวิชาการในสาขานี้ ทัศนศาสตร์ปฏิบัติการดังกล่าวนี้ได้แสดงออกในรูปแบบต่างๆ เริ่มตั้งแต่การขบคิดทบทวนไตร่ตรอง (Contemplate) การเขียนงานวิชาการ ไปจนกระทั่งถึงรูปแบบสูงสุดคือการศึกษาค้นคว้าวิจัย

ดอกไม้ร้อยดอกประชัน หลากหลายสำนักคิดแข่งขัน

ความแตกต่างของทฤษฎีสื่อสารมวลชนนั้น นอกเหนือจากเรื่องความโน้มเอียงที่จะไปพึ่งพิงอิงแอบอยู่กับสาขาวิชารุ่นพี่สาขาใดดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เนื่องจากในแต่ละสาขาวิชานั้นยังมีการแยกย่อยออกไปตาม "สำนักคิด" (School of Thought) ฉะนั้น บรรดาทฤษฎีสื่อสารมวลชนนานาประเภทที่มีอยู่จึงถูกประทับด้วย "ตราแห่งสำนักคิด" ที่แตกต่างกัน

สำหรับความแตกต่างระหว่างทฤษฎีในสำนักคิดนั้นจะเกิดมาจาก 3 ปัจจัยคือ

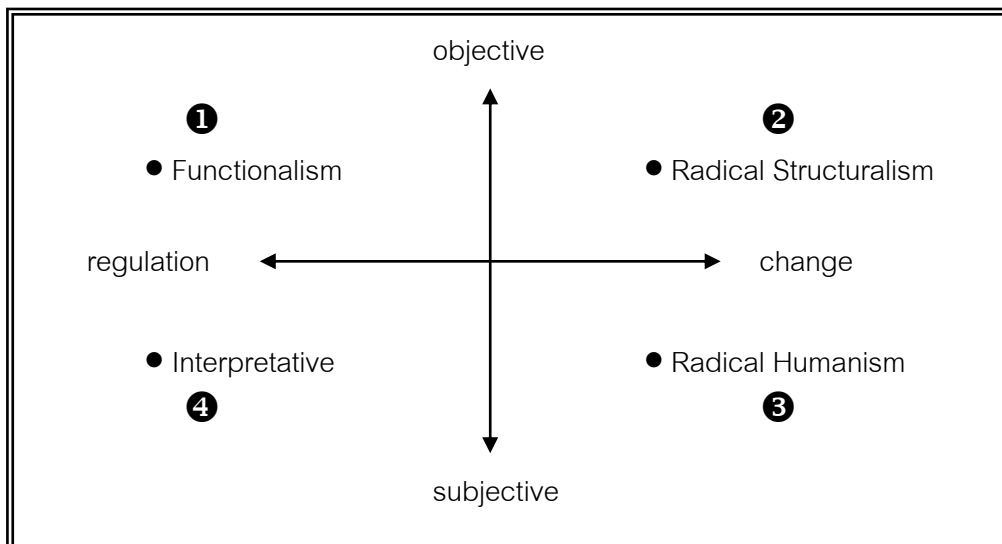
(1) เกิดมาจากข้อตกลงเบื้องต้น (Basic assumption) ที่มีต่อสรรพสิ่งต่างๆ เช่น ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ (เช่น มนุษย์มีธรรมชาติที่ดีหรือเลว) ข้อตกลงเกี่ยวกับธรรมชาติของสังคม ฯลฯ

(2) เกิดมาจากมโนทัศน์พื้นฐาน (Basic concepts) เนื่องจากทฤษฎีเป็น "ชุดแห่งความสัมพันธ์ของบรรดามโนทัศน์พื้นฐาน" ดังนั้น ทฤษฎีที่แตกต่างกันก็เกิดขึ้นเนื่องจากการใช้มโนทัศน์พื้นฐานที่ต่างกันนั่นเอง เสมือนเวลาที่เราพิจารณาร้านประเภทต่างๆว่าเป็นบ้านทรงไทย บ้านตึก บ้านครึ่งตึกครึ่งไม้ ฯลฯ ส่วนประกอบที่เป็นไม้ ปูน อิฐ ฯลฯ นั้นก็เป็นประดุมมโนทัศน์พื้นฐานของทฤษฎีนั่นเอง

(3) เกิดมาจากวิธีการนำเอาทฤษฎีไปใช้ (Theoretical application) ที่จะมีข้อกำหนดพื้นฐาน เช่น ทฤษฎี Uses and Gratification Approach นั้นมีข้อกำหนดที่ไม่เชื่อถือว่าคุณลักษณะของประชากร เช่น เพศ อายุ ชั้นชั้น ฯลฯ จะเป็นตัวกำหนดหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เป็นต้น

ในขณะที่ทฤษฎีนั้นมีอย่างหลากหลาย ก็ได้มีนักวิชาการบางท่านพยายามที่จะจัดหมวดหมู่ของทฤษฎีต่างๆเพื่อให้มีความหมายมากขึ้น ในกระบวนการจัดหมวดหมู่นี้ สิ่งที่สำคัญก็คือ เกณฑ์ที่ใช้ในการจัดแบ่งประเภท (Categories) ตัวอย่างเช่น Rosengren (1983) ได้จัดแบ่งทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์ที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้กับทฤษฎีสื่อสารมวลชนได้ โดยใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ตัดกันคือ

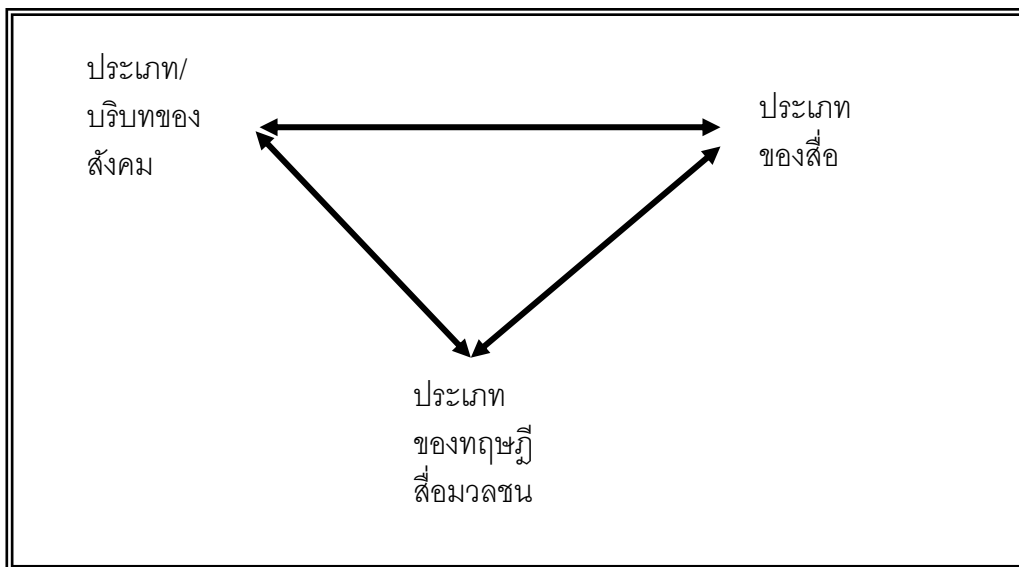
- เกณฑ์เกี่ยวกับความเป็นวิทยาศาสตร์ ที่แยกได้เป็น 2 กลุ่มย่อยคือ Subjective และ Objective
 - เกณฑ์ที่เกี่ยวกับธรรมชาติของสังคม ก็แยกได้เป็น 2 กลุ่มย่อยคือ เน้นการเปลี่ยนแปลง (Radical change) กับเน้นการรักษากฎระเบียบที่เป็นอยู่ (Regulation)
- จากทั้ง 2 เกณฑ์นี้ ก็จะจัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีต่างๆ ได้ดังนี้



ในตอนต่อไป จะขอนำเสนอกลุ่มทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่แยกเป็นหมวดหมู่เช่นเดียวกัน

ภาพกว้างจากทางไกล

ก่อนที่จะไปถึงรายละเอียดของทฤษฎีการสื่อสารมวลชนแต่ละทฤษฎีนั้น เนื่องจากทฤษฎีการสื่อสารมวลชนนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอีก 2 ส่วนอยู่เสมอ คือ บริบทของสังคม และประเภทของสื่อดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ในที่นี้จึงจะขอกล่าวถึงองค์ประกอบส่วนแรกคือ "ประเภทของสังคม" แบบกว้างๆเสียก่อน



(ก) รอยต่อของสังคมศักดินาสู่ยุคแห่งสมัยใหม่

การเกิดขึ้นของสื่อมวลชนชนิดแรก คือสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ในช่วงเวลาขณะนั้น บริบทของสังคมเป็นช่วงรอยต่อระหว่างยุคศักดินา/เจ้าขุนมูลนาย (Feudal society) หรือระบบเก่า (Ancient Regime) กับยุคแห่งสมัยใหม่ (Modernity) ในยุโรปนั้นยุคสมัยใหม่เริ่มปรากฏขึ้นเมื่อประมาณศตวรรษที่ 16 และมาเด่นชัดมากยิ่งขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 18 ที่รู้จักกันในนามของยุคแสงสว่างทางปัญญา (Enlightenment)

ผลของการเกิดขึ้นของสื่อหนังสือพิมพ์ในช่วงรอยต่อแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคมดังกล่าวเป็นตัวกำหนดบทบาท/หน้าที่/พันธกิจของสื่อหนังสือพิมพ์ และกลายเป็นรอยสลักที่ยังอยู่ในสื่อประเภทนี้เป็นการเฉพาะ ดังที่รับรู้กันว่า "ไม่มีการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมสู่ยุคสมัยใหม่ในแห่งหนใดที่จะปราศจากการเข้าร่วมของหนังสือพิมพ์" และบทบาทของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์นี้

เองที่เป็นบ่อเกิดของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory) ซึ่งยังคงมีคำถามว่าขอบเขตของเนื้อหาทฤษฎีนั้นจะครอบคลุมมาถึงสื่อประเภทอื่นๆที่เกิดขึ้นตามหลังมา เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตได้หรือไม่ อย่างไร

นักวิชาการแต่ละท่านมีทัศนะต่อ "ยุคแห่งสมัยใหม่" ที่หลากหลายซึ่งพอจะประมวลในที่นี้ได้ว่า ยุคแห่งสมัยใหม่ได้นำเสนอสิ่งใหม่ๆอะไรบ้างแก่สังคมมนุษย์ ดังนี้

(1) ในด้าน**เศรษฐกิจการผลิต** ยุคแห่งสมัยใหม่ได้นำเอาระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบการผลิต (ผลิตด้วยระบบสายพานในโรงงานซึ่งเป็นรูปแบบการผลิตของสื่อมวลชนด้วย) รวมทั้งยังเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางการผลิต (Relation of production) เช่นจากชาวนารายย่อยที่เป็นเจ้าของที่ดินมาเป็นแรงงานรับจ้างในโรงงาน

(2) ในด้าน**เทคโนโลยีและการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์** มีการขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว เนื่องจากเงื่อนไขบริบทด้านคำสอนทางศาสนาคลายตัวลง พัฒนาการนี้เริ่มตั้งแต่มีการนำพลังไอน้ำมาใช้ จนกระทั่งถึงการนำคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้ามาใช้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของระบบการสื่อสารมวลชนโดยตรง

(3) ความทันสมัย (Modernization) ก่อให้เกิดการอพยพโยกย้ายผู้คนจากเขตชนบทมาสู่เมือง ทำให้เกิดกระบวนการ **"ทำให้เป็นเมือง"** (Urbanization) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนสมัยใหม่อย่างมาก และปัจจุบันนี้กระบวนการอพยพเคลื่อนย้ายนั้นก็ยังคงดำเนินมาอย่างต่อเนื่องในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) แต่เป็นการอพยพแบบข้ามพรมแดนของประเทศที่เรียกว่ากลุ่ม "Diaspora" เช่นกลุ่มคนไทยในสหรัฐอเมริกา ประเด็นศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนของกลุ่มผู้อพยพรุ่นใหม่ในการธำรงรักษาวัฒนธรรมเดิมของตน ในการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มรวมทั้งเป็นเครื่องมือต่อสู้เพื่อสิทธิต่างๆ จึงเป็นหัวข้องานค้นคว้าวิจัยที่มีอยู่ทั่วโลก

(4) ยุคแห่งสมัยใหม่ได้นำเอา**ระบบการปกครองแบบใหม่** คือระบอบประชาธิปไตยและการสร้างความเป็นชาติ พร้อมกับความรู้สึกชาตินิยม (Nationalism) ซึ่งจำเป็นต้องมีกลไกคือสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญอย่างจะขาดเสียมิได้ ไม่ว่าจะเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนในชาติออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง จนกระทั่งถึงการถ่ายทอดฟุตบอลโลกที่ปลุกเร้าความรู้สึกชาตินิยมอย่างรุนแรง เป็นต้น

(5) ยุคแห่งสมัยใหม่ได้นำเอา**ระบบวัฒนธรรมแบบใหม่ๆ** เช่น ระบบการศึกษาในรูปแบบของโรงเรียน แหล่งเก็บรวบรวมความรู้เช่น พิพิธภัณฑ์ ซึ่งสถาบันศาสนาเคยทำหน้าที่ดังกล่าวมาก่อน และในขั้นต่อมา การสื่อสารมวลชนนานาชาติก็ได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมอย่างสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมของสังคม จนกระทั่งมีการขนานนามวัฒนธรรมในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ว่า "วัฒนธรรมแบบมีสื่อมวลชนเป็นศูนย์กลาง" (Mass-mediated Culture)

(6) ในด้าน**ศิลปวัฒนธรรม** ยุคแห่งสมัยใหม่ได้แยกตัวในด้านมาตรฐานของศิลปะ/

สุนทรียะระยออกมาจากยุคศักราชดินนา โดยเริ่มตั้งแต่ศักราชปะสาย Impressionism มาจนกระทั่งถึงสาย Abstract Expressionism เช่น ผลงานของปีกัสโซ โกลแกง เรอเนอวัวร์ ฯลฯ

(7) ในทัศนะของมิเชล ฟูโกต์ (M. Foucault) เขาเห็นว่า ยุคแห่งสมัยใหม่ได้นำมาซึ่ง **รูปแบบการใช้อำนาจแบบใหม่ ๆ** เช่น การฝึกวินัย (Discipline) การใช้อำนาจบนร่างกาย (Bio-politic) การสร้างความเป็นมาตรฐาน/ความเป็นปกติ (Normalization) ฯลฯ ซึ่งเป็นรูปแบบการใช้อำนาจที่มีลักษณะที่ซับซ้อนแฉ่งเร้นกว่ายุคสมัยก่อนหน้านี้

(8) ในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องการสื่อสาร เนื่องจากสังคมยุคสมัยใหม่นั้นเป็น "สังคมมวลชน" (Mass society) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือเป็นสังคมที่มีผู้คนมากมายมาอยู่ร่วมกันอย่างปราศจากสายสัมพันธ์แบบดั้งเดิม เช่น สายสัมพันธ์เครือญาติ ดังนั้น การสื่อสารที่เป็นกระแสหลักของสังคมมวลชนจึงเป็นการสื่อสารมวลชน และผลจากการทำงานของสื่อมวลชนก็ได้ก่อรูปของวัฒนธรรมแบบใหม่ในชีวิตประจำวันของผู้คนที่เรียกว่า "วัฒนธรรมมวลชน" (Mass culture) เช่น นวนิยายสิบสตางค์ (Dime Novel), หนังสือตลกขอลีวู้ด, เพลงแจ๊ส รวมทั้งละครวิทยุที่นำเสนอเป็นตอนๆ ซึ่งเป็นแม่แบบสำหรับละครโทรทัศน์ในช่วงเวลาต่อมา

(ข) ก้าวสู่สังคมยุคหลังสมัยใหม่ (Post-Modern Age)

นับตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อราวๆทศวรรษ 1970 นักวิชาการกลุ่มหนึ่งได้ตั้งข้อสังเกตว่า โลกเราในบางส่วนเสียได้ก้าวผ่านจาก "ยุคแห่งสมัยใหม่" เข้าสู่ยุค "หลังสมัยใหม่" ในยุคหลังสมัยใหม่นี้ มีการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะต่างๆของสังคมไปหลายประการ เช่น

(1) ในด้านเศรษฐกิจ ระบบทุนนิยมได้ปรับเปลี่ยนไปจากทุนที่อยู่ภายในขอบเขตของแต่ละประเทศ ปัจจุบันนี้ เกิดปรากฏการณ์บริษัทข้ามชาติที่ไม่เพียงแต่ก้าวข้ามเส้นพรมแดนของประเทศเท่านั้น หากทว่ายังก้าวข้ามค่ายอุตสาหกรรมทางการเมืองอย่างไม่เคยมีมาก่อน ระบบทุนนิยมโลกสร้างทั้งระบบตลาดโลกและเครือข่ายการผลิตระดับโลก เช่น รถยนต์คันหนึ่งๆ อาจจะมีการแบ่งผลิตชิ้นส่วนย่อยๆ ตามประเทศต่างๆ แล้วนำมาประกอบรวมกันในอีกประเทศหนึ่ง เป็นต้น

(2) สำหรับพัฒนาการของเทคโนโลยี เช่น การเกิดขึ้นของคอมพิวเตอร์ได้ปรับโฉมหน้าของสังคมต่างๆให้เปลี่ยนไปจากเดิมอย่างมาก เช่น ในด้านเศรษฐกิจจากเดิมที่มีการผลิตแบบสายพานโรงงานที่มีขนาดใหญ่ๆ ผลิตครั้งละมากๆ รูปโฉมของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจะเป็นรูปแบบเดียวกัน แต่เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ช่วยทำให้เกิดระบบการผลิตขนาดเล็กที่ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจะมีรูปร่างหน้าตาที่หลากหลาย

สำหรับผลกระทบต่อด้านการเมือง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดการกระจายอำนาจที่เคยถูกรวมศูนย์อยู่ในยุควิทยุและโทรทัศน์

ส่วนผลกระทบด้านวัฒนธรรมนั้น ก็ได้เกิดการเปลี่ยนผ่านของวัฒนธรรมครั้งใหญ่ อีกครั้งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น แต่เดิมนั้นระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมแห่งยุคสมัยใหม่จะมีทัศนคติที่มอง ผู้คนแบบแรงงาน ผู้บริโภคหรือสมาชิกของครอบครัว แต่สำหรับสังคมยุคหลังสมัยใหม่จะมีวิธีการ สร้างอัตลักษณ์ของผู้คนที่หลากหลายกว่า มีลักษณะเป็นลูกผสม (Hybrid) มากกว่าแบบฉบับที่เคยมีมา เช่น มีอัตลักษณ์เป็นสาวเบรียว หุ่นไฮโซ เด็กแนว ผู้ชายยุคใหม่ ฯลฯ

(3) การอพยพเคลื่อนย้ายของผู้คนมีอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากยิ่งขึ้นกว่ายุคสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนย้ายที่อยู่อาศัยหรือเคลื่อนเปลี่ยนสถานที่ทำงาน ฯลฯ ดังนั้น สำนึกเกี่ยวกับพื้นที่แบบดั้งเดิม เช่น มีภูมิลำเนาบ้านเกิด จึงสูญหายไปดังที่นักวิชาการขนานนามผู้คนในยุคหลังสมัยใหม่ว่า เป็นมนุษย์ที่ปราศจากสำนึกแห่งพื้นที่ (No Sense of Place)

(4) ในขณะที่ยุคแห่งสมัยใหม่นั้นจะมีลักษณะสังคมเป็นแบบอุตสาหกรรมและสังคมมวลชน แต่ในยุคหลังสมัยใหม่นี้จะเป็นสังคมข่าวสาร (Information society) ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญตั้งชื่อของสังคม คือเป็นสังคมที่มีสัดส่วนประชากรทำงานอยู่ในภาคข่าวสารอย่างมาก และเป็นสังคมที่มีการผลิต การแพร่กระจายและการใช้ข้อมูลข่าวสาร (Message) รวมทั้งสัญลักษณ์ (Sign) อย่างมากมายกว่ายุคสมัยใดๆที่ผ่านมาในอดีต

(5) สำหรับรูปแบบวัฒนธรรมของสังคมยุคหลังสมัยใหม่นั้นได้พลิกโฉมหน้าไปจากเดิม โดยได้มีการสร้างปฏิบัติการทางวัฒนธรรมแบบใหม่ๆ (Cultural practice) และบรรทัดฐานเชิงสุนทรียะแบบใหม่ๆขึ้นมา โดยเริ่มจากในสาขาสถาปัตยกรรมก่อน F. Jameson (1991) พรรณนา ลักษณะของบรรทัดฐานใหม่นี้ว่าได้ตัดข้ามรูปแบบเดิมๆของวัฒนธรรมและลือไปหมด เช่น การนำเอาตัวการ์ตูนมาร่วมแสดงภาพยนตร์กับคนจริงๆ เป็นต้น

คุณลักษณะที่สำคัญๆของปฏิบัติการทางวัฒนธรรมและบรรทัดฐานเชิงสุนทรียะแบบใหม่มีดังนี้

(i) การสูญหายไปของความลึกซึ้ง วัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่ไม่สนใจความตื้นตื้นลึกซึ้ง หากทว่าสนใจแต่สิ่งที่อยู่บนผิวหน้า/ผิวเผินเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ "ภาพลักษณ์" (Image) จึงสำคัญกว่า "ตัวจริง/ต้นฉบับ"

(ii) มีลักษณะ "ตัดปะ" (Pastiche) ซึ่งมีความหมายว่า ไม่มีหลักการที่แน่นอนว่า จะเอา"อะไร"มา "ตัดปะรวม" ไว้กับ "อะไร" ไม่มีแบบแผนที่แน่นอนในการเชื่อมโยงส่วนย่อยๆเข้ามาด้วยกัน ดังจะเห็นตัวอย่างได้จากงานด้านสถาปัตยกรรมที่สามารถจะเอาเส้าแบบกรีก โรมัน โกธิค กับกำแพงกระจกของตึกระฟ้าสมัยใหม่มาอยู่รวมกัน หรือตัวอย่างแฟชั่นกางเกงยีนส์กับเสื้อลูกไม้ เป็นต้น

(iii) มีลักษณะที่แตกแยก (Schizophrenic) ทั้งในแง่รูปแบบและกาลเวลา เช่นแต่เดิมนั้น กาลเวลาจะเรียงตัวตามลำดับก่อนหลัง เช่น อดีต ปัจจุบัน และอนาคต แต่ทว่าภาพยนตร์

แบบหลังสมัยใหม่สามารถจะสร้างแบบ "Back to the Future" ได้

(iv) มีลักษณะที่นางงวยอัศจรรย์ใจ ที่ Jameson เรียกว่า Postmodern Sublime ทั้งนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งกาลเวลาและสถานที่ ทำให้ผู้คนที่ใช้ชีวิตอยู่เกิดอาการงวยว่า "ตนเองกำลังอยู่ที่ไหน" Jameson ยกตัวอย่างเช่นเวลาที่เรารับเข้าไปในอาคารแบบหลังสมัยใหม่ เราจะเดินไม่ถูกว่าจะไปทางทิศไหน จะเข้าออกได้อย่างไร และแม้จะเคยเดินเข้าไปแล้ว ก็ยังหลงทางจนได้ (ดังเช่นที่ปรากฏในนวนิยายเรื่อง "รหัสลับดา วินชี")

(v) คุณลักษณะสุดท้ายเป็นทัศนคติของ J. Baudrillard ที่เสนอแนวคิดเรื่องการทำให้เทียมและเลียนแบบชนิดพิเศษที่เรียกว่า Simulacrum Baudrillard เสนอว่าในโลกยุคหลังสมัยใหม่นั้น ความแตกต่างระหว่าง "ภาพลักษณ์" (ของที่เลียนแบบ) กับ "ความเป็นจริง" (ต้นฉบับ/ของจริง) จะไม่มีอีกต่อไปแล้ว กล่าวคือ ต้นฉบับ/ความเป็นจริงจะไม่มีค่าสำคัญเหนือกว่าภาพลักษณ์/ของเลียนแบบอีกต่อไป

การเปลี่ยนแปลงของโลกแห่งความจริงที่เป็นบริบทของสังคมดังกล่าวนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อมาถึงการก่อร่างสร้างทฤษฎีการสื่อสารมวลชนอย่างลึกซึ้ง ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่น ในการพูดถึงผลกระทบของสื่อมวลชนนั้น ในช่วงปลายๆของศตวรรษที่ 20 ได้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนทฤษฎีที่พูดถึงผลกระทบแบบระยะสั้น (Short-term) ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Behavior) มาเป็นทฤษฎีที่พูดถึงผลลัพธ์ของสื่อมวลชนในแง่การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) รวมทั้งการนำเอาทฤษฎีสัณฐานวิทยา (Semiotics) มาวิเคราะห์ผลงานต่างๆของสื่อมวลชน เป็นต้น

จากนี้ จะขอเสนอตัวอย่างกลุ่มทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่เป็นกลุ่มหลักๆพอสังเขป ดังนี้คือ

- (1) กลุ่มกระบวนทัศน์กระแสหลัก : Media Effect และวงศักรวนเวียนเครือ
- (2) สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)
- (3) สำนักทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory)
- (4) กลุ่มทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา/ตัวบท
- (5) กลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อและผลกระทบ (Media Technology and Effects)
- (6) กลุ่มทฤษฎีสื่อ/วัฒนธรรม

กลุ่มกระบวนทัศน์กระแสหลัก : Media Effect และวงศักรวนเวียนเครือ

(ก) คลื่นระลอกแรกของ Media Effect

กลุ่มทฤษฎีกระบวนทัศน์กระแสหลัก (Dominant Paradigm) นี้ก่อตัวมาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 และครอบครองช่วงเวลาแห่งสงครามโลกทั้ง 2 ครั้ง ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น มี

เหตุการณ์สำคัญๆ เช่น การใช้สื่อภาพยนตร์เพื่อผลทางการเมืองในประเทศสังคมนิยมเช่นรัสเซีย การใช้สื่อโน้มน้าวประชาชนเยอรมันของฮิตเลอร์ การใช้สื่อประเภทต่างๆในระหว่างสงครามของฝ่ายสัมพันธมิตรและสหรัฐ รวมทั้งการนำสื่อมวลชนมาใช้ในยามปกติ เช่น การหาเสียงเลือกตั้งหรือการโฆษณาขายสินค้า บรรดาเหตุการณ์เหล่านี้เป็นบ่อเกิดที่มาของทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่เรียกว่า "ทฤษฎีเข็มฉีดยา" (Hypodermic Theory) หรือ "ทฤษฎีกระสุนปืนมหัศจรรย์" (Magic Bullet Theory)

มโนทัศน์หลัก (Basic concept) ของทฤษฎีกระสุนปืนมหัศจรรย์นี้วางอยู่บนความเชื่อใน "พลังอำนาจของสื่อที่จะสร้างผลกระทบให้เป็นไปตามที่ผู้ใช้ต้องการ" (Media Impact/Media Effect) ลักษณะของพลังอำนาจของสื่อ นั้น จะสร้างผลกระทบได้ในลักษณะ ดังนี้

- เป็นผลกระทบระยะสั้น (Short-term) ที่เกิดขึ้นทันที/ฉับพลัน (Here and now)
- เป็นผลลัพธ์ในระดับการกระทำ/พฤติกรรม (Behavior)
- เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจาก "พลังของตัวสื่อ" (Media) โดยที่ตัวเนื้อหาสาร (Message) นั้น อาจจะไม่สำคัญมากนักสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ที่สรุปเป็นสูตรว่า "One message fits for all"
- เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น ละครโทรทัศน์เรื่องเดียวสามารถมีอิทธิพลตั้งแต่เด็กและผู้ใหญ่ ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย และผู้คนในทุกระดับชนชั้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนก็มีวิธีการปฏิบัติเช่นทฤษฎีวิทยาศาสตร์โดยทั่วไป คือต้องผ่านการทดสอบทั้งด้วยปฏิบัติการทางวิชาการเช่นการวิจัย และทั้งด้วยข้อเท็จจริงจากสภาพความเป็นจริง ดังนั้น หลังจากที่ได้ออกร่างสร้างทฤษฎีมาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 จนถึงประมาณทศวรรษที่ 1960-1970 ก็ได้มีการประเมินตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของทฤษฎี "พลังอำนาจของสื่อ" และได้มีข้อเสนอใหม่หลายประการเกี่ยวกับกระบวนการที่ศักราชเหล่านี้ เช่น

- อิทธิพลอันทรงพลังของสื่อมวลชนนั้นจะมีอยู่ภายใต้ "เงื่อนไขพิเศษ" เช่น สภาวะสงคราม ช่วงภาวะวิกฤติเท่านั้น หากทว่ามีใช่ "ข้อสรุปโดยทั่วไป" แบบไร้เงื่อนไข
- ผลกระทบของสื่อมวลชนนั้นจะมีแต่เฉพาะ "กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม" เท่านั้น มิใช่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม
- หากจะเป็นกรณีที่สื่อมวลชนสามารถจะสร้างผลกระทบอย่างเฉียบพลันแบบระยะสั้นที่กล่าวมานั้น นอกจากจะต้องมี "เงื่อนไขพิเศษภายนอก" แบบที่กล่าวมาแล้ว ก็ยังต้องมี "เงื่อนไขพิเศษภายใน" กระบวนการสื่อสารเอง กล่าวคือ

- (i) ต้องมีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน
- (ii) ต้องมีกระบวนการคัดเลือกและออกแบบสาร (Message selection and design)

ที่มีประสิทธิภาพ

(iii) ต้องมีกระบวนการวางแผนการใช้สื่อ (Media strategy) ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความถี่ จังหวะการนำเสนอ ฯลฯ ที่มีประสิทธิภาพ

(iv) กลุ่มผู้รับสารนั้นต้องมีลักษณะตั้งรับ (Passive) และค่อนข้างว่างเปล่าปราศจาก ข้อมูลข่าวสารที่จะนำมาโต้แย้งต่อรอง

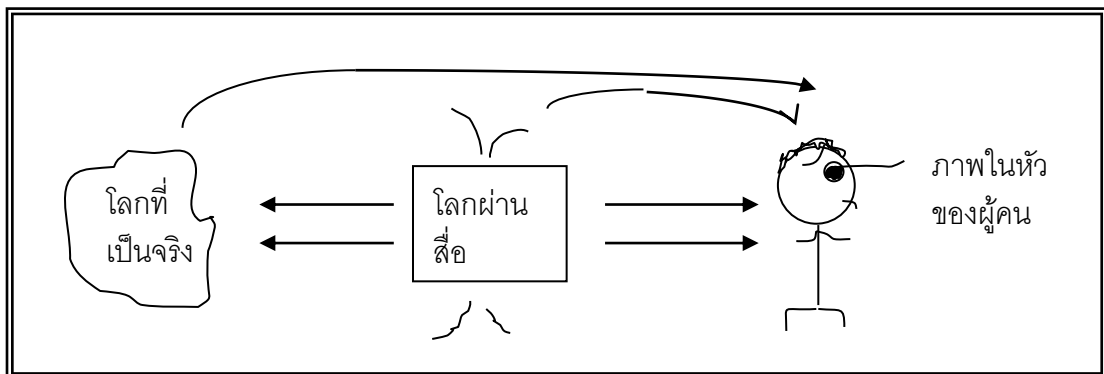
- และเมื่อพิจารณาถึงมิติของผู้คนที่ใช้อยู่ 3 ด้านคือ Knowledge (K) Attitude (A) และ Performance (P) แล้ว ผลกระทบระยะสั้นของสื่อมวลชนนั้น น่าจะส่งผลต่อระดับ Knowledge เท่านั้น แต่จะไม่สามารถก่อผลกระทบได้ถึงระดับ Attitude & Performance ได้อย่างแน่นอนทุกครั้ง

(ข) คลื่นระลอกที่สองของ Media Effect

หากเราไม่จำกัดตัวเองกับคำว่า "ผลลัพธ์/ผลกระทบ" (Effect/Impact) ของยุคแรกๆ จนเกินไปว่า ผลกระทบนี้จำเป็นต้องหมายถึงคุณลักษณะทั้งหมดที่ครบครันดังที่กล่าวมา เช่น ต้องเป็นผลระยะสั้น ต้องครอบคลุมอย่างกว้างขวางแล้ว เราก็จะพบว่า ในช่วงทศวรรษที่ 1980 จะเริ่มมีการรื้อฟื้นทบทวนทฤษฎีผลลัพธ์อันทรงพลังของสื่อมวลชนขึ้นมาใหม่ เมื่อในประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มมีสื่อมวลชนประเภทใหม่ คือสื่อโทรทัศน์ใช้กันอย่างแพร่หลาย อิทธิฤทธิ์ของสื่อโทรทัศน์ทำให้เกิดการปลุกฟื้นคืนชีพของทฤษฎีสื่ออันทรงพลัง หากทว่าในครั้งนี้เป็นอิทธิพลในรูปแบบใหม่/มาดใหม่ที่ต่างไปจากเดิม เช่น เป็นผลกระทบที่สั่งสมในระยะยาว (Longterm effect) เป็นผลกระทบแบบค่อยเป็นค่อยไปดังเช่นน้ำหยดลงหิน (Drip effect Hypothesis) เป็นต้น

มโนทัศน์ใหม่ (New basic concept) ที่ถูกนำมาใช้ในการอธิบายผลกระทบแบบใหม่ของสื่อคือแนวคิดเรื่องสื่อเป็นตัวสร้างโลกทางสังคม (Social World) หรือเป็นตัวประกอบสร้าง **ความจริงทางสังคม** ให้แก่ผู้คน (Social Construction of Reality)

แนวคิดเรื่องสื่อเป็นตัวประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมให้แก่ผู้คนนั้นก่อตัวขึ้นมาตั้งแต่มีข้อสังเกตของ W. Lippmann ในหนังสือชื่อ Public Opinion ซึ่งตีพิมพ์ในปีค.ศ.1922 ข้อคิดเห็นในหนังสือเล่มนี้อาจสรุปได้ดังภาพแสดงดังนี้



Lippmann กล่าวว่า ในขณะที่ผู้คนสมัยใหม่ส่วนใหญ่จะไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับโลกที่เป็นจริงด้วยตนเอง (Direct experience) แต่ทว่าผู้คนส่วนใหญ่จะได้รู้จักโลกผ่านการฉายภาพของสื่อ (Mass-mediated experience) เพราะฉะนั้น "ภาพที่อยู่ในหัวของผู้คน" (Picture in the head of people) จึงมิใช่ "ภาพของโลกที่เป็นจริง" หากแต่เป็น "ภาพที่สื่อสร้างขึ้นมา" และนี่คืออิทธิพลที่แท้จริงของสื่อมวลชนในการเสกสรรปั้นภาพในหัวของผู้คน

แนวคิดดังกล่าวเป็นที่มาของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะของสื่อ (Cultivation Theory) ที่กล่าวว่า อิทธิพลในการสร้างภาพในหัวของผู้คนที่กล่าวมาข้างต้นนั้นก็เปรียบเสมือนกับการทำงานของสถาบันทางวัฒนธรรมที่เคยมีมาก่อน เช่น ครอบครัว ศาสนา ฯลฯ ที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะด้วยการปั้นแต่ง "โลก/การมองโลก/และวิธีการอยู่กับโลก" ให้กับผู้คน เช่น การอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ที่ว่า "แล้วสอนว่าอย่าไว้ใจมนุษย์ มันแสนสุดลึกล้ำเหลือกำหนด" เป็นต้น

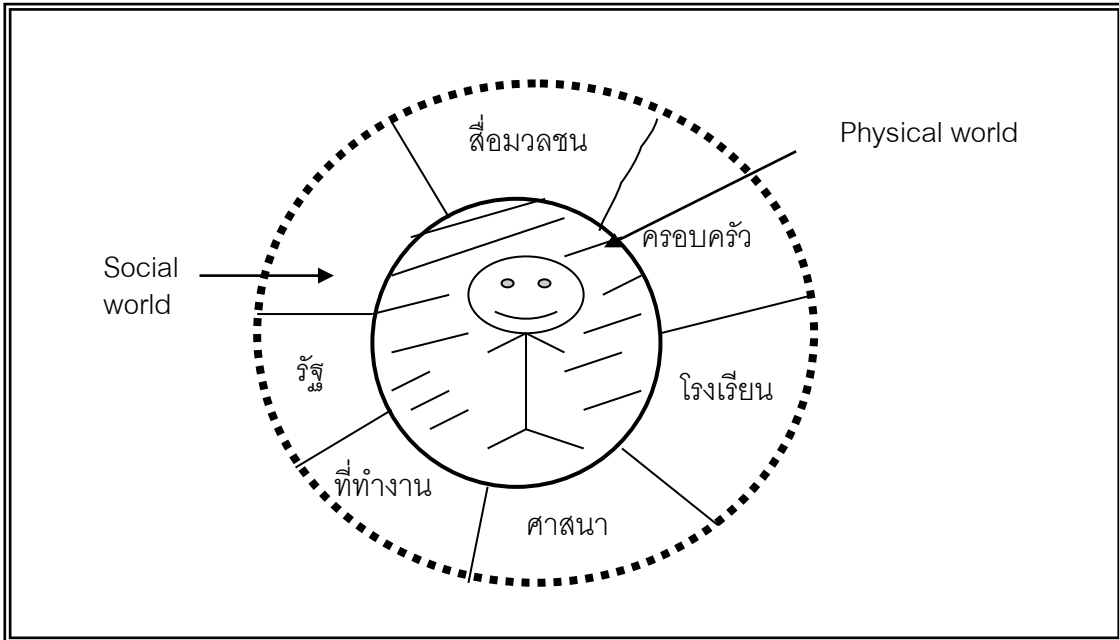
และยิ่งหากบุคคลนั้นไม่ได้มีประสบการณ์ตรงกับโลกในส่วนเดียวกันนั้น เช่น คนที่อาศัยอยู่แต่ในเมืองไทย และไม่เคยไปเที่ยวในประเทศเมืองหนาวที่มีหิมะเลย ตลอดชีวิตไม่เคยมี "ประสบการณ์ตรงกับหิมะ" คนๆนั้นก็จะได้รับรู้ "ความเป็นจริง" เกี่ยวกับ "หิมะ" ว่าเป็นอย่างไร โดยผ่านการดูขมละครโทรทัศน์เรื่อง "หิมะใต้เงาจันทร์" ซึ่งให้ภาพว่า "หิมะเป็นเรื่องรัก โรแมนติก สนุกสนาน" เท่านั้น

ในสภาพการณ์ของการสื่อสารสมัยใหม่เช่นสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็น "สื่อภาพและเสียง" ที่สามารถนำเสนอ "ภาพของความเป็นจริง" ได้อย่างใกล้เคียงกับ "ความเป็นจริง" อย่างมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้คนในยุคสมัยปัจจุบันได้ใช้เวลาอยู่กับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน วันละหลายชั่วโมง จนเกือบเรียกว่า ผู้คนส่วนใหญ่กำลังมีชีวิตอยู่ใน "ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์" (Television Culture) ก็ยิ่งทำให้ภาพที่อยู่ในหัวของผู้คนนั้นเป็น "ภาพที่ส่งผ่านมาจากสื่อมวลชน" มากกว่าจะเป็น "ภาพที่มาจากประสบการณ์ตรงของผู้คน"

จึงเป็นเรื่องไม่น่าแปลกใจเลยว่า ในการศึกษาวิจัยของนักทฤษฎี Cultivation Theory จึงได้พบผลว่า หากเมื่อใดที่ "ภาพความเป็นจริงในจอโทรทัศน์" ชัดแย้งกับ "ข้อเท็จจริงจากความเป็นจริงโดยตรง" ผู้คนก็พร้อมที่จะเชื่อความเป็นจริงจากจอโทรทัศน์มากกว่า กล่าวคือ ผู้คนจะเชื่อว่าสิ่งใดเป็นจริงหรือเท็จ ก็ขึ้นอยู่กับว่า "โทรทัศน์บอกว่าอะไร" (Television's answer) และนี่คือความหมายหนึ่งของอิทธิพลอันลึกลับมหาศาลของสื่อมวลชนในการสร้างโลกแห่งความเป็นจริงล้อมรอบตัวบุคคลเอาไว้

ส่วนอีกทฤษฎีหนึ่งที่พัฒนามาจากแนวคิดของ Lippmann เช่นกันก็คือ **ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริง** (Social Construction of Reality) ซึ่งมีมโนทัศน์พื้นฐานร่วมกับ Cultivation Theory ที่ได้กล่าวมา โดยทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงนั้นมีแม่แบบมาจากสังคมวิทยาสำนักคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มนุษย์

เราจะมีโลกแวดล้อมรอบตัวอยู่ 2 ชั้น โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ (Physical World) และโลกชั้นที่สองเป็นโลกทางสังคม (Social World) ที่เกิดจากการทำงานของสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐ ฯลฯ



โลกทางสังคมหรือที่ C. Wright Mills เรียกว่า "โลกมือสอง" (Second-hand World) นี้มีความสำคัญใน 2 นัยยะ นัยยะแรกคือโลกทางสังคมจะเป็นตัวกำหนด "การรับรู้/การสร้างความเข้าใจ" (ที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า Make sense) เกี่ยวกับความเป็นจริงรอบๆตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นวัตถุ สถานที่ ความสัมพันธ์ทางสังคม สถาบันต่างๆเช่น การรับรู้และเข้าใจว่า "มนุษย์ต่างดาวคืออะไร" (ก็คงแล้วแต่ว่า เป็นชุดความจริงที่ถูกสร้างจากหนังเรื่อง Alien หรือ ET.) การรับรู้และเข้าใจว่า "ผีคืออะไร สถาบันครอบครัวมีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน" เป็นต้น

และในนัยยะที่สอง หลังจากที่มนุษย์เรา "รับรู้/ทำความเข้าใจ" (Make sense) กับสิ่งใดได้ผลออกมาเป็นอะไรแล้ว นี่ก็จะนำไปสู่ "การมีปฏิสัมพันธ์/ปฏิกิริยา" (Interaction) ต่อสิ่งนั้นๆ ตามที่เรารับรู้/เข้าใจ (Lead to action) ตัวอย่างเช่น ในไตเติ้ลของภาพยนตร์เรื่อง The God must be crazy เมื่อนักบินสหรัฐรับรู้และเข้าใจว่า ขวดโคล่าที่กินหมดแล้วคือ "ขยะ" เขาก็จะปฏิบัติต่อขวดโคล่านั้นด้วยการ "โยนทิ้งไป" (อันเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่คนสหรัฐถูกอบรมบ่มเพาะจากสื่อมวลชนและสถาบันสังคมอื่นๆให้ปฏิบัติต่อ "สิ่งที่เป็นขยะ") แต่ทว่าเมื่อนิซาซึ่งเป็นชาวบรูซแมนเห็นขวดโคล่าที่ถูกทิ้งลอยลงมาจากฟ้า ในสังคมบรูซแมนได้อบรมบ่มเพาะว่า "สิ่งของทุกอย่างที่ตกจากฟากฟ้า" เป็น "ของวิเศษที่เทพเจ้าประทานมาให้" ดังนั้น นิซาจึงรับรู้และเข้าใจว่า "ขวดโคล่าเปล่าๆ" นั้นเป็น "ของวิเศษ" และปฏิกิริยาที่นิซาจะปฏิบัติต่อ "ของวิเศษ" เช่นนั้น ก็คือ "การนำเอาไปบูชาบวงสรวง"

จากความสำคัญของ "การรับรู้และสร้างความเข้าใจ" ดังกล่าวนี้ ทฤษฎีประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมได้นำเอาความหมายของ "อำนาจ" (Power) ด้วยการตั้งคำถามว่า เมื่อ "การรับรู้และเข้าใจ" เป็นตัวแปรต้นทางที่จะนำไปสู่ตัวแปรปลายทางคือ "การแสดงพฤติกรรม/การกระทำ" แล้ว ผู้ใดที่สามารถเข้าควบคุม"กระบวนการสร้างการรับรู้/ความเข้าใจ"นี้ได้ ก็เท่ากับสามารถจะกำหนดไปได้ตลอดทั้งเส้นทางจนถึง"การกระทำ"ของผู้คน

และนี่คืออำนาจอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อมวลชนซึ่งในยุคปัจจุบันนี้ สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ทำการติดตั้งการรับรู้และความเข้าใจต่อสรรพสิ่งต่างๆรอบตัวคนมากที่สุด อิทธิพลดังกล่าวนี้ หากเปรียบเทียบกับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ในขณะที่ทฤษฎี Media Effect/Impact ยุคแรกนั้น พูดถึงผลกระทบของสื่อที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้ง ซึ่งเปรียบเสมือน "การโอนไฟล์ที่ละไฟล์" จากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปถึงผู้รับสาร แต่ทว่าทฤษฎีประเภท Cultivation Theory หรือ Social Construction of Reality นี้จะพูดถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนในระดับ "การติดตั้ง Software" หรืออาจจะถึงระดับ "ประกอบ Hardware" เลย ที่ในภาษาศาสตร์จะเรียกว่า "เป็นอิทธิพลในระดับการติดตั้งวิถีคิด/ การบรรจุกรอบวิถีคิด" ลงไปในสมองของผู้คน และเมื่อติดตั้งวิถีคิดได้แล้ว ไม่ว่าจะพิมพ์ข้อมูลอะไรลงไป ก็จะได้ผลออกมาตามที่ต้องการเสมอ

นี่จึงเป็นพัฒนาการของทฤษฎีผลกระทบของสื่อในยุคหลังที่นักวิชาการจะทำการศึกษาผลผลิต (Product) ที่ออกมาจาก "วิถีคิด/กรอบการคิด" อย่างหลากหลาย เช่น อุดมการณ์ (Ideology) ภาพตัวแทน (Representation) อัตลักษณ์ (Identity) ภาพแบบฉบับ (Stereotype) ฯลฯ อิทธิพลของสื่อมวลชนจึงซึมลึกเข้าสู่โครงสร้างชั้นในของระบบคิดของผู้คน และเป็นตัวกำหนดตั้งแต่ทัศนะที่มีต่อโลก ทัศนะที่มีต่อผู้คน/และความสัมพันธ์ของผู้คน วิธีการบริโภค รสนิยม เป็นต้น

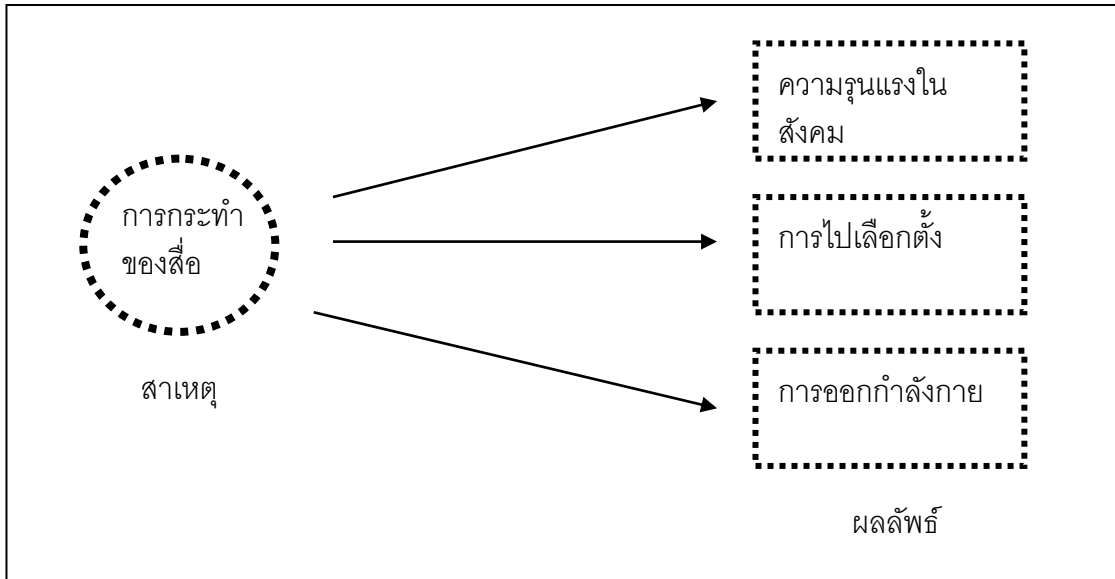
สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)

สำนักหน้าที่นิยมนั้นถือเป็นทฤษฎีกระแสหลัก (Dominant Paradigm) อีกกลุ่มหนึ่งด้วย แต่ที่ว่า "ประเด็นการตั้งคำถาม" ของทฤษฎีนี้มีความแตกต่างจากกลุ่มทฤษฎี "ผลกระทบของสื่อ" (Media Effect) ที่ได้กล่าวมาแล้ว

สำนักหน้าที่นิยมนั้นเป็นสำนักคิดใหญ่ในสาขาสังคมศาสตร์ เช่น สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาที่ก่อตัวมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 และสาขาวิชาจิตวิทยาได้นำมาใช้ในแวดวงวิชาการสื่อสาร

ความแตกต่างระหว่างทฤษฎี Media Effect กับทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Media Function) นั้น เกิดมาจากแนวคิดเบื้องต้น (Basic assumption) ที่แตกต่างกัน ทฤษฎีผลกระทบ

ของสื่อ นั้นจะใช้คำอธิบายแบบ "สาเหตุและผลลัพธ์" โดยถือว่า "การทำงาน/การกระทำของสื่อ" เป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่างๆตามมา ที่เรียกว่า **คำอธิบายเชิงเหตุผล (Causal explanation)**



แต่ทว่าทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นจะมีแนวคิดเบื้องต้นว่า กลุ่ม/สังคม/ชุมชนนั้นเปรียบเสมือน "องค์พยพ" (Organism) ที่เป็น "ส่วนรวม" อันประกอบด้วย "ส่วนย่อย" ต่างๆ เสมือน "ร่างกาย" (ส่วนรวม) ที่ประกอบด้วย "อวัยวะทั้ง 32" (ส่วนย่อย)

เมื่อส่วนรวมบังเกิด "ความต้องการ" (Need) ที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากความขาดแคลน (เช่น เมื่อร่างกายขาดน้ำ ก็จะบังเกิดความต้องการคือความกระหาย) เมื่อนั้น ส่วนย่อยส่วนต่างๆก็จะต้อง "แสดงบทบาทหน้าที่ที่จะช่วยตอบสนองของความต้องการเพื่อขจัดความขาดแคลน" นั้นเสีย

คำอธิบายของทฤษฎีหน้าที่นิยมจึงมิใช่คำอธิบายเชิงสาเหตุ/ผลลัพธ์ หากแต่เป็นคำอธิบายเรื่อง "ความต้องการและการตอบสนอง" (Need and gratification) เพื่อตอบคำถามว่า บรรดาส่วนย่อยต่างๆนั้นได้ทำหน้าที่ได้หรือไม่/ทำได้อย่างไร (How)

จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าวนี้ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ก็จะถือว่า สังคมนั้นเป็นประดุจ "องค์พยพ" ส่วนสื่อมวลชนนั้นก็จะเป็น "สถาบันย่อย" สถาบันหนึ่งในสังคม ดังนั้น ส่วนย่อยนี้จึงถูกระบุว่า จะต้องมียบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง เช่นเดียวกับที่อวัยวะส่วนต่างๆของร่างกายจะถูกมอบหมายให้ทำหน้าที่ต่างๆ

แต่แม้ว่าทฤษฎีผลกระทบของสื่อกับทฤษฎีหน้าที่บทบาทของสื่อจะมีความแตกต่างกันในแง่ของการตั้งประเด็นคำถามเพื่อนำทางไปสู่การศึกษา แต่ทว่าจุดร่วมระหว่าง 2 ทฤษฎีนี้ก็คือ ต่างก็เชื่อถือในพลังอำนาจของสื่อไม่ว่าจะในแง่การสร้างผลกระทบต่างๆให้เกิดขึ้น หรือในแง่ของการทำหน้าที่ตอบสนองของความต้องการต่างๆของสังคมก็ตาม (แม้ว่าระดับของความเชื่อมั่นในพลังนั้นจะต่างกันอยู่ก็ตาม)

วิธีการวัดการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อที่มีต่อสังคม/กลุ่ม/ชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับ 3 ชุดคือ

(1) ชุดของการทำหน้าที่/ไม่ทำหน้าที่/ทำหน้าที่เบี่ยงเบน (Function /Dysfunction /Malfunction) การวัดบทบาทในชุดนี้ จะวัดจากกิจกรรมที่สื่อได้กระทำ หรือวัดจากผลผลิตของสื่อที่ออกมา (Media product) เช่น เนื้อหารายการ

(2) ชุดหน้าที่เปิดเผย/หน้าที่แฝงเร้น (Manifest/Latent function) การวัดบทบาทในชุดนี้ จะวัดจาก "ตัวบุคคลที่เป็นฝ่ายผู้ส่ง" คำตอบจากฝ่ายนี้จะเป็น "หน้าที่ที่เปิดเผย" ส่วนการวัดจาก "ฝ่ายที่เป็นผู้รับสาร" จะเป็นหน้าที่ที่แฝงเร้น กล่าวคือผู้รับสารรับรู้นอกเหนือไปจากที่ผู้ส่งตั้งใจ

(3) ชุดหน้าที่ทดแทน (Equivalence function) อันหมายถึงหน้าที่ที่สื่อมวลชนเข้าไปทำหน้าที่ "ทดแทน" หน้าที่ซึ่งสถาบันย่อยอื่นๆ ควรจะกระทำ เช่น เมื่อเวลาเกิดปัญหาหรือเหตุในกรุงเทพฯ และเกิดความต้องการการแก้ปัญหาจรรยาบรรณหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจรรยาบรรณนั้น เช่น ตำรวจ กรมโยธา สภากรุงเทพมหานคร (กทม) ฯลฯ ควรจะเป็นผู้เข้ามามีบทบาทแก้ไขปัญหา แต่เมื่อสถาบันเหล่านี้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาจรรยาบรรณให้สำเร็จลุล่วงไปได้ เนื่องจากกรณียังติดอยู่ สื่อมวลชนเช่นรายการ จส.100 ก็ได้เข้ามาทำหน้าที่ "ทดแทน" ด้วยการผ่อนคลายความตึงเครียดบ้าง การแจ้งข่าวสารการจรรยาบรรณเพื่อบรรเทาปัญหาบ้าง (แต่ไม่ได้แก้ไขที่ต้นเหตุของปัญหา) การทำหน้าที่ดังกล่าวนี้เรียกว่า "หน้าที่ทดแทน"

หากกล่าวตามหลักการแล้ว การมอบหมายบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคมควรจะขึ้นอยู่กับ 2 ด้าน กล่าวคือ

ด้านแรก: คือการทำหน้าที่ช่วยธำรงรักษาระบบที่เป็นอยู่ให้ดำเนินต่อไป (Social regulation) เช่น ช่วยสอดส่องดูแลอันตรายที่จะเกิดขึ้น ช่วยผนึกความเป็นปึกแผ่นของสังคมในทุกส่วนเสี้ยว หรือช่วยส่งทอด/สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นอื่นๆ

ด้านที่สอง: คือการทำหน้าที่ช่วยผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหว/เปลี่ยนแปลง/พัฒนาระบบที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น (Social mobilization)

อย่างไรก็ตาม ในรอบ 50 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20- ค.ศ.1950 มีข้อวิจารณ์การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนว่า มีลักษณะไม่สมดุล โอนเอียงไปด้านเดียวคือ ด้านการทำหน้าที่เพื่อธำรงรักษาระบบที่เป็นอยู่ เช่น ช่วยดูแลระบบธุรกิจที่สร้างช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจน ช่วยกระตุ้นให้คนไปเลือกตั้งแต่ไม่เคยมีประชาธิปไตยแท้จริงเสียที เป็นต้น

แต่แม้ว่าจะมีข้อวิพากษ์วิจารณ์ทฤษฎีหน้าที่ที่นิยมอย่างรุนแรงสักเพียงใดก็ตาม ทฤษฎีนี้ก็ยังคงเป็นทฤษฎีกระแสหลักที่ใช้นำทางการศึกษาค้นคว้าวิจัยในแวดวงการศึกษาสื่อสารมวลชนอยู่ตลอดมา (อันอาจจะเนื่องมาจากคุณลักษณะที่สะดวกต่อการใช้ของทฤษฎี) อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษ 1960 ก็เริ่มเกิด "จุดเปลี่ยนโค้งใหม่" ในทฤษฎีหน้าที่นิยม เช่น

- **มีการหวนคืนกลับมาใหม่อย่างเฟื่องฟู** ในเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร แต่ในช่วงทศวรรษ 1970 นี้ บรรดาประเทศในโลกตะวันตก เช่น สหรัฐเริ่มก้าวเข้าสู่การเป็น "สังคมสารสนเทศ" ดังนั้น มิติของการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้เรื่องบทบาทหน้าที่ จึงมิใช่ "สื่อมวลชน" เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ฯลฯ หากแต่มุ่งมาที่ "ตัวข่าวสารและเทคโนโลยีการสื่อสาร" (Information & Communication Technology) เช่น บทบาทของข่าวสารในตลาดหุ้น เป็นต้น

- **เริ่มมีการสร้างความสมดุล**ในเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนจากที่เคยเน้น "การดำรงรักษาระบบที่เป็นอยู่" มาเป็นบทบาทของ "การผลักดันการเปลี่ยนแปลง" ทั้งนี้เนื่องจากบริบทความเป็นจริงของสังคมทั่วโลก เมื่อ 2 ทศวรรษหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง คือช่วงทศวรรษ 1950-1960 ผลพวงจากกระแสการพัฒนาได้สร้างผลกระทบแบบใหม่ๆ ให้เกิดแก่โลก เช่น ปัญหาเรื่องสภาวะเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม ปัญหาเรื่องสภาพวิถีชีวิตที่แปลกแยก/ไร้ความหมาย ซึ่งตามติดมาด้วยปัญหาสังคม เช่น ยาเสพติด ปัญหาการเกิดโรคแบบใหม่ๆ เช่น โรคเอดส์ ฯลฯ ดังนั้น จึงมีการคาดหวังว่า การสื่อสารทุกชนิดรวมทั้งสื่อมวลชนจะก้าวเข้ามามีบทบาทในการช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ของสังคมให้มากขึ้น

- **เกิดการมอบหมายบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ** ให้แก่สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนย่อยๆ (Subculture) ในสังคม อันสืบเนื่องมาจากกระแสการกระจายอำนาจจากส่วนกลางออกไปสู่ส่วนเล็ยวต่างๆ ของสังคมมากขึ้น เช่น บทบาทของการสื่อสารในการส่งเสริมอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม การสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ด้านสุขภาพ การใช้สื่อมวลชนเพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็งของประชาคม (Civil society) เป็นต้น

สำนักทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory)

(ก) การวิพากษ์วิจารณ์โดยทั่วไป

ทัศนะที่วิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนนั้นอาจกล่าวได้ว่าเกิดมาควบคู่กับ "สื่อมวลชน" เลยทีเดียว ความแตกต่างก็คงมีอยู่เพียงว่า การวิพากษ์วิจารณ์นั้นมีรากฐานมาจากทัศนะแบบใด

เมื่อเริ่มมีสื่อมวลชนประเภทแรก คือหนังสือพิมพ์นั้น ทัศนะในการวิพากษ์วิจารณ์สื่อหนังสือพิมพ์นั้นมักจะมาจาก **ชนชั้นสูง** และ **เกณฑ์ที่ใช้วิพากษ์วิจารณ์** ก็จะมาจากรู้นคิดเรื่อง "สุนทรียะ" และ "ศีลธรรม" (Aesthetic & moral judgement) เช่น ข้อวิพากษ์ว่าภาษาที่ใช้ในหนังสือพิมพ์นั้นไม่สละสลวย หรือโฆษณาเป็นตัวกระตุ้นกิเลสของบุคคล

ในลำดับต่อมา เมื่อสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ทะยอยเปิดตัวขึ้น การวิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนที่มีอยู่ในทัศนะของคนทั่วไปก็ขยายตัวกว้างขวางขึ้น แต่ทว่าข้อวิจารณ์นั้นยังคงวางอยู่

บนรากฐานที่ชนชั้นสูงได้ปูพื้นเอาไว้ เช่น การรื้อถอนทำให้เด็ก ๆ ไม่ทำการบ้าน ภาพยนตร์ทำให้เด็กวัยรุ่นเลียนแบบในการก่ออาชญากรรม โฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้คนติดอยู่กับลักษณะบริโภคนิยม ฯลฯ

สำหรับข้อวิจารณ์ที่อาจจะเป็นระบบระเบียบกว่าที่คนแบบคนทั่วไปที่กล่าวมาแล้วก็คือ ข้อวิจารณ์ที่ว่า สื่อมวลชนที่มีอยู่ในสังคมนั้นมีความสัมพันธ์ที่โยงใยอยู่กับโครงสร้างอำนาจในสังคม กล่าวคือ เมื่อโครงสร้างสังคมมีช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวย คนรวยก็จะใช้เงินซื้อสื่อมวลชนซึ่งมีลักษณะเป็นธุรกิจเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวให้คำอธิบาย การมอมเมา การมีนิจาจิตสำนึกของประชาชน ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อมวลชนโน้มน้าวว่า "ที่ยากจนก็เพราะมีลูกมาก ที่ลำบากในชาตินี้ก็เพราะเวรกรรมในชาติปางก่อน" เป็นต้น

(ข) ทฤษฎีวิพากษ์ยุคแรก

ในช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 กลุ่มนักทฤษฎีวิพากษ์ที่มีสายบรรพบุรุษทางความคิดมาจากนักทฤษฎีมาร์กซิสต์/เศรษฐศาสตร์การเมือง คือนักทฤษฎีสำนักรแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt School) เนื่องจากสภาพความเป็นจริงในสังคมเยอรมันซึ่งลัทธินาซีและฮิตเลอร์ได้ใช้สื่อมวลชนในการโน้มน้าวประชาชนเยอรมันอย่างได้ผล ทำให้นักคิดในสำนัก

แฟรงเฟิร์ตวิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนเป็นอย่างมากว่า การผลิต การกระจายและการบริโภคสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะการกระทำเป็น "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry) ซึ่งมีคุณลักษณะร่วมกับอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น ผลิตแบบสินค้าเพื่อหวังผลกำไร ผลิตสร้างอุดมการณ์เพื่อการครอบงำประชาชน เป็นต้น

เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง ในสหรัฐอเมริกาเองก็มีนักวิชาการที่วิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนในอเมริกาที่หากพิจารณาเพียงผิวเผินอาจจะเห็นว่า เป็นสื่อมวลชนแบบอุดมคติ คือมีเสรีภาพเต็มที่ ส่งเสริมสิทธิของประชาชน ฯลฯ นักวิชาการท่านนั้นคือ C. Wright Mills ที่นำเสนอว่า สื่อมวลชนในสหรัฐนั้นเป็นการสื่อสารของสังคมมวลชน (Mass society) ที่มีระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมเป็นหลัก ระบบแบบนี้ทำลายความเป็นมนุษย์ของผู้คนจนแทบไม่เหลือเหลือ และยังส่งเสริมค้ำจุนระบบอำนาจที่ฉ้อฉลอันเกิดจากการร่วมมือกันของลัทธิทหารและนายทุน อุตสาหกรรม บทบาทหน้าที่หลักของสื่อมวลชนเช่นนี้ ก็คือการโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนยอมตกอยู่ภายใต้ระบบเช่นนั้นตลอดไป

(ค) ทฤษฎีวิพากษ์ยุคหลัง

หลังจากทศวรรษ 1960 ทั้งทฤษฎีมาร์กซิสต์และทฤษฎีสังคมมวลชนเริ่มจางหายจากความสนใจของกลุ่มนักทฤษฎีวิพากษ์ และเริ่มมีการก่อตัวของกลุ่มนักทฤษฎีวิพากษ์รุ่นใหม่ที่เรียกตัวเอง

ว่า "กลุ่มมาร์กซิสต์ใหม่" (Neo-Marxist)

แนวทางการต่อสู้ของกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ยุคหลังนี้จะเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากการเรียกร้องทางเศรษฐกิจการเมือง (เช่นการเพิ่มค่าจ้างของขบวนการแรงงาน) หากทว่าได้ดำเนินแนวทางการต่อสู้ด้วยจิตวิญญาณแบบใหม่ เช่น กลุ่มต่อต้านการทำสงคราม (ต่อต้านการใช้อาวุธนิวเคลียร์) กลุ่มสตรีนิยม กลุ่มเรียกร้องวิถีชีวิตที่เป็นอิสระ (เช่น กลุ่มฮิปปีบุปผาชน) เป็นต้น

ในส่วนของภารกิจสื่อมวลชนนั้น กลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ยุคหลังเห็นว่า การครอบงำของสื่อมวลชนนั้นไม่ได้กระทำเพียงผิวเผินภายนอก เช่น การปิดกั้นข้อมูลหรือการบิดเบือนข่าวสารเท่านั้น หากทว่าได้เจาะซึมลึกเข้าไปสู่ภายใน เช่นอยู่ในระดับความหมายแฝงเร้น หรืออยู่ในการวางรหัสในการอ่านความหมาย หากเปรียบเทียบกับเครื่องคอมพิวเตอร์แล้ว ในขณะที่ทฤษฎีวิพากษ์ยุคแรกพิจารณาการครอบงำในระดับของ "การออนไลน์" แต่ทฤษฎีวิพากษ์ยุคหลังจะพิจารณาว่า การครอบงำนั้นเป็นระดับของ "การติดตั้ง Software" หรือที่เรียกว่า "วิถีคิด"

ดังนั้น แนวทางการศึกษาผลผลิตของสื่อมวลชนจึงต้องเจาะลึกเข้าไปถึงเนื้อในหรือชั้นในของผลผลิตเหล่านั้น เช่น การตรวจสอบ "อุดมการณ์" ที่แฝงอยู่ระดับเนื้อเยื่อชั้นในของละครโทรทัศน์ (โดยเฉพาะผลงานของกลุ่มสตรีนิยมเชิงวิพากษ์) หรือการต่อสู้ด้านความหมายของคำนิยามของ "ข่าว" ว่า "ข่าว" มิใช่การรายงานเหตุการณ์ แต่ "ข่าว" เกิดมาจากการเลือกเหตุการณ์บางเหตุการณ์มาประกอบสร้าง (Construct) ให้กลายเป็น "ความเป็นจริง" แบบหนึ่งขึ้นมาต่างหาก รวมทั้งในการวิเคราะห์บรรดาอุดมการณ์ มายาคติ (myth) ฯลฯ เพื่อถอดรหัสเหล่านั้น จะศึกษาแค่ "ตัวบท" (Text) คือตัวผลผลิตสื่อมวลชนมิได้ แต่จะต้องทำการศึกษการถอดรหัสความหมายจากมุมมองของ "ผู้รับสาร" ควบคู่ไปด้วย

(ค) จุดร่วมของทฤษฎีวิพากษ์

ไม่ว่าทฤษฎีวิพากษ์ยุคแรกและยุคหลังจะมีจุดเน้นหรือวิธีการนำเข้าสู่แนวทางประเด็นการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่ทว่า "ข้อตกลงพื้นฐาน" ที่เป็นจุดร่วมของทฤษฎีวิพากษ์ในทุกยุค ก็มีดังนี้

- เนื่องจากทฤษฎีวิพากษ์มีรากฐานความเป็นมาจากทฤษฎีมาร์กซิสต์ ดังนั้น กลุ่มทฤษฎีนี้จึงมิได้พิจารณา "ระบบการสื่อสารมวลชน" ว่าเป็นเพียงแค่ "การสื่อสาร" หรือเป็น "สถาบันย่อยของสังคม" เช่น แนวคิดของสำนักหน้าที่นิยม หากแต่ได้พิจารณาว่าระบบการสื่อสารมวลชนนั้นก็ป็น "รูปแบบหนึ่งของการผลิตของระบบทุนนิยม/อุตสาหกรรม" ซึ่งในประเทศเสรีนิยมประชาธิปไตยนั้น การผลิตแบบนี้จะมีรูปแบบการเป็นเจ้าของ (Ownership) แบบ "ทรัพย์สินส่วนตัว/ส่วนบุคคล" (Private property)

เมื่อระบบสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของระบบทุนนิยม/อุตสาหกรรม ก็จำเป็นต้อง

ดำเนินงานตามวิถีของระบบนี้ กล่าวคือ มีการใช้กลไกทางธุรกิจ เช่น การวิจัย การตลาด การเผยแพร่ การผลิตจำนวนมากๆ การลดต้นทุนการผลิต การบริหารจัดการ ฯลฯ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายแบบทุนนิยมคือ การทำกำไรสูงสุด เอาชนะคู่แข่งขั้น ครอบครองตลาดให้มากที่สุด ฯลฯ

ทั้งหมดนั้นให้คำอธิบายปรากฏการณ์ทั้งหลายทั้งปวงที่เกิดขึ้นในระบบสื่อสารมวลชน เช่น ทำไมจึงเกิดการผูกขาดตลาดเทปเพลง ทำไมผลงานของสื่อมวลชนจึงมีสุนทรียะที่ตกต่ำ (เนื่องจากเนื้อหาของสื่อเป็น "สินค้า" มิใช่ "การแสดงออกทางวัฒนธรรม" (Cultural expression) ทำไมการทำงานของสื่อจึงมีมาตรฐานเป็นแบบเดียวกันหมด ทำไมรายการคุณภาพจึงอยู่ต่อไปไม่ได้หาก rating ไม่ดี เป็นต้น และแม้แต่กลุ่มคนที่ทฤษฎีการสื่อสารโดยทั่วไปเรียกว่า "ผู้รับสาร" นั้น ก็ได้กลายเป็น "สินค้า" เช่นเดียวกัน ดังประจักษ์พยานในเรื่อง rating ที่ว่า รายการใดมี "rating" ดี (มีผู้ชมมาก) ก็จะมี "ราคาค่าสปอนเซอร์" สูงตามไปด้วย เป็นต้น

เมื่อแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีวิพากษ์เป็นดังนี้ เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาจึงแตกต่างไปจากทฤษฎีผลกระทบของสื่อและทฤษฎีหน้าที่นิยม เนื่องจากทฤษฎีวิพากษ์สนใจที่จะใช้เกณฑ์การวัดเรื่อง "ความเป็นเจ้าของ" (Ownership) "ระบบการควบคุม" (Control system) "ระบบการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างเจ้าของทุนกับคนทำงาน" ฯลฯ เกณฑ์เหล่านี้จะสามารถนำมาใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนระดับโลก (Global media) หรือสื่อประเภทใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตได้อย่างดี

กลุ่มทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา/ตัวบท

ในแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารนั้น มีองค์ประกอบที่เป็น "มนุษย์" อยู่ 2 ส่วนคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร และองค์ประกอบที่มีชื่อมนุษย์ อีก 2 ส่วนคือ "ตัวสาร" และ "ตัวสื่อ"

สำหรับทฤษฎีการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อและทฤษฎีอื่นๆที่ได้กล่าวถึงมาแล้วนั้น มักจะมีจุดเน้นอยู่ที่องค์ประกอบที่เป็น "ตัวมนุษย์" กล่าวคือสนใจว่าผู้ส่งสารจะสามารถมีอิทธิพลโน้มน้าวผู้รับสารได้หรือไม่ นอกจากนั้นแล้วยังมีกลุ่มทฤษฎีอีกบางกลุ่มที่มุ่งความสนใจศึกษาเจาะเข้ามาที่ "ตัวสาร" และ "ตัวสื่อ" โดยตรง หรืออาจพูดในเชิงวิชาการว่า ได้ถือเอา "ตัวสารและตัวสื่อ" เป็น "วัตถุแห่งการศึกษา" (Object of study)

ในที่นี้จะขอกล่าวถึงกลุ่มทฤษฎีที่ศึกษาเรื่อง "ตัวสาร" (Message) ที่อยู่ในชื่อนามว่า "การวิเคราะห์เนื้อหา" (Content Analysis) หรือ "การวิเคราะห์ตัวบท" (Textual Analysis) (ซึ่งแน่นอนว่าการปรับเปลี่ยนชื่อนามทุกครั้งย่อมมีนัยยะเชิงวิชาการอยู่เสมอ) อย่างไรก็ตาม ในเนื้อที่อันจำกัดนี้ คงจะไม่สามารถให้รายละเอียดของกลุ่มทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา/ตัวบทได้ทั้งหมด สิ่งที่จะทำได้ก็คงเป็นการให้ภาพร่างคร่าวๆเท่านั้น

(ก) พัฒนาการของการศึกษาเนื้อหา

การศึกษาเนื้อหานั้นมีมาก่อนหน้ายุคที่สื่อสารมวลชนจะถือกำเนิดขึ้นมาโดยปรากฏอยู่ในวิชาการสาขาวรรณคดีศึกษา วรรณกรรมวิจารณ์หรือภาษาศาสตร์ และมักเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์ลักษณะสุนทรีย์ยะความงดงามด้านโวหารในตัววรรณกรรม การศึกษาเจตนารมณ์ของผู้ประพันธ์ ะเรื่อยมาจนกระทั่งถึงการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างตัววรรณกรรมกับสังคม เช่น วรรณกรรมนั้นเป็นกระจกสะท้อนสภาพความเป็นจริงในสังคม เป็นต้น เครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการศึกษาในลักษณะนี้ คือ "การตีความ" (Interpretation)

แต่ทว่าเมื่อก้าวเข้าสู่ยุคสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ ในช่วงประมาณทศวรรษ 1930-1950 อันเป็นยุคทองของทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ ก็ได้เกิดวิธีวิทยาใหม่ในการศึกษาเนื้อหาในเชิงปริมาณที่เรียกว่า "การวิเคราะห์เนื้อหา" (ในเชิงปริมาณ)

หลังจากทศวรรษที่ 1970 ที่ความเชื่อในทฤษฎีพลังอำนาจของสื่อหย่อนตัวลงและเปิดทางให้แก่บรรดาทฤษฎีใหม่ๆ เช่น กลุ่มทฤษฎีประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม วิธีวิทยาในการศึกษาเนื้อหาก็ได้พลิกตัวกลับไปหาแนวทางการศึกษาแบบภาษาศาสตร์อีกครั้งหนึ่ง แต่ทว่าเป็นภาษาศาสตร์ในมาดใหม่ เช่น ทฤษฎีสัญวิทยา เป็นต้น

(ข) กลุ่มวิชาการที่ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหา

จากนี้จะได้ประมวลแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหาพอสังเขปดังนี้

(1) **กลุ่มการตีความ** (Interpretation) "การตีความ" เป็นเครื่องมือในการจัดการกับ "ตัวบท" (Text) ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูน เพลงป๊อป ภาพยนตร์ วิทยุ รายการโฆษณาทางโทรทัศน์ ฯลฯ โดยเฉพาะการจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ "เนื้อหา"(Message/Content) และเป็นเครื่องมือที่มีได้จำกัดวงอยู่แต่เฉพาะในหมู่นักวิชาการเท่านั้น หากทว่าประชาชนทั่วไปที่เปิดรับการสื่อสารก็ใช้กันอย่างเป็นปกติวิสัย ปกติเสียจนอาจกลายเป็น "การยอมรับกันไปโดยปริยาย" (Taken for granted)

แต่อันที่จริงแล้ว วิธีวิทยาของ "การตีความ" นั้น นอกจากจะเป็นเรื่องที่ทำได้อย่างหลากหลายแล้ว ก็ยังเป็นเรื่องที่ทำได้ในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับแบบง่ายไปจนถึงระดับที่มีความสลับซับซ้อน (เช่นการตีความอุดมการณ์/มายาคติที่แฝงอยู่ในผลงานสื่อ) อย่างไรก็ตาม ก่อนที่ใครคนใดคนหนึ่งจะเริ่มเข้าสู่กระบวนการตีความ ก็จะมีคำถามอย่างน้อย 3 ข้อที่บุคคลนั้นจะพยายามหาคำตอบ คือ

- **ตัวบทที่จะนำมาตีความนั้นเป็นอะไร** แม้ว่าคำถามนี้จะดูเรียบง่ายแต่ทว่าความจริงแล้ว การตอบคำถามนี้ออกจะซับซ้อนอยู่ที่เดียว เนื่องจากการตอบคำถามนั้น จะมองดูแต่ที่ "ตัวบท" อย่างลำพังโดดๆไม่ได้ หากทว่าจะต้องพิจารณา "ความสัมพันธ์" ระหว่าง"ตัวบท"นั้นกับสิ่ง

อื่นๆ เช่น กับผู้ผลิต กับพฤติกรรมอื่นๆในสังคม กับตัวบทอื่นๆ เป็นต้น เช่น เวลาอ่านนวนิยายเรื่อง "คำพิพากษา" ของชาติ กอบจิตติ ผู้ตีความก็คงต้องเชื่อมโยงตัวบทนี้เข้ากับองค์ประกอบอื่นๆที่ได้กล่าวมา

- **มีคำถามอะไรบ้างที่ตัวบทต้องการจะตั้ง** เป็นเรื่องปกติธรรมดาอย่างมากที่คน 2 คนที่อ่านนวนิยาย/ดูภาพยนตร์/ดูละครโทรทัศน์ ฯลฯ เรื่องเดียวกัน จะตีความออกมาแตกต่างกัน ทั้งนี้ เพราะในแต่ละตัวบท นอกจากจะมีเนื้อหาที่อยู่ใน "ระดับพื้นผิว" ซึ่งคนส่วนใหญ่อาจจะรับรู้เหมือนกันแล้ว "ข้างใต้เนื้อหา" (Below the surface) นั้นก็ยังมี ความหมายที่หลากหลาย (Polysemy) ซุกซ่อนอยู่ และเป็นสาเหตุให้ผู้รับสารแต่ละคน "อ่าน" ความหมายออกมาได้อย่างแตกต่างกัน

- **ตัวบทมี "วิธีการสื่อสาร" กับผู้รับสารอย่างไร** นอกจากคำถามที่ว่า มี "เนื้อหา" อะไรบ้าง ในตัวบทแล้ว ก็ยังมาถึงคำถามที่ว่า "วิธีการนำเสนอตัวบท" นั้นเป็นอย่างไร

(2) **การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ** (Quantitative content analysis) เป็นวิธีการศึกษาตัวบทอย่างเป็นระบบ (Systematic) และเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) (กล่าวคือ ไม่ขึ้นอยู่กับเจตน์จำนงของผู้ศึกษา) เพื่อจะพรรณนาเนื้อหาที่อยู่ในระดับพื้นผิว (Surface)

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณนี้คือความเชื่อที่ว่า หากในตัวบทมี **เนื้อหาอะไรในปริมาณที่มาก** เนื้อหานั้นก็จะมีอิทธิพลต่อ**ผู้รับสาร**มาก (ตามหลักของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ) และอาจจะย้อนกลับไปสะท้อนถึง**ฝ่ายผู้ส่ง**ว่า ต้องการจะโน้มน้าวผู้รับสารในเรื่องใด

วิธีการศึกษาของการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณนั้น จะต้องเริ่มต้นด้วยการกำหนด/นิยามสิ่งที่ต้องการจะวัดเสียก่อน เช่น คำว่า "ความรุนแรง" นั้นจะวัดอย่างไร คำว่า "โทรทัศน์" หมายถึงอะไร (เช่น ประเภทรายการ ช่วงเวลา ฯลฯ) หลังจากนั้นก็นำเอาการนิยามศัพท์ที่สามารถวัดได้ไปแจกแจงอย่างเป็นระบบเพื่อหาผลลัพธ์เป็นคำตอบ

(3) **การศึกษาประเภท** (Genre Analysis) คำว่า "Genre" เป็นภาษาฝรั่งเศส ซึ่งอาจจะแปลได้ว่า เป็น "ชุด/กลุ่มของตัวบทที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกัน" เช่น หนึ่งแบบตะวันตก (Western) ละครตลกสถานการณ์ (Sit-com) ละครรักพาดฝัน (Romance) เพลงแบบเฮฟวีเมทัล ฯลฯ การจัดแบ่งตัวบทออกเป็นชุดเป็นกลุ่มนี้อาจจะถูกจัดมาจากบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้ผลิต/ผู้ส่งสาร ผู้ดูผู้ชมผู้อ่าน/ผู้รับสาร และนักวิจารณ์

เป้าหมายของการจัดแบ่งประเภทของคนแต่ละกลุ่มนั้นจะแตกต่างกันออกไป สำหรับ **ผู้ส่งสาร** การจัดประเภทนั้นก็เพื่อประโยชน์ในการคาดการณ์ของกระแสความนิยมของผู้ชม/ผู้รับสาร เช่น ขณะนี้ตลาดหนังวัยรุ่นอึมครึมแล้ว ควรจะเอาหนังผีเข้ามานำเสนอแทน ในฝ่ายของ**ผู้รับสาร**นั้นก็จัดกลุ่มตัวบทเพื่อใช้อธิบายรสนิยมของตนเอง เช่น เราเป็นแฟนคอหนัง Sci-fi เป็นต้น

แนวคิดเรื่อง Genres นั้น มีใช้สิ่งที่หยุดอยู่กับที่เลย ในทางตรงกันข้าม Genres เป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปมาอยู่เสมอ ฉะนั้น แนวทางการศึกษา Genres จึงมุ่งความสนใจไปอยู่ที่ลักษณะที่เลื่อนไหลไปมา หรือความสัมพันธ์ระหว่าง Genres ประเภทต่างๆ เช่น แต่เดิม ละครโทรทัศน์อาจจะมี Genres ประเภทละครรักกับละครบู๊ แต่ปัจจุบันก็ได้เกิด Genres สายพันธุ์ใหม่ ประเภท "สายลับฉันรักเธอ" ที่เกิดจากการผสมผสานของ 2 สายพันธุ์เดิม

วิธีวิทยาในการศึกษาเรื่อง Genres จึงมีอยู่ 3 ทิศทางคือ

- การศึกษาขนบของ Genres แต่ละชุด (Shared set of conventions) เช่น ขนบของตัวละคร ฉาก แก่นเรื่อง สไตส์ ฯลฯ
- การศึกษาโครงสร้างแห่งค่านิยมที่แฝงฝังอยู่ใน Genres แต่ละประเภท เช่น หนังสือ Western จะมีค่านิยมเรื่องความขัดแย้งระหว่าง "ธรรมชาติ" (Nature) กับ "อารยธรรม/วัฒนธรรม" (Culture) เช่น ระหว่างคนอินเดียนแดงกับคนผิวขาว เป็นต้น
- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" ประเภทต่างๆ เช่น การแปลงเรื่องราวจากตัวบทที่เป็น "นวนิยาย" มาเป็น "ละครโทรทัศน์" ที่เรียกว่า "Intertextuality"

(4) การวิเคราะห์วิธีการการเล่าเรื่อง (Narrative Analysis) วิธีการจัดระบบความหมายนั้นสามารถจะใช้รหัส (Code) ซึ่งเป็นแบบวิธีของการจัดระบบสัญลักษณ์ต่างๆ (Organization of signs) ได้หลายๆแบบ เช่น จัดเรียงสัญลักษณ์ตามลำดับ และรหัสที่ใช้กันมากที่สุด ก็คือ **วิธีการเล่าเรื่อง** (Narrative) ที่เราใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น เวลาที่เราพบหน้าเพื่อน เราก็มักจะเล่าเรื่องที่เราไปพบเห็นมาสู่กันฟัง รวมทั้งในรายการต่างๆของสื่อมวลชนก็ล้วนแล้วแต่ใช้ "วิธีการเล่าเรื่อง" เป็นวิธีการหลักในการสื่อสารกับผู้รับสารทั้งสิ้น แม้แต่การรายงานข่าวการเลือกตั้ง ก็ใช้วิธีการเล่าเปรียบเทียบการเลือกตั้งกับการแข่งม้า (เช่น พรรคการเมือง ก. กำลังแข่งเข้าโค้ง...)

ในการศึกษาเรื่องวิธีการเล่าเรื่องนั้น จะมีการแยกแยะองค์ประกอบต่างๆของการเล่าเรื่อง เช่น ตัวละคร แก่นเรื่อง ฉากเค้าโครงเรื่อง (Plot) บทสนทนา ความขัดแย้ง ฯลฯ เพื่อให้ทราบว่าการจัดองค์ประกอบเหล่านี้จะนำไปสู่การสร้างความหมายอะไรบ้าง

ในชั้นหลัง การศึกษาเรื่องวิธีการเล่าเรื่องได้ขยายกว้างออกมาถึงเรื่อง "วาทกรรม" (Discourse) หากถามว่าความแตกต่างระหว่าง "วิธีการเล่าเรื่อง" กับ "วาทกรรม" นั้นอยู่ที่ใด ก็อาจจะให้คำตอบเบื้องต้นได้อย่างง่ายๆว่า

- วิธีการเล่าเรื่องนั้นจะยังคงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระดับ "ตัวเนื้อหา" (What content)
- แต่ "วาทกรรม" นั้น จะเกี่ยวข้องกับ "วิธีการที่จะเล่า" (How content) ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นคนเล่า เล่าให้ใครฟัง โครงสร้างอำนาจ/ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่า/ผู้รับฟัง/เรื่องราวที่จะเล่านั้นเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น ในภาพยนตร์เรื่อง "ราชมอน" ภูโรชาวาผู้สร้างได้สาธิตให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า เหตุการณ์เดียวกัน แต่ทว่า "ผู้เล่า 4 คน" ได้เล่าเรื่องหรือสร้าง "วาทกรรม" ที่แตกต่างกัน

ได้ถึง 4 เรื่อง เป็นต้น

(5) **การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์** (Semiotics/Semiology) การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์จะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ "สัญลักษณ์" (Sign) และ "รหัส" (Code)

สำหรับ "สัญลักษณ์" นั้น หมายถึงความหมายที่มีมากไปกว่าตัวของมันเอง เช่น เมื่อดอกกุหลาบแดงดอกหนึ่งมิใช่เป็นเพียงดอกไม้ดอกหนึ่ง หากทว่าสำหรับหญิงสาว (ผู้รับสาร) ผู้ได้รับดอกกุหลาบแดง (สื่อ/สาร) จากชายหนุ่ม (ผู้ส่งสาร) ในวันวาเลนไทน์ (บริบท) ดอกกุหลาบดอกนั้นย่อมมี "ความหมาย" มากไปกว่า "การเป็นดอกไม้" ความหมายที่การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์จะให้ความสนใจวิเคราะห์คือ "ความหมายโดยนัยประหวัด" (Connotative meaning) ซึ่งเป็นความหมายที่ขึ้นอยู่กับผู้ส่ง/ผู้รับและบริบท

ความหมายโดยนัยประหวัดนี้มีคุณสมบัติที่จะขยายตัวออกไปเป็น "สายโซ่แห่งความหมาย" (Chain of meaning) เช่น "สีแดง ชาว และน้ำเงิน" เมื่อมารวมกันก็จะหมายถึง "ธงชาติไทย" จาก "ธงชาติไทย" ก็จะขยายตัวออกไปถึง "ประเทศไทย" จากนั้นก็ขยายออกไปหมายถึง "ความรักและจงรักภักดีต่อสถาบันทั้งสาม"...

ส่วนการวิเคราะห์รหัสที่ใช้ควบคุมการนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ มาจัดระบบเข้าด้วยกันนั้น รหัสสำคัญๆ ที่มีการใช้อย่างมากมีอยู่ 2 ชนิด คือ Syntagmatic และ Paradigmatic Code

สำหรับ Syntagmatic Code คือรหัสของการจัดระบบสัญลักษณ์ตามลำดับของกาลเวลาหรือสถานที่ เช่น เวลาที่เราดูละครฉากที่ 1 แล้วก็ฉากที่ 2, 3, 4... ซึ่งจัดอยู่ใน "อาณาจักรแห่งการผสมผสาน" (Realm of combination)

ส่วน Paradigmatic Code นั้นเป็นรหัสของการจัดระบบสัญลักษณ์ที่สามารถจะนำเอาสัญลักษณ์ตัวอื่นๆ ที่อยู่ "ชุด" (Set/paradigm) เดียวกันมาเปลี่ยนแทนที่กันได้โดยที่ยังคงความหมายเดิมเอาไว้ได้ ซึ่งจัดอยู่ใน "อาณาจักรแห่งการแทนที่" (Realm of substitution) ตัวอย่างเช่น ในละครโทรทัศน์ประเภทที่นางเอกเกิดมาเป็นลูกคนรวยชั้นสูง แล้วต้องพัดพรากจากพ่อแม่ ตัวนางเอกจะต้องมี "เครื่องหมายอะไรบางอย่าง" ที่บ่งบอกว่าตนเองเป็นลูกใคร ซึ่งอาจจะ เป็น "ปานแดง ล้อกเกิด สร้อยคอ สมุดบันทึก ภาพถ่าย ฯลฯ " เครื่องหมายเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ที่อยู่ใน "ชุด" (Paradigm) เดียวกัน จึงสามารถนำมาแทนที่กันได้ในแต่ละประเภทเดียวกันโดยความหมายยังคงที่เหมือนเดิม (คือ เป็นเครื่องแสดงสถานะที่แท้จริงของนางเอก)

รหัสทั้ง 2 ประเภทนี้มีการนำมาใช้อย่างมากในงานสื่อมวลชน เช่น ละครโทรทัศน์ที่มีแก่นเรื่องประเภท "พ่อแฉ่งแม่อ่อน" ผู้สร้างจะปรับเปลี่ยนตัว "พ่อแฉ่ง/แม่อ่อน" ให้อยู่ภายในรหัสของ Paradigmatic โดยที่ยังคงความหมายของเนื้อเรื่องไว้ดังเดิม และผูกเรื่องราวให้ร้อยเรียงตามลำดับของรหัส Syntagmatic (เช่น ต้องเริ่มต้นด้วยความสัมพันธ์ทางลบก่อน แล้วค่อยๆ คลี่คลายมาเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในภายหลัง)

และสำหรับสื่อมวลชนที่ทำการสื่อสารด้วย "ภาพ" และ "เสียง" เช่นภาพยนตร์และโทรทัศน์นั้น ก็จะมีการใช้รหัสและสัญลักษณ์ที่เป็นภาพอย่างมาก ในวัฒนธรรมตะวันตก เมื่อเห็นภาพของคนกางแขนออกกว้างทั้ง 2 ข้าง ก็จะมีคามหมายถึง "เครื่องหมายกางเขน" ภาพนกอินทรียบินนั้นจะหมายถึง "เสรีภาพ" ในขณะที่วัฒนธรรมไทยนั้น ดอกบัวจะมีความหมายถึง "พุทธศาสนา" เป็นต้น

สำหรับวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาหลายประเภทที่กล่าวมานั้น โดยทั่วไป การวิเคราะห์เนื้อหา นั้นไม่ว่าจะเป็นวิธีการใดก็ตาม มักจะมีได้ศึกษาเพียงเพื่อรู้ว่า "มีเนื้อหาอะไรบ้าง" เท่านั้น หากทว่าการวิเคราะห์เนื้อหานั้นมักจะนำไปสู่คำตอบอื่นๆ โดยเฉพาะคำตอบเรื่อง "อำนาจของสื่อหรือสารที่มีต่อผู้รับสาร"

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณนั้น จะมีความเชื่อว่า จากปริมาณของเนื้อหาที่อยู่ในระดับพื้นผิวนั้นจะสามารถมีอิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงผู้รับสารให้เห็นคล้อยตามเนื้อหาที่ปรากฏ แต่ทว่า สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ เช่น วิธีการเล่าเรื่อง สัญลักษณ์ ฯลฯ จะมีความเชื่อว่า อำนาจของสารนั้นมิได้อยู่ที่การโน้มน้าวให้เราซื้อสินค้าที่โฆษณาในระดับผิวเผินเท่านั้น หากทว่าอำนาจจากเนื้อหาของสื่อจะมาจากความหมายข้างใต้ที่มีอำนาจลึกลับในระดับการประกอบสร้างความเป็นจริงหรือที่เรียกว่า "สร้างโลกที่สอง/โลกทางสังคม" ห่อหุ้มรอบล้อมตัวคนเรามากกว่า ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะสำเร็จได้มากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับฝีมือของฝ่ายผู้ส่งสาร

แต่สำหรับสำนักคิดบางสำนักเช่น ทฤษฎีวัฒนธรรมนิยมเชิงวิพากษ์ (Critical Cultural Theory) ก็ยังคงมีความเชื่อในอีกด้านหนึ่งว่า ไม่ว่ากระบวนการผลิตและการกระจายเนื้อหาจากฝ่ายผู้ส่งจะมีประสิทธิภาพลึกลับเพียงใดก็ตาม แต่ทว่าฝ่ายผู้รับสารนั้นก็มิได้ตกอยู่ใต้อำนาจของผู้ส่งสารอย่างสมบูรณ์เด็ดเสร็จ ในทางตรงกันข้าม เมื่อถึงขั้นตอนของการ**บริโภคนิยม** ผู้รับสารอาจจะทำการต่อรอง คัดจ้าง คัดค้าน จนถึงขั้นปฏิเสธความหมายในตัวสารที่ถูกส่งมา

แนวทางการศึกษาเนื้อหานั้น ยังคงพัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น แนวโน้มใหม่ๆในการศึกษา "ปฏิสัมพันธ์" (Interactivity) หรือ "อัตวิสัยร่วม" (Intersubjectivity) ที่เกิดขึ้นในระหว่างกลุ่มผู้รับสารที่บริโภคเนื้อหาแบบเดียวกัน เช่น แนวคิดเรื่อง "ชุมชนแห่งการตีความ" (Interpretative community) ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีประสบการณ์การใช้สื่อที่คล้ายคลึงกัน และมีการถอดความหมายของเนื้อหาไปในแนวทางเดียวกัน เป็นต้น

กลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อและผลกระทบ (Media Technology and Effects)

การสื่อสารมวลชนนั้นเปิดหน้าประวัติศาสตร์ของตนเองด้วยผลงานของการปฏิวัติเทคโนโลยีด้านสื่ออยู่แล้ว ดังประจักษ์พยานเมื่อกูเตนเบิร์กคิดค้นพิมพ์แบบที่หมุนได้ในปีค.ศ.1453 และเป็น

จุดกำเนิดที่แท้จริงของการผลิตหนังสือพิมพ์ในระดับมวลชน ดังนั้น การนำเอากลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) (ซึ่งมีสำนักคิดที่โดดเด่นที่สุดคือสำนักโทรอนโต) มาใช้ศึกษาเรื่องสื่อสารมวลชนจึงกระทำได้ง่าย

ในขณะที่ "การสื่อสาร" นั้นเป็นเรื่องที่มีมาก่อน "สื่อสารมวลชน" ฉะนั้นจึงมีคำถามว่า คุณลักษณะเด่นของสื่อสารมวลชนที่ผิดแผกแตกต่างไปจากการสื่อสารประเภทอื่นนั้นคืออะไร กล่าวเฉพาะในด้านเทคโนโลยีสื่อก็อาจจะตอบได้ว่า เทคโนโลยีของสื่อมวลชนนั้นสามารถจะเอาชนะกาลเวลาและพื้นที่ได้อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในเทคโนโลยียุคก่อนหน้านั้น สื่อมวลชนสามารถจะเก็บเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วในอดีตและกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบันให้อยู่ในรูปของภาพและเสียงซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับความจริงมากที่สุด ส่วนการทะลุทะลวงด้านพื้นที่นั้น สื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์เช่นวิทยุและโทรทัศน์ก็สามารถจะส่งข่าวสารไปได้ในทุกทั่วหัวระแหง

ในแง่ของการเข้าถึงจำนวนกลุ่มคนนั้นก็เป็นจุดเด่นสำคัญของสื่อมวลชน กล่าวคือ ปริมาณของผู้คนที่สื่อมวลชนเข้าถึงนั้นมีขนาดใหญ่กว้างขวางมากยิ่งขึ้นทุกที ในการถ่ายทอดฟุตบอลโลกแต่ละครั้ง จำนวนคนที่ได้ดูการถ่ายทอดสดพร้อมหน้าพร้อมตากันมีจำนวนนับเป็นหลายพันล้านคน

แต่แม้ว่าจะมีคุณวิเศษหลายประการที่กล่าวมาแล้ว หากว่าสื่อมวลชนก็มีข้อจำกัดบางประการในตัวเองที่แก้ไขเอาชนะได้ยาก เช่น ลักษณะของการเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ทำให้ขาดปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) จากฝ่ายผู้รับสารอย่างฉับพลันทันที การปรับเปลี่ยนการสื่อสารให้ทันทั่วที่จึงเป็นไปได้ยาก

นอกเหนือจากการศึกษา "คุณลักษณะ" (Attribute) ทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดของตัวสื่อแต่ละประเภทแล้ว ประเด็นศึกษาที่สำนักโทรอนโตสนใจก็คือ **ผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีต่อสังคม** ตัวอย่างเช่นงานค้นคว้าบุกเบิกของ H. Innis (1951) ที่ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่าง การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงอารยธรรมของสังคม เช่น เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นรูปแบบของการจารึกลงก้อนหิน กลุ่มผู้มีอำนาจในสังคมก็จะเป็นกษัตริย์/นักรบ แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมาเป็นการเขียนบนแผ่นกระดาษ กลุ่มผู้มีอำนาจก็เปลี่ยนมาเป็นกลุ่มนักบวช หรือระบบการสื่อสารแบบมุขปาฐะ (Oral communication) นั้นก่อให้เกิดขอบเขตการปกครองในระดับนครรัฐ (City state) เช่น กรีซ แต่เมื่อเกิดมีการใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์ (Written communication) ขอบเขตการปกครองก็แผ่ขยายออกไปเป็นจักรวรรดิ (Empire) เช่น จักรวรรดิโรมัน เป็นต้น

นอกเหนือจากผลกระทบที่เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีต่อสังคมแล้ว ในอีกมิติหนึ่ง สำนักโทรอนโตยังสนใจผลกระทบที่สื่อใหม่มีต่อสื่อเก่าอีกด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนในปัจจุบันก็คือ เมื่อสื่อใหม่ (New media) เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตเข้ามาแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ

วิทยุกระจายเสียง ก็ก่อให้เกิดผลกระทบและการปรับตัวของสื่อเก่าไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปแบบ ความรวดเร็ว สมรรถนะในการทำงาน การเข้าถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกันเอง (เช่น ชุมชนอินเทอร์เน็ต) ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นประเด็นหัวข้อที่ยังต้องการศึกษาค้นคว้าอีกอย่างมาก

McQuail (2002) ได้ยกตัวอย่างประเด็นการศึกษาค้นคว้าที่น่าสนใจจากมุมมองของทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อดังนี้

- จากบทสรุปของ H. Innis เกี่ยวกับบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารตั้งแต่ยุคมีอารยธรรมในอดีตต่อเนื่องเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน Innis สรุปว่า เทคโนโลยีการสื่อสารที่กำหนดหน้าของแต่ละยุคนั้น ยังคงอยู่ในมือของผู้มีอำนาจและได้ใช้เทคโนโลยีนั้นเอาเปรียบ/กดทับความต้องการของผู้ด้อยอำนาจ Beniger (1986) และ Winston (1986) สานต่อว่า แนวคิดของ Innis นั้นน่าจะยังคงครอบคลุมมาถึงสภาวะการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากแรงผลักดันในการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อ นั้นยังคงถูกกำหนดมาจากความต้องการของกลุ่มผู้มีอำนาจ และเมื่อสร้างสรรค์มาใช้แล้ว เทคโนโลยีสื่อดังกล่าวก็เล่นบทบาทเป็นตัวกดทับพลังการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของคนกลุ่มอื่นๆ

- คำถามที่สองเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ความเป็นสากล" และ "ความเป็นท้องถิ่น" ถึงแม้ว่าตัวเทคโนโลยีส่วนใหญ่จะมีลักษณะ "เป็นสากล" เช่น เครื่องรับโทรทัศน์ จานดาวเทียม โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ แต่ทว่าเมื่อสื่อเหล่านี้เข้ามาสู่ขั้นตอนของ "กระบวนการใช้สื่อ" (Media use) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม/การเมือง/สังคม/เศรษฐกิจ ฯลฯ ของแต่ละท้องถิ่นก็จะเข้ามาเกี่ยวข้องกลายเป็น "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสากลกับท้องถิ่น" เช่น วิธีการใช้โทรศัพท์มือถือของคนไทยก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นต้น

- ต่อเนื่องจากคำถามที่สอง หากเราจะบุให้ชัดเจนลงไปว่า "ความเป็นท้องถิ่น" นั้น อาจหมายถึง "สถาบันทางสังคม" ของประเทศนั้นๆ ประเด็นที่น่าสนใจค้นคว้าก็คือ เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่นั้นได้เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับสถาบันต่างๆของสังคมอย่างไร เช่น โทรศัพท์มือถือได้เข้ามาสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวได้อย่างไร คอมพิวเตอร์ได้เข้ามาช่วยเสริมสถาบันพุทธศาสนาได้อย่างไร เป็นต้น

- การทำงานเชื่อมประสานกันระหว่างสื่อประเภทต่างๆในทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น ในระดับของ **ผู้ผลิต** มีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ หรืออาจจะเป็นในระดับของการเชื่อมโยง/ถ่ายโอนกับในระดับ **เนื้อหา** ที่เรียกว่า "Intertextuality" เช่น การแปลงบทประพันธ์นวนิยายมาเป็นภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ซึ่งต้องมีหลักในการถ่ายโยงหรือปรับเปลี่ยน ประเด็นนี้ก็เป็นหัวข้อที่มีความสนใจศึกษาค้นคว้ากันมากพอสมควร

- ลักษณะ "กระจายศูนย์" (Decentralization) ของสื่อสมัยใหม่เช่นคอมพิวเตอร์ ทำให้โอกาสและสิทธิของการเป็นผู้ส่งสารเปิดกว้างมากขึ้นกว่ารูปแบบการสื่อสารมวลชนแบบเดิม เช่น โอกาสที่จะนำเสนอตัวเองต่อพื้นที่สาธารณะนั้น แต่เดิมนั้น ทั้งเวลาและพื้นที่ของสื่อมวลชนนั้นมีอย่างจำกัด ผู้คนส่วนมากจึงมีสถานะเป็นเพียง**ผู้รับสาร** แต่ทว่าบรรดาสื่อสมัยใหม่เช่นคอมพิวเตอร์ระบบออนไลน์ได้เปิดโอกาสให้คนส่วนใหญ่ได้เป็น**ผู้ส่งสารในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น** เช่น ปรากฏการณ์ของไดอารีออนไลน์ อัลบั้มภาพออนไลน์ เป็นต้น

- และคำถามที่ต่อเนื่องมาจากเรื่อง "การกระจายศูนย์" ก็คือ บรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์นั้น จะมีธรรมชาติโน้มเอียงไปในทาง "การรวมศูนย์" (Centralization) กล่าวคือ มีการรวมศูนย์ผู้ผลิตที่เป็นคนกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่ง แต่ได้สร้างและกระจายผลผลิตออกไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ดังนั้น การนำเอาสื่อมวลชนเช่นนี้มาใช้จึงมีลักษณะที่จะสร้างสังคมที่มีการรวมศูนย์ เริ่มตั้งแต่รวมศูนย์จิตใจ รวมศูนย์สุนทรีย์ะ รวมศูนย์ความคิดเห็น รวมศูนย์การกระทำ ฯลฯ เช่น ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือการสร้างความรู้สึกราชาชาตินิยมให้เกิดขึ้นเป็นแบบเดียวกัน

แต่ทว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทของสื่อมาเป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีลักษณะกระจายตัว ก็มีคำถามว่า เป้าหมายการใช้สื่ออย่างรวมศูนย์นั้นจะเป็นไปได้อีกมากน้อยสักเพียงใด

กลุ่มทฤษฎีสื่อ/วัฒนธรรม (Media Cultural Theory)

(ก) พัฒนาการของแนวคิดเรื่อง "สื่อ/วัฒนธรรม"

ในปัจจุบันในสายวิชาการด้านสังคมศาสตร์มีความเฟื่องฟูเป็นอย่างมากในเรื่องของกระแสการศึกษาแบบ "วัฒนธรรมศึกษา" (Cultural Study) รวมทั้งสภาพความเป็นจริงที่ว่า หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง ในช่วงสองทศวรรษแรก กระแสความสนใจเรื่อง "การพัฒนาเศรษฐกิจ" อาจจะได้ระดับอยู่เหนือยอดคลื่นแห่งความสนใจ แต่ทว่านับจากทศวรรษ 1970-1980 เป็นต้นมา ความสนใจใน "มิติวัฒนธรรม" ก็ได้แผ่กระจายไปทั่วโลกแห่งความเป็นจริงและในโลกแห่งวิชาการ

การศึกษาเรื่องสื่อมวลชนก็หลบหลีกกระแสคลื่นดังกล่าวไม่พ้นเช่นกัน แม้ว่าในระยะเริ่มแรก อาจจะมีข้อโต้แย้งประเภทว่า "สื่อมวลชน" ไม่ได้มีความหมายเท่ากับ "วัฒนธรรม" หรือสื่อมวลชนเป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดทางวัฒนธรรมเท่านั้น อย่างไรก็ตาม เมื่ออิทธิพลของสื่อมวลชนแผ่กว้างไพศาลออกไปครอบคลุมทุกส่วนเสี้ยวของสังคม จนมีการขนานนามของวัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบันว่า "Mass-mediated culture" บ้าง "Media culture" บ้าง หรือแม้แต่ "Television culture" บ้าง ข้อโต้แย้งถึงความแตกต่างอย่างแยกขาดได้ระหว่าง "สื่อมวลชน" กับ "วัฒนธรรม" ก็ค่อยๆจางหายไป

คลื่นลูกแรกของทฤษฎีสื่อ/วัฒนธรรม นั้นยังวางกลุ่มกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เชื่อเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Effect) ซึ่งเชื่อในพลังอำนาจของสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่เริ่มก่อตัวอย่างแพร่หลายในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะในทวีปยุโรปที่เคยมี "มาตรฐานทางวัฒนธรรม" อันสูงส่ง ตัวอย่างเช่น นักวิชาการในประเทศอังกฤษเริ่มจะวิพากษ์วิจารณ์ "สื่อมวลชนสมัยใหม่" ที่สร้างผลกระทบทางวัฒนธรรม เกณฑวินิจจัยที่นักวิชาการกลุ่มนี้ใช้จะเป็นเกณฑ์ทางสุนทรียะ/ศีลธรรม/และบรรทัดฐาน (Aesthetic/ moral & normative judgement) ซึ่งเป็นมาตรฐานของ "วัฒนธรรมชั้นสูง" (High culture) และทิศทางการวิจารณ์นั้นก็มักจะมองสื่อมวลชนที่ได้มาสร้างผลกระทบทางวัฒนธรรมไปในทางลบทั้งสิ้น เช่น การรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์แบบปั่นน้ำเป็นตัวเพื่อขายข่าว โฆษณาที่มอมเมาผู้คน หนังสือที่ทำให้สาว ๆ ใจแตก เป็นต้น

คลื่นลูกที่สอง ควบคู่มาที่กระแสคลื่นระลอกแรกที่วิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนสมัยใหม่ด้วยมุมมองแบบ "วัฒนธรรมชั้นสูง" กระแสวัฒนธรรมของคลื่นลูกที่สองนี้จะเรียกร้อยว่า ในสังคมนั้นมีวัฒนธรรมอยู่หลายประเภท โดยเฉพาะที่เรียกว่า "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" ซึ่งเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กระจัดกระจายอยู่ตามส่วนเลี้ยวต่างๆของสังคม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนโดยเฉพาะในชนบทกำลังใช้ชีวิตประจำวัน

คลื่นลูกที่สาม ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เริ่มมีการก่อตัวของวัฒนธรรมแบบใหม่ซึ่งมิใช่เป็น "วัฒนธรรมชั้นสูง" แต่ในเวลาเดียวกันก็มีใช้ "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" แบบที่เคยมีอยู่ วัฒนธรรมใหม่นี้มีชื่อเรียกกันหลายอย่างเช่น "วัฒนธรรมมวลชน" (Mass culture) หรือ "วัฒนธรรมประชานิยม" (Popular culture) แหล่งกำเนิดที่สำคัญของวัฒนธรรมมวลชนนั้นก็คือสื่อมวลชนนี้เอง ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรมมวลชนก็คือดนตรี Rock-N-Roll ที่เฟื่องฟูในช่วงทศวรรษ 1960

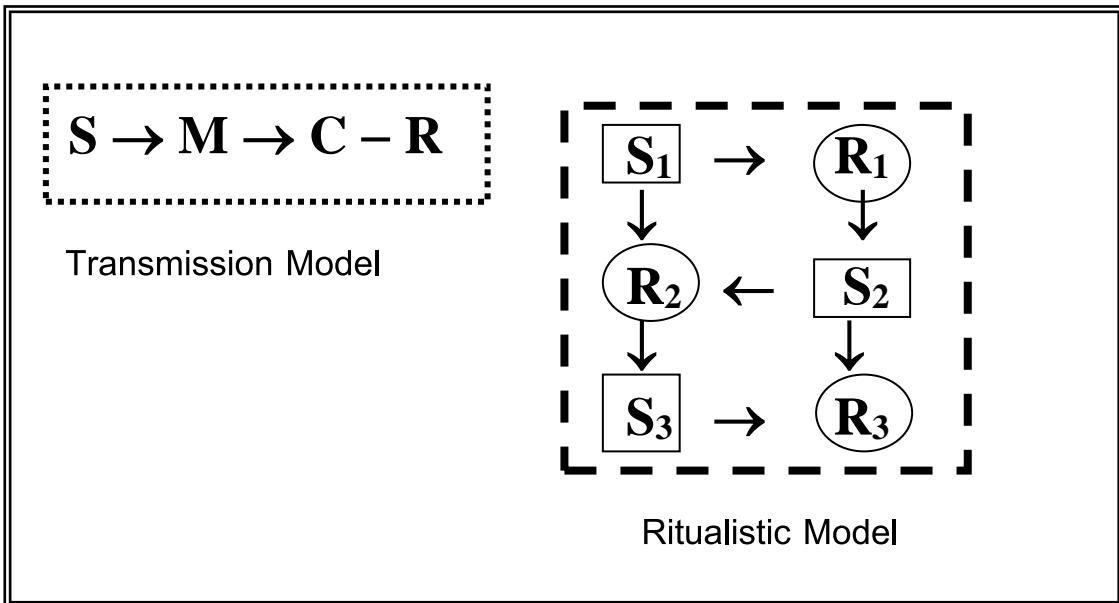
ลักษณะที่สำคัญของวัฒนธรรมแบบใหม่มีคุณสมบัติที่แตกต่างไปจากคำนิยามเก่าๆของวัฒนธรรมที่เคยใช้กันมา ซึ่งหากมองจากสายตาเดิมๆ แล้ว วัฒนธรรมมวลชนเช่นเพลงร็อคเหล่านี้ช่างดูไร้สาระ ไม่เข้าท่า ไม่เอาไหน...จนไม่น่าจะเรียกว่า "เป็นวัฒนธรรม" ได้ อย่างไรก็ตามในสายตาของนักวิชาการบางท่านเช่น W. Benjamin จากสำนักแฟรงเฟิร์ตก็ระบุว่าวัฒนธรรมมวลชนเหล่านี้คือต้นกำเนิดของการเป็นกฎ การต่อต้านอำนาจต่างๆที่เคยเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมที่มีมาในสังคม

ทัศนะเช่น W. Benjamin นั้นมาสู่จุดอคมเต็มทีในทศวรรษ 1980 เมื่อเกิดสำนักคิดเจ้าใหม่ล่าสุดคือ สำนัก "ยุคหลังสมัยใหม่" (Post-Modernism) ข้อเสนอของสำนักหลังสมัยใหม่ที่มีต่อวัฒนธรรมก็คือ การรื้อถอนคุณสมบัติต่างๆ ที่เคยมีมาของ "วัฒนธรรม" ออกไปจนหมดสิ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องความมั่งคั่งสูงทรียะ คุณค่าเชิงการรับใช้ชีวิต การสอดรับกับความเป็นจริง หรืออัตถประโยชน์ใช้สอยก็ตาม

(ข) ประมวลภาพรวมของกลุ่มทฤษฎีสื่อ/วัฒนธรรม

จากนี้จะได้ยกตัวอย่างกลุ่มทฤษฎีสื่อ/วัฒนธรรมมาดูพอสังเขปดังนี้

(1) **กลุ่มทฤษฎีวัฒนธรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Cultural Theory)** คุณลักษณะแรกของกลุ่มทฤษฎีนี้ก็คือการใช้แบบจำลองการสื่อสารที่แตกต่างไปจากกลุ่มทฤษฎีผลกระทบของสื่อ และทฤษฎีโครงสร้าง/หน้าที่นิยมของสื่อ กล่าวคือในขณะที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อและทฤษฎีหน้าที่นิยมใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด (Transmission Model) ที่มีลักษณะแบบเส้นตรง (Linear) และทางเดียว (One-way communication) ที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูง (Persuasive) กลุ่มทฤษฎีวัฒนธรรมเชิงวิพากษ์กลับใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ที่มีลักษณะสองทาง และมีเป้าหมายเพื่อการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (Shared meaning)



กลุ่มทฤษฎีวัฒนธรรมเชิงวิพากษ์ได้รื้อฟื้นค่านิยมของ "การสื่อสารมวลชน" และ "วัฒนธรรม" ว่า สื่อมวลชนในโลกสมัยใหม่นั้นควรจะทำหน้าที่เป็น "สถาบันทางวัฒนธรรม" หนึ่งของสังคม เช่นเดียวกับครอบครัว ศาสนา และโรงเรียน เนื่องจากอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อมวลชน ดังนั้นสื่อมวลชนจึงไม่ควรจะเป็นเพียงแค่กลุ่มธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อทำมาหากินและแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวเท่านั้น หากทว่าสื่อมวลชนควรจะดำเนินรอยตามนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่เคยมีมา กล่าวคือ เป็นพื้นที่ที่จะบ่งบอกอัตลักษณ์ ศักดิ์ศรี เกียรติภูมิของชนหมู่นั้นๆ

กลุ่มทฤษฎีนี้ได้วิจารณ์ทั้งสถาบันสื่อมวลชนและแนวทางสื่อมวลชนศึกษาที่มีอยู่ว่าได้นั้นแค่มิติเศรษฐกิจการทำธุรกิจแสวงหากำไร เน้นการโน้มน้าวชักจูง ดังที่ปรากฏในทฤษฎี

ผลกระทบของสื่อ โดยที่ไม่มีแนวทางที่จะนำเสนอให้สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เชิงวัฒนธรรม เช่นเดียวกับที่สถาบันอื่นๆ ได้เคยกระทำมา เช่น การสื่อสารเพื่อความเป็นตัวของตัวเอง (อัตลักษณ์) การสื่อสารเพื่อสร้างสมานฉันท์ หรือการสื่อสารเพื่อจัดการกับความขัดแย้ง เป็นต้น

(2) **กลุ่มทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism)** ทฤษฎีนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการพบกันระหว่างวัฒนธรรมตั้งแต่ 2 วัฒนธรรมขึ้นไปว่า วัฒนธรรมที่ใหญ่กว่าจะเข้าครอบงำวัฒนธรรมที่เล็กกว่า

เมื่อประยุกต์แนวคิดดังกล่าวมาใช้กับเรื่องสื่อมวลชน ก็คงต้องยอมรับว่าระบบการสื่อสารมวลชนทั้งหมดนั้นล้วนแล้วแต่มีต้นกำเนิดมาจากโลกตะวันตก เช่น เพลงป๊อปนั้นก็มาจากสหรัฐอเมริกา หรือภาพยนตร์ที่ฉายอยู่ทั่วโลกส่วนใหญ่ก็มาจากฮอลลีวูด ฯลฯ ผลผลิตทางวัฒนธรรมจากโลกตะวันตกนี้แพร่กระจายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก ผลผลิตเหล่านี้มีหน้าตา/เนื้อหา/รูปแบบที่แตกต่างไปจากผลผลิตวัฒนธรรมเดิมตามประเพณี และในเวลาเดียวกันก็อาจจะไม่ได้มีเนื้อหาที่ทำหน้าที่ทางวัฒนธรรมเช่นที่วัฒนธรรมเดิมเคยกระทำอยู่ เช่นหน้าที่การสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีของตนเอง

และเมื่อใช้แนวคิดของทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมมาใช้อธิบาย ณ ที่ใดที่มีการนำเข้าของผลผลิตจากสื่อมวลชนเข้าสู่สังคมเช่นสังคมไทย ผลผลิตทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชนก็จะเข้าแทนที่ผลผลิตวัฒนธรรมเดิม ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ การขายหนังในงานมหกรรมต่างๆ ได้เข้าแทนที่มหกรรมแบบพื้นบ้าน เป็นต้น

ในขณะที่ทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมขนานแท้และดั้งเดิมจะมองเห็นปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมสื่อมวลชนสากลจะเข้าครอบงำ/แทนที่วัฒนธรรมของแต่ละประเทศเป็นด้านหลัก ในอีกด้านหนึ่ง นักทฤษฎีกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ก็เห็นว่า ในกระบวนการพบปะกันระหว่างวัฒนธรรมนี้ วัฒนธรรมของสังคมอื่นๆ ที่มีในโลกตะวันตกมิได้ปล่อยให้เกิดการครอบงำอย่างง่ายดายเสมอไป แต่ทว่าได้เกิดกระบวนการ "ต่อรอง ต่อสู้ ต่อต้าน คัดค้าน" ในทุกระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคโดยใช้หน้าตักคือ "ต้นทุนทางวัฒนธรรม" ที่ตนเองมีอยู่

(3) **ทฤษฎีวัฒนธรรมแห่งสื่อ (Media Culture Theory)** สำหรับทฤษฎีชุดทำนองนี้ได้เจาะเข้ามาที่ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "วัฒนธรรมแห่งสื่อ" (Media culture) เลย ทั้งนี้เนื่องมาจากสภาพข้อเท็จจริงที่ว่า ในยุคปัจจุบันนี้ สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ผลิตวัฒนธรรมของสังคมที่สำคัญที่สุด (Productive cultural institution) ดังนั้น ผลผลิตที่สื่อมวลชนได้สร้างสรรค์ออกไปจึงเป็นตัวสะท้อนกฎระเบียบ วิธีการทำงานและการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนได้อย่างดีที่สุดใน

แต่เมื่อสื่อมวลชนทำงานด้วยแรงผลักดันทางธุรกิจเป็นหลัก กฎระเบียบที่ควบคุมวิธีการปฏิบัติของสื่อมวลชนจึงเป็นการเล่นกับอารมณ์ความรู้สึกและความสนใจแบบมนุษย์

(Human interest) ที่จะถ่ายทอดการขายและการทำกำไร ผลผลิตที่สะท้อนออกมาจากสื่อมวลชนจึงเป็นเรื่องของการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกทั้งหลาย แทนการยกระดับเชิงภูมิปัญญาแบบที่วัฒนธรรมดั้งเดิมเคยทำอยู่

หากเป็นเช่นนั้น ผลกระทบที่สำคัญของวัฒนธรรมก็มีได้มาจาก "การโน้มน้าวชักจูง" เช่นที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อกล่าวไว้ หากว่าผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อวัฒนธรรมของสังคมน่าจะเกิดมาจาก "ลักษณะวัฒนธรรมแห่งสื่อ" เองมากกว่า

บทสรุป

นอกเหนือจากกลุ่มทฤษฎีหลักๆ ทั้ง 6 กลุ่มที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมากมายของบริบทสังคมในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ที่อาจจะกล่าวได้ว่า มีบางส่วนเสี้ยวของสังคมโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคหลังสมัยใหม่ และในเวลาเดียวกัน ในเรื่องของสื่อก็ได้มีปรากฏการณ์มหัศจรรย์แห่งคอมพิวเตอร์เกิดขึ้นมา ปัจจัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทั้ง 2 นี้ก่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ของสังคม เช่น ในเรื่องของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงจาก "ขบวนการแรงงาน" (Labour Movement) มาเป็นขบวนการทางสังคมแบบใหม่ (New Social Movement) เช่น ขบวนการเรียกร้องสันติภาพ (Peace Movement) ขบวนการเรียกร้องสิทธิสตรี (Feminist Movement) ขบวนการรักษาสิ่งแวดล้อม (Environmentalists) ฯลฯ

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มีผลสะท้อนข้างเคียงมาถึงทฤษฎีสื่อสารมวลชนอย่างไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ กล่าวคือได้มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการเคลื่อนไหวดังกล่าว และกลุ่มที่ดูจะเอาการเอางานมากที่สุดก็คือ กลุ่มสิทธิสตรี ดังนั้น จึงเกิดสำนักคิดย่อยๆ ในด้านทฤษฎีสื่อมวลชน คือกลุ่ม Feminist Media Theory ที่กลายเป็นทฤษฎีที่นำการค้นคว้าวิจัยด้านสื่อมวลชนที่ศึกษากันอย่างยิ่ง

นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงในแง่ของการสร้างสรรค์ทฤษฎีใหม่ๆ แล้ว การเคลื่อนไหวทางด้านสังคมและประเภทของสื่อก็ยังส่งผ่านแรงสั่นสะเทือนไปถึงทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่มีอยู่เดิม เช่น ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) ซึ่งอันที่จริง คุณลักษณะสำคัญของทฤษฎีบรรทัดฐานนั้นก็ได้รับการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาอยู่แล้วตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสื่อ ดังนั้นเมื่อเกิดสื่อใหม่เช่นคอมพิวเตอร์ ก็ดูเหมือนว่าทฤษฎีบรรทัดฐานที่เคยมีมาจะต้องมีการรื้อสร้างและประกอบขึ้นใหม่เกือบทั้งหมด

เมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 นี้ เราก็จะพบว่า หัวข้อ/ประเด็นที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องสื่อสารมวลชนนั้นจะมี "คำหลัก" (Keywords) ที่แปลกๆ ใหม่ๆ โผล่ขึ้นมาให้เห็นเช่น วาทกรรม อัตลักษณ์ ภาพตัวแทน Simulacrum การประกอบสร้างความเป็นจริง ฯลฯ อันจะสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงชนิดพลิกตัว 360 องศาของทฤษฎีสื่อสารมวลชนเลยทีเดียว

เอกสารอ้างอิง

Beniger, J.R. (1986)

The Control Revolution, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Grossberg, L, Wortella, E & Whitney, D.C. (1998)

Media Making: Mass Media in Popular Culture, Sage Publications.

Innis, Harold A, (1951)

The Bias of Communication. Reprint with an Introduction by Paul Hyer & David Crowley, Toronto : University of Toronto Press, 1995.

Jameson, F, (1991)

Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capital, Durham, NC: Duke University Press.

McQuail, D. (ed) (2002)

McQuail's Reader in Mass Communication Theory, Sage Publications.

Weimann, G. (2000)

Communicating Unreality: Modern Media and the Reconstruction of Reality, Sage Publication.

Winston, B. (1986)

Misunderstanding Media, Cambridge, MA: Harvard University Press.