

แนวทางการศึกษาและทฤษฎีสื่อสารมวลชน

(Theories and Approaches of Mass Communication)

ส่วนที่ 1 : แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีและการสื่อสารมวลชน

ส่วนที่ 2 : ภาพรวมของทฤษฎีสื่อสารมวลชน

2.1 ทฤษฎีสังคมมวลชน

2.2 ทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองและทฤษฎีเชิงวิพากษ์

2.3 กลุ่มทฤษฎีสังคมและวัฒนธรรม

2.4 ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่นิยม

2.5 ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

2.6 ทฤษฎีที่เน้นที่ตัวสาร

2.7 กลุ่มทฤษฎีผู้รับสารและผลกระทบ

ส่วนที่ 3 : ทฤษฎีการวิเคราะห์ที่มียุ่ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

3.1 การวิเคราะห์ผู้ส่ง

3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา

3.3 การวิเคราะห์ผู้รับ

3.4 การวิเคราะห์ผลกระทบ

ยศะกร. กาญจนจ. แก้วเนพ

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มกราคม 2532

แนวทางการศึกษาและทฤษฎีสื่อสารมวลชน

(Theories and Approaches of Mass Communication)

ผศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ

สำหรับเนื้อหาในบทความนี้ จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่หนึ่ง จะกล่าวถึงแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับคำว่า "ทฤษฎี" โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ ทฤษฎีสื่อสารมวลชน และความเข้าใจเบื้องต้นที่ว่าควย "การสื่อสารมวลชน" สำหรับเนื้อหา ในส่วนนี้ มีข้อสรุปสุดท้ายของคำว่า "ทฤษฎี" และ "การสื่อสารมวลชน" หากแต่เป็นการ แนะนำมิติแห่งความเข้าใจที่หลากหลาย มองโคหลายแง่มุมต่อแนวคิดสำคัญ 2 แนวคิดนี้ รวมทั้งเป็นการ เปิดประเด็นสำหรับการขบคิด โต้แย้ง หรือวิพากษ์วิจารณ์ต่อไป

ในส่วนที่สอง ผู้เขียนได้พยายามรวบรวมทฤษฎีทั้งที่เป็นกระแสหลักและทฤษฎีที่กำลังก้าว ขึ้นมาสู่ความสนใจของนักวิชาการสื่อสารมวลชน ทฤษฎีที่เลือกนำมาเสนอในที่นี้มีอยู่ 7 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีสังคมมวลชน ทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองและทฤษฎีเชิงวิพากษ์ (ซึ่งจะจำแนกแยกแยะ ออกเป็นทฤษฎีย่อย ๆ อีกหลายทฤษฎี) กลุ่มทฤษฎีสังคมและวัฒนธรรม ทฤษฎีโครงสร้างและ หน้าที่นิยม ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน ทฤษฎีที่เน้นที่ตัวสาร กลุ่มทฤษฎีผู้รับสารและผลกระทบ ในการจำแนกแยกแยะประเภทดังกล่าวนี้ นั้นอนว่ายอมจะสามารถจัดแบ่งได้ในแบบอื่น ๆ อีก หลายแบบ และภายใต้ชื่อกลุ่มทฤษฎีเดียวกัน เช่น กลุ่มทฤษฎีผู้รับสารก็อาจจะมีทฤษฎีหลาย ทฤษฎีที่มีสมมติฐาน เบื้องต้นแตกต่างกันราวกับชาวกับคำ ในขณะที่ชื่อทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การ- เมืองอาจจะคาบเกี่ยวอยู่ทั้งทฤษฎีมวลชน ทฤษฎีผู้รับสารและทฤษฎีเนื้อหา ก็เป็นได้ ในที่นี้ พึงเข้าใจว่า การจัดระบบเป็นหมวดหมู่ทฤษฎีดังกล่าวก็เป็นไปเพียงเพื่อความสะดวกในการศึกษา และท่องตระหนักถึงข้อออนของการจำแนกประเภทที่อยู่ตลอดเวลา

ส่วนที่สาม เป็นการทดลองใช้กลุ่มทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีอยู่ในส่วนที่ 2 เพื่อมาลองจับคู่ รูปธรรมควยการวิเคราะห์ตัวแปรสำคัญ ๆ ที่อยู่ภายในแบบจำลองของกระบวนการสื่อสารมวลชน อันได้แก่ การวิเคราะห์ผู้ส่ง การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ผู้รับ และการวิเคราะห์ผล กระทบของสื่อมวลชน

จากนี้จะได้กล่าวถึงรายละเอียดของแต่ละส่วนโดยสังเขป

ส่วนที่ 1

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎีและการสื่อสารมวลชน

1.1 บทกำเนิด 3 แหล่งของทฤษฎีสื่อสารมวลชน

ก่อนที่จะก้าวไปถึงตัวเนื้อหาของทฤษฎีสื่อสารมวลชน เราควรที่จะกล่าวถึงแหล่งกำเนิดที่มาจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนสักเล็กน้อย หากเราใช้ความหมายของคำว่า "ทฤษฎี" ในลักษณะที่ไม่เคร่งครัด กล่าวคือ หมายถึงการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในความเป็นจริงแล้ว ถ้าเช่นนั้น สิ่งที่เราเรียกว่า "ทฤษฎีสื่อสารมวลชน" ก็สามารจะมีที่มาจากหลายแหล่ง (ในที่นี้เราจะแบ่งประเภทตามกลุ่มบุคคลที่ให้กำเนิดทฤษฎี) เช่น ทฤษฎีสามัญสำนึก ซึ่งได้แก่ทัศนคติ ความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึก พฤติกรรมที่ผู้รับหรือผู้ชมสื่อมีต่อละครทีวี เพลงในวิทยุหรือบทความในหนังสือพิมพ์

แหล่งที่สองคือ ทฤษฎีที่มาจากผู้ที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ในวงการสื่อสารมวลชน จากประสบการณ์การทำงานที่เป็นจริง จะช่วยให้นักปฏิบัติงานสร้างทฤษฎีขึ้นมาได้ว่าจะต้องนำเสนอเนื้อหาแบบไหน ในรูปแบบใด ตอนไหน ให้อะไรกับใคร จึงจะได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ทั้งนี้โดยไม่จำเป็นต้องเคยศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับภาคทฤษฎีการสื่อสารจากสถาบันการศึกษาใด ๆ เลย และแหล่งสุดท้าย คือทฤษฎีที่มาจากนักวิชาการซึ่งอาจจะใช้วิธีการทางสังคมศาสตร์ หรือวิธีการที่เป็นระเบียบทางวิทยาศาสตร์เพื่อตอบคำถามว่า หากเด็กไทยนั่งดูรายการมวลงแล้วดูไปนาน ๆ จะเพิ่มพฤติกรรมการก้าวร้าวมากขึ้นหรือไม่ เป็นต้น

สำหรับประเด็นที่เราสนใจในเรื่องแหล่งกำเนิดทั้งสามของทฤษฎีสื่อสารมวลชน มีคำถามที่ว่า ทฤษฎีแบบไหนมีความน่าเชื่อถือ ใช้การได้ หรือทฤษฎีใดก็ดีกว่าทฤษฎีใด หากแต่เราสนใจที่จะตั้งคำถามว่า "ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งทั้งสามนั้นเป็นไปในลักษณะใด : ไม่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเลย หรือขัดแย้งกัน หรือประสานหนุนช่วยกัน" ในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย หากปรากฏรูปแบบความสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว จะส่งผลกระทบต่อเรื่องมาอย่างไรบ้าง

1.2 การสื่อสารมวลชนคืออะไร

แทนที่จะใช้วิธีการให้คำจำกัดความหรือให้คำนิยามในการตอบคำถามนี้ (อันเป็นวิธีการหาความรู้แบบภาคตัดขวาง (cross-sectional) - และเป็นแบบสร้างแนวคิด (conceptual)) เราจะใช้วิธีการทำความเข้าใจกับ "การสื่อสารมวลชน" ด้วยวิธีการ-

หากความรู้แบบตามยาว (longitudinal) คือจะพิจารณาจากข้อเท็จจริงทางประวัติ-
 ศาสตร์ที่เกิดขึ้น เช่น คุประวัติศาสตร์ของการเกิดขึ้น (รวมทั้งการสูญสลายไป) ของสื่อมวลชน
 แต่ละชนิด วิเคราะห์หาปัจจัยที่ผลักดันการเปลี่ยนแปลง (ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่ขำรงรักษา
 การหยุดนิ่งตายตัว) ของสื่อแต่ละชนิด เป็นต้น ควบการใช้วิธีการแสวงหาความรู้แบบนี้ ก็เท่ากับ
 ว่า เรามีสมมติฐานหรือความเชื่ออยู่เบื้องหลังว่า คำจำกัดความหรือคำนิยามของ "การสื่อสาร-
 มวลชน" ย่อมคลี่คลายเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของประวัติศาสตร์ เราจึงไม่สามารถจะหยุด
 คำนิยามของคำ ๆ นี้เอาไว้ในยุคสมัยใดเพียงยุคเดียวได้ (และวิธีการหาความรู้ดังกล่าวนี้จะ
 เป็นแบบฉบับหลักที่จะใช้อยู่ตลอดเวลาในบทความชิ้นนี้)

จากการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนที่ผ่านมา จะพบว่ามีปัจจัยพื้นฐานอยู่
 4 ตัวที่เกี่ยวข้องอยู่กับการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนแต่ละชนิด ได้แก่

1. เทคโนโลยี
2. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมในแต่ละที่
3. การกำหนดบทบาทและภารกิจของสื่อมวลชนในแต่ละยุคสมัย เช่น การให้
 ความรู้ การให้ความบันเทิง การขำรงรักษามรดกวัฒนธรรมของชาติ เป็นต้น
4. กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ส่ง กลุ่มผู้รับ กลุ่ม-
 เจ้าของเงินทุน กลุ่มรัฐบาล ฯลฯ

ประเด็นอีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจในการศึกษาประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนคือ
 "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละชนิด" มีอะไรเกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์เมื่อเริ่มมีการใช้วิทยุ เป็นจริง-
 หรือไม่ที่ภาพยนตร์ที่ฉายตามโรงจะหมดไปเมื่อเกิดวิทยุโอเทป สื่อที่มีอยู่มีการปรับตัวอย่างไรเมื่อ
 เผชิญกับการเกิดขึ้นของสื่อชนิดใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งหลายมีลักษณะขัดแย้งกัน ทดแทนกัน
 ขวางซึ่งผู้ชมกัน หรือเกื้อหนุนกัน (ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี เกิดขึ้นเพราะการมีโทรทัศน์
 หรือการจัดรายการแนะนำหนังสือที่ออกใหม่ทางทีวี) เป็นต้น

1.3 การศึกษาภาพพจน์ของสื่อแต่ละชนิด

การศึกษาเรื่องนี้เริ่มตั้งแต่คำถามที่ว่า "ทำไมต้องสนใจภาพพจน์ของสื่อแต่ละชนิด"
 ในที่นี้จะเปิดไว้เป็นคำถามสำหรับการอภิปรายต่อไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราอยู่ได้อย่างแน่นอน
 ก็คือ สื่อทุกชนิดมีภาพพจน์ของตนในสายตาของประชาชน หนังสือพิมพ์มีภาพพจน์ของฐานันดรสี
 ผู้ต่อสู้เพื่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ในขณะที่วิทยุและโทรทัศน์ไม่มีภาพพจน์ดังกล่าวเลย

นอกจากนั้น เรายังทราบว่า ภาพพจน์บางอย่างได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ครั้งหนึ่ง การอ่านนวนิยายสำหรับผู้หญิงไทยเป็นเรื่องไม่สมควร เพราะเรื่องราวในนวนิยายล้วนเป็นเรื่อง "ประโลมโลกีย์" แต่ปัจจุบัน แทบจะไม่มีภาพพจน์ดังกล่าวหลงเหลืออยู่แล้ว

สำหรับแนวทางการศึกษาภาพพจน์ของสื่อมวลชนนั้น ได้แก่การวิเคราะห์ว่า ภาพพจน์ของสื่อหนึ่ง ๆ เกิดมาจากอะไร กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการวิเคราะห์หาองค์ประกอบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพพจน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาที่ผ่านมา ได้ตัวแปรสำคัญ ๆ บางตัวดังนี้ (ในกรณีของไทยต้องมีการทดสอบตัวแปรดังกล่าว)

- 1) เวลา สภาพแวดล้อมในขณะที่ยื่อนั้นถือกำเนิดขึ้น รวมทั้งวิธีการนำเสนอ และเผยแพร่สื่อในครั้งแรก เช่น หนังสือพิมพ์เกิดขึ้นมาในยุคสมัยสังคม ^{สังคม} เป็นต้น
- 2) ลักษณะทางการเมืองของสื่อ ยุ่งเกี่ยวกับการเมืองมากน้อยเพียงใด
- 3) เกณฑ์ทางวัฒนธรรมและมาตรฐานทางศีลธรรมที่มีอยู่ในสื่อ
- 4) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ
- 5) ตัวองค์กรที่เป็นผู้ผลิตสื่อ เช่นต้นกำเนิดของวิทยุไทย

1.4 แนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อมวลชน

จากการสำรวจแนวโน้มของการศึกษาวิจัยที่จะมีต่อไปในอนาคต (รวมทั้งที่เคยมีมาบ้างแล้วในอดีต) หัวข้อของการศึกษาจะผูกพันอยู่กับแนวคิดสำคัญ ๆ 4 แนวคิด คือ

1) ลักษณะที่เป็นสถาบันของสื่อมวลชน ได้แก่การศึกษาว่าสื่อมวลชนแต่ละชนิด ในแต่ละสังคม มีลักษณะเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมแล้วหรือยัง อะไรบ้างจะทำให้เป็นสถาบันสังคมหนึ่งขึ้นมา และถ้าเป็นแล้ว เป็นสถาบันในแบบไหน (ให้ความรู้ ให้ความบันเทิง ถ่ายทอดวัฒนธรรมบริโภคนิยม ฯลฯ)

2) กระบวนการสื่อสาร เป็นหัวข้อที่นักวิชาการสื่อมวลชนคุ้นเคยกันดี อย่างไรก็ตาม ในอนาคตจะต้องมีการตั้งคำถามเรื่องกระบวนการสื่อสารให้ลึกซึ้งตามสภาพความเป็นจริงของสื่อมวลชนที่มีความซับซ้อนมากขึ้นทุกที เช่น ใครคือผู้ส่งสารตัวจริง : ศิลปินผู้ผลิตผลงาน เจ้าของเงินทุน ผู้ควบคุมเครือข่ายการกระจาย เจ้าของสื่อ ฯลฯ ในแง่ตัวสาร ในอนาคตเราจะพูดไม่ไกลแล้วว่า ละครทีวีแบบ Soap Opera จะเป็นน้ำเน่าเสมอไป ในแง่ผู้รับสาร ก็จะมี ความซับซ้อนมากขึ้น เมื่อเพลงของพุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นที่นิยมของคนทุกชนชั้น

3) แนวคิดเกี่ยวกับ "มวลชน" เป็นที่น่าสังเกตว่าในโลกตะวันตกแนวความคิดเกี่ยวกับ "มวลชน" มีการเปลี่ยนแปลงมาตลอดยุคสมัยในประวัติศาสตร์ ทั้งสื่อนัยยะ (Connotative meaning) ในทางบวกและทางลบ บ่งบอกความหมายทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ (เช่น public, target group, mob, mass, crowd) ในสมัยปัจจุบัน คำว่า "มวลชน" ที่เราใช้ในการสื่อสารมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับคำว่า "กลุ่มชุมชนเป้าหมาย" มากน้อยเพียงใด

4) แนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมมวลชน" คล้ายคลึงกับแนวคิดเรื่อง "มวลชน" ทั้งมีการเปลี่ยนแปลงความหมายโดยนัยทั้งในด้านบวกและด้านลบมาตลอดเวลาในประวัติศาสตร์ ข้อที่เด่นของวัฒนธรรมมวลชนก็คือ ^{จริง} ~~ขาด~~ การผูกขาดของวัฒนธรรมชนชั้นสูง (วิทย์และเทปทำให้คนทุกชั้นสามารถหาเพลงคลาสสิกของไซคอฟสกีมาเปิดฟังได้) ศิลปะไม่ถูกจำกัดอยู่ในแวดวงของคนกลุ่มน้อย อย่างไรก็ตาม ข้ออ่อนที่เด่นมากที่เป็นเป้าของการโจมตีวัฒนธรรมมวลชนก็คือ ผลงานที่กลายเป็นวัฒนธรรมมวลชนแล้ว มักจะถูกตั้งให้มีรสนิยมต่ำอยู่เสมอ (นี่แสดงว่า เรามีทฤษฎีอยู่เบื้องหลังว่า "มวลชนมีลักษณะรสนิยมต่ำ") ฉะนั้นเมื่อภาพยนตร์ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่ ๆ ท่ามกลางแวดวงศิลปะที่มีอยู่ขณะนั้น คือละครเวทีแบบโอเปรา โดยหน้าที่และกลุ่มผู้ชมของภาพยนตร์ (ซึ่งเป็นคนชั้นต่ำ พวกกรรมกรในเมือง) ทำให้ภาพยนตร์มีภาพพจน์เป็นงานผลิตที่มีรสนิยมต่ำ กล้วยเหตุนี้ จึงมีนักสร้างภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงหลายคน เช่น กูโรซาวะ ^{ว่า} ที่พยายามจะสร้างผลงานที่ดีสูงจนกว่า ภาพยนตร์สามารถที่เป็นศิลปะอย่างแท้จริงได้เช่นกัน

1.5 สื่อมวลชนกับการเปลี่ยนแปลงสังคม

เวลาที่เรากล่าวถึงต้นกำเนิดของสื่อมวลชน เราได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านของสังคม ส่งผลกระทบมาถึงสื่อมวลชน ในทำนองเดียวกัน เราก็อาจจะตั้งคำถามในทางกลับกันว่า สื่อมวลชนมีบทบาทอย่างไรบ้างต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ^(สื่อ) ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือช่วยธำรงรักษาสถานภาพของสังคมเดิม ในเรื่องนี้ Rosengren ให้ประมวลคำตอบเอาไว้เป็นตารางดังนี้

โครงสร้างสังคมที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม (สื่อมวลชน)

		มี	ไม่มี
อิทธิพลของ วัฒนธรรม (สื่อมวลชน) ที่มีต่อโครงสร้าง สังคม	มี	(1) มีอิทธิพลต่อกันและกัน (Interdependence)	(2) แบบจำลองอุดมคตินิยม (Idealism)
	ไม่มี	(3) แบบจำลองวัตถุนิยม (Materialism)	(4) ไม่มีอิทธิพลต่อกันเลย (Autonomy)

ในข้อที่ 1 เป็นกลุ่มนักทฤษฎีที่อธิบายว่า ทั้งโครงสร้างสังคมและสื่อมวลชนต่างมีอิทธิพลต่อกันและกันอย่างแยกไม่ออก หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ย่อมจะส่งผลถึงอีกฝ่ายหนึ่งอย่างแน่นอน เช่น สังคมเป็นเงื่อนไขสร้างความเจริญก้าวหน้าให้เกิดสังคม สื่อมวลชน และจากนั้นสื่อมวลชนก็จะกลายเป็นตัวเร่งให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในสังคมได้เช่นกัน

ในข้อที่ 2 เป็นกลุ่มนักทฤษฎีที่เน้นหนักว่า สื่อมวลชนจะเป็นตัวแบบหลักในการเปลี่ยนแปลงสังคม (แต่อาจจะไม่ค่อยกล่าวถึงอิทธิพลที่สังคมมีต่อสื่อมวลชนเท่าใดนัก) นักทฤษฎีในกลุ่มนี้เป็นที่คุ้นเคยในวงวิชาการของเมืองไทย ได้แก่ ~~Leiner~~ ^{Leiner} (เจ้าของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของปัจเจกบุคคล) E. Rogers (เจ้าของทฤษฎี "สื่อเป็นตัวจักรแห่งการเปลี่ยนแปลง") H. Innis และ M. McLuhan (เจ้าของทฤษฎี "เทคโนโลยี (สื่อ) เป็นตัวกำหนด") และ Gerbner (เจ้าของทฤษฎี "การอบรมปลูกฝัง")

ข้อที่ 3 เป็นกลุ่มนักทฤษฎีที่เน้นหนักว่า สื่อมวลชนไม่รู้อิระและพลังอำนาจในตัวเองเท่าใดนัก เพราะจะต้องถูกกำหนด ถูกวาง ^{กรอบ} หรือถูกวางเงื่อนไขจากโครงสร้างสังคมที่เป็นอยู่ ทฤษฎีนี้มีต้นกำเนิดมาจากนักวิเคราะห์สายเศรษฐศาสตร์การเมือง ซึ่งมักจะเน้นปัจจัยทางเศรษฐกิจ และนักทฤษฎีสายทฤษฎีพึ่งพา (Dependency theory)

ข้อสุดท้าย เป็นกลุ่มนักทฤษฎีที่เชื่อว่าตัวแปรทั้งสองไม่ได้มีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน แต่ละตัวแปรต่างนิยมไปอย่าง เป็นอิสระในตัวเอง ไม่เกี่ยวข้องกัน

ส่วนที่ 2

ภาพรวมของทฤษฎีสื่อสารมวลชน

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เราจะแบ่งกลุ่มทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่มีอยู่ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ตามลักษณะ เป้าหมาย จุดเน้นหลักของแต่ละทฤษฎี ดังนี้

(1) ทฤษฎีสังคมมวลชน ทฤษฎีนี้จะมองระบบการสื่อสารทั้งระบบในฐานะสถาบันหนึ่งในสังคมที่มีความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของสังคม ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจ รัฐบาล วัฒนธรรมศาสนา ฯลฯ

ทฤษฎีสังคมมวลชนจะเริ่มต้นด้วยการพิจารณาลักษณะของสังคมปัจจุบันว่าเป็นสังคมที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับสังคมที่เคยมีมาในอดีตสังคมแบบประเพณี เพราะสังคมปัจจุบันประกอบขึ้นด้วยปัจเจกบุคคลที่มารวมตัวเป็นมวลชน บุคคลเหล่านี้จะเป็นอิสระจากสายสัมพันธ์ตามแบบประเพณี (เช่น ระบบเครือญาติ ชุมชน) ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องมือทางสังคมชั้นใหม่ที่จะสร้างความผูกพันของสมาชิกในสังคมให้สามารถอยู่รวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ สื่อมวลชนจะเป็นแหล่งให้ข้อมูลแบบเดียวกัน มีการที่ความคล้าย ๆ กันให้นิยามความเป็นจริงแบบเดียวกัน สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ค้ำจุนสังคมมวลชนอย่างสำคัญ ทศนะที่กล่าวมานี้ จัดว่าเป็นทศนะที่มองบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมมวลชนในแง่บวก

แต่ยังมีทศนะที่มองบทบาทของสื่อมวลชนในแง่ลบ เช่น ทศนะของ ฟูโรส วิลค์ (เรธา) ซึ่งวิเคราะห์ว่า ในสังคมมวลชนประกอบด้วยคน 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งคือชนชั้น^{สูง}หรือกลุ่มผู้ปกครอง อีกกลุ่มหนึ่งก็คือมวลชน ในการที่ชนชั้น^{สูง}จะทำการปกครองหรือควบคุมมวลชน โดยเฉพาะการควบคุมด้านความคิด จิตสำนึก และอุดมการณ์ ในการนี้ สื่อมวลชนก็คือเครื่องมือสำคัญเพื่อดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(2) ทฤษฎีเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองและทฤษฎีเชิงวิพากษ์ เนื้อหาสำคัญของทฤษฎีนี้ก็คือ สำหรับในสังคมปัจจุบันที่มีระบบการผลิตเป็นแบบทุนนิยมโครงสร้างของสังคมจะถูกแบ่งแยกออกเป็นชนชั้นต่าง ๆ ที่ผลประโยชน์ของแต่ละชนชั้นจะขัดแย้งกัน สำหรับกลุ่มชนชั้นปกครองในสังคมซึ่งสามารถควบคุมปัจจัยการผลิตของสังคมได้ และหากชนชั้นนี้ต้องการหลักประกันในระยะยาว ชนชั้นนี้ก็จำเป็นต้องเข้าควบคุมปัจจัยด้านการสื่อสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการหล่อหลอมจิตสำนึกและอุดมการณ์ของชนชั้นอื่น ๆ ในสังคม ทั้งนี้เพื่อเป้าหมายในการครอบงำชนชั้นอื่น ๆ ให้ยอมรับระบบโครงสร้างสังคมที่เป็นอยู่ ในกลุ่มทฤษฎีนี้ยังแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามลักษณะการเน้นหนักที่จุดต่าง ๆ กันคือ

(i) ทฤษฎีสื่อมวลชนทางเศรษฐศาสตร์การเมือง ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดของเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบคลาสสิก คือเน้นหนักด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ฉะนั้นจึงพิจารณาในระบบสื่อมวลชนว่าเป็นระบบเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่มีลักษณะสอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมโดยทั่วไป คือเป้าหมายในการผลิตเป็นการมุ่งเน้นแต่กำไรแต่เพียงอย่างเดียว และจะเป็นกลุ่มนายทุนเป็นผู้ครอบครองปัจจัยการผลิตด้านการสื่อสาร ทิศทางของการผลิตจึงมุ่งแต่ด้านธุรกิจการค้า ผลที่เกิดขึ้นมาจึงทำให้สื่อมวลชนขาดความเป็นอิสระ ขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ หมดลักษณะที่เป็นศิลปะ คงเหลือแต่การผลิตสินค้าเท่านั้น

(ii) ทฤษฎีการครอบงำของสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้ยังคงมีรากฐานมาจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบคลาสสิก แต่ได้มาเปลี่ยนจุดเน้นหนักจากด้านโครงสร้างเศรษฐกิจมาเป็นเรื่องโครงสร้างส่วนบนอันได้แก่อุดมการณ์และจิตสำนึก โดยเห็นว่า นอกเหนือจากเป้าหมายด้านผลกำไรแบบระบบทุนนิยมแล้ว สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในระบบการสื่อสารมวลชนก็คือกระบวนการสร้างอุดมการณ์และจิตสำนึกอย่างที่ระบบต้องการ ทฤษฎีการครอบงำจะศึกษาค้นคว้าในรายละเอียดว่า กระบวนการสร้างอุดมการณ์นั้นทำขึ้นมาได้อย่างไร มีกลไกอะไรในการถ่ายทอด าลาจุดที่แตกต่างกันระหว่างทฤษฎีนี้กับทฤษฎีแรกก็คือ ทฤษฎีนี้เชื่อในความเป็นอิสระของจิตสำนึก อุดมการณ์ว่า ไม่จำเป็นจะต้องถูกกำหนดจากโครงสร้างเศรษฐกิจเสมอไป

(iii) ทฤษฎีเชิงวิพากษ์ของสำนักแฟรงเฟิร์ต ทฤษฎีนี้ได้พัฒนาต่อมาจากทฤษฎีการครอบงำโดยได้ขยายจากแนวคิดเรื่องจิตสำนึกอุดมการณ์ออกมาเป็นเรื่อง "วัฒนธรรม" นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแฟรงเฟิร์ตผู้ซึ่งมีประสบการณ์กับปรากฏการณ์ลัทธินาซีในเยอรมัน ได้ขยายการวิเคราะห์ของตนว่า ในโลกปัจจุบัน เรากำลังอยู่ในยุคสมัยของ "อุตสาหกรรมแห่งการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry) หมายความว่า บรรดาผลงานวัฒนธรรมทุกอย่าง ที่เห็นได้ชัดเจน คือในระบบของการสื่อสารมวลชน จะถูกสร้างขึ้นในลักษณะของอุตสาหกรรม (มีการผลิตครั้งละมาก ๆ มีเป้าหมายเพื่อกำไรต้องการกระตุ้นการบริโภคให้มาก ๆ) ลักษณะวัฒนธรรมแบบดังกล่าวส่งผลกระทบต่อลักษณะสุนทรียศาสตร์ของศิลปะและศรัทธาจิตสำนึกของมวลชน เช่น ผลงานทางวัฒนธรรมจะเหลือเป้าหมายเพื่อความบันเทิงแต่เพียงเป้าหมายเดียว และสูญเสียเป้าหมายอื่น ๆ ที่เคยมีอยู่ในงานศิลปะ โดยเฉพาะลักษณะการวิพากษ์วิจารณ์ ด้วยเหตุนี้มวลชนที่เสนอผลงานวัฒนธรรมดังกล่าว จึงกลายเป็นมวลชนที่มีสำนึกด้านเดียว คือรู้จักแต่ยอมรับระบบที่เป็นอยู่ ไม่มีจิตใจวิพากษ์วิจารณ์ และทราบเท่าที่มวลชนมีลักษณะดังกล่าว ระบบที่เป็นอยู่ย่อมมีเสถียรภาพและปลอดภัย

(3) กลุ่มทฤษฎีสังคมและวัฒนธรรม แม้ว่าบางส่วนของแนวคิดนี้จะมีพื้นฐานมาจากสำนักวิทากซ์ แต่ทว่า S.Hall ผู้นำของสำนัก "วัฒนธรรมนิยม" ก็มีทัศนะต่อ "วัฒนธรรม" ในทางบวกมากกว่าสำนักวิทากซ์ และให้ความสำคัญและความเป็นอิสระของวัฒนธรรมมากกว่า โดยที่ Hall ได้อธิบายแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรม" ไว้ว่า มีบทบาทในการประสานรวมเอาสมาชิกของสังคมที่มีลักษณะต่าง ๆ กันเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม S. Hall ได้ปฏิเสธว่า วัฒนธรรมไม่ใช่กระจกสะท้อนหรือสิ่งที่ถูกกำหนดจากโครงสร้างเศรษฐกิจเท่านั้น แต่วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมประสานสัมพันธ์อยู่ในการกระทำทางสังคมทุกอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ดังนั้นสิ่งที่นักทฤษฎีกลุ่มนี้ต้องการจะศึกษา คือ การค้นหาความหมายและฐานะบทบาทของ "วัฒนธรรมประชาชน" ที่มีอยู่ในประสบการณ์ชีวิตประจำวันของคนทุกกลุ่ม และจะพยายามค้นหาว่า วัฒนธรรมสามารถจะเป็นแหล่งกำเนิดของจิตสำนึกในการเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างไร ปัจจุบันสำนักนี้ซึ่งมีชื่อเรียกว่า "สำนักเบอร์มิงแฮม" ได้ทำการศึกษาวิจัยด้านวัฒนธรรมในสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก

(4) ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่นิยม เป็นทฤษฎีที่นักสื่อสารมวลชนไทยค่อนข้างจะคุ้นเคยเพราะเป็นกระแสหลัก ทฤษฎีนี้มีต้นกำเนิดมาจากทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่อธิบายว่าระบบสังคมส่วนใหญ่ทั้งหมดเปรียบเสมือนร่างกาย สถาบันสังคม (ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา สื่อมวลชน ฯลฯ) เปรียบเสมือนอวัยวะส่วนต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเสมอ เพื่อให้ระบบส่วนใหญ่ดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างมีเสถียรภาพ เมื่อนำแนวคิดพื้นฐานนี้มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ระบบสื่อสารมวลชน ก็จะเป็นการค้นหาและกำหนดว่า หน้าที่ของสื่อมวลชนคืออะไรบ้าง

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่นิยมซึ่งได้ก่อตัวมาเป็นเวลานานแล้ว จำเป็นจะต้องเผชิญหน้ากับการท้าทายของสำนักคิดอื่น ๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องเผชิญกับความเป็นจริงทางสังคมที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อสังคมบางสังคมหมดเสถียรภาพลงไป ก็ไม่มีคำอธิบายจากสำนักนี้ว่าเป็นเพราะเหตุใด ดังนั้น ในชั้นหลัง จึงได้มีการนำทฤษฎีสำนักนี้หลายท่าน เช่น Merton ซึ่งได้พยายามปรับปรุงขยายกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางสังคม เช่น แนวคิดเรื่อง "Function" "dysfunction" "Manifest/Latent Function"

(5) ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน เป็นอีกกลุ่มทฤษฎีหนึ่งที่เรารู้จัก ความแตกต่างระหว่างทฤษฎีบรรทัดฐานกับทฤษฎีหน้าที่นิยมอยู่ที่ตรงว่า ในขณะที่ทฤษฎีหน้าที่นิยมตั้งคำถาม

(7) กลุ่มทฤษฎีผู้รับสารและผลกระทบ การศึกษาเรื่องผลกระทบที่มีต่อตัวผู้รับสาร เป็นหัวข้อที่มีมานานแล้ว อย่างไรก็ตาม วิธีการศึกษาเรื่องนี้ก็แตกต่างกันไปตามทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลัง เช่น พวกที่มองผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารในลักษณะ top-down นักทฤษฎีพวกนี้จะค่อนข้างเชื่อมั่นในพลังอำนาจของสื่อว่าจะสามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ในตัวผู้รับสาร ส่วนอีกแนวทางหนึ่งที่เราจะรู้จักกันในนามของทฤษฎี Use & Gratification จะมีสมมติฐานที่กลับกันกับทฤษฎีแรก โดยที่ไม่เชื่อว่าผู้รับสารจะมีลักษณะ passive และรองรับผลกระทบจากสื่ออยู่ตลอดเวลา อันที่จริงผู้รับสารต่างหากที่เป็นฝ่ายเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อตามความต้องการของตน (จะกล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป)

นอกเหนือจากการแบ่งกลุ่มทฤษฎีออกเป็นประเภทดังกล่าวแล้ว เราอาจจะวาดแผนผังของกลุ่มทฤษฎีทั้งหมดลงในแผนที่ของทฤษฎีสื่อใดก็ได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นทางทฤษฎีที่ยังอยู่ในการอภิปราย:

จากบรรดาทฤษฎีทั้งหลายที่กล่าวมานั้นจะมีประเด็นสำคัญ ๆ ที่ทำให้ทฤษฎีเหล่านั้นมีความแตกต่างกัน ประเด็นเหล่านี้ได้แก่

(1) ข้อถกเถียงว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (medium) แบบใดคือทำหน้าที่เป็น "กระจก" หรือทำหน้าที่เป็น "หน้าต่าง" ภาพเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยทั้งสองนี้บ่งบอกถึงนัยยะที่แตกต่างกัน ในกรณีที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็น "กระจก" ย่อมหมายความว่าสื่อมวลชนจะเป็นเพียงตัวสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมเท่านั้น (อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีคำถามต่อไปว่า สื่อมวลชนใดทำหน้าที่เป็น "กระจกชั้นดี" หรือ "กระจกชั้นเลว") แต่ถ้ามวลชนมีภาพพจน์เป็น "หน้าต่าง" ก็หมายความว่า สื่อได้เลือกมุมมองให้แก่คนในสังคมเอาไว้แล้ว

(2) ยังมีข้อโต้แย้งระหว่างความเชื่อที่มีต่อพลังอำนาจของสื่อมวลชนและลักษณะ active/passive ของผู้รับ ดังที่ไดกล่าวมาข้างแล้วข้างต้นว่าถ้าเราเชื่อในผลกระทบที่สื่อสามารถก่อให้เกิดต่อผู้รับใดก็ตามที่ผู้ส่งปรารถนา ก็เท่ากับว่าเราคิดว่าผู้รับนั้นมีลักษณะ passive ไปโดยปริยาย แต่หากเราเชื่อว่า ผู้รับนั้น active ก็เท่ากับเราลดพลังอำนาจในการผลกระทบของสื่อให้น้อยลงเช่นกัน

(3) ความแตกต่างที่สำคัญอีกประการหนึ่งระหว่างทฤษฎีสื่อมวลชนทั้งหลายก็คือ ปรากฏการณ์เมืองที่มีอยู่เบื้องหลังแต่ละทฤษฎี อันได้แก่ ปรากฏการณ์เมืองแบบ liberal pluralist และ Dominant - Control theory ปรากฏการณ์เมืองแบบ pluralist มีความเชื่อว่า ในสังคมประกอบด้วยกลุ่มคนหลายกลุ่มที่ต่างมีอำนาจและสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าไปใช้สถาบันสื่อมวลชน ส่วนปรากฏการณ์เมืองแบบ Dominant - Control theory มีความเชื่อตรงกันข้ามว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีธรรมชาติที่เป็นกลาง แต่จะเป็นเครื่องมือของกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคมและใช้เพื่อการควบคุมกลุ่มอื่น ๆ

ส่วนที่ 3

ทฤษฎีการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีอยู่ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

ในส่วนนี้จะเป็นการประยุกต์เอาเนื้อหาในทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้อธิบายมาแล้ว มาใช้ในการวิเคราะห์กรณีรูปธรรมเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ รูปธรรมที่ง่ายที่สุดที่จะหยิบมาเป็นตัวอย่างก็คือแบบจำลองของกระบวนการสื่อสารซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ๆ 4 ตัว คือ ผู้ส่ง เนื้อหา ผู้รับ และผลกระทบบ

3.1 การวิเคราะห์ผู้ส่ง

สำหรับการสื่อสารมวลชนนั้น มีลักษณะเด่นที่แตกต่างจากการสื่อสารแบบอื่น ๆ คือ ตัวผู้ส่งในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารนั้น ไม่ได้เป็นปัจเจกบุคคล หากแต่มีลักษณะเป็นองค์กร มีระบบการแบ่งงาน แบ่งอำนาจหน้าที่ ในอีกด้านหนึ่งเป็นองค์กรทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวิถีทางเศรษฐกิจและการเมืองโดยตรง

ตัวแปรที่จะใช้ในการวิเคราะห์ผู้ส่งหรือสถาบันสื่อมวลชนที่ถกออกมาจากทฤษฎีต่าง ๆ มีดังนี้

1) สภาพแวดล้อมของสถาบัน เช่นมีความเป็นเอกเทศจากสถาบันสังคมอื่นอย่างไร มีการรวมตัวกันอย่างไร มีขอบเขตกว้างขวางแค่ไหน ฯลฯ

2) จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร การวิเคราะห์หนังสือพิมพ์แต่ละเล่ม โทรทัศน์หรือวิทยุแต่ละช่อง จะต้องตอบคำถามให้ได้ว่าองค์กรนั้นมีเป้าหมายอะไรบ้าง และอะไรเป็นเป้าหมายหลัก เป็นเป้าหมายค่านิยมประโชยชน์ เป้าหมายเชิงบรรทัดฐาน ค่านิยมธุรกิจ ค่านิยมรักษาวินัยธรรม (ในทางหลักการ ทุกเป้าหมายมักจะถูกระงับเอาไว้ คงต้องตรวจสอบในทางปฏิบัติว่า อะไรคือลำดับขั้นของเป้าหมาย)

นอกจากนั้นยังสามารถตั้งคำถามต่อไปได้อีก จุดมุ่งหมายนั้นวางเป้าไว้อย่างไร ใครได้รับผลประโยชน์ จะใช้วิธีการอะไรบรรลุเป้าหมายดังกล่าว การวิเคราะห์ลักษณะวิธีทำงานขององค์กรสื่อมวลชนบางแห่งได้ใช้แบบจำลองสี่ส่วนเรื่อง "ลักษณะงานประจำ / งานที่มีความกikir เริ่มสร้างสรรค์" มาเป็นตัวแทน

(3) การพิจารณาองค์กรสื่อมวลชนในแง่สถาบันทางวิชาชีพ หัวข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบหรือวิธีการอื่น ๆ ที่ใช้ควบคุมสมาชิกของตน ฐานะและการยอมรับทางสังคม (ต้องดูการฝึกอบรมมาโดยตรง ต้องมีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ) ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติ-
งาน

และความสามารถของสมาชิก ตำแหน่งงานต่าง ๆ ระบบโครงสร้างการจัดแบ่งงานภายในองค์กร (เป็นแบบเรียบง่ายหรือมีความสลับซับซ้อน)

(4) การวิเคราะห์กระบวนการผลิตของผู้ส่ง โดยส่วนใหญ่จะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือขั้นก่อนและขั้นเริ่มต้นการผลิต ขั้นดำเนินการ และขั้นหลังการผลิตในขั้นก่อนและขั้นเริ่มต้น จะมีแนวคิดบางแนวคิดที่รู้จักในวงการสื่อสารมวลชน เช่น gatekeeper agenda - setting status conferral ฯลฯ ประเด็นที่จะถกเถียงกันก็คือ ผู้ผลิตจะทำหน้าที่เป็น "กระจก" หรือ "หน้าต่าง" โดยข้อเท็จจริงแล้ว ผู้ผลิตมีอิสระ (ทั้งในทางเศรษฐกิจและการเมือง) มากน้อยเพียงใดในการผลิตผลงานแต่ละชิ้น

ในขั้นดำเนินการ ก็จะวิเคราะห์มิตีด้านเศรษฐกิจ (เงินทุน เวลา ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี ฯลฯ) มิตีด้านการเมือง (การควบคุมของรัฐ) และมิตีด้านวัฒนธรรมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และในขั้นสุดท้ายคือหลังการผลิตแล้ว มีกระบวนการติดตามผลอย่างไร เป้าหมายของการติดตามผลคืออะไร

เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับการศึกษาเรื่องผู้ส่งหรือผู้ผลิตนี้ ในกรณีของสังคมไทย อาจจะไม่พบปัญหาเรื่องทฤษฎีที่จะใช้ แต่อาจจะมีปัญหามากในภาคปฏิบัติ คือ การเข้าไม่ถึงผู้ผลิต หรือผู้ผลิตไม่เปิดโอกาสให้ศึกษา ทั้งนี้เพราะการสื่อสารมวลชนของไทยยังอยู่ในขั้นตอนของการแข่งขันอย่างสูง ฉะนั้นปัญหาความไม่ไว้วางใจในหมู่ผู้ผลิตจึงมีอยู่สูง (โดยเฉพาะข้อเท็จจริงด้านตัวเลขการทดลอง) โดยส่วนใหญ่ นักวิจัยสื่อสารมวลชนจึงมักเลียงไปศึกษาผู้รับ (ซึ่งง่ายต่อการได้ข้อมูล และวิธีการศึกษาก็ไม่ซับซ้อน สามารถประยุกต์วิธีการจากศาสตร์สาขาอื่นมาใช้ได้) หรือที่กำลังริเริ่มอยู่ก็คือการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา (ซึ่งมีความลำบากเพิ่มมากขึ้น เพราะต้องการวิธีการศึกษาเฉพาะตัวมากขึ้น)

อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะว่า ควรหาวิธีการที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการที่จะศึกษาผู้ผลิตหรือผู้ส่งบ้าง โดยอาจจะศึกษาตัวอย่างจากต่างประเทศบ้าง หรือใช้ลักษณะวัฒนธรรมไทยให้เป็นประโยชน์

3.2 การวิเคราะห์เนื้อหา

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหานั้นอาจจะมองได้จากหลายแง่หลายมุม เช่น

- 1) พิจารณาว่าใครเป็นผู้รับเนื้อหาอะไร ในปริมาณเท่าใด ใครเป็นผู้ส่งให้การสื่อสารควยวิธีการอย่างไร

2) การพิจารณาคุณผลกระทบที่เกิดจากเนื้อหาของสื่อ ในยุคเริ่มแรกของการวิจัย การสื่อสาร หัวข้อการวิเคราะห์ผลกระทบ (Impact study) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) มักจะรวมเป็นเรื่องเดียวกันอย่างแยกไม่ออก เพิ่งจะมาในยุคสมัยหลัง ๆ นี้เองที่ทั้ง 2 หัวข้อได้แยกออกจากกันอย่างชัดเจน

3) จากการวิเคราะห์เนื้อหาจะทำให้มองเห็นทะลุไปถึงตัวผู้ส่งสาร กล่าวคือ มองเห็นวิถีคิด ความเชื่อ ปรัชญา อคติ (เพราะผู้ส่งสารคือ Gatekeeper ที่เลือกสรรความเป็นจริง)

4) แนวโน้มปัจจุบันกำลังมีการพิจารณาว่า เนื้อหาดิจิทัลเป็นพยานหลักฐานทางประวัติศาสตร์ยุคสมัยใหม่ เช่นเดียวกับที่หลักศิลาจารึกหรือโบราณสถานในสังคมยุคก่อน ทั้งนี้เพราะเนื้อหาเรื่องราว วิธีการดำรงชีวิตที่มีอยู่ในเนื้อหาสารย่อมสะท้อน (อย่างน้อยก็ส่วนหนึ่ง) หรือจำลองสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น

สำหรับแบบวิธีของการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถจัดแบ่งได้เป็น 2 ค่ายใหญ่ ๆ คือ ค่ายอัตวิสัย (subjective) ค่ายนี้วางน้ำหนักการวิเคราะห์อยู่ที่เจตนารมณ์ รสนิยม ความคิดเห็น กล่าวโดยรวมคืออัตวิสัยของผู้วิเคราะห์เป็นหลัก ประเพณีของการวิเคราะห์แบบนี้ปรากฏอยู่ในแวดวงของการวิจารณ์วรรณกรรม (Literature Criticism) อีกค่ายหนึ่งคือค่ายภาวะวิสัย (Objective) ซึ่งเป็นแบบวิธีที่เกิดขึ้นใหม่ การวิเคราะห์แบบนี้ ผู้วิเคราะห์จะพยายามสร้าง เกณฑ์ (categories) ขึ้นมาชุดหนึ่ง แล้วนำไปตรวจวัด เจาะนับเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในตัวสาร เพื่อให้ผลลัพธ์ที่จะออกมาและนำไปสู่ข้อสรุปมีความเที่ยงตรง ไม่ขึ้นต่ออคติของผู้วิเคราะห์มากนัก อย่างไรก็ตามการแบ่งของค่ายทั้งสองนี้ ก็ไม่จำเป็นว่า ทั้งสองแบบวิธีจะต่างชัดเจนกันแบบขาวกับดำ หรือไม่สามารที่จะประสานวิธีการทั้งสองเข้าด้วยกันได้ ดังเช่นในปัจจุบันนี้ มีงานวิจัยบางชิ้นที่พยายามประสานแบบวิธีทั้งสองเข้าด้วยกัน

มีการรวบรวมสำนักคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่สนใจการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชน เอาไว้ดังนี้

1) การวิเคราะห์เนื้อหาตามแบบประเพณีดั้งเดิม เป็นแบบวิธีที่เรารู้จักกันดี เช่น ของ Berelson ที่ให้นิยามไว้ว่า "เป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อทำการพรรณานเนื้อหาที่แสดงออกมาของการสื่อสารอย่างเที่ยงตรง เป็นระบบ และอยู่ในรูปของปริมาณ" เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของค่ายภาวะวิสัย

2) สำนักโครงสร้างนิยมและสัญวิทยา (Structuralist & Semiology)

สำนักนี้มีความเชื่อพื้นฐานว่า เนื้อหาของสื่อจัดเป็นระบบย่อย (part) ที่จะสามารถทำความเข้าใจถึงความหมายที่อยู่เบื้องหลังได้ก็ต่อเมื่อได้พิจารณาในปริมาณของโครงสร้างของความสัมพันธ์โดยรวม (whole) ส่วนแนวคิดสัญวิทยานี้สนใจการอ่านความหมายของสัญลักษณ์ (sign) โดยเฉพาะส่วนที่เรียกว่า "ความหมายแฝง" (Connotative meaning) และการจัดโครงสร้างหรือลำดับที่ของสัญลักษณ์เหล่านี้เพื่อก่อให้เกิดความหมายแบบหนึ่ง เราอาจจัดได้ว่าสำนักนี้เป็นลูกผสมระหว่างค้ายอวิสัยและภาวะวิสัย แม้ว่าจะไม่นับเรื่องปริมาณก็ตาม

3) การประยุกต์ใช้แนวทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์เน้นทฤษฎีที่ศึกษา

กระบวนการทำงานของจิตโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจิตไร้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นที่รวมของบรรดาสัญชาตญาณต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น เพศ ความก้าวร้าว ผู้ที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้จะถือว่า ผลงานด้านศิลปะ วรรณคดี สื่อมวลชน ละคร เพลง ฯลฯ ล้วนแต่เป็นหนทางแสดงออก (Compensation/Sublimation) ของความต้องการทางสัญชาตญาณทั้งสิ้น ดังนั้นเราจึงสามารถจะอ่าน "สัญชาตญาณ" ดังกล่าวที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาสาระของสื่อมวลชนได้

4) การวิเคราะห์เรื่องรูปแบบ ทว่าทำนองและการใช้ภาษา (Formal analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหาแบบนี้มีประเพณีมาตั้งแต่การศึกษาวรรณกรรม ซึ่งไม่ได้ให้ความสนใจต่อเนื้อหาสาระ (content/substance) เท่าใดนัก แต่จะให้ความสนใจต่อ "รูปแบบ" (Form) มากกว่า เพราะถือว่ารูปแบบเป็นส่วนที่สำคัญเสียยิ่งกว่าเนื้อหา ตัวอย่างเช่น ภาพถ่ายและนวนิยายจะต้องมีรูปแบบที่เฉพาะตัว เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหานี้ มีประเด็นที่ยังสามารถถกเถียงกันได้ดังต่อไปนี้

(1) ความจริงแล้ว เนื้อหาของสื่อสามารถบ่งบอกหรือสะท้อนสภาพความเป็นจริง

ของสังคมใดหรือไม่ ถ้าได้ อยู่ในระดับมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพราะผลจากการวิจัยที่ผ่านมาปรากฏว่า เนื้อหาสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะมีลักษณะ "อคติและการเบี่ยงเบนที่ถูกจัดเป็นโครงสร้าง"

(Structure of bias and deviation) เช่นการเสนอเรื่องราวของชนชั้นสูงและชนชั้นกลางอย่างมากทั้ง ๆ ที่เป็นสื่อมวลชนของสังคมที่มีองค์ประกอบของชนชั้นต่ำเป็นประชากรส่วนใหญ่

(2) เนื้อหาของสื่อมวลชนโดยส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็น "กาวใจ" เพื่อผนึกความสามัคคีของสังคม หรือทำหน้าที่เป็น "ระเบิดเวลา" เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม ตัวอย่างรูปธรรมในสังคมไทยปัจจุบันคือการแพร่หลายอย่างกว้างขวางของ "เพลงเพื่อชีวิต" ที่โดยเนื้อหาแล้วมีลักษณะวิพากษ์วิจารณ์สังคม แต่ก็มีคำถามว่า ผู้รับสารได้เข้าถึง "เนื้อหาสาระ" ของสื่อเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด หรือติดอยู่กับ "ภาพพจน์" และ "รูปแบบ" ของเพลง (มีไว้เพื่อความบันเทิง) เท่านั้น

(3) ข้อโต้แย้งของกลุ่ม "การวิเคราะห์เนื้อหาเพียงเพื่อจะรู้เนื้อหา" กลุ่มนี้เป็นกลุ่มสุดโต่งกลุ่มหนึ่งของพวกโครงสร้างนิยมที่ไม่สนใจสัมพันธ์ภาพระหว่าง "ตัวบท" หมายถึงเนื้อหาของสื่อ - กับผู้สร้าง สังคม หรือผู้รับแต่อย่างใด หากแต่สนใจที่จะคู่สัมพันธ์ภาพภายในตัวบทเอง เพื่อจะค้นหาโครงสร้างภายในตัวบทนั้น (ซึ่งแน่นอนว่า โครงสร้างภายในนี้เป็นสิ่งที่ต้องวิเคราะห์ เพราะไม่ปรากฏออกมาให้เห็นอย่างเด่นชัด) ในหลายครั้ง กลุ่มนี้จะวิจารณ์พวกที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา กับสังคม หรือกับผู้สร้างและผู้รับว่าทำให้บิดเบือนหรือมองข้ามสัมพันธ์ภาพภายในของเนื้อหาสื่อไปเสีย

3.3 การวิเคราะห์ผู้รับ (audience)

ในส่วนนี้จะนำเสนอการพิจารณาแนวคิดเรื่อง "ผู้รับ" ทั้งแบบประวัติศาสตร์และภาคตัดขวาง รวมทั้งจะนำเสนอทฤษฎีองค์ประกอบของ "ผู้รับ, ผู้ชม" เพื่อการพิจารณาคว้าง

(1) ประวัติศาสตร์การเกิดขึ้นของผู้รับ เปลี่ยนไปตามสภาพของสังคมและรูปแบบความบันเทิงของแต่ละสังคม การเปลี่ยนแนวคิดย่อมส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการด้วย ในสมัยโบราณคำว่า "ผู้ชม" หมายถึง spectators (ก่อนยุคสื่อสารมวลชน) และเมื่อเริ่มสื่อสิ่งพิมพ์ก็เริ่มมี "กลุ่มผู้อ่าน" (reading public) ต่อมาแนวคิดเรื่องผู้ชมเริ่มก้าวเข้าสู่มิติทางการเมืองตามลักษณะสื่อสิ่งพิมพ์ "ผู้ชม" ก็กลายเป็น "public" จนในที่สุดสุดท้ายนี้เมื่อสื่อมวลชนมีส่วนของธุรกิจเศรษฐกิจมากขึ้น ผู้ชมก็กลายเป็น "ตลาด" ไปโดยปริยาย

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ผู้ส่งสารและตัวผู้รับสารเองยังคงตกตะกอนแนวคิดเรื่อง "ผู้ชม" อยู่ในแบบไหน และหากคงตกตะกอนแล้ว จะมีผลกระทบมาถึงการดำเนินการทั้งด้านการรับและการส่งเนื้อหาสาระอย่างไรบ้าง

(2) ยังมีการจัดประเภทของผู้ชมตามระดับขอบเขตอันกว้างขวางแล้ว ^{ส่งเนื้อหาแล้ว} _{และรับ} ลงไปเรื่อย ๆ Classe ได้จัดลำดับไว้ดังนี้คือ กลุ่มประชากรทั้งหมดที่สามารถจะรับสารได้

potential public / effective public / particular message public /

และ actually affected public ต่อไปน่าจะมีการขบคิดกันว่า การจัดแบ่งประ-
เภทดังกล่าวนี้จะนำมาใช้ประโยชน์ในวงการสื่อสารได้อย่างไร (น่าจะมีการศึกษาว่าบรรดา
"อัญชลีแฟนคลับ" หรือ "แฟนประจำของรายการคอนเสิร์ตทั้งหลาย" จะจัดอยู่ในประเภทใดบ้าง)

(3) ทฤษฎีองค์ประกอบของผู้ชม ได้แก่ความพยายามที่จะตอบคำถามว่าการที่คน
กลุ่ม ๆ หนึ่งมารวมตัวกันเป็น "ผู้ชม" นั้น เนื่องจากอะไรบ้าง Ennis ได้เสนอว่ามี
ตัวแปรสำคัญ ๆ อยู่ 2 ประเภท คือ 1. เส้นกั้นอาณาเขต (boundary) เช่น กลุ่มนั้น
ครอบคลุมกลุ่มบุคคลที่มีอายุตั้งแต่เท่าไรถึงเท่าไร เพศอะไร อาชีพอะไร ระดับการศึกษา ฯลฯ
และ 2. โครงสร้างภายใน (cinternal structure) อันได้แก่ความสัมพันธ์ของคนภายใน
ในกลุ่ม

ประเด็นที่ก่อให้เกิดการอภิปรายเกี่ยวกับทฤษฎีองค์ประกอบของผู้ชมก็คืออะไรเป็นตัว
กำหนดอะไร สื่อมวลชนเป็นตัวกำหนดที่ก่อให้เกิดการรวมตัวขึ้นเป็นกลุ่มของผู้ชม หรือในทางตรง-
กันข้าม กลุ่มผู้ชมที่มีอยู่ก่อนหน้าที่จะสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นในรูปแบบของกลุ่มสังคมแบบต่าง ๆ ขอ-
อภิปรายดังกล่าวจะนำมาสู่หัวข้อการวิจัยโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งโดยโครงสร้าง
สังคมที่มีอยู่ ยังมีการรวมกลุ่มตามประเพณีอยู่มาก และมีข้อสังเกตว่า เมื่อมีการนำสื่อมวลชนเข้ามา
ในสังคมดังกล่าว กลับมีผลทำให้กลุ่มสังคมที่มีอยู่สลายตัว หรืออาจจะกล่าวโดยสรุปว่า โดยแท้จริง
แล้ว สื่อมวลชนมีบทบาทในการ "สร้างกลุ่มสังคม" หรือ "ทำลายกลุ่มสังคม" ในกรณีของ "การ-
สร้าง" และ "การทำลาย" นั้นเป็นกลุ่มสังคมประเภทใด กรณีรูปธรรมที่เห็นชัดเจนในสังคมไทย
คือการนำโทรทัศน์เข้าไปในชนบท จะทำลายความรู้สึกเป็นชุมชนรวมกันหรือไม่

อีกประเด็นหนึ่งที่ยังถกเถียงกันก็คือ ฐานะของผู้ชมกับสื่อมวลชนนั้นใครเป็นผู้กำหนดใคร
กันแน่ คำขวัญที่ว่า "จะให้สาธุภาวะในสิ่งที่สาธุภาวะต้องการ" นั้นดูเหมือนว่าเสียงของประชาชน
ผู้ชมคือเสียงสวรรค์ แต่ในอีกด้านหนึ่งเราก็ได้เห็นปรากฏการณ์ที่ผลงานเพลงถูกยกย่องเปิดให้ผู้-
ฟัง และเมื่อฟังบ่อย ๆ เขาก็เริ่มชอบไปเอง

อีกประการหนึ่ง ทศนคติที่ว่า หากแนวโน้มของความเชื่อ ความคิดเห็นที่มีอยู่ในเนื้อหา
ของสื่อถูกนำเสนอบ่อยครั้งเข้า ย่อมจะส่งอิทธิพลถึงการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและความคิดเห็น
ของผู้รับสารไปควยอย่างไม่ต้องสงสัย อย่างไรก็ตามทศนคตินี้ก็วางอยู่บนความเชื่อที่มีทศนคติ
ว่า คนเรานั้นถูกควบคุม และแปรเปลี่ยนความคิดไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม (อย่างปรากฏจาก
เงื่อนไขและข่อยกเว้น) ในอีกด้านหนึ่ง ก็มีเสียงคัดค้านว่า ธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีลักษณะ-

ทางสงสัย ขอบวิพากษ์วิจารณ์ ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกเลยที่จะมีกลุ่มผู้ชมที่เราเรียกว่า "ผู้ชมที่หัวคือหัวรั้น"

3.4 การวิเคราะห์ผลกระทบ (Impact)

คงได้กล่าวมาแล้วว่า หัวข้อเรื่อง "ผลกระทบ" เป็นหัวข้อที่วงการสื่อสารมวลชนให้ความสนใจศึกษาวิจัยมาเป็นเวลานานมาแล้ว และเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นว่า ความเกี่ยวข้องกับพลังอำนาจหรือผลกระทบจากสื่อมวลชนนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงมาตลอดยุคสมัยในประวัติศาสตร์ ในระยะเริ่มแรก ในวงการสื่อมวลชนมีความเชื่อว่า สื่อมีพลังอำนาจอย่างมหากาฬในการโน้มน้าวจิตใจของผู้คน และผลการวิจัยจากการใช้สื่อในขณะนั้น (ช่วงระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2) ก็ชวนให้เชื่อกันว่า ในยุคที่สอง เมื่อสถานการณ์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยใหม่ ๆ ที่ออกมา ก็เริ่มคัดค้านทฤษฎีเดิม โดยระบุว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีพลังอำนาจมากเท่าที่เราเคยเชื่อกัน ในบางกรณี สื่อบุคคลกลับมีอิทธิพลมากกว่าเสียด้วยซ้ำไป อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบัน ได้มีการหันกลับไปหาความคิดเรื่องผลลัพธ์อันตรงพลังของสื่ออีกครั้งหนึ่ง แต่ทว่าผลลัพธ์ที่กล่าวถึงในยุคปัจจุบันนี้มีลักษณะที่แตกต่างจากผลลัพธ์ที่เคยกล่าวถึงในยุคแรก จากประวัติศาสตร์ที่กล่าวมานี้ ช่วยให้เราได้ข้อคิดว่า การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนนั้นคงจะมีใช้สมการชั้นเดียวที่ตอบได้ง่าย ๆ ว่า สื่อมวลชนมีผลหรือไม่มีผลเท่านั้น แต่คงจะต้องเจาะลึกลงไปในเรื่องละเอียดกว่า สื่อมวลชนมีผล/หรือไม่มีผลอะไรภายใต้เงื่อนไขแบบไหน เป็นผลลัพธ์ชนิดใด

ดังนั้น Klapper (1960) จึงได้รวบรวมประเภทของผลลัพธ์เอาไว้ดังนี้

- (1) Conversion - เปลี่ยนแปลงจากคำเป็นข่าว และเป็นความตั้งใจของผู้ส่งสาร
- (2) เกิดการเปลี่ยนแปลงจากคำเป็นข่าว แต่มิได้เป็นความตั้งใจของผู้ส่ง
- (3) เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นเล็กน้อย ๆ (คำนุกรูปแบบหรือความเข้มข้น)
- (4) สื่ออำนาจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (จะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม)
- (5) ชำรงรักษาดั้งเดิมอยู่แล้ว (ไม่เปลี่ยนแปลง)
- (6) ป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

Golding (1960) ได้เสนอแผนผังของผลของสื่อโดยใช้ตัวแปร 2 ตัวเป็นแกน คือ

- (1) ผลที่ผู้ส่งตั้งใจ/ไม่ตั้งใจ
- (2) ผลระยะสั้น/ระยะยาวภายในระหว่างแกนทั้งสองนี้ เราจะได้ประเภทและชนิดของผลกระทบของสื่อในหลาย ๆ แบบ ดังในภาพ

