กาญจนา แก้วเทพ **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา** คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2544

สารบัญ

หน้า

ตอนที่ 1: **นิยาม/พัฒนาการ/ภาพรวม**

1. การสำรวจความหมายของคำที่เกี่ยวข้อง 2
2. พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 59
3. ภาพรวมของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาของสื่อ 85

ตอนที่ 2: **สำนักคิดต่าง ๆ**

4. สำนักหน้าที่นิยม 127
5. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 153
6. สำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม 193
7. สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ 230
8. สำนักเบอร์มิงแฮม/วัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ 261

ตอนที่ 3: **สื่อกับสถาบันวัฒนธรรมอื่น ๆ**

9. สื่อกับสถาบันครอบครัว 313
10. สื่อกับสถาบันการศาสนา 355
11. สื่อกับสถาบันการศึกษา 394
12. สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน 432

ตอนที่ 4: **ตัวอย่างประเด็นศึกษา**

13. เพศสภาวะกับสื่อมวลชน 471
14. วัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน 520
15. เวลา/พื้นที่กับสื่อมวลชน 557

คำนำครั้งที่1

เป้าหมายของหนังสือเล่มนี้คือการนำเสนอแนวคิดการวิเคราะห์สื่อมวลชนในแง่มุมใหม่ ๆ คือ การนำเอามิติด้านวัฒนธรรมมาใช้เป็นมุมมองในการศึกษาและเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของสื่อมวลชน ซึ่งเป็นพัฒนาการก้าวใหม่ล่าสุดของโลกวิชาการตะวันตก และน่าจะเป็นแนวทางการศึกษาที่สอดคล้องกับความสนใจของสังคมไทย

เนื่องจากหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือเล่มแรก ๆ ที่เขียนถึงการศึกษาสื่อมวลชนด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) ดังนั้น ผู้เขียนจึงใช้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมศึกษา” ในขอบเขตที่กว้างขวางที่สุด โดยผนวกรวมเอาการศึกษาสื่อมวลชนจากทุกแนวทาง (Approaches) ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม คำว่า “วัฒนธรรมศึกษา” (cultural studies) ที่ใช้กันอยู่ในวงการวิชาการตะวันตกปัจจุบัน มักมีความหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจงมากกว่าที่ใช้เป็นขอบเขตของเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้

ในการวางแผนการเขียนหนังสือเล่มนี้ ระยะแรก ผู้เขียนตั้งใจที่จะเสนอแนวทางการวิเคราะห์สื่อมวลชนด้วยมุมมองวัฒนธรรมศึกษาที่กำลังใช้อยู่ในวงวิชาการตะวันตก พร้อมกับจะยกตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่มีมาประกอบ แต่ทว่าเนื่องจากในระหว่างที่ลงมือเขียนนั้น ผู้เขียนได้เขียนหนังสือเล่มนี้ระหว่างที่อยู่ต่างประเทศ และได้มีโอกาสอ่านเอกสารต่างประเทศเป็นจำนวนมาก จึงได้เปลี่ยนวิธีนำเสนอโดยใช้แนวคิดและตัวอย่างของต่างประเทศเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่เพื่อเป็นสะพานทอดให้ผู้อ่านไทยได้เข้าถึงเนื้อหาเอกสารเหล่านี้ ส่วนเอกสารงานศึกษาของไทยนั้น ผู้เขียนคาดว่า กลุ่มผู้อ่านชาวไทยจะมีโอกาสค้นคว้าได้ไม่ยากนัก และผู้เขียนได้แนะนำตัวอย่างงานศึกษาไทยเอาไว้ในบรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ

มิถุนายน 2544

คำนำครั้งที่2

หนังสือ “ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา”นี้ เป็นหนังสือที่ผู้เขียนได้มีโอกาสเขียนและค้นคว้าในระหว่างที่ขอลาจากงานสอนประจำเพื่อไปเพิ่มพูนวิชาการ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2543-2544 และผู้เขียนได้เลือกไปเขียนหนังสือที่เมืองเล็กๆฮามิลตัน ในประเทศเล็กๆคือนิวซีแลนด์ ซึ่งมีบรรยากาศที่ตรงกันข้ามแบบ 180 องศา จากเมืองใหญ่และวุ่นวายแบบกรุงเทพที่ผู้เขียนเคยอยู่

บรรยากาศแวดล้อมทั้งทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม เป็นส่วนช่วยให้ผู้เขียนเข้าใจความหมายของ “วัฒนธรรมศึกษา” ด้วยประสบการณ์ในชีวิตจริง รวมทั้งการที่ผู้เขียนนั่งเฝ้าดูจอโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ดูหนัง อ่านหนังสือพิมพ์ของนิวซีแลนด์ ก็ได้ช่วยให้ผู้เขียนซาบซึ้งกับเรื่อง “ศาสตร์แห่งการสื่อสาร” มากยิ่งขึ้น การได้สัมผัส “ความแตกต่างหลากหลาย “ มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อการทำงานด้านปัญญาของผู้เขียน

นอกเหนือจากด้านของ “การผลิตหนังสือ” ซึ่งเป็นปลายข้างแรกของ “กระบวนการผลิตวัฒนธรรม” แล้ว ในอีกปลายข้างหนึ่ง คือด้านการตอบรับจากผู้รับสาร ในช่วงเวลาที่หนังสือเล่มนี้ตีพิมพ์ครั้งแรก (ปี พ.ศ.2544) ความตื่นตาตื่นใจในเรื่อง “วัฒนธรรมศึกษากับเรื่องการสื่อสาร” เพิ่งจะเริ่มก่อหวอดขึ้น แต่มาถึง ณ ช่วงเวลานี้ กระแสความสนใจในเรื่องดังกล่าวได้ส่องสว่างเรืองรองพอสมควรแล้วในแวดวงวิชาการ

การที่หนังสือที่มีความหนามากถึง 645 หน้า แถมข้างในก็ตีพิมพ์ตัวเล็กเบียดกันแน่นเพื่อให้บรรจุเนื้อหาได้แบบแยะๆ และแน่นอนว่า ราคาของหนังสือก็ต้องสูงตามไปด้วย การที่หนังสือเล่มนี้หมดไปจากร้านหนังสือในช่วงเวลาประมาณ 5 ปีนั้น นับว่า เป็นสิ่งที่เหนือความคาดหมายอย่างยิ่งของผู้เขียน และน่าจะสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจในเรื่อง “วัฒนธรรมกับการสื่อสาร” ของวงวิชาการไทย อันอาจจะเนื่องมาจากพื้นภูมิหลังของสังคมเราเอง

กาญจนา แก้วเทพ

6 ตุลาคม 2549

คำนำครั้งที่3

การจัดพิมพ์หนังสือ"ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา" ครั้งที่ 3 นี้ มีช่วงระยะเวลาห่างจากการพิมพ์ครั้งแรก ปี พ.ศ.2544 ถึง 13 ปี และห่างจากการพิมพ์ครั้งที่2 ปี พ.ศ.2549 ถึง 8 ปี ซึ่งในช่วงเวลา 4-5 ปี ที่ผ่านมานี้ ผู้เขียนได้รับการขอร้องจากลูกศิษย์และเพื่อนนักวิชาการหลายคนว่าขอให้จัดพิมพ์หนังสือเล่มนี้อีกครั้ง แต่ผู้เขียนก็ตัดสินใจว่า จะไม่พิมพ์อีกแล้ว

เหตุผลเบื้องหลังของการไม่คิดจะพิมพ์หนังสือเล่มนี้อีก ก็เนื่องจากผู้เขียนมีความคิดว่าหนังสือแต่ละเล่มที่ถือกำเนิดขึ้นมาในบรรณพิภพนั้นล้วนมีบทบาทหน้าที่ของเขาในแต่ละช่วงเวลาเท่านั้น เช่น ในช่วงทศวรรษ 2540 นั้น หนังสือเล่มนี้ก็มีภารกิจเพื่อเปิดตัวและแนะนำให้แวดวงวิชาการไทยได้ทำความรู้จักกับแนวคิดใหม่ด้านวัฒนธรรมศึกษาที่เข้าเกี่ยวดองกับแวดวงสื่อสารศึกษา แต่ในช่วงปลายๆทศวรรษ 2550 นี้ ภารกิจดังกล่าวได้สำเร็จลุล่วงไปแล้ว ทุกวันนี้ มีงานเขียนในแนวทางนี้ที่ก้าวหน้ากว่าเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้อย่างมากมาย หนังสือเล่มนี้จึงควรจะถึงเวลาพักผ่อนและนอนตายตาหลับได้แล้ว

อย่างไรก็ตาม เมื่อหนังสือในการพิมพ์ครั้งที่2หมดไป ก็มีลูกศิษย์หลายคน รวมทั้งเพื่อนๆนักวิชาการบางคน มาขอยืมหนังสือของผู้เขียนไปถ่ายเอกสารบ้าง หรือมาขอไฟล์ต้นฉบับอยู่ตลอดเวลา และผู้เขียนมักได้ยินเหตุผลของความต้องการใช้หนังสือเล่มนี้ว่า “หนังสือเล่มนี้ได้กลายเป็นคัมภีร์ไปแล้ว”

การตัดสินใจพิมพ์หนังสือเล่มหนาๆและราคาสูงในครั้งที่3 นี้ ก็คงมีเหตุผลหลักมาจากถ้อยคำที่เพิ่งกล่าวไปว่า “ถ้าเป็นคัมภีร์ซะแล้ว ก็คงต้องพิมพ์ใหม่กันหน่อยนะ”

กาญจนา แก้วเทพ

ตุลาคม 2557

ตอนที่ 1 :

นิยาม / พัฒนาการ / ภาพรวม

ตอนที่ 2 :

สำนักคิดต่าง ๆ

ตอนที่ 3 :

สื่อกับสถาบันวัฒนธรรมอื่น ๆ

ตอนที่ 4 :
ตัวอย่างประเด็นศึกษา

บทที่ 1
การสำรวจความหมายของคำที่เกี่ยวข้อง

1. คำว่า "วัฒนธรรม"
    - (1.1) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในแง่มุมเชิงประวัติศาสตร์
    - (1.2) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในเชิงองค์ประกอบ
    - (1.3) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในสาขาวิชาการ
        - (1.3.1) สาขามานุษยวิทยา
        - (1.3.2) สาขาสังคมวิทยา
        - (1.3.3) สาขาการสื่อสาร
    - (1.4) จุดร่วมของคำนิยาม
    - (1.5) วิวาทะของวัฒนธรรม
2. คำว่า "วัฒนธรรมศึกษา"
    - (2.1) สองแบบจำลองของ "วัฒนธรรมศึกษา"
    - (2.2) สำนักวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์
3. คำว่า "มวลชน" “สังคมมวลชน" “วัฒนธรรมมวลชน"
4. คำว่า "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry)
5. คำว่า "วัฒนธรรมประชานิยม" (Popular culture)

บทที่ 1
การสำรวจความหมายของคำที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากในหนังสือเล่มนี้จะมีแนวคิดหลัก ๆ เกี่ยวข้องกับคำว่า “วัฒนธรรม” "วัฒนธรรมศึกษา" "สื่อมวลชน" "วัฒนธรรมมวลชน" ฯลฯ ซึ่งบรรดาคำเหล่านี้เป็นคำที่ถูกนิยามอย่างแตกต่างและหลากหลาย ตัวอย่างเช่นคำว่า "วัฒนธรรม" ซึ่งเป็นคำที่มีปัญหามากที่สุดทางวิชาการว่าจะนิยามอย่างไร นักวิชาการแต่ละท่าน แต่ละสำนักต่างให้นิยามโดยใช้เกณฑ์ที่แตกต่างกัน คล้ายคลึงกันบ้าง เหลื่อมล้ำกันบ้าง ปัจจุบันนี้ คาดว่ามีการให้คำนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" อยู่ไม่น้อยกว่า 200 คำนิยาม

การนิยามนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการให้นิยามเป็นบันไดขั้นแรกสำหรับการสร้างแนวคิด การสร้างเครื่องมือการศึกษาวิเคราะห์ รวมทั้งการให้คำอธิบายเรื่องที่กำลังศึกษานั้นล้วนเป็นผลต่อเนื่องมาจากการให้คำนิยามทั้งสิ้น ดังนั้นในบทแรกนี้จึงจะเป็นการสำรวจตัวอย่างการให้คำนิยามของบรรดา "คำหลักๆ" (keyword) ที่จะพบในบทต่อ ๆ ไปของหนังสือเล่มนี้

1. คำว่า "วัฒนธรรม"

(1.1) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในแง่มุมเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Approach)

วิธีการศึกษาคำนิยามของ "คำ" ต่าง ๆ ในแง่มุมเชิงประวัติศาสตร์ จะถือเสมือนว่า "คำๆหนึ่ง" มีธรรมชาติเหมือนกับสรรพสิ่งต่าง ๆ กล่าวคือ มีวัฏสงสารอันประกอบด้วย การเกิด แก่ เจ็บ (แปรความหมายไป) และตาย ดังนั้น วิธีการศึกษาจะประกอบด้วยการตั้งคำถามว่า คำๆนั้นได้ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อใด เหตุใดคำนั้นจึงเกิดขึ้น เมื่อแรกเกิดคำๆนั้นมีความหมายว่าอย่างไร ในขั้นต่อมาได้มีการพัฒนาความเจริญเติบโตในด้านความหมายหรือได้มีการแปรเปลี่ยนทั้งความหมายโดยตรง (denotative meaning) และความหมายโดยนัย (connotative meaning) รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงคุณค่าของคำๆนั้น ไปจนกระทั่งถึงการสูญสลายของคำดังกล่าว

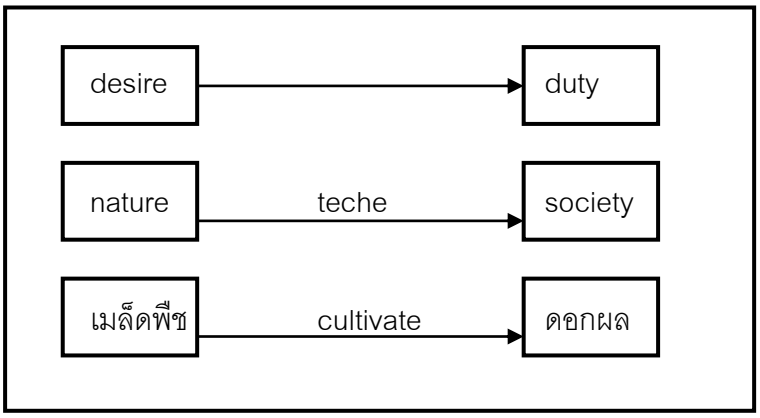
ตัวอย่างเช่นในสังคมตะวันตก คำว่า "communication" ที่เริ่มมีการนำมาใช้ในต้นศตวรรษที่ 19 และในระยะแรกที่นำมาใช้นั้น คำๆนี้มีความหมายถึงบรรดา "telecommunication" ทั้งหลายเช่น ถนน ทางรถไฟ สายโทรเลข ฯลฯ อันสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในสังคมที่กำลังมีการสร้างถนน ทางรถไฟ และวางสายโทรเลขอยู่ เมื่อถึงปลายศตวรรษที่ 19 คำว่า “communication” ได้เริ่มขยายความหมายออกไปครอบคลุมถึง "Journal" (หนังสือพิมพ์)

"Magazine" (นิตยสาร) เนื่องจากการก่อตัวและความแพร่หลายของบรรดาสื่อสิ่งพิมพ์จนกระทั่งเมื่อเข้าสู่ยุควิทยุและโทรทัศน์ ความหมายที่สองก็เริ่มกลายเป็นความหมายหลักของคำว่า "communication" อย่างไรก็ตาม ทั้งสองความหมายแรก ๆ นี้ก็ยังมุ่งไปตัว "**ผลผลิต**" (product) ของ "communication" จนเมื่อล่วงเข้าสู่กลางศตวรรษที่ 20 ความหมายของ "communication" จึงได้แปรเปลี่ยนไปอีกครั้งหนึ่ง โดยมีนัยยะบ่งบอกถึงเรื่อง "**กระบวนการ**" (process) มากกว่าตัว "**ผลผลิต**"

(ในกรณีของสังคมไทยยังไม่มีงานวิจัยที่ชัดเจนในเรื่องพัฒนาการของคำว่า "การสื่อสาร" แต่ผู้เขียนมีประสบการณ์ส่วนตัวว่า เมื่อกล่าวถึง "การสื่อสาร" นั้น มักจะถูกจำกัดวงอยู่ที่ "การสื่อสารมวลชน" และคำว่า "การสื่อสารมวลชน" นั้น ก็หมายความถึง "รูปแบบการสื่อสารที่ต้องใช้สื่อแบบสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์" เท่านั้น)

หากนำวิธีการเชิงประวัติศาสตร์ดังกล่าวมาศึกษาเส้นทางชีวิตของคำว่า "วัฒนธรรม" R. Williams (1994) ได้พบการเปลี่ยนแปลงของความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" ในเชิงประวัติศาสตร์ดังนี้ (ดูกาญจนา, 2530ก)

(i) ยุควางรากฐาน



คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ในยุควางรากฐานนี้เริ่มต้นตั้งแต่ก่อนศตวรรษที่ 6-7 ในยุคของกรีก Archilocus ได้แยกความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เรียกว่า "desire" (อันได้แก่ความปรารถนา) กับสิ่งที่เรียกว่า "duty" (หน้าที่) ออกจากกัน โดยถือว่าเมื่อแรกมนุษย์เกิดมาจะมีความปรารถนาติดตัวมาเป็น**ธรรมชาติ** ต่อเมื่อมนุษย์ได้เข้ามาอยู่ใน**สังคม**ได้สักช่วงเวลาหนึ่ง มนุษย์จึงค่อย ๆ ถูกเปลี่ยนสภาพจากสิ่งมีชีวิตที่อยู่ภายใต้การควบคุมของ**ความปรารถนา** มาอยู่ใต้

อาณัติของการรู้จัก**ทำหน้าที่** บรรดาสื่อกลางทั้งหลายในสังคมที่จะช่วยดัดแปลงมนุษย์ให้เปลี่ยนแปลงจาก "ธรรมชาติ"/ "ความปรารถนา" มาสู่ "สังคม"/"การรู้จักหน้าที่" นี้ก็คือ ศิลปะ การประพันธ์ และวรรณกรรมต่างๆ กระบวนการของการดัดแปลงมนุษย์นี้เรียกว่า "teche" (รากของคำว่า technic) ซึ่งมีความหมายถึงศิลปะแห่งการจัดและแปรรูปสรรพสิ่งทั้งหลาย รวมทั้งบุคลิกภาพของคนเราจากภาวะธรรมชาติมาสู่ภาวะสังคม

จากแนวคิดดังกล่าว Plutarch นักปราชญ์ชาวกรีกอีกท่านหนึ่งได้นำมาขยายเปรียบเทียบให้เห็นภาพพจน์ได้ชัดเจนว่า หากเราต้องการจะได้ผลไม้ เราก็ต้องมีเมล็ดพืช มีเนื้อดิน และมีเกษตรกรที่มีความรู้ เฉลียวฉลาดและขยันขันแข็ง เกษตรกรจะเป็นผู้เพาะปลูกเมล็ดพืชลงไปในเนื้อดิน ฉันใดก็ฉันนั้น เด็กที่เกิดมาใหม่ก็เปรียบเสมือนเมล็ดพืช การอบรมก็เปรียบเสมือนเนื้อดิน และตัวเกษตรกรนั้นก็คือผู้ให้การอบรม จากสภาวะของเมล็ดพืช (เด็กที่เป็นสภาวะธรรมชาติ) จะผลิดอกออกผลมาเป็นดอกไม้/ผลไม้ (คนผู้ใหญ่ที่โตแล้ว) อันเกิดมาจากน้ำพักน้ำแรงของการพรวนดินรดน้ำของเกษตรกรนั่นเอง

ผลจากการเปรียบเทียบกระบวนการอบรมบ่มเพาะของมนุษย์กับการปลูกเมล็ดพืชดังกล่าว ทำให้คำที่ใช้เรียกกระบวนการอบรมดังกล่าวคือคำว่า "culture" นั้น ทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสที่มีรากศัพท์มาจากภาษากรีกละติน จึงมี 2 ความหมายพร้อม ๆ กันคือ "วัฒนธรรม" ความหมายหนึ่ง และ "การเพาะปลูก" อีกนัยหนึ่ง (cultivate/cultive') กลุ่มคำภาษาไทยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมก็มีความหมายเดียวกับกระบวนการปลูกพืช เช่น อบ รม บ่ม เพาะ ปลูก ฝัง ขัดเกลา เป็นต้น

(ii) ยุค "วัฒนธรรม" คือ "วัฒนธรรมชั้นสูง" (Elitist culture)

เนื่องจากกระบวนการทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นตัวการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติที่ยังดิบอยู่ของมนุษย์ (เนื่องจากในยุคสมัยดังกล่าว ยังมีการให้ความหมาย "ธรรมชาติของมนุษย์" ไปในทางลบ) ให้พัฒนาไปสู่สภาวะที่สูงส่งขึ้น ใกล้กับอุดมคติมากขึ้น (กล่าวคือได้รับการขัดเกลาจนห่างไกลจากธรรมชาติ) ดังนั้น ตามนัยนี้ "วัฒนธรรม" จึงมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "อารยธรรม" (Civilization) และส่อคุณค่าไปในทางบวกไปในทางที่ดีงาม ในปัจจุบัน เรายังคงสามารถมองเห็นร่องรอยจากการใช้ความหมายของวัฒนธรรมตามนัยยะดังนี้ได้อย่างกว้างขวาง เช่น เวลาเราจะตำหนิคนที่ชอบแซงคิวผู้อื่น เราก็จะพูดว่า "คนอะไรไม่มีมารยาทไม่มีวัฒนธรรม" เป็นต้น

จากนัยยะที่ส่อไปในทางดีงามและสูงส่งของคำว่า "วัฒนธรรม" ดังกล่าว เมื่อยามแตกตัวออกมาเป็นภาคปฏิบัติการ ก็จะมีการระบุกิจกรรมที่จะจัดเข้าประเภท "กระบวนการทางวัฒนธรรม" เอาไว้อย่างแน่นอนชัดเจนเลย กิจกรรมเหล่านั้นจะต้องเป็นกิจกรรมทางสมองทางด้านการใช้สติปัญญาหรือการยกระดับจิตวิญญาณ (informing spirit) เช่น การขัดเกลา

วิญญาณด้วยศาสนา การบ่มเพาะสติปัญญาด้วยการถกเถียงทางปรัชญา การหล่อหลอมสุนทรียะด้วยการศึกษาศิลปะวรรณกรรม ส่วนกิจกรรมที่ต้องใช้แรงงานกายทั้งหลายนั้นไม่ถูกถือว่าได้ช่วยยกระดับมนุษย์ให้สูงส่งกว่าสภาพตามธรรมชาติ ดังนั้น จึงไม่ถูกถือว่าเป็นกระบวนการทางวัฒนธรรม

ดังนั้น คำนิยามที่ชัดเจนที่สุดของ "วัฒนธรรม" ตามนัยยะนี้ก็คือ ต้องไม่ใช่สิ่งที่มนุษย์กระทำกันอย่างเป็นปกติธรรมดาในชีวิตประจำวัน (เช่น อาบน้ำ ล้างหน้า ทำครัว ปลูกพืช) แต่จะต้องเป็น "สิ่งที่ดีที่สุดที่มนุษย์เคยทำมา" และต้องไม่ใช่คำพูด การแสดงอากัปกิริยาที่เราใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน หากแต่จะต้องเป็น "คำพูดที่ดีที่สุดที่มนุษย์เคยพูดมา" ตามคำนิยามนี้ วัฒนธรรมจึงได้แก่ผลงานอันสูงส่งด้านจิตรกรรม ปฏิมากรรม วรรณกรรม นาฏกรรม ฯลฯ เท่านั้น (The best that has been said and thought)

เมื่อกำหนดบรรทัดฐานเอาไว้อย่างแน่นอนเช่นนั้นแล้ว ผลลัพธ์ที่ตามมาอย่างแน่นอนอีกเช่นกันก็คือ คนทุกคน กลุ่มทุกกลุ่มในสังคมย่อมมีโอกาสไม่เท่าเทียมกันในอันที่จะได้เข้าใกล้ "วัฒนธรรม" ดังกล่าว ทั้งนี้เพราะสภาพความเป็นจริงของสังคมกรีกในขณะนั้น มีคนบางกลุ่ม เช่น พวกไพร่ทาสที่จะต้องใช้แรงงานกายทำงานจึงจะมีชีวิตอยู่ ก็คงจะมีแต่พวกเจ้านายทาสที่ไม่ต้องออกแรงทำงาน แต่อาศัยผลผลิตจากข้าทาสของตน กลุ่มนี้เท่านั้นจึงมีโอกาสเข้าถึงกิจกรรมการใช้สมองและปัญญาดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ บรรทัดฐานของ "การมีวัฒนธรรม" จึงกลายเป็นหรือมีความหมายเท่ากับรูปแบบวิธีการใช้ชีวิตของชนชั้นเจ้านายนั้นเอง เช่น การถกเถียงทางปรัชญา การดื่มด่ำกับโคลงกลอน ฯลฯ และในชั้นต่อมาก็ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของชนชั้นสูงผู้มีอารยธรรมและมีรสนิยมอันวิไลไป โดยนัยยะเช่นนี้ ความหมายของ "วัฒนธรรม" ในยุคแรก ๆ นี้ จึงกลายเป็น "วัฒนธรรมแบบเบื้องบน" (Elitist) หรือมีความหมายเท่ากับ "วัฒนธรรมชั้นสูง" (High culture) ไปโดยปริยาย ความหมายดังกล่าวยังคงสืบทอดมาในยุคหลัง ๆ ของตะวันตกที่แม้ว่าจะได้ดัดแปลงรูปแบบของ "วัฒนธรรม" ให้ผิดแผกแตกต่างไปจากกรีก-โรมัน หากทว่ายังคงรักษาความหมายที่ว่า "วัฒนธรรมเท่ากับวัฒนธรรมชั้นสูง" เอาไว้เช่นเดิม (แนวคิดนี้จะสืบทอดมาในสำนักคิดที่ชื่อว่า "Culture & Civilization Tradition" ของอังกฤษในยุคปัจจุบัน-ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

จนเมื่อล่วงเข้าสู่ยุคล่าอาณานิคม บรรดาประเทศเจ้าอาณานิคมอันได้แก่ประเทศในยุโรปซึ่งสืบทอดเชื้อสายทางวัฒนธรรมมาจากกรีก-โรมันนั้น เมื่อเวลาเหลียวหน้าไปมองดูประเทศอื่น ๆ ในโลกโดยมีไม้บรรทัดแบบยุโรปเป็นมาตรฐาน เช่น การสวมเสื้อผ้า การสวมหมวก การใช้ช้อนและส้อม การให้เกียรติสตรี ฯลฯ แน่นอนว่าย่อมจะไม่ได้พบเห็นสรรพสิ่งแบบที่ยุโรปมี เจ้าอาณานิคมเหล่านี้ก็จะตีตราว่า บรรดาประเทศอื่น ๆ เหล่านั้น “ไร้อารยธรรม” "ขาดความศิวิไลซ์"

มาถึงตอนนี้ ความหมายของวัฒนธรรมก็ยิ่งตีวงแคบเข้ามาว่า "ทุกอย่างที่เป็นแบบยุโรป" (Eurocentricism) เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะเป็นอินเดียนแดง นิโกร จีน แขก ไทย เผ่าอินคา ฯลฯ หากว่าไม่นุ่งกางเกงแบบยุโรป ไม่ใส่เสื้อแบบยุโรป ไม่กินช้อนส้อมแบบยุโรปแล้ว นับว่าเป็นพวกป่าเถื่อนทั้งสิ้นทั้งปวง (แม้ว่าในยุคสมัยนั้นคนจีนจะสามารถใช้ตะเกียบคีบถั่วเข้าปากได้ก็ตาม)

ปัจจุบันนี้ ความหมายของ "วัฒนธรรมที่เท่ากับเป็นแบบยุโรป" นั้น อาจจะถูกผัดหน้าทาแป้งทำศัลยกรรมตกแต่งด้าน**รูปแบบ**เสียใหม่ และถูกนำมาเสนอภายใต้ชื่อที่รู้จักกันว่า "โลกาภิวัตน์" (Globalization) แต่ทว่าโดย**เนื้อหา**แล้ว ก็ยังคงเป็นเช่นอดีต กล่าวคือ “โลกาภิวัตน์” ก็เท่ากับ “ตะวันตก/ยุโรป” นั่นเอง ดังนั้น ในขณะที่ในอดีตประเทศไทยได้เคยเผชิญหน้ากับกระแส "วัฒนธรรม/อารยธรรมที่เท่ากับความศิวิไลซ์ของยุโรป" ดังเช่นประวัติศาสตร์ของไทยตั้งแต่ยุคสมัยของรัชกาลที่ 5 มาจนถึงจอมพล ป. พิบูลสงคราม จนกระทั่งต่อเนื่องมาถึงยุคสมัยของการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย ในช่วงทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ 20 ประเทศไทยก็ยังต้องเผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์อีกเช่นเดิม หากทว่าในการเผชิญหน้ากับระลอกของกระแสโลกาภิวัตน์นี้ การสื่อสารโดยเฉพาะสื่อมวลชนมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่ง

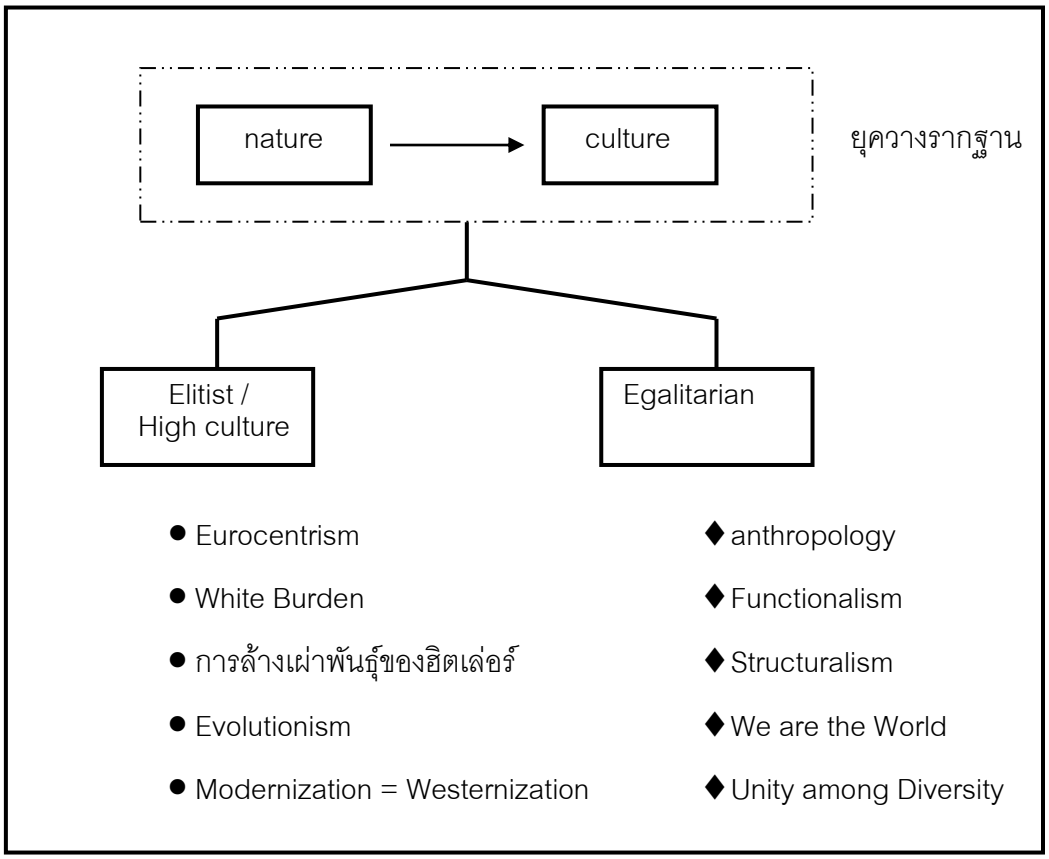
อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ภาพประวัติศาสตร์ความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" มีภาพที่สมบูรณ์ใกล้เคียงความจริงมากที่สุด เราคงต้องเพิ่มเติมว่า แม้ว่าการตีความแบบว่า "วัฒนธรรมคืออะไรก็ได้ที่เป็นแบบยุโรป" จะเป็นกระแสหลักอยู่ในยุโรปขณะนั้น แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีนักปราชญ์ชาวยุโรปหลายท่านที่คัดค้านวิธีตีความดังกล่าว บางท่านได้วิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมของยุโรปเองและหันกลับไปชื่นชม "พวกป่าเถื่อน" มากกว่า ตัวอย่างเช่น Michael de Montaigne ที่เสนอแนวคิดว่า "ผู้คนที่เราเรียกเขาว่า พวกป่าเถื่อนนั่นน่ะ เขามีคุณค่าบางอย่างที่บริสุทธิ์ผุดผ่องยิ่งกว่าพวกเราเสียอีก” Jean Jacque Rousseau ก็เป็นนักปราชญ์อีกท่านหนึ่งที่ขยะแขยงความหน้าไหว้หลังหลอกของสังคมชั้นสูงของยุโรปขณะนั้น (เราอาจมองเห็นภาพสังคมดังกล่าวได้จากภาพยนตร์เรื่อง Dangerous Liaison) และยกย่องบรรดาผู้ป่าเถื่อนที่บริสุทธิ์ตามธรรมชาติอยู่เป็นอันมาก

(iii) ยุค "วัฒนธรรม" ในความหมายแห่งความเสมอภาค

ในช่วงปีค.ศ.1848 ซึ่งนับเป็นยุคสมัยที่บรรยากาศทางสังคมของยุโรปกำลังเข้าสู่ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ อิทธิพลของความคิดแบบศักดินาเรื่องความเหลื่อมล้ำต่ำสูงกำลังถูกท้าทายและเซาะกร่อน ความคิดเรื่อง "ความเสมอภาค" กำลังเฟื่องฟูขึ้นสู่ความนิยม ในช่วงเวลานั้น Gustav Klemm ได้เริ่มเป็นคนใช้คำว่า "วัฒนธรรม" ในความหมายที่ว่า "ทุกอย่างที่คนสร้างขึ้นเพิ่มเติมจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นการเผาศพ การปั้นหม้อ หรือแม้แต่การทำลูกปัดเครื่องประดับอย่างแบบหยาบ ๆ ก็ตาม” ตามนัยยะของความหมายใหม่นี้ วัฒนธรรมจึงไม่ส่อคุณค่าไปใน

ทางบวกหรือลบ เหลื่อมล้ำหรือสูงต่ำกว่ากัน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่มองเห็นได้ระหว่างกลุ่มชนทั้งหลาย เป็นเพียงความแตกต่างทางประเภท/หรือชนิด (difference in kind) เท่านั้น แต่ไม่ใช่ความแตกต่างทางระดับ (difference in degree) ที่จะบ่งบอกว่า วัฒนธรรมของใครเหนือกว่าของใคร ดีกว่าของใคร มีอารยธรรมมากกว่าของใคร

มาถึง ณ จุดนี้ คำว่า "วัฒนธรรม" ก็เริ่มมี 2 กระแสเกิดขึ้นแล้วในโลกแห่งความหมาย และจากความหมายที่เป็นพื้นฐานของทั้งสองกระแส ต่างฝ่ายต่างก็ได้รับการสืบทอดต่อเนื่องมาตลอดเวลา ทั้งในแวดวงการปฏิบัติการทางสังคม และที่เห็นชัดเจนที่สุดก็คือในแวดวงวิชาการ (ดูภาพประกอบ)



ในส่วนของกระแส Elitist/High Culture นั้น อาจมองเห็นตัวอย่างได้จากแนวคิดและแนวการปฏิบัติของลัทธิล่าอาณานิคมหรือลัทธินาซีของฮิตเลอร์ที่ถือว่าวัฒนธรรมของเชื้อชาติอารยันเท่านั้นที่มีความสูงส่ง และจะต้องทำลายเชื้อชาติอื่น ๆ โดยเฉพาะยิวให้หมดไป เช่นเดียวกับแนวคิดใหม่เรื่องการพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้าทันสมัยที่ถือว่า มีแต่วัฒนธรรมแบบสังคมตะวันตกเท่านั้นที่มีรูปแบบการดำรงชีวิตที่ดีที่สุด (ไม่ว่าจะเป็นระบบการทำมาหากินทาง

เศรษฐกิจหรือระบบการเมืองการปกครอง) ส่วนประเทศอื่น ๆ ที่ "ไม่ใช่แบบตะวันตก" นั้น ล้วนแต่ป่าเถื่อนล้าหลังไม่มีความเจริญ (ที่คนไทยรู้จักในบทสรุปที่ว่า เป็นสังคมที่ประชาชนมีแต่ "โง่ จน เจ็บ") ในแวดวงของวิชาการ ความหมายของวัฒนธรรมแบบ Elitist ก็คือแนวคิดของสำนักวิวัฒนาการนิยม (Evolutionism) ที่ถือว่า วัฒนธรรมของแต่ละสังคมมีลำดับชั้นสูงต่ำแตกต่างกัน (เลียนแบบมาจากวิวัฒนาการของสิ่งที่มีชีวิต) สังคมที่อยู่ในลำดับชั้นที่สูงกว่า เช่น สังคมตะวันตกมีวิวัฒนาการที่ดีกว่าสังคมอื่น ๆ เช่น เอเชีย แอฟริกา ฯลฯ

ส่วนความหมายของวัฒนธรรมแบบเสมอภาคนั้น (Egalitarian) เป็นพื้นฐานร่วมกันของนักวิชาการที่ล้มทฤษฎีวิวัฒนาการ และนำเสนอทฤษฎีใหม่ ๆ ขึ้นมา เริ่มตั้งแต่ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ทฤษฎีสัมพัทธ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Relativism) และทฤษฎีโครงสร้างนิยม (Structuralism) ตัวอย่างคำอธิบายของทฤษฎีหน้าที่นิยมจะกล่าวว่า ในชนแต่ละกลุ่ม ต่างก็สร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของคนในสังคมนั้นหรือเพื่อความอยู่รอดของสังคมนั้นเอง เราจึงไม่สามารถจะนำวัฒนธรรมในแต่ละที่มาเปรียบเทียบความสูงต่ำกันได้ เราเพียงแต่ดูได้ว่าวัฒนธรรมในแต่ละแห่งนั้นทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ดีมากน้อยเพียงใด เช่น ในประเทศที่มีอากาศหนาวซึ่งร่างกายต้องการการเก็บความร้อนเอาไว้ ฉะนั้น รองเท้าปิดหัวหุ้มส้นก็เป็นวัตถุธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม ในประเทศที่มีอากาศร้อนเช่นประเทศไทยซึ่งต้องการการระบายความร้อน รองเท้าสานเปิดหัวเปลือยส้น (เช่นรองเท้าแตะ) จะทำหน้าที่ได้ดีกว่า และเราไม่อาจจะหยิบเอา "รองเท้าหุ้มส้น" มาเปรียบเทียบตีคุณค่าว่า "สูงส่งกว่า สุภาพกว่า" "รองเท้าแตะ" เป็นต้น

สำหรับนักวิชาการบางสำนัก เช่น สำนักเฉพาะเจาะจงทางประวัติศาสตร์ (Historical Particularism) ที่มีนักวิชาการที่รู้จักกันดีเช่น Magaret Mead, Ruth Benedict ได้ยืนยันว่าวัฒนธรรมนั้นไม่มีสูงไม่มีต่ำแบบขั้นบันได หากแต่มีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนกันไปมา ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแนวคิดเรื่องการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) Claude Lévi-Strauss นักมานุษยวิทยาสำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism) ก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่ประกาศว่า "ไม่มีสังคมใดเหนือกว่าสังคมอื่น"

(iv) **ยุค "วัฒนธรรม" ในแง่กระบวนการและการต่อสู้** (cultural process/cultural struggle)

ถึงแม้จะได้มีการให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" อย่างแตกต่างกันคือ ทั้งแบบที่มีลำดับชั้นและแบบเน้นความเสมอภาคระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว แต่ทว่าจุด

ร่วมกันประการหนึ่งของคำนิยามที่ผ่านมาก็คือ มักจะมีการนิยาม "วัฒนธรรม" ในแง่ของ "ผลิตผลทางวัฒนธรรม" (cultural product) ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุธรรม (สิ่งของเครื่องใช้ เสื้อผ้า อาวุธ ฯลฯ) หรือประเพณีธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ จนกระทั่งเมื่อราวกลางศตวรรษที่ 20 นี้ เมื่อเริ่มมีการก่อตั้งสำนักคิดกลุ่มเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ที่เป็นกลุ่มวัฒนธรรมนิยมแนววิพากษ์ (Critical culturalism) นักคิดคนสำคัญของสำนักนี้เช่น Raymond Williams ก็ได้เริ่มให้ความหมายของคำนิยามในแง่ของ "กระบวนการทางวัฒนธรรม" (Cultural process) เนื่องจากสำนักคิดกลุ่มเบอร์มิงแฮมนี้ได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากกลุ่มมาร์กซิสต์ที่สนใจกระบวนการผลิต (production) และการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (reproduction) วัตถุสิ่งของต่างๆ ที่กลายมาเป็นสินค้าในระบบทุนนิยม จึงเกิดแนวคิดว่าการสร้างสรรค์วัฒนธรรมก็จำเป็นต้องมีการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดเช่นเดียวกัน (cultural production & reproduction) ในการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจและการวิเคราะห์วัฒนธรรมจึงต้องให้ความสนใจกับ "กระบวนการ" มากกว่าหรือเท่า ๆ กับตัว "ผลผลิต"

อิทธิพลอีกประการหนึ่งของกลุ่มมาร์กซิสต์โดยเฉพาะกลุ่มมาร์กซิสต์แนวใหม่ (Neo-Marxist) เช่น Antonio Gramsci ที่สนใจการต่อสู้ทางด้านชนชั้นในส่วนที่แสดงออกมาในปริมณฑลทางวัฒนธรรม (cultural sphere) ดังนั้น จากความหมายเดิมของ "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นอันมีนัยยะบ่งถึงลักษณะร่วมกันของคนในสังคมหนึ่ง ๆ ที่ค่อนข้างเป็นเอกภาพ (unity) และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (solidarity) ของวัฒนธรรม เช่น การกล่าวว่า "นี่คืออาหารไทย นี่คือภาษาไทย นี่คือวัฒนธรรมไทย" กลุ่มวัฒนธรรมนิยมแนววิพากษ์กลับเห็นว่า "วัฒนธรรม" นั้นมิใช่สมบัติร่วมของคนทั้งสังคม เนื่องจากในแต่ละสังคมต่างล้วนมีกลุ่มคนที่ถูกแยกแยะออกจากกันด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ชนชั้น เชื้อชาติ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ ฯลฯ รวมทั้งกลุ่มเหล่านี้ก็ยังมีผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันในบางด้านอีกด้วย ดังนั้นจึงเป็นไปไม่ได้ที่จะพูดว่า "นี่คือวัฒนธรรมไทยโดยรวม" หากแต่จะต้องถามว่า "นี่เป็นวัฒนธรรมไทยของคนไทยภาคไหน คนไทยรุ่นไหน คนไทยเชื้อชาติอะไร" เป็นต้น วัฒนธรรมของกลุ่มย่อย ๆ เหล่านี้จึงต้องมีการปะทะสังสรรค์กัน (interaction) ในรูปแบบต่างๆ เช่น แลกเปลี่ยนกันบ้าง ครอบงำกันบ้าง ดูดกลืนกันบ้าง ฯลฯ ฉะนั้น ทัศนะพื้นฐานของกลุ่มวัฒนธรรมนิยมแนววิพากษ์จึงเห็นว่า ในสนามรบทางวัฒนธรรมนั้นจึงมีสงครามการต่อสู้เพื่อแย่งชิงจับจองพื้นที่ทางวัฒนธรรมจากกลุ่มต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และเมื่อเชื่อมโยงมาถึงกรณีของสื่อมวลชน เราอาจถือได้ว่า บนหน้าของหนังสือพิมพ์ ในเนื้อหาของนิตยสาร บนหน้าปัดของวิทยุ บนหน้าจอโทรทัศน์และภาพยนตร์ ฯลฯ ผลผลิตของสื่อมวลชนเหล่านี้ล้วนเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีการปะทะสังสรรค์ การต่อสู้ช่วงชิงรวมทั้งการเจรจาสันติกันอยู่ตลอดเวลา

ระดับของการวิเคราะห์พื้นที่ทางวัฒนธรรมนั้น อาจจะมีได้หลาย ๆ ระดับ เช่น ในระดับชาติ เมื่อในรายการข่าวโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดทั่วประเทศใช้ภาษากลางแบบกรุงเทพเป็นภาษาหลัก ก็หมายความว่า ในช่วงเวลาของข่าว สนามพื้นที่ทางวัฒนธรรมในโทรทัศน์ได้ถูกยึดครองโดยวัฒนธรรมของกลุ่มคนกรุงเทพ และหากว่าในช่วงเวลาของข่าวท้องถิ่นของสถานีโทรทัศน์ในต่างจังหวัด ผู้อ่านข่าวรายงานข่าวด้วยภาษาท้องถิ่น ก็หมายความว่าในช่วงเวลาดังกล่าว พื้นที่ทางวัฒนธรรมนั้นถูกวัฒนธรรมท้องถิ่นมาช่วงชิงกลับคืนไป

น่าสังเกตว่า ความหมายของวัฒนธรรมในแง่ของกระบวนการต่อสู้นี้เริ่มเป็นคำนิยามที่ได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ทั้งนี้เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงในขนบทางวิชาการของการศึกษาเรื่องวัฒนธรรม กล่าวคือ ในศตวรรษที่ 19 นั้น เมื่อมีการศึกษา "วัฒนธรรม" นั้นมักจะตกอยู่ในแวดวงของนักวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ เช่น วรรณคดี การวิจารณ์วรรณกรรมและศิลปะเป็นส่วนใหญ่ (ยกเว้นสาขาวิชามานุษยวิทยาของสังคมศาสตร์) แต่เมื่อมาถึงศตวรรษที่ 20 นี้ เรากลับพบว่า "วัฒนธรรม" กลายเป็นเครื่องมือสำหรับใช้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทั้งในวงวิชาการด้านสังคมศาสตร์ และยังเป็นเครื่องมือสำหรับวิพากษ์วิจารณ์แสดงความไม่พอใจต่อระบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมระดับโลกสมัยใหม่อีกด้วย

ปรากฏการณ์ดังกล่าวนั้นเกิดขึ้นจากการขยายตัวของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมระดับโลกที่เริ่มต้นจากประเทศศูนย์กลางคือ ยุโรปและอเมริกา และได้ขยายตัวออกไปสู่ประเทศอื่น ๆ การขยายตัวนี้เกิดขึ้นในนามของ "การพัฒนาสังคมให้ทันสมัย" ที่เปิดตัวมาในเบื้องแรกด้วยมิติทางเศรษฐกิจและตามมาด้วยการเมืองในลำดับต่อมา อย่างไรก็ตาม การพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าทันสมัยนั้นย่อมมีผลกระทบต่อมิติด้านวัฒนธรรมอย่างไม่อาจจะหลบเลี่ยงได้ เนื่องจากแนวคิดหลักของการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยนั้นก็มีสมมติฐานอยู่แล้วว่า บรรดาวัฒนธรรม ความเชื่อ บุคลิกภาพของคนในโลกที่สามนั้นเป็นอุปสรรคต่อทิศทางการพัฒนาความทันสมัยก้าวหน้า และจำเป็นต้องขจัดออกไป ตัวอย่างเช่น แนวความคิดเรื่อง "สันโดษ/พอใจในสิ่งที่มี/เศรษฐกิจแบบพอเพียง" ที่เป็นหลักสำคัญของพุทธศาสนา ย่อมเป็นเครื่องกีดขวางการขยายตัวของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม

เมื่อประเทศโลกที่สามก้าวเข้าสู่วงจรของการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย ซึ่งเท่ากับการทำประเทศให้เป็นแบบตะวันตก ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและด้านวัตถุที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ตึกระฟ้า ฯลฯ แต่ในเวลาเดียวกัน สิ่งที่ประเทศโลกที่สามต้องจ่ายไปในการนี้ก็คือ วัฒนธรรมประจำชาติ เอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น แต่ละชุมชนและของชาติกำลังถูกทำลายไป ทั้งนี้และทั้งนั้น เนื่องจากความทันสมัยได้สร้างลักษณะ

ที่เป็น "แบบตะวันตก" (ที่ถูกเรียกว่าเป็นแบบสากล) และขจัดลักษณะเฉพาะของ "ท้องถิ่น" ให้หมดไป อันเริ่มเห็นได้ง่าย ๆ จากด้านวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น การแต่งกาย อาหารการกิน รวมทั้งปัจจัยสี่พื้นฐาน ฉะนั้นไม่ว่าจะเดินทางไปที่ไหน ๆในโลกนี้ ก็จะพบรูปแบบชีวิตที่คล้าย ๆ กัน จนกระทั่งมีการล้อเล่นว่า อีก 5,000 ปีข้างหน้าหากนักโบราณคดีในอนาคตมาขุดซากกระดูกโบราณหรือมาค้นคว้าหลักฐานจากเทปละครโทรทัศน์ของไทยก็คงจะหาหลักฐานอ้างอิงได้ยากหน่อยว่า ชนเผ่าที่พบนั้นเป็นชนชาติอะไร เพราะเศษเสื้อผ้าที่ค้นพบก็ล้วนแล้วแต่เป็นกางเกงยีนส์และเสื้อยืด รวมทั้งดาราในเทปละครโทรทัศน์ก็มีชื่อและหน้าตาเหมือนฝรั่งเป็นส่วนใหญ่ (โปรดดู กาญจนา, 2538)

ดังนั้น นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา บรรดาประเทศโลกที่สามที่เข้าสู่กระแสการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยจึงเริ่มตั้งคำถามว่า "ตนเองกำลังจ่ายแพงเกินไปหรือเปล่าสำหรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ได้มา" และบางส่วนเริ่มเกิดความรู้สึกถึงการล่มสลายของวัฒนธรรมประจำชาติและของแต่ละท้องถิ่น สำนึกที่ชัดเจนนี้ปรากฏขึ้นในระดับโลกเมื่อองค์กรระดับโลกเช่น สหประชาชาติกำหนดให้มีการรณรงค์ทศวรรษแห่งการพัฒนาวัฒนธรรม ในแง่นี้คำว่า "วัฒนธรรม" จึงเริ่มมีความหมายในเชิงปฏิเสธและต่อต้านความพยายามที่จะทำให้ทุกชาติทุกสังคม และทุกคนมีลักษณะเป็น "สากล" แบบเดียวกันหมด (ดูรายละเอียดต่อไปในเรื่อง "จักรวรรดิทางวัฒนธรรม" (Cultural Imperialism))

เนื่องจากในยุคปัจจุบันนี้ กระแสความเข้าใจและกระแสสำนึกของคนทั่วไปรวมทั้งนักวิชาการต่างยังคงสืบทอดความหมายของ "วัฒนธรรม" ในแบบใดแบบหนึ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ดังนั้น ภารกิจเบื้องแรกในการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมของนักคิดท่านต่าง ๆ ก็คือ การตรวจสอบความหมายของ "วัฒนธรรม" ที่นักคิดแต่ละท่านใช้เป็นกรอบอ้างอิงอยู่ (frame of reference)

(1.2) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในเชิงองค์ประกอบ (Component Approach)

ในการศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในเชิงองค์ประกอบนี้ เราจะประยุกต์เอาเกณฑ์ด้านจิตวิทยา มานุษยวิทยา และการสื่อสารมาใช้เพื่อประมวลให้เห็นตัวอย่างว่า มีการให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ตามลักษณะขององค์ประกอบดังนี้

(1.2.1) วัฒนธรรมคือระบบความรู้/ความคิด/ความเข้าใจ/ความเชื่อ (Cognition/ Knowledge/Belief system)

(1.2.2) วัฒนธรรมคือระบบอารมณ์ความรู้สึก (Affection/Structure of Feeling)

(1.2.3) วัฒนธรรมคือระบบการประพฤติปฏิบัติ/ธรรมเนียมประเพณี (Conation/ Performance/Traditions)

(1.2.4) วัฒนธรรมคือระบบค่านิยม (Value system)

(1.2.5) วัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบแบบทวิลักษณ์ 2 ส่วนคือ ส่วนที่มองเห็น (Visible) และส่วนที่มองไม่เป็น (Invisible) หรือประกอบด้วยส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ (Content/ substance/essence/meaning) และส่วนที่เป็นรูปแบบที่แสดงออก (Form of expression)

(1.2.1) วัฒนธรรมคือระบบความรู้/ความคิด/ความเข้าใจ/ความเชื่อ

สำหรับความหมายนี้ จะสนใจวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวกับระบบความรู้ความเข้าใจของคนในสังคม เช่น ในศตวรรษที่ 16 วัฒนธรรมตะวันตกเคยเข้าใจว่า "เด็กคือผู้ใหญ่ตัวเล็ก ๆ เท่านั้น โดยไม่มีความแตกต่างอย่างอื่น" (กล่าวคือ แตกต่างจากผู้ใหญ่ในเชิง**ปริมาณ**เท่านั้น แต่ไม่มีความแตกต่างในเชิง**คุณภาพ**) ความเข้าใจดังกล่าวเป็นแนวทางที่สังคมจะปฏิบัติต่อเด็ก เช่น ให้กินอาหารเหมือนผู้ใหญ่ แต่งตัวเหมือนผู้ใหญ่ แต่ปัจจุบันนี้ จากข้อความโฆษณาแชมพูสำหรับเด็กในโทรทัศน์ เราจะได้ความรู้เกี่ยวกับเด็กๆใหม่ว่า เด็กอ่อนจะยังไม่สามารถกะพริบตาได้เร็วเหมือนผู้ใหญ่ เพราะฉะนั้นแชมพูที่ใช้สระผมเด็กต้องไม่ทำอันตรายหากเข้าตา ซึ่งเป็นระบบความรู้ใหม่ที่ต่างไปจากเดิม

ในสังคมไทยปัจจุบัน มีการใช้ความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" ในแง่ของระบบความรู้ ความคิด ความเข้าใจ และความเชื่ออยู่มาก ตัวอย่างเช่น แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน อันได้แก่ ตัวอย่างความรู้ของผู้หญิงชนบทที่ทราบดีว่า ผักประเภทไหนจะใช้กินกับเนื้อประเภทไหน ตลอดจนถึงความรู้ในการเพาะปลูก การเก็บรักษาอาหาร การรักษาโรค การสร้างปัจจัยสี่เพื่อการดำรงชีวิต เป็นต้น

ในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสาร เราอาจตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจุบันสถาบันสื่อมวลชนเป็นสถาบันสังคมที่มีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ และความเชื่อกับผู้คนในสังคมมากกว่าสถาบันอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากภารกิจประการแรกของสื่อมวลชนก็คือ การให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ประการหนึ่ง และอีกประการหนึ่งก็เนื่องมาจากการที่ผู้คนในสังคมใช้เวลาอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสถาบันอื่นๆ (ดูรายละเอียดในหัวข้อทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ - Cultivation Theory) ดังนั้น หากเราลองสำรวจความรู้ต่างๆ ที่เด็กๆ(สมาชิกใหม่ของสังคม) เริ่มสะสมเอาไว้ในหัวสมอง เช่น ต้องใช้ยาสีฟันอะไร ฟันจึงจะไม่ผุ และฟันไม่ผุเพราะอะไร ฯลฯ เราจะพบว่า แหล่งให้ข้อมูลความรู้ส่วนใหญ่จะมาจากสื่อมวลชน (โดยเฉพาะโทรทัศน์)

ดังนั้น เมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ความเชื่อจากแบบเดิมไปเป็นแบบใหม่จึงจำเป็นต้องมีการใช้สื่อมวลชนช่วยรณรงค์เป็นหลัก ตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการกินอาหารให้ครบ 5 หมู่ การกินอาหารประเภทเนื้อนมไข่มาเป็นการกินอาหารแบบชีวจิต ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมในการกินอาหาร ก็จำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนในการให้ข้อมูลเพื่อเปลี่ยนความเชื่อที่เกี่ยวกับ "ข้าวกล้อง/ข้าวขัดสีขาว" จากแบบเดิมมาเป็นแบบ

ใหม่ (สนใจโปรดดูณัฐพรรณ, 2541)

(1.2.2) **วัฒนธรรมคือระบบอารมณ์ความรู้สึก** (Affection/Structure of Feeling)

นักวิชาการที่ศึกษาด้านวัฒนธรรมบางกลุ่มให้ความสนใจกับมิติของวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก ในด้านสุนทรียะของคนแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น เมื่อคนไทยได้กลิ่นธูปควันเทียน ก็จะเกิดความรู้สึกว่ามีบรรยากาศที่ศักดิ์สิทธิ์ขึ้นมาทันที หรือคนไทยได้ชื่อว่าเป็นคนที่มีอารมณ์รักความสนุกสนาน และเป็นโครงสร้างทางอารมณ์พื้นฐานของไทย (Structure of Feeling) ดังนั้น ในปริมณฑลต่าง ๆ ของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การพักผ่อน การประกอบพิธีกรรม การละเล่น ฯลฯ คนไทยจึงเติมอารมณ์ความสนุกสนานลงไปได้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นโครงสร้างความรู้สึกที่แตกต่างจากคนตะวันตก

นักวิชาการด้านการสื่อสารสนใจเรื่องโครงสร้างด้านอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงออกมาเป็น "วัฒนธรรมแห่งรสนิยม" (Taste culture) ตัวอย่างเช่น Herbert Gans (1974) Gans คิดว่าอารมณ์ความรู้สึกของคนในแต่ละ**ชนชั้น** (Social class) นั้นจะแตกต่างกัน เช่น ในประเทศบราซิล เด็กวัยรุ่นจากชนชั้นล่างมีรสนิยมที่ชอบเพลงจังหวะแซมบ้า ในขณะที่วัยรุ่นจากชนชั้นสูงจะชื่นชอบเพลงฮาร์ดร้อค เมื่อเด็กจากแต่ละชนชั้นได้ยินเสียงเพลงทั้ง 2 แบบจะมีปฏิกิริยาด้านอารมณ์ความรู้สึกตอบสนองที่แตกต่างกัน Gans จึงให้นิยามว่า Taste culture นั้น หมายถึงลักษณะด้านอารมณ์ความรู้สึกของคนในระดับชั้นทางวัฒนธรรม (cultural strata) ในแต่ละสังคมที่เกิดมาจากการแบ่งชนชั้นต่าง ๆ ออกเป็นระดับต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม George H. Lewis (1992) ก็ตั้งข้อสังเกตว่า การอธิบายวัฒนธรรมแห่งรสนิยมดังที่กล่าวมาแล้วนั้นจำเป็นต้องคำนึงบริบทใหญ่ของสังคมด้วย ดังเช่นกรณีของจังหวะเพลงที่ยกขึ้นมาจะอธิบายได้แต่เฉพาะในประเทศบราซิลเท่านั้น เพราะหากนำมาพิจารณาในประเทศสหรัฐ ก็จะพบปรากฏการณ์ที่ตรงกันข้าม กล่าวคือ เด็กวัยรุ่นชั้นสูงในอเมริกาจะชอบเพลงจังหวะแซมบ้าเนื่องจากเพลงจังหวะนี้ถูกรับรู้ว่ามีลักษณะมีเสน่ห์ (exotic) ส่วนเด็กวัยรุ่นชั้นล่างจะชอบฮาร์ดร้อค Lewis เสนอว่า สำหรับวัฒนธรรมเรื่องรสนิยมของดนตรีนั้น ไม่อาจจะตัดสินได้ด้วยลักษณะทางชนชั้นอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ต้องพิจารณาจาก 3 ปัจจัยคือ ลักษณะด้านประชากร (Demographic factor) การถูกหล่อหลอมด้านสุนทรียะ (Aesthetic orientation) และจุดยืนทางการเมือง (Political consideration)

(1.2.3) **วัฒนธรรมคือระบบการประพฤติปฏิบัติ/ธรรมเนียมประเพณี**

คำนิยามอีกแบบหนึ่งของ "วัฒนธรรม" ที่มักใช้ในวิชามานุษยวิทยาก็คือ วัฒนธรรม

หมายถึงระบบของการประพฤติปฏิบัติที่กระทำตามบรรทัดฐานของสังคม (norm) หรือที่ปฏิบัติจนเป็นธรรมเนียมประเพณี เช่น ในสังคมตะวันตก เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่ผู้ชายจะเปิดประตูรถให้ผู้หญิง เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่วัฒนธรรมไทยจะไม่ค่อยเคร่งครัดเรื่องการตรงต่อเวลามากนักเมื่อเทียบกับวัฒนธรรมตะวันตก (อันเป็นที่มาของประโยคล้อเลียนที่ว่า เวลามาทำงานของคนไทย คือ "มาแบบไทย ไปแบบฝรั่ง")

สำหรับนักวัฒนธรรมศึกษารุ่นใหม่คือ Pierre Bourdieu (1973) ใช้คำว่า "Habitus" ซึ่งหมายถึงระบบของการมีแนวโน้มและหลักการจัดกิจกรรม/การกระทำของคนในแต่ละวัฒนธรรมที่ได้เรียนรู้มาจากสังคม (a system of acquired dispositions and an organizing principle of action) และเราสามารถจะศึกษา habitus ของคนในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมได้โดยดูจากวิถีชีวิตประจำวันของพวกเขา (life-style) Bourdieu อธิบายพัฒนาการของการก่อตัวของ habitus นี้ โดยเทียบเคียงกับกระบวนการที่เราเรียนรู้เพื่อจะเล่นกีฬา ซึ่งต้องประกอบด้วยความรู้และกลยุทธ์ต่างๆ หลังจากที่เราเล่นกีฬานั้นซ้ำซากครั้งแล้วครั้งเล่าจนเล่นได้แล้ว เราก็สามารถจะ "อ่านเกมออกได้" ราวกับเป็นสัญชาตญาณ (ในสำนวนภาษาอังกฤษเรียกว่า feel for the game) เช่น เวลาที่เราจะเดินข้ามถนน เราก็แทบจะรู้ได้ราวกับอัตโนมัติว่า สิ่งที่เราต้องทำก็คือ ต้องเหลียวซ้ายแลขวาเสียก่อนเพื่อดูว่ามีรถมาหรือไม่ ทักษะและลีลา (style) ทางวัฒนธรรม (ของคนที่อยู่ในเมือง) เช่นนี้ ได้กลายมาเป็นธรรมชาติที่สองของมนุษย์

ข้อแตกต่างระหว่างแนวคิดเรื่องธรรมเนียมปฏิบัติและบรรทัดฐานของสังคมที่เคยมีในกลุ่มสาขาวิชามานุษยวิทยารุ่นแรก ๆ กับแนวคิดเรื่อง Habitus ของ Bourdieu ก็คือในขณะที่แนวคิดเรื่องบรรทัดฐานของสังคมนั้นมักจะเน้นความสัมพันธ์ด้านเดียวระหว่างบรรทัดฐานและธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นตัวกำหนดการกระทำ/กิจกรรมของปัจเจกบุคคล Bourdieu กลับเสนอว่าในเรื่อง habitus นั้น จะมีลักษณะ 2 ด้านเหมือนกับเรื่องภาษา กล่าวคือในด้านหนึ่ง ปัจเจกบุคคลจำเป็นต้องปฏิบัติตามธรรมเนียมปฏิบัติของสังคม แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ระบบดังกล่าวก็ยังเป็นระบบเปิด (open system) ที่เปิดช่องว่างให้บุคคลได้สร้างสรรค์ (generative) ได้แตกแถว (spontaneity) ได้วาดลวดลาย (improvisation) ออกไปอยู่ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน คำอธิบายลักษณะสองด้านดังกล่าวในเรื่อง habitus ช่วยให้เข้าใจได้ว่า ในด้านหนึ่ง ธรรมเนียมปฏิบัติและบรรทัดฐานต่าง ๆ ทางวัฒนธรรมยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาได้อย่างยาวนาน แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงธรรมเนียมปฏิบัติต่างๆ เหล่านี้มาอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน

(1.2.4) **วัฒนธรรมคือระบบค่านิยม**

คำนิยามที่ว่า วัฒนธรรมคือระบบค่านิยมนี้ (Value system) มักพบได้มากในหมู่

นักมานุษยวิทยา และค่อนข้างเป็นที่นิยมในแวดวงวิชาการไทย รวมมาถึงการศึกษาวิจัยในเรื่องการสื่อสารด้วย ความหมายของคำว่า "ค่านิยม" (Value) นั้น หมายถึงการให้คุณค่าแก่สิ่งต่าง ๆ ที่แต่ละกลุ่มแต่ละชุมชน แต่ละสังคมยอมรับร่วมกัน และระบบค่านิยมดังกล่าวนั้นทำให้สังคมของตนแตกต่างไปจากสังคมอื่น ๆ ค่านิยมนั้นถูกถือว่าเป็นแกนกลางของวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นตัวกำหนดทิศทาง การรับรู้ การคิด การแสดงออกและการกระทำของบุคคล ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทยมีค่านิยมเรื่องความกตัญญูและการเคารพผู้อาวุโส ดังนั้น ในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ วันไหว้ครู จึงเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่ลูกศิษย์จะนำเอาของขวัญมาให้ครูบาอาจารย์เพื่อแสดงความกตัญญูและการเคารพต่อผู้อาวุโส แต่ทว่าค่านิยมดังกล่าว อาจารย์ชาวอเมริกันอาจจะไม่เข้าใจ เพราะค่านิยมของสังคมอเมริกันก็คือ จะไม่รับสิ่งของจากใครหากไม่ได้ลงแรงทำงานให้ เช่นเดียวกับความแตกต่างในเรื่องค่านิยมที่เชื่อในโชคชะตาถูกกำหนดมาแล้ว (Fatalism) และเรื่องการอาศัยความเพียรพยายามของมนุษย์ (Humanism) ที่ขัดแย้งกันระหว่างสังคมตะวันออก (แบบอินเดีย) และตะวันตก (แบบอังกฤษ) ดังที่แสดงออกในภาพยนตร์เรื่อง "Passage to India" หรือในช่วงที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตการณ์ด้านเศรษฐกิจ เราคงเคยได้ยินการวิพากษ์วิจารณ์จากตะวันตกว่า ถึงเวลาแล้วที่จะต้องเลิกจัดระบบการเงินของสังคมตามแบบ "ค่านิยม/วิถีเอเชีย" (Asian Value) ซึ่งมีความแตกต่างจากระบบค่านิยมด้านการจัดการระบบการเงินแบบตะวันตก

จากความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่บ่งถึงระบบค่านิยมของสังคมหนึ่ง ๆ นั้น การสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนจะมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างสำคัญใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรกก็คือ ในเนื้อหาของการสื่อสารและสื่อมวลชนนั้นจะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมที่มีอยู่ในสังคม เช่น อภิญญา (2534) ศึกษาบทละครโทรทัศน์เรื่อง "คู่กรรม" เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย และได้พบว่า ในบทละครดังกล่าวได้สะท้อนความเชื่อเรื่อง "บุญกรรม หลักอนิจจัง การตอบแทนบุญคุณ ความเชื่อโชคลาง ความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวิญญาณ" ซึ่งเป็นค่านิยมและความเชื่อที่มีอยู่ในสังคม

ในอีกลักษณะหนึ่ง การสื่อสารจะทำหน้าที่ธำรงรักษาและสืบทอดค่านิยมต่าง ๆ ของระบบสังคมนั้นให้ต่อเนื่องยาวนานต่อไป (ดูรายละเอียดในแนวคิดสำนักหน้าที่นิยม) ด้วยเหตุนี้ เราจึงเข้าใจได้ว่า เหตุใดจึงมีความวิตกกังวลเกิดขึ้น เมื่อมีการนำเสนอภาพของกลุ่มบุคคลที่มีพฤติกรรมรักร่วมเพศอย่างมากมายในละครโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากภาพดังกล่าวขัดแย้งกับระบบค่านิยมแบบที่อนุญาตให้ความสัมพันธ์ระหว่างเพศต้องเป็นเรื่องระหว่างเพศที่ตรงกันข้ามเท่านั้น

นักวัฒนธรรมศึกษาที่สนใจเรื่องระบบค่านิยมนั้น มักจะศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างและความคล้ายคลึงระหว่างระบบค่านิยมของสังคมต่าง ๆ ซึ่งจะพบได้ในเรื่อง "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" (Intercultural Communication)

(1.2.5) **คำนิยามของวัฒนธรรมในแง่องค์ประกอบแบบทวิลักษณ์**

สำหรับวิธีการให้ความหมายแก่วัฒนธรรมที่มีแนวโน้มในทางการปฏิบัติการเพื่อการวิเคราะห์นั้น จะแบ่งส่วนประกอบของวัฒนธรรมออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่เป็น**เนื้อหาสาระ** เป็นความหมายที่แฝงอยู่ (Content/essence/meaning) กับส่วนที่เป็น**รูปแบบของการแสดงออก** (Form of expression) ในขณะที่ส่วนหลังคือรูปแบบนั้นจะเป็นส่วนที่มองเห็นได้ (Visible) ในส่วนเนื้อหาความหมายนั้นจะเป็นส่วนที่มองไม่เห็น (Invisible) ตัวอย่างเช่น เมื่อเรานั่งชมการรำนาฏศิลป์แบบโบราณของอินเดีย เราอาจจะสังเกตความแตกต่างระหว่างนาฏศิลป์ของอินเดียกับการแสดงคอนเสิร์ตในปัจจุบันได้ว่า ผู้ร่ายรำของนาฏศิลป์อินเดียนั้น แทบจะไม่ได้ประสานสายตากับผู้ชมเลย แต่จะมองไปเบื้องบนตลอดเวลา ท่าร่ายรำนั้นเป็นรูปแบบการแสดงออกที่มองเห็นได้ แต่ทว่าเนื้อหาสาระและความหมายที่อยู่เบื้องหลังก็คือ การร่ายรำแบบโบราณของอินเดียนั้นไม่ใช่การแสดงเพื่อความบันเทิงของผู้ดูผู้ชมเช่นในปัจจุบัน แต่มีความหมายว่า เป็นการแสดงออกซึ่งพิธีกรรมอย่างหนึ่ง ผู้ร่ายรำจึงติดต่อกับ "ผู้ชมตัวจริง" อันได้แก่ บรรดาเทพเจ้าทั้งหลายที่อยู่เบื้องบน ในการวิเคราะห์ส่วนประกอบแบบทวิลักษณ์นี้ สิ่งที่นักวัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสนใจในการวิเคราะห์ก็คือ ส่วนที่เป็นเนื้อหาและความหมายนี้เอง เช่น รูปวาดของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ "มือแดง" ที่ผาแต้ม โขงเจียมนั้น เรามองเห็นรูปแบบการแสดงออกแล้วว่ามีรูปมือสีแดงอยู่บนหน้าผา แต่ทว่าเรายังไม่เข้าใจความหมายว่า เพราะเหตุใดจึงต้องเป็น "มือ" ไม่เป็นส่วนอื่น ๆ ของร่างกาย ผู้วาดให้ความหมายของ "มือ" อย่างไร

การวิเคราะห์ส่วนประกอบแบบทวิลักษณ์นั้นจะมีผลมาถึงเรื่องการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมจากยุคสมัยหนึ่งมาสู่อีกยุคสมัยหนึ่งนั้นอาจจะทำได้หลายแบบแผน เช่น

- **ปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่คงเนื้อหาเดิมไว้** เช่น รูปแบบการลงแขกของชาวบ้านไทยที่มีความหมายถึงการร่วมแรงร่วมใจกัน ซึ่งปัจจุบันอาจจะปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นกลุ่มออมทรัพย์ แต่ทว่ายังคงรักษาความหมายเดิมเอาไว้

- **รักษารูปแบบเดิมเอาไว้ แต่เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไป** ตัวอย่างเช่น การหันไปกินข้าวกล้องของกลุ่มชีวจิต ที่แม้จะเป็นรูปแบบเดิมของข้าวกล้อง แต่ทว่าสมาชิกชมรมชีวจิตได้ให้ความหมายใหม่แก่ข้าวกล้องซึ่งแตกต่างจากกลุ่มชาวบ้านสมัยก่อนหรือกลุ่มนักโทษที่ถูกบังคับให้กิน หรือตัวอย่างของการรื้อฟื้นประเพณีการผูกเสี่ยวขึ้นมาใหม่ ที่ทำให้เห็นรูปแบบเดิม แต่ทว่าคนที่มาผูกเสี่ยวกันในพิธีกรรมแบบใหม่อาจจะไม่เข้าใจเนื้อหาสาระของการเป็นเพื่อนตายเช่นดังสมัยก่อน

- **การปรับเปลี่ยนทั้งรูปแบบและเนื้อหา** ตัวอย่างเช่น การนำเอาข้าวกล้องมาดัดแปลงรูปแบบทำเป็นขนมแบบต่างๆ ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อนในสมัยก่อน และความหมายของการกินข้าวกล้องก็เปลี่ยนแปลงไปดังที่กล่าวมาข้างต้น

(1.3) การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในสาขาวิชาการ

(1.3.1) **การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในแง่มุมของมานุษยวิทยา**

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว วิชามานุษยวิทยาเป็นสาขาวิชาแรก ๆ ด้านสังคมศาสตร์ที่ให้ความสนใจศึกษาวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ในระยะเริ่มแรกนักมานุษยวิทยาได้เริ่มศึกษาวัฒนธรรมของกลุ่มชนกลุ่มเล็ก ๆ เช่น สังคมเผ่า ชนพื้นเมือง แต่ทว่าในระยะต่อมาก็ได้เริ่มขยายขอบเขตการศึกษามาถึงสังคมขนาดใหญ่เช่นสังคมเมือง

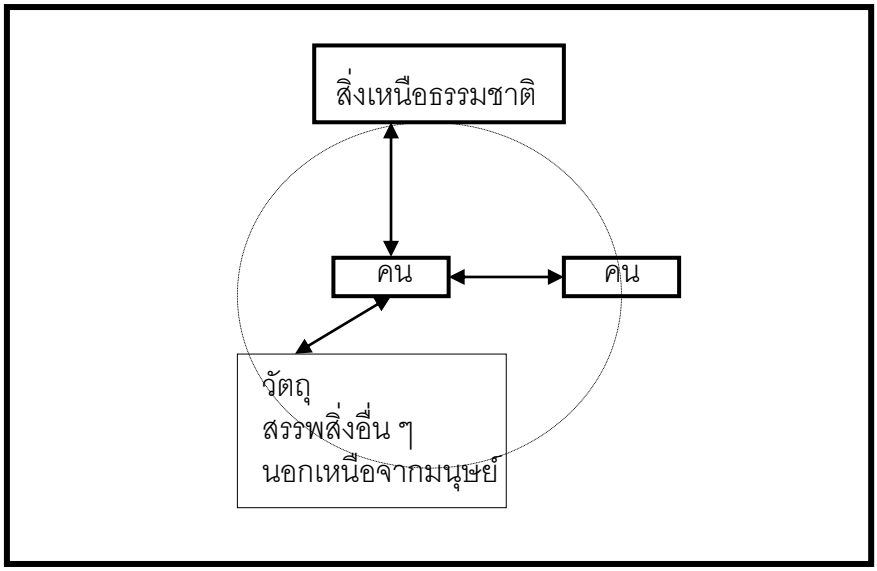
ในที่นี้อาจจะสรุปย่อ ๆ ได้ว่า คุณลักษณะที่สำคัญของ "วัฒนธรรม" ในความหมายด้านมานุษยวิทยานั้น จะประกอบด้วย 3 คุณลักษณะคือ

- วัฒนธรรมเป็น**สิ่งยึดเหนี่ยวการอยู่ร่วมกัน**ของคนในสังคม เนื่องจากเมื่อมนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นสังคม เพื่อให้การอยู่ร่วมกันนั้นมีลักษณะยาวนาน จำเป็นต้องมีการสร้างสิ่งยึดเหนี่ยวร่วมกันขึ้นมา ซึ่งอาจจะปรากฏเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมแบบต่าง ๆ เช่น ระบบความเชื่อ ระบบค่านิยม ธรรมเนียมปฏิบัติ วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ ระบบภูมิปัญญา กฎระเบียบ ฯลฯ
- ผลผลิตที่สร้างขึ้นมานั้น**จะกลายเป็นมรดกของคนกลุ่มนั้น** ในแง่นี้หมายความว่า จะต้องมีกระบวนการถ่ายทอดและสืบทอดวัฒนธรรมนั้นจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง นับตั้งแต่การนั่งเล่านิทานเรื่อง "นางสิบสอง" รอบกองไฟในอดีต มาจนกระทั่งถึงการนำเรื่อง "นางนากพระโขนง" มาสร้างเป็นหนังละครในปัจจุบัน ดังนั้นสังคมแต่ละสังคมจะมีกระบวนการสำรวจและเก็บรักษามรดกทางวัฒนธรรมซึ่งอาจจะทำได้ดีมากน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม เมื่อมีโครงการรณรงค์วัฒนธรรมไทย จึงหมายความว่า สังคมไทยได้เริ่มปฏิบัติการสำรวจมรดกของวัฒนธรรมไทยว่าหลงเหลืออยู่มากน้อยเพียงใด
- คุณลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของวัฒนธรรมก็คือ **ต้องมีการดัดแปลง** (Adaptive) ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรมแต่ละอย่างถูกสรรค์สร้างขึ้นมาในบริบทของยุคสมัยหนึ่ง ๆ ดังนั้น เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ คุณลักษณะดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงทั้งลักษณะอนิจจังของวัฒนธรรม กล่าวคือ วัฒนธรรมหนึ่ง ๆ จะต้องมีกระบวนการเกิดแก่เจ็บตายเช่นเดียวกับสรรพสิ่งทั้งหลาย หากวัฒนธรรมนั้นมีความสามารถปรับตัวได้ ก็จะสามารถยืดอายุต่อไปได้ แต่หากเกินขีดความสามารถที่จะปรับตัวได้ ก็คงต้องสูญสลายไปเช่นเดียวกับการสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ใน

แวดวงวิชาการจึงมักมีการถกเถียงกันอยู่เสมอถึงขีดความสามารถในการปรับตัวของวัฒนธรรมพื้นบ้านว่าจะดำรงอยู่ต่อไปได้ไหมและจะปรับตัวอย่างไร เช่น ลิเกป่า รองเง็ง เป็นต้น

(1.3.2) **การศึกษาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ในมุมมองของสังคมวิทยา**

เนื่องจากวิชาสังคมวิทยาเป็นวิชาที่สนใจในเรื่อง "ความสัมพันธ์" ระหว่างมนุษย์กับสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายในที่นี้ จะแบ่งความสัมพันธ์รอบตัวมนุษย์ออกเป็น 3 ส่วนคือ



- **ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ**นั้นเริ่มมาจากสภาพแวดล้อมที่เป็นจริงตามธรรมชาติ (ที่ปัจจุบันกลายมาเป็นแนวคิดด้านนิเวศวิทยา) สำหรับคนที่อยู่กับทะเลที่มีความแปรปรวนไม่แน่นอนก็จะสร้างวัฒนธรรมในรูปของภาษิตเตือนใจที่ว่า "คืบก็ทะเล ศอกก็ทะเล" ขึ้นมา เพื่อให้เกิดความระมัดระวัง และเนื่องจากอาชีพประมงนั้นต้องเปียกน้ำอยู่ตลอดเวลา กางเกงแบบชาวเลที่สวมใส่สบาย เปียกแล้วแห้งเร็วก็จะถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อจัดการให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

หากเสริมเพิ่มเติมเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับวัตถุด้วยแนวคิดแบบมาร์กซิสต์ที่เชื่อว่า วัฒนธรรมของมนุษย์นั้นก่อตัวขึ้นมาจากความพยายามในการต่อสู้กับธรรมชาติและต่อสู้กับมนุษย์ด้วยกันเอง ซึ่งมีนัยยะว่า วัฒนธรรมนั้นถือกำเนิดขึ้นเมื่อมีปัญหาความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสิ่งอื่น ๆ การต่อสู้กับสรรพสิ่งอื่น ๆ ดำรงอยู่ตั้งแต่ครั้งที่ชาวนาไทยพยายามหาพันธุ์ข้าวที่หนีน้ำท่วมได้ในภาคกลาง มาจนกระทั่งถึงการเกิดขึ้นของสถานี

วิทยุจส.100 ที่ต้องแก้ปัญหาปริมาณรถมากกว่าถนน ระเรื่อยมาจนถึงการแสวงหากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะเผชิญหน้ากับปัญหาโรคเอดส์ และการแพร่ระบาดของยาเสพติด กระบวนการแสวงหาการแก้ปัญหานี้อาจเกิดขึ้นอย่างลองผิดลองถูก (เป็นส่วนใหญ่) หรือเกิดจากการวางแผนคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบ หากวิธีการใดใช้แก้ปัญหาได้ผล วิธีการนั้นก็จะถูกเก็บไว้ใช้เป็นวัฒนธรรมของสังคมนั้น เช่น สังคมตะวันตกค้นพบว่า วิธีการปลูกสร้างบ้านเพื่อเก็บความอบอุ่นเอาไว้ได้ หรือคนอีสานโบราณพบว่า วิธีการตั้งศาลปู่ตาที่บ่อเกลือที่จะทำหน้าที่ควบคุมศีลธรรมของคนไม่ให้โลภที่จะตักเกลือไปใช้จนคนอื่นไม่ได้ใช้นั้น เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการแบ่งสรรวัตถุอย่างยุติธรรมและเพียงพอสำหรับทุกคน หากวิธีการใดใช้ไม่ได้ผล ก็จะถูกละทิ้งไป

- **ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน** เมื่อครั้งที่ชนบทไทยยังไม่มีสถาบันที่ให้บริการเช่นตลาด โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ ชาวบ้านในชนบทไทยได้เรียนรู้ว่า ปัจเจกบุคคลหรือครอบครัวแต่ละครอบครัวไม่สามารถจะดำรงอยู่ได้ตามลำพัง ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างรูปแบบและเนื้อหาของความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันขึ้นมา ดังปรากฏในภาษิตของคนเหนือว่า "พริกอยู่บ้านเหนือ เกลืออยู่บ้านใต้ หัวตะไคร้อยู่บ้านเพื่อน" และแม้ว่าจะเป็นคนที่มีฐานะมั่งคั่งอย่างไรก็ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นในบางโอกาส เพราะ "เศรษฐียังรู้จักขาดไฟ" เช่นเดียวกับการจัดรูปแบบความสัมพันธ์ของคนรุ่นต่าง ๆ เพื่อให้สังคมดำเนินไปได้อย่างมีความผิดพลาดน้อยที่สุด ชาวชนบทไทยก็มีภาษิตว่า "หัวหงอก(คนแก่) เดินนำ หัวดำ(เด็กๆ)เดินตาม" ซึ่งคล้ายคลึงกับคำกล่าวที่ว่า "เดินตามหลังผู้ใหญ่หมาไม่กัด" หรือ "อาบน้ำร้อนมาก่อน" นั่นเอง

- **ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ** เนื่องจากภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของมนุษย์ยังไม่สามารถตอบปัญหาข้อข้องใจทั้งหมดได้ โดยเฉพาะปัญหาที่มีความลึกซึ้ง ผูกพันเกี่ยวกับเรื่องจิตใจหรือจิตวิญญาณ เช่น คำถามที่ว่า ตายแล้วไปไหน มีมิติอื่น ๆ เช่น จิตวิญญาณที่อยู่เหนือการรับรู้ของเราอีกไหม ฯลฯ ดังนั้น ตั้งแต่ครั้งอดีตเมื่อความรู้ทางวิทยาศาสตร์ยังมีเพียงเล็กน้อย มนุษย์ก็ได้พยายามแสวงหารูปแบบที่จะดำเนินความสัมพันธ์กับสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ซึ่งอาจจะเป็นเทพเจ้า เป็นผี เป็นเทวดา ฯลฯ นับตั้งแต่รูปแบบการบวงสรวงแสดงความเคารพ การแลกเปลี่ยนด้วยการบนบานศาลกล่าว มาจนถึงหนัง/ละครประเภทผีสางเทวดา (เช่นเรื่อง City of Angels) หรือแม้จนถึงยุคสมัยวิทยาศาสตร์ปัจจุบันนี้ คนไทยก็ยังมีท่าทีต่อสิ่งเหนือธรรมชาติเหล่านี้ว่า "ไม่เชื่ออย่าลบหลู่" เป็นต้น บทบาทของสิ่งเหนือธรรมชาติเหล่านี้จะมีเพิ่มอย่างมากในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤติการณ์ในชีวิตหรือในสังคม

สาขาสังคมวิทยาจะถือว่า ผลผลิตและกระบวนการในการสร้างความสัมพันธ์ทั้ง 3 มิติที่กล่าวมานี้คือสิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรม"

(1.3.3) การให้คำนิยาม "วัฒนธรรม" ตามทัศนะของนักสื่อสาร

จากคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่หลากหลายจากมุมมองที่แตกต่างกันของนักวิชาการสาขาต่าง ๆ เพื่อให้เห็นเอกลักษณ์ของมุมมองของนักการสื่อสาร ในที่นี้จะเสนอแนวคิดของ J.B. Thompson (1995) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับวัฒนธรรมโดยถือว่าในยุคสมัยปัจจุบัน การสื่อสาร (โดยเฉพาะสื่อมวลชน) นั้นเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมสมัยใหม่ และเนื่องจากแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรม" มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนานและมีความซับซ้อน ดังนั้น วิธีการนำเอาคำนิยามของวัฒนธรรมมาใช้จึงมีความแตกต่างกัน Thompson ได้ประมวลให้เห็นพัฒนาการโดยใช้มุมมองแบบการสื่อสารว่า คำว่า "วัฒนธรรม" ถูกนำมาใช้ใน 4 แนวทางคือ

(1) แบบ Classical อันได้แก่ นิยามที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในยุคของ Elitist ที่มองว่าวัฒนธรรมคือการพัฒนาด้านภูมิปัญญาและจิตวิญญาณ อันมีความหมายเท่ากับคำว่า "อารยธรรม" คำนิยามนี้ยังใช้มาจนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 18

(2) แบบ Descriptive ในช่วงศตวรรษที่ 18-19 เริ่มเกิดสาขาวิชามานุษยวิทยา อันเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษาวัฒนธรรมเป็นหลัก (Science of culture) นักมานุษยวิทยาจะค้นหารูปแบบความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม ประเพณี อุปนิสัยของคนในแต่ละสังคมที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งหมด ในช่วงเวลานี้ นิยามของวัฒนธรรมจะหมายถึง "ทุกสิ่งทุกอย่าง (whole) ที่มีลักษณะซับซ้อนและเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตของสังคมในแต่ละยุคสมัย" งานของนักมานุษยวิทยาก็คือการพรรณนาผลผลิตของวัฒนธรรมดังกล่าว

(3) แบบ Symbolic ผู้ที่ให้คำนิยามแบบ Symbolic นี้ก็ยังสังกัดอยู่ในสาขาวิชามานุษยวิทยาและวรรณคดี เช่น C. Geertz / L. White Geertz ได้ให้นิยามว่า "วัฒนธรรม คือ บันทึกการกระทำ (acted document) ที่อยู่ระหว่างสัญญะต่าง ๆ ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา" (constructed) โดยที่เขามองว่า ทุกอย่างที่ปรากฏในสังคมนั้นเป็น document (อาจเทียบได้กับคำว่า "text" ของกลุ่มสัญญะวิทยา - Semiology) ไม่ว่าจะเป็นรูปวาด การเต้นรำ หนังสืออ่านเล่น ละครโทรทัศน์ ชิ้นงานโฆษณา ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นการกระทำที่มีความหมายที่แสดงออกมาและจำเป็นต้องตีความเพื่อทำความเข้าใจ การศึกษาวัฒนธรรมจึงต้องเป็นการศึกษาความหมายที่ซ่อนอยู่ในระบบสัญลักษณ์เหล่านี้

แม้ว่ากลุ่มที่นิยามวัฒนธรรมแบบ Symbolic นี้จะเริ่มก้าวลึกลงไปในเนื้อหาแห่งความหมายมากกว่า 2 กลุ่มแรก แต่ทว่าข้ออ่อนของการให้คำนิยามแบบ Symbolic ก็คือ ยังขาดการเชื่อมโยงระหว่างความหมายเหล่านี้กับโครงสร้างของสังคม โดยเฉพาะโครงสร้างอำนาจที่สัญญะเหล่านี้ถือกำเนิดขึ้นมา

(4) แบบ Structural เป็นการให้นิยามที่ก้าวต่อมาจากกลุ่ม symbolic ไปอีกขั้น

หนึ่ง และได้เติมภารกิจที่กลุ่ม symbolic ยังไม่ได้กระทำ แนวความคิดพื้นฐานของกลุ่ม structural ก็คือ ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมนั้นไม่ได้เกิดในสุญญากาศ หากแต่เกิดมาจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เริ่มตั้งแต่**กระบวนการผลิต**ละครโทรทัศน์ ก็ต้องมีบริษัทผู้ผลิต หลังจากสร้างเสร็จแล้วก็ต้องมีสถาบันการแพร่กระจาย (เช่นสถานีโทรทัศน์) ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหาความหมายของผลผลิตทางวัฒนธรรมจะเป็นอย่างไร จึงขึ้นอยู่กับพัฒนาการทางด้านโครงสร้างของสื่อมวลชนเหล่านี้ (modalities of cultural production & transmission) เช่น ในสังคมสมัยใหม่ที่สถาบันทั้งผลิตและกระจายผลผลิตที่มีความหมาย (meaningful objective) เหล่านี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำทุกอย่างให้เป็นสินค้า (commodification of symbolic goods) ทั้งนั้น ด้วยเหตุนี้ องค์ประกอบทุกอย่างของการผลิตและการแพร่กระจายวัฒนธรรม เช่น ในกรณีของละครโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นตัวดาราละคร เวลาของสถานี แม้แต่ผู้ชมก็ล้วนแล้วแต่ถูกทำให้กลายเป็นสินค้าทั้งหมด

(1.4) จุดร่วมของคำนิยาม

จากวิธีการให้คำนิยามที่แตกต่างหลากหลายของ "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เราอาจจะแสวงหาจุดร่วมบางประการในหลาย ๆ คำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นได้ดังนี้

(i) **วัฒนธรรมเป็นจิตสำนึกร่วม** (Collective consciousness) หรือเป็นประสบการณ์ร่วม (Collective experience) ของคนที่อยู่ในวัฒนธรรมนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ขอบเขตของคำว่า "ร่วม" นี้จะมีขอบเขตกว้างขวางเพียงใด (เช่น คนไทยทุกคนถือว่าภาษาไทยกลางเป็นประสบการณ์ร่วมหรือไม่ หรือมีเพียงคนไทยภาคกลางเท่านั้น) ก็ย่อมแล้วแต่ลักษณะของวัฒนธรรมนั้น ๆ

(ii) **วัฒนธรรมมีลักษณะเฉพาะบริบท** (Context-bound) เช่น เฉพาะกาลเวลา เฉพาะท้องที่ เฉพาะสภาพภูมิศาสตร์ ฯลฯ ที่เรียกว่ามีลักษณะ "เฉพาะท้องถิ่น" ดังนั้น ความนิยมชมชอบในเพลงแบบเอลวิส เพรสลีย์ ก็คงเป็นอารมณ์ความรู้สึกของคนรุ่น '60 เท่านั้น ลักษณะเฉพาะนี้จะปรากฏอย่างมากในเรื่อง "รูปแบบการแสดงออก" ตัวอย่างเช่น แม้ว่าตามหลักสากลทั่วไปแล้วคนเราต้องการรสชาติของความเค็มเป็นส่วนหนึ่งของการกินอาหาร หากทว่าในขณะที่ชาวตะวันตกสามารถจะหาความเค็มได้จากรูปแบบของเกลือ แต่สำหรับคนไทยภาคกลางแล้วต้องการรูปแบบจากน้ำปลา ในขณะที่คนไทยภาคอีสานต้องการรูปแบบของปลาร้า คนญี่ปุ่นต้องการรูปแบบซีอิ้ว ฯลฯ และเราอาจจะกล่าวได้ว่า สำหรับคนไทยแล้ว ความเค็มจากเกลือนั้นไม่อาจจะทดแทนน้ำปลาได้

(iii) **วัฒนธรรมต้องมีลักษณะพลวัต** (dynamic) และต้องมี**การปรับตัว** (adaptive)

เนื่องจากวัฒนธรรมที่เคยถูกสร้างขึ้นมานั้นจะต้องเผชิญกับแรงกดดันอยู่ตลอดเวลา ในลำดับต่อไป แนวคิดของ R. Williams จะกล่าวถึงกระบวนการสร้าง/ผลิตและผลิตซ้ำวัฒนธรรมที่เป็นหลักประกันความอยู่ยงคงกระพันของวัฒนธรรมหนึ่งๆ

(iv) **วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องถ่ายทอด** (transmission) เนื่องจากหลักการที่ว่า "อายุของคนนั้นสั้น แต่วัฒนธรรมนั้นยืนยาวกว่า" ดังนั้น ในแต่ละสังคมจะต้องมีการติดตั้งกลไกสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ในยุคสมัยปัจจุบัน สถาบันสื่อมวลชนได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างมาก

(v) **วัฒนธรรมเป็นเครือข่าย (Network) ของวิถีชีวิตทั้งมวล** (way of life) คำว่า "เครือข่าย" นี้มีความหมายว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในส่วนหนึ่ง ก็จะส่งผลกระทบเชื่อมโยงไปถึงส่วนอื่น ๆ ตัวอย่างที่เห็นอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวันในชนบทก็คือ เมื่อมีถนนตัดผ่านเข้าหมู่บ้าน เมื่อมีโทรทัศน์เครื่องหนึ่งถูกนำเข้าไปในหมู่บ้านชาวเขา วิถีชีวิตทั้งหมดของชุมชนก็จะเปลี่ยนแปลงไปทันที

(1.5) วิวาทะทางวัฒนธรรม

นอกจากการถกเถียงเรื่องความหมายของ "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เมื่อเราเริ่มต้นทำงานศึกษาด้านวัฒนธรรม เราจะพบว่า ในระหว่างบรรทัดของงานเขียนด้านวัฒนธรรมและการสื่อสารแต่ละชิ้น จะมีการวิวาทะกันในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้คือ

(i) **วั**ฒนธรรม หรือวัฒนธรรม ในภาษาอังกฤษจะมีการถกเถียงกันว่า คำว่า "CULTURE" นั้น จะเขียนด้วยตัว "C" ใหญ่เพียงตัวเดียวหรือเขียนด้วย "c" เล็กหลาย ๆ ตัว เช่น เมื่อกล่าวว่า "วัฒนธรรมของฝรั่งเศส" คือ ..... วัฒนธรรมนี้มีลักษณะรวม ๆ เป็นแบบแผนเดียวกัน (เขียนด้วย C ตัวใหญ่) หรือว่าในสังคมฝรั่งเศส มีวัฒนธรรมย่อย ๆ เช่น ฝรั่งเศสแบบเบรอะตาญ ฝรั่งเศสแบบสตาร์สบูร์ก ฯลฯ นักวิชาการบางสำนักมีแนวโน้มที่จะมองว่าในสังคมหนึ่ง ๆ มีแบบแผนวัฒนธรรมที่เป็นหลักเพียงอย่างเดียว แต่บางสำนักก็เห็นว่ามีหลายวัฒนธรรมอยู่ในสังคมเดียวกัน เช่น วัฒนธรรมหลวง (Great Tradition) และวัฒนธรรมราษฎร์ (Little Tradition)

(ii) ในกลุ่มที่เห็นว่ามีหลายวัฒนธรรมอยู่ในสังคมนี้ ยังแยกออกเป็น 2 กลุ่มย่อย กลุ่มแรกมีความเห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อย ๆ นี้ต่างก็ต้องถ้อยทีถ้อยอาศัยแลกเปลี่ยนกันไปมา เช่น เมื่อชาวชนบทแถวหัวเมืองลาวเขาทอผ้าปั่นด้าย แล้วร้องเพลงลาวดวงเดือน เจ้านายในวังได้ไปรับฟังเข้าก็เอามาแต่งเป็นเพลงโสมส่องแสง บางครั้งเจ้านายเล่นละครนอกละครในชาวบ้านก็เอาไปดัดแปลงเล่นบ้าง ตัวอย่างในปัจจุบันก็เช่น การที่นักร้องลูกกรุง เช่น แซม ยุรนันท์ ภมรมนตรี ไปเอาเพลงลูกทุ่งมาร้อง ในทำนองเดียวกับที่สุนารี ราชสีมา ที่เป็นนักร้องเพลงลูกทุ่งไป

ร้องเพลงลูกกรุง เป็นต้น ทัศนะที่เน้นความสัมพันธ์ที่ราบรื่นระหว่างวัฒนธรรมย่อย ๆ นี้เป็นแนวคิดพื้นฐานของกลุ่ม "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" (Intercultural Communication) ที่จะได้กล่าวในตอนต่อไป

แต่สำหรับกลุ่มที่สองกลับเห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยๆนั้นไม่ได้ราบเรียบดังกลุ่มแรก หากแต่เต็มไปด้วยความขัดแย้งครอบงำและการช่วงชิงแย่งพื้นที่ทางวัฒนธรรมจากกันและกันมากกว่า ตัวอย่างเช่น ในขณะที่มีคอลัมน์สังคมไฮโซไซตี้ยกย่องบรรดาชนชั้นสูงในสังคม ก็มักจะมีละครโทรทัศน์ที่ล้อเลียนกระแหนะกระแหนหรือเปิดเผยเบื้องหลังของกลุ่มชนชั้นสูงดังกล่าว ทัศนะที่เน้นความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งช่วงชิงการครอบงำกันระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ นี้เป็นแนวคิดพื้นฐานของกลุ่มจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism) ที่จะพบในตอนต่อๆไป

(iii) การมุ่งเน้นลักษณะที่มั่นคง มีเสถียรภาพเป็นปึกแผ่นของวัฒนธรรมกับการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงคลี่คลายของวัฒนธรรม วิวาทะนี้เกิดเนื่องจากการสังกัดสำนักคิดที่แตกต่างกัน สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism) มักจะเน้นด้านที่วัฒนธรรมต่าง ๆ มีความมั่นคง มีเสถียรภาพและเป็นปึกแผ่น จุดอ่อนของสำนักนี้ก็คือ ขาดคำอธิบายว่า แล้ววัฒนธรรมต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร เช่น ความเชื่อเรื่องการผิดผีของสาวเหนือหายไปไหนหมด ในทางตรงกันข้าม สำนักวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) ก็มักจะเน้นเรื่องการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งจุดอ่อนก็เป็นอีกด้านหนึ่งคือ ไม่สามารถจะตอบคำถามได้ว่า วัฒนธรรมบางอย่าง เช่น ความคิดความเชื่อเรื่องเวรกรรมที่มีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยนั้นยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันได้อย่างไร

(iv) ความสัมพันธ์ระหว่าง "วัฒนธรรม" กับ "การสื่อสาร" ยังคงมีความแตกต่างในหมู่นักวิชาการในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับการสื่อสาร นักวิชาการบางกลุ่มเสนอว่า ถึงแม้ว่า การสื่อสารจะมีบทบาทและความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรม แต่ทั้งสองอย่างนี้ก็มิใช่เรื่องเดียวกัน การสื่อสารมีบทบาทเพียงเป็นผู้ถ่ายทอดและสืบทอดวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ก็ยังมีนักวิชาการบางกลุ่มเสนอว่า สำหรับสังคมสมัยใหม่ที่เป็นสังคมที่ข่าวสารข้อมูลมีบทบาทอย่างมาก (Information society) รวมทั้งการสื่อสารมวลชนก็แผ่ขยายอาณาเขตอย่างมหาศาลจนกลายเป็นเส้นประสาทของสังคมไปแล้ว (ที่เรียกว่า Mass-mediated society) สถานะและบทบาทของการสื่อสารจึงแทบจะแยกไม่ออกและกลายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับวัฒนธรรม ในสังคมเช่นปัจจุบันนี้ การสื่อสารจึงไม่ได้มีหน้าที่เป็นเพียง "ผู้ถ่ายทอด" วัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่เป็น "หัวใจสำคัญ" (essential part) ของวัฒนธรรม (Schirato, 2000) หรืออาจจะกล่าวให้สุดโต่งเลยก็คือ การสื่อสารมีฐานะเป็น "ผู้สร้างสรรค์/ผู้กลั่น" (generator) วัฒนธรรมของสังคมเลยทีเดียว ดังข้อสังเกตของ R. Williams (1974) ที่ว่า ปัจจุบันนี้กิจกรรมทางวัฒนธรรมได้เคลื่อนย้ายจากงาน

ศิลปะและวรรณกรรมมาอยู่ในรูปแบบของภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพลงจากเทป ซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชนสมัยใหม่ สื่อเหล่านี้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างไม่อาจจะคาดคิดได้ในครั้งอดีต เช่น จำนวนละครโทรทัศน์ที่เราดูในแต่ละเดือนอาจจะมากกว่าละครที่คนสมัยอยุธยาดูมาตลอดชีวิต ดังนั้น วัฒนธรรมของสังคมสมัยใหม่จึงถูกสร้างสรรค์มาจากสถาบันสื่อมวลชนสมัยใหม่เหล่านี้นี่เอง

2. คำว่า "วัฒนธรรมศึกษา" (Cultural Studies)

(2.1) สองแบบจำลองของ "วัฒนธรรมศึกษา"

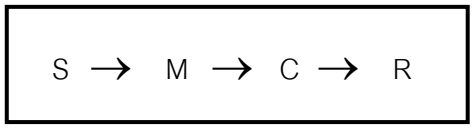
จากตัวอย่างการพิจารณาดูการให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า นิยามของวัฒนธรรมนั้นมีความหลากหลายเป็นอย่างยิ่ง จึงแน่นอนว่า ในเรื่องของการศึกษา "วัฒนธรรม" ที่เรียกว่า "วัฒนธรรมศึกษา" ก็ย่อมมีความหลากหลายตามไปด้วย ดังข้อสังเกตของ J. Storey (1996) ที่ว่า "วัฒนธรรมศึกษาไม่เคยประกอบไปด้วยทฤษฎีหรือวิธีการศึกษาแบบเดียวเลย ตรงกันข้าม วัฒนธรรมศึกษากลับประกอบด้วยความหลากหลาย มีประวัติความเป็นมาที่แตกต่างกัน เป็นคำอธิบายที่เป็นปฏิกิริยาต่อสภาพความเป็นจริงในประวัติศาสตร์ต่าง ๆ กัน และเต็มไปด้วยการเห็นขัดแย้งและโต้แย้งกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อทศวรรษ 1970 กลุ่มสตรีนิยม (Feminism) เริ่มรณรงค์ให้เห็นความสำคัญของเรื่องเพศสภาวะ (gender) ในการศึกษาวิเคราะห์เรื่องต่าง ๆ วัฒนธรรมศึกษาก็จะหันมาหยิบจับเรื่องนี้ หรือในช่วงเวลาที่กระแสต่อต้านลัทธิเหยียดหยามเชื้อชาติ (Racism) ปะทุขึ้นมา วัฒนธรรมศึกษาก็จะให้ความสนใจที่จะทำความเข้าใจกับประเด็นเรื่องเชื้อชาติ เป็นต้น

ในท่ามกลางความหลากหลายของแนวทางวัฒนธรรมศึกษาดังกล่าวนั้น กล่าวโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร J. Carey (1992) และ L. Grossberg et al (1998) ได้ให้ข้อเสนอว่า เราอาจจะแบ่งแนวทางของวัฒนธรรมศึกษาออกได้อย่างหยาบ ๆ เป็น 2 แนวทางใหญ่ โดยใช้แนวคิดเรื่องการให้คำนิยามของ "การสื่อสาร" มาเป็นเกณฑ์

L. Grossberg กล่าวว่าในขณะที่คำว่า "communication" ในภาษาอังกฤษนั้นมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า "communis" ซึ่งแปลว่า "ร่วมกัน" ก็มีคำถามต่อไปว่า แล้วอะไรเป็นตัวสร้างการร่วมกันดังกล่าว ในแง่นี้มีคำตอบอยู่ 2 ทางที่เป็นต้นกำเนิดของแบบจำลองของการสื่อสาร 2 แบบคือ

(ก) Transmission model แบบจำลองนี้ให้คำตอบว่า การสร้างความเห็นพ้องต้องกันนั้นเกิดจากการ "ถ่ายทอด" (transportation) สิ่งของ/ข่าวสาร/ความหมาย จากผู้ส่งไปยังผู้รับ ที่มาของแนวคิดดังกล่าวนั้นเกิดมาจากสภาพของสังคมสมัยใหม่ที่ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่

ช่วยในการเคลื่อนย้ายสินค้า/คน/ข้อมูล เช่น ศตวรรษที่ 18 มีการสร้างถนนและคลอง ในศตวรรษที่ 19 มีการสร้างทางรถไฟ โทรเลข โทรศัพท์ ดังนั้นในศตวรรษที่ 20 H. Lasswell (1948) จึงนำเอาความหมายของการ "ขนส่ง/ถ่ายทอด" ดังกล่าวมาใช้เป็นแบบจำลองที่นักวิชาการสื่อสารมวลชนรู้จักดีคือ

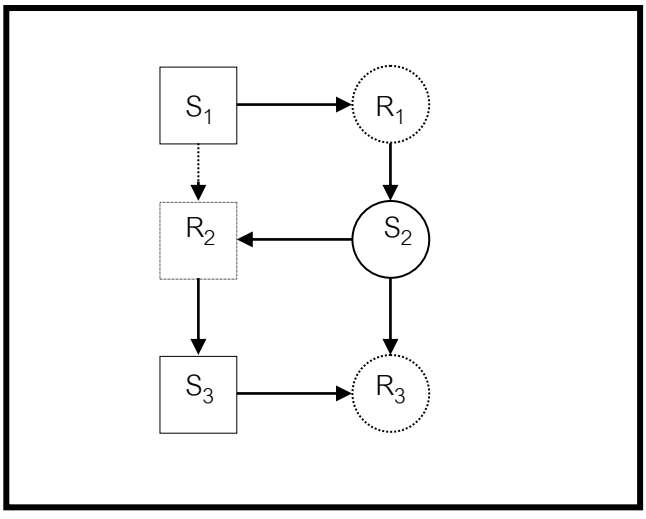


ด้วยเหตุนี้ แบบจำลองนี้จึงมีชื่อว่า Transmission model ที่ดัดแปลงมาจาก Transportation นั่นเอง

(ข) Ritualistic model แบบจำลองนี้ได้ย้อนกลับไปหารูปแบบปฏิบัติการทางสังคมแบบเก่า คือ การประกอบพิธีกรรม (ritual) ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสารร่วมกันที่เป็นทางการ มีลักษณะสร้างอารมณ์ร่วม (formal but emotional public events) เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมโดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือ การสร้างความหมายและความเข้าใจร่วมกัน (shared meaning) กิจกรรมนี้ดำเนินซ้ำไปมาอย่างไม่สิ้นสุด เพื่อตอกย้ำความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ความแตกต่างที่สำคัญระหว่าง 2 แบบจำลองที่กล่าวมานี้มีอยู่ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

- ในขณะที่ Transmission model จะเน้นการถ่ายทอดข่าวสารในแบบทางเดียว (one-way communication) โดยมีทิศทางจากผู้ส่งไปยังผู้รับเท่านั้น (สถานะของผู้ส่ง/ผู้รับจะถูกกำหนดไว้อย่างแน่นอน) ในทางตรงกันข้าม Ritualistic model จะเน้นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ที่แลกเปลี่ยนกันไปมา ไม่มีใครผูกขาดการเป็นผู้ส่งหรือผู้รับอย่างตายตัว



เมื่อเทียบระหว่าง **Message** กับ **Channel** (media) ในขณะที่ Transmission model จะเน้นเรื่อง Channel (ช่องทางการสื่อสาร) มากกว่าตัวเนื้อหา (ดังที่จะสังเกตได้ว่างานวิจัยเรื่องการสื่อสารที่ใช้แบบจำลอง Transmission มักจะเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อแต่ละประเภท โดยไม่ค่อยวิเคราะห์ศึกษาตัวเนื้อหาสารมากนัก) ในทางตรงกันข้าม เนื่องจากแบบจำลอง Ritualistic จะสนใจเรื่อง "ความหมายร่วมกัน" เนื่องจากในพิธีกรรมทุกอย่างนั้น "ขนมปัง" ไม่ได้เป็นเพียงแค่ขนมปังเท่านั้น หากแต่เป็น "มากกว่าขนมปัง" (พระกายของพระเยซู) เช่นเดียวกับ "ใบโพธิ์" ในพุทธศาสนาก็ไม่ได้เป็นแค่ "ใบไม้ใบหนึ่ง" เท่านั้น หากหมายถึง "สถานที่แห่งการรู้แจ้ง" ของพระพุทธเจ้า ดังนั้น Ritualistic Model จึงให้ความสนใจกับ "เนื้อหาและความหมาย" ของข่าวสารมากกว่าช่องทางการสื่อสาร

เมื่อเราใช้คำว่า "พิธีกรรม" นั้น อาจจะสร้างความรู้สึกให้แก่ผู้ฟังว่า เป็นเรื่องของศาสนา (ทางธรรม) เป็นเรื่องของอดีต อย่างไรก็ตาม นักวัฒนธรรมศึกษาด้านการสื่อสารก็ได้ชี้ให้เห็นว่า อาศัยคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของคำว่า "พิธีกรรม" ที่ได้กล่าวมาข้างต้น เราจะเห็นว่า กิจกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (ทางโลก) ของผู้คนในโลกสมัยนั้น ล้วนแล้วแต่เป็น "พิธีกรรม" ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการทักทายเมื่อพบหน้ากัน การรับโทรศัพท์ การกล่าวต้อนรับเข้าสู่รายการของพิธีกรโทรทัศน์ การรับ-ส่งอีเมล์ ฯลฯ ดังนั้น หัวข้อศึกษาหัวข้อหนึ่งที่นักวัฒนธรรมศึกษาด้านการสื่อสารสนใจจึงเป็นเรื่อง "กระบวนการทางพิธีกรรมของสื่อสมัยใหม่" (Ritualization of New Media)

เพื่อให้มองเห็นความแตกต่างระหว่าง 2 แบบจำลอง L. Grossberg (1998) ได้สาธิตการนำแบบจำลองทั้งสองมาใช้ศึกษาในกรณีของการถ่ายทอดสงครามอ่าวเปอร์เซียผ่านรายการข่าวโทรทัศน์ของ CNN ดังนี้

- **กลุ่ม Transmission** คำถามที่กลุ่มนี้จะตั้งคำถามจะเป็นไปตามแบบจำลอง S-M-C-R โดยอาจจะเลือกตั้งคำถามกับองค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่ง เช่น
  - ◆ **Sender** จะตั้งคำถามว่าองค์กรที่เกี่ยวข้องกับข่าวเป็นใครบ้าง
  - ◆ **Message** ข่าวถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร
  - ◆ **Audience** ข่าวกับผู้ชมมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ผู้ชมมีความรู้สึกอย่างไรต่อข่าว

สำหรับกลุ่มนี้ จะไม่สนใจเรื่องการบิดเบือนภาพและเนื้อหา การถ่ายทอดเนื้อหาข่าวอย่างซ้ำซาก ไม่สนใจความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบข่าวสารกับรูปแบบความบันเทิงอื่น ๆ (โดยเฉพาะวิดีโอเกม)

- **กลุ่ม** Ritualistic การวิเคราะห์ของกลุ่มนี้จะตั้งข้อสังเกตว่า

◆ภาษาและภาพในรายการข่าวนั้นเป็นสิ่งที่ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ง่าย ทั้งนี้เพราะเป็นภาษาและภาพที่คล้ายคลึงกับวิดีโอเกมที่ประชาชนเล่นอยู่ทุกวัน เช่น ประชาชนจะเข้าใจว่า เมื่อ**กดปุ่ม**ยิงจรวด จรวดก็จะพุ่งไปสู่เป้าหมาย ถ้าถูกเป้าก็จะมองเห็นได้ในจอมอนิเตอร์ อันเป็นอากัปกิริยาเดียวกับเวลาเล่นเกมกด การแสดงภาพสงครามด้วยหน้าจอแบบจอวิดีโอนั้น สร้างระบบความหมายร่วมกันว่า "สงครามคือการต่อสู้ด้านเทคโนโลยี" การแพ้ชนะขึ้นอยู่กับว่าใครจะยิงจรวดได้เร็วกว่า และแม่นยำกว่ากัน (กฎกติกาเดียวกับการเล่นเกมวิดีโอ) การสร้างความหมายอุปมาอุปไมยแบบนี้ทำให้ผู้ชมลืมความแตกต่างระหว่าง "โลกแห่งความจริง" (สถานการณ์ในอิรัก) กับ "โลกในจอคอมพิวเตอร์" ว่า ในจอวิดีโอเกมนั้นไม่มีชีวิตมนุษย์ที่ล้มตายจริง ๆ แต่ในข่าวสงครามอ่าวเปอร์เซียนั้นมีชีวิตคนอิรักที่ต้องสูญเสีย ระบบความหมายที่ CNN สร้างขึ้นมานั้นสอดรับกับอุดมการณ์ของคนอเมริกันที่เชื่อว่า "ปัญหาทุกอย่างสามารถแก้ไขได้ด้วยเทคโนโลยี"

◆ผลกระทบต่อประชาชนจะเกิดสภาวะที่เรียกว่า "CNN Syndrome" กล่าวคือ การเกิดความรู้สึกว่า เราเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนสงคราม (เป็นความรู้สึกแบบเดียวกับที่ได้เข้าร่วมพิธีกรรม) ความรู้สึกนี้เกิดมาจากการได้เข้าร่วมกับเหตุการณ์ที่สร้างผ่านสื่อ (Media events) ซึ่งมักจะเน้นคุณลักษณะทางอารมณ์และเหมือนเป็นละคร (emotional & dramatic event) ดังนั้น ผู้ชมจึงรู้สึกโศกเศร้าไปกับข่าวการตายของเลดี้ ไดอาน่า หรือชื่นชมยินดีไปกับข่าวจรวดลงสู่ดาวอังคารได้ เป็นต้น

◆เนื่องจากอิทธิพลของภาษาทุกชนิด ภาพ และพิธีกรรมนั้นสามารถสร้างระบบความหมายร่วมให้เกิดเป็น "ภาพของโลกในหัวสมองของเรา" (ที่เรียกว่า "อุดมการณ์" (ideology)) ข่าวสงครามอ่าวเปอร์เซียนี่จึงตอกย้ำความหมายที่ประชาชนอเมริกันเชื่อกันอยู่แล้วว่า ซัดดัมไม่เพียงแต่เป็นผู้ทำลายสันติภาพในตะวันออกกลางเท่านั้น หากแต่ยังเป็นบุคคลอันตรายต่อ "เสรีภาพ/ความยุติธรรมแบบอเมริกัน" (ระบบอุดมการณ์ร่วมของอเมริกัน) อีกด้วย ฉะนั้นภาพข่าวนี้จึงเป็นปฏิบัติการทางสังคมอย่างหนึ่ง (Social practice) ที่ดำเนินไปอย่างซ้ำซากเพื่อตอกย้ำความหมายเดิม ๆ ที่มีอยู่แล้วในระบบความหมายร่วมของสังคม

จากแบบจำลอง 2 ประเภทของการสื่อสาร เราสามารถจะนำมาเป็นเกณฑ์แบ่งแยกแนวทางของวัฒนธรรมศึกษาได้เป็น 2 แบบคือ

(1) American Cultural Studies กลุ่มนี้จะอาศัยแบบจำลองของ Transmission เป็นหลัก โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มนักวิชาการในสหรัฐอเมริกา แนวทางการค้นคว้า

ของกลุ่มนี้มุ่งจะตอบคำถามว่า

- สื่อมวลชนมีหน้าที่ทางวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง
- สื่อมวลชนจะมีส่วนช่วยในการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ อย่างไรบ้าง
- สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการช่วยสืบทอด/หล่อหลอมสมาชิกใหม่ในสังคมในด้านวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง

ฯลฯ

สำหรับในหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้ประมวลสำนักคิดที่ใช้แนวทางของกลุ่ม American Cultural Studies เอาไว้ เช่น กลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural communication) / สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism) / สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ (Cultivation Theory) เป็นต้น

(2) European Cultural Studies กลุ่มนี้อาจจะเรียกตัวเองให้เต็ม ๆ ว่า "กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ (Critical cultural studies) เพื่อให้แตกต่างจากกลุ่มแรก และได้อาศัยแบบจำลองของ Ritualistic เป็นหลัก โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นนักวิชาการในยุโรป โดยเฉพาะที่อังกฤษเป็นศูนย์กลางการค้นคว้า คือ British Cultural Studies (สังกัดอยู่ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม) แนวทางการศึกษาของกลุ่มนี้ จะเป็นไปตามการให้คำนิยาม "วัฒนธรรม" แบบ Structural ตามการจัดแบ่งประเภทของ J.B. Thompson (1995) กล่าวคือเป็นการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงความหมายในเนื้อหาข่าวสารเข้ากับระบบโครงสร้าง/เศรษฐกิจ/การเมือง/สังคมที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์นี้วางอยู่บนแนวคิดพื้นฐานที่ว่า กระบวนการสร้างความหมายเหล่านั้นล้วนแล้วแต่เป็นการต่อสู้ทางวัฒนธรรม (เนื่องจากมี **c**ultures ที่เขียนด้วย "c" ตัวเล็กหลาย ๆ ตัว) ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่มีความขัดแย้งกัน หัวข้อที่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์สนใจศึกษานั้นมีอย่างกว้างขวางครอบคลุมหลากหลายมากเช่น

- เวลา/พื้นที่ (Time/space) รวมทั้งเวลาว่าง (Leisure)
- เพศธรรม (Sexuality)/เพศสภาวะ (Gender)
- การเดินซื้อของ (Shopping) และอาหาร (Food)
- ชนชาติ และอัตลักษณ์ (Ethnicity/Identity)
- แฟชั่น (Fashion)
- พิธีกรรมสมัยใหม่ เช่น งานคาร์นิวัล ฮาโลวีน วาเลนไทน์ ฯลฯ

ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว เมื่อกล่าวถึง "วัฒนธรรมศึกษา" (Cultural Studies) ในหนังสือเล่มต่าง ๆ มักจะหมายถึงกลุ่ม European Cultural Studies เนื่องจากผลงานของกลุ่มนี้มีอย่างมากมายนับตั้งแต่ช่วงปี 1970 เป็นต้นมา สำหรับงานศึกษาในหนังสือเล่มนี้จะเน้นแต่เฉพาะประเด็นที่การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทในหัวข้อที่กล่าวมาแล้วข้างต้น (สนใจโปรดดู กาญจนา, 2541)

(2.2) สำนักวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ผลงานการศึกษาเรื่องวัฒนธรรมและสื่อมวลชนส่วนใหญ่มาจากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ ดังนั้น ในที่นี้เราจะให้ความสนใจกับแหล่งที่มาของแนวคิดนี้ รวมทั้งคุณลักษณะสำคัญของแนวคิดนี้

(2.2.1) แหล่งที่มาของแนวคิด

J. Storey (1996) เสนอว่า แหล่งที่มาของแนวคิดวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์นั้นแปรเปลี่ยนไปตามสภาพความเป็นจริงทางประวัติศาสตร์ดังนี้

● **ในยุคแรก** แนวคิดนี้ได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่มาจากแนวคิดพื้นฐานและวิธีการวิเคราะห์ของกลุ่มมาร์กซิสต์ที่มีหลักการสำคัญ ๆ ว่า

◆ **การที่จะเข้าใจผลผลิตทางวัฒนธรรม** ซึ่งสำนักวัฒนธรรมศึกษาใช้คำว่า "ตัวบท" (text) หนึ่ง ๆ ได้นั้น จำเป็นต้องดูบริบททางสังคมของการผลิตและการแพร่กระจาย (Social context of production & consumption) ประกอบไปด้วย ดังนั้นหากจะทำความเข้าใจว่าทำไมเนื้อหาของละครโทรทัศน์ไทยช่วงหลังจากเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจจึงมีหลายเรื่องที่เน้น "วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจในระดับ**ชาติ** เช่น "ประกาศิตเงินตรา" หรือปัญหาเอกราชระดับชาติ เช่น "คนของแผ่นดิน" ก็จำเป็นต้องดูบริบททางสังคมของการผลิตและการแพร่กระจายในขณะนั้น

◆ เพิ่มเติมจากแนวทางการวิเคราะห์อย่างกว้าง ๆ ของกลุ่มมาร์กซิสต์ กลุ่มวัฒนธรรมศึกษายังได้อิทธิพลทางความคิดมาจาก Volosinov (1973) ที่เสนอว่า "ความหมายใน**ตัวบท**นั้นไม่เคยอยู่กับที่ หากแต่จะแปรไปตามหรือขึ้นอยู่กับ**บริบท**เสมอ" นอกจากนั้นในปฏิบัติการผ่านความหมายของตัวบท (cultural text x reading practice) ยังมีลักษณะแตกต่างหลากหลาย (multi-accentuated) ฉะนั้นเมื่อเรากล่าวว่า "ดู**ละคร**แล้วย้อนดู**ตัว**" นั้น การที่จะดูละครแล้วตีความว่าอย่างไรนั้น ยังขึ้นอยู่กับว่า "**ตัว**นั้นเป็นใคร" อีกด้วย

◆ **สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตทางวัฒนธรรมกับโครงสร้างสังคม**นั้น กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเห็นว่ามีลักษณะ 2 ด้าน ในด้านหนึ่ง ผลผลิตดังกล่าวจะเป็น "ตัว

สะท้อน" โครงสร้างสังคมได้บางส่วน ดังคำกล่าวที่เราเคยชินว่า "สังคมไทยแบบไหน หนังสือพิมพ์ไทยก็แบบนั้น" และในอีกด้านหนึ่ง บรรดาผลผลิตทางวัฒนธรรมเหล่านี้ก็จะเป็น "ตัววางรูปและสร้างสรรค์" (shape & constitute) โครงสร้างสังคมนั้นขึ้นมาด้วย

◆ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า ในสังคมประกอบด้วยคนหลาย ๆ กลุ่มที่ถูกแบ่งแยกด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ชนชั้น เพศ รุ่น ภูมิลำเนา เชื้อชาติ ฯลฯ และคนเหล่านี้ถูกจัดวางในสังคมตามโครงสร้างลำดับชั้นที่สูงต่ำไม่เท่ากัน ดังนั้น บทบาทของวัฒนธรรมที่มีต่อโครงสร้างสังคมดังกล่าวจึงมีอยู่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่วัฒนธรรมจะทำหน้าที่ธำรงรักษาโครงสร้างที่ไม่เท่าเทียมนั้นเอาไว้ หรืออาจจะท้าทายการแบ่งแยกดังกล่าวด้วยการต่อสู้ด้านความหมาย แนวคิดหลัก ๆ ของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาจึงเน้นเรื่อง อุดมการณ์ (Ideology) การครอบงำและการต่อสู้ทางอุดมการณ์ (Hegemony) เป็นต้น

● **ยุคที่สอง** นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา อิทธิพลของกลุ่มมาร์กซิสต์ที่เน้นการต่อสู้ทางชนชั้นเริ่มถูกตั้งคำถาม และเริ่มมีการเคลื่อนไหวของกลุ่มขบวนการทางสังคมใหม่ ๆ นอกเหนือไปจากกลุ่มสหภาพแรงงาน เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มสันติภาพ กลุ่มสิ่งแวดล้อม ฯลฯ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทศวรรษ 1990 เมื่อเกิดการล่มสลายของสังคมนิยมโซเวียต อิทธิพลของแนวคิดมาร์กซิสต์ที่มีต่อกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาก็ค่อย ๆ ลดลง และเกิดแหล่งที่มาของแนวคิดใหม่อีก 2 แหล่งคือ กลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modernism) และกลุ่ม Economic of Value

(ก) แนวคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism)

กลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (ต่อไปนี้จะเรียกย่อๆว่า PoMo) มีความเห็นพื้นฐานว่า โลกปัจจุบันได้พัฒนาผ่านเลยยุคสมัยใหม่ (Modern World) มาแล้ว และกำลังเข้าสู่ยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ลักษณะที่สำคัญ ๆ ของ PoMo ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับปริมณฑลของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) อันมีสื่อมวลชนเป็นหัวใจนั้น มีดังนี้ (ดู Strinati, 1995)

(1) เส้นแบ่งกั้นระหว่าง "วัฒนธรรม" กับ "สังคม" เลือนหายไป ซึ่งหมายความว่า วัฒนธรรมในรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยม ผลิตกรรมของสื่อมวลชน (หนัง/ละคร/วิทยุ/เพลง ฯลฯ) จะซึมผ่านเข้ามารวมอยู่เป็นเนื้อเดียวกับชีวิตประจำวัน สถาบันสังคม และทุกส่วนเสี้ยวของสังคม บรรดา "สัญญะ" ต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ในสื่อมวลชนและวัฒนธรรมประชานิยมจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม ตัวอย่างง่าย ๆ ที่สุดก็คือ การนำเอาบรรดาดารานักร้องไปหาเสียงช่วยนักการเมือง เจ้าฟ้าชายชาร์ลส์เสด็จไปเยี่ยมถนน Coronation Street ที่เป็น Soap Opera เรื่องยาวนาน 40 ปีของอังกฤษเมื่อปลายปี 2543 เป็นต้น สัญญะจากวัฒนธรรมประชานิยมเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดการให้ความหมายแก่ความเป็นจริง (Sense of Reality) แก่

สังคมที่เรียกว่า Mass-Saturated Society

ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็น "การพลิกกลับ" ความเชื่อที่เคยมีมาแต่เดิม เราเคยเชื่อว่า "ผลงานในสื่อ" เป็น "**กระจกสะท้อน**โลกแห่งความเป็นจริง" แต่ปัจจุบันนี้ "โลกแห่งความเป็นจริง" ต่างหากที่ต้องแปรเปลี่ยนรูปให้เป็นไปตาม "ภาพในกระจก" เพราะฉะนั้น ถ้าจะมีการพูดถึงเรื่อง "ภาพที่บิดเบี้ยวหรือถูกต้อง" ก็เป็นปัญหาของโลกที่เป็นจริง ไม่ใช่ภาพในกระจก ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ ตัวจริงของประธานาธิบดีจะต้องเปลี่ยนไปตามภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในโทรทัศน์ หรือตัวจริงของดาราต้องทำให้เหมือนภาพลักษณ์ในหนัง เป็นต้น

(2) เส้นกั้นระหว่าง "วัฒนธรรมประชานิยม" กับ "เศรษฐกิจ" เลือนหายไป กล่าวคือจะมีการผสมผสานอย่างเป็นเนื้อเดียวกันระหว่าง "วัฒนธรรม" กับ "เศรษฐกิจ" การสร้างวัฒนธรรมก็ทำเพื่อและต้องอาศัยเศรษฐกิจ และความเติบโตทางเศรษฐกิจก็ต้องอาศัยวัฒนธรรม ทั้ง 2 ปริมณฑลเกี่ยวพันร้อยรัดกันเป็นสายโซ่ วัฒนธรรมประชานิยมจะเข้ามาเป็นตัวกำหนดรูปแบบการบริโภคของคนในสังคมว่า อะไรที่เราจะซื้อ อะไรที่เราจะกิน ทำไมเราจึงซื้อสิ่งนั้นกินสิ่งนี้ ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนมาจาก "วัฒนธรรมประชานิยม" (เช่น ดูโฆษณาทางโทรทัศน์) ทั้งสิ้น เมื่อเราดูโทรทัศน์เห็นโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ ก็ทำให้เราต้องไปดู(บริโภค)ภาพยนตร์ และเมื่อเข้าไปดูหนัง เราเห็นโฆษณาขายขนม เราก็ต้องออกมาซื้อขนมนั้นกิน ต่อเนื่องเป็นสายโซ่ไปตลอดเช่นนี้

(3) **การเน้น "สไตล์"/รูปแบบ มากกว่า "เนื้อหา"** (substance) ที่กลุ่ม PoMo เรียกว่า "อุดมการณ์แบบนักออกแบบ" (Designer Ideology) กล่าวคือ ทุกอย่างต้องมีการออกแบบไม่ว่าจะเป็นชุดแต่งกาย บุคลิกภาพ การจัดงานแต่งงาน การประกอบพิธีกรรม การนำเสนอเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ฯลฯ ในกรณีของการสร้างผลิตกรรมของสื่อมวลชน Harvey (1989) กล่าวว่า อุดมการณ์ดังกล่าวจะทำให้ "ภาพลักษณ์สำคัญกว่าการเล่าเรื่อง" เช่นเดียวกับกลุ่มสัญญะวิทยาแห่งการบริโภคที่กล่าวว่า "ในการบริโภคนั้น จะเป็นการบริโภคสัญญะ/ภาพลักษณ์มากกว่าคุณประโยชน์ในการใช้งาน" (สนใจกรณีของไทย โปรดดู กนกศักดิ์, 2541)

ผลที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ บรรดาสิ่งที่อยู่เป็นเปลือกนอก (เช่นหีบห่อ/การแต่งกาย) บรรดาสไตล์ที่ดู "เข้าท่า เก๋ไก๋" จะสำคัญกว่า "เนื้อหา สาระ และความหมาย" ฉะนั้น เรื่องคุณค่าทางศิลปะ ความงามเชิงสุนทรียะ การเอาจริงเอาจัง ของแท้ ความลุ่มลึกทางปัญญา ความสมจริงสมจัง ความมีเกียรติภูมิ/ศักดิ์ศรี ฯลฯ ก็เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพูดถึง (เป็นยุคที่ "เปลือกนอกหรือกระพี้สำคัญกว่าแก่นแท้") ยิ่งกว่านั้น การมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยเช่น คอมพิวเตอร์ที่สามารถสร้าง "ความเสมือนจริง" ได้ ก็ยิ่งทำให้ผู้คนสามารถสร้าง "ความเป็นจริงแบบมือสอง"ได้ตามต้องการ "ความเป็นจริงมือสอง" นี้จะเข้าแทนที่ "ความเป็นจริงอันดับแรก" มากขึ้นทุกที ตัวอย่างง่าย ๆ ในชีวิตประจำวันก็คือ เพื่อนหรือแฟนทางอินเทอร์เน็ตให้ความสุขหรือ

จริงใจมากกว่าเพื่อนหรือแฟนตัวจริง เป็นต้น

(4) **เส้นกั้นระหว่างศิลปะ/วัฒนธรรมชั้นสูง** (high culture) **กับวัฒนธรรมประชานิยม** (popular culture) **จะเลือนหายไป** อันสืบเนื่องมาจากคุณลักษณะที่ได้กล่าวมาข้างต้นของการเน้นความสำคัญของ "รูปแบบ" มากกว่า "เนื้อหา" อันเป็นตรรกะที่เคยใช้แบ่งแยกระหว่าง "วัฒนธรรมชั้นสูง/ศิลปะ" กับ "วัฒนธรรมประชานิยม" กล่าวคือ ศิลปะจะมีเนื้อหาสูงส่งเหนือกว่าวัฒนธรรมประชานิยม แต่เมื่อเนื้อหาหมดความหมาย ศิลปะก็หล่นลงไปกองรวมอยู่กับวัฒนธรรมประชานิยม ตัวอย่างเช่นงานศิลปะของกลุ่ม PoMo เช่น Andy Warhol ที่นำเอารูป โมนาลิซ่า ของ Leonardo Da Vinci (ศิลปะชั้นสูง) มาวาด/ถ่ายทำใหม่ในหลาย ๆ ท่า (เช่น ยิ้มแบบต่างๆ หลิ่วตาทีละข้าง.....) รวม 30 ภาพ พร้อมทั้งชูคำขวัญว่า "30 ท่าดีกว่าท่าเดียว" อันทำให้ "ความเป็นหนึ่งเดียวของโมนาลิซ่าเลือนหายไป" ในขณะที่นักวิจารณ์ศิลปะจะมองว่า วัฒนธรรมประชานิยมจะมาทำลายคุณค่าอันสูงส่งของศิลปะชั้นสูง (เช่นทัศนะของกลุ่ม Elitist) กลุ่ม PoMo กลับใช้ทัศนะแบบ W. Benjamin ที่เห็นว่า ต้องเป็นวัฒนธรรมประชานิยมแบบนี้จึงจะมีประชาธิปไตย เนื่องจากคนทุกคนสามารถเข้าถึง "ผลผลิตทางวัฒนธรรมได้อย่างทั่วถึง" (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

และจากจุดยืนของนัก PoMo งานศิลปะก็คือ เรื่องของการบริโภคและเป็นเรื่องที่เกี่ยวพันกับเศรษฐกิจอย่างแยกกันไม่ออก นัก PoMo ปฏิเสธการเสแสร้งที่ว่า ศิลปะนั้นสูงส่งเหนือมิติหยาบ ๆ เช่น เรื่องเงินๆทองๆ เช่นที่กลุ่มวัฒนธรรมชั้นสูงเคยยึดถืออยู่

(5) **การปะปนกันเรื่อง "เวลา" กับ "พื้นที่"** ตัวอย่างหนังเรื่อง Back to the Future เป็นกรณีที่แสดงให้เห็นคุณลักษณะข้อนี้ได้อย่างชัดเจนที่สุด ในความคิดเดิมของเรา "อนาคต" ก็ควรจะเป็นเรื่องที่มุ่งไปข้างหน้า แต่ชื่อของหนังกลับ "ย้อนกลับไป (back)" สู่อนาคต วัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่จึงทำให้คน "ยุคสมัยใหม่" งงงวยว่าตัวเองกำลังอยู่ที่ไหน เวลาอะไร เช่น ในระบบปัจจุบัน เราอาจจะรู้เรื่องว่าโลกกว้างกำลังเกิดอะไรขึ้น (เช่น คนไทยอาจจะรู้ว่าเลดี้ไดอาน่าเสียชีวิตแล้ว) แต่ไม่รู้ว่าข้างๆบ้านมีอะไรเกิดขึ้น (เช่น ไม่รู้ว่า คุณยายบ้านข้าง ๆ เสียชีวิตแล้ว) ตรรกะมิติเรื่องพื้นที่ได้เปลี่ยนแปลงไป มิติเรื่องเวลาและสถานที่กลายเป็นความไม่แน่นอน (เช่น กินอาหารเช้าที่กรุงเทพ กินข้าวเที่ยงที่เชียงใหม่ และกินข้าวเย็นที่ภูเก็ต เป็นต้น) มิติทั้งสองกลายเป็นเรื่องเข้าใจยาก (เช่น เดินทางจากกรุงเทพไปเชียงใหม่ใช้เวลาน้อยกว่าเดินทางจากต้นถนนสีลมไปท้ายถนน เป็นต้น) สับสน ไม่ค่อยปะติดปะต่อและกระจัดกระจาย รูปธรรมที่สะท้อนพื้นที่และเวลาแบบ PoMo คือมิวสิควิดีโอสมัยใหม่ทั้งหลายนั่นเอง (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "เวลา/พื้นที่กับสื่อมวลชน")

(6) **การลดความสำคัญของการเล่าเรื่องแบบ** Meta-Narrative ซึ่งเป็น

วิธีการเล่าเรื่องแบบเส้นตรง (linear) ที่เราคุ้นเคยอันประกอบด้วยการมีต้นเรื่อง ดำเนินเรื่อง และจบท้ายตามลำดับขั้นตอนซึ่งเป็นวิธีการเล่าเรื่องหลักของยุคสมัยใหม่ไม่ว่าจะอยู่ในปริมณฑลของวิทยาศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ ลัทธิมาร์กซ์ นวนิยาย ภาพยนตร์ ฯลฯ ทุกอย่างมีจุดเริ่มต้น ตอนกลาง และลงท้ายที่แน่นอน กลุ่ม PoMo ปฏิเสธวิธีการเล่าเรื่องแบบเส้นตรงดังกล่าว และตั้งข้อสงสัย รวมทั้งกระตุ้นให้มีการวิพากษ์วิจารณ์วิธีการเล่าเรื่องแบบดังกล่าวนั้นด้วย

ผลสะเทือนของการปฏิเสธวิธีเล่าเรื่องแบบเส้นตรงมาปรากฏในรูปแบบการดำเนินวิถีชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น การปฏิเสธความสัมพันธ์อันยาวนาน (life-long relation) ที่เป็นคุณลักษณะของการเล่าเรื่องแบบเดิมที่เน้น "มิตรภาพอันยั่งยืน" (กลุ่ม PoMo จะตั้งคำถามว่าทำไมต้องยั่งยืน) ปฏิเสธรูปแบบการแต่งงานแบบ "ผัวเดียวเมียเดียว" ไปตลอดชีวิต (ทำไมต้องผัวเดียวเมียเดียว ทำไมต้องตลอดชีวิต) แม้แต่ข้อสรุปของความรู้ต่าง ๆ ก็เป็นสิ่งที่ไม่จีรังยั่งยืนไม่มั่นคงไปจนชั่วฟ้าดินสลาย (อันที่จริงแนวคิดดังกล่าวเป็นการเดินถอยหลังกลับมาสู่เรื่อง "อนิจจัง" ของพุทธศาสนานั่นเอง)

คุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตกรรมด้านสื่อมวลชนอย่างมาก กล่าวคือ ในด้านหนึ่งในผลงานของสื่อมวลชนทุกชนิดจะสะท้อนให้เห็นคุณลักษณะของความเป็นยุคหลังสมัยใหม่ ในอีกด้านหนึ่ง ผลงานดังกล่าวก็เป็นกลไกสำหรับธำรงสืบทอดหรือแผ่ขยายความเป็นยุคหลังสมัยใหม่ให้กว้างขวางต่อไป

(ข) แนวคิดของกลุ่ม Economic of Value

สำหรับการย้อนกลับไปหาแนวคิดของกลุ่ม Economic of Value นั้น กระทำโดยการย้อนกลับไปทบทวนแนวคิดเรื่อง "การบริโภค" (consumption) ที่ถูกอธิบายจากวิธีคิดแบบเศรษฐศาสตร์แบบลดทอน (Economic Reductive Form) ที่กล่าวว่า การบริโภคนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการให้ความพึงพอใจในอรรถประโยชน์ (ทั้งของวัตถุหรือทางจิตใจ/ความหมาย) ของผู้บริโภคที่ฝ่ายผู้ผลิตพยายามจะตอบสนอง กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์เสนอว่า การวิเคราะห์เรื่องการบริโภคนั้นจะพิจารณาเพียงฝ่ายผู้ผลิตว่าเป็นผู้สร้างวัตถุและความหมาย หรือจากฝ่ายผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้วัตถุและถอดความหมายเพียงฝ่ายใดฝ่ายเดียวเท่านั้นไม่ได้ หากทว่าจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์แบบวิภาษวิธี/ซึ่งกันและกันของทั้งกระบวนการการผลิต (process of production) และกิจกรรมการบริโภค (activities of consumption)

ถึงแม้ว่าในขั้นตอนของกระบวนการผลิต ฝ่ายผู้ผลิตจะสามารถกำหนดวิธีการใช้และการให้ความหมายแก่ผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง เช่น วิธีการใช้โทรศัพท์มือถือก็ต้องเป็นไปตามวิธีการที่บริษัทผู้ผลิตกำหนดมาให้ และความหมายของการมีโทรศัพท์มือถือใช้ (เช่น เป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจที่เร่งด่วน) ก็คงต้องเป็นไปตามที่บริษัทผู้ผลิตกำหนดมาให้ (อันจะเห็นได้

อย่างชัดเจนจากการวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณา) แต่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาก็เชื่อว่า ผู้บริโภคเองก็สามารถจะย้อนกลับไปกำหนดผู้ผลิตได้เช่นกัน ดังแนวคิดเรื่อง "production in use" ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนก็เช่น ในกรณีของวิทยุติดตามตัว "เพจเจอร์" ที่วัยรุ่นไทยได้นำมาใช้ผลิตหน้าที่และความหมายเสียใหม่ว่า เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับการเกี้ยวพาราสีในหมู่วัยรุ่น (เช่น การขอเบอร์เพจเจอร์) แนวคิด production in use ที่เชื่อว่า ผู้บริโภคไม่ได้มีลักษณะขึ้นต่อ (passive) ต่อผู้ผลิตเสมอไปนั้น เป็นเสาหลักสำคัญของกลุ่ม "วัฒนธรรมประชานิยม" (popular culture) ดังนั้น วิธีการศึกษาของกลุ่มวัฒนธรรมประชานิยมจึงเน้นว่า การศึกษาเรื่องกระบวนการผลิตวัฒนธรรมนั้นจะต้องพิจารณาให้ครบถ้วนทุกขั้นตอนคือ ขั้นตอนการผลิต ขั้นตอนการกระจาย และขั้นตอนการบริโภค

(2.2.2) ประวัติศาสตร์ของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์

จากแหล่งที่มาของแนวคิดอย่างกว้าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ในภาคปฏิบัติการที่เป็นจริง มีกลุ่มนักวิชาการหลายกลุ่มที่ริเริ่มค้นคว้าเรื่องวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ ดังจะยกตัวอย่างดังต่อไปนี้

(i) **สำนักเบอร์มิงแฮม** (Birmingham School) เป็นกลุ่มนักวิชาการที่ค้นคว้าเรื่องวัฒนธรรมศึกษาอย่างมาก และมีคุณูปการอย่างมากต่อการเจริญเติบโตของวัฒนธรรมศึกษา C. Jenks (1993) กล่าวถึงบริบทในโลกแห่งความเป็นจริงว่า ช่วงปี 1832 ในยุโรปมีกลุ่มต่าง ๆ ของคนงานเกิดขึ้นอย่างมาก นอกเหนือจากกลุ่มสหภาพแรงงานแล้ว ก็ยังมีกลุ่มเพื่อนกัน กลุ่มการศึกษา กลุ่มศาสนา กลุ่มชุมชน (เช่นเดียวกับบรรยากาศของสังคมไทยในช่วงพ.ศ.2540 ที่มีการรวมกลุ่มแบบประชาสังคม (civil society) ทั้งในเมืองและชนบท เช่น กลุ่มจส.100 กลุ่มร่วมด้วยช่วยกัน กลุ่มออมทรัพย์ ฯลฯ) กลุ่มเหล่านี้มีบทบาทในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมที่หลากหลายของสังคม และมีนักวิชาการหลายท่านที่เริ่มสนใจค้นคว้าปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าว

S. Hall ผู้อำนวยการของ Centre for the Contemporary Culture Studies (CCCS) อันเป็นศูนย์ค้นคว้าของสำนักเบอร์มิงแฮม ได้ยกย่องนักวิชาการที่บุกเบิกแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมที่เป็นประดุจเสาหลักของสำนัก 3 ท่านคือ

- R. Hoggart ผู้เขียนหนังสือเรื่อง "The Use of Literacy" แนวคิดของ Hoggart นั้นยังค่อนข้างติดการมองชุมชนแบบอุดมคติและมุ่งหวังที่จะสร้างชุมชนดังกล่าวขึ้นมาใหม่

- R. Williams เป็นผู้ที่เขียนหนังสือเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษาอย่างมาก Williams สนใจที่จะมองวัฒนธรรมอย่างเป็นพลวัตมากขึ้น และเน้นศึกษาวัฒนธรรมในแง่ของ

กระบวนการ

- E.P. Thompson เนื่องจาก Thompson มีแนวการวิเคราะห์แบบมาร์กซิสต์ ดังนั้นเขาจึงไม่มองวัฒนธรรมแบบรวม ๆ หากทว่าได้ใช้เกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" เป็นตัวแบ่งแยกวัฒนธรรม (เราจะกล่าวถึงรายละเอียดของสำนักเบอร์มิงแฮมในบทต่อ ๆ ไป)

(ii) **แนวคิดของ** G. Orwell Orwell เป็นนักเขียนที่มีชื่อเสียงอย่างมากจากหนังสือเรื่อง 1984 ซึ่งถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ Orwell สนใจปัญหาเรื่องวัฒนธรรมมวลชน (Mass culture) และผู้รับสารที่เป็นมวลชน (Mass audience) ที่จะถูกครอบงำจากสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่ทรงพลังอย่างยิ่ง ดังที่เขาได้มองเห็นริ้วรอยของการเริ่มต้น เมื่อฮิตเล่อร์นำเอาสื่อสมัยใหม่มาใช้ครอบงำประชาชนในปี 1948 (และเขานำมากลับตัวเลขล้อเลียน) ในหนังสือและภาพยนตร์เรื่อง 1984 ได้แสดงให้เห็นจุดยืนของ Orwell อย่างชัดเจนว่า เขาเห็นความสำคัญของชุมชนคนงานมากกว่าชนชั้นอื่น ๆ เนื่องจากเขาเสนอว่า หากสามารถทำให้คนงานมีงานทำอย่างสม่ำเสมอและมีรายได้พอสมควรแล้ว พวกเขาจะเป็นกลุ่มคนที่มีความสุขมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง ๆ เสียอีก

(iii) **กลุ่ม** Victorian Centre เป็นกลุ่มที่อยู่แถบ East End ของลอนดอน สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นนักเขียนที่มีชื่อเสียงเช่น Jack London /Charles Dickens /Henry Mayhew มุมมองต่อวัฒนธรรมนั้นเป็นทัศนะของคนในเมืองที่สนใจวัฒนธรรมของคนงาน แต่ทว่าไม่มีแนวทางทฤษฎีที่ชัดเจน

(iv) **กลุ่ม** Neo-Chicago School เป็นกลุ่มที่ศึกษางานต่อมาจากงานของ G.H. Mead/R. Park และ P. Burgess นักวิชาการที่รู้จักกันดีในแวดวงการสื่อสารคือ E. Goffman ที่วิเคราะห์เรื่องการโฆษณา กลุ่มนักคิดเหล่านี้เป็นชนชั้นกลางที่ลงไปทำวิจัยด้วยการลงไปสวมบทบาทของเรื่องที่จะศึกษาเลย เช่น ไปเป็นคนขับแท็กซี่ ผู้ช่วยพยาบาล ช่างทำผม (เช่นในกรณีการศึกษากระบวนการเป็นหมอนวดของศุลีมาน, 2531) และเนื่องจากกลุ่มคนที่ศึกษามักจะเป็นคนชั้นล่างที่ไม่ค่อยอยู่ในความสนใจของนักวิชาการมาก่อน สังคมวิทยาของนักคิดกลุ่มนี้จึงถูกขนานนามว่า Sociology of the underdog (ตัวอย่างงานวิจัยด้านการสื่อสารที่ใช้วิธีการคล้ายกับของนักคิดกลุ่มนี้เช่น สกลกานต์, 2539 ที่ทำการศึกษาเรื่องการใช้สื่อของเด็กปั๊มน้ำมัน)

(2.2.3) คุณลักษณะสำคัญ ๆ ของวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์

เพื่อให้ได้ภาพที่ชัดเจนของวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ ในที่นี้จะประมวลลักษณะสำคัญ ๆ ของวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์โดยอาศัยงานของ B. Agger (1992) เป็นแนวทางคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์มีดังนี้

(i) วัตถุดิบที่วัฒนธรรมศึกษาสนใจศึกษาเป็น "วัฒนธรรมร่วมสมัย" หรือ

"วัฒนธรรมประชานิยม" ซึ่งทำให้วัฒนธรรมศึกษาแตกต่างไปจากสาขามานุษยวิทยาที่มักศึกษาวัฒนธรรมในอดีต และจะสนใจ "กระบวนการ" มากกว่า "ตัวผลผลิตทางวัฒนธรรม" ซึ่งเป็นลักษณะที่ทำให้วัฒนธรรมศึกษาแตกต่างไปจากสาขาวรรณกรรมหรือคติชนวิทยา

(ii) สำหรับเป้าหมายและนัยยะทางการเมืองของวัฒนธรรมศึกษานั้น J. Fiske (1989) กล่าวอย่างชัดเจนว่า วัฒนธรรมศึกษาไม่ใช่การศึกษาสุนทรียะความงดงามด้านวรรณศิลป์ และไม่ใช่ "มนุษยนิยม" (humanist) ที่ศึกษาเพื่อยกระดับจิตวิญญาณของมนุษย์ หากแต่เป้าหมายของวัฒนธรรมศึกษานั้น "เป็นการเมือง" เช่นเดียวกับที่ T. Bennett (1998) ผู้สนใจในการนำข้อเสนอจากผลการศึกษาไปเคลื่อนไหวให้กลายเป็นนโยบายทางวัฒนธรรมของสังคมระบุพันธกิจของวัฒนธรรมศึกษาว่า ต้องทำให้งานศึกษาวัฒนธรรมไม่ใช่เป็นเรื่องทางวิชาการในมหาวิทยาลัยหรือห้องเรียนเท่านั้น แต่ทว่าจะต้องนำเอาไปผลักดันการเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นจริงทางวัฒนธรรมของสังคม

(iii) วัฒนธรรมศึกษาจะใช้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" แบบขยายกว้างขวาง โดยยกเลิกแนวคิดเรื่อง High/Low culture แต่จะใช้ความหมายแบบมานุษยวิทยาที่กล่าวว่า “วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตทั้งมวลของสังคม”

(iv) ในส่วนที่เกี่ยวกับ "วัฒนธรรมประชานิยม" (popular culture) ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่จะศึกษานั้น วัฒนธรรมศึกษาปฏิเสธแนวคิดที่ว่า วัฒนธรรมประชานิยมเป็นวัฒนธรรมชั้นต่ำที่ถูกยัดเยียดมาจากเบื้องบน (ชนชั้นนำในสังคม) เพื่อมุ่งหวังสร้างผลกำไรหรือต้องการควบคุมอุดมการณ์ของชนชั้นล่างเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม วัฒนธรรมศึกษาเห็นว่า วัฒนธรรมประชานิยมนั้นมีคุณค่าอยู่ในตัวเอง และยังเป็นแหล่งกำเนิดหรือหน่ออ่อนที่กลุ่มที่เสียเปรียบกลุ่มต่าง ๆ จะใช้ในการเสริมสร้างพลังของตนเอง

(v) วัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสำคัญกับการศึกษาบรรดาสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การ์ตูน โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุ เพลง คอนเสิร์ต ฯลฯ เนื่องจากเห็นว่า ในยุคสมัยปัจจุบัน สื่อเหล่านี้มีบทบาทอย่างสำคัญในการหล่อหลอมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ และจะใช้คำนิยามของการสื่อสารจากแบบจำลอง Ritualistic

(vi) สำหรับทัศนะต่อ "วัฒนธรรม" นั้น วัฒนธรรมศึกษาเห็นว่าวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่ง (static) ไม่ใช่ระบบที่ปิดหรืออยู่กับที่ (closed, fixed system) ในทางตรงกันข้าม วัฒนธรรมเป็นระบบเปิดที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา มีทั้งการสูญสลาย การดัดแปลงและการเกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง

(vii) วัฒนธรรมศึกษาจะเน้นการวิเคราะห์ "ความขัดแย้ง" ที่เกิดในทุกระดับของความหมายมากกว่าที่จะเน้น "การสร้างระเบียบ" ของความหมายให้เป็นแบบเดียวกันทั้งสังคม

และเนื่องจากสังคมประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีผลประโยชน์ต่างกันและอาจขัดแย้งกัน ดังนั้น เรื่อง "อำนาจ" จึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับการจัดการกับความขัดแย้งนี้ รวมทั้งการใช้อำนาจในการจัดการกับการสร้างและการต่อสู้ด้านความหมายด้วย ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำคำว่า "ม้อบ" (Mob) มาใช้ในสังคมไทยนั้น ใครเป็นผู้มีอำนาจที่จะระบุความหมายในทางลบของคำๆนี้ และเมื่อกลุ่มชนชั้นที่มีอำนาจในระดับหนึ่งเริ่มปฏิบัติการทางสังคมด้วยการ "ม้อบ" บ้าง เช่น "ม้อบมือถือ" "ม้อบสีลม" "ม้อบเสื้อนอก" ความหมายของม้อบแบบหลังนี้แตกต่างไปจาก "ม้อบชาวนา" "ม้อบคนงาน" หรือไม่อย่างไร

(viii) ในสังคมปัจจุบันนี้ ในทุกแง่มุมของชีวิตจะมีสิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรม" (ที่เกิดจากสื่อสมัยใหม่) แพร่กระจายครอบคลุมไปหมด ไม่ว่าจะเป็นชีวิตการทำงาน ชีวิตพักผ่อน ชีวิตในบ้านหรือนอกบ้าน (อันเป็นทัศนะของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่)

(ix) ในแง่สาขาวิชาการและวิธีการศึกษา วัฒนธรรมศึกษาเห็นว่า ต้องใช้วิธีการศึกษาแบบสหวิทยาการ (interdisciplinary)

(x) ในส่วนที่เกี่ยวกับ "ค่านิยม/คุณค่า" ที่เป็นแกนสำคัญแกนหนึ่งของวัฒนธรรมนั้น วัฒนธรรมศึกษาไม่เชื่อว่ามีสิ่งที่เรียกว่า "คุณค่าสากล" (absolute value) หากแต่เสนอว่า "ค่านิยม/คุณค่า" นั้นมีลักษณะสัมพัทธ์ที่แปรไปตามบริบททางประวัติศาสตร์และสังคม ตัวอย่างเช่น "คุณค่าของข่าว" ที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้นั้น เป็นวัฒนธรรมที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาจากชนชั้นเฉพาะชนชั้นหนึ่งในช่วงเวลาเฉพาะทางประวัติศาสตร์ช่วงหนึ่ง คือชนชั้นกลางในตะวันตกเมื่อศตวรรษที่ 18 "คุณค่าของข่าว" ก็เหมือนกับผลิตกรรมทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ทั้งสะท้อนและประกอบสร้างสภาพความเป็นจริงทางสังคม กล่าวคือ ชนชั้นกลางในศตวรรษที่ 18 นั้นมีความต้องการเฉพาะที่จะ "กระหายประสบการณ์แบบใหม่ ๆ" อันเป็นความต้องการที่จะหนีไปจากเรื่องราวของวีรบุรุษเจ้าเก่าในมหากาพย์เรื่องเดิม ๆ ของยุคศักดินา ความต้องการประสบการณ์ที่แปลกๆ ใหม่ๆ นี้เป็นความต้องการเฉพาะของชนชั้นนี้ในศตวรรษนี้เท่านั้น และไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นคุณค่าสากลสำหรับคนทุกกลุ่มในทุกยุคสมัย

(xi) เมื่อกล่าวเฉพาะเรื่อง "การสื่อสาร" กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาจะสนใจการสร้างและการแพร่กระจายความหมายทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม โดยถือว่าความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับโครงสร้างสังคมนั้นเป็นแบบซึ่งกันและกัน ในด้านหนึ่ง การสื่อสารเป็นเครื่องสะท้อนสภาวะของปัจเจกบุคคลและสังคม และในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารก็เป็นตัวสร้างสรรค์อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (self) และสังคม (social identity)

(xii) เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มมาร์กซิสต์แบบเดิมแล้ว ในขณะที่กลุ่มมาร์กซิสต์จะเน้นการต่อสู้ด้านวัตถุและกิจกรรม/การลงมือกระทำการ ในมิติของวัฒนธรรมศึกษานี้จะสนใจการ

ต่อสู้ด้านความหมายของการสื่อสาร ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ว่า กลุ่มผู้ปกครอง (Ruling class) พยายามจะทำให้ความหมายโดยนัย (Connotative meaning) (ซึ่งมีการประเมินคุณค่า) กลายเป็นความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning) ที่ทำให้ดูเป็นกลาง ๆ เช่น คำว่า "สามีภรรยา" ซึ่งดูเหมือนมีความหมายกลาง ๆ ว่า หมายถึง "สามี" และ "ภรรยา" แต่เมื่อกลุ่มสตรีนิยมตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใดจึงต้องเป็น "สามีภรรยา พ่อแม่ ลุงป้า" อยู่เสมอ เพราะเหตุใดจึงไม่เป็น "ภรรยาสามี แม่พ่อ ป้าลุง" การตั้งคำถามดังกล่าวเป็นการตั้งคำถามกับความหมายกับ "การมอบหมายบทบาทผู้นำให้แก่ผู้ชาย" ที่บรรจุอยู่ในภาษานั่นเอง

(2.2.4) ขั้นตอนการวิเคราะห์วัฒนธรรม/การสื่อสารตามแนวทางวัฒนธรรมศึกษา

หากกล่าวโดยทั่วไป เนื่องจากวัฒนธรรมศึกษากำลังเล่นอยู่กับ "เรื่องที่มีความหมาย" (Meaning object) ดังนั้นเครื่องมือการวิเคราะห์ที่สำคัญจึงเป็นวิธีการศึกษาที่เรียกว่า "วิธีการตีความแบบลุ่มลึก" (Depth-hermeneutic) และดังที่กล่าวมาแล้ว ความหมายของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ย่อมขึ้นกับบริบททางประวัติศาสตร์ของแต่ละสังคม เช่น ในยุคศตวรรษที่ 19 เมื่อแมรี คูรี สมัครไปเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยปารีสนั้น การไปเรียนในมหาวิทยาลัยเป็นการกระทำที่ลูกสาวของชนชั้นผู้ดีจะไม่กระทำเป็นอันขาดเพราะเป็นวัฒนธรรมแบบต่ำ ๆ ซึ่งแตกต่างจากบริบทสังคมในยุคปัจจุบัน ดังนั้น ขั้นตอนอย่างคร่าว ๆ ของการวิเคราะห์วัฒนธรรมและการสื่อสารจึงต้องประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ

(i) ขั้นตอนการทำการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์-สังคม (Social-historical Analysis) อันได้แก่ การศึกษาบริบทของสังคม การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันต่าง ๆ และที่สำคัญคือโครงสร้างการกระจายอำนาจในสังคม ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า บรรดาผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรม เช่น ผู้สร้างภาพยนตร์หรือผู้ผลิตละครโทรทัศน์ก็จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในสังคมนั้นมาใช้นั่นเอง ดังนั้น เมื่อละครโทรทัศน์จะสร้างละครของวัยรุ่นที่เป็นนักศึกษา โครงเรื่องก็จะเน้นแต่เรื่องรักๆใคร่ๆในมหาวิทยาลัยเท่านั้น โดยไม่ค่อยมีปมขัดแย้งเกี่ยวกับเรื่องเรียน เรื่องการเล่นกีฬา ความขัดแย้งทางการเมืองหรือฐานะชนชั้นมาปรากฏมากนัก เนื่องจากสภาพความเป็นจริงในสังคมเป็นเช่นนั้น ซึ่งจะแตกต่างจากภาพยนตร์โทรทัศน์ของคนกลุ่มเดียวกันในญี่ปุ่น เป็นต้น

สำหรับในกระบวนการของการสื่อสารนั้น ขั้นตอนนี้จะเป็นการศึกษากระบวนการผลิตและการกระจาย (process of production & diffusion) ที่ดำเนินอยู่ในบริบททางสังคม-ประวัติศาสตร์ และสภาพแวดล้อมของสถาบัน ตัวอย่างคำถามที่จะตั้งได้แก่

- เครือข่ายขององค์กรผู้ผลิตและผู้กระจายข่าวสารเป็นอย่างไรบ้าง

- แบบแผนการเป็นเจ้าของ (ownership) และระบบการควบคุม (control system) เป็นอย่างไร
- ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อกับหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบเรื่องการกำกับดูแลควบคุมเป็นอย่างไร
- เทคนิคและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและการแพร่กระจาย
- กระบวนการทำงานประจำวันเป็นอย่างไร
- เป้าหมายของผู้ผลิตและความคาดหวังปฏิกิริยาจากผู้ชมเป็นอย่างไร

ฯลฯ

(ii) **ขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา/วาทกรรม** (Discourse Analysis) เป้าหมายของการวิเคราะห์เนื้อหานั้นก็เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างและความสัมพันธ์ที่ปรากฏไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างการเล่าเรื่อง (Narrative structure) โครงสร้างการจัดวางภาพและเสียง สำหรับขั้นตอนนี้จะรวมไปถึงกระบวนการประกอบสร้างเนื้อหา (construction of message) ที่เกิดมาจากการเลือกใช้สัญญะที่มีอยู่ เช่น ทุกครั้งที่ต้องการจะสื่อความหมายถึงกลุ่มคนที่ยากจนและน่าสงสาร (เช่นรายการวงเวียนชีวิต) เพราะเหตุใดจึงต้องเลือกคนแก่/ผู้หญิง/ที่ไม่มีลูกหลาน/และต้องหาเลี้ยงตัวเอง/ทุกครั้งไป เป็นต้น ตัวอย่างของคำถามที่เราจะตั้งเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาอาจจะมีดังนี้ (ในกรณีของโทรทัศน์)

- การจัดเชื่อมโยง (syntax) สไตล์ ท่วงทำนอง (tone) ของภาษาที่ใช้เป็นอย่างไร
- การจัดวางภาพและเสียง/ข้อความเป็นอย่างไร
- การใช้มุมกล้อง สี แสง และลำดับของภาพ-เสียงเป็นอย่างไร
- โครงสร้างของการเล่าเรื่อง การให้ข้อโต้แย้งเป็นอย่างไร
- วิธีการเล่าเรื่องนั้นมีลักษณะปิดหรือเปิด (closed/open) เช่น มีการสรุปในตอนท้ายหรือปล่อยให้ผู้ชมคิดเอาเอง
- การใช้เทคนิคพิเศษต่าง ๆ
- ในแง่การประกอบเนื้อหา วิธีการที่จะผูกปมขัดแย้งเข้ากับเทคนิคการใช้อารมณ์ขัน เพศ และความรุนแรงเป็นอย่างไร
- นอกจากตัวรายการแล้ว วิธีการจัดผังรายการเพื่อเชื่อมโยงระหว่างรายการต่างๆ เป็นอย่างไร

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่จะนำมาใช้นั้นมีได้หลาย ๆ อย่างเช่น สัญญะวิทยา (Semiology) การเล่าเรื่อง (narrative) การวิเคราะห์วาทกรรม (discourse analysis)

หากผู้ศึกษาหยุดยั้งการวิเคราะห์อยู่ที่ระดับนี้ก็จะมีปัญหาว่า แม้ว่าจะเข้าใจโครงสร้างต่าง ๆ ของเนื้อหาว่าคืออะไร แต่ก็ไม่อาจจะตอบโต้ได้ว่า **เพราะเหตุใด** เนื้อหาของสื่อจึงเป็นเช่นนั้น ตัวอย่างเช่น งานการวิเคราะห์เนื้อหาของการโฆษณาเหล้าของไทย (ดู ณรงค์ศักดิ์, 2541) ผลการวิจัยจะไม่พบเลยว่า มีภาพของการใช้เหล้าในการบนบานศาลกล่าว (ทั้ง ๆ ที่เหล้าเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมดังกล่าว) หรือไม่ค่อยมีภาพการกินเหล้าระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายมากนัก โดยเฉพาะระหว่างสามี-ภรรยา เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น เพื่อการตอบคำถามดังกล่าว จึงจำเป็นต้องก้าวไปถึงขั้นตอนที่ 3

(iii) **ขั้นตอนของการเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างสังคมและโครงสร้างเนื้อหา** สำหรับในการวิเคราะห์วัฒนธรรมโดยทั่วๆไป ขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนที่เรียกว่า "การตีความ" (Interpretation) ซึ่งเป็นการค้นหาความเชื่อมโยงระหว่าง 2 ขั้นตอนแรกว่า มีความหมายอะไรบ้างที่อาจจะเป็นไปได้

สำหรับในเรื่องการวิเคราะห์ผลิตกรรมทางการสื่อสารนั้น ในขั้นตอนนี้จะหมายถึงการเปิดรับและการใช้สื่อ/สารของผู้รับสาร (Reception & appropriation of audience) วัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์มีแนวคิดว่า ผู้รับสารก็เป็นคนที่มีชีวิตอยู่ในระบบสังคมวัฒนธรรมแบบหนึ่ง ๆ (ซึ่งอาจจะเหมือน/ต่าง/คล้ายคลึงกับผู้สร้างสาร) ดังนั้น ผู้รับสารก็จะใช้ระบบวัฒนธรรมทั้งหมดเป็นกรอบในการตีความเนื้อหาสาร ตัวอย่างมากมายในด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น เมื่อมีการนำหนังการ์ตูนเรื่อง Donald Duck (เป็ดพูดได้) ไปฉายในแอฟริกา ชาวบ้านแอฟริกันต่างพากันเอาก้อนหินขว้างปาจอหนังเนื่องจากในวัฒนธรรมของแอฟริกัน สัตว์ที่พูดได้เป็นปีศาจที่แปลงตัวมาและต้องขับไล่ให้พ้นไป เป็นต้น

วัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์จะให้ความสำคัญกับขั้นตอนของการตีความของผู้รับสารอย่างมาก และแม้ว่า การวิเคราะห์ผู้รับสารจะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนที่มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรก แต่ทว่าความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมศึกษากับการศึกษาสื่อมวลชนจากแบบจำลอง Transmission และ Impact study นั้น มีอยู่ 2 ข้อใหญ่ ๆ คือ

- ในขณะที่ Transmission model สนใจว่าผู้รับสารสามารถถอดความหมายของข่าวสารได้ตรงกับความต้องการของผู้ส่งหรือไม่ (อาจเรียกว่าเป็น Sender-centered) ในทางตรงข้าม วัฒนธรรมศึกษาจะไม่สนใจที่จะตอบคำถามดังกล่าว หากทว่าจะให้ความสนใจว่า ผู้รับสารนั้นสร้างความหมายขึ้นมาได้อย่างไร เขาตีความอย่างไร ทำไมเขาจึงเข้าใจอย่างนั้น (อาจเรียกว่าเป็น Audience-centered) เช่น เมื่อผู้ชมละครโทรทัศน์ที่เป็นผู้หญิงดูละครเรื่อง "ล่า" ที่มีตัวเอกผู้หญิงลุกขึ้นมาตามฆ่ากลุ่มผู้ชายที่ข่มขืนลูกสาวของเธอ เพราะเหตุใดผู้ชมเหล่านี้จึงรู้สึกว่า "น่ากลัว" แต่เมื่อมีละครประเภทที่พระเอกตบตีหรือแม้แต่ข่มขืนนางเอก ทำไมผู้ชมเหล่านี้จึงรู้สึก

"พอใจ" เป็นต้น

● ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งก็คือ ในขณะที่ Transmission model จะสิ้นสุดการวิเคราะห์ผู้รับสารที่การรับรู้และตีความเนื้อหาสารเท่านั้น แต่วัฒนธรรมศึกษาจะสนใจการนำเอาเนื้อหาเหล่านี้ไปผูกพันเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวันของตัวเองอย่างไร เมื่อผู้ชมละครโทรทัศน์ที่มีสถานะเป็น "เมียหลวง" หรือเป็น "เมียน้อย" ชมละครเรื่อง "เมียหลวง" แล้ว พวกเธอได้นำเอาเนื้อหาดังกล่าวไปเชื่อมโยงกับชีวิตจริงของเธออย่างไร (รวมทั้งผู้ชายที่มีสถานะเช่นเดียวกับสามีในเรื่องด้วย)

ในทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ เมื่อนำมาประยุกต์กับการวิเคราะห์เรื่องสื่อมวลชน จะประกอบด้วย 3 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

◆ การวิเคราะห์ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ผลิต

◆ การวิเคราะห์ในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างสาร

◆ การวิเคราะห์ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสาร

มีข้อเสนอแนะว่า หากผู้ศึกษาต้องการที่จะทำความเข้าใจเรื่องกระบวนการสื่อสารอย่างแท้จริงแล้ว ควรจะศึกษาทั้ง 3 ขั้นตอนให้ครบ ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ของ Radway (1984) ได้แสดงให้เห็นว่า ในขณะที่ฝ่าย**ผู้ผลิต**ได้ตั้งใจที่จะสร้างความหมายในเนื้อหาสารให้เกี่ยวข้องกับเรื่องความรักแบบโรมานซ์ ในขณะที่**นักวิจัย**ได้วิเคราะห์อุดมการณ์ที่ครอบงำสตรีที่มีอยู่ในเนื้อหาของละคร แต่ทว่ากลุ่ม**ผู้รับสาร**ที่เป็นผู้หญิงคนงานกลับเลือกดูแต่ฉากการต่อสู้ทางชนชั้นที่มีอยู่ในละคร เป็นต้น การวิเคราะห์ให้ครบทั้ง 3 ขั้นตอน รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ส่วนนี้จะช่วยให้คำตอบได้ว่า ผลผลิตทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนในการช่วยธำรงรักษาระบบที่เป็นอยู่ หรือในทางตรงข้ามมีส่วนในการต่อต้านระบบที่เป็นอยู่อย่างไรบ้าง (สนใจดูการวิเคราะห์สื่อมวลชนครบทั้ง 3 กระบวนการของนักวิจัยไทย โปรดดู Hinviman, Somsuk, 1999)

3. คำว่า มวลชน/สังคมมวลชน/วัฒนธรรมมวลชน (Mass/Mass Society/Mass Culture)

ในการศึกษาเรื่อง "การสื่อสารมวลชน" (Mass Communication) นั้น จะมีคำที่พ่วงท้ายติดมาคือ คำว่า "มวลชน" ซึ่งหมายความว่า "การสื่อสารมวลชน" นั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารพิเศษรูปแบบหนึ่งที่แตกต่างจากการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งมาเกิดขึ้นเฉพาะในบริบทของ "สังคมมวลชน" ที่มีรูปแบบ "วัฒนธรรมมวลชน"

บรรดาคำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ "มวลชน" นั้น ล้วนมีชะตากรรมเช่นเดียวกับคำว่า "วัฒนธรรม" ที่ได้กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ นอกจากจะมีความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning) ที่อาจยอมรับร่วมกันได้ในระดับหนึ่งแล้ว ก็ยังมีความหมายโดยนัย (Connotative meaning) ที่เป็นเชิงประเมินผล (Evaluative sense) เช่นชื่นชม ดูแคลน วิจารณ์ต่อคำว่า "มวลชน" ในที่นี้ เราจึงจะสำรวจความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับคำว่า "มวลชน" ทั้งความหมายทั่วไปและความหมายเชิงประเมินค่าที่จะเป็นพื้นฐานสำหรับทำความเข้าใจแนวคิดของนักวิชาการสำนักต่าง ๆ ในตอนต่อไป

(3.1) มวลชน (Mass)

(ก) การนิยามแบบกลาง ๆ

คำว่า "มวลชน" ในความหมายกลาง ๆ และที่ตกลงร่วมกันได้ก็คือ ลักษณะในเชิงปริมาณที่ว่า มวลชนหมายถึง กลุ่มคนที่มีปริมาณจำนวนมาก และเพื่อให้เข้าใจถึงความหมายที่เป็นกลาง ๆ ของมวลชนนี้ Blumler (1939) ได้เปรียบเทียบคำว่า "mass" กับคำอื่น ๆ ที่มีมาก่อนหน้านี้ คือ group/crowd/public โดยใช้เกณฑ์เปรียบเทียบต่าง ๆ กัน เช่น ขนาด เป้าหมาย โครงสร้าง เวลา/สถานที่ และสำนัก ดังนี้

- **group** (กลุ่ม) : ในแง่ขนาดแล้ว "กลุ่ม" มีปริมาณคนน้อยกว่าคำอื่น ๆ ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป ความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มจะใกล้ชิดกว่าในคำอื่น ๆ โดยมีโครงสร้างของกลุ่ม เช่น (ใครเป็นหัวหน้า ใครเป็นลูกน้อง) โดยสมาชิกของกลุ่มจะรู้จักกัน จะตระหนักถึงสภาวะของการมีส่วนร่วมในแง่การเป็นสมาชิกของกลุ่ม มีการกำหนดเวลา/สถานที่ที่จะพบปะกัน และมักจะมีค่านิยม/เป้าหมายร่วมกัน

- **crowd (ฝูงชน)** : ในแง่ขนาดแล้วอาจจะใหญ่กว่า "กลุ่ม" เป็นการรวมกลุ่มในช่วงเวลาหนึ่งอย่างชั่วคราวภายในสถานที่เดียวกัน แต่สมาชิกไม่ได้มีภูมิหลังร่วมกัน แม้ว่าผู้ที่มารวมกันเป็นฝูงชนอาจจะมีอารมณ์ร่วมกัน แต่การรวมกลุ่มนั้นไม่ได้มีโครงสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นอน

- **public (สาธารณะ)** : มีขนาดใหญ่กว่าการรวมกลุ่ม 2 ประเภทที่กล่าวมา ในแง่สถานที่แล้วอาจมีลักษณะกระจัดกระจาย แต่ทว่ามีความต่อเนื่องคงทนในแง่กาลเวลา สมาชิกมีสำนึกร่วมกันว่า การรวมตัวนั้นมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์บางอย่างร่วมกัน ลักษณะการรวมกลุ่มแบบ public นี้มีความจำเป็นต่อระบบประชาธิปไตย

- **mass (มวลชน)** : เมื่อเปรียบเทียบในเชิงปริมาณคือในแง่ขนาด mass จะประกอบด้วยกลุ่มคนจำนวนมากกว่าการรวมตัว 3 แบบที่กล่าวมาข้างต้น แต่ทว่าในเชิงคุณภาพ

กลุ่มคนเหล่านี้จะอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย ไม่รู้จักกันและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันน้อย รวมทั้งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างหลากหลาย การรวมกลุ่มของบุคคลเหล่านี้จะเกิดขึ้นเนื่องจากมีความสนใจในเรื่องหรือประเด็นบางอย่างร่วมกัน อย่างไรก็ตาม คนในกลุ่มก็มีสำนึกน้อยมากในแง่การเป็นกลุ่ม กลุ่ม mass นี้ก็คือ กลุ่มผู้รับสารของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในสังคมสมัยใหม่นี้เอง

นอกเหนือจากการให้คำนิยามของ "Mass" ในแง่ของกลุ่มคนดังกล่าวแล้ว มีนักวิชาการบางท่านที่มีทัศนะแตกต่างออกไป เช่น G. Gerbner (1967) ที่ไม่ค่อยใช้คำว่า "mass" ในความหมายของการรวมตัวของบุคคล แต่มักจะหมายความถึง "การเคลื่อนไหวของข่าวสาร" (Movement of message) Gerbner เสนอว่า จุดเปลี่ยนที่สำคัญในประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนก็คือ การสามารถเชื่อมโยง "mass" เข้ากับกระบวนการผลิตและการแพร่กระจาย ซึ่งทำให้ "เนื้อหาสารเฉพาะหนึ่ง ๆ (message) กลายเป็น "ข่าวสารสาธารณะ" (public message) เช่น เรื่องราวส่วนตัวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศของประธานาธิบดีคลินตันสามารถเคลื่อนไหวกลายเป็นเรื่องราวสาธารณะที่รู้กันไปทั่วโลก ซึ่งกระบวนการเคลื่อนไหวเช่นนี้ยังไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ และเพิ่งจะมาเป็นไปได้ในยุคอุตสาหกรรมนี้เอง

ส่วน J.B. Thompson (1995) ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการใช้คำ "มวลชน" ในเรื่องของการสื่อสารมวลชนว่า มีลักษณะลวงตาให้เข้าใจผิดพอสมควร กล่าวคือ เมื่อใช้คำว่า "การสื่อสารสำหรับ/ของมวลชนนั้น "มวลชน" ในที่นี้หมายความถึงแต่ "ฝ่ายผู้รับสาร" เท่านั้น หากแต่มิได้หมายความรวมไปถึง "ฝ่ายผู้ส่ง" ด้วย เพราะกลุ่มคนที่เป็นผู้ผลิตข่าวสารของสื่อมวลชนนั้นยังเป็นเพียงกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น ดังนั้น คำนิยามที่ใกล้เคียงความจริงมากที่สุดของ "การสื่อสารมวลชน" จึงต้องเป็น "การส่งข่าวสารจากฝ่ายผู้ผลิตสารกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งไปยังมวลชนผู้รับสาร"

(ข) การนิยามเชิงประเมินค่า

McQuail (1987) และ Swingewood (1977) ประมวลทัศนะที่มีต่อ "มวลชน" ในแง่ของการประเมินค่าที่มีทั้งด้านบวกและลบ อันเนื่องจากเหตุผลต่างๆ กันดังนี้

- **ทัศนะจากกลุ่ม** Elitist เนื่องจากกลุ่มชนชั้นนำนี้มีวัฒนธรรมแบบชั้นสูง (high culture) ดังนั้น ทัศนะที่มอง "mass" (ซึ่งมีค่าเท่ากับคำว่า "mob") จึงหมายถึงคนที่มารวมกันมากๆ ในส่วนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้ว "mass" คือกลุ่มคนที่ขาดวัฒนธรรม สติปัญญา ความเฉลียวฉลาด สุนทรียะ รวมทั้งตกต่ำทางจริยธรรมด้วย

- **ทัศนะจากกลุ่ม** Liberal-Pluralism เนื่องจากจุดยืนทางการเมืองของคนกลุ่มนี้เป็นพวกชนชั้นกลางที่ต่อต้านกลุ่ม Elitist เดิม (เจ้า-ขุนนาง) และเชื่อถือในระบบประชาธิปไตย ดังนั้นกลุ่มนี้จึงชื่นชม "mass" ในแง่ของปริมาณ เพราะสังคมที่ดีต้องประกอบด้วยมหาชน อย่างไรก็ตาม

นักคิดกลุ่มนี้ เช่น J.S.Mill หรือ A. de Tocqueville ก็เห็นว่า มวลชนนั้นยังขาดคุณสมบัติที่ดีในเชิงคุณภาพ และคาดหวังว่าสถาบันสำคัญของสังคม 2 สถาบันคือ สถาบันการศึกษาและสื่อมวลชน จะทำหน้าที่ยกระดับวัฒนธรรมของมวลชนให้สูงขึ้น

● **กลุ่มสังคมนิยม** กลุ่มนี้จะมอง "มวลชน" ไปทางบวกอย่างยิ่ง เนื่องจากแนวทางการเมืองของกลุ่มสังคมนิยมคือการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยพลังของมวลชน คำว่า "มวลชน" ในทัศนะของกลุ่มสังคมนิยมจึงหมายความถึงกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่อยู่ระดับล่างของสังคม ผู้มีความปรารถนาจะสร้างสังคมที่ดีกว่าปัจจุบัน ผู้มีวัฒนธรรมอันดีงาม เช่น มีความสามัคคี เอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ เสียสละ และมีวัฒนธรรมของการรวมตัวอย่างเข้มแข็ง

● **กลุ่มสำนักแฟรงค์เฟิร์ต** (Frankfurt) จากประสบการณ์ของการเผยแผ่ขยายลัทธินาซีของฮิตเลอร์ในเยอรมันที่สามารถครอบงำมวลชนเยอรมันได้โดยอาศัยสื่อมวลชน ทำให้นักคิดในสำนักแฟรงค์เฟิร์ตสรุปว่า "mass นั้นมีลักษณะรวมกันแบบฝูงแกะ คือเป็นปัจเจกที่มากอง ๆ รวมกันเท่านั้นโดยไม่มีสายใยสัมพันธ์ต่อกัน (social bond)" และเช่นเดียวกับฝูงแกะคือจะถูกหลอกได้ง่าย ครอบงำได้ง่าย และในแง่วัฒนธรรมแล้วก็มีรสนิยมแบบต่ำ ๆ (มีผู้วิจารณ์ว่า แม้ว่าสำนักแฟรงค์เฟิร์ตจะมีจุดยืนทางการเมืองแบบฝ่ายซ้าย แต่ในแง่มุมวัฒนธรรมแล้ว กลับใช้มุมมองแบบเดียวกับกลุ่ม Elitist)

(3.2) สังคมมวลชน (Mass Society)

(ก) สังคมมวลชน : จากทัศนะแบบกลาง ๆ

O. Boyd-Barrett (1995) พรรณนาลักษณะของสังคมมวลชนเอาไว้อย่างเป็นกลาง ๆ ว่า สังคมมวลชนที่เริ่มเกิดขึ้นในทวีปยุโรปในช่วงศตวรรษที่ 16-17 นั้น เกิดมาจากกระบวนการอุตสาหกรรม (Industrialization) การทำให้เป็นเมือง (Urbanisation) ซึ่งมีผลทำให้สภาพแบบเกษตรกรรมของชนบทสูญหายไป รวมทั้งลักษณะครอบครัวและชุมชนและที่สำคัญคือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สั่งสมมายาวนานด้วย สภาพดังกล่าวทำให้ "คนกลุ่มใหม่" ที่ไร้ราก (ไม่มีภูมิลำเนาที่แน่นอน) ดำรงชีพด้วยการขายแรงงาน เคลื่อนย้ายไปตามเมืองต่าง ๆ ตามจังหวะของการเคลื่อนย้ายของโรงงานอุตสาหกรรม ในหมู่พวกเขาไม่มีสายสัมพันธ์ใด ๆ ผูกพันต่อกัน ปัจเจกแต่ละคนต่างขึ้นต่ออำนาจของทุนและรัฐอย่างสมบูรณ์แบบ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่พวกเขาได้เพิ่มขึ้นมากกว่าคนชนบทแบบเดิม และดูเหมือนจะเป็นรางวัลชดเชยปลอบใจสิ่งที่สูญเสียไปก็คือ การมีสินค้าเครื่องใช้ต่าง ๆ มากขึ้น รวมทั้งการมีผลงานความบันเทิงจากสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น หนัง เพลง ฯลฯ ถ้าหากเขามีอำนาจการซื้อ/มีเงินที่จะจ่ายสำหรับสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodities) เหล่านี้ และเมื่อพวกเขาเสพหรือใช้ผลผลิตทางวัฒนธรรมจากสื่อมวลชนก็ยิ่งเท่ากับพวกเขาได้ผูกมัดตัวเองให้อยู่กับระบบสังคมแบบมวลชนที่เน้น "ความเป็นปัจเจก" และเน้น

"การแข่งขันอย่างเสรีเพื่อผลิตและบริโภคสิ่งของ" ให้เหนียวแน่นขึ้นทุกที

(ข) สังคมมวลชน : ทัศนะจากด้านบวก

ทัศนะที่เป็นบวกหรือลบต่อสังคมมวลชนนี้ก็ขึ้นอยู่กับว่า นักวิชาการสำนักต่าง ๆ มีทัศนะต่อ "มวลชน" อย่างไรนั่นเอง เช่น ทัศนะที่มอง "สังคมมวลชน" ในด้านบวกของนักคิดสายเสรีนิยม-พหุนิยม (Liberal Pluralism) เช่น E. Shils (1995) ที่มองว่า สังคมมวลชนนั้นนับเป็นจุดเปลี่ยนทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติไปในทางที่ดี เนื่องจากในสังคมแบบนี้เท่านั้นที่มวลชนจะถูกผนวกเข้ามามีส่วนร่วมในสังคม บรรดาศูนย์กลางของสังคม สถาบันกลางและค่านิยมร่วมที่ทำหน้าที่นำทางสถาบันต่างๆ จะขยายขอบเขตออกไป ประชาชนส่วนใหญ่จะเข้ามาใกล้กับศูนย์กลางของสังคมมากกว่าในครั้งอดีต "ความเป็นชาติ" จะเชื่อมโยงผู้คนที่เคยถูกแบ่งแยกจากเกณฑ์เดิม ๆ เช่น เครือญาติวงศ์ตระกูล ชั้นวรรณะหรือศาสนาให้เข้ามาอยู่ภายใต้ร่มธงชาติเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการใช้ภาษาเดียวร่วมกัน ก็จะยิ่งทำให้ประชาชนรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ที่สำคัญก็คือจะทำให้คนทุกคนรู้สึกถึง "ความเป็นพลเมือง" ที่สามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของสังคม ในสังคมเช่นนี้ ความสูงส่งและอำนาจศักดิ์สิทธิ์ของชนชั้นสูงจะค่อย ๆ สลายไป รวมทั้งธรรมเนียมประเพณีแบบเดิมๆ ทำให้คนทุกคนเกิดความรู้สึกถึงศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิในความเป็นปัจเจกบุคคลของตนเอง แม้แต่กลุ่มที่อยู่ชั้นล่างของสังคม เช่น กลุ่มผู้หญิงหรือชนชาติส่วนน้อย

(ค) สังคมมวลชน : ทัศนะจากด้านลบ

ในที่นี้จะเสนอตัวอย่างของนักคิด 2 กลุ่มที่อาจถือได้ว่ามีจุดยืนทางการเมืองแบบฝ่ายซ้าย แต่ทว่าก็มีทัศนะต่อสังคมมวลชนที่แตกต่างไปจากกลุ่มสังคมนิยม คือ

- C. Wright Mills (1956) เป็นนักวิชาการชาวอเมริกัน อันเป็นดินแดนที่ความเชื่อเรื่องเสรีนิยม-พหุนิยมเป็นกระแสหลัก แต่ C. Wright Mills ได้ทำวิจัยที่พิสูจน์ว่า แม้แต่ในสังคมอเมริกันเองที่เชื่อว่าเป็นสังคมมวลชนที่คนทุกคนมีอำนาจเข้าถึงสถาบันต่าง ๆ ได้นั้น แท้จริงแล้วคงมีคนกลุ่มน้อยเพียงหยิบมือเดียวเท่านั้นที่อยู่เบื้องบนและชักใยทิศทางของสังคมอยู่ (ปรากฏในหนังสือชื่อ The Power Elite)

C.W. Mills กล่าวถึงสังคมมวลชนว่า เป็นสังคมที่กลุ่มชนชั้นนำมีอำนาจ (power elite) ต่างรวมหัวกัน (คนกลุ่มนี้ได้แก่นายทหารระดับสูง นักอุตสาหกรรมและนักการเมือง)ทำการครอบงำมวลชนเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มพวกตนโดยอาศัยกลไกด้านประชาธิปไตยต่าง ๆ เช่น การเลือกตั้ง การรวมกลุ่มผลประโยชน์ ฯลฯ Mills กล่าวว่า สังคมเช่นนี้มีความขัดแย้งที่แฝงอยู่เป็นเนื้อในของสังคมอยู่แล้ว จึงไม่น่าแปลกใจว่า เป็นสังคมที่ต้องมีความวุ่นวายปะทุขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา

- **ทัศนะของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นักคิดในสำนักนี้มองดู "มวลชน" ในลักษณะด้านลบด้านเดียว ดังนั้น สังคมมวลชนในทัศนะของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตจึงเป็นสังคมที่ประกอบด้วยมวลชนที่มีลักษณะอ่อนแอ ไม่มีพลังที่จะต่อต้านการครอบงำ จึงเป็นไปในทำนองเดียวกับทฤษฎีกระสุนปืนหรือเข็มฉีดยา (Magic bullet/ Hypodermic Needle theory) นั่นเอง

(3.3) วัฒนธรรมมวลชน (Mass culture)

วัฒนธรรมมวลชนก็คือ ลักษณะวัฒนธรรมส่วนใหญ่ของสังคมมวลชนนั่นเอง เพื่อให้มองเห็นภาพของวัฒนธรรมมวลชนให้ชัดเจนนั้น McQuail (1987) ได้นำเอาคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัฒนธรรมมวลชนมาเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมแบบอื่น ๆ ที่มีมาก่อนหน้านั้น ตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

(ก) ระดับและประเภทของความเป็นสถาบัน

- วัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) → จะต้องได้รับการยอมรับ การปกป้องและการส่งเสริมจากองค์กรทางสังคมที่เป็นทางการ และจะต้องมีคุณค่าชั้นสูงทางสังคม
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน → ในอดีต มักเป็นวัฒนธรรมที่ถูกมองข้ามหรือปล่อยปละละเลย แต่ปัจจุบันเริ่มมีความสนใจและเริ่มได้รับการปกป้องจากทางการ
- วัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) → เป็นเรื่องของสื่อ และตลาด

(ข) ประเภทขององค์กรผู้ผลิต

- วัฒนธรรมชั้นสูง - ไม่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ มักผลิตมาเพียงชิ้นเดียวหรือทำเพื่อกลุ่มคนพิเศษเฉพาะ ๆ ในสังคม
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน - มีการผลิตซ้ำแต่เหมือน ๆ กัน การออกแบบทำตามแบบประเพณี มักผลิตด้วยมือ ตลาดไม่ใช่เรื่องสำคัญ
- วัฒนธรรมมวลชน - เป็นผลผลิตจำนวนมากสำหรับตลาดขนาดใหญ่ ๆ ใช้เทคโนโลยีและมีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ

(ค) เนื้อหา/ความหมาย

- วัฒนธรรมชั้นสูง - มีความลุ่มลึกคลุมเครือ มีความเป็นอมตะ
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน - ผู้ผลิตมักไม่ค่อยได้คิดถึงความหมายหรือเป้าหมาย อาจจะมีความชัดเจนหรือคลุมเครือ อาจจะมีการประดิดประดอยหรือทำมาใช้ในพิธีกรรม ไม่มีลักษณะเป็นสากล แต่มีความยืนยาวในแง่กาลเวลา

- วัฒนธรรมมวลชน - มีลักษณะฉาบฉวย ชัดเจนไม่คลุมเครือลุ่มลึก เอาใจตลาด มีลักษณะสากลและอยู่แค่ชั่วครู่ชั่วยาม

(ง) ผู้รับสาร

- วัฒนธรรมชั้นสูง - ค่อนข้างเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ได้รับการฝึกอบรมหรือได้รับการศึกษาเป็นผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน - สมาชิกผู้รับสารทุกคนอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน แต่ก็มักเป็นกลุ่มเฉพาะเล็กๆ
- วัฒนธรรมมวลชน - โดยหลักการแล้ว มุ่งนำเสนอแก่ผู้รับสารทุกคน แต่ในทางปฏิบัติอาจจะมีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ตามลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน

(จ) เป้าหมายของการใช้/ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

- วัฒนธรรมชั้นสูง - เพื่อจะขยายหรือสร้างประสบการณ์ที่ลุ่มลึกมากขึ้น ให้ความพึงพอใจด้านปัญญา หรือเพื่อความมีชื่อเสียง
- วัฒนธรรมพื้นบ้าน - เพื่อความต่อเนื่องของชุมชน เพื่อประเพณี เพื่อความสามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของชุมชน
- วัฒนธรรมมวลชน - เพื่อตอบสนองความพอใจอย่างฉับพลันทันที เพื่อหนีไปจากความซ้ำซากในชีวิตประจำวัน

4. คำว่า "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry)

(4.1) ทัศนะของ Adorno & Horkheimer

ผู้ที่เริ่มการวิเคราะห์วัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน และเป็นผู้สร้างคำว่า "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" นั้นได้แก่ นักคิดชาวเยอรมัน (ยิว) แห่งสำนักแฟรงค์เฟิร์ต คือ T. Adorno & M. Horkheimer (1995) ที่เปิดตัวแนวคิดดังกล่าวในบทความชื่อ "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" ซึ่งตีพิมพ์เมื่อกลางปีค.ศ.1940 และยังคงได้รับการอ้างอิงมาจนกระทั่งทุกวันนี้

เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับที่มาของแนวคิดดังกล่าว จำเป็นต้องเข้าใจบริบททางสังคมในช่วงเวลาที่แนวคิดดังกล่าวก่อตัวขึ้นมา นักคิดทั้ง 2 ท่านเขียนบทความดังกล่าวในช่วงบรรยากาศของสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งฮิตเลอร์สามารถควบคุมกระบวนการผลิตวัฒนธรรมของสังคมได้เกือบทั้งหมด (และเมื่อนักคิดกลุ่มนี้ซึ่งเป็นชาวยิวอพยพหนีการล่าของนาซีมายังอเมริกา ก็พบว่า มีบรรยากาศไม่แตกต่างกันนัก แต่ทว่าในสหรัฐมีลักษณะซ่อนเร้นมากกว่า) นาซีเยอรมันได้ใช้วัฒนธรรมทุกชนิดเป็นเครื่องมือในการครอบงำความคิดของประชาชนเยอรมัน (หากเรายังคงจำ

ฉากหนึ่งในภาพยนตร์ เรื่อง Schindler's List ก็คงจำได้ว่า หลังจากกราดยิงชาวยิวล้มตายไปอย่างบ้าระห่ำแล้ว ทหารเยอรมันก็กลับมานั่งดีดเปียโนเพลงของบีโธเฟนอย่างมีสุนทรียะ)

ภายใต้บริบททางสังคมดังกล่าว Adorno และ Horkheimer ได้วิเคราะห์วัฒนธรรมที่มีอยู่ขณะนั้นว่ากำลังตกอยู่ใน "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" ซึ่งมีคุณลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้

(i) นักคิดทั้งสองท่านวิพากษ์สังคมที่มีอยู่ในขณะนั้นว่า ได้สูญเสียความสามารถที่จะหล่อเลี้ยงความมีเสรีภาพอันแท้จริง (true freedom) ความเป็นเอกบุคคล (Individuality) และการเป็นตัวแทนของสภาพเป็นจริง (representation of reality) ทั้งนี้สาเหตุหลักเนื่องมาจากกระบวนการผลิตวัฒนธรรมนั้นได้เคลื่อนย้ายจาก**เวทีศิลปะ** (Artist stage) ที่ต้องอาศัยความพยายามของศิลปินผู้เป็นปัจเจกบุคคลสร้างสรรค์งานขึ้นมา และการผลิตงานวัฒนธรรมนั้นไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องการลงทุน/การขาย/และการเก็งกำไร (เช่นเมื่อสุนทรภู่ต้องการแต่ง "พระอภัยมณี" ก็ไม่จำเป็นต้องหานายทุนเจ้าของสำนักพิมพ์) มาสู่**เวทีของอุตสาหกรรม** (Industry stage) ที่ต้องใช้หลักการของอุตสาหกรรมและทุนนิยม ผู้ผลิตจึงอาจจะไม่สำคัญเท่าเจ้าของทุนหรือเจ้าของอุตสาหกรรม

(ii) อำนาจของระบบทุนนิยมในอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนี้ ได้รวมศูนย์ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งชีวิตการทำงานและชีวิตการพักผ่อนบันเทิงให้เข้ามาอยู่ในระบบอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นระดับจุลภาค/มหภาค/ขั้นตอนการผลิต การกระจาย หรือการบริโภค ดังนั้น ทั้งฝ่ายผู้ผลิตและผู้บริโภคก็จะไม่แตกแถวออกไปจากกฎของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนี้ เช่น หากผู้สร้างภาพยนตร์เรื่อง "Anna and the King" คิดว่าการเติมบทที่ว่ารัชกาลที่ 4 มีลูกแฝด 2 คน จะช่วยให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมมากขึ้น เนื่องจาก "ฝาแฝดสยามอิน-จัน" เป็นที่รู้จักกันอย่างดี เขาก็จะทำทันที เป็นต้น

(iii) จากอิทธิพลของระบบทุนนิยมที่จะไม่ผลิตอะไรหากไม่สร้างผลกำไรที่น่าพอใจกลับคืนมา ระบบการสร้างวัฒนธรรมเช่นนี้ จึงต้องขึ้นอยู่กับระบบเศรษฐกิจ sector อื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมไฟฟ้า อุตสาหกรรมน้ำมัน อุตสาหกรรมเหล็ก ฯลฯ และตัวระบบวัฒนธรรมเองก็สามารถเรียกตัวเองได้อย่างเต็มปากว่าเป็น "อุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง" ดังเช่น คำว่า "อุตสาหกรรมความบันเทิง" "ตลาดเพลง" "อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด" กระบวนการสร้างหนังเรื่องหนึ่งจึงไม่แตกต่างไปจากกระบวนการผลิตรถยนต์คันหนึ่ง และในกรณีส่วนใหญ่ การวัดคุณค่าของความเป็นอิสระหรือสุนทรียะ มักจะขึ้นอยู่กับตัวเลขกำไรขาดทุนมากกว่าจากตัวผลงานเอง ดังนั้นตรรกะของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมจึงเปลี่ยนจากเดิมที่ว่า "เพราะ Titanic เป็นภาพยนตร์ที่มีคุณค่าทางศิลปะ จึงทำกำไรได้ดีจากการฉาย" มาเป็น "เพราะ Titanic ทำกำไรได้จากการฉาย จึงเป็นภาพยนตร์ชั้นดีมีศิลปะ" นอกจากนั้นเรื่องคุณประโยชน์ที่ผลงานดังกล่าวจะมีต่อสังคม

(Social Utility) ก็ไม่จำเป็นต้องไปพูดถึง

(iv) นักวิชาการบางท่านได้เพิ่มเติมมุมมองของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมว่า มีบทบาทของความเจริญทางเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจากต้องมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในระดับสูงพอจะทำให้เกิดการผลิตซ้ำ (Reproduction) จำนวนมาก ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคขนาดใหญ่ให้เพียงพอ ในการนี้ ฝ่ายผู้ผลิตต้องมีการวางแผนจัดระบบมวลชนให้ดีโดยต้องเหลือบตาดูความต้องการของผู้บริโภควัฒนธรรมทุกกลุ่ม ดังนั้น ในละครโทรทัศน์ของไทยจึงมีทั้งตัวละครเด็ก/ผู้ใหญ่/คนชรา ทั้งผู้หญิง/ผู้ชาย ทั้งคนรวย/คนฐานะปานกลาง/คนจน ฯลฯ เพื่อเอาใจผู้ชมทุกกลุ่ม (ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น "วัฒนธรรมแบบซูเปอร์มาร์เก็ต") เพื่อไม่ให้มีผู้ชมกลุ่มใดเกิดความรู้สึกต่อต้านเนื่องจากหลุดหายไปจากเวที

(v) สำหรับลักษณะของผลงานวัฒนธรรมที่ถูกผลิตมาจากอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมแบบนี้ จะมีลักษณะ "ปลอดภัย/ไม่มีพิษภัย" (แบบเด็กดูได้ผู้ใหญ่ดูดีเป็นส่วนใหญ่) และมีลักษณะเป็นมาตรฐานอย่างเดียวกันหมด (standardization) ดังนั้นไม่ว่าจะเป็น "ดาวพระศุกร์/ Pretty Women/ Notting Hill/ ก็จะมีลักษณะโรมานซ์แบบเดียวกัน จนกระทั่งบางครั้งอาจจะถึงขั้น "เหมือนกัน" เลย ตัวอย่างเช่น เสียงของนักร้อง หน้าตาของนักแสดง รวมทั้งวิธีการผูกเรื่องราว Adorno กล่าวเปรียบเทียบว่า เวลาที่มีผู้เชี่ยวชาญมาทำการเปรียบเทียบดูลักษณะต่าง ๆ ของรถหลาย ๆ แบบเพื่อให้ดูเสมือนว่า มีอยู่หลายแบบและมีทางเลือกหลาย ๆ อย่างนั้น แท้จริงแล้วความแตกต่างกันก็อยู่เพียงแค่ขนาดของกระบอกสูบ ความกว้างของเบาะหลัง ขนาดของวาล์ว ฯลฯ เล็ก ๆ น้อย ๆ เท่านั้น

ลักษณะที่เป็นมาตรฐานนี้ ทำให้ผลงานในอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมไม่เลือกที่จะสุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง แต่เลือกที่จะเป็นภาพตัวแทนของ "ชีวิตแบบเฉลี่ย/ปานกลาง" (Average life)

(vi) ในส่วนที่เกี่ยวกับ "style" (ท่วงทำนอง/ลีลา) ในขณะที่ศิลปะชั้นสูงขั้นสุดยอดทั้งหลายมักจะใช้ท่วงทำนอง "ครุ่นคิดสงสัย/ตั้งคำถาม/ไตร่ตรอง/วิพากษ์วิจารณ์" ความเป็นจริงที่ดำรงอยู่ ทั้งนี้เพื่อก้าวข้ามให้พ้นไปจากความลวงของสภาพความเป็นจริงที่กักขังเราอยู่ เช่น ประโยคเด็ดของเช็คสเปียร์ที่ว่า "To be or not to be, that is the question" หรือพุทธภาษิตที่ว่า "ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์" อันมีลักษณะทางปรัชญาที่เรียกว่า "การปฏิเสธตนเอง" (Self-negation) แต่ทว่าผลงานของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมนั้นกลับค้อมหัวให้กับความเป็นไปของโลก พยายามพูด/ทำ/คิดให้เหมือนคนอื่น ๆ เพื่อรักษามาตรฐานเอาไว้ในระดับเดียวกัน ดังนั้น "ท่วงทำนอง" แบบเลียนแบบจึงเป็นรูปแบบสูงสุดและยอดนิยมของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม Adorno กล่าวว่าอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมทำลายทั้ง "ลักษณะจริงจังของวัฒนธรรมชั้นสูง" และ "ลักษณะ

กบฏของวัฒนธรรมชั้นล่าง" ให้หมดไป จนกลายเป็น "วัฒนธรรมแบบเชื่อง ๆ" เท่านั้น

(vii) อุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมประสบความสำเร็จในการทำให้ "ชีวิต" (life) และ "ศิลปะ" (Art) ไม่แบ่งแยกกันอีกต่อไป แต่ก่อนนั้น ความไม่สมบูรณ์ของเทคโนโลยีทำให้ผู้ชมภาพยนตร์รู้สึกตัวเองว่า "นี่เป็นหนัง/ละคร" จึงสามารถที่จะ "ดูละครแล้วย้อนมาดูตัวได้" เพราะชีวิตจริงกับละครยังแยกกันอยู่ แต่ในยุคอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม "ชีวิตจริง" แยกไม่ออกจาก "หนัง" แล้ว เวลาที่เรานั่งดูหนัง ความสมจริงทางการผลิตทำให้หนังกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตจริงของเรา หนังที่มีเสียงทำให้ไม่มีช่องว่างสำหรับจินตนาการและการตั้งสติเพื่อพิจารณาไตร่ตรองจากฝ่ายคนดูที่ไม่สามารถมีปฏิกิริยาโต้กลับไปได้ เมื่อปราศจากจินตนาการและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มนุษย์ก็เท่ากับถูกทำลาย "ส่วนที่เป็นลักษณะเฉพาะของมนุษย์" (dehumanized) ไปแล้ว

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อกล่าวถึงสื่อตัวใหม่ล่าสุด คือ โทรทัศน์ (ในยุคของ Adorno โทรทัศน์กำลังเพิ่งจะเริ่มก่อตัวขึ้นมา) Adorno กล่าวถึงโทรทัศน์ว่า เป็นสื่อที่ผสมผสานระหว่างภาพยนตร์กับวิทยุเข้าด้วยกัน สื่อตัวนี้ได้บุกเข้าถึงชีวิตของผู้คนจนถึงห้องนอนและก้นบึ้งของจิตใจ เนื่องจากองค์ประกอบของสื่อที่ระดมเอาภาพ อักษร เสียง เพลง ซึ่งมีอานุภาพทั้งต่อด้านภูมิปัญญาและห้วงอารมณ์ของผู้คน แต่เนื่องจากโทรทัศน์เป็นผลผลิตของอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม ดังนั้น มันจึงจะมีผลต่อการสร้างความยากจนให้แก่ศิลปะอย่างมหาศาล ตัวอย่างเช่น การตัดตอนเพลงซิมโฟนีทั้งเพลงของบีโธเฟนมาเป็นท่อนสั้น ๆ ไม่กี่วินาทีเพื่อเสริมการโฆษณาเบียร์ การนำเอานวนิยายอมตะของตอลสตอยมาทำเป็นหนังการ์ตูน ความรักถูกทำให้เป็นเรื่องโรมานซ์ ความสนุกสนานกลายเป็นยาอายุวัฒนะ ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของมวลชน หรืออาจกล่าวให้ง่าย ๆ ว่า ในขณะที่ “ศิลปะ” นั้นเอื้อมไปยกมวลชนให้สูงขึ้น “สื่อมวลชน” กลับโน้มตัวลงไปให้ต่ำเท่ากับมวลชน ในขณะที่วัฒนธรรมชั้นสูงมุ่งไปสู่ "การข้ามพ้น" (transcendent) สื่อมวลชนกลับตรึงมวลชนให้อยู่กับ "ที่นี่และเดี๋ยวนี้" (here & now)

(viii) ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสาร เสรีภาพและความรู้สึกที่จะต่อต้านปฏิเสธระบบของผู้รับสารจะเหือดหายไปเนื่องจากลักษณะธรรมชาติของตัวสื่อ Adorno ชี้ให้เห็นว่า เมื่อเราอยู่ในขั้นตอนของการใช้โทรศัพท์นั้น มนุษย์เรามีเสรีภาพและมีช่องว่างที่จะสร้างสรรค์การสื่อสารของตนเอง แต่เมื่อวิทยุมาถึง ผู้รับสารก็หมดโอกาสนั้นเสียแล้ว ประชาชนทุกคนไม่ว่าจะมีฐานะอะไร ก็จะมีความเป็นประชาธิปไตยเหมือนกันหมด คือเป็นฝ่ายฟังวิทยุอยู่ฝ่ายเดียว

ผู้รับสารที่ถูกครอบงำอย่างเบ็ดเสร็จเรียบร้อยแล้วจากอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมแบบนี้จะเหมือนกับคนที่ใช้ยาเสพติด ซึ่งในที่สุดแล้ว ก็จะบอกตัวเองว่า ตนเองชื่นชอบรูปแบบผลผลิตทางวัฒนธรรมเช่นนี้เหมือนกัน “ความเป็นปัจเจกบุคคลที่แท้จริง" จะหายไป เนื่องจากทุก

คนถูกทำให้เป็นมาตรฐาน (ใส่เสื้อสายเดี่ยวเหมือนๆกันในยุคสมัยหนึ่ง) แต่ทุกคนกลับคิดว่าตนเองมีความเป็นหนึ่งเดียวที่เรียกว่า "ความเป็นปัจเจกแบบปลอม ๆ" (Pseudo Individuality) และในสายตาของฝ่ายเจ้าของทุนและผู้ผลิตแล้ว ผู้บริโภคเหล่านี้จะถูกแปลงสภาพให้กลายเป็นตัวเลขสถิติในการทำเรทติ้ง และถูกจัดแบ่งเป็นส่วนย่อย ๆ ตามอาชีพ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ เหมือนผู้คนที่กลายเป็นตัวเลขในภาพยนตร์เรื่อง The Matrix

(4.2) ทัศนะของ W. Benjamin

แม้ว่าทัศนะเรื่องอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมจะก่อตัวมาจากแนวคิดของ Adorno และ Horkheimer เป็นส่วนใหญ่ดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยที่ทัศนะดังกล่าวจะเป็นการมองอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมในแง่ลบและแง่ร้ายทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ก็มีอีกกระแสแนวคิดหนึ่งที่มองอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไปในทางบวก เช่น แนวคิดของ Walter Benjamin (1977) ผู้สังกัดอยู่ในอีกปีกหนึ่งของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตเช่นกัน

(i) Benjamin เห็นว่า วิธีการวิเคราะห์ของ Adorno นั้นเป็นมุมมองมาจากวัฒนธรรมของชนชั้นสูงซึ่งอธิบายว่า เมื่องานศิลปะชิ้นใดถูกนำมาผลิตซ้ำ (เช่น การถ่ายรูปภาพวาดโมนาลิซ่า) และถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน (ถูกนำมาประดับฝาผนังบ้าน) เมื่อนั้นศิลปะจะสูญเสียสถานภาพของตัวเอง เพราะศิลปะต้องมี "ความเป็นหนึ่งเดียวเท่านั้น (Unique ที่ Adorno เรียกว่า aura) หากแต่ Benjamin ใช้จุดยืนแบบ "ประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม" (cultural democracy) ซึ่งทำให้เขาเห็นว่า การทำลาย aura ด้วยการผลิตซ้ำเป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นการพางานศิลปะออกมาจากห้องแสดงภาพหรือคฤหาสน์ของผู้ลากมากดี และการทำให้แพร่หลายก็จะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสเข้าถึง การตีความศิลปะก็จะได้เกิดขึ้นจากความคิดเห็นของทุกคน

(ii) Benjamin มองบทบาทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไปในทางบวก เนื่องจากต้องอาศัยความเจริญทางเทคโนโลยีเท่านั้น จึงจะทำให้การผลิตซ้ำเป็นไปได้ เมื่อมีกล้องถ่ายรูปทุกคนก็สามารถรู้จักภาพโมนาลิซ่าได้โดยไม่ต้องเดินทางไปปารีส และนำมาพูดคุยกันในชีวิตสามัญธรรมดาของประชาชนโดยไม่ต้องสนใจบรรดานักวิจารณ์รูปศิลป์เท่านั้น

(iii) Benjamin เห็นว่า ในยุคอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม หน้าที่ของศิลปะจะเปลี่ยนจาก**หน้าที่ทางพิธีกรรม** ไปเป็น**หน้าที่ทางการเมือง** ในขณะที่คำว่า "การเมือง" ในทัศนะของ Adorno นั้น มีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นเรื่องสูงส่งและเป็นนามธรรม เช่น ความใฝ่ฝันที่จะมีโลกที่ดีกว่าปัจจุบัน แต่ “การเมือง” ในทัศนะของ Benjamin มีลักษณะเป็นรูปธรรมที่เป็นการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน เช่น การต่อสู้เรื่องสิทธิข่าวสารที่จะได้ใช้เวทีในจอโทรทัศน์ของกลุ่มชาวนา เป็นต้น Benjamin ตั้งข้อสังเกตจากเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาว่า มีความสัมพันธ์กันระหว่าง

เหตุการณ์ทางวัฒนธรรม (ความเจริญของเทคโนโลยีข่าวสาร) กับเหตุการณ์ทางการเมือง/สังคม เช่น เมื่อแท่นพิมพ์แบบหมุนได้เกิดขึ้น ก็เกิดการสลายอำนาจของคริสตจักร เมื่อเกิดเทคโนโลยีการถ่ายภาพ ก็ทำให้เกิดรัฐสังคมนิยมแห่งแรกของโลก เป็นต้น

(iv) เมื่อมีกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ก็ทำให้มวลชนได้มีโอกาสเข้าถึง เสพและชื่นชมศิลปะได้ เช่น เมื่อมีการบันทึกแผ่นเสียงและวิทยุ เพลงของบีโธเฟนก็สามารถเข้าถึงคนทั่วประเทศเยอรมัน ในช่วงการเปลี่ยนแปลงรัฐสังคมนิยมรัสเซีย ภาพยนตร์มีบทบาทอย่างมากที่กระตุ้นให้ประชาชนเปลี่ยนบทบาทจาก "ผู้ที่เฝ้าแต่คอยมุงดู/ชะเง้อดู" ความเป็นไปของสังคมมาเป็น "ผู้เข้าร่วมปฏิบัติการทางสังคม" Benjamin เชื่อว่า ประชาชนสามารถเสพผลงานทางศิลปะและวัฒนธรรมได้โดยไม่จำเป็นต้องลืมปัญหาทางโลกในชีวิตที่เป็นจริง และวัฒนธรรมร่วมสมัยมีศักยภาพที่จะเป็นเครื่องมือ "สร้างสรรค์จินตนาการ" ได้ (น่าสังเกตว่าในภาษาอังกฤษ คำว่า "สันทนาการ" มีความหมายเท่ากับ "การสร้าง-ใหม่" re-creation)

5. คำว่า "วัฒนธรรมประชานิยม" (Popular culture)

เนื่องจาก "วัฒนธรรมประชานิยม" เป็นวัตถุดิบสำคัญที่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจค้นคว้าวิจัย ดังนั้น ในที่นี้จึงจะทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมประชานิยมที่เป็นแนวคิดที่มีความหลากหลายเช่นเดียวกับแนวคิดด้านวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้ว

(5.1) ก่อนจะมาเป็นวัฒนธรรมประชานิยม

วัฒนธรรมประชานิยมเป็นวัฒนธรรมของยุคสมัยใหม่ที่เพิ่งจะเกิดขึ้นในช่วงของสังคมมวลชน ดังนั้น ก่อนหน้าที่จะมีวัฒนธรรมประชานิยม ได้มีวัฒนธรรมอื่น ๆ ก่อนหน้านั้นเป็นหลักอยู่ 2 วัฒนธรรมคือ วัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) และวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง (Bourgeosie culture) ที่เกิดมาเพื่อมีภารกิจในการต่อสู้ล้มล้างความชอบธรรมและการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของชนชั้นสูง ตัวอย่างของวัฒนธรรมของชนชั้นกลางก็คือ วรรณกรรมในรูปแบบของนวนิยายที่ต่อต้านวรรณกรรมแบบมหากาพย์ (Epic) ของชนชั้นสูง วรรณกรรมของชนชั้นกลางมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดของผู้คนอย่างมาก เช่น ทำให้ผู้คนมีความคิดเห็นที่หลากหลาย (ซึ่งแปลว่าหลากหลายกว่าความคิดของเจ้าขุนมูลนายที่เคยผูกขาด) อันเป็นรากฐานสำคัญของปรัชญาแบบ "เสรีภาพทางความคิดอันหลากหลาย" (Liberalism) วรรณกรรมช่วยสอนจริยธรรมของชนชั้นกลาง เช่น ความซื่อสัตย์ต่อหลักการ (ไม่ใช่การจงรักภักดีต่อเจ้านาย) ความเท่าเทียมกันต่อหน้ากฎหมาย การมีวินัยทางเพศ ฯลฯ และสอนให้ชื่นชมกับความสำเร็จของชนชั้นกลาง เช่น ความเพียรพยายามอย่างไม่รู้หน่าย การรักความก้าวหน้าทางการศึกษา จิตใจที่กล้าหาญในการทดลองสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ เป็นต้น จาก

บทบาททางสังคมของวัฒนธรรมชนชั้นกลางที่มีต่อการพัฒนาความก้าวหน้าของสังคมนี้ ได้กลายมาเป็นคำถามต่อวัฒนธรรมประชานิยมในปัจจุบันว่า สามารถจะแสดงบทบาทต่อการพัฒนาสังคมได้เช่นในอดีตหรือไม่ ดังที่ในชีวิตประจำวัน เรามักจะได้ยินการวิพากษ์วิจารณ์ว่า ข่าวซุบซิบดารานั้นมีประโยชน์อะไรต่อสังคมบ้าง รายการเกมโชว์ในโทรทัศน์ช่วยให้คนไทยเฉลียวฉลาดมากขึ้นหรือเปล่า ฯลฯ ข้อวิพากษ์วิจารณ์ดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากแนวคิดของวัฒนธรรมชนชั้นกลางที่กล่าวมาข้างต้นนี้เอง

ในสองศตวรรษที่ผ่านมา มักมีความขัดแย้งระหว่างวรรณกรรมวิจารณ์กับวัฒนธรรมประชานิยมอยู่เสมอ ตัวอย่างที่พบเห็นเป็นประจำก็คือ เมื่อนวนิยายในรูปแบบของหนังสือถูกแปรมาเป็นละครโทรทัศน์ และกลายมาเป็นคอลัมน์ละครในหนังสือพิมพ์ จนกระทั่งมาถึงจุดหมายปลายทางสุดท้ายคือ หนังสือรวมเรื่องละครโทรทัศน์เล่มละ 25 บาท วาทกรรมที่ปรากฏจะวนเวียนอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดดังนี้

- วรรณกรรมเป็นสิ่งที่ดีสำหรับประชาชน ให้ความรู้สึกลึกซึ้งและภูมิปัญญาลุ่มลึก
- วัฒนธรรมประชานิยม เป็นสิ่งที่ตรงกันข้าม คือเต็มไปด้วยความฉาบฉวย วูบวาบ และไม่มีคุณค่าทั้งต่อปัญญาและอารมณ์ (แต่ทว่าเป็นสิ่งที่ประชาชนเสพอยู่ทุกวัน)
- วรรณกรรมทำให้ผู้อ่านรู้จักคิด รู้จักมองโลกแบบใหม่ ๆ ให้สัมผัสอารมณ์ความรู้สึกที่เพริดแพร้ว
- วัฒนธรรมประชานิยมมีลักษณะตรงกันข้าม ขาดการสร้างสรรค์ วนเวียนอยู่แต่เรื่องน้ำเน่าผัวๆเมียๆ การตบตีด่าทอกันอันเป็นรสนิยมชั้นต่ำ

เมื่อมีการจัดวางให้วัฒนธรรมชนชั้นกลางและวัฒนธรรมประชานิยมเป็นคู่ที่ตรงกันข้าม (binary opposition) รวมทั้งวางลำดับคุณค่าของวัฒนธรรมชนชั้นกลางเอาไว้เหนือวัฒนธรรมประชานิยม (ส่วนวัฒนธรรมชนชั้นสูงนั้นได้ถูกเก็บขึ้นหิ้งไปแล้ว) ดังนั้น เมื่อเริ่มมีการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่จะมีการข้ามเส้นพรมแดนดังกล่าว ก็จะมีเสียงโวยวายขึ้นมาทันที ในกรณีของสังคมไทย เหตุการณ์ดังกล่าวมักเกิดขึ้นเมื่อมีดาราตลก/ดาราโทรทัศน์/นักร้อง/นางงาม (ผู้ผลิตงานวัฒนธรรมประชานิยม) ข้ามเส้นมาเขียนหนังสือ (วัฒนธรรมชนชั้นกลาง) ข้อกล่าวหาที่ห้ามมีการละเมิดเส้นพรมแดนก็คือ การกระทำดังกล่าวจะเป็นการดึงมาตรฐานทางวัฒนธรรมของชนชั้นกลางให้ตกต่ำลงไป เป็นต้น

ผลของการแบ่งแยกดังกล่าวส่งแรงสะเทือนมาถึงแวดวงวิชาการด้วย กล่าวคือ ดูเหมือนเป็นเรื่องถูกต้องและชอบธรรมที่จะศึกษาวิเคราะห์และทำวิจัยวรรณกรรมซีไรต์ที่ได้รางวัล แต่ดูเหมือนเป็นเรื่องไร้สาระและไม่มีประโยชน์หรือคุณค่าทางวิชาการที่จะศึกษาหนังสือการ์ตูนขาย

หัวเราะที่คนไทยอ่านอยู่เป็นจำนวนมาก (อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงท่าทีและทัศนะในเรื่องดังกล่าวไปบ้างแล้ว)

สำหรับข้อคิดเห็นที่กล่าวมาข้างต้นนี้ นักวิชาการสายยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modernism) ที่เน้นเรื่องการรื้อสร้าง (Deconstructionism) เช่น J. Darrida (1975) ตั้งข้อสังเกตจากมุมมองแบบสัญญะวิทยาว่า ต้องมี "น้ำเน่า" อยู่ จึงจะรู้ว่า "น้ำดี" เป็นอย่างไร ต้องมี "วัฒนธรรมชั่วครู่ชั่วยามแบบประชานิยม" อยู่เท่านั้น จึงจะรู้ว่า "วรรณกรรมอมตะของชนชั้นกลาง" เป็นอย่างไร ดังนั้น หากวันใดขาดวัฒนธรรมประชานิยมแล้ว วันนั้นวัฒนธรรมชนชั้นกลางก็จะรู้สึกหนาวขึ้นมาทันที

ในอีกมุมมองหนึ่งที่แตกต่างไปจากทัศนะโดยทั่วไปที่กล่าวมาแล้วได้มีข้อสังเกตว่า

(i) เพราะเหตุใดการศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมซึ่งเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ประชาชนกำลังใช้อยู่ในชีวิตประจำวันทุกวันนี้ จึงควรจะมีคุณค่าทางวิชาการน้อยกว่าการศึกษาวัฒนธรรมชนชั้นกลาง/ชั้นสูง นักวิชาการกลุ่มที่สนับสนุนการศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมเสนอว่า คุณค่าทางวิชาการนั้นไม่ควรจะยึดติดอยู่ที่ **"ตัวบท"** (text) ที่นำมาศึกษา แต่น่าจะอยู่ที่ตัว**ทฤษฎีและวิธีการศึกษา**ที่นำมาใช้มากกว่าว่าลุ่มลึก/วิพากษ์วิจารณ์ได้ดีพอหรือไม่

(ii) เมื่อกล่าวถึงคำว่า "มาตรฐาน" นั้น เราก็ต้องตั้งคำถามให้ยาวต่อไปอีกนิดหนึ่งเสมอว่า "มาตรฐานของใคร" หรือ "ของชนชั้นไหน" เนื่องจากคนแต่ละชนชั้นต่างก็มีมาตรฐานของตัวเองที่ไม่อาจกล่าวอ้างเกินเลยไปครอบคลุมของชนชั้นอื่นได้ บทกวีเรื่อง "พระอภัยมณี" ก็เป็นมาตรฐานของคนชั้นหนึ่ง ส่วนข้อความท้ายรถสิบล้อก็มีความซาบซึ้งกินใจ/และจริงใจตามมาตรฐานของคนอีกชั้นหนึ่ง (ในช่วงปี 2543 ไพวรินทร์ ขาวงาม เคยแสดงทัศนะที่คล้ายคลึงกันนี้เมื่อมีการรื้อฟื้นการแต่งฉันท์ขึ้นมาว่าจะเป็น "ฉันท์วันนี้" หรือเป็น "ฉันวันนี้" อันเป็นชื่อเพลงของธานินทร์ อินทรเทพ) การกล่าวหาถึงความต้อยต่ำของวัฒนธรรมประชานิยมนั้นเกิดมาจากการใช้วัฒนธรรมของชนชั้นสูงและชั้นกลางมาเป็นมาตรฐานกำหนดทั้งสุนทรียะ ทัศนคติ คุณค่าและความเชื่อของคนชนชั้นอื่น ๆ ในสังคม ตัวอย่างเช่น การเป็นคนรวยและคนชั้นสูง เช่น อิเหนานั้นจะทำอะไร (เช่นเผาเมือง) ก็ไม่น่าเกลียด สาวน้อยที่มีนามสกุล "สว่างวงศ์" นั้นจะต้องหยิ่งในศักดิ์ศรี ซึ่งการที่เธอทำได้เช่นนั้นก็เพราะเธอมีสมุดปกสีน้ำเงินติดตัวมาด้วย (จากนวนิยายเรื่อง “บ้านทรายทอง”) แต่ความหยิ่งในศักดิ์ศรีนี้จะใช้ได้หรือไม่สำหรับคนที่ไม่มีสมุดอะไรติดตัวมาเลย

(iii) สำหรับคำว่า "วัฒนธรรมชั้นดี/ชั้นสูง" นั้น ในขณะที่เดิมอาจจะหมายถึง "วรรณกรรม" ปัจจุบันนี้ แนวคิดนี้อาจจะขยายมาถึงบรรดาพวกข่าวหนักในหนังสือพิมพ์คุณภาพ รายการสนทนาปัญหาบ้านเมืองในโทรทัศน์ รายการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจในวิทยุ ฯลฯ ในขณะที่ “วัฒนธรรมประชานิยม” ก็หมายความถึง ละครโทรทัศน์ เกมโชว์ หนังสือการ์ตูนเล่มละ

5 บาท ฯลฯ และเป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับคุณลักษณะเรื่อง "ความซ้ำซาก" ของวัฒนธรรมประชานิยมนั้น ความจริงแล้วรายการข่าวโทรทัศน์มีความซ้ำซากมากกว่าละคร แต่แม้กระนั้น การรับรู้ "ข่าว" ก็ยังไม่เปลี่ยนแปลงไปและทั้ง ๆ ที่ละครโทรทัศน์จำนวนไม่น้อยที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แต่ทว่าก็ยังไม่อาจจะข้ามเส้นพรมแดนมาสู่วัฒนธรรมชั้นดีได้

(iv) ความสนใจทางวิชาการที่แยก "การศึกษาวัฒนธรรมประชานิยม" ออกมาต่างหากนั้นเกิดขึ้นเนื่องมาจากเหตุผลทางประวัติศาสตร์ กล่าวคือในศตวรรษที่ 19 วิชามานุษยวิทยาได้ทำการศึกษาวัฒนธรรมของกลุ่มชนเล็ก ๆ โดยใช้วิธีการสำรวจ เก็บรวบรวม จำแนก และวิเคราะห์ผลผลิตทางวัฒนธรรม ทั้งด้านวัตถุธรรม เช่น สิ่งของเครื่องใช้ ภาษาที่ใช้ ธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ในช่วงปี 1940 นักมานุษยวิทยาบางกลุ่มได้เริ่มหันมาศึกษาวัฒนธรรมในเมืองที่มีความซับซ้อนกว่าวัฒนธรรมของกลุ่มชนเล็ก ๆ อย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ ในการสำรวจวัสดุเครื่องใช้ของชนเผ่าต่าง ๆ อาจจะมีปริมาณสัก 30-50 ชิ้น แต่เมื่อมานับประเภทของวัสดุสิ่งของในศูนย์การค้าในเมืองใหญ่ ๆ ก็อาจจะพบถึง 500,000 รายการ และสิ่งของเหล่านี้กำลังเป็นวัฒนธรรมที่มีชีวิตอยู่ในโลกของความเป็นจริงปัจจุบัน (Lived culture) ดังนั้นจึงน่าจะมีศาสตร์สาขาใหม่ที่มีลักษณะเป็นสหวิทยาการที่ศึกษาวัฒนธรรมปัจจุบันของคนในสังคมเมืองที่เป็นสภาพความเป็นจริงปัจจุบัน

(5.2) คำนิยามของวัฒนธรรมประชานิยม

วิธีการให้คำนิยามของ "วัฒนธรรมประชานิยม" นั้นทำได้หลายๆแบบจากหลายมุมมอง A. Cranny-Francis (1994) ได้ประมวลวิธีการให้คำนิยามของ "วัฒนธรรมประชานิยม" เอาไว้ดังนี้

(i) **การให้คำนิยามโดยใช้ลักษณะของ "ตัวบท" และ "เนื้อหา" เป็นเกณฑ์** วัฒนธรรมประชานิยมเป็นวัฒนธรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Culture of the day) มักได้แก่ผลงานประเภทต่อไปนี้คือ

- เนื้อหาพวกเรื่องแต่ง (genre fiction) เช่น นวนิยายวิทยาศาสตร์ รักโรมานซ์ เพลงป๊อบ นิตยสาร pop ซึ่งมักเป็นผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่
- นอกจากนั้นก็ยังขยายมาถึงรูปแบบความบันเทิงอื่น ๆ เช่น กีฬา ร้อคคอนเสิร์ต
- และยังขยายความรวมไปโฆษณาตามบิลบอร์ด ข้อความเขียนตามฝาผนัง (graffiti) วรรณกรรมท้ายรถสิบล้อ แผ่นปิดเล็กๆ (sticker) รูปดาราปิดฝาผนัง (pin-up)
- และท้ายที่สุด ก็ยังหมายถึงนวนิยายของพวก postmodern ด้วย

คุณลักษณะ (attribute) ของเนื้อหาของวัฒนธรรมประชานิยมเหล่านี้ก็คือ เป็นเรื่องเล็กๆ (minor) ไม่ได้มีความสลักสำคัญอะไร ง่ายๆหยาบๆ (simplistic) วูบวาบฉาบฉวย เป็นเรื่อง

เฉพาะ (particular) ไม่มีลักษณะคุณค่าสากล และถือเป็นรสนิยมแบบต่ำๆ (ทั้งหมดนี้เป็นมุมมองมาจากวัฒนธรรมชั้นสูง)

(ii) **เมื่อใช้เกณฑ์ทางตลาด** (Marketing category)

คำว่า "ตลาด" ในที่นี้เกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทางที่ผลผลิตของวัฒนธรรมประชานิยมมุ่งจะไปถึง คือกลุ่มคนที่จะใช้วัฒนธรรมดังกล่าว ซึ่งมีลักษณะดังนี้คือ

- ความต้องการของ "ตลาด" กลุ่มนี้ คือความบันเทิง ความสนุกสนานซึ่งเป็นการหลีกหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง (pure escapist fantasy) และไม่ต้องการคิดอะไรมากให้ปวดหัว (critical) ฉะนั้น งานที่ตลาดจะเลือกเสพก็จะเป็นหนังสือพิมพ์หัวสีมากกว่าหนังสือพิมพ์คุณภาพ หนังวิทยาศาสตร์มากกว่าหนังคลาสสิก rock music มากกว่าโอเปร่า หนังของฮอลลีวู้ดมากกว่าหนังนอกกระแส (film noir) เป็นต้น

- น่าสังเกตว่า คำนิยามนี้ได้จัดแบ่งกลุ่มคนที่จะเป็น "ตลาด" เอาไว้เป็นอีกจำพวกหนึ่งที่แยกไปจากคนชั้นสูง/ชั้นกลาง (น่าสังเกตว่าคำว่า "ตลาด" ในภาษาไทยมีความหมายโดยนัยไปในทางที่มีคุณค่าต่ำ เช่นเดียวกับคำว่า "สามานย์" ซึ่งหมายถึง "แบบธรรมดาๆ") "ตลาด" หมายถึง คนหมู่มากที่มีระดับการศึกษาน้อย ไม่มีความเข้าใจหรือสนใจในความเป็นไปของโลกกว้าง ใช้ลักษณะทางอารมณ์เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจมากกว่าสติปัญญา

(iii) **ใช้เกณฑ์เรื่องรูปแบบการแสดงออกของตำแหน่งทางสังคม** (Expression of social position)

เกณฑ์นี้ก็อาจจะคล้ายคลึงกับเกณฑ์เรื่อง "ตลาด" ที่กล่าวมาข้างต้น แต่ทว่าได้พิจารณากลุ่มคนของวัฒนธรรมประชานิยมโดยเปรียบเทียบกับคนกลุ่มอื่นๆ

- แน่นอนว่า วัฒนธรรมของประชานิยมนั้นเป็นวัฒนธรรมของคนชั้นล่าง ในขณะที่วัฒนธรรมชั้นดีเป็นวัฒนธรรมของคนชั้นสูง/กลาง อย่างไรก็ตาม เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาถึงเรื่องการใช้คำว่า "Culture" โดยใช้ C (ตัวใหญ่) เพียงตัวเดียว หรือ c (ตัวเล็กๆ) หลายๆตัว ก็มีข้อคิดว่าเพราะเหตุใดจึงมีแต่ "วัฒนธรรมของชนชั้นกลาง/สูงเท่านั้น" ที่เป็น "วัฒนธรรมของสังคม" แต่ทำไมวัฒนธรรมประชานิยมจึงไม่สามารถเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมสังคมได้ ตัวอย่างที่ชัดเจนของไทยคือกรณีหาบเร่แผงลอยที่เป็นวัฒนธรรมประชานิยมเหตุใดจึงมีอยู่ไม่ได้ ในขณะที่มีซุปเปอร์มาร์เก็ตได้

- นอกจากนั้น จากคุณลักษณะของวัฒนธรรมประชานิยมที่ได้กล่าวมานี้ แนวคิดนี้ได้ตั้งคำถามต่อไปว่า เราจำเป็นต้องมองไปให้ไกลถึงแหล่งที่มาของรสนิยมต่าง ๆ ของประชาชนด้วย ถ้าหากชีวิตของคนชั้นล่างเป็นชีวิตที่ซ้ำซากคล้าย ๆ กัน มีแต่สภาพแวดล้อมที่ไม่น่าดูชม

มาแล้วตลอดทั้งวัน นี้ก็น่าจะเป็นเหตุผลเพียงพอแล้วที่พวกเขาอยากจะได้เห็นนางเอกละครโทรทัศน์ที่แต่งตัวสวย ๆ ไม่ต้องทำงาน อาศัยอยู่ในคฤหาสน์หลังงาม มีเวลาว่างสำหรับการต่อปากต่อคำแง่งอนกับพระเอก

● มากไปกว่าที่กล่าวมาข้างต้น แนวคิดเรื่อง "ตำแหน่งทางสังคม" ของวัฒนธรรมประชานิยมยังตั้งคำถามว่า การที่มวลชนส่วนใหญ่เสพผลงานวัฒนธรรมที่กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นเพราะ "รสนิยม" (ปัจจัยภายในตัวบุคคล - endogenous) หรือเป็นเพราะ "ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ" (ปัจจัยภายนอก - exogenous) ประชาชนเลือกดูละครโทรทัศน์มากกว่าไปฟังเพลงคลาสสิก เป็นเพราะรสนิยมหรือราคาตั๋วกันแน่ (เราคงจำฉากที่จูเลีย โรเบิร์ต สาวน้อยโสเภณีไปดูโอเปร่าในเรื่อง Pretty Women ได้ ภาพยนตร์เรื่องนี้ให้คำตอบอย่างชัดเจนว่า เป็นเรื่องค่าตั๋วมากกว่ารสนิยมของนางเอกอย่างแน่นอน) ดังนั้นจึงน่าสนใจว่า เมื่อมีการนำดนตรีคอนเสิร์ตเพลงคลาสสิกไปเล่นในสวนลุมพินีนั้น มวลชนมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไร

(iv) ใช้เกณฑ์เรื่อง "วิธีการดำเนินการ" มากกว่า "ตัวผลผลิต"

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะสังเกตได้ว่า เป็นการให้นิยามวัฒนธรรมประชานิยมจากตัว "ผลผลิต" (thing) หรือจาก "กลุ่มผู้ใช้/เสพ" (audience) แต่ในนิยามที่ 4 นี้ จะเปลี่ยนจากการใช้ "ผลผลิต" เป็นเกณฑ์การนิยามมาเป็น "วิธีการดำเนินการสร้างผลผลิต" (way of operating) มากกว่า ซึ่งหมายความว่า เรื่อง "โรมิโอและจูเลียต" จะยังไม่ใช่วัฒนธรรมประชานิยมจนกว่าจะถูกนำมาสร้างใน "พื้นที่/สถาบันทางวัฒนธรรมร่วมสมัย" (Major institution space/cultural space) เช่น โทรทัศน์ โดยใช้วิธีการผลิต สไตล์ รูปแบบการนำเสนอแบบโทรทัศน์เท่านั้น เช่น ตัดทอนบทสนทนายาก ๆ ที่ต้องคร่ำคิดออกไป ถ่าย close-up ใบหน้าพระเอก-นางเอกในฉากระเบียงบ้าน ใส่เพลงรักแยะ ๆ เป็นต้น

(v) ใช้เรื่อง "การต่อสู้ทางวัฒนธรรม" เป็นเกณฑ์

สำหรับคำนิยามสุดท้ายนี้จะพิจารณาว่า เนื่องจากวัฒนธรรมในสังคมประกอบด้วยหลายวัฒนธรรมย่อยที่ต่างต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้น ในขณะที่วัฒนธรรมชั้นสูง/ชั้นกลางพยายามจะขยายการครอบงำให้เป็นกระแสหลักของสังคม วัฒนธรรมประชานิยมก็จะพยายามต่อสู้คัดง้าง ดังนั้น เราจึงต้องไม่มองแต่แง่มุมความบันเทิงของวัฒนธรรมประชานิยมเท่านั้น หากแต่ต้องมองว่า นี่เป็นเวทีแห่งการต่อสู้ทางวัฒนธรรม เช่น บรรดาตลกล้อเลียนความไร้สาระของวัฒนธรรมชั้นสูงและชั้นกลาง การเปิดโปงเบื้องหลังของชนชั้นนำในละครโทรทัศน์ การเชิดชูค่านิยมของชนชั้นล่าง ฯลฯ คำนิยามนี้เป็นคำนิยามหลักที่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ยึดถืออยู่

บทที่ 2
พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

1. บทนำ
2. พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารกับผลกระทบทางวัฒนธรรม
   - (2.1) กำเนิดแท่นพิมพ์
   - (2.2) ยุคสมัยของโทรเลข
   - (2.3) ยุคสมัยของกล้องถ่ายรูป
   - (2.4) ยุคสมัยของภาพยนตร์
   - (2.5) ยุคสมัยของวิทยุ
   - (2.6) ยุคสมัยของโทรทัศน์
3. การเปลี่ยนแปลงยุคสมัยของวัฒนธรรมการสื่อสาร
   - (3.1) วัฒนธรรมมุขปาฐะ
   - (3.2) วัฒนธรรมการเขียน
   - (3.3) วัฒนธรรมการพิมพ์
   - (3.4) วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 2
พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

(1) บทนำ

สำหรับเนื้อหาในบทนี้จะมีลักษณะการใช้ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของเรื่องราว 2 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับหนังสือเล่มนี้ คือเรื่องของ "เทคโนโลยีการสื่อสาร" และเรื่อง "การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม" เนื่องจากผู้เขียนมีแนวคิดเชิงประวัติศาสตร์ว่า "ประวัติศาสตร์" ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต หากแต่เป็น**วิธีการ**นำเอาเหตุการณ์ในอดีตมาเล่าใหม่ (Retelling of the past) ดังนั้น จึงมีวิธีการหลายวิธีที่จะเล่าประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

F. Braudel (อ้างใน Grossberg, 1998) ได้นำเสนออย่างน้อย 4 วิธีการที่จะใช้เล่าประวัติศาสตร์โดยใช้เรื่องขอบเขตและหน่วย (scope & unit) ของสิ่งที่จะเล่าเป็นเกณฑ์คือ

(1) **ใช้ event (เหตุการณ์)** ซึ่งเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดของการเล่า เช่น การเข้ามาของโทรทัศน์ได้เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการใช้เวลาว่างของคนไทยอย่างไรบ้าง เป็นต้น

(2) **ใช้ conjuncture** เป็นหน่วยที่ครอบคลุมช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เช่น เป็นทศวรรษที่รวมหลาย ๆ เหตุการณ์เข้ามาด้วยกัน ตัวอย่างเช่น 60 ปีของโทรทัศน์ไทยนับตั้งแต่ยุคของไทยทีวีช่อง 4 มาจนกระทั่งถึงไอทีวี/ทีวีเสรีของเอกชน เป็นต้น

(3) **ใช้ historical event** ช่วงระยะเวลาที่ยาวเป็นศตวรรษ เป็นยุคสมัย เช่นยุคของสื่อมวลชนสมัยใหม่ทั้งหมด ตั้งแต่หนังสือพิมพ์มาถึงคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

(4) **ใช้ epoch** เป็นช่วงระยะเวลาที่ยาวนานมาก (ที่เรียกในภาษาฝรั่งเศสว่า Long dure'e) ที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบข้ามชาติ ข้ามเหตุการณ์ เช่น ตั้งแต่อารยธรรมสมัยยุคกลางมาถึงยุคสมัยใหม่ เป็นต้น

สำหรับวิธีการเล่าประวัติศาสตร์ของเทคโนโลยีการสื่อสารและวัฒนธรรมในที่นี้จะนำเสนอใน 2 วิธีการ

- **วิธีการแรก** จะใช้วิธีการที่มักพบเห็นได้ในตำราสื่อสารมวลชนโดยทั่วไป คือการแบ่งยุคสมัยทางประวัติศาสตร์โดยใช้**การเปลี่ยนแปลงของสื่อเป็นเกณฑ์** ซึ่งอาจจะจัดได้ว่าเป็น

ขอบเขตและหน่วยการเล่าแบบ conjuncture

- **วิธีการที่สอง** จะใช้หน่วยของการเล่าที่ขยายมากขึ้น คือใช้ historical event ของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการสื่อสารเป็นเกณฑ์ เช่น การเปลี่ยนแปลงจากวัฒนธรรมแบบมุขปาฐะ (oral culture) มาเป็นวัฒนธรรมการเขียน (writing culture) เป็นต้น

2. พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารกับผลกระทบทางวัฒนธรรม

J.R. Dominick (1999) ได้เริ่มต้นนับยุคสมัยของประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนสมัยใหม่เมื่อมีการคิดประดิษฐ์แท่นพิมพ์แบบหมุนได้ของ J. Gutenberg ในปี 1453 เป็นต้นมา ดังนั้น ยุคสมัยของพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารจึงอาจแบ่งได้ดังนี้

(2.1) กำเนิดแท่นพิมพ์กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

อันที่จริง เทคนิคการพิมพ์นั้นก่อตัวขึ้นทั้งในเอเชียและในยุโรปมานานแล้ว โดยเฉพาะในเอเชีย มีหลักฐานที่ค้นพบการพิมพ์ตัวอักษรที่แกะสลักด้วยบล๊อคไม้ตั้งแต่ค.ศ.868 และยังมีการทำแท่นพิมพ์แบบหมุนได้ด้วยดินและไม้ ในเกาหลีได้เริ่มมีแท่นพิมพ์แบบหมุนด้วยโลหะประมาณศตวรรษที่ 15 (อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้เล่าประวัติศาสตร์เรื่องนี้ส่วนใหญ่เป็นฝรั่ง เราจึงได้ฟังแต่เรื่องราวของยุโรปเป็นส่วนใหญ่)

ในยุโรป J. Gutenberg ประดิษฐ์แท่นพิมพ์ที่หมุนได้ทำด้วยโลหะในกลางศตวรรษที่ 15 ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าการพิมพ์หนังสือไปอย่างมาก แท่นพิมพ์แบบ Gutenberg ขยายตัวอย่างรวดเร็วไปทั่วยุโรป ในช่วงเวลาแค่ 30 ปี มีแท่นพิมพ์ดังกล่าวอยู่ใน 110 เมือง

สำหรับการเพิ่มปริมาณของหนังสือนั้นก็เป็นเรื่องที่แทบจะเกินความคาดคิดในยุคสมัยนั้น เพียงแค่ช่วงเวลา 50 ปี (ระหว่างค.ศ.1450-1500) ที่มีแท่นพิมพ์ใช้ มีปริมาณหนังสือเพิ่มขึ้นเป็นร้อยๆ เท่า เมื่อหนังสือมีการผลิตมากขึ้น ราคาหนังสือต่อเล่มก็ถูกลง (แม้ว่าจะยังคงแพงอยู่สำหรับคนชั้นล่าง) แต่ทว่า "หนังสือ" ก็ได้เปลี่ยนแปลงสถานะและความหมายทางสังคมจากแต่เดิมที่เคยเป็นของชนชั้นสูงมาสู่ชนชั้นอื่น ๆ (โดยเฉพาะชนชั้นกลางระดับบน) การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลสะเทือนถึงมิติด้านวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง (ในกรณีของไทยก็เช่นเดียวกัน)

ผลกระทบของแท่นพิมพ์ที่มีต่อวัฒนธรรมของยุโรปขณะนั้นประมวลได้ดังนี้

(i) **ผลกระทบต่อภาษา** ก่อนหน้าที่จะมีแท่นพิมพ์นั้น เมื่อมีการเขียนจดหมายหรือเขียนตำราด้วยลายมือนั้น มักใช้**ภาษาละติน** ซึ่งเป็นภาษาของศาสนจักรและชนชั้นสูง ทำให้จำกัดแวดวงของผู้เขียนและผู้อ่านเนื่องจากต้องเรียนเป็นภาษาที่สอง (คล้ายกับภาษาบาลีและสันสกฤตในพุทธศาสนา)

แต่เมื่อมีการพิมพ์หนังสือจากแท่นพิมพ์ เนื่องจากผู้พิมพ์ต้องการจะขยายตลาดให้กว้างขวาง ดังนั้น จึงมีการพัฒนาภาษาเขียนให้ใช้ภาษาท้องถิ่น (vernacular) ที่ปรับมาจากภาษาพูดในชีวิตประจำวันทั่วยุโรป เช่น ในประเทศฝรั่งเศสก็พิมพ์เป็นภาษาฝรั่งเศส เยอรมันก็พิมพ์เป็นภาษาเยอรมัน รวมทั้งได้พัฒนาวิธีการเขียนให้ง่ายยิ่งขึ้นทุกที เช่น การเปลี่ยนวิธีการเขียนจากร้อยกรองมาเป็นร้อยแก้ว (น่าสังเกตว่า หนังสือพิมพ์ไทยบางฉบับในยุคแรกๆ ยังเขียนเป็นร้อยกรองอยู่)

ดังนั้น ในขณะที่ในทุกวันนี้ เราอาจได้ยินคำกล่าวหาว่าโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์มีส่วนทำให้การใช้ภาษาไทยเสียหายไปนั้น อันที่จริง นับตั้งแต่เริ่มประวัติศาสตร์ของสื่อสมัยใหม่ ก็ได้สร้างผลกระทบต่อวัฒนธรรมด้านภาษาอยู่แล้ว

(ii) **ผลกระทบต่อสำนึกร่วม** แต่เดิมนั้นผู้คนจะอ้างอิง (identify) ตัวเองกับสถาบัน **ศาสนา** คือความรู้สึกว่า "เป็นชาวคริสต์" (เช่นเดียวกับที่คนไทยพูดว่า "อยู่ใต้ร่มธงพุทธศาสนา") แต่ทว่า เมื่อเกิดแท่นพิมพ์ เมื่อเกิดการพิมพ์หนังสือพิมพ์ซึ่งเข้าถึงคนจำนวนมาก เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อทางโลก (secular media) มิใช่สื่อทางศาสนา เช่น คัมภีร์ไบเบิล บวกผสมกับการใช้ภาษาของแต่ละชาติและการพัฒนา "ความเป็นชาติ" ของยุโรป ทำให้ผู้คนที่ได้รับข่าวสารจากแหล่งข่าวแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอบังเกิดความรู้สึกชาตินิยมมากขึ้นทุกที และเริ่มอ้างอิงตัวเองกับ "ประเทศ" มากกว่า "ศาสนา"

(iii) **การลดอำนาจของสถาบันศาสนา** ดูเหมือนผลกระทบที่มีอย่างมหาศาลของแท่นพิมพ์ก็คือ ผลที่เกิดขึ้นกับการลดอำนาจของสถาบันศาสนานี้เอง การลดทอนอำนาจของสถาบันศาสนาเกิดมาจาก 2 ทาง ประการแรกคือ ในยุคก่อนหน้าแท่นพิมพ์ เมื่อมีกลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยกับศาสนาจักรก็จะเขียนเอกสารออกมาแสดงความคิดเห็นของตน แต่ก็เขียนได้ในปริมาณที่จำกัดและทางการสามารถยึดทำลายได้โดยง่าย แต่ทว่าหลังจากมีแท่นพิมพ์แบบ Gutenberg มาใช้สถานการณ์ก็เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น งานเขียนของ Martin Luther ที่ต่อต้านศาสนาจักร ได้ถูกแปลจากภาษาละตินมาเป็นภาษาท้องถิ่น และจัดพิมพ์ในรูปของแผ่นพับซึ่งง่ายต่อการเผยแพร่ เพียงแค่ 1 เดือน แผ่นพับ 4,000 ชุดได้ถูกขายกระจายไปทั่วยุโรป แม้ว่าศาสนจักรจะพยายามทำลายด้วยการเผา แต่ก็ไม่สามารถขจัดให้หมดสิ้นได้

ในอีกทางหนึ่ง เมื่อมีการแปลคัมภีร์ไบเบิลจากภาษาละตินมาเป็นภาษาท้องถิ่น และจัดพิมพ์อย่างแพร่หลาย มีผลทำให้ประชาชนทั่วไปได้รู้ว่า ในไบเบิลนั้นมีอะไรบ้าง ซึ่งแต่เดิมมีแต่พระสงฆ์เท่านั้นที่จะมีคัมภีร์ไบเบิลและอ่านภาษาละตินได้ ประชาชนจึงสามารถจะโต้แย้งหรือนำเอาข้อความในไบเบิลมาตอบโต้กับพระสงฆ์ได้ (อาจเทียบได้กับการมีพระราชบัญญัติข่าวสารปี

พ.ศ.2542 ของไทย) ด้วยเหตุนี้ อำนาจของศาสนจักรจึงลดถอยลงทุกทีในขณะที่อำนาจของพวกประท้วงต่อต้าน (Protestant) กลับเพิ่มมากขึ้น

(iv) **งานพิมพ์ช่วยขยายขอบเขตของการสำรวจค้นคว้า** ตัวอย่างเช่น ก่อนหน้ามีงานพิมพ์ พวกไวกิ้งได้แสวงหาเส้นทางใหม่ ๆ ในการเดินเรือมานานแล้ว แต่ทว่าไม่ค่อยมีผู้รู้ข่าวคราวดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม หลังจากยุคที่เกิดงานพิมพ์ เมื่อครั้งที่โคลัมบัสออกสำรวจทวีปอเมริกา ข่าวคราวดังกล่าวรู้กันไปทั่วยุโรป และในชั่วเวลาเพียงแค่ 1 ปีหลังจากเขาเดินทางกลับมา บรรดากลุ่มคนที่ต้องการแสวงหาความมั่งคั่งหรือเผยแพร่ศาสนาก็เป็นกลุ่มผู้อ่านที่สำคัญของหนังสือที่ให้ข้อมูลและแผนที่เดินเรือของโคลัมบัส

เช่นเดียวกับการเผยแพร่กระจายงานค้นคว้าด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งทำให้นักวิทยาศาสตร์ในประเทศต่าง ๆ สามารถติดตามความก้าวหน้าในด้านวิทยาศาสตร์ได้จากเพื่อนนักวิทยาศาสตร์ชาติอื่น ๆ เช่น กาลิเลโอและนิวตันในศตวรรษที่ 17 การสามารถติดตามงานค้นคว้าล่าสุดดังกล่าวทำให้พัฒนาการด้านวิทยาศาสตร์เคลื่อนไหวไปอย่างรวดเร็ว

(v) **การมีแท่นพิมพ์มีผลกระทบต่อการสร้างระบบความรู้และการศึกษา**อย่างมาก เนื่องจากในยุคก่อนหน้านี้ ความรู้ถูกเก็บอยู่ในหนังสือ ซึ่งต้องเรียนด้วยวิธีการไปคัดลอกด้วยลายมือเท่านั้น แต่หลังจากมีแท่นพิมพ์ นักศึกษาก็สามารถจะมีหนังสือติดตัวเป็นของตัวเอง และมีหนังสือได้หลาย ๆ ประเภท เงื่อนไขดังกล่าวทำให้จำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมีเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนที่เกี่ยวกับระบบความรู้นั้น มีการขยายแหล่งกำเนิดของความรู้ออกไปอย่างกว้างขวาง เริ่มตั้งแต่การย้อนกลับไปรื้อฟื้นงานความรู้ของกรีกและโรมัน (ที่ถูกแช่แข็งในยุคกลางที่ศาสนจักรเรืองอำนาจ) และยังมีการพิมพ์ความรู้ของอินเดีย มุสลิม และอียิปต์/อาหรับ ซึ่งมั่งคั่งอย่างมากในเรื่องของวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ หรือดาราศาสตร์ แน่นอนว่า หากไม่มีแท่นพิมพ์แบบสมัยใหม่แล้ว ยุคฟื้นฟูภูมิปัญญา (Renaissance) ในศตวรรษที่ 16 นั้น ย่อมไม่อาจจะเกิดขึ้นได้

(vi) **การเคลื่อนย้ายฐานความรู้** ยุคก่อนหน้าของแท่นพิมพ์ บรรดาปัญญาชนในยุโรปมักจะหันหน้าไปพึ่งความรู้ต่าง ๆ จากคัมภีร์ไบเบิลเป็นแหล่งอ้างอิงพื้นฐานของความรู้ แต่หลังจากที่มีการพิมพ์แล้ว การศึกษาโดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ได้เริ่มเคลื่อนย้ายวิธีการและฐานการแสวงหาความรู้มาเป็นแบบใหม่ คือการพัฒนาวิธีการสังเกตอย่างเป็นระบบ การจดบันทึก และการใช้เหตุผลใคร่ครวญ ตัวอย่างเช่น งานของนักวิทยาศาสตร์รุ่นแรก ๆ เช่น Bacon Descartes หรือ Locke นี้เป็นจุดเริ่มต้นของการแยกตัวออกมาเป็นอิสระจากศาสนจักรของวิทยาศาสตร์และเปลี่ยนจากการหาความรู้ด้วยการตีความ (Hermeneutic) มาเป็นการวิจัยเชิง

ประจักษ์ (Empirical research)

(vii) **ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิธีการรายงานข้อเท็จจริง** เนื่องจากแท่นพิมพ์เป็นเงื่อนไขทำให้เกิดหนังสือพิมพ์ และเมื่อหนังสือพิมพ์กลายเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม หนังสือพิมพ์ก็ได้พัฒนารูปแบบการนำเสนอเรื่องราวที่เรียกว่า "ข่าว" ขึ้นมา ในศตวรรษที่ 17 มีหนังสือพิมพ์เผยแพร่แล้วไปทั่วยุโรป สำหรับข่าวในยุคแรก ๆ ยังคงเป็นข่าวต่างประเทศ แต่ในไม่ช้า ได้เริ่มมีการรายงานข่าวในประเทศ และแน่นอนว่า การกระทำดังกล่าวต้องมีผลกระทบต่อรัฐอย่างแน่นอน (เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์บางกอกเร็คคอร์ดเดอร์ของหมอบลัดเลย์) ดังนั้น ในปลายศตวรรษที่ 17 หนังสือพิมพ์จึงต้องต่อสู้ให้เป็นอิสระจากรัฐ

(viii) **ผลกระทบต่อวัฒนธรรมการอ่านหนังสือ** R. Chartier (1989) ศึกษาเรื่องการอ่านหนังสือและพบว่า วิธีการอ่านหนังสือนั้นมีได้หลายรูปแบบและแปรเปลี่ยนไปในแต่ละวัฒนธรรม เช่น การออกไปอ่านดัง ๆ ในที่สาธารณะ (เช่น การอ่านหนังสือในงานศพของคนไทยสมัยก่อน) อ่านให้ตัวเองหรือคนกลุ่มเล็กๆ ฟังด้วยการออกเสียง (เช่น การอ่านหนังสือให้ย่ายายฟัง) การอ่านคนเดียวเงียบๆ ในใจ การอ่านแบบศาสนา (อ่านในพิธีกรรม) การอ่านแบบทางโลก เป็นต้น และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของการอ่านดังกล่าวนี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องการพิมพ์และการผลิตหนังสือโดยตรง

ในศตวรรษที่ 16 วิธีการอ่านหนังสือในยุโรปยังต้องเป็นการอ่านร่วมกันหลาย ๆ คน (อันอาจจะเนื่องจากหนังสือยังมีน้อย) โดยจะมีคนๆหนึ่งอ่านออกเสียงดัง ๆ ให้คนอื่น ๆ ฟัง (เช่น แม่สร้อยไปอ่านหนังสือให้เจ้านายในวังฟังในละครโทรทัศน์เรื่อง "ญาติกา") ผู้ที่อ่านนี้จะมีความสำคัญในการถ่ายทอดข่าวสาร และต้องมีทักษะในการปรับเสียงทอดจังหวะ ฯลฯ ในศตวรรษที่ 17-18 บรรยากาศของการอ่านหนังสือดังกล่าวมักเกิดขึ้นในร้านอาหาร (tavern) รถม้า ร้านกาแฟ ห้องรับแขกในบ้านผู้ดี เป็นต้น

แต่ทว่าเมื่อมีการพิมพ์และมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหนังสือให้มีขนาดเล็กลง มีราคาถูกลง (ในช่วงศตวรรษที่ 17-18) เพื่อให้เข้าถึงคนจำนวนมาก (ที่เรียกว่า "chapbooks") รูปแบบการอ่านหนังสือก็เปลี่ยนไป กลายมาเป็นการอ่านคนเดียวมากขึ้น และเปลี่ยนมาเป็นการอ่านในใจ ลักษณะทางสังคมของการอ่านและศิลปะในการอ่านค่อยๆเลือนหายไป รวมทั้งความหมายของการอ่านหนังสือก็เปลี่ยนไปด้วย หนังสือไม่ได้เป็นเครื่องหมายของคนชั้นสูงที่มีความรู้ดีและต้องอ่านหนังสือได้แตกฉานอีกต่อไปแล้ว หากเป็นคนทั่วๆไปที่ต้องการแสวงหาความรู้หรือแสวงหาความบันเทิงจากหนังสือประเภทต่าง ๆ

(2.2) ยุคสมัยของโทรเลข

ก่อนหน้าที่จะมีโทรเลข การส่งข่าวสารข้ามระยะทางนั้นจะต้องใช้ม้าหรือรถไฟและที่เร็วที่สุดก็คือนกพิราบ การเกิดโทรเลขเป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นตามหลังการค้นพบกระแสไฟฟ้า โดยเป็นการแปลงสัญญาณจากข่าวสารให้กลายเป็นสัญญาณไฟฟ้าแล้วส่งผ่านให้วิ่งไปตามสายไฟ ซึ่งสามารถเอาชนะเรื่องระยะทางได้ และยังเป็นต้นกำเนิดของรูปแบบการสื่อสารแบบ point-to-point ที่เป็นบรรพบุรุษของ information super high-way ในปัจจุบันนี้

ผลกระทบทางวัฒนธรรมของโทรเลขนั้นมีหลายประการเช่นกันคือ

(i) ในยุคเริ่มแรกที่มีโทรเลขใช้ ผู้คนจะมีความรู้สึกทั้งกลัวและทั้งประหลาดใจต่อวิธีส่งข่าวสารแบบนี้ หลายคนไม่เชื่อว่าจะสามารถส่งไปได้ และต้องไปเช็คทั้งต้นทางและปลายทาง บางคนก็มีอาการกลัวกระแสไฟฟ้าและไม่กล้าเดินผ่านเสาโทรเลข ในบางแห่งมีการเรียกเสาโทรเลขว่า "เสาสายฟ้า" (lightening line) แม้จะมีปฏิกิริยาคลางแคลงและหวาดกลัวในระยะเริ่มแรก แต่เมื่อโทรเลขสามารถพิสูจน์ว่าส่งข่าวสารได้จริง การสื่อสารเช่นนี้ก็ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปี ค.ศ.1850 มีหลายเมืองที่ติดต่อกันผ่านโทรเลขได้ และในปี 1866 ก็มีการวางเคเบิลสายโทรเลขใต้มหาสมุทรเชื่อมระหว่างยุโรปกับอเมริกา

(ii) โทรเลขมีผลต่อเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่เดิมนั้นเมื่อต้องอยู่ห่างไกลกัน บุคคลจะติดต่อกันผ่านจดหมายซึ่งต้องใช้เวลานาน แต่เมื่อมีโทรเลข ข่าวสารสำคัญ ๆ ก็ส่งถึงกันได้อย่างรวดเร็ว โทรเลขเป็นต้นแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านตัวสื่อ (mass-mediated interpersonal communication) ที่ขยายตัวมาเป็นโทรศัพท์ เพจเจอร์ ตลอดจนอีเมล์ในปัจจุบัน

(iii) เนื่องจากโทรเลขเกิดขึ้นในช่วงสมัยที่ยังมีการทำสงครามกลางเมืองอยู่มาก ดังนั้นบทบาทของโทรเลขจึงเข้าไปมีส่วนร่วมในสงครามอย่างหลีกเลี่ยงไม่พ้น มีการส่งข่าวสงครามผ่านโทรเลขอย่างมาก โทรเลขได้เปลี่ยนโฉมหน้าของสงครามเนื่องจากการส่งข่าวสารที่เป็นหัวใจของสงครามทำได้รวดเร็วมากขึ้น

(iv) ผลกระทบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของโทรเลข คือเรื่องการค้า ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายผู้ซื้อผู้ขาย การขนส่ง โทรเลขทำให้ฝ่ายผู้ขายสามารถรู้ราคาสินค้าต่าง ๆ ได้จากทั่วโลก จึงเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ว่าประเทศอังกฤษที่จะพัฒนาตัวเองให้เป็นศูนย์กลางของตลาดสินค้าของโลก จำเป็นต้องวางสายโทรเลขไปยังที่ต่าง ๆ

(v) โทรเลขได้เปลี่ยนโฉมหน้าของวิธีการรายงานข่าวไปด้วย เนื่องจากความรวดเร็วในการติดต่อส่งข่าวสาร ทำให้นักข่าวหนังสือพิมพ์สามารถจะเดินทางไปทำข่าวสารยังสถานที่เกิดเหตุและเขียนรายงานส่งผ่านโทรเลขไปยังโรงพิมพ์ และในการตีพิมพ์นั้น หนังสือพิมพ์ก็มักจะนำเอาคำว่า "โทรเลข" ไปใส่ไว้ด้วย (ในภาษาอังกฤษ มีหนังสือพิมพ์หลายฉบับมีคำว่า "telegraph" อยู่ในชื่อหนังสือ)

เนื่องจากโทรเลขคิดเงินตามจำนวนคำที่เขียน ดังนั้นบรรดานักข่าวหนังสือพิมพ์จึงต้องปรับเปลี่ยนและคิดประดิษฐ์วิธีการรายงานข่าวแบบใหม่ผ่านโทรเลข เช่น รายงานข่าวต้องสั้น อย่าใช้คำฟุ่มเฟือย ให้รายงานแต่ข้อเท็จจริงล้วน ๆ เป็นต้น

(2.3) ยุคสมัยของกล้องถ่ายรูป

กล้องถ่ายรูปเป็นผลิตกรรมทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 16 แม้ว่าในระยะแรก ๆ เทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพจะเป็นเรื่องยุ่งยากอยู่บ้าง แต่ก็ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีนี้ให้ง่ายต่อการใช้มากยิ่งขึ้นทุกที ดังที่ Kodak ผู้ผลิตสร้างคำขวัญว่า "You press the button, we do the rest" ผลกระทบทางวัฒนธรรมของกล้องถ่ายรูปมีดังนี้

(i) เนื่องจากกล้องถ่ายรูปถูกออกแบบมาสำหรับการใช้ของมวลชน ดังนั้น ทุกคนจึงสามารถใช้กล้องถ่ายรูปได้โดยไม่ต้องมีความรู้มากนัก กล้องถ่ายรูปจึงแพร่หลายอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป้าหมายของการถ่ายรูปมีได้หลากหลาย และกล้องถ่ายรูปสามารถถ่ายได้ทุกอย่าง กล้องถ่ายรูปจึงถูกนำมาใช้ในครอบครัว มีการถ่ายภาพของครอบครัว และอัลบั้มภาพก็กลายเป็นห้องสมุดของทุกครอบครัว ทำให้แต่ละครอบครัวสามารถสืบทอดประวัติศาสตร์วงศ์ตระกูลของตนได้จากบรรดาภาพถ่ายของบรรพบุรุษที่แขวนติดอยู่บนฝาผนัง

(ii) กล้องถ่ายรูปมีผลสะเทือนอย่างมากต่อการทำข่าวหนังสือพิมพ์ และการจัดทำนิตยสาร ในช่วง 1920 วิถีชีวิตและจังหวะชีวิตของคนอเมริกันเปลี่ยนไป มีการกินอาหารที่เคาน์เตอร์แทนที่จะเป็นโต๊ะอาหาร มีรถไฟเชื่อมต่อระหว่างเมือง มีเครื่องซักผ้าเครื่องดูดฝุ่น ฯลฯ ดังนั้น รูปแบบการอ่านหนังสือพิมพ์จึงเป็นการอ่านในช่วงเวลาสั้น ๆ ระหว่างทำกิจกรรมชีวิตอย่างอื่น ๆ ไปด้วย ฉะนั้น จึงเกิดแนวคิดใหม่ในการทำหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ มีการขยายรูปภาพให้ใหญ่ขึ้น และทำคอลัมน์ให้เล็กลง (เพื่อประหยัดเวลาของคนอ่าน) แนวคิดเรื่อง "การถ่ายภาพสำหรับงานวารสาร" (Photo-journalism) ที่แตกต่างจากการถ่ายภาพของคนทั่ว ๆ ไปเริ่มพัฒนาอย่างเป็นระบบ

(iii) ผลงานจากกล้องถ่ายรูปคือ รูปภาพที่เป็นภาพเหมือนของจริง ทำให้เกิดความสามารถที่จะถ่ายทอดเหตุการณ์และเรื่องราวโดยผ่าน**สื่อที่เป็นภาพ** และไม่ต้องแปลงไปเป็นตัวอักษร และเนื่องจาก "ภาพ" จะบอกเล่าเหตุการณ์ได้ใกล้เคียงกับ "ความเป็นจริง" มากกว่า "ถ้อยคำหรือตัวอักษร" (ที่ภาษาไทยพูดว่า "ภาพมันฟ้อง") ดังนั้น ในการรายงานข่าวสำคัญ เช่น ข่าวสงคราม ภาพจึงมีความสำคัญอย่างมาก

นอกจากนั้น ภาพยังทำให้เกิดรูปแบบการทรงจำร่วมแบบใหม่ (communal reservoir of image) คือการจดจำเรื่องราวต่าง ๆ เป็นภาพ ตัวอย่างเช่น เมื่อต้องการจะคิดถึง

ความโหดเหี้ยมของสงครามเวียดนาม ทุกคนก็มีภาพของเด็กหญิงเวียดนามที่เปลือยกายวิ่งร้องไห้ด้วยความตื่นตระหนก เมื่อคิดถึงเหตุการณ์การแต่งงานที่เริ่มต้นราวกับเทพนิยาย ทุกคนก็จะคิดถึงฉากจุมพิตระหว่างเจ้าฟ้าชายชาร์ลส์กับเจ้าหญิงไดอาน่าที่ระเบียง เป็นต้น

(2.4) ยุคสมัยของภาพยนตร์

ในสหรัฐก่อนปีค.ศ.1896 นั้น เราจะได้เห็นประชาชนอเมริกันเข้าแถวเพื่อซื้อตั๋วเข้าดูมหรสพตามโรงละครหรือโรงมหรสพ (เรียกว่า vaudeville) แต่ทว่าเมื่อเดือนเมษายน 1896 ได้มีกลุ่มประชาชนที่เข้าคิวแถวถนนบรอดเวย์เพื่อซื้อตั๋วเข้าชม vitascope ซึ่งเป็นการฉายภาพที่เคลื่อนไหวต่อเนื่องกันจากกล้องของ Edison ยุคสมัยของภาพยนตร์ได้เริ่มต้นขึ้นแล้วในอเมริกา

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีลักษณะเหมือนกับโทรทัศน์คือมีทั้งภาพที่เคลื่อนไหวและเสียง ดังนั้นจึงเป็นสื่อที่มีความสมจริง ในระยะแรก Edison ได้สร้างกล้องที่ฉายให้ดูได้ทีละคนเพื่อเก็บเงินคนดู แต่ต่อมา ก็ได้พัฒนามาเป็นการฉายบนจอและดูได้พร้อมกันหลาย ๆ คน โดยเก็บสตางค์ค่าดูจากหน้าโรงฉายแทน

สำหรับเนื้อหาของหนังในระยะแรก ๆ นั้น ยังคงเป็นภาพเคลื่อนไหวแบบสั้น ๆ 2-3 นาที และไม่เป็นเรื่องราว เช่น ภาพนักแสดงกายกรรม การแข่งม้า ฯลฯ แต่ต่อมาผู้สร้างภาพยนตร์ได้ค้นพบว่าสามารถที่จะ**นำเอาเรื่องราว**มาเล่าในหนังได้ อย่างไรก็ตาม พัฒนาการขั้นแรกๆ ของการเล่าเรื่องผ่านภาพยนตร์นั้นก็ยังเลียนแบบมาจากการแสดงของละครเวทีเป็นส่วนใหญ่ และต้องใช้เวลาอีกสักช่วงหนึ่งที่ภาพยนตร์จะได้ค้นพบรูปแบบของการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงเฉพาะตัว แบบของภาพยนตร์ที่ต้องอาศัยวิธีการตัดต่อภาพและการวางมุมกล้องในตำแหน่งต่าง ๆ

สำหรับภาพยนตร์ในสหรัฐนั้นในระยะเริ่มแรกได้ถูกสร้างขึ้นมาสำหรับคนงานที่อพยพมาจากยุโรปซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนชั้นล่าง และมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมมวลชน ดังนั้น สถานะของภาพยนตร์อเมริกันยุคแรกจึงเป็นสื่อบันเทิงราคาถูกสำหรับคนงานชั้นล่าง ด้วยเหตุผลนี้ ภาพยนตร์จึงแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เพียงแค่ 10 ปีให้หลังจากการฉายหนังของ Edison ในปี 1905 ก็มีโรงฉายหนังนับเป็นพันๆ โรงทั่วประเทศ และเนื่องจากหนังมีรายได้ที่เก็บจากคนดูโดยตรง ดังนั้นทางโรงจึงต้องเปลี่ยนหนังอยู่บ่อย ๆ ความจำเป็นดังกล่าวผลักดันให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มผู้สร้าง รวมทั้งผู้จัดจำหน่าย(โรงหนัง)ด้วยที่ขยายตัวตามมาในอีกสองทศวรรษ

เพื่อให้การสร้างหนังมีความสมจริงสมจังมากขึ้นซึ่งก็หมายความว่าต้องมีการลงทุนด้านการผลิตสูงขึ้น ดังนั้น จากพัฒนาการในระยะแรกที่ฝ่ายผู้สร้างภาพยนตร์และผู้จัดจำหน่ายยังเป็นคนละกลุ่มกัน เนื่องจากฝ่ายผู้สร้างต้องลงทุนมากจึงต้องการความแน่ใจว่า ภาพยนตร์ของตนจะได้ฉายอย่างแน่นอน ดังนั้นจึงเกิดการรวมตัวของบริษัทผู้ผลิตและบริษัทผู้จัดจำหน่าย (โรงหนัง)

จากทั้ง 2 ด้าน เช่น A. Zukor ผู้สร้างภาพยนตร์ก็ได้สร้างโรงหนังขึ้นเอง (อันได้แก่ Paramount Pictures) ทางด้านโรงหนังก็ได้ตั้งบริษัทสตูดิโอ (studio) ต่างๆ เพื่อผลิตหนังป้อนตามโรง (พัฒนาการดังกล่าวเกิดขึ้นในทุกประเทศ เช่นเดียวกับประเทศไทย)

พัฒนาการด้านเทคนิคของภาพยนตร์ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว จากยุคแรกของภาพยนตร์ที่เป็น "หนังเงียบ" กล่าวคือ ไม่มีเสียงของผู้แสดงออกมาจากตัวหนัง (อย่างไรก็ตาม เวลาที่ฉายก็จะมีการแสดงดนตรีประกอบและมีผู้มาเล่าเรื่องเป็นระยะ) เมื่อปี 1926 ได้เกิดหนังเสียงขึ้นและหนังเงียบก็ต้องหลีกทางให้ แต่หนังเสียงดังกล่าวก็ยังเป็นหนังขาวดำเท่านั้น จนกระทั่งปี 1935 จึงถึงยุคสมัยของหนังสี ในระหว่างปี 1939-41 ภาพยนตร์อมตะที่เป็นเรื่องราวของสงครามกลางเมืองในสหรัฐ เรื่อง "Gone with the wind" ก็เป็นหนังสีที่ประสบความสำเร็จมากในด้านรายได้ การสร้างภาพยนตร์แต่ละเรื่องไม่ใช่เรื่องง่ายๆ และราคาถูกอีกต่อไปแล้ว หากทว่าจะต้องมีการลงทุนอย่างมหาศาล โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคนิคแต่ละครั้ง เช่น เมื่อมีการสร้างหนังเสียงก็ต้องเปลี่ยนทั้งเครื่องมือ การถ่ายทำ ต้องพัฒนาทักษะของทีมผู้สร้าง ฯลฯ ในระยะนี้ บทบาทของสถาบันธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธนาคารก็ได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ผลกระทบทางวัฒนธรรม

(i) ภาพยนตร์มีผลทำให้วัฒนธรรมด้านการใช้เวลาว่างของผู้คนเปลี่ยนโฉมหน้าไป แต่เดิมเมื่อว่างจากการงานและต้องการพักผ่อนหาความบันเทิง ผู้คนในสหรัฐซึ่งก็คงจะเหมือนคนในประเทศอื่น ๆ จะมีรูปแบบการใช้เวลาว่างด้วยการไปเที่ยวตามบ้านเพื่อนฝูง ไปเที่ยวตามสวนสาธารณะหรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือมิฉะนั้นก็อาจจะไปดูการแสดงตามโรงมหรสพต่าง ๆ แต่ทว่าเมื่อเกิดมีภาพยนตร์ขึ้นมา การไปดูหนังได้เข้ามาแทนที่กิจกรรมอย่างอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ในระยะเริ่มแรก การไปดูหนังยังเป็นกิจกรรมของครอบครัว โดยที่พ่อแม่ลูกจะออกไปดูหนังร่วมกันในวันเสาร์-อาทิตย์ แต่ต่อมา วัฒนธรรมการไปดูหนังได้ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปจากการไปดูเป็นครอบครัว กลายมาเป็นการไปดูเป็นกลุ่มเพื่อนของหนุ่มสาว และทุกวันนี้ การไปดูหนังได้กลายเป็นกิจกรรมหลักในการใช้เวลาว่างของคนหนุ่มสาว

(ii) ภาพยนตร์กลายเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมมวลชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในยุคที่โทรทัศน์ยังไม่แพร่หลาย ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาคุณลักษณะหลาย ๆ ประการของตัวภาพยนตร์เอง เช่น การมีประเภท (genre) หลายประเภทของหนังให้เลือกดูสำหรับคนจำนวนมากที่มีรสนิยมต่างๆ กัน นับตั้งแต่ช่วงปี 1930-1950 ซึ่งเป็นยุคการเจริญเติบโตของ studio ต่าง ๆ ในฮอลลีวู้ด studio แต่ละแห่งได้พัฒนาความชำนาญในการสร้างภาพยนตร์แต่ละประเภท เช่น

- Warner Brothers ถนัดสร้างหนังแบบผู้ร้ายยกพวกตีกันยิงกัน (gangster)

- 20th Century Fox ชอบสร้างหนังประวัติศาสตร์และการผจญภัย
- MGM ทำหนังเพลงได้ดี
- Hitchcock ก็มีชื่อเสียงอย่างยิ่งในการสร้างหนังประเภทเขย่าเส้นประสาท

วัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งที่ภาพยนตร์ได้สร้างขึ้นมาและมีผลอย่างมากต่อวัฒนธรรมมวลชนก็คือ "ระบบดารา" (Star system) ผลจากการแข่งขันในธุรกิจภาพยนตร์นับตั้งแต่ปี 1910 ทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์อิสระเช่น Carl Laemmle ค้นคิดวิธีที่จะนำดาราหญิงผู้แสดงนำมาเป็นจุดดึงดูดใจ เริ่มตั้งแต่การตั้งชื่อดาราให้ฟังดูไพเราะ การถ่ายรูปแล้วขายเพื่อให้คนนำไปติดฝาห้อง การตั้งฉายาของดารา ฯลฯ กลยุทธ์ดังกล่าวใช้การได้ผลดีมากจนกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมภาพยนตร์ ทุกวันนี้ทุกคนยังจำภาพของมาริลีน มอนโร ในชุดกระโปรงเปิดได้อย่างติดตา การแต่งตัว การทำผม การทำท่าทางของดาราได้กลายมาเป็นรูปแบบที่ประชาชนทั่วไปนำมาเลียนแบบในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุดก็เช่นกรณีของเอลวิส เพรสลีย์ ทั้งนี้เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพ/เสียง/เรื่องราว จึงมีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้คนอย่างมาก เนื่องจากอิทธิพลอันมหาศาลและลึกซึ้งอย่างสูงของภาพยนตร์ที่เข้าถึงชีวิตจิตใจของประชาชน และกลายเป็นส่วนสำคัญของของวัฒนธรรมการใช้เวลาว่างและการพักผ่อนของคนอเมริกัน ดังนั้นในประมาณต้นปี ค.ศ.1930 มูลนิธิ Payne จึงต้องให้ทุนสนับสนุนเพื่อการทำวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของภาพยนตร์ที่มีต่อกลุ่มผู้ชมในเรื่องของการใช้ความรุนแรง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่เป็นเด็กๆ

นอกจากฮอลลีวู้ดจะเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมมวลชนที่มีผลต่อประชาชนในทวีปอเมริกาแล้ว อิทธิพลของสถาบันนี้ยังแผ่ขยายออกไปถึงในระดับโลก ทั้งนี้เนื่องจากภาพยนตร์ของ ฮอลลีวู้ดได้ถูกส่งไปฉายทั่วโลก เพียงแค่ในยุคเริ่มต้นของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงในปีค.ศ.1918 หนังอเมริกันก็ครองตลาดโลกถึง 80% แล้ว และเป็นที่มาของแนวคิดเรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรมในระดับโลก (Cultural Imperialism)

(iii) ในช่วงประวัติศาสตร์ประมาณหนึ่งศตวรรษของภาพยนตร์ได้มีการเปลี่ยนแปลงในตัว วัฒนธรรมของภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง นักประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ค้นพบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างวัฒนธรรมของหนังในอเมริกาและในยุโรป กล่าวคือ สำหรับในอเมริกา ภาพยนตร์จะถูกสร้างขึ้นมาสำหรับกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนงานระดับล่างที่เพิ่งอพยพออกจากทวีปยุโรปไปหางานทำในทวีปใหม่ ลักษณะของหนังจึงเป็นเรื่องสั้น ๆ ไม่มีสาระสำคัญแต่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่ทว่าสำหรับในทวีปยุโรปนั้น กลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์จะสร้างเป็นหนังเรื่องยาวที่มีสาระและมีลักษณะเชิงศิลปะและสุนทรียะเพื่อป้อนกลุ่มผู้ชมที่เป็นชนชั้นกลาง

ต่อมาในช่วงปี 1912 Zukor เจ้าของบริษัทผู้จัดจำหน่ายหนังได้ทดลองสั่งหนังจาก

ยุโรปไปฉายในสหรัฐและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ดังนั้นในช่วงทศวรรษนี้ (1908-1916) ทิศทางการสร้างหนังในสหรัฐจึงเริ่มเปลี่ยนมาเป็นการแสดงออกเชิงสุนทรียะมากขึ้น อย่างไรก็ตาม วิธีการเล่าเรื่องของหนังในยุคนี้ก็ยังคงเหมือนกับวิธีการเล่าเรื่องของละครเวที

จนกระทั่งนักสร้างหนังชาวอเมริกันที่กลายเป็นตำนานชื่อ Griffith ได้เริ่มสร้างภาพยนตร์เรื่อง Intolerance อันเป็นภาพยนตร์ที่นำเอาศิลปะมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ ภาพยนตร์เรื่องนี้มีความยาวถึง 3 ชั่วโมง ใช้ทุนสร้างอย่างมหาศาล และใช้เวลาถ่ายทำอย่างยาวนานนับเป็นแรมปี หลังจากเปิดศักราชใหม่ของการสร้างภาพยนตร์ของ Griffith นักสร้างภาพยนตร์คนอื่น ๆ ก็ทยอยก้าวตามมา ในแต่ละยุคสมัยจะมีการสร้างเนื้อหาประเภทต่าง ๆ เช่น ช่วงปี 1925 ภาพยนตร์ตลกชั้นดีแบบ Charlie Chaplin ได้เกิดขึ้น ต่อมาก็เป็นเรื่องรักโรมานซ์ที่มีฉากหลังเป็นทะเลทราย หลังจากตระเวนถ่ายจนหมดทุกทะเลทรายแล้ว ก็ถึงยุคหนังผจญภัย แล้วก็เป็นหนังแบบพระเอกเป็น "hero-macho" ผู้ทำให้ผู้หญิงมาคุกเข่าตรงหน้า อันมีอิทธิพลต่อทัศนคติทางเพศในสังคมอย่างมาก

(2.5) ยุคสมัยของวิทยุ

ในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 19 นักประดิษฐ์ค้นคว้าเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องของ "เสียง" ใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือการจับเสียงอัดลงแผ่นวัสดุต่าง ๆ เช่น งานของ T. Edison (1877) และอีกลักษณะหนึ่งคือการถ่ายทอดส่งเสียงผ่านอากาศ เช่นงานของ Maxwell (1873) และ Hertz (1887) งานค้นคว้าแบบแรกนำไปสู่การพัฒนาเรื่องการอัดแผ่นเสียง และอย่างหลังนำมาสู่เรื่องวิทยุ

ในระยะแรกนั้น พัฒนาการของเรื่องวิทยุยังมีลักษณะการใช้แบบผู้ส่ง-ผู้รับเป็นรายบุคคลแบบ point-to-point (เช่นเดียวกับโทรเลข) และเนื่องจากเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ดังนั้นกองทัพเรือสหรัฐจึงได้นำเอาวิทยุแบบ point-to-point นี้ไปใช้ในการรับส่งสัญญาณทางเรือ รวมทั้งได้พัฒนาค้นคว้าปรับปรุงเทคนิคของการรับส่งสัญญาณวิทยุให้ดีขึ้น

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 สงบแล้ว (ประมาณปีค.ศ.1925) ทั้งสื่อแผ่นเสียงและวิทยุได้เริ่มถูกนำมาใช้ในวงการธุรกิจบันเทิงมากขึ้น กิจการของแผ่นเสียงดูจะไปได้ดี เนื่องจากมีการประดิษฐ์ตู้หยอดเหรียญที่ใช้ฟังเพลง (ที่เรียกว่า Jukebox) ตู้เหล่านี้ติดตั้งตามร้านกาแฟ โรงเต้นรำ อย่างแพร่หลาย ส่วนในกรณีของวิทยุนั้น เนื่องจากระยะแรกวิธีการรับฟังยังเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก เนื่องจากต้องใช้เครื่องรับที่ใส่แบตเตอรี่ ต้องมีหูฟังรับฟังได้ทีละคน และยังมีราคาแพงอยู่ ดังนั้น วิทยุจึงยังคงมีสถานะเป็นของเล่นและงานอดิเรกของกลุ่มคนที่สนใจกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม สถานะพิเศษของวิทยุก็คือ อาจถือได้ว่าเป็นการสื่อสารมวลชนด้านข่าวสารและความบันเทิงชนิดแรกที่นำมาติดตั้งเอาไว้ในบ้าน และหลังจากที่ได้มีการพัฒนาวิทยุให้กลายเป็นธุรกิจทั้งด้านการก่อตั้งสถานี การขายเครื่องรับ และการโฆษณาในวิทยุ การแข่งขันระหว่างธุรกิจดังกล่าวก็กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีการพัฒนาเครื่องรับวิทยุให้มีลักษณะการรับฟังที่ง่ายขึ้น เช่น ไม่ต้องใส่หูฟังแล้ว สามารถฟังพร้อม ๆ กันได้ทีละหลาย ๆ คน (กลายเป็นสื่อแบบ point-to-many) รูปร่างของเครื่องรับถูกทำให้สวยงามจนสามารถกลายเป็นเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องรับแขกได้อย่างดี รวมทั้งยังมีการพัฒนารูปแบบอื่น ๆ ของเครื่องรับ เช่น วิทยุติดรถยนต์เพื่อให้รับฟังได้ในที่อื่น ๆ พัฒนาการดังกล่าวทำให้วิทยุกลายเป็นสื่อสารมวลชนที่แพร่หลายอย่างรวดเร็ว

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้นขึ้นของวิทยุ โดยเฉพาะบทบาทของการโฆษณาทางวิทยุ ซึ่งในระยะแรกก็เป็นไปอย่างเรียบง่ายและสุภาพ แต่ในชั้นต่อมาได้เริ่มมีรูปแบบที่พลิกแพลงมากขึ้น เช่น การนำเอาชื่อสินค้ามาตั้งเป็นชื่อรายการ การแทรกโฆษณาลงในระหว่างรายการ ดังนั้นจึงได้มีการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการดำเนินงานของวิทยุ ที่เรียกว่า Radio Act of 1927

ในช่วงปีค.ศ.1930 ซึ่งเป็นช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ อุตสาหกรรมและธุรกิจต่าง ๆ พากันล้มละลายพับฐานเป็นทิวแถว ธุรกิจการอัดแผ่นเสียงก็ไม่อาจเลี่ยงชะตากรรมดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม สำหรับธุรกิจวิทยุแล้วกลับเป็นข้อยกเว้น ธุรกิจวิทยุยังคงดำเนินต่อไปได้อย่างดี ยังสามารถเกิดเครือข่ายใหม่ ๆ อีกหลายเครือข่ายในช่วงเวลานี้ และยังสร้างงานสำหรับผู้ที่ตกงานมาจากธุรกิจสาขาอื่น ๆ

สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ระเบิดขึ้นกลับมีส่วนช่วยส่งเสริมบทบาทของวิทยุให้มีความสำคัญมากขึ้นกว่าเดิม ประชาชนจำนวนมากติดตามข่าวเหตุการณ์สำคัญ ๆ ของสงครามจากวิทยุอย่างใจจดใจจ่อ บรรดาเหตุการณ์ใหญ่ ๆ เช่น พระเจ้าเอ็ดเวิร์ดที่ 8 ประกาศสละราชสมบัติเนื่องจากต้องการแต่งงานกับแม่หม้ายชาวอเมริกันที่พระองค์รัก หรือสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศเช่น เชอร์ชิล/ฮิตเลอร์ รวมทั้งการรายงานข่าวอย่างสด ๆ และรวดเร็วจากสนามรบสามารถรับฟังได้จากวิทยุทั้งสิ้น

นับตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ.1940 เป็นต้นมา สื่อวิทยุได้มีการพัฒนาตัวเองมาในทุก ๆ ด้าน เช่น ใน**ด้านเทคนิค** ได้มีการใช้คลื่น FM ที่รับฟังเสียงได้ดีกว่า AM ในด้านรูปแบบ**รายการ** หลังจากเริ่มต้นด้วยรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ในระยะเริ่มต้น (และมักจะเป็นเพลงคลาสสิกเท่านั้น) ต่อมาวิทยุได้ขยายไปสู่ประเภทรายการอื่น ๆ เช่น รายการข่าวที่มีรูปแบบการรายงานที่ต่างไปจากหนังสือพิมพ์ ละครวิทยุ Quiz Show ตลอดจนรายการ News/Talk Show (ตัวบุคคลที่เรารู้จักกันดี

เช่น Larry King ก็เติบโตมาจากการจัดรายการ News/Talk Show ทางวิทยุมาก่อนตั้งแต่ยังหนุ่ม) จนล่วงเข้ากลางทศวรรษ 1950 เมื่อการแข่งขันมีมากขึ้น ก็ได้เกิดมีการจัดรายการแบบ format radio คือการเลือกรายการเฉพาะบางประเภทสำหรับกลุ่มผู้ฟังที่มีความสนใจเฉพาะ ๆ ที่จะตรึงให้ฟังคลื่นนั้นอยู่ตลอดเวลา เช่น คลื่นจราจร คลื่นข่าวและเพลง คลื่นละคร คลื่นเพลงคลาสสิก เป็นต้น

ผลกระทบทางวัฒนธรรม

เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อใหม่ที่เกิดขึ้นโดยนำเอารูปแบบและเนื้อหาของสื่อเดิม ๆ ที่มีอยู่ในสังคมมาเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่ง วิทยุจึงมีผลกระทบทางวัฒนธรรมทั้งต่อสื่อเดิมที่มีอยู่และต่อชีวิตทางวัฒนธรรมของประชาชนและชีวิตของสังคม ดังนี้

(i) ผลกระทบต่อสื่อเดิมที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็คือเพลง โดยเฉพาะเพลงคลาสสิก ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เนื้อหาของรายการวิทยุในระยะแรกนั้นจะเป็นเพลงคลาสสิกเป็นส่วนใหญ่ (แต่จะเลือกตัดเพียงบางท่อนมาเปิดหรือมาแสดงเท่านั้น) ดังนั้น วิทยุจึงมีส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้เพลงคลาสสิกซึ่งถือว่าเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงแพร่หลายออกไปสู่มวลชน ตามแนวคิดของ W. Benjamin ในเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนที่ช่วยสร้างความเป็นประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม และต่อจากนั้น วิทยุได้เริ่มนำเอาการแสดงตลกที่เคยเล่นตามหมู่บ้าน/งานวัด (Vaudeville) มาแสดงในห้องส่ง (ในกรณีของไทยก็พบปรากฏการณ์ดังกล่าวเช่นเดียวกัน เช่น การนำเอาสื่อพื้นบ้าน เช่น ลิเก หมอลำ ค่าวซอ มาเล่นทางวิทยุ)

(ii) สำหรับสื่อที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับวิทยุคือแผ่นเสียงนั้น ในระยะเริ่มแรก แผ่นเสียงและวิทยุเป็นสื่อที่มีความขัดแย้งกัน เนื่องจากเมื่อมีวิทยุเกิดขึ้น ธุรกิจแผ่นเสียงก็ซบเซาลงเพราะผู้ฟังคิดว่า การฟังวิทยุจะได้ฟัง "เพลงอย่างสด ๆ " (Live Music) แต่ "แผ่นเสียง" นั้นเป็น "เพลงกระป๋อง" (Canned Music) แต่ต่อมาทั้งสองสื่อก็หาทางประสานสัมพันธ์กันได้อย่างดี กล่าวคือแผ่นเสียงได้ใช้วิทยุเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์/โฆษณางานเพลงใหม่ ๆ ที่ออกสู่ตลาด การประสานสัมพันธ์นี้บางครั้งก็ดีจนเกินไปจนกระทั่งเกิดปรากฏการณ์การจ้างสถานีวิทยุ/DJ รายการให้เปิดแผ่นเสียง (ที่เรียกว่า payola "คิวละพัน วันละเพลง") การเติบโตของธุรกิจแผ่นเสียงทำให้เกิดการพัฒนาด้านเทคนิคของการบันทึกเสียง เช่น การพัฒนาแผ่นเสียงแบบลองเพลย์ เป็นต้น

(iii) สื่อวิทยุได้ทำให้ศิลปะบางอย่างที่เคยจำกัดอยู่ในคนกลุ่มเล็ก ๆ หรือเป็นการแสดงในแวดวงจำกัด กลายเป็น "วัฒนธรรมมวลชน" ตัวอย่างเช่น การแสดงละคร ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำประชาชนมีความต้องการที่จะหลีกหนีไปจากสภาพความเป็นจริงอันหดหู่ เช่น การตกงาน การขาดแคลนสิ่งของเครื่องใช้ ปัญหาครอบครัวและสังคม ฯลฯ ดังนั้น ในช่วงเวลานี้ วิทยุได้พัฒนารายการละครวิทยุขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการหลีกหนีดังกล่าว (escapist) เช่น ละครวิทยุ

แบบผจญภัยสำหรับผู้ชาย เช่น Lone Ranger และละครวิทยุแบบเรื่องรักโรมานซ์สำหรับผู้หญิง รวมทั้งรายการประเภทตอบคำถามชิงรางวัล (Quiz show) จากละครที่เคยแสดงอยู่บนเวทีในโรงละครเล็ก ๆ ได้กลายมาเป็นละครวิทยุที่มีผู้ฟังนับเป็นล้านๆคนในเวลาเดียวกัน

(iv) การสร้างความรู้สึกของการได้รับฟังข่าวอย่างรวดเร็ว/และอย่างสด ๆ (live) ถึงแม้ก่อนหน้านี้จะมีการรายงานข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์ แต่สิ่งที่ผู้อ่านจะได้รับนั้นก็เป็นเพียงตัวอักษรและภาพ และเมื่อเปรียบเทียบด้านระยะเวลาแล้ว ข่าวจากวิทยุก็มีความรวดเร็วกว่ามาก และยังสามารถถ่ายทอดสดได้ด้วย ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ประชาชนจะได้ฟังเสียงของผู้นำประเทศถ่ายทอดอย่างสด ๆ เลย และนอกจากนั้นยังมีผู้วิเคราะห์ข่าวดังกล่าวให้ฟังต่อมาโดยทันที รูปแบบดังกล่าวนี้ทำให้วิทยุสามารถสร้าง "คนอ่านข่าว" "นักวิเคราะห์ข่าว" ที่มีชื่อเสียงขึ้นมาและเป็นที่รู้จักกันอย่างดี เช่น กรณีของ Larry King ที่ได้กล่าวไปแล้ว

(v) สื่อวิทยุมีลักษณะบางอย่างที่เหมือนสื่อภาพยนตร์ที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ก็มีลักษณะที่เพิ่มเติมมากไปกว่าสื่อภาพยนตร์ ข้อที่เหมือนกันก็คือ สื่อวิทยุเป็นสื่อที่ประชาชนจะใช้ในช่วงเวลาว่างเพื่อให้ความบันเทิง เช่นการรับฟังรายการเพลง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประเภทของรูปแบบรายการวิทยุนั้น มีความหลากหลายมากกว่าภาพยนตร์ เช่น รายการ News & Talk show ซึ่งเป็นรูปแบบรายการที่จะมีพิธีกรและแขกรับเชิญมาสนทนา พูดคุย อภิปรายโต้แย้งกันในเนื้อหาทุก ๆ เรื่อง ทั้งการเมือง ศาสนา ศิลปะ กีฬา ปัญหาสังคม เพศ ฯลฯ ซึ่งรายการประเภทนี้มักมีผู้ฟังที่มีความสนใจอย่างแท้จริง ดังนั้น ในแง่นี้ วิทยุจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทในการดึงหรือเชื่อมโยงประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคมด้วย

(2.6) ยุคสมัยของโทรทัศน์

ในช่วงปี 1920 เมื่อภาพยนตร์กำลังค้นคว้าที่จะนำเอาเสียงไปใส่ไว้ในภาพเพื่อให้เป็นภาพยนตร์ที่มีเสียงนั้น ในอีกด้านหนึ่งได้มีการค้นคว้าด้านการส่งภาพและเสียงโดยใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า เช่น งานค้นคว้าของ Zworykin และ Farnsworth ผลการค้นคว้านี้ประสบความสำเร็จในช่วงปี 1930 แต่เนื่องจากเป็นช่วงของยุคเศรษฐกิจตกต่ำ จึงทำให้การพัฒนางานทดลองออกมาเป็นอุตสาหกรรมต้องหยุดชะงักไป ต่อมาบริษัท RCA ได้จ้างคนทั้งสองมาทำงานในบริษัท แน่นอนว่า พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีในยุคแรกๆ นั้น สัญญาณภาพและเสียงที่แพร่ออกมาย่อมมีคุณภาพต่ำ และทำให้บรรดาผู้ที่อยู่ในวงการภาพยนตร์คิดว่า โทรทัศน์ก็เป็นเพียงของเล่นชิ้นใหม่ชิ้นหนึ่งเท่านั้น แต่ในระยะเวลาต่อมา ผู้ที่สร้างหนังก็พบว่า ตนเองได้คิดผิดไปเสียแล้ว เนื่องจากในช่วงพัฒนาการช่วงแรกของโทรทัศน์คือปีค.ศ.1945 นั้น มีสถานีโทรทัศน์ 8 สถานี มีเครื่องรับ 8,000 หลังคาเรือน แต่ในอีกสิบปีต่อมา ก็มีจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ถึง 35 ล้าน

เครื่อง

พัฒนาการด้านเทคนิคของโทรทัศน์เติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี 1950 โทรทัศน์สีได้เริ่มเข้าแทนที่โทรทัศน์ขาวดำ ในปี 1960 เคเบิลทีวีก็เริ่มดำเนินการ อันที่จริง ต้นกำเนิดของเคเบิลทีวีนั้นมุ่งจะส่งสัญญาณภาพไปยังบริเวณที่อยู่ห่างไกลหรือมีอุปสรรคทางธรรมชาติขัดขวางสัญญาณที่ส่งผ่านเครื่องแม่เหล็กไฟฟ้าเชิงบริเวณภูเขา แต่ในระยะต่อมา เคเบิลทีวีได้ค่อยๆ แปรเปลี่ยนมาเป็นโทรทัศน์แบบที่ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการได้ตามความพอใจและจ่ายเงินเพิ่ม เพียงแค่ปี ค.ศ. 1980 โทรทัศน์แบบดูฟรีก็ต้องหลีกทางให้กับโทรทัศน์แบบจ่ายเงินนี้

พัฒนาการก้าวต่อมาของโทรทัศน์คือการมีเครื่องบันทึกเล่นเทปโทรทัศน์สำหรับผู้ใช้ (VCR) ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วมาก ในปี 1982 มีผู้ใช้เครื่องบันทึกเทปเพียง 5% แต่อีก 10 ปีต่อมาตัวเลขนี้ก็เพิ่มเป็น 70% การมีเครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมการใช้โทรทัศน์รวมทั้งการไปชมภาพยนตร์ด้วย กล่าวคือ จะมีการเช่าม้วนเทปภาพยนตร์มาดูที่บ้าน ทำให้การออกไปดูหนังที่โรงมีน้อยลง และการลดเวลาดูโทรทัศน์ให้สั้นลงด้วยการเลือกดูแต่ตัวรายการและข้ามส่วนที่เป็นโฆษณา (เมื่อเวลาดูเป็นเทป) ผลกระทบในเรื่องวัฒนธรรมการดูโทรทัศน์มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ ๆ อีกครั้งหนึ่ง เมื่อมีการใช้ remote control ที่ทำให้ผู้ชมเลือกดูรายการ/ช่องต่าง ๆ ของโทรทัศน์ได้มากขึ้น และมีทางที่จะหลีกเลี่ยงที่จะดูโฆษณาทางโทรทัศน์ได้มากขึ้นเช่นกัน

สำหรับลักษณะการจัดองค์กรของโทรทัศน์นั้นมีลักษณะคล้ายกับกรณีของวิทยุ คือในระดับชาติจะมีเครือข่ายใหญ่ ๆ อยู่ 4-5 แห่ง เช่น CBS NBC ABC และ Dumont ส่วนในท้องถิ่นก็จะมีสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นของตนเองร่วมมือกับเครือข่ายระดับชาติในการนำเอารายการบางอย่างมาแพร่ภาพ เมื่อปีค.ศ.1956 เริ่มมีการผลิตเทปบันทึกภาพสำหรับผู้ผลิตรายการ ทำให้การประสานงานระหว่างเครือข่ายกับสถานีท้องถิ่นสะดวกขึ้น และยิ่งสะดวกมากที่สุดเมื่อมีการใช้ดาวเทียมถ่ายทอดสัญญาณภาพได้โดยตรง

เนื่องจากโทรทัศน์มีลักษณะธรรมชาติของสื่อแบบเดียวกับภาพยนตร์ แต่ทว่ามีข้อได้เปรียบกว่าตรงที่สามารถรับได้จากที่บ้าน และไม่ต้องจ่ายเงินโดยตรง และเนื่องจากสื่อทั้ง 2 ประเภทมีช่วงเวลาการก่อตัวและการพัฒนาที่เหลื่อมล้ำกัน ดังนั้นสื่อทั้ง 2 ชนิดจึงต้องมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในยุควัยเยาว์ของโทรทัศน์นั้น ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ไม่ได้ให้ความสนใจนักเพราะคิดว่าเป็นเพียงของเล่นชนิดหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในระยะต่อมา โทรทัศน์ได้พิสูจน์ว่าตนเองเป็นสื่อใหม่ที่แพร่หลายและมีอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของผู้คน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นสื่อที่จะเข้ามาเบียดขับแทนที่ภาพยนตร์ ในช่วงเวลานี้ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพยนตร์กับโทรทัศน์จึงเป็นไปในลักษณะการแข่งขันและตึงเครียด

ฝ่ายภาพยนตร์ออกข้อห้ามต่าง ๆ ไม่ให้นำภาพยนตร์ที่ฉายตามโรงไปฉายซ้ำในโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงกลางศตวรรษที่ 1950 ทั้งสองฝ่ายก็เห็นว่าควรร่วมมือกันดีกว่า ดังนั้น ฮอลลีวู้ดและโทรทัศน์จึงมาร่วมมือกันผลิตภาพยนตร์ออกฉายทางโทรทัศน์ เช่นหนังแบบ western ที่รู้จักกันดีในประเทศไทย เช่น Gunsmoke, Marverick เป็นต้น และต่อมา ฝ่ายผู้ผลิตภาพยนตร์ก็เริ่มมองหาช่องว่างที่สื่อโทรทัศน์ไม่สามารถจะทำได้เป็นทางออกของตน เช่น สร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่ฉายไม่ได้ทางโทรทัศน์ เช่น เรื่องชู้สาวแบบผิดศีลธรรม หรือสร้างหนังเพลงที่มีฉากสวยงามตระการตาที่สร้างในห้องสตูดิโอของโทรทัศน์ไม่ได้ เช่น Singing in the Rain

ส่วนพัฒนาการในด้านเนื้อหาของโทรทัศน์ เนื่องจากโทรทัศน์มีลักษณะเป็นสื่อแบบเดียวกับวิทยุ คือประกอบด้วยรายการที่หลากหลายประเภทและมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม รายการโทรทัศน์ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา มีข้อที่น่าสังเกต 2 ประการเกี่ยวกับปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนเนื้อหาของรายการโทรทัศน์คือ

- ยุคแรกเริ่มของโทรทัศน์นั้น รายการส่วนใหญ่จะลอกแบบมาจากวิทยุ จนกระทั่งมีคำกล่าวว่า "โทรทัศน์คือวิทยุที่มีภาพ" นั่นเอง และเนื่องจากตลาดของโทรทัศน์ยังไม่กว้างขวาง ดังนั้นปัจจัยด้านเศรษฐกิจจึงเป็นตัวกำหนดให้ต้องมีการผลิตรายการที่ต้นทุนไม่สูงมากนัก เช่น เกมโชว์/ละคร/ตลก/และการถ่ายทอดกีฬา ซึ่งปรากฏว่าได้รับความนิยมมากและเป็นรายการที่อยู่ในช่วง prime-time
- ในช่วงยุคทองของโทรทัศน์คือทศวรรษที่ 1950 นั้น รายการที่ได้รับความนิยมมากคือรายการปกิณกะบันเทิง (variety show) ที่ประกอบด้วยรายการหลาย ๆ ประเภท เช่น มีแขกรับเชิญ มีเพลง มีการแสดงกายกรรม และตลกชวนหัว ฯลฯ ซึ่งทำให้น่าสังเกตว่า นี่เป็นการเดินทางย้อนกลับไปยังการแสดงมหรสพบนเวทีที่เรียกว่า Vaudeville (แบบงานวัดในบ้านเรา) นั่นเอง
- การเปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มผู้ชม เมื่อเริ่มยุคเปิดตัวของสื่อโทรทัศน์ซึ่งมีประวัติศาสตร์เหมือนกับสื่อประเภทอื่น ๆ คือ ยังมีลักษณะเป็น "class media" มากกว่าเป็น "mass media" กล่าวคือ ผู้ที่จะมีโทรทัศน์นั้นจะต้องเป็นคนที่มีฐานะเหนือกว่ามาตรฐานเฉลี่ย เป็นคนมีการศึกษาและอยู่ในเมือง (โดยเฉพาะในนิวยอร์ก) คนกลุ่มนี้เป็นพวกที่ชมละครเวทีเป็นประจำ ดังนั้น เพื่อตอบสนองรสนิยมของคนกลุ่มนี้ โทรทัศน์จึงต้องถ่ายทอดหรือจัดแสดงละครแบบละครเวทีเป็นส่วนใหญ่ แต่ทว่าในช่วง 1960 โทรทัศน์ได้เริ่มกลายเป็นสื่อที่แพร่หลายแบบวัฒนธรรมมวลชน (popular) เนื่องจากเครื่องรับมีราคาถูกลง สถานีเล็ก ๆ ในท้องถิ่นตั้งมากขึ้น โทรทัศน์แพร่กระจายออกไปสู่ภูมิภาคในชนบท ดังนั้น เนื้อหารายการโทรทัศน์จึงเริ่มเลื่อนไหลลงไปสู่ชีวิตของโคบาลคาวบอย หรือเกษตรกรในชนบทมากขึ้น

● ในขณะที่ภาพยนตร์เคยต้องพบกับข้อกล่าวหาว่า มีเนื้อหาด้านการใช้ความรุนแรงอย่างมากดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ในกรณีของโทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน ในช่วงปีค.ศ.1960 ประชาชนเริ่มมีความเข้าใจในอิทธิพลของสื่อมวลชนสมัยใหม่ และเริ่มที่จะสร้างวัฒนธรรมในการรับมือกับการสะกัดกั้นหรือการกำหนดทิศทางเนื้อหาของสื่อ ดังนั้น จึงมีการต่อต้านเนื้อหาที่มีความรุนแรงมากๆ ในจอโทรทัศน์ โทรทัศน์ตอบรับข้อวิจารณ์ดังกล่าวด้วยการปรับเปลี่ยนเนื้อหาในช่วง prime-time มาเป็นรายการแนวแฟนตาซี และ sit-com แบบดูเล่นเพลิน ๆ (escapist)

ช่วงปลายทศวรรษ 1960 หลังจากเกิดการกบฏของกลุ่มวัยรุ่นทั่วโลก เนื้อหาของโทรทัศน์ได้เริ่มหันมาสนใจกับวัยรุ่นคนหนุ่มสาวมากขึ้น

ช่วงทศวรรษ 1970 โทรทัศน์เปิดฉากด้วยภาพยนตร์และละครที่เน้นการรักษากฎหมายของตำรวจและศาล (Law and order) แต่พอกลางปีก็เริ่มเปลี่ยนมาเป็น drama sit-com (เป็น sit-com แบบสนุกสนานมีสีสันหวือหวา)

ช่วงทศวรรษ 1980 โทรทัศน์เริ่มเลียนแบบละควิทยุด้วยการสร้างละครโทรทัศน์แบบที่ต้องติดตามทุกอาทิตย์ เนื้อหาจะเป็นเรื่องของครอบครัวรวย ๆ และมีตัวผู้ร้ายที่ผู้ชมสนุกสนานที่จะเกลียดชัง แต่เมื่อถึงกลางปี sit-com แบบที่เน้นความรักความอบอุ่นภายในครอบครัวก็ย้อนกลับมาอีก

พัฒนาการที่เปลี่ยนไปมาตลอดเวลานี้ แสดงให้เห็นถึงธรรมชาติของรายการในสื่อโทรทัศน์ที่จะต้องปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาตาม "โครงสร้างทางความรู้สึก" (structure of feeling) ของสังคมในแต่ละช่วง ทั้งนี้เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีลักษณะประชิดติดตัวผู้ชมอย่างมากนั่นเอง

ผลกระทบทางวัฒนธรรม

เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ แล้ว ต้องถือว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลด้านวัฒนธรรมมวลชนมากที่สุด จนกระทั่งมีนักวิชาการขนานนามว่า นับตั้งแต่ปีค.ศ.1960 เป็นต้นมาอาจจะเรียกได้ว่า เป็นยุคของ "วัฒนธรรมโทรทัศน์" (Television culture) หรือผู้คนที่เติบโตมาในช่วงเวลานี้ก็อาจจะเรียกว่าเป็น "คนรุ่นโตมากับโทรทัศน์" (TV. Generation)

(i) ผลกระทบทางโทรทัศน์ประการแรกของโทรทัศน์คือ มิติด้านปริมาณของโทรทัศน์ ในสหรัฐเมื่อปี 1960 โทรทัศน์กลายเป็นของใช้ประจำในชีวิตประจำวันของประชาชน (คือใช้ทุกวันเช่นเดียวกับสบู่และยาสีฟัน) ในปี 1970 95% ของคนอเมริกันมีโทรทัศน์อย่างน้อย 1 เครื่องในบ้าน และในช่วงเวลาดังกล่าว เวลาที่เด็ก ๆ อเมริกันใช้ในโรงเรียนหรืออยู่กับพ่อแม่มีน้อยกว่าเวลาที่อยู่หน้าจอโทรทัศน์ นอกจากนั้นจากบรรดากิจกรรมทั้งหลายที่เราทำตลอดอยู่ชีวิต การดูโทรทัศน์จะเป็นกิจกรรมที่ครอบครองพื้นที่เวลาของเราอย่างมากที่สุด

(ii) โทรทัศน์กลายเป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญที่สุดของคนในวัฒนธรรมมวลชน ซึ่งเท่ากับวัฒนธรรมที่เป็นด้านความรู้ความคิดและความเข้าใจ (Cognition Dimension) ของคนจะถูกบรรจุจากเนื้อหาของโทรทัศน์ แม้ว่าพัฒนาการในระยะเริ่มแรกของโทรทัศน์จะเป็นด้านความบันเทิง แต่ทว่าเนื่องจากการถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของโทรทัศน์ต่อสังคมส่วนรวมทำให้โทรทัศน์ต้องปรับปรุงตนเอง ในช่วง 1960 โทรทัศน์จึงเริ่มพัฒนาตนเองโดยขยายขอบเขตไปในเรื่องของการทำข่าวอย่างมีมาตรฐานในแบบฉบับของโทรทัศน์ที่เรียกว่า "Television Journalism" ในปี 1960 โทรทัศน์อเมริกันถ่ายทอดการอภิปรายโต้ตอบกันระหว่าง Kennedy & Nixon ข่าวโทรทัศน์ได้พัฒนาตนเองอย่างสูงสุดในการทำข่าวฆาตกรรมประธานาธิบดี Kennedy และเนื่องจากข่าวโทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง จึงเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ตามหลักวัฒนธรรมเดิมของประชาชนที่เชื่อว่า "สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น" ฉะนั้น ข่าวโทรทัศน์ที่น่าตื่นเต้นมากที่สุดและมีคนดูมากที่สุดเป็นประวัติศาสตร์หน้าแรกที่ถือได้ว่าเกิด "มวลชนโลก" ก็คือข่าว Neil Armstrong เหยียบดวงจันทร์ในปี 1969 ที่มีคนดูพร้อมๆ กันนับร้อยล้านคน

(iii) โทรทัศน์เป็นแหล่งอบรมบ่มเพาะ (cultivating institution) ที่สำคัญที่สุดในสังคมมวลชน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า อิทธิพลของโทรทัศน์ในแง่การปลูกฝังความคิด ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึกและการแสดงพฤติกรรมโดยเฉพาะพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนา (anti-social behavior) เช่น การใช้ความรุนแรง การใช้ยาเสพติด ฯลฯ เป็นสิ่งที่ประชาชนทั่วไปกล่าวขวัญอยู่ตลอดเวลา และโทรทัศน์จะถูกตั้งคำถามอยู่ตลอดเวลาในฐานะแหล่งบ่มเพาะสมาชิกใหม่ของสังคม เช่นในปี 1970 รัฐบาลอเมริกันต้องจัดให้มีการวิจัยตรวจสอบเนื้อหาความรุนแรงที่ปรากฏในโทรทัศน์ แม้ว่าผลการวิจัยจะระบุว่า โทรทัศน์ไม่ได้มีอิทธิพลมากมายอย่างที่คาดคิดกัน แต่ทว่าองค์กรที่ควบคุมกำกับดูแลสื่อเช่น Federal Communications Commission (FCC) ของสหรัฐก็ต้องออกมาตรการหลายอย่างเพื่อควบคุมทิศทางของเนื้อหารายการอยู่ดี

อันที่จริง โทรทัศน์ไม่ได้ทำหน้าที่บ่มเพาะแต่เฉพาะสมาชิกสังคมที่เป็นเด็ก ๆ เท่านั้น แม้แต่คนที่เป็นผู้ใหญ่ก็ได้รับการบ่มเพาะจากโทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา นับตั้งแต่เรื่องที่มองเห็นง่าย ๆ เช่น รายการแนะนำการแต่งกาย การปรับปรุงบุคลิกภาพ การออกกำลังกาย ฯลฯ ทั้งนี้ยังไม่ต้องนับถึงรายการโฆษณาทางโทรทัศน์ ไปจนกระทั่งถึงเรื่องที่อยู่ลึกซึ้งในจิตใจ เช่น อคติทางเพศ ผิว เชื้อชาติ จุดยืนทางการเมือง ความสำนึกต่อเรื่องสิทธิมนุษยชน การเกิดวัฒนธรรมต่อต้านรัฐบาล/วัฒนธรรมต่อต้านพ่อแม่ ฯลฯ ในกรณีของสงครามเวียดนามได้แสดงให้เห็นอิทธิพลของโทรทัศน์ในการหล่อหลอมแนวคิดต่อเรื่องการทำสงครามของประชาชนอเมริกันได้เป็นอย่างดี

การตระหนักถึงการทำหน้าที่เป็นแหล่งบ่มเพาะสมาชิกของสังคมนั้น ทำให้มีความพยายามที่จะหารูปแบบการใช้โทรทัศน์เพื่อการให้การศึกษาโดยตรง เช่น สถานี Public

Broadcasting Service ในช่วงปี 1961 อย่างไรก็ตาม Newton Minow ประธานของ FCC ที่เคยวิจารณ์โทรทัศน์เอาไว้เมื่อปี 1960 ว่าเป็น "ดินแดนแห่งความไร้ประโยชน์อันกว้างใหญ่ไพศาล" (vast wasteland) ก็คงยืนยันซ้ำ ในอีก 30 ปีต่อมาว่า โทรทัศน์ได้คะแนนเกรด A+ สำหรับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่ทว่ายังได้เพียงแค่ C สำหรับการเป็นสถาบันที่เป็นประโยชน์สำหรับสังคมส่วนรวม และยังเป็นแสงสว่างที่ริบหรี่เหลือเกินสำหรับการเป็นสถาบันการศึกษาที่เหมาะสมสำหรับเด็ก ๆ ในทางตรงกันข้ามโทรทัศน์กลับเพิ่มขีดอันตรายทางวัฒนธรรมให้แก่เด็ก ๆ มากยิ่งขึ้นทุกที

(iv) เมื่อนำเอาวัฒนธรรมจากโทรทัศน์ไปวางเทียบกับวัฒนธรรมที่เคยมีมาก่อนหน้านั้น R. Silverstone (1981) เปรียบเทียบว่า โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เหมือนปรัมปราคติ (myth) ในสังคมยุคก่อนใน 2 ลักษณะคือ

- ลักษณะของการใช้โครงสร้างการเล่าเรื่อง (Narrative Structure) เมื่อเปรียบเทียบการนำเสนอข่าว ละคร เกมโชว์ talk show ฯลฯ ในรายการโทรทัศน์ เราจะพบว่ารายการเกือบทุกประเภทล้วนใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบที่ปรัมปราคติเคยใช้มาก่อนกล่าวคือ ในแง่ลำดับ**ขั้นตอน** (chronological) จะมีการขึ้นต้น ตรงกลาง แล้วก็ลงท้าย ในแง่**ตรรกะ** (logic) จะใช้สูตร "____and then_____is _____" (มีสาเหตุ_____แล้วก็_____มีผลลัพธ์) ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่าประชาชนสามารถรับสื่อโทรทัศน์ได้อย่างรวดเร็วเพราะมีเครื่องรับถอดรหัสประจำตัวที่คุ้นเคยอยู่แล้ว

- วิธีการเล่าเรื่องของโทรทัศน์เป็นไปตามเป้าหมายของปรัมปราคติที่ Clude Le'vi-Strauss ได้วิเคราะห์เอาไว้คือ ปรัมปราคติจะนำเสนอปัญหา**ที่มีลักษณะเฉพาะ** (particular problem) อันเนื่องมาจากความขัดแย้งอันเป็นสากลของมนุษยชาติ (universal dilemma of human existence) เช่นคำกล่าวของคนไทยที่ว่า "เกิดเป็นคน ก็ต้องมีปัญหา (ทุกข์) มีใครบ้างที่ไม่มีปัญหา" หลังจากนั้นปรัมปราคติจะเสนอวิธี**แก้ปัญหาแบบสากลทั่วไป**มาให้ งานวิจัยโฆษณาโทรทัศน์ของ Varda Leymore (1975) พบว่า โครงสร้างของโฆษณาโทรทัศน์ได้ดำเนินรอยตามแบบฉบับของปรัมปราคติ คือเสนอ**ปัญหาเฉพาะ** แล้วก็ให้คำตอบแก้ปัญหาแบบทั่วไป และแม้ว่าตัว**คำตอบ**อาจจะแตกต่างกันออกไปบ้าง แต่**วิธีการสร้างคำตอบ**นั้นล้วนเหมือนกัน

(v) ผลกระทบทางวัฒนธรรมประการสุดท้ายที่เป็นทัศนะของกลุ่มเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) ก็คือ ในขณะที่วัฒนธรรมยุคแท่นพิมพ์ได้ขยายการรับสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป และวางรูปแบบวิธีคิดแบบเป็นเส้นตรง (linear) อันเนื่องมาจากลักษณะที่ต่อเนื่องเป็นเส้นตรงของการอ่านหนังสือ เมื่อก้าวเข้าสู่วัฒนธรรมของยุคโทรทัศน์เทคโนโลยีของโทรทัศน์ที่มีวิธีการนำเสนอสื่อผสมหลาย ๆ แบบในเวลาเดียวกัน และมีวิธีการ

นำเสนอแบบไหลเป็นกระแส (Flow) ที่มีจังหวะที่เคลื่อนที่ (Move) แล้วก็หยุดชะงัก (Pause) หรือถูกคั่นด้วยเรื่องอื่น ๆ (Interrupted) ดังนั้น รูปแบบวิธีคิดของผู้คนในยุคโทรทัศน์จึงมีลักษณะที่เรียกว่า Synaesthesia คือต้องเปิดรับหลายๆ อย่างและผสมผสานให้กลมกลืนเป็นอย่างเดียวกัน (แบบการปรุงอาหารประเภทยำยำนั่นเอง)

3. การเปลี่ยนแปลงยุคสมัยของวัฒนธรรมการสื่อสาร

สำหรับเนื้อหาเชิงประวัติศาสตร์ที่จะกล่าวต่อไปนี้ จะขยายหน่วยทางประวัติศาสตร์ให้กว้างขึ้นเป็น historical events ซึ่ง L. Grossberg et al (1998) ได้แบ่งยุคสมัยของวัฒนธรรมของการสื่อสารออกได้เป็น 4 ยุคคือ

(3.1) ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบมุขปาฐะ (Oral culture)

(3.2) ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบการเขียน (Writing culture)

(3.3) ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบการพิมพ์ (Print culture)

(3.4) ยุคของวัฒนธรรมการสื่อสารแบบอิเล็กทรอนิกส์

(3.1) ยุคสมัยของวัฒนธรรมมุขปาฐะ

ในยุคสมัยนี้ ปฏิสัมพันธ์ทุกอย่างเกิดขึ้นในการสื่อสารแบบพบหน้ากัน (face-to-face communication) เนื่องจากยังไม่มีการเขียน ซึ่งหมายความว่า ผู้สื่อสารทั้งหมดจะต้องอยู่ในเวลาและพื้นที่ (time/space) เดียวกัน ในปัจจุบันนี้ คงจะเป็นการยากเสียแล้วที่จะนึกภาพให้ออกว่าวัฒนธรรมในยุคสมัยนี้เป็นอย่างไร Walter Ong (1982) ได้ศึกษาวัฒนธรรมมุขปาฐะในยูโกสลาเวีย และพบคุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ดังนี้

(i) **การมีสำนึกเรื่อง "กาลเวลา" ที่แตกต่างไปจากยุคปัจจุบัน** เนื่องจากไม่มีการจดบันทึก ดังนั้น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตจึงไม่มีอยู่ในรูปแบบบันทึกความทรงจำ ประวัติศาสตร์จึงอยู่ในปัจจุบันเมื่อยามที่นำมาเล่าสู่กันฟัง และไม่มีทางที่จะย้อนกลับไปตรวจสอบกับอดีตได้เลย เพราะฉะนั้น ทั้งเรื่องราวที่เป็น "ข้อเท็จจริง" และ "ปรัมปราคติ" (myth) จึงปะปนกันไป ตัวอย่างเช่น เมื่อเวลาเล่าประวัติศาสตร์ของครอบครัวหรือบรรพบุรุษต่อ ๆ กันมา จะมีความขัดแย้งและมีช่องโหว่เต็มไปหมด แต่ก็ไม่ใช่สิ่งที่ผู้คนในยุคสมัยนี้จะมีความสำนึกหรือให้ความสนใจกับความขัดแย้งและช่องโหว่นั้น

(ii) ลักษณะทางจิตวิทยาเช่นระบบความทรงจำของคนในยุควัฒนธรรมมุขปาฐะจะแตกต่างจากยุคสมัยของเรา วิธีการจำนั้นไม่ใช่การจำคำซ้ำ ๆ แต่จะเป็นการจำเค้าโครงหรือจำเป็น

สูตร (thematic & formulaic) เช่น เวลาที่ร้องเพลงมหากาพย์ของเขา คนในชุมชนสามารถจะร้องได้แม้จะไม่เคยได้ยินมาก่อน แต่ก็ไม่มีนักร้อง 2 คนที่ร้องได้เหมือนกันเลย ทั้งนี้เพราะทุกคนต่างมีแบบฉบับ (version) ของตนเอง เนื่องจากเวลาได้ยินการร้องเพลงครั้งแรก แต่ละคนจะเลือกจำแต่เฉพาะโครงๆเท่านั้น แล้วจะมาใส่รายละเอียดเอาเองเมื่อเวลาตนเองขับร้อง

(iii) ในวัฒนธรรมมุขปาฐะ "การกระทำ" (performance) สำคัญกว่า "ผู้กระทำ" (authorship) จึงไม่สำคัญว่า "การกระทำ" นั้น **ใคร**เป็น**ผู้คิด** ซึ่งก็เป็นแค่บรรพบุรุษเท่านั้น (นี้จึงเข้าใจได้ว่าเหตุใดงานศิลปะยุคนี้จึงไม่มีการลงชื่อศิลปิน) และทุกครั้งที่มีการทำงานชิ้นใหม่ ก็จะถูกดัดแปลงทุกครั้ง อำนาจและความรู้ที่จะกระทำนั้นจะค่อนข้างรวมศูนย์อยู่ที่คนบางคน/บางกลุ่ม (เช่น หมอผี/หัวหน้าครอบครัว) และมีการถ่ายทอดกันระหว่างรุ่นต่อรุ่น วิธีการเรียนนั้นไม่อาศัยการอธิบาย แต่อาศัยการสาธิตทำให้ดูและการเข้าไปมีส่วนร่วม (ดูตัวอย่างการถ่ายทอดความรู้จากหมอยาแผนโบราณ) โดยจะไม่เน้นหลักที่เป็นนามธรรม โอกาสที่เด็ก ๆ จะได้เรียนรู้ก็คือในช่วงพิธีกรรมและการรวมตัวอย่างเป็นสาธารณะ ความคิดเรื่อง "ความเป็นส่วนตัว" ไม่มีความสำคัญเท่ากับ "การเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน"

(iv) ความสัมพันธ์ทางสังคมและบรรทัดฐานต่าง ๆ ของสังคมจะถูกควบคุมผ่านการสื่อสารแบบพบหน้ากัน เนื่องจากไม่มีหลักหรือกฎโดยทั่วไปให้ยึดถือ ความหมายของคำสอนและเรื่องราวต่างๆ จะถูกกำหนดในสถานการณ์เฉพาะมากกว่าเป็นหลักสากล ตัวอย่างเช่น คนแก่ในชนบทของไทยยังมีวิธีนับอายุตัวเองโดยอิงกับเหตุการณ์ เช่น เกิดเมื่อปีที่น้ำท่วมหมู่บ้าน แต่บอกเป็นตัวเลขไม่ได้ว่าเท่าใด

(v) วัฒนธรรมแบบมุขปาฐะนั้น คนทุกคนในสังคมต้องเกี่ยวพันโยงใยกันอยู่ตลอดเวลา ทุกคนต้องร่วมมือกันเพื่อประโยชน์สุขของสังคมโดยไม่มีข้อยกเว้น ดังนั้น วัฒนธรรมมุขปาฐะจึงมีลักษณะเข้มงวด แข็งตัวไม่ยืดหยุ่น จัดวางคนเป็นลำดับขั้น ไม่อดทนต่อความแตกต่างและการไม่เห็นพ้องต้องกัน รวมทั้งมีการลงโทษผู้ที่ท้าทายหรือฝ่าฝืนอย่างรุนแรง กล่าวโดยสรุปคือเป็นวัฒนธรรมที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

(3.2) ยุคของวัฒนธรรมการเขียน (Writing culture)

ก่อนคริสต์ศักราช 720 เมื่อมีการสร้างตัวอักษรกรีกนั้น ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนวิธีคิดและรูปแบบการจัดการกับความรู้ของคนกรีกไปอย่างมาก เช่น การเขียนทำให้วิธีคิดยกระดับจากรูปธรรมมาเป็นนามธรรมได้ ทำให้ถอดหลักเกณฑ์จากตัวบุคคลออกมาเป็นหลักเกณฑ์ทั่วไปได้ และข้อเขียนจะเป็นตัวกำหนดความเป็นจริงของเรื่องราว/และเหตุการณ์ได้ (เช่นทุกวันนี้ เรารู้ว่าอดีตมีอะไรเกิดขึ้นก็เพราะอ่านจากบันทึก)

เมื่อเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมการพูด/มุขปาฐะแล้ว การเขียนทำให้เจ้าของข้อเขียนมั่นใจได้ว่า สิ่งที่ต้องการจะบอกนั้นถูกต้อง โดยไม่ต้องถูกเล่าอย่างผิด ๆ ถูก ๆ หรือตกๆหล่นๆ จากตัวสื่อกลาง เช่นการพูด (ด้วยเหตุนี้ พระราชโองการของฮ่องเต้จึงต้องเขียน) ระบบความทรงจำจึงเปลี่ยนจากแบบ thematic/formulaic มาเป็นการจำแบบถ้อยคำ (verbatim memory) และตัวบันทึกความจำเองก็ถูกนำใช้อ้างอิงกลับไปถึงอดีตได้ (เริ่มข้ามกาลเวลา)

แทบจะไม่ต้องสงสัยเลยว่า การเขียนมีผลกระทบต่อวัฒนธรรมของมนุษยชาติอย่างลึกซึ้งเพียงใด การเขียนเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและคนที่จะสื่อสารด้วยโดยสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น เราอาจจะรู้จักคน ๆ หนึ่งอย่างทะลุปรุโปร่งโดยอ่านงานเขียนของเขาแต่ไม่เคยพบหน้าค่าตาเลย การเขียนปลดปล่อยพันธะของการสื่อสารแบบมุขปาฐะที่ถูกวางกรอบด้วยกาละและเทศะ ขอบเขตของผู้รับสารจึงขยายออกไปได้อย่างกว้างขวาง H. Innis (1950) จึงกล่าวว่าต้องเริ่มต้นมีการเขียนเกิดขึ้น ยุคสมัยของจักรวรรดิ์จึงจะเกิดขึ้นได้

McLuhan (1962) ระบุว่า ตัวอักษรเป็นยุคเริ่มต้นของ "มนุษย์ผู้มีอารยธรรม" (เช่นเดียวกับที่นักประวัติศาสตร์บอกว่า ยุคประวัติศาสตร์เริ่มนับเมื่อมีการบันทึก) เนื่องจากในยุควัฒนธรรมมุขปาฐะนั้น ชุมชนเป็นหน่วยของการดำรงอยู่ของสังคม คนทุกคนมี**ที่ทาง**อยู่ในสังคมที่จัดรูปเป็นลำดับชั้น **ที่ทาง**นี้จะเป็นตัวกำหนดชีวิตทางสังคมของบุคคลอยู่ตลอดเวลา (เช่น เป็นผู้น้อยค่อยก้มประนมกร) และ**ที่ทาง**นี้ก็ต้องดูอย่างสัมพันธ์เปรียบเทียบกับคนอื่นตลอดเวลาตามลักษณะของโครงสร้างลำดับชั้น เช่น การเป็น "นายร้อย" ยังบอกอะไรไม่ได้จนกว่าจะรู้ว่าไปเทียบกับ "จ่า" หรือ "นายพัน" แต่ในสังคมของการเขียนนั้น ทุกอย่างจะเปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีการสร้างระเบียบกฎเกณฑ์ ทุกคนก็เริ่มยึดกฎเกณฑ์เป็นหลัก ไม่ใช่เกาะติดอยู่กับตัวบุคคล นี่เป็นจุดเริ่มต้นของการแยก "ความเป็นปัจเจกบุคคล" ออกจากชุมชน และเมื่อมีการพูดว่า "**อำแดงเหมือน**พูดว่า ....." ก็หมายความว่า "ความเป็นผู้กระทำ" (authorship) ได้เกิดขึ้นแล้ว ความเป็นผู้กระทำนี้จะเสริมสร้างความเป็นปัจเจกบุคคลให้แข็งแกร่งขึ้น

การแยกปัจเจกบุคคลออกจากชุมชน มีผลกระทบต่อมิติเรื่องกาละ/เทศะอย่างมาก ในสังคมมุขปาฐะนั้น กาละ/เทศะของบุคคลจะจำกัดอยู่ในชุมชนและในปัจจุบันเท่านั้น แต่ในสังคมการเขียน กาละและเทศะจะกระจายออกไปถึงชุมชนอื่นๆ และกาลเวลาอื่น ๆ

ในยุคสมัยวัฒนธรรมการเขียนนี้ ผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้จะเป็นคนที่มีอำนาจในสังคม (เราคงจำคำกล่าวที่ว่า "ลูกผู้ชายลายมือนั้นคือยศ" ได้) การเขียนทำให้ความรู้สามารถเก็บสะสมได้ เพราะความรู้ไม่จำเป็นต้องผูกติดอยู่กับ "การลงมือกระทำ" (ต้องทำให้ดู) อีกต่อไปแล้ว ตัวความรู้เองก็สามารถจะกลายเป็นสมบัติส่วนตัว และการเขียนตำราความรู้ก็กลายเป็นค่านิยมอย่างสูงของสังคม ดังประจักษ์พยานที่เราจะพบเห็นจากหนังจีนกำลังภายในที่ชาวยุทธจักร

พยายามต่อสู้แย่งชิงคัมภีร์วิทยายุทธกัน บรรดากลุ่มคนที่มีความรู้เหล่านี้จะเก็บความรู้เอาไว้เป็นความลับเนื่องจากความรู้คืออำนาจ ทำให้ศาสนจักรและรัฐที่เป็นผู้ควบคุมการเขียนเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในสังคม

(3.3) ยุควัฒนธรรมการพิมพ์

ก่อนหน้าที่จะมีการพิมพ์เกิดขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในยุคกลาง อำนาจในสังคมจะอยู่ในมือของกลุ่มผู้ที่อ่านออกเขียนได้อย่างดี อันได้แก่ กลุ่มพระสงฆ์ในศาสนจักรที่ต้องคัดลอกเอกสารทุกชนิดด้วยตนเองเพื่อให้แน่ใจว่าเอกสารทุกฉบับจะเหมือนกัน แต่ทว่าเมื่อเกิดการพิมพ์ขึ้นมา (ซึ่งแน่ใจได้เลยว่า เอกสารทุกฉบับจะเหมือนกัน) อำนาจดังกล่าวจึงหลุดมือจากพระสงฆ์ การตีความเอกสาร (เช่นคัมภีร์ไบเบิล) การเปรียบเทียบ การนำเสนอความคิดใหม่ ๆ เป็นไปได้มาก จึงเท่ากับว่าการพิมพ์ทำให้การสร้างสรรค์ความรู้ การผลิตเอกสารตำราไม่สามารถจะถูกผูกขาดและครอบงำได้จากสถาบันเดียวเช่นครั้งอดีต

การพิมพ์เป็นเครื่องมือสร้างความรู้ทางโลกและสังคมแบบทางโลกที่แตกต่างไปจากสังคมแบบศาสนา นักเขียนรุ่นใหม่ๆ ผลิตงานที่ท้าทายงานเขียนของศาสนจักร และสร้างงานเขียนทางโลกเพื่อปลุกสำนึกแบบปัจเจกบุคคลให้เกิดขึ้น (เช่นให้หัดมีความคิดเป็นของตนเอง) และเนื่องจากพัฒนาการของวิธีการอ่านหนังสือที่แต่ละคนสามารถมีเป็นเจ้าของเองคนละเล่ม (เนื่องจากการพิมพ์) และอ่านอย่างเป็นส่วนตัว นี้จึงยิ่งเสริมสำนึกแบบปัจเจกบุคคลให้ลงหลักปักรากแข็งแกร่งยิ่งขึ้น E. Eisenstein (1978) ซึ่งศึกษาประวัติศาสตร์การพิมพ์กล่าวว่า การพิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสถาปนาระบบและสร้างสำนึกประชาธิปไตยโดยเริ่มจากชนชั้นกลางระดับสูงก่อนในยุโรป และ R. Williams (1965) ได้เสริมต่อมาว่า ในยุคต่อมา สำนึกดังกล่าวก็ไหลเลื่อนลงมาสู่ชนชั้นล่างที่เป็นคนงาน ทั้งนี้เนื่องจากคนงานได้ถูกสอนให้อ่านคัมภีร์ไบเบิลเพื่อจะได้เชื่อฟังคำสั่งสอนที่อยู่ในนั้น แต่เนื่องจากการอ่านเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ และไม่สามารถจะควบคุมการตีความได้ รวมทั้งไม่อาจจำกัด**ประเภท**ของหนังสือที่อ่านได้ด้วย ดังนั้น คนงานจึงไม่อ่านแต่คัมภีร์ไบเบิลเท่านั้น หากแต่อ่านหนังสือพิมพ์และคอลัมน์ทางการเมืองด้วย จึงเกิดจิตสำนึกแบบประชาธิปไตยอันแสดงออกเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มทางการเมืองแบบต่าง ๆ

Walter Ong (1982) ศึกษาพบว่า การเขียนทำให้เกิดการย้อนกลับไปทบทวนได้ ตรวจสอบข้อผิดพลาดและความไม่สม่ำเสมอได้ แม้ว่าเราจะถอยกลับไปดู "คำพูด" ไม่ได้ แต่เราก็สามารถย้อนกลับไปดู "คำพูดที่บันทึกเอาไว้" เมื่อบวกผสมกับข้อเท็จจริงที่ว่า เมื่อมีการพิมพ์ที่ล้วนพิมพ์เอกสารทุกชิ้นออกมาเหมือน ๆ กัน ก็ให้กำเนิดแก่วิธีคิดแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน คือ เรื่อง "ความแน่นอน/ความถูกต้อง/ถี่ถ้วน/ขึ้นมา และนี่เป็นที่มาของการจัดทำพจนานุกรมเพื่อสร้าง

มาตรฐานวิธีเขียนให้เป็นแบบเดียวกัน และแก้ไขการเขียนที่แตกต่างหลากหลายเช่นในอดีต

นอกจากนั้น การเขียนยังแยก "ผู้เขียน" ออกจาก "สิ่งที่รู้/สิ่งที่เขียน" ทำให้ผู้เขียนสามารถย้อนกลับไปทบทวนความคิดเก่าของตนเองเมื่อครั้งก่อน การกระทำดังกล่าวมีผลต่อลักษณะภายในตัวบุคคลอย่างมาก (การมองเห็นตัวเองในช่วงเวลาต่าง ๆ) นอกจากการเปลี่ยนแปลงภายในดังกล่าวแล้ว การพิมพ์ยังมีผลเปลี่ยนแปลงแม้แต่อวัยวะรับสัมผัสของบุคคล เนื่องจากการพิมพ์ทำให้การรับสื่อทางสายตาถูกใช้มากกว่าทางโสตประสาท จึงมีผลทำให้การกวาดตามีความแม่นยำมากขึ้น (ไม่พลาดบรรทัด) และรวดเร็วขึ้น ในขณะที่หูสามารถจำแนกแยกแยะเสียงได้น้อยลง

McLuhan (1964) เพิ่มเติมประเด็นดังกล่าวว่า การพิมพ์ได้ช่วยเปลี่ยนจิตสำนึกและวิธีคิดของคนอันเป็นผลเนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างตากับหนังสือซึ่งมีลักษณะเป็นเส้นตรง (linear) ความสัมพันธ์นี้ค่อย ๆ หล่อหลอมให้คนที่อ่านหนังสือมีวิธีคิดแบบเส้นตรง และสามารถเชื่อมโยงแบบตรรกะจากความคิดหนึ่งไปอีกความคิดหนึ่งได้ การคิดแบบเส้นตรงเป็นพื้นฐานของวิธีคิดสมัยใหม่เรื่อง "ความก้าวหน้า" ซึ่งเป็นเหตุผลของการขยายกาละและเทศะขนานใหญ่อีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากยุคของการพิมพ์เป็นยุคที่ยุโรปออกล่าอาณานิคม ออกสำรวจและขยายพื้นที่ออกไป ความคิดเรื่องเวลาแบบเส้นตรงทำให้มองว่าอนาคตจะดีกว่าปัจจุบันและอดีต และความคิดเรื่อง "ความก้าวหน้า" ได้ผลักดันให้เกิดการแสวงหาความรู้โดยเฉพาะการค้นคว้าด้านวิทยาศาสตร์เป็นอย่างมาก

(3.4) ยุควัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์

ตามปกติเมื่อเวลาคิดถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรามักจะนึกถึงภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ แต่ความจริงสื่อที่เปิดตัววัฒนธรรมยุคอิเล็กทรอนิกส์ตัวแรกคือ โทรเลขที่เริ่มต้นมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 การเปิดพรมแดนเข้าสู่วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งใน 2 ด้านด้วยกันคือ การรับรู้ด้านกาละ (เวลา)/เทศะ (พื้นที่) และการเกิดรูปแบบการควบคุมแบบใหม่ ๆ

เริ่มตั้งแต่โทรเลข ในยุคก่อนหน้านี้ดังที่กล่าวมาแล้วว่า "การส่งข่าวสาร" (communication) กับ "การขนส่ง" (transportation) จำเป็นต้องไปด้วยกัน เพราะข่าวสารต้องถูกส่งไปกับรถม้าหรือรถไฟ แต่เมื่อเกิดโทรเลขขึ้น การส่งข่าวสารก็ได้แยกออกจากการขนส่งและยังทำได้เร็วกว่าเสียอีก การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลสะเทือนต่อเนื่องไปถึงเรื่องอำนาจในการควบคุมเนื้อหาข่าวสาร กล่าวคือ ในยุคของการเขียน/การพิมพ์ที่ต้องใช้เวลายาวนานในการส่งข่าวสาร การตรวจสอบและควบคุมข่าวสารจึงเป็นไปได้ง่าย แต่เมื่อข่าวสารถูกแปรมาเป็นคลื่นสัญญาณ

แม่เหล็กไฟฟ้า การควบคุมข่าวสารก็เป็นไปได้ยากขึ้น

สำหรับแนวคิดที่ต่อเนื่องจากวัฒนธรรมยุคการพิมพ์ ในขณะที่การพิมพ์และหนังสือได้สร้างความรู้สึกเป็นปัจเจกและส่วนตัวให้เกิดขึ้น McLuhan (1964) เสนอว่า วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่อีกอย่างหนึ่งที่เรียกว่า "หมู่บ้านโลก" (Global Village) คำว่า "หมู่บ้านโลก" นั้นนอกจากจะมีความหมายว่า โลกทั้งโลกได้ผูกเชื่อมโยงเข้ามาเป็นหนึ่งเดียวกันแล้ว ก็ยังหมายความว่า คำว่า "บ้าน" นั้นไม่จำเป็นต้องเป็น "พื้นที่ทางกายภาพ" เท่านั้น ตัวอย่างของการมีที่อยู่ในอีเมล์เป็นพยานที่ชัดเจนที่สุด ไม่ว่าในด้านกายภาพ เราจะเคลื่อนย้ายบ้านไปอยู่ที่ไหน แต่ "บ้านในอีเมล์" จะยังอยู่ที่เดิมเสมอ เช่นเดียวกับการเปิดรับข่าวสาร บรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีขนาดเล็กแบบกระเป๋าหิ้วทุกชนิด ทำให้ที่ไหน ๆ ก็รับข่าวสารได้เหมือนอยู่ที่บ้าน (เช่นที่ปรากฏในโฆษณาโทรศัพท์มือถือ) กล่าวคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทำให้เรื่อง "พื้นที่ทางกายภาพ" ค่อย ๆ เลือนหายไป และไม่เป็นอุปสรรคสำหรับมิติอื่นๆ อีกต่อไปแล้ว

เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงเรื่อง "เวลา" เริ่มตั้งแต่ยุคสมัยของโทรเลขที่ได้เปิดโอกาสให้มีการควบคุมจัดระบบเวลาแบบใหม่อย่างเป็นเหตุเป็นผล เช่นการตั้งเวลามาตรฐานที่ Greenwich Mean Time ที่ทำให้เวลาทั่วโลกสามารถเปรียบเทียบกันได้ เรื่อง**ระยะทาง** (space) ก็จะถูกเปลี่ยนมาวัดด้วย**หน่วยของเวลา** เช่นในการส่งแฟกซ์นั้น จะอยู่ไกลมากน้อยขึ้นอยู่กับเวลาที่ใช้ส่ง นอกจากนั้น "เวลา" ในยุคสุดท้ายของวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์คือ คอมพิวเตอร์นั้นยังถูกแบ่งซอยย่อยออกไปจนนึกไม่ออกว่า "ชั่ว nanosecond" นั้นจะนานสักเท่าใด

สำหรับปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์กับเรื่องอำนาจในสังคมนั้น ยังคงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันอยู่ โดยอาจแยกได้เป็น 2 กระแสความคิด

กระแสแรกกล่าวว่า วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดการกระจายอำนาจ เนื่องจากธรรมชาติของสื่อมีลักษณะกระจายตัวที่ควบคุมไม่ได้ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ตัวอย่างเช่น การส่งโทรสารหรือการใช้มือถือในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ของไทยเป็นตัวอย่างที่สนับสนุนแนวคิดนี้ รวมทั้งการเกิดศูนย์กลางข่าวสารและความบันเทิงที่กระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ในแถบประเทศละตินอเมริกา ภาพยนตร์จากฮ่องกงและอินเดีย เป็นต้น

อีกกระแสหนึ่งมีความเห็นที่ตรงกันข้าม เนื่องจากเห็นว่า สิ่งที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้กระทำก็คือ การสร้างกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่ แต่ทว่าด้านฝ่ายผู้ส่งข่าวนั้นยังคงเป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น เช่น สำนักข่าวต่าง ๆ ที่มีเพียงไม่กี่แห่ง ดังนั้น วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์จึงเพียงแต่ทำให้คนเกือบทุกคนในโลกได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารของวัฒนธรรมกระแสหลัก (dominant culture) ในระดับโลกเท่านั้น

บทที่ 3
ภาพรวมของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาของสื่อ

1. สำนักคิดกลุ่ม Elitist

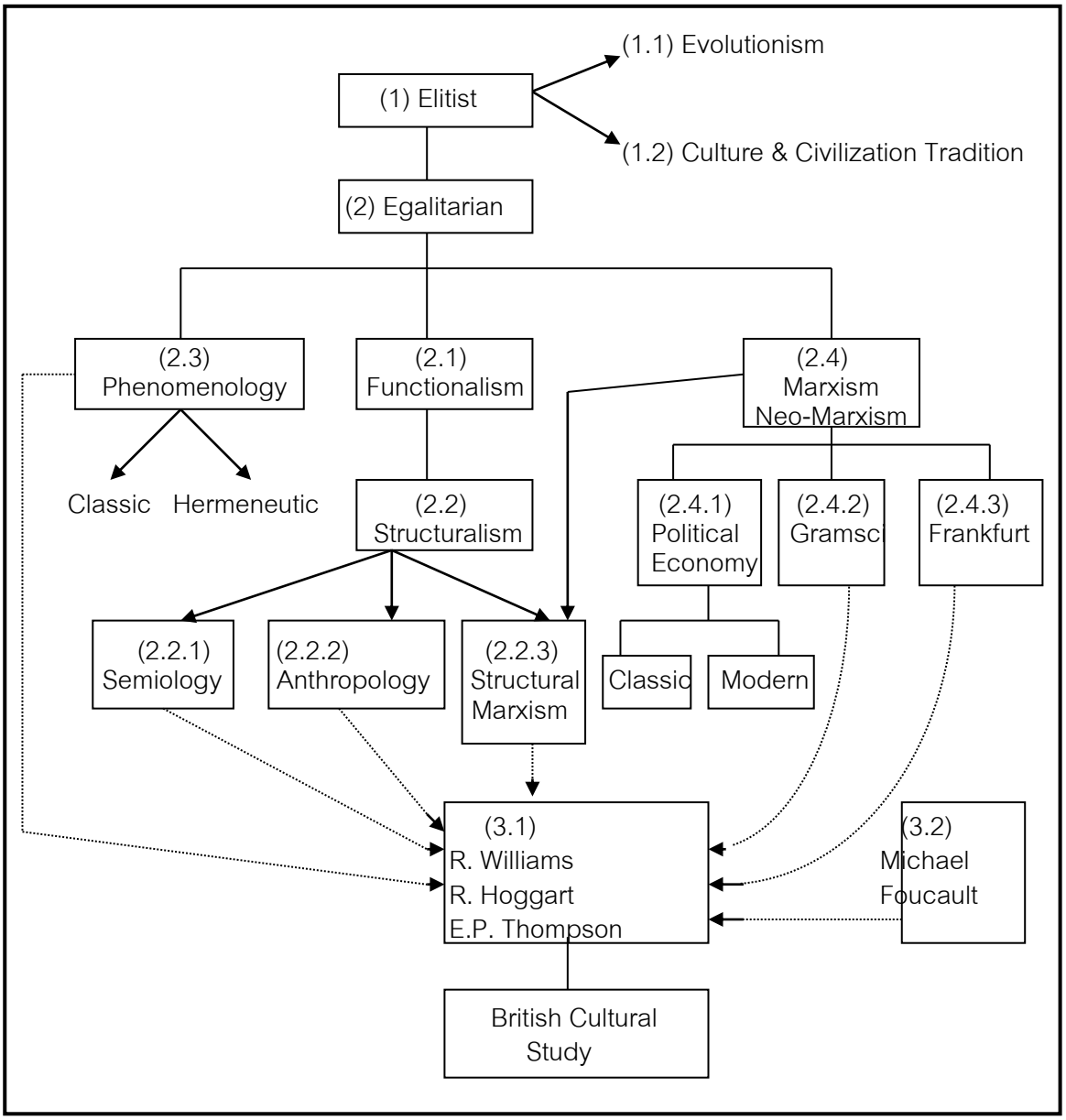
2. กลุ่ม Egalitarian
   - (2.1) สำนักหน้าที่นิยม
   - (2.2) สำนักโครงสร้างนิยม
     - (2.2.1) โครงสร้างนิยมเชิงสัญญะวิทยา
     - (2.2.2) มานุษยวิทยาแนวโครงสร้าง
     - (2.2.3) มาร์กซิสม์แนวโครงสร้าง
   - (2.3) สำนักปรากฏการณ์นิยมแบบตีความ
   - (2.4) สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง/มาร์กซิสม์
     - (2.4.1) มาร์กซิสม์รุ่นคลาสสิก
     - (2.4.2) เศรษฐศาสตร์การเมืองสมัยใหม่
     - (2.4.3) สำนักแฟรงเฟิร์ต/ทฤษฎีวิพากษ์
     - (2.4.4) กลุ่มนีโอมาร์กซิสต์

3. นักวัฒนธรรมศึกษารุ่นปัจจุบัน
   - (3.1) M. Foucault
   - (3.2) R. Williams

บทที่ 3
ภาพรวมของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาและสื่อมวลชน

สำหรับเนื้อหาในบทที่ 3 นี้ จะเป็นภาพรวมกว้าง ๆ ทั้งหมดของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสาร โดยจะแสดงให้เห็นที่มา ตัวอย่างนักคิดคนสำคัญ ๆ ของแต่ละสำนัก ตัวอย่างแนวคิดหลัก ๆ ทั้งนี้ เพื่อเป็นแผนที่นำทางสำหรับการนำเสนอรายละเอียดของแต่ละสำนักคิดในบทต่อ ๆ ไป

สำหรับแผนที่ของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาอาจเขียนร่างๆ ได้ดังนี้



รายละเอียดของแต่ละสำนักคิดมีดังนี้

(1) **สำนักคิดกลุ่ม** Elitist

ดังที่ได้กล่าวแล้วในส่วนที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ว่าได้เริ่มต้นด้วยการให้คำนิยามแบบ elitist มาก่อน กระแสการสืบทอดคำนิยามดังกล่าวยังคงมีมาอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งถึงในศตวรรษที่ 20 นี้ อันจะเห็นได้จากแนวคิด 2 แนวคิดในวงการวิชาการคือ สำนักคิดวิวัฒนาการนิยม (Evolutionism) ในสาขามานุษยวิทยา-สังคมวิทยา และแนวคิดของกลุ่มวัฒนธรรมและอารยธรรม (Culture and Civilization tradition)

*(1.1) **สำนักคิดวิวัฒนาการนิยม** (Evolutionism)*

ที่มาของแนวคิดหลักในสำนักคิดนี้ได้รับอิทธิพลจากงานด้านวิทยาศาสตร์ของ C. Darwin ที่ค้นพบเรื่องลำดับขั้นพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตที่มีการวิวัฒน์จากการเป็นพืชและสัตว์ชั้นต่ำไปสู่ชั้นที่สูงขึ้นแบบขั้นบันได และมีนัยยะว่า พัฒนาการในขั้นที่สูงกว่าจะดีกว่า เหนือกว่าขั้นที่ต่ำลงมา เนื่องจากมีลักษณะที่สลับซับซ้อนมากขึ้น มีการแบ่งงานกันทำระหว่างอวัยวะส่วนต่าง ๆ มากขึ้น เป็นต้น แนวคิดเรื่องลำดับชั้นพัฒนาการของสิ่งที่มีชีวิต ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในด้านสังคมด้วย ที่เรียกว่า Social Darwinism อันได้แก่ แนวคิดที่ว่า สังคมวัฒนธรรม/กลุ่มชนทั้งหลายของมนุษย์ก็มีการเรียงตัวเป็นลำดับชั้นแบบขั้นบันไดเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงมีคนบางกลุ่ม สังคมบางสังคม และวัฒนธรรมบางวัฒนธรรมที่มีการวิวัฒน์มาในลำดับขั้นที่สูงกว่า เช่น วัฒนธรรมการสวมเสื้อจะสูงกว่าการถอดเสื้อ การกินอาหารด้วยส้อมและมีดเป็นวัฒนธรรมที่สูงกว่าการกินด้วยมือ เป็นต้น แน่นอนว่าการจัดวางว่าวัฒนธรรมใดจะอยู่ขั้นใดนั้นย่อมไม่อาจหลีกเลี่ยงปรากฏการณ์ของ "ลักษณะถือวัฒนธรรมตนเองเป็นศูนย์กลาง/การเข้าข้างวัฒนธรรมตนเอง" ไปได้ (Ethno-centrism) เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้แต่แนวคิดเรื่องการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย การแบ่งประเทศต่าง ๆ ออกเป็นประเทศที่เจริญแล้วและประเทศด้อยพัฒนาโดยใช้เกณฑ์เรื่องขั้นตอนความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจของ Rostow นั้น ก็คือรูปแบบของวิธีคิดแบบวิวัฒนาการนิยมนี่เอง

เมื่อนำเอาวิธีคิดแบบวิวัฒนาการนิยมไปประยุกต์ใช้ในเรื่องวัฒนธรรมศึกษาและการสื่อสารก็จะเห็นการจัดลำดับชั้นของวัฒนธรรมและการสื่อสารแต่ละชนิดไว้ตามบันไดขั้นต่าง ๆ กัน วัฒนธรรมพื้นบ้านจะอยู่ต่ำกว่าวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง โดยมีวัฒนธรรมชั้นสูงอยู่ข้างบนสุด เมื่อเทียบการสื่อสารที่มีมาก่อนเช่น การสื่อสารพื้นบ้านก็ย่อมอยู่ต่ำกว่าการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

*(1.2) **กลุ่มวัฒนธรรมและอารยธรรม** (Culture and Civilization Tradition)*

กระแสแนวคิดของกลุ่มนี้เกิดขึ้นในประเทศอังกฤษโดยมีนักวิชาการผู้นำกลุ่มอยู่ 3 ท่าน คือ Mathew Arnold, F.R. Leavis และ Q.D. Leavis โดยเริ่มต้นจาก Mathew Arnold ที่เขียนหนังสือชื่อ **Culture and Anarchy** (1960) ที่มีเนื้อหาเป็นการสำรวจการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของอังกฤษในรอบร้อยปี (1860-1950) ในหนังสือเล่มนี้ Arnold ได้ให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ว่า หมายถึง 4 แง่มุมคือ

- เป็น**ความสามารถของ**มนุษย์ที่จะรู้ว่า สิ่งที่ดีที่สุดที่มนุษย์เคยพูด เคยคิดมาในโลกนี้คืออะไร (Arnold เป็นเจ้าของประโยควรรคทองที่ให้คำนิยามวัฒนธรรม(แบบชั้นสูง) ว่า The best that has been thought and said in the world)
- เป็นตัว**องค์ความรู้**เกี่ยวกับสิ่งที่ดีที่สุดนั้นอันเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้เหตุผลและการทำตามประสงค์ของพระผู้เป็นเจ้า (ในแง่ศีลธรรมและสังคม)
- เป็นการนำเอาความสามารถและองค์ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ดีที่สุดนั้น**มาประยุกต์**ใช้เพื่อยกระดับจิตใจและจิตวิญญาณของมนุษย์
- เป็น**การแสวงหาวิธีการ**สิ่งที่ดีที่สุดนั้นต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง ซึ่งวิธีการที่จะได้มานั้นจะผ่านกิจกรรมหลัก 3 ประการคือ การอ่าน/การสังเกตและการคิดพิจารณาไตร่ตรอง

ในขณะที่คำว่า "วัฒนธรรม" ซึ่งเป็นคำ ๆ แรกที่อยู่ในชื่อหนังสือของ Arnold นั้น มีความหมายถึงวัฒนธรรมชั้นสูง อีกคำหนึ่งที่อยู่ในชื่อหนังสือคือคำว่า "Anarchy" นั้น ก็หมายถึงวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งได้แก่วัฒนธรรมของกลุ่มชนชั้นคนงานในอังกฤษ ลักษณะของวัฒนธรรมแบบ Anarchy ก็คือ การทำทุกอย่างตามอำเภอใจ ตามใจชอบ โดยปราศจากเหตุผลและศีลธรรม Arnold อธิบายว่า สภาวะยุ่งเหยิงไร้ระเบียบทางวัฒนธรรม (ที่เขาใช้คำว่า Anarchy) นั้นเกิดขึ้นเมื่อมีการมอบสิทธิและอำนาจ (เช่น การออกเสียงเลือกตั้ง) ให้แก่ชนชั้นล่างที่ยังไร้การศึกษา ไม่รู้จักใช้เหตุผลยั้งคิดไตร่ตรอง หรือไร้เดียงสาทางการเมือง ซึ่งทำให้เกิดภาวะล่มสลายทางวัฒนธรรม

สำหรับการวาดภาพวัฒนธรรมที่กำลังมีอยู่ในประเทศอังกฤษช่วงกลางศตวรรษที่ 20 นั้น Arnold เสนอว่า ปัจจุบันนี้มีวัฒนธรรมอยู่ 3 ระดับคือ

- ♦ วัฒนธรรมชั้นสูง เป็นของพวกเจ้านายขุนนางชั้นสูง
- ♦ วัฒนธรรมชั้นกลาง เป็นของพวกชั้นกลางที่มีการศึกษาดี
- ♦ วัฒนธรรมชั้นล่าง เป็นของประชาชนชั้นล่าง/คนงานของอังกฤษ

ถึงแม้ว่าคนทั้ง 3 กลุ่มจะมีธรรมชาติของความเป็นมนุษย์เหมือนกัน แต่ในแง่

วัฒนธรรมแล้ว 2 ชนชั้นข้างบนมีระดับวัฒนธรรมที่สูงกว่า ดังนั้น เพื่อหลีกไปให้พ้นสภาวะล่มสลายทางวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้ว ก็ต้องเป็นหน้าที่ของสองชนชั้นข้างบนที่จะต้องช่วยยกระดับให้แก่ชนชั้นล่างตามแบบวิธีการที่ได้นำเสนอไว้

สำหรับ F.R. Leavis และ Q.D Leavis ซึ่งเป็นสานุศิษย์ของ M. Arnold นั้นได้สืบทอดแนวคิดของผู้เป็นอาจารย์ต่อมา โดยเสริมเพิ่มเติมเรื่องบริบททางสังคมที่ก่อให้เกิดสภาวะล่มสลายทางวัฒนธรรมดังกล่าว Leavis (1979) สรุปว่า วัฒนธรรมของอังกฤษในช่วงก่อนศตวรรษที่ 19 นั้น ยังมีความแข็งแกร่งอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมของคนกลุ่มใดก็ตาม เช่น ในเมือง ละครของเช็คสเปียร์ได้ช่วยให้การศึกษายกระดับความคิดจิตใจของผู้คน ในขณะที่ในชนบทก็มีประเพณีที่ดีงาม มีวัฒนธรรมที่เรียบง่าย ไม่โลภโมโทสัน แต่เมื่อเกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม ในสังคมอังกฤษได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 วัฒนธรรม คือ

◆ วัฒนธรรมของคนกลุ่มน้อย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงที่ยังคงสืบทอดสิ่งที่ดีที่สุดที่มนุษย์เคยคิดเคยพูดมา เป็นวัฒนธรรมที่มุ่งบำรุงปัญญาและยกระดับศีลธรรมของผู้คน

◆ วัฒนธรรมของมวลชน เป็นวัฒนธรรมใหม่ที่มีลักษณะล่มสลายดังที่ Arnold ได้กล่าวมา วัฒนธรรมแบบนี้มุ่งแต่การประเทืองอารมณ์ วูบวาบฉาบฉวย กระตุ้นให้เกิดความโลภกระหายอยากได้ Leavis กล่าวว่า ตัวอย่างของวัฒนธรรมดังกล่าวนั้นมีอยู่ในนวนิยายประชานิยม (Popular fiction) ที่เมื่อประชาชนเปิดรับแล้ว เสมือนหนึ่งได้เสพยาเสพย์ติด โดยมีเนื้อหาเป็นเรื่องรักโรมานซ์ สร้างความเพ้อฝันในวัน ๆ มุ่งบำรุงอารมณ์เพียงอย่างเดียว และยิ่งเสพก็ยิ่งทำลายตัวเอง

อีกตัวอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมมวลชนก็คือ การโฆษณาที่ Leavis ตีตราว่าถือเป็นเชื้อโรคร้ายทางวัฒนธรรมทีเดียว เนื่องจากการโฆษณานั้นมุ่งแต่จะกระตุ้นอารมณ์ของคนให้เกิดกิเลส และยังมีผลทำลายมาตรฐานการดำรงชีวิตของผู้คนอีกด้วย บรรดาผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่เหล่านี้มีอยู่อย่างมากมายในชีวิตประจำวันของคนชั้นคนงาน ซึ่งปัจจุบันได้แบ่งวิถีชีวิตออกเป็น 2 ส่วนคือ ชีวิตการทำงานและเวลาว่าง ซึ่ง Leavis เห็นว่า สังคมในอดีต ชีวิตคนในชุมชนมีความหมายอยู่ในการทำงาน (ทำงานแล้วมีความสุข ชีวิตมีความหมาย) แต่ในสังคมอุตสาหกรรม ชีวิตคนไม่มีความหมายในการทำงาน ดังนั้น จึงเกิดการสร้างรูปแบบชีวิตใหม่ขึ้นมาคือ "เวลาว่าง" (leisure) เพื่อจะชดเชยการใช้ชีวิตให้มีความหมาย Leavis จึงสรุปว่า ความต้องการเวลาว่างนั้นเป็นสัญญาณแห่งการสูญเสียชีวิตแบบรวมกลุ่มในชุมชน (organic community) ไปแล้ว

2. กลุ่ม Egalitarian

จากการให้คำนิยามของ G. Klemm ที่ถือว่า "วัฒนธรรม" นั้น รวมทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้นมา (Man-made) อันเป็นต้นกำเนิดของความเสมอภาคทางวัฒนธรรม ในที่นี้ จะจัดวางกลุ่มที่ถือว่าวัฒนธรรมมีความเสมอภาคออกเป็น 4 กลุ่มตามเกณฑ์ด้านสำนักคิดทางวิชาการ

(2.1) สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)

(2.2) สำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism)

(2.3) สำนักปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)

(2.4) สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy)

(2.1) สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)

จุดเริ่มต้นของสำนักหน้าที่นิยมนั้นคือการปฏิเสธเรื่องลำดับชั้นสูงต่ำของสังคม/วัฒนธรรมของสำนักวิวัฒนาการนิยมที่กล่าวมาข้างต้น แบบจำลองที่สำนักคิดนี้ใช้เป็นหลักคือ หลักด้านชีววิทยาของสิ่งที่มีชีวิต (organism) ซึ่งประกอบด้วยอวัยวะย่อย ๆ อวัยวะย่อย ๆ เหล่านี้ต่างทำ "หน้าที่เฉพาะ" ของตน เพื่อให้ระบบใหญ่ทั้งระบบมีเสถียรภาพ (stability) มีเอกภาพ (unity) และดำรงอยู่ต่อไป (Maintenance) หากเมื่อใดมี "ปัญหา" เกิดขึ้นกับระบบ (เช่น เวลามีเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย) ระบบย่อย ๆ ทั้งหมดก็จะปรับตัวเพื่อจัดการกับปัญหานั้น เมื่อภารกิจเสร็จสิ้น ระบบก็จะเข้าสู่สภาวะสมดุล (Equilibrium/Homeostasis) อีกครั้งหนึ่ง

แนวคิดด้านชีววิทยาดังกล่าวถูกนำมาเปรียบเทียบกับระบบสังคม บรรดาสถาบันย่อย ๆ ในสังคมก็คืออวัยวะส่วนต่าง ๆ นั่นเอง ดังนั้น สิ่งที่หน้าที่นิยมสนใจศึกษาก็คือ สถาบันย่อย ๆ ของแต่ละสังคมนั้นได้ทำหน้าที่อย่างดี (functioned) หรือ ไม่ทำหน้าที่ (dysfunctioned) หรือทำหน้าที่อย่างผิดพลาด (malfunctioned)มากกว่าจะศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสังคมหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ

ฉะนั้น หากนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับสถาบันสื่อมวลชนหรือสื่อพื้นบ้าน/วัฒนธรรมมวลชน เราก็ไม่อาจจะกล่าวได้ว่า สื่อใด/วัฒนธรรมใดสูงส่งหรือต้อยต่ำกว่ากัน หากแต่ต้องพิจารณาว่า สื่อแต่ละอย่าง/วัฒนธรรมแต่ละชนิดได้ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายมาให้หรือไม่

สำหรับคำว่า "Function/หน้าที่" ซึ่งเป็นหัวใจของสำนักคิดนี้นั้น C. Wright (1964) ได้ให้คำนิยามที่ค่อนข้างชัดเจนว่า "หน้าที่เป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาของการกระทำขององค์ประกอบย่อย ๆ ของระบบใหญ่ทั้งหมดที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เป็นปกติวิสัย และมีมาตรฐาน”

ในสำนักหน้าที่นิยมนี้ยังมีการแยกย่อยตามจุดเน้นที่ต่างกันออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ที่เน้นหนักการทำหน้าที่ของสถาบันย่อยของสังคม

ในการ อบรมบ่มเพาะให้ปัจเจกบุคคลช่วยกันธำรงรักษาเสถียรภาพของระบบใหญ่ และกลุ่มหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก (Individual Functionalism) ที่เน้นหนักว่า ระบบใหญ่/สถาบันย่อย ๆ ได้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคลหรือไม่ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับเรื่องการสื่อสาร หน้าที่นิยมเชิงสังคมได้แก่ ตัวอย่างแนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมของ H. Lasswell ส่วนหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก ได้แก่ ตัวอย่างการวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Approach) ของ E. Katz & Blumler (ดูรายละเอียดในบทต่อไป)

กล่าวโดยสรุป การนำแนวคิดหน้าที่นิยมมาใช้ในเรื่องการสื่อสารนั้นจะประกอบด้วยแนวทางดังต่อไปนี้คือ

(i) การดูหน้าที่โดยทั่วไป การทำหน้าที่/ไม่ทำหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมและต่อปัจเจกบุคคล

(ii) การดูการทำหน้าที่/ไม่ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อการสื่อสารเฉพาะๆบางอย่าง เช่น หน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสื่อพื้นบ้าน ต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล ต่อการสื่อสารภายในบุคคล

(iii) การดูปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อมวลชนกับสถาบันอื่น ๆ ในสังคม (อย่างไรก็ตาม สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า สำนักหน้าที่นิยมแทบจะไม่เคยตั้งคำถามเกี่ยวกับเรื่องการเป็นเจ้าของ (ownership) แรงจูงใจ /การแสวงหากำไรของสถาบันสื่อมวลชนเลย)

(iv) ความต้องการของบุคคลจะสามารถตอบสนองได้ด้วยการสื่อสารแบบต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ อย่างไร

(v) เนื่องจากสำนักหน้าที่นิยมมีปรัชญาสังคมมาจากกลุ่มเสรีนิยม-พหุนิยม (Liberal-Pluralism) ที่เชื่อว่า ในสังคมจะประกอบด้วยกลุ่มคนที่หลากหลาย อันมีผลประโยชน์และหลักคิดที่แตกต่างกัน และสังคมที่ดีจะต้องเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ส่วนรวมและสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี เมื่อนำหลักการดังกล่าวมาใช้กับเรื่องหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชน ทฤษฎีหน้าที่นิยมก็จะให้คำอธิบายว่า ในสังคมแบบเสรีนิยมจะเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างเสรีและเป็นหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนในระบบทุนนิยมเสรีนิยม

(2.2) สำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism)

สำนักโครงสร้างนิยมเป็นสำนักคิดที่สืบทอดมาจากสำนักหน้าที่นิยม หากแต่มีข้อเสนอใหม่ว่า ในขณะที่ "**หน้าที่**" นั้น เป็นสิ่งที่ไม่ถาวร แปรเปลี่ยนไปได้ตามบริบท ดังนั้น จึงควรจะศึกษาสิ่งที่คงทนถาวรคือ "**โครงสร้าง**" มากกว่า ตัวอย่างเช่น หากเราศึกษาการทำหน้าที่ของสถาบัน

ทหาร ในสภาวะที่ไม่มีสงคราม ทหารย่อมเปลี่ยนหน้าที่จากการทำสงครามปกป้องบ้านเมืองมาเป็นการพัฒนาประเทศ แต่ทว่าโครงสร้างของทหารจะยังคงเดิมอยู่ เนื่องจาก "โครงสร้าง" เป็นแบบแผน (pattern) ของการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันย่อย ๆ/ส่วนประกอบย่อย ๆ ของระบบใหญ่ทั้งหมด และ "โครงสร้าง" เป็นหัวใจของระบบต่าง ๆ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจึงมีผลสะเทือนอย่างแท้จริงมากกว่าการเปลี่ยนแปลงหน้าที่

ภายในสำนักโครงสร้างนิยม ยังแบ่งออกได้เป็นหลายกลุ่มย่อย ในที่นี้จะเลือกนำเสนอกลุ่มย่อยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวัฒนธรรมศึกษาและการสื่อสาร 3 กลุ่ม คือ

(2.2.1) โครงสร้างนิยมเชิงสัญญะวิทยา (Semiotic Structuralism)

(2.2.2) มานุษยวิทยาแนวโครงสร้าง (Structural Anthropology)

(2.2.3) มาร์กซิสม์แนวโครงสร้าง (Structural Marxism)

(2.2.1) โครงสร้างนิยมเชิงสัญญะวิทยา

สำนักโครงสร้างนิยมเชิงสัญญะวิทยา มีแนวคิดหลักในการประสานวิธีการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมที่สนใจความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยๆของโครงสร้าง เข้ากับวิธีการวิเคราะห์ "สัญญะ" ของสัญญะวิทยา สำหรับตัวอย่างนักวิชาการที่จะแนะนำในที่นี้มี 3 ท่านคือ Ferdinand de Saussure/Roland Barthes และ Umberto Eco

(ก) Ferdinand de Saussure

Saussure สนใจศึกษาสัญญะวิทยาซึ่งเป็นศาสตร์ที่ศึกษาสัญญะ (Science of sign) ซึ่งเริ่มต้นขึ้นเมื่องานของ Ferdinand de Saussure ถูกรวบรวมเป็นหนังสือเล่ม ชื่อ **Course in General Linguistic** (1959) Saussure สนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาษาพูดกับภาษาเขียน และสนใจสัญญะที่ประกอบด้วย "รูปสัญญะ/ตัวหมาย" (Signifier) กับ "สิ่งที่สัญญะยืนแทนที่อยู่/ตัวหมายถึง" (Signified) ข้อสรุปเบื้องแรกก็คือ สายสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวหมาย/ตัวหมายถึง" นี้เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา (asserted) โดยไม่ได้มีความคล้ายคลึงหรือหลักเกณฑ์อะไรที่แน่นอน เช่น ตัวอักษรคำว่า "แม่น้ำ" ไม่ได้มีส่วนไหนคล้ายคลึงกับรูปร่าง/ลักษณะของแม่น้ำจริง ๆ เลย

- ข้อเสนอที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ Saussure ก็คือ เรื่อง "ความหมายของสัญญะต่าง ๆ" Saussure เสนอว่า ความหมายนั้นมิได้บรรจุอยู่ในตัวสัญญะ หากแต่เกิดมาจากความแตกต่าง/ความสัมพันธ์กับสัญญะตัวอื่น ๆ (difference/relation) ตัวอย่างเช่น ประโยคภาษาอังกฤษที่ว่า

I	saw	a	dog	today

คำว่า "I" นั้นจะมีความหมายเมื่อผู้ใช้ทราบว่ามันแตกต่างจาก "You" และ "They" อย่างไร (หลัก difference) และคำทั้ง 5 คำนั้นสร้างความหมายขึ้นมาได้ก็เพราะได้มารวมตัวสัมพันธ์กันตามหลักวากยสัมพันธ์ (Syntagmatic relation)

การนำเอาสัญญะต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกันจึงเป็นไปตามหลักการเลือกสรรและประกอบเข้าด้วยกัน (selection & combination) ตัวอย่างของประกอบเข้าด้วยกัน (combination) ที่เราพบอยู่ในชีวิตประจำวันก็เช่น การเลือกเสื้อ กางเกง กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ ให้เข้าชุดกัน ส่วนกรณีของการเลือกสรร (selection) นั้น บรรดานักสื่อสารมวลชนได้ใช้อยู่ในชีวิตการทำงานอยู่เป็นประจำ เช่น หากนักข่าวต้องการจะพรรณนากลุ่มคนที่จี้เครื่องบิน เขาจะมีทางเลือกที่จะใช้คำต่าง ๆ เรียกชื่อบุคคลกลุ่มนี้เช่น terrorist/freedom fighter/anti-imperialism volunteer ฯลฯ และเมื่อเลือกใช้คำแต่ละคำ ความหมายก็จะเปลี่ยนแปลงไป

- สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของ "ภาษา" กับ "โครงสร้างวิธีคิด" ของคนนั้น Saussure เห็นว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมาก เพราะภาษาเป็นตัวสร้างแผนที่แห่งโลกที่เป็นจริงให้อยู่ในหัวสมองของคน และแผนที่นี้จะทำหน้าที่กำหนดกรอบการรับรู้/การมองเห็นโลกของคน ตัวอย่างเช่น ในภาษาเอสกิโม จะมีคำว่าหิมะอยู่ 50 คำ ฉะนั้นในหัวสมองของคนเอสกิโม (โครงสร้างวิธีคิด) แผนที่เกี่ยวกับหิมะจะมีขนาดใหญ่มาก และทำให้คนเอสกิโมมองเห็นหิมะแตกต่างจากคนไทยที่มีแผนที่ (ภาษา) เพียงคำเดียวในหัวสมอง ด้วยเหตุนี้ Saussure จึงสรุปว่า "**วิธีการมองโลก**" นั้นขึ้นอยู่กับ "**ภาษาที่เราใช้**" (ซึ่งดูเหมือนจะเป็นตรรกะที่สลับกับความเข้าใจเดิมของเรา)

- ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง "สัญญะ" กับ "กลุ่มผู้ใช้สัญญะ" นั้น Saussure เสนอว่าคนในสังคมเดียวกันจะ "ผลิตซ้ำ" (reproduce) สัญญะที่อ้างถึงแนวคิด (ตัวหมายถึง/concept) เดียวกัน แม้ว่าจะไม่เหมือนกันเสียทีเดียว แต่จะคล้ายคลึงกัน เช่น เมื่อผู้ชาย 2 คนคุยกันถึง "ผู้หญิงไทย" เขาทั้ง 2 ก็กำลัง "ผลิตซ้ำ" สัญญะของ "ผู้หญิงไทย" ทุกครั้งที่เอ่ยคำนี้ และระหว่างสองคนนี้ ย่อมมีแนวคิด/ตัวหมายถึงที่ร่วมกัน (ในระดับหนึ่ง) เช่น อย่างน้อยก็ต้องรู้ว่า "ผู้หญิงไทยไม่ใช่ผู้ชายไทย" (กฎของ difference)

ในอีกด้านหนึ่งสำหรับความสัมพันธ์ระหว่าง "สัญญะ/ภาษา" กับ "ผู้ใช้สัญญะ" นั้น Saussure เสนอลักษณะ 2 ด้านของความสัมพันธ์นี้กล่าวคือ ในด้านหนึ่ง "ภาษาจะเป็นตัวมากำหนดผู้ใช้" ดังที่กล่าวมาแล้วต้น เมื่อเป็นคนไทย เราก็ต้องพูดภาษาไทยไปตามหลัก

ไวยากรณ์ไทย ส่วนนี้ Saussure เรียกว่า **Language** แต่ในอีกด้านหนึ่ง คนแต่ละคนที่ใช้ภาษาก็มีสิทธิที่จะเลือกลีลาเฉพาะที่เป็นส่วนตัว ทั้งในขั้นตอนของการสร้างรหัส (encode) และการถอดรหัส (decode) ในส่วนนี้ เรียกว่า **speech** สัญญะวิทยาจึงสนใจที่จะวิเคราะห์กระบวนการสร้างตัวบท (text) ที่เกิดจากลักษณะสองด้านของความสัมพันธ์ดังกล่าว

- คุณูปการของ Saussure นั้นขยายขอบเขตกว้างขวางจากการวิเคราะห์แต่ตัวบทที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น งานวรรณกรรมมาสู่ผลงานสื่อมวลชนทุกชนิด เช่น Christian Metz (1974) ได้นำเอาหลักสัญญะวิทยามาใช้ในการวิเคราะห์ภาษา การสร้างเรื่อง การสร้างบทสนทนา การสร้างสัญญะของตัวละครของสื่อภาพยนตร์ ฯลฯ เพื่อค้นคว้า Language ซึ่งในชั้นต่อมาเรียกว่าเป็นgrammar (ไวยากรณ์) ของหนัง อันเป็นกฎเกี่ยวกับการเลือกใช้และเลือกผสมสัญญะต่าง ๆ นั่นเอง

(ข) Roland Barthes

R. Barthes เป็นนักปรัชญาชาวฝรั่งเศสที่นำเอาหลักสัญญะวิทยาของ Saussure มาใช้ในการวิเคราะห์ตัวอย่างของตัวบทประเภทต่าง ๆ ในฝรั่งเศส โดยใช้ลักษณะการตีความสัญญะที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายทางการเมือง แนวคิดที่สำคัญของ R. Barthes มีดังนี้

- Barthes แยกระดับของความหมายออกเป็น 2 ระดับ ระดับแรก (primary signification) ที่เขาเรียกต่อมาว่า "ความหมายโดยอรรถ" (denotative meaning) และระดับที่สอง (secondary signification) ที่เขาเรียกต่อมาว่า "ความหมายโดยนัย" (connotative meaning) และในความหมายระดับที่สองนี้เองที่ Barthes ให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ เพราะเขากล่าวว่า ณ ความหมายระดับนี้ ซึ่งสิ่งที่เรียกว่า "ปรัมปราคติ" (myth) ได้ถูกสร้างขึ้น

- แนวคิดเกี่ยวกับ "ปรัมปราคติ" เป็นแนวคิดที่มามีต้นตอมาจากงานศึกษาด้านมานุษยวิทยาที่พบว่า ในกลุ่มชนพื้นเมืองดั้งเดิมจะมีการสร้างปรัมปราคติแบบต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น ปรัมปราคติเรื่องต้นกำเนิดของมนุษย์ ประวัติของการเกิดภูเขา ฯลฯ การวิเคราะห์ปรัมปราคติของนักมานุษยวิทยาเหล่านี้ ได้แสดงให้เห็นถึงหน้าที่ของปรัมปราคติดังกล่าวว่า ภายใต้สังคมที่มีความขัดแย้งกัน ปรัมปราคตินั้นจะช่วยกลบเกลื่อนความขัดแย้งเอาไว้

อย่างไรก็ตาม มักมีความเชื่อกันว่า เมื่อสังคมพัฒนาก้าวหน้ามาโดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ บรรดาปรัมปราคติต่าง ๆ จะเลือนหายไปเพราะคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์ เช่น คนไทยรู้แล้วว่าไม่มีปลาอานนท์หนุนโลกอยู่เพราะดาวเทียมที่โคจรรอบโลกได้ส่งภาพมาให้ดูแล้ว แต่ทว่า Barthes ได้คัดค้านข้อคิดดังกล่าวและเสนอว่า ในสังคมปัจจุบันยังมีปรัมปราคติสมัยใหม่ที่ถูกสร้างผลิตขึ้นมาอย่างมากมายในระดับของความหมายระดับสองที่กล่าวมาแล้ว

Barthes (1972) ได้สาธิตความคิดของเขาด้วยการวิเคราะห์ภาพหน้าปกนิตยสาร Paris-Match ที่เป็นภาพทหารผิวดำชาวฝรั่งเศส (เนื่องจากฝรั่งเศสมีชาติอาณานิคมเป็นคนผิวดำมาก) กำลังยืนทำความเคารพธงชาติฝรั่งเศสอยู่ เขาวิเคราะห์ภาพดังกล่าวว่า

◆ ในความหมายระดับแรก ก็คือ ภาพทหารฝรั่งเศสผิวดำกำลังคำนับธงชาติ

◆ ในความหมายระดับสอง ก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกของความเป็นชาติฝรั่งเศสไม่ว่าจะมีผิวสีอะไรก็ตาม

นอกจากงานชิ้นนี้แล้ว Barthes ยังได้รวบรวมการวิเคราะห์ปรัมปราคติสมัยใหม่ที่ปรากฏอยู่ในตัวบทแบบต่าง ๆ เช่น มวยปล้ำ ผงซักฟอก มันสมองของไอน์สไตน์/ผลงานต่างๆ ทางโทรทัศน์ ฯลฯ เขาสรุปว่า ปรัมปราคติเป็นประเภทของภาษา (speech) ที่ถูกตัดสินความหมายด้วย**วาทกรรมที่ใช้** (discourse) มากกว่าจะขึ้นอยู่กับ**ประเภทของเรื่องที่เล่า** ซึ่งอาจแปลได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นปรัมปราคติเรื่องอะไรก็ตาม มันไม่สำคัญว่าเป็น**เรื่องอะไร** แต่สำคัญว่ามันถูกเล่า**อย่างไร**ต่างหาก

- Barthes นำเสนอข้อคิดว่าปรัมปราคตินั้นมีหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ หน้าที่แรกคือ การชี้ให้เห็นว่ามีเรื่องราวอะไรบ้าง (point out) และหน้าที่ที่สองคือ เป็นตัวกำหนดความคิดของเรา (impose) กระบวนการของการสร้างปรัมปราคติก็เหมือนกับกระบวนการสร้างตัวบทอื่น ๆ ที่ Saussure ได้กล่าวมาคือ ต้องมีกระบวนการเลือกสรร (Selection) และนำมาประกอบเข้าด้วยกัน (combination) แต่ทว่า ในยามที่ถูกนำมาเสนอนั้น มันกลับถูกนำเสนอราวกับเป็น**ธรรมชาติ** (natural) และนี่คือ "ลักษณะทางการเมืองของปรัมปราคติ" (the politic of myth) หากเราดูภาพยนตร์เรื่อง Wag the Dog ก็คงได้เห็นเบื้องหลังของกระบวนการเลือกสรรและประกอบชิ้นส่วนของสัญญะเข้าด้วยกันอย่างชัดเจน
- เนื่องจากสื่อมวลชนสมัยใหม่เช่นภาพยนตร์และโทรทัศน์นั้น เป็นสื่อที่ใช้ "ภาพ" อย่างมากเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ดังนั้น Barthes จึงให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ภาพอย่างมาก ทั้งนี้เพราะปรัมปราคติเกี่ยวกับภาพนั้นมีอยู่อย่างมาก เช่น ภาพสามารถพูดแทนความจริงได้ (สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น) ภาพเป็นเรื่องที่เป็นไปอย่างดูเป็นธรรมชาติ กล่าวคือของจริงเป็นอย่างไรก็ถ่ายออกมาเป็นอย่างนั้น Barthes เสนอว่า ภาพไม่ได้มีเอาไว้ประกอบข้อความ (text) เช่น กรณีของหนังสือพิมพ์ที่เราใช้คำว่า "ภาพประกอบ" แต่ความจริงแล้ว "ภาพเองก็เป็นตัวบทอย่างหนึ่ง" และขึ้นอยู่กับวิธีการที่ถูกนำมาใช้ Barthes ได้ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาพว่า

♦ ความหมายโดยอรรถนั้น จะเป็นตัวบอกว่า "นี่คือภาพ**อะไร**.

♦ ความหมายโดยนัย จะขึ้นอยู่กับว่า "ภาพนั้นถูก**ถ่ายอย่างไร**"

Barthes ได้แสดงให้เห็นว่า เราสามารถจะถอดภาพๆหนึ่งออกจากบริบทเดิมแล้วนำมาใส่ในบริบทใหม่ ซึ่งจะทำให้ความหมายของภาพเดิมนั้นเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น ภาพ "the thinker" ของ Rodin ที่ถูกนำมาใช้โฆษณาสุขภัณฑ์ชักโครกยี่ห้อหนึ่ง เป็นต้น

- Barthes ได้ชี้ให้เห็น "วิธีการต่อสู้ทางการเมือง" ในสังคมสมัยใหม่ว่า ในแนวทางของกลุ่มมาร์กซิสต์ดั้งเดิมนั้นจะเป็นการต่อสู้ด้านการกระทำ (action) เช่น การเดินขบวน ขอขึ้นค่าแรง ฯลฯ แต่ในมิติวัฒนธรรมแล้ว การต่อสู้ด้านความหมายได้กลายมาเป็นหัวใจของการต่อสู้ทางการเมือง สำหรับกลยุทธ์การครอบงำทางวัฒนธรรม-การเมืองในปัจจุบันนั้น ฝ่ายผู้มีอำนาจมากในสังคมจะพยายามทำให้ความหมายในระดับที่สองคือ ความหมายโดยนัยนั้นกลายเป็นความหมายโดยอรรถ และทำให้เห็นว่าความหมายดังกล่าวเป็นกลางและเป็นธรรมชาติ (neutral & natural) ดังนั้นการต่อสู้ของผู้ที่มีอำนาจน้อยก็ต้องต่อสู้ด้านความหมายเช่นกัน ดังตัวอย่างเช่น ภาพใน Paris-Match ที่กล่าวมาซึ่งได้ถูกกำหนดให้อ่านความหมายเป็นเรื่องของ "คนฝรั่งเศสที่รักชาติ" แทนที่จะเป็นความหมายของ "คนที่ตกเป็นอาณานิคมถูกบังคับให้ทำความเคารพธงชาติของเจ้าอาณานิคม" ดังนั้น คำว่า "มีอำนาจ" ในสังคมซึ่งนอกจากจะมีอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองแล้ว ในแง่วัฒนธรรม ยังหมายถึงการมีอำนาจที่จะให้ความหมาย หรือให้คำนิยามของตัวเอง และกดเก็บหรือขจัดความหมายและคำนิยามของฝ่ายอื่น ๆ ด้วย

(ค) Umberto Eco

นักสัญญะวิทยาอีกท่านหนึ่งที่ได้พัฒนาการวิเคราะห์สัญญะให้ก้าวไปอีกระดับหนึ่งคือ Umberto Eco (1977) แนวคิดหลัก ๆ ของ Eco มีดังนี้

- Eco เสนอแบบแผนในการวิเคราะห์สัญญะและการผลิตซ้ำทางสัญญะ เขาเสนอว่า ในตัวสัญญะหนึ่ง ๆ นั้นจะประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

/ : ตัวสัญญะ/รูปสัญญะ (signifier)

// : ตัวหมายถึง (signitied)

cc : cultural concept

ในระดับของ cultural concept นั้น สามารถที่จะผลิตสายโซ่แห่งความหมายยืดยาวต่อไปไม่สิ้นสุด ดังตัวอย่าง การวิเคราะห์ความหมายของแม่น้ำดังนี้

	/	//	Concept	other	other	other
(ก)	แม่น้ำ	บริเวณที่มีน้ำไหล	สะอาด	ความสะอาด	ความสวยงาม	-
(ข)	แม่น้ำ	บริเวณที่มีน้ำไหล	เป็นพิษ	ความเป็นพิษ	ความสกปรก	-

การที่เราจะสร้าง cultural concept หรือเราจะเลือกความหมายของแม่น้ำเป็นแบบ (ก) หรือ (ข) นั้นก็แล้วแต่บริบททางวัฒนธรรมของเรา แม้แต่คำว่า "ความสวยงาม" "ความสกปรก" ที่ถูกผลิตซ้ำต่อมานั้นก็ยังแล้วแต่บริบททางวัฒนธรรมอีกเช่นกัน

● เนื่องจาก Eco มีความเห็นสอดคล้องกับนักสัญญะวิทยาโดยทั่วไปว่า ในตัวบทหนึ่ง ๆ นั้นไม่เคยมีความหมายเดียว แต่ต้องมีหลากหลายความหมาย (Polysemy) ดังนั้น จึงต้องมีการตีความ ในการสื่อสารทุกอย่างจึงไม่เคยมีคำว่า "ชัดเจน/แน่นอน" (precise) ตัวบททุกชนิดจึงเป็นตัวบทเปิด (Open text) กล่าวคือ เปิดปลายว่างให้มีการเติมความหมายต่าง ๆ ลงไปอยู่เสมอ Eco จึงเชื่อว่าปัจเจกบุคคลมีเสรีภาพที่จะอ่านตีความตัวบทอยู่เสมอ อย่างไรก็ตาม ความพยายามในฝ่ายของผู้ส่งสาร/ผู้ใส่รหัส (Encoder) ก็ต้องพยายามบรรจุสอดแทรกคู่มือการถอดรหัสลงไปด้วย เช่น ในกรณีของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ดังนั้น กระบวนการอ่านตัวบททุกครั้งจึงเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเปิด/ลักษณะปิด (openness/closeness) อยู่เสมอ (สนใจกรณีของไทยโปรดดู อารยา, 2541)

(2.2.2) **มานุษยวิทยาแนวโครงสร้าง**(Structural Anthropology)

Claude Lévi-Strauss (1977) ซึ่งเป็นนักมานุษยวิทยาได้นำเอาหลักการของ Saussure ไปใช้ในการศึกษา "โครงสร้างของจิตใต้สำนึก" ของกลุ่มชนเผ่าดั้งเดิม โดยขยายขอบเขตของสิ่งที่จะวิเคราะห์จากภาษาออกไปสู่ระบบอื่น ๆ นับตั้งแต่ การทำอาหาร การแต่งกาย การแสดงอากัปกิริยา การจัดงานศพ ฯลฯ และยังคงใช้วิธีการแสวงหาส่วนที่เป็น language/grammar ด้วยการหยิบเอาส่วนที่เป็น speech ของแต่ละบุคคลมาวิเคราะห์

แนวคิดที่ C. Lévi-Strauss สนใจมากเป็นพิเศษคือ ปรัมปราคติ (myth) ผลจากการวิเคราะห์ปรัมปราคติที่เป็น speech ของแต่ละบุคคล จนกระทั่งค้นพบ language ที่เป็นปรัมปราคติร่วมของสังคม C. Lévi-Strauss กล่าวว่า การเข้าใจโครงสร้างของปรัมปราคติร่วมจะช่วยให้ผู้ศึกษาได้เข้าใจระบบคิด ระบบค่านิยมที่ทำงานอยู่ในสังคมนั้น (Operational value) ไม่ใช่ค่านิยมที่บุคคลบอก

ผลจากการวิเคราะห์ปรัมปราคติเรื่องต่าง ๆ C. Lévi-Strauss พบว่า ท่ามกลางความแตกต่างหลากหลายนั้น แท้จริงแล้ว ทุก ๆ เรื่องล้วนมีลักษณะ "เหมือนกันหมด" กล่าวคือ

โครงสร้างของปรัมปราคติจะมีลักษณะเป็น "คู่ที่ตรงกันข้าม" (binary opposition) เช่น ดิบ/สุก ขาว/ดำ ดี/ชั่ว หญิง/ชาย เด็ก/ผู้ใหญ่ คนดี/คนร้าย ฯลฯ และจำเป็นต้องมีซึ่งกันและกัน จึงจะเกิดความหมายขึ้นมาได้ (เหมือนคำกล่าวของไทยที่ว่า "แกง**จืด** จึงรู้คุณเกลือ(**เค็ม**) เป็นต้น)

นอกจากนั้น C. Lévi-Strauss ยังวิเคราะห์หน้าที่ที่จำเป็นของปรัมปราคติว่า ในสังคมที่มีความขัดแย้งดำรงอยู่ และความขัดแย้งนั้นไม่อาจจะแก้ไขให้ลุล่วงได้ในโลกแห่งความเป็นจริง ณ ที่นั้นจึงจำเป็นต้องมีเรื่องเล่าแบบปรัมปราคติที่สามารถแก้ไขความขัดแย้งได้ในโลกแห่งสัญญะ เพื่อให้ผู้คนสามารถมีสันติสุขต่อตัวเอง และมีสันติสุขต่อสังคม และทำให้สังคมที่มีความขัดแย้งนั้นเป็นสถานที่ที่ยังคงอาศัยอยู่ต่อไปได้ จากแนวคิดเรื่องหน้าที่ของปรัมปราคตินี้ ทำให้เข้าใจข้อเสนอของ R. Barthes ได้ว่า แม้แต่ในโลกปัจจุบันก็น่าจะยังต้องการปรัมปราคติอยู่

วิธีการวิเคราะห์โครงสร้างปรัมปราคติของ C.Lévi-Strauss ถูกนักวิเคราะห์สื่อมวลชนสมัยใหม่หลายท่านนำมาใช้ในการวิเคราะห์ผลงานสื่อสมัยใหม่ เช่น ภาพยนตร์ ละคร ตัวอย่างเช่นงานของ Will Wright (1975) นำมาวิเคราะห์ภาพยนตร์แบบตะวันตก (โคบาล/คาวบอย) ของฮอลลีวู้ด และพบว่า วิธีการเล่าเรื่องของหนังคาวบอยเหล่านี้ไม่ได้แตกต่างไปจากปรัมปราคติเลย เช่น การเล่าเรื่องแบบมี binary opposition มีฝ่ายพระเอก/ผู้ร้าย ความกล้าหาญ/ขี้ขลาด การเสียสละ/การเห็นแก่ตัว ความเข้มแข็ง/ความอ่อนแอ การพบปะ/การพลัดพราก ฯลฯ แม้ว่าประเภทของหนังตะวันตกเหล่านี้จะมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงแบบฉบับไปบ้าง เช่น เป็นแบบ classic (ยังเน้นเรื่องการแก้แค้นเป็นหลัก) แบบ transition ซึ่งจะมีเนื้อเรื่องกลับกัน classic คือ พระเอกจะออกไปยืนอยู่นอกสังคม เช่น เรื่อง Dances with wolves หรือแบบ professional ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพของสังคมใหม่ ค่านิยม และทัศนคติแบบใหม่ในระบบเศรษฐกิจแบบวางแผน แต่ทว่าโครงสร้างของการเล่าเรื่อง การพัฒนาเหตุการณ์และการแก้ไขปมความขัดแย้งยังเป็นแบบแผนเดิม ๆ

สิ่งที่เพิ่มเติมเข้ามาในงานวิเคราะห์ปรัมปราคติในสื่อสมัยใหม่ เช่น ภาพยนตร์ของ Will Wright ก็คือ ไม่เพียงแต่จะวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องเพื่อแสวงหาโครงสร้างทางความคิดของผู้คน เช่น ที่ C. Lévi-Strauss ระบุไว้เท่านั้น แต่ทว่า W. Wright ยังต้องการจะศึกษาว่า บรรดาปรัมปราคติเหล่านี้ สื่อสารแนวคิดต่าง ๆ ที่อยู่ในโครงสร้างการเล่าเรื่องไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคมได้อย่างไร และ W. Wright ยังพบอีกว่า แม้ว่าในหนังตะวันตกเหล่านี้จะนำเสนอแนวคิดเดิมแบบง่าย ๆ แต่ทว่าแนวคิดเหล่านี้ก็เป็นที่ยอมรับเพราะเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับความเชื่อของสังคมอเมริกันอยู่แล้ว

(2.2.3) **มาร์กซิสม์แนวโครงสร้าง** : L. Althusser

Althusser เป็นนักปรัชญาชาวฝรั่งเศสที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการนำเสนอเรื่องการวิเคราะห์วัฒนธรรมในช่วงทศวรรษที่ 1970 อันจะสังเกตได้จากจำนวนบทความที่เขียนถึงงานของเขาหรือใช้งานของเขาในการอ้างอิง Althusser เป็นผู้ผสมผสานวิธีการวิเคราะห์แบบมาร์กซิสม์ แนวโครงสร้าง (Marxism-Structuralism) และจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis) เข้าด้วยกัน

- **คำอธิบายเรื่อง "อุดมการณ์" (Ideology)**

แนวคิดเรื่อง "อุดมการณ์" เป็นงานที่ Althusser (1971) ได้พัฒนามาอย่างเป็นระบบมากที่สุด ในระยะแรกเขาเริ่มต้นด้วยการปฏิเสธข้อเสนอเรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบของสังคมแบบมาร์กซิสต์รุ่นคลาสสิกที่แยกออกเป็นโครงสร้างส่วนล่างและส่วนบน และเสนอว่าโครงสร้างส่วนล่างเป็นตัวกำหนดโครงสร้างส่วนบน Althusser กล่าวว่า โครงสร้างส่วนบนไม่ใช่เป็นเพียง**ภาพสะท้อน**ของโครงสร้างส่วนล่างเท่านั้น หากทว่าเป็น**ส่วนเสี้ยวที่จำเป็น**สำหรับการดำรงอยู่ของโครงสร้างส่วนล่างเลยทีเดียว (ซึ่งมีนัยยะว่า เขาได้ให้ความสำคัญมากขึ้น) และในประเด็นเรื่อง**ตัวกำหนด** (determine) นั้น Althusser ก็ปฏิเสธเช่นเดียวกันว่า โครงสร้างส่วนบนนั้นมีอิสระในตัวเองอยู่ระดับหนึ่ง (relative autonomy)

ในระยะต่อมา Althusser ได้นำเสนอแนวคิดใหม่ในการวิเคราะห์องค์ประกอบของสังคม (Social Formation) ว่า สังคมประกอบด้วย 3 ปฏิบัติการ (practice) คือปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ/ทางการเมือง/ทางอุดมการณ์ (รวมทั้งการค้นคิดทฤษฎีต่าง ๆ ด้วย) และสิ่งที่เขาสนใจมากที่สุดคือ ปฏิบัติการด้านอุดมการณ์ (ideological practice)

Althusser ปฏิเสธคำนิยาม "อุดมการณ์" ของกลุ่มมาร์กซิสต์รุ่นคลาสสิกที่ระบุว่า อุดมการณ์เป็นจิตสำนึกที่ผิดพลาด (false consciousness) เป็นความคิด (idea) ที่ผิด ๆ ที่กลุ่มชนชั้นปกครองครอบงำลงไปบนความคิดของประชาชน Althusser กล่าวว่า "อุดมการณ์" ไม่ใช่ "ความคิด" แต่เป็น "**กระบวนการที่มีพลวัต**" (dynamic process) ที่ทำงานผลิตซ้ำใหม่ประกอบสร้างใหม่อยู่ในปฏิบัติการต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นอยู่ตลอดเวลา ปฏิบัติการนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์หนึ่งไปสู่อีกสถานการณ์หนึ่งโดยผ่านการกระทำของคน ตัวอย่างง่าย ๆในชีวิตประจำวันก็เช่นเมื่อเราเอาไฟต้มน้ำแล้วน้ำก็เดือด เป็นต้น

หรือหากกล่าวให้ง่ายขึ้นกว่านั้น ในขณะที่มนุษย์เราอาศัยอยู่ในสังคม และมีความสัมพันธ์กับตัวเอง กับคนอื่น กับสังคม เราก็ต้องมีวิธีการที่จะทำความเข้าใจ**ความสัมพันธ์**ดังกล่าว ซึ่ง Althusser กล่าวว่า "วิธีการ" ที่คนเราทำความเข้าใจการกระทำของตัวเอง คิดถึงตัวเอง คิดถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองและสังคมนั่นแหละคือสิ่งที่เรียกว่า "อุดมการณ์"

ตามปกติ ความสัมพันธ์ดังกล่าวนั้นจะมีทั้งที่เป็น "ความสัมพันธ์ที่เป็นจริง"

(real relation) และ "ความสัมพันธ์ในจินตนาการ" (imagination relation) ผสมกันไป และถูกนำเสนอไปในชีวิตประจำวันของประชาชน (Ideological practice) ราวกับว่ามันเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นจริงทั้งหมด ตัวอย่างเช่น วิธีคิดที่ว่า สังคมไทยให้โอกาสคนทุกคนแม้แต่ลูกคนจนให้เป็นนายกรัฐมนตรีได้ วิธีคิดดังกล่าวนั้นมีภาคปฏิบัติการที่เป็นจริงรองรับอยู่ด้วย แต่ก็มีส่วนผสมที่เป็นจินตนาการ (imagination) ปะปนอยู่ด้วย หากทว่าคนที่ตกอยู่ในอุดมการณ์จะมองเห็นแต่ส่วนที่เป็น "ความเป็นจริง" (real) เท่านั้น และนำเอาวิธีคิดที่เป็นคำตอบแบบ real & imagination มาแก้ปัญหาที่เป็นจริง (real problem)

อุดมการณ์วิธีคิดเช่นนี้ จะต้องทำงานปฏิบัติการอยู่ตามกลไกด้านอุดมการณ์ต่าง ๆ ของสังคมอยู่ตลอดเวลา (Ideological Apparatus) เช่น ครอบครัว โรงเรียน สถานที่ทำงาน ศาสนา และสื่อมวลชน และถึงแม้จะเป็นกลไกที่มีลักษณะแตกต่างกัน แต่ท้ายที่สุดแล้ว กลไกเหล่านี้ต่างทำงานมุ่งหน้าไปสู่อุดมการณ์ชุดเดียวกันทั้งสิ้น เช่น อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ (ที่โรงเรียน/ครอบครัว/วัด/รัฐบาล/กองทัพ ฯลฯ) อุดมการณ์ที่เน้นความมั่งคั่ง/การครอบครองทรัพย์สิน (แม้แต่ในวัด) อุดมการณ์ที่เน้นความเป็นปัจเจก/การแข่งขัน (เริ่มตั้งแต่โรงเรียนอนุบาล) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ที่สำคัญก็คือ อุดมการณ์เหล่านี้นำเสนอตัวเองว่าเป็น**กลาง** ไม่เข้าข้างใคร เช่น ทุกคนเท่าเทียมกันต่อหน้ากฎหมาย และนาน ๆ ครั้งก็จะปฏิบัติการพิสูจน์ให้เห็นจริง (ซึ่งเป็น "ข้อยกเว้น" แต่ทว่ากระทำให้ดูเสมือน "เป็นกฎทั่วไป") ในขณะที่กลไกทางอุดมการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนทำงานประสานเป็นเสียงเดียวกัน ทั้ง ๆ ที่ดูไม่ได้เชื่อมโยงกัน แต่ยังพูดภาษาอุดมการณ์เดียวกันได้นั้น Althusser เรียกว่า เป็นลักษณะ over-determination

นักวิชาการด้านการสื่อสารได้นำเอาแนวคิดของ Althusser มาใช้อย่างมาก ตัวอย่างเช่น Judith Williamson (1978) นำเอาวิธีการวิเคราะห์อุดมการณ์ของ Althusser มาใช้ในการวิเคราะห์โฆษณา โฆษณาเป็นตัวอย่างของอุดมการณ์ที่นำเอาความสัมพันธ์แบบ "imagination" มารวมกับ "real" อย่างเห็นได้ชัดที่สุด เบื้องหลังการทำงานที่สำคัญของโฆษณาไม่ว่าจะเป็นสินค้าใดก็ตาม ก็คือ การปิดบังเกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" ซึ่งวัดจากว่า "เราเป็นคนผลิตอะไร" และนำเสนอเกณฑ์เรื่อง "การบริโภค" มาแทน กล่าวคือ คนทุกคนในสังคมจะถูกกำหนดอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) ว่าเราเป็นคนที่อยู่ตรงไหนของสังคม โดยไม่ได้ใช้เกณฑ์ "ที่ทางในการผลิต" what we <u>produce</u> (เกณฑ์ทางชนชั้นแบบมาร์กซิสต์) หากแต่เป็น what we <u>consume</u> (เกณฑ์เรื่องการบริโภค) ต่างหาก

- **วิธีการอ่านแบบ** symtomatic

วิธีการศึกษาอย่างใหม่ ๆ อีกอย่างหนึ่งที่ Althusser นำมาใช้คือการหัน

กลับไปอ่านงานของ Marx ใหม่ (Rereading) และนำเอาวิธีการที่ Freud ใช้อ่านอาการของคนไข้โรคจิตมาอ่านตัวบท (text) ปฏิบัติการ (practice) นี้เรียกว่า symtomatic reading ซึ่งเป็นการอ่านอาการเพื่อจะเจาะลงไปหาสมุฏฐานของโรคที่อยู่เบื้องหลัง ซึ่งเป็นวิธีการอ่านให้เกินไปกว่าสิ่งที่ปรากฏ/สิ่งที่เห็น/หรือสิ่งที่ได้ยิน (เช่น Freud จะให้ความสำคัญมากกับช่วงเวลาที่คนไข้เกิดอาการ "ติด" (block) พูดไม่ออก กล่าวคือ ต้องให้ความสนใจกับความขัดแย้งของเรื่องที่เล่า การสลับต้นชนปลาย การบิดเบือน สิ่งที่ขาดหายไป รวมทั้งความเงียบ ฯลฯ เพราะบรรดา "อาการ" เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่ปัญหาต้องการจะแสดงตัวออกมา (posed) แต่ไม่อาจจะกระทำได้เพราะมีพลังบางอย่างกดเก็บเอาไว้

ดังนั้น หากนำเอาการอ่านแบบ symtomatic นี้มาทดลองอ่านหนังเรื่อง Taxi driver ก็จะพบว่า มีอะไรบ้างที่หนังพูด**ออกมา** แต่ที่สำคัญกว่านั้นก็คือมีอะไรที่หนังไม่ได้**พูดออกมา** มีคำตอบอะไรบ้างที่ไม่มีใครถาม เช่น ไม่มีคำถามในหนังว่า ผู้ที่แสดงความรักชาติด้วยการไปรบในสงครามเวียดนามกลับมาบ้านเกิดแล้วเป็นอย่างไร **เรื่อง**ที่หนังพูดถึงนั้นเป็น**เรื่องจริง** (real) แต่**ตัวหนัง**นั้นเป็น imagination หนังแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้ง ความรุนแรงที่อธิบายไม่ได้ซึ่งเป็น "เรื่องจริง" ในตอนเปิดเรื่อง แต่แล้วก็นำเสนอตอนจบแบบเทพนิยาย (imagination) ตามหลักการปฏิบัติการของอุดมการณ์

R. Machery (1978) นำเอาวิธีการอ่านแบบ Symtomatic ดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์นิยายวิทยาศาสตร์ของฝรั่งเศส เรื่อง "Jules Verne" และพบว่า ในนิยายเรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นความขัดแย้งของจักรวรรดินิยมฝรั่งเศสในช่วงศตวรรษที่ 19 สิ่งที่ผู้วิเคราะห์ให้ความสนใจก็คือ **สิ่งที่ไม่ได้พูด สิ่งที่พูดไม่ได้/พูดไม่ออก** รวมทั้ง**สิ่งที่ต้องพูดออกมา** ความขัดแย้งระหว่าง "สิ่งที่ต้องการจะพูด/สิ่งที่พูดจริง ๆ" นั้นเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ในเนื้อหาของนิยายต้องการจะพูดเล่าเรื่องวีรบุรุษสามารถเอาชนะธรรมชาติ เอาชนะพระเจ้า เอาชนะท้องทะเลลึก ฯลฯ แต่ในการเล่านี้ ผู้เล่าก็ต้องสร้างความขัดแย้งในการเล่าทุกครั้ง เมื่อต้องเล่าอีกอย่างที่ไม่อยากจะเล่า เพราะทุกๆการผจญภัยของวีรบุรุษ วีรบุรุษก็ต้องเรียนรู้การค้นพบใหม่ ๆ ทุกทีไป (ทำให้ดูไม่ค่อยเป็นวีรบุรุษเท่าไหร่) ในขณะที่วีรบุรุษคิดว่า "ค้นพบอะไรใหม่ๆ" แต่ที่จริง "สิ่งนั้นก็มีอยู่ก่อนแล้ว" ทุกที เช่นเดียวกับเมื่อโคลัมบัสค้นพบอเมริกานั้น ก็มีแต่ "โคลัมบัสเท่านั้นที่แปลกใจ" แต่ "ทวีปอเมริกานั้นมีอยู่มานานแสนนานแล้ว" "การค้นพบ" ต่างหากที่**แปลกใหม่** มิใช่ "ทวีปอเมริกา" เป็นต้น

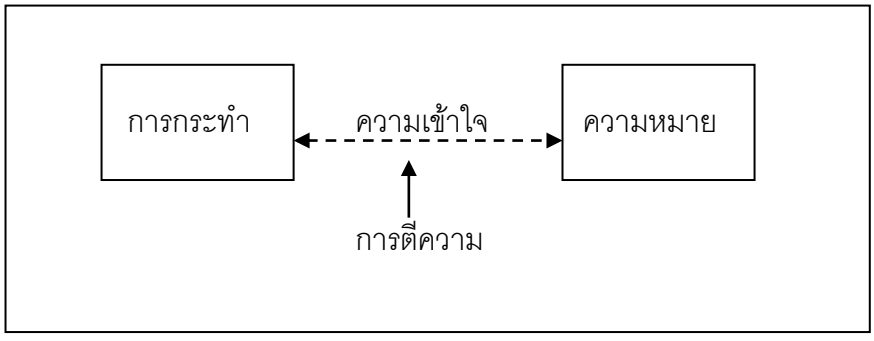
(2.3) สำนักปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)

สำนักปรากฏการณ์นิยมนั้น นอกจากจะปฏิเสธแนวคิดแบบลำดับขั้นของวัฒนธรรมแบบ

สำนักวิวัฒนาการนิยมแล้ว ก็ยังแตกต่างจากสำนักหน้าที่นิยมและโครงสร้างนิยม ตรงที่ได้เคลื่อนย้ายความสนใจและศูนย์กลางของการศึกษาสังคมจากวัตถุดิบ (material) ที่**อยู่นอกตัวคน** (เช่น สถาบันสังคม โครงสร้างสังคม ระเบียบกฎเกณฑ์ ฯลฯ) ย้อนกลับมา**ที่ตัวบุคคล** ดังนั้นในขณะที่หน้าที่นิยมและโครงสร้างนิยมจะสนใจว่าบรรดาสถาบันต่าง ๆ ของสังคมทำงานหล่อหลอมคนได้อย่างไร แต่สำนักปรากฏการณ์นิยมกลับสนใจว่า "คนรับรู้สถาบันสังคมต่าง ๆ อย่างไร คนคิดอย่างไรกับกฎระเบียบต่าง ๆ" เพราะฉะนั้นในการให้คำนิยาม “วัฒนธรรม” ของสำนักนี้ จึงสนใจที่ "ระบบความรู้ของคน" ซึ่งไม่ใช่การที่ตั้งคำถามว่า คนรู้**อะไร** รู้ผิดหรือรู้ถูก (ตามที่สังคมบอก) (what is to know) หากแต่สนใจว่า คนเรารู้ได้**อย่างไร** (How to know) และเขารู้อย่างนั้นไป**ทำไม** (why to know)

เนื่องจากสนใจ "วิธีการที่คนรับรู้โลก" สำนักปรากฏการณ์นิยมจึงมีลักษณะใกล้เคียงกับสาขา Hermeneutic ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วย**การตีความ** และ**ความหมาย** และได้มารวมตัวกันเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้โดยที่ปรัชญาพื้นฐานเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของมนุษย์ของสำนักนี้เชื่อว่า มนุษย์เป็นสัตว์โลกชนิดเดียวที่ไม่เพียงแต่**ลงมือกระทำการ**เท่านั้น (action) แต่ทว่า มนุษย์ยังมี**ความเข้าใจ**/มีการให้**ความหมาย** กับการกระทำนั้นอีกด้วย หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า มนุษย์เป็นสัตว์โลกที่รู้จักการให้ความหมาย ดังนั้นในขณะที่ผึ้งสร้างรังแล้วก็เข้าไปอาศัยอยู่เท่านั้น แต่มนุษย์นั้นนอกจากจะสร้างบ้านแล้วก็เข้าไปอยู่แล้ว ก็ยังสร้าง**ความหมาย**ต่าง ๆ นานาให้แก่ "บ้าน" เช่น บ้านคือวิมานของเรา เป็นต้น

รอยเชื่อมต่อระหว่าง "การกระทำ" กับ "ความหมาย" คือ สิ่งที่เรียกว่า "ความเข้าใจ" ซึ่งผู้ที่ทำการศึกษา/สังเกต จะต้องใช้ "การตีความ" เพื่อเข้าถึง "ความเข้าใจ" ดังกล่าว เช่น หากเราอยากจะทราบว่า เด็ก ๆ ที่หนีออกจากบ้านมีความเข้าใจว่า "บ้านคืออะไร" เราก็ต้องตีความจากคำพูดของเขา การกระทำของเขา รูปวาดของเขา ฯลฯ



คำว่า "phenomenon" (ปรากฏการณ์) จึงหมายถึงทุกอย่างที่คนเรา "(เปิด)/รับ" และ "รู้" และเป็นสำนึกของคน ๆ นั้น สำนักปรากฏการณ์นิยมจึงเป็นศาสตร์ที่ต้องการจะศึกษาวิธีการที่คน

มีประสบการณ์กับโลก มีการรับรู้โลก และมีสำนึกกับโลก **โดยจุดเน้นหลักที่สำนักปรากฏการณ์นิยม**ตอกย้ำ (และเป็นเอกลักษณ์ของสำนักนี้) ก็คือ การศึกษานั้นต้องมองมาจากมุมมองของผู้ที่รับและรู้ประสบการณ์นั้นโดยตรง และต้องไม่นำเอาเกณฑ์ (categories) จากภายนอกอื่นๆ ไปใช้ตัดสิน ดังนั้น คำขวัญของสำนักนี้ก็คือถ้าอยากจะรู้ว่า "รัก" นั้นเป็นยังไง ก็อย่ามัวไปเพียรถามกวีหรือถามนักจิตวิทยาอยู่เลย แต่ต้องลองไป "รักดูเอง" ไปสัมผัส ไปรับรู้ ไปสำนึกเอง แล้วจึงจะเข้าใจ (if we observe, we only apprehend, only we participate, we will comprehend)

S. Deetz (1973) สรุปหลักสำคัญ ๆ ของสำนักปรากฏการณ์นิยมเอาไว้ 3 ประการคือ

(i) สิ่งที่เรียกว่า "ความรู้ของมนุษย์" นั้น เป็นยิ่งไปกว่าการมีประสบการณ์เท่านั้น เพราะอาจมีคนจำนวนมากที่มี "ประสบการณ์" กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ก็ไม่เคยเรียนรู้ไม่เคยสำนึก (ที่คนไทยตั้งข้อสังเกตว่า "เจ็บแล้วไม่รู้จักจำ ช้ำแล้วยังไม่สำนึก") ความรู้ต้องเป็นความสำนึก

(ii) สิ่งที่เรียกว่า "ความหมาย" (meaning) นั้น ต้องเป็นปฏิสัมพันธ์ (interaction) ระหว่าง "ผู้ให้ความหมาย" (subject) กับ "สิ่งที่มีความหมาย" (object) เสมอ ความหมายไม่ได้บรรจุอยู่ในตัววัตถุ/สิ่งของด้วยตัวมันเอง แต่จะต้องขึ้นอยู่กับว่า "ความหมายของใคร" เสมอ ดังนั้น เราจึงไม่อาจพูดได้ว่า "**เงิน**มีความหมายหรือเปล่า" แต่จะต้องถามต่อไปว่า "ในสายตาของ**ใคร**" และแม้แต่วัตถุชิ้นเดิมก็อาจจะแปรความหมายไปเมื่อเปลี่ยน "ผู้ให้ความหมาย" หรือเปลี่ยนบริบท (เช่น กาลเวลา) เช่น แหวนวงหนึ่งอาจจะเคยแทนความหมายของ**ความรักความผูกพัน** แต่ต่อมาก็กลายไปเป็นเครื่องหมายของ**การหลอกลวงและหักหลัง** จนกระทั่งกลายมาเป็น "**มีดคมที่ทิ่มแทงจิตใจ**" (ดังตัวอย่างที่เห็นในโฆษณาเครื่องสุขภัณฑ์ของไทย)

(iii) **ภาษา** เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดความหมาย **ภาษา** เป็นห้องเก็บประสบการณ์ต่าง ๆที่คนเรามีต่อโลก เช่น ตัวอย่างของบันทึกประจำวันเป็นรูปแบบที่ชัดเจนที่สุด หรือตัวอย่างของไทยที่ใช้คำศัพท์เรียกการปรากฏขึ้นของ "ไฟ" ชนิดใหม่ว่า "ไฟฟ้า" ได้แสดงให้เห็นความเข้าใจของคนไทยว่า ไฟแบบใหม่นั้นแตกต่างไปจากไฟที่เกิดจากการลุกไหม้ของถ่านในเตา หากแต่เป็นไฟประเภทเดียวกับไฟที่เกิดจากฟ้าแลบฟ้าผ่า เป็นต้น

ในที่นี้ เราจะแยกสาขาของสำนักปรากฏการณ์นิยมออกเป็น 2 กลุ่มคือ

(2.3.1) ปรากฏการณ์นิยมแบบคลาสสิก (Classical Phenomenology) ซึ่งประกอบด้วยนักคิดกลุ่มวางรากฐาน 3 ท่านคือ E. Husserl, Maurice Merleau-Ponty และ A. Schutz

(2.3.2) ปรากฏการณ์นิยมแบบตีความ (Hermeneutic Phenomenology) ตัวอย่างนักคิดในกลุ่มนี้คือ M. Heidegger และ Gadamer

(2.3.1) ปรากฏการณ์นิยมแบบคลาสสิก(Classical Phonomenology)

กลุ่มนักคิดที่ถือว่าเป็นบิดาของสำนักปรากฏการณ์นิยมมีอยู่ 3 คนคือ E. Husserl, Maurice Merleau-Ponty และ A. Schutz แนวคิดหลัก ๆ ของแต่ละท่านมีดังนี้

(ก) E. Husserl

Husserl มีความสนใจ "ตรรกะวิธีคิดของมนุษย์" (human logic) และเสนอว่าเราจะรู้จักสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยการสำรวจวิธีการที่สิ่งนั้น ๆ ถูกนำเสนอต่อจิตสำนึกของเรา ปรากฏการณ์ที่สิ่งต่าง ๆ จะถูกนำเสนอต่อจิตสำนึกของเรานั้น ดำเนินอยู่ทุกวันใน "ชีวิตประจำวัน" ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นธรรมชาติที่สุด (นักปรากฏการณ์นิยมจึงให้ความสนใจกับการศึกษากิจกรรมทุกอย่างในชีวิตประจำวัน) แม้ว่านักสังคมวิทยาโดยทั่วไปจะเห็นว่าปรากฏการณ์ที่แสดงออกมาในชีวิตประจำวันนั้นยังไม่ได้สะท้อน "ความเป็นจริง" ทั้งหมดของสังคม แต่ Husserl กลับเสนอว่าปรากฏการณ์นี้ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ศึกษาจำเป็นต้องขจัดออกไป หากทว่าจะต้อง "bracket out" (ใส่วงเล็บ) เอาไว้ในระหว่างการศึกษา ความหมายของการใส่วงเล็บนี้ก็คือ ผู้ศึกษาจะต้องละวางอคติ ทฤษฎี สมมติฐานเบื้องต้นต่างๆ เอาไว้ก่อน ดังตัวอย่างของนักจิตวิทยาที่ลงไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดการร้านอาหารกับพนักงานในร้าน นักจิตวิทยาผู้นั้นก็ต้องลืมเรื่องทฤษฎีการเสริมแรง/ให้รางวัล (Reinforcement) ทฤษฎีการเรียนรู้ ฯลฯ (ที่มักจะเรียกกันว่า นักวิชาการจะต้องลงไปด้วย "หัวสมองเปล่า") และเมื่อ "ใส่วงเล็บ" ด้วยการละวางปัจจัยต่าง ๆ ล่วงหน้าเอาไว้แล้ว ผู้ศึกษาก็จะมองเห็น "ธรรมชาติอย่างที่มันเป็นอยู่" (แนวคิดดังกล่าวคล้ายคลึงกับหลักคิดของพุทธศาสนาในเรื่องการพิจารณาธรรมชาติอย่างที่มันเป็นอยู่จริงเหมือนกัน) และจะได้เข้าถึง "ตรรกะวิธีคิดของผู้ที่ถูกศึกษา"

เมื่อสังเกตศึกษาด้วยการละวางดังกล่าวแล้ว การรับรู้ของผู้ศึกษาก็จะล่วงเข้าสู่สภาวะบริสุทธิ์ (pure state) ซึ่ง Husserl เชื่อว่าสภาวะนี้มีลักษณะเป็นสากล (universal) (มีอยู่ในทุกตัวคน) รวมทั้งเชื่อว่า ตรรกะวิธีคิดของคนก็มีลักษณะเป็นอกาลิโก ไม่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา/สถานที่ และยังเชื่อว่าบรรดาเหตุการณ์/ปรากฏการณ์ต่าง ๆ นั้นล้วนมี "สาระ" (essence) ที่แท้จริงอยู่

(ข) Maurice Merleau-Ponty

ในขณะที่ Husserl ค่อนข้างเน้นหนักไปในด้านปรัชญาตรรกะวิธีคิดและการรับรู้ของมนุษย์ Merleau-Ponty เริ่มหันมาสู่มิติด้านสังคมมากขึ้น (เป็น Social Phenomenology) และเริ่มให้ความสนใจในคุณสมบัติพิเศษบางประการของมนุษย์คือ ความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อให้ความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ ในขณะที่ความหมายต่าง ๆ เกิดขึ้นเพราะการใช้ภาษาของมนุษย์นั้น วิธีการใช้ภาษาของมนุษย์ก็มีลักษณะ 2 อย่างคือ

(1) Spoken word คือการที่มนุษย์ใช้ถ้อยคำและความหมายต่าง ๆ ตามหลักที่สังคมกำหนดมาให้แล้ว ในแง่นี้ มนุษย์เป็นฝ่ายรับความหมาย

(2) Speaking word เป็นวิธีการใช้ภาษาที่คนที่ใช้นั้นสร้างสรรค์ความหมายขึ้นมาเอง

หลักเรื่องการใช้ภาษาดังกล่าวนี้คล้ายคลึงกับแนวคิดของนักคิดท่านอื่น ๆ เช่น คล้ายคลึงกับแนวคิดเรื่อง Language (ลักษณะทางสังคมของภาษา) และ Speech (ลีลาส่วนตัวของผู้ใช้แต่ละคน) ของ Saussure หรือลักษณะ 2 ด้านของภาษาที่ผู้ใช้ถูกกำหนดจากสังคมและผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ของ Chomsky

Merleau-Ponty ปฏิเสธหลักการเรื่องความเป็นสากลและอกาลิโกในเรื่องตรรกะ วิธีคิดและการรับรู้ของคนที่ Husserl เสนอเอาไว้ โดยกล่าวว่า สาระของสิ่งต่าง ๆ และวิธีคิดของคนนั้นแปรเปลี่ยนไปตามบริบทของแต่ละสังคมในแต่ละช่วงยุคสมัย (contextual) และเราจะเข้าใจสาระและตรรกะวิธีคิดดังกล่าวได้โดยศึกษาจากภาษาร่วมกัน(shared meaning/public meaning) ของกลุ่มคนนั้น ๆ

(ค) A. Schutz

A. Schutz เป็นผู้ที่พัฒนาและวางรากฐานของสำนักปรากฏการณ์นิยมให้เป็นสำนักคิดที่มีรูปร่างที่แน่นอน แนวคิดสำคัญ ๆ ของ Schutz มีดังนี้

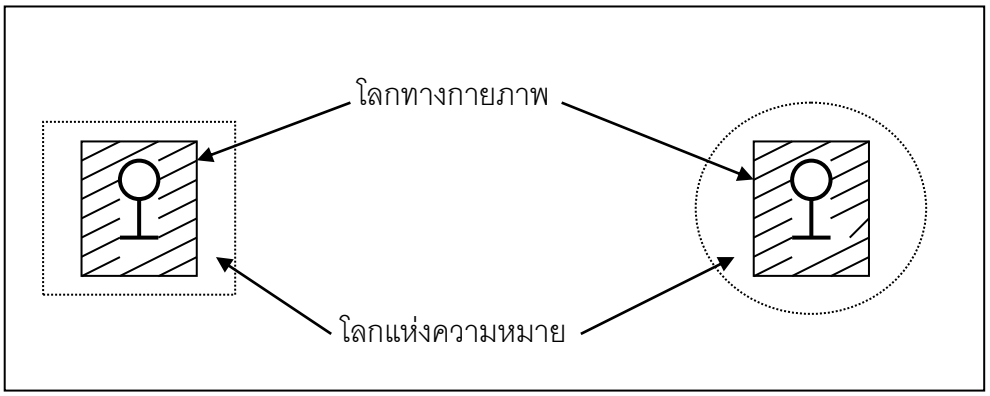
- ลักษณะพิเศษเฉพาะของการกระทำของมนุษย์ (human action) คือเป็นการกระทำที่มีความหมาย เมื่อเราอ่านนิทานเซ็นที่ปัญญาชนไปขอความรู้จากอาจารย์เซ็น สิ่งที่พระอาจารย์กระทำก็คือรินน้ำชาใส่แก้วจนเต็มล้นแล้วก็ยังคงรินต่อไป จนกระทั่งปัญญาชนต้องถามว่า "ทำไมยังรินต่อไป" น้ำลงแก้วไม่ได้แล้วเพราะเต็มแก้วแล้ว การกระทำของอาจารย์เซ็นนั้นมีความหมายถึงความรู้ของปัญญาชนนั่นเอง (ถ้าเราคิดว่าตัวเองมีความรู้เต็มที่แล้ว จะรินความรู้ใหม่ใส่เติมลงไปได้อย่างไร) อย่างไรก็ตาม ไม่จำเพาะต้องเป็นอาจารย์เซ็นเท่านั้นที่มีการกระทำที่มีความหมาย โดยส่วนใหญ่การกระทำของคนเราล้วนมีความหมายอยู่เบื้องหลังทั้งนั้น (เช่น การยิ้มของคนไทย)

- จากตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น ในระยะแรกที่ปัญญาชนยังไม่เข้าใจความหมายการกระทำของพระอาจารย์ เนื่องจากยังไม่ได้สร้าง "ระบบความหมายร่วมกัน" จนกระทั่งเมื่ออาจารย์เซ็นอธิบายให้ฟังและเข้าใจได้ เมื่อนั้นก็แปลว่าทั้งสองได้สร้าง "ระบบความหมายร่วมกันแล้ว" สังคมมนุษย์แต่ละสังคมจึงมิใช่อะไรอื่นนอกจาก "ที่เก็บรวบรวมระบบความหมายร่วมกัน" (Shared stock of meaning)

- นอกจาก "การมีระบบความหมายร่วมกัน" จะทำให้มนุษย์เข้าใจ

ปรากฏการณ์สังคมแล้ว Schutz ยังได้นำเสนอมิติใหม่ของความหมาย คือ "การทำหน้าที่ของความหมาย" คือเป็นตัวกำหนดการกระทำของคนโดยเฉพาะในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างง่าย ๆ ที่สุดก็คือ การขับรถตามสัญญาณจราจร

- Schutz ได้เสนอแนวคิดเรื่องโลกที่ห่อหุ้มตัวมนุษย์เอาไว้ 2 ชิ้น คือโลกทางกายภาพ และโลกแห่งความหมาย



ในขณะที่โลกทางกายภาพนั้นอาจจะเปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อย แต่ทว่าโลกแห่งความหมายนั้นจะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ความหมายของ "การแต่งงาน" ในสังคมไทย ในนิทานพื้นบ้าน เราจะพบว่า ความหมายของการแต่งงาน/มีคู่เกิดมาจากการกระทำของเทพอุ้มสม/พรหมลิขิต/เสี่ยงพวงมาลัย/ แต่ต่อมา ความหมายนี้ก็เปลี่ยนมาเป็นความรักและการเลือกตัดสินใจของหนุ่มสาว เป็นต้น แนวคิดดังกล่าวเป็นที่มาของหลักการสำคัญเรื่อง การสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

- Schutz ได้ก้าวเข้ามาในเรื่องของ "การสื่อสาร" โดยเสนอว่า การสื่อสารเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์แห่งความเป็นจริง (reality experience) ตัวอย่างเช่น การแต่งงานจะเป็นประสบการณ์อย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเราได้รับข้อมูล/การอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับการแต่งงานมาอย่างไร และเช่นเดียวกับ Merleau-Ponty ที่เสนอว่า เรื่องการสื่อสารเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่ม เฉพาะกาลเวลา

- ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม จะเป็นไปในลักษณะเดียวกับเรื่องของภาษาตามแนวคิดของ Merleau-Ponty กล่าวคือ สังคมจะมี "โลกร่วมกัน" (shared world) เหมือนกับที่มี "คลังแห่งความหมายร่วมกัน" (stock of shared meaning) และเมื่อปัจเจกบุคคลแต่ละคนไปเรียนรู้ภาษามาจากโลกร่วมกันนั้น เขาแต่ละคนก็จะมี "โลกของฉัน" (My world) ที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกับคนอื่น ๆ แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีลักษณะเฉพาะตัวด้วย

- เกณฑ์ (categories) อีกอันหนึ่งที่ Schutz เสนอในการศึกษาแบบปรากฏการณ์นิยมก็คือ แนวคิดเรื่อง "typification" ในขณะที่คนแต่ละคนมีประสบการณ์รูปธรรมกับ "แมว" เราจะสร้างนามธรรมในลักษณะบทสรุปรวม (generalization) เกี่ยวกับ "แมว" ไว้ในระบบความเข้าใจของเราที่เรียกว่า typification เมื่อเราไปเจอ “แมวอีกตัวหนึ่งในความเป็นจริง” เราก็จะเอา typification ดังกล่าวไป "อ่าน/วางเทียบดู" เพื่อตัดสินใจว่า "นี่เป็นแมว" หรือเปล่า ปัจจุบันนี้ การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ก็เป็นไปตามหลัก typification นี้เอง การที่คนสองคนจะคุยกันรู้เรื่องได้นั้น เขาจำเป็นต้องมี typification ร่วมกัน (หากเทียบกับพจนานุกรม เขาจำเป็นต้องมีพจนานุกรมภาษาเดียวกัน)

(ง) P. Berger

Berger เป็นนักปรากฏการณ์นิยมที่นำเอาวิธีการของสำนักคิดนี้มาศึกษาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของ "สังคมสมัยใหม่" (Modern World) โดยเฉพาะในเรื่องการเปรียบเทียบปรากฏการณ์ทางศาสนากับปรากฏการณ์ทางสื่อมวลชน ซึ่งจะได้กล่าวถึงแนวคิดอย่างละเอียดของเขาในหัวข้อต่อๆไป (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "ศาสนากับสื่อ") ในที่นี้จะนำเสนอแนวคิดสำคัญ ๆ 2 ประการของ Berger คือ

- Berger สนใจ**กระบวนการ**ที่ "โลกแห่งความหมาย" หรือ "วัฒนธรรม" ถูกซึมผ่าน (internalized) เข้าไปในตัวปัจเจกบุคคลได้อย่างไร
- Berger สนใจ**กลไกการทำงานของวัฒนธรรม**ที่เชื่อมโยงระหว่างแนวคิด 3 อย่างคือ ภาษา (ซึ่งเขาเน้นว่าต้องเป็น speech act) ชีวิตประจำวัน (เน้นที่เป็น lived experience) และสังคม (ในความหมายแบบปรากฏการณ์นิยม)

(2.3.2) ปรากฏการณ์นิยมแบบตีความ (Hermeneutic Phenomenology)

เป็นสาขาปรากฏการณ์นิยมที่เน้นไปในด้านการวิเคราะห์ตีความ มีนักคิดที่สำคัญอยู่ 2 ท่านคือ M. Heidegger และ Gadamer

(ก) M. Heidegger

หลักคิดสำคัญของ Heidegger ก็คือ ความเป็นจริง (reality) นั้นไม่อาจจะรู้ได้หรือเข้าถึงได้ด้วยการคิด/การวิเคราะห์ (ปฏิเสธปรัชญาของ Descartes ที่ว่า "ฉันคิด ฉันจึงมีชีวิตอยู่") แต่ทว่า รู้ได้/เข้าถึงได้ด้วย**การอยู่กับมัน**ตามประสบการณ์ที่เป็นธรรมชาติ (natural experience - ซึ่งพูดแบบภาษาพุทธก็คืออย่าไปปรุงแต่งมัน) เช่น ถ้าจะเข้าใจความเป็นจริงของ "ความเจ็บปวด" ก็มิได้เกิดจาก "การคิดถึง" แต่จะเข้าถึงเมื่อ "เกิดความเจ็บปวดขึ้นจริงๆ"

Heidegger ปฏิเสธหลักความเป็นสากลและอกาลิโกของ Husserl เช่นกัน เขา

เสนอว่า การรับรู้ของมนุษย์นั้นมีบริบทเฉพาะ ๆ เช่นเดียวกับวิธีคิด เช่น การรับรู้ว่า "อะไรผิดปกติ" ในแต่ละสังคมแต่ละยุคจะแตกต่างกัน "การมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายด้วยกันก่อนจะมีความสัมพันธ์ทางเพศกับผู้หญิง เป็นสิ่ง**ที่ปกติ**ในสังคมโรมัน แต่อาจเป็นสิ่ง**ผิดปกติ**ในสังคมไทย" เป็นต้น

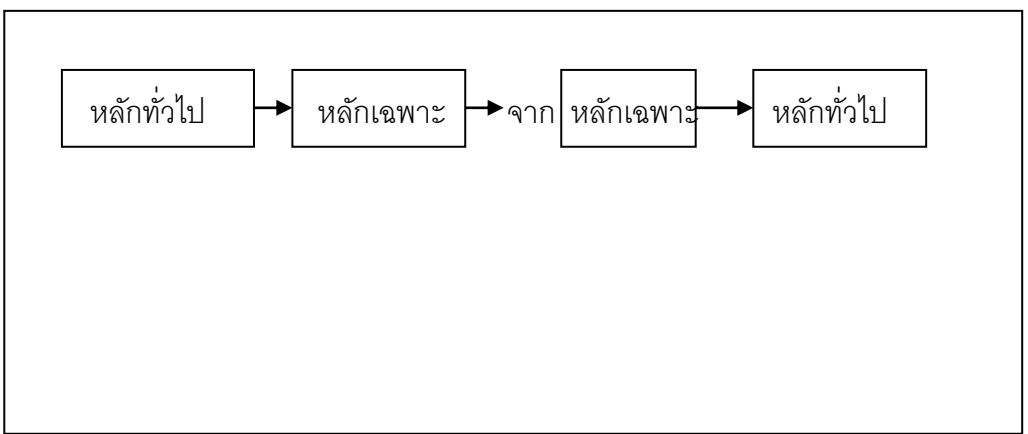
(ข) Gadamer

Gadamer ได้พัฒนาหลักการเกี่ยวกับการตีความขึ้นมาหลายประการเช่น

- Gadamer เสนอว่า "ผู้ที่ตีความตัวบท" ไม่ได้**ยืนอยู่นอกตัวบท** หากแต่เป็น**ส่วนหนึ่ง**ของตัวบทนั้นเอง (ซึ่งในชั้นต่อมา สำนักเบอร์มิงแฮมได้นำแนวคิดนี้ไปพัฒนาต่อ)
- ในการมองรับรู้โลกนั้น "ธรรมเนียมประเพณี" (tradition) ได้ให้วิธีเข้าใจโลก/มองดูโลกแก่เราเอาไว้แล้ว (เมื่อเกิดมาในสังคมไทยก็ต้องมองโลกอย่างที่ "ประเพณี" ไทยได้วางเอาไว้) และเราไม่สามารถจะสลัดหรือถอด "ประเพณี" ทิ้งไปได้ เพราะฉะนั้น การสังเกต การใช้เหตุผลและความเข้าใจจึงไม่เคย "บริสุทธิ์" แต่ต้องถูกแต่งแต้มด้วยสีสันของ "ประเพณี" อยู่เสมอ
- ปัญหาของการสื่อสารจึงไม่ได้อยู่ที่ "การมีอยู่ของอคติ" (เพราะเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว) หากแต่อยู่ที่ "การปฏิเสธ" หรือ "การไม่ตระหนักถึงการดำรงอยู่ของอคตินั้น" ต่างหาก และทำให้แยกการตีความที่เหมาะสมกับไม่เหมาะสมออกจากกันไม่ได้
- ประสบการณ์ต่าง ๆ ตกผลึกฝังอยู่ในภาษา ดังนั้นแม้ว่าประสบการณ์นั้นจะเลือนหายไป แต่ภาษาจะยังคงเก็บรักษาเอาไว้อยู่ Gadamer เปรียบเทียบคุณสมบัติของภาษาว่าเหมือน "เกม" ไม่ว่าจะมีคนมาเล่นหรือไม่เล่น เกมก็ยังคงเป็นอยู่เช่นนั้น และเมื่อเราเข้าไปเล่น เราก็มี**ประสบการณ์**กับเกม เกมแปรเปลี่ยนไปตามการเล่นของเรา แต่เมื่อเราเลิกเล่นแล้ว เกมก็ยังมีคุณสมบัติเช่นเดิม (คล้ายกับเนื้อหาของเพลง "The Boxer")

ในที่นี้ ควรกล่าวเพิ่มเติมด้วยว่า ในระยะแรก ๆ Hermeneutic Phenomenology จะเน้นการตีความตัวบทที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น พระคัมภีร์ไบเบิล วรรณกรรม แต่ต่อมา กลุ่ม Social/Cultural Phenomenology เช่นพวกนักมานุษยวิทยาก็ได้นำมาใช้ตีความ "ประสบการณ์ของคนและการกระทำของสังคม" โดยพิจารณาเสมือนสิ่งเหล่านั้นเป็นตัวบทชนิดหนึ่ง

กลุ่ม Social-Cultural Hermeneutic Phenomenology บรรยายกระบวนการตีความดังภาพที่แสดงต่อไปนี้



การตีความเป็นการนำเอา**หลักทั่วไป**ซึ่งเป็นหลักวิธีคิดที่นักมานุษยวิทยา (ฝรั่ง)คุ้นเคย (เช่น การยิ้ม มีความหมายอย่างเดียว แปลว่า "ดีใจ") ไปสู่**หลักเฉพาะ** (การยิ้มของคนไทย) ที่นักมานุษยวิทยาไม่คุ้นเคย แล้วก็พบว่า "การยิ้มของคนไทยอาจแปลว่าโกรธ" ดังนั้น นักมานุษยวิทยาจึงนำเอาหลักเฉพาะนี้มาขยายเพิ่มใน**หลักทั่วไป**ว่า การยิ้มของคนไทยมีความหมายมากกว่าหนึ่งอย่าง กระบวนการนี้กระทำย้อนกลับไปกลับมา

วิธีการแบบ Cultural Hermeneutic นี้ก็คือ วิธีการชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography) ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาอย่างสำคัญของวัฒนธรรมศึกษา ตัวอย่างเช่นงานของ Clifford Geertz ที่ระบุว่า ต้องเป็น "thick description" อันหมายความว่า ต้องตีความจากจุดอื่นของผู้ถูกศึกษา วิธีการชาติพันธุ์วรรณนาจะช่วยเคลื่อนย้าย "ประสบการณ์-ที่ใกล้ผู้ถูกศึกษาที่อยู่ในสังคมนั้น" (experience-near-concept) มาสู่ "ประสบการณ์ที่ใกล้ผู้ศึกษาที่อยู่นอกสังคม" (experience-distance concept) หรืออาจเปรียบเทียบเป็นภาษาไทยได้ง่าย ๆ ว่า เป็นกระบวนการ "เอา(ความเข้า)ใจ**เขา** (ผู้ถูกศึกษา) มาใส่ (ความเข้า)ใจ**เรา**(นักวิจัย)" นั่นเอง

(2.4) **สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง/มาร์ซิสม์/นิโอ-มาร์กซิสม์** (Political Economy/ Marxism & Neo-Marxism)

เมื่อเปรียบเทียบกับสำนักคิดอื่น ๆ แล้ว สำนักมาร์กซิสม์ (Marxism) (หรือที่เรียกว่า กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy)) จะมีความแตกต่างจากสำนักอื่นอยู่ 2-3 ประการ คือ (ดู Boyd-Barrett, 1995)

- เป้าหมายของการศึกษาของนักคิดในสำนักนี้นั้นไม่เพียงแต่จะต้องการศึกษาเพื่อทำ "ความเข้าใจ" เท่านั้น แต่ต้องการนำความเข้าใจนั้นไป "เปลี่ยนแปลงโลก" ด้วย ดังนั้น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากการศึกษาจึงถูกนำไปทดสอบในภาคปฏิบัติการอยู่เสมอ (มีลักษณะศึกษาเพื่อนำไปใช้– practical)
- ผลที่เกิดขึ้นจากลักษณะประการแรก เนื่องจากเป็นการศึกษาที่ถูกตรวจสอบจากสภาพความเป็นจริง จึงทำให้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขแนวคิดเดิมอยู่เสมอ ฉะนั้น จึงเกิดมีกลุ่มนีโอมาร์กซิสม์ (Neo-Marxism) ที่ปฏิเสธข้อเสนอเดิมบางอย่างดังจะได้กล่าวถึงในตอนต่อไป

(2.4.1) **แนวคิดของกลุ่มมาร์กซิสม์รุ่นคลาสสิก** (Classical Marxism)

กลุ่มมาร์กซิสม์เริ่มต้นจากงานเขียนของ Marx และ Engels และถูกนำไปใช้ในภาคปฏิบัติการโดย Lenin ในงานของ Marx-Engels นั้น ได้วางแนวทางในการวิเคราะห์องค์ประกอบการก่อรูปของสังคม (Social Formation) เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนปฏิบัติการทางการเมืองเอาไว้ว่ามีอยู่ 2 ส่วนคือ **โครงสร้างส่วนล่าง** (Base) อันได้แก่ วิถีการผลิต (Mode of production) ซึ่งเป็นมิติที่ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เช่น ใครเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีการแบ่งปันผลผลิตที่เกิดขึ้นอย่างไร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความสามารถของเครื่องจักรและแรงงานเป็นอย่างไร และ**โครงสร้างส่วนบน**ก็คือ ทุกอย่างที่นอกเหนือจากโครงสร้างส่วนล่างไม่ว่าจะเป็นการเมือง ศาสนา วัฒนธรรม ฯลฯ ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างส่วนล่างและโครงสร้างส่วนบนนี้จะเป็นไปใน 2 ลักษณะคือ

(i) โครงสร้างส่วนล่างจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและรูปแบบของโครงสร้างส่วนบน เช่น ในสังคมเกษตรกรรม เนื้อหาเพลงก็จะเกี่ยวกับการเกี่ยวข้าว การทำงานในไร่นา

(ii) โครงสร้างส่วนบนจะเป็นตัวแสดงออกและให้ความชอบธรรมแก่โครงสร้างส่วนล่าง

จากการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทั้งสองส่วนนั้น อาจจะถูกนำมาตีความได้หลายแบบ และทำให้เกิดการแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ในสำนักนี้เช่น

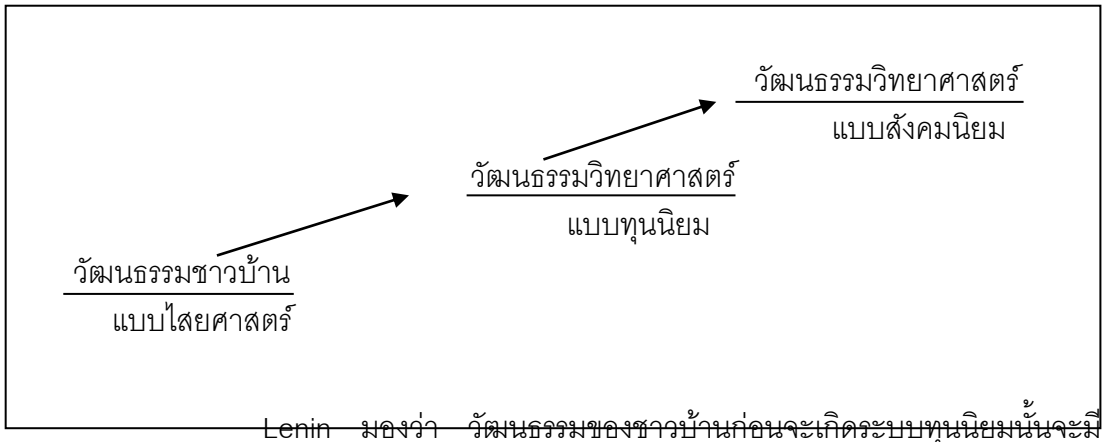
- กลุ่ม Mechanical/Reflection theory กลุ่มนี้จะตีความว่าโครงสร้างส่วนล่างจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างส่วนบนแบบทิศทางเดียวกัน บางครั้งเรียกว่ากลุ่มเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนด (Economic Determinism)
- Engels แก้ไขการตีความของกลุ่มเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดว่าโครงสร้างส่วนล่างจะทำหน้าที่ "เปิดเวที" ให้ แต่ผลของการกระทำจะออกมาเป็นอย่างไรนั้น ยังขึ้นอยู่กับการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ที่อยู่ในโครงสร้างส่วนบนประกอบด้วย

เมื่อนำแบบจำลองดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์วัฒนธรรมประชานิยม เนื่องจากวัฒนธรรมประชานิยมเป็นรูปแบบหนึ่งของอุดมการณ์ ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยมโดยคำนึงถึงบริบททางประวัติศาสตร์ที่วัฒนธรรมนี้ได้ก่อรูปถือกำเนิดขึ้นมาด้วย ตัวอย่างเช่น เวลาวิเคราะห์ละครแบบ Melodrama ในศตวรรษที่ 19 ก็จำเป็นต้องดูระบบโครงสร้างเศรษฐกิจที่ผลิตผู้ชมละครแบบนี้ขึ้นมา แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องพิจารณาปัจจัยของตัวโครงสร้างส่วนบนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ประเพณีของละครแบบนี้ที่เป็นตัวให้กำเนิดรูปแบบของละคร Melodrama

ปมปัญหาที่ยังถูกผูกค้างเอาไว้ภายในกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือ

การเน้นบทบาทของ**โครงสร้างสังคม** (Social structure) ที่เป็นตัวกำหนดความคิดและการกระทำของคน (มองว่าคนต้องเป็นไปตามที่สังคมหล่อหลอมมาให้) กับการเน้น**บทบาทของมนุษย์ผู้กระทำ** ที่เรียกว่า "Agency" ซึ่งจะไปเป็นผู้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมนั้น การเน้นหนักถือหางข้างใดข้างหนึ่งที่แตกต่างกันนี้ก็กลายเป็นเกณฑ์ที่แบ่งแยกนักคิดในสำนักนี้ออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ อีกเช่นกัน

ส่วนภาคปฏิบัติการของกลุ่มมาร์กซิสม์ที่นำโดย Lenin นั้น สำหรับความคิดในส่วนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นมีอยู่อย่างชัดเจนในความคิดของ Lenin ที่จัดประเภทต่าง ๆ ของวัฒนธรรมโดยที่มีลักษณะใกล้เคียงอย่างยิ่งกับแนวคิดของสำนักวิวัฒนาการนิยม ดังนี้



Lenin มองว่า วัฒนธรรมของชาวบ้านก่อนจะเกิดระบบทุนนิยมนั้นจะมีลักษณะงมงายแบบไสยศาสตร์ จนกระทั่งเมื่อเกิดระบบทุนนิยมที่มากับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรมแบบใหม่นั้นจึงได้เข้าแทนที่ (Substitution) วัฒนธรรมของชาวบ้าน อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบทุนนิยมก็ยังมีพัฒนาการที่ต่ำกว่าวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบสังคมนิยม เนื่องจากไม่สามารถแก้ไขปัญหาเรื่องความเสมอภาค เสรีภาพ และมิตรภาพระหว่างมนุษย์ได้ ดังนั้น จึงต้องสร้างวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบสังคมนิยมที่เป็นพัฒนาการขั้นสูงสุดเพื่อเข้าแทนที่วัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบทุนนิยมที่มีอยู่ในปัจจุบัน

(2.4.2) **แนวคิดกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองสมัยใหม่**

สำหรับกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นใหม่ ๆ ที่ต้องการเพิ่มลักษณะความเป็นวิชาการหรือเพิ่มความเป็นอิสระให้กับการศึกษามากกว่าจะถูกผูกติดอยู่กับภาคปฏิบัติการทางการเมืองได้ระบุเป้าหมายและคุณลักษณะของแนวคิดในสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเอาไว้ว่า ความสนใจของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คงเหมือนกับนักวิชาการสำนักอื่น ๆ คือ สนใจที่จะตอบปัญหาว่า "อะไรทำให้สังคมเป็นอยู่ได้อย่างที่เป็นอยู่" แต่ทว่า "คำตอบ/เกณฑ์" ที่สำนักนี้ให้ความสนใจเป็นพิเศษก็คือ เกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" (class)ทั้งนี้เพราะในสังคมสมัยใหม่นี้ ชนชั้นได้

แยกคนออกจากกันเพราะผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน แต่ในอีกด้านหนึ่ง เพราะจิตสำนึกความเป็นชนชั้นเดียวกันอีกเช่นกันที่ทำให้คนจำนวนมากมารวมตัวกัน

Mosco (1995) ให้นิยามของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเอาไว้ว่า สำนักนี้ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ/การเมือง/วัฒนธรรม-สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงสร้างอำนาจ (Power structure) ที่เป็นตัวสร้าง/ผลิต/กระจาย/และบริโภคทั้งสิ่งของและส่วนที่เป็นความคิด ความเชื่อ-อุดมการณ์ต่างๆ สิ่งที่กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองต้องการวิเคราะห์ก็คือมีวิธีการ/วิถีทาง (means) อะไรบ้างที่ถูกนำมาใช้ในโครงสร้างความสัมพันธ์เหล่านี้ เช่น รัฐบาลมีวิธีการใช้อำนาจควบคุมสถาบันสื่อมวลชนอย่างไรบ้าง หรือบรรดาสถาบันต่าง ๆ มีวิธีการบรรลุเป้าหมายของตนอย่างไร ดังเช่นที่ Lazarsfeld เคยตั้งข้อสังเกตว่า ข่าวที่เกี่ยวกับแรงงาน/ปัญหาเชื้อชาติ/ปัญหาสตรี ถูกรายงานอย่างแตกต่างกันสำหรับสถานีวิทยุและหนังสือพิมพ์ที่มีเจ้าของ (ownership) แตกต่างกัน

จากคำนิยามกว้าง ๆ ดังกล่าว Mosco ได้สรุปคุณลักษณะ 4 ประการของวิธีการเฉพาะตัวของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองเอาไว้ดังนี้

(i) เศรษฐศาสตร์การเมืองสนใจวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีลักษณะเชิงประวัติศาสตร์ (ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มหน้าที่นิยมที่สนใจเสถียรภาพและปัจจุบันของสังคม)

(ii) เศรษฐศาสตร์การเมืองสนใจ**ทุกมิติ**ของความสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ/การเมือง/วัฒนธรรม-สังคม (ซึ่งแตกต่างจากการแยกเป็นสาขาวิชาต่างๆ) และยังสนใจ**ปฏิสัมพันธ์**ระหว่างมิติเหล่านี้

(iii) เศรษฐศาสตร์การเมืองมีปรัชญาด้านจริยธรรมในการศึกษาค้นคว้าที่แน่ชัดว่างานค้นคว้าวิชาการนั้นเป็นไปเพื่อการสร้างสรรค์สังคมที่ดีกว่า ยุติธรรมและมีความเท่าเทียมมากขึ้น และเป็นสังคมที่ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

(iv) เศรษฐศาสตร์การเมืองจะให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ "กระบวนการ" (process) มากกว่า "ตัวผลผลิต" (product) หรือการวิเคราะห์สถาบัน

เมื่อนำหลักเศรษฐศาสตร์การเมืองสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เรื่องการสื่อสาร โดยทั่วไป เกณฑ์ (categories) ที่นักเศรษฐศาสตร์การเมืองจะให้ความสนใจมักจะได้แก่

- **Commodification** (กระบวนการทำให้เป็นสินค้า) เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงสิ่งของที่มีมูลค่าการใช้สอยอยู่ในตัว (use value) ให้กลายมาเป็นมูลค่าแลกเปลี่ยนในตลาด (exchange value) ตัวอย่างเช่น บรรดาเพลงพื้นบ้านที่เคยร้องเล่นกันอยู่ในชุมชน หรือเสื้อผ้าที่ชาวเขาเคยใส่อยู่ ซึ่งมีมูลค่าใช้สอยให้ประโยชน์อยู่ในตัวเอง เช่น ให้ความอบอุ่น ให้ความ

สนุกสนาน แต่เมื่อมีบริษัทค่ายเทปไปนำเอาเพลงพื้นบ้านดังกล่าวมาอัดเทปแล้วขาย หรือเมื่อนักท่องเที่ยวไปขอซื้อเสื้อผ้าของชาวเขา "สิ่งของ" ทั้งสองนั้นก็แปรสภาพมาเป็น "สินค้า" ที่มีราคาเป็นตัวกำกับ (ในแง่นี้ แม้แต่มนุษย์เราก็กลายเป็น**สินค้า**ที่ถูกซื้อตัวจากบริษัทต่าง ๆ เช่นกัน)

- **Spatialization** ในแง่พัฒนาการของเทคโนโลยี ซึ่งจัดเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของแบบวิถีการผลิต ความสนใจของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือจะศึกษาความสามารถในการเอาชนะกาลเวลา/ระยะทางของเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลต่อความสัมพันธ์ทางสังคมในด้านอื่น ๆ ดังตัวอย่างที่ได้แสดงมาแล้ว

- **Structuration** แนวคิดเรื่อง structuration เป็นแนวคิดที่ประสานความขัดแย้งระหว่างการวางกรอบของโครงสร้าง (Structure) กับความพยายาม/ความสามารถ/การกระทำของมนุษย์ที่เป็นผู้กระทำการทางสังคม (Agency) โดยจะวิเคราะห์ว่าทั้ง 2 องค์ประกอบมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร

Halloran (1995) ระบุแนวทางที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นในการทำวิจัยด้านการสื่อสารที่ใช้แนวทางเศรษฐศาสตร์การเมืองว่า

(1) ต้องพิจารณากระบวนการสื่อสารว่าเป็น**กระบวนการทางสังคม**ชนิดหนึ่ง (social process)

(2) ต้องศึกษาสถาบันสื่อมวลชนโดยไม่แยกออกจากสถาบันอื่น ๆ และไม่แยกออกจากความเป็นไปและลักษณะของสังคมวงกว้าง

(3) ในการศึกษาโครงสร้างของการสื่อสาร องค์กรสื่อ วิชาชีพ การทำหน้าที่ต่างๆ ของสื่อ การมีส่วนร่วมในสื่อ ฯลฯ จะต้องพิจารณาในทั้งในเชิงองค์รวม (ดูมิติเศรษฐกิจ, การเมือง สังคม) และพิจารณาในแง่ประวัติศาสตร์

ตัวอย่างของการใช้กระบวนการทางประวัติศาสตร์ในการศึกษาสื่อที่ Golding & Murdock (1991) ได้นำไปใช้การศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองของวัฒนธรรมและพบว่ามี 4 กระบวนการคือ

(i) กระบวนการเจริญเติบโตของตัวสื่อ

(ii) การขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อไปสู่คนกลุ่มต่าง ๆ

(iii) กระบวนการกลายเป็นสินค้า

(iv)การเปลี่ยนแปลงบทบาทของรัฐและรัฐบาลในการเข้ามาแทรกแซงในสื่อ

นักคิดในกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองบางท่าน เช่น H. Schiller (1969) ได้นำเอาวิธีการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ในระดับสากล (ดูรายละเอียดในหัวข้อจักรวรรดินิยมทาง

วัฒนธรรม) ในขั้นตอนที่ระบบการสื่อสารได้ขยายออกไปยังโลกที่สามภายใต้ชื่อของการพัฒนา ความทันสมัย การทำให้เป็นอุตสาหกรรม การกลายเป็นเมือง ฯลฯ ซึ่งเหตุผลเบื้องหลังนั้นเกิดมาจากความจำเป็นของทุนที่ต้องขยายตัวออกไปนอกระดับประเทศและไปสร้างตลาดในระดับโลก

เราอาจจะแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างวิธีการตั้งคำถามของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง และกลุ่มเสรีนิยม/หน้าที่นิยมได้ เช่น ในกรณีที่เกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงในสื่อ

- **กลุ่มเสรีนิยม/หน้าที่นิยม** จะตั้งคำถามถึง**ผลกระทบ**ที่จะเกิดขึ้นว่า หากโทรทัศน์ฉายเนื้อหาที่มีความรุนแรงมาก จะมีผลกระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลแสดงความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งจะทำให้สังคมขาดเสถียรภาพ และแปลว่า สื่อทำหน้าที่ในทางที่ผิด ใช่หรือไม่
- **กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง** จะตั้งคำถามย้อนกลับไปว่า เพราะเหตุใดโทรทัศน์จึงต้องมีเนื้อหาความรุนแรงบรรจุอยู่ คำตอบก็คือ เนื่องจากโทรทัศน์เป็นกลไก/สถาบันทางสังคมอันหนึ่งของกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม ดังนั้น การที่โทรทัศน์ต้องออกแบบเนื้อหาที่รุนแรงนั้นเป็นความจำเป็นเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้เพื่อตอกย้ำให้คนเชื่อฟังและเกรงกลัวระบบกฎหมายใช่หรือไม่ (ความรุนแรงในโทรทัศน์นั้นรวมถึงการที่ตำรวจยิงผู้ร้ายด้วย)

(2.4.3) **สำนักแฟรงเฟิร์ต/ทฤษฎีวิพากษ์** (Frankfurt School/Critical Theory) (ดู Kellner, 1989)

สำนักแฟรงเฟิร์ตเกิดมาจากการรวมตัวของนักวิชาการเยอรมัน (ส่วนใหญ่เป็นชาวยิว) เมื่อปีค.ศ.1923 ที่ทำงานอยู่ในสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยแฟรงเฟิร์ต โดยเริ่มต้นใช้แนวคิดแบบเศรษฐศาสตร์การเมือง เมื่อฮิตเล่อร์ครองอำนาจและทำลายล้างชาวยิว นักวิชาการกลุ่มนี้ก็ต้องหนีอพยพไปนิวยอร์ก และทำงานอยู่ที่มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย โดยที่บางคนก็เสียชีวิตในระหว่างหลบหนี ในปี 1949 นักวิชาการบางคนได้ย้อนกลับไปอยู่ในเยอรมัน แต่บางส่วนก็ยังคงอาศัยอยู่ในสหรัฐต่อไป

แนวทางของสำนักนี้ซึ่งเรียกตัวเองว่ากลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) เป็นการผสมผสานระหว่างทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง ทฤษฎีจิตวิเคราะห์และจิตวิทยาสังคม โดยนำมาวิเคราะห์วัฒนธรรมประชานิยมในเยอรมันและสหรัฐ ในกลุ่มประกอบด้วยนักคิดจำนวนมากและแม้จะอยู่ใต้ร่มธงทฤษฎีวิพากษ์เดียวกันแต่ก็ยังมีทัศนะที่ขัดแย้งกันเองด้วย นักคิดที่เด่น ๆ ได้แก่ Horkheimer, Adorno, Leo Lowenthal, Marcuse, W. Benjamin และรุ่นใหม่ ๆ เช่น Habermas

สำนักแฟรงเฟิร์ตได้พัฒนาแนวคิดของ Marx-Engels ให้ก้าวต่อมาด้วยการให้ความสนใจกับบทบาทของโครงสร้างส่วนบนมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่า ปัจเจกบุคคล/คนกลุ่มน้อยบางกลุ่มเช่น ฮิตเล่อร์และพรรคพวกนั้นสามารถสะสมอำนาจทางการเมืองและครอบงำจิตใจของประชาชนได้อย่างไร ในการนี้ บรรดาเครื่องมือของวัฒนธรรมประชานิยมที่กลุ่มนี้ขนานนามว่า "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry) อันได้แก่ ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น เพลง วิทยุ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากของกลุ่มผู้ปกครอง จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจกับ "วัฒนธรรม" ซึ่งเป็นที่อยู่ของจิตสำนึกของประชาชน

- **Adorno**

นักคิดที่ใช้แนวคิดเรื่อง "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" อย่างมากคือ Horkheimer & Adorno ให้บทสรุปที่ตรงกันข้ามกับ M. Arnold & Leavis ซึ่งเป็นกลุ่ม Culture & Civilization Tradition (ดูที่กล่าวมาข้างหน้า) ที่เชื่อว่า วัฒนธรรมประชานิยมนั้นจะมาทำลายอำนาจและความชอบธรรมของกลุ่มผู้ปกครอง Horkheimer & Adorno กลับเห็นว่า วัฒนธรรมประชานิยมนั้น นอกจากจะไม่ท้าทายและทำลายอำนาจของผู้ปกครองแล้ว ยังกลับช่วยค้ำจุนเอาไว้อีกด้วย Adorno ได้ให้ตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพยนตร์ sit-com ในอเมริกาที่มีเนื้อหาว่าด้วยครูสาวคนหนึ่งซึ่งไม่ได้รับค่าจ้างจากการสอนและยังถูกไล่ออกจากงาน เมื่อไม่มีเงินก็ไม่มีอาหาร

กินแต่เธอได้ใช้อารมณ์ขัน ใช้ความฉลาดหาอาหารจากเพื่อนๆ และผู้คนรอบข้าง Adorno วิเคราะห์ว่า เนื้อหาสาระที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์ชุดนี้ก็คือ ถ้าเราเป็นคนมีอารมณ์ขัน มีความฉลาด และมีเสน่ห์อยู่ในตัว ก็ไม่ต้องกลัวการอดตาย ปัญหาการถูกไล่ออกจากงานทำให้ดูเป็นเรื่องตลก คนที่ถูกทำร้ายจากระบบทุนนิยมถูกทำให้กลายเป็นเรื่องขบขัน (เหมือนคำกล่าวที่ว่า "ไม่มีความยากจนในหมู่คนขยัน") วัฒนธรรมประชานิยมแบบ sit-com เช่นนี้ช่วยรักษาระบบทุนนิยมเอาไว้อย่างแน่นอน

นอกจากนั้น Adorno ที่จบปริญญาเอกด้าน Musicology ยังได้วิเคราะห์การทำหน้าที่ของเพลง pop ซึ่งเป็นผลงานสำคัญอีกชิ้นหนึ่งของ "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" ว่ามีหน้าที่ดังต่อไปนี้คือ

♦ Standardization คือทำให้เพลงทุกแบบมาจากต้นแบบเดียวกันหมด แม้แต่เสียงนักร้องก็เหมือนกันจนแยกออกจากกันได้ยาก

♦ สร้าง passive listening กล่อมเกลาผู้ฟังให้ฟังแบบสบาย ๆ

♦ ทำหน้าที่เป็นกาวใจของสังคม (social cement) เพื่อปะติดจิตใจของผู้คนที่แตกแยกออกจากระบบให้เข้ามาเกาะติดอยู่กับระบบที่เป็นอยู่อีกต่อไป

(มีผู้วิจารณ์ว่า งานวิจารณ์ดังกล่าวนี้เขียนขึ้นในปีค.ศ.1941 เมื่อยังไม่เกิดการปฏิวัติในวงการเพลง)

- **Horkheimer**

Horkheimer เสนอว่า วัฒนธรรมที่แท้จริงต้องทำหน้าที่สร้าง Utopia (เช่นที่ศาสนาเคยทำมาก่อน ในชั้นหลัง ๆ Horkheimer หันไปให้ความสนใจกับบทบาทของศาสนาอย่างจริงจัง) ต้องทำให้มนุษย์มีความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ ต้องเป็นกุญแจไขประตูคุกแห่งสภาพปัจจุบันออกไป ซึ่งหากนำเกณฑ์ดังกล่าวมาวัดวัฒนธรรมมวลชนแล้ว นอกจากวัฒนธรรมปัจจุบันจะไม่ใช่กุญแจแล้ว ยังกลายเป็นตัวคุกเสียเอง

- **Marcuse**

Marcuse ขานรับข้อคิดของ Horkheimer โดยเรียกวัฒนธรรมมวลชนที่ Horkheimer วิพากษ์ว่า "Affirmative culture" คือเป็นวัฒนธรรมที่ก้มหน้ายอมรับสภาพที่เป็นอยู่ และกดเก็บหรือทำลายหน้าที่อีกด้านหนึ่งของวัฒนธรรม คือหน้าที่การวิพากษ์วิจารณ์สังคมปัจจุบันที่วัฒนธรรมที่แท้จริงเคยมีอยู่ (ด้านที่ critical) ปัจเจกบุคคลที่เติบโตและมีชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมเช่นนี้ จะกลายเป็น "มนุษย์ผู้มีมิติเดียว" (One-dimensional man) ที่มองแต่สิ่งที่เห็นและยอมรับสิ่งที่เป็นอยู่ โดยไม่คิดจะไปให้ไกลกว่าที่กำลังเป็นอยู่ เนื่องจากผลงานของ

อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมนั้นมีลักษณะทำให้คนไม่กล้าคิดออกนอกกรอบ

ในขณะที่นักเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นคลาสสิกให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์ปริมณฑลของ "การทำงาน" Marcuse ได้ให้ความสนใจชีวิตอีกครึ่งหนึ่งที่เหลือ คือ "เวลาว่าง" (Leisure) Marcuse ตั้งข้อสังเกตว่า "เวลาว่าง" ไม่ใช่เวลาที่เหลือจากช่วงเวลาของการทำงานเฉยๆ เท่านั้น แต่ทว่า**เวลาว่าง**ได้กลายมาเป็นความจำเป็นของการทำงานในระบบทุนนิยมเลยทีเดียว (กล่าวคือ **ต้อง**มีเวลาว่าง) ทั้งนี้เนื่องจากงานในระบบทุนนิยมเป็นงานที่ไม่มีความหมาย ทำแล้วไม่ให้ความรู้สึกที่มีความสุขแก่ผู้ทำ (แต่จำเป็นต้องทำเพื่อหาเลี้ยงชีพ) ตัวอย่างเช่นงานที่ซ้ำซากในโรงงาน ดังนั้น อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมจึงต้องเข้ามาเติมเต็มช่วงเวลาว่างเพื่อช่วยกระตุ้นความรู้สึกแบบมนุษย์ที่หายไปในช่วงเวลาทำงาน ด้วยเหตุนี้ ระบบทุนนิยมจึงเข้ามาจัดการจัดระบบการใช้เวลาว่างในลักษณะเดียวกับการจัดระบบเวลาทำงาน กิจกรรมทุกอย่างที่จะทำในเวลาว่างจะมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับงาน เช่น มีความสนุกสนาน มีความแปลกใหม่ ไม่ต้องมีระเบียบวินัย เป็นการใช้จ่ายไม่ใช่การผลิต ฯลฯ ความสุขที่ได้จากเวลาว่างจะเป็นรางวัลที่ระบบทุนนิยมจ่ายให้การมีความทุกข์ระทมในเวลาทำงาน และช่วยเติมไฟให้คนอดทนเข้าไปอยู่กับระบบงานและรอคอยเวลาว่างที่จะมาถึง เป็นวัฏจักรเช่นนี้เรื่อยไป

- W. Benjamin

ในกลุ่มนักคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะวิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมมวลชนออกไปในด้านลบทั้งหมด คงมียกเว้น W. Benjamin คนเดียวที่มีทัศนะที่ตรงกันข้ามกับคนอื่น ๆ เนื่องจาก Benjamin ใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ที่แตกต่างกันออกไปดังที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อ "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม"

นอกจาก Benjamin จะมองอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมในด้านบวก เนื่องจากเห็นว่าวัฒนธรรมดังกล่าวมีลักษณะประชาธิปไตยและเปิดกว้างให้ประชาชนทุกคนเข้าถึงแล้ว Benjamin ก็ยังไม่เห็นด้วยกับแนวคิดหลักของเพื่อนนักวิชาการท่านอื่น ๆ ที่เห็นว่าวัฒนธรรมมวลชนจะครอบงำประชาชนได้ทั้งหมด เขากลับเห็นว่า ระบบทุนนิยมนั้นสร้างเงื่อนไขเอาไว้ยกเลิกตัวเองหรือผูกปมเอาไว้รัดคอตัวเอง ดังเช่น แนวคิดเรื่องประชาธิปไตยทางวัฒนธรรมที่กล่าวมา นอกจากนั้น มุมมองของนักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ตที่มองว่าประชาชนเฉื่อยชา passive ไม่รู้จักคิด ก็เป็นมุมมองจากแบบข้างบนลงไปข้างล่าง แต่หากมองจากข้างล่างขึ้นมา Benjamin เชื่อว่า เราจะเห็นว่ามวลชนไม่ได้ passive อย่างที่ Adorno คิด Benjamin ยกตัวอย่างละครของ B. Brecht เรื่อง "Mother Courage" ว่า แม้ว่าตัวละครจะไม่ได้เรียนรู้อะไร แต่ทว่าคนดูก็ได้เรียนรู้ด้วยการสังเกตตัวละคร ในขณะที่ Adorno คิดว่า ความหมายในเนื้อหาสารนั้นถูกผลิตจากฝ่ายผู้

ส่งสารในช่วงการผลิต Benjamin คิดว่าความหมายในเนื้อหาสารยังถูกผลิตอีกช่วงหนึ่งจากฝ่ายผู้รับสารในช่วงการบริโภค และผู้บริโภคจะสร้างความหมายให้กับตัวเอง แนวคิดของ Benjamin เปิดทางให้แก่กลุ่มเบอร์มิงแฮมในชั้นต่อมา

- Habermas

เป็นนักคิดรุ่นปัจจุบันของสำนักแฟรงเฟิร์ต และเนื่องจากบริบททางสังคมที่ Habermas ค้นคว้างานนั้นแตกต่างไปจากยุคสมัยของนักคิดรุ่นแรก ๆ อย่างมาก ดังนั้น Habermas จึงได้พัฒนาแนวคิดของสำนักให้ก้าวต่อไปอย่างมาก

แนวคิดที่ Habermas ให้ความสนใจอย่างมากคือเรื่องเหตุผล (Rationality) ความรู้ (Knowledge)และการสื่อสารประเภทต่าง ๆ Habermas ปฏิเสธสมมติฐานเบื้องต้นของกลุ่มเสรีนิยม/หน้าที่นิยมที่ว่า ความรู้นั้นสามารถเป็นกลาง ปราศจากค่านิยมได้ (Value-free) เขากลับเสนอว่า ปัญญาชนทุกคนต้องมีอุดมการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ในตัว ความรู้ที่ผลิตออกมาและข้อเสนอในการพัฒนาสังคมของเขาก็คือ ต้องใช้การสื่อสารที่เรียกว่า "Ideal speech community" ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนอภิปรายโต้เถียงกันได้อย่างเสรี และใช้เหตุผลเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของสังคม" ซึ่งเป็นแนวคิดที่เรารู้จักกันในเรื่องการเปิดพื้นที่เวทีสาธารณะ (public sphere) (ดู Habermas, 1989)

(2.4.4) กลุ่มนีโอ-มาร์กซิสม์

- A. Gramsci

ถึงแม้ A. Gramsci จะเป็นคนที่มีชีวิตอยู่ในช่วงใกล้ ๆ กับ Lenin และเป็นช่วงที่กระแสมาร์กซิสม์ค่อนข้างจะเน้นหนักไปในด้านเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนด (Economic Determinism) รวมทั้งตัว Gramsci เอง ก็ทำงานอยู่ในภาคปฏิบัติการทางการเมือง (เป็นเลขาธิการพรรคสังคมนิยมอิตาลี) อย่างไรก็ตาม บรรยากาศและประวัติศาสตร์ภูมิหลังของประเทศอิตาลีที่มั่งคั่งไปด้วยวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นศูนย์กลางของคริสตศาสนา (สำนักวาติกันตั้งอยู่ที่โรม) สภาพความเป็นจริงดังกล่าวทำให้ Gramsci ต้องทบทวนและพัฒนาแนวทางการวิเคราะห์ของมาร์กซิสม์เสียใหม่ Gramsci จึงเป็นต้นกำเนิดของกลุ่มนีโอ-มาร์กซิสม์ แนวคิดหลักของ Gramsci ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวัฒนธรรมศึกษามีดังนี้ (ดู Gramsci, 1985)

(i) การให้ความสนใจกับโครงสร้างส่วนบนโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม จิตสำนึกและโลกทัศน์ของบุคคล Gramsci เห็นว่า โลกทัศน์ (ทัศนะเกี่ยวกับโลกและชีวิต) ทำหน้าที่อธิบายวิถีการดำเนินชีวิตและการกระทำของมนุษย์ และจิตสำนึกของมนุษย์ก็มี

บทบาทสำคัญที่สุดในการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งขัดแย้งกับกลุ่มเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดที่เชื่อว่า พัฒนา การของเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดของการเปลี่ยนแปลงของสังคม Gramsci เห็นว่า แม้ว่าพัฒนาการของเศรษฐกิจจะเป็นตัววางเงื่อนไขเอาไว้ให้ แต่หากบุคคลขาดจิตสำนึกเสียแล้ว ก็เปรียบเสมือนกองฟืนและไม้ขีดที่มีอยู่พร้อม แต่ขาด "การจุดให้ติดขึ้นมา"

(ii) สำหรับปัญหาความขัดแย้งระหว่างการกำหนดกรอบจากโครงสร้าง (Structure) กับ มนุษย์ผู้กระทำการ (Agency) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น นอกจาก Gramsci จะค่อนข้างเน้นหนักบทบาทของ Agency แล้ว เขายังเสนอให้เพิ่มทัศนะใหม่ต่อ Structure อีกด้วย กล่าวคือให้มอง Structure แบบ 2 ด้าน ด้านหนึ่ง Structure อาจจะเป็นกรอบที่ขีดวงจำกัดการกระทำของคน แต่ในอีกด้านหนึ่ง Structure ก็เป็นหนทางแห่งเสรีภาพด้วย (Mean of freedom) ดังเช่น แนวคิดที่เราคุ้นเคยในปัจจุบันคือ "การแปรวิกฤตให้เป็นโอกาส"

(iii) แนวคิดที่สำคัญที่สุดของ Gramsci ซึ่งกลุ่มนีโอ-มาร์กซิสม์ได้นำมาใช้อย่างมากคือ แนวคิดเรื่อง "Hegemony" (การครอบงำทางอุดมการณ์) Gramsci ได้นำเสนอแนวคิด 2 ด้านในเรื่อง Hegemony กล่าวคือ ในด้านหนึ่ง เป็นเวลานานมาแล้วที่ชนชั้นปกครองไม่ได้ "ปกครอง" (rule) หากแต่ได้ "นำ" (lead) สังคมโดยอาศัยความชอบธรรมด้านภูมิปัญญา (intellectual) และจริยธรรม (moral) หรือกล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ ทุกวันนี้ ชนชั้นปกครองไม่ได้ใช้กำลังบังคับควบคุมเพื่อปกครองประชาชน หากแต่ได้ใช้ "เหตุผลอธิบาย" และใช้ "ความมีศีลธรรม" เป็นเครื่องมือสร้างความชอบธรรม ดังนั้น ทั้ง ๆ ที่ในโครงสร้างส่วนล่างนั้น มีความขัดแย้งทางเศรษฐกิจปะทุคุกรุ่นอยู่ตลอดเวลา แต่เนื่องจาก "การสร้างความชอบธรรม" ของกลุ่มชนชั้นปกครองนั้นประสบความสำเร็จ ทำให้ผู้ที่ถูกปกครอง/ผู้ที่เสียเปรียบยอมรับ สนับสนุน หรือเป็นผู้ปกป้องระบบที่ตัวเองเสียเปรียบอยู่เสียเอง ปฏิบัติการการ "นำ" สังคมดังกล่าวนั้น ทำงานผ่านกลไกด้านอุดมการณ์ทั้งหลายของสังคม เช่น สถาบันครอบครัว โรงเรียน ศาสนา และที่สำคัญคือสถาบันสื่อมวลชน กลไกเหล่านี้จะอยู่ในปริมณฑลด้านวัฒนธรรมของสังคม

ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวการเลือกตั้งในประเทศอังกฤษ ซึ่งมีพรรคการเมืองหลัก ๆ ให้เลือกอยู่เพียง 2 พรรค การแพ้ชนะของแต่ละพรรคก็อยู่ที่ใครจะให้ "คำอธิบาย" หรือ "ดูมีศีลธรรม" มากกว่ากันในเรื่องของชาตินิยมมากกว่า เก็บภาษีประชาชนน้อยกว่า ให้สวัสดิการสังคมมากกว่า ฯลฯ และสื่อมวลชนก็รายงานข่าวเหล่านี้ให้ดูเหมือนว่าผลประโยชน์ทางชนชั้นของแต่ละพรรคนั้นเป็นผลประโยชน์ของสังคมโดยส่วนรวม และประชาชนที่ไปเลือกตั้งก็คิดเช่นเดียวกับสื่อมวลชน ทั้งๆที่เป้าหมายสุดท้ายของทั้งสองพรรคนั้นไม่แตกต่างกันเลย คือ การธำรงรักษาระบบทุนนิยมเอาไว้ กระบวนการทำงานของสื่อมวลชนนี้คือการ hegemony ของชนชั้นปกครองนั่นเอง

ในขณะที่ด้านหนึ่ง การ hegemony นั้น สามารถให้คำอธิบายและสร้างความชอบธรรมให้แก่กลุ่มชนชั้นปกครองได้สำเร็จ แต่ทัศนะอีกด้านหนึ่งของ Gramsci ก็เห็นว่ากระบวนการนี้ไม่เคยทำงานได้สำเร็จอย่างสมบูรณ์แบบ เพราะว่าที่ใดมีการครอบงำ ที่นั้นก็มีการต่อต้านอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น เมื่ออังกฤษแผ่ขยายอาณานิคมออกไปยังประเทศโลกที่สาม เช่น แอฟริกา ก็มีการต่อต้านการใช้ภาษาอังกฤษอย่างมาก เนื่องจากความยากลำบากในการออกเสียงและเหตุผลอื่น ๆ ดังนั้นจึงต้องมีการปรับภาษาอังกฤษเสียใหม่ เช่นเปลี่ยนวิธีการออกเสียงเสียใหม่ ตัดคำบางคำออก เพิ่มคำบางคำที่มาจากภาษาแอฟริกันเข้าไป เป็นต้น Gramsci เรียกกระบวนการนี้ว่า เป็น "การต่อรอง" (negotiation) ระหว่างวัฒนธรรมของชนชั้นปกครองกับประชาชนกลุ่มต่างๆ "การต่อรอง" เป็นเหรียญอีกด้านหนึ่งของ "การครอบงำ"

(iv) ต่อเนื่องจากแนวคิดเรื่อง "การต่อรอง" ทำให้ Gramsci สนใจสิ่งที่เป็น "วัฒนธรรมพื้นบ้าน" (Folk culture) ของประชาชน หรือวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มอื่น ๆ เขาเห็นว่าวัฒนธรรมของประชาชนเป็นสำนึกที่ประชาชนมีต่อโลก/มีต่อชีวิต (ตัวอย่างเช่น บรรดาภาษิตท้ายรถสิบล้อ "เงินจางนางจร") และยังเป็นที่ตรวจสอบวัฒนธรรมของชนชั้นสูง และในส่วนที่เรียกว่าวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ก็เป็นเวทีสนามของการประลองกำลังกันของอุดมการณ์ต่างๆ ที่มาพบกัน ณ ที่นั้น ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมของวัยรุ่น (Youth culture) ที่ Hebdige (1979) ได้แสดงการวิเคราะห์เอาไว้ และพบว่า วัฒนธรรมวัยรุ่นได้นำเอาวัฒนธรรมแบบพาณิชย์นิยม (commercial culture) มาใช้ตอบสนองเป้าหมายของตน แม้ว่าในระยะเริ่มแรก วัยรุ่นจะนำเอาสัญญะจากวัฒนธรรมแบบการค้าไปใช้ แต่ก็จบท้ายด้วยการสร้าง "ความหมายใหม่" เช่น การนำตุ๊กตาหมี (teddy bear) ไปใส่เสื้อแจ็กเก็ตแบบชั้นสูง (Edward Jacket)

คำอธิบายเรื่อง "hegemony" ของ Gramsci ทำให้การตีความ "วัฒนธรรมประชานิยม" ของ Gramsci แตกต่างไปจากคำอธิบายของนักคิดกลุ่มอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง วัฒนธรรมประชานิยมไม่ใช่เครื่องมือที่ชนชั้นสูงนำมาใช้ครอบงำประชาชนตามทัศนะของสำนักแฟรงเฟิร์ต ไม่ใช่สัญญาณแห่งความเสื่อมโทรมตามทัศนะของกลุ่ม Culture & Civilization ไม่ใช่อะไรที่เกิดมาจากกลุ่มประชาชนชั้นล่าง เช่น ความเชื่อของกลุ่มวัฒนธรรมนิยม (Culturalist) รวมทั้งไม่ใช่เครื่องจักรที่ใช้สร้างความหมายที่ครอบงำ subject แบบทัศนะของกลุ่มโครงสร้างนิยมแบบ Althusser ทว่า วัฒนธรรมประชานิยมในทัศนะของ Gramsci คือ ปริมณฑลที่มีการต่อสู้ระหว่างพลังทางวัฒนธรรมของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ดังนั้น Gramsci จึงไม่เห็นด้วยกับคำอธิบายของ Lenin ที่เสนอให้นำเอาวัฒนธรรมวิทยาศาสตร์แบบสังคมนิยมมาแทนที่วัฒนธรรมของประชาชน

(3) นักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษารุ่นปัจจุบัน

สำหรับนักคิดรุ่นปัจจุบันที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อวัฒนธรรมศึกษานั้น ในที่นี้จะนำเสนอ 2 ท่านคือ M. Foucault และ R. Williams

(3.1) M. Foucault

Foucault เป็นนักคิดอีกท่านหนึ่งที่มีอิทธิพลทางความคิดอย่างมากในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 และเป็นนักคิดที่เสนอทัศนะและวิธีการทำงานแบบใหม่ ๆ ด้านการศึกษาวัฒนธรรมอย่างมาก แม้ว่าตัว Foucault เองจะไม่ยอมให้ใคร ๆ จับตนเองไปใส่ไว้ในสาขาวิชาใดสาขาหนึ่งหรือสำนักใดสำนักหนึ่ง (Foucault กล่าวว่า "โปรดอย่าถามว่าฉันเป็นใคร และอย่าเรียกร้องให้ฉันเป็นเหมือนในอดีต") แต่ทว่าผลงานชิ้นแรก ๆ ของ Foucault ก็มีลักษณะแบบประวัติศาสตร์ หากทว่ามิใช่ประวัติศาสตร์ของเหตุการณ์หรือตัวบุคคล ทว่าเป็นประวัติศาสตร์ของอารยธรรม (History of Civilization) หรือประวัติศาสตร์ของความนึกคิด (History of Mentality) ที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางจิตหรือระบบความคิดของคน

3 แนวคิดที่สำคัญที่สุดของ Foucault คือเรื่องของ "อำนาจ" และ "ความรู้" รวมทั้ง "ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 อย่างนี้ที่ทำงานอยู่ภายใต้สิ่งที่เรียกว่า "การก่อรูปของวาทกรรม" (Discursive formation) (ดูงาน Foucault, 1978, 1980 และ 1988)

● สำหรับคำว่า "อำนาจ" ที่เป็นคำกุญแจของ Foucault นั้น เขาได้ให้นิยามที่แตกต่างไปจากที่เคยเข้าใจกันมา "อำนาจ" ไม่ใช่แรงที่ใช้บังคับ แต่ทว่าเป็นกลวิธีที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่แบบต่าง ๆ (power is a strategy attributable to functions, disposition, manueur tactic technic) อำนาจนี้ไม่ได้เกิดมาจากมิติด้านเศรษฐกิจ-การเมืองแบบที่กลุ่มมาร์กซิสต์เคยเข้าใจกัน หากแต่เป็นเครือข่ายเล็ก ๆที่กระจายตัวในที่ต่าง ๆ (indefinite network-micropower) กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ อำนาจไม่ใช่เรื่องที่นายทุนกระทำต่อคนงาน รัฐบาลกระทำต่อประชาชนเท่านั้น หากแต่คนทุกคนทุกกลุ่มเกี่ยวข้องอยู่กับอำนาจทั้งนั้น ไม่ในทางใดก็ทางหนึ่ง (ไม่เป็นผู้ใช้ก็เป็นผู้ถูกใช้อำนาจ) เช่น การไปนั่งดูหนังในโรงหนังก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ อำนาจไม่เพียงแต่**เก็บกด**เท่านั้น (เช่นที่ Freud วิจารณ์ว่าอำนาจทางศาสนากดเก็บความต้องการทางเพศ) หากแต่อำนาจยัง**สร้าง** (create) อีกด้วย และสิ่งสำคัญที่อำนาจสร้างขึ้นมาก็คือ "ความจริง" **หน้าที่ของอำนาจ**ก็คือ "การสร้างความจริง (truth production) เพราะฉะนั้นสิ่งที่คนมีอำนาจพูดจึงเป็นความจริงเสมอ ดังที่ Foucault ได้พิสูจน์ให้เห็นอำนาจของนายแพทย์ นักวิชาการ นักจิตวิทยา สถานพยาบาล ตำรวจ กฎหมาย ศาล ฯลฯ ในการให้นิยามว่า "ความบ้า" คืออะไร คำนิยามของคนที่มีอำนาจเหล่านี้คือความจริง

ส่วนคำว่า "การก่อรูปทางวาทกรรม" นั้น หมายถึง ระบบของกฎเกณฑ์ที่ไม่ได้เขียนออกมาให้เห็นแต่สามารถจะกำหนดสิ่งที่จะถูกเขียน ถูกกระทำ แม้กระทั่งจะถูกคิดได้ ดังนั้นคนเราจึงสามารถจะพูด/ทำ/คิดได้เท่าที่กฎเกณฑ์จะอนุญาตเท่านั้น ในบางยุคสมัยเมื่อมองย้อนกลับไป เราจึงจะเห็นว่าการคิดการเขียนและการกระทำบางอย่างในยุคสมัยของเรานั้น เป็นเรื่องเกิน "ความคาดคิด/การเขียน/การกระทำ" ในยุคสมัยนั้น ๆ เพราะระบบกฎเกณฑ์ที่แตกต่างกัน

- เมื่อเปรียบเทียบ Foucault กับนักคิดในสำนักอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกันเช่นกลุ่มโครงสร้างนิยม ในขณะที่กลุ่มนี้สนใจว่าโครงสร้างของภาษาและระบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาษามีบทบาทในการกำหนดการแสดงออกทางภาษาและทางวัฒนธรรมได้อย่างไร Foucault กลับสนใจว่า ตัวภาษาเอง**ถูกใช้**อย่างไร และการใช้ภาษานั้นถูกนำไปสัมพันธ์กับปฏิบัติการทางวัฒนธรรมอย่างอื่นๆ ได้อย่างไร และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า "ภาษา/วาทกรรม" เป็นเรื่องที่แยกไม่ออกจาก "อำนาจ" ดังนั้น ภาษา/วาทกรรมจึงเป็นวิธีการที่จะใช้ในการสถาปนา/ธำรงรักษา/อำนาจของสถาบันต่าง ๆ เอาไว้ด้วยการให้นิยามเรื่องต่าง ๆ และนำเสนอแต่นิยามของตัวเอง พร้อม ๆ กับที่ขจัด/กีดกันการให้คำนิยามของคนอื่น ๆ (Definition & Exclusion) ดังนั้นจึงไม่เคยมีสถาบันใดเลยที่ดำรงอยู่ได้โดย "ไม่พูดอะไร" และถ้า "พูดแล้วไม่มีคนฟัง" ก็แปลว่า "หมดอำนาจแล้ว"

- สำหรับความสัมพันธ์ระหว่าง "ความรู้กับอำนาจ" นั้น Foucault สรุปว่า "งานสร้างความรู้เป็นอาวุธของอำนาจ" คนเราสามารถควบคุมตัวเองและผู้อื่นได้ก็ด้วยการสร้างความรู้ขึ้นมา (บางทีเรียกว่าเป็น "สัจจะ") เช่น ปฏิบัติการที่บอกว่าอะไรผิดอะไรถูก อะไรจริงอะไรปลอม อะไรควรทำ อะไรควรละเว้น อะไรเป็นอะไร เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่อง "อำนาจ" นั้น ในขณะที่วิชาการสาขารัฐศาสตร์หรือแม้แต่กลุ่มมาร์กซิสม์มักจะถามหา "ต้นตอและแหล่งกำเนิด" ของอำนาจว่ามาจากไหนและเป็นอำนาจอะไร แต่ Foucault กลับตั้งคำถามที่แตกต่างออกไป ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากคำนิยามของคำว่า "อำนาจ" ที่ Foucault ระบุว่า อำนาจไม่ใช่สมบัติของใคร/ของชนชั้นใด แต่อำนาจเป็นเวทีของกลยุทธ์ เป็นสถานที่ของการพบกันระหว่างความสัมพันธ์ที่ไม่เท่ากันของฝ่ายที่มี/ฝ่ายที่ไม่มีอำนาจ ดังนั้นคำถามที่ Foucault สนใจก็คือ อำนาจนั้น**กระทำการ** (exercise) ได้อย่างไร และ**ผลที่เกิดขึ้น**คืออะไร นอกจากนั้นเนื่องจากอำนาจเป็นระบบความสัมพันธ์ที่ต้องมี "ต่อกันและกัน" ฉะนั้น ที่ใดมีอำนาจ ที่นั้นย่อมต้องมีการต่อต้านอำนาจด้วย

- เมื่อนำแนวคิดของ Foucault มาใช้ในการศึกษาวัฒนธรรม Foucault ระบุว่าประวัติศาสตร์อารยธรรมตะวันตกนั้นมิใช่อะไรเลย นอกจากเป็นประวัติศาสตร์ของการจัดระบบการใช้อำนาจ (organized principle of power) ในการวิเคราะห์วัฒนธรรม/อารยธรรมเหล่านี้ เรา

ไม่อาจจะวิเคราะห์เรื่องการต่อสู้ทางชนชั้น การครอบงำจิตวิญญาณของมนุษย์ หรือการสร้างความก้าวหน้า ฯลฯ หากแต่เราจะต้องวิเคราะห์ผ่านการใช้เทคโนโลยีแห่งอำนาจ (technology of power) และในการนี้ จำเป็นต้องตอกย้ำอีกครั้งหนึ่งว่า อำนาจไม่ใช่เรื่องของการห้าม การปฏิเสธ การกดเก็บเท่านั้น แต่อำนาจเป็นเรื่องของการสร้างและการผลิต (production) ด้วย

ตัวอย่างประกอบดังกล่าวข้างต้นก็คือ การวิเคราะห์ประวัติศาสตร์แห่งเพศธรรม (Sexuality) ซึ่ง Foucault พบว่า ไม่ใช่ประวัติศาสตร์ของการห้ามพูดเรื่องเพศเลยแม้แต่น้อย ในทุกวงการนับตั้งแต่แพทย์ นักประชากร จิตวิเคราะห์ การศึกษา นักสังคมสงเคราะห์ อาชญากร รัฐบาล พระ ฯลฯ ทุกสถาบันต่างพากัน "สร้าง/ผลิต" วาทกรรมเกี่ยวกับเพศกันอย่างอื้ออึง อย่างไรก็ตาม Foucault ก็ให้ข้อสังเกตว่า "วาทกรรมว่าด้วยเรื่องเพศ" นั้น ไม่ใช่ "เรื่องเกี่ยวกับเพศ" หากแต่เป็น "การประกอบสร้าง" (construct) เรื่องเพศขึ้นมา ซึ่งหมายความว่า "เรื่องเพศไม่มีมาก่อนที่เราจะพูดถึงมัน" หรือแปลว่า "ถ้ากลุ่มคนที่มีอำนาจสร้างวาทกรรม/พูดเรื่องเพศออกมาแบบไหน หน้าตาของเรื่องเพศก็เป็นแบบนั้นแหละ" ในการนี้ Foucault จึงปฏิเสธว่า "ความรู้/ความจริง/สัจจะ" ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความถูกต้อง" แต่ขึ้นอยู่กับว่า "ใครพูด ที่ไหน และเมื่อไหร่" มากกว่า

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ความรู้เกี่ยวกับ "ตะวันออก" ซึ่งเป็นความรู้ที่ "ตะวันตก" ประกอบสร้างขึ้น ความรู้เกี่ยวกับตะวันออกนี้ถูกสร้างขึ้นด้วยกลยุทธ์ของการสร้างความแตกต่างอย่างแบบตรงกันข้ามกับตะวันตก หน้าที่ของวาทกรรมแบบนี้ก็คือ ช่วยให้ตะวันตกดูดีและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง (ช่วยให้ตะวันตกรู้จักตัวเองเมื่อมองเทียบกับตะวันออก) ในการวิเคราะห์ภาพยนตร์เรื่อง Tarzan ด้วยมุมมองแบบ Foucault หนังเรื่องนี้ก็เป็นวาทกรรมที่ใช้ประกอบสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับ "ความเป็นพื้นเมือง" (go native) เป็นการแสดงอำนาจของวัฒนธรรมของคนผิวขาวเมื่อไปพบกับอำนาจของป่าดงพงไพร โดยคนขาวจะเป็น "ผู้ล่า" และคนพื้นเมืองจะเป็น "ผู้ที่ถูกล่า" และเมื่อวิเคราะห์อย่างถึงที่สุดแล้ว เนื้อเรื่องของ Tarzan ก็เป็นเรื่องราวของ "ผู้ล่า" มากกว่า "ผู้ที่ถูกล่า"

ตัวอย่างสดๆร้อนๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ช่วง 30 ปีนี้ ก็คือ ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดชุดสงครามเวียดนาม ในภาพยนตร์เหล่านี้เป็นวาทกรรมที่ประกอบสร้าง "เวียดนาม" ขึ้นมาให้อยู่ตรงกันข้ามและด้อยกว่าอเมริกัน พร้อมทั้งให้คำอธิบายสั่งสอนว่าทุกอย่างที่เกิดขึ้นที่นั่นเป็นเพราะ "เวียดนามเป็นอย่างนี้เอง" หนังเหล่านี้ไม่ได้พูดถึง "เวียดนาม" หากแต่ ประกอบสร้าง "เวียดนาม" ขึ้นมา รวมทั้งประกอบสร้าง "สงครามเวียดนาม" ขึ้นมาด้วย จากสงครามที่มีผลลัพธ์อันไม่น่าชื่นชมและพ่ายแพ้ในโลกแห่งความเป็นจริงได้ถูกนำมาสร้างวาทกรรมให้คำอธิบายเสียใหม่ ถึงแม้ว่าสหรัฐจะไม่มีอำนาจเหนือเวียดนามแล้ว แต่ผลที่เกิดขึ้นจากบรรดาหนังชุดเหล่านี้ ก็ทำให้

"สหรัฐ" ยังคงมีอำนาจเหนือความคิดและจิตใจของคนอเมริกันในเรื่องสงครามเวียดนามอย่างมาก ถึงแม้ว่าฮอลลีวู้ดจะพยายามสร้างวาทกรรมที่ดูวิพากษ์วิจารณ์สงครามนี้สักเท่าใด แต่ก็เป็นการวิพากษ์ที่อยู่ภายในกรอบกฎเกณฑ์ที่วาทกรรมอนุญาตให้เท่านั้น

(3.2) R. Williams

สำหรับบุคคลที่มีคุณูปการในการวางรากฐานของสำนักวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ (British Cultural Study) หรือสำนักเบอร์มิงแฮมนั้นมีอยู่ 3 ท่านคือ R. Williams, R. Hoggart และ E.P. Thompson เราจะกล่าวถึงแนวคิดของ 3 ท่านในหัวข้อของสำนักเบอร์มิงแฮมอีกครั้งโดยละเอียด แต่ในที่นี้จะนำเสนอแนวคิดสำคัญบางประการของ R. Williams ที่มีบทบาทมากที่สุดต่อเรื่องวัฒนธรรมศึกษา

(i) **ทัศนะต่อคำว่า "มวลชน**

R. Williams ตั้งข้อสังเกตว่า ที่จริงแล้วไม่มีสิ่งที่เรียกว่า "มวลชน" หากแต่มีแต่ "วิธีการ/ทัศนะที่ใช้มองดูมวลชน" ต่างหาก และทัศนะที่มองดูมวลชนนี้จะเป็นตัวกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารของผู้มองดู กล่าวคือ หากผู้ที่มองว่า "มวลชนคือกลุ่มคนที่มารวมหมู่กันเป็นฝูง (เหล่า) หลอกลวงได้ง่าย ไม่คงเส้นคงวา มีรสนิยมแบบต่ำๆ" ผู้ที่มองมวลชนดังกล่าว ก็จะใช้การสื่อสารเพื่อการครอบงำมวลชน ในทางตรงกันข้าม หากผู้ที่ถือว่าการสื่อสารคือการให้ข้อมูล การให้การศึกษา การเรียนรู้ซึ่งกันและกัน คนกลุ่มนี้ก็จะมอง "มวลชน" ว่า เป็นผู้ที่มีเหตุผลและมีความสนใจใคร่รู้

สำหรับในกลุ่มนักสื่อสารมวลชนหรือนักวิชาการในสาขานี้ Williams ตั้งข้อสังเกตว่า การคิดถึงมวลชนมักจะมีแนวโน้มไปใน 2 ทิศทางคือ

- ถ้าปริมาณมวลชนยิ่งมาก ก็ดูเหมือนจะยิ่งมีความสำคัญทางสังคมมากยิ่งขึ้นทุกที ตัวอย่างเช่น การให้ความสำคัญกับข่าว หรือการทำ rating
- แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีความเชื่ออีกอย่างควบคู่กันว่า อะไรก็ตามที่ยิ่งมีลักษณะเป็นมวลชนมากยิ่งขึ้น ก็ยิ่งต้องลดคุณค่าต่ำลงทั้งในด้านวัฒนธรรมและด้านรสนิยม

(ii) **ทัศนะต่อคำว่า "การสื่อสาร"**

R. Williams สืบทอดคำนิยามของคำว่า "การสื่อสาร" ตามประเพณีของบัณฑิตนักคิดในยุโรปกล่าวคือ การสื่อสารนั้นมิใช่การถ่ายทอดข่าวสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่งเพื่อการหลอกลวง/ครอบงำเพียงเพื่อผลประโยชน์ของฝ่ายผู้ส่งสาร ดังสภาวะที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบันโดยเฉพาะในแวดวงสื่อสารมวลชน หากทว่า "การสื่อสารที่แท้จริง" (Genuine communication) นั้นเป็นกระบวนการที่ทำเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน ในการสร้างสรรค์และธำรงรักษาผลประโยชน์

ร่วมกันนั้น หรือเพื่อการมีประสบการณ์ร่วมกันมีวัฒนธรรมร่วมกัน แต่ Williams ก็เห็นว่า ปัจจุบันนี้เนื่องจากสังคมของเราเป็นสังคมที่มีชนชั้น ทำให้กระบวนการสื่อสารที่แท้จริงเป็นไปได้ยากยิ่ง

อย่างไรก็ตาม R. Williams ก็มีแนวคิดที่คล้ายคลึงกับ A. Gramsci ในเรื่องความเชื่อมั่นในความสามารถของมนุษย์ในการสร้างสรรค์และใช้การสื่อสารเพื่อธำรงรักษาสังคมที่ดีผ่านการร่วมมือกัน ทัศนะดังกล่าวแม้ว่าจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับ J. Habermas นักคิดรุ่นปัจจุบันของสำนักแฟรงเฟิร์ต แต่ความแตกต่างระหว่างนักคิดสองท่านก็อยู่ที่ปริมณฑลที่เน้นต่างกัน ในขณะที่ Habermas เน้นบทบาทการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมที่ดีผ่าน**ปริมณฑลทางสังคม** เช่น การสร้างสถาบันที่มีลักษณะเป็นองค์กรแบบพื้นที่สาธารณะ (public sphere) Williams กลับให้ความสนใจกับ**ปริมณฑลทางวัฒนธรรม**มากกว่า โดย R. Williams สนใจรูปแบบการสร้างสรรค์และการบริโภคผลงานสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น

(iii) ทัศนะต่อคำว่า "วัฒนธรรม"

ในบทความชื่อ "The Analysis of Culture" (1994) Williams ประมวลว่า มีวิธีการให้คำนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" อยู่ 3 แบบหลัก ๆ คือ

(1) วัฒนธรรมแบบชนชั้นสูงที่กล่าวถึงคุณค่าอมตะที่เป็นสากล (Universal value)

(2) วัฒนธรรมที่เป็นผลงานสร้างสรรค์ เช่น งานเขียน ภาพวาด ดนตรี ของปัญญาชนหรือศิลปิน

(3) วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตทั้งหมด (way of life) ของประชาชน

จากคำนิยามนานาประเภทที่ได้กล่าวมาข้างต้น Williams มีจุดยืนที่ชัดเจนเกี่ยวกับคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" Williams เสนอว่า วัฒนธรรมไม่ใช่**ผลงานสร้างสรรค์**ของปัญญาชน/ศิลปินเท่านั้น หากแต่เป็น**วิถีชีวิต**ทั้งหมดของคนทุกคนในสังคม และไม่มีสิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรมสากล" เพียงอย่างเดียว เนื่องจากในทุกสังคมล้วนมีชนชั้น มีกลุ่มย่อย ๆ ดังนั้น คนในแต่ละกลุ่ม แต่ละชนชั้น จึงมีวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลาย (เชื่อว่ามี "cultures" c ตัวเล็กๆ หลายๆตัว)

การศึกษาวัฒนธรรมในทัศนะของ Williams ก็คือ การศึกษา**ความสัมพันธ์**ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในวิถีชีวิตประจำวันของประชาชน ความสัมพันธ์นั้นจะมีลักษณะเป็น**แบบแผน** (pattern) ซึ่งเป็น keyword ของการค้นคว้าทางวัฒนธรรม

ในการลงมือทำการวิเคราะห์วัฒนธรรมในภาคปฏิบัติการนั้น Williams ได้นำเกณฑ์บางอย่างเพื่อช่วยในการทำงาน เช่น เขาเสนอคำว่า "Structure of Feeling" ซึ่งหมายความถึงโครงสร้างของวัฒนธรรมที่กำลังเป็นอยู่ในช่วงยุคสมัยหนึ่ง ๆ ที่เรียกว่า "Culture of Period" เมื่อกาลเวลาของยุคสมัยนั้นได้ผ่านพ้นไปแล้ว วัฒนธรรมนั้นก็จะถูกบันทึกเอาไว้ เป็น Recorded

culture ตัวอย่างเช่น เวลาเราดูภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดในสมัยค.ศ.1950 หรือดูใบปิดโฆษณาของไทยในยุคแรก ๆ ที่เริ่มมี เป็นต้น

ส่วน Lived culture คือวัฒนธรรมที่กำลังเป็นอยู่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงกาละ/เทศะของยุคสมัยนั้น

ระหว่าง Recorded culture และ Lived culture นั้นจะมีกระบวนการทางวัฒนธรรมที่เรียกว่า Culture of Selection Tradition กล่าวคือ Recorded culture ไม่สามารถจะสืบทอดทุกอย่างจาก Lived culture ดังนั้นจึงมีกระบวนทางวัฒนธรรมในการเลือกเอาบางอย่างจาก Lived culture มาใช้เป็น Structure of Feeling

ยกตัวอย่างเช่น ในศตวรรษที่ 19 มีการเขียนนวนิยายออกมาอย่างมากมาย วัฒนธรรมทั้งหมดของนวนิยายนั้น คือ Lived culture ของศตวรรษที่ 19 และแม้ว่าไม่เคยมีใครได้อ่านนวนิยายทุกเล่ม และไม่มีใครรู้ว่า นวนิยายในศตวรรษที่ 19 ทั้งหมดเป็นอย่างไร แต่อย่างน้อย ทุกคนก็จะมี "ความคิดที่เป็นแบบแผนชุดหนึ่งต่อนวนิยายในศตวรรษที่ 19" ความคิดนี้เกิดมาจากการได้**เลือกเอา** (ไม่ใช่ตัวข้อมูล) แบบแผนบางอย่างของนวนิยายดังกล่าวเอาไว้ และกลายเป็น Recorded culture/Culture of period/Structure of Feeling ซึ่งอาจจะแตกต่างจาก Lived culture ที่เป็นอยู่จริง ๆ บ้าง

วิธีการวิเคราะห์วัฒนธรรมจึงต้องเริ่มไล่ไปตามกระบวนการทางวัฒนธรรมดังกล่าว กล่าวคือ ต้องหยิบเอา Recorded culture มาค้นหาวิธีคิด การเปลี่ยนแปลงทางสังคม แบบแผนกิจกรรมและระบบค่านิยม ซึ่งถือว่าเป็น Structure of Feeling อย่างไรก็ตาม เราก็ต้องตระหนักว่านี่ไม่ใช่ Lived culture ของวัฒนธรรมในยุคนั้น และเราต้องวิเคราะห์หา Culture of Selection Tradition เพื่อให้เข้าใกล้ Lived culture มากยิ่งขึ้น

ดังนั้น หัวใจสำคัญของการวิเคราะห์จึงอยู่ที่การพยายามทำความเข้าใจ Selection Tradition เนื่องจากจะมีคุณค่าบางอย่างหรือกิจกรรมบางอย่างเท่านั้นที่ถูก Record Selection Tradition นี้ถูกกำหนดมาจากหลายปัจจัย เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้น ดังนั้น เมื่อคนกลุ่มใดมีอำนาจในสังคมก็จะเลือกและตีความ Recorded culture ให้กลายมาเป็น Lived culture ที่ให้ผลประโยชน์แก่กลุ่มพวกของตน ในกรณีของสังคมไทย Selection Tradition ที่เกี่ยวกับการเลือก Recorded culture ที่เกี่ยวกับคนไทยเชื้อสายจีนมาเป็น Lived culture ในยุคสมัยต่าง ๆ โดยมีการเลือกประเภทกิจกรรม/ค่านิยม/การสร้างความหมาย ฯลฯ ดูจะเป็นกรณีที่เห็นได้อย่างชัดเจนตามหลักการวิเคราะห์ของ Williams

(iv) **ทัศนะต่อ "สื่อโทรทัศน์"** (ดู Williams, 1981)

เนื่องจาก Williams สนใจ Lived culture ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เขาจึงมีงานเขียน

เกี่ยวกับการวิเคราะห์สื่อสมัยใหม่เช่น วิทยุและโทรทัศน์ที่หาได้ไม่ง่ายนักในหมู่นักวิชาการที่มีชื่อเสียง Williams ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับลักษณะพิเศษของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในแง่มุมทางวัฒนธรรมเอาไว้ดังนี้คือ

- การเปิดตัวของวิทยุและโทรทัศน์ในระยะแรกนั้น ถูกรับรู้ว่าเป็นเพียง "ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี" เป็นเพียงของเล่นชิ้นใหม่ของนักเทคนิค และไม่ถูกคาดคิดว่าจะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง (ดังนั้นสังคมจึงไม่ได้เตรียมตัวตั้งรับสื่อ 2 ประเภทนี้อย่างเต็มที่)

- วิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่เหมือนสื่อต่าง ๆ ที่เคยมีมา กล่าวคือเป็นระบบที่ออกมาเผยแพร่การส่งและการรับที่เป็นกระบวนการนามธรรม (abstract process) คือมีแต่สัญญาณคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า แต่ทว่าไม่มี**เนื้อหา/รูปแบบ**ติดมาด้วย กล่าวคือ เป็นสื่อที่คิดออกมาได้โดยไม่ต้องกำหนดรูปแบบและเนื้อหาที่แน่นอนตายตัว ดังนั้น จึงสามารถจะนำเอารูปแบบและเนื้อหาอะไรใส่ลงไปก็ได้ และในการนี้วิทยุและโทรทัศน์ได้หยิบยืมเนื้อหาและรูปแบบทั้งหมดมาจากสื่อที่มีอยู่แล้ว เช่น เพลง ละคร ฯลฯ และบางอย่างก็เอามาจากวัฒนธรรมประชาชน เช่น กีฬา เกม ฯลฯ

- ลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากสื่ออื่น ๆ อีกประการหนึ่งคือ วิทยุและโทรทัศน์สามารถสังเกตการณ์และรายงานเหตุการณ์ได้ในขณะเดียวกับที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น ซึ่งยังไม่มีสื่อใดทำได้มาก่อน ทำให้วัฒนธรรมในเรื่องมิติเวลาของคนในสังคมเปลี่ยนไปอย่างมาก

- รูปแบบการกระจายตัวของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในทุกแห่งทั่วโลก จะมีลักษณะขยายตัวจากศูนย์กลางออกไปเขตรอบนอก และด้วยลักษณะพิเศษของสื่อทำให้เกิดการรวมศูนย์อำนาจในขอบเขตของระดับชาติได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมืองหรือด้านวัฒนธรรมก็ตาม และเนื่องจากศักยภาพดังกล่าวทำให้วิทยุและโทรทัศน์ยากที่จะสลัดตัวเป็นอิสระจากอำนาจรัฐได้

บทที่ 4
สำนักหน้าที่นิยม
(Functionalism)

1. ที่มาและข้อเสนอเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยม
2. แนวคิดหลักของทฤษฎี
   (2.1) Function/Dysfunction/Non-function
   (2.2) Manifest/Latent Function
3. กลุ่มทฤษฎีย่อยของสำนักหน้าที่นิยม
   (3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม
   (3.2) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก
   (3.3) การวิเคราะห์หน้าที่ของสื่อจากสาร
   (3.4) หน้าที่อันหลากหลายของสื่อมวลชน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชนกับการสื่อสารแบบอื่น ๆ ที่มีมาก่อน
   (4.1) การสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อมวลชน
   (4.2) สื่อประเพณีกับสื่อมวลชน
5. ข้อวิจารณ์ทฤษฎีหน้าที่นิยม
   (5.1) ทัศนะจากกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง
   (5.2) ทัศนะจากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา
   (5.3) ทัศนะจากกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์

บทที่ 4
สำนักหน้าที่นิยม (Functionalism)

แนวคิดและทฤษฎีของสำนักหน้าที่นิยมเป็นทฤษฎีกระแสหลักที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยด้านสื่อสารมวลชนมากที่สุด เนื่องจากลักษณะหนึ่งของทฤษฎีคือเป็นทฤษฎีระดับกลาง (Middle-range theory) ที่อยู่ระหว่างทฤษฎีสังคมขนาดใหญ่ (General Theory of Social System) อันอยู่ห่างไกลจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในชีวิตที่เป็นจริงของสังคม กับทฤษฎีระดับจุลภาค (Micro Theory) ที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพียง 2-3 ตัวซึ่งมีขนาดเล็กเกินไป ตัวอย่างของทฤษฎีระดับกลางในทางสังคมวิทยาก็เช่น ทฤษฎี Reference Group, Social Mobility, Role Conflict หรือ Formation of Social Norms ฯลฯ แต่ถึงแม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ใช้แนวคิดและวิธีวิจัยของทฤษฎีหน้าที่นิยม หากทว่าในเรื่องที่เกี่ยวกับการศึกษาด้านวัฒนธรรมนั้น ทฤษฎีหน้าที่นิยมไม่ได้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวัฒนธรรมโดยเฉพาะมากเท่าใดนัก

1. ที่มาและข้อเสนอเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยม

(1.1) ปรัชญาเบื้องหลังทฤษฎีหน้าที่นิยม

สำหรับปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังทฤษฎีหน้าที่นิยม คือเสรีนิยม-พหุนิยม (Liberalism-Pluralism) ปรัชญานี้มีทัศนะเบื้องต้นต่อมนุษย์ว่า คนเป็นสัตว์ที่มีเหตุผล สามารถจะตัดสินใจโดยปล่อยวางอารมณ์ รู้จักเลือกระหว่างผิด/ถูก แยกแยะระหว่างจริง/เท็จได้ ฉะนั้นถ้าคนเรามีข้อมูลที่พร้อมพรั่ง เราจะตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ปรัชญาดังกล่าวเชื่อมโยงมาเป็นหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชนที่จะจัดหาข้อมูลมาให้ประชาชนเพื่อประกอบการตัดสินใจ และปรัชญาเสรีนิยม-พหุนิยม เชื่อว่ามีสิ่งที่เรียกว่า "สัจจะ" ซึ่งสามารถจะค้นพบได้ด้วยการใช้เหตุผล

อย่างไรก็ตาม การที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ดังกล่าวนั้นได้ จำเป็นต้องมี**เงื่อนไขที่เหมาะสม** เงื่อนไขนั้นก็คือ "เสรีภาพ" (Freedom) ควบคู่ไปกับแนวคิดเรื่อง "ตลาดเสรีของเศรษฐกิจ" ในด้านการสื่อสาร สื่อมวลชนก็ต้องทำหน้าที่เป็น "ตลาดเสรีทางความคิด" เป็นเวทีที่เปิดให้ข้อมูลและความคิดเห็นอันหลากหลายมาแลกเปลี่ยนกัน

(1.2) การปฏิเสธ Causality/Cause-effect approach

สำหรับการนำเอาทฤษฎีหน้าที่นิยมที่เข้ามาในวงการศึกษาสื่อมวลชนนั้น Carey (1992)

ให้คำอธิบายว่า ทฤษฎีนี้ถูกนำเอามาใช้ต่อจาก Cause-effect approach ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยการสื่อสารนั้นได้เริ่มต้นด้วยความพยายามที่จะวิเคราะห์หาคำตอบว่า สื่อมวลชนจะเป็น **สาเหตุ** (cause) ทำให้เกิด**ผลลัพธ์**ต่าง ๆ (effect) ตามมาได้หรือไม่ เช่น ความรุนแรง แนวคิดเรื่องความทันสมัย/การพัฒนา ฯลฯ โดยอาจจะพยายามค้นหาปัจจัยด้านจิตวิทยาของการสื่อสาร เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ลักษณะการจูงใจที่มีอยู่ในเนื้อหา ฯลฯ หรือปัจจัยด้านสังคมของผู้รับ เช่น ชนชั้น สถานภาพ ศาสนา ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยจาก cause-effect approach นี้ ก็ไม่เคยให้ผลที่แน่นอนสม่ำเสมอเลย

ทฤษฎีหน้าที่นิยมถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาของแนวคิดแบบ Causality ดังกล่าว ทฤษฎีหน้าที่นิยมอธิบายว่า ถ้าจะอธิบายถึงอำนาจที่มีของสื่อมวลชนแล้ว ก็ไม่ใช่อำนาจที่มีในการตัดสินตัวพฤติกรรม/การกระทำของคนแบบ Causality แต่อำนาจของสื่อมาจากความสามารถ/ประโยชน์ของสื่อที่สามารถทำหน้าที่ตอบสนอง**ความต้องการ**ต่างๆ ของปัจเจก กลุ่มคนและสังคมได้ต่างหาก เช่น

- ในระดับบุคคล สื่อมวลชนช่วยลดความวิตกกังวลของบุคคล
- ในระดับกลุ่ม สื่อมวลชนช่วยให้คำอธิบายต่อกลุ่ม
- ในระดับสังคม สื่อมวลชนช่วยดึงให้ผู้รับสารหันเหออกจากปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ และทำให้สังคมทั้งหมดดำรงอยู่ได้อย่างปกติสุข

ดังนั้น ข้อแตกต่างระหว่าง Causality กับหน้าที่นิยม ก็คือ ในขณะที่ Causality หันไปค้นหาต้นกำเนิดของพฤติกรรมของคน (อะไรทำให้คนทำพฤติกรรมรุนแรง) อันเป็นการมองย้อนกลับไปข้างหลัง ทฤษฎีหน้าที่นิยมกลับหันไปดูผลสืบเนื่อง (consequence) ที่ตามมาหลังจากมีการแสดงพฤติกรรมแล้ว (หลังจากดูหนังที่รุนแรงแล้ว คนรู้สึกว่าผ่อนคลายและพร้อมจะพบกับความเครียดต่อไปได้) อันเป็นการมองไปข้างหน้าและตั้งคำถามว่า การทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อ "มีประโยชน์หรือไม่" (Useful theory)

(1.3) ข้อเสนอเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยม

ทฤษฎีหน้าที่นิยมได้รากฐานมาจากวิทยาศาสตร์สาขาชีววิทยาที่ศึกษาบรรดาสิ่งมีชีวิตทั้งหลายว่าเป็น organism ระบบใหญ่ระบบหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยการทำงานอย่างสัมพันธ์กันของระบบย่อย ๆ เพื่อตอบสนอง**ความต้องการ**ของระบบย่อยและระบบใหญ่ทั้งหมด เมื่อเกิด "ความขาดแคลน/เกิดความตึงเครียด" จะทำให้ "ความต้องการ" ในช่วงเวลานั้น ระบบใหญ่จะเสียสมดุล เช่น เวลาปริมาณน้ำตาลในเลือดของร่างกายลดต่ำลง องค์ประกอบย่อยๆจะช่วยกันทำหน้าที่ตั้งแต่เท้าจะพาออกไปเดินหาอาหาร มือจะหยิบอาหารใส่ปาก ไปจนกระทั่งกระเพาะจะต้องช่วย

ย่อย เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง (มีปริมาณน้ำตาลในเลือดในระดับปกติ) ระบบทั้งหมดก็จะเข้าสู่สมดุลอีกครั้งหนึ่ง (Homeostasis) อุปมาอุปมัยดังกล่าวนั้นถูกนำมาใช้กับระบบสังคม และสามารถเทียบกับร่างกายได้ว่า ในขณะที่สมองต้องการการรายงานข่าวสารอยู่ตลอดเวลาว่าอะไรเกิดขึ้น และจะต้องสั่งการลงไปเป็นข้อมูลข่าวสาร ระบบสังคมกับสถาบันสื่อมวลชนก็ทำงานเช่นเดียวกับร่างกาย

ด้วยเหตุนี้ H. Lasswell (1960) ที่เป็นผู้วางระบบเรื่องหน้าที่ของกระบวนการสื่อสารจึงกล่าวว่า ในสังคมแต่ละสังคมต่างก็มีความต้องการและมีค่านิยมที่แตกต่างกันไป เช่น ในสังคมอุตสาหกรรม ค่านิยมหลัก ๆ ก็คงได้แก่ ความมั่งคั่ง อำนาจ การเป็นที่เคารพยกย่อง ความรู้ความเข้าใจ ฯลฯ ค่านิยมเหล่านี้จะต้องทำงานโดยผ่านสถาบันต่าง ๆ ที่โยงใยเกาะเกี่ยวกันเป็นตาข่าย และอาจจะเนื่องจาก Lasswell มีภูมิหลังเป็นนักรัฐศาสตร์และเมื่อใช้แนวคิดเปรียบเทียบสังคมกับระบบของร่างกาย ในขณะที่ร่างกายต้องเผชิญกับเชื้อโรคซึ่งเป็นตัวข่มขู่สุขภาพของร่างกาย ในโลกของสังคม ลัทธิการเมืองและระบบการปกครองที่แตกต่างกันก็ทำให้แต่ละสังคมต้องปกป้องระวังภัยจากอีกฝ่ายหนึ่ง หน้าที่ของการสื่อสารที่ Lasswell ระบุไว้จึงก่อตัวมาจากพื้นฐานดังกล่าวดังนี้คือ

(i) ต้องทำหน้าที่ระแวดระวังสอดส่อง (surveillance) สิ่งที่จะเป็นอันตรายต่อระบบ ต้องเปิดเผยให้สาธารณชนเห็นถึงอันตรายที่สิ่งแปลกปลอมดังกล่าวจะมาทำลายค่านิยมของสังคม

(ii) ต้องกระชับส่วนต่าง ๆ ของสังคม (correlation) ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อตอบโต้กับอันตรายของระบบ

(iii) ต้องถ่ายทอดค่านิยมอันเป็นมรดกของสังคม (transmission social inherent) ให้แก่คนรุ่นต่อๆไป หน้าที่นี้เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมโดยตรง (cultural transmission)

ในสังคมประชาธิปไตย การตัดสินใจจะต้องไม่อยู่ในมือของผู้นำเพียงฝ่ายเดียว หากแต่จะต้องมาจากการตัดสินใจร่วมกันระหว่างผู้นำ/ผู้เชี่ยวชาญ (expert) และประชาชนทั่วไปที่ทุกฝ่ายตัดสินใจอย่างมีเหตุผล (rational choice) และมีความเข้าใจอันดี การสื่อสารเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้ของกระบวนการตัดสินใจดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสำนักหน้าที่นิยมมักจะมีความเชื่อว่า สังคมที่กำลังมีอยู่นี้เป็นสังคมที่ดีที่สุดแล้ว และสมควรที่ทุกสถาบันย่อยจะช่วยกันรักษาสังคมที่มีอยู่นี้ให้ยืนยงต่อไป นี่จึงเป็นลักษณะที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยมของสำนักคิดนี้

2. **แนวคิดหลักของทฤษฎีหน้าที่นิยม**

มีคำศัพท์หลาย ๆ คำที่นักทฤษฎีหน้าที่นิยมรุ่นต่าง ๆ ได้ค้นคิดเอาไว้ ซึ่งจะได้กล่าวถึง

คร่าวๆ ในที่นี้ (ดู Merton, 1967)

(2.1) Function/Dysfunction/Non-Function

(2.1.1) **Function** คำว่า "function" เป็นคำที่เป็นแกนกลางของทฤษฎีนี้ นักสังคมวิทยาได้ให้คำนิยามของคำว่า "function" ว่าเป็น**กระบวนการ**สำคัญที่ระบบย่อยต่างทำงานเพื่อตอบสนอง**ความต้องการ** (need) ของระบบในการธำรง**รักษาการดำรงอยู่** (maintenance) ของระบบนั้น การทำหน้าที่ดังกล่าวนั้นต้องมีการประสานซึ่งกันและกัน (interdependence) ระหว่างระบบย่อยๆ และแสดงออกมาเป็น**กิจกรรม**ต่าง ๆ (activities)

ในคำนิยามที่ยกมากล่าวนั้นมีข้อที่น่าสังเกต 2 ประการคือ

● ในขณะที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มหรือสังคมเกิด**ความต้องการ**ขึ้นมานั้น อันที่จริงมีวิธีการหลายๆอย่างที่จะตอบสนองความต้องการนั้นได้ เช่น เวลาที่เราเป็นหวัด (เกิดความต้องการ) เราสามารถจะตอบสนองได้หลายวิธี เช่น ไปซื้อยามากินเอง ไปหาหมอ หยุดทำงานนอนพักผ่อน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในสภาพความเป็นจริง มิใช่คนทุกคนจะสามารถเลือกใช้วิธีการตอบสนองความต้องการทุกอย่างที่กล่าวมาได้ และสำหรับคนบางคนอาจจะเหลือเพียงทางเลือกเดียวให้ตอบสนอง เช่น สำหรับคนจนเวลาเจ็บป่วย ก็เหลือเพียงการไปหาหมอรดน้ำมนต์ ลักษณะดังกล่าวนี้เรียกว่า ลักษณะ indispensable ของวิธีการตอบสนองที่มีอยู่ เราอาจจะนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายเรื่องของการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในปัจจุบัน การที่คนเลือกเปิดรับสื่อนั้น อาจเป็นเพราะไม่มีทางอื่น ๆ ให้เลือกนอกจากวิธีการนี้ หรือการเลือกเปิดดูรายการแบบนั้น ๆ ก็เช่นเดียวกัน ทั้ง ๆ ที่ประชาชนอาจจะไม่ได้ชอบ แต่เนื่องจากระบบย่อยอื่น ๆ สถาบันอื่น ๆ ไม่มีวิธีการตอบสนองความต้องการได้

● ในขณะที่มีวิธีการตอบสนองความต้องการได้หลาย ๆ แบบ แต่ในแต่ละสังคมก็จะจัดวางลำดับชั้นของวิธีการตอบสนองเอาไว้โดยมีวิธีการหนึ่งเป็นวิธีการหลัก และทำให้วิธีการแบบอื่น ๆ มีโอกาสที่จะเป็นตัวเลือกได้น้อยลง ตัวอย่างเช่น สื่อมวลชนเช่นหนังฮอลลีวู้ดในช่วงปี 1950 มีบทบาทหน้าที่อย่างมากในการสร้างทางเลือกในการตอบสนองความต้องการในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหนุ่มสาวในเรื่องการแต่งงานที่เรียกว่า "Romantic love complex" ซึ่งอันที่จริงในทุกๆ สังคมที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ก็เคยมีทางเลือกเช่นนี้ แต่ในสังคมอเมริกันได้จัดวางรูปดังกล่าวเป็นตัวเลือกอันดับแรก และทำให้โอกาสของตัวเลือกแบบอื่น ๆ เช่น การแต่งงานเพราะพ่อแม่หรือญาติจัดการให้ การแต่งงานเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ฯลฯ มีโอกาสถูกนำมาใช้น้อยมาก

เมื่อนำเอาแนวคิดเรื่อง "Function" มาใช้ในการศึกษาเรื่อง purpose,

expectation ฯลฯ ของสื่อมวลชนนั้น McQuail (1987) ตั้งข้อสังเกตว่า คำว่า "function" ถูกนำมาใช้หลายความหมายเช่น use, utility, purpose, motive, intention, aim, consequence ตัวอย่างเช่น เมื่อนำเอาข้อเสนอของ Lasswell ข้อแรกที่ว่า สื่อมีหน้าที่ด้านข้อมูลข่าวสารนั้น ในทางปฏิบัติ สามารถแปลความหมายได้ถึง 3 อย่างคือ

- ♦ สื่อมวลชนจะต้องแจ้งข่าวสารให้ประชาชนทราบ → เป็นเรื่อง purpose
- ♦ ประชาชนได้เรียนรู้จากสื่อมวลชน → เป็น consequence
- ♦ สื่อมวลชนควรเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็ว → เป็น expectation

(2.2.2) Dysfunction/Non-function

หากเราพิจารณาว่า "function" ของสถาบันสื่อมวลชนนั้นก่อให้ผลสืบเนื่องตามมา คือ ทำให้ระบบสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ หรือภัยอันตรายที่จะมาข่มขู่ เช่น การรายงานเรื่องมีนักโทษอุกฉกรรจ์หนีเล็ดลอดออกมาจากคุก ดังนั้น ขอให้ประชาชนที่อยู่แถวนั้นระมัดระวังตัว ถ้าหากประชาชนเพิ่มความระมัดระวัง ก็ถือว่า สื่อได้ทำหน้าที่อย่างดี อย่างไรก็ตาม หากเมื่อใดที่กิจกรรมของสื่อกลับให้ผลที่ตรงกันข้าม เป็นการไปลดความสามารถในการปรับตัวของระบบให้น้อยลงก็เรียกว่าเป็น "Dysfunction" เช่น เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ของสื่อวิทยุที่เล่นละครเรื่องมนุษย์ดาวอังคารมาบุกโลกแล้วสร้างความตื่นตระหนกในกลุ่มผู้ฟัง เป็นต้น และในกรณีที่ไม่มีผลลัพธ์เกิดตามมาเนื่องจากการทำงานของสื่อเลย เช่น โครงการการรณรงค์ผ่านสื่อ ก็เรียกว่าเป็น "Non-function"

(2.2) Manifest/Latent Function

Merton (1967) สร้างคำศัพท์ใหม่ขึ้นมาอีก 2 คำคือ Manifest/Latent เพื่อแยกความแตกต่างออกไปจากคำศัพท์ 3 คำที่กล่าวมาข้างต้น เกณฑ์ที่ใช้ในการวัด Manifest/Latent คือ ความตั้งใจ (intention) และการรู้ตัว (Recognition) ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (participant) Manifest function จึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้สื่อสารตั้งใจและรู้ตัวมาก่อน ส่วน Latent function ก็เป็นผลลัพธ์ที่เกิดตามมาโดยที่ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจและไม่รู้ตัวมาก่อน

แนวคิดเรื่อง Latent function นั้น เริ่มปรากฏตั้งแต่เมื่อครั้ง Malinowski (1962) นักมานุษยวิทยาที่เข้าไปศึกษาชนพื้นเมือง และวิเคราะห์ว่า ภายใต้การทำพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ลี้ลับที่ดูไร้เหตุผล (ในสายตาของบุคคลภายนอกนั้น) แท้จริงแล้ว มีเหตุผลด้านอรรถประโยชน์อยู่ภายใน ตัวอย่างเช่น การทำพิธีเรียกขวัญเมื่อยามเจ็บป่วยนั้น เป็นการแสดงให้ผู้เจ็บป่วยทราบว่าชุมชนมีความห่วงใยในตัวเขา (ทั้ง ๆ ที่ผู้ทำพิธีอาจจะไม่รู้ตัวเกี่ยวกับหน้าที่ดังกล่าว) แนวคิดเรื่อง Latent

function นี้สามารถนำมาใช้ในการอธิบายเรื่องสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อประเภทที่มีเนื้อหาแบบ fantasy และดูไร้เหตุผลทั้งหลาย ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ด้วย Manifest function (ไปถามความตั้งใจของผู้ส่ง/ผู้รับสาร) อาจจะไม่พบหน้าที่อะไร แต่เมื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ที่เกิดตามมาอย่างไม่ตั้งใจ และไม่รู้ตัวแล้ว จะพบว่าสื่อเหล่านี้ได้ช่วยในการทำหน้าที่หลาย ๆอย่าง เช่น ช่วยลดความตึงเครียด/ช่วยรักษาความเป็นปึกแผ่นในกลุ่ม ช่วยในเรื่องการเรียนรู้ของบุคคล ฯลฯ

(2.3) Alternative function/function equivalence

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เมื่อเกิดความต้องการของปัจเจกบุคคล/กลุ่ม/สังคมนั้น มีวิธีการและมีสถาบันหลายอย่างที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้ และในกรณีที่สถาบันที่เคยทำหน้าที่นั้นไม่กระทำหน้าที่ ก็จะมีสถาบันอื่นๆ เข้ามาทำหน้าที่ทดแทน ปรากฏการณ์ดังกล่าวเรียกว่า Alternative function/function equivalence ตัวอย่างเช่น แต่เดิม เราเคยออกไปดูหนังที่โรงหนังเพื่อผ่อนคลาย แต่ต่อมาเมื่อการจราจรติดขัดมาก ๆ เราก็ใช้วิธีเช่าวิดีโอภาพยนตร์มาดูที่บ้านแทน หรือในกรณีที่เกิดข่าวสำคัญ ๆ ขึ้นในสังคม แต่ไม่อาจจะรายงานได้ในหน้าสื่อมวลชน การถ่ายทอดข่าวสารด้วยข่าวลือแบบปากต่อปากก็เข้ามาทำหน้าที่แทน Kimball (1963) ได้ศึกษาเรื่อง Alternative function ด้วยการติดตามผลระยะยาวเมื่อหนังสือพิมพ์ที่ประชาชนชาวนิวยอร์กอ่านอย่างคุ้นเคยมาเป็นเวลานานต้องปิดตัวลงไป และพบว่าประชาชนต้องหาแหล่งข่าวสารแหล่งอื่น ๆ มาทดแทน นอกจากนั้นคนจำนวนมากก็ยังคงรายงานว่า แหล่งข่าวใหม่ที่นำมาหาข่าวสารนั้นไม่สามารถจะทดแทนหนังสือพิมพ์ดังกล่าวได้ ความสนใจในเรื่อง Functional equivalence นี้มีการศึกษาอย่างมากในกรณีที่สื่อมวลชนสมัยใหม่เข้าไปแทนที่รูปแบบการสื่อสารแบบเดิม ๆ เช่น ในวันหยุดทางศาสนา (มาฆบูชา/วิสาขบูชา) แทนที่ประชาชนจะไปวัดทำบุญตักบาตร ก็อาจจะหยุดอยู่บ้านดูโทรทัศน์ หรือดูการถ่ายทอดพิธีเวียนเทียนมาฆบูชาแทน เป็นต้น

3. กลุ่มทฤษฎีย่อยของสำนักหน้าที่นิยม

สำหรับแนวคิดที่อาจจัดอยู่ภายใต้ทฤษฎีหน้าที่นิยมที่นำมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารนั้น ในที่นี้จะนำเสนอ 4 แนวคิดย่อย ๆ คือ

(3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism)

(3.2) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก (Individual Functionalism)

(3.3) การวิเคราะห์หน้าที่ของสื่อจากสาร (Linguistic Approach)

(3.4) หน้าที่อันหลากหลายของสื่อมวลชน (Diversity of perspectives on function and

purpose)

จากต้นกำเนิดของสำนักหน้าที่นิยมนั้น มีการแยกสาขาย่อยออกเป็น 2 สาขา เนื่องจากการวางจุดเน้นที่แตกต่างกัน สาขาแรกคือหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ที่เน้นหนักว่าปัจเจกบุคคลและสถาบันย่อย ๆ จะต้องช่วยกันทำหน้าที่เพื่อตอบสนองความต้องการของระบบใหญ่ทั้งหมด คือเสถียรภาพ ความมั่นคง และความต่อเนื่องของระบบ สาขา Social Functionalism นี้ เมื่อถูกนำมาประยุกต์ใช้ในด้านการศึกษาสื่อมวลชน ก็คือแนวคิดที่เน้นการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนเพื่อรักษาความมั่นคงของระบบ (เช่น Lasswell, Schramm, C. Wright) อีกสาขาหนึ่งคือ หน้าที่นิยมเชิงปัจเจกบุคคล (Individual Functionalism) สาขานี้จะมองจากจุดยืนและผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลออกไปว่า ปัจเจกบุคคลจะไปใช้สถาบันต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลได้อย่างไร ในวงการสื่อสารมวลชน ตัวแทนของ Individual Functionalism ก็คือ Uses & Gratifications Approach (Blumler & Katz 1974)

***(3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม** (Social Functionalism)*

สำหรับการมอบหมายหน้าที่ของสื่อตามแนวทางของ Social Functionalism ก็คือ สื่อต้องตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของสังคมเช่น การปรับตัว การให้คำแนะนำ การให้แรงจูงใจ การประสานผนึกสังคมให้เป็นปึกแผ่น (integration) การวางระเบียบ การรักษาความต่อเนื่องของระบบ ฯลฯ ทั้งหมดนี้สื่อจะต้องทำงานอย่างตลอดเวลาและสม่ำเสมอ (จะเห็นได้ว่าเน้นการรักษาระบบมากกว่าเปลี่ยนแปลงระบบ)

และหากประยุกต์เอาข้อเสนอเรื่องหน้าที่ของสื่อของ Lasswell (1960) & C. Wright (1995) มาใช้เฉพาะในเรื่องของวัฒนธรรมก็อาจจะมองเห็นการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนได้ดังนี้

(i) **การให้ข่าวสาร/การตรวจตราระมัดระวังสอดส่อง** (surveillance)

ในแง่นี้ ข่าวสารที่ถูกเลือกมานำเสนออย่างสม่ำเสมอก็คือ ข่าวสารด้านวัฒนธรรมที่ลงตามหน้าหนังสือพิมพ์หรือรายการข่าววัฒนธรรมในโทรทัศน์ หากสื่อทำหน้าที่ได้ดี ประชาชนก็จะได้ติดตามความเป็นไปของวัฒนธรรม ผลพวงที่ติดตามมาก็คือ ช่วยธำรงรักษาและพัฒนาวัฒนธรรมหลักของสังคมให้คงอยู่และเติบโต แต่ในกรณีที่ Dysfunction ก็อาจจะได้แก่การนำเอาข่าวสารจากต่างประเทศ/ภายนอกสังคมมาใส่มากเกินไป และทำให้เกิดการครอบงำวัฒนธรรมหลักของสังคม (ในกรณีของไทย อาจพบเห็นอยู่บ่อย ๆ ในเรื่องการแต่งกายตามแบบแฟชั่นตะวันตกที่ระบาดในกลุ่มวัยรุ่น)

(ii) **การทำหน้าที่ประสาน**วัฒนธรรมของสังคมให้เป็นหนึ่งเดียวกันจากคนทุก ๆ กลุ่ม มีตัวอย่างในรายการโทรทัศน์ของไทยที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเช่น การบังคับให้อ่านภาษาไทยให้ถูกต้อง

การใช้ชื่อรายการเป็นภาษาไทย การถ่ายทอดประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เป็นของไทย ฯลฯ การทำหน้าที่ประสานงานในสังคมให้เกิดความรู้สึกเป็นกลุ่มเดียวกันนี้ (social integration) ด้วยความเจริญด้านเทคโนโลยีปัจจุบัน ทำให้สามารถที่จะขยายขอบเขตเอาชนะพื้นที่ไปได้อย่างกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของสายชล (2541) ที่ศึกษาบทบาทของการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีเว็บไซต์ไทยของคนไทยในต่างประเทศที่ทำหน้าที่สร้างบูรณาการทางวัฒนธรรม เนื่องจากปัจจุบันมีคนไทยอยู่ในต่างประเทศถึง 2 ล้านคน แต่เมื่อหลุดจากพื้นที่ของประเทศไทย ก็เป็นไปตามหลักที่ว่า "out of sight, out of mind" รวมทั้ง "out of culture" ด้วย เนื่องจากคนไทยเหล่านี้ต้องอยู่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สายชลพบว่า ผลจากการที่ให้ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้คนไทยในต่างประเทศยังคงรักษาความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับวัฒนธรรมไทยเอาไว้ (แม้ว่าวิธีการให้ข้อมูลจะต้องปรับให้เหมาะสมกับสภาวะของผู้รับสารก็ตาม)

สำหรับการ dysfunction ที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำหน้าที่ประสานคนทุกคนในสังคมให้เป็นหนึ่งเดียวนี้ก็คือ ตามหลักปรัชญาของทฤษฎีหน้าที่นิยมที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งคือ การเน้นความหลากหลาย (Diversity) ฉะนั้น ในแง่หน้าที่ทางวัฒนธรรมแล้ว McQuail (1987) จึงระบุว่า สถาบันสื่อมวลชนมีหน้าที่ 3 ประการด้วยกันคือ จะต้องแสดงวัฒนธรรมหลักของสังคม ต้องตระหนักถึงวัฒนธรรมกลุ่มย่อย และต้องพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาด้วย ในหน้าที่ทั้ง 3 ประการนี้ หากเกิดปรากฏการณ์การเสียสมดุลคือการเน้นแต่วัฒนธรรมหลัก ก็จะเกิดการทำลายความหลากหลายทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ตัวอย่างในกรณีของสื่อมวลชน เช่น การขยายรายการวิทยุจากส่วนกลางโดยผ่านดาวเทียมไปออกอากาศในท้องถิ่น และได้ทำลายรูปแบบและนักจัดรายการวิทยุของท้องถิ่นไปหมด เป็นต้น

สำหรับหน้าที่การสร้างบูรณาการให้แก่สังคมนี้ เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของการ function/dysfunction แล้ว ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ จะพบว่า ส่วนใหญ่แล้วสื่อมวลชนจะทำหน้าที่สนับสนุนความเป็นปึกแผ่นของสังคมมากกว่าจะสร้างความแตกแยก วิธีการที่สื่อจะสร้างความเป็นปึกแผ่นให้แก่สังคมนั้นมีหลายวิธี เช่น การไม่วิจารณ์สถาบันหลัก ๆ ของสังคม เช่น ระบบเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ ศาสนา ครอบครัว ฯลฯ หรือการให้รางวัลทางสัญลักษณ์แก่ผู้ที่ปฏิบัติตามค่านิยมของสังคม ในทางตรงกันข้าม ก็ลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน แม้แต่ในรายการประเภทข่าวนั้น เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาดูแล้ว จะพบว่า มีทั้งการให้ข้อมูลผสมผสานกับการสร้างบรรทัดฐาน (norm) ของสังคมไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนั้น ในปัจจุบันนี้ ยังมีรายการประเภทถ่ายทอดสดพิธีกรรมที่เป็นเหตุการณ์สำคัญๆของสังคม (social event) เช่นพิธีสาบานตัวเข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดี พิธีเฉลิมฉลองวันชาติ การแสดงคอนเสิร์ต/พิธีเปิดกีฬาโอลิมปิค ฯลฯ ปฏิบัติการดังกล่าวของสื่อเป็นเสมือนการทากาวใจทางสังคม (social cements) เพื่อเชื่อมประ

ปัจเจกบุคคลที่แตกแยกออกไปคนละทิศคนละทาง (ในสังคมมวลชน) ปฏิบัติดังกล่าวนั้นมีลักษณะคล้าย ๆ กับการประกอบพิธีกรรมของสังคมชนเผ่าในอดีตอย่างมาก แม้แต่ในแง่ของการจัดวางรูปแบบ ตัวอย่างเช่น หากเราสังเกตดูการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้องระดับโลก เช่น Michael Jackson จะเห็นว่ามีลักษณะความลึกลับ ความศักดิ์สิทธิ์ การกระตุ้นอารมณ์คล้ายกับการเข้าร่วมพิธีกรรมแบบเดิม ๆ อย่างมาก

(iii) **การทำหน้าที่สังคมประกิต/ถ่ายทอดทางวัฒนธรรม** (socialization/cultural transmission)

ในขณะที่หน้าที่ด้านการประสานความเป็นปึกแผ่นทางวัฒนธรรมนั้น จะเน้นความต่อเนื่องใน**ด้านพื้นที่** (space) เพื่อรวมคนหลาย ๆ กลุ่มให้มาอยู่ภายใต้มาตรฐานเดียวกัน แต่หน้าที่สังคมประกิต/การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมนั้นจะเป็นการสร้างความต่อเนื่องในแง่**กาลเวลา** (time) คือการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนในรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (สนใจกรณีของไทยดูตัวอย่างจาก วีระ, 2541)

หากเราใช้คำนิยามของ "ทฤษฎีหน้าที่นิยม" ในส่วนที่เกี่ยวกับหน้าที่บูรณาการและสืบทอดทางด้านวัฒนธรรมอย่างค่อนข้างยืดหยุ่นแล้ว (เช่น McQuail, 1987) จะพบว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ทางวัฒนธรรมอยู่หลายประการ ตั้งแต่

- การสืบทอดรูปแบบของวัฒนธรรมที่มีอยู่ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของฐิติภา (2540) ที่ศึกษาเรื่องการนำเอา “การอุปมาอุปมัยโวหาร" ของไทยมาใช้ในบทโฆษณาในสื่อมวลชน ซึ่งเท่ากับเป็นการสืบทอดรูปแบบของวัฒนธรรมไทยเดิมให้ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

- การสืบทอดระบบค่านิยมของสังคม ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของอภิญญา (2534) ที่วิเคราะห์บทละครโทรทัศน์เรื่อง "คู่กรรม" และพบว่าในละครดังกล่าวยังคงสืบทอดบรรดาค่านิยมต่าง ๆ ของไทย เช่น ความไม่เท่าเทียมด้านอำนาจ ความคิดเรื่องบุญกรรม หลักอนิจจังในศาสนา เป็นต้น

- การส่งเสริมและการสร้างเงื่อนไขสำหรับการดำรงอยู่ของวัฒนธรรม เช่น งานวิจัยของวัฒนี (2538) ที่แสดงให้เห็นบทบาทต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในช่วงปีรณรงค์วัฒนธรรมไทย ไม่ว่าจะเป็นบทบาทการแจ้งข่าวสาร การปลุกสำนึก การสร้างบรรยากาศ การประเมินผล ฯลฯ

- การดัดแปลงวัฒนธรรมของสังคม ตัวอย่างเช่น การนำเอาละครจักรๆวงศ์ๆ ที่เคยแสดงแบบพื้นบ้าน มาสร้างเป็นละครชุดทางโทรทัศน์ โดยได้เสริมเพิ่มเติมตัวละครบ้าง แต่งเติมบทสนทนาบ้าง ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ด้านการผลิต เช่น special effect เข้าไปช่วยสร้างความ

ตื่นเต้นบ้าง ฯลฯ ทำให้เด็กๆรุ่นใหม่รู้จักละคร/นิทานพื้นบ้านเหล่านี้ในรูปแบบและเนื้อหาที่ถูกดัดแปลงไปบ้าง

- การสร้างใหม่ทางวัฒนธรรม กรณีของการสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมนั้น อาจจะมีทั้งกรณีที่สังคมเห็นด้วยหรือสังคมไม่ยอมรับ ตัวอย่างเช่น แต่เดิมวัฒนธรรมไทยจะมีการสั่งสอนให้เด็ก ๆ รู้จักรักษาความสะอาดของเสื้อผ้า แต่เมื่อมีโฆษณาผงซักฟอกที่อนุญาต/ส่งเสริมให้เด็กทำเสื้อผ้าสกปรกได้เพราะมีผงซักฟอกดี ๆ วัฒนธรรมการรักษาความสะอาดของบุคคลก็หายไป เป็นต้น มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับการสร้างใหม่ทางวัฒนธรรมของวรรณิภา (2533) ที่ศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นวารสารสมัยใหม่ชื่อ "สังคมศาสตร์ปริทัศน์" ที่ได้สร้างธรรมเนียมประเพณีใหม่ ๆ ให้แก่สังคมไทยคือการเปิดเวทีในการนำเสนอความคิดวิพากษ์วิจารณ์สังคมในระดับกว้าง และมีการโต้แย้งกันด้านภูมิปัญญาอย่างเปิดเผย รวมทั้งเป็นศูนย์รวมความสนใจและกิจกรรมของปัญญาชนที่มีความสนใจในกิจการของบ้านเมือง เป็นต้น

การทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมนี้อาจจะเป็นกระบวนการของ function และ dysfunction ไปพร้อม ๆ กัน เช่น งานวิจัยของบงกช (2539) ที่ศึกษาการทำหน้าที่ของรายการ "เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย" ของสื่อโทรทัศน์ (ช่อง 5) โดยผู้วิจัยได้ตรวจดูเนื้อหาของรายการและพบว่า มิติของวัฒนธรรมที่ถูกนำมาเสนอมากที่สุดคือด้านภูมิปัญญาไทย อันอาจจะเนื่องจากความต้องการของสังคม เนื่องจากในช่วงของการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา 4 ทศวรรษ สังคมไทยขาดกระบวนการสืบทอดต่อเนื่องภูมิปัญญาไทยอย่างมาก ทำให้องค์ความรู้ที่เป็นมรดกจากอดีตเลือนหายไปมาก

ในขณะที่รายการ "ศิลปวัฒนธรรมไทย" ได้ทำหน้าที่สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมได้อย่างดีนั้น ในอีกด้านหนึ่งผู้วิจัยได้พบว่า รายการนี้มีลักษณะ dysfunction เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากกลยุทธ์ในการนำเสนอนั้น ส่วนใหญ่เป็นไปแบบด้านเดียว นำเสนอแต่ด้านดีของวัฒนธรรมไทยอย่างไม่วิพากษ์วิจารณ์ รวมทั้งไม่เน้นการพัฒนาปรับปรุงซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของวัฒนธรรม (adaption) จึงมีปัญหาว่าคนรุ่นปัจจุบันจะสามารถสืบทอดมรดกจากอดีตได้มากน้อยเพียงใดในเมื่อมรดกดังกล่าวไม่สอดรับกับวิถีชีวิตปัจจุบัน

(iv) **การทำหน้าที่ให้ความบันเทิง** (Entertainment)

เนื่องจากวัฒนธรรมมีหลายส่วนที่เกี่ยวข้องกับการละเล่น การแสดง เพื่อให้ความบันเทิงสนุกสนานอยู่แล้ว ซึ่งในที่นี้ บรรดาสื่อมวลชนสมัยใหม่ต่างก็ทำหน้าที่ให้ความบันเทิงอย่างมากและตลอดเวลา โดยอาจจะทำหน้าที่เป็นหลักหรืออย่างน้อยก็ควบคู่ไปกับการทำหน้าที่ให้ข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นสาระประโยชน์ สำหรับการทำหน้าที่แบบ dysfunction นั้น ก็

เป็นไปตามข้อวิจารณ์ของแนวคิดทฤษฎีวิพากษ์ คือ วิธีการผลิตวัฒนธรรมอย่างเป็นอุตสาหกรรม และหวังผลกำไรเป็นที่ตั้ง ทำให้ลดลักษณะสุนทรียะที่เคยมีอยู่ในวัฒนธรรมความบันเทิงในอดีต รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่ไม่สร้างสรรค์ ในกรณีที่สื่อมวลชนเช่นภาพยนตร์และโทรทัศน์ถูกโจมตีมากคือ วัฒนธรรมด้านความก้าวร้าว เป็นต้น

A.A. Berger (1995) ตั้งข้อสังเกตว่า แม้ว่าในผลงานสื่อมวลชนจะมีเนื้อหาที่เน้นความบันเทิงอย่างมาก แต่ทว่าในแวดวงวิชาการกลับให้ความสนใจการแสดงบทบาทหน้าที่ด้านการให้ความบันเทิงน้อยมาก โดยมุ่งไปสนใจศึกษาผลกระทบของสื่อมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการกระทำมากกว่า อย่างไรก็ตาม ในท่ามกลางผลงานทางวิชาการที่มีเพียงเล็กน้อยก็มีงานของ William Stephenson (1967) ที่ให้ความสนใจในการทำหน้าที่ด้านความบันเทิงของสื่อมวลชนอันปรากฏในหนังสือชื่อ **Play Theory of Mass Communication** ซึ่งมีเนื้อหาสำคัญ ๆ ดังนี้

- Stephenson ระบุว่า หน้าที่หลักของสื่อมวลชนคือการให้ความสนุกสนานทางจิตใจแก่ประชาชนที่เรียกว่า "Subjective play" หน้าที่ดังกล่าวมีความสำคัญมาก เนื่องจากสภาวะที่กดดันในชีวิตประจำวัน ทำให้ประชาชนต้องการ "ช่วงพัก/รอยต่อ" (interrude) เพื่อจะคงอยู่กับความกดดันดังกล่าว (คล้ายกับแนวคิดเรื่อง "เวลาว่าง" ของสำนักแฟรงเฟิร์ต) อย่างไรก็ตาม Stephenson ตั้งข้อสังเกตว่า การทำหน้าที่ให้ความบันเทิงนี้นอกจากจะมีรูปแบบหลัก ๆ ของตัวเอง เช่น รายการเพลง ละคร เกมโชว์แล้ว ยังมีกรณีส่วนใหญ่ที่การทำหน้าที่ให้ความบันเทิงนั้นไปผสมปนเปกับหน้าที่อื่น ๆ เช่น หน้าที่ให้ข่าวสาร (Information) ปัจจุบันนี้ หากเราวิเคราะห์เนื้อหาข่าว (โดยเฉพาะข่าวท้องถิ่น) จะพบว่า บรรดาข่าวอาชญากรรม ข่าวไฟไหม้ ข่าวดารา ฯลฯ นอกจากจะให้ข้อมูลแล้ว ก็ยังให้ความบันเทิงอย่างมากอีกด้วย และในชุดของข่าวยังมีข่าวประเภทข่าวกีฬาและข่าวบันเทิงโดยเฉพาะ (ในกรณีของไทยมีกระทั่ง "สะเก็ดข่าว") ซึ่งมีสัดส่วนของข่าวและความบันเทิงใกล้เคียงกันจนอาจเรียกว่าเป็น "Infotainment" การจัดแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์นั้นจึงอาจจะทำได้เพียงแต่ดูว่ารายการนั้นทำหน้าที่อะไรเป็นหลัก/เป็นรองเท่านั้น

- จากเรื่องการทำหน้าที่ให้ความบันเทิงของสื่อมวลชนนี้ Stephenson ยังเสนอว่าโดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชนจะสามารถทำหน้าที่ได้ 2 ด้านคือ

  ∋ หน้าที่ที่จะจัดการ "การละเล่น" เพื่อให้ความบันเทิงแก่ประชาชน หน้าที่นี้จะมีผลสืบเนื่องต่อไปอีกหลาย ๆ อย่าง เช่น มีอิทธิพลต่อธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ช่วยให้ประชาชนมีเรื่องพูดจากันในชีวิตประจำวัน ช่วยหล่อเลี้ยงความผูกพันในกลุ่ม ช่วยทำให้ชีวิตประจำวันดำเนินไปตามปกติ ฯลฯ

ɜ ในขณะที่หน้าที่แรกของสื่อนั้น ดูเหมือนจะเป็นไปตามเป้าหมายหลักของทฤษฎีหน้าที่นิยม แต่ในอีกด้านหนึ่ง ด้วยการเล่นของสื่อนี้เองที่จะทำหน้าที่ "เขย่าภาวะปกติของสังคม" (shake up society) ให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างที่สนับสนุนข้อคิดนี้ก็ได้แก่ บรรดารายการตลกล้อเลียนการเมือง หรือการ์ตูนล้อการเมือง หรือแม้แต่ในเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่วิพากษ์วิจารณ์ค่านิยมของสังคม เป็นต้น

***(3.2) ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกบุคคล** (Individual Functionalism)*

จากความแตกต่างของสาขาย่อย ๆ ในทฤษฎีหน้าที่นิยมที่แยกออกเป็น Social/ Individual Functionalism นั้น เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน ความแตกต่างดังกล่าวก็จะเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจาก Individual Functionalism ในสื่อมวลชนนั้นได้เสนอแนวคิดเรื่อง Uses & Gratifications Approach เป็นแนวคิดหลัก

เราอาจใช้ตัวอย่างข้างล่างนี้เปรียบเทียบให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น เช่น ในการทำรายการตลกเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในรายการโทรทัศน์

- **Social Functionalism** จะมองดูผลลัพธ์ที่เกิดตามมา (consequence) ที่เกิดขึ้นจากการกระทำอย่างสม่ำเสมอของรายการนั้น (คือการออกอากาศเป็นประจำ) โดยจะไม่ได้ให้ความสนใจกับความตั้งใจของผู้ส่งสาร (ผู้ผลิตรายการอาจจะมีความตั้งใจที่จะทำรายการตลกให้มีคนดูมากๆ เพื่อให้มีผู้อุปถัมภ์รายการมากขึ้น) แต่ทว่า หน้าที่ของรายการตลกนี้ หลังจากที่ผู้ชมได้ดูไปอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ก็ทำให้ผู้ชมมีทัศนะที่ดีขึ้นต่อชนกลุ่มน้อยที่เป็นตัวตลก ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มสมานฉันท์ระหว่างคนในสังคมให้มากขึ้น

- **Individual Functionalism** จะเปลี่ยนมุมมองมาที่คนดู ซึ่งเรียกว่าเป็น "ผู้ใช้สื่อ" โดยแทนที่จะพิจารณาความต้องการของระบบสังคม Individual Functionalism กลับจะพิจารณาความต้องการทางจิตใจและทางสังคมของผู้ชม (psychological/sociolgical need) โดยจะตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใดคนกลุ่มต่าง ๆ จึงเลือกดูรายการตลกนี้ พวกเขามีความต้องการอะไร และหลังจากที่ดูแล้ว พวกเขาได้รับการตอบสนอง (gratification) หรือไม่

ต้นกำเนิดของผู้ที่นำเอาแนวคิด Individual Functionalism เข้ามาคือ Raymond Bauer (1964) ที่เขียนบทความชื่อ "The Obstinate Audience" ในช่วงทศวรรษที่ 1960 ซึ่งกระแสที่เชื่อในอิทธิพลของสื่อมวลชนยังมีอานุภาพอยู่ Bauer เสนอแนวคิดคัดค้านกระแสหลักเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้รับสารว่า พวกเขามิได้มีลักษณะตั้งรับ (passive) แบบที่ทฤษฎีสื่อกระแสหลักคาดคิดไว้ แต่ผู้ชมเป็นกลุ่มคนที่ active มีเป้าหมายและมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนทั้งในการ**แสวงหา**และการ**เลือกใช้**สื่อประเภทต่างๆ หลักการที่ผู้ชมเข้ามาเลือกการสื่อสาร/เลือกใช้สื่อ

ประเภทต่าง ๆ นั้น เป็นไปตามหลักของทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) กล่าวคือ ผู้ชมมีความคาดหวังอยู่แล้วว่า "ลงทุนด้วยเวลาในการใช้สื่อประเภทนี้ จะให้ความพอใจได้มากกว่าใช้สื่อประเภทนั้น เปิดทีวีช่องนี้จะให้ความสนุกสนานได้มากกว่าดูช่องนั้น" เป็นต้น

จากผลงานการศึกษาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เช่น รายการตอบปัญหาชิงรางวัล (quiz show) ละครโทรทัศน์ เพลงในวิทยุ การอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการและการให้ความพึงพอใจแก่ผู้ใช้สื่อ Blumler & Katz (1974) ได้รวบรวมรายชื่อความต้องการทางจิตใจและสังคมอันมากมายที่มาจัดหมวดหมู่แล้วได้ถึง 35 กลุ่ม ตัวอย่างเช่น

- ใช้สื่อเพื่อตอกย้ำค่านิยมของตนเอง ตัวอย่างเช่น ในวันแม่ เราต้องการจะซื้อของขวัญให้แม่เพื่อแสดงความกตัญญู และเมื่อเราเปิดฟังวิทยุ มีโฆษณาเกี่ยวกับการซื้อของขวัญตอบแทนความกตัญญูต่อแม่ เราก็จะติดตามฟังเพื่อให้ได้ความมั่นใจว่า สิ่งที่เราทำนั้น คนอื่น ๆ ก็ทำเช่นเดียวกัน
- ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ๆ เพื่อสร้างชีวิตทางสังคม ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของไศลทิพย์ (2535) เรื่องการดูละครโทรทัศน์ของผู้หญิง ก็เพื่อนำเอาเรื่องราวจากละครไปเป็นหัวข้อพูดคุยในกลุ่มเพื่อนฝูง
- ใช้เพื่อแสวงหาความมั่นคงทางจิตใจ (security & reassure) ในสมัยก่อน เมื่อเวลาที่คนไทยกลุ้มใจ วิธีการตอบสนองความต้องการดังกล่าวอาจจะได้แก่การไปวัด ทำบุญ รดน้ำมนต์ สะเดาะเคราะห์ เมื่อทำแล้วก็รู้สึกสบายใจ มีความมั่นคงทางจิตใจเพิ่มมากขึ้น แต่ปัจจุบันนี้ เด็กวัยรุ่นอาจจะใช้วิธีโทรศัพท์เข้าไปคุยกับ DJ ของรายการเพลงเพื่อขอคำแนะนำประกอบความมั่นใจแทน
- ใช้สื่อเพื่อแสวงหาความหมายและทำความเข้าใจ (make sense) ตัวอย่างเช่น การเปิดคอลัมน์ดูดวงชะตา เปิดรับชมรายการธรรมะ การดูโฆษณาประกันภัยแล้วก็พบว่าชีวิตนี้ไม่แน่นอน ฯลฯ
- การใช้สื่อเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเองหรือของกลุ่ม ในอดีต ชนเผ่าต่าง ๆ เคยใช้การสวมเสื้อผ้าเพื่อบอกว่าตนเองเป็นคนเผ่าอะไร เสื้อผ้าเป็นเครื่องหมายแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มเช่นเดียวกับการติดตามดูรายการเพลงประเภท pop-rock ก็เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นวัยรุ่น
- การใช้สื่อเพื่อยกระดับวัฒนธรรมตนเองให้สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น การติดตามอ่านคอลัมน์พาไปเที่ยวต่างประเทศของผู้หญิงเพื่อให้เป็นคนหูกว้างตากว้างมากขึ้น หรือการดูรายการ

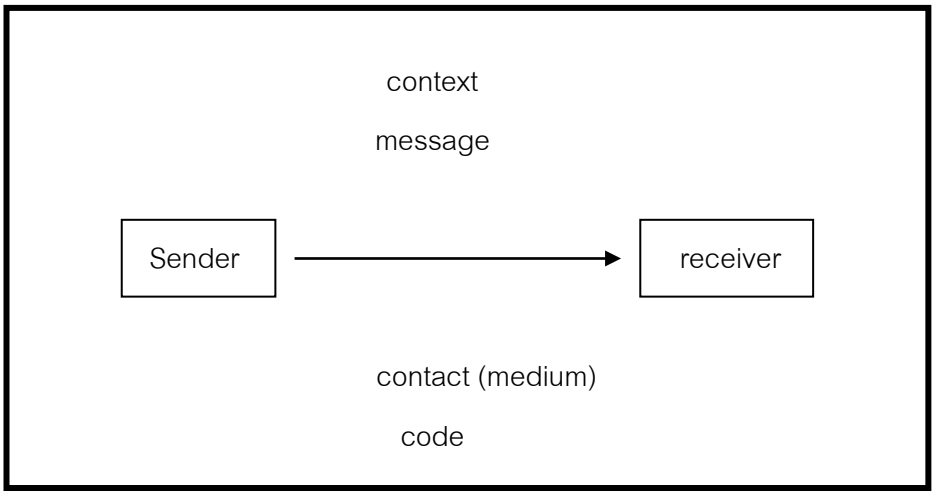
โทรทัศน์ประเภทการปรับปรุงบุคลิกภาพให้ดีขึ้น เป็นต้น

อันที่จริง บรรดาความต้องการด้านจิตใจ/สังคมเหล่านี้ ประชาชนเคยมีมาก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชน และประชาชนได้เคยใช้สื่อประเภทอื่น ๆ ที่มีอยู่ในวัฒนธรรม เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ เป็นเครื่องตอบสนอง อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดมีสื่อมวลชนขึ้นมา สื่อมวลชนก็ได้ค่อย ๆ สอดแทรกเข้ามาเป็นทางเลือกทางหนึ่ง และเขยิบมาเป็นทางเลือกหลัก จนท้ายที่สุดอาจจะกลายเป็นทางเลือกทางเดียวที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม เมื่อมองจากแง่มุมทางสังคมวิทยาแล้ว ก็มีคำถามว่า "ความต้องการของบุคคลนั้นไม่ได้ถูกกำหนดมาจากกรอบของสังคมนั้น ๆ หรอกหรือ"

(3.3) การวิเคราะห์หน้าที่ของสื่อจากสาร (Linguistic Approach)

นอกเหนือจากการวิเคราะห์หน้าที่ของสื่อมวลชนโดยดูจากกิจกรรมที่สื่อกระทำตามแนวทางของ Social/Individual Functionalism แล้ว ยังมีการประยุกต์เรื่องการทำหน้าที่ของสื่อโดยวิเคราะห์**เนื้อหาสาร**ตามแนวทางการอ่านความหมายของพวกภาษาศาสตร์ ตัวอย่างเช่น งานของ R. Jakobson (1958)

Jakobson เป็นนักภาษาศาสตร์ที่นำเสนอแบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับบริบทของการสื่อสาร (communication context) ว่าเป็นตัวกำหนดทิศทางและการทำความเข้าใจกับความหมายที่เกิดขึ้นดังนี้



จากแบบจำลองข้างต้นนี้ หากเราได้ยินเนื้อหาสารประโยคที่ว่า "ส่งเข็มฉีดยามาให้หน่อย" การที่จะเข้าใจความหมายของประโยคดังกล่าวนั้น เราจำเป็นต้องรู้ว่า ประโยคดังกล่าวเกิดขึ้นในบริบทใด เช่น ในโรงพยาบาล ในห้องทดลองวิทยาศาสตร์ ในไนท์คลับ ฯลฯ แต่ละประโยคทำหน้าที่แตกต่างกันออกไป และจากแบบจำลองดังกล่าว เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์

หน้าที่ของสื่อมวลชน Jakobson เสนอว่า จากการวิเคราะห์ตัว**เนื้อหาสาร** เราจะพบว่าสื่อทำหน้าที่ได้อย่างน้อย 6 หน้าที่ด้วยกัน คือ (เกณฑ์ที่ Jakobson ใช้เป็นเกณฑ์ตามแบบภาษาศาสตร์)

(i) Referential function เป็นหน้าที่ของภาษาแบบที่เราคุ้นเคย คือหน้าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญญะ (sign) กับวัตถุที่ถูกอ้างถึง

(ii) Emotive function เป็นหน้าที่ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวสัญญะกับผู้ใส่รหัส (encoder) เช่น จุดยืนทางการเมือง ความคิดเห็น ทัศนคติของผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น เมื่อเราชมตอนต้นของภาพยนตร์เรื่อง Titanic จะเห็นว่า ผู้สร้างได้เลือกใช้ภาพของเรือ Titanic ที่จมอยู่ใต้น้ำที่ให้สีที่มืดครึ้ม ใช้เสียงที่สงบเงียบสอดแทรกด้วยเสียงขลุ่ยที่โหยหวน ฯลฯ ซึ่งแสดงให้เห็นทัศนคติของผู้สร้างว่า ต้องการแสดงอารมณ์ความรู้สึกว่าไททานิคคือสุสานใต้น้ำที่เงียบเหงา เป็นต้น

(iii) Conative function เป็นหน้าที่ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับผู้ถอดรหัส (decoder) เช่น ในกรณีของประโยคคำสั่งจะเห็นได้อย่างชัดเจน ในโทรทัศน์ก็จะปรากฏภาษาที่ทำหน้าที่แบบนี้อย่างมาก เช่น เมื่อพิธีกรกล่าวว่า "เดี๋ยวกลับมาพบกันนะครับ อย่าไปไหน" (stay tuned)

(iv) Poetic function เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวกับ "ตัวข่าวสาร/ตัวภาษา" นั้นเองที่แสดงออกโดยใช้เครื่องมือทางภาษา เช่น อุปมาอุปมัย การสัมผัส คำว่า "poetic" ในที่นี้ไม่จำเป็นต้องเป็นโคลงกวีเท่านั้น หากแต่รวมภาษาทุกชนิดที่มีลักษณะ "วรรณศิลป์" เช่น คำขวัญ ประโยคที่ใช้ในโฆษณาต่าง ๆ คำคม คำพังเพยต่าง ๆ เช่น "คุ้มค่าทุกนาที ดูทีวีสีช่อง..." "รีดง่ายแต่ยับยาก" ฯลฯ

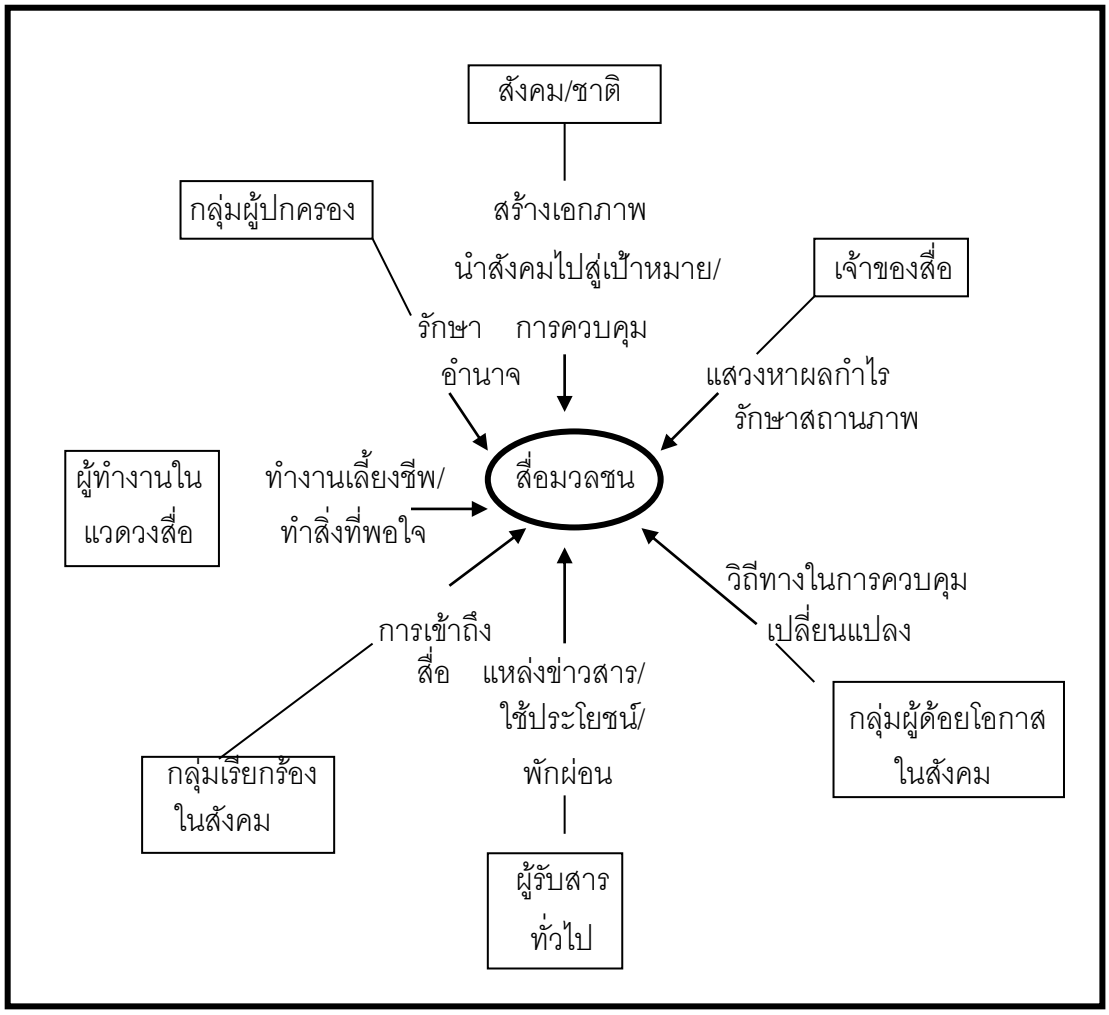
(v) Phatic function หน้าที่หลักของเนื้อหาสาร คือการแสดง "การกระทำของการสื่อสาร" (act of communication) ที่พบบ่อยก็เช่น ในรายงานสภาพอากาศที่การกระทำของการสื่อสารระหว่างผู้ประกาศกับผู้ชมนั้นดูใกล้ชิดสนิทสนมกันอย่างยิ่ง (ทั้ง ๆ ที่ไม่รู้จักกัน) และมีการกระทำการสื่อสารราวกับการนั่งคุยกัน เป็นต้น

(vi) Metalinguistic function หน้าที่หลักของเนื้อหาสารแบบนี้เกี่ยวข้องกับ "ตัวภาษา" นั้นเอง เช่น ข้อเขียนในคอลัมน์วิจารณ์**หนัง** (ตัวภาษา) การแสดงเบื้องหลังการถ่ายทำละคร การนำเอาเรื่องราวในละครไปเล่นล้อเลียนในการแสดงตลก เป็นต้น

(3.4) Diversity of perspectives on function & purpose

ในการปรับปรุงทฤษฎีหน้าที่นิยมให้ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุดนั้น McQuail (1987) ได้นำเสนอทัศนะที่หลากหลายเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม โดยเริ่มต้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า ในสังคมมีคนอยู่หลายกลุ่มซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน และแต่ละกลุ่มก็จะเข้ามาใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง

กันของตน ทัศนะดังกล่าวนับว่าเป็นการขยับขยายมุมมองของทฤษฎีหน้าที่นิยมออกไปจากกรอบเดิมอย่างมาก



4. ความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชนกับการสื่อสารแบบอื่น ๆ ที่มีมาก่อน

เนื่องจากก่อนหน้าที่จะมีสถาบันสื่อสารมวลชนเกิดขึ้นนั้น ในสังคมได้สร้างสถาบันการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมอยู่แล้ว ที่เห็นได้หลัก ๆ มี 2 ระบบการสื่อสารคือ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) และสื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณีต่าง ๆ (Folk/Traditional media) ดังนั้น เมื่อเกิดสถาบันสื่อมวลชนขึ้นมาทำหน้าที่ตอบสนองได้อย่างเดียวกัน (Functional Equivalence) ก็ได้มีการศึกษาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบที่เข้าแทนที่ (substitution) แบบส่งเสริมประสานกัน (promoting) ระหว่างสื่อสองสมัย Thompson (1989) ตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจุบันสื่อมวลชนสมัยใหม่เช่น ภาพยนตร์และโทรทัศน์ได้ทำให้คนจำนวนมากที่ไม่เคยพบหน้าค่าตากันมาก่อน สามารถที่จะมีประสบการณ์ร่วมกันใน

วัฒนธรรมผ่านสื่อ (Mediated culture) และมีความทรงจำร่วมกันได้ (คนทั่วโลกจำภาพเรือไททานิคจมได้จากหนังเรื่อง Titanic) แม้แต่รูปแบบความบันเทิงแบบเก่า ๆ ที่มีมานานนับศตวรรษเช่น เพลงพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา ฯลฯ ก็ถูกนำมาเสนอผ่านสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่มีการดำเนินการอย่างเป็นอุตสาหกรรม ดังนั้นสื่อสมัยใหม่จึงถูกคาดหวังให้มีหน้าที่ที่จะหนุนช่วยประคับประคองสื่อรุ่นพี่ที่เกิดมาก่อน อย่างไรก็ตาม ในการทำหน้าที่ดังกล่าว สื่อมวลชนก็ไม่เพียงแต่ช่วย**ถ่ายทอด/สนับสนุน**การสื่อสารที่มีมาก่อนเท่านั้น แต่ทว่ายังได้**เปลี่ยนแปลง**รูปแบบเหล่านั้นด้วย

ในที่นี้จะยกตัวอย่างให้เห็นผลงานศึกษาบางชิ้นที่สนใจการทำหน้าที่ทางวัฒนธรรมระหว่างสถาบันการสื่อสารของสังคมประเภทต่าง ๆ

(4.1) การสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อมวลชน

D. Lerner (1960) ได้ทำตารางเปรียบเทียบคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมุขปาฐะ (Oral communication) กับสื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุและโทรทัศน์ (Broadcasting) ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่ทว่าก็มีความแตกต่างกันดังนี้

องค์ประกอบ	สื่อกระจายเสียง	สื่อมุขปาฐะ
ช่องทาง	ผ่านสื่อกลาง (media)	พบหน้ากัน
ผู้รับสาร	มวลชน/มีความหลากหลาย	คนเดียว/กลุ่มเล็กๆ/มีความเหมือนกัน
ผู้ส่งสาร	เป็นมืออาชีพ/มีทักษะการส่งสาร	เป็นผู้มีลำดับชั้นสูง/มีสถานภาพ
เนื้อหา	เป็นการพรรณนา (description)	เป็นการแจ้งข่าวเพื่อให้ปฏิบัติตาม (prescription)
	(ตัวอย่างของการฟังวิทยุ)	(ตัวอย่างที่ผู้ใหญ่บ้านเรียกประชุมลูกบ้าน)

ในการศึกษาวิจัยแบบหน้าที่นิยมจะสนใจดูว่า การสื่อสารแต่ละระบบนั้นได้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล/กลุ่ม/ชุมชน-สังคมทั้งหมดอย่างไร และนอกจากนั้นความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทั้งสองระบบเป็นอย่างไร ตัวอย่างเช่น ในการศึกษาเรื่องการฟังเสียงตามสาย/หอกระจายข่าว เราอาจจะเห็นได้ว่า ระบบการสื่อสารทั้งสองนั้นทำหน้าที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เนื่องจากผู้ใหญ่บ้านได้นำเอาข่าวสารจากวิทยุไปพูดคุยประชุมต่อ แต่ในบางกรณี เรา

ก็อาจจะเห็นว่าการสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกับการสื่อสารแบบมุขปาฐะ ตัวอย่างเช่น ในครอบครัวของชนชั้นกลางที่สมาชิกในครอบครัวไม่ค่อยพบปะพูดคุยกัน แต่ต่างคนต่างหันไปดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุหรืออ่านหนังสือพิมพ์ตามลำพังมากกว่า

ในสาขาการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) โดยเฉพาะยุคหลัง ๆ ได้ให้ความสนใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อมวลชนอย่างมาก และได้แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่าง Social Functionalism กับ Individual Functionalism เอาไว้ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาสื่อใหม่ ๆ เข้าไปในชุมชน เช่น การรณรงค์เพื่อการอ่านหนังสือตามแนวทางของ Social Functionalism นั้น คาดหวังว่า ประชาชนที่อ่านหนังสือออก จะเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ขยายความสนใจให้กว้างขึ้น เปิดชุมชนออกสู่ระดับชาติ/ระดับโลก และขยายการใช้สื่อสมัยใหม่เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์/วารสาร/นิตยสาร ฯลฯ ให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อทำวิจัยตามแนวทางของ Individual Functionalism แล้วกลับพบว่า ประชาชนนำเอาทักษะใหม่ ๆ ที่ได้จากการรู้หนังสือไปใช้ในด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่า เช่น ใช้ในการเขียนจดหมายถึงญาติพี่น้อง/สามารถไปไหนมาไหนได้โดยอ่านป้ายถนนออก ติดต่อสถานที่ราชการได้ เป็นต้น

นอกจากนั้น นักวิจัยบางท่านยังพบปรากฏการณ์ของ Multiplying effect กล่าวคือ ผู้ที่รู้หนังสือแล้ว ยังพยายามไปกระตุ้นให้คนอื่น ๆ ในหมู่บ้านสนใจในการไปเรียนอ่านหนังสือให้ออก และพบการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของผู้ที่รู้หนังสือในด้านวิถีการดำเนินชีวิตในการประกอบอาชีพ ความคาดหวังต่อลูกและความต้องการที่จะอาศัยอยู่ในเมืองมากกว่าชนบท เป็นต้น ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นผลสืบเนื่องทางวัฒนธรรมระหว่างการสื่อสารประเภทต่าง ๆ

(4.2) สื่อประเพณีกับการสื่อสารมวลชน

Fiske & Hartly (1971) ได้นำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ทางวัฒนธรรมของสื่อประเพณีกับสื่อมวลชนที่เรียกว่า "หน้าที่ของการเล่าเรื่อง" (Bardic Function) หน้าที่นี้ในอดีต "กวี/ศิลปินพื้นบ้าน" เคยทำมาก่อน (เช่น หมอลำ/ค่าวซอ) แต่ปัจจุบันโทรทัศน์ได้เข้ามาทำหน้าที่ดังกล่าวแทน Fiske & Hartly เสนอว่า โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ทางวัฒนธรรมอย่างที่กวีพื้นบ้านเคยทำมาก่อนคือ

(i) การบอกเล่า/นำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมหลักของสังคม เช่น ที่ช่างซอเคยร้องค่าวที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมแบบโยนก ปัจจุบัน ละครโทรทัศน์ได้บอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมหลักของสังคม เช่น ความสำคัญของครอบครัว การให้อภัยแบบคนไทย ฯลฯ

(ii) การโยงใยสมาชิกในสังคมให้เข้าไปผูกพันกับระบบค่านิยมของสังคมด้วยการอบรม

บ่มเพาะและแสดงให้เห็นผลที่เป็นจริงในทางปฏิบัติ ในขณะที่พิธีเรียกขวัญข้าวในสมัยก่อนได้อบรมบ่มเพาะให้สมาชิกในสังคมเห็นคุณค่าของเม็ดข้าว ละครโทรทัศน์เรื่อง "ตี๋ใหญ่" ก็อบรมสั่งสอนเด็ก ๆ ให้ทำตัวถูกต้องตามกฎหมาย

(iii) ทำหน้าที่เผยแพร่ อธิบาย ตีความ และให้ความชอบธรรมกับบรรดาตัวแทนที่ชอบธรรมทางวัฒนธรรม ดังเช่นที่งานพิธีต่าง ๆ ในอดีตเคยให้ความชอบธรรมกับการแสดงพระธรรมเทศนาของพระสงฆ์ ปัจจุบัน บรรดาวิทยากรในรายการวิเคราะห์เศรษฐกิจทางโทรทัศน์ก็ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน

(iv) ให้ความมั่นใจแก่ปัจเจกบุคคลว่า บรรดาอุดมการณ์/ปรัมปราคติ/ความเชื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในวัฒนธรรมของเราจะช่วยให้เราอยู่ได้อย่างปลอดภัยในโลกที่มีความผันแปรอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างการทำบุญในอดีตเคยให้ความมั่นใจว่า เราจะได้ไปเกิดในสวรรค์ คำอธิบายทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการรณรงค์ประหยัดน้ำ การใช้ถุงยางอนามัย ฯลฯ ก็จะช่วยให้ความมั่นใจว่า เราจะอยู่ไปได้อย่างปลอดภัยท่ามกลางปัญหาสิ่งแวดล้อม หรือการคุกคามของโรคเอดส์

(v) ในบางกรณี สื่อจะแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นไม่เพียงพอสำหรับรับมือกับปัญหาปัจจุบัน หรือไม่สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ฉะนั้น จำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น โฆษณาส่งเสริมสังคมชุดที่รณรงค์ให้มีการประหยัดน้ำ ยกเลิกวัฒนธรรมแบบใช้ทิ้งใช้ขว้าง (throw-away culture) เป็นต้น

(vi) ให้ความมั่นใจแก่สมาชิกในสังคมทุกกลุ่มว่า พวกเขาจะมีที่ทางอย่างแน่นอนในสังคม ดังเช่นกรณีการมีกีฬา Fespic Games สำหรับคนพิการ การมีโฆษณาเรียกร้องลูกหลานให้ไปเยี่ยมพ่อแม่ที่แก่ชราแล้วบ้าง เป็นต้น

(vii) การถ่ายทอดความรู้สึกให้สมาชิกในสังคมทุกคนรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทางสังคม เช่น เมื่อมีการแข่งขันกีฬาระดับโลก ก็จะมีการเรียกร้องให้คนไทยทุกคนส่งกำลังใจไปเชียร์นักกีฬาไทย เป็นต้น

ในการวิเคราะห์การทำหน้าที่แบบ bardic function ของโทรทัศน์เพื่อเปรียบเทียบกับหน้าที่นี้ที่กวี ศิลปินพื้นบ้านเคยทำมาก่อนนั้น เราจะสามารถมองเห็นรูปแบบวิธีการที่คล้ายคลึงกันอย่างยิ่ง เช่น

- ในขณะที่กวี/ศิลปินพื้นบ้านใช้วิธีการเล่าเรื่องต่าง ๆ ของโลกภายนอกหรือโลกในจินตนาการนั้น ปัจจุบันโทรทัศน์ก็มีพิธีกรในรายการต่าง ๆ มาเล่าเรื่องร้อยแปดพันเก้าประการให้ฟัง

- ในขณะที่นิทานพื้นบ้านเก่าๆ มักจะจบลงด้วยการให้สัญญาว่า ชีวิตจะเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นถ้าหากได้ "ของวิเศษ" มาเป็นสมบัติของตน เช่น เมื่อพระสังข์ได้ไม้เท้าวิเศษ ก็

สามารถเหาะได้ เมื่อเราวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณา เราก็พบลักษณะคำสัญญาที่คล้ายคลึงกัน เช่น "ถ้าคุณมาที่... เราจะเนรมิตความงามให้คุณได้ภายใน....." หรือถ้าเรามี "credit card' ก็จะเนรมิตทุกอย่างได้เช่นกัน

- ในขณะที่สื่อพื้นบ้านแบบเดิมทำหน้าที่ลดความวิตกกังวลใจให้ (anxiety release) เช่นเมื่อบรรพบุรุษของเรามีปัญหาก็จะไปหาหมอผีหรือเสี่ยงเซียมซี ปัจจุบันในโฆษณาเรื่องผมร่วง ก็ได้แสดงให้เห็นความวิตกกังวลในเรื่องผมร่วง และมีผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำ

งานศึกษาวิจัยที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคืองานของ Ferguson (1983) ที่ทำการเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของนิตยสารสตรีว่าเหมือนกับการทำหน้าที่ของศาสนาในสมัยก่อน เพื่อสร้างสิ่งที่เรียกว่า "ลัทธิความเป็นหญิง" (Cult of femininity) (ในกรณีของไทยที่ชัดเจนคือ การสร้างลัทธิพระสุพรรณกัลยาจากเครื่องสำอางค์ชนิดหนึ่ง) โดยทำการเปรียบเทียบองค์ประกอบต่าง ๆ ให้เห็นระหว่างสื่อประเพณี (ศาสนา) กับสื่อมวลชน (นิตยสารสตรี) ดังนี้

ศาสนา	นิตยสารสตรี
พระสงฆ์ผู้ทำพิธี	บรรณาธิการ
สาวกผู้เลื่อมใส	กลุ่มผู้อ่านนิตยสาร
มีเวลาประกอบพิธีกรรมที่แน่นอน	มีกำหนดการออกวางตลาดที่แน่นอน
มีเนื้อหาของพิธีกรรม	มีเนื้อหาของหนังสือ
มีงานเฉลิมฉลอง	มีการจัดสังสรรค์สมาชิกผู้อ่าน

E. Durkheim (1915) ที่ศึกษาหน้าที่ทางวัฒนธรรมของศาสนาในชนเผ่าดั้งเดิมได้ค้นพบว่า พิธีกรรมทางศาสนานั้นเป็นกลไกที่สำคัญอย่างยิ่งในการแสดงออกและส่งเสริมความรู้สึกให้ปัจเจกบุคคลรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ตัวอย่างเช่น พิธีศพนั้น กระทำขึ้นเพื่อตอกย้ำสมานฉันท์ของกลุ่มในช่วงเวลาที่มีความตึงเครียดทางอารมณ์อันเนื่องมาจากการสูญเสียสมาชิกในชุมชน เพราะฉะนั้น การตายของคนเพียงคนเดียวจึงต้องมีพิธีกรรมที่เรียกร้องการมีส่วนร่วมของคนทั้งชุมชน และเมื่อนำเอาการเปรียบเทียบองค์ประกอบของศาสนามาเทียบดูกับนิตยสารสตรีที่แสดงให้เห็นในตารางข้างต้น จากองค์ประกอบที่เหมือนดังกล่าวนั้น จึงทำให้นิตยสารสตรีสมัยใหม่สามารถทำหน้าที่แบบเดียวกับที่ศาสนาเคยทำได้ เช่น การรักษาความเชื่อใน "ลัทธิความเป็นหญิง" อันได้แก่ การให้ความสำคัญกับเพศหญิง และการมีสมานฉันท์ระหว่างสตรีเพศ การกำหนดบรรทัดฐานทางเพศ (เป็นผู้หญิงต้องรักสวยรักงาม ต้องแสดงบทบาทแม่และเมียที่ดี) การเชื่อมโยงวัฒนธรรมย่อย ๆ ของลัทธินี้เข้ากับวัฒนธรรมใหญ่ เช่น ถ้าแม่เลี้ยงลูกให้ดี ก็

จะได้สมาชิกของสังคมที่ดี เป็นต้น

ในงานวิจัยของไทย มีตัวอย่างของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณีที่แสดงให้เห็นทั้งความสัมพันธ์ในส่วนที่ส่งเสริมกันและในส่วนที่เกิดความขัดแย้งตึงเครียด (tension/conflict) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของวราลี (2541) ที่ศึกษาการทำหน้าที่ส่งเสริมและปรับประสานสื่อประเพณีเช่นสื่อนาฏศิลป์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เนื่องจากสื่อโทรทัศน์กำลังเป็นสื่อที่ก้าวเข้ามาแทนที่สื่อนาฏศิลป์มากขึ้นทุกที จนอาจเป็นไปได้ว่า สื่อนาฏศิลป์ที่เคยเป็นวัฒนธรรมแต่เดิมของไทยอาจสูญสลายไป ดังนั้น จึงมีข้อเรียกร้องให้สื่อโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและธำรงรักษาสื่อประเพณีนี้ให้คงอยู่ต่อไป แต่ทว่าปัญหาที่ยังดำรงอยู่ก็คือ ในภาคปฏิบัตินั้นจะเลือกแนวทางส่งเสริมอย่างไร เช่น จะเลือกแนวทางอนุรักษ์แบบเดิม จะประยุกต์ให้ทันสมัย หรือจะแปลงรูปแบบเดิมให้ร่วมสมัยไปเลย นอกจากการเลือกแนวทางในการทำหน้าที่แล้ว ก็ยังอาจมีเงื่อนไขในการทำหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์อีกด้วย เช่น ขีดความสามารถของโทรทัศน์ หรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกันระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภท (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน")

5. ข้อวิจารณ์ทฤษฎีหน้าที่นิยม

เนื่องจากทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นทฤษฎีกระแสหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัยสื่อสารมวลชน ดังนั้น จึงมีข้อวิพากษ์วิจารณ์ทั้งระดับปรัชญา เนื้อหา และวิธีการวิจัยทฤษฎีหน้าที่นิยมจากหลายแง่หลายมุม ในที่นี้จะนำเสนอข้อวิจารณ์ของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง (ซึ่งถือได้ว่าเป็นคู่ตรงกันข้ามกับทฤษฎีหน้าที่นิยม) ทัศนะจากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา และกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์

(5.1) ข้อวิจารณ์ทฤษฎีหน้าที่นิยมจากกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง (ดู Grossberg, 1998)

- จุดอ่อนของสำนักหน้าที่นิยมที่นำมาใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนนั้นอยู่ที่ทัศนะในการมองสื่อมวลชนว่าเป็น "สถาบันสังคมย่อยสถาบันหนึ่งที่มีหน้าที่เฉพาะคือการสื่อสาร" แต่อันที่จริงสถาบันสื่อมวลชนเป็น "ระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง" ที่มีการผลิตและการกระจายสินค้า(ข่าวสาร)เหมือนระบบเศรษฐกิจอื่น ๆ เมื่อสื่อมวลชนเป็นระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่งก็ต้องมีเป้าหมายทางเศรษฐกิจเป็นหลักมากกว่าเป้าหมายอื่น
- เมื่อสื่อมวลชนเป็นระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่งในระบบทุนนิยม ก็จำเป็นต้องดำเนินการ

ทางเศรษฐกิจให้เป็นไปตามตรรกะและมรรควิถีของระบบทุนนิยม กล่าวคือ ต้องควบคุมรสนิยมของผู้บริโภค ต้องคาดการณ์ทำนายหรือกำหนดความต้องการของผู้บริโภค (จะได้จำหน่ายสินค้าได้) กล่าวคือ ต้องควบคุมทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ (Demand & Supply) ดังนั้น การระบุว่าสื่อจะทำตามความต้องการของประชาชนนั้นจึงเป็นเรื่องเพ้อฝัน รวมทั้งการกำหนดให้สื่อทำหน้าที่ต่างๆนานาตามทัศนะของทฤษฎีหน้าที่นิยมก็เป็นเรื่องผิวเผิน เพราะหน้าที่สำคัญและเบื้องแรกของสื่อมวลชนคือหน้าที่ทางเศรษฐกิจก่อนหน้าที่อื่น ๆ การทำงานของสื่อจึงเป็นไปตามหลักการที่ว่า "จะทำหน้าที่อะไรก็ได้ ถ้าผลกำไรอยู่ที่นั่น"

- และในฐานะที่เป็นสถาบันย่อยของระบบทุนนิยมใหญ่ทั้งหมด สถาบันสื่อก็ต้องทำหน้าที่ตอบสนองและธำรงรักษาการดำรงอยู่ของระบบทุนนิยม นั่นคือต้องทำกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความต้องการสินค้า ต้องควบคุมข้อมูลที่เกี่ยวกับโลกแห่งความเป็นจริง (เช่น ต้องให้ประชาชนได้รับแต่ข้อมูลที่ว่า "ระบบทุนนิยมเป็นระบบที่ดีที่สุด") ต้องจัดระบบชีวิตประชาชนทั้งเวลาทำงานและโดยเฉพาะเวลาว่าง (ซึ่งจะเป็นเวลาที่ใช้สื่ออย่างมาก) ต้องตีความโลกรอบ ๆ ตัวประชาชนให้เป็นไปตามสายตาของระบบทุนนิยม เป็นต้น

- เมื่อหน้าที่ของสื่อภายใต้ระบบทุนนิยมถูกกำหนดทิศทางเอาไว้เช่นนั้นแล้ว เสรีภาพทางความคิดแบบที่ปรัชญาเสรีนิยมและพหุนิยมระบุเอาไว้ ในทางปฏิบัติจึงมีแต่ "ร้อยเนื้อ แต่ทำนองเดียว" (great variety but no diversity) เหมือนกับการมีรถยนต์ 200 คัน ที่มีส่วนประกอบทุกอย่างเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะเป็นตัวเครื่องยนตร์ ตัวถังรถ พวงมาลัย ล้อ ฯลฯ (no diversity) แต่ทว่ามี 200 สี (great variety) ให้เลือก ผลงานสื่อในระบบทุนนิยมก็เป็นเช่นนั้น ถ้าไม่อยากดูหนังรักโรมานซ์ของพาราเม้าท์ ก็หันไปดูหนังรักโรมานซ์ของทเวนตี้เซ็นจูรี่ฟอกซ์ แต่ทว่าก็เป็นโรมานซ์แบบเดียวกัน

- กล่าวโดยสรุป จากธรรมชาติที่แท้จริงของสื่อมวลชนในระบบทุนนิยมที่มีลักษณะเป็นระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง จึงเป็นไปไม่ได้ที่สื่อจะมีเสรีภาพตามหลักปรัชญาเสรีนิยม ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะความเป็นเจ้าของ (ownership) ในระบบทุนนิยมนั้นได้เปิดโอกาสให้เอกชน/นายทุนเป็นเจ้าของสื่อ Ben Bagdikian (1992) ได้วิจัยพบว่า ในสหรัฐอเมริกามีบริษัทใหญ่ ๆ เพียง 10 บริษัทเท่านั้นที่เป็นเจ้าของบริษัทสื่อมวลชนทั้งหมด 25,000 แห่ง และเจ้าของสื่อเหล่านี้ต่างก็มีธุรกิจในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ดังนั้น จึงเป็นไปได้หรือที่ NBC/CBS จะรายงานเรื่องโรงงานนิวเคลียร์ได้อย่างเต็มที่ในเมื่อเจ้าของสถานีทั้ง 2 ล้วนเป็นเจ้าของโรงงานนิวเคลียร์ด้วย และในระบบทุนนิยม การคงอยู่ของสื่อแต่ละประเภทไม่ได้อยู่ที่ผู้บริโภค (ตามหลักการของทฤษฎีหน้าที่นิยม) แต่อยู่ที่ผู้โฆษณา/เจ้าของสินค้าต่าง ๆ) ตัวอย่างเช่น ช่วงสงครามอิรัก CBS ต้องขาดทุนไปอย่างมาก ทั้งนี้เพราะสปอนเซ่อร์พากันถอนตัวเนื่องจากเกรงว่าจะมีการแพร่ภาพคนตายมาก

เกินไป และจะถูกผู้ชมประท้วงว่าสปอนเซ่อร์สนับสนุนความรุนแรง ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงโทรทัศน์ก็มีภาพการฆ่ากันตายมากเป็นปกติทุกวันอยู่แล้ว

(5.2) ข้อวิจารณ์จากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา

ในขณะที่กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองใช้เกณฑ์เรื่อง "เศรษฐกิจและความเป็นเจ้าของ" ในการวิจารณ์สำนักหน้าที่นิยม กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาจะใช้แนวคิดเรื่อง "หน่วยของการศึกษา" และ "อุดมการณ์" เป็นเกณฑ์ในการวิจารณ์แทน

ในเรื่องหน่วยของการศึกษาโดยเฉพาะ Individual Functionalism นั้นได้ใช้ความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคมของปัจเจกบุคคลเป็นหน่วยการวิเคราะห์ ทำให้เกิดคำถามตามมาดังที่ได้กล่าวไปแล้วคือ ความต้องการของปัจเจกบุคคลนั้นมีแหล่งกำเนิดจากไหนเล่า หากไม่ใช่สังคมเป็นตัวกำหนด และวิธีตอบสนองความต้องการก็ต้องเป็นไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัย และไม่ว่าจะเป็น Individual หรือ Social Functionalism ที่ล้วนแล้วแต่พิจารณาความต้องการของบุคคลอย่างขาดมิติทางวัฒนธรรม (cultural aspect) ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีของรูปโป๊ (Pornography) ซึ่งการอธิบายของสำนักหน้าที่นิยมจะบอกว่าคนเรามีความต้องการทางเพศอยู่ตามธรรมชาติ ดังนั้น การมาดูรูปโป๊นั้นจึงเป็นการทำหน้าที่แบบ Functional Equivalence ทดแทนการร่วมเพศ การไปเที่ยวโสเภณี ฯลฯ

แต่ทว่า เมื่อพิจารณากรณีของรูปโป๊จากแง่มุมทางวัฒนธรรมแล้ว จะมองเห็นคำอธิบายที่ลึกซึ้งมากไปกว่านั้น อันที่จริง รูปเปลือยแบบ erotic art นั้นมีมาในสังคมตั้งแต่ครั้งอดีต แต่ทว่า erotic art เหล่านั้นไม่ใช่ pornography ในความหมายปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะรูปโป๊แบบ pornography นั้นเพิ่งจะมาเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 16 โดยเป็นผลผลิตของชนชั้นกลางที่เกิดมาพร้อมกันเทคโนโลยีด้านการพิมพ์ ผนวกพร้อมกับผลงานสื่ออย่างอื่นคือนวนิยาย ดังนั้นในรูปโป๊ที่มองจากทัศนะของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาจึงไม่ได้เป็นเพียงภาพของ "ผู้หญิง-ผู้ชาย" เท่านั้น หากแต่ในรูปดังกล่าวยังมี "ไวยากรณ์ของความสัมพันธ์ทางสังคม" (Grammar of human relationship) โดยมีเรื่องของชนชั้น เชื้อชาติ กลุ่มคน อาชีพ และอื่น ๆ ปรากฏร่วมอยู่ด้วย หากแต่สำนักหน้าที่นิยมได้มองข้ามไป

สำหรับเรื่อง "หน้าที่ทางอุดมการณ์" ของสื่อมวลชน แม้ว่ากลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (โดยเฉพาะสายวัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์) จะเห็นพ้องกับกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าสถาบันสื่อมวลชนทำหน้าที่ช่วยธำรงรักษาระบบทุนนิยมเอาไว้ แต่ทว่ากลุ่มวัฒนธรรมศึกษาก็ไม่เชื่อว่ากระบวนการดังกล่าวดำเนินไปได้เพราะเจ้าของสื่อ/นายทุนสั่งให้ดำเนินการเช่นนั้น แต่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า กระบวนการดังกล่าวดำเนินการไปได้เพราะการติดตั้งกลไกด้านการผลิต

ความหมายที่ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้ทำงานสื่อมวลชนเอง

รหัสของการผลิตเนื้อหาในสื่อมวลชนที่อยู่ในระบบทุนนิยมซึ่งไม่ว่าเจ้าของทุน/ผู้ผลิตจะเป็นใครก็ตามต้องเป็นไปตามหลักการที่ว่าจะต้องผลิตอุดมการณ์ (อันหมายถึง system of meaning by which people live) ที่ทำให้ประชาชนผู้รับสารถอดรหัสออกมาให้ได้ความหมายร่วมว่า สังคมที่เรามีอยู่นี้เป็นไปตามธรรมชาติ (เช่น ต้องมีเงินฝืด/เงินเฟ้อ ต้องมีการตกงาน นี่เป็นไปตามธรรมชาติ) ที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ และเป็นระบบที่เหมาะสมที่สุดแล้ว นอกจากจะผลิตอุดมการณ์ให้เราใส่แว่นมองโลกตามที่ระบบปัจจุบันต้องการแล้ว ก็ยังต้องกีดกันขจัดวิธีการมองโลกแบบอื่น ๆ ด้วย (เช่นมีสังคมที่ไม่ต้องมีการตกงานก็ได้) และต้องวางกรอบเส้นขอบฟ้าทางสังคม (Social Horizon) ให้มองไปให้ไกลเท่าที่กำหนดไว้เท่านั้น (เช่น ครอบครัวต้องประกอบด้วยเพศหญิงและเพศชายเท่านั้น) ด้วยเหตุผลนี้ ทำให้ความหลากหลาย (diversity) ตามปรัชญาเสรีนิยมเป็นไปไม่ได้

อุดมการณ์ดังกล่าวทำงานด้วยปฏิบัติการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันผ่านกลยุทธ์แบบต่าง ๆ เช่น เวลาจะต้องนำเสนออุดมการณ์ที่แหวกแนวออกไปจากระบบ บรรดาผู้ผลิตก็จะสะกัดกั้นเอาไว้ก่อน (gatekeeper) เนื่องจากไม่อยากให้มีเรื่องเดือดร้อนใส่ตัว (เช่น กรณีการนำเสนอภาพของครอบครัวหญิงรักหญิง ชายรักชายในโทรทัศน์) อีกวิธีหนึ่งก็คือการทาสีสันอุดมการณ์ต่อต้านเสียใหม่ให้กลายเป็นการสนับสนุนระบบไปเลย ตัวอย่างเช่น การรายงานข่าวเดินขบวนในโทรทัศน์นั้น ไม่ใช่เพราะต้องการแสวงหาวิธีแก้ปัญหาให้ผู้เดินขบวนที่เดือดร้อน แต่ต้องการแสดงว่า สังคมของเราเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มในเวทีสาธารณะอยู่แล้ว เป็นต้น

(5.3) ทัศนะจากกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สมมติฐานเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นมีลักษณะอนุรักษ์ระบบที่เป็นอยู่ (conservative) เนื่องจากมองว่าระบบที่มีอยู่นี้เป็นระบบที่ดีที่สุดแล้ว ดังนั้น ทุกสถาบันรวมทั้งสถาบันสื่อมวลชนจึงควรช่วยกันธำรงรักษาเสถียรภาพ ความมั่นคง และความยั่งยืนของระบบปัจจุบันเอาไว้ แต่สำหรับกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ มีสมมติฐานเบื้องต้นต่อระบบที่มีอยู่อย่างแตกต่างโดยสิ้นเชิงกับทฤษฎีหน้าที่นิยม ทฤษฎีวิพากษ์เห็นว่า ระบบสังคมที่มีอยู่ทำให้มนุษย์ไม่สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองไปได้อย่างสูงสุด อันเนื่องมาจากเครื่องกีดขวางทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม-สังคม สังคมที่มีอยู่นี้จึงไม่ใช่สังคมที่ดีที่สุด แต่ทว่าสังคมได้มอบหมายหน้าที่ของสื่อมวลชน (รวมทั้งสถาบันอื่น ๆ) ให้วาดภาพสังคมให้ดูสวยงาม อย่างน้อยก็ใน**ตอนท้ายที่สุด** เช่น การดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่ต้องจบอย่าง happy ending

นอกจากนั้น สื่อมวลชนปัจจุบันยังทำหน้าที่ที่เรียกว่า "การสร้างปรัมปราคติ" (Mythification) เช่นเดียวกับปรัมปราคติในสังคมโบราณ กล่าวคือในสังคมที่มีชนชั้นจะมีความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ระหว่างชนชั้นต่าง ๆ ความขัดแย้งดังกล่าวไม่อาจแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ในความเป็นจริง ดังนั้นจึงต้องสร้างปรัมปราคติเรื่องความสมานฉันท์ขึ้นมา เช่น ปรัมปราคติเรื่องคนในเผ่าที่ถือกำเนิดมาจากที่เดียวกัน เช่นเดียวกับในเนื้อหาของละครโทรทัศน์ปัจจุบันที่สร้างปรัมปราคติว่า "ความรักสามารถจะเอาชนะพรมแดนทางชนชั้นได้" หรือปรัมปราคติเรื่องการเรียกร้องคนจนให้เสียสละที่ดินทำกินเพื่อสร้างเขื่อนของชาติ เป็นต้น

สำนักทฤษฎีวิพากษ์วิจารณ์ว่า เนื่องจากธรรมชาติที่อนุรักษ์นิยมของทฤษฎีหน้าที่นิยมทำให้มองไม่เห็นหน้าที่ที่แท้จริงที่สื่อมวลชนได้สร้างขึ้น โดยอาจแปรแนวคิดนี้ให้กลายเป็นเรื่อง dysfunction ซึ่งที่จริงแล้ว dysfunction นั้นก็คือ real function ของสื่อต่างหาก ตัวอย่างเช่น เมื่อนำเอาแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม” (Culture Industry) มาใช้ จะเห็นว่า หน้าที่ของสื่อมวลชนก็คือ การทำให้ "วัฒนธรรม" กลายเป็น "สินค้า" (commodification) ดังที่กล่าวมาข้างต้น เช่นเดียวกับที่ Veblen ได้ระบุว่า สื่อมวลชนได้สร้างวัฒนธรรมใหม่ในการบริโภคที่เรียกว่า "วัฒนธรรมแบบบริโภคนิยม" ซึ่งได้ก้าวเลยจากการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและจิตใจ มาเป็นความต้องการด้านสังคม ตัวอย่างเช่น การใช้สินค้าที่มี "ยี่ห้อ(สัญญะ)ว่าแพง" นั้นก็เพื่อต้องการแสดงสถานภาพทางสังคมของผู้ใช้ว่า "มั่งคั่ง" เท่านั้น (ไม่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าแต่อย่างใด) ในขณะที่คนรวยมีความต้องการบริโภคสินค้าราคาแพงเพื่อให้ตัวเองมีสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ คนชั้นล่างก็มีความต้องการที่จะเลียนแบบทำตามเพื่อยกสถานภาพของตนเองเช่นกัน ความต้องการเหล่านี้เกิดจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้งสิ้น

บทที่ 5
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
(Intercultural Communication)

1. บทนำ
2. ความเชื่อเบื้องต้นของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
3. 3 แนวคิดหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
   - 3.1 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
   - 3.2 การศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรม
   - 3.3 การเปลี่ยนแปลง/การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม
4. หน่วยในการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
   - 4.1 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เป็นการสื่อสารแบบพบหน้ากัน
   - 4.2 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในรูปแบบที่ผ่านสื่อกลางคือสื่อมวลชน
   - 4.3 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสื่อมวลชนกับวัฒนธรรมสื่อประเพณี

บทที่ 5
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
(Intercultural Communication)

1. บทนำ

เพื่อให้ได้บรรยากาศของเรื่อง "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" (Intercultural Communication) ขอให้ลองอ่านนิทานเรื่องนี้ดูก่อน

> มีคน 3 ชาติ คือ จีน ฝรั่ง และไทย วิ่งหลบฝนเข้าไปนั่งอยู่ในบ้านหลังหนึ่งที่มีหลังคารั่ว
> **คนจีน**: ทำเสียงโวยวาย วิ่งหลบฝนอยู่ไปมา และทำท่าตื่นกลัวว่าหลังคาจะพังลงมาแบบ "เจ๊กตื่นไฟ"
> **คนฝรั่ง**: พยายามวิ่งไปตรวจดูว่ารอยรั่วกว้างแค่ไหน และพยายามแก้ปัญหารอยรั่วนั้น
> **คนไทย**: นั่งอมยิ้ม ปลอบใจคนจีนว่า "ไม่ต้องกลัวหรอก หลังคาไม่พังลงมาหรอก" และบอกฝรั่งว่า "ไม่ต้องเสียเวลาไปแก้ปัญหาหรอก ฝนตกไม่นานเดี๋ยวก็หยุดตกไปเอง"

นิทานแบบนี้ชี้ชวนให้เห็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แต่ละวัฒนธรรมต่างมีลักษณะเฉพาะตัว และแสดงออกมาในรูปบุคลิกภาพร่วม (collective personality) ของคนในวัฒนธรรมนั้น ๆ เช่น ในนิทานเรื่องนี้ได้แสดงให้เห็นท่าทีต่อปัญหาที่เกิดขึ้นของคน 3 วัฒนธรรมที่ต่างกัน (อย่างไรก็ตาม ก็ต้องแล้วแต่ว่า นิทานเรื่องนี้ใครเป็นคนเล่าด้วย)

ลักษณะที่เฉพาะตัว (เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม) ของแต่ละวัฒนธรรมนี้มีผลมาถึงเรื่องการสื่อสารด้วยเนื่องเพราะ "ตัวการสื่อสารเองย่อมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอยู่แล้ว" ดังนั้นจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" ที่ Samovar (1998) ให้คำนิยามเอาไว้อย่างกว้าง ๆ ว่า "เป็นการสื่อสารระหว่างสองวัฒนธรรมขึ้นไปที่มีระบบการรับรู้ และสัญลักษณ์ที่ต่างกันมากพอที่จะทำให้เหตุการณ์การสื่อสารนั้นต้องเปลี่ยนแปลงไป" แต่เดิมในหมู่นักวิชาการมักใช้คำว่า "การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม" (cross-cultural communication) ซึ่งมักหมายถึงการสื่อสารระหว่างคนที่มาจาก "ประเทศ" ที่มีวัฒนธรรมต่าง ๆ กัน แต่ในชั้นหลัง คำว่า "วัฒนธรรม"

และเกณฑ์ที่จะใช้ลากเส้นกำหนดขอบเขตของวัฒนธรรมนั้นขยายกว้างออกไปมาก จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงมาใช้คำว่า "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" (Intercultural communication) มากกว่า

อันที่จริง ถ้าใช้คำว่า "วัฒนธรรม" ในความหมายที่กว้างขวางที่สุด Kim & Gudykunst (1988) ตั้งข้อสังเกตว่า เวลาที่คนสองคนมาสื่อสารกัน มักจะเป็นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอยู่แล้ว โดยที่อาจจะเป็นวัฒนธรรมระหว่างเพศ/ระหว่างรุ่น/ระหว่างระดับการศึกษา/ระหว่างภูมิลำเนา ฯลฯ ฉะนั้น "ความเป็นระหว่างวัฒนธรรม" (Interculturalness) นั้นจึงมีขอบเขตได้หลายแบบ ตัวอย่างเช่น

- การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ (race) ที่มักหมายถึงลักษณะทางกายภาพ
- การสื่อสารระหว่างเผ่าพันธุ์ (ethnic)
- การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal) ซึ่งมักหมายถึงการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ
- การสื่อสารระหว่างกลุ่ม (intergroup) ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลนิยามตัวเองว่าเป็นคนในกลุ่มหรือในองค์กร (Organization communication) ซึ่งมีลักษณะเป็นทางการมากขึ้น เช่น ในบริษัท หน่วยงาน ฯลฯ
- intracultural communication หมายถึง การสื่อสารของคนกลุ่ม "สองวัฒนธรรม" (Co-culture) คือคนที่มีวัฒนธรรมหนึ่งร่วมกับวัฒนธรรมใหญ่ ๆ พร้อมกันนั้นก็มี "วัฒนธรรมย่อย" ของตัวเองที่ต่างจากคนอื่น ๆ ในวัฒนธรรมใหญ่ (แต่เดิมเรียกว่า subculture) เช่น คนไทยเชื้อสายจีน ชาวเขาสัญชาติไทย
- การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสื่อมวลชนกับระหว่างสื่ออื่นๆ
- การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสากลกับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Global/Local communication)

เป็นต้น

ในขณะที่หน่วยของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น อาจจะแปรเปลี่ยนไปได้อย่างหลากหลายตามขอบเขตของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่เราใช้ แต่สำหรับแนวทาง (approaches) ในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น เราอาจจะแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

(1) **กลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม** (Cross-cultural Communication) โดยทั่วไปเราอาจกล่าวได้ว่า ความเชื่อเบื้องต้น (basic assumption) ของแนวทางนี้จะมองเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในแง่บวก สำหรับในบทนี้ เราจะกล่าวถึงแนวคิดและงานศึกษาของกลุ่มนี้ต่อไป

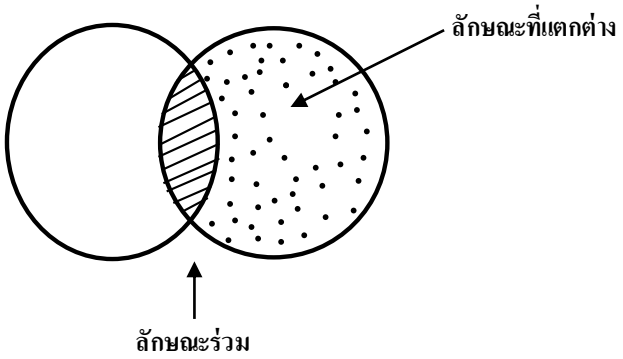
ในรายละเอียด

(2) **กลุ่มจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม** (Cultural Imperialism) ความเชื่อเบื้องต้นของแนวทางนี้จะมองเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสากล (Global culture) กับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local culture) ไปในทางลบ เราจะกล่าวถึงรายละเอียดของแนวคิดนี้ในบทต่อไป

2. ความเชื่อเบื้องต้นของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

มีความเชื่อเบื้องต้น 4 ประการที่เป็นพื้นฐานของกลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ

(i) กลุ่มนี้ยอมรับว่า ในโลกนี้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ละวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่**แตกต่าง**ไปจากวัฒนธรรมอื่น แต่ในเวลาเดียวกัน ก็เชื่อว่ามี "ลักษณะร่วม/จุดร่วม" (Commonality) ที่จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงประสานกันได้



ในแง่ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม Samovar (1998) ใช้เกณฑ์ที่จะวัดจุดร่วมและจุดต่างระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ออกเป็น 4 มิติใหญ่ ๆ คือ

- **การรับรู้** (perception) ซึ่งจะเป็นประตูด่านแรกที่จะนำไปสู่เรื่องความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ โลกทัศน์ ฯลฯ ตัวอย่างเช่น การรับรู้ "เนื้อวัว" ว่าเป็นบวกหรือเป็นลบ จะส่งผลให้เราเกิดความเชื่อต่อมาว่า "ถ้ากินเนื้อวัวแล้ว เราจะพอใจหรือเราจะไม่สบาย" แม่ไทยและแม่อเมริกันรับรู้การที่ลูกโต้แย้งแสดงเหตุผลอย่างแตกต่างกัน เพราะค่านิยมเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแม่-ลูกต่างกัน คนอเมริกันรับรู้ว่า คนที่มีความสามารถจะต้องพูดออกมา คนญี่ปุ่นรับรู้ว่า คนที่พูดอยู่ตลอดเวลาเป็นคนที่มีความคิดตื้นเขิน เป็นต้น

- **การสื่อสารโดยวจนภาษา** (Verbal communication) เป็นลักษณะที่เห็นได้ง่ายที่สุดในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพราะหากเริ่มต้นตั้งแต่ "พูดกันคนละภาษา" แล้ว ก็

เป็นไปได้ยากที่จะสื่อสารเข้าใจกัน (ดูรายละเอียดต่อไป)

- **การสื่อสารโดยอวจนภาษา** (Non-verbal communication) แม้ว่าการสื่อสารแบบใช้วจนภาษาทั้งภาษาพูดและภาษาเขียนจะเป็นตัวแปรที่มองเห็นได้ง่ายในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม แต่ก็มีผลการวิจัยพบว่า ในการสื่อสารนั้น มีสัดส่วนเพียง 20% เท่านั้นที่เป็นการสื่อสารโดยใช้วจนภาษา อีก 80% ที่เหลือเป็นการสื่อสารแบบอวจนภาษาซึ่งเราจะกล่าวถึงต่อไป

- **บริบทของการสื่อสาร** (Contextual communication) อันได้แก่ บริบททางวัฒนธรรมนั่นเอง เช่น การสื่อสารนั้นเกิดขึ้นในบริบทของเรื่องอะไร เช่น การสาธารณสุข การท่องเที่ยว การกีฬา หรือการทูต เป็นต้น

(ii) กลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะสนับสนุนให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมกัน ทั้งนี้เนื่องจากเชื่อว่า ธรรมชาติของวัฒนธรรมทุกวัฒนธรรมนั้นจำเป็นต้องมีการปรับตัว/เปลี่ยนแปลง (adaptation) อยู่ตลอดเวลา การปรับตัวนั้นเกิดขึ้นได้โดยง่ายที่สุดจากการพบปะกับวัฒนธรรมอื่น ๆ และหลังจากพบปะแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมอื่น ๆ แล้ว ทั้งสองวัฒนธรรมก็จะร่ำรวยมั่งคั่งทางวัฒนธรรมด้วยกันทั้งคู่ (cultural enrichment) (ความเชื่อเบื้องต้นนี้เป็นจุดหักเหระหว่างกลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม กับกลุ่มจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม) แนวคิดดังกล่าวปรากฏในวารสารของสมาคมที่ศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ปี 1974 (International and Intercultural Communication Annual) ที่ระบุเป้าหมายของสมาคมฯ ว่าต้องการจะแสวงหาจุดร่วม ประสบการณ์ร่วม และการรับรู้ร่วมกันระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีความเป็นไปได้อย่างดี ราบรื่น มีความหมาย และเป็นที่พอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

(iii) แม้จะเชื่อว่าแต่ละวัฒนธรรมสามารถมีจุดร่วมที่ทำให้สามารถเข้าใจกันได้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมก็ต้องไม่ลืมจุดต่างระหว่างวัฒนธรรมที่นอกจากจะทำให้เริ่มต้นด้วยความไม่เข้าใจกันแล้ว ยังสามารถขยายต่อออกไปเป็นความขัดแย้งทางวัฒนธรรมด้วย และดูเหมือนว่าจุดต่างและความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมนั้น จะมีสัดส่วนเป็นหลักการมากกว่าจุดร่วม ดังตัวอย่างมากมายในชีวิตประจำวันที่พบได้ทั้งระดับปัจเจกบุคคล (นักท่องเที่ยว นักเรียนต่างชาติ ผู้อพยพต่างชาติ ฯลฯ) ระดับกลุ่มองค์กร (ในบริษัทนานาชาติที่มีคนทำงานจากหลาย ๆ ประเทศ) ระดับสื่อสารมวลชน (เช่น ภาพยนตร์ โฆษณา ฯลฯ) ดังนั้น แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงต้องศึกษาวิจัยเพื่อให้เข้าใจความแตกต่างและความขัดแย้งดังกล่าว ซึ่งผลจากการศึกษานั้น นอกจากจะเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการแล้ว ยังมีผลอย่างจริงจังในภาคปฏิบัติอีกด้วย (น่าสังเกตว่า หนังสือด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนี้มักจะมีแนวทางสำหรับภาคปฏิบัติรวมอยู่เป็นส่วนหนึ่งเสมอ เช่น หนังสือของ Samovar, L.A. et al (1998) **Communication**

Between Cultures, Wadsworth Publishing Company)

(iv) ในโลกปัจจุบัน การศึกษาค้นคว้าด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยิ่งมีมากขึ้นทั้งในแง่ความจำเป็น และในแง่ของโอกาสที่จะเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เช่น

- การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและระบบข้อมูลข่าวสาร ในกรณีของประเทศไทยการมีระบบอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มโอกาสให้คนไทยได้ค้นหาข้อมูลข่าวสาร และติดต่อสื่อสารได้กว้างขวางขึ้น แต่คนไทยก็ต้องเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของโลกภาษาอังกฤษเช่นกัน
- การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจซึ่งได้พัฒนามาเป็นระบบอุตสาหกรรมข้ามชาติ ธุรกิจระดับโลก ทำให้เกิดโอกาสการทำงานร่วมกันระหว่างคนหลายๆชาติในบริษัทเดียวกัน และต้องมีระบบการสื่อสารในองค์กรที่มีมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- การเคลื่อนย้ายของประชากร ในโลกสมัยใหม่เนื่องจากความก้าวหน้าของวิธีการเดินทางทำให้มีผู้อพยพโยกย้ายจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งในกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมากมาย เช่น การอพยพไปทำงานชั่วคราวหรือถาวร การไปศึกษา/ฝึกอบรม การท่องเที่ยว รวมทั้งการแต่งงานข้ามชาติ กลุ่มผู้อพยพไปใหม่นี้จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของประเทศเจ้าของบ้าน แต่ถึงอย่างไร พวกเขาก็ยังพกพาเอาวัฒนธรรมเดิมติดตัวไปด้วย และยังอาจติดต่อทางวัฒนธรรมกับสังคมเดิม ตัวอย่างเช่น กลุ่มคนไทยในอเมริกา ที่เรียกว่า co-culture (พวกมีสองวัฒนธรรม)

ปัจจัยทั้งหลายที่กล่าวมานี้ ทำให้เพิ่มความจำเป็นในเรื่องการทำความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากคำกล่าวสรุปย่อสั้น ๆ ที่ว่า "โลกเราเล็กลง" และเนื่องจากปัจจุบันมีความเข้าใจเพิ่มขึ้นมากแล้วว่า วัฒนธรรมมีผลต่อการสื่อสาร และการสื่อสารเป็นทั้ง**อาการ**แสดงการเจ็บไข้ทางวัฒนธรรม (เช่นพูดจากันไม่เข้าใจ) แต่ในเวลาเดียวกัน การสื่อสารก็สามารถจะเป็น**ยารักษา**อาการเจ็บไข้ดังกล่าวเช่นกัน

3. 3 แนวคิดหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น มีแนวคิดที่เกี่ยวพันกันและเป็นแนวคิดสำคัญอยู่ 3 แนวคิดคือ

(3.1) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

(3.2) การศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรม

(3.3) การเปลี่ยนแปลง/การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (Cultural change/exchange)

(3.1) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

(3.1.1) ที่มาของความสนใจ

คำว่า "เอกลักษณ์" หรือ "อัตลักษณ์" (identity) เป็นเรื่องของ "ฉัน" (I) และ "พวกเรา" (us) ในส่วนที่เกี่ยวกับประสบการณ์ชีวิต อุดมการณ์ สำนึก กฎเกณฑ์ พิธีกรรม ฯลฯ ที่ทำให้แตกต่างไปจาก "คนอื่น ๆ" (other) และ "พวกเขา" (them)

ในวงวิชาการตะวันตก ความสนใจเรื่อง "เอกลักษณ์" เริ่มจากเอกลักษณ์ระดับปัจเจกบุคคล เมื่อ G.H. Mead (1934) ใช้คำว่า "Self" (ตัวตน/อัตตา) ที่หมายถึงความสำคัญของตัวเองและอธิบายกระบวนการที่ตัวตนนั้นได้ก่อตัวขึ้นมาโดยมีการสื่อสารที่สอดแทรกอยู่ในปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) เป็นตัวกลางที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการสร้างสำนึกเกี่ยวกับตัวตน เช่น หากเรายังจำได้ว่า เมื่อเรายังเล็ก ๆ อยู่นั้น เราจะสร้าง "ตัวตน" ว่าเราเป็นคนอย่างไร ก็เมื่อมี "คนอื่นๆ" มาพูดบอกเราว่า "หนูคนนี้น่ารักจังเลย" จากคำพูดดังกล่าว เราก็จะสร้างตัวตนของเราขึ้นมาว่า "เราเป็นคนน่ารัก" อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก G.H. Mead ยังคงใช้แนวทางการอธิบายแบบหน้าที่นิยม (Functionalism) และพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) ดังนั้น Mead จึงมอง "ตัวตน" แบบ "สากล/ทั่วๆไป" (ไม่มีบริบททางประวัติศาสตร์/สังคม) และยังคงเชื่อว่า "ตัวตนถูกหล่อหลอมจากสังคมเป็นด้านหลัก" M. Heidegger (1978) ก็เห็นพ้องกับ G.M. Mead ว่า สัญลักษณ์มีความสำคัญในการก่อรูปตัวตนของบุคคล แต่ Heidegger ได้เพิ่มเติมแนวคิดเกี่ยวกับตัวตนออกไปว่า ตัวตนของแต่ละบุคคลมีหลายโฉมหน้า/และมีหลายความหมาย มิได้มีเพียงโฉมหน้าเดียว

ในขั้นต่อมา J.J. Gumperz (1982) ได้ยกระดับความสนใจเรื่อง "ตัวตน" จากระดับปัจเจกบุคคลขึ้นมาเป็น "เอกลักษณ์ระดับสังคม" (Social Identity) และศึกษาเกณฑ์ต่าง ๆ ที่สร้างเอกลักษณ์ร่วมนี้ขึ้นมาเช่น เพศ การศึกษา ชนชั้น ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นก่อตัวมาจากการใช้วาทกรรม (discourse) และปฏิบัติการต่าง ๆ ในสังคม (social practice) ที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวันของบุคคล เช่น การสนทนา การทักทาย การประกอบพิธีกรรม ฯลฯ บุคคลที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเดียวกันก็จะถูกยอมรับจากสมาชิกภายในชุมชนเดียวกันว่า "เป็นคนวงใน/เป็นคนในวัฒนธรรมเดียวกัน" (us) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนี้มีคุณสมบัติ 2 ด้านที่ตรงกันข้ามกันแต่ก็อยู่ด้วยกันเหมือน 2 ด้านของเหรียญเดียวกัน กล่าวคือ ในด้านหนึ่งจะมีลักษณะที่อยู่ยงคงกระพันไม่เปลี่ยนแปลง (enduring) แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีบางอย่างที่เปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนไปอยู่

ตลอดเวลา (changing)

(3.1.2) **ความสำคัญของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม**

ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาเรื่อง "เอกลักษณ์" กล่าวว่า เอกลักษณ์เป็นความต้องการของมนุษย์ที่จะไม่เหมือนคนอื่น และต้องการที่จะแตกต่าง (Need to be different) ซึ่งในแต่ละสังคม/แต่ละกลุ่มชน สมาชิกในกลุ่มนั้นอาจจะมีความต้องการนี้มากน้อยแตกต่างกันไป แต่ทว่าจะต้องมีอยู่บ้างอย่างแน่นอน ความต้องการนี้แสดงออกมาตั้งแต่**กระบวนการสร้าง** "เอกลักษณ์ส่วนตัว" ขึ้นมา เช่น เวลามีประชุมระดับนานาชาติ วันสุดท้ายของการประชุมมักจะมี cultural night ซึ่งคนแต่ละชาติซึ่งเคยแต่งตัวเหมือนกันทุกวันในระหว่างประชุม จะต้องแต่งกายประจำชาติในคืนพิเศษสุดท้ายเพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างกัน การสร้าง**ตัวบ่งชี้**ต่าง ๆ (indicators) ที่แสดงเอกลักษณ์ ซึ่งเรามักได้ยินคำกล่าวในชีวิตประจำวันอยู่เสมอว่า "เราเป็น**ผู้หญิงไทย**ต้องเดินเหิรให้เรียบร้อย กิริยามารยาทต้องนุ่มนวล ไม่กระโดกกระเดกแบบสาวฝรั่งมังค่า" ตัวบ่งชี้นี้จะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนเวลาเราต้องการจะทำแผ่นโปสเตอร์แสดง "ความเป็นไทย" ให้คนต่างชาติดู เราก็จะใช้สัญลักษณ์ "เรือสุพรรณหงส์ พระสงฆ์ในพุทธศาสนา ลายผ้าไหมไทย อาหารไทย/มวยไทย/รถตุ๊ก ๆ ฯลฯ"

(3.1.3) **บทบาทของเอกลักษณ์ต่อบุคคลและสังคม**

นักวัฒนธรรมนิยมบางสำนักมีแนวคิดพื้นฐานว่า เรื่องของ "วัฒนธรรม" เป็นเรื่องที่เกี่ยวพันกับ "อำนาจ" (power) เนื่องจากวัฒนธรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกับเรื่องเอกลักษณ์ของบุคคลหรือของสังคมนั้นเป็นแหล่งที่มาของอำนาจบางชนิด เช่น ความมั่นใจในตนเอง (self-confident) ความภาคภูมิใจและความรู้สึกมีศักดิ์ศรีในตนเอง ดังนั้น หากบุคคลหรือสังคมใดขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแล้ว ก็จะทำให้ขาดความมั่นใจ หมดความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นต้น ตัวอย่างในภาคปฏิบัติที่ยืนยันแนวคิดดังกล่าวก็เช่น เมื่อมีการจับกุมนักโทษไปเข้าคุก สิ่งแรกที่ต้องปฏิบัติก็คือ ต้องถอดเสื้อผ้าที่นักโทษสวมใส่ออกไป ซึ่งเท่ากับเป็นสัญลักษณ์ของการถอดเอาเอกลักษณ์ส่วนตัวออกไป การเลิกเรียกชื่อเฉพาะของนักโทษ และเปลี่ยนไปเรียกเป็น "หมายเลข" การกระทำทั้งหมดนี้ก็เพื่อลดทอนอำนาจ/ศักดิ์ศรี/ความมั่นใจในตัวนักโทษนั้นออกไปนั่นเอง

เรื่องเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนี้จะเข้ามาโยงใยไปถึงเรื่องการเปลี่ยนแปลงและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม โดยมีหลักการว่า บุคคลหรือสังคมที่ขาดเอกลักษณ์จะเกิดความรู้สึกไม่มั่นคงทางจิตใจหรือไม่มั่นคงทางวัฒนธรรม เมื่อนั้น จะเกิดอาการปฏิเสธไม่ยอม

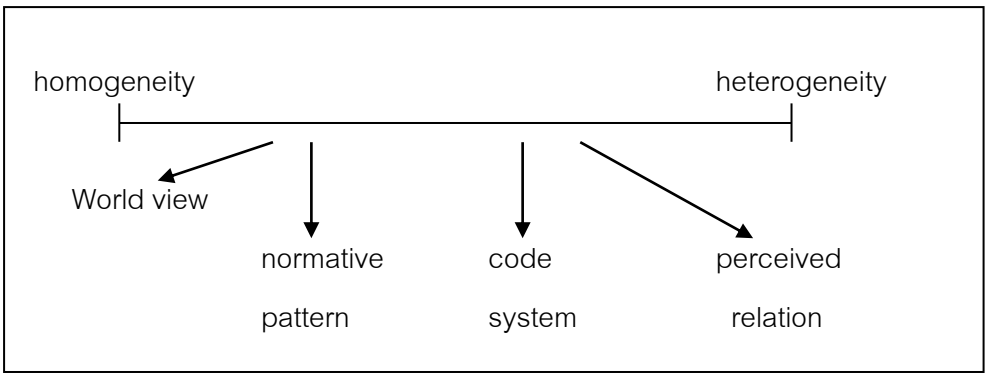
เปลี่ยนแปลงหรือไม่กล้าแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ หรือมีการแสดงความหวาดกลัว/หวาดวิตกในพลังอำนาจของวัฒนธรรมอื่น ๆ ทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนแล้วแต่เป็นอาการของการขาดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น

(3.1.4) เอกลักษณ์คือการต่อสู้ทางวัฒนธรรม

ในเรื่องเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นนอกจากจะเป็นเรื่องของ "ตัวบ่งชี้" ที่มีลักษณะเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม (cultural product) เช่น อาหารไทย รำไทย ฯลฯ แล้ว ยังเป็นเรื่องของ “กระบวนการทางวัฒนธรรม” (cultural process) เช่น การเก็บรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การรื้อฟื้น การทำนุบำรุงปฏิสังขรณ์ และแนวคิดใหม่ล่าสุดในเรื่องเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมก็คือ กระบวนการต่อสู้ในเรื่องเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ในส่วนนี้จะเชื่อมโยงกับแนวคิดกลุ่มย่อยอีกปีกหนึ่งของสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Wen Shu Lee (1998) ที่ศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมทางเพศของผู้หญิงจีนที่แสดงออกผ่านประเพณีการถูกรัดเท้าตั้งแต่เล็ก ๆ Wen Shu Lee สรุปว่า "ที่เท้าของผู้หญิงจีนนี้เองที่เป็นเวทีของการต่อสู้เรื่องเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้หญิงจีน กลุ่มผู้ชายจีน รวมทั้งกลุ่มนักล่าอาณานิคมต่างชาติ”

(3.1.5) เกณฑ์แบ่ง "เขา" และ "เรา"

เนื่องจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นเป็นองค์ประกอบที่บอกว่า "เราเป็นใคร" (we/us) และแตกต่างจาก "คนอื่น (they/them) อย่างไร แต่ในการแยก "เรา" แยก "เขา" นี้ Sarbaugh ตั้งข้อสังเกตว่า เส้นแบ่งแยกนั้นมิได้มีแต่เพียง**เส้นเดียว**/หรือจุดเดียว หากทว่ามีลักษณะเป็น "แถบ" ดังในภาพ



Sarbaugh (1988) อธิบายว่า ความรู้สึก "เป็นวัฒนธรรมเดียวกัน" นั้น อาจจะแล้วแต่รหัส/สัญญะที่เรากำลังใช้เป็นเกณฑ์แบ่ง เช่น ถ้าใช้รหัสเรื่อง "ภาษาไทย" คนที่พูด

ภาษาไทยทั้งหมดก็จะมีเอกลักษณ์ร่วมกัน แต่เมื่อใช้ "ความเป็นตะวันตก/ตะวันออก" เป็นเกณฑ์ขอบเขตของ "ความเป็นคนตะวันออกเหมือนกัน" ก็จะขยายออกไปถึงคนที่อยู่ในซีกโลกตะวันออกทั้งหมด เป็นต้น พร้อมกันนั้น Sarbaugh ได้เสนอตัวแปร 4 ตัวสำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม/หรือการพิจารณาเอกลักษณ์ของแต่ละวัฒนธรรม ดังนี้

(1) **โลกทัศน์** (worldview) โลกทัศน์เป็นชุดของความเชื่อที่เกี่ยวกับธรรมชาติของชีวิต เป้าหมายของชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับจักรวาล ฯลฯ เช่น คนพุทธมีโลกทัศน์ว่าชีวิตนั้นเป็นทุกข์ เป้าหมายของชีวิตคือการล่วงทุกข์ และมนุษย์เราเป็นเพื่อนร่วมเกิดแก่เจ็บตายกับสัตว์โลกอื่นๆ เป็นต้น

(2) **แบบแผนของบรรทัดฐาน** (normative pattern) เป็นแบบแผนที่วางแนวทางในการปฏิบัติของคนในกลุ่มว่า

- **ต้อง**ทำอย่างไรจึงจะเป็นคนดี/ต้อง**ไม่ทำอะไร**จึงจะเป็นคนดี
- **ควร**จะทำอย่างไร จึงจะเป็นคนดี/**ไม่ควรทำ**อะไรจึงจะเป็นคนดี
- **อาจจะ**ทำอย่างไร จึงจะเป็นคนดี

ระดับความเข้มงวดของแบบแผนนี้ในแต่ละวัฒนธรรมจะแตกต่างกันไป เช่น ข้อห้าม (taboo) บางข้อห้าม ในแต่ละวัฒนธรรมอาจเข้มงวดต่างกันดังนี้ เช่น เรื่องเพศ

- พูดได้ แต่อย่าทำ
- ทำได้ แต่อย่าพูด
- ต้องไม่พูด ต้องไม่ทำเลย

ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น ขั้นตอนของการสื่อสารจะเริ่มตั้งแต่**เรารับรู้**แบบแผนของบรรทัดฐานของวัฒนธรรมอื่นหรือเปล่า และหลังจากรับรู้แล้ว เรา**ยอมรับ**แบบแผนนั้นได้หรือเปล่า ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องนักเรียนต่างชาติ AFS ที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย และเริ่มรับรู้ว่าแบบแผนบรรทัดฐานของสังคมไทยนั้น จะถือว่า คนอายุ 16-17 ปีนั้น ยังเป็นเด็กอยู่และต้องเชื่อฟังผู้ใหญ่ แต่ทว่านักเรียนต่างชาติที่เป็นชาวตะวันตกมีบรรทัดฐานว่าอายุระดับนั้นถือว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว และตัดสินใจได้เอง (ธิดารัตน์, 2541)

(3) **ระบบรหัส** (code system) รหัสเป็นแบบแผน/กฎทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับทุกอย่างที่มีความหมาย (meaning) ไม่ว่าจะเป็นวจนภาษา อวจนภาษา สถานที่ กาลเวลา โครงสร้างสังคม ฯลฯ ตัวแปรนี้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารโดยตรง

(4) **ความสัมพันธ์ที่บุคคลได้รับรู้** (Perceived relation) ความสัมพันธ์ที่บุคคลรับรู้อาจจะมีหลายมิติ เช่น

- เป้าหมายของแต่ละวัฒนธรรมนั้นไปด้วยกันได้ไหม เช่น ประเทศต่าง ๆ ในเอเชียมีค่านิยมความเคารพต่อผู้อาวุโสคล้าย ๆ กัน หรือรักพี่น้องเพื่อนฝูงคล้ายๆกัน จึงกลายมาเป็นเอกลักษณ์ของ "ค่านิยมแบบเอเชีย" (Asian Values)
- เกี่ยวกับลำดับชั้นของความสัมพันธ์นั้น เช่น ความแตกต่างระหว่างประเทศที่เป็นเจ้าของอาณานิคมกับประเทศที่ตกเป็นอาณานิคม
- ความรู้สึกบวก-ลบกับ "ผู้อื่น" (alien) ตัวอย่างนี้จะเห็นได้ชัดเจนจากภาพยนตร์ประเภท Sci-fi ที่แสดงทัศนะแบบบวกและลบที่มีต่อมนุษย์ต่างดาว

ในกรณีงานศึกษาของไทย ธงชัย วินิจจะกูล (2539) ได้ศึกษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยในช่วงก่อนรับอิทธิพลจากตะวันตก โดยใช้ตัวแบบแบบแบ่งแยกเป็น 2 ขั้ว (Dichotomy/binary opposition) เพื่อเทียบให้เห็นเอกลักษณ์ของไทยและของตะวันตก ดังนี้

ไทย	**ตะวันตก**
ศาสนา	**วิทยาศาสตร์**
โลกทางธรรม (Sacred) จิตวิญญาณ ศีลธรรม	โลกียะ (Secular) วัตถุ เทคโนโลยี
ประเพณี ไทย เอกลักษณ์เฉพาะตัวของไทย สังคมไทย	ความทันสมัย ตะวันตก ความเป็นสากล สังคมโลก
สาธารณสุข มิติที่แสดงออก ⟶ การเมือง ⟵ เศรษฐกิจ	
องค์ความรู้ ความเป็นไทย/วัฒนธรรมไทย	องค์ความรู้ ความเจริญก้าวหน้า/การพัฒนา

(3.2) การศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรม

แนวทางของกลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นจะเป็นการศึกษาหน่วยย่อย ๆ ของวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อนำมาเปรียบเทียบหรือเพื่อทำความเข้าใจ/แลกเปลี่ยนกับอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ในที่นี้จะยกตัวอย่างหน่วยย่อย ๆ ที่กลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมักจะศึกษาดังนี้

(3.2.1) **ระบบการสื่อสารแบบวจนภาษา** (Verbal communication system) ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ภาษามีบทบาทเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญมากในการกำหนดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสร้างความแตกต่างจากผู้อื่น ดังที่ภาษิตไทยกล่าวว่า "สำเนียงบอกภาษา กิริยาส่อตระกูล" นี้จึงทำให้เข้าใจได้ว่า ในการตกเป็นอาณานิคมนั้น วิธีการทำลายเอกลักษณ์ของชาติที่ตกเป็นอาณานิคมจึงต้องทำลายภาษาเดิมของชาตินั้นเสียก่อน เช่นเดียวกับกระบวนการรื้อฟื้นและธำรงรักษาวัฒนธรรมของชาตินั้น ๆ ก็ต้องรื้อฟื้นและรักษาภาษาประจำชาติเอาไว้ (เช่นกรณีการรื้อฟื้นภาษาตากาล้อกของฟิลิปปินส์)

สำหรับปรากฏการณ์เรื่องภาษากับวัฒนธรรมในปัจจุบันนั้น มีอยู่หลายแง่มุม เช่น

- ในประเทศเดียวกัน มีการพูดหลายภาษา เช่น สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ หรือมีทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่น
- ในหลาย ๆ ประเทศที่พูดภาษาเดียวกัน เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส
- ในกรณีของการใช้คำ ๆ เดียวกัน อาจจะหมายความถึงสิ่งเดียวกัน หรือใช้คำเดียวกัน แต่หมายถึงคนละสิ่ง หรือใช้คำหลายคำแต่หมายถึงสิ่งเดียวกัน เช่นกรณีของการโฆษณาระดับสากล ชิ้นงานโฆษณากระดาษเช็ดปากที่ประสบความสำเร็จมากในอเมริกาที่ใช้คำว่า "napkin" กลับไม่มีความหมายเลยในประเทศอังกฤษที่ใช้คำว่า "diaper" เป็นต้น

แนวทางของนักภาษาศาสตร์ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นอาจจะเริ่มตั้งแต่การติดตาม "คำ" ที่ถูกนำไปใช้ในวัฒนธรรมต่าง ๆ ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เช่น คำว่า "Peau" ในภาษาฝรั่งเศส ซึ่งแปลว่า "เนื้อ" ได้กลายมาเป็นคำว่า "โป๊" ในภาษาไทยได้อย่างไร หรืออาจจะสนใจการเดินทางข้ามพรมแดนจากภาษาในวัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง ซึ่งรู้จักกันในเรื่องของการแปล ในวงการสื่อสารมวลชน มีความสนใจศึกษากระบวนการแปลชื่อของภาพยนตร์ตะวันตกมาเป็นไทย (เช่น The Seven Magnificants มาเป็น "เจ็ดสิงห์แดนเสือ") brandname ถ้อยคำโฆษณา เป็นต้น

สำหรับแนวทางการศึกษาที่ต่อยอดมาจากนักภาษาศาสตร์อีกแนวทางหนึ่งคือ กลุ่มสังคมภาษาศาสตร์ (Socio-linguistic) นักวิชาการกลุ่มนี้สนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับสังคม/วัฒนธรรม เช่น A. Meletzke (1976) เสนอว่า จากการศึกษา "ภาษา" จะช่วยให้เรามองส่องทะลุเข้าไปเห็นถึงโลกทัศน์ ความปรารถนา ความคาดหวัง แรงจูงใจ ความวิตกกังวล ฯลฯ ของกลุ่มคนที่ใช้ภาษานั้น ๆ วัตถุดิบที่ศึกษาได้คือ **คำศัพท์** ตัวอย่างที่ยกมาประกอบก็คือ ในภาษาเอสกิโมมีคำว่า "หิมะ" ถึง 50 คำ ทั้งนี้เพราะ "หิมะ" เป็นแกนกลางหัวใจของวัฒนธรรมของเอสกิโม

เช่นเดียวกับภาษาอาหรับมีคำที่เกี่ยวกับ "อูฐ" ถึง 100 คำ (ในกรณีของไทยก็มีคำที่เกี่ยวกับ "หน้า" และ "ใจ" นับเป็นร้อย ๆ เช่นเดียวกัน)

Sapir (1921) - Whorf (1956) ได้สานต่อทัศนะของนักสังคม-ภาษาศาสตร์ออกไปอีกว่า ภาษาไม่ได้เป็นเพียง**เครื่องมือแสดง**ความคิดอย่างที่เรามักเข้าใจกันเท่านั้น หากทว่าภาษายังเป็น**ตัววาง/ปั้น**รูปแบบความคิดของเราอีกด้วย (แนวทางนี้มักถูกเรียกว่า Linguistic Determinism) ซึ่งหมายความว่า หากเราสอนคนให้ "พูดภาษาต่างกัน" ในไม่ช้า เขาจะ "คิดต่างกัน" ตัวอย่างเช่น คนไทยยุคที่ถูกสอนให้พูดคำว่า "ไม่เป็นไร" จนติดปาก กับคนไทยรุ่นที่ถูกสอนให้พูดว่า "มองหน้ามีอะไรอ๊ะปล่าว" ในไม่ช้า คนทั้ง 2 รุ่นจะมีระบบคิดต่อคน/สังคม/โลกที่แตกต่างกัน Sapir-Whorf ได้ยกตัวอย่างภาษาของชนเผ่า Hopi ที่ไม่มีคำที่แสดงกาลเวลา ดังนั้นคำว่า "wari" ในภาษา Hopi จึงแปลว่า "กำลังวิ่ง" หรือ "วิ่งไปแล้ว" ก็ได้ การใช้ภาษาดังกล่าวมีผลถึงวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้เวลา (การประหยัดเวลา/การให้ความสำคัญกับการนัดหมาย/หน่วยกำหนดเวลา ฯลฯ) ซึ่งจะแตกต่างไปจากวัฒนธรรมของภาษาอังกฤษอย่างแน่นอน

ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมทางภาษาอีกประการหนึ่งที่โยงใยกับด้านสังคมก็คือ "ระดับของความเป็นทางการ" (Level of Formality) ตัวอย่างเช่น ภาษาญี่ปุ่นจะมีการเลือกใช้ถ้อยคำที่แตกต่างกันอย่างมากตามเพศและสถานะของบุคคลที่สนทนาด้วย เช่นเดียวกับภาษาไทยที่มีคำสรรพนามนับเป็นสิบ ๆ คำที่ใช้แทนบุรุษที่หนึ่ง ในขณะที่ภาษาอังกฤษมีเพียงคำเดียว ซึ่งหมายความว่าวัฒนธรรมไทยหรือญี่ปุ่นมีระดับของความเป็นทางการในการใช้ภาษาสูงกว่าวัฒนธรรมอังกฤษ

(3.2.2) **ระบบการสื่อสารแบบอวจนภาษา** (Non-Verbal communication system) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีเพียง 20% เท่านั้นที่เป็นการใช้ภาษา ที่เหลืออีก 80% จะเป็นการสื่อสารแบบอวจนภาษาทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการพยักหน้า โบกมือ ยิ้ม ขยับตัวออกห่าง ฯลฯ มีผู้แบ่งประเภทของระบบการสื่อสารแบบอวจนภาษาเอาไว้ถึง 24 หมวดหมู่ เช่น การแสดงสีหน้า การประสานสายตา การจ้อง การเคลื่อนไหวร่างกาย การสัมผัส การดมกลิ่น การใช้ระยะห่าง สัญลักษณ์ทางเวลา/สถานที่ การปรากฏตัว/การแต่งกาย/สัญลักษณ์ของสี/ความเงียบ ฯลฯ

เมื่อเปรียบเทียบกับระบบการสื่อสารแบบวจนภาษาแล้ว เป็นที่น่าแปลกใจว่าการสื่อสารแบบอวจนภาษามีลักษณะ "ความเป็นสากล" (Universality) น้อยกว่ามาก เช่น เมื่อเราเรียนภาษาที่สองนั้น เรายังสามารถจะถ่ายทอดเอาระบบย่อยบางอย่างจากภาษาเดิมไปใช้ในภาษาใหม่ เช่น “คำ” ประกอบด้วยการผสมพยัญชนะและสระ “ประโยค” ประกอบด้วยคำที่มี

หน้าที่ต่าง ๆ กัน ฯลฯ แต่ทว่าในระบบอวจนภาษานั้น เราแทบจะไม่สามารถหาจุดร่วมระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ได้เลย ตัวอย่างเช่น การเอานิ้วโป้งจรดกับนิ้วชี้เป็นวงกลม ในอเมริกาหมายความว่า "เรียบร้อย (OK)" ในฝรั่งเศสแปลว่า "ไร้ค่า/ไม่มีความหมาย" ในญี่ปุ่นแปลว่า "เต็มใจจะจ่ายเงิน" เป็นต้น เนื่องจากการขาดลักษณะที่เป็นสากล ทำให้เกิดปัญหาความไม่เข้าใจทางวัฒนธรรมได้โดยง่าย และน่าสังเกตว่าในการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์และภาพยนตร์นั้นต้องใช้การสื่อสารแบบอวจนภาษาเป็นอย่างมาก

การสื่อสารแบบอวจนภาษานั้นทำหน้าที่หลายอย่างต่อการสื่อสารทั้งหมด เช่น

- ทำหน้าที่ส่งข่าวสารที่เกี่ยวกับทัศนคติและอารมณ์ความรู้สึก เช่น เมื่อมีการสัมภาษณ์พี่น้องของผู้โดยสารที่เสียชีวิตเนื่องจากเครื่องบินตกในข่าวโทรทัศน์นั้น แม้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จะไม่ได้พูดอะไรเลย แต่อากัปกิริยาการร้องไห้ก็สามารถส่งข่าวสารทั้งหมดได้อย่างดี
- ทำหน้าที่อธิบายความหมายเพิ่มเติมจากวจนภาษา เช่น เมื่อเวลาที่มีการเลือกตั้งหาเสียงของนักการเมือง นอกจากถ้อยคำที่ใช้หาเสียงแล้ว วิธีการกระแทกเสียง การแสดงสีหน้า การแสดงอากัปกิริยาล้วนแล้วแต่ช่วย "ขยายความ" ถ้อยคำทั้งสิ้น ในละครประเภท sit-com ของอเมริกันใช้อวจนภาษาประกอบถ้อยคำอย่างมาก
- ช่วยควบคุมการสื่อสารระหว่างคู่ของการสื่อสาร เมื่อเรากำลังพูดอยู่กับใครคนหนึ่ง หากเขาหันหลังให้เรา ก็เป็นการแสดงว่า เขาต้องการยุติการสื่อสาร หรือเมื่อบรรณารักษ์ในห้องสมุดชี้มือไปที่ป้าย "ห้ามพูดคุยในห้องสมุด" ให้กลุ่มนักศึกษาที่กำลังคุยกันอยู่ดูตาม นี่ก็เป็นการควบคุมการสื่อสารของนักศึกษากลุ่มนั้น

ตัวอย่างของการสื่อสารแบบอวนจภาษา

- **การสัมผัส** ในแต่ละสังคม จะให้ความหมายกับวิธีการสัมผัสแบบต่าง ๆ เช่น ในสังคมตะวันตก การจูบหน้าผากกับการจูบปากมีความหมายที่แตกต่างกัน ในสังคมอเมริกันใช้การสัมผัสมือเป็นการทักทาย แต่ในสังคมฝรั่งเศสใช้การกอดกันและจูบแก้มซ้ายขวา ในสังคมไทยผู้ใหญ่อาจตบไหล่แสดงความหมายปลอบใจผู้น้อยได้ แต่ผู้น้อยจะใช้สัญญะดังกล่าวกับผู้ใหญ่ไม่ได้ เป็นต้น ในการศึกษาเรื่องการสัมผัส E.T. Hall (1959) แบ่งสังคมออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภท High touch (เน้นการสัมผัสกัน) และ Low touch (ไม่เน้น/ห้ามการสัมผัสกัน) เคยมีกรณีตัวอย่างโฆษณาขายน้ำยาบ้วนปากจากอเมริกันที่แสดงภาพหญิงชายจูบกันในที่สาธารณะ (แสดงว่าปากสะอาด) แต่เมื่อนำภาพโฆษณาดังกล่าวมาใช้ในเมืองไทยที่เป็นสังคม Low touch โฆษณาชิ้นนี้กลับไม่ได้รับการต้อนรับจากคนไทยเพราะวัฒนธรรมไทยห้ามการสัมผัสกันอย่างใกล้ชิดระหว่างหญิงชายในที่สาธารณะ

● **การใช้สถานที่** (Space usage) ในแต่ละสังคมมีการกำหนดความหมายของแต่ละสถานที่เอาไว้ต่าง ๆ กัน ตัวอย่างเช่น ห้องนอนสำหรับสังคมตะวันตกจะเป็นห้องส่วนตัวมากๆ แม้แต่คนในครอบครัวเดียวกันจะเข้าไปก็ต้องขออนุญาตเจ้าของห้อง Hall ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างคนอเมริกันและคนญี่ปุ่นว่า คนอเมริกันทนความใกล้ชิดระดับเบียดกันในรถไฟใต้ดินไม่ค่อยได้ ในขณะที่คนญี่ปุ่นคุ้นเคยกับความใกล้ชิดระดับเบียดชิดกันดังกล่าว เป็นต้น

● **สัญลักษณ์ของเวลา** (Time Symbolic) Hall แบ่งแบบแผนของสัญลักษณ์ของเวลาออกเป็น 2 แบบแผนใหญ่ ๆ คือ

♦ วัฒนธรรมของเวลาแบบ Monochronic (M-time) ในวัฒนธรรมแบบนี้ ภายในช่วงเวลาหนึ่งคนจะสนใจหรือจะทำกิจกรรมอะไรทีละอย่าง จะให้ความสำคัญกับเวลา การนัดหมาย การทำตารางเวลา และเป็นกังวลกับเวลา Hall กล่าวว่า วัฒนธรรมเช่นนี้เกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมในอังกฤษที่สร้างวัฒนธรรมที่เข้มงวดกับเวลา

♦ วัฒนธรรมของเวลาแบบ Polychronic (P-time) ในวัฒนธรรมแบบนี้ คนจะให้ความสนใจหรือทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียว คนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเวลา ไม่ค่อยเข้มงวดกับการนัดหมายและการตรงต่อเวลา ฯลฯ เคยมีกรณีตัวอย่างภาพยนตร์โฆษณาที่ทำในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบ M-time แล้วไปฉายในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบ P-time ที่มีเนื้อหาว่า ภรรยาตะโกนบอกสามีให้โทรศัพท์ไปบอกเจ้าของบ้านที่เชิญตนเองไปรับประทานอาหารเย็นว่าจะไป "สายสัก 20 นาที" ปรากฏว่า คนดูในวัฒนธรรม P-time ไม่เข้าใจเลยว่า ทำไมจะต้องโทรศัพท์ไปบอกก่อน เป็นต้น

สำหรับเรื่องการสื่อสารแบบอวจนภาษาระหว่างวัฒนธรรมนี้ น่าสนใจว่า เมื่อมีผลผลิตทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณาที่สร้างมาจากวัฒนธรรมหนึ่ง และถูกนำไปฉายในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ผู้ชมมีความคิดเห็น/ความรู้สึก/ทัศนคติต่อผลผลิตทางวัฒนธรรมนั้นอย่างไรบ้าง

(3.2.3) **ระบบค่านิยม** (Value system) E.C. Steward (1972) ได้ให้คำนิยามคำว่า "ค่านิยม" เอาไว้ว่า ค่านิยมเป็นภาพตัวแทน (representation) ที่เราเรียนรู้กฎในการตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ รอบตัว และเลือกวิธีการในการแก้ปัญหา ตัวอย่างเช่น เมื่อคนอเมริกันมายืนรอรถเมล์ในกรุงเทพ คนอเมริกันจะพกพาเอาค่านิยมในการเข้าคิวติดตัวมาด้วย และจะทะเลาะเบาะแว้งกับคนไทยที่แซงคิว (สังคมไทยยังไม่มีค่านิยมเรื่องการเข้าคิวอย่างเข้มงวด) ในทางตรงกันข้าม เมื่อมีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันในห้องเรียน นักเรียนไทยเลือกที่จะเงียบไม่โต้แย้ง แต่ทว่านักเรียนฝรั่งเศส

จะเถียงครูไม่ยอมหยุด เพราะค่านิยมที่แตกต่างกันระหว่าง 2 วัฒนธรรม

M. Rokeach (1973) ได้จัดแบ่งแบบแผนของค่านิยมในแต่ละวัฒนธรรมออกเป็น 2 ชุดใหญ่ ๆ โดยที่แต่ละสังคมอาจจะเลือกผสมผสานระหว่างองค์ประกอบย่อย ๆ ของแบบแผนดังกล่าวนี้

- Terminal value เป็นค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลในเชิงสังคม (เช่น ความรัก-ความผูกพัน)
- Instrumental value เป็นค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความพึงพอใจในด้านความสำเร็จ

Terminal	Instrumental
● ชีวิตที่สุขสบาย	● ความทะเยอทะยานในชีวิต (ทำงานหนัก)
● ชีวิตที่ตื่นเต้นสนุกสนาน	● ความใจกว้าง หูกว้างตากว้าง
● ความพอใจในสิ่งที่ตนเองมี	● การมีประสิทธิภาพ ก้าวไปข้างหน้า
● โลกแห่งสันติสุข	● โลกที่สนุกสนาน
● โลกแห่งความงดงาม	● ความสะดวก
● ความเป็นพี่น้อง	● ความกล้าหาญผจญภัย
● ครอบครัว	● การให้อภัย
● เสรีภาพ (ส่วนตัว)	● การช่วยเหลือกันในกลุ่ม
ฯลฯ	ฯลฯ

(3.2.4) ระบบศาสนา/ศีลธรรม/มาตรฐานทางจริยธรรม

R. Bartels (1982) ตั้งข้อสังเกตว่า วัฒนธรรมของแต่ละชาตินั้นล้วนมีรากฐานมาจากความเชื่อและปรัชญาทางศาสนา การทำความเข้าใจวัฒนธรรมแต่ละแห่ง จึงเป็นไปไม่ได้เลยหากไม่ได้ศึกษาหลักของแต่ละศาสนา ศาสนาเป็นสถาบันที่วางแบบแผนชีวิตทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เอาไว้มากมาย เช่น

(i) การรับรู้บทบาทของแต่ละบุคคล (Role perception) ตัวอย่างเช่น คำสอนเรื่องทิศหกของพุทธศาสนา

(ii) วางแบบแผนพฤติกรรม (Behavior pattern) เช่น ชาวคริสต์จะต้องไปโบสถ์ทุกวันอาทิตย์

(iii) กำหนดกฎของจริยธรรม (Code of ethic) เช่น ศีลห้าในพุทธศาสนา คำสอนให้รักกันในคริสตศาสนา

(iv) กำหนดการกระทำของแต่ละสถาบัน (Institution manner) เช่น คำสอนเรื่องทศพิธราชธรรมในพุทธศาสนา

เนื่องจากศาสนาในแต่ละวัฒนธรรมมีหลักการที่แตกต่างกัน นี้จึงเป็นกำแพงด่านแรกในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น

- พุทธศาสนาถือว่า การยึดติดกับหรือการสะสมวัตถุเป็นกิเลสทำให้เกิดความทุกข์
- โปรเตสแต้นท์ ถือว่า ความมั่งคั่งทางวัตถุที่เป็นผลมาจากการทำงาน

หนักอันเป็นพระประสงค์และการอวยพรของพระเจ้า

- เนื่องจากศาสนาอิสลามห้ามกินหมู ดังนั้น โฆษณาขายตู้เย็นที่มักจะแสดงภาพมีของกินอยู่มากมายในตู้เย็นที่จุได้อย่างมหาศาล รวมทั้งมีหมูแฮมอยู่ด้วย จึงแพร่ภาพไม่ได้ในประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม
- แต่ละศาสนา มีท่าทีต่อผู้หญิง/ผู้ชายแตกต่างกัน เช่น การรวม/แยกกันในระหว่างทำพิธี การอนุญาตให้นำเอาคำด้านศาสนามาใช้ในโอกาสต่าง ๆ เช่น ข่าวโทรทัศน์ของไทยสามารถจะนำพุทธวจนะมาใช้ได้ เป็นต้น

(3.2.5) **วัฒนธรรมด้านการสื่อสาร**

มีจุดร่วมและจุดต่างหลายๆ ประการระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ในเรื่องการสื่อสาร ในที่นี้จะยกตัวอย่าง 2 แนวคิดที่ E.T. Hall ได้เสนอเอาไว้คือ Primary Message System และ Communication Content

(ก) Primary Message System E.T. Hall เสนอว่า ในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์นั้น จะมีกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการสื่อสารที่เขาจัดหมวดหมู่ไว้ 10 ประเภท (Cultural rules of human activities) กฎเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นแบบแผนทางวัฒนธรรมสำหรับให้คนในกลุ่มวัฒนธรรมนั้นสามารถเดินทางด้านการติดต่อสื่อสารกันได้ เกณฑ์ทั้ง 10 ประเภทมีดังนี้

(1) interaction เป็นวิธีการติดต่อกับสภาพแวดล้อมด้วยแบบวิถีต่าง ๆ (mode) เช่น พูด เขียน ฟัง
(2) association เป็นเรื่องเกี่ยวกับโครงสร้างของกลุ่ม/สังคม
(3) subsistence เป็นกิจกรรมที่ปัจเจก/กลุ่มใช้ดำรงชีวิต
(4) bisexuality เป็นบทบาท/หน้าที่ตามเพศ
(5) territoriality เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของ การใช้ การปกป้องพื้นที่ (เช่นที่ดิน)
(6) temporarity เป็นเรื่องการแบ่ง/การจัดสรรเวลา เพื่อใช้ทำกิจกรรมต่างๆ
(7) learning แบบแผนการถ่ายทอดความรู้
(8) play กระบวนการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ
(9) defense เป็นวิธีการที่ใช้ปกป้องตนเองจากธรรมชาติ/และจากคนด้วยกัน
(10) exploitation เป็นการใช้ทักษะและเทคโนโลยีในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์

(ข) Communication context เมื่อใช้แนวคิดเรื่อง "บทบาทของบริบท" ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารมากหรือน้อย E.T. Hall ได้แบ่งวัฒนธรรมการสื่อสารออกเป็น 2 แบบคือ

- Low context ในกลุ่มวัฒนธรรมนี้ จะถือว่า การสื่อสาร/ความหมายนั้นอยู่ในประโยค/ถ้อยคำอยู่แล้ว ตัวบุคคลที่ส่ง/รับสารไม่เกี่ยวข้อง รหัส (code) จะอยู่นอกตัวบุคคล (ใครพูดก็เหมือนกัน) ดังนั้น ความสำคัญจึงอยู่ที่ตัวภาษา ซึ่งต้องพูดให้ชัดเจน พูดให้ตรงเป้า และไม่คลุมเครือ ตัวอย่างของประโยค Low context ที่ชัดเจนที่สุดได้แก่ ป้ายที่ปักไว้หน้าสถานที่บางแห่งว่า "ห้ามเข้า" ซึ่งไม่ว่าใครจะเป็นคนเขียน หรือใครจะเป็นคนอ่าน ก็จะเข้าใจเหมือนกันหมด และประโยคนี้ก็มีความหมายที่กระชับรัดกุมและชัดเจนที่สุด

- High context กลุ่มวัฒนธรรมนี้ถือว่า ภาษาหรือถ้อยคำเป็นเพียง**ส่วนเสี้ยว**เดียวเท่านั้นของข่าวสารทั้งหมด ทั้งนี้เพราะความหมายจากข่าวสารนั้นจะตีความได้ต้องอาศัย**บริบททั้งหมด** (อาจจะเป็นอวจนภาษา สถานที่ โอกาส ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล) กลุ่ม High context จะถือว่า ข่าวสารอยู่ในตัวบุคคล จึงใช้รหัสเดียวกันทั้งหมดไม่ได้ เช่น "การด่าว่า" ถ้าเป็น "การด่าว่า" ที่มาจาก**พรรคการเมืองตรงกันข้าม** ก็จะมีความหมายอย่างหนึ่ง แต่ถ้าเป็น “การด่าว่า” แบบเดียวกัน แต่มาจาก**พ่อแม่**ก็จะมีความหมายอีกอย่างหนึ่ง

จากเกณฑ์เรื่อง Low/High context นี้ E.T. Hall ได้นำเอามาเปรียบเทียบสังคมแต่ละสังคมที่มีระดับ Low/High context ไม่เท่ากัน และได้ทำตารางแสดงเปรียบเทียบประเทศต่าง ๆ เอาไว้ดังนี้

- Low context

จากแผนที่ดังกล่าวได้มีผู้นำไปศึกษาเปรียบเทียบชิ้นงานโฆษณาระหว่างประเทศที่มี High context เช่น ญี่ปุ่น และ Low context เช่น อเมริกา และพบว่า โฆษณาของแต่ละประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกันตามบริบททางการสื่อสาร กล่าวคือ

- ญี่ปุ่น เมื่อจะเขียนคำโฆษณา จะต้องใช้วิจารณญานมาก (intuitive) มีลักษณะอัตวิสัยสูง (คำนึงถึงผู้อ่านว่าเป็นใครบ้าง) ต้องพูดกับตัวบุคคล เพราะฉะนั้นลักษณะการใช้ภาษาจะกระตุ้นอารมณ์สร้างความรู้สึกพอใจให้เกิดกับผู้อ่าน/ผู้ฟัง สร้างบรรยากาศที่มีความสุข
- อเมริกา จะอธิบายด้วยตรรกะ ใช้เหตุผล ใช้ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ เน้นการให้ข้อมูลอย่างเป็นระบบ อธิบายกระบวนการขั้นตอนอย่างละเอียด

(3.2.6) การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ

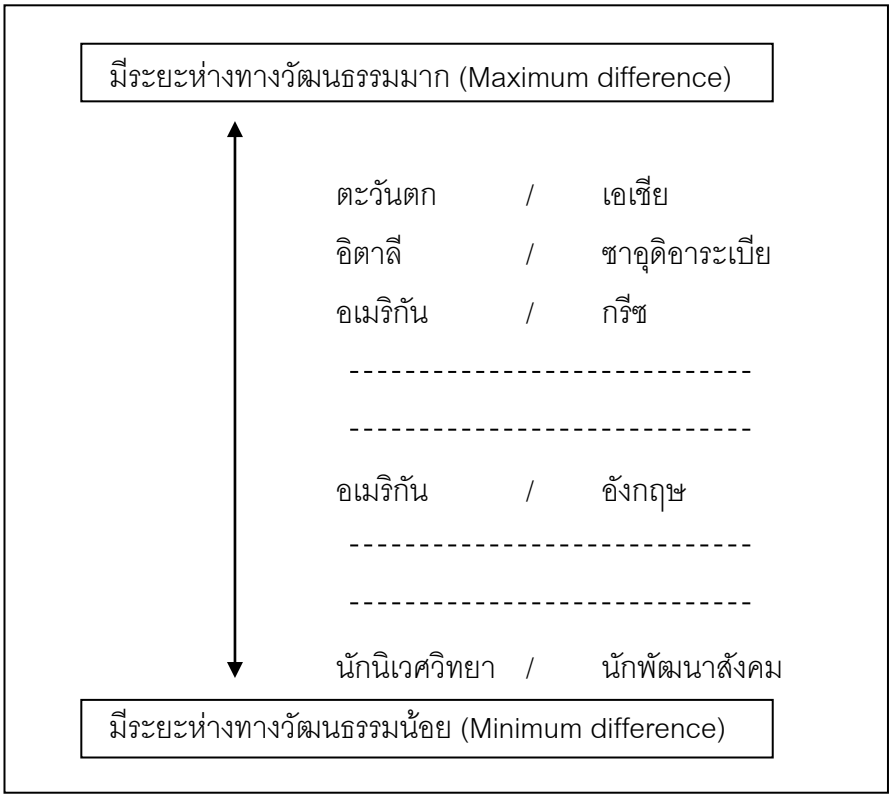
ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แนวทางของกลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นเริ่มต้นจากแนวคิดที่ว่า ทุกวัฒนธรรมจะมีทั้ง "จุดร่วม" และ "จุดต่าง" กัน ดังนั้น หากเราทำความเข้าใจเรียนรู้ทั้งจุดร่วมและจุดต่างดังกล่าว เราก็สามารถจะพัฒนาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างวัฒนธรรมได้ดีขึ้น ในที่นี้จะยกตัวอย่างการศึกษาจุดร่วมและจุดต่างระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ

- **Cultural Universals** G. Murdock (1945) พบว่าในทุกวัฒนธรรมจะมีหัวข้อทางวัฒนธรรมเหล่านี้บรรจุอยู่เป็นองค์ประกอบย่อยของวัฒนธรรม ซึ่งอาจถือได้ว่า องค์ประกอบย่อยเหล่านี้มีลักษณะเป็นสากลร่วมของทุกวัฒนธรรม คือ การกีฬา การประดับร่างกาย การทำปฏิทิน การเกี้ยวพาราสีระหว่างหนุ่มสาว การศึกษา ครอบครัว นิทานพื้นบ้าน พิธีทำศพ การให้ของขวัญ ข้อห้ามการมีความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างพี่น้อง (incest taboo) เรื่องเล่าตลก การควบคุมอารมณ์ การใช้ยา เป็นต้น
- **การเปรียบเทียบระยะห่างทางวัฒนธรรม** ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั้งในระดับสังคม ระดับวัฒนธรรมกลุ่มย่อย (subculture) อาจจะมีจุดร่วมและจุดต่างระหว่างกันมากน้อยแตกต่างกันไป ที่เรียกว่า "ระยะห่างทางวัฒนธรรม" ดังนั้น เมื่อนำเกณฑ์ต่าง ๆ 8 เกณฑ์ดังต่อไปนี้ไปวัดวัฒนธรรมของสังคม/กลุ่มย่อยต่าง ๆ ก็จะพบระยะห่างทางวัฒนธรรมระหว่างวัฒนธรรมเหล่านั้น

เกณฑ์ทั้ง 8 เกณฑ์ที่ใช้วัดได้แก่

- ลักษณะทางกายภาพ เช่น รูปร่างของบุคคล ขนาดของประเทศ

- ศาสนา/ปรัชญา
- ระบบเศรษฐกิจ
- ทัศนคติทางสังคม
- ภาษา
- มรดกทางวัฒนธรรม
- แนวคิดต่อตนเองและโลก
- เทคโนโลยี



ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมอเมริกันกับวัฒนธรรมเยอรมัน หากพิจารณาจากเกณฑ์ทางกายภาพแล้ว จะพบว่า รูปร่างหน้าตาของผู้คนคล้ายคลึงกัน เมื่อเทียบศาสนาและปรัชญาจะพบว่ามีรากฐานร่วมกันจากปรัชญากรีก และศาสนายิว-โปรเตสแต้นท์ ส่วนที่ต่างกันก็คือ ระบบเศรษฐกิจ-การเมือง ทัศนคติทางสังคม เยอรมันค่อนข้างเน้นความเป็นทางการ ในขณะที่อเมริกันเน้นความเป็นกันเองไม่มีพิธีรีตอง (informal) และหากถามถึงแนวคิดต่อตนเองและต่อเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 แล้ว ก็จะพบระยะห่างทางวัฒนธรรมอย่างมาก (ในกรณีของ

ผลงานสื่อมวลชน สนใจโปรดดูตัวอย่างงานศึกษาของ สิริวรรณ, 2532)

(3.3) การเปลี่ยนแปลง/การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

เราได้กล่าวมาตั้งแต่เมื่อเริ่มพูดถึงคำว่า "วัฒนธรรม" แล้วว่า คุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมคือ "การเปลี่ยนแปลง" (change) หรือ "การปรับตัว" (adaption) คุณลักษณะนี้เป็นเครื่องรับประกันอายุที่ยืนยาวของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ได้เคยมี กำลังมี และจะมีวัฒนธรรมอีกจำนวนมากมายที่เกิดขึ้น แต่คงจะมีแต่วัฒนธรรมที่มีความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมเท่านั้นที่จะดำรงอยู่ได้ในปัจจุบันและอนาคต

(3.3.1) รูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนั้นอาจเกิดขึ้นได้ใน 3 รูปแบบคือ

(i) Innovation เป็นกรณีที่เกิดการค้นพบใหม่ ๆ ขึ้นในสังคม-วัฒนธรรมนั้นเอง เช่น การค้นพบเชื้อโรคของหลุยส์ ปาสเตอร์ในฝรั่งเศส ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการรักษาโรคทั้งระบบ ตามปกติเนื่องจากในด้านหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นเรื่องของ "ความเคยชิน/นิสัย" (habit) ดังนั้น เมื่อเกิดนวัตกรรมขึ้นมาในสังคม ก็มักจะมีคนที่กลัวการเปลี่ยนแปลงและจะต่อต้าน อัตราการต่อต้านจะมากหรือน้อยมักขึ้นอยู่กับทัศนคติทางสังคมที่คนในวัฒนธรรมนั้นมีต่อการเปลี่ยนแปลงดังที่ได้กล่าวมานั้น

(ii) Cultural Diffusion กรณีนี้เป็นหัวข้อที่กลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้ความสนใจ คือการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมหนึ่งอันเนื่องมาจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากสังคมอื่น หรือการหยิบยืมวัฒนธรรมจากสังคมอื่นที่ได้มีโอกาสพบปะกันทางวัฒนธรรมมาใช้ในสังคมของเรา เช่น เมื่อสังคมไทยในอดีตหยิบยืมเทคโนโลยีเรื่องการถ่ายภาพมาจากตะวันตกเมื่อครั้งรัชกาลที่ 4 การปรับปรุงวัฒนธรรมของตนเองเพื่อให้มีอายุยืนยาวนี้เป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นอย่างมากและเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา และมีรูปแบบหลาย ๆ รูปแบบ (ดูรายละเอียดในกรณีสังคมไทยต่อไป)

โดยส่วนใหญ่ กระบวนการรับการแพร่กระจายวัฒนธรรมจากสังคมอื่นนี้มักจะมีลักษณะเลือกรับ (selective) กล่าวคือ มักจะเลือกแต่เฉพาะส่วนประกอบที่เข้ากับค่านิยมและความเชื่อในสังคมของตนเอง (ข้อความนี้กล่าวบนเงื่อนไขที่สังคมนั้นมีอำนาจที่เสมอภาคเท่าเทียมกับเจ้าของวัฒนธรรมที่แพร่กระจาย) ตัวอย่างเช่น การรับประทานอาหารประเภทจานด่วน (fast food) เข้ามาในเมืองไทย โดยที่รูปแบบและเนื้อหาของอาหารประเภทนี้มาจากวัฒนธรรมต้นฉบับซึ่งมีรสชาติแบบตะวันตก (ไม่มีความเผ็ด) แต่สังคมไทยเป็นสังคมที่กินเผ็ด เพราะฉะนั้นวัฒนธรรม

ของอาหารนี้ก็ต้องปรับให้มีความเผ็ด (เช่น เบอร์เกอร์กระเพราหมู เป็นต้น)

(iii) Acculturation เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในกรณีที่คนในวัฒนธรรมหนึ่งต้องอพยพไปอยู่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง (เป็น dominant/host culture) และผู้ที่อพยพย้ายไปอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ต้องรับเอาวัฒนธรรมใหม่มาเป็นของตัว

ในทั้ง 3 กรณีนั้น สังคมแต่ละสังคมจะปรับตัวเปลี่ยนแปลงได้มากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับธรรมชาติของวัฒนธรรมนั้นๆว่า เป็นวัฒนธรรมที่ปรับตัวง่ายหรือยาก เป็นวัฒนธรรมที่อ่อนหรือแข็ง และระยะห่างทางวัฒนธรรมระหว่างสองวัฒนธรรมนั้นมีมากหรือน้อย เมื่อคนอังกฤษเดินทางไปอยู่อเมริกา เขาคงจะปรับตัวได้ง่ายกว่าชาวเขาในประเทศพม่าที่ถูกส่งไปสหรัฐเป็นต้น และนอกจากนั้น ความยากง่ายในการปรับตัวยังขึ้นอยู่กับว่า เป็นส่วนประกอบส่วนใดของวัฒนธรรม เช่น สังคมไทยในอดีต การปรับเปลี่ยนจากการใช้มือเปิบข้าวกินมาใช้ช้อนหรือส้อม คงจะง่ายกว่าการยกเลิกระบบหลายเมียในหมู่ขุนนางไทย เป็นต้น

แต่ไม่ว่าจะเป็นสังคมที่ปรับตัวง่ายหรือยากทางวัฒนธรรมก็แล้วแต่ ทว่าในโลกปัจจุบันนี้ เราก็คงต้องกล่าวว่า ทุกสังคมได้เดินทางมาถึงจุดที่มีป้ายปักว่า "ไม่ปรับไม่ได้แล้ว" เพราะความที่โลกของเราหดตัวแคบลงทางวัฒนธรรม ทำให้ต้องเกิดการพบปะ แลกเปลี่ยนประสานบ้าง ปะทะกันบ้างทางวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การปรับตัวนี้เกิดขึ้นในทุกสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมใหญ่หรือเล็ก วัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมย่อยก็ตาม และดูเหมือนว่า กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องการพบปะแลกเปลี่ยนกันทางวัฒนธรรมนั้น จะเป็นคนในแวดวงธุรกิจอุตสาหกรรมมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจที่ขยายขอบเขตออกไปเป็นระบบตลาดโลกที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ดังนั้นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในรูปแบบและเนื้อหาที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด จึงได้แก่ การแลกเปลี่ยน "วัตถุธรรม"อันได้แก่ สินค้าเครื่องใช้ต่าง ๆ ในระยะเริ่มแรก อาจจะเป็นสินค้าของอเมริกันเพียงอย่างเดียวที่ส่งไปขายทั่วโลก แต่ปัจจุบัน รูปแบบวัฒนธรรมสากลมิใช่ "American Standard" อีกต่อไปแล้ว หากแต่เป็นการคัดเลือกเอาสุดยอดสินค้าจากหลาย ๆ วัฒนธรรมมาผสมผสานกันเช่น กินปลาดิบของญี่ปุ่น ดื่มไวน์ฝรั่งเศส ดื่มกาแฟคาปูชิโน่ของอิตาลี ใส่นาฬิกาสวิส ขับรถเยอรมัน จ่ายเงินด้วยบัตร American Express เป็นต้น

หลังจากกระแสแรกของการส่งสินค้าเป็นทูตแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมแล้ว ในขั้นต่อมา ผลพวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าก็ติดตามมา เช่น อุตสาหกรรมโฆษณาเริ่มต้องตั้งคำถามว่าจะใช้กลยุทธ์แบบ Global หรือ Local ดี ในแง่ผลผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ เมื่อเริ่มขยายตลาดออกไปทั่วโลก ก็เริ่มต้องนึกถึงคนดูที่ไม่ใช่คนอเมริกันกลุ่มเดิมเท่านั้น เช่นเดียวกับบริษัทหรือธุรกิจที่มีสาขาอยู่ทั่วโลกก็ต้องเริ่มมีพนักงานที่มาจากหลายๆ

วัฒนธรรม เป็นต้น

(3.3.2) ประเด็นปัญหาในสังคมไทย

สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความตื่นตัว (หรืออาจกล่าวว่า "ตื่นเต้น" หรือ "ตื่นตระหนก") เรื่องการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมอย่างมากประเทศหนึ่ง ประจักษ์พยานก็คือ การจัดให้มีการรณรงค์วัฒนธรรมไทยในระดับประเทศในช่วงปี 2537 ความตื่นตัวในเรื่องการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมนั้นอาจจะเกิดเนื่องมาจากข้อเท็จจริง 2-3 ประการคือ ประการแรก สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมเนื่องจากการไม่เคยมีประสบการณ์ตกเป็นเมืองขึ้นของตะวันตก ทำให้สามารถธำรงรักษาและยังหลงเหลือมรดกทางวัฒนธรรมให้ทำนุบำรุงรักษาอีกมาก เช่น การมีภาษาเฉพาะตัว มีศาสนาเฉพาะ เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่ง นับตั้งแต่อดีต วัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมที่เปิดออก มีความยืดหยุ่นในการผสมผสานกับวัฒนธรรมภายนอกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมใหญ่ ๆ เช่น วัฒนธรรมอินเดียและวัฒนธรรมจีน หรือวัฒนธรรมย่อย ๆ เช่น มอญ พม่า ลาว (ดังที่ปรากฏในเพลงออกแขกสิบสองภาษาของไทย) ดังนั้น เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยจึงอาจจะอยู่ที่ "ความชำนาญในการแลกเปลี่ยน" กับวัฒนธรรมจากภายนอก อย่างไรก็ตาม สำหรับปรากฏการณ์ในปัจจุบันที่สังคมไทยรับรู้ว่า กระแสวัฒนธรรมภายนอกจากตะวันตกนั้นไหลบ่ามาอย่างท่วมท้นและรุนแรง จึงอาจทำให้สังคมต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่าความชำนาญที่เคยมีนั้นจะพอรับมือกับกระแสใหม่นี้ไหวไหม หรือจะหมดฝีมือในครั้งนี้

ปัญหาที่สังคมไทยมีความวิตกกังวลในเรื่องของการแลกเปลี่ยน/การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนั้น น่าจะขึ้นอยู่กับสัดส่วนต่าง ๆ ของการแลกเปลี่ยนดังนี้คือ

(ก) รูปแบบการรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาในสังคมไทย

(ข) รูปแบบการส่งวัฒนธรรมไทยออกสู่โลกภายนอก

(ก) รูปแบบการรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าตั้งแต่อดีตสังคมไทยน่าจะมีความชำนาญในการรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา รูปแบบการรับเข้ามานั้นมีหลายรูปแบบเช่น

- การรับแบบรับหมดเลยโดยไม่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างด้านสื่อมวลชนน่าจะได้แก่บรรดาภาพยนตร์ที่นำเข้าฉายโดยไม่มีการทำคำบรรยายหรือพากย์ไทย เป็นต้น
- การรับแล้วปรับให้เป็นแบบท้องถิ่น ซึ่งนักวิชาการด้านการสื่อสารปัจจุบันเรียกว่า Glocalization ตัวอย่างในอดีตก็เช่น การเอาขนมจีน (วัฒนธรรมอาหารเส้นจากจีน) มา

ผสมกับน้ำยา (วัฒนธรรมอาหารเครื่องเทศจากแขก) มาผสมกันเป็นขนมจีนน้ำยาที่เป็นอาหารไทย กระบวนการทำให้เป็นไทยนี้อาจเรียกว่า "Thainization" ตัวอย่างด้านสื่อมวลชนก็เช่น การดัดแปลงเนื้อหาของนวนิยายเรื่อง Village of the Damned มาเป็น "กาเหว่าที่บางเพลง" เป็นต้น (ดูมลินี, 2540)

- การเลือกรับเฉพาะองค์ประกอบบางส่วนจากวัฒนธรรมต้นฉบับ เช่น คนไทยรับวัฒนธรรม**นาฬิกา**มาจากตะวันตก แต่ไม่รับวัฒนธรรม "**การตรงต่อเวลา**" มาด้วย หรือรับศาสนาพราหมณ์เข้ามาในเรื่องการทำพิธีกรรม แต่ไม่รับระบบวรรณะเข้ามาด้วย เช่นเดียวกับที่รับเทคโนโลยีตะวันตก แต่ไม่รับวิธีคิดต่อเทคโนโลยีของตะวันตกเข้ามาด้วย เป็นต้น

(ข) รูปแบบการส่งวัฒนธรรมไทยออกสู่โลกภายนอก เนื่องจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่เสมอภาคเท่าเทียมนั้น จะต้องมีลักษณะ "ซึ่งกันและกัน" กล่าวคือ มีการไหลจากทั้ง 2 ฝั่งวัฒนธรรม ซึ่งในกรณีของสังคมไทยในโลกปัจจุบันนั้น ได้มีการส่งออกวัฒนธรรมไทยไปยังต่างประเทศ เช่น อาหารไทย ผลไม้ไทย ภาพยนตร์ไทย (เล็กน้อย) ฯลฯ ทว่า มีข้อสังเกตเกี่ยวกับความสมดุลระหว่างปริมาณการรับเข้าและการส่งออกทางวัฒนธรรมว่า สังคมไทยค่อนข้างจะขาดดุลอย่างมาก กล่าวคือมีการรับเข้ามาอย่างมาก แต่มีการส่งออกไปเพียงเล็กน้อย และสิ่งที่ส่งออกนั้น ส่วนใหญ่เป็นด้าน**รูปธรรม**ของวัฒนธรรม เช่น อาหาร ผลไม้ และยังไม่ค่อยมีการส่งออกด้าน**นามธรรม**ของวัฒนธรรมที่สังคมไทยมีเอกลักษณ์อยู่ เช่น คำสอนเรื่องอหิงสธรรมและการ อดกลั้นจากพุทธศาสนา ทัศนะเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและจักรวาลที่น่าจะมีบทบาทในเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

นอกเหนือจากความวิตกกังวลของนักวิชาการไทยในเรื่องการขาดดุลระหว่างการรับเข้าและการส่งออกทางวัฒนธรรมแล้ว แม้แต่ในเรื่องการรับเข้าเองก็อาจจะมีการเสียสมดุล มีการผิดฝาผิดตัว หรือขาดวิธีการที่จะปรับปรนทางวัฒนธรรม กล่าวคือ ปริมาณการเลือกรับเข้ามาหมดโดยไม่มีการปรับเลยเริ่มมีสัดส่วนมากกว่าการรับแล้วนำมาปรับให้เป็นไทย (เช่น ความชำนาญที่เคยมีในครั้งอดีต) การผิดฝาผิดตัวคือ การเลือกรับเอาแต่ส่วนที่เสียเข้ามาแล้วคัดสิ่งที่ดีของวัฒนธรรมภายนอกทิ้งไป และสุดท้ายของปัญหาการเลือกรับทางวัฒนธรรมก็คือ แม้จะมีการพูดอย่างมากถึงการต้อง "เลือกรับ" และ "การปรับปรน" แต่ในทางปฏิบัติแล้ว ยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนสำหรับ "การเลือกรับ" และ "การปรับปรน" ดังกล่าว รวมทั้งยังไม่มีตัวอย่างรูปธรรมให้เป็นแบบอย่างสำหรับในทางปฏิบัติอีกด้วย

ในส่วนของการสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน/การปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมนั้น กล่าวเฉพาะการสื่อสารมวลชน อาจกล่าวได้โดยทั่วๆไปว่า วาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสื่อมวลชนนั้นจะตกอยู่ใน 2-3 ชุดวาทกรรม วาทกรรม

ชุดแรกมักจะถือเอาสื่อมวลชนเป็นแพะรับบาป เป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบในการนำเอาวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาอย่างมากเกินไปในทาง**ปริมาณ** (ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น การตั้งชื่อรายการโทรทัศน์ให้เป็นภาษาอังกฤษ) หรือรับวัฒนธรรมภายนอกอย่างไม่มี**คุณภาพ** ตัวอย่างเช่น รับเอารายการโทรทัศน์แบบชั้นเลวมาเผยแพร่แทนที่จะเลือกตัวอย่างรายการชั้นดี เป็นต้น ส่วนวาทกรรมอีกชุดหนึ่งก็คือการสร้างความคาดหวังให้สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นผู้สร้างสมดุลระหว่างวัฒนธรรมไทยกับภายนอก หรือเป็นผู้อนุรักษ์สืบทอดวัฒนธรรมไทยต่อไป อย่างไรก็ตาม คำถามที่จะมีต่อไปก็คือสื่อมวลชนไทยจะมีขีดความสามารถที่จะแบกรับภารกิจดังกล่าวได้หรือไม่ อย่างไร

(3.3.3) **อุปสรรคข้อจำกัดในการแลกเปลี่ยนปรับตัวทางวัฒนธรรม**

เนื่องจากนักวิชาการกลุ่มการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสนใจที่จะส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ซึ่งยังคงทำไม่ได้เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมประการหนึ่ง รวมทั้งยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ดังนั้น จึงมีงานศึกษาที่พยายามระบุปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมดังนี้ (ดู Samovar, 1998)

(i) **แรงจูงใจที่จะพบกันทางวัฒนธรรม** (Motive) เนื่องจากแรงจูงใจเป็นตัวกำหนดการกระทำ/พฤติกรรม ดังนั้นแรงจูงใจที่จะพบกันทางวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยแรกที่เข้ามาเกี่ยวข้อง หากการพบกันนี้เริ่มจากแรงจูงใจที่จะเอาเปรียบกัน ต้องการจะยกตนข่มท่าน หรือต้องการจะทำลายวัฒนธรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง (เช่นในกรณีของการล่าอาณานิคม) ในกรณีดังกล่าวนี้ บรรดากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่จะนำมาช่วยเรื่องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอาจเป็นไปได้ยาก ในทางตรงกันข้าม หากแรงจูงใจพื้นฐานเป็นไปเพื่อความต้องการที่จะรู้จัก เรียนรู้ และเห็นคุณค่าของอีกวัฒนธรรมหนึ่ง แม้ว่าจะมีปัจจัยอุปสรรคอื่น ๆ ในท้ายที่สุดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมก็ยังอาจให้ผลดีได้

(ii) **ความรู้** (Knowledge) ความรู้ในวัฒนธรรมของตนเองและอีกฝ่ายหนึ่งถือเป็นองค์ประกอบย่อยที่สำคัญของสิ่งที่เรียกว่า "สมรรถนะทางการสื่อสาร" (communication competency) มีตัวอย่างมากมายที่แสดงให้เห็นความล้มเหลวของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเนื่องจากการขาดความรู้ เช่น โฆษณาขายรองเท้าที่ทำมาจากบริษัทโฆษณาในอเมริกัน และประสบความสำเร็จอย่างมากด้วยการใช้ภาพเท้าเปล่าขยายใหญ่เต็มแผ่นโปสเตอร์ แต่ทว่าเมื่อนำโปสเตอร์นั้นมาใช้ในแถบประเทศเอเชียอาคเนย์ทั้งหมด กลับปรากฏว่าล้มเหลว เพราะในวัฒนธรรมเอเชียอาคเนย์ การยกเท้าให้ดูนั้นมีความหมายถึง "การดูถูก" ในทางตรงข้าม หากชาวเอเชียที่มีทักษะความชำนาญในการอ่านใจ (mind-reading) คู่สนทนาจากตัวบ่งชี้ต่าง ๆ เช่น สีหน้า น้ำเสียง อากัปกิริยาท่าทาง ฯลฯ ต้องติดต่อกับชาวอเมริกันซึ่งไม่มีวัฒนธรรมดังกล่าว ดังนั้น

คนอเมริกันจึงต้องใช้ทักษะทางวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น ใช้วิธีถามความคิดเห็น/ความรู้สึกของคนอื่น ใช้วิธีการเปิดเผยความคิดเห็น/ความรู้สึกของตนเอง หรือใช้การพูดทุกอย่าง (over-verbalizing) หากคนเอเชียขาดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนอเมริกัน ก็อาจจะรู้สึกตกใจ (ที่ถูกถามความคิดเห็น) รู้สึกรำคาญใจ (ที่คนอเมริกันพูดมาก) หรือรู้สึกกระดากอาย (ที่ถูกถามความรู้สึก) เป็นต้น

(iii) **การเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอื่น ๆ** (Appreciation) ถึงแม้การมีความรู้จะเป็นองค์ประกอบสำคัญของสมรรถนะทางการสื่อสาร แต่ทว่าความรู้ก็เป็นเพียงการเดินทางมาครึ่งทางเท่านั้น เพราะหลังจากที่มีความรู้แล้วยังคงมีคำถามต่อไปว่า ผู้ที่รู้จักวัฒนธรรมอื่นนั้นเห็นคุณค่าหรือสำนึกในความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือไม่ เพราะฉะนั้นอาจมีผู้อพยพบางคนที่ไปอาศัยอยู่ในประเทศอื่นเป็นเวลานานจนมีความรู้ในวัฒนธรรมของประเทศเจ้าของบ้านอย่างดี แต่ก็ไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมดังกล่าว คุณลักษณะของผู้ที่ไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอื่น ๆ ก็เช่น

- พวกที่ไม่เชื่อว่า อะไรจะเปลี่ยนแปลงได้
- พวกที่รังเกียจ "ผู้อื่นที่แปลกไป" (alien)
- พวกที่ไม่ยอมเป็นส่วนหนึ่งของโลกส่วนรวม แต่สร้าง "โลกส่วนตัว" ของตัวเองขึ้นมา
- พวกที่เน้นการมอง “ความแตกต่าง "มากกว่า" มอง "จุดร่วม"

ในทางปฏิบัติ การเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอื่น ๆ นั้นอาจจะยากยิ่งกว่าขั้นตอนของการแสวงหาความรู้ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ประชิดติดตัวและเป็นจิตสำนึกของเรา บางอย่างจึงยากที่จะยอมรับได้ในขั้นการลงมือปฏิบัติ เช่น สำหรับคนไทยคงทำใจได้ยากที่จะยอมรับการที่เพื่อนจากวัฒนธรรมหนึ่งใช้เท้าหยิบตะเกียบของเราที่ตกลงไปใต้โต๊ะ แล้วส่งมาให้เรากินอาหารต่อไป หรือชาวฝรั่งเศส (ที่เคยชอบกินหอยโข่ง) คงจะยอมกินแมงกุดจี่ที่ขุดมาจากกองขี้ควายของชาวอีสานได้อย่างลำบากใจ เป็นต้น

(iv) **ลักษณะการถือวัฒนธรรมตนเองเป็นศูนย์กลาง** (Ethnocentrism) เราทุกคนคงต้องเคยผ่านความรู้สึกในเชิงประเมินค่าต่อวัฒนธรรมของคนอื่น ๆ มากันทุกคนไม่มากก็น้อย เช่น คน**ต่างจังหวัด**ที่มาเยี่ยมคนชราที่บ้านพักคนชราคงจะมีความรู้สึกว่า วัฒนธรรมการเอาคนชราไปอยู่รวมกันโดยห่างจากครอบครัวลูกหลานแบบนั้น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมมาก เช่นเดียวกับที่เราเคยได้ยินเรื่องการเอาเด็ก ๆ ไปเลี้ยงรวมกันในประเทศคอมมิวนิสต์ที่**เรา**เห็นว่าเป็นการพรากลูกจากพ่อแม่ ฯลฯ ลักษณะความรู้สึกที่กล่าวมานี้ เรียกว่า "การถือวัฒนธรรมตนเองเป็นศูนย์กลาง" (Ethnocentrism) ซึ่งอาจจะหมายความเริ่มตั้งแต่การมองวัฒนธรรมอื่น ๆ จากแว่น/เกณฑ์ทางวัฒนธรรมของเราเอง ไปจนกระทั่งถึงการคิดว่า “วัฒนธรรมของเราอยู่เหนือกว่า/

ดีกว่าวัฒนธรรมอื่น ๆ" สิ่งที่เราทำอยู่ในวัฒนธรรมของเรานั้นถูกต้อง/เหมาะสม ส่วนของคนอื่นนั้นผิด/ไม่เหมาะสม ลักษณะ Ethnocentrism เป็นบ่อเกิดของการเกิดความรู้สึก "Us" v.s "Them" หรือการถือเขาถือเรา มีข้อเท็จจริงบางประการที่เกี่ยวกับคุณลักษณะนี้ กล่าวคือ การเกิด Ethnocentrism นั้นเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างเป็นธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงได้ยาก เนื่องจากมักมีการถ่ายทอดสั่งสอนกันอย่างไม่รู้ตัว ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการเล่านิทานของเผ่าหรือมีการสอนวิชาประวัติศาสตร์ ในตัวเรื่องเล่าเองก็ย่อมปลูกฝัง Ethnocentrism อยู่แล้ว เช่นประโยคที่เล่าว่า "ชาติไทยเป็นชาติที่มีวัฒนธรรม/อารยธรรมมานานแล้ว และไม่เคยตกเป็นเมืองขึ้นใคร" (เหนือกว่าชาติที่เคยตกเป็นเมืองขึ้น)

อันที่จริงลักษณะ Ethnocentrism มีทั้งด้านบวกและด้านลบ ด้านบวกของลักษณะ Ethnocentrism ก็คือเป็นแหล่งกำเนิดของ "เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม" ตัวอย่างเช่น บรรดานิทานปรัมปราที่เกี่ยวกับต้นกำเนิดของเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีการจำแนกแยกแยะ "พวกเขา" "พวกเรา" และแถมท้ายด้วยการให้ความสำคัญกับ "พวกเรา" ทั้งสิ้น (เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในตัวเอง) อย่างไรก็ตาม ลักษณะด้านลบของ Ethnocentrism ที่มักจะถูกหยิบยกมากล่าวถึงอยู่เสมอก็จะเกิดขึ้นเมื่อถูกนำไปใช้เพื่อปิดกั้นตนเอง เพื่อข่มผู้อื่นหรือเพื่อต่อต้านการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้น วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมจึงทำหน้าที่เหมือนเป็นแว่นสีต่าง ๆ ที่ใส่แบบติดสายตา ความนึกคิดและจิตใจของคนในวัฒนธรรมนั้น และเมื่อเรามองดูวัฒนธรรมอื่น ๆ เราจึงจำเป็นต้องมองผ่านแว่นสีทางวัฒนธรรมดังกล่าว (culturally tinted glass) ตัวอย่างเช่น เมื่อวัฒนธรรมของเราสนใจ “ความสะอาด” เราก็มักจะคิดว่าวัฒนธรรมอื่น ๆ น่าจะสนใจเหมือนกัน เราอาจจะพาลคิดไปด้วยซ้ำว่า "การสนใจเรื่องความสะอาดนั้น" เป็น**ธรรมชาติ**ของมนุษย์ทุกคน ลักษณะเช่นนี้ James Lee เรียกว่า "Self-reference criteria" ซึ่งเป็นกลไกที่ดำเนินการอย่างที่บุคคลจะไม่รู้สึกตัวและโน้มนำไปสู่การมีสายตาสั้นทางวัฒนธรรมขึ้น

(v) **การใช้วิธีคิดและวิธีประเมินค่าแบบภาพแบบฉบับตายตัว** (stereotype) ภาพแบบฉบับตายตัวเป็นการใช้เกณฑ์บางเกณฑ์มาตัดสินคนทุกคนที่อยู่ในเกณฑ์นั้น ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น คนอีสานขี้เกียจ สาวเหนือใจง่าย คนใต้ใจดำ ฯลฯ อันที่จริง ภาพแบบฉบับตายตัวนี้อาจจะมีทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่ทว่าตามความเข้าใจของคนทั่วไป มักจะมองดูภาพแบบฉบับตายตัวที่เป็นลบ

ที่มาของภาพแบบฉบับตายตัวนี้มักเกิดจากกระบวนการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจที่มีอคติโดยที่ผู้เรียนรู้มักจะไม่ได้สรุปมาจากประสบการณ์ตรงของตัวเอง ผลของการมีภาพแบบฉบับตายตัวนั้นจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างมาก ตัวอย่างการทำงาน

ของสื่อมวลชนมักจะต้องอาศัยภาพแบบฉบับตายตัวอยู่ตลอดเวลา เช่น ภาพแบบฉบับตายตัว "คนรุ่นใหม่" จะทำให้นึกถึงผู้ชายมากกว่าผู้หญิง คนหนุ่มสาวมากกว่าคนสูงอายุ คนกรุงเทพมากกว่าคนต่างจังหวัด คนหน้าตาสวยดูเป็นคนดีมากกว่าคนหน้าตาน่าเกลียด ฯลฯ และทำให้เราสร้างสมมติฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น คนใต้รักพวกพ้อง ในเวลาเดียวกันก็ทำให้เป็นอุปสรรคต่อแบบแผนการสื่อสารด้วย

(3.3.4) การแก้ไขปัญหาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

Samovar (1998) ได้นำเสนอวิธีการแก้ไขปัญหาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เป็นหลักการใหญ่ ๆ ที่เกิดต่อเนื่องมาจากการวิเคราะห์ข้อจำกัดและอุปสรรคของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

(i) **การรู้จักตนเองให้ดี** ตามหลักปรัชญาเก่าแก่ที่ว่า "การรู้จักตนเองเป็นแสงสว่างนำไปสู่การรู้จักโลก และเป็นกุญแจไขไปสู่ความเข้าใจคนอื่น" ดังนั้น ก่อนจะทำความรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมของคนอื่นนั้น เราต้องรู้จักและทำความเข้าใจวัฒนธรรมของตัวเราให้ถ่องแท้เสียก่อน "การรู้จักตัวเองให้ดี" นั้น มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

- รู้จักวัฒนธรรมของตนเองให้ดี
- รู้จักการรับรู้ของตัวเอง
- รู้ว่าจะแสดงออกต่อการรับรู้อย่างไร

การรู้จักวัฒนธรรมของตัวเองนั้น มิใช่เป็นเพียงเรื่องของ "ความเข้าใจ" เท่านั้น หากทว่ายังเป็นเรื่องของ "สำนึก" และ "ทัศนคติ" ด้วย ดังนั้น ในแง่สำนึก เราต้องสร้างความตระหนักว่า เราเองก็เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมนี้จะมีผลต่อการควบคุมการสื่อสารของเรา ในเรื่องของทัศนคติก็เช่นกัน ทัศนคติเป็นสิ่งที่จะแสดงออกมาในขั้นตอนของการกระทำ เช่น ถ้าเรามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพวกรักร่วมเพศ เราจะแสดงปฏิกริยาเวลาพูดคุยกับพวกเขา ดังนั้นเราต้องตรวจสอบว่าทัศนคติของเรามีผลต่อการสื่อสารอย่างไร

(ii) **ต้องทำความรู้จักและเข้าใจกับวิธีการสื่อสาร** (communication style) ของตนเอง คำว่า "communication style" นี้หมายความว่า ให้เราสำรวจว่า เราใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร (ตามองค์ประกอบย่อย ๆ ที่ได้อธิบายมาข้างต้น) และคนอื่นรับรู้เราอย่างไร เช่น ในขณะที่เราใช้วิธีการสื่อสาร แบบ high context ผู้ที่เราสื่อสารด้วยเข้าใจหรือไม่ หรือเข้าใจตรงกับที่เราต้องการหรือไม่ หากไม่ตรงแสดงว่า "เกิดปัญหา" Samovar เสนอให้ระมัดระวังความเคยชินที่เรียกว่า "taken-for granted" กล่าวคือ เราบอกกับตัวเองว่า "เราเป็นคนอดทนและสงบนิ่ง" แต่เวลาที่ต้องรอคอยใคร "เรากลับร้อนรนและกระวนกระวาย" ซึ่งเราต้องสำรวจช่องห่างระหว่าง

วิธีการสื่อสารที่ "เราคิดว่าเราเป็น" กับ "ที่เรากำลังเป็นอยู่จริงๆ"

Barnlund (1989) เสนอหัวข้อย่อย ๆ สำหรับสำรวจ communication style ดังนี้

- หัวข้ออะไรที่เราชอบคุย
- รูปแบบปฏิสัมพันธ์ที่เราชอบใช้ (เช่นรับฟังเฉย ๆ/ชอบโต้แย้ง/ชอบเปิดเผยตัวเอง)
- ชอบใช้ช่องทางสื่อสารแบบไหน (เช่น พูด/เขียน/อวจนภาษา/)
- ข้อมูลที่ให้มีลักษณะแบบไหน (เช่น ข้อเท็จจริง/อารมณ์/คำอธิบาย)

(iii) การเสริมสร้าง "สมรรถนะทางการสื่อสาร" (communication competence) สมรรถนะทางการสื่อสารจะมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ (สนใจโปรดดู นงลักษณ์, 2541)

- มีความรู้มากขึ้น (Cognition) ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาในการสื่อสารความรู้
- มีความรู้สึกที่แตกต่างไปจากเดิม (feel differently) ซึ่งต้องใช้การไตร่ตรองตั้งสติพิจารณา
- มีการกระทำแบบใหม่ (act in new manner) ซึ่งต้องมีสติรู้ตัวในขณะกำลังลงมือกระทำว่าเรากำลังเปลี่ยนแปลงไป

มีกรณีตัวอย่างมากมายที่เกี่ยวกับการเพิ่มพูนความรู้ การสร้างความรู้สึกใหม่และการกระทำที่แปลกไปจากเดิมในเรื่องของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เช่น

- **ความรู้เรื่อง "เวลา"** แม้ว่าเกือบทั่วโลกจะมีการนับหน่วยเวลาเป็นสากล (ชั่วโมง/นาที/วินาที) แต่ทว่า "เวลาทางวัฒนธรรม" (cultural clock) ของแต่ละวัฒนธรรมก็แตกต่างกันอย่างมาก ตัวอย่างเช่นแนวคิดเรื่อง "เวลาที่เหมาะสม" (correct time) ในวัฒนธรรมอเมริกัน การทำธุรกิจนั้นต้องใช้เวลาให้เร็วที่สุด แต่ในญี่ปุ่นต้องไม่เริ่มต้นการเจรจาด้วยเรื่องธุรกิจ เช่นเดียวกับในเม็กซิโกที่ใช้เวลากินอาหารกลางวัน 2-3 ชั่วโมง โดยเรื่องที่พูดคุยก็เป็นเรื่องสังคม-บันเทิง จนกระทั่งนาทีสุดท้าย จึงจะเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเจรจาทางธุรกิจ
- **ความรู้เรื่องการจัดสถานที่** (Physical setting) ในสหรัฐเมื่อมีการเจรจาธุรกิจจะมีการจัดโต๊ะให้ 2 ฝ่ายนั่งเผชิญหน้ากัน แต่จากมุมมองของวัฒนธรรมอื่น การนั่งเผชิญหน้ากันนั้นให้ความหมายที่เป็น "การแข่งขัน" มากกว่า "การร่วมมือ" ดังนั้น ในประเทศอาหรับจึงนั่งล้อมวงบนพื้นเพื่อคุยธุรกิจ ในประเทศฟินแลนด์จะเจรจาธุรกิจกันในห้องอาบน้ำแบบอบไอน้ำ เนื่องจากเห็นว่าเป็นบรรยากาศที่อบอุ่นเปิดเผย และเวลาไม่มีเสื้อผ้าสวมใส่ทำให้

ลักษณะลำดับชั้นหายไปด้วย

- **ความรู้เรื่อง "ประเพณี"** (customs) ในธรรมเนียมของคนญี่ปุ่น เมื่อแรกรู้จักกันจะต้องแจกนามบัตรก่อน เพราะคนญี่ปุ่นต้องรู้จักบริษัทและตำแหน่งของคู่สนทนาเสียก่อน เพื่อจะได้เลือกใช้ถ้อยคำ (เช่นสรรพนาม) ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม เช่นเดียวกับสังคมไทย ประเพณีการกราบพระและกราบศพผู้ตายจะมีจำนวนครั้งไม่เท่ากัน เป็นต้น

(iv) **การเพิ่ม Empathy และ Role taking** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงอุปสรรคสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือ การมีลักษณะ "ถือวัฒนธรรมตนเองเป็นศูนย์กลาง" (Ethnocentrism) วิธีการที่จะแก้ไขหรือบรรเทาลักษณะดังกล่าวนั้น มีอยู่ 2 กลวิธีคือ "empathy" ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก (feeling) ด้วยการเข้าไปอยู่ในอารมณ์ความรู้สึกของผู้อื่น (emotional identification) ตัวอย่างเช่น เมื่อเรารับฟังว่า คนฝรั่งเศสอาบน้ำในฤดูหนาวเดือนละครั้งเท่านั้น ก่อนที่เราจะตัดสินว่า "คนฝรั่งเศสสกปรก" เราต้องเข้าไปอยู่ในอารมณ์ความรู้สึกของ "ความหนาว" เสียก่อน ส่วน "role taking" เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเข้าใจบทบาทของผู้อื่น (cognition adaptation) หากเราต้องการเข้าใจว่าทำไมผู้หญิงที่ทำงานเป็นแม่บ้านอยู่บ้านเลี้ยงลูกจึงอารมณ์เสียและจู้จี้ขี้บ่น เราก็จำเป็นต้องเข้าไปลองสวมบทบาทเป็นแม่บ้านดูสักระยะหนึ่ง

มีวิธีการหลายแบบที่จะสร้าง empathy และ role taking ดังนี้คือ

- ต้องหัดที่จะให้ความสนใจกับวิธีคิด อารมณ์และการกระทำของ "ผู้อื่น" โดยไม่ด่วนตัดสิน

- ต้องให้ความสนใจกับองค์ประกอบย่อย ๆ ของการสื่อสารทั้งวจนภาษาและที่สำคัญคือ อวจนภาษา เพราะในหลายวัฒนธรรมไม่แสดงออกด้วยวจนภาษา

- ให้ความสนใจกับพฤติกรรมที่อีกวัฒนธรรมหนึ่งเห็นว่า "เป็นการดูถูก" ตัวอย่างเช่น เมื่อเราพูดกับคนตาบอดว่า "เราสงสารคนพิการตาบอด" และพบว่า คนตาบอดจะโมโหและบอกว่า "เขาไม่ต้องการความเวทนาสมเพช" เขาต้องการให้ปฏิบัติต่อเขาเหมือนคนทั่วไป เพียงแต่เสริมในสิ่งที่เขาขาดไป เช่น สัญญาณเสียงเวลาข้ามถนนเสริมจากสัญญาณไฟ เป็นต้น ปฏิกริยาดังกล่าว (ความไม่พอใจทางวัฒนธรรม) จะเป็นประตูให้เราเดินเข้าไปสู่ความเข้าใจวิธีคิดของอีกฝ่ายหนึ่ง

- กระตุ้นให้มีการให้ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (feedback) เพราะเป็นวิธีตรวจสอบที่ดีที่สุด การมี feedback นี้ก็ต้องเป็นไปตามวัฒนธรรมของอีกฝ่ายหนึ่งเช่นเดียวกัน เช่น บางวัฒนธรรมต้องใช้เวลานานกว่าจะมี feedback เนื่องจาก เกรงใจ กลัวเสียหน้า กลัวกระทบกระเทือนความสัมพันธ์ เป็นต้น

- ที่สำคัญที่สุดก็คือ ต้องมีความสำนึกในขณะที่กำลังใช้วัฒนธรรมและต้องหาทางปรับปรนทางวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมจีนจะไม่ใช้คำว่า "ไม่" เป็นการปฏิเสธอย่างห้วน ๆ ดังนั้น เมื่อจะตอบปฏิเสธคำเชิญให้เติมข้าวอีก คนอเมริกันจะต้องตอบแบบปรับปรนเป็นแบบจีน ๆ ว่า "อาหารของคุณอร่อยมาก คุณเป็นแม่ครัวฝีมือดี แต่ผมอิ่มมากแล้ว"

- เรียนรู้ที่จะเปิดเผย (open) ตนเอง แต่ไม่ได้หมายความถึงการพูดทุกอย่างที่คิด หากแต่หมายความถึง "การยอมรับการเปลี่ยนแปลง" มีผู้เปรียบเทียบการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมว่า จะทำแบบ "ต้นโอ๊ค" ที่ยืนต้นตรงนิ่งอยู่เสมอไม่ได้ แต่ต้องเป็น "ต้นหลิว" ที่ลู่ตามลมได้ (แต่ไม่ล้ม) และต้องอดทนต่อความคลุมเครือได้

- เมื่อมีโอกาส ควรเข้าไปในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ซึ่งวิธีการนี้จะเป็นการลดปัญหาเรื่องภาพแบบฉบับตายตัว (Stereotype) ด้วย เนื่องจากการเกิดภาพแบบฉบับตายตัวนั้นมักเกิดจากการได้ข้อมูลชั้นสอง (second-hand data) แต่การไปสัมผัสกับวัฒนธรรมนั้นโดยตรงจะทำให้เราได้ข้อมูลชั้นแรก (first-hand data) ตัวอย่างเช่น ภาพแบบฉบับตายตัวเรื่อง "ชาวเขาตัดไม้ทำลายป่า" แต่หากเข้าไปศึกษาประเพณีและวิธีคิดของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงเกี่ยวกับป่าไม้และต้นไม้แล้ว จะพบว่าไม่ได้เป็นเช่นที่เราเคยคิด

Y.Y. Kim (1988) ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อมีผู้อพยพเข้าไปอยู่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่งนั้น สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างมากในการทำหน้าที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอย่างดี สื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ช่วยแสดงให้เห็นวิธีการปฏิบัติที่แสดงอยู่ในสังคม และยังแสดงให้เห็นค่านิยมที่ดำรงอยู่ในวัฒนธรรมนั้นอีกด้วย

- ข้อแนะนำประการสุดท้ายก็คือ ให้มองหา "**จุดร่วม**" มากกว่าจะมองดู "**จุดต่าง**" แม้ว่าการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะพูดถึงเรื่อง "ความแตกต่าง" เป็นหลัก แต่ความจริงแล้วในฐานะมนุษย์ร่วมโลก เรามีอะไร "ร่วมกันมากมาย" เช่น เมื่อตอนแรกเกิด พวกเราล้วนผ่านกระบวนการที่น่ากลัวระคนตื่นเต้นมาพร้อม ๆ กัน เราทุกคนต้องการความรักจากครอบครัวและเพื่อนฝูงเหมือนกัน ทุกวัฒนธรรมมีความรักในดนตรี ชื่นชอบในเรื่องตลก ฯลฯ และแม้ว่า "**ถ้อยคำ**นั้นอาจจะแตกต่างกัน แต่**ภูมิปัญญา**ในถ้อยคำนั้นล้วนเป็นสากล" ทัศนะดังกล่าวนี้สังคมไทยที่เป็นสังคมพุทธน่าจะปฏิบัติตามได้ไม่ยากนัก

ถึงแม้ข้อแนะนำที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะดูเป็นสิ่งที่ทำได้ยากแต่ว่าก็มีข้อเขียนจำนวนมากมายที่ยืนยันให้เห็นถึงความเป็นไปได้และความสำเร็จในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เช่น กรณีของนางแมรี ลู วิลสัน นักธุรกิจหญิงอเมริกันที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรงในญี่ปุ่น เมื่อเธอตัดสินใจจะไปเปิดตลาดใหม่นั้น เธอได้รับคำเตือนจากทางบริษัทว่า

"ผู้หญิงไม่มีวันเข้าไปทำธุรกิจได้สำเร็จในตลาดญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมถือชายเป็นใหญ่ โดยเฉพาะผู้หญิงอเมริกันสูงอายุ" อย่างไรก็ตาม นางวิลสันวัย 62 ปีก็ทำได้อย่างประสบความสำเร็จด้วยกลยุทธ์ทางวัฒนธรรม คือการทำตัวให้กลมกลืนไปกับวัฒนธรรมญี่ปุ่น

นางวิลสันได้ทำการศึกษาและเรียนรู้วัฒนธรรมของญี่ปุ่นอย่างละเอียด ลงมือฝึกรับประทานอาหารด้วยตะเกียบและเรียนรู้ว่าสีต่าง ๆ นั้นมีความหมายอย่างลึกซึ้งสำหรับชาวญี่ปุ่นโดยเฉพาะสีแดงเป็นสีแห่งความสำเร็จ ดังนั้นในการประชุมใหญ่ครั้งแรกที่จัดขึ้นในโยโกฮามา นางวิลสันจึงแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายสีแดงทั้งชุด เธอกล่าวสรุปว่า "สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมที่เข้มงวด คุณต้องทำให้ธุรกิจของคุณทันสมัยและปรับตัวเองให้เข้ากับวัฒนธรรมที่นั่น (**กรุงเทพธุรกิจ**, 21 ก.ค. 2542)

4. หน่วยในการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

มีวิธีการแบ่งประเภทหน่วย (unit/level) ของการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้หลายๆ แบบ ในที่นี้จะยกตัวอย่างประเภทหน่วยที่มีงานศึกษาอย่างกว้างขวางและตัวอย่างของประเภทหน่วยที่ยังมีการศึกษาไม่มากนัก และยังสามารถบุกเบิกต่อไปได้

(4.1) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เป็นการสื่อสารแบบพบหน้ากัน (Face-to-face communication) เกณฑ์ที่ใช้แบ่งแยกบุคคลมีหลายระดับ เช่น

- การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication)
- การสื่อสารในองค์กร (group/organization communication)
- การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ/เพศ/ชนชั้น/ช่วงอายุ

เป็นต้น

(4.2) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในรูปแบบที่ผ่านสื่อกลาง เช่น สื่อมวลชน (Mass Mediated communication) ซึ่งอาจจะมีหลายรูปแบบเช่น การสื่อสารมวลชนระดับนานาชาติ

(4.3) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสื่อมวลชนกับวัฒนธรรมสื่อประเพณี

เป็นต้น

จากนี้จะดูตัวอย่างงานในแต่ละหัวข้อดังนี้

(4.1) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เป็นการสื่อสารแบบพบหน้ากัน

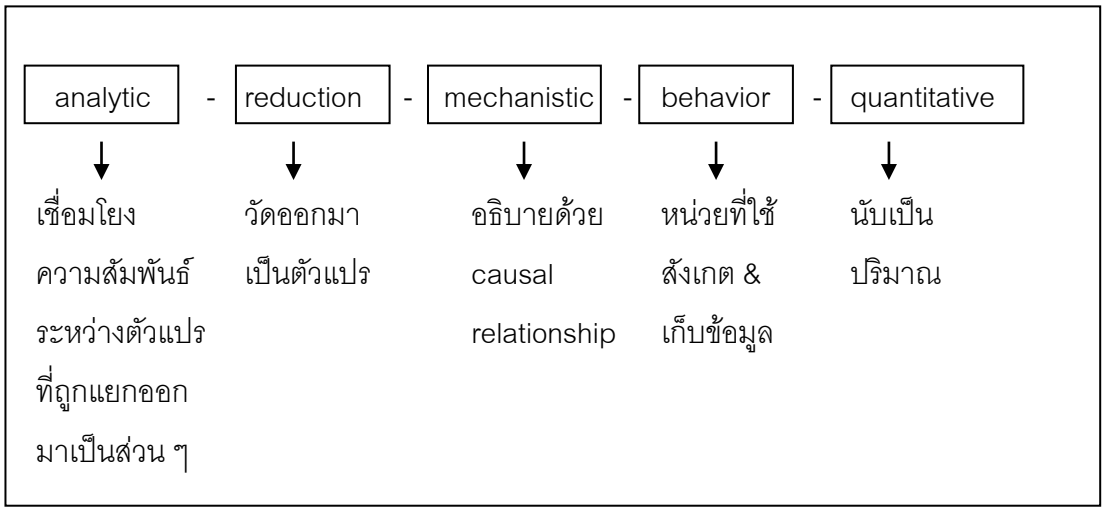
มีงานศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในแบบของการสื่อสารแบบพบหน้ากันนี้อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นบริบทของนักท่องเที่ยวระยะสั้นหรือระยะยาว ผู้ที่ต้องออกไปทำงานต่างประเทศ นักศึกษาในต่างประเทศ ผู้อพยพ ฯลฯ ทั้งในรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่

มีตัวแปรเรื่องเพศ ชาติ เชื้อชาติ ภูมิลำเนา ช่วงอายุ ระดับการศึกษา ชนชั้น ฯลฯ เข้ามาเกี่ยวข้องและการสื่อสารภายในองค์กรซึ่งมีสมาชิกที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในระดับของบุคคล/กลุ่มนี้ มีแนวคิดทฤษฎีจำนวนมากที่พยายามให้คำอธิบายปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในการสื่อสาร เช่น Constructivist Theory ที่ศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อการสื่อสารของบุคคลโดยเฉพาะเรื่องการตีความและการเข้าใจสภาพความเป็นจริง (reality) หรือทฤษฎีของ Gudykunst ที่เน้นเรื่องการเผชิญหน้าทางวัฒนธรรม (interaction encounter) ที่ก่อให้เกิดความไม่มั่นใจและความวิตกกังวล (Uncertainty & Anxiety) ที่บุคคลจะใช้การสื่อสารเพื่อแสวงหาความมั่นใจและลดความกังวลอันเกิดจากการเผชิญหน้านั้น หรือทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการกับความขัดแย้งทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น (conflict management)

(4.1.1) ประมวลแนวทางการศึกษา

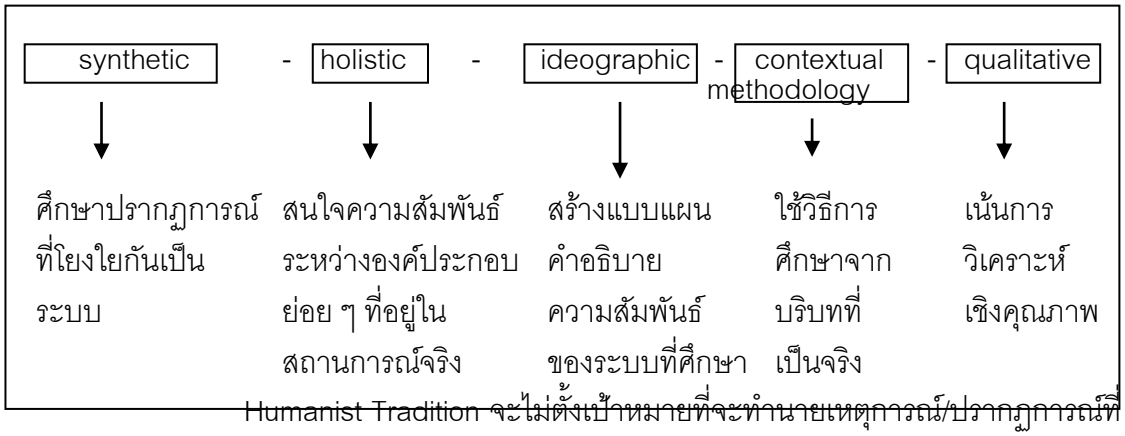
Young Yon Kim & W.B. Gudykunst (1988) ประมวลบรรดาทฤษฎีอันหลากหลายของเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมว่ามีอยู่ 3 แนวทางคือ (สนใจงานของไทย ดู เมตตา, 2541)

(i) Positivist Tradition เป้าหมายหลักของแนวทางนี้คือเพื่อ**การทำนายกระบวนการสื่อสาร** (Goal of prediction) วิธีศึกษาวิจัยของแนวทางนี้จะแบ่งแยกตัวแปรต่าง ๆ ออกมาจากปรากฏการณ์ที่สังเกตได้ แล้วนำมารวมกันใหม่ด้วยทฤษฎี ดังนั้นคำกุญแจ (keyword) ของแนวทางนี้จึงประกอบด้วย 5 คำ คือ



ผลการวิจัยของ Positivist tradition จะช่วยให้ผู้ศึกษาสามารถลดความซับซ้อนของปรากฏการณ์อันที่จะศึกษาให้ง่ายขึ้น (simplify) สามารถทำนายผลที่จะเกิดต่อไปและสามารถควบคุมได้ เหมือนการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ทั่ว ๆ ไป

(ii) Humanist Tradition เป้าหมายหลักของแนวทางนี้คือ **เพื่อทำความเข้าใจ** (Goal of understanding) คำกุญแจของแนวทางนี้จึงเป็น



Humanist Tradition จะไม่ตั้งเป้าหมายที่จะทำนายเหตุการณ์/ปรากฏการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หากต้องการจะพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์ที่ได้เกิดขึ้นหรือกำลังเกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบัน แนวทางนี้จะสนใจกับเสรีภาพของบุคคลที่จะตัดสินใจ (จึงไม่เน้นการควบคุมจากภายนอก) และให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์ความเข้าใจเหตุการณ์ของผู้ที่ถูกศึกษามากกว่า

(iii) System Tradition เป็นกลุ่มที่ผสมผสานระหว่าง 2 กลุ่มแรก จึงตั้งเป้าหมายทั้งที่จะทำความเข้าใจและทำนาย (Goal of understanding & prediction) เนื่องจาก System Tradition ไม่เห็นด้วยกับลักษณะที่ไม่สนใจอารมณ์ความรู้สึกของ Positivist เนื่องจากเรื่องการสื่อสารนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องอารมณ์/ความรู้สึกด้วย มิใช่เรื่องของเหตุและผลเท่านั้น รวมทั้งยังเห็นด้วยกับ Humanist Tradition ว่าจะต้องสนใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ถูกศึกษากับบริบทของเขา (Subject x Context) อย่างไรก็ตาม System Tradition เห็นว่า ควรจะตั้งเป้าหมายสำหรับการคาดการณ์ทำนายเอาไว้ด้วย

วิธีการศึกษาของแนวทางนี้มุ่งที่จะดูทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล หลังจากนั้นผู้ศึกษาต้องสามารถสร้างแบบแผนของวิวัฒนาการหรือการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารนั้นขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบแผนคำอธิบายที่ว่า หลังจากที่บุคคลได้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นแล้ว เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างไรบ้าง

(4.1.2) การสื่อสารระหว่างชาติต่าง ๆ เนื่องจาก "ชาติ" ถูกใช้เป็นเกณฑ์สำคัญในการแบ่งแยกวัฒนธรรมต่าง ๆ ออกจากกันอย่างที่รับรู้กันโดยง่ายและทั่วไป ฉะนั้น ทั้ง ๆ ที่แต่ละชาติต่างมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ทว่า ก็มีนักวิชาการบางท่าน เช่น Hofstede (1997) และ Tanno & Gonzalez (1998) ได้พยายามสร้างเกณฑ์เพื่อเปรียบเทียบวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ เอาไว้ดังนี้

คือ

- **ลักษณะการเน้นความเป็นปัจเจก V.S. ความเป็นกลุ่ม** (Individualism V.S. Collectivism) ตัวอย่างเช่น เมื่อเปรียบเทียบวัฒนธรรมอเมริกันกับของอินเดีย จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมอเมริกันจะเน้นลักษณะ "ความเป็นปัจเจกนิยม" คือ เน้นเสรีภาพของบุคคล การตัดสินใจและความรับผิดชอบของบุคคล ในขณะที่อินเดียจะถือว่า บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (เช่น ครอบครัว/เครือญาติ/วงศ์ตระกูล) ดังนั้น การตัดสินใจหรือความรับผิดชอบจะต้องมีต่อกลุ่มมากกว่าตัวเอง

- **ลักษณะโครงสร้างทางอำนาจ** (Power structure) ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีอำนาจมากกว่ากับผู้มีอำนาจน้อยกว่า ผู้มีอำนาจน้อยรับรู้ผู้มีอำนาจมากอย่างไร มีการจัดวางความสัมพันธ์แบบไหน และในแต่ละวัฒนธรรม ชื่นชอบอำนาจแบบไหน เช่นแบบพระเดชหรือแบบพระคุณ ตัวอย่างเช่น ถ้าเทียบวัฒนธรรมไทยกับอเมริกัน ก็จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า โครงสร้างอำนาจของสังคมไทยมีลักษณะเป็นลำดับชั้นมากกว่าอเมริกัน โครงสร้างดังกล่าวมีผลต่อรูปแบบการสื่อสารอย่างแน่นอน

- **ลักษณะการสื่อสารที่ขึ้นต่อบริบทมากน้อยต่างกัน** (Context) ดังเช่นที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วในเรื่องของการสื่อสารแบบ high context และ low context

- **ลักษณะเน้น "ความเป็นหญิง" V.S. "ความเป็นชาย"** (Femininity V.S. Masculinity) "ความเป็นหญิง" และ "ความเป็นชาย" ในที่นี้ มิได้หมายถึงเพศโดยตรง หากแต่หมายถึงคุณลักษณะบางประการ (ซึ่งแน่นอนว่า อาจมีในเพศหนึ่งมากกว่าอีกเพศหนึ่ง) วัฒนธรรมที่เน้น "ความเป็นหญิง" จะได้แก่วัฒนธรรมที่เน้นการดูแลรักษา การเอาใจใส่ให้บริการ การให้การสนับสนุนทางจิตใจและสังคม ส่วนวัฒนธรรมที่เน้น "ความเป็นชาย" จะได้แก่วัฒนธรรมที่มุ่งการวางเป้าหมาย การดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย การก้าวรุดไปข้างหน้า เป็นต้น

- **ลักษณะของการมีทัศนคติทางบวกหรือทางลบต่อการเปลี่ยนแปลง** (Negative V.S. Positive response to change) การศึกษาทัศนคติดังกล่าวนี้อาจดูได้จากตัวบ่งชี้ต่าง ๆ เช่น สังคมที่เน้นอิทธิพลของศาสนา ประเพณีและอุดมการณ์อย่างสูง สมาชิกมักจะไม่ค่อยกล้าเปลี่ยนแปลง ในทางตรงกันข้าม สังคมที่เน้นวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีย่อมจะยินดีต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆอยู่เสมอ

(4.2) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในรูปแบบที่ผ่านสื่อกลางคือสื่อมวลชน

การศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในรูปแบบที่ผ่านสื่อกลางคือสื่อมวลชนนั้นจะมีมากในกรณีของภาพยนตร์และโฆษณา เนื่องจากผลงานสื่อทั้งสองประเภทนี้ได้เดินทางผ่าน

วัฒนธรรมต่าง ๆ เราอาจแบ่งแนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่ผ่านสื่อมวลชนออกได้เป็น 3 แนวทางดังนี้

(4.2.1) **การศึกษาตัวเนื้อหา** (Content study) การศึกษาเนื้อหาเป็นวิธีการที่การศึกษาเรื่องสื่อมวลชนใช้กันอย่างมาก ประเด็นที่จะหยิบยกมาศึกษานั้นมีได้หลายวิธี เช่น

(i) **การศึกษาภาพลักษณ์/การนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมอื่น ๆ ในสื่อมวลชนของวัฒนธรรมหนึ่ง** ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของจิตราภรณ์ (2539) ที่ศึกษาการนำเสนอเรื่องของประเทศลาวในหนังสือพิมพ์ไทยในช่วงสิบปี (พ.ศ.2528-2537) โดยผู้วิจัยเสนอว่าในความเป็นจริงประเทศไทยและลาวอยู่ใกล้ชิดกัน และมีความสัมพันธ์ทั้งด้านที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันและด้านที่ขัดแย้งกัน ในเวลาเดียวกัน หนังสือพิมพ์ไทยอาจจะทำหน้าที่เป็นแว่นกรองแสงที่ส่องให้เห็นความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่าง 2 ประเทศ ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า

- มีทั้งภาพด้านบวกและด้านลบของประเทศลาวในหนังสือพิมพ์ไทย แต่ทว่าภาพด้านลบจะมีมากกว่าบวกประมาณเท่าตัว ภาพด้านบวกก็คือ การเป็นชาติพี่น้องกัน มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน และลาวเป็นชาติที่มีวัฒนธรรมอันดีงาม ส่วนภาพด้านลบก็คือ ลาวเป็นชาติด้อยพัฒนา ไม่จริงใจ ชอบรุกล้ำเขตแดนไทย สร้างปัญหาผู้อพยพให้เป็นภาระแก่ไทย เป็นประเทศคอมมิวนิสต์
- ภาพด้านบวกและลบนั้นจะถูกสร้างขึ้นตามลักษณะความสัมพันธ์ที่เป็นจริงระหว่าง 2 ประเทศในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งแสดงว่า ภาพในหนังสือพิมพ์ถูกสร้างขึ้นเพื่อรองรับผลประโยชน์ทางการเมืองระหว่างประเทศในแต่ละช่วงเวลา
- ลักษณะ "ชาติพันธุ์นิยม" (racism) จะมีปรากฏในหนังสือพิมพ์ด้วยการวางตัวว่า "ชาติไทยเหนือกว่าชาติลาว" แม้จะเรียกว่า "บ้านพี่เมืองน้อง" แต่ไทยก็วางตัวเป็นพี่ทำให้มีความสัมพันธ์แบบไม่เสมอภาค

(ii) **การศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ปรากฏในผลงานสื่อมวลชน** ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Passage to India ที่แสดงให้เห็นการพบกันระหว่างวัฒนธรรมอินเดียและวัฒนธรรมอังกฤษ

(iii) **การศึกษากระบวนการแปลงเนื้อหาของผลผลิตจากวัฒนธรรมหนึ่งไปสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง** ซึ่งคล้ายคลึงกับแนวทางการศึกษาของนักภาษาศาสตร์ที่ศึกษาเรื่องการแปลภาษา หากทว่าในเรื่องสื่อมวลชนจะเปลี่ยนวัตถุดิบที่ศึกษามาเป็นผลผลิตต่าง ๆ ของสื่อมวลชน ที่การศึกษาในวงการสื่อมวลชนเรียกว่า Intertextuality เช่น การนำเอาทำนองเพลงของวัฒนธรรมหนึ่งมาดัดแปลงใช้ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง เป็นต้น

(4.2.2) **การศึกษารูปแบบการรับสารจากต่างวัฒนธรรม** (Reception study) เนื่องจากการแลกเปลี่ยนผลิตกรรมทางวัฒนธรรม เช่น ผลงานสื่อมวลชนนั้น แม้ว่าตัว "วัตถุธรรม" จะมาจากวัฒนธรรมหนึ่ง ก็มีความสนใจศึกษาว่า เมื่อวัตถุธรรมนั้นถูกนำเข้ามาสู่อีกวัฒนธรรมหนึ่ง จะมีการเสพ/บริโภควัตถุธรรมนั้นอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านวัฒนธรรมเรื่อง "การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม" (Cultural Diffusion) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า ในการรับวัฒนธรรมจากสังคมอื่นนั้น จะปรากฏออกมาในหลายรูปแบบ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการสื่อสารในชั้นหลังที่เริ่มมองว่า "ผู้รับสารนั้นมีลักษณะ active มีลักษณะเลือกรับสื่อ" และในกรณีที่เป็น**ผลผลิตสื่อจากวัฒนธรรม**หนึ่ง ๆ มาพบกับ**ผู้รับสารในอีก**วัฒนธรรมหนึ่ง เราอาจจะถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการพบกันทางวัฒนธรรมของการสื่อสารได้เช่นกัน

มีตัวอย่างงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่ศึกษาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในรูปแบบนี้ เช่น Leibes & Katz (1990) สนใจว่า คนจากต่างวัฒนธรรมจะรับรู้เหตุการณ์เดียวกันอย่างไร และมีวิธีการเล่าเรื่องที่เหมือน/ต่างกันอย่างไร Leibes & Katz (1990) เลือกกรณีของหนังโทรทัศน์ชุด Dallas และเลือกกลุ่มผู้รับสาร 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ คนอเมริกัน และคนอิสราเอล โดยที่ในแต่ละกลุ่มยังแบ่งแยกเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอีก 5 กลุ่ม เช่น พวกคิบบุชในอิสราเอล คนอเมริกันเชื้อสายละตินอเมริกา คนอเมริกันเชื้อสายรัสเซีย ฯลฯ ผู้วิจัยพบว่า ผลจากการดูภาพยนตร์เรื่องเดียวกัน มีการเลือกรับรู้ที่แตกต่างกันและการตีความที่ต่างกัน กลุ่มวัฒนธรรมย่อยเชื้อสายอาหรับรู้สึกตกใจอย่างมากที่เห็นบทบาทที่ก้าวล้ำหน้าและการปฏิบัติตนทางเพศของตัวละครหญิงในเรื่องนี้ เช่นเดียวกับแบบวิธีในการเล่าเรื่อง กลุ่มเชื้อสายอาหรับ (ที่อาจเรียกว่าเป็นพวก "อนุรักษ์/ประเพณีนิยม") จะมีวิธีการเล่าเรื่องตามลำดับตามแบบที่โทรทัศน์นำเสนอ ส่วนกลุ่มคนอเมริกันและกลุ่มอิสราเอลที่อยู่ในคิบบุช (ที่ถือว่าก้าวหน้า) มีวิธีการจัดลำดับใหม่ โดยแบ่งเป็นตอน ๆ ตามแบบของตนเอง แล้วเลือกเน้นหรือเลือกแสดงความคิดเห็นแบบเสียดสีถากถางเพิ่มเติมลงไป และถ้าหากใช้เกณฑ์ทางการเมืองเข้ามาจับดู กลุ่มอเมริกันเชื้อสายรัสเซียจะมีลักษณะดูแบบการเมืองมากที่สุด โดยจะไม่ให้ความสนใจกับตัวละครหรือการดำเนินเรื่องเลย จะพูดแต่เพียงว่า เนื้อหานั้นผิดไปจากความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด Leibes ได้ให้ข้อสรุปสั้น ๆ จากการวิจัยครั้งนี้ 3 ข้อว่า

- มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมอย่างแน่นอนระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ๆ
- และการสื่อสารจะเป็นตัวสะท้อนความแตกต่างทางวัฒนธรรมนั้น
- ในเวลาเดียวกัน การสื่อสารก็อาจจะเป็นตัวสร้างความแตกต่างทางวัฒนธรรมนั้นขึ้นมา

ในกรณีของไทย มนกานต์ (2539) ได้วิจัยทัศนคติของวัยรุ่นไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้ทั่วโลก ในแวดวงโฆษณานั้นยังมีข้อถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องการใช้กลยุทธ์แบบ Global/local อยู่ตลอดเวลา และยังไม่มีข้อสรุปตายตัว จากมุมมองของฝ่ายผู้ส่งสารย่อมต้องการจะใช้กลยุทธ์แบบ global เนื่องจากการประหยัดต้นทุนและเอกภาพของสินค้า หากแต่กลุ่ม localize ก็มองจากความเป็นจริงของผู้รับสารว่ายังมีลักษณะท้องถิ่นที่แตกต่างกันในแต่ละที่

มนกานต์ได้เลือกภาพยนตร์โฆษณาระดับสากล 5 เรื่องมาให้วัยรุ่นไทยจำนวน 43 คนชม แล้วถามคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์ดังกล่าว ผู้วิจัยพบผลที่น่าสนใจดังนี้

- เหตุผลที่วัยรุ่นชอบโฆษณาตัวอย่างนั้น จะเนื่องมาจากลักษณะของการมีอารมณ์ขัน (สอดคล้องกับนิสัยรักสนุกของคนไทย) ดนตรี (วัฒนธรรมวัยรุ่น) แนวคิดที่แปลกใหม่ (วัฒนธรรมคนรุ่นใหม่) ฉากและสถานที่ที่ใช้ (น่าสังเกตว่าเป็นเหตุผลด้านองค์ประกอบของโฆษณา)

- เหตุผลที่วัยรุ่นไม่ชอบโฆษณาตัวอย่างนั้น จะเนื่องมาจากลักษณะที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมไทย (เช่น ผู้หญิงแต่งตัวไม่เหมาะสม/ใช้ความรุนแรง) ห่างไกลจากความเป็นจริง ละเมิดความเป็นส่วนตัว และท้ายที่สุดคือ ไม่เข้าใจ (น่าสังเกตว่า เหตุผลทั้งหมดนี้เป็นเหตุผลเชิงวัฒนธรรมทั้งสิ้น)

- เหตุผลที่ทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจ จะเนื่องมาจาก
  + มีแต่ภาพ ไม่มีคำบรรยาย (ใช้แต่อวจนภาษาไม่มีภาษาประกอบ)
  + ใช้ presenter ที่คนดูรู้จักในบริบทหนึ่ง แล้วเอามาใช้ในอีกบริบทหนึ่ง
  + ใช้การตัดต่อภาพอย่างรวดเร็วเกินไป (วัฒนธรรมเรื่องเวลา)
  + พื้นฐานความรู้ของผู้ชมไม่เพียงพอ เช่น ภาพยนตร์ชุดทาร์ซานสั่งอาหารแบบฟาสต์ฟู้ดที่เป็นไก่ทอดมากิน คนดูไทยไม่เข้าใจว่า "ไก่มาเกี่ยวอะไรกับทาร์ซาน" เนื่องจากไม่รู้จักเรื่องราวของทาร์ซานมามากพอ

(4.2.3) **การศึกษาผู้ส่งสาร/กระบวนการผลิตเนื้อหา** (Communicator study) ในโลกปัจจุบันนี้ เราจะพบว่า ไม่เพียงแต่ฝ่ายผู้รับสารเท่านั้นที่จะเปิดรับผลงานสื่อที่นำมาจากวัฒนธรรมอื่น ๆ แม้แต่ในด้านผู้ผลิตเอง ก็มีการกระโดดข้ามทางวัฒนธรรมเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ผู้กำกับภาพยนตร์จีนหลายคนเช่น หว่อง คาร์ไว ได้ไปกำกับหนังในฮอลลีวู้ด ซึ่งเป็นกรณีที่มีมานานแล้ว สำหรับกลุ่มผู้ผลิตสื่อที่ข้ามวัฒนธรรมกันไปมาในชาติตะวันตกด้วยกัน (เช่น จากฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน ออสเตรเลีย ฯลฯ) จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เมื่อผู้ผลิตสื่อที่ไปจากอีกวัฒนธรรมหนึ่ง และไปผลิตสื่อในอีกวัฒนธรรมหนึ่งนั้น จะมีการสื่อสารทางวัฒนธรรมอย่างไร เช่นเดียวกับที่เราอาจจะ

ศึกษาว่า เมื่อบริษัทหนังฮอลลีวู้ดมาสร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องเมืองไทย (เช่นเรื่อง The King and I) ผลงานสื่อที่ออกมาย่อมเป็นการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่สามารถวิเคราะห์วิธีคิดและวิธีทำงานของวัฒนธรรมของผู้ส่งสารได้ด้วย

(4.3) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมสื่อมวลชนกับวัฒนธรรมสื่อประเพณี (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "สื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน")

ก่อนหน้าที่จะเกิดมีสื่อมวลชนนั้น ในแต่ละสังคมมักจะมีสื่อประเพณีใช้อยู่แล้วในสังคม และได้สร้างสรรค์วัฒนธรรมเฉพาะตัวของสื่อประเพณีนั้นขึ้นมา เช่นเดียวกับสื่อมวลชนก็มีวัฒนธรรมเฉพาะตัวของตัวเองเช่นกัน ดังนั้น เมื่อมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภท จึงอาจถือได้ว่าเป็นการพบกันระหว่าง 2 วัฒนธรรม เช่น เมื่อมีการนำหนังตะลุง (สื่อประเพณี) มาแสดงผ่านโทรทัศน์ (สื่อมวลชนสมัยใหม่) หรือแม้แต่เมื่อมีการนำผู้นำชุมชน (สื่อประเพณี) มาออกรายการวิทยุ (สื่อมวลชน) เป็นต้น

ในช่วงที่มีแนวคิดเรื่องการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) อันหมายถึงการนำเอาสื่อมวลชน (ในระยะแรก) และสื่อประเพณี (ในระยะหลัง) มาใช้ในการพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าทันสมัย เป็นช่วงเวลาที่มีแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องระหว่างระบบการสื่อสารใน 2 วัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น งานศึกษาของ Edelstein & Schulz (1964) ที่ทำการศึกษาหมู่บ้านที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยมในเมือง Grangeville ที่อยู่ห่างจาก Seattle ไป 30 ไมล์ ในหมู่บ้านนี้มีกลุ่มผู้นำชุมชนที่ประกอบด้วยกลุ่มคนจากทุกอาชีพที่รับรู้บทบาทของตัวเองว่าเป็นผู้ดูแลปกป้องชุมชน และรักษาคุณค่าที่ดีงามต่าง ๆ ของชุมชนเอาไว้ ผู้วิจัยได้เลือกผู้นำชุมชน 46 คน และใช้วิธีวิจัยด้วยการจัดสนทนาอภิปรายในหมู่ผู้นำ (panel of experts technique) เพื่อถามถึงบทบาทที่ "หนังสือพิมพ์" ในฐานะ "ผู้นำหน้าใหม่" ของชุมชนได้แสดงในโครงการต่าง ๆ ของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำชุมชนมีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ในฐานะผู้นำชุมชนควรจะมีบทบาท 2 ประการคือ เป็นผู้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ ในชุมชน และเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร แต่เท่าที่ผ่านมาหนังสือพิมพ์ยังคงแสดงแต่บทบาทหลังโดยมีบทบาทน้อยในฐานะผู้ริเริ่มโครงการต่าง ๆ นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังคงแสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมเก่ากับวัฒนธรรมใหม่ของระบบการสื่อสารทั้ง 2 ระบบในเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสาร เนื่องจากผลการสัมภาษณ์บรรณาธิการหนังสือพิมพ์มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ต้องรายงานข่าวทุกอย่างแม้ข่าวนั้นจะส่งผลให้เกิดความแตกแยกในชุมชน (ตามวัฒนธรรมสื่อมวลชน) แต่ผู้นำชุมชนกลับเห็นว่า หนังสือพิมพ์ควรจะรายงานแต่ข่าวดี ๆ ไม่ควรรายงานข่าวความขัดแย้งจนกว่าจะถึงจุดที่แตกหักจริง ๆ (ตามวัฒนธรรมของสื่อประเพณี)

Ithiel de Sola Pool (1964) ก็ได้ให้ข้อสังเกตว่า

- ในวัฒนธรรมประชาชนนั้นมีแบบแผนมีประเพณี มีบรรทัดฐานของการสื่อสารอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น การตัดสินประเมินว่า ข่าวสารนั้นเป็นความจริงหรือไม่ ประชาชนจะตัดสินจากกลุ่มหรือตัดสินว่า "ใครเป็นผู้พูด" การบอกกันปากต่อปากจะน่าเชื่อถือมากกว่าการเขียน และไม่ไว้ใจแหล่งข่าวสารที่เป็นคนนอกวงศาคณาญาติ เป็นต้น ฉะนั้น เมื่อประชาชนมาพบกับข้อมูลจากวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่มีวัฒนธรรมของตัวเองเช่นกันคือ ผู้ส่งข่าวสารไม่รู้ว่ากำลังพูดอยู่กับใคร การตัดสินประเมินข้อเท็จจริงก็มีบรรทัดฐานของตัวเอง เช่น ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญ ต้องเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง ฯลฯ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากที่ประชาชนเคยใช้อยู่ จึงต้องมีการปะทะกันระหว่าง 2 วัฒนธรรมอย่างแน่นอน
- ก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้น ในชุมชนจะมีสื่อประเพณีที่พอเทียบเคียงได้กับสื่อมวลชน เช่น รูปแบบการป่าวร้องตีกลองประชุม การแสดงพื้นบ้าน การประกอบพิธีกรรมต่างๆ และในสื่อประเพณีเหล่านี้จะวางรูปแบบวัฒนธรรมการสื่อสารที่แน่นอนเอาไว้ เช่น แบบแผนการฟัง มารยาทในการพูดแสดงความคิดเห็น ฯลฯ เมื่อสื่อมวลชนสมัยใหม่ถูกนำเข้าไป ก็ต้องมีการเผชิญหน้ากับวัฒนธรรมเดิมอย่างแน่นอน ตัวอย่างเช่น ในวัฒนธรรมของชาวแอฟริกัน จะวางแบบแผนการสื่อสารในรูปแบบสนทนาเอาไว้ ดังนั้น คู่สนทนาจะพูดไปสักระยะหนึ่ง แล้วก็ต้องหยุดฟังเพื่อเปิดให้อีกฝ่ายหนึ่งได้พูดบ้าง การพูดและการฟังจึงต้องสลับกันไปมา แต่เมื่อมีการนำวิทยุเข้าไป วิทยุเป็นสื่อที่มีลักษณะ "พูดไม่หยุด และไม่มีการหยุดฟังจากจากอีกฝ่ายหนึ่งเลย" ดังนั้น ในระยะแรกคนแอฟริกันจึงฟังวิทยุรู้เรื่องเป็นช่วง ๆ เท่านั้น เป็นต้น

บทที่ 6
สำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม
(Cultural Imperialism)

1. ที่มาของแนวคิด "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม"
2. ทฤษฎีเบื้องหลังแนวคิดเรื่อง "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม"
3. กลไกการทำงานของจักรวรรดินิยมแผนใหม่
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับระบบเศรษฐกิจ/การเมือง
5. การวิเคราะห์จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสาร
6. ภาพที่เป็นจริงของระบบโลก และจักรวรรดินิยมทางการสื่อสารในยุคปัจจุบัน
   (6.1) ระบบเศรษฐกิจโลกที่ไม่เท่าเทียมกัน
   (6.2) ระบบการเมืองโลกที่ไม่เสมอภาคและไม่เป็นธรรม
   (6.3) ระบบข่าวสารระดับโลก
   (6.4) ปฏิกริยาตอบโต้จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม
7. ข้อวิจารณ์ต่อสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม

บทที่ 6
สำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม
(Cultural Imperialism)

1. ที่มาของแนวคิด "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" (Cultural Imperialism)

ในแวดวงของการศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรม" นั้น นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษา เช่น นักมานุษยวิทยาเคยกล่าวถึงรูปแบบของการพบปะกันระหว่างวัฒนธรรมว่ามีหลายแบบ เช่น การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (cultural exchange) อันได้แก่ กรณีตัวอย่างที่กล่าวไปในบทที่แล้ว หรือการดูดกลืนทางวัฒนธรรม (cultural assimilation) ซึ่งเป็นรากฐานที่มาของแนวคิดด้านจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน

ในอีกด้านหนึ่ง ที่มาของ "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" นั้น ก่อตัวมาจากปรากฏการณ์ความเป็นจริงทางประวัติศาสตร์การเมืองของโลกที่ได้ผ่านลัทธิล่าอาณานิคมมาหลายรูปแบบและหลากเนื้อหา (Colonisation) รูปแบบที่เก่าแก่ที่สุดของลัทธิล่าอาณานิคมคือ จักรวรรดินิยมแบบโรมัน (Old Imperialism) ที่ใช้รูปแบบของกองทหาร เรือปืน การเมือง และกฎหมายเข้าไปยึดครองพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ และบังคับเอาทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานจากประเทศที่ตกเป็นอาณานิคมอันเป็นรูปแบบการกดขี่ขูดรีดทางเศรษฐกิจที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน รูปแบบอาณานิคมอย่างเก่านี้ถูกใช้มาจนถึงสงครามโลกครั้งที่ 2

แต่ทว่า หลังจากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 บรรดาเจ้าอาณานิคมทั้งหลายต่างตระหนักว่า ลัทธิล่าอาณานิคมในรูปแบบเดิมนั้นเป็นไปไม่ได้แล้ว เพราะประเทศที่ตกเป็นอาณานิคมต่างลุกขึ้นมาต่อต้านปลดแอกและขับไล่เจ้าอาณานิคมออกไป ดังนั้นลัทธิล่าอาณานิคมจึงต้องแปลงโฉมใหม่ โดยเฉพาะหลังสงครามเวียดนาม กระแสต่อต้านจักรวรรดินิยมในรูปแบบเดิมยิ่งมีเพิ่มมากขึ้น แม้แต่ประเทศที่ยิ่งใหญ่ครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เช่น สหรัฐอเมริกาเองก็เคยมีประวัติศาสตร์การต่อต้านจักรวรรดินิยมมาก่อน

R. Williams (1983) กล่าวว่า จากประวัติศาสตร์ของโลก จักรวรรดินิยมนั้นมี 2 รูปแบบ ในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นรูปแบบของจักรวรรดินิยมทางการเมือง (Political Imperialism) ส่วนในศตวรรษที่ 20 นั้น เป็นรูปแบบของจักรวรรดินิยมทางเศรษฐกิจ (Economic Imperialism) นักคิดสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเองก็เห็นกับแนวคิดของ R. Williams โดยยืนยันว่า ลัทธิล่า

อาณานิคมและจักรวรรดินิยมนั้นยังคงดำรงอยู่ หากทว่าได้เปลี่ยนแปลงกลไกเดิมจากกองทัพและการเมือง/การปกครองมาเป็นกลไกใหม่ในการครอบงำ 2 ประการคือ

- **กลไกการครอบงำด้านเศรษฐกิจ** (Economic Imperialism) รูปแบบของกลไกนี้ก็คือบรรดาบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาทำหน้าที่แทนกองทัพ บริษัทข้ามชาติเข้าไปมีอิทธิพลต่อการครอบงำเศรษฐกิจของประเทศอาณานิคมทั้งด้านการลงทุน การอุตสาหกรรม การเงินระหว่างประเทศ (ดังกรณีที่เกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินของไทยในช่วงปีพ.ศ.2540 เป็นประจักษ์พยานอย่างดี)

- **การครอบงำด้านวัฒนธรรม** (Cultural Domination) Tomlinson (1991) กล่าวถึงคำนิยามของคำว่า "การครอบงำด้านวัฒนธรรม" ว่า จำเป็นต้องเริ่มต้นตั้งแต่การนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" ที่จะต้องใช้ตามความหมายของ R. Williams คือ วัฒนธรรมจะครอบคลุมความหมาย 2 อย่างคือ

♦ หมายถึงผลงานและการปฏิบัติงาน (practice) ที่เป็นกิจกรรมด้านภูมิปัญญาและศิลปะ/สุนทรียะ ในความหมายนี้จะเป็นความหมายที่คนทั่ว ๆ ไปเข้าใจกันเมื่อกล่าวถึง "วัฒนธรรม" และในความหมายนี้ จะครอบคลุมถึงผลงานด้านดนตรี ภาพยนตร์ ละคร รวมทั้งรายการโทรทัศน์ด้วย

♦ ในอีกความหมายหนึ่ง วัฒนธรรมจะครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวางกว่าความหมายแรก เพราะจะกินความรวมถึงปฏิบัติการทุกอย่างที่มีความหมายอยู่เบื้องหลัง (signifying practice) เพราะฉะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการล้างจาน การเอาพวงมาลัยคล้องหน้ารถแท็กซี่ การอ่านนวนิยาย การนั่งวิจารณ์ละคร ฯลฯ หากกิจกรรมเหล่านี้มี "ความหมาย" อยู่เบื้องหลังก็ถือว่าเป็นวัฒนธรรมทั้งสิ้น

จากคำนิยามทั้ง 2 ของวัฒนธรรม เมื่อนำมาใช้ในการให้คำนิยามของคำว่า "การครอบงำด้านวัฒนธรรม" จึงหมายถึง การใช้อำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจเพื่อแพร่กระจายค่านิยม (value) การปฏิบัติ (habit) ของวัฒนธรรมจากภายนอกสังคมนั้น ๆ เพื่อเข้าไปแทนที่ค่านิยมและการปฏิบัติที่เคยมีอยู่เดิมโดยผ่านบรรดาผลงานด้านการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม Tomlinson ได้ตั้งข้อสังเกตต่อคำนิยามดังกล่าวว่า อาจจะมีจุดอ่อนในเรื่องเจตนารมณ์ความตั้งใจของผู้ผลิตผลงานด้านการสื่อสารซึ่งอาจจะไม่ได้มีความตั้งใจที่จะครอบงำผู้รับสารเลย
นอกจากนั้น คำนิยามดังกล่าวดูเหมือนจะมีนัยยะว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจจะเป็นตัวผลักดันปัจจัยด้านวัฒนธรรมอยู่ตลอดเวลา โดยที่ในข้อเท็จจริงแล้ว อาจเป็นไปได้ว่าปัจจัยทั้งสองต่างเสริมซึ่งกันและกัน

สำหรับเนื้อหาในบทนี้นั้นจะให้ความสนใจกับเรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะ

ในส่วนการสื่อสารได้เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย อนึ่ง เราอาจจะรู้จักแนวคิดเรื่อง "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" ในชื่อที่นิยมเรียกว่า "Globalization/Localization" หรือ Global culture/Local culture ที่หมายถึง "วัฒนธรรมสากล" วัฒนธรรมหนึ่ง (ที่อาจจะเป็น "วัฒนธรรมตะวันตก" หรือ "วัฒนธรรมของอเมริกัน") ที่เข้าไปครอบงำ "วัฒนธรรมท้องถิ่น" ของประเทศหรือกลุ่มชนต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม สำหรับคำว่า "Globalization" (โลกาภิวัตน์) นี้ เมื่อศึกษาจากประวัติศาสตร์ความเป็นมาแล้ว จะพบว่า ก่อตัวมาจากแนวคิดของ M. McLuhan ในเรื่อง "หมู่บ้านโลก" (Global village) ที่กล่าวว่า เนื่องจากการพัฒนาของสื่อสมัยใหม่ที่สามารถเอาชนะอุปสรรคด้านพื้นที่และกาลเวลาได้ สื่อดังกล่าวจะเชื่อมร้อยประเทศทุกประเทศในโลกทั้งหมดให้เข้ามาอยู่ใกล้ชิดกันราวกับบ้านแต่ละหลังในหมู่บ้านเดียวกัน "โลก" จึงกลายเป็นหมู่บ้านโลกขึ้นมา น่าสังเกตว่า ในระยะเริ่มแรกของแนวคิดเรื่อง "หมู่บ้านโลก" นี้ McLuhan มองกระแส "โลกาภิวัตน์" ไปในทางค่อนข้างบวก เพราะเมื่อโลกเข้ามาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความผิดพ้องหมองใจจนกระทั่งกลายเป็นสงครามระหว่างชาติต่างๆ เช่นในอดีตก็น่าจะหมดไป อย่างไรก็ตาม ในการตีความปรากฏการณ์ "โลกาภิวัตน์" จากมุมมองของสำนัก "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" คำว่า “โลกาภิวัตน์" กลับมีความหมายไปในทางลบ เพราะอันที่จริงแล้ว ปรากฏการณ์ "โลกาภิวัตน์" ก็คือ การนำเอาผลผลิตทางวัฒนธรรมในรูปแบบของสื่อมวลชนสมัยใหม่โดยผ่านกระบวนการ รูปแบบ และกลไกต่าง ๆ ของสังคมให้เข้าไปแทนที่และเข้าไปทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น บรรดาสื่อสมัยใหม่เหล่านี้ล้วนแล้วแต่บรรจุค่านิยมและอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมทั้งสิ้น ดังนั้น ค่านิยมและอุดมการณ์ของท้องถิ่นก็ต้องหลีกทางให้แก่ค่านิยมและอุดมการณ์ของระบบทุนนิยม กระบวนการนี้ดำเนินงานโดยประสานกลไกทุกชนิดตั้งแต่กลไกด้านการผลิตและการกระจายทางเศรษฐกิจ การหนุนหลังจากผู้มีอำนาจทางการเมืองและการฝึกอบรมนักวิชาชีพที่ทำงานอยู่ในองค์กรสื่อมวลชน

Tomlinson (1991) ประมวลวาทกรรมที่จัดอยู่ในแนวทางของกลุ่ม "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" และสรุปว่า มีวิธีที่จะพูดถึงจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมอยู่ 4 แบบคือ

(i) **จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมคือจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสาร** (Media Imperialism) แนวทางนี้ถือว่า ในโลกปัจจุบัน วัฒนธรรมที่สำคัญและเห็นได้อย่างเด่นชัดที่สุดก็คือผลงานด้านสื่อมวลชนนี้เอง และเนื่องจากระบบสื่อสารมวลชนไม่ได้เป็นระบบที่โดดเดี่ยวในตัวเอง หากทว่าเป็นระบบที่เกี่ยวพันอยู่กับระบบเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมอย่างอื่น ๆ รวมทั้งเป็นระบบที่สอดร้อยอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชน ดังนั้น แนวทางการศึกษาของกลุ่มจักรวรรดินิยมทางด้านการสื่อสารจึงมุ่งที่จะศึกษาว่า

- ระบบสื่อมวลชนระดับโลกเข้าไปครอบงำสื่อมวลชนท้องถิ่นโดยอาศัยกลไกอำนาจด้านเศรษฐกิจ/การเมืองได้อย่างไร

- ระบบสื่อมวลชนที่เป็นตัวสร้างวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-mediated culture) ได้เข้าไปครอบงำวัฒนธรรมการสื่อสารแบบอื่น ๆ ของท้องถิ่นที่เคยมีมาก่อน เช่น สื่อพื้นบ้าน การสื่อสารระหว่างบุคคล ฯลฯ ได้อย่างไร

(ii) **เป็นวาทกรรมที่พูดเกี่ยวกับ "ความเป็นชาติ"** ที่กำลังถูกจักรวรรดินิยมจากภายนอกเข้ามาครอบงำ แนวทางนี้จะมองแยกออกมาจากเรื่อง "เศรษฐกิจและการเมือง" แต่จะเน้นหนักไปในเรื่อง "ความรู้สึกเป็นเจ้าของชาติใดชาติหนึ่ง" (sense of belonging)

(iii) **เป็นการพูดถึงจักรวรรดินิยมในแง่ของการวิพากษ์วิจารณ์ระบบทุนนิยมระดับโลก** (Global Capitalism) กลุ่มนี้จะเน้นหนักด้านเศรษฐกิจมากกว่าด้านการเมือง โดยพิจารณาว่า ทุนนิยมปัจจุบันได้ขยายตัวจากระดับชาติมาเป็นระดับโลก การสะสมทุนและกำไรก็ต้องทำระดับโลก วิธีการก็คือ ต้องรุกด้านวัฒนธรรมและรสนิยมของคนทั่วโลกให้เป็นแบบเดียวกันก่อน เพื่อผลิตสินค้าแบบเดียวกันป้อนให้แก่ตลาดโลกในลำดับต่อมา

(iv) **เป็นการพูดถึงจักรวรรดินิยมในแง่ของการวิพากษ์"ความทันสมัย"** (Modernity) โดยพิจารณาว่า "ความทันสมัย" ได้กลายมาเป็น "วัฒนธรรมระดับโลก" กลุ่มนี้จะให้ความสนใจเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบสมัยใหม่ และจะสนใจวิจารณ์ลักษณะที่เป็นแบบเดียวกันหมด (homogeni-zation) ของวัฒนธรรมสมัยใหม่

สำหรับในงานเขียนชิ้นนี้จะให้ความสนใจกับการพูดถึงจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม ที่หมายถึงจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารเป็นพิเศษ ซึ่งความหมายของ "จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสาร" นั้น Chin Chuan Lee (1979) ได้นิยามเอาไว้ในหลายลักษณะเช่น

(ก) พิจารณาเริ่มจากสิ่งที่เห็นได้ง่ายที่สุดคือ ปริมาณการนำเข้าของผลิตกรรมทางวัฒนธรรมจากต่างประเทศ (Media product) เช่น ภาพยนตร์ รายการละครโทรทัศน์ เพลง ฯลฯ

(ข) จากรูปแบบการเป็นเจ้าของสื่อ (ownership) ที่จะเป็นเจ้าของต่างประเทศและเป็นผู้ควบคุมผลผลิตสื่อ

(ค) การถ่ายโอนบรรทัดฐานในการทำงานด้านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ผ่านรูปแบบการอบรมและการจัดการศึกษาให้แก่บุคลากรในประเทศโลกที่สาม รวมทั้งการวางรูปแบบของสื่อทุกประเภท โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์ให้มีลักษณะเชิงพาณิชย์มากกว่าจะเป็นบริการเพื่อสังคม

(ง) การบุกรุกและนำเอาโลกทัศน์แบบทุนนิยมเข้าไปทำลายหรือแทนที่โลกทัศน์แบบดั้งเดิมที่มีอยู่โดยผ่านการเผยแพร่ผลงานสื่อประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารของอเมริกันที่นำเสนอ "วิถีชีวิตแบบอเมริกัน" หรือ "ความใฝ่ฝันของคนอเมริกัน" (American dream of life) ผ่านนิตยสาร Reader's Digest หรือภาพยนตร์ชุดต่าง ๆ ของ Walt Disney เป็น

ต้น

2. ทฤษฎีเบื้องหลังแนวคิดเรื่อง "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม"

บริบทของการก่อตัวของทฤษฎีจักรวรรดินิยมด้านวัฒนธรรมเกิดขึ้นในช่วงระหว่างกลางปี 1900-1970 ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ มีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจอย่างมากของบรรดาบริษัทข้ามชาติระดับโลก รวมทั้งการเกิดเหตุการณ์สงครามในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่สหรัฐมีบทบาทอย่างมาก และกองทหารของประเทศตะวันตกที่เข้าสนับสนุนเผด็จการในเอเชีย แอฟริกา และละตินอเมริกา ซึ่งทำให้มองเห็นความเกี่ยวพันระหว่างเศรษฐกิจ การเมืองและอุดมการณ์รวมทั้งบทบาทของสื่อมวลชนได้อย่างชัดเจน ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ สหรัฐได้ขยายระบบเศรษฐกิจออกไปในประเทศที่อยู่ทางใต้ของซีกโลก และแพร่กระจายผลผลิตทางวัฒนธรรมออกไปอย่างกว้างขวาง ดังนั้น นักวิชาการที่เฝ้ามองดูปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงตั้งคำถามว่า

- สินค้าทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนสนับสนุนบรรดาบริษัทข้ามชาติอย่างไรบ้าง
- อุตสาหกรรมผลิตสินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้เองได้กลายมาเป็นบริษัทข้ามชาติได้อย่างไร
- มีความสัมพันธ์อย่างไรระหว่างกองทัพ-อุตสาหกรรม-สื่อมวลชน

เป็นต้น

มีทฤษฎีหลักอยู่ 2 ทฤษฎีที่เป็นคำอธิบายอยู่เบื้องหลังแนวคิดเรื่อง "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" คือ ทฤษฎีระบบโลก (World System Theory) และทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) ทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ให้คำอธิบายสภาวะของโลกปัจจุบันทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ดังนี้ (Hamelink, 1996)

(2.1) มิติด้านเศรษฐกิจ

นับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา ระบบอุตสาหกรรมในโลกตะวันตกได้ขยายตัวออกไปในระดับโลกทั้งในแง่การผลิต การลงทุนและการตลาด นักทฤษฎีระบบโลกจึงอธิบายว่าระบบการผลิตของอุตสาหกรรมปัจจุบันจำเป็นต้องคิดถึง "ตลาดโลก" (World Market) ตัวอย่างที่เห็นอยู่ในชีวิตประจำวันก็คือ สินค้าไม่ว่าจะผลิตในประเทศใดก็ตาม ก็ต้องส่งขายทั่วโลก เช่น อาหารแช่แข็งของไทย ภาพยนตร์อเมริกัน ไวน์ฝรั่งเศส สปาเกตตี้อิตาลี ฯลฯ และมีสินค้าที่เรียกว่า "ระดับ global brand" เกิดเพิ่มมากขึ้นทุกที เช่น น้ำอัดลม Coke, Pepsi เสื้อ Bennetton กระเป๋า

Louis Vitton ฯลฯ ซึ่งกล่าวในภาษาของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองจะกล่าวว่า ระบบทุนนิยมในปัจจุบันได้ก้าวข้ามเขตแดนของระดับประเทศมาเป็น "ระบบทุนนิยมโลก" โดยมีการแสดงออกเป็นรูปธรรมคือ บรรดาบรรษัทข้ามชาติต่าง ๆ

ในขณะที่ตลาดทั่วทั้งโลกเริ่มกลายเป็นตลาดเดียวคือตลาดโลก แต่หากตั้งคำถามในแง่อำนาจเช่น ใครเป็นเจ้าของตลาดนี้ ใครเป็นผู้ควบคุมตลาดนี้ ระบบเศรษฐกิจโลกสมัยใหม่ก็จะมีปรากฏการณ์ที่แปลกไปจากเดิมคือเจ้าของผู้ผลิตสินค้าอาจจะไม่ใช่ผู้ควบคุมตลาด ตัวอย่างเช่น บรรดาประเทศผู้ผลิตน้ำมันเป็นสินค้าส่งออก (กลุ่มประเทศโอเปก) ก็มิใช่ผู้ที่ควบคุมตลาดน้ำมัน แต่หากกลายเป็นบริษัทผู้ค้าน้ำมันโลกใหญ่ ๆ 7 บริษัท ในกรณีของสินค้าประเภทข้าวและดีบุกก็เช่นกัน กลุ่มคนที่จะสามารถควบคุมตลาดโลกได้นี้จะต้องเป็นกลุ่มคนที่ควบคุมระบบการสื่อสารได้

คำตอบเรื่องใครเป็นเจ้าของตลาดโลกในสินค้าประเภทต่าง ๆ นี้ให้คำอธิบายต่อมาเกี่ยวกับเรื่องการผูกขาด การจับจองและการแข่งขัน เช่น กรณีของภาพยนตร์ไทยซึ่งไม่ว่าจะผลิตสร้างให้มีคุณภาพดีเพียงใด แต่ก็ไม่มีโอกาสจะแหวกตลาดไปฉายในต่างประเทศได้เนื่องจากตลาดถูกผูกขาดเอาไว้เต็มหมดแล้ว ในแง่นี้ ระบบเศรษฐกิจโลกเริ่มเคลื่อนย้ายความสำคัญจากระบบการผลิต (production) ไปสู่ระบบแพร่กระจายสินค้ามากขึ้น (distribution)

สำหรับทฤษฎีการพึ่งพาให้คำอธิบายเสริมต่อว่า ระบบเศรษฐกิจทุนนิยมสมัยใหม่ได้แบ่งโลกออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นทุนนิยมศูนย์กลาง (Central capitalism) และทุนนิยมรอบนอก (Peripheral capitalism) ประเทศในระบบทุนนิยมศูนย์กลางมักจะได้แก่ประเทศอุตสาหกรรมตะวันตกที่พัฒนามาก่อน ส่วนประเทศทุนนิยมรอบนอกก็ได้แก่ บรรดาประเทศโลกที่ 3 ทั้งหลาย ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทุนนิยมศูนย์กลางกับทุนนิยมรอบนอก จะเป็นไปในลักษณะที่ประเทศโลกที่ 3 จำเป็นต้องพึ่งพาและขึ้นต่อประเทศทุนนิยมศูนย์กลางในทุก ๆ ด้าน

สำหรับในด้านของ "ทุน" อันเป็นที่มาของอำนาจอย่างอื่น ๆ นั้น ยิ่งนับวันก็ยิ่งมีการกระจุกตัว รวมศูนย์ของทุนมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายและใกล้ตัวที่สุดก็คือ ทุนด้านการสื่อสาร นับตั้งแต่ทศวรรษ 1920 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสหรัฐได้เริ่มมีการผูกขาดกระจุกตัวอยู่ใน 8 บริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้น บริษัทเหล่านี้ทำการผูกขาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างครบวงจร ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต การจำหน่าย และการฉายตามโรงภาพยนตร์ และนับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ได้มีการรวมศูนย์ทุนด้านการสื่อสารหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกัน เช่น Bartelsmann เป็นเจ้าของทั้งหนังสือ แผ่นเสียง เทป โทรทัศน์ วิดีโอ ส่วน Time & Warner ก็เป็นเจ้าของนิตยสาร หนังสือ แผ่นเสียง เคเบิลทีวี และภาพยนตร์ นอกจากนั้น เจ้าของทุนสื่อสารกับอุตสาหกรรม

ประเภทอื่น ๆ ก็ยังมีการรวมตัวกัน เช่น อุตสาหกรรมเครื่องไฟฟ้าระดับโลก General Electronic ที่เป็นเจ้าของอุตสาหกรรมเครื่องซักผ้า ตู้เย็น หลอดไฟ ฯลฯ พร้อมกับเป็นเจ้าของสถานีเครือข่ายขนาดยักษ์ของสหรัฐคือ NBC ลักษณะการผูกขาดรวมศูนย์ขนาดใหญ่เช่นนี้ ปิดกั้นการแข่งขันอย่างแท้จริง และสกัดกั้นการเกิดขึ้นของคู่แข่งขันรายใหม่ในตลาดอีกด้วย

(2.2) มิติด้านการเมือง

เพื่อให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจที่ขยายออกไปในระดับตลาดโลก ประเทศที่เป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจจำเป็นต้องมีระบบการเมืองที่เข้มแข็งทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก และระบบการเมืองก็กลายเป็น "การเมืองระดับโลก" (World Politic) กล่าวคือ การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ของแต่ละประเทศจำเป็นต้องเกี่ยวพันกับความเห็นของประเทศอื่น โดยเฉพาะการตัดสินใจของประเทศรอบนอกก็ยิ่งจำเป็นต้องได้รับความเห็นชอบจากประเทศศูนย์กลาง โดยเฉพาะบรรดามหาอำนาจทางเศรษฐกิจในโลกตะวันตกทั้ง 7 ประเทศ (กลุ่มประเทศ G7) ที่มีสหรัฐเป็นหัวเรือใหญ่ ดังกรณีที่เห็นอย่างได้ชัดเจน เช่น การปราบปรามนักศึกษาจีนที่จัตุรัสเทียนอันเหมินส่งผลให้สาธารณรัฐประชาชนจีนไม่สามารถจะสมัครเป็นสมาชิกของ WTO ได้ เป็นต้น

สำหรับระบบการเมืองโลกนั้น หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โลกได้แบ่งออกเป็น 3 ค่ายใหญ่ๆ คือ ค่ายโลกทุนนิยมเสรีที่มีสหรัฐทำหน้าที่เป็นตำรวจโลกที่มีกองทัพเรือ บก และอากาศที่เข้าไปจัดการความขัดแย้งของประเทศต่าง ๆ ค่ายโลกคอมมิวนิสต์ที่มีรัสเซียเป็นผู้นำหากทว่าได้สลายอำนาจลงไปในช่วงปี 1990 และค่ายประเทศไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดอันได้แก่ ประเทศโลกที่สาม (ทุนนิยมรอบนอก) ที่พยายามรวมตัวกัน

สำหรับมิติการเมืองในรูปแบบที่เห็นชัดเจนที่สุดคือด้านการทหารนั้น จะมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมกับกองทัพได้อย่างชัดเจน เนื่องจากงบประมาณที่จะใช้ในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารนั้นมีมูลค่ามหาศาล ธุรกิจอุตสาหกรรมจึงต้องแสวงหาแหล่งทุนจากภายนอก ในการนี้ งบประมาณของกองทัพจะเป็นแหล่งสนับสนุนการวิจัยที่สำคัญ ในทางกลับกัน งานวิจัยดังกล่าวก็ต้องตั้งเป้าหมายที่จะผลิตสิ่งที่กองทัพต้องการ ตัวอย่างเช่น ในสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อกองทัพสหรัฐต้องการทรานซิสเตอร์ เครื่องรับ และเครื่องตรวจจับสัญญาณวิทยุ ธุรกิจอุตสาหกรรมก็จะวิจัยและผลิตออกมาให้ ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงเกิดมาจากการตอบสนองความต้องการของกองทัพเป็นหลักใหญ่ ตัวอย่างเช่น ดาวเทียมที่แม้คนทั่วไปจะเข้าใจว่าถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ข่าวสารให้ครอบคลุมทั่วโลก แต่แท้จริงแล้ว ดาวเทียมส่วนใหญ่ที่มีอยู่จะถูกนำไปใช้ในกิจการทหาร และหลังจากที่เสร็จสิ้นภารกิจของทหารแล้ว เทคโนโลยีเหล่านี้จึงจะถูกผลิตออกมาให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้ เช่น กรณี

เตาอบไมโครเวฟ ก็มาจากเครื่องใช้ในยานอวกาศ เป็นต้น

(2.3) ระบบวัฒนธรรมโลก (World/Global culture)

เพื่อเป็นหลักประกันให้แก่ระบบเศรษฐกิจระดับโลกที่กล่าวมาข้างต้น จำเป็นจะต้องจัดระบบวัฒนธรรมของแต่ละสังคมซึ่งแน่นอนว่าย่อมมีความแตกต่างหลากหลายกันอย่างมาก ให้กลายเป็นระบบวัฒนธรรมแบบเดียวกันที่เรียกว่า "World/Global Culture" กลไกการสร้างวัฒนธรรมสากลระดับโลกนั้นมีหลายวิธี เช่น

- การทำให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล ดังที่ประเทศโลกที่สามที่ใช้ภาษาอื่นๆมีประสบการณ์ว่า ถ้าต้องการจะเข้าสู่ระบบโลก (Go Inter) ก็ต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี ภาษาอังกฤษกลายเป็นภาษาที่สำคัญมากโดยเฉพาะในแวดวงธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ในประเทศเนเธอร์แลนด์ที่มีภาษาของตนเองใช้ หากแต่ถ้าเป็นบริษัทธุรกิจ มักจะกำหนดให้บุคลากรของบริษัทนั้นใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสารภายในบริษัท (Schiller, 1976)
- การวางระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร (Infrastructure) ซึ่งเริ่มตั้งแต่วางสายเคเบิลใต้มหาสมุทรของอังกฤษ มาจนกระทั่งถึงการส่งดาวเทียมเพื่อการสื่อสารของสหรัฐในปัจจุบัน และหลังจากที่มีโครงสร้างพื้นฐานแล้ว ก็เป็นการง่ายที่จะส่งออกอุปกรณ์ hardware เช่น การจัดตั้งสถานีวิทยุและโทรทัศน์ และในขั้นตอนสุดท้ายก็คือการส่งออกบรรดา software อันได้แก่ รายการโทรทัศน์ หรือแผ่นเสียง
- เนื่องจากการก่อตั้ง hardware เกือบทั้งหมดถูกออกแบบมาจากประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง ดังนั้น รูปแบบการทำงานด้านการสื่อสาร เป้าหมายของการสื่อสาร ก็จะดำเนินไปภายใต้วัฒนธรรมของการตลาดแบบเดียวกันทั้งหมด ตัวอย่างเช่น ในกรณีของสถานีโทรทัศน์ของไทยที่ซื้ออุปกรณ์เครื่องส่งมาจากบริษัท RCA ของอเมริกา การฝึกอบรมบุคลากรทั้งด้านเทคนิคและด้านการผลิตรายการจึงต้องเป็นไปตามวัฒนธรรมการทำงานของ RCA ดังนั้น รูปแบบวัฒนธรรมการทำงานด้านสื่อมวลชนของทั่วโลกจึงมีลักษณะเป็นมาตรฐานเดียวกันหมด และเป็นมาตรฐานที่มีสหรัฐเป็นต้นแบบ
- ในส่วนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมการสื่อสาร ปริมาณที่เป็นสัดส่วนหลักยังคงเป็นผลงานของประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง เนื่องจากการทำงานด้านสื่อมวลชนนั้นเป็นไปตามหลักการตลาด เมื่อสินค้าสื่อเช่นรายการภาพยนตร์จากสหรัฐมีราคาถูกกว่า ก็เป็นเหตุผลทางการตลาดที่โทรทัศน์ไทยจะสั่งหนังอเมริกันเข้ามาฉายแทนที่รายการที่ผลิตในประเทศไทยที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า (และการที่รายการหนังอเมริกันมีราคาถูกกว่าก็เพราะลงทุนเพียงครั้งเดียวแต่

สามารถหาตลาดฉายได้ทั่วโลกนั่นเอง)

เมื่อพิจารณาสินค้าสื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น สบู่ ผงซักฟอก ตู้เย็น เครื่องดูดฝุ่น ฯลฯ เราจะพบว่า มีทั้งลักษณะร่วมที่เหมือนกันกับลักษณะที่แตกต่างกัน ในแง่ของกระบวนการผลิตและเป้าหมายการผลิต สินค้าสื่อจะมีลักษณะร่วมเหมือนสินค้าอื่น ๆ กล่าวคือ ผลิตด้วยระบบสายพานแบ่งงานกันทำแบบโรงงานอุตสาหกรรม และต้องมีการลงทุนเพื่อหวังผลกำไรเป็นเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม สินค้าสื่อก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากไปจากสินค้าประเภทอื่นๆ กล่าวคือ ในสินค้าสื่อซึ่งเป็น "สินค้าทางวัฒนธรรม/จิตวิญญาณ" (Cultural/spiritual commodity) ยังมีการบรรจุ "ค่านิยม/อุดมการณ์" ของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมโลกแฝงฝังอยู่ภายในอีกด้วย การนั่งดูรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งจากอเมริกาจึงให้ผลแตกต่างไปจากการสูบบุหรี่มวนหนึ่งจากสหรัฐ เนื่องจากในรายการโทรทัศน์นั้น มีวิถีชีวิต มีค่านิยม มีอุดมการณ์ มีความใฝ่ฝันของระบบทุนนิยมบรรจุอยู่ภายใน เช่น วิถีชีวิตแบบปัจเจกนิยม การเปิดรับอุดมการณ์ของการแข่งขัน การถือเอาความสุขด้านวัตถุเป็นเป้าหมายของชีวิต เป็นต้น ดังที่มีข้อสรุปแล้วว่าหนังสือ Reader's Digest สามารถเผยแพร่แบบอย่างวิถีชีวิตแบบอเมริกันได้อย่างกว้างขวาง และยังสามารถทำงานเอาชนะใจผู้คนในที่ต่าง ๆ ได้ดีกว่าการทำงานของกระทรวงข่าวสารข้อมูลของสหรัฐเสียอีก ดังนั้น การที่ผลผลิตสื่อของสหรัฐแพร่หลายท่วมท้นไปทั่วโลก ในด้านหนึ่ง จึงเท่ากับเป็นการกวาดเอาวัฒนธรรมประจำชาติหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เคยแตกต่างหลากหลายให้ถอยออกไป และแทนที่ด้วยวัฒนธรรมของชาติ ๆ หนึ่งเช่นสหรัฐ หรือวัฒนธรรมตะวันตกที่เรียกว่าเป็น "วัฒนธรรมสากล" หรือวัฒนธรรมโลก (Global culture)

ในระหว่างมิติทั้ง 3 ด้านคือเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมนี้ ยังอาจมีข้อถกเถียงกันในหมู่นักคิดสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัยเป็นอย่างไร เช่น W.W. Read (1976) เห็นว่า เป้าหมายของระบบการสื่อสารที่เป็นตัวแทนวัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่นั้น เป็นไปตามหลักเหตุผลด้านเศรษฐกิจเท่านั้น ดังนั้น ในการวิเคราะห์ต้องใช้หลักเศรษฐศาสตร์เป็นวิธีการหลักในการวิเคราะห์ แต่ Schiller เห็นว่า แม้ว่าเหตุผลพื้นฐานของระบบทุนนิยมโลกในการส่งสินค้าออกด้านการสื่อสารจะเป็นเหตุผลมาจากด้านเศรษฐกิจ แต่ทว่าในการวิเคราะห์นั้นก็ต้องติดตามไปดูผลกระทบที่มีต่อวัฒนธรรม เช่น ผลต่อด้านจิตสำนึกของบุคคลและของสังคมด้วย เนื่องจากลักษณะพิเศษของสินค้าประเภทการสื่อสารที่ได้กล่าวมาข้างต้น การวิเคราะห์ในแง่เศรษฐศาสตร์เท่านั้นจึงไม่เป็นการเพียงพอ

3. **กลไกการทำงานของจักรวรรดินิยมแผนใหม่** (Neo-Colonialism/Neo Imperialism)

ถึงแม้ว่าระบบจักรวรรดินิยมนั้นจะมีมานับเป็นเวลาหลายร้อยปีแล้ว แต่ทว่าระบบจักรวรรดินิยมแผนใหม่นี้ก็มีรูปแบบ โฉมหน้า และกลไกการทำงานที่แตกต่างไปจากจักรวรรดินิยมที่เคยมีมาในอดีต และในการนี้ การสื่อสารมีบทบาทเกี่ยวข้องผูกพันอย่างใกล้ชิด ความแตกต่างในแง่รูปแบบก็คือ จักรวรรดินิยมแผนใหม่ประเทศเจ้าอาณานิคมไม่ได้ควบคุมประเทศที่ตกเป็นอาณานิคมโดยผ่านการใช้กำลังควบคุมบังคับ เช่น กองทหารหรือส่งผู้ปกครองไปควบคุมเช่นในอดีต หากทว่าใช้วิธีการส่งออกวิถีชีวิต โครงสร้างองค์กรธุรกิจ การจัดระบบค่านิยม การวางรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การส่งเสริมให้บริโภคผลผลิตทางวัฒนธรรมของประเทศเจ้าอาณานิคม ฯลฯ

Hamelink (1997) สำรวจกลไกแบบใหม่ ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในระบบจักรวรรดินิยมแผนใหม่ที่ก่อตัวมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของระบบนี้จนถึงปัจจุบันดังนี้

(i) **การทำแผนที่** แบ่งกั้นพรมแดนประเทศต่าง ๆ ให้ชัดเจน พร้อมกับการสร้างชาติ (Nation-building) ซึ่งจะเห็นได้ว่า การกำหนดบทบาทหน้าที่ให้สื่อมวลชนแบบใหม่ประการหนึ่งก็คือ การมีบทบาทในการสร้างความรู้สึกเป็นชาติเดียวกัน เช่น บทบาทของวิทยุในการรวมชาติ เป็นต้น

(ii) **การส่งคณะมิชชั่นนารี** และคณะผู้สอนศาสนาไปเปลี่ยนศาสนาของประเทศที่เป็นอาณานิคม

(iii) **การก่อตั้งระบบการศึกษาแผนใหม่** ให้เป็นแบบตะวันตก Hamelink กล่าวว่า ระบบการศึกษาของเจ้าอาณานิคมนั้น ทำงานได้ดีกว่าปืนใหญ่เสียอีก เพราะในขณะปืนใหญ่บีบบังคับได้แต่ทางร่างกาย แต่ทว่าระบบการศึกษานั้นสามารถตกแต่งจิตวิญญาณทั้งหมดให้เป็นแบบเจ้าอาณานิคม โรงเรียนแบบใหม่จะสอนเรื่องระเบียบวินัย (ที่จำเป็นสำหรับระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม และเป็นสิ่งที่ไม่มีมากนักในระบบการผลิตแบบเกษตรกรรม) สอนเรื่องโครงสร้างลำดับชั้นทางอำนาจ สอนทักษะทางอาชีพและทางสังคม ฯลฯ ถึงแม้ว่าการศึกษาในโลกที่สามจะไม่ได้ช่วยให้ประชาชนที่เข้าเรียนในโรงเรียนแผนใหม่ได้ความรู้ติดตัวไปมากมายนัก แต่ทว่าในแง่ของการส่งผ่านโครงสร้างวิธีคิดและค่านิยมแบบตะวันตกแล้ว โรงเรียนในโลกที่สามจะทำงานได้ผลดีที่สุด นักทฤษฎีพึ่งพากล่าวว่า การวางระบบการศึกษาให้แก่โลกที่สามและการฝึกอบรมคนในโลกที่สามเป็นกลไกที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ประเทศในโลกที่สามต้องพึ่งพาทั้งด้านเทคโนโลยีและด้านความคิดจากโลกตะวันตก

(iv) **การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจและระบบการจัดการ**ทั้งหมดให้เป็นแบบตะวันตก วิธีการทำงานของจักรวรรดินิยมแบบใหม่ในด้านเศรษฐกิจนั้น จะใช้วิธีดึงเอาระบบ

เศรษฐกิจของโลกที่สามเข้ามาในระบบตลาดโลก และจะปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินเศรษฐกิจ รวมทั้งการบริหารจัดการให้เป็นแบบตะวันตก ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ การสิ้นสุดของระบบเศรษฐกิจที่ดำเนินงานแบบระบบครอบครัวมาเป็นระบบที่อาศัยนักบริหารมืออาชีพ ในการนี้ กลไกต่าง ๆ จะถูกนำมาใช้ เช่นการให้ทุนฝึกอบรมข้าราชการในประเทศโลกที่สามไปดูงาน การก่อตั้งสถาบันการศึกษาเพื่อการบริหารธุรกิจแบบใหม่ (รู้จักกันในนาม MBA) การส่งคนในประเทศตะวันตกมาทำงานในบริษัทลูกเพื่อถ่ายทอดวิธีการทำงานแบบตะวันตก เช่น การสำรวจตลาด การประชุมพนักงาน การควบคุมคุณภาพ (Quality control) เป็นต้น

(v) **การใช้กลไกด้านภาษา** ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า ประเทศเจ้าอาณานิคมจะพยายามผลักดันให้มีการใช้ภาษาอังกฤษ (ซึ่งเป็นภาษาของเจ้าอาณานิคมแผนใหม่) เพื่อแทนที่ภาษาเดิมที่ประเทศโลกที่สามมีอยู่ ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดคือ การใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งต้องรู้ภาษาอังกฤษ อันที่จริง กลไกด้านภาษาก็เป็นกลไกที่ถูกนำมาใช้ตั้งแต่จักรวรรดินิยมยุคเริ่มแรกที่พยายามทำลายภาษาของประเทศที่ตกเป็นอาณานิคม ในทางตรงกันข้าม เมื่อมีการปลดแอกอาณานิคม ภารกิจแรก ๆ ที่ประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมจะดำเนินการก็คือ การรื้อฟื้นภาษาของตัวเอง เช่น การรื้อฟื้นภาษาตากาล้อกในฟิลิปปินส์ การเปลี่ยนชื่อประเทศ เช่น "โรดีเซีย" ได้เปลี่ยนมาเป็น "ซิมบับเว" เป็นต้น กระบวนการนี้เรียกว่า "Linguistic dissociation"

(vi) **การเดินทาง-ท่องเที่ยว** เป็นกลไกสำคัญและได้กลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ทำรายได้ปีละหลายพันล้านเหรียญสหรัฐ อันที่จริงการท่องเที่ยวนั้นในระยะแรกได้เริ่มต้นจากชนชั้นสูงที่มีเงิน มีเวลา มีความรู้สึกเบื่อหน่ายบรรยากาศซ้ำซากที่บ้าน และต้องการออกไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ให้ความเพลิดเพลินเป็นครั้งคราว รูปแบบการท่องเที่ยวในสมัยก่อนจึงค่อนข้างหรูหราแต่มีขอบเขตอยู่ในแวดวงที่จำกัด แต่ทว่าปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวได้กลายเป็นเรื่องราวของชนชั้นกลางและคนชั้นล่างในโลกตะวันตกที่ต้องการปลีกตัวออกไปจากงานประจำที่น่าเบื่อหน่าย รูปแบบและความหมายของการท่องเที่ยวจึงเปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันนี้ โลกที่สามถูกสร้างขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวรองรับคนชั้นกลางและชั้นล่างจากตะวันตก มีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานมากมายรองรับอุตสาหกรรมดังกล่าว เช่น สนามบิน โรงแรม สถานบันเทิง ฯลฯ ที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมของโลกที่สามอย่างมาก ในการนี้ การสื่อสารมีบทบาทอย่างมากในเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ต้องตัดสินใจ "ซื้อ" ก่อนจะได้สัมผัสตัวสินค้าจริง ๆ จึงต้องอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อการโน้มน้าวให้ซื้อ "สินค้าในอนาคต"

(vii) **เทคโนโลยี** นักทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมให้ความสนใจอย่างมากต่อบทบาทของเทคโนโลยี เนื่องจากมีแนวคิดว่า เทคโนโลยีมิใช่เป็นเพียง**เครื่องมือถ่ายทอด**ข่าวสาร

หรือช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เท่านั้น หากแต่เทคโนโลยีเป็น "ที่อยู่/ที่ตั้งของการครอบงำ" เลยทีเดียว ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อประเทศด้อยพัฒนารับเอาเทคโนโลยีเข้าไปใช้นั้น จะต้องรับมากไปกว่าตัวเครื่องมือเครื่องใช้เท่านั้น กล่าวคือ จะต้องปรับเปลี่ยนระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบการทำงาน ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ความสัมพันธ์กับชุมชน ฯลฯ ให้เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่เหล่านั้น ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ในอดีต เมื่อชุมชนยังมีบ่อน้ำสาธารณะของหมู่บ้านใช้ นอกจากจะเป็นที่ใช้น้ำร่วมกันแล้ว บ่อน้ำก็ยังเป็นแหล่งพบปะชุมนุมของกลุ่มผู้หญิงในหมู่บ้าน แต่เมื่อมีเทคโนโลยีการขุดเจาะบ่อน้ำเข้าไป และทุกบ้านมีบ่อน้ำหลังบ้านตนเองคนละบ่อ การพบปะระหว่างกลุ่มผู้หญิงในหมู่บ้านก็พลอยสูญหายไปด้วย

R. Williams (1974) กล่าวเตือนในเรื่องของเทคโนโลยีว่า เราจะต้องไม่ลืมเลือนโครงสร้างสังคม (Social Formation) ที่ให้กำเนิดแก่เทคโนโลยีนั้น เนื่องจากเทคโนโลยีไม่ได้เกิดมาจากความว่างเปล่า เทคโนโลยีที่เกิดมาจากโครงสร้างสังคมแบบหนึ่ง ๆ ก็จะย้อนกลับไปรับใช้โครงสร้างสังคมนั้น ตัวอย่างของเทคโนโลยีในระบบทุนนิยมนั้นจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน ดังนั้น เทคโนโลยีที่สร้างมาจากประเทศทุนนิยมศูนย์กลางและถูกนำเข้าไปใช้ในประเทศโลกที่สามด้วยคำสัญญาที่ว่า เทคโนโลยีนั้นจะเป็นประโยชน์แก่โลกที่สามเช่นเดียวกับที่เคยเกิดขึ้นในประเทศทุนนิยมศูนย์กลางจึงไม่เคยเป็นจริงตามคำสัญญาเลย Schiller ยืนยันว่า เทคโนโลยีที่นำเข้าจากโลกตะวันตกนั้นเข้ากันไม่ได้กับลักษณะโครงสร้างของประเทศด้อยพัฒนาเลย กรณีของเทคโนโลยีง่าย ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การติดตั้งเครื่องเก็บสตางค์บนรถเมล์โดยสารของไทยเป็นตัวอย่างที่ดี และนอกจากนั้น การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีของโลกที่สาม ก็ยังมิได้มาจากหลักการด้านความเหมาะสมเชิงเทคโนโลยีเสมอไป หากแต่เป็นเหตุผลด้านอำนาจการเมืองมากกว่า ดังเช่นกรณีประวัติของการเปิดสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของไทย เป็นต้น

ดังนั้น หากกล่าวโดยสรุป ถึงแม้ปัจจุบันนี้ เราจะเห็นปรากฏการณ์ที่ประเทศต่าง ๆ ในโลกมีสถานภาพเป็นประเทศอิสระที่ปลดแอกจากเจ้าอาณานิคมเดิมแล้ว หากแต่โดยเนื้อแท้แล้ว สำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมกลับเห็นว่า "ความเป็นอาณานิคม" นั้นยังไม่ได้สูญสลายไป หากทว่าได้แปลงโฉมหน้าเป็น "จักรวรรดินิยมแผนใหม่" วิธีการหลักของจักรวรรดินิยมแผนใหม่นี้คือการดึงเอาประเทศต่าง ๆ เข้ามาร่วมวงศ์ไพบูลย์ในระบบโลกที่ประเทศเจ้าอาณานิคมเป็นศูนย์กลาง แล้วใช้วิธี/กลไกต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น หล่อหลอมดัดแปลงรูปร่างของระบบสังคมอื่น ๆ ให้ตอบสนองต่อค่านิยมและโครงสร้างของประเทศศูนย์กลาง โดยในบรรดากลไกทั้งหลายนี้ กลไกที่สำคัญคือกลไกด้านอุดมการณ์สมัยใหม่ต่าง ๆ โดยเฉพาะกลไกที่สำคัญที่สุดคือ โครงสร้างระบบสื่อสารมวลชนของประเทศโลกที่สาม ฉะนั้นโฉมหน้าของระบบสื่อมวลชนของโลกที่สามจึงต้องเป็นไปตามแม่แบบคือระบบสื่อมวลชนในสหรัฐหรือยุโรป เช่น

- ต้องทำให้ระบบสื่อมวลชนมีลักษณะเป็นธุรกิจการค้าหลัก
- ต้องฝึกอบรมนักวิชาชีพด้านสื่อมวลชนให้คิดและทำให้เหมือนกับต้นฉบับ
- ต้องวางรากฐาน มาตรฐาน และค่านิยมในการทำงานในสายวิชาชีพนี้ เช่น ถ้าเป็นนักสื่อสารมวลชน ก็ต้องวางตัวเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่พรรคการเมืองใด ๆ เป็นต้น

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับระบบเศรษฐกิจ/การเมือง

ในขณะที่นักทฤษฎีด้านการสื่อสารสำนักอื่น ๆ อาจจะมองดูว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ หรือกระบวนการสร้างความเข้าใจร่วมกัน หากทว่าสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมจะพิจารณาว่า การสื่อสารเป็นระบบ/สถาบันสังคมประเภทหนึ่งที่มีความเกี่ยวพันโยงใยกับระบบ/สถาบันเศรษฐกิจ/การเมือง/วัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างแยกกันไม่ออก และหากไม่เข้าใจความเกี่ยวพันดังกล่าวก็จะอธิบายไม่ได้ว่า เพราะเหตุใด ข่าวสารในรูปแบบนี้จึงถูกเลือกส่งจากผู้ส่งรายนี้มายังผู้รับสารกลุ่มนี้

อันที่จริงความเกี่ยวพันระหว่างการสื่อสารกับระบบเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมอื่น ๆ นั้น ไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ด้วยคำอธิบายทางทฤษฎี เนื่องจากข้อเท็จจริงในประวัติศาสตร์ได้ยืนยันความเกี่ยวพันดังกล่าวอยู่แล้ว ตั้งแต่ยุคเริ่มแรกในการค้นคิดเทคโนโลยีต่าง ๆ ด้านการสื่อสารก็มีมูลเหตุจูงใจผลักดันมาจากความต้องการของสถาบันอื่น ๆ ทั้งสิ้น นับตั้งแต่กาลิเลโอค้นคิดกล้องส่องทางไกลได้ แล้วก็ขายให้แก่กษัตริย์สเปนที่นำไปใช้ในสงครามทางเรือ เช่นเดียวกับที่ Gutenberg ที่ต้องใช้เวลายาวนานในการค้นคิดแท่นพิมพ์แบบหมุนได้ และจำเป็นต้องยืมเงินมาใช้ในระหว่างนั้น ดังนั้น เมื่อสามารถค้นคิดได้สำเร็จ ก็ต้องขายผลงานออกไปเพื่อนำเงินมาใช้หนี้ Edison เองก็คิดกล้องดูหนังแบบที่ดูได้ทีละคนด้วยเหตุผลที่ต้องการเก็บสตางค์คนดูทีละคน ฯลฯ จากกรณีตัวอย่างของปัจเจกบุคคลเหล่านี้ ขยายมาจนกระทั่งถึงกรณีที่เป็นมหภาค เช่น บทบาทของข่าวสารในการเอื้ออำนวยให้ระบบการเมืองและเศรษฐกิจแบบจักรวรรดินิยมดำเนินการไปได้ เช่น กรณีที่อังกฤษวางสายเคเบิลใต้มหาสมุทรเพื่อเชื่อมออสเตรเลีย แอฟริกา อินเดีย และจีน และทำให้อังกฤษสามารถควบคุมประเทศทั้งหมดนี้เข้าสู่ศูนย์กลางที่กรุงลอนดอนบนฝั่งแม่น้ำเทมส์ได้ โดยส่งข่าวสารพร้อม ๆ กับสำนักข่าวรอยเตอร์ สหรัฐเองก็ดำเนินรอยตามอังกฤษเพียงแต่เปลี่ยนตาข่ายสื่อที่โยงใยโลกทั้งโลกมาเป็นระบบดาวเทียมแทนสายเคเบิล

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับระบบเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เป็นแนวคิดพื้นฐานของเรื่องจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารนั้น มีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ

(4.1) ทั้งสองฝ่ายต่างเป็นปัจจัยเสริมซึ่งกันและกัน

(4.2) ระบบข่าวสารเองก็เป็นระบบเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมแบบหนึ่ง

(4.1) ระบบเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมและระบบการสื่อสารต่างเป็นปัจจัยส่งเสริมซึ่งกันและกัน

ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะพบเห็นได้ในสภาพความเป็นจริง เมื่อระบบเศรษฐกิจขยายตัว ก็จะผลักดันหรือส่งเสริมให้ระบบการสื่อสารเจริญเติบโตและขยายตัวตามไปด้วย ในทางกลับกัน เมื่อการสื่อสารขยายตัว ก็จะย้อนกลับไปส่งเสริมระบบเศรษฐกิจอีกทอดหนึ่ง ความสัมพันธ์ดังกล่าวเห็นได้อย่างชัดเจนในกรณีของการขยายตัวของหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ-การเงินของไทยที่มีเส้นทางการขยายตัวและหดตัวที่สอดรับกับความเฟื่องฟูและตกต่ำของระบบเศรษฐกิจ ในระบบเศรษฐกิจโลก ข่าวสารจะมีบทบาทในทุกระบบย่อยของเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหาร การขยายกิจการ ข้อมูลการลงทุน การสร้างตลาด และอื่น ๆ

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารกับระบบวัฒนธรรมโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับอุดมการณ์ของสังคมนั้น Marx ได้เคยทำนายเอาไว้ว่า เมื่อระบบทุนนิยมมีการกระจุกตัวของทุนและความมั่งคั่งมากขึ้น ความยากจนก็จะกระจายตัวออกไปในคนหมู่มาก และเป็นปัจจัยผลักดันให้ชนชั้นคนงานลุกขึ้นมาปฏิวัติ อย่างไรก็ตาม ประวัติศาสตร์ได้พิสูจน์แล้วว่า ระบบทุนนิยมมิได้มีชะตากรรมตามคำทำนายของ Marx การปฏิวัติกลับไปเกิดในประเทศกึ่งศักดินาแบบรัสเซีย ดังนั้นในปีค.ศ.1920 นักทฤษฎีสำนักแฟรงเฟิร์ตจึงได้ไขข้อข้องใจว่า เป็นเพราะบทบาทด้านอุดมการณ์ของสื่อมวลชนสมัยใหม่นี่เองที่ทำให้ชนชั้นคนงานในประเทศทุนนิยมไม่เกิดจิตสำนึกที่จะปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคม และนี่คือคำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของข่าวสารกับระบบอุดมการณ์ของสังคม ปัจจุบันนี้ ระบบทุนนิยมได้ขยายตัวออกไปในระดับโลก และทุนก็รวมศูนย์กระจุกตัวอยู่ในมือคนกลุ่มเล็ก ๆ ดังนั้น อุดมการณ์ที่ถูกผลิตออกมาจากสื่อมวลชนทั่วโลกจึงมีลักษณะเป็นแบบเดียวกันหมด คือ เป็นค่านิยมแบบบริโภคนิยม วัตถุนิยม ทำทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าไม่ว่าจะเป็นศิลปะ วัฒนธรรม หรือแม้แต่ชีวิตผู้คน B. Bagdilkian (1992) กล่าวถึงพลังด้านอุดมการณ์ของสื่อมวลชนสมัยใหม่ว่า แม้แต่ซีซาร์ พระสันตะปาปา ฮิตเลอร์ หรือรุสเวลต์ก็ยังมีอำนาจไม่เท่ากับผู้ที่มีอำนาจควบคุมข่าวสารระดับโลกในปัจจุบันที่เป็นผู้กำหนดให้มวลชนเดินไปตามเส้นทางที่ลิขิตเอาไว้ตั้งแต่เรื่องสำคัญ ๆ เช่น จะเลือกใครให้เป็นผู้นำประเทศ ไปจนกระทั่งเรื่องเล็ก ๆ เช่น จะให้กินอะไร จะให้น้ำหนักตัวเท่าไหร่ เป็นต้น

(4.2) ระบบข่าวสารเองก็เป็นระบบเศรษฐกิจ-การเมืองอย่างหนึ่ง

นักทฤษฎีจักรวรรดินิยมด้านวัฒนธรรมได้สืบทอดแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต

โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (Culture Industry) ของ Horkheimer และ Adorno ที่กล่าวว่า กระบวนการสร้างวัฒนธรรมในสังคมปัจจุบันนั้นแตกต่างไปจากสังคมที่เคยมีมาก่อนหน้านี้ กล่าวคือ จะมีกระบวนสร้างวัฒนธรรมแบบเป็น "อุตสาหกรรม" และแบบ "เป็นทุนนิยม" ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่จะถูกผลิตออกมาจะต้องคำนึงถึงการลงทุน เป้าหมายที่เน้นกำไร ผลผลิตที่เป็นสินค้าซึ่งต้องการตลาดผู้ซื้อ ดังนั้น ในสมัยที่สุนทรภู่จะแต่ง "พระอภัยมณี" นั้น สุนทรภู่จึงไม่จำเป็นต้องคิดถึงว่า "ใครจะเป็นนายทุนพิมพ์หนังสือให้" ไม่ต้องมีการสำรวจตลาดความต้องการของผู้อ่าน และเมื่อเขียนเสร็จก็ไม่ต้องเอาสินค้าไปเร่ขายตามโรงพิมพ์ ซึ่งเป็นบรรยากาศที่แตกต่างจากกระบวนการผลิตภาพยนตร์ไทยในระบบอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมในปัจจุบัน วรินทรา (2541) ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้ผลิตนิตยสารของไทยให้ข้อมูลยืนยันว่า ในอดีต ผู้ทำนิตยสารจะเข้ามาทำหนังสือก็เพราะใจรักและทำหนังสือตามที่ผู้ผลิตต้องการจะทำ (sender-centered) แต่ปัจจุบันผู้ผลิตนิตยสารจะทำหนังสือตามใจตัวเองไม่ได้แล้ว หากแต่จะต้องคิดถึง "ตลาดผู้อ่าน" เป็นหลักหรือยิ่งไปกว่านั้นก็คือ ต้องคิดถึง "รสนิยมของตัวแทนบริษัทโฆษณาหรือเจ้าของสินค้าที่จะลงโฆษณา" เป็นหลักยิ่งกว่าผู้อ่านเสียอีก นี่คือความหมายแรกที่ว่าระบบข่าวสารเองก็ได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตข่าวสารเป็นสินค้าเหมือนอุตสาหกรรมอื่นๆ

เมื่อระบบข่าวสารมีสถานะเป็นระบบเศรษฐกิจการเมืองแบบหนึ่ง ก็จำเป็นต้องดำเนินการไปตามหลักของเศรษฐกิจ กล่าวคือ ต้องมีการลงทุน มีกระบวนการแบ่งงานกันทำในการผลิต มีการขายเอากำไร ดังที่มีคำล้อเลียนว่า ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะรับรู้หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งว่าเป็น "ข่าวสาร" และจะเริ่มอ่านตั้งแต่พาดหัวข่าวหน้า 1 ตามลำดับไป แต่ในสายตาของนายทุนเจ้าของหนังสือพิมพ์แล้ว หนังสือพิมพ์เล่มหนึ่งจะเป็นเสมือนเงินลงทุนก้อนหนึ่งที่ต้องคิดคำนวณหาผลกำไร ดังนั้น นายทุนจะอ่านหนังสือพิมพ์จากหน้าหลังโดยจะนับแต่จำนวนชิ้นงานโฆษณาเป็นหลัก เป็นต้น และเมื่อระบบข่าวสารกลายเป็นระบบธุรกิจอย่างหนึ่ง ก็เป็นไปตามหลักของระบบทุนนิยมที่ว่า ใครมีเงินทุนมากกว่าก็จะผลิตสินค้าได้มากกว่าหรือมีคุณภาพดีกว่า ดังตัวอย่างโฆษณาเบียร์ยี่ห้อหนึ่งที่แสดงให้เห็นกระบวนการแข่งขันกันหาข่าวของนักข่าวสองสำนักที่ขึ้นอยู่กับว่า ใครมีเงินทุนหนากว่า ก็ย่อมเข้าถึงแหล่งข่าวได้มากกว่า

ในอีกความหมายหนึ่ง ก็คือ ในระบบข่าวสารนี้จะถูกตรรกะและกลไกทางเศรษฐกิจเป็นตัวควบคุมอยู่ตลอดเวลา เช่น รายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะผลิตอย่างดีมีคุณภาพสูงเพียงใด แต่ถ้าเป็นรายการที่ไม่สามารถทำกำไรได้ดี ก็ต้องถูกถอดออกจากผังรายการหรือถูกย้ายไปอยู่ในช่วงเวลาที่ไม่ดี รายการที่มีความจำเป็นสำหรับสังคมเช่น รายการเด็ก ถ้าหากไม่มีผู้สนับสนุนรายการ ก็จำเป็นต้องยุบเลิกรายการ เศรษฐกิจและเศรษฐกิจเท่านั้นที่จะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมและตัดสินใจการเลือกสรรข่าวสารทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นข่าว บันเทิง สารคดีความรู้ ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น ในรายการโทรทัศน์ของประเทศโลกที่สามมักจะมีการสั่งภาพยนตร์จากสหรัฐมาฉายเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากตัวเลขต่อไปนี้

ถ้าต้องสร้างหนังเอง จะต้องลงทุนตอนละ 100,000 $

ถ้าซื้อจากสหรัฐ จะเสียค่าใช้จ่ายเพียงตอนละ 500 $ จากเงินลงทุนสร้างเอง 1 ตอน สามารถซื้อได้ถึง 200 ตอน

ผลสรุปจึงออกมาเป็นการสั่งหนังจากสหรัฐ ทั้ง ๆ ที่ DeFleur (1970) กล่าวว่า เนื้อหาของหนังจากสหรัฐนั้นล้วนแล้วแต่มีรสนิยมต่ำ (low taste) เป็นส่วนใหญ่

ปัจจุบันนี้ แม้แต่ในกลุ่มประเทศในยุโรปที่เป็นผู้ผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพก็ยังวิตกกังวลว่า ในตลาดภาพยนตร์และโทรทัศน์ของยุโรปเริ่มถูกหนังแบบฮอลลีวู้ดเข้ามาครอบงำ เนื่องจากเป็นหนังที่มีราคาถูกกว่า และหากกลุ่มประเทศยุโรปไม่สามารถแก้ไขสภาพการณ์ดังกล่าวได้ ยุโรปก็คงต้องถึงคิวฆ่าตัวตายทางวัฒนธรรม/จิตวิญญาณ (Cultural Suicide) จากอิทธิพลของ Donald Duck อเมริกันอย่างแน่นอน (ดู Demers, 1999)

เพราะฉะนั้น การทำสงครามในโลกสมัยใหม่ ซึ่งนอกจากจะเป็นสงครามอาวุธที่อาจจะปะทุขึ้นเป็นครั้งคราว สงครามที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งกว่าก็คือ สงครามเศรษฐกิจ (เช่น โซรอสโจมตีค่าเงินบาท การกดราคาสินค้าการเกษตร การขึ้นราคาน้ำมันโลก ฯลฯ) และสงครามที่มีอยู่ทุกนาทีก็คือ สงครามข่าวสาร ซึ่งดุเดือดรุนแรงที่สุด แต่ทว่าเป็นสงครามที่มองไม่เห็น และเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการครอบงำของจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมอยู่ตลอดเวลา

เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมกับระบบข่าวสารที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น หากสังคมใดมีระบบเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมที่มีโฉมหน้าแบบใด ก็จะมีระบบข่าวสารที่มีหน้าตาแบบนั้นไปด้วย กล่าวคือ ประเทศใดที่มีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ก็จะมีระบบการสื่อสารที่ร่ำรวยตามไปด้วย ตัวอย่างของสำนักข่าวเป็นประจักษ์พยานที่เป็นรูปธรรมที่เห็นได้ชัดที่สุด ตามหลักการแล้ว สำนักข่าวของแต่ละประเทศเปรียบเสมือนปากเสียงของประเทศนั้น ๆ แต่จากการสำรวจในปี 1981 พบว่า มี 40 ประเทศ ซึ่งล้วนเป็นประเทศยากจนที่ยังไม่มีขีดความสามารถและมั่งคั่งพอที่จะเจียดงบประมาณของประเทศมาตั้งสำนักข่าวได้ แต่สำหรับประเทศที่ร่ำรวยเช่น ญี่ปุ่น มีสำนักข่าวนับร้อยแห่งที่กระจายไปทั่วโลก ดังนั้น เมื่อเกิดเรื่องราวในประเทศที่ยากจนเหล่านั้น ข่าวทั้งหลายก็จะถูกรายงานจากมุมมองและจุดยืนของสำนักข่าวของประเทศที่ร่ำรวย กล่าวอุปมาอุปมัยก็เหมือนกับเจ้าของบ้านที่เป็นคนใบ้ที่ต้องอาศัยคนอื่นมาเล่าเรื่องที่เกิดขึ้นในบ้านของตัวเองให้คนภายนอกฟังฉะนั้น

5. การวิเคราะห์จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสาร

เราอาจแบ่งแนวทางการศึกษาเรื่อง "จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสาร" ซึ่งได้พัฒนาคลี่คลายมาเป็นลำดับออกเป็น 3 แนวทางใหญ่ ๆ คือ

(5.1) การวิเคราะห์แบบโครงสร้าง/สถาบันในระดับมหภาค

(5.2) การวิเคราะห์ตัวบท (text)

(5.3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "ผู้รับสาร"

(5.1) การวิเคราะห์จักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารแบบโครงสร้าง/สถาบันระดับมหภาค

ผู้นำในแนวทางนี้คือ H. Schiller (1976) และเป็นแนวทางยุคเริ่มแรกของสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม แนวคิดของ Schiller พัฒนามาจากทฤษฎีระบบโลกของ Wallerstein (1974) และกลุ่มทฤษฎีพึ่งพา (Dependency Theory) ที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น คำอธิบายของ Schiller จึงเน้นหนักอยู่ที่โครงสร้างและสถาบันต่าง ๆ ในระดับมหภาค (เช่น โครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อ/โครงสร้างการครอบครองตลาด/ปริมาณการผลิตสื่อ ฯลฯ) โดยให้เหตุผลว่า ระบบทุนนิยมในกลางศตวรรษที่ 20 ต้องขยายตลาด ขยายแหล่งทรัพยากร และขยายแรงงานออกไปในระดับโลก เพื่อแก้ปัญหาวิกฤติการณ์ภายในตัวระบบทุนนิยมเอง ในการนี้ระบบทุนนิยมโลกได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามคำอธิบายของทฤษฎีพึ่งพา คือทุนนิยมศูนย์กลางและทุนนิยมรอบนอกที่แสดงออกมาในรูปของบริษัทข้ามชาติที่มีบริษัทแม่อยู่ในประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง และทำการควบคุมบริษัทลูกที่อยู่ในประเทศทุนนิยมรอบนอกอย่างเป็นระบบ

สำหรับการครอบงำของระบบทุนนิยมโลกสมัยใหม่นั้น Schiller นำเอาแนวคิดเรื่อง "การครอบงำแบบเบ็ดเสร็จ" (Totalising Domination) ของสำนักแฟรงเฟิร์ตที่กล่าวว่า ทุนนิยมสมัยใหม่จะประสานการครอบงำอย่างเป็นระบบและสมบูรณ์แบบให้ครอบคลุมทุกมิติของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในระบบการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การบริโภค ประสบการณ์ในชีวิตประจำวันทั้งช่วงเวลาทำงานและช่วงเวลาพักผ่อน ฯลฯ ในการครอบงำอย่างเบ็ดเสร็จนี้ สื่อมวลชนสมัยใหม่จะเป็นกลไกสำคัญที่สุด

สำหรับบทบาทของระบบการสื่อสารในระบบทุนนิยมโลกก็จะเป็นบทบาททางด้านอุดมการณ์ โดยสร้างรูปแบบระบบข่าวสารที่มีลักษณะข้ามชาติอย่างสอดคล้องกับบริษัทข้ามชาติทางธุรกิจ บรรดาผลผลิตด้านข่าวสารข้ามชาติไม่ว่าจะเป็นรายการข่าวหรือบันเทิงจะทำหน้าที่เป็นตัวแทน/นายหน้าที่คอยส่งเสริม/ปกป้อง/และขยายกิจการของบริษัทข้ามชาติโดยเฉพาะ บรรดาจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารจึงต้องขยายลักษณะ "เชิงพาณิชย์" ของสื่อที่เคยเป็นรูปแบบหลัก

ของสื่อในโลกที่หนึ่งให้กลายเป็นรูปแบบหลักของสื่อในโลกที่ 3 เช่นกัน (ในทางปฏิบัติอาจจะแสดงออกในกระบวนการแปรรูปจากสื่อรัฐให้กลายเป็นสื่อพาณิชย์) สื่อมวลชนจะมีหน้าที่หลักคือการสร้างตลาด และปรับรสนิยมของผู้รับสารให้เป็นผู้บริโภคที่ดีของระบบทุนนิยมโลกที่จะป้อนสินค้าระดับโลกตามมา ในส่วนที่เกี่ยวกับผลกระทบที่สื่อสามารถจะทำงานได้ผลมากน้อยเพียงใดนั้น Schiller กล่าวว่า แม้จะวัดผลกระทบไม่ได้ในทันที แต่ก็จะเป็นผลลัพธ์ที่ค่อย ๆ สั่งสมทีละเล็กละน้อยและแสดงออกในการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในโลกที่สาม

(5.2) การวิเคราะห์ตัวบท (Text)

ถึงแม้ผลจากการวิเคราะห์ระดับมหภาคในแง่โครงสร้างและสถาบันที่ทำหน้าที่ครอบงำการสื่อสารระดับโลกของ Schiller จะให้ผลยืนยันได้อยู่ตลอดเวลาว่า มีโครงสร้างและสถาบันของประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาที่ครอบงำระบบการสื่อสารโลกอยู่จริง แต่เนื่องจากพัฒนาการของทฤษฎีสื่อสารที่เริ่มตั้งคำถามกับผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) ดังนั้น การอนุมานของ Schiller ที่ว่า "ถ้าโครงสร้างและสถาบันของสื่อทั้งหมดมีการครอบงำ ก็แปลว่าอุดมการณ์ของประชาชนต้องถูกครอบงำด้วยสื่อ" จึงถูกตั้งคำถามในแง่ความน่าเชื่อถือไปด้วย นักทฤษฎีรุ่นต่อมาของสำนักนี้จึงเริ่มก้าวจากการวิเคราะห์ระดับ**โครงสร้าง**และ**สถาบัน**ของสื่อมาสู่ตัว**ผลผลิตสื่อ** (text) ซึ่งสอดคล้องกับพัฒนาการการวิเคราะห์เนื้อหาสาร (content analysis) ในทฤษฎีการสื่อสาร

ตัวอย่างนักคิดในแนวทางนี้ได้แก่ Ariel Dorfman & Armand Mattelart (1975) ในผลงานการวิเคราะห์ชื่อ "How to read Donald Duck: Imperialist Ideology in Disney Comic" ผลงานชิ้นนี้ได้รับความสนใจมาก เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ศึกษามิใช่เป็นเรื่องข่าวสารที่ประชาชนทั่วไปรับรู้ได้โดยง่ายอยู่แล้วว่าน่าจะมีอุดมการณ์ทางการเมืองแฝงอยู่เนื้อใน หากทว่า ผู้ศึกษากลับใช้กรณีของการ์ตูนที่ดูไร้เดียงสาและมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก ๆ แต่ทว่าผู้ศึกษาก็ได้แสดงให้เห็นว่าในการ์ตูนเป็ดพูดได้ที่ชื่อ Donald Duck นี่แหละที่ถ่ายทอดอุดมการณ์จักรวรรดินิยมของอเมริกันให้แก่เด็ก ๆ นับล้านคนทั่วโลก เนื่องจากในการ์ตูนดังกล่าวได้สอดไส้อุดมการณ์ที่ว่า "วิถีชีวิตแบบอเมริกันเป็นสิ่งที่ดี และยังดีสำหรับทุก ๆ คนด้วย ความเหนือกว่าคนอื่น ๆ ของชาติอเมริกันนั้นเป็นเรื่องปกติธรรมชาติ"

ตัวอย่างอุดมการณ์ที่ Dorfman & Mattelart ค้นพบในการ์ตูนตอนต่าง ๆ ของ Donald Duck ก็เช่น

- ชีวิตของคนเราควรยึดติดอยู่กับเงิน
- การบริโภคเป็นสิ่งที่ดีและให้ความสุขแก่ชีวิต

- มองโลกที่ 3 แบบมีเสน่ห์ลึกลับ (exotic) มีความมั่งคั่งที่ตะวันตกควรจะออกไปผจญภัยแสวงหา
- ภาพของโลกที่ 3 มีลักษณะตายตัวเป็นแบบฉบับ (stereotype)
- เสนอว่าระบบชนชั้นในสังคมทุนนิยมเป็นเรื่องธรรมชาติไม่มีทางเปลี่ยนแปลงได้ และต่อต้านระบบคอมมิวนิสต์
- เสนอภาพผู้หญิงให้ดูต่ำต้อยและเป็นภาพตายตัว

ผู้วิจัยทั้งสองกล่าวว่า หลังจากที่ได้เห็นภาพชีวิตในการ์ตูน/ผลงานสื่อเหล่านี้ที่สาธิตให้เห็นว่า "ชีวิตที่ดีนั้นเป็นอย่างไร" (ตามแบบฉบับของอเมริกัน) บรรดาผู้คนในโลกที่ 3 ก็จะนำเอาสิ่งที่มองเห็นในโทรทัศน์หรือสื่ออื่น ๆ เอามาปฏิบัติในชีวิตจริง ด้วยเหตุนี้ แม่บ้านจึงเกิดความต้องการที่จะซื้อตู้เย็นหรือเครื่องซักผ้า (ตามอย่างแม่บ้านอเมริกันในโทรทัศน์) ในขณะที่พ่อบ้านก็ต้องการที่จะซื้อรถยนต์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเมื่อมีสื่อมวลชนสมัยใหม่เข้าไปในชุมชนของโลกที่ 3

(5.3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "ผู้รับสาร"

เป็นแนวทางสุดท้ายของสำนักนี้ที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระแสใหม่ด้านสื่อศึกษาที่เสนอว่าผู้รับสารนั้นไม่ได้รับสารอย่างเฉื่อยชา (passive) ตามแนวคิดของ Impact study หากทว่าเป็นผู้รับสารที่รู้จักเลือกรับและเลือกตีความ (active) ดังนั้น จึงได้มีการตรวจสอบอิทธิพลของทฤษฎีจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารด้วยการนำเอาผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ผลิตจากประเทศทุนนิยมศูนย์กลางไปสำรวจดูปฏิกริยาของผู้รับสารของโลกที่ 3 ในที่ต่าง ๆ ผลการวิจัยที่ได้ยังให้ข้อสรุปที่ไม่อาจขมวดให้ลงตัวได้

ตัวอย่างเช่น งานของ Ien Ang (1985) ที่นำเอาหนังโทรทัศน์เรื่อง "Dallas" ที่ฉายไปทั่วโลกมาตรวจสอบผลการรับสาร เมื่อนักวิจัยวิเคราะห์อุดมการณ์ต่าง ๆ ใน Dallas นั้นจะพบว่ามีอุดมการณ์แบบจักรวรรดินิยมอเมริกันอยู่อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นภาพตึกระฟ้าในอเมริกา การแสดงวิถีชีวิตของคนรวย ๆ เสื้อผ้าแพง ๆ รถยนต์หรูหรา ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาว่า ในการชมภาพยนตร์เรื่อง "Dallas" นั้น ผู้ชมไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องหรือถูกครอบงำด้วยบรรดาค่านิยมแบบบริโภคนิยมที่แฝงอยู่ในหนังมากนัก แต่ทว่าการที่ประชาชนเลือกดู "Dallas" ก็เพราะ "ความสนุกสนาน" ที่มีอยู่ในหนัง ฉะนั้นหากจะกล่าวถึงอิทธิพลหรือความสำเร็จของ Dallas แล้วก็คงไม่ใช่เรื่องการปลูกฝังค่านิยมแบบอเมริกัน หากทว่าเป็นความสำเร็จของผู้ผลิตที่สามารถ

สร้างจินตนาการแบบละคร (melodramatic imagination) ที่สอดรับกับ "รสนิยมความบันเทิงสนุกสนาน" ของประชาชนทั่วโลกได้

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นงานวิจัยของ Katz-Liebes (1985) ที่นำเอาเรื่อง Dallas มาศึกษากับคนกลุ่มชนชาติ/เชื้อชาติต่าง ๆ เช่น อเมริกันเชื้อสายต่าง ๆ และคนอิสราเอลเชื้อสายต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ผู้วิจัยได้พบปฏิกริยาที่หลากหลายนับตั้งแต่กลุ่มที่ถูกครอบงำด้านอุดมการณ์ เช่น กลุ่มที่ยอมรับอุดมการณ์ความสำคัญของเงินตรา กลุ่มที่ตีความเนื้อหาผิดไปจากค่านิยมในเรื่องด้วยการเอาอุดมการณ์และประสบการณ์ของผู้ชมเองเข้าไปประสาน จนกระทั่งกลุ่มที่ปฏิเสธอุดมการณ์ในเนื้อหา เช่นกลุ่มผู้ชมชาวยิวที่นอกจากจะเห็นว่าค่านิยมในภาพยนตร์นั้นเป็นความเละเทะของวัฒนธรรมอเมริกันแล้ว ยังนำเอาอุดมการณ์ดังกล่าวมาตอกย้ำวัฒนธรรมของตนเอง เช่น เห็นว่า ตัวละครในเรื่องที่แม้จะมีเงินแต่ก็ยังไม่มีความสุขเหมือนคนจน ๆ อย่างกลุ่มคนดู

อีกกรณีหนึ่งเป็นการศึกษาภาพยนตร์เรื่อง Charlie Chaplin ที่โดยเนื้อหาแล้วไม่อาจจะบอกได้เป็นตัวแทนของอุดมการณ์ของระบบทุนนิยม แต่ทว่าสิ่งที่ Michael Tracey (1985) ผู้วิจัยสนใจก็คือ ทำไมภาพยนตร์ชุดนี้จึงมีลักษณะ "เป็นสากล" (universalistic) ที่สามารถทำให้คนทั่วโลกหัวเราะได้ เราจะจัดว่า "ลักษณะสากล" ดังกล่าวเป็นจักรวรรดินิยมได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคำตอบแรกนั้นยากที่จะตอบว่า "การหัวเราะเรื่อง Charlie Chaplin เป็นจักรวรรดินิยมหรือไม่" แต่ทว่าผู้วิจัยก็ตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใดจึงมีแต่ "ตลกของอเมริกัน" (เช่น Chaplin) เท่านั้นที่มีโอกาสนำเสนอต่อคนทั่วโลก เพราะเหตุใดจึงไม่มีตลกมองโกเลียหรือบาหลีที่จะได้มีโอกาสเป็น "ตลกสากล" บ้าง

สำหรับบทสรุปชั่วคราวของทฤษฎีจักรวรรดินิยมด้านการสื่อสารนั้น มักจะมีการอ้างถึงบทความของ Fred Fejes (1981) ที่ให้ข้อสรุปว่า โครงสร้างและสถาบันที่ผลิตอุดมการณ์ระดับโลกนั้นเป็นของระบบทุนนิยมโลกตะวันตกอย่างแน่นอน โครงสร้างการเป็นเจ้าของดังกล่าวมีผลต่อทั้งระบบการผลิตและการกระจายผลผลิตทางวัฒนธรรมไปสู่ตลาดโลกอย่างไม่ต้องสงสัย ในการนี้หากอธิบายด้วยทฤษฎีพึ่งพา โครงสร้างดังกล่าวย่อมทำให้ประเทศโลกที่สามต้อง "พึ่งพาและขึ้นต่อในทางเศรษฐกิจ" (Economic Dependency) ต่อประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง แต่ทว่าสำหรับ "ผลกระทบในด้านวัฒนธรรม" นั้น เรายังไม่อาจจะสรุปรวมลงไปเช่นในมิติด้านเศรษฐกิจได้ในทุกกรณี หากทว่าจำเป็นจะต้องตามไปดูในรายละเอียดเรื่อง "ตัวบท" และ "แบบแผนการรับสารของผู้รับสาร" เป็นกรณี ๆ ไป

6. ภาพที่เป็นจริงของระบบโลกและจักรวรรดินิยมทางการสื่อสารในยุคปัจจุบัน

ในขณะที่โดยหลักการแล้ว เมื่อ McLuhan พูดถึง "ระบบโลกาภิวัตน์/หมู่บ้านโลก" ที่รวมเอาประเทศทุกประเทศเข้ามาอยู่ในหมู่บ้านเดียวกันนั้น นักทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมตั้งข้อสังเกตว่า แนวคิดของ McLuhan นั้นไม่ได้กล่าวต่อไปว่า การมาอยู่รวมกันนั้นวางอยู่บนพื้นฐานของ "ความเท่าเทียมกัน" หรือไม่ และหากนำหลักเกณฑ์เรื่อง "ความเท่าเทียมกัน" มาพิจารณาประกอบ การเข้ามาพบกันระหว่างประเทศต่าง ๆ นั้นก็เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน เป็นการเอาเปรียบกันทางเศรษฐกิจ ควบคุมด้านการเมือง และครอบงำด้านวัฒนธรรม ซึ่งเคยเป็นโครงสร้างที่มีมาอยู่แล้ว และถูกเสริมให้หนักหน่วงมากยิ่งขึ้นจากวิธีการทำงานของระบบทุนนิยมโลกและระบบการสื่อสารสมัยใหม่

ตัวอย่างของความไม่เท่าเทียมกันในทุกมิติของโครงสร้างของสังคมจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน และในที่นี้จะกล่าวถึงความไม่เท่าเทียมด้านการสื่อสารเป็นกรณีพิเศษ

(6.1) ระบบเศรษฐกิจโลกได้สร้างความไม่เท่าเทียมกันในระดับโลก

ระบบทุนนิยมโลกปัจจุบันได้จัดระบบการแบ่งงานกันทำระดับโลก (World Division of Labour) ประเทศต่าง ๆ ถูกแบ่งให้ทำการผลิตสินค้าหลักแต่ละอย่างและนำมาขายแลกเปลี่ยนกันในตลาดโลก ภายใต้ข้ออ้างที่ว่า การแบ่งงานกันทำดังกล่าวจะเพิ่มความชำนาญและประสิทธิภาพในการผลิตโดยรวมให้สูงขึ้น ในความเป็นจริง ประเทศทุนนิยมศูนย์กลาง/กลุ่มประเทศตะวันตกจะเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ประเทศทุนนิยมรอบนอก/โลกที่สามจะเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ/สินค้าเกษตร แต่ทว่าอัตราการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าเกษตรกับสินค้าอุตสาหกรรม/เทคโนโลยีนั้นมีความไม่เสมอภาคอย่างยิ่ง

(ลองคิดเปรียบเทียบว่า จะต้องใช้ข้าวกี่เกวียนจึงจะแลกรถยนต์ได้หนึ่งคัน เป็นต้น)

Schiller (1985) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างโลกที่ 1 และโลกที่ 3 ในกรณีของชิลีเอาไว้อย่างชัดเจนว่า "โลกที่ 3 เช่น ชิลีจะถูกจัดระบบเศรษฐกิจให้เป็นแบบพึ่งพาสินค้าประเภทเดียว (Monoproduct economy) โดยชิลีจะส่งออกทองแดงที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สหรัฐจะส่งเครื่องจักรที่ผลิตในสหรัฐมาขุดทองแดงในชิลี พร้อมทั้งส่งเครื่องดื่มประเภทโคล่าเข้ามาขาย

เบื้องหลังสินค้าเช่นโคล่าก็มีโครงสร้างความคาดหวังและแบบจำลองชีวิตของคนอเมริกันติดมาด้วย"

จากเรื่องการแลกเปลี่ยนสินค้าและกำหนดอัตราราคาแลกเปลี่ยนนี้ นำเรามาสู่ปัญหาเดิมที่ทฤษฎีระบบโลกได้ตั้งคำถามเอาไว้คือ "ตลาดโลกที่เป็นผู้กำหนดอัตราการแลกเปลี่ยนสินค้านั้น มีใครเป็นผู้ควบคุม" ทุกวันนี้เราทราบว่ามีองค์กรการค้าโลก (WTO) เป็นตัวกำหนด และนี้จึงทำให้คนไทยเข้าใจได้โดยง่ายว่า เหตุใดสหรัฐอเมริกาจึงต้องเข้ามาเกี่ยวข้องในการคัดเลือกผู้อำนวยการ WTO เหตุใดจึงต้องมีการรวมตัวเป็นกลุ่มประเทศ G7 GATT APEC NAFTA หรือ ASEAN ทั้งหมดนี้ก็คือสงครามทางเศรษฐกิจระดับโลกที่มีทั้งฝ่ายที่พยายามจะรักษาความไม่เท่าเทียมกับฝ่ายที่พยายามต่อสู้เพื่อเพิ่มความเท่าเทียมให้มากขึ้น

ตัวอย่างตัวเลขเหล่านี้จะแสดงให้เห็นผลลัพธ์ของความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจที่ถูกสร้างขึ้นมาในระบบเศรษฐกิจโลกสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี (ดู Golding & Harris, 1997)

- ต้นศตวรรษ 1980 60% ของประชากรในโลกอยู่ในประเทศที่มีรายได้ประชาชาติต่อหัวน้อยกว่า 10% ของค่าเฉลี่ยของโลก เมื่อสำรวจปี 1990 ช่องว่างดังกล่าวยิ่งขยายมากขึ้น
- การสำรวจปี 1992 พบว่า 70% ของรายได้ของโลกถูกผลิตและใช้อยู่ในกลุ่มประชาชนเพียง 15% ที่อยู่ในประเทศพัฒนาแล้ว
- 41% ของประเทศด้อยพัฒนามีรายได้ต่อหัวต่ำกว่า $ 300 ต่อปี ในขณะที่ประเทศที่เจริญแล้วมีรายได้ต่อหัวเฉลี่ย $14,500 ต่อปี
- เด็ก ๆ 14 ล้านคนในประเทศด้อยพัฒนาตายก่อนอายุ 5 ขวบ และในปี 2000 มีประชากรนับพันล้านคนอยู่ใต้เส้นความยากจน

ผลลัพธ์จากความไม่เท่าเทียมด้านเศรษฐกิจนั้น สามารถแสดงได้ในกรณีของการเป็นเจ้าของสื่อสมัยใหม่ได้ดังนี้

จากการสำรวจในปีค.ศ.1988 (ดู Hamelink, 1996)

- **หนังสือพิมพ์**
  - 30 ประเทศในโลก ยังไม่มีหนังสือพิมพ์ของตนเองเลย (แน่นอนว่าเป็นประเทศยากจน)
  - อีก 30 ประเทศ มีเพียงฉบับเดียว
  - ญี่ปุ่นมีหนังสือพิมพ์ระดับประเทศถึง 125 ฉบับ อเมริกามี 1,687 ฉบับ
- **วิทยุ**

- ตัวเลขเฉลี่ยการเป็นเจ้าของวิทยุของประชากรโลก 134 เครื่อง/1,000 คน
- สหรัฐ มี 2,100 เครื่อง/1,000 คน (คนหนึ่งมีวิทยุ 2 เครื่อง)

- **โทรทัศน์**
  - 34 ประเทศที่ยากจนไม่มีโทรทัศน์เลย
  - ตัวเลขเฉลี่ยการเป็นเจ้าของโทรทัศน์ของประชากรโลก 137 เครื่อง/7,000 คน
  - ประเทศที่ร่ำรวยมีตัวเลข 447 เครื่อง/1,000 คน
  - ประเทศที่ยากจนมีตัวเลข 36 เครื่อง/1,000 คน
- **โทรศัพท์**
  - 75% ของโทรศัพท์โลก (700 ล้านเครื่อง) อยู่ใน 9 ประเทศที่ร่ำรวย
  - 10% อยู่ในประเทศยากจนทั้งหมดรวมกัน
  - ญี่ปุ่นประเทศเดียวมีโทรศัพท์มากกว่า 50 ชาติในทวีปแอฟริการวมกัน (ซึ่งมีประชากรมากกว่าญี่ปุ่นถึง 4 เท่า)

การมีระบบการสื่อสารทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้าน hardware และด้าน software ที่ดีกว่านั้น ส่งผลถึงการได้เปรียบเสียเปรียบด้านเศรษฐกิจ-การเมืองที่จะตามมา ตัวอย่างเช่น เมื่อสหรัฐเป็นเจ้าของดาวเทียมเพื่อการสื่อสารที่สามารถเก็บข้อมูลทุกอย่างบนพื้นผิวโลกไม่ว่าจะเป็นเรื่องพืช ป่าไม้ น้ำ ทะเล แร่ธาตุ ฯลฯ ด้วยข้อมูลจากดาวเทียมนี้เองทำให้ผู้ค้ากาแฟในนิวยอร์กสามารถรู้ข้อมูลเรื่องพืชผลที่จะเก็บเกี่ยวในแต่ละปีดีกว่าผู้ปลูกกาแฟในบราซิลเสียอีก

(6.2) ระบบการเมืองโลกมีการใช้อำนาจที่ไม่เสมอภาคและไม่เป็นธรรม

ดังที่เกิดเป็นเหตุการณ์อยู่เสมอในข่าวต่างประเทศ ประเทศใหญ่ ๆ เช่น สหรัฐสามารถเข้าไปก้าวก่ายกิจการภายในประเทศเล็ก ๆ ได้เกือบทั่วโลก นับตั้งแต่การก้าวก่ายอย่างเปิดเผยเช่น การส่งกำลังกองทหารเข้าไป หรือการก้าวก่ายอย่างลับ ๆ เช่น การสนับสนุนพรรคการเมืองที่มีนโยบายสอดคล้องกับการพัฒนาระบบทุนนิยม กรณีการโค่นล้มประธานาธิบดีอัลเยนเด้แห่งชิลีเป็นกรณีที่แสดงให้เห็นโครงสร้างการเมืองระดับโลกที่ไม่เป็นธรรมได้มากที่สุด ในขณะที่บรรดาประเทศโลกที่สามไม่มีโอกาสเข้าไปมีอิทธิพลต่อการเมืองภายในของประเทศใหญ่ ๆ หรือไม่อาจแม้แต่จะมีอำนาจตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ในกิจการภายในประเทศตนเอง

(6.3) ระบบข่าวสารระดับโลก (ดู T. O'Sullivan & Y. Fewkes, 1997)

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง ในช่วงปี 1945 สหรัฐได้อาศัยหน่วยงานระดับโลก เช่น สหประชาชาติ (UN) และ UNESCO แพร่กระจายแนวคิดที่ว่า สงครามโลกทั้งสองครั้งที่เกิดขึ้นนั้นน่าจะหลีกเลี่ยงได้ ถ้าหากข่าวสารจากภายนอกประเทศสามารถแพร่กระจายได้อย่างเสรี ประชาชนที่ได้รับข่าวสารจากหลายๆแหล่งจะได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจมากขึ้น แต่เท่าที่ผ่านมา ประเทศคู่สงคราม เช่น เยอรมัน ผู้นำประเทศได้ปิดกั้นข่าวสารจากโลกภายนอก ทำให้ประชาชนเยอรมันตัดสินใจสนับสนุนผู้นำบนข้อมูลที่มาจากแหล่งเดียว ดังนั้น สหรัฐจึงรณรงค์ให้มีการแพร่กระจายข่าวสารอย่างเสรีทั่วโลกที่รู้จักกันในนามนโยบาย “Free Flow of Information" ในระยะแรกของการรณรงค์ความคิดนั้น บรรดาประเทศสมาชิกของสหประชาชาติ รวมทั้งแนวทางของ UN เองก็ดูเหมือนจะตั้งความหวังเอาไว้ว่า บรรดาความก้าวหน้าทางการสื่อสาร โดยเฉพาะโทรทัศน์ จะสามารถช่วยให้ชาติต่าง ๆ ได้แสดงออกในเวทีสากลระดับโลกอย่างเต็มที่ และโอกาสที่จะสร้างสันติภาพระดับโลกหลีกเลี่ยงสงครามโลกเช่นที่เคยมีมาทั้ง 2 ครั้งได้ ความหวังดังกล่าวของสหประชาชาติ และ UNESCO แสดงออกอย่างชัดเจนในการสนับสนุนให้มีการพัฒนาและการใช้ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ในประเทศโลกที่สามอย่างเต็มที่

อย่างไรก็ตาม ในอีก 2 ทศวรรษต่อมา เมื่อประมาณปีค.ศ.1970 สหประชาชาติและ UNESCO ก็ต้องเปลี่ยนสายตาที่เคยมองนโยบาย "Free Flow of Information" ที่เคยเป็นความหวังของการสร้างสันติภาพโลก มากลายเป็นนโยบายที่ทำให้เกิดการครอบงำความคิดสาธารณะระดับโลก เป็นแหล่งมลพิษทางศีลธรรมและวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ในโลก และกลายเป็นเครื่องมือของจักรวรรดินิยมสมัยใหม่ทางด้านวัฒนธรรม ทั้งนี้เนื่องจากผลลัพธ์ที่เกิดจากนโยบาย "Free Flow of Information" นั้น มีดังนี้

(i) **ข่าวสารที่ไหลทางเดียว** ในปีค.ศ.1973 UNESCO ได้ให้ T. Varis (1974) ทำวิจัยสำรวจแบบแผนการไหลของข่าวสารเพื่อตรวจสอบว่านโยบาย "Free Flow of Information" นั้นจะเป็นจริงหรือไม่ ผลการวิจัยของ T. Varis ที่น่าสนใจมีดังนี้

- ประเทศกลุ่มละตินอเมริกัน มีอัตราการนำเข้ารายการจากภายนอก 50% (โดยเฉพาะรายการบันเทิง) จากจำนวนรายการที่นำเข้า 75% มาจากสหรัฐ

- กลุ่มประเทศในเอเชีย-แปซิฟิกมีอัตราการนำเข้า 36% ส่วนใหญ่มาจากสหรัฐ อังกฤษ และญี่ปุ่น โดยเฉพาะรายการเด็ก ๆ

- กลุ่มประเทศอาหรับมีอัตราการนำเข้า 42% จากจำนวนรายการนำเข้าทั้งหมด 32% มาจากสหรัฐ

- กลุ่มประเทศแอฟริกัน มีอัตราการนำเข้า 40% จากจำนวนนำเข้าทั้งหมด 50% มาจากสหรัฐ

- กลุ่มประเทศในยุโรป มีตัวเลขการนำเข้าที่ต่างกัน แต่โดยภาพรวมแล้วจะมีอัตราการนำเข้าประมาณ 30% จากจำนวนนำเข้าทั้งหมด 44% มาจากสหรัฐ

- ในทางกลับกัน สหรัฐมีอัตราการนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เพียง 2% เท่านั้น

Hamelink (1996) ให้ตัวอย่างข้อมูลที่เป็นรูปธรรมที่ยืนยันกระแสการไหลเวียนของข่าวสารดังนี้

- ข่าวสารที่ไหลเวียนในโลกส่วนใหญ่เป็นการไหลเวียนระหว่างประเทศในซีกโลกภาคเหนือด้วยกัน (North-North) มีข่าวสารที่น้อยลงที่ไหลเวียนจากประเทศซีกโลกภาคเหนือไปประเทศซีกโลกภาคใต้ (North-South) มีข่าวสารน้อยมากที่ไหลเวียนจากประเทศซีกโลกใต้กลับมาซีกโลกเหนือ (South-North) หรือไหลเวียนระหว่างซีกโลกใต้ด้วยกัน (South-South)

- ข่าวสารที่ไหลจากประเทศซีกโลกภาคเหนือไปยังซีกโลกใต้ (North-South) จะมีมากเป็น 100 เท่า ของข่าวสารที่ไหลจากประเทศซีกโลกใต้มาซีกโลกเหนือ (South-North)

- การสำรวจในช่วงกลางปี 1986 ประเทศในยุโรปกระจายข่าวสารจำนวน 855 ชั่วโมง/ปี ส่งไปยังแอฟริกัน ในขณะที่ประเทศในแอฟริกันกระจายข่าวสารกลับมาที่ยุโรปเพียง 70 ชั่วโมง/ปี

- ในการจดลิขสิทธิ์ผลงานด้านสื่อ ประเทศยากจนมีสัดส่วนเพียง 1% เท่านั้น และมีสัดส่วนการวิจัยด้านการสื่อสารเพียง 3% เท่านั้น

Hamelink ได้กล่าวต่อไปว่า การเสียเปรียบด้านการไหลเวียนของข่าวสารดังกล่าวไม่ได้สิ้นสุดในตัวเอง หากทว่าได้ส่งผลไปยังมิติเศรษฐกิจอย่างชัดเจน การไม่รู้อัตราแลกเปลี่ยนหรืออัตราดอกเบี้ยอย่างทันเวลาและถูกต้อง ทำให้เสียเปรียบเรื่องการค้าระหว่างประเทศ ในการต่อรองด้านการค้าโลก ประเทศยากจนต้องเสียเปรียบเพราะขาดผู้ต่อรองที่มีความชำนาญและมีข้อมูลน้อยกว่า

(ii) **ผลผลิตทางสื่อส่วนใหญ่เป็นของอเมริกัน** แนวคิดเรื่องจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมนั้นมีเป้าหมายที่จะโจมตี "จักรวรรดินิยมรายใหม่" คือสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากในศตวรรษนี้ ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่แพร่กระจายอยู่ทั่วโลกนั้น เป็นผลผลิตของอเมริกันเป็นส่วนใหญ่ (ดังชื่อหนังสือของ Tunstall (1977) ที่ว่า "The Media are America")

สหรัฐก้าวเข้ามามีบทบาทเป็นเจ้าอาณานิคมยุคใหม่ด้วยการอาศัยสื่อมวลชนชนิดใหม่ที่สำคัญคือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นับตั้งแต่สื่อวิทยุ ในปีค.ศ.1920 สหรัฐมีวิทยุอยู่เป็นปริมาณถึงครึ่งหนึ่งของปริมาณทั่วโลก และในปี 1954 80% ของโทรทัศน์ที่มีทั้งหมดอยู่ในสหรัฐ

เนื่องจากลักษณะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่นวิทยุหรือโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่

แพร่กระจายข้ามพรมแดนประเทศต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย (เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือภาพยนตร์) ดังนั้น เมื่อตลาดภายในประเทศเริ่มเต็มแล้ว บริษัทธุรกิจด้านสื่อมวลชนของสหรัฐจึงเริ่มขยายตัวออกไปสู่ตลาดภายนอกประเทศ ในช่วงปี 1955 สหรัฐเริ่มขยายบริษัทธุรกิจสื่อเข้าไปในยุโรป และส่งสินค้าสื่อรวมทั้งงานโฆษณาต่างๆเข้าไปในยุโรปมากขึ้น ทำให้ยุโรปซึ่งมีรูปแบบสื่ออิเล็กทรอ นิกส์ที่เป็นบริการสาธารณะเริ่มเพิ่มสัดส่วนของสื่อเชิงพาณิชย์มากขึ้นทุกที แม้แต่อังกฤษที่เคยเป็นเจ้าอาณานิคมด้านข่าวสารในยุคของสื่อสิ่งพิมพ์ ก็ต้องยอมรับสื่อของอเมริกันและเปิดตลาดเครือจักรภพของอังกฤษที่มีประชากรขนาดใหญ่ 700 ล้านคน อิทธิพลของสหรัฐในยุโรปทำให้แม้แต่สำนักข่าวฝรั่งเศสก็ต้องติดต่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ในปัจจุบัน บริษัทผู้สร้างและผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ในยุโรป (ที่เคยเป็นศูนย์กลางภาพยนตร์มาก่อน) ล้วนแล้วแต่เป็นบริษัทจากสหรัฐทั้งนั้น (กรณีไทยโปรดดูมงคล, 2542)

ถัดจากตลาดยุโรป สินค้าทางวัฒนธรรมของสหรัฐได้แพร่หลายกระจายไปทั่วโลก Hamelink (1996) สรุปว่า ทุกวันนี้ สินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของสหรัฐคือ สินค้าวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งทำรายได้เฉลี่ยปีละ 8 พันล้านเหรียญสหรัฐ อันได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เคเบิลทีวี สุดยอดของสินค้าเหล่านี้ได้แก่ มิกกี้เม้าส์ มาดอนน่า ไมเคิล แจ็กสัน แมคโดนัลด์ กางเกงยีนส์ลีวายส์ และโคคาโคล่า ซึ่งนับวัน รายได้ของธุรกิจสื่อของอเมริกันก็ยิ่งมีสัดส่วนมาจากตลาดภายนอกประเทศมากยิ่งขึ้น เมื่อ 5 ปีที่ผ่านมา (1990-1995) ฮอลลีวู้ดมีรายได้จากต่างประเทศเป็น 2 เท่าของรายได้จากตลาดในประเทศ

เพราะเหตุใดสหรัฐจึงสามารถก้าวขึ้นมาเป็นเจ้าจักรวรรดินิยมด้านวัฒนธรรมแทนที่ประเทศที่เคยเป็นเจ้าอาณานิคมเช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส ฯลฯ ได้ นอกเหนือจากเหตุผลที่ว่าสหรัฐเป็นประเทศที่ไม่ได้รับความเสียหายจากสงครามโลกทั้งสองครั้งแล้ว ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง Tunstall (1977) วิเคราะห์ว่า ลักษณะโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อของสหรัฐมีส่วนสำคัญในการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็วของกิจการประเภทนี้ กล่าวคือ ในขณะที่กิจการสื่อในยุโรปจะถูกผูกติดกับการควบคุมของรัฐ กิจการสื่อของสหรัฐกลับมีลักษณะส่งเสริมให้ภาคเอกชนดำเนินการ และกิจการสื่อของยุโรปมักจะมีเป้าหมายรับใช้พรรคการเมือง แต่ในสหรัฐจะมุ่งที่ตลาดผู้บริโภค รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่า ปรัชญาด้านการสื่อสารของยุโรปนั้นมีทิศทางที่จะควบคุมการดำเนินงานของสื่อ แต่ในสหรัฐนั้นใช้ปรัชญาการส่งเสริมการทำงานของสื่ออย่างเต็มที่ จากคุณลักษณะดังกล่าวทำให้กิจการสื่อในสหรัฐเจริญเติบโตทั้งด้านเทคโนโลยี ด้านการทำงานเชิงวิชาชีพ การวิจัยตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมทั้งรู้จักความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างดี

(iii) **การผูกขาดด้านข่าวสาร** ดังที่ได้แสดงให้เห็นข้อมูลมาบ้างแล้วว่า ยิ่งนับวันธุรกิจ

สื่อยิ่งมีการผูกขาดและมีการกระจุกตัวมากยิ่งขึ้น (ดู Demers, 1999)

- ในระหว่างปีค.ศ.1958-1970 จำนวนหนังสือพิมพ์ในอเมริกาที่เคยมีเจ้าของ 1,400 ราย ลดลงเหลือ 850 ราย และ 2 ใน 3 ของจำนวนนี้ก็ยังมีเจ้าของเป็นคน ๆ เดียวกัน

- ตลาดภาพยนตร์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ทั่วโลกนั้น กระจุกตัวอยู่ใน 7 บริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้น

- ทุก ๆ วัน คนทั่วโลกนับพันล้านคนดูรายการข่าวและบันเทิงจาก Time & Warner ซึ่งมี 200 สาขาทั่วโลก มีคนทำงาน 70,000 คน ใน 75 ประเทศ

- ข่าวสารและความบันเทิงที่ไหลเวียนอยู่ทั่วโลก ส่วนใหญ่มาจาก 12 บริษัทข่าวสารระดับโลก เช่น Time-Warner/Walt Disney/Bartelsmann/The News Corporation/Via Com และ Sony เป็นต้น

ผลกระทบจากการผูกขาดข่าวสารดังกล่าวมีในหลายระดับ ในระดับของประชาชนทั่วไป การผูกขาดดังกล่าวทำให้สิทธิพื้นฐานในการตรวจสอบและการเข้าถึงข่าวสารเป็นไปไม่ได้ เพราะประชาชนคนธรรมดาจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นอย่างเสรีไม่ได้ ทั้งนี้ เนื่องจากเสรีภาพด้านข่าวสารจะมีได้อย่างแท้จริง เงื่อนไขแรกก็คือ ต้องมีสื่อที่หลากหลายและมีอิสระ มีหลายเจ้าของ และสาธารณชนมีช่องทางเข้าถึงสื่อได้ ซึ่งสภาวการณ์ปัจจุบัน ดูเหมือนจะห่างไกลจากสิทธิพื้นฐานดังกล่าวอยู่มาก

นอกจากนั้น การผูกขาดยังทำให้คุณภาพของสินค้าวัฒนธรรมตกต่ำลง เพราะเมื่อเจ้าของทุนมองดูผลงานสื่อในฐานะ "สินค้า" ก็ย่อมต้องการที่จะลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น ลดค่าใช้จ่ายในการทำข่าว เลือกซื้อรายการโทรทัศน์ที่มีราคาถูกที่สุด ฯลฯ และไม่ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้รับ/ผู้ซื้อ เนื่องจากผูกขาดตลาดได้อยู่แล้ว มีข้อน่าสังเกตอีกประการหนึ่งว่า ผลผลิตข่าวสารที่มาจากการผูกขาดเช่นนี้มักไม่ต้องคำนึงถึงการตรวจสอบความต้องการของท้องถิ่น เนื่องจากเจ้าของสื่อไม่ได้เป็นคนที่อยู่ในชุมชน กรณีข่าวต่างประเทศที่แพร่ภาพในโทรทัศน์ของโลกที่ 3 เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่ประเทศโลกที่ 3 ต้องรับรู้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดในประเทศที่เจริญแล้วโดยที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง แต่กลับไม่ได้รับรู้ข่าวที่มีประโยชน์สำหรับความจำเป็นของท้องถิ่น เป็นต้น

ในอีกระดับหนึ่ง คือ ผลกระทบที่มีต่อผู้ผลิตข่าวสารในโลกที่ 3 เนื่องจากการผูกขาดจากธุรกิจสื่อขนาดยักษ์เช่นนี้ จะปิดกั้นโอกาสที่ผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่รายเล็ก ๆ ที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาดดังที่ Samarajiua (1984) วิจัยพิสูจน์ให้เห็นว่า การผูกขาดของสำนักข่าวใหญ่ ๆ 5-6 แห่งระดับโลก ส่งผลให้เกิดการปิดกั้นการเข้าสู่ตลาดข่าวสารของสำนักข่าวของโลกที่ 3 ธุรกิจใหญ่ข้ามชาติดังกล่าวนั้นสามารถทำลายคู่แข่งรายใหม่ได้ เนื่องจากสามารถควบคุมได้ทั้งเรื่องการโฆษณา

และอัตราการบริโภคของผู้รับสารได้

(iv) **การลดความหลากหลายทางวัฒนธรรม** (Diversity) แนวคิดเรื่อง "ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและทางการสื่อสาร" เป็นแนวคิดที่สำคัญมากในเรื่องวัฒนธรรม แต่ทว่าระบบจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมและการสื่อสารได้ทำลายลักษณะดังกล่าวเนื่องจากกลไกหลายๆ ประการ กลไกประการแรกก็ได้แก่ การผูกขาดสื่อที่ได้กล่าวไปแล้ว เมื่อมีสื่อเพียงไม่กี่รายในตลาด รวมทั้งมีวิธีการทำงานที่เป็นมาตรฐานใกล้เคียงกัน (standardization) ก็ทำให้ผลงานสื่อที่ออกมามีลักษณะ "ร้อยเนื้อทำนองเดียว" ดังที่ปรากฏในภาพยนตร์แบบฉบับของ "ฮอลลีวู้ด" หรือ "เพลงไทยสากล"

นอกจากนั้น การขาดความหลากหลายยังเกิดเนื่องมาจากผู้ผลิตสื่อใช้หลักด้านเศรษฐกิจมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจดำเนินงานดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นแล้วว่า ธุรกิจสื่อประเภทใด หรือรายการโทรทัศน์/หนังสือพิมพ์/นิตยสารฉบับใดที่ "ขาดทุน" หรือ "ทำกำไรช้า" จะถูกตัดออกไปจากอุตสาหกรรมสื่อแม้ว่าจะมีคุณภาพดีมีประโยชน์ต่อสังคม หรือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากเพียงใดก็ตาม ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายในกรณีของการนำเอานวนิยายเรื่องเก่า/ละครโทรทัศน์เรื่องเก่า ๆ มาฉายซ้ำหรือมาผลิตซ้ำได้เป็นอย่างดี เมื่อการผลิตวัฒนธรรมกลายเป็นธุรกิจ ก็เท่ากับเป็นการปิดประตูสำหรับการริเริ่มทดลองสิ่งแปลกๆใหม่ๆ และไม่อาจจะสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้ เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวนี้ ถึงแม้จะมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์การควบคุมสื่อ (Deregulation) หรือเปิดให้มีการแข่งขันอย่างเสรี แต่ทว่าลักษณะเชิงธุรกิจของสื่อก็ยังคงปิดกั้นความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่ดี (ดู Hamelink 1996)

(v) **อิทธิพลด้านวิชาชีพ** ดังที่ได้กล่าวมาแต่ต้นแล้วว่า จักรวรรดินิยมด้านวัฒนธรรมแบบใหม่นั้นไม่เพียงแต่ส่งผ่าน "ตัวผลผลิตทางวัฒนธรรม" เท่านั้น หากทว่าประเทศทุนนิยมศูนย์กลางยังได้เข้ามาวางรูปแบบสถาบันและองค์กรที่ทำงานด้านการผลิตวัฒนธรรมของประเทศรอบนอกทั้งหมด (ดูรายละเอียดในเรื่องกลไกที่ได้กล่าวมาแล้วตอนต้น)

ตัวอย่างเช่น ในกลุ่มประเทศละตินอเมริกาทั้งหมดตั้งแต่ทศวรรษ 1920 เป็นต้นมาวิทยุและโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ล้วนได้รับอิทธิพลทั้งด้านองค์กรการดำเนินงาน กระบวนการผลิต การดำเนินงานของสถานี ฯลฯ มาจากสหรัฐทั้งสิ้น ในทวีปเอเชียทุกประเทศยกเว้นจีนและรัสเซียต่างรับอิทธิพลมาจากสหรัฐทั้งสิ้น ไม่ว่าจะผ่านช่องทางแบบต่าง ๆ เช่น การบริโภคผลผลิตสื่อของอเมริกันโดยตรง (ในยุคแรก ๆ ของโทรทัศน์ไทยก็ต้องฉายภาพยนตร์อเมริกัน เช่น I love Lucy, Bonanza,) หรือการเลียนแบบรายการเกมโชว์ Quiz Show ของอเมริกัน รวมทั้งการส่งคนทำงานไปฝึกอบรมในสหรัฐ เป็นต้น คุณลักษณะสำคัญๆ ที่ประเทศโลกที่ 3 รับรูปแบบสื่อมาจากอเมริกัน ก็คือ (ดู Gerbner, 1977)

- เน้นเรื่องราวที่เกี่ยวกับ "เมือง" มากกว่า "ชนบท"
- ไม่ค่อยให้ความสนใจกับสื่อมวลชนท้องถิ่น/หรือสื่อประเพณีที่เคยมีมาก่อน
- ให้ความสำคัญกับ "โทรทัศน์" มากกว่า "วิทยุ" ทั้ง ๆ ที่วิทยุเป็นสื่อที่เหมาะสมกับสภาพของโลกที่ 3 มากกว่า
- เน้นรายการที่ให้ความบันเทิงมากกว่ารายการที่ให้สาระ

อิทธิพลด้านวิชาชีพที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดและรวมศูนย์มากที่สุดคือ ด้านวารสารศาสตร์ของการทำข่าว เริ่มตั้งแต่การให้คำนิยามว่า "ข่าวคืออะไร" คุณค่าของข่าว วิธีการเก็บรวบรวมข้อเท็จจริงเพื่อมาประกอบเป็นข่าว วิธีการนำเสนอข่าว (แบบแยกเป็นส่วน ๆ ในช่วงเวลาสั้น ๆ ไม่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมา และเป็นข่าวสถานการณ์มากกว่าการวิเคราะห์) การกำหนดจุดยืนของนักข่าวว่า "ต้องเป็นกลาง" (Myth of objectivity) รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอที่ไม่แบ่งแยกอย่างเด็ดขาดระหว่าง "ข่าว" กับ "ความบันเทิง" ก็มาจากอเมริกันเช่นกัน

(vi) **การให้ความสำคัญแก่ชาติต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียมกัน** นอกจากมิติด้านปริมาณที่ไม่เสมอภาคกันในแง่ของการไหลเวียนของข่าวสารแล้ว ในแง่มิติเชิงคุณภาพ ข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ทั่วโลกนั้นยังให้ความสำคัญแก่คนในชาติต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียม ไม่มีศักดิ์ศรีที่เสมอภาคกันอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ในปีค.ศ.1983 เกิดความอดอยากขนาดใหญ่ในทวีปแอฟริกา แต่ทว่ามีเพียงข่าวเล็กๆ ใน NBC ที่แสดงภาพการแจกอาหารใน Eritia และมีข้อความบรรยายว่า ความช่วยเหลือยังไปไม่ถึง Biafra ในทางตรงกันข้าม เมื่อปี 1988 มีปลาวาฬขาว 3 ตัวมาเกยตื้นอยู่ที่อะลาสก้า มีผู้สื่อข่าว 150 คน พร้อมกล้อง 26 ตัวไปถ่ายทำเป็นรายงานข่าวต่อเนื่องให้คนนับพันล้านดู โดยไม่พูดถึงสภาพเศรษฐกิจสังคมของคนเอสกิโมที่อยู่แถบนั้นเลย ข่าวที่เกี่ยวกับโลกที่สามมักเป็นข่าวที่ไม่มีคุณค่าข่าวเพียงพอสำหรับสำนักข่าวต่างประเทศระดับโลก 5-6 แห่งนั้น ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าข่าวคนอเมริกัน 3 คน ถูกผู้ก่อการร้ายจับไปเรียกค่าไถ่จะพาดหัวตัวไม้ ในขณะที่คนผิวดำถูกฆ่าตายในแอฟริกาใต้นับพันจะพาดหัวตัวรองลงมา

- โอกาสที่ข่าวของประเทศโลกที่สามจะมีคุณค่าข่าวในระดับสากลนั้น จะต้องเป็นข่าวที่มีลักษณะเร้าอารมณ์ (sensational) เช่น ต้องมาตายให้เห็นต่อหน้ากล้องโทรทัศน์ (เช่นกรณีพระภิกษุเวียดนามเผาตัวตายประท้วงสงครามเวียดนาม) หรือต้องเป็นหายนะขนาดใหญ่ที่มีผู้คนล้มตายจำนวนมหาศาล หลักเกณฑ์อีกข้อหนึ่งที่ข่าวของโลกที่สามจะได้รับการรายงานก็คือต้องเป็นข่าวที่มีผลประโยชน์เกี่ยวพันไปกับประเทศโลกที่หนึ่ง เช่น สงครามในอัฟกานิสถาน นิคารากัว ผลประโยชน์ด้านน้ำมันในช่วงสงครามอิรัก-อิหร่าน หรือประเทศที่เคยมีประวัติศาสตร์เป็นอาณา

นิคมของโลกที่หนึ่งมาก่อน เป็นต้น

- ความพิถีพิถันตรวจสอบกลั่นกรองข่าวที่เคยใช้เป็นมาตรฐานวิชาชีพในการทำข่าวเกี่ยวกับโลกที่หนึ่งนั้น กลับไม่ถูกนำมาใช้กับกรณีการทำข่าวในโลกที่สาม เช่น สำนักข่าวต่างประเทศเคยรายงานว่า มีคนแอฟริกัน 125 ล้านคนกำลังจะตายทั้งๆที่ความจริงมีเพียง 10 ล้านคน ในปี 1989 New York Times รายงานว่ามีนักศึกษาจีนถูกสังหารหมู่ที่จัตุรัสเทียนอันเหมิน 2,600 คน แต่ความจริงแล้วกลุ่มคนที่ถูกฆ่าตายประกอบด้วยคนหลายกลุ่ม และถูกฆ่าตายกระจัดกระจายตามที่ต่าง ๆ โดยไม่ได้มีการสังหารหมู่ คนตายที่เป็นนักศึกษามีประมาณ 30-40 คน ข้อมูลดังกล่าวนั้น New York Times ได้มาจากแหล่งข่าวนักศึกษาเพียงแหล่งเดียว และไม่ได้มีการตรวจสอบกับแหล่งข่าวอื่น ๆ

(vii) **บทบาทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี** เราได้กล่าวไปแล้วถึงเทคโนโลยีในฐานะกลไกสำคัญในการครอบงำทางวัฒนธรรม ทั้ง ๆ ที่ในยุคเริ่มแรกของสื่อสมัยใหม่นั้น เคยมีความคาดหวังว่าเทคโนโลยีจะนำความเจริญทางวัตถุมาสู่โลกที่ 3 เหมือนที่เคยเกิดขึ้นในโลกที่ 1 แต่ประสบการณ์ที่เป็นจริงกลับพบว่า ผู้เป็นเจ้าของเทคโนโลยีล้วนเป็นคนต่างชาติ และเทคโนโลยีที่นำเข้าไปในโลกที่ 3 ก็ไม่เคยแก้ปัญหาพื้นฐานของโลกที่ 3 ได้เลย และยังกลับเป็นอุปสรรคต่อการพึ่งตนเองของโลกที่ 3 อีกด้วย ดังนั้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารนับตั้งแต่การปฏิวัติทรานซิสเตอร์ในปี 1960 การมีเทปบันทึกเสียงราคาถูก การมีเครื่องเล่นและบันทึกเทปวิดีโอ ตลอดจนกระทั่งถึงยุคคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ความก้าวหน้าเหล่านี้กลับดูเหมือนจะเพิ่มการครอบงำทางวัฒนธรรมมากขึ้น ดังเช่นที่แสดงออกในภาพยนตร์เรื่อง 1984 ของ G. Orwell ที่ระบบการเก็บข้อมูลข่าวสารแบบใหม่ทำให้ผู้ปกครองสามารถเก็บข้อมูลเพื่อควบคุมประชาชนได้อย่างเบ็ดเสร็จและสมบูรณ์แบบ

(viii) **การสร้างสภาวะไร้อำนาจ** (disempowerment) **ให้เกิดขึ้นกับประชาชนในโลกที่** 3 Hamelink เสนอว่า ผลกระทบที่สำคัญของระบบจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมคือการทำให้เกิดสภาวะไร้อำนาจในหมู่ประชาชนในโลกที่ 3 อันเนื่องมาจาก

- ประชาชนไม่ได้เป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อตนเองโดยตรง กรณีที่เกิดขึ้นอย่างเป็นประจำก็คือ การตัดสินใจสร้างเขื่อนที่ถูกตัดสินใจมาจากรัฐบาลร่วมกับธนาคารโลกโดยที่ประชาชนในเขตก่อสร้างไม่ได้ร่วมตัดสินใจด้วยเลย

- ประชาชนไม่ได้เป็นผู้ให้คำนิยามแก่ตนเอง (Self-definition) ทุกวันนี้ ภาพของโสเภณีไทยจะเป็นอย่างไรก็แล้วแต่ CNN จะเป็นผู้กำหนด

- ประชาชนไม่ได้เป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์ของตนเอง (Identity) อัตลักษณ์นั้นเกิดมาจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ เมื่อมีการนำเอาโทรทัศน์เข้าไปในชุมชน มีการนำเสนอภาพโลก

ตะวันตกที่เจริญทางวัตถุ มีดาราหนุ่มเหน้าสาวสวยชาวตะวันตก ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการที่ทำให้ประชาชนในโลกที่ 3 เริ่มชื่นชมวัฒนธรรมของผู้อื่น และรังเกียจวัฒนธรรมของตนเอง (ที่เรียกว่าความแปลกแยกทางวัฒนธรรม) เช่น ที่คนอีสานรังเกียจจมูกที่ไม่มีดั้งของตนเอง และอยากเสริมดั้งจมูกให้โด่งแบบฝรั่ง เช่นเดียวกับที่สาวจีนนิยมการผ่าตัดตาให้เป็นสองชั้นแบบตะวันตก นักทฤษฎีสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมพบว่า อิทธิพลจากหนังฮอลลีวู้ดและรายการโทรทัศน์จากต่างประเทศทำให้คนโลกที่สามรังเกียจวีรบุรุษของตนเอง และหันไปยกย่องวีรบุรุษต่างชาติ

- P. Golding เสนอว่า ผลผลิตทางวัฒนธรรมด้านสื่อของจักรวรรดินิยมนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วจะไม่ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงสังคม จะไม่เข้าข้างสตรี คนผิวดำและชนกลุ่มน้อย แต่กลับจะเสนอว่าโลกที่เห็นและที่เป็นอยู่นั้นดีแล้วโดยไม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลง และไม่อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ ในผลงานสื่อเหล่านี้จะสร้างวิกฤติการณ์จอมปลอมขึ้นมาให้แก้ไขโดยซ่อนเร้นวิกฤติการณ์ที่แท้จริงของสังคมเอาไว้ ดังนั้น Galeano นักเขียนชาวละตินอเมริกันจึงกล่าวว่า อิทธิพลของผลงานสื่อสารสมัยใหม่จะสร้างวิธีคิดแบบหนึ่งขึ้นมาที่เรียกว่า "วิธีคิดแบบถอนตัว" (Mentality of resignation) ที่ไม่อยากจะยุ่งยากกับเรื่องปวดหัว หรือคิดอะไรให้แปลกใหม่ จะชื่นชอบการบริโภคมากกว่าการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (อ้างใน Hamelink, 1996)

(6.4) ปฏิกริยาตอบโต้จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ประวัติศาสตร์ของจักรวรรดินิยมยุคใหม่ทางวัฒนธรรมนั้นเริ่มก่อตัวขึ้นในช่วงปี 1945 ทั้งนี้โดยอาศัยองค์กรระดับโลกเช่น UN และ UNESCO เป็นกลไกสำคัญ ในช่วงก่อตั้ง UNESCO นั้น มีประเทศก่อตั้งร่วมลงนามประมาณ 20 ชาติ ส่วนใหญ่แล้วเป็นชาติที่เคยเป็นเจ้าอาณานิคมมาก่อนรวมทั้งสหรัฐ ประเด็นที่ประเทศผู้ก่อตั้งเหล่านี้ต้องการให้ UNESCO ผลักดันก็คือ ต้องการให้ช่วยเหลือและรับผิดชอบด้านเทคนิคของสื่อ (เช่น การจัดสรรคลื่นความถี่ การฝึกอบรมการใช้สื่อสมัยใหม่) แต่ไม่ให้ยุ่งเกี่ยวกับด้านการเมือง หัวข้อประชุมในช่วงแรก ๆ ของ UNESCO จึงเป็นเรื่องกระแสการไหลเวียนอย่างเสรีของข่าวสาร และการให้ความช่วยเหลือทางเทคนิค (ดู Schiller, 1976)

อย่างไรก็ตาม สภาพการณ์ดังกล่าวก็เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากในช่วงปีค.ศ.1940-1980 มีประเทศที่ปลดปล่อยตนเองจากการเป็นอาณานิคมเกิดขึ้นมามาก สมาชิกของ UNESCO เพิ่มขึ้นถึง 160 ชาติ บรรดาประเทศที่เกิดใหม่เหล่านี้เริ่มตระหนักว่า แม้จะปลดปล่อยเป็นอิสระทางการเมือง แต่ก็ยังไม่เป็นอิสระทางด้านเศรษฐกิจ ความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจที่กล่าวมาข้างต้นยังคงมีอยู่อย่างชัดเจน ดังนั้น บนพื้นฐานที่ว่า ประเทศหนึ่งมีสิทธิออกเสียงได้ 1 เสียง กลุ่ม

ประเทศโลกที่ 3 เหล่านี้ได้เริ่มรวมตัวกันผลักดันให้เกิดการทบทวนเรื่องการจัดระเบียบเศรษฐกิจโลกเสียใหม่ (New International Economy Order) เพื่อให้มีการกระจายความมั่งคั่งอย่างเสมอภาคมากขึ้น และต่อเนื่องมาถึงข้อเสนอให้มีการจัดระเบียบข่าวสารโลกเสียใหม่ (New World International Communication Order) ให้เสมอภาคเท่าเทียมเช่นกัน กลุ่มประเทศโลกที่สามที่ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดนี้เริ่มวิจารณ์ว่า ความช่วยเหลือทางเทคนิคที่เคยเป็นภารกิจหลักของ UNESCO นั้นไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาการพึ่งพาของโลกที่สาม และยังกลายเป็นอันตรายต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติอีกด้วย ดังคำกล่าวของประเทศที่เพิ่งได้เอกราชมาใหม่ ๆ กล่าวว่า "ชาติที่สื่อมวลชนเป็นของต่างชาติหมดนั้น ไม่น่าจะเรียกว่าเป็น "ชาติ" ได้เลย" ประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น เช่น การไหลเวียนข่าวสารระหว่างประเทศในซีกโลกทางเหนือและทางใต้ยังคงเป็นหัวข้อประชุมมาจนกระทั่งปัจจุบันนี้ ข้อมูลจากการวิจัยและกระแสการโจมตีลัทธิจักรวรรดินิยมแผนใหม่มีผลทำให้บรรดาประเทศผู้ก่อตั้ง UNESCO เช่น สหรัฐลาออกจาก UNESCO ในปี 1985 ตามมาด้วยอังกฤษในปี 1986 พร้อมถอนเงินค่าสมาชิกและเงินสนับสนุนออกไปด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การต่อสู้ด้านวาทกรรมจากที่ประชุม (รวมทั้งการลงคะแนนออกเสียงคัดค้านกระแสการเปิดเสรีด้านข่าวสารของสหรัฐ) มีผลถึงด้านเศรษฐกิจ-การเมืองเสมอ

นอกเหนือจากการต่อสู้ในเวทีระดับโลกเช่น UNESCO แล้ว นักทฤษฎีสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมยังได้ให้ข้อเสนอต่าง ๆ ที่บรรดาประเทศโลกที่สามจะใช้เป็นเครื่องมือกลไกในการต่อสู้ เนื่องจากระบบจักรวรรดินิยมนั้นใช้มิติทุกด้านในการครอบงำ ดังนั้น ในการต่อสู้ก็ต้องต่อสู้ในทุกมิติเช่นกัน ตัวอย่างเช่น

- **มิติด้านเศรษฐกิจ** ในเวทีสากลก็ได้แก่การเจรจาต่อรองเรื่องการจัดระเบียบเศรษฐกิจโลกเสียใหม่ให้สัดส่วนการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างโลกที่หนึ่ง โลกที่สอง และโลกที่สามมีลักษณะสมดุลมากยิ่งขึ้น หรือกรณีการออกมาตรการทางเศรษฐกิจชั่วคราวในการห้ามเคลื่อนย้ายเงินทุนเข้าออกประเทศอย่างเสรีของนายกรัฐมนตรีมาเลเซียในช่วงเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ปีพ.ศ.2540 รวมทั้งมาตรการควบคุมสัดส่วนของการลงทุนของบริษัทต่างประเทศ เป็นต้น

- **มิติด้านกฎหมายและการเมือง** ได้แก่ การใช้มาตรการต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง โดยเฉพาะด้านกฎหมายเพื่อป้องกันการรุกรานของจักรวรรดินิยม เช่น
  - ออกกฎหมายกำหนดจำนวนสื่อที่เจ้าของแต่ละรายจะครอบครองได้
  - ออกกฎหมายห้ามเป็นเจ้าของข้ามสื่อ (cross-media ownership)
  - จัดระบบภาษีให้จูงใจบรรดาสื่อในประเทศ และสื่ออิสระรายย่อย เช่น ประเทศแคนาดาได้ออกกฎหมายส่งเสริมให้บริษัทผลิตภาพยนตร์ใช้สถานที่และบุคลากร

ในแคนาดาด้วยมาตรการส่งเสริมการลงทุนและภาษี

เป็นต้น

สำหรับทางออกในเรื่องการบรรเทาหรือแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารโดยเฉพาะนั้น Hamelink (1996) ได้เสนอแนวทางหลัก ๆ ไว้ 5 แนวทางคือ

(i) Regulatory approach ได้แก่ การใช้กลไกด้านกฎหมายและแนวนโยบายต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาบ้างแล้ว เช่น

- การออกกฎหมายตั้งกำแพงภาษีสื่อจากต่างประเทศ
- การสร้างนโยบายการใช้สื่อแห่งชาติ
- การกำหนดนโยบายส่งเสริมสื่อที่ผลิตในประเทศ (เช่น การมีรายการที่ผลิตในประเทศหลังจากรายการข่าวของไทย)
- การออกกฎหมายเพื่อรับประกันสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร และสิทธิที่จะได้แสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระ
- การก่อตั้งองค์กรติดตามการปฏิบัติตามกฎหมาย
- การมีแนวทางที่ชัดเจน (guideline) สำหรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของประชาชน

(ii) Educational Approach จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้ว่าทฤษฎีจักรวรรดินิยมจะให้ข้อยืนยันได้ในแง่โครงสร้างและสถาบันสื่อระดับโลกที่แพร่กระจายผลงานสื่อของอเมริกันไปทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนของการบริโภคและเปิดรับสื่อซึ่งจะมีผลสืบเนื่องไปถึงเรื่องผลกระทบนั้นยังมีช่องว่าง ณ จุดนี้อยู่มาก ดังนั้น แนวทางหนึ่งในการป้องกันในเรื่องขั้นตอนของผลกระทบ จึงได้แก่มาตรการด้านการให้การศึกษาในการใช้สื่อเรียนรู้ให้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารในโลกที่สามรู้จักใช้สื่ออย่างมีสติ รู้จักพิจารณาไตร่ตรอง ในการนี้ควรมีสถาบัน/องค์กรที่รับผิดชอบอย่างเป็นทางการ

(iii) Alternative approach แนวทางนี้มีขอบเขตกว้างขวาง เริ่มตั้งแต่

- ระดับชาติ บรรดาประเทศโลกที่สาม บรรดาชาติเล็ก ๆ ควรจะมาร่วมมือกันสร้างศูนย์กลางข่าวสารให้กระจายตัวออกไปให้มีหลาย ๆ ศูนย์ (polycentric)
- ภายในชาติ มีมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อภายในประเทศ เช่นกรณีอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อให้มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นในประเทศและยังสามารถส่งออกไปเผยแพร่ในตลาดโลกเพื่อให้มีสื่อทางเลือกมากขึ้นในตลาดโลก
- เสนอแนวทางให้รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมหรือบริษัทสื่อที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Non-commercial/non-profit) ให้เป็นสื่อทางเลือกในระบบสื่อใหญ่ทั้งหมด
- ให้การสนับสนุนและส่งเสริมบรรดาสื่อทางเลือกที่ใช้เพื่อการพัฒนาสังคมที่มี

ขนาดเล็ก เช่น สถานีวิทยุท้องถิ่น หอกระจายข่าวและเสียงตามสาย ละคร นิตยสารสำหรับคุ้มครองผู้บริโภค รายการเพื่อสังคมในโทรทัศน์ เป็นต้น

(iv) Access & Participation Approach ได้แก่ มาตรการที่เน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการร่วมในฐานะ**ผู้รับสาร**ที่ active (มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับสารอย่างสม่ำเสมอ) ในฐานะ**ผู้ร่วมผลิต** และในฐานะ**ผู้ร่วมวางแผนและกำหนดนโยบาย**การใช้สื่อ

(v) Technical Assistance Approach อันเป็นแนวทางที่สหประชาชาติเคยดำเนินการมาก่อน แต่เนื่องจากเทคโนโลยีนั้นมิใช่สิ่งที่สิ้นสุดในตัวเอง หากทว่ามีเรื่องของสถาบัน ผลประโยชน์ และอำนาจในการตัดสินใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เท่าที่ผ่านมา การให้ความช่วยเหลือของ UNESCO นั้นมิได้ถูกกำหนดมาจากความต้องการของโลกที่สาม จึงเกิดลักษณะที่ไม่ตอบสนองและไม่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น สิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแปลงจึงเป็นเรื่องของอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยี

นอกเหนือจากแนวทางทั้ง 5 ที่กล่าวมานี้ ในบางกรณี Schiller และ Hamelink (อ้างใน O'Sullivan & Fewkes, 1997) ได้เสนอให้มีมาตรการแยกตัว (Delinking/Dissociation) จากระบบโลก ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อโลกที่ 3 ถูกดึงเอาไปในระบบโลกนั้น กลไกทุกอย่างที่ติดตั้งอยู่ในระบบโลกล้วนแล้วแต่ทำงานเพื่อชาติที่ร่ำรวยและมีอำนาจเท่านั้น ดังนั้น ความเป็นอิสระทางวัฒนธรรมของโลกที่ 3 จึงเป็นไปได้ยากหากยังคงร่วมวงศ์ไพบูลย์อยู่กับระบบโลก Schiller กล่าวว่า เป็นความเชื่อผิด ๆ ที่ว่า หากโลกที่ 3 ปฏิเสธระบบโลกก็จะทำให้ตนเองล้าหลัง การแยกตัวออกจากระบบโลกในกรณีที่มีเงื่อนไขภายในประเทศเอื้ออำนวยนั้น นอกจากจะตัดขาดจากระบบโลกในเชิงการพึ่งพาทางวัตถุแล้ว กระบวนการนี้ยังจะช่วยบ่มเพาะจิตสำนึกของการพึ่งตนเองของคนในประเทศอีกด้วย

ในความหมายของ Schiller นั้น การปฏิเสธระบบโลกนั้น มิได้หมายความถึงการปิดประเทศไม่ติดต่อกับใคร หากแต่หมายความว่า ให้มีการขบคิดว่า เพราะเหตุใดจึงต้องรีบร้อนที่จะต้องใช้สื่อประเภทต่าง ๆ จากทางตะวันตกโดยยังไม่สำรวจความพร้อมและความต้องการของตนเอง Schiller ให้ตัวอย่างว่า การเปลี่ยนแปลงระบบโทรทัศน์จากขาว-ดำมาเป็นโทรทัศน์สี ทั้งๆ ที่ระบบโทรทัศน์ขาวดำยังแพร่กระจายไปไม่ทั่วถึงทั้งประเทศนั้น มิได้ถูกกำหนดจากความต้องการของประเทศด้อยพัฒนาเลย หากแต่ถูกกำหนดมาจากความต้องการขยายตลาดของฝ่ายผู้ผลิตเครื่องรับโทรทัศน์สีมากกว่า ดังนั้น เมื่อไม่มีเหตุผลจำเป็นที่จะต้องรีบรับเอาเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด (ด้วยข้ออ้างที่กลัวว่า "จะล้าสมัย") ก็ควรจะเลื่อนหรือถ่วงเวลาการเปิดรับสื่อสมัยใหม่ให้ช้าออกไป

และพร้อมกับการปฏิเสธระบบโลกนั้น ในอีกด้านหนึ่งก็ต้องส่งเสริมนโยบายการ

พึ่งตนเองให้มากที่สุดไปพร้อม ๆ กัน การพึ่งตนเองนั้นอาจดำเนินการทั้งระดับนโยบายและระดับบุคคลเช่น

- **ระดับนโยบาย**
  - ต้องควบคุมสัดส่วนของปริมาณสื่อที่นำเข้าจากต่างประเทศและที่ผลิตเองภายในประเทศ
  - ต้องควบคุมสัดส่วนการลงทุนด้านสื่อจากต่างประเทศและในประเทศ
- **ระดับบุคคล**
  - ต้องปลุกสำนึกทั้งระดับผู้ผลิตและผู้บริโภคภายในประเทศให้ตระหนักถึงปัญหาเรื่องจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม

7. ข้อวิจารณ์ต่อสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม

จากเนื้อหาของสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมที่กล่าวมานั้น มีข้อคิดเห็นในเชิงวิพากษ์วิจารณ์ทฤษฎีดังกล่าวในหลายแง่มุม ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (ดู Tomlinson, 1991)

- **ข้อสงสัยภายในตัวทฤษฎีเอง** มีข้อสงสัย 2 ประการที่เกิดขึ้นภายในตัวทฤษฎีเอง

  ∋ ข้อสงสัยประการแรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรมดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แม้ว่าการเก็บข้อมูลของ Schiller ตลอดช่วงระยะเวลา 15 ปี จะให้ผลลัพธ์ที่คงที่อยู่สม่ำเสมอว่า ผลผลิตทางวัฒนธรรมของอเมริกันนั้นมีอยู่ท่วมท้นทั่วไป แต่ทว่าอิทธิพลของสื่ออเมริกันมีอยู่ในทุกสถานที่ทุกเวลาจริงหรือ ผลการวิจัยที่ผ่านมายังไม่สามารถให้ข้อสรุปเช่นนั้นได้ เช่น ภาพยนตร์โทรทัศน์ชุด Dallas มีฉายในทุกประเทศของละตินอเมริกาก็จริง แต่ในบราซิล ก็ติดอันดับที่ 69 ของระดับความนิยม ถ้าหากประชาชนไม่ได้นิยมชมชอบสื่อของอเมริกันแล้ว สื่อเหล่านั้นจะมีผลในการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นได้หรือ

  ∋ ข้อสงสัยประการที่สอง เป็นการโต้แย้งแนวทางที่เสนอว่า "การครอบงำทางวัฒนธรรม" (Cultural Imperialism) คือ "การครอบงำทางสื่อ" (Media Imperialism) เนื่องจากกลุ่มผู้โต้แย้งเห็นว่าไม่ใช่ "ตัวสื่อ" ที่เป็นปัจจัยที่แสดงบทบาท หากแต่เป็น "การทำงานของสถาบันต่าง ๆ" มากกว่าการลดระดับการวิเคราะห์มาดูที่การไหลเวียนของตัวสื่อแล้วสรุปว่ามีการครอบงำทางวัฒนธรรมจึงผิดประเด็น

- **ข้อโต้แย้งเนื้อหาของทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม**

ɜ ในขณะที่ทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมจะอนุมานเอาว่า เมื่อใดที่มีการนำสื่อของอเมริกันเข้าไปในส่วนต่างๆของโลก รูปแบบการปะทะกันระหว่างสื่ออเมริกันกับสื่อท้องถิ่นของแต่ละประเทศนั้น จะให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นรูปแบบเดียวคือ สื่ออเมริกันจะเข้าแทนที่ เบียดขับหรือครอบงำสื่อท้องถิ่นอยู่เสมอ ดังคำกล่าวของ Schiller อย่างไรก็ตาม มีปรากฏการณ์จำนวนมากมายที่แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมโลกแบบอเมริกัน (Global culture) ไม่ประสบความสำเร็จเพราะความแข็งแกร่งของอิทธิพลวัฒนธรรมท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น ดิสนีย์แลนด์ที่เคยประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดในอเมริกา เมื่อขยายสาขาไปเปิดในฝรั่งเศส กลับไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะข้อห้ามของดิสนีย์แลนด์ที่ห้ามขายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และทำให้ขายไวน์ไม่ได้ในสวนสาธารณะ ในขณะที่การดื่มไวน์เป็นหัวใจของวัฒนธรรมฝรั่งเศส

ɜ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของทฤษฎีการครอบงำทางวัฒนธรรมดังกล่าว จึงได้มีข้อเสนอทางทฤษฎีใหม่ที่เรียกว่า Cultural Articulation/Negotiation ทฤษฎีนี้เสนอว่า เมื่อมีการพบกันระหว่าง "วัฒนธรรมโลก" (Global culture) กับ "วัฒนธรรมท้องถิ่น" (Local culture) นั้น แบบแผนของการพบปะกันนั้นอาจจะให้ผลลัพธ์ออกมาได้หลายแบบ รูปแบบการครอบงำเป็นเพียงรูปแบบหนึ่ง และอาจมีรูปแบบอื่น ๆ อีกเช่น อาจมีรูปแบบการผสมผสาน (articulation) อาจมีรูปแบบการต่อรองกันระหว่างวัฒนธรรมทั้งสอง หรืออาจมีแม้แต่รูปแบบที่วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถนำเอาวัฒนธรรมโลกมาใช้ ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการพบปะกันทางวัฒนธรรม เช่น ความแข็งแกร่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น สำนึกของประชาชน ฯลฯ ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทยที่วัฒนธรรมการกินอาหารมีความแข็งแกร่งอย่างยิ่ง วัฒนธรรมโลกเช่น แมคโดนัลด์ก็ต้องมีการปรับตัวโดยนำเอาสัดส่วนของวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าไปผสมผสานด้วย เป็นต้น (ดูรายละเอียดใน Featherstone, 1990)

ɜ ข้อโต้แย้งอีกประการหนึ่งที่ดูเหมือนจะอยู่คนละฝั่งกับทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมเลยก็คือ ข้อเสนอที่ว่า อันที่จริง สิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรมโลก" (Global culture) นั้นมิได้เป็นของชาติใดชาติหนึ่ง หากแต่ได้นำเอาเนื้อหามาจากวัฒนธรรมตามประเพณี/พื้นบ้านของแต่ละชาติ และนำมายกระดับทั้งด้านสุนทรียะและขยายบริบทให้กว้างขวางมากขึ้น ในแง่นี้วัฒนธรรมโลกจึงมีส่วนในการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นมากกว่าจะทำลาย (ในด้านหนึ่ง แนวคิดนี้มีร่องรอยที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของ W. Benjamin ที่ได้กล่าวมาข้างต้น) และยังเท่ากับว่าวัฒนธรรมโลกได้ช่วยรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย

ɜ อีกมุมหนึ่งที่มองบทบาทของ "วัฒนธรรมโลก" ในแง่ดีเช่นกันก็ได้แก่ ข้อเสนอที่ว่าทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมนั้น มอง "วัฒนธรรมโลก" (อเมริกัน) แต่ในด้านลบ และมอง

"วัฒนธรรมประจำชาติ/ท้องถิ่น" แต่ในทางบวก ซึ่งความจริงแล้ว ไม่ได้เป็นเช่นกัน เพราะในวัฒนธรรมท้องถิ่นเองก็มีค่านิยมมากมายที่เป็นด้านลบ เช่น การกดขี่สตรี เผด็จการผู้อาวุโส ฯลฯ ในขณะที่ค่านิยมเรื่องความเสมอภาค สิทธิเสรีภาพ โอกาสในชีวิต ฯลฯ ปรากฏอยู่ในสื่อของอเมริกัน นี้จึงเท่ากับสื่อจากวัฒนธรรมโลกได้เข้ามาช่วยขัดเกลาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดีขึ้น นอกจากนั้น วัฒนธรรมโลกก็ยังช่วยสร้างความรู้สึกเป็น "เพื่อนร่วมโลกเดียวกัน" ช่วยสร้าง "สมานฉันท์รูปแบบใหม่ๆ" ให้เกิดขึ้น เช่น กลุ่มผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโลก กลุ่มชนชาติส่วนน้อยระดับโลก เป็นต้น

บทที่ 7
สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ
(Cultivation Theory)

1. บทนำ
2. ประวัติความเป็นมาของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ
3. แนวคิดหลัก: กระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคม
4. แนวคิดหลัก: ลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์
   - (4.1) ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์
   - (4.2) ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์
   - (4.3) การสร้างลักษณะเป็นแบบเดียวกันทางวัฒนธรรม
5. แบบแผนและกระบวนการสำหรับการศึกษาวิจัย
   - (5.1) กรอบการวิจัย
   - (5.2) การวิเคราะห์เนื้อหา
   - (5.3) การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นจริง
   - (5.4) การวิเคราะห์ผู้รับสาร
   - (5.5) ประเด็นต่อเนื่องจากงานวิจัย
6. ความแตกต่างระหว่าง Impact Study/Cultivation Theory
7. ข้อวิจารณ์วิธีวิจัยของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ

บทที่ 7
สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ (Cultivation Theory)

1. บทนำ

หากเรานั่งสังเกตดูเด็ก ๆ ที่นั่งใจจดใจจ่ออยู่หน้าจอโทรทัศน์ทุกวันอย่างสม่ำเสมอวันละหลายชั่วโมง แล้วเปรียบเทียบกับการพิมพ์ข้อมูลเข้าไปในเครื่องคอมพิวเตอร์ เราจะพบว่ากระบวนการทั้งสองเป็นไปในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ โทรทัศน์กำลังพิมพ์เรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับโลกเข้าไปในหัวสมองของเด็ก ๆ (บางอันอาจจะ save เก็บไว้ บางอันก็อาจจะไม่ได้ save) ในสายตาของเด็ก ๆ โทรทัศน์ได้เปิดเผยให้เห็นส่วนเสี้ยวต่าง ๆ ของโลก (แบบผู้ใหญ่) ที่เด็กๆยังไม่ได้มีประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสด้วยตัวเอง เด็ก ๆ ได้รู้ว่า แม้จะตายไปแล้ว ผีผู้หญิงแบบแม่นากก็ยังสามารถมาหักคอคนได้ (จากเรื่อง "แม่นากพระโขนง" 2543) เด็ก ๆ ได้เห็นชีวิตของบรรดาภรรยาทหารเรือว่าเป็นอย่างไรบ้าง (จากเรื่อง "มณีหยาดฟ้า" 2543) และหากในชีวิตจริงเด็ก ๆ ไม่ได้สัมผัสกับโลกส่วนเสี้ยวนั้นจากผู้ใหญ่รอบข้าง ก็แน่นอนว่า เด็ก ๆ จะต้องถูกปลูกฝังเรื่องราวดังกล่าวจากโทรทัศน์เพียงแหล่งเดียวอย่างแน่นอน

หากเราย้อนกลับไปทบทวนคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ในความหมายหนึ่ง คำว่า "วัฒนธรรม" หมายถึงระบบความรู้ความคิดความเข้าใจ โครงสร้างของอารมณ์ความรู้สึกและแบบแผนของการกระทำที่ผู้คนในสังคมมีอยู่โดยได้รับการถ่ายทอดมาจากสังคม และหากเราถามคำถามต่อไปในเรื่องของกระบวนการทางวัฒนธรรมว่า มีสถาบันอะไรบ้างที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดอบรมบ่มเพาะ ปลูกฝังระบบต่าง ๆ เหล่านั้นให้แก่บุคคล คำตอบก็คงเริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว โรงเรียน ที่ทำงาน ศาสนา รัฐ และสื่อมวลชน

หากเราตัดภาพกลับมาที่วัฒนธรรมร่วมสมัยในปัจจุบันที่กำลังอยู่ในสังคมมวลชน และตั้งคำถามต่อไปว่า ในเชิง**ปริมาณ**แล้ว คนสมัยปัจจุบันมีชีวิตอยู่กับสถาบันอะไรมากที่สุด กินช่วงเวลายาวนานมากที่สุด และในเชิง**คุณภาพ** สถาบันการอบรมบ่มเพาะใดที่มีอิทธิพลต่อตัวบุคคลมากที่สุด คำตอบนั้นสามารถทดสอบได้จากข้อมูลข้างล่างนี้

- **ระบบความรู้** : ความรู้เรื่องโลกกำลังร้อนขึ้น การสำรวจดาวอังคาร การเสียชีวิตของเลดี้ไดอาน่า ข่าวเรื่องชู้สู่สาวของคลินตัน ความรู้ว่ารถมอเตอร์ไซด์สตาร์ทไม่ติดเพราะหัวเทียนบอด ฯลฯ ความรู้เหล่านี้เราได้มาจากไหน
- **ระบบอารมณ์ความรู้สึก** มีงานสำรวจชิ้นเล็ก ๆที่ถามนักสื่อสารมวลชนไทยสัก 10

คนว่า ในรอบปีที่ผ่านมานั้น มีข่าวอะไรบ้างที่ทำให้เกิดความรู้สึกสะเทือนใจ ผลการสำรวจมีข้อน่าสังเกตว่าอารมณ์สะเทือนใจของนักสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะที่ค่อนข้างรวมศูนย์มาก คือ ข่าวพ่อทำร้ายเด็กและข่าวการฆ่าตัวตาย เพราะเหตุใดอารมณ์สะเทือนใจของคนที่มีความแตกต่างกันจึงมีลักษณะเหมือนกันเช่นนี้

- **ระบบการกระทำ** ไม่ว่าจะเป็นระบบการจัดตารางเวลาการทำงาน กิจกรรมที่ทำในช่วงเวลาพักผ่อน แบบแผนการกินอาหาร การแต่งกายของคนแต่ละรุ่น ฯลฯ เราจะเห็นได้ว่าคล้ายคลึงกัน เป็นแบบแผนอย่างเดียวกัน

โดยที่ยังไม่ต้องมีงานวิจัยใด ๆ มาสนับสนุน เราอาจสร้างข้อสรุปเบื้องต้นได้ว่า ผลของระบบทั้งหมดนี้เกิดมาจากการทำงานของสถาบันสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ สื่อมวลชนในยุคปัจจุบันจึงทำหน้าที่ที่ภาษาแบบเก่าใช้คำว่า "Informing spirit (การขัดเกลาจิตวิญญาณ) หรือภาษาแบบใหม่ใช้คำว่า "อบรมบ่มเพาะ" (cultivation) นั่นเอง การมองเห็นบทบาทของสื่อมวลชนในแง่ของการอบรมบ่มเพาะนี้เป็นที่มาของสำนักคิดด้านสื่อมวลชนที่ชื่อว่า “ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ” (Cultivation Theory) อย่างไรก็ตาม คำอธิบายของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็ไปไกลกว่าเรื่องของวัฒนธรรมที่เป็นผลที่เกิดจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในแง่การวางระบบความรู้/ความรู้สึกและการกระทำที่ได้กล่าวมาข้างต้น

2. ประวัติความเป็นมาของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ

นักวิชาการที่มีบทบาทมากในสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ คือ George Gerbner ซึ่งเป็นชาวฮังกาเรียน Gerbner อาศัยอยู่ในยุโรปช่วงที่นาซีบุกยุโรป ดังนั้น เขาจึงอพยพหนีมาสหรัฐ จากประวัติชีวิตของ Gerbner จะเห็นได้ว่า เขาเป็นคนที่ปฏิเสธความรุนแรงเช่นที่ลัทธินาซีกระทำต่อยิว อย่างไรก็ตาม เมื่อเขามาพักอาศัยอยู่ในสหรัฐ เขาก็ได้พบว่ามีการใช้ความรุนแรงไม่แตกต่างจากในยุโรปที่เขาหลบหนีออกมาเท่าใดนัก แต่คราวนี้ ความรุนแรงดังกล่าวมีอยู่ทั้งในโลกแห่งความเป็นจริง และที่มากมายอย่างยิ่งคือในโลกทางโทรทัศน์

งานของ Gerbner ในสหรัฐเริ่มขึ้นเนื่องมาจากบริบททางสังคมในสหรัฐเอง ช่วงทศวรรษ 1950-1960 มีเหตุการณ์การใช้ความรุนแรงที่รับรู้กันในวงสาธารณชนอย่างกว้างขวาง 2 เหตุการณ์คือ การลอบสังหาร Martin Luther King ผู้นำคนผิวดำในอเมริกา และ Bobby Kennedy น้องชายประธานาธิบดี Kennedy (ในปัจจุบัน ความรุนแรงดังกล่าวยังคงสืบทอดมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ข่าวเด็กนักเรียนมัธยม/ประถมเอาปืนมายิงเพื่อน ๆ และครูในโรงเรียน) จากเหตุการณ์ความรุนแรงดังกล่าว เริ่มมีผู้ตั้งข้อสังเกตว่า "ความรุนแรงในจอโทรทัศน์" ก็มีอยู่

มากมายไม่แตกต่างไปจาก “ความรุนแรงนอกจอโทรทัศน์" ทั้งสองโลกนี้มีอะไรเชื่อมโยงกันหรือไม่

จากข้อสังเกตดังกล่าว จุดยืนของกลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็คือ หากเราถามว่าในวันหนึ่ง ๆ เรามองเห็นเหตุการณ์การใช้ความรุนแรงมากน้อยเพียงใด 1 ใน 10 ของเหตุการณ์ทั้งหมด 1 ใน 100 หรือ 1 ใน 1000 จุดยืนของกลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็คือ คำตอบตามความคิดของผู้ตอบจะออกมาเป็นตัวเลขเท่าใดนั้น ขึ้นอยู่กับว่าผู้ตอบนั้นดู**โทรทัศน์มากน้อย**เพียงใดมากกว่าจะขึ้นอยู่กับว่า ความจริงแล้ว **เขาอาศัยอยู่แถวไหน** สำหรับผู้ที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (เรียกว่า heavy user) โทรทัศน์จะสร้างโลกที่โหดร้ายและน่ากลัวขึ้นมาสำหรับเขา ความรุนแรงในโทรทัศน์จะค่อยๆ ซึมผ่านเข้าไปในจิตใจของเขาและปลูกฝังจิตใจที่หวาดกลัวสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งบ่มเพาะความไม่วางใจคนรอบข้างให้เกิดขึ้นในใจ แม้ว่าในโลกแห่งความเป็นจริง เขาแทบจะไม่ได้เจอะเจอกับความรุนแรงน่ากลัวดังกล่าวด้วยตัวเองเลย

Gerbner มีวิธีคิดที่คล้าย ๆ กับ M. McLuhan ที่ว่า ในยุคปัจจุบันนี้โทรทัศน์เป็นพลังสำคัญในการหล่อหลอมโฉมหน้าของวัฒนธรรมของสังคม แต่ทว่าความแตกต่างก็อยู่ที่ว่าในขณะที่ McLuhan คิดว่า ลักษณะของตัวสื่อของโทรทัศน์ (Medium) คือคำอธิบาย แต่ Gerbner กลับคิดว่า สาเหตุสำคัญอยู่ที่ตัว**เนื้อหาสาร**มากกว่า (Message) เขาอธิบายคร่าว ๆ ว่า เนื้อหาสารของโทรทัศน์ เป็นตัวสร้างโลก/สิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (Symbolic environment) แล้วค่อยๆ แพร่ซึมเข้าไปในตัวคนเราวันละเล็กวันละน้อย แต่ต่อเนื่องทุก ๆ วัน (เป็นกระบวนการเดียวกับการอบรมบ่มเพาะ) โทรทัศน์เล่าเรื่องราวต่าง ๆ อย่างมาก และในท้ายที่สุด สังคมของเราก็เป็นอย่างที่โทรทัศน์เล่า (โดยเฉพาะในสายตาของคนที่ดูโทรทัศน์อย่างหนัก)

และเมื่อหันไปดูภาพในโทรทัศน์ เราจะพบอะไรบ้าง ผลจากการวิจัยเก็บข้อมูลภาพในโทรทัศน์ถึง 20 ปีติดต่อกัน Gerbner (1986) ให้คำตอบว่า ภาพที่เด็ก ๆ จะได้ชมในจอโทรทัศน์ก็คือ "ความรุนแรง" ซึ่งเขาให้คำนิยามว่า "เป็นการใช้กำลังทางกายภาพ ไม่ว่าจะมีอาวุธหรือไม่ก็ตาม เพื่อทำให้คนอื่น ๆ บาดเจ็บ/ถูกฆ่า/หรือกลายเป็นผู้พิการ" จากนิยามแบบแคบ ๆ ดังกล่าวนั้น ทีมวิจัยของ Gerbner ยังพบว่า ไม่ว่ารายการแบบใดในโทรทัศน์ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วจะต้องเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่ไม่ว่าจะเปลี่ยนตัวรายการไปอย่างไร ตัวเลขความรุนแรงที่พบยังคงยืนพื้นอยู่ที่ 2 ใน 3 อยู่เสมอ และเมื่อลองคำนวณกลับมาที่วิถีชีวิตของผู้ชมที่เป็นเด็ก โดยเฉลี่ยแล้ว เด็ก ๆ จะได้ดูภาพรุนแรงดังกล่าวประมาณ 20 กรณี/ชั่วโมง ฉะนั้น ตั้งแต่เกิดจนจบชั้นไฮสคูล เด็ก ๆ ก็จะได้ดูความรุนแรงระดับถึงตายประมาณ 13,000 ครั้ง โดยที่ตัวละครที่ใช้ความรุนแรงนั้นมีตั้งแต่ผู้ร้ายไปจนถึงระดับของพระเอก

อันที่จริง การใช้ความรุนแรงนั้นเป็นของคู่กับวัฒนธรรมอเมริกันอยู่แล้ว ดังที่มีคำ

เปรียบเทียบว่า "ความรุนแรงเป็นเสมือนขนมพายเชอรี่ของอเมริกัน" (American Pie) ความรุนแรงถูกแสดงให้เห็นว่าเป็น "วิถีทางนำไปสู่ความเป็นอเมริกัน" เนื่องจากความรุนแรงเป็นวิถีทางที่สั้นที่สุด ง่ายที่สุด ถูกที่สุด ที่จะเอาชนะคู่ต่อสู้ในเกมแห่งชีวิตแบบอเมริกัน (ตัวอย่างหนังแบบโคบาลอเมริกัน เป็นภาพที่ชัดเจนที่สุด) อย่างไรก็ตาม ในแง่มุมของวัฒนธรรมแล้ว ก็มีคำถามว่าวัฒนธรรมแห่งความรุนแรงนี้สืบทอดไปถึงคนรุ่นต่อ ๆ ไปได้อย่างไร คำตอบของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็อยู่ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วกล่าวคือ นอกเหนือจากการปฏิบัติการในชีวิตจริงแล้ว (real social practice) สถาบันสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการอบรมบ่มเพาะวัฒนธรรมดังกล่าวให้ยาวนานสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังรุ่นต่อ ๆ ไป

จากความรุนแรงที่เพิ่มมากขึ้นในสังคมและข้อสงสัยของประชาชนว่า โทรทัศน์จะเป็นต้นเหตุของความรุนแรงนี้ ทำให้รัฐบาลสหรัฐมอบหมายให้มีโครงการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับความรุนแรงในโทรทัศน์ที่เรียกว่า Cultural Indicator Project โดยมี Gerbner เป็นหัวหน้าโครงการ ทีมวิจัยได้รวบรวมเนื้อหารายการโทรทัศน์ในช่วง prime-time ทั้งในวันธรรมดาและวันหยุด โดยเฉพาะพวกรายการบันเทิง (dramatic program) โดยเก็บรวบรวมอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 10 ปี (ในช่วงแรก) วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้ก็เพื่อตอบปัญหาหลักที่เกี่ยวพันกันอยู่ 3 ประการคือ

(1) **กระบวนการของสถาบันที่เกี่ยวข้องอยู่กับการผลิตเนื้อหาโทรทัศน์คืออะไร** ในส่วนนี้ได้แก่การตอบคำถามว่า กระบวนการผลิตเนื้อหาโทรทัศน์นั้นสัมพันธ์กับสถาบันอื่น ๆ ในสังคมอย่างไร เช่น กฎหมาย เจ้าของทุน ผู้จัดการ ผู้ปฏิบัติงาน ฯลฯ ส่วนนี้ Gerbner เรียกว่า Institutional Policy analysis

(2) **การวิเคราะห์เนื้อหา** เพื่อค้นหาว่ามีภาพลักษณ์และระบบค่านิยมอะไรบ้างที่อยู่ในเนื้อหาของรายการ เช่น ในกรณีประเด็นเรื่องความรุนแรง มีสถานการณ์อะไรบ้างที่ใช้ความรุนแรง มีใครบ้างที่ใช้ความรุนแรง และใครบ้างที่เป็นเหยื่อ เป้าหมายของการใช้ความรุนแรง ฯลฯ ในส่วนนี้เรียกว่า Message System Analysis

(3) **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการดูโทรทัศน์กับระบบความเชื่อ/โลกทัศน์ (การรับรู้โลก) และการกระทำของผู้ชม** ส่วนนี้มุ่งที่จะตอบคำถามว่าโทรทัศน์เป็นผู้อบรมบ่มเพาะผู้ชมหรือเปล่า หากมีข้อค้นพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการดูโทรทัศน์กับระบบความเชื่อและการรับรู้โลกของผู้ชม ก็อาจจะสรุปผลการทำหน้าที่ทางวัฒนธรรมของโทรทัศน์ได้ในระดับหนึ่ง ส่วนนี้เรียกว่า Cultivation Analysis

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Gerbner และคณะ (1995) ที่เก็บข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นในช่วง 2 ทศวรรษ (1967-1985) โดยดูรายการเด็ก ๆ 2,000 รายการ มีตัวละครหลัก 6,000 ตัว และพบว่า

มี 71% ของรายการในช่วง prime-time ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความรุนแรง ในช่วงวันหยุด ตัวเลขดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นถึง 94% หลังจากวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว ทีมวิจัยก็ได้ตั้งคำถาม 3 ข้อ เพื่อจะดูความเชื่อและโลกทัศน์ของผู้ชมดังนี้

- ท่านคิดว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว คนเราจะช่วยเหลือกัน หรือจะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากกว่า
- ถ้าหากมีโอกาส ท่านคิดว่าคนเราจะเอาเปรียบคนอื่น หรือจะปฏิบัติต่อคนอื่นอย่างยุติธรรม
- ท่านคิดว่า คนส่วนใหญ่ไว้ใจได้ไหม

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำเอาคำตอบจากการวิเคราะห์เนื้อหาไปหาความสัมพันธ์กับคำตอบที่ได้จากการวิเคราะห์ความเชื่อและโลกทัศน์ของผู้ชม แม้ว่าผลการวิจัยจะไม่สามารถยืนยันได้ในทุกกลุ่มตัวอย่าง แต่ทว่าลักษณะโดยรวมส่วนใหญ่ก็คือ คนที่ดูโทรทัศน์มาก (heavy user) จะมองโลกในแง่ร้ายหมดหวัง รวมทั้งไม่ไว้วางใจคนอื่นมากกว่าคนที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า (light user)

หลังจากที่เริ่มต้นด้วยประเด็นเรื่อง "ความรุนแรง" ทีมวิจัยของ Gerbner ได้ขยายเรื่องการทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะของโทรทัศน์ออกไปในประเด็นอื่น ๆ เช่น บทบาททางเพศ บทบาทของคนแต่ละรุ่นอายุ วิทยาศาสตร์ ครอบครัว ความสำเร็จทางการศึกษา การเมือง ศาสนา อาชญากรรม ฯลฯ และหลังจากดูบทบาทด้านวัฒนธรรมในการปลูกฝังสมาชิกในสังคมอเมริกันแล้ว ก็ได้มีการขยายแนวทางการวิจัยออกไปสู่ประเทศอื่น ๆ อีก 25 ประเทศ

สำหรับข้อสรุปเบื้องต้นที่ Gerbner และทีมวิจัยระบุเอาไว้ก็คือ

(1) แม้ว่าพวกเราอาจจะคุ้นเคยกับคำว่า "การปฏิวัติวัฒนธรรม" ที่เกิดขึ้นในสังคมจีนซึ่งหมายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว แต่ทว่าสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็ยืนยันว่า การปฏิวัติวัฒนธรรมนั้นมิได้เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะในสังคมจีนเท่านั้น หากทว่า การปฏิวัติวัฒนธรรมเป็นปรากฏการณ์ในสังคมอุตสาหกรรมทุกสังคมที่เกิดมีสื่อมวลชนใหม่ ๆ ขึ้นมา โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์

(2) สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ เสนอให้มีการศึกษา "สื่อโทรทัศน์" เป็นกรณีพิเศษ เนื่องจากในยุคสมัยที่โทรทัศน์ได้กลายมาเป็นศูนย์กลางของการผลิตวัฒนธรรมของสังคมที่เรียกว่า "วัฒนธรรมยุคโทรทัศน์" (Television Culture) ซึ่งเป็นยุคสมัยแรกในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติที่มีกระบวนการสร้างเนื้อหาวัฒนธรรมแบบมโหฬาร โดยตัดผ่านกาลเวลา (ดูได้พร้อม ๆ กันทั่วโลก) ตัดผ่านสถานที่ (space) และยังตัดผ่านความแตกต่างระหว่างคนที่มีความแตกต่างกันในแง่เชื้อชาติ เพศ อายุ ฐานะทางชนชั้น ฯลฯ ซึ่งสามารถทำให้คนจำนวนมากมายมหาศาลถูกบ่มเพาะให้มีภาพของโลกร่วมกัน (เราจะกล่าวถึงลักษณะพิเศษของโทรทัศน์ในตอนต่อไป)

(3) ลักษณะของวัฒนธรรมที่ถูกผลิตออกมาจากเนื้อหาข่าวสารของโทรทัศน์นั้น ทำหน้าที่เป็นตัวสร้าง "วัฒนธรรมร่วม" (common culture) ที่ชุมชน/สังคมได้ปลูกฝังให้สมาชิกส่วนใหญ่ได้รับข้อเท็จจริง (facts) ค่านิยม (value) และความคิดเกี่ยวกับการดำรงอยู่ของมนุษย์ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยอันยาวนานได้ให้ข้อสรุปแก่ทีมวิจัยว่า เนื้อหาที่ออกมาจากโทรทัศน์นั้นได้ผ่านกระบวนการสร้างที่เลือกเพียงบางส่วนเสี้ยวของโลกมานำเสนอ (highly selective) มีลักษณะเป็นภาพแบบฉบับตายตัว (stereotyped/stylized & repetitive) และยังเป็นภาพที่บิดเบี้ยวไปจากโลกที่เป็นจริงอีกด้วย โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อผู้คนอย่างมากในรายการประเภท drama ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้ สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจึงสรุปว่า วัฒนธรรมที่โทรทัศน์สร้างขึ้นมานั้นเป็นวัฒนธรรมที่พยายามธำรงรักษาสภาพของสังคมที่เป็นอยู่มากกว่าจะพยายามเปลี่ยนแปลงสังคม (ซึ่งถือได้ว่าเป็นการทำหน้าที่ที่ถูกต้องแล้วตามทัศนะของสำนักหน้าที่นิยม) และหากกล่าวด้วยภาษาของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ก็ต้องตีความข้อสรุปของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อว่า การที่วัฒนธรรมกระแสหลักของสังคมยังคงรักษาความเป็นกระแสหลักอยู่ได้ (hegemony) ก็เนื่องจากการทำงานอบรมบ่มเพาะสมาชิกของสังคมด้วยโทรทัศน์นี่เอง

(4) แม้ว่าในอดีต (หรือแม้ปัจจุบัน) จะมีกระบวนการอบรมบ่มเพาะจากสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ปู่ย่าตายาย/พ่อแม่อบรมสั่งสอนลูก โรงเรียนอบรมเด็กนักเรียน พระสงฆ์เทศน์สั่งสอนศาสนิกชน ฯลฯ แต่ทว่ากระบวนการอบรมบ่มเพาะจากโทรทัศน์นั้นมีลักษณะที่พิเศษและแตกต่างไปจากสถาบันเดิม ๆ เหล่านั้น ซึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องของขอบเขตอันกว้างขวางกว่าของโทรทัศน์แล้ว (พ่อแม่เพียงแต่เลี้ยงลูกตัวเอง แต่โทรทัศน์เลี้ยงลูกของคนทั้งประเทศ และอาจจะทั่วโลก) สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อยังต้องการศึกษาอีกต่อไปว่า โทรทัศน์สามารถปลูกฝังโลกทัศน์ต่างๆ ให้แก่สมาชิกในสังคมได้**อย่างไร** ในการนี้ ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจะให้ความสนใจกับลักษณะการมีอยู่อย่างแพร่หลายทั่วไปของโทรทัศน์ (Pervasiveness) และผลที่ทำให้คนจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันสามารถมีภาพของโลกที่เป็นแบบฉบับเดียวกันได้ (common shared/collective culture)

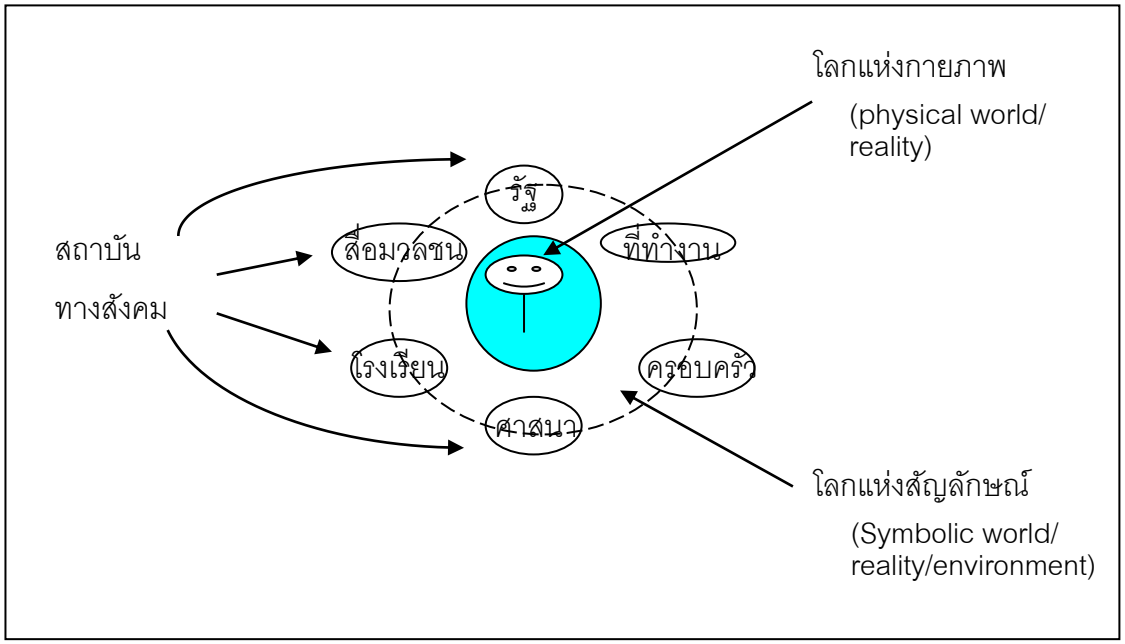
(5) สำหรับกระบวนการในการศึกษาของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ เนื่องจากกระบวนการอบรมบ่มเพาะนั้นมิใช่กระบวนการ "ที่ทำแบบม้วนเดียวจบ" หรือ "ครั้งเดียวก็พอแล้ว" ดังนั้น การศึกษาวิจัยแบบทดลองหรือกึ่งทดลองที่ใส่ตัวแปรเพียงครั้งเดียว (แบบ Effect Study) นั้น จะใช้ไม่ได้สำหรับการพิสูจน์เรื่องการปลูกฝังโลกทัศน์ของบุคคล แต่จำเป็นต้องเป็นการศึกษาระยะยาว และต้องมีวิธีการศึกษาแบบเฉพาะ (ดูตอนต่อไป)

(6) สำหรับคำถามเรื่องความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ

โทรทัศน์ เช่น อิทธิพลของการมีเครื่องบันทึกเทปที่ใช้เล่นตามบ้าน จะทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องการปลูกฝังทางวัฒนธรรมของโทรทัศน์หรือไม่ คำตอบของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็คือ การเกิดขึ้นของเครื่องบันทึกเทปดังกล่าวจะยิ่งเพิ่มขยายอิทธิพลการปลูกฝังของโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้เมื่อเกิดการแพร่หลายของสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ คือ อินเทอร์เนต ก็ยังไม่มีคำตอบจากสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อว่า ยุคสมัยของวัฒนธรรมโทรทัศน์ได้เปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปอย่างไรบ้าง

3. แนวคิดหลัก: กระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อสนใจที่จะตอบคำถามว่า โทรทัศน์ทำหน้าที่ปลูกฝังสมาชิกในสังคมได้อย่างไร สำหรับการตอบคำถามดังกล่าวนั้น แนวคิดที่ต้องนำมาใช้คือ แนวคิดเรื่อง "การสร้างความเป็นจริงทางสังคม" ในที่นี้จึงจะกล่าวถึงเนื้อหาของแนวคิดดังกล่าวพอสังเขปดังนี้



(i) แนวคิดนี้เริ่มจากข้อเสนอที่ว่า โลกที่แวดล้อมตัวบุคคลนั้นมีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ อันได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมบุคคล โลกนี้เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนอีกโลกหนึ่งมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (social world) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic environment -- คำศัพท์ของ ทฤษฎีการอบรมบ่ม

เพาะจากสื่อ) หรือความเป็นจริงทางสังคม (Social reality) โลกนี้เกิดจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคมเช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐ และสื่อมวลชน

เรามีกรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า แม้จะอยู่ในโลกกายภาพอย่างเดียวกัน แต่ทว่าเนื่องจากการทำงานของสถาบันสังคมที่แตกต่างกัน ทำให้คน 2 คน มีโลกทางสังคมหรือโลกแห่งความเป็นจริงที่แตกต่างกัน เช่น ในฉากหนังเรื่อง The God must be crazy เมื่อนักบินชาวตะวันตกกินโคล่าหมดขวดแล้ว ขวดโคล่าเปล่า ๆ (โลกแห่งกายภาพ) ก็ถูกรับรู้ว่าเป็น "ขยะ" (โลกแห่งสัญลักษณ์) และ**การกระทำ**ต่อโลกสัญลักษณ์ดังกล่าวก็คือ "ทิ้งขยะไป" ตามที่สถาบันทางสังคมแบบตะวันตกอบรมสั่งสอนมา แต่เมื่อขวดโคล่าเปล่า ๆ ขวดเดียวกันนั้น (โลกกายภาพอันเดิม) ลอยละล่องลงมาถูกศีรษะของนิเชา ชนเผ่าบุชแบน จากการอบรมบ่มเพาะทางสังคมที่นิเชาได้เรียนรู้มาว่า อะไรที่ตกมาจากท้องฟ้าต้องเป็น "ของวิเศษจากพระเจ้า" ดังนั้น การรับรู้ "ขวดโคล่าเปล่าๆ" จึงกลายเป็น "ของวิเศษ" (โลกเชิงสัญลักษณ์) ฉากที่กล่าวในภาพยนตร์เรื่องนี้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวันของเราทุกคน โลกเชิงสัญลักษณ์นั้นเกิดจากการให้คำนิยาม/การให้ความหมาย (definition of meaning) แก่สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นโลกกายภาพรอบๆตัว

ท่านดาไลลามะจึงกล่าวไว้อย่างถูกต้องตามหลักการของการสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่ว่า

"ชีวิตนี้มีความหมายอะไรไม่สำคัญ
สำคัญที่ว่า เราได้ให้ความหมายกับชีวิตไว้อย่างไร"

อย่างไรก็ตาม จากจุดยืนของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็มีข้อสงสัยว่า "เรา" ในฐานะปัจเจกบุคคลจะมีอิสระเสรีภาพในการให้ความหมายแก่ชีวิตมากน้อยแค่ไหน ในเมื่อเราถูกโอบล้อมไว้ด้วยวัฒนธรรมโทรทัศน์อยู่รอบ ๆ ตัว

(ii) คำสำคัญในแนวคิดนี้คือคำว่า "ความเป็นจริง" (reality) อันหมายถึงโลกแห่งสังคม/โลกแห่งสัญลักษณ์ที่ห่อหุ้มแวดล้อมคนอยู่ คำว่า "ความเป็นจริง" นี้ประกอบด้วยหลายมิติคือ

- เป็นแหล่งสำคัญของการให้คำนิยามแก่สังคมต่าง ๆ (Dominant source of definition) เช่น การเมืองคืออะไร ชีวิตคืออะไร พ่อแม่คือใคร เป็นต้น
- เป็นภาพลักษณ์ (image) ของความเป็นจริงทางสังคมของปัจเจกบุคคล/กลุ่ม/สังคมต่าง ๆ เช่น ชาวเขามีภาพลักษณ์อย่างไร ทัศนะของคนอเมริกันต่อนักการเมือง/ตำรวจ เป็นอย่างไร
- เป็นค่านิยมที่แสดงออกมา (value) เช่น การถกเถียง เรื่อง "พรหมจารีย์" ยังคงเป็นความเป็นจริงในสังคมไทย แต่ไม่เป็นค่านิยมแล้วในสังคมอเมริกัน
- เป็นบรรทัดฐานสำหรับการตัดสิน (normative judgement) เช่น ระหว่างความกตัญญูต่อพ่อแม่กับการตัดสินใจอย่างอิสระในเรื่องชีวิตรักของพระเอกละครโทรทัศน์ สังคมใช้

อะไรเป็นเกณฑ์บรรทัดฐานในการตัดสินใจว่าพระเอกทำถูกต้องหรือไม่

หากพิจารณามิติของ "ความเป็นจริง" ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ "ความเป็นจริง" นี้ก็คือ คำนิยามของ "วัฒนธรรม" นั่นเอง (ดู McQuail, 1987)

(iii) จำเป็นต้องตอกย้ำอีกครั้งหนึ่งว่า "ความเป็นจริง" เหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นมา**ตามธรรมชาติ** (given) อย่างที่มักเข้าใจกันตามสามัญสำนึก (เช่น คำกล่าวที่ว่า เป็นเรื่องธรรมชาติที่คนเราเกิดมาก็ต้องมีครอบครัว ต้องมีความเห็นแก่ตัว ฯลฯ) หากแต่เกิดมาจากการถูกประกอบสร้าง (constructed) ขึ้นมา หรือถูกนิยามว่า "อะไรเป็นอะไร" (definition) จากการทำงานของสถาบันต่างๆในสังคม การนิยามนี้แม้ว่าเราอาจจะรู้สึกว่าเป็นนิยามส่วนตัวของเรา (individual definition) แต่ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อยืนยันว่า การนิยามสิ่งต่าง ๆ นั้น เป็นเรื่องทางสังคม (public definition)

หลังจากที่สังคมได้นิยามสิ่งต่าง ๆ เอาไว้แล้ว ก็จะมีกระบวนการซึมผ่านนิยามดังกล่าวเข้าไปในตัวบุคคล นิยามดังกล่าวจะกลายเป็น "แผนที่ทางจิตใจ" (Mental maps) ที่ทำหน้าที่เหมือนแผนที่ทั่วไป คือชี้ทิศทางว่าอะไรเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง ความคาดหวังต่าง ๆ เป็นอย่างไร (Level of expectation) แผนที่นี้จะลากเส้นกั้นบอกว่า อะไรบ้างที่เป็นไปได้ (possible) (กำหนด Horizontal Line) เช่น "ถ้ามีหน้าตาสวย รูปร่างดีก็มีโอกาสแจ้งเกิดเป็นดาราได้ในสังคมไทย" อะไรบ้างที่เป็นเรื่องปกติ (normal) เช่น การจ่ายค่าน้ำร้อนน้ำชาแก่เจ้าหน้าที่เป็นเรื่องปกติในสังคมไทย อะไรบ้างที่เป็นเรื่องยอมรับได้ (acceptable) เช่น การท้องก่อนแต่งงานในสังคมอเมริกันปัจจุบัน รวมทั้งมีการชี้แนะว่ามีวิถีทางแบบใดบ้างที่จะบรรลุเป้าหมายได้ (บอก way of life)

เราอาจจะยกตัวอย่าง การทำหน้าที่ของ "แผนที่ทางจิตใจ" ที่เป็นตัวชี้ทิศทางบุคคลในแง่มุมต่าง ๆ กันดังนี้

- คนที่มีโลกเชิงสัญลักษณ์/มีแผนที่ทางจิตใจต่างกัน จะมี "**ระบบการรับรู้**" (perception) ที่ต่างกัน ดังที่มีตัวอย่างเรื่องจริงเมื่อครั้งที่ชาวตะวันตกเดิน**เรือขนาดใหญ่**เข้าไปในน่านน้ำของชนเผ่าพื้นเมืองในทวีปออสเตรเลีย เมื่อคนพื้นเมืองซึ่งกำลังหาปลาอยู่ด้วย "**เรือขนาดเล็ก**" มองเห็นเรือใหญ่นั้น ก็ไม่ได้มีปฏิกริยาอะไร เนื่องจากในแผนที่ทางจิตใจของคนพื้นเมืองนั้นไม่เคยมีภาพของเรือขนาดใหญ่เช่นนั้น (ไม่คิดว่าเป็นเรือ) ส่วนนักเดินเรือชาวตะวันตกเมื่อเห็นคนพื้นเมืองไม่มีปฏิกริยา จากแผนที่ในจิตใจของพวกเขาก็ตีความว่า "นี่เป็นสัญลักษณ์แห่งความเป็นมิตร" และจัดการเอาเรือเล็กลง เมื่อคนพื้นเมืองมองเห็นเรือลำเล็ก ก็รับรู้ทันทีว่าเป็นเรือ และตีความว่าเป็นการบุกรุกของคนแปลกถิ่น จึงตอบโต้ด้วยอาวุธทันที ฯลฯ กรณีตัวอย่างนี้ แสดงให้เห็นว่าแผนที่ทางจิตใจทำให้ "เรามองเห็นอะไรบางอย่าง และมองไม่เห็นอะไรบางอย่าง" ในโลก

กายภาพรอบตัวในชีวิตประจำวัน เราพบเห็นเหตุการณ์ดังกล่าวอยู่เป็นประจำ และนี่คือความแตกต่างระหว่างคนที่เพียงแค่ขับรถเป็นกับคนที่เป็นช่างเครื่องยนต์ ฯลฯ

- แผนที่ทางจิตใจจะเป็นตัวชี้ทาง**การกระทำ/ความคาดหวัง/ระบบค่านิยม**ของคน ตัวอย่างเช่น เวลาดูภาพยนตร์จีนกำลังภายใน เราจะมองเห็นความคาดหวังที่จะมีชีวิตอย่างเป็นอมตะและมีการกระทำที่ค้นหายาวิเศษ แต่ปัจจุบันนี้ โลกแห่งสัญลักษณ์ของเราเปลี่ยนแปลงไปแล้ว ความต้องการเป็นอมตะไม่ใช่ "ความเป็นจริง" ของคนปัจจุบัน หากแต่เป็นความต้องการการมีสุขภาพที่แข็งแรงและวิถีทางที่แผนที่ทางจิตใจชี้แนะไว้ให้ก็คือ "ต้องออกกำลังกาย" ซึ่งความคิดเรื่องการออกกำลังกายนั้นไม่เคยเป็น "ความเป็นจริง" ของคนโบราณเลย

เช่นเดียวกับเรื่องระบบค่านิยม เราได้เห็นการเปลี่ยนแปลงโลกแห่งสัญลักษณ์ในแง่ค่านิยมได้ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา เมื่อ 50 ปีก่อน สังคมอเมริกันนิยมการมีรถคันใหญ่เพื่อความสะดวกสบายและหรูหรา แต่ปัจจุบันเมื่อในแผนที่ทางจิตใจได้เติมเครื่องหมายเรื่อง "การรักษาสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน" ลงไปในโลกเชิงสัญลักษณ์ ก็ทำให้ระบบค่านิยมของคนอเมริกัน (โดยเฉพาะรุ่นใหม่) ได้เปลี่ยนจากการใช้รถคันใหญ่ๆ มาเป็นรถคันเล็ก ๆ แบบ city car เป็นต้น

- เมื่อแผนที่ทางจิตใจดังกล่าวได้ติดตั้งลงในจิตใจของผู้คนแล้ว กระบวนการนี้ก็ไม่ได้หยุดทำงาน แต่ทว่าได้ดำเนินการตอกย้ำอย่างต่อเนื่อง กระบวนการให้ค่านิยมของสังคมโดยเฉพาะคำนิยามหลักจะติดตั้งกลไกเพื่อป้องกันตนเอง ดังนั้น หากมีคำนิยามอื่น ๆ ที่พยายามจะนำเสนอตัวเองเข้ามาในพื้นที่ดังกล่าวก็จะต้องเผชิญกับแรงต่อต้านกับคำนิยามเดิม M. Weber จึงเคยตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการทำหน้าที่การให้คำนิยามของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนจะต้องทำการ "คัดเลือก" (selection) และเสริมย้ำ (Accentuation) คำนิยามหลักของสังคมอยู่เสมอโดยถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชน

- อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งความเป็นจริง ก็ไม่เคยมีคำนิยามเพียงคำเดียวสำหรับสิ่งต่าง ๆ แม้ว่าจะมีคำนิยามหนึ่งเป็นคำนิยามหลักก็ตาม (Dominant definition) และความเข้มแข็งแต่ละคำนิยามก็มีไม่เท่ากัน คำนิยามหลักบางคำมีจุดอ่อนทำให้เปลี่ยนแปลงง่าย บางคำนิยามถูกนิยามมาจากข้างบนและต้องปะทะกับคำนิยามจากข้างล่าง คำนิยามบางอันต่อเนื่องมาจากอดีตและขัดแย้งกับคำนิยามในปัจจุบัน ลักษณะของคำนิยามจึงมีหลายโฉมหน้า (Multifacet)

- ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า โลกแห่งสัญลักษณ์นั้นเกิดมาจากการทำงานของสถาบันสังคมในการวาดแผนที่ทางจิตใจให้แก่บุคคล หนึ่งในสถาบันเหล่านั้นก็คือสื่อมวลชน สำหรับบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมให้แก่บุคคลนั้น ปรากฏอยู่ในการทำ

หน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง (Mediating role) ระหว่างโลกที่เป็นจริง (Real world) กับประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล คำว่า "ทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง" นั้นมีหลายลักษณะคือ

♦ อยู่กึ่งกลางระหว่างตัวบุคคล กับโลกที่อยู่นอกเหนือการรับรู้ของบุคคลนั้น เช่น การนำเอาภาพถนนในนิวยอร์กมาให้คนดูไทยที่ไม่เคยไปอเมริกามาให้ดู

♦ อยู่กึ่งกลางระหว่างบุคคลกับสถาบันต่าง ๆ ของสังคม เช่น กฎหมาย อุตสาหกรรม รัฐ ฯลฯ คนบางคนอาจจะไม่เคยมีประสบการณ์ตรงในการขึ้นศาลเลย แต่จากการดูภาพยนตร์ก็ทำให้รู้จักว่า "ศาล" เป็นอย่างไร

♦ เป็นช่องทางให้บุคคลได้ติดต่อกับสถาบันเหล่านี้ เช่น รายการร้องทุกข์ผ่านสื่อ บุคคลไปยังเจ้าหน้าที่รัฐ

♦ เป็นวัตถุดิบ (material) ให้เราก่อรูปความคิดเกี่ยวกับคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เช่น ตัวอย่างภาพโฆษณาโทรศัพท์มือถือที่ถ่ายภาพของคนเมารีในนิวซีแลนด์ ทำให้เรารับรู้ว่าคนเมารีเป็นอย่างไร

● สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่า ในโลกยุคปัจจุบันนี้ ในขณะที่โอกาสที่บุคคลจะได้มีประสบการณ์ตรงกับสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันนั้น (direct experience) มีอย่างจำกัดมาก (ลองทบทวนดูชีวิตประจำวันส่วนใหญ่จะพบว่า เราเดินทางอยู่ในพื้นที่อันจำกัดระหว่างบ้าน-ที่ทำงาน-โรงเรียน-ศูนย์การค้า) และพบปะผู้คนในแวดวงที่จำกัดมาก แต่ทว่า เรากลับมีประสบการณ์ที่หลากหลายมากมายผ่านการทำงานของตัวสื่อกลางเช่นสื่อมวลชนที่ให้วัตถุดิบในแง่พื้นที่/ในแง่กลุ่มผู้คน/ในแง่เรื่องราว/ในแง่กาลเวลา/อย่างไม่มีขอบเขตจำกัด ดังนั้นจึงมีคำถามว่า "ความเป็นจริงที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรานั้น" น่าจะเป็นสัดส่วนของความเป็นจริงที่เกิดมาจากสื่อ (โดยเฉพาะโทรทัศน์) (mass-mediated experience) เป็นส่วนใหญ่ และเป็นสัดส่วนที่มากกว่าความเป็นจริงจากประสบการณ์ตรง ดังนั้น กล่าวใน**เชิงปริมาณ**แล้ว สื่อมวลชนย่อมมีโอกาสวาดแผนที่ในจิตใจของผู้คนได้มากกว่าประสบการณ์ตรงของบุคคลนั้น

และนอกจากอิทธิพลในเชิง**ปริมาณ**แล้ว ในกรณีที่ประสบการณ์ตรงกับประสบการณ์ผ่านสื่อนั้นมีความขัดแย้งกัน ก็ยังมีคำถามต่อไปแล้ว ในแง่**คุณภาพ**แล้ว คนเราจะเลือกรับเอาประสบการณ์ใดเป็นหลัก ผลจากการวิจัยของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อพบว่า เมื่อตั้งคำถามกับบุคคลว่าในหนึ่งอาทิตย์ ท่านคิดว่าโอกาสที่ท่านจะตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงนั้นมีปริมาณมากน้อยเพียงใด ผลปรากฏว่า จากสถิติที่เป็นจริง (ซึ่งหมายถึงประสบการณ์ตรงของบุคคล) มีโอกาสเพียง 1% เท่านั้น แต่กลับปรากฏว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่ใช้คำตอบจากโทรทัศน์ (Television answer) คือการเห็นภาพรุนแรงบ่อย ๆ ในโทรทัศน์ และตอบว่า 10% ซึ่งหมายความ

ว่า คนเราเชื่อถือประสบการณ์ตรงของตนเองน้อยกว่าประสบการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์

สำนักการอบรมบ่มเพาะของสื่อ แสดงความวิตกกังวลต่อไปอีกว่า ในขณะที่โทรทัศน์เป็นตัวสร้างความเป็นจริงให้แก่บุคคลนั้น "ความเป็นจริง" ในโทรทัศน์นั้นเป็น**ความจริงในทัศนะของใคร**

คำตอบนั้นอยู่ในตัวอย่างจากการวิเคราะห์เนื้อหาของทีมวิจัยของ Gerbner (1978) ได้ผลดังนี้

- **ปริมาณของการปรากฏตัว**
  - ♦ 50% เป็นผู้ชายผิวขาว ชนชั้นกลาง
  - ♦ ในโลกที่เป็นจริงมีเด็กวัยรุ่นปริมาณ 1 ใน 3 แต่ในช่วงเวลา prime-time ในโทรทัศน์มี 10% ของวัยรุ่นปรากฏตัว
  - ♦ ในโลกที่เป็นจริงมีคนงานชั้นล่าง (blue collar) 2 ใน 3 แต่มีเพียง 10% ที่ปรากฏในจอโทรทัศน์
  - ♦ คนแก่ที่อายุเกิน 65 ปี ถูกนำเสนอน้อยมากเพียง 3%
- **โอกาสของการตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง**
  - ♦ เด็กและคนแก่ได้รับอันตรายมากกว่าคนหนุ่มสาว
  - ♦ คนเชื้อชาติกลุ่มน้อย/กลุ่มชายขอบสังคมซึ่งมักถูกนำเสนอน้อย และเมื่อถูกนำเสนอก็จะมีฐานะตกเป็นเหยื่อเป็นส่วนใหญ่ (คนกลุ่มนี้น่าจะเป็นกลุ่มที่ขี้กลัวเพราะโทรทัศน์มากที่สุด)
  - ♦ ผู้หญิงถูกใช้ความรุนแรงมาก การเปิดตัวให้ผู้หญิงถูกทำร้ายนั้น (lady in distress) เพื่อจะสร้างโอกาสให้พระเอกได้แสดงวีรกรรมเป็นวีรบุรุษ
  - ♦ ในกลุ่มคนงานชนชั้นล่างมีการใช้ความรุนแรงมากกว่าคนชั้นกลาง

ภาพที่ปรากฏเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงภาพเท่านั้น หากแต่ได้สร้างเครื่องหมายสัญลักษณ์ต่าง ๆ ลงในแผนที่ทางจิตใจของคนดูอีกด้วย เช่น การปรากฏตัวน้อยก็เป็นสัญลักษณ์ว่าเป็นกลุ่มคนที่ไม่สำคัญในสังคม การตกเป็นเหยื่อเป็นสัญลักษณ์แสดงความอ่อนแอของคนกลุ่มดังกล่าว เป็นต้น

และผลจากการวิจัยที่พบว่า ในขณะที่คนเชื่อถือโลกในโทรทัศน์นั้น แต่จากการวิเคราะห์เนื้อหาของโทรทัศน์กลับพบว่า เนื้อหาของภาพดังกล่าวห่างไกลจากโลกที่เป็นจริงอยู่มาก ดังกรณีตัวเลขสถิติความรุนแรงและข้อมูลที่ได้แสดงมาข้างต้น นี้จึงเท่ากับว่าโทรทัศน์ได้เล่าเรื่องปรัมปราคติ (myth) เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ สังคมปัจจุบัน สถาบันต่าง ๆ พฤติกรรมของผู้คน ชาติ

อาชญากรรม เพศ สงคราม ฯลฯ อยู่ตลอดเวลาใช่หรือไม่

4. แนวคิดหลัก : ลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์ (TV. Characteristics)

สำหรับพวกเราที่เกิดมามีชีวิตในยุคสมัยของ "วัฒนธรรมโทรทัศน์" เราเคยสงสัยบ้างไหมว่าโทรทัศน์ทำอะไรกับเราบ้าง ทำไมเราจึงไม่ดูโทรทัศน์ไม่ได้ สำหรับผู้ที่เป็นพ่อแม่ที่มองเห็นลูก ๆ นั่งดูโทรทัศน์อย่างใจจดใจจ่อนั้น เคยสงสัยไหมว่าโทรทัศน์ทำอะไรกับลูก ๆ ของเราบ้าง ทำไมลูกหลานวัยรุ่นของเราจึงอยากเป็นดาราที่ได้ออกโทรทัศน์ เด็ก ๆ ต่างจังหวัดอยากเข้ากรุงเทพเพราะเห็นชีวิตที่สนุกสนานของกรุงเทพจากโทรทัศน์ใช่หรือไม่ ฯลฯ

คำถามข้างต้นนี้เป็นคำถามที่กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อให้ความสนใจ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าประวัติความเป็นมาของสำนักคิดนี้เริ่มในปีทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงที่โทรทัศน์ในอเมริกันเริ่มเข้าสู่ยุคแพร่หลายมีใช้ทั่วไปแล้ว (popularize) ซึ่งหมายความว่า โทรทัศน์ได้กลายมาเป็นสถาบันหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ทัศนะที่มองโทรทัศน์ของกลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเห็นว่า โดยทาง**วัตถุธรรม**แล้ว โทรทัศน์อาจจะดูเป็นเพียง "จอตู้สี่เหลี่ยม" เท่านั้น แต่ในแง่**นามธรรม/สัญลักษณ์**แล้ว โทรทัศน์เป็นมากกว่าตู้สี่เหลี่ยมเท่านั้น โทรทัศน์เป็นโรงงานผลิตสิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ที่บริการส่งข่าวสารให้เราถึงในห้องนอน และจุดที่ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อตอกย้ำเป็นอย่างมากก็คือ โทรทัศน์ไม่ได้เพียงส่งข่าวสารและความบันเทิง (Transmitter) และไม่ได้เป็นเพียงกระจกสะท้อนความเป็นไปในสังคมเท่านั้น (Reflection) หากแต่โทรทัศน์ยังเป็นโรงงานผลิตวัฒนธรรม (cultural generator) ของสังคม เป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่สำคัญในปลายศตวรรษที่ 20 นี้

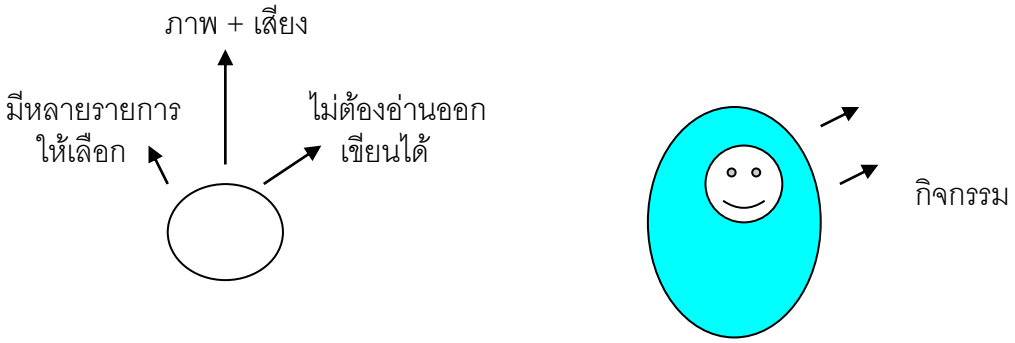
ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจึงให้ความสนใจเป็นพิเศษในการศึกษาลักษณะเฉพาะของสื่อโทรทัศน์ดังนี้

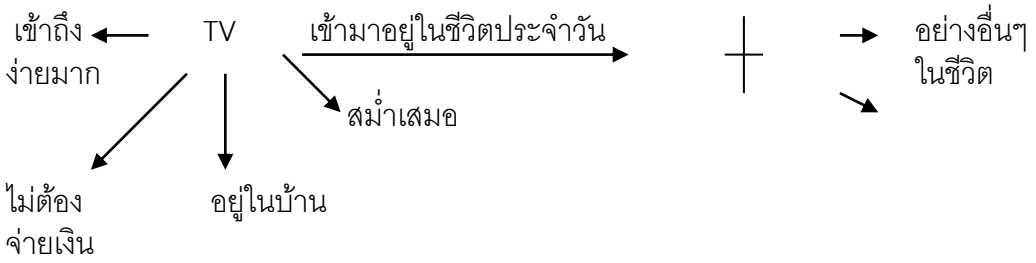
(4.1) ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ (Television nature)

(4.2) ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์ (Television culture)

(4.3) การสร้างลักษณะเป็นแบบเดียวกันทางวัฒนธรรม (Cultural Homogeneity)

(4.1) ธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์





นอกจากโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่แทบทุกครัวเรือนในหลาย ๆ ประเทศมีใช้แล้ว สื่อโทรทัศน์ก็ยังมีลักษณะพิเศษที่ทำให้มีศักยภาพในการเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่สำคัญในยุคสมัยปัจจุบัน ดังนี้คือ

- สื่อโทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง ทำให้มีอำนาจในการโน้มน้าวสูง (persuasive power) โดยอาศัยความเชื่อเดิมของผู้คนที่ว่า "สิบปากว่า (วิทยุ) ไม่เท่าตาเห็น (โทรทัศน์)"
- เมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โทรทัศน์ไม่มีกำแพงทางวัฒนธรรมในเรื่องการอ่านออกเขียนได้ เพราะอาศัยการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียง จึงสามารถเข้าถึงคนทุกระดับการศึกษา โดยเฉพาะคนชั้นล่างของสังคมซึ่งนับว่าเป็นสื่อประวัติศาสตร์ที่เอาชนะกำแพงทุกกำแพงได้
- โทรทัศน์ทำงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เมื่อเทียบกับโรงเรียนซึ่งมีช่วงเวลาอบรมเด็ก ๆ น้อยกว่าโทรทัศน์ โทรทัศน์มีช่วงเวลาทำงานที่ยาวนานกว่า ไม่มีวันหยุด อันเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับกระบวนการการอบรมบ่มเพาะ
- โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่ในบ้าน (domestic media) ซึ่งสะดวกต่อการใช้เมื่อเทียบกับภาพยนตร์ และอยู่ใกล้ชิดระดับห้องนอนอันเป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ตัวบุคคลมากที่สุด มีลักษณะเป็นสื่อรุก
- ในด้านเศรษฐกิจ โทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่ต้องจ่ายเงินโดยตรงและทุกครั้งที่เปิดรับ (โดยจ่ายทางอ้อมด้วยการซื้อสินค้าที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ) จึงทำลายกำแพงขวางกั้นด้านเศรษฐกิจ และเพิ่มอัตราการใช้
- กระบวนการเข้าถึงโทรทัศน์ (Accessibility) เป็นไปอย่างง่ายดายมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคนิค (วิธีการเปิดโทรทัศน์ดูไม่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์) ด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม-สังคม (รายการในโทรทัศน์ส่วนใหญ่ดูเข้าใจได้ง่าย)
- วิธีการประกอบรายการในโทรทัศน์นั้นมีหลายแบบให้เลือก ดังนั้น ถ้าไม่ชอบดูข่าวก็ดูละครได้ ถ้าไม่ชอบดูเกมโชว์ก็มีภาพยนตร์ต่างประเทศให้ดู แต่ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเห็นว่า ไม่ว่าจะดูรายการอะไร ในท้ายที่สุดแล้วก็จะนำไปสู่การประกอบ

สร้างระบบ "โลกแห่งความเป็นจริง" ใบเดียวกัน

- และประการสุดท้าย โทรทัศน์ได้สอดแทรกเข้ามาบรรจุอยู่ในตารางชีวิตประจำวันของผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น ร่วมกับกิจกรรมอย่างอื่น ๆ และแทบจะกลายเป็น "กิจกรรมพื้นฐานในชีวิตประจำวัน" ที่ไม่ต่างไปจากการกิน การขับถ่าย การพักผ่อนหลับนอน ฯลฯ แม้แต่กลุ่มคนที่ทีมวิจัยของ Gerbner พบว่าเป็นคนที่ดูโทรทัศน์น้อยมาก ก็ยังดูประมาณ 7 ชั่วโมง/สัปดาห์ ซึ่งหมายความว่า ดูเฉลี่ยทุกวัน วันละ 1 ชั่วโมง

(4.2) ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์

เนื่องจากความแพร่หลายและลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นนักวิชาการจึงเรียกยุคสมัยตั้งแต่ 1970 เป็นต้นว่า "ยุควัฒนธรรมโทรทัศน์" (Television culture) ซึ่งมีคุณลักษณะดังนี้

- เป็นวัฒนธรรมที่โทรทัศน์กลายเป็นสิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ที่สำคัญ มีอยู่ทั่วไปและยังมีอยู่อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง (ในแต่ละปี มีวันใดบ้างที่โทรทัศน์หยุดทำงาน) ดังนั้น ในวัฒนธรรมปัจจุบันนี้จึงไม่มีใครเป็น "นักเล่าเรื่อง" มากเท่ากับโทรทัศน์อีกแล้ว โทรทัศน์รวมศูนย์การเล่าเรื่องเอาไว้อย่างมากที่สุด (homogenized agent) และในประวัติศาสตร์มนุษชาติที่ผ่านมายังไม่มีสถาบันทางวัฒนธรรมใดสามารถเล่าเรื่องให้คนฟังได้ทีละเป็นพัน ๆ ล้านคนเช่นที่โทรทัศน์กระทำได้ในกรณีของมนุษย์อวกาศเหยียบดวงจันทร์หรือการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 1998 และเรื่องที่โทรทัศน์เล่าก็มีอย่างหลากหลาย ทุกเหตุการณ์ ทุกสถานที่ ทุกอารมณ์ความรู้สึก
- โทรทัศน์ทำหน้าที่แบบสถาบันวัฒนธรรมโดยทั่วไป คือการให้คำอธิบายแก่มนุษยชาติ เช่นที่ศาสนาเคยให้คำอธิบายว่า "ทำไมเราจึงควรทำดี หนีชั่ว ทำจิตใจให้ผ่องใส" โทรทัศน์ก็ให้คำอธิบายว่าทำไมจึงควร "เมาไม่ขับ" "มี safe sex" "กินเบียร์ไทยแล้วทำไมภาคภูมิใจ" ฯลฯ แต่ในแง่ปริมาณและคุณภาพแล้ว คำอธิบายของโทรทัศน์ครอบคลุมทุกเรื่องอย่างกว้างขวางกว่าและตอกย้ำบ่อยกว่าทุก ๆ สถาบันทางวัฒนธรรมของสังคม

การให้คำอธิบายของโทรทัศน์นั้นกระทำผ่านการให้เนื้อหาอย่างซ้ำ ๆ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาอะไร ก็นำเสนอภาพของโลกแบบเดียวกันทั้งสิ้น และเนื่องจากทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ เห็นว่า "การสร้างแบบแผนที่ซ้ำ ๆ กัน" นั้น มีความสำคัญมากกว่าการหวังผลระยะสั้นหรือการมุ่งรณรงค์เนื้อหาในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเห็นว่าไม่มีความจำเป็นเลย

- ในยุควัฒนธรรมโทรทัศน์นี้ โทรทัศน์เป็นผู้แพร่กระจายภาพลักษณ์และวัฒนธรรมของประชาชนมากกว่าสถาบันอื่น ๆ ในสังคม โทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นผู้อบรมบ่มเพาะเด็ก ๆ ของ

สังคม เพราะเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์มนุษยชาติที่เด็ก ๆ อเมริกันใช้เวลากับโทรทัศน์มากกว่าอยู่กับพ่อแม่ ในห้องเรียน อยู่กับเพื่อนๆ หรือไปโบสถ์ แต่ก็มิใช่แต่เพียงเด็ก ๆ เท่านั้นที่ถูกปลูกฝังจากโทรทัศน์ เพราะสำหรับคนทุกคน โทรทัศน์ก็ได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นในชีวิตประจำวันของผู้คน (primary source of society and everyday information) เราอาจทดสอบคำกล่าวนี้ด้วยการสำรวจข่าวสารที่เพื่อน ๆ รอบข้างเรารับรู้ในแต่ละวัน เราจะพบว่า แหล่งข่าวสารส่วนใหญ่มาจากโทรทัศน์ทั้งสิ้น

- โทรทัศน์มีวัฒนธรรมของตัวเอง เช่นเดียวกับสถาบันทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ก่อนหน้านี้ เช่น พ่อแม่ ญาติผู้ใหญ่ ครู พระสงฆ์ ฯลฯ ที่ต่างมี "วัฒนธรรม" ในการหล่อหลอมบุคคลของตัวเอง (เช่น พ่อแม่ไทย อาจจะมีวัฒนธรรมว่า "รักวัวให้ผูก รักลูกให้ตี") ในตัวสื่อโทรทัศน์ก็มีลักษณะวัฒนธรรมของตัวเองเช่นกัน เช่น

(i) เป็นสื่อที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมด้านอารมณ์ (sensational culture) มากกว่าวัฒนธรรมด้านเหตุผล (rational culture) หากลองตรวจสอบดูเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ทุกประเภท แม้แต่รายงานข่าว ก็จะพบข้อยืนยันดังกล่าวได้ดี การเรียนหนังสือของเด็ก ๆ ผ่านรายการ Sesame Street จึงแตกต่างจากในห้องเรียนอย่างมาก

(ii) วัฒนธรรมในโทรทัศน์จะจำกัดเวลาและพื้นที่อย่างมาก ที่เรียกว่า "วัฒนธรรมจับเวลา" (clock-culture) ดังนั้นการละเล่นของสื่อพื้นบ้านที่กินเวลา 3 วัน 3 คืนจึงเป็นไปไม่ได้ในโทรทัศน์ หน่วยเวลาในโทรทัศน์จะนับเป็นวินาที (สำหรับโฆษณา) และแทบไม่มีรายการใดเลยที่ยาวเกิน 2 ชั่วโมง

(iii) สื่อโทรทัศน์เป็นวัฒนธรรมแบบภาพและเสียง ดังนั้น จึงกำหนดความหมายเอาไว้ให้อย่างชัดเจนมากกว่าวัฒนธรรมที่มีเพียงภาพหรือเสียงอย่างเดียว ลักษณะดังกล่าวจะเห็นได้ชัดเจนเมื่อมีการแปลง "เพลงร้อง" (มีแต่เสียง) มาเป็น "มิวสิกวิดีโอ" มีทั้งภาพและเสียง

(iv) เนื่องจากลักษณะที่หลากหลายในแง่รายการ ซึ่งแต่ละรายการต่างก็มี "โทนของอารมณ์" ที่แตกต่างกัน ฉะนั้นวัฒนธรรมของโทรทัศน์จึงมีการลื่นไหลสลับเปลี่ยนของอารมณ์อย่างรวดเร็ว ในรายการข่าวที่อาจจะเพิ่งรายงานเหตุการณ์เศร้าสลดจบไป แต่ก็ต้องต่อด้วยข่าวสนุกสนานทันที คนที่เติบโตภายใต้วัฒนธรรมโทรทัศน์จึงสามารถปรับเปลี่ยนอารมณ์ได้อย่างรวดเร็ว

McQuail (1987) ทำตารางสรุปเปรียบเทียบลักษณะของโทรทัศน์และภาพยนตร์ซึ่งมีธรรมชาติที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้

โทรทัศน์	**ภาพยนตร์**

เนื้อหาและรูปแบบ	
● ระบุตัวผู้เล่า	● ไม่ค่อยระบุตัวผู้เล่า
● แยกข้อเท็จจริงออกจากเรื่องแต่ง	● มีแต่เรื่องแต่ง หรือเรื่องแต่งจากเค้าเรื่องจริง คล้าย ๆ จินตนาการ (dreamlike)
● มีลักษณะสมจริงสมจัง (realistic)	
● เป็นสื่อในบ้าน ดูกันในครอบครัว	● เป็นสื่อใช้นอกบ้านสำหรับชีวิตนอกบ้าน
● เนื้อหาที่เล่ามักทิ้งปลายเปิดเอาไว้ วิธีเล่าไม่ปะติดปะต่อ (เช่นละครโทรทัศน์)	● เล่าอย่างต่อเนื่อง ใช้หลักสาเหตุ-ผลลัพธ์เป็นตัวร้อยเรื่อง
ท่วงทำนองหลัก ๆ	
● ให้ความรู้สึกว่า “เรื่องเกิดขึ้นขณะนั้นๆสดๆร้อนๆ”	● ไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นขณะนั้น
● มีทัศนคติที่เป็นกลางต่อเนื้อหา	● มักจะถือหางข้างใดข้างหนึ่ง
● สร้างบรรยากาศที่เป็นปกติและปลอดภัย	● สร้างบรรยากาศที่ตึงเครียด ชวนให้วิตกกังวล (โดยเฉพาะหนังสยองขวัญ)

ความสัมพันธ์กับผู้ชม	
● มีผู้ชมขาประจำ	● แต่ละเรื่องก็มีตลาดผู้ชมรายการกลุ่มใหม่หรือกลุ่มที่เปลี่ยนไป
● ไม่ค่อยเรียกร้องความเอาใจใส่จากผู้ชม (ดูไปทำอย่างอื่นพร้อม ๆ กันไปได้)	● เรียกร้องความสนใจจากผู้ชมอย่างสูง บางครั้งผู้ชมจะถูกดูดเข้าไปในเนื้อหาเลย
● สร้างความรู้สึกผูกพัน เพราะโทรทัศน์จะพูดกับคนดูอยู่ตลอดเวลา	● วางตำแหน่งผู้ดูเอาไว้ในระยะที่ห่างระยะหนึ่ง ผู้ชมจะทำหน้าที่แอบดูเรื่องคนอื่น
องค์กร	
● สร้างบุคลิกภาพของบุคลากร เช่น ผู้อ่าน พิธีกร (personalities)	● สร้างดารา (stars)

(4.3) การสร้างลักษณะเป็นแบบเดียวกันทางวัฒนธรรมจากสื่อโทรทัศน์ (Cultural Homogeneity)

จากลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์และยุควัฒนธรรมโทรทัศน์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นได้ส่งผลให้เกิดการก่อรูปของวัฒนธรรมแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมเดิม ๆ ที่มนุษยชาติเคยมี แต่เดิมในบริบทของสังคมแต่ละสังคม สถาบันทางวัฒนธรรมจะมีลักษณะกระจายตัว ในแต่ละหมู่บ้านจะมีหลาย ๆ สถาบันทางวัฒนธรรมที่ต่างคนต่างทำงาน เช่น พ่อแม่ ช่างฝีมือ พระ นักเล่านิทาน ฯลฯ และในแต่ละท้องถิ่นก็จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัดในแต่ละหมู่บ้าน แต่ละภูมิภาคก็จะไม่เหมือนกัน ดังนั้น คุณสมบัติประการหนึ่งของวัฒนธรรมในครั้งอดีตก็คือ มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่น (localized) หรือเมื่อกล่าวโดยภาพรวมแล้ว จะมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Heterogeneity)

แต่ในยุควัฒนธรรมโทรทัศน์นั้น ลักษณะความหลากหลายดังกล่าวเริ่มลดน้อยถอยลงไป และเกิดสภาพลักษณะเป็นแบบเดียวกันทางวัฒนธรรม (Cultural Homogeneity) ขึ้นมาแทน ปัจจัยที่อธิบายลักษณะเป็นแบบเดียวกันทางวัฒนธรรมของยุคโทรทัศน์นั้นอาจจะมาจากด้านการผลิต ด้านเนื้อหา ด้านการแพร่กระจาย ด้านการทำงานประสานกันของสื่อมวลชนและด้านผู้รับสาร ดังนี้

(i) **ด้านการรวมศูนย์การผลิตและการแพร่กระจายของวัฒนธรรมโทรทัศน์** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า สื่อโทรทัศน์มีลักษณะการผลิตแบบอุตสาหกรรม จึงใช้ตรรกะตามหลักธุรกิจอุตสาหกรรมคือ ยิ่งมีผู้ซื้อสินค้ามาก ราคาลงทุนต่อหน่วยก็จะยิ่งถูกลง ดังนั้น จึงเกิดการรวมศูนย์การผลิตและการแพร่กระจาย (ซึ่งสามารถทำได้เพราะธรรมชาติของสื่ออิเล็กทรอนิกส์) ตัวเลขของผู้ที่ดูละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเรื่องเดียวกันพร้อม ๆ กันจึงมีมากขึ้นทุกที ในขณะที่กลุ่มผู้สร้างละครมีอยู่เพียงหยิบมือเดียว

(ii) **ลักษณะกระแสหลัก (Mainstream) ของเนื้อหา** อันที่จริงในโลกที่เป็นจริงนั้นจะมีวัฒนธรรมย่อยอยู่หลายกระแส แต่เนื่องจากลักษณะที่จำกัดด้านพื้นที่และเวลา (แบบ clock culture) ของโทรทัศน์ที่กล่าวมาแล้ว ทำให้โทรทัศน์ต้องมีการจัดลำดับความสำคัญ และเลือกเรื่องบางเรื่องเท่านั้นมานำเสนอ (ที่เรียกว่า Agenda Setting) ในการนี้ฝ่ายผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะทำหน้าที่เป็น gate keeper อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถาบันที่ฝึกอบรมฝ่ายผู้ผลิตรายการ รวมทั้งภูมิหลังของผู้ผลิตเหล่านั้นต่างก็มาจากแหล่งเดียวกัน ผลที่เกิดขึ้นก็คือ ทำให้เนื้อหาที่ถูกคัดเลือกออกมานั้นมีลักษณะ "เป็นแบบเดียวกัน" ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเรียกเนื้อหาที่ถูกคัดเลือกมานำเสนอเป็นส่วนใหญ่นี้ว่า "เนื้อหากระแสหลัก" (Mainstream)" เช่น ลักษณะพระเอกในละครโทรทัศน์จะมีอยู่เพียงไม่กี่แบบแผนเท่านั้น (หล่อ/ฉลาด/ดี)

เมื่อผู้รับสารเปิดรับเนื้อหาแบบกระแสหลักอยู่อย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ (อย่างไรก็ตาม คำว่า "Mainstream message" ในทัศนะของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อก็เป็นความหมายในชั้นที่สอง คือภาพลักษณ์และระบบความเชื่อ ระบบค่านิยม ไม่ใช่เนื้อหาที่แสดงออก (Manifest content)) ซึ่งมีแบบแผนเป็นแบบร้อยเนื้อทำนองเดียวกัน ก็จะทำให้มองข้ามกระแสวัฒนธรรมแบบอื่น ๆ และมองข้ามโลกทัศน์และความเชื่อจากแหล่งอื่น ๆ ด้วย

(iii) **การทำงานประสานกันระหว่างสื่อต่าง ๆ** อีกลักษณะหนึ่งในยุควัฒนธรรมโทรทัศน์ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของสถาบันสื่อมวลชนก็คือ สื่อทุกสื่อจะทำงานประสานกันเป็นเสียงเดียว เช่น เมื่อเกิดสงครามสหรัฐ-อิรัก ทั้งข่าวโทรทัศน์ ข่าววิทยุ ข่าวหนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ ฯลฯ ต่างลงเรื่องราวดังกล่าวเหมือน ๆ กัน และนอกจากจะเล่น "ประเด็นเดียวกันแล้ว" แม้แต่วิธีตีความก็ยังเป็นแบบเดียวกันอีกด้วย ที่เรียกว่า "วัฒนธรรมการเล่นให้ตรงกับกระแสความ

สนใจปัจจุบัน" (current issue culture) ของสื่อมวลชน

(iv) **ด้านผู้รับสาร** มีปรากฏการณ์อย่างหนึ่งที่ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเรียกว่า "resonance" คือการที่ประสบการณ์ตรงในชีวิตผู้รับสารเกิดความสอดคล้องกับเรื่องราวในโทรทัศน์ ซึ่งเท่ากับเป็นการตอกย้ำให้เชื่อถือในโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น แต่เนื่องจากเรื่องราวในโทรทัศน์มีอย่างมากมายหลายด้าน ดังนั้น โอกาสที่จะไปตรงกับประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ชมจึงมีอยู่สูงมาก

ลักษณะการเป็นแบบเดียวกันของวัฒนธรรมโทรทัศน์นี้จึงส่งผลทำให้ผู้คนที่ในโลกแห่งความเป็นจริงมีความแตกต่างหลากหลายกันอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ภูมิลำเนา รายได้ ฯลฯ แต่ทว่าหลังจากดูโทรทัศน์แล้ว โทรทัศน์ได้ช่วยลบริ้วรอยแห่งความแตกต่างนั้นให้หมดไป และสร้างโลกใหม่แห่งสัญลักษณ์ที่เป็นแบบเดียวกันห่อหุ้มผู้คนในสังคม ดังที่ทีมวิจัยทฤษฎีการ อบรมบ่มเพาะจากสื่อพบว่า เมื่อโทรทัศน์นำเสนอเรื่องราวของชนชั้นกลางผิวขาวมาก และเมื่อสอบถามทัศนะต่าง ๆ จากลุ่มผู้ที่ดูโทรทัศน์มาก ๆ ไม่ว่าในความจริงคนกลุ่มนั้นจะเป็นชนชั้นไหนผิวสีอะไรก็ตาม ฯลฯ แต่คำตอบของพวกเขาจะเป็นแบบ "ชนชั้นกลางผิวขาว" เป็นส่วนใหญ่ Gerbner จึงกล่าวว่า ในยุควัฒนธรรมโทรทัศน์นี้เองทำให้สหรัฐกลายเป็น "melting pot" ต้มหลอมคนทุกชาติทุกวัฒนธรรมทุกชนชั้นที่เข้าไปอยู่ในอเมริกันให้กลายเป็นแบบเดียวกัน และยังอาจจะปั้นคนทั่วโลกให้มีโลกเชิงสัญลักษณ์ห่อหุ้มตัวเองออกมาเหมือนกันราวกับโขลกมาจากแม่แบบเดียวกันอีกด้วย

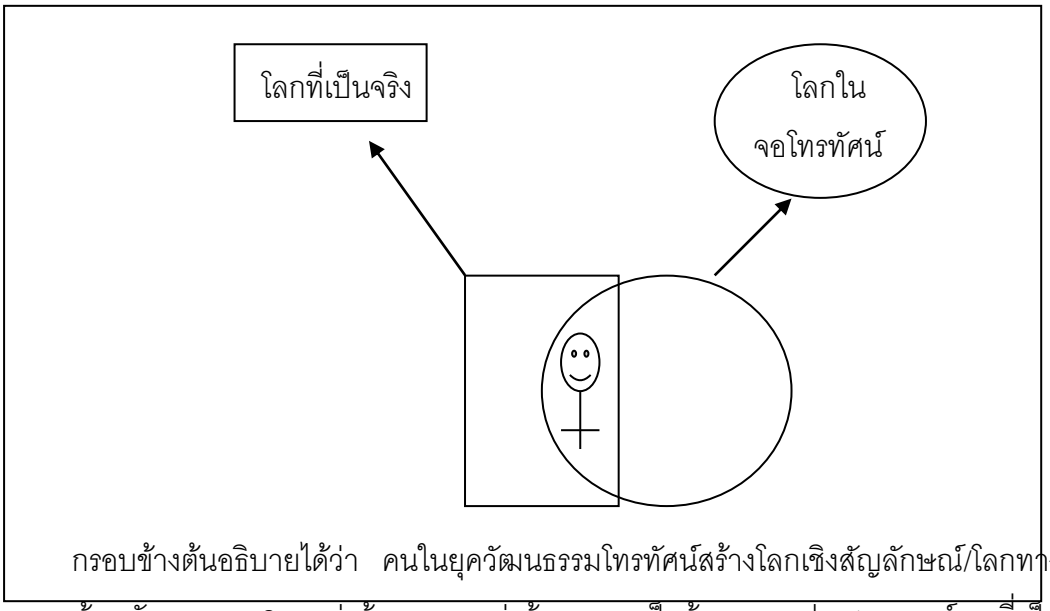
5. แบบแผนและกระบวนการสำหรับการศึกษาวิจัย

(5.1) กรอบการวิจัย

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า แนวคิดหลักของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อมีความเห็นว่า อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อบุคคลนั้นเป็นไปในลักษณะของการค่อย ๆ อบรมบ่มเพาะใช้เวลาสั่งสมยาวนานแบบกระบวนการปลูกฝังของสถาบันอื่น ๆ (Gerbner เปรียบเทียบว่าเสมือนหยดน้ำที่ค่อยๆ หยดที่ละหยดในทิศทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จนได้รูปร่างของหินงอกหินย้อย) ด้วยธรรมชาติของกระบวนการอบรมบ่มเพาะดังกล่าว จึงไม่สามารถจะใช้วิธีการศึกษาวิจัยแบบวิธีการทดลองที่ใส่ตัวแปรเข้าไปแล้วก็วัดผลโดยทันที ฉะนั้น สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจึงได้สร้างวิธีการศึกษาวิจัยแบบเฉพาะตัวขึ้นมา

ในการตอบคำถามว่า กระบวนการอบรมบ่มเพาะเกิดขึ้นได้อย่างไรนั้น ในกรณีของสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากกระบวนการนี้เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่าง**ผู้ชม** (audience) กับ**เนื้อหาโทรทัศน์**

ตามหลักของกระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น กรอบของการศึกษาวิจัยจึงต้องออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวดังนี้



กรอบข้างต้นอธิบายได้ว่า คนในยุควัฒนธรรมโทรทัศน์สร้างโลกเชิงสัญลักษณ์/โลกทางสังคมแวดล้อมตัวเองจาก 2 แหล่งข้อมูล แหล่งข้อมูลแรกเป็นข้อมูลจากประสบการณ์ตรงที่เป็นโลกแห่งความจริง (direct experience) และอีกโลกหนึ่งเป็นโลกจากจอโทรทัศน์ซึ่งเป็นข้อมูลแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (mass-mediated experience) คำถามหลัก ๆ ของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ ก็คือ

- **ในส่วนที่เกี่ยวกับตัวบุคคล** ตัวแปรที่เกี่ยวข้องน่าจะได้แก่ คุณลักษณะด้านประชากร ลักษณะทางจิตและความเข้าใจ (psychological/cognition factors) รวมทั้งปริมาณความถี่ในการเปิดรับชมโทรทัศน์
- **ในส่วนที่เกี่ยวกับโทรทัศน์** ก็คือ ลักษณะ/ประเภทของเนื้อหาสารที่อยู่ในโทรทัศน์
- **ในส่วนที่เกี่ยวกับโลกที่เป็นจริง** ได้แก่ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา เช่น สถิติอาชญากรรม ปริมาณประชากรเพศหญิง/ชาย จำนวนผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เพื่อจะพิสูจน์ว่า บุคคลจะเลือกเอา "ความเป็นจริงในจอโทรทัศน์" หรือ "ความเป็นจริงที่แวดล้อมรอบ ๆ ตัว" มาสร้างเป็นโลกเชิงสัญลักษณ์ล้อมรอบตัวเอง จึงต้องเลือกดูในกรณีที่โลกทั้งสองนั้นขัดแย้งกัน และดูว่าบุคคลตัดสินใจเลือกเชื่อถือโลกแบบใด

สำหรับรายละเอียดของการวิเคราะห์นั้นแบ่งได้เป็น 3 มิติคือ

- การวิเคราะห์เนื้อหาในโทรทัศน์ (Content Analysis/Message-System Analysis)

- การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นจริง (Survey Social Reality Index)
- การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Survey) แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ

  (3.1) พฤติกรรมการเปิดรับ (Viewing behavior)

  (3.2) การสำรวจระบบความเชื่อ/โลกทัศน์ของผู้ชม (Audience belief survey)

  จากนี้จะดูรายละเอียดของแต่ละมิติ ดังนี้

(5.2) การวิเคราะห์เนื้อหาในโทรทัศน์ (Message-System Analysis)

นับเป็นจุดเด่นที่สุดของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อที่ได้พัฒนาเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาในโทรทัศน์ออกมาอย่างละเอียด Gerbner (1978) กล่าวถึงความสำคัญของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เราจำเป็นต้องรู้ก่อนว่า การอบรมบ่มเพาะแบบส่วนรวมที่เกี่ยวกับการดำรงอยู่ (existence) การจัดลำดับความสำคัญ (priority) ค่านิยม (value) และระบบความสัมพันธ์ (relationship) ที่บรรจุอยู่ในระบบเนื้อหาข่าวสาร/ความรู้สาธารณะ (public message system) นั้นเป็นอย่างไร ก่อนที่จะก้าวไปถึงขั้นที่ว่า ประชาชนรับรู้เนื้อหาข่าวสารนั้นอย่างไร ตัวอย่างเช่น หากเราเห็นประโยคที่ว่า "John เชื่อว่ามีซานตาคร้อส" ประโยคนี้จะยังไม่มีความหมายอะไรเลย จนกว่าเราจะรู้ต่อไปว่า ประโยคดังกล่าวอยู่ในวัฒนธรรมแบบไหน อยู่ภายในระบบเนื้อหาร่วมอย่างไร เป็นต้น

ข้อแตกต่างระหว่างการวิเคราะห์เนื้อหาของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อกับการวิเคราะห์เนื้อหาแบบอื่น ๆ (เช่น วรรณกรรมวิจารณ์/การวิเคราะห์เนื้อหาแบบเชิงปริมาณ) ก็คือ ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ สนใจดู**ลักษณะแบบทั่ว ๆไป**ของเนื้อหามากกว่า **ลักษณะเฉพาะ** และสนใจดูชีวิตทางวัฒนธรรมแบบส่วนรวมมากกว่า ดังนั้น ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจึงไม่สนใจว่าใครเป็นผู้แต่ง/เป็นผู้ส่งสาร (แบบที่วรรณกรรมวิจารณ์ต้องให้ความสนใจ) ไม่สนใจประเภทของข่าวสารว่ามีเป้าหมายเพื่อให้ข่าวสาร (เช่นรายการข่าวโทรทัศน์) หรือเพื่อให้ความบันเทิง (เช่น ละคร เกมโชว์) ไม่สนใจว่าเป็น high culutre หรือ low culture รวมทั้งไม่สนใจรูปแบบวิธีการนำเสนอด้วย Gerbner กล่าวว่า หากจะมีความแตกต่างอยู่บ้างระหว่างเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริง (fact) กับเรื่องแต่ง (fiction) ก็มีเพียงว่า เรื่องแต่งนั้นเป็นเรื่องที่ระบบการปลูกฝังนั้นจะทำงานได้ง่ายกว่า นำเสนอได้ชัดเจนกว่า เนื่องจากไม่ต้องถูกหลักแห่งความเป็นจริงตีกรอบบังคับอยู่

ในขณะที่ไม่สนใจกับบรรดาคุณลักษณะภายนอกที่กล่าวมาแล้วนั้น ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจะให้ความสนใจกับสิ่งที่ฝังอยู่เนื้อในที่ผู้คนจะสัมผัสได้ และได้สร้างเกณฑ์ใหม่มาวัดคุณลักษณะที่ฝังอยู่ในเนื้อหาข่าวสารทุกประเภท 4 เกณฑ์ด้วยกันคือ

(1) what is : มีอะไรปรากฏอยู่บ้างในเนื้อหาสาระ

(2) what is important: อะไรที่ถูกบอกว่ามีความสำคัญ

(3) what is right: อะไรที่สังคมบอกว่าเป็นสิ่งถูกต้อง (และอะไรที่ผิดด้วย)

(4) what is related to what: อะไรที่สังคมอธิบายว่ามีความเกี่ยวพันกัน

จากคำถามทั้ง 4 คำถาม Gerbner ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับเหตุผลเบื้องหลังคำถามนั้น และแนวทางการวิเคราะห์ตามตารางข้างล่างนี้

คำถาม	**คำนิยาม**	**การวัดและการวิเคราะห์**	**คำอธิบายเบื้องหลังคำถาม**
1. what is	Public assumption about existence	Distribution, frequency of **attention**	What things (or kinds of things) does this message system call to the attention of a community?
2. what is important	Context of Priorities	Ordering, Scaling for **emphasis**	In what context or order of importance are these things arranged?
3. What is right, etc?	Point of view Affective qualities	Measures of differential **tendency**	In what light or from what point of view are these things presented?
4. What is related to what	Proximal or Logical associations	Contingecies, clustering **structure**	In what structure associations with one another are these things presented?

(1) ความสนใจ (Attention) เป็นผลมาจากการที่ปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ ถูกเลือกมาให้ความสนใจ การวัดความสนใจนั้นจะดูได้จาก "การปรากฏ" และ "ความถี่" ที่หัวข้อนั้นถูกนำเสนอในระบบข่าวสารสาธารณะของสังคม เช่น เมื่อมีประเด็นการใช้ความรุนแรงปรากฏขึ้นบ่อยครั้งในรายการข่าว รายการ Talk show ในละคร ฯลฯ ปริมาณการปรากฏนี้ก็เท่ากับเป็นการปลูกฝังให้สมาชิกในสังคมรับรู้ว่า "กำลังมีอะไรอยู่บ้าง" ในสังคมของเรา

(2) การเน้น (Emphasis) เป็นลักษณะการจัดเรียงลำดับความสำคัญของประเด็นแต่ละประเด็นในระบบข่าวสารร่วมของสังคม กรณีที่อาจเห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ การเรียงหัวข้อข่าวโทรทัศน์ซึ่งแต่ละประเทศเป็นไปอย่างแตกต่างกัน เช่น ในกรณีของโทรทัศน์นิวซีแลนด์ ข่าวการถูกฆาตกรรมคนธรรมดาคนหนึ่งสามารถที่จะมาก่อนข่าวนายกรัฐมนตรี เป็นต้น โครงสร้างของการจัดลำดับความสำคัญนั้นอาจจะดูได้จากปริมาณขนาดของข่าวสาร (size) ความหนาแน่นของข่าวสาร (intensity) และการเน้นย้ำ (stress) ซึ่งจะเป็นโครงสร้างที่ปลูกฝังให้สมาชิกของสังคมรู้ว่าในสังคมของเรา ใครมีความสำคัญกว่าใคร เรื่องอะไรมีความสำคัญสูงสุด เป็นต้น

(3) แนวโน้ม (Tendency) หลังจากที่ได้มีการนำเสนอแล้วว่า มีประเด็นอะไรเกิดขึ้นบ้างในสังคม (เช่น มีการรักร่วมเพศระหว่างหญิง/หญิง ชาย/ชาย เกิดขึ้นมากในสังคมไทยปัจจุบัน) หลังจากนั้นในระบบข่าวสารร่วมสาธารณะก็จะมีทิศทาง/ท่าทีต่อการปรากฏขึ้นดังกล่าวในแง่ของ

การตัดสินประเมินผล เช่น ดี/เลว ถูก/ผิด น่าชื่นชม/น่าชิงชัง ฯลฯ ในเรื่องของการวัดแนวโน้มนี้อาจจะมีได้อย่างหลากหลาย ทั้งแนวโน้มแบบอนุรักษ์นิยม แนวโน้มแบบวิพากษ์ (critical) แนวโน้มแบบสายกลาง ฯลฯ ตัวอย่างเช่น การนำเสนอเรื่องการแต่งงานของหญิง-หญิงในรายการ Talk show ของโทรทัศน์ พิธีกรจะไม่ประเมินว่าถูกหรือผิด แต่ปล่อยให้เจ้าของเรื่องที่เป็นแขกรับเชิญพูดเองว่า "อะไรถ้าทำให้มีความสุข ก็ทำไปเถอะ" เป็นต้น

(4) **โครงสร้าง** (Structure) เป็นคุณลักษณะของเนื้อหาที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในระบบข่าวสารร่วม ความสัมพันธ์นี้อาจจะเกิดมาจาก "ความใกล้ชิด" หรืออาจจะเกิดจาก "การเป็นสาเหตุ-ผลลัพธ์" ของกันและกัน ตัวอย่างของงานโฆษณาทุกชนิด จะเป็นการปลูกฝังให้ผู้ชมเข้าใจว่า สินค้าที่นำเสนอขายนั้น (ครีมทาผิวให้ขาวขึ้น ยากำจัดกลิ่นใต้วงแขน น้ำยาบ้วนปาก ผ้าอนามัย ฯลฯ) เป็น**สาเหตุ**ของ**ผลลัพธ์**ที่ผู้คนปรารถนาไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จในอาชีพการงาน ความมั่นในใจตนเอง การเป็นที่ยอมรับในสังคม อิสระเสรีภาพ ฯลฯ (สนใจงานวิเคราะห์เนื้อหาของไทยโปรดดู สุดรัก 2532, จรินทร์, 2535)

(5.3) การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นจริง (Survey Social Reality Index)

ได้แก่ การสำรวจดัชนีชีวิตสภาพความเป็นจริงต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยโดยทั่ว ๆ ไป ซึ่งแล้วแต่หัวข้อที่เรากำลังศึกษาวิจัย เช่น หากต้องการศึกษาเรื่อง "อาชีพของผู้หญิงในโลกที่เป็นจริงและในละครโทรทัศน์" การวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นจริงก็ได้แก่ การค้นหาตัวเลขสถิติว่า มีผู้หญิงทำงานอยู่เป็นปริมาณเท่าใด อยู่ในอาชีพอะไรบ้าง มีระดับรายได้เฉลี่ยเท่าใด เป็นต้น

(5.4) การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Survey)

แบ่งออกเป็น 2 มิติย่อย ๆ คือ

(ก) การวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Viewing behavior) เป็นหลักการที่เราเรียนรู้มาจากกระบวนการอบรมบ่มเพาะของสถาบันดั้งเดิมว่า ยิ่งได้รับการอบรมบ่มเพาะมากและยาวนานการปลูกฝังก็ยิ่งเหนียวแน่น ดังนั้น ตัวแปรเรื่อง "ปริมาณความถี่" ในการเปิดรับจึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการอบรมบ่มเพาะผ่านสื่อโทรทัศน์เช่นเดียวกัน ทีมวิจัยของ Gerbner ได้แบ่งกลุ่มผู้ชมโดยใช้เกณฑ์ปริมาณการเปิดรับชมออกเป็น 2 กลุ่มคือ

- **พวกดูโทรทัศน์อย่างมาก** (heavy users) ในเชิงปริมาณ กลุ่มนี้จะดูโทรทัศน์วันละ 4 ชั่วโมงหรือมากกว่าและดูทุกวัน ในเชิงคุณภาพ กลุ่มนี้จะเปิดโทรทัศน์เอาไว้ตลอดเวลา ไม่มีการเลือกช่องหรือแม้จะเลือกก็จะเปิดดูตลอด ไม่ว่าจะเป็นรายการที่ชอบหรือไม่ก็ตาม คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่ถูกโทรทัศน์อบรมบ่มเพาะอย่างหนัก ทำให้มีโลกทัศน์แบบ "โทรทัศน์" (TV. type) กล่าวคือ คิด เชื่อ พูด กระทำคล้าย ๆ กับโทรทัศน์ (ลองสังเกตดูวิธีการพูดของเด็ก ๆ จะพบว่าคล้ายกับวิธีพูดในโทรทัศน์)

- **พวกดูโทรทัศน์น้อย** (light user) ในเชิงปริมาณ ก็คือ กลุ่มที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่าวันละ 4 ชั่วโมง และมีการเลือกช่องเพื่อหาดูเฉพาะรายการที่สนใจ เมื่อหมดรายการนั้นแล้วก็จะปิดโทรทัศน์

(ข) การสำรวจระบบความเชื่อของผู้ชม (Audience belief system) ในส่วนนี้ได้แก่ การวัดผลลัพธ์ที่ค่อย ๆ ถูกสั่งสมทีละเล็กละน้อยจากโทรทัศน์ คือระบบความเชื่อและโลกทัศน์ของผู้ชม ทีมวิจัยของ Gerbner ได้สร้างข้อคำถามย่อย ๆ ในหลายแง่หลายมุมเพื่อวัดระบบความเชื่อและโลกทัศน์ดังกล่าว และนำคำตอบนั้นไปสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชมที่แบ่งไว้ตามปริมาณการเปิดรับ ตัวอย่างผลที่ได้มีดังนี้

- **โอกาสที่จะพบและตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า พวกที่ดูโทรทัศน์น้อยตอบว่า ตัวเองมีโอกาสที่จะตกเป็นเหยื่อความรุนแรงประมาณ 1 ใน 100 พวกดูโทรทัศน์มากตอบว่า 1 ใน 10 ในขณะที่การคำนวณของสถิติความเป็นจริงพบว่า มีเพียง 1

ใน 10,000 เท่านั้น ข้อมูลนี้ชวนให้สรุปได้ว่า ไม่ว่าจะดูโทรทัศน์มากหรือน้อย ผู้ชมก็ล้วนถูกโทรทัศน์หล่อหลอมมากกว่าประสบการณ์จากโลกที่เป็นจริง และยิ่งดูโทรทัศน์มาก ก็ยิ่งคิดเหมือนโทรทัศน์มากขึ้นทุกที ตัวอย่างเช่นเด็ก ๆ ที่ดูโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน ส่วนใหญ่จะตอบตามแบบโทรทัศน์ว่า ถ้าตัวเองเกิดโมโหขึ้นมาก็ต้องเตะข้าวของหรือทำร้ายผู้คน/สัตว์ที่อยู่ใกล้ตัวอยู่แล้ว (ตามภาพที่เห็นในโทรทัศน์)

- **การสร้างวัฒนธรรมแห่งความหวาดกลัว** (Scary culture) เนื่องจากในโทรทัศน์มีข่าวหรือภาพยนตร์ประเภทสยองขวัญเขย่าประสาทอยู่มากมาย ดังนั้น เมื่อถามคำถามผู้ชมว่า "กลัวการเดินคนเดียวในตอนกลางคืนไหม" แม้ว่ากลุ่มผู้หญิงจะกลัวมากกว่าผู้ชายซึ่งเป็นปกติอยู่แล้ว แต่พวกที่อยู่หน้าจอโทรทัศน์มากจะกลัวมากกว่า และกลัวมากกว่าเหตุการณ์ร้ายที่จะเกิดขึ้นจริงถึง 10 เท่า

- **ความเชื่อเกี่ยวกับกิจกรรมของตำรวจและศาล** ในขณะที่คนส่วนใหญ่ซึ่งไม่ได้มีอาชีพตำรวจ มักจะไม่มีประสบการณ์ตรงจากตำรวจ แต่ทว่าเนื่องจากมีหนังประเภท "กิจกรรมของตำรวจ" (Cop story) จำนวนมากมายในโทรทัศน์ (ในโลกตะวันตก) ดังนั้น คนส่วนใหญ่จึงสามารถให้คำตอบเกี่ยวกับกิจกรรมของตำรวจได้ (จากการเห็นในโทรทัศน์) โดยพวกดูโทรทัศน์มากเชื่อว่าตำรวจชักปืนทุกวัน และเนื่องจากมีหนังเกี่ยวกับการขึ้นโรงขึ้นศาลอย่างมาก ทั้ง ๆ ที่ชีวิตส่วนตัวของผู้ชมส่วนใหญ่อาจจะไม่เคยขึ้นศาลเลย แต่ทว่าพวกที่ดูโทรทัศน์มากก็เชื่อว่า คนอเมริกันส่วนใหญ่ต้องเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการไปขึ้นศาลอย่างมาก

- **การสร้างวัฒนธรรมความไม่ไว้วางใจผู้คน** ทีมวิจัยได้สร้าง "ดัชนีวัดความโหดร้ายของโลก" (Mean World Index) เพื่อดูว่าความเชื่อของคนที่มีต่อโลกนั้นเห็นว่า โลกเราเป็นไปในทางที่ดีหรือเป็นโลกที่โหดร้าย ดัชนีนี้วัดจากมิติต่าง ๆ เช่น

  - ความเชื่อต่อเจตนาของผู้อื่นว่า หวังดีหรือหวังร้ายต่อเรา
  - ความเชื่อว่าคนเราเห็นแก่ตัว หรือเสียสละเพื่อผู้อื่น
  - ความเชื่อว่าคนเราชอบเอาเปรียบคนอื่นหรือชอบช่วยเหลือคนอื่นเมื่อมีโอกาส

ผลจากการวิจัยแสดงว่า คนที่ดูโทรทัศน์มากจะเป็นคนที่มี "อาการมองโลกในแง่ร้าย" (Mean World Syndrome) เนื่องจากเนื้อหาในจอโทรทัศน์ส่วนใหญ่โน้มนำให้เป็นไปในทิศทางดังกล่าว

(5.5) ประเด็นคำถามต่อเนื่องจากงานวิจัย

ถึงแม้จะมีผลการวิจัยจำนวนไม่น้อยที่ระบุความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการดูโทรทัศน์กับอิทธิพลที่ผู้ชมได้รับการอบรมบ่มเพาะของโทรทัศน์ แต่ทว่าเนื่องจากเรื่องกระบวนการอบรมบ่ม

เพาะเป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อนพอสมควร ดังนั้นจึงยังคงมีคำถามที่ต้องการคำอธิบายอีกหลายประการดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) **กระบวนการอบรมบ่มเพาะผ่านโทรทัศน์นั้นเกิดขึ้นได้อย่างไร** เนื่องจากกระบวนการอบรมบ่มเพาะผ่านโทรทัศน์นั้นอาจจะมีคุณลักษณะบางประการที่เหมือนกับการอบรมบ่มเพาะในสถาบันครอบครัว/โรงเรียน/ศาสนา แต่อย่างไรก็ตาม ก็ต้องมีคุณลักษณะบางประการที่แตกต่างไปอย่างแน่นอน ที่มองเห็นได้ง่าย ๆ ในเชิงปริมาณก็คือ ปริมาณของระบบความรู้ที่แตกต่างอย่างแน่นอน ดังนั้นจึงยังต้องมีการศึกษาค้นคว้าในแง่กระบวนการนี้ในทั้ง 2 ฝ่าย คือด้านเนื้อหาของโทรทัศน์ และด้านจิตวิทยา-ระบบความเข้าใจของฝ่ายผู้รับสาร

- **ในส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของโทรทัศน์นั้น** สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเสนอว่า ในเนื้อหาสื่อได้สร้าง "โลก" ของตัวเองขึ้นมา โดยมีกาลเวลา มีพื้นที่ มีตัวบุคคล มีวิธีการดำเนินเรื่องราวที่เป็นไปตามเป้าหมายของสถาบันผู้ผลิตสาร (ภายในกรอบของวัฒนธรรมนั้น ๆ เช่น ต้องไม่สร้างเนื้อหาให้พ่อแม่มีความสัมพันธ์ทางเพศกับลูก เป็นต้น) ขอบเขตของเนื้อหาเหล่านี้ครอบคลุมทุกมิติของชีวิตนับตั้งแต่เรื่องเพศ มิตรภาพ การทำงาน การเมือง ความลึกลับในชีวิต ฯลฯ ในขณะที่เบื้องหน้าของเนื้อหาเหล่านี้คือ **เรื่องราว** เบื้องหลังของเนื้อหาเหล่านี้คือ **ภาพตัวแทนแห่งชีวิตที่สังคมมีร่วมกัน** (Shared representation of life) Gerbner จึงระบุว่า

  - ข่าวสารในโทรทัศน์ ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลเท่านั้น (information) แต่ทว่าได้ก่อรูปของภาพลักษณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน (form common image)
  - ข่าวสารในโทรทัศน์ ไม่เพียงแต่ให้ความบันเทิงเท่านั้น (Entertainment) แต่ทว่ายังสร้างความเป็นสาธารณะ (public)
  - ข่าวสารในโทรทัศน์ไม่เพียงแต่ให้ความรู้สึกพอใจ/ไม่พอใจเท่านั้น หากทว่ายังปั้นรูปร่างของทัศนคติ/รสนิยม/และการกระทำของบุคคลด้วย (ในกรณีตัวอย่างของไทยโปรดดู สุณีย์, 2539)

ในระดับแรกเนื่องจากข่าวสารนี้ถูกสอดแทรกเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คน ซึ่ง Gerbner ระบุสถานภาพเอาไว้ว่า โทรทัศน์ไม่ใช่**ยาแก้ปวด** (ชีวิตทางจิต) ที่คนเราใช้กินเป็นบางโอกาสเท่านั้น หากทว่าโทรทัศน์มีสถานะเป็น**อาหารประจำวัน**เลยทีเดียว ดังเช่นที่เราคุ้นเคยกับคำกล่าวที่ว่า "นอกจากเราจะต้อง**กินข้าว**แล้ว เราก็ยังต้อง**กินข่าว**อีกด้วย จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่าสถาบันที่เติมคำในช่องว่างของชีวิตประชาชนอย่างมากที่สุดจะเป็นสถาบันอื่น ๆ ไปได้ ดังตัวเลขการชมโทรทัศน์ที่กล่าวมาแล้ว

ในระดับต่อมา ดังที่การวิเคราะห์เนื้อหาใน 4 มิติของ Gerbner ได้แสดงให้เห็นว่าใน

เนื้อหาของโทรทัศน์นั้นมีตั้งแต่การบอกว่าอะไรเป็นอะไร บอกว่าอะไรสำคัญ บอกว่าอะไรถูกผิด และบอกว่าอะไรสัมพันธ์กับอะไร จากคุณลักษณะของเนื้อหาดังกล่าว ย่อมสามารถที่จะทำหน้าที่ป้อนคำนิยาม จัดลำดับความสำคัญ ให้เกณฑ์ตัดสิน และให้คำอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ในโลกที่อยู่ในหัวสมอง (ระบบความรู้) ของประชาชนได้ อย่างไรก็ตาม Gerbner ได้เน้นความแตกต่างระหว่างผลที่เกิดจากการทำงานของโทรทัศน์ที่ต่างไปจากแนวคิดของกลุ่ม Impact Study ว่าโทรทัศน์ไม่ได้มีอิทธิพลในการสั่งให้คนดู**ทำตาม**อย่างนั้นอย่างนี้ แต่ทว่าจะมีผลต่อการ**ให้ความหมาย**กับสิ่งที่ผู้ชมได้ลงมือทำไปแล้วมากกว่า

● **ในส่วนที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร** ในระดับแรก ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเชื่อว่าความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์กับผู้ชมนั้นมิได้มีลักษณะเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว กล่าวคือ มิใช่โทรทัศน์สามารถจะสั่งให้ประชาชนหันซ้ายหันขวาตามใจได้ แน่นอนว่า ปัจเจกบุคคลย่อมจะต้องเป็นฝ่ายที่จะเลือกเองว่าจะยอมรับหรือจะปฏิเสธความหมายต่าง ๆ ที่อยู่ในเนื้อหาของโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งก็มีข้อสังเกตว่า "ผู้ชมจะเลือกในสิ่งที่ไม่มีปรากฏ (ในวัฒนธรรม) ได้อย่างไร" (what is existence) เช่น ถ้าในจอโทรทัศน์ไม่เคยมีภาพผู้หญิงเป็นรัฐมนตรีกลาโหมเลย ก็คงยากสำหรับเด็กผู้หญิงที่จะเลือกความใฝ่ฝันอันนี้ และโดยลักษณะทางสังคมของมนุษย์ คนเราก็มักจะไม่เลือกในสิ่งที่ไม่ค่อยมี (what is important) ฉะนั้นเมื่อวัฒนธรรมจากโทรทัศน์ปลูกฝังภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของบุคคล/สังคม/และเรื่องราวต่าง ๆ ประชาชนก็จะใช้เกณฑ์อันนี้เลือกสนับสนุนความคิดและการกระทำของตนเอง เช่น เด็กผู้หญิงจะคิดว่า เราตัดสินใจถูกต้องแล้วที่ไม่ไปสมัครเรียนโรงเรียนนายร้อย เพราะไม่มีวันที่ผู้หญิงจะได้เป็นรัฐมนตรีกลาโหมอยู่แล้ว เนื่องจากไม่เคยเห็นมีตัวอย่างในโทรทัศน์เลย เป็นต้น

ในระดับที่ลึกซึ้งลงมากว่าเรื่องกรอบในการเลือก ก็คือการอธิบายด้านจิตวิทยาและระบบความเข้าใจของคน Hawkins & Pingree (1990) ให้คำอธิบายว่า ระบบความเข้าใจของคนนั้นเปรียบเสมือนกล่องดำในเครื่องบิน กล่องนี้จะบรรจุประสบการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตของบุคคลไว้ อย่างไรก็ตาม ลักษณะพิเศษของข้อมูลที่จะถูกบันทึกในกล่องดำนี้ก็มิใช่ข้อมูลดิบ หากแต่ได้มีการแปรรูป ตัวอย่างเช่น เวลาที่เด็กๆดูละคร สิ่งที่เด็ก ๆ เรียนรู้มิใช่การกระทำของตัวละคร หากแต่เป็น**แบบแผนของการกระทำ** (pattern of action) ซึ่งหมายความว่า หลังจากที่ดูตัวละครที่เป็นพระเอกหลาย ๆ เรื่องแล้ว (ข้อมูลดิบที่เป็นรูปธรรม) เด็ก ๆ ก็สร้างเป็นข้อสรุปแบบแผนได้ว่า คนที่จะพระเอกได้นั้นจำเป็นต้องมี "สภาพการณ์ที่มีปัญหา/วิกฤติการณ์" และพระเอกต้องมี "บทบาทเข้าไปแก้ไขปัญหา" โดยวิธีการแก้ไขปัญหาแบบพระเอกนั้น "ต้องใช้ความรุนแรง" แบบแผนของการกระทำเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ยกระดับจากรูปธรรมขึ้นมาเป็นนามธรรม และถูกบรรจุเข้าไปในกล่องดำของบุคคล

(2) **ปัญหาเรื่องคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มผู้รับสาร** เช่นเดียวกับการเรียนรู้ในครอบครัวหรือโรงเรียน คุณสมบัติต่าง ๆ ของประชากร เช่น อายุ เพศ ชนชั้น ฯลฯ ย่อมเข้ามามีส่วนประกอบว่า บุคคลนั้นจะถูกอบรมบ่มเพาะจากสถาบันต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด สำหรับในกรณีของโทรทัศน์นั้น ทีมวิจัยของ Gerbner ได้พยายามค้นหาว่า คนกลุ่มใดที่โทรทัศน์สามารถจะทะลุทะลวงได้ง่ายที่สุด และเป็นประเด็นใดที่หล่อหลอมได้ง่ายที่สุด

นอกเหนือจากคุณสมบัติของประชากรแล้ว ในกรณีของโทรทัศน์ยังมีคุณสมบัติพิเศษบางประการที่แบ่งแยกกลุ่มประชากรออกจากกันโดยเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ ดังเช่นที่ได้กล่าวไปแล้วเกณฑ์หนึ่งคือ ปริมาณในการดูโทรทัศน์มากหรือน้อย นอกจากนั้นก็ยังมีลักษณะการเปิดดูโทรทัศน์ว่าเป็นแบบ active หรือ passive เป็นต้น

(3) **การทำงานร่วมกันระหว่างตัวแปรต่าง ๆ** เนื่องจากเมื่อโทรทัศน์เกิดขึ้นนั้นได้มีสถาบันอื่น ๆ ทำงานหล่อหลอมบุคคลอยู่แล้ว ดังนั้น จึงแน่นอนว่า โทรทัศน์จะต้องทำงานร่วมกับตัวแปรตัวอื่น ๆ ด้วย การวิจัยของกลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อได้เลือกตัวแปรบางตัวมาศึกษา เช่น

- **ความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์กับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** ผลการวิจัยเกือบทุกชิ้นให้ผลตรงกันว่า ถ้าหากพ่อแม่สอดแทรกความสัมพันธ์เข้ามาเป็นตัวสื่อกลางระหว่างเด็กกับโทรทัศน์ (Intervening factor) อิทธิพลการหล่อหลอมจากโทรทัศน์จะน้อยลงไปทันที ตามหลักเรื่องการกระจายตัวของแหล่งข้อมูล (Competing Source of Information) จะทำให้อิทธิพลจากแหล่งข้อมูลน้อยลงไป และในทำนองเดียวกัน การมีโทรทัศน์ก็ทำให้การอบรมของพ่อแม่และครูมีอิทธิพลน้อยลงไปเช่นเดียวกัน

- **ปริมาณการมีประสบการณ์ตรงกับเนื้อหาในโทรทัศน์มากหรือน้อย** ก็เป็นหลักการเดียวกับเรื่องการกระจายตัวของแหล่งข้อมูล การมีประสบการณ์ตรงกับเรื่องในโทรทัศน์ย่อมทำให้บุคคลมีข้อมูลหลายชุดที่จะตรวจสอบ แต่หากไม่มีข้อมูลจากประสบการณ์ตรงเลย ก็ต้องเชื่อข้อมูลจากโทรทัศน์อยู่แล้ว

(4) **การศึกษาระดับของการอบรมบ่มเพาะ** กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเสนอว่าเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์นั้นจะสามารถทำการหล่อหลอมบุคคลได้ใน 2 ระดับคือ

- **ระดับ** first-order cultivation ในระดับนี้ เนื้อหาในโทรทัศน์จะให้ข้อเท็จจริงของชีวิต เช่น ในประเด็นเรื่องความรุนแรง จะมีข้อมูลประเภทว่า มีคนจำนวนมากไหมที่ใช้ความรุนแรง มีคนอาชีพไหนที่ใช้ความรุนแรง มีคนอายุไหนที่ปรากฏตัวบ่อย/คนอายุกลุ่มไหนที่ไม่ค่อยปรากฏตัว ฯลฯ การหล่อหลอมในระดับนี้มักจะเกี่ยวพันกับลักษณะทางด้านประชากร เช่น ถ้าผู้ชมเป็น

ตำรวจแล้วดูเรื่องราวที่ตำรวจในข่าวทำวิสามัญฆาตกรรมผู้ร้าย ก็จะรู้สึกว่าเป็นการถูกต้องแล้วที่ต้องใช้ความรุนแรงดังกล่าว

- **ระดับ Second-order cultivation** ถัดจากระดับ first-order cultivation ที่ยังคงผูกพันกับลักษณะที่แตกต่างกันของประชากรนั้น การอบรมบ่มเพาะในระดับที่สองนี้จะตัดผ่านความแตกต่างของกลุ่มประชากร และสร้างให้เกิด "ความเหมือนกันทางวัฒนธรรม" (Cultural Homogenisation) ทั้งนี้เนื่องจากในเนื้อหาของโทรทัศน์นั้นจะมีการใส่รหัสอยู่ในความหมายโดยนัย (connotative meaning) หรือบรรจุอยู่ในวิธีการเล่าเรื่อง (Narrative) อยู่ในวิธีการสร้างภาพลักษณ์ (portrayal) ตัวอย่างเช่น ในการสำรวจความคิดเห็นทางการเมืองของประชาชน เมื่อแบ่งตามเพศแล้ว จะพบว่า ข่าวโทรทัศน์จะเลือกสัมภาษณ์แต่ผู้ชาย/ผู้หญิง แต่จะไม่ปรากฏว่ามีการสัมภาษณ์กระเทย/รักร่วมเพศเกี่ยวกับเรื่องการเมืองเลย เนื้อหาดังกล่าวได้สร้างระบบความเชื่อว่า "เป็นกระเทยไม่ยุ่งกับการเมือง" ความเชื่อนี้จะถูกหล่อหลอมกับคนดูทุกเพศทุกวัย ทุกชนชั้น ทุกลุ่มอาชีพ แม้แต่ตัวกระเทยเอง

6. ความแตกต่างระหว่าง Impact Study/Cultivation Theory

เมื่อพิจารณาโดยผิวเผิน เราอาจรู้สึกว่า ความคิดของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อนั้นก็เป็นรูปแบบหนึ่งหรือมีลักษณะเหมือนกับ Impact/Effect Study (ทฤษฎีที่เชื่อเรื่องผลกระทบอันเกิดจากสื่อ) ถึงแม้ Gerbner จะให้คำอธิบายว่า ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อไม่ใช่แนวคิดที่นำเอามา**ทดแทน** Impact study (substitution) หากแต่เป็นแนวคิดที่นำมา**ใช้เสริม** (complement) Effect study แบบเดิม ๆ มากกว่า แม้กระนั้นก็ยังมีข้อที่แตกต่างกันระหว่างทฤษฎีทั้งสองในหลายแง่มุมดังนี้

(i) **แบบแผนของการดูโทรทัศน์** การศึกษาแบบ Effect study นั้นมักจะจัดรูปแบบการวิจัยแบบการทดลอง โดยวัดพฤติกรรม/ความรู้/ทัศคติของกลุ่มตัวอย่างก่อน และหลังจากที่ทดลองให้ชมรายการที่ต้องการศึกษา ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อเห็นว่า ในชีวิตจริงของคน ไม่มีการดูโทรทัศน์แบบ "ก่อน" หรือ "หลัง" เช่นในห้องทดลอง เพราะคนส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์มาตั้งแต่เกิดแล้ว จึงไม่เคยมีรายการโทรทัศน์ไหนที่ใหม่เอี่ยมถอดด้ามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

(ii) **ประเภทของ Effect** กลุ่ม Impact study จะสนใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นระยะสั้น (Shortterm Impact) ที่เกิดขึ้นภายหลังจากการชมรายการโทรทัศน์นั้นทันที แต่ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจะสนใจผลที่เกิดขึ้นในระยะยาว (Longterm Impact) และเป็นผลที่ค่อย ๆ เกิดทีละเล็กละน้อยอย่างสั่งสม ต่อเนื่องยาวนาน (cumulative effect) ด้วยเหตุนี้ Gerbner จึงอธิบาย

ว่า เขาได้ใช้คำว่า "cultivation" เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างจากคำว่า "Impact" เนื่องจากเขาไม่ได้สนใจว่าโทรทัศน์จะทำหน้าที่ป้อนข่าวสาร ให้การศึกษาหรือให้ความบันเทิงต่าง ๆ หากทว่าความสนใจของเขาอยู่ที่การที่โทรทัศน์สามารถที่จะปลูกฝังภาพลักษณ์ร่วมกัน (collective image) ของโลกและสังคม สร้างระบบการรับรู้ความหมายร่วมกัน (shared meaning) ให้เกิดขึ้นแก่บุคคลได้

กระบวนการปลูกฝังจึงทำไม่ได้ด้วยการเอาความเชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งใส่เข็มฉีดยาแล้วฉีดเข้าไปในระบบการรับรู้และความสำนึกของบุคคล (แบบทฤษฎีเรื่องการล้างสมอง) หากทว่าข่าวสารจากโทรทัศน์จะเป็นเสมือนการค่อย ๆ รมควัน ค่อย ๆ สูดดมเข้าไปทีละเล็กละน้อย คล้ายกับการถักทอโลกแห่งความเป็นจริงรอบ ๆ ตัวเองตามแนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social construction of reality) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น กระบวนการนี้เกิดขึ้นโดยเป็นปฏิกริยาร่วมระหว่าง "ตัวบุคคล" กับ "ข่าวสาร"

(iii) **ประเภทของรายการ** ในขณะที่กลุ่ม Impact study มักจะเลือกสนใจรายการเป็นประเภท ๆ เช่น โฆษณา sit-com สารคดีสิ่งแวดล้อม ฯลฯ กล่าวคือเป็นเนื้อหาโทรทัศน์แบบเฉพาะๆ แต่กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อคิดว่า ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารายการประเภทใด ล้วนแล้วแต่นำไปสู่ภาพลักษณ์ ระบบความเชื่อ ระบบค่านิยม ฯลฯ แบบเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแยกประเภทเนื้อหารายการ (เช่น ถ้าตำรวจยิงผู้ร้ายได้ถูกต้องในข่าว ก็เป็นเช่นเดียวกับในละคร ในโฆษณา ในสารคดี ใน sit-com)

(iv) **ประเภทของเนื้อหา** หากนำเอาแนวคิดของกลุ่มหน้าที่นิยมมาประยุกต์ใช้ในแง่เนื้อหา ก็จะมีเนื้อหาอยู่ 2 ประเภท คือ เนื้อหาที่แสดงออก (Manifest content) และเนื้อหาที่แฝงเร้น (Latent content) หรือความหมายโดยอรรถ (Denotative meaning) กับความหมายโดยนัย (Connotative meaning) ในขณะที่กลุ่ม Impact study มักจะสนใจเนื้อหาที่แสดงออกอย่างชัดเจน กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อกลับสนใจเนื้อหาที่แฝงเร้นและความหมายโดยนัยที่แฝงอยู่ระหว่างบรรทัดในการสร้างภาพลักษณ์ วิธีการเล่าเรื่อง ตัวอย่างเช่น วิธีการเล่าข่าวของโทรทัศน์ไทยที่ดูเหมือนว่า "การตั้งคณะกรรมการ" จะเป็นวิธีการแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วงไปแล้ว เป็นต้น การนำเสนอ "ภาพลักษณ์" ของ "การตั้งคณะกรรมการ" จึงถูกปลูกฝังให้เป็นวิธีคิดแก้ปัญหาของคนไทย เป็นต้น Gerbner ใช้คำว่า "Public" ซึ่งหมายถึงคุณภาพของตัวข้อมูลข่าวสารที่ไม่ใช่เป็นของคนใดคนหนึ่ง หากทว่าเป็น "ข้อมูลที่รับรู้ร่วมกันทั้งสังคม" (ตัวอย่างข้อมูลเรื่องการตั้งคณะกรรมการ) และหมายถึงกลุ่มคนที่สร้างโลกแห่งความเป็นจริงร่วมกันจากข้อมูลดังกล่าวนั้น (คนที่พอใจแล้วหลังจากมีการตั้งคณะกรรมการ)

7. ข้อวิจารณ์วิธีการวิจัยของกลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ

แม้ว่างานวิจัยของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจะใช้วิธีการวิจัยที่รัดกุมเพียงใด แต่ทว่าก็ยังมีข้อวิจารณ์เกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี และวิธีการวิจัยของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ ดังนี้คือ (ดู Griffin, 1991)

(i) ในแง่วิธีการเก็บข้อมูลของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อนั้นยังไม่ถูกต้อง เพราะไม่ได้ควบคุมกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นจึงมีคนกลุ่มหนึ่งที่แม้จะไม่ได้ดูโทรทัศน์เลย ก็จะอยู่ในพวกที่มีโลกแห่งความกลัว/ความไม่วางใจผู้คนเหมือนกัน ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อจะอธิบายกรณีดังกล่าวได้อย่างไร

(ii) ในระยะแรก กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อสนใจแต่การวัดตัวแปร "ปริมาณการดู" เท่านั้น แต่ข้อค้นพบของกลุ่ม Uses & Gratifications Approach ได้ยืนยันแล้วว่า กลุ่มผู้ชมนั้นไม่ได้เปิดดูโทรทัศน์อย่าง passive หรือดูทุกอย่างที่โทรทัศน์เสนอ รวมทั้งอาจจะไม่ได้ตีความอย่างที่โทรทัศน์ต้องการ รวมทั้งมีแบบแผนการดูหลาย ๆ แบบ เช่น ดูเพื่อหาข้อมูลไปใช้ประโยชน์ (Instrumental) ดูแบบหาความบันเทิง (Consumatory) หรือดูด้วยความเคยชิน (Ritualistic) แบบแผนการชมดังกล่าวนั้นย่อมเป็นตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยนอกเหนือจากปริมาณการชม

(iii) การอธิบายว่าตัวแปรใดเป็นสาเหตุ ตัวแปรใดเป็นผลลัพธ์นั้น (causal relationship) ไม่อาจจะอธิบายได้ด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่านั้น เพราะอาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มคนที่เป็นโรคขี้กลัวหรือไม่ไว้วางใจโลกอยู่แล้ว (ตัวแปรที่เป็นสาเหตุ) จึงชอบมาเปิดดูโทรทัศน์แบบรุนแรง (ตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์)

สำหรับข้อวิจารณ์นี้ ในระยะหลัง มีนักวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อได้ออกแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลองภาคสนามโดยเลือกสถานที่ศึกษาที่ยังไม่มีโทรทัศน์เข้าไปในชุมชน (3 หมู่บ้านในแคนาดา) และได้เก็บข้อมูลตัวแปรเรื่อง "การใช้/การยอมรับความก้าวร้าวรุนแรง" โดยให้ครูและเพื่อนให้คะแนนความก้าวร้าวแก่กลุ่มตัวอย่าง หลังจากที่มีโทรทัศน์เข้าไปอยู่ในชุมชนได้ 2 ปี ก็เก็บข้อมูลตัวแปรความก้าวร้าวรุนแรงอีกครั้งหนึ่ง และพบว่า คะแนนความก้าวร้าวรุนแรงของเด็กๆจะมีมากขึ้น เช่น เด็กๆจะมีโลกทัศน์ที่ยอมรับการใช้ความรุนแรงของตำรวจมากขึ้น เป็นต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า "การดูโทรทัศน์" เป็น "สาเหตุ" และ "พฤติกรรมความก้าวร้าว" เป็น "ผลลัพธ์"

(iv) ในขณะที่กลุ่มการอบรมบ่มเพาะจากสื่อให้น้ำหนักมากเกินไปกับตัวแปรที่เป็นโลกแห่งสัญลักษณ์ในจอโทรทัศน์ และค่อนข้างมองข้ามความสำคัญของประสบการณ์ในโลกที่เป็นจริง ดังเช่นที่มีการวิจัยพบว่า คนที่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่น่ากลัวนั้นจะมีคะแนนความหวาดกลัว

สิ่งแวดล้อมมาก แต่เมื่อย้ายที่อยู่อาศัยใหม่ไปในที่ที่ปลอดภัย คะแนนความหวาดกลัวก็จะลดลง ทั้ง ๆ ที่ยังดูโทรทัศน์แบบเดิม เป็นต้น

บทที่ 8
สำนักเบอร์มิงแฮม/วัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ
(Birmingham School or British Cultural Studies)

1. บริบทของการเกิดสำนักคิด

2. ลักษณะวัฒนธรรมศึกษาตามทัศนะของสำนักเบอร์มิงแฮม

3. ข้อตกลงเบื้องต้นและลักษณะสำคัญๆ ของสำนักเบอร์มิงแฮม

4. แหล่งอิทธิพลทางความคิด
   (4.1) รุ่นบุกเบิก
   (4.2) รุ่นอาวุโส

5. ผู้วางรากฐานของสำนักเบอร์มิงแฮม
   (5.1) R. Hoggart
   (5.2) E.P. Thompson
   (5.3) R. Williams

6. แนวคิดหลักและเกณฑ์หลักที่ใช้ในการวิเคราะห์
   (6.1) ตัวบท/บริบท
   (6.2) การวิเคราะห์ผู้รับสาร
   (6.3) การศึกษาอุดมการณ์
   (6.4) วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography)

บทที่ 8
สำนักเบอร์มิงแฮม/วัฒนธรรมแบบอังกฤษ
(Birmingham School or British Cultural Studies)

ถึงแม้ความสนใจที่จะศึกษา "วัฒนธรรม" (cultural studies) จะมีมาเป็นเวลานานแล้วในสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น มานุษยวิทยา สังคมวิทยา ฯลฯ แต่ทว่าสำหรับการศึกษาวัฒนธรรมในส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยเฉพาะ และเป็นการศึกษา "วัฒนธรรมร่วมสมัย" นั้น ในแวดวงวิชาการได้ยอมรับกันว่า แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมแบบใหม่นี้ถือกำเนิดมาจาก Centre for Contemporary Cultural Studies (จากนี้ไปจะเรียกว่า CCCS) ที่สังกัดอยู่ในมหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม (Birmingham) ประเทศอังกฤษที่ก่อตั้งในปีค.ศ.1964 ด้วยเหตุนี้ จึงมักเรียกแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมแบบใหม่นี้ว่า British Cultural Study (เพื่อความสะดวกต่อจากนี้ไปจะเรียกย่อ ๆ ว่า BCS) เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากแนวทางการศึกษาแบบอื่น ๆ และมักเรียกสำนักคิดนี้ตามประเพณีของตะวันตกที่ใช้ชื่อมหาวิทยาลัยเป็นชื่อสำนักว่า สำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School)

ในที่นี้จะแนะนำประวัติความเป็นมา นักคิด และวิธีการศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮม โดยสังเขปดังนี้

1. บริบทของการเกิดสำนักคิดเบอร์มิงแฮม

บริบททางสังคมที่สำคัญ ๆ ในการก่อตัวของสำนักคิดเบอร์มิงแฮมมีลักษณะดังนี้

(1) ช่วงเวลาของการเกิดสำนักเป็นช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 1940 เมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ในประเทศอังกฤษที่เป็นประเทศคู่สงครามที่สำคัญกำลังมีการฟื้นตัวของระบบทุนนิยมที่ชะงักงันในช่วงสงคราม ระบบทุนนิยมอังกฤษกำลังเสนอรูปแบบใหม่ของทุนนิยม คือ รัฐสวัสดิการ (ซึ่งจะมีผลต่อสำนักเบอร์มิงแฮมโดยตรงดังจะได้กล่าวต่อไป) กลุ่มประเทศตะวันตกโลกทุนนิยมเสรีเริ่มรวมตัวกันเพื่อต่อต้านกลุ่มค่ายประเทศคอมมิวนิสต์ที่เริ่มแข็งแกร่งขึ้น (มีประเทศใหญ่ ๆ เช่น รัสเซีย และจีน อยู่ในค่ายนี้)

(2) เนื่องจากการปรับโครงสร้างของระบบทุนนิยมที่สั่งสมความมั่งคั่งมาระดับหนึ่ง ทำให้สภาพชีวิต (life style) ของชนชั้นคนงานเริ่มมีลักษณะคล้ายคลึงกับชนชั้นกลางอย่างแยกกันได้ยาก จนทำให้เกิดความคิดว่า อังกฤษเป็นสังคมที่ไม่มีชนชั้นแล้ว (classless society) เนื่องจากชน

ชั้นคนงานไม่มีความยากไร้ทางวัตถุเช่นทุนนิยมยุคแรกๆ รวมทั้งจิตสำนึกแบบชนชั้นคนงานก็เริ่มแปรเปลี่ยนไปเป็นแบบชนชั้นกลาง (เช่น เพิ่มลักษณะปัจเจกนิยมแทนลักษณะรวมกลุ่ม) แต่ความจริงแล้ว การเมืองแบบชนชั้นยังคงดำรงอยู่ แต่ทว่าได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบจากเดิมที่เคยแสดงออกอย่างชัดเจนมาเป็นแบบซ่อนเร้นมากขึ้น

(3) ในด้านวัฒนธรรม สังคมอังกฤษกำลังถูกรุกรานจาก "วัฒนธรรมประชานิยม" (popular culture) จากสหรัฐที่ส่งผลผลิตทางวัฒนธรรมเข้ามาโจมตีวัฒนธรรมทุกระดับชั้นของอังกฤษ สังคมอังกฤษเริ่มลดความสนใจจากละครเวทีไปเป็นการชมภาพยนตร์จากฮอลลีวู้ด เช่น Gone with the Wind ภาพวาดเริ่มถูกแทนที่ด้วยโปสเตอร์ติดฝาผนังห้องนอน (pin-up) ฯลฯ สภาวะดังกล่าวก่อความวิตกกังวลให้แก่กลุ่มนักวิชาการและผู้ที่ทำงานอยู่ในแวดวงวัฒนธรรมของอังกฤษเป็นอย่างมาก

(4) ต่อเนื่องมาจากการหลั่งไหลเข้ามาของวัฒนธรรมประชานิยมซึ่งเข้ามาแทนที่ทั้งวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) และวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk culture) วัฒนธรรมประชานิยมมีบทบาทสำคัญในการก่อรูปของจิตสำนึกสาธารณะ (public consciousness) โดยเฉพาะในส่วนเกี่ยวกับวัฒนธรรมของอังกฤษ กล่าวคือ ความคิดเรื่อง "ศิลปะวัฒนธรรม" เริ่มสูญหายไป และเปิดทางให้กับ "ชีวิตวัฒนธรรม" เข้ามาแทนที่ กล่าวคือ ผู้คนเริ่มไม่สนใจ "ภาพวาด/กวีนิพนธ์" หากแต่สนใจความคิดเรื่อง "วิถีชีวิตประจำวัน" แทน ดังที่ปรากฏอย่างชัดเจนในคำขวัญว่า "Art is dead, Let's create daily life" ดังนั้น ภาพที่ใช้ติดฝาผนังห้องจึงมิใช่ภาพวาดของศิลปินอีกต่อไปแล้ว หากแต่เป็นภาพถ่ายของคนในครอบครัวหรือดาราภาพยนตร์มากกว่า

(5) เนื่องจากโครงการรัฐสวัสดิการของอังกฤษทำให้เกิดโครงการต่อเนื่องต่าง ๆ ตามมา เช่น การรณรงค์โครงการอ่านออกเขียนได้ (Literacy Program) โครงการศึกษาผู้ใหญ่ และโครงการจัดสวัสดิการให้ทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนจากชนชั้นคนงานที่เรียนดีแต่ยากจน โครงการเหล่านี้เป็นเงื่อนไขให้เกิดบุคคลเช่น R. Williams & R.Hoggart ซึ่งเป็นลูกคนงานและได้รับทุนการศึกษาให้เข้ามาเรียนต่อในมหาวิทยาลัยชั้นดีของอังกฤษเช่น Cambridge หลังจากที่เรียนจบแล้ว บุคคลเหล่านี้ก็ได้ทำงานอยู่ในโครงการสอนหนังสือการศึกษาผู้ใหญ่อยู่นานนับสิบปี ซึ่งเป็นโอกาสให้ได้ทำงานติดต่อกับคนชั้นล่างของสังคมอยู่ตลอดเวลา ทั้ง R. Williams & R. Hoggart รวมทั้งนักคิดท่านอื่นๆ อีกหลายคนที่มีภูมิหลังคล้ายคลึงกันเหล่านี้เป็นกลุ่มผู้บุกเบิกก่อตั้งศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย CCCS และสร้างผลงานของสำนักคิด BCS อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด

(6) สำหรับบรรยากาศของความสนใจในเรื่องวัฒนธรรมศึกษาก่อนหน้าสำนักเบอร์มิงแฮมนั้น มีกลุ่มที่สนใจศึกษาวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) แต่เป็นวัฒนธรรมร่วม

สมัยอยู่ในชีวิตประจำวันอยู่บ้างแล้ว หากทว่ากลุ่มศึกษาเหล่านี้จะอยู่นอกแวดวงมหาวิทยาลัย ทำให้มีอิทธิพลอย่างจำกัด สำหรับในวงวิชาการนั้น การวิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมประชานิยมที่ไหลมาจากอเมริกาไม่ว่าจะเป็นเพลงป๊อป/นิตยสารผู้หญิง/ภาพยนตร์/หนังสือพิมพ์ประชานิยมนั้น ยังอยู่ในอิทธิพลของกลุ่ม "Culture-Civilization Tradition" ที่มี Arnold และ Leavis เป็นผู้นำ ซึ่งเป็นมุมมองการวิจารณ์ที่มองจากมาตรฐานของชนชั้นสูงลงมา (ดูรายละเอียดข้างหน้า)

(7) ท่ามกลางการเสื่อมสลายของวัฒนธรรมดั้งเดิมของอังกฤษ ทำให้กลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในแง่การเป็นกลไกทางสังคม เช่น กลุ่มครูเกิดความตื่นตัวต่อปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าว ดังนั้น ในปี 1960 National Union of Teacher จึงได้จัดสัมมนาครั้งใหญ่ขึ้นในหัวข้อ "Popular Culture and Personal Responsibility" เพื่อจะทำความเข้าใจและกำหนดท่าทีต่อวัฒนธรรมประชานิยมแบบใหม่ เช่น เพลงแจ๊ส เพลงป๊อป ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด การสัมมนาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจกับปัญหาใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นแต่ทว่ายังขาดเครื่องมือการวิเคราะห์ ในงานสัมมนาดังกล่าว กลุ่มผู้ก่อตั้งสำนักเบอร์มิงแฮมได้ไปร่วมงาน และได้เริ่มนำเสนอแนวคิดหลัก ๆ หลายประการต่อที่สัมมนา เช่น S. Hall & Whannel (1964) ได้เสนอบทความชื่อ "Popular Arts" ข้อเสนอหลักของกลุ่มผู้บุกเบิกสำนักเบอร์มิงแฮมก็คือ วัฒนธรรมชั้นสูงหรือชั้นกลางของอังกฤษคงไม่มีพลังเพียงพอที่จะต่อสู้กับวัฒนธรรมประชานิยมของอเมริกันได้ หากแต่จะต้องเป็น "วัฒนธรรมของประชาชนในแบบฉบับที่เป็นของแท้" มากกว่า

(8) ในส่วนที่เกี่ยวกับลัทธิมาร์กซิสม์นั้น นักคิดรุ่นแรกของสำนักเบอร์มิงแฮมล้วนแล้วแต่สังกัดอยู่ในกลุ่มฝ่ายซ้ายในประเทศอังกฤษ และพัฒนาแนวคิดมาจากลัทธิมาร์กซ์ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลัทธิมาร์กซ์ในรัสเซียเริ่มใช้แนวทางเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนด (Economic Determinism) มากขึ้นทุกที ประกอบกับการกระทำของรัสเซียรัฐสังคมนิยมแห่งแรกที่ใช้กำลังบุกฮังการีในปี 1956 อันเป็นการกระทำที่ขัดแย้งกับหลักทฤษฎีอย่างรุนแรง ทำให้ฝ่ายซ้ายในอังกฤษเริ่มวิพากษ์รัสเซียทั้งการกระทำและทั้งแนวทางทฤษฎี จนกระทั่งมีการแยกตัวออกจากกลุ่มลัทธิมาร์กซ์แบบเดิมมาเป็นกลุ่ม "ซ้ายใหม่" (New Left) ดำเนินการค้นคว้าพัฒนาลัทธิมาร์กซ์ต่อไป โดยได้ขยายประเด็นจากเรื่อง "ชนชั้น" มาสู่ความขัดแย้งในเรื่องอื่น ๆ เช่น ชาติพันธุ์ (Racism) เพศสภาวะ (Gender) รุ่น (Generation) รวมทั้งให้ความสนใจกับเรื่องวัฒนธรรม/อุดมการณ์มากขึ้น แนวทางของกลุ่มซ้ายใหม่นี้ในชั้นต่อมาได้กลายเป็นแนวทางของสำนักเบอร์มิงแฮม

2. ลักษณะของวัฒนธรรมศึกษาตามทัศนะของสำนักเบอร์มิงแฮม

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ก่อนหน้าที่จะมีสำนักเบอร์มิงแฮมนั้น ได้มีความสนใจที่จะศึกษา

วัฒนธรรมในสาขาวิชาต่าง ๆ มาก่อนหน้าแล้ว อย่างไรก็ตาม "วัฒนธรรมศึกษา" ตามแบบฉบับของสำนักเบอร์มิงแฮมก็มีคุณลักษณะเฉพาะตัวตามความเห็นของ Sardar & Van Leon (1997) ดังนี้

(i) วัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสนใจกับปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (cultural practice) มากกว่าสนใจตัวผลผลิตทางวัฒนธรรมเฉยๆ (cultural product) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะศึกษาว่าปฏิบัติการทางวัฒนธรรมนั้นเกี่ยวข้องกับโครงสร้างอำนาจจากแหล่งต่าง ๆ (แหล่งเศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ความเชื่อ ฯลฯ) อย่างไร ตัวอย่างเช่น การทำงานของสื่อมวลชน (ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม) เกี่ยวข้องกับอำนาจของเจ้าของสื่อ นักการเมือง ศาสนา กฎหมาย ฯลฯ อย่างไร

(ii) จากคุณลักษณะแรกทำให้การศึกษา "มิติวัฒนธรรม" ของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาจะไม่แยกออกไปศึกษาอย่างโดดเดี่ยว แต่จะต้องสัมพันธ์กับโครงสร้างและบริบทของเศรษฐกิจและการเมืองอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น หากมีการสำรวจเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยในช่วงปี 2543 และพบว่ามีแนวเรื่องหลายเรื่องที่แสดงให้เห็นตัวละครเอกที่เป็นชนชั้นกลาง มีประสบการณ์สั้น ๆ ในการลงไปเป็นชนชั้นล่าง จาก "มิติวัฒนธรรม" นี้ วัฒนธรรมศึกษาจะต้องวิเคราะห์เชื่อมโยงออกมาจนถึงบริบททางเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมไทยในช่วงเวลาดังกล่าว

(iii) สำหรับ "วัฒนธรรม" ในแนวทางวัฒนธรรมศึกษาจะมีบทบาทหน้าที่ 2 ประการคือ

- เป็นวัตถุดิบสำหรับศึกษา (object of study)
- เป็น "ที่ทาง/เวที" (location) สำหรับการวิพากษ์และการลงมือปฏิบัติการทางการเมือง

ในแง่นี้ก็หมายความว่า วัฒนธรรมศึกษามิใช่เป็นเพียงการศึกษาเพื่อวิชาการ หรือเพื่อทำความเข้าใจเท่านั้น หากแต่จะต้องศึกษาเพื่อไปเปลี่ยนแปลงโลกด้วยวิถีทางทางการเมืองด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น แนวคิดของ T. Bennett (1998) ที่จะนำเสนอนโยบายทางวัฒนธรรมที่ประมวลมาจากผลการศึกษาวิจัยอยู่เสมอ

(iv) และเพื่อที่จะนำเสนอแนวทาง/นโยบายทางการเมืองของวัฒนธรรมได้ นอกจากจะศึกษาวิเคราะห์แล้ว ผู้ศึกษายังต้องทำการประเมินค่า (value judgement) วัฒนธรรมที่ศึกษาด้วย เพื่อให้มีผลต่อเนื่องไปถึงแนวทางปฏิบัติ ตัวอย่างเช่น แนวคิดของ Gramsci ที่ว่า โอกาสที่วัฒนธรรมของประชาชน (Popular culture) จะกลายเป็นเวทีแห่งการผลิตอุดมการณ์ต่อต้านอุดมการณ์หลัก (counter hegemony) นั้น มีอยู่อย่างมากโดยเฉพาะในชีวิตประจำวัน เพราะฉะนั้น ในการศึกษาวัฒนธรรมประชานิยม จะต้องคำนึงถึงความรู้/วาทกรรม/ที่แสดงการต่อต้านถึงระดับมหภาคด้วย (ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ข้อความท้ายรถสิบล้อที่ว่า "ขอเถอะจ่า นี่ค่านมลูก" ก็แสดงให้เห็นระบบการรีดไถจากเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น) เช่นเดียวกับงานวิจัยวัฒนธรรม

ย่อย (subculture) เช่น วัฒนธรรมวัยรุ่นของ Hebdige (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ก็แสดงให้เห็นพลังต่อต้านอุดมการณ์หลักของสังคมได้เป็นอย่างดี

(v) วัฒนธรรมศึกษาพยายามจะเอาชนะการแบ่งแยกที่เคยมีมา เช่น การแบ่งแยกระหว่างความรู้/ภูมิปัญหาพื้นบ้าน กับความรู้ที่เป็นระบบของการศึกษาแผนใหม่ การแยกระหว่างผู้รู้ (knower) กับสิ่งที่รู้ (knowledge) การแยกระหว่างผู้สังเกตกับสิ่ง/ผู้ที่ถูกสังเกต ซึ่งในกรณีหลังนี้จะปรากฏอยู่ในแบบวิธีการศึกษาของวัฒนธรรมศึกษาที่เรียกว่าชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography)

3. ข้อตกลงเบื้องต้นและลักษณะสำคัญของสำนักเบอร์มิงแฮม

ก่อนที่จะกล่าวถึงแหล่งอิทธิพลทางความคิดและแนวคิดพื้นฐาน (basic concepts) ที่สำคัญ ๆ ของสำนักเบอร์มิงแฮม ในที่นี้ จะเสนอเอกลักษณ์ที่เป็นลักษณะสำคัญ ๆ ของสำนักเบอร์มิงแฮม ซึ่ง B. Agger (1992) ได้ประมวลเอาไว้ดังนี้

(i) เนื่องจากรากฐานของสำนักเบอร์มิงแฮมนั้น สืบสายมาจากทฤษฎีมาร์กซิสม์เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่บรรดาผู้บุกเบิกคนสำคัญ ๆ ของสำนัก เช่น R. Hoggart, R. Williams & E.P. Thomson กำลังศึกษาค้นคว้าอยู่นั้น ในกลุ่มมาร์กซิสต์เองก็กำลังมีการถกเถียงกันอยู่ระหว่าง 2 ปีกของปรัชญา คือกลุ่มมาร์กซิสม์สายโครงสร้างนิยม (Structuralist Marxism) ที่เชื่อว่าโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ/การเมือง/สังคม เป็นปัจจัย/เงื่อนไขสำคัญในการกำหนดแบบแผนทางวัฒนธรรมและจิตสำนึกของมนุษย์ แต่ในอีกปีกหนึ่งคือ กลุ่มมาร์กซิสม์สายวัฒนธรรมนิยม (Culturalist Marxism) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เชื่อว่ามนุษย์ในฐานะผู้กระทำ (Agency) จะเป็นผู้ไปเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ทั้ง 2 ปีกของมาร์กซิสม์เกิดขึ้นเนื่องจากการเน้นความสำคัญข้อความที่ Marx ได้กล่าวไว้ว่า "มนุษย์เป็นผู้สร้างประวัติศาสตร์ของเขาเอง (Culturalist เน้นข้อความแรกนี้) แต่เขาไม่ได้สร้างมันตามอำเภอใจ หากทว่าต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ (Structuralist เน้นข้อความหลังนี้)

จากความแตกต่างระหว่าง 2 ปีกของกลุ่มมาร์กซิสต์ S. Hall (1980) ผู้นำคนสำคัญของสำนักเบอร์มิงแฮมได้กล่าวว่า สำนักเบอร์มิงแฮมได้เสนอ "กระบวนทัศน์ที่ 3 ในการศึกษาวัฒนธรรม" (Third Paradigm of Culture) ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิดสำคัญๆของนักทฤษฎีมาร์กซิสต์หลายท่านมาผสมผสานกัน (ดังจะได้กล่าวรายละเอียดต่อไป)

(ii) ในบริบททางวิชาการ สำนักเบอร์มิงแฮมไม่ยอมรับการจัดแบ่งเข้าเป็นสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง เช่น สังคมวิทยาหรือมนุษยวิทยา หากทว่าวางตัวอยู่ในลักษณะ "สหสาขาวิชาการ" (Interdisciplinary) เนื่องจากพิจารณาว่า การจัดแบ่งเป็นสาขาวิชาการต่าง ๆ นั้น ทำให้ลดโอกาส

ในการแสวงหาประเด็นศึกษาใหม่ ๆ วิธีการศึกษาใหม่ ๆ เนื่องจากถูกรั้วของสาขาวิชากีดกั้นอยู่ อย่างไรก็ตาม การไม่จัดตนเองเข้าเป็นสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง (เมื่อช่วงปีค.ศ.1960) นั้นก็ทำให้สำนักเบอร์มิงแฮมมีปัญหาในการเป็นที่ยอมรับในมหาวิทยาลัยที่มีโครงสร้างการแบ่งเป็นสาขาวิชา และในชั้นหลัง เมื่อแนวทางวัฒนธรรมศึกษาเป็นที่ยอมรับมากขึ้น และถูกผนวกเข้าเป็นภาควิชาหนึ่งในคณะต่าง ๆ ก็สร้างปัญหาแบบใหม่ขึ้นมาว่า แนวทางวัฒนธรรมศึกษาจะสูญเสียลักษณะยืดหยุ่นทางวิชาการไปหรือไม่

(iii) สำหรับคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" นั้น ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วตอนต้น ๆ ว่า สำนักเบอร์มิงแฮม (ซึ่งได้รับอิทธิพลในเรื่องคำนิยาม "วัฒนธรรม" อย่างเต็มที่จาก R. Williams) ได้ยกเลิกความหมายของวัฒนธรรมอย่างแบบคับแคบมาสู่ความหมายที่กว้างขวางของวัฒนธรรม กล่าวคือ ไม่ได้นิยามวัฒนธรรมในแง่ "ศีลธรรม" (กล่าวคือเลิกพูดว่าวัฒนธรรมนั้นดีหรือเลว) "วัฒนธรรมที่เป็นลายลักษณ์อักษร" (literary) เท่านั้น หากแต่ได้ใช้ความหมายของ "วัฒนธรรม" ที่โน้มเอียงไปทางมานุษยวิทยา กล่าวคือหมายรวมเอาประสบการณ์ทุกอย่างทั้งที่เรียนรู้ (learning) และมีชีวิตอยู่ (lived) ที่ทำให้ "สัตว์โลกชนิดหนึ่ง" กลายเป็น "คน" ขึ้นมา

(iv) ต่อเนื่องจากคุณลักษณะที่กล่าวมาข้างต้น สำนักเบอร์มิงแฮมจึงยกเลิกการแบ่งแยกวัฒนธรรมออกเป็นระดับสูงต่ำ เช่น วัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) วัฒนธรรมชั้นล่าง (low culture) ด้วยเหตุนี้ แม้ว่าสำนักเบอร์มิงแฮมจะเริ่มต้นแนวคิดจากบทความเรื่อง "Culture Industry" ของสำนักแฟรงเฟิร์ต แต่ในขณะที่นักคิดบางท่านของสำนักแฟรงเฟิร์ต เช่น Adorno ได้ใช้เกณฑ์ทางสุนทรียะแบ่งแยกระดับของวัฒนธรรม เช่น เพลงคลาสสิกของบีโธเฟนมีคุณค่าทางสุนทรียะมากกว่าเพลงแจ๊ส และยังมีแนวโน้มที่จะมีจุดยืนที่จะปกป้องวัฒนธรรมชั้นสูงนั้น ในแง่นี้สำนักเบอร์มิงแฮมได้แยกทางเดินจากสำนักแฟรงเฟิร์ตโดยสิ้นเชิง โดยถือว่า วัฒนธรรมทุกชนิดล้วนวางอยู่บนเส้นตรงเส้นเดียวกัน

(v) เมื่อเปรียบเทียบแนวทางวัฒนธรรมศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮมกับแนวทางของสาขาวิชาอื่น ๆ หรือสำนักคิดอื่น ๆ จะมองเห็นจุดต่างดังนี้

(ก) เทียบกับสาขามานุษวิทยา ในขณะที่สาขามานุษยวิทยามักจะเน้นแบบแผนรูปแบบเดียว (Monolithic) และลักษณะเป็นแบบเดียวกัน (homogeneity) ของวัฒนธรรมเช่น "ลักษณะนิสัยของคนไทยเป็นคนรักสนุก" สำนักเบอร์มิงแฮมกลับเห็นว่าในแต่ละวัฒนธรรมนั้นจะมีการแสดงออกที่แตกต่างหลากหลายซึ่งแปรไปตามการก่อรูปทางสังคมและบริบททางประวัติศาสตร์ (Social Formation & Historical context) ดังนั้น "คนไทย" ที่กล่าวถึงนั้น ต้องแล้วแต่ว่า "เป็นคนไทยกลุ่มไหน เพศใด วัยใด ชนชั้นใด ศาสนาใด อยู่ในช่วงไหนของประวัติศาสตร์" ซึ่งอาจจะมีอุปนิสัยหลากหลายตั้งแต่ "รักสนุกมาก" จน "ไม่รักสนุก" เลยก็ได้

ในขณะที่สาขามานุษยวิทยาจะกล่าวว่า "วัฒนธรรมมักเป็นมรดกคลังความรู้ของสังคมที่ถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นต่อไป" ข้อความดังกล่าวทำให้ดูเสมือนว่า คนรุ่นต่อไปนั้น จะรับความรู้อย่างค่อนข้าง passive และประสบการณ์การรับความรู้/มรดกนั้นก็เป็น passive experience แต่สำนักเบอร์มิงแฮมกลับเห็นว่า กระบวนการส่งผ่านความรู้นั้นเป็นกระบวนการที่ "คนรุ่นต่อไป" กระทำอย่าง active intervention กล่าวคือ ในขณะที่**รับมา**ก็**ดัดแปลง**ไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้น ในขณะที่คนปัจจุบันรับมอบอดีตนั้นก็ทำการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของอดีตไปพร้อม ๆ กัน ตัวอย่างที่เห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุดคือ ภาพวาดของพระสุพรรณกัลยา ซึ่งเป็นบุคคลในประวัติศาสตร์ช่วงอยุธยา แต่ถูกดัดแปลงรูปลักษณ์ให้เหมาะสมกับแฟชั่นในช่วงปีพ.ศ.2541-42 นี้เอง

และข้อแตกต่างประการสุดท้ายก็คือ ในขณะที่สาขามานุษยวิทยามักจะเน้นด้านประสบการณ์ของวัฒนธรรม เช่น Durkheim ที่เน้นประสบการณ์ทางศาสนาซึ่งก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วม (Collective conscience) สำนักเบอร์มิงแฮมจะยังคงดำเนินรอยตาม Marx ที่ให้ความสนใจกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจเช่น ระบบการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ระบบการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ฯลฯ ดังนั้น สำนักเบอร์มิงแฮมจึงถือว่าปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (cultural practice) นั้นแยกไม่ออกจากการทำงานของสถาบันทางเศรษฐกิจและการเมือง

(ข) เทียบกับกลุ่มมาร์กซิสต์ กลุ่มมาร์กซิสต์บางปีก เช่น กลุ่ม Economic determinism (ซึ่งมีอิทธิพลมากในรัสเซียช่วงที่นักคิดสำนักเบอร์มิงแฮมก่อตัวขึ้น) ที่เชื่อว่าโครงสร้างเศรษฐกิจที่เป็นโครงสร้างส่วนล่าง (base) เป็นตัวกำหนดวัฒนธรรมซึ่งสังกัดอยู่ในโครงสร้างส่วนบน ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นภาพสะท้อนของโครงสร้างเศรษฐกิจเท่านั้น ในแง่นี้สำนักเบอร์มิงแฮมวิจารณ์ว่า คำนิยาม "วัฒนธรรม" ของกลุ่มมาร์กซิสต์ดังกล่าวคับแคบเกินไป และสำนักเบอร์มิงแฮมได้ยึดเอาแนวทางของ Althusser ที่กล่าวว่า ทุกโครงสร้างเช่น การเมือง/วัฒนธรรม ต่างมีอิสระในการเคลื่อนไหวด้วยตัวเอง (relative autonomy) โดยไม่ต้องไปขึ้นต่อเศรษฐกิจเท่านั้น

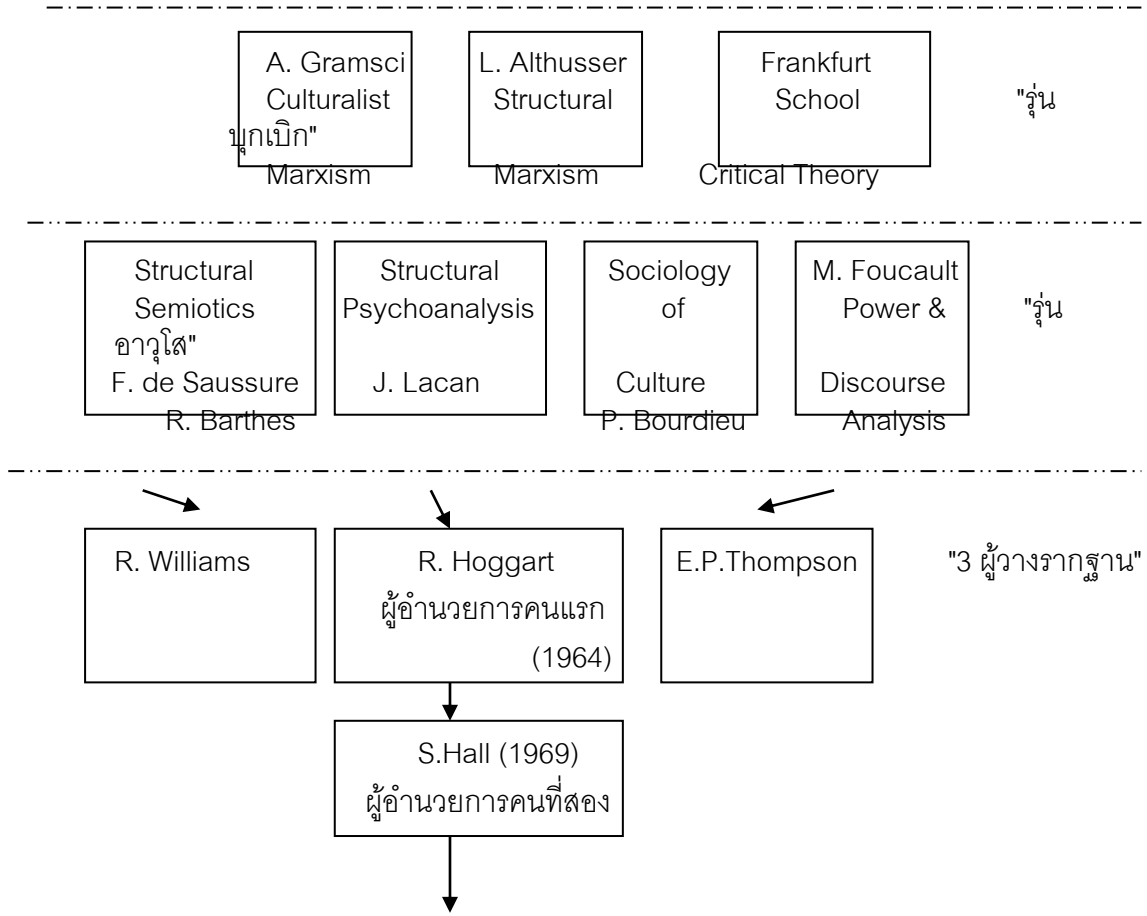
(ค) เทียบกับกลุ่มศึกษาวัฒนธรรมประชานิยมในอเมริกา ก่อนที่จะมีสำนักเบอร์มิงแฮมนั้น ในสหรัฐมีแนวทางการศึกษาวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) เช่น เพลงแจ๊ส ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่แล้ว แต่ทว่ากลุ่มวัฒนธรรมประชานิยมดังกล่าวมักจะไม่ใช้ทฤษฎีในการวิเคราะห์ จึงมักจะใช้การเก็บข้อมูลมาพรรณนามากกว่า ในขณะที่สำนักเบอร์มิงแฮมจะเน้นการใช้แนวคิดทางทฤษฎีต่าง ๆ เช่น แนวคิด hegemony ของ Gramsci แนวคิด ideological apparatus ของ Althusser มาวิเคราะห์ข้อมูลเป็นต้น

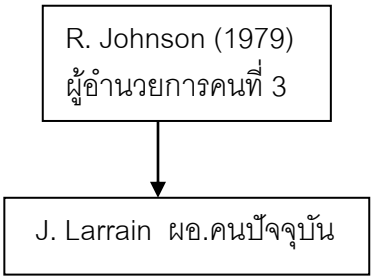
(vi) เอกลักษณ์ประการสุดท้ายของสำนักเบอร์มิงแฮมก็คือ แนวทางการศึกษาวัฒนธรรมนั้น

จะไม่ดูแต่เพียง "ผลผลิตทางวัฒนธรรม" (cultural artefact/product) เช่น รายการ quiz show รายการละครโทรทัศน์ ฯลฯ เท่านั้น หากแต่จะให้ความสนใจกับ "กระบวนการผลิต การกระจาย และการบริโภค" (production/distribution/consumption) ผลผลิตเหล่านั้นที่เรียกรวม ๆ กันว่า "ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม" (cultural practice) ซึ่งหมายความว่า เน้น "วัฒนธรรม" ในแง่ของ "กระบวนการ" (process) ฉะนั้น "วัฒนธรรม" ในทัศนะของสำนักเบอร์มิงแฮมจึงมิได้เป็นเพียง "คลังความรู้เรื่องโลก" เท่านั้น หากแต่เป็น "ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับความรู้เรื่องโลก" (lived experience) ที่คนในวัฒนธรรมนั้นได้ปฏิบัติการอยู่ ความหมายของ "วัฒนธรรม" ในแง่ "กระบวนการ" ดังกล่าวจะมีส่วนไปกำหนดวิธีการศึกษาวิจัยของสำนักเบอร์มิงแฮม (ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป)

4. แหล่งอิทธิพลทางความคิด

สำนักเบอร์มิงแฮมเป็นตัวแทนของสำนักคิดรุ่นใหม่ ๆ ที่มักจะไม่ได้สังกัดแนวคิดของนักคิดคนใดคนหนึ่งเช่นในอดีต (เช่น Freudian, Durkheimian, Weberian) หากทว่าจะมีลักษณะเป็น "ลูกผสม" (Hybridisation) คือ เลือกผสมผสานแนวคิดจากหลาย ๆ นักคิด ดังนั้น แหล่งอิทธิพลหลัก ๆ ทางความคิดของสำนักเบอร์มิงแฮมจึงมีดังนี้ (ดูรายละเอียดของนักคิดเหล่านี้ในบทที่ 3)





ตัวอย่างนักวิชาการในสำนัก: D. Morley, P. Hebdige, P. Willis, P. Cohen
S. Laing, A. McRobbie, D. Hobson,
P. Whannel, D. Buckingham, C. Brunsdon, etc.

ในที่นี้จะแยกแหล่งอิทธิพลทางความคิดของนักวิชาการในสำนักเบอร์มิงแฮมออกเป็น 3 ยุค คือ

- **รุ่นบุกเบิก** ได้แก่ กลุ่มนักคิดในช่วงต้น ๆ ของศตวรรษที่ 20 นี้ ได้แก่
  - Cultural Marxism เช่น A. Gramsci
  - Structural Marxism เช่น L. Althusser
  - Critical Theory เช่น นักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต
- **รุ่นอาวุโส** ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เช่น
  - Structural Semiotics เช่น F. de Saussure, R. Barthes
  - Structural Psychoanalysis เช่น J. Lacan
  - Sociology of Culture เช่น P. Bourdieu
  - Power & Discourse Analysis เช่น M. Foucault
- 3 นักคิดผู้วางรากฐานของสำนัก
  - R. Hoggart
  - E.P. Thompson
  - R. Williams

(4.1) รุ่นบุกเบิก

- **A. Gramsci (1891-1937)**

♦ เราอาจจัดว่า A. Gramsci สังกัดอยู่สายมาร์กซิสต์แนววัฒนธรรมนิยม (Culturalist Marxism) เนื่องจาก Gramsci เป็นผู้ก่อตั้งพรรคคอมมิวนิสต์อิตาลี เขาสามารถดำเนินงานการให้การศึกษาทางการเมืองแก่คนงานอิตาลีและสามารถจัดตั้งองค์กรคนงาน รวมทั้งสามารถดำเนินการทางการเมืองของชนชั้นคนงานด้วยการนัดหยุดงานใหญ่ทั่วประเทศได้

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลฝ่ายขวาอิตาลีในขณะนั้นก็สามารถระดมเอาชาวนามาแทนที่คนงานได้ และส่งผลให้ขบวนการแรงงานพ่ายแพ้ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ทำให้ Gramsci ต้องทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจิตสำนึกและผลประโยชน์ทางชนชั้นว่า เพราะเหตุใด ชาวนาที่น่าจะมีผลประโยชน์ร่วมกับชนชั้นคนงาน จึงมีจิตสำนึกที่ไม่เข้าข้างคนงาน และกลับไปเข้าข้างรัฐบาล ผลจากการทบทวนทำให้ Gramsci ได้คำตอบเกี่ยวกับแนวคิดเรื่อง "Hegemony" และเรื่อง "Ideology" ซึ่งเป็น 2 แนวคิดหลักที่สำนักเบอร์มิงแฮมนำมาใช้ (ดู Gramsci, 1971,1985)

◆ข้อเสนอของ Gramsci ก็คือ ในสังคมที่มีชนชั้น คนแต่ละกลุ่มแต่ละชนชั้นต่างผลิตวัฒนธรรม/อุดมการณ์ของชนชั้นตนเอง หากย้อนกลับไปหาคำนิยามของ "วัฒนธรรม" ก็หมายความว่า Gramsci เชื่อว่า "วัฒนธรรม" ประกอบด้วย "ตัว c เล็ก ๆ หลาย ๆ ตัว" ไม่ใช่ "C ตัวใหญ่ตัวเดียว" ตัวอย่างเช่น

- ชาวเขาที่อยู่กับป่า จะผลิตอุดมการณ์ว่า "คนต้องอยู่กับป่า ป่าจึงจะบริสุทธิ์"
- กรมป่าไม้จะผลิตอุดมการณ์ว่า "ถ้าคนอยู่กับป่า คนจะทำลายความบริสุทธิ์ของป่า เพราะฉะนั้นต้องอพยพคนออกจากป่า"
- นักนิเวศวิทยาเสนอว่า "ไม่ใช่**คนทุกคน**ที่จะอยู่กับป่าไม้ ต้องเป็น**คนที่มีความรู้เรื่อง**การใช้และรักษาป่าเท่านั้น ที่อยู่กับป่าแล้วจะทำให้ป่าบริสุทธิ์

◆และเนื่องจากอุดมการณ์เหล่านี้มีลักษณะขัดแย้งกัน ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากรากฐานความขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือฐานความรู้ที่ต่างกัน ทำให้คนทุกกลุ่มต้องปฏิบัติการต่อสู้ทางอุดมการณ์/ทางวัฒนธรรมเพื่อให้อุดมการณ์/วัฒนธรรมของตนเองมีความชอบธรรม ดังนั้น ทุกครั้งที่เราอ่านข่าวในหนังสือพิมพ์ ฟังคำให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ ฯลฯ จึงล้วนแต่เป็นการช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรม/อุดมการณ์ที่ไม่เคยว่างเว้นจากการต่อสู้เลย กลุ่มใดที่มีโอกาสช่วงชิงได้มากกว่าหรือมีชัยชนะก็สามารถทำให้อุดมการณ์ของชนชั้น/กลุ่มตนกลายเป็น "อุดมการณ์หลัก" (dominant ideology) ของสังคม การต่อสู้ทางวัฒนธรรม/อุดมการณ์จึงต้องมีกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำอย่างไม่เคยเลิกรา (cultural production & reproduction)

◆เมื่อย้อนกลับไปกรณีที่รัฐบาลอิตาลีสามารถระดมชาวนามาต่อต้านชนชั้นคนงานได้นั้น ผลจากการวิเคราะห์ทำให้ Gramsci พบว่า ชนชั้นปกครองของอิตาลีซึ่งนอกจากจะมีอำนาจทางเศรษฐกิจ/การเมืองเหนือกว่าชนชั้นคนงานแล้ว ชนชั้นนี้ยังเสริมอำนาจของคนให้แข็งแกร่งด้วยการช่วงชิงการนำด้านภูมิปัญญาและด้านศีลธรรม (เช่น นำคำอธิบายเรื่องการทำลายบรรยากาศการลงทุนจากต่างประเทศ การทำลายเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม การเป็นต้นเหตุของเงินเฟ้อ ฯลฯ) กระบวนการนี้ Gramsci เรียกว่า "การครอบครองเป็นเจ้าทางอุดมการณ์" (Hegemony) ซึ่งทำให้คนทุกกลุ่มทุกชนชั้น "เห็นพ้องสมยอม" (consent) กับ

อุดมการณ์ของชนชั้นปกครอง ในกระบวนการนี้ ชนชั้นปกครองอาจจะใช้การต่อรอง (negotiation) กับบรรดาอุดมการณ์ต่อต้านอื่นๆ (counter ideology) เพื่อให้นำไปสู่การประนีประนอมและเกิดสมดุลระหว่างชนชั้นต่าง ๆ

♦ แต่ทว่า hegemony ก็มีลักษณะ 2 ด้านอยู่เสมอ กล่าวคือในขณะที่ด้านหนึ่งนั้นชนชั้นหนึ่งสามารถสถาปนาอุดมการณ์ของชนชั้นตนให้กลายเป็นอุดมการณ์หลัก เช่น แนวคิดที่ว่า "เรายากจนเพราะเวรกรรมแต่ปางก่อน" แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็จะมีอุดมการณ์ต่อต้านอื่น ๆ ปะทุขึ้นมาให้เห็นอย่างประปรายอยู่ตลอดเวลาอย่างไม่เคยว่างเว้น ตัวอย่างเช่น Gramsci ให้ความสนใจกับวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) เนื่องจาก Gramsci เห็นว่า ในวัฒนธรรมประชานิยมนั้นจะมีลักษณะที่ขัดแย้งกัน 2 ด้านเป็นองค์ประกอบอยู่เสมอ ในด้านหนึ่งจะถูกครอบงำ ในอีกด้านหนึ่งก็จะต่อต้าน ดังนั้น วัฒนธรรมประชานิยมจึงเป็นแหล่งทรัพยากรด้านอุดมการณ์ต่อสู้ที่สำคัญ

- **L. Althusser (1918-1990)**

เราอาจจัดว่า Althusser เป็นนักทฤษฎีสายมาร์กซิสต์แนวโครงสร้างนิยม (Structuralist Marxism) ดังนั้น ความสนใจของ Althusser จึงอยู่ที่การวิเคราะห์สังคมในฐานะระบบโครงสร้างที่มีชุดความสัมพันธ์ (set of relation) ระหว่างองค์ประกอบย่อย

ในฐานะมาร์กซิสต์คนหนึ่ง Althusser ก็ปฏิเสธวิธีอธิบายโครงสร้างวัฒนธรรม/อุดมการณ์แบบ Economic determinism ที่กล่าวมาข้างต้น เขากลับเสนอว่า สังคมเป็นระบบที่ประกอบด้วยมิติต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม/วัฒนธรรม/อุดมการณ์ ทุกมิติต่างมีความสำคัญเท่าเทียมกัน และต่างมีอิสระที่จะเคลื่อนไหวไปในระดับหนึ่ง (relative autonomy)

♦ **แนวคิดเรื่อง "อุดมการณ์"** (ดู Althusser, 1984)

ส่วนแนวคิดที่สำนักเบอร์มิงแฮมนำเอามาใช้มากที่สุดของ Althusser คือ แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ เราได้กล่าวอ้างข้อความของ Marx มาแล้วว่า "คนเราสร้างประวัติศาสตร์ของตัวเอง แต่ทว่าก็ต้องสร้างภายใต้เงื่อนไขของโครงสร้างสังคม" ในฐานะนักโครงสร้างนิยม Althusser ย่อมมีจุดยืนที่เน้นประโยคหลังมากกว่า แต่ทว่าได้ก้าวไปไกลกว่านั้น เมื่อเขาตั้งคำถามว่า "การสร้างนั้นทำอย่างไร (How)"

Althusser (1984) เริ่มต้นข้อเสนอเกี่ยวกับ "อุดมการณ์" ด้วยการปฏิเสธแนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ของกลุ่ม Economic determinism ว่า อุดมการณ์เป็นจิตสำนึกที่ผิดพลาด (false consciousness) เป็นม่านบังตาคนงานที่ถูกชนชั้นนายทุนครอบงำลงมา Althusser ตอบคำถามใหม่ที่ว่า "อุดมการณ์คืออะไร" ด้วยการเสนอว่า "อุดมการณ์เป็นกรอบแนวคิด"

(Conceptual Framework) ที่ทำให้เราตีความและให้ความหมายกับประสบการณ์ที่เรามีชีวิตอยู่เป็นตัวก่อรูปและวางรูปแบบจิตสำนึกของเรา

จากนั้น Althusser ได้กล่าวถึงหน้าที่ของบรรดากลไกทางอุดมการณ์ทั้งหลาย เช่น โรงเรียน ครอบครัว ศาสนา สื่อมวลชน สถานที่ทำงาน ฯลฯ ว่า นอกจากจะเป็นตัวติดตั้งกรอบแนวความคิดดังกล่าวแล้ว กลไกเหล่านี้ยังให้ความชอบธรรมแก่อุดมการณ์ต่าง ๆ จนมีสถานะเป็นบรรทัดฐาน (norm) ในชีวิตประจำวัน

เนื่องจากอุดมการณ์เป็นกรอบแนวคิด ดังนั้น เราจะมองเห็นอุดมการณ์ได้ก็ต่อเมื่ออุดมการณ์นั้นได้แสดงออกมาภายนอกเป็นรูปแบบรูปธรรม (material form) เช่น ภาษา วิธีการปฏิบัติ การกระทำ หรือในตัวบท (text) ต่าง ๆ ซึ่งสำหรับกลุ่มเบอร์มิงแฮมแล้วจะสนใจรูปแบบรูปธรรมของอุดมการณ์ที่แสดงออกในผลงานด้านสื่อมวลชน

◆ **แนวคิดเรื่อง "อัตลักษณ์" และ "interpellation"**

การวิเคราะห์อุดมการณ์ของ Althusser นั้นกระทำทั้งใน**ระดับมหภาค** (วัฒนธรรมของสังคม) และเนื่องจาก Althusser สนใจหลักจิตวิเคราะห์ของ Freud ที่ศึกษาใน**ระดับปัจเจกบุคคล**ด้วย ดังนั้น Althusser จึงกล่าวว่า อุดมการณ์นั้นไม่เพียงแต่จะสร้างจิตสำนึกร่วมที่เป็นวัฒนธรรมของสังคมเท่านั้น หากทว่ายังสร้างสำนึกเกี่ยวกับตัวบุคคลเองที่เรียกว่า "อัตลักษณ์" (identity)

Althusser อธิบายเรื่อง "อัตลักษณ์" ว่า ปกติเราอาจจะเป็นนาย ก. นาง ข. แต่เมื่อเราเข้าสู่ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม เราก็จะถูกเรียกให้เป็น "subject" แบบต่าง ๆ เช่น "เป็นคนไทย" "เป็นนิสิตจุฬา" "เป็นท่านผู้ชมที่รัก" "เป็นท่านผู้อ่าน" ฯลฯ กระบวนการทางสังคมจิตวิทยา (socio-psychological process) ที่ทำให้คนกลายเป็น "subject" นี้ Althusser ใช้คำศัพท์ที่ว่า "interpellation" subject นี้ก็คือ อัตลักษณ์ของเราที่จะเคลื่อนไหวแปรเปลี่ยนไปตามรูปแบบความสัมพันธ์ชนิดต่าง ๆ เช่นอยู่บ้านอาจจะถูก interpellate ว่า "นี่คุณแม่บ้าน" เมื่อขับรถออกไปนอกถนนอาจจะถูกตำรวจเรียกว่า "ผู้ฝ่าไฟแดง (ผู้กระทำผิดกฎจราจร) เมื่อไปถึงที่ทำงาน ก็อาจจะถูกเจ้านายเรียกว่า "นี่คุณเลขาฯ" เป็นต้น Althusser เชื่อมโยงแนวคิดทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นว่า หน้าที่ของอุดมการณ์ในระดับบุคคลก็คือ การเรียกให้คนกลายเป็น "subject" ตัวเล็กๆ โดยไปขึ้นต่อ Subject ตัวใหญ่ เช่น ชาติ ศาสนา สถาบันทหาร สถาบันวิชาชีพ ฯลฯ เช่น

"คุณเป็นคนไทยหรือเปล่า ถ้าเป็น ก็ต้อง....."

"กิน(เบียร์)แล้วภาคภูมิใจ เบียร์คนไทยทำเอง...."

ดังนั้นการต่อสู้ทางอุดมการณ์ก็คือ การทำงานของกลไกทางอุดมการณ์ประเภทต่างๆ โดยการทำ interpellate บรรดา subject ตัวเล็ก ๆ ให้ไปขึ้นต่อ Subject ใหญ่อันใดอันหนึ่ง โดย

ผ่านการปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ เช่น คนไทยที่ไปอยู่ในสหรัฐ ก็จะถูกเรียกให้เป็นคนไทยบ้าง เป็นคนอเมริกันบ้าง เป็นผู้อพยพบ้าง และอื่น ๆ

แนวคิดเรื่อง interpellation ของ Althusser จะถูกสำนักเบอร์มิงแฮมนำไปใช้เชื่อมโยงกับอีก 2 แนวคิดหลักที่อยู่ในความสนใจของสำนักคือ แนวคิดเรื่อง "อัตลักษณ์" (identity) และ "ภาพตัวแทน" (representation) โดยตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อมวลชนว่า

- สื่อสามารถ interpellation ให้ผู้คนเกิด "อัตลักษณ์" โดยเฉพาะ "อัตลักษณ์ของกลุ่ม" (Group identity) ได้อย่างไร อัตลักษณ์นั้นขัดแย้งจากการ interpellate ของแหล่งอื่นๆ อย่างไร
- ในทางกลับกัน คนได้ใช้สื่อสร้าง "อัตลักษณ์" ของตนเองอย่างไร
- สื่อเลือกนำเสนออัตลักษณ์บางส่วนเสี้ยวที่เรียกว่า "ภาพตัวแทน" (representation) ของแต่ละกลุ่ม (พวกมุสลิมหัวรุนแรง กลุ่มสมัชชาคนจน กลุ่มสาวเหนือ ฯลฯ) อย่างไร

มีตัวอย่างภาพยนตร์จากยุโรปตะวันออกเรื่องหนึ่งที่แสดงให้เห็นหลักการทางทฤษฎีที่ว่า ในสังคมของเรามีกลุ่มหลายกลุ่มที่ interpellate ให้เราเกิดอัตลักษณ์แบบต่าง ๆ (อ้างจาก Schirato & Yell, 1996) เนื้อหาของภาพยนตร์เป็นเรื่องของเด็กหนุ่มชาวยิวผู้พูดภาษาเยอรมันได้ที่อยู่ในยุโรปตะวันตกช่วงที่ลัทธินาซีกำลังเรืองอำนาจ เด็กหนุ่มคนนี้ถูก interpellate ให้เปลี่ยนอัตลักษณ์อยู่ตลอดเวลาเพื่อเอาชีวิตรอด เริ่มตั้งแต่เมื่อกองทัพรัสเซียโจมตีกองทัพนาซี เขาถูกรัสเซียจับตัวได้ เขาก็พูดภาษายิวแสดงตัวเป็นชาวยิว และเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์จนกลายเป็นชาวพรรคที่ดีเด่น ต่อมากองทัพรัสเซียถูกเยอรมันบุกและพ่ายแพ้ เขาถูกนาซีจับตัวไป เขาแสดงตัวด้วยการพูดภาษาเยอรมัน และเข้าร่วมกับกองทัพนาซีกลายเป็นนาซีที่ดีเด่น ในตอนสุดท้าย เขาถูกทหารรัสเซียจับตัวได้อีก และพยายามจะเปลี่ยนตัวเองมาเป็นชาวยิวอีกครั้งหนึ่ง แต่คราวนี้ฝ่ายรัสเซียไม่เชื่อเขาเสียแล้ว เนื่องจากเหตุผลที่ว่า ถ้าเขาเป็นชาวยิวจริง เขาก็ต้องตายในค่ายกักกันแล้ว (สนใจงานของไทยเรื่องอัตลักษณ์ โปรดดูตัวอย่างงานของ กรพินธ์, 2541)

- **สำนักแฟรงเฟิร์ต**

D. Kellner (1995) เขียนบทความชื่อ "Theory War and Cultural Studies" กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสำนักแฟรงเฟิร์ตกับสำนักเบอร์มิงแฮมว่า ทั้ง ๆ ที่ทั้งสองสำนักมีจุดร่วมกันหลายประการ (หมายความว่าสำนักเบอร์มิงแฮมซึ่งเกิดขึ้นทีหลังย่อมได้รับอิทธิพลมาจากสำนักแฟรงเฟิร์ต) แต่เนื่องจากทั้งสองสำนักก็มีจุดต่างกัน และจุดต่างนั้นได้รับการขยายให้ใหญ่เกินไปจนบดบังจุดร่วมไปหมด ดังนั้น Kellner จึงได้สำรวจทั้งจุดร่วมและจุดต่างระหว่าง 2 สำนัก ดังนี้

(ก) จุดร่วมระหว่างสองสำนัก มีดังนี้

(1) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า สำนักแฟรงเฟิร์ตเป็นสำนักคิดแรก ๆ ที่จุดประกายความสนใจเรื่องการศึกษาวัฒนธรรมในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ ช่วงศตวรรษที่ 1930 ในแนวคิดเรื่อง "อุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry)" ที่หมายความถึงกระบวนการผลิตวัฒนธรรมอย่างเป็นอุตสาหกรรม และทำเป็นธุรกิจการค้า ส่งผลให้ผลงานวัฒนธรรมที่ออกมามีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ มีลักษณะเป็นสินค้า (commodification) มีมาตรฐานเดียวกันหมด (standardization) มีปริมาณมากมายมหาศาล (massification) ซึ่งในแง่มุมดังกล่าวแล้ว สำนักเบอร์มิงแฮมก็วางแนวทางการพิจารณาวัฒนธรรมสมัยใหม่ตามแนวทางของสำนักแฟรงเฟิร์ตเช่นเดียวกัน

(2) อาจกล่าวได้ว่า สำนักแฟรงเฟิร์ตเป็นกลุ่มมาร์กซิสต์รุ่นแรก ๆ ที่ให้ความสนใจวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของสื่อมวลชนสมัยใหม่ ทั้งนี้เนื่องมาจากประสบการณ์ตรงของนักวิชาการในสำนักเองที่ได้ประสบกับพลังของสื่อมวลชนสมัยใหม่ในยุคลัทธินาซี ดังนั้น ผลงานวิชาการของนักวิชาการในสำนักจึงได้แก่การศึกษาวิจัยผลงานสื่อสมัยใหม่ เช่น Adorno ได้วิเคราะห์เพลงประชานิยม Lowenthal ศึกษาวรรณกรรมและนิตยสารประชานิยม Herzog ศึกษาละครวิทยุ ในท่วงทำนองเดียวกัน นักวิชาการสำนักเบอร์มิงแฮมก็ถือเอาการศึกษาสื่อมวลชนเป็นภารกิจของสำนักเลย

(3) ทั้ง 2 สำนักต่างผลิตผลงานที่เป็นปฏิกริยาตอบสนองต่อบริบททางสังคมในยุคสมัยของตน กล่าวคือ ในยุคสมัยของสำนักแฟรงเฟิร์ต (ช่วงทศวรรษ 1930) ระบบทุนนิยมกำลังเข้าสู่ยุคของสังคมมวลชน (Mass Society) ที่มีระบบการแบ่งงานกันทำแบบ "Fordism" ลักษณะสำคัญของยุคสมัยนี้ก็คือ "การสิ้นสุดของความเป็นปัจเจกบุคคล" (The End of Individualism) ไม่มีปัจเจกบุคคลใดสามารถจะผลิตผลงานทางวัฒนธรรมคนเดียวต่อไปได้อีกแล้ว หากแต่จะต้องถูกแบ่งงานกันทำไปคนละส่วน ผลงานที่ออกมาจะเน้นปริมาณ เน้นการมีลักษณะเป็นแบบเดียวกันหมด (homogeneity)

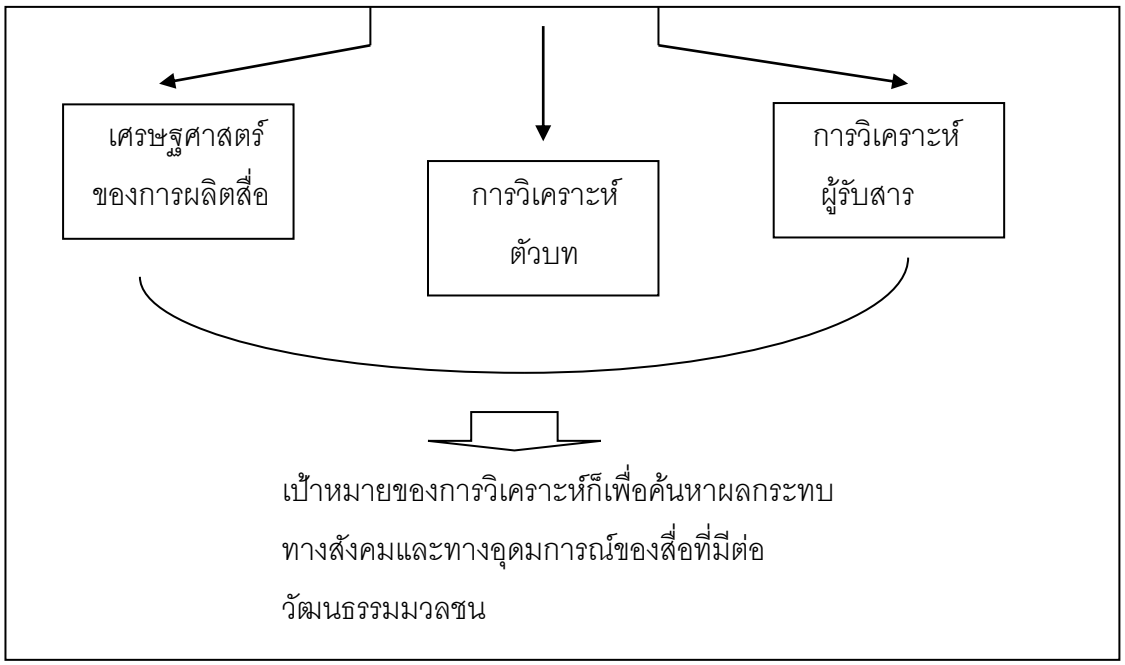
แต่ในยุคสมัยของสำนักเบอร์มิงแฮม (ช่วง 1950) ระบบทุนนิยมได้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่งคือ "Post Fordism" เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ระบบทุนนิยมที่ดำเนินการผลิตวัฒนธรรมในยุคนี้สามารถที่จะสร้างความหลากหลาย (heterogeneity) ได้ในระดับหนึ่ง (เริ่มมีความแตกต่างในแง่คุณภาพ) และทุนนิยมยังมีความมั่นใจมากพอที่จะผนวกเอาความแตกต่างทั้งหลายเข้ามาอยู่ในระบบด้วย (corporate capitalism) แทนที่จะขจัดออกไปเช่นในยุคแรก ๆ

(4) ทั้งสองสำนักต่างเห็นความสัมพันธ์ระหว่าง "วัฒนธรรม" กับ "อุดมการณ์" และ

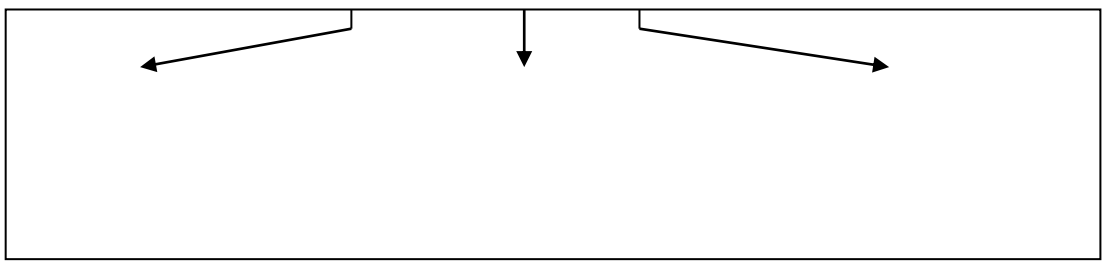
"วัฒนธรรม" กับ "การสื่อสาร" โดยพิจารณาในทั้ง 2 ด้านคือ ในด้านหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นแบบวิถีของการผลิตซ้ำทางอุดมการณ์และการครอบงำทางอุดมการณ์ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็ในปริมณฑลของวัฒนธรรมนี้เองที่จะเป็นแหล่งผลิตซ้ำอุดมการณ์ของการต่อต้านระบบทุนนิยม ความแตกต่างระหว่าง 2 สำนักก็อยู่ที่ว่า "**วัฒนธรรมของใครที่จะเป็นแหล่งต่อต้าน**" ในขณะที่นักวิชาการสำนักแฟรงเฟิร์ตบางท่านเช่น Adorno ใช้เกณฑ์เรื่องสุนทรียะเป็นหลักสำคัญ Adorno จึงเห็นว่าจะต้องเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) เช่น เพลงคลาสสิก บทกวี บทละคร ฯลฯ เท่านั้น จึงจะมีพลังต่อต้านความต่ำทรามทางสุนทรียะของวัฒนธรรมทุนนิยม/วัฒนธรรมมวลชนได้ แต่ทว่าสำนักเบอร์มิงแฮมกลับมองเห็นว่า "วัฒนธรรมประชานิยม" (Popular culture) จากชนชั้นล่างต่างหากที่จะมีพลังต่อต้านดังกล่าว ความแตกต่างนี้น่าจะเนื่องมาจากบริบทที่แตกต่างกันใน 2 ยุคสมัยของแต่ละสำนัก

(5) สำนักเบอร์มิงแฮมมีวิธีการทำงานในลักษณะสหวิทยาการ (Interdisplinary) ที่ดำเนินรอยตามสำนักแฟรงเฟิร์ตเช่นกัน ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะต่อต้านประเพณีการแบ่งงานกันทำทางวิชาการในรูปแบบของสาขาวิชา

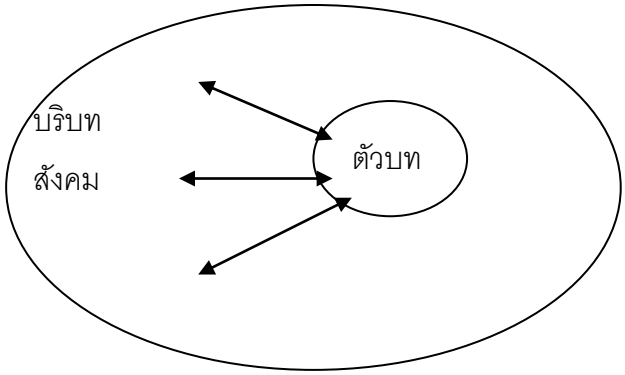
(6) ในแง่ของวิธีการวิเคราะห์ อาจกล่าวได้ว่า สำนักแฟรงเฟิร์ตเป็นสำนักวิชาการแรกๆ ที่วางแนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมไว้อย่างครบวงจรคือ



การวิเคราะห์อย่างครบวงจรดังกล่าวกลายมาเป็นแบบแผนหลักในการวิจัยของสำนักเบอร์มิงแฮมที่จะศึกษาสื่ออย่างครบ 3 วงจรชีวิตคือ



นอกจากนั้น สำนักแฟรงเฟิร์ตยังวางแนวทางสำคัญเอาไว้ในเรื่องการเชื่อมโยงการวิเคราะห์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "บริบททางสังคม" ตัวอย่างเช่น ในการวิเคราะห์ตัวบทที่เป็นภาพยนตร์เรื่อง "Rambo" หลังจากที่วิเคราะห์วิธีการในการสร้างวีรบุรุษที่มีลักษณะเป็น "ผู้ชายอย่างมาก" (Masculinist hero) ใช้กำลังตัดสินปัญหา ฯลฯ เพื่อที่จะทำความเข้าใจว่า เพราะเหตุใดจึงมีการสร้างวีรบุรุษในแบบฉบับนี้ขึ้นมา จำเป็นต้องถอยกลับมาดูบริบทต่าง ๆ ทางสังคมในช่วงเวลาดังกล่าว เช่น ความรู้สึกพ่ายแพ้และตกต่ำของอเมริกาในกรณีสงครามเวียดนาม นโยบายต่อต้านคอมมูนิสต์แบบขวาจัดของ Reagan ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมของสังคมกับการผลิต/การกระจาย/และการบริโภคผลงานสื่อ แนวทางการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นแบบแผนหลักของสำนักเบอร์มิงแฮมเช่นกัน



(ข) ส่วนข้อแตกต่างระหว่างทั้งสองสำนัก นั้นมีดังนี้

(1) ทัศนะที่มีต่อ "วัฒนธรรมมวลชน" (Mass culture) ในขณะที่สำนักแฟรงเฟิร์ตมองวัฒนธรรมมวลชนในแง่ลบทั้งหมด เช่น มองว่ามวลชนจะถูกครอบงำ แต่สำนักเบอร์มิงแฮมกลับมองเห็นแง่มุมที่ "วิพากษ์วิจารณ์" และ "สร้างสรรค์" ของวัฒนธรรมมวลชน อย่างไรก็ตาม ก็มีสมาชิกบางคนของสำนักแฟรงเฟิร์ตเช่น W. Benjamin ที่เชื่อมั่นในพลังสร้างสรรค์ของมวลชนเช่นกัน Benjamin กล่าวว่า สำหรับคอกีฬาที่ดูกีฬามาอย่างโชกโชนนั้นสามารถจะอ่านเกมได้อย่างทะลุปรุโปร่งฉันใด ผู้ชมที่เป็นคอหนังก็สามารถจะวิพากษ์วิจารณ์ภาพยนตร์ที่ชมได้ฉันนั้น

(2) เนื่องจากสำนักแฟรงเฟิร์ตยังคงใช้แบบจำลองที่แบ่งวัฒนธรรมออกเป็นแบบ

"ชั้นสูง/ชั้นกลาง/และชั้นต่ำ" ทำให้ต้องให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมของชนชั้นต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียมกัน ในแง่นี้สำนักเบอร์มิงแฮมได้ใช้แนวคิดของ Williams ที่ยกเลิกความสูงต่ำทางวัฒนธรรมและทำให้หมดปัญหาเรื่องการให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมของแต่ละชนชั้น

(3) ความแตกต่างประการสุดท้ายก็เป็นไปดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในขณะที่สำนักแฟรงเฟิร์ตเลือกที่จะถือหางเป็น "ผู้ปกป้องวัฒนธรรมชั้นสูง" เนื่องจากเชื่อมั่นในพลังต่อต้านของวัฒนธรรมนี้ สำนักเบอร์มิงแฮมกลับเลือกที่จะอยู่ข้างวัฒนธรรมของชนชั้นล่างมากกว่า

(4.2) รุ่นอาวุโส

- **กลุ่มสัญญะวิทยาเชิงโครงสร้าง** (Structural Semiotics)

กลุ่มสัญญะวิทยาเชิงโครงสร้างที่สำนักเบอร์มิงแฮมได้นำเอาแนวคิดมาใช้อย่างมาก คือ Ferdinand de Saussure และ R. Barthes ในส่วนที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ระบบ ชุดของความสัมพันธ์ที่เป็นตัววางกรอบและสร้างความหมาย

Saussure ได้เริ่มต้นวางรากฐานแนวคิดที่สำคัญในการวิเคราะห์โครงสร้างของ "ภาษา" ที่ต่อมาได้ขยายไปสู่การวิเคราะห์ทุกอย่างที่มีความหมายดังนี้คือ (ดูรายละเอียดข้างหน้า)

- Saussure เสนอว่า ภาษานั้นไม่ได้มีหน้าที่เพียงเอาไว้เรียกชื่อสรรพสิ่งต่าง ๆ อย่างที่เราเข้าใจกัน หากแต่ภาษามีหน้าที่ที่ล้ำลึกไปยิ่งกว่านั้น กล่าวคือ

♦ภาษาจะบอกว่าอะไรบ้างที่เป็น "object" ในระบบสัญลักษณ์ของเรา ดังนั้นหากยังไม่มีการเรียกชื่อสิ่งนั้น สิ่งนั้นก็ยังไม่มีสถานะเป็น "object"

♦ภาษาทำหน้าที่ "จัดระบบ" (organize) และ "ประกอบสร้าง" (construct) วิธีการเข้าถึงความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ในสังคมที่มีคำว่า "น้ำตาลกี่ก้อน" ใช้เท่านั้นที่คนในสังคมนั้นๆ จะสามารถเข้าถึงความเป็นจริงได้ว่า "จะต้องใส่น้ำตาลกี่ก้อนจึงจะหวานเท่าใด" ส่วนในสังคมที่ใช้น้ำตาลทรายเป็นช้อน ๆ จะไม่มีวิธีการเข้าถึง "ความเป็นจริงของระดับความหวานจากปริมาณก้อนน้ำตาล" ได้เลย

- การใช้ภาษาและการให้ความหมายแก่ความเป็นจริงผ่านการใช้ภาษานั้นมิใช่กระบวนการตามธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ สภาพความเป็นจริงอย่างเดียวกัน จึงมีคำในภาษาของชาติต่าง ๆ เรียกแตกต่างกัน หรือแม้แต่คนในชาติเดียวกันที่มีวัฒนธรรมต่างกันก็ยังมีภาษาที่ต่างกัน สำหรับคนกรุงเทพ บริเวณที่มีน้ำมาอยู่รวมกันมาก ๆ ก็เรียกเพียงว่า "คลอง แม่น้ำ ทะเลสาป" แต่สำหรับคนต่างจังหวัด อาจจะแบ่งเป็น "ห้วย หนอง คลอง บึง โตรก ทาม ฯลฯ" เป็นต้น

- ความหมายของคำเกิดขึ้นได้เนื่องจาก "ระบบความสัมพันธ์" (system of

relationship) เพราะฉะนั้นเด็ก ๆ ที่เรียนภาษาจึงจะเข้าใจความหมายของ "ผู้ชาย" ได้ก็ต่อเมื่อสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่าง "ผู้ชาย" กับ "อย่างอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ผู้ชาย" (เช่น ผู้หญิง กระเทย) ว่าแตกต่างกันอย่างไร และนอกจากนั้นความหมายของคำนั้นก็ยังไม่หยุดนิ่ง หากแต่เคลื่อนไหวอย่างมีชีวิตชีวาอยู่ตลอดเวลาด้วยปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ

- คุณูปการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของ Saussure ก็คือ การแยกให้เห็นลักษณะ 2 ด้านของภาษา คือ ลักษณะทางสังคมของภาษาที่เป็นส่วนร่วมกันทั้งหมดที่ Saussure เรียกว่า "langue" (language - ภาษาอังกฤษ) ลักษณะทางสังคมนี้จะเป็นตัวกำหนดขอบเขตของการใช้ภาษาเช่นคนไทยจะพูดภาษาไทยอยู่ภายในพยัญชนะ 44 ตัวเท่านั้น และลักษณะส่วนบุคคลที่เรียกว่า "parole" (speech - ภาษาอังกฤษ) เมื่อปัจเจกบุคคลแต่ละคนนำเอาภาษาของส่วนรวมมาใช้

- จากพื้นฐานที่เป็นนักภาษาศาสตร์และเริ่มต้นทำงานด้านภาษาก่อน ในชั้นต่อมา Saussure ได้ขยายขอบเขตสิ่งที่จะวิเคราะห์ออกไปครอบคลุม "ทุกอย่างที่มีความหมาย" (Signifying system) ไม่ว่าจะเป็นการแสดงท่าทาง รูปภาพ น้ำเสียง การแต่งกาย การจัดตู้เสื้อผ้า/โต๊ะอาหาร ฯลฯ และได้สร้างศาสตร์ที่ศึกษาทุกอย่างที่มีความหมายที่เรียกว่า "สัญญะ" (sign) เพื่อตอบคำถามหลัก ๆ 3 ประการคือ

  (i) สัญญะประกอบด้วยอะไรบ้าง

  (ii) มีกฎอะไรที่ควบคุมอยู่เบื้องหลังการใช้สัญญะ

  (iii) สัญญะสร้างความหมายได้อย่างไร

ในขณะที่ Saussure ได้วางรากฐานการวิเคราะห์สัญญะเอาไว้อย่างดี นักคิดในรุ่นต่อมาเช่น R. Barthes ก็ได้นำเอาความรู้เรื่องสัญญะไปเชื่อมโยงกับเรื่อง "โครงสร้างอำนาจ"

อันที่จริงแนวคิดเรื่อง "สัญญะ" กับ "อำนาจ" นั้น ปรากฏอยู่ในร่องรอยของนิทานพื้นบ้านเกือบทุกชาติทุกภาษา ในนิทานเรื่องพันหนึ่งทิวาของอาหรับ ตัวละครเอกตอนหนึ่งคือ ซินแบดสามารถจะเปิดประตูถ้ำสมบัติของโจรได้ด้วยการออกเสียงคำที่เหมือนกับที่นายโจรใช้ (ปัจจุบันเราเข้าใจแนวคิดนี้ได้กับเรื่อง password) หรือนิทานของไทยก็เช่น พระร่วงผู้มีวาจาศักดิ์สิทธิ์สามารถสาปขอมดำดินให้กลายเป็นหินได้ ความหมายของนิทานเหล่านี้ส่อเค้าให้เห็นอำนาจของภาษาที่เป็นสัญญะประเภทหนึ่ง

Barthes ตอบคำถามว่า แล้วพลังของสัญญะ/ภาษาเหล่านั้นมาจากไหน คำตอบก็คือ พลังของสัญญะอยู่ที่การสร้างความหมายให้คนเกิดการยอมรับร่วมกัน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ สัญญะที่เป็น "เงินตรา" ซึ่งมีอำนาจอย่างมหาศาลเนื่องจากการยอมรับร่วมกันความหมายในระดับลึกที่ทำหน้าที่สร้างการยอมรับร่วมกันดังกล่าวนี้ Barthes เรียกว่า "Myth"

และได้เขียนบทความหลายชิ้นเกี่ยวกับ "Myth today" คือ Myth ที่ยังคงมีอยู่ในสังคมสมัยใหม่ เช่น Myth เรื่องสาวฝรั่งเศส ร่างกายของนักกล้าม ฯลฯ Barthes กล่าวว่า เป็นความเข้าใจผิดที่คิดว่า Myth เป็นเรื่องของสังคมเผ่าแบบดั้งเดิมในอดีต อันที่จริง ในสังคมทันสมัยที่มีความรู้วิทยาศาสตร์อย่างท่วมท้นก็ยังมี Myth อยู่มากมาย ความหมายของคำว่า "Myth" นั้น มิได้หมายความว่า "ความหมายดังกล่าวจะต้องเป็นเรื่องไม่จริง" แต่ทว่า คำว่า "Myth today" นี้เกิดขึ้นเนื่องจากการทำหน้าที่ที่ยังคงเหมือนกับ Myth ในอดีต คือการให้คำอธิบายต่าง ๆ เกี่ยวกับโลกแก่เรา

พลังของสัญญะเป็นเรื่องที่สำคัญในการทำความเข้าใจการดำรงอยู่ของสังคม เนื่องจากสังคมไม่ได้ดำรงอยู่ด้วยการบีบบังคับจากภายนอกแต่เพียงอย่างเดียว แต่อันที่จริง สังคมดำรงอยู่ได้ ส่วนใหญ่แล้ว เนื่องจากคนยอมทำตามระบบเพราะการใช้รหัสและสัญญะเดียวกัน ดังนั้น สัญญะจึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงสร้างอำนาจที่ว่า ใครมีอำนาจในการสร้าง/กำหนดความหมาย (ตัวอย่างเช่น การให้คำนิยามที่เรามักจะไม่ค่อยตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการนี้เท่าใดนัก และมักยอมรับว่า "คำนิยามเท่ากับความจริง") และใครมีอำนาจในการสร้างรหัส ผู้นั้นก็มีอำนาจอย่างแท้จริงในสังคม

- **จิตวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง J. Lacan**

Lacan เป็นนักจิตวิเคราะห์สายโครงสร้างนิยมชาวฝรั่งเศส (French Structuralist Psychoanalysis) ที่ผสมผสานหลักของ Freud กับโครงสร้างนิยมของ Saussure เข้าด้วยกัน แนวคิดที่น่าสนใจของ Lacan ที่สำนักเบอร์มิงแฮมนำมาใช้มี 3 ประการคือ

- กระบวนการปลูกฝังอุดมการณ์ ซึ่ง Althusser ได้นำเสนอกระบวนการ interpellation นั้น Lacan เห็นว่า การทำงานของกระบวนการดังกล่าวนั้น ไม่ได้อยู่ในระดับผิวเผินของจิตสำนึกเท่านั้น หากทว่าถูกปลูกฝังอยู่ในระดับจิตใต้สำนึก (Subconscious) หรือจิตไร้สำนึก (Unconscious) เลย ตัวอย่างเช่น การปลูกฝังความกลัว หรือความรู้สึกชาตินิยม เราคงจำโฆษณาที่คนไทยพบฝรั่งแล้วกลัวการพูดภาษาฝรั่ง ซึ่งเป็นกรณีที่ชัดเจนที่สุดของการทำงานของอุดมการณ์ในระดับจิตใต้สำนึก

- และสิ่งที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึกนั้น Lacan นำเอาแนวคิดของ Saussure มาอธิบายว่า จิตไร้สำนึกก็เป็น "ระบบสัญญะ" ระบบหนึ่ง (signifying system) โดยทำหน้าที่ทุกอย่างเหมือนกับระบบภาษา ด้วยเหตุนี้ เวลาที่ระบบจิตไร้สำนึกทำงาน เช่น ความฝัน การพลั้งปาก จึงมีลักษณะเหมือนการดูหนัง โดยต้องมีการตีความความหมายที่อยู่ในสัญญะแต่ละตัว เช่น ถ้าฝันเห็น "งู" ก็แปลว่า "มีความปรารถนาอวัยวะเพศชาย" เป็นต้น Lacan ยังเสนอต่อไปอีกว่า จิตไร้สำนึกนี้แม้จะอยู่เบื้องลึกในจิตใจของคนแต่ละคน แต่ทว่าก็ไม่ได้เกิดมาจากการสร้างสรรค์อย่าง

เป็นอิสระของปัจเจกบุคคล หากแต่มีลักษณะร่วมกันทางสังคม (จึงสามารถมีตำราทำนายฝันได้) สัญญะที่เราจะเลือกเอามาใช้ในจิตไร้สำนึกนั้นจะถูกสังคมนำเสนอมาให้แบบเป็น list รายชื่อ ปัจเจกบุคคลมีสิทธิเพียงแต่จะเลือกหยิบสัญญะบางตัวออกไปใช้ แต่ก็ถูกกำหนดขอบเขตให้อยู่ภายใน list นั้นเท่านั้น (เทียบได้กับ "la langue" ในแนวคิดของ Saussure)

- Lacan สนใจบทบาทของสื่อมวลชนในกระบวนการ Interpellation ที่สร้าง subjectivity/identity ของบุคคลอย่างมาก ตัวอย่างเช่นเมื่อเราดูหนังฮอลลีวู้ดที่พระเอกเป็นตำรวจ แล้วไล่จับผู้ร้ายที่เพิ่งฆ่าเพื่อนตำรวจของตนแล้ววิ่งหนีขึ้นไปบนหลังคา คนร้ายยอมให้จับโดยดี แต่เยาะเย้ยว่า ตนเองมีลูกพี่เป็นมาเฟียใหญ่และสนิทสนมกับผู้มีอำนาจในกรมตำรวจ ดังนั้นเพียงติดคุกไม่กี่วันก็จะถูกปล่อยตัวออกมา ณ ฉากนี้ เราสามารถจะถามคนดูว่า "เราจะ identify ตัวเองกับใคร : ตำรวจ/ผู้ร้าย" (น่าสนใจที่จะถามบรรดาผู้ต้องหาในคุกว่าเขาจะ identify กับใคร) และถ้าเขาเป็นพระเอก เขาจะถูก interpellation ให้ทำอย่างไร "ฆ่าวิสามัญฆาตกรรมคนร้ายแก้แค้นแทนเพื่อน" "จับตัวผู้ร้ายไปขึ้นศาลตามหน้าที่ตำรวจที่ดี" หรืออื่น ๆ จากกรณีตัวอย่างที่ยกมานี้ แสดงให้เห็นว่า ทุกครั้งที่เราบริโภคสื่อ เราจะถูกสร้าง subjectivity อยู่ตลอดเวลา และนักวิชาการในสำนักเบอร์มิงแฮม เช่น D. Morley ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า subjectivity ที่ถูก interpellate นี้ไม่จำเป็นต้องคงที่อยู่ตัว หากแต่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะจากรายการโทรทัศน์ที่ต่าง ๆ กัน (สนใจกรณีของไทย โปรดดู นิภาพรรณ, 2541)

- **กลุ่มสังคมวิทยาว่าด้วยวัฒนธรรม**: P. Bourdieu

Bourdieu เป็นนักสังคมวิทยาและนักการศึกษาชาวฝรั่งเศสที่สนใจการวิเคราะห์วัฒนธรรม และถือได้ว่าเป็นหนึ่งในกลุ่ม French Cultural Studies ที่โดดเด่นคนหนึ่ง แนวคิดที่ Bourdieu สนใจคือ มีความสัมพันธ์ระดับภายใน (intrinsic) อย่างไรระหว่างการต่อสู้เพื่อช่วงชิงอำนาจของสังคมกับการใช้ผลผลิตทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

ในหนังสือเล่มต่าง ๆ ของ Bourdieu เช่น Distinction (1980) เขาตั้งคำถามว่า ใคร (คนกลุ่มไหน) บริโภควัฒนธรรมแบบใด และผลจากการบริโภคนั้นเป็นอย่างไรบ้าง ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมการไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ศิลปะนั้น เป็นของคนชั้นไหน เช่น ชั้นสูงและชั้นกลาง และเทียบได้กับการไปวัดของคนชั้นล่างหรือเปล่า เป็นต้น การมีวัฒนธรรมไปเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ศิลปะนั้นส่งผลให้ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางกลายเป็นชนชั้นที่มีการศึกษาดี มีอภิสิทธิ์ในสังคม และมีความชอบธรรมที่จะอ้างว่า "เป็นผู้มีรสนิยมอันดี" ซึ่งทำให้เกิดโครงสร้างที่แบ่งระหว่าง "รสนิยมชั้นดี" กับ "รสนิยมชั้นต่ำ" ขึ้นมา (เราอาจจะพอเทียบเคียบได้กับกลุ่มดูละครโทรทัศน์กับกลุ่มที่สนใจรายการสนทนาปัญหาบ้านเมืองซึ่งก็เป็นไปตามหลักเดียวกัน)

เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินรสนิยมดังกล่าวนั้น Bourdieu เห็นว่า ไม่มีอะไรที่เป็นภววิสัย (objective) หรือเป็นไปตามตรรกะของสุนทรียะอย่างแท้จริง หากแต่เป็นเรื่องของอำนาจทางชนชั้นมากกว่า เพราะฉะนั้น การที่จะรักษา “ความแตกต่างทางชนชั้น "เอาไว้ก็ต้องรักษา" รสนิยมที่แตกต่าง" เอาไว้ (แบบชั้นสูง/ชั้นต่ำ) กลไกสำคัญที่ใช้ในการรักษาความแตกต่างทางชนชั้นก็คือการเป็นเจ้าของ "ต้นทุนทางวัฒนธรรม" (Cultural Capital)

"ต้นทุนทางวัฒนธรรม" หมายถึง ความสามารถที่จะ "อ่าน" และเข้าใจ "รหัสทางวัฒนธรรม" ได้ เช่นเวลาไปฟังคอนเสิร์ตเพลงคลาสสิก จะต้องรู้รหัสทางวัฒนธรรมว่าต้องไม่ปรบมือระหว่างท่อนพัก จะต้องปรบมือเมื่อจบเพลงแล้วเท่านั้น (และต้องมีต้นทุนความรู้ว่าเมื่อไหร่ที่เพลงจบ) แต่ทว่าในโครงสร้างสังคมที่มีชนชั้นนั้น ต้นทุนทางวัฒนธรรมนี้กระจายออกไปสู่ชนชั้นต่าง ๆ อย่างไม่เท่ากัน Bourdieu เสนอว่า ชนชั้นที่มีต้นทุนทางเศรษฐกิจเหนือกว่าก็จะสั่งสมต้นทุนทางวัฒนธรรมได้มากกว่าเช่นกัน

ในการต่อสู้ทางชนชั้นนั้น นอกจากจะต้องต่อสู้ด้านเศรษฐกิจแล้ว ชนชั้นต่าง ๆ ก็ยังต้องต่อสู้ด้านวัฒนธรรมด้วย และชนชั้นใดที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูง ก็สามารถที่จะนำเอาไปลงทุนหว่านเพาะเก็บเอาผลกำไรทางวัฒนธรรมกลับคืนมา (อันได้แก่ ความชอบธรรมด้านรสนิยมดังที่กล่าวมาข้างต้น) ผู้ที่จะเป็นชนชั้นปกครองได้ นอกจากจะต้องมีอำนาจเงินและการเมืองแล้ว ก็ยังต้องมีความชอบธรรมที่จะต้องมีต้นทุนทางวัฒนธรรมอย่างมากกว่าชนชั้นอื่น ๆ อีกด้วย

- **การวิเคราะห์อำนาจและวาทกรรม**: M. Foucault

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า สำนักเบอร์มิงแฮมสนใจปัญหาเรื่อง "โครงสร้างอำนาจ" และนักคิดร่วมสมัยที่ปฏิวัติแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง "อำนาจ" มากที่สุดก็คือ M. Foucault (1974) Foucault เปลี่ยนความเข้าใจเกี่ยวกับอำนาจซึ่งแต่เดิมเคยถูกพิจารณาในแง่รูปธรรม (อำนาจปืน) การรวมศูนย์ (การใช้อำนาจของกลุ่มชนชั้นปกครอง) และมักอยู่ในแวดวงของเรื่อง "การเมือง" มาสู่แนวคิดแบบใหม่ว่า "อำนาจนั้นมีอยู่ในทุกหนทุกแห่ง ในปฏิบัติการทางสังคมทุกชนิด แม้แต่ในกิจวัตรประจำวันที่เราทำอยู่เป็นประจำ เช่น การจ้องมอง การวินิจฉัยโรค การปลดเครื่องแต่งกายเดิมของนักโทษให้ไปสวมชุดนักโทษ ฯลฯ อันเป็นคุณลักษณะของอำนาจที่ตรงกันข้ามกับที่เคยเข้าใจมาทั้งหมด

นอกจากนั้น Foucault ยังสนใจการวิเคราะห์กลไกของการใช้อำนาจในปฏิบัติการทางสังคมรูปแบบต่าง ๆ เช่น การออกแบบห้องที่ทำให้ผู้ที่อยู่ข้างในรู้สึกว่าถูกมองดูอยู่ตลอดเวลา การสร้างวาทกรรม (discourse) แม้แต่วาทกรรมที่ดูเป็นธรรมชาติเช่น วาทกรรมทางวิทยาศาสตร์ หรือ

ภูมิศาสตร์ (ตัวอย่างเช่น การวาดภาพแผนที่โลกที่จะใช้ทวีป/ประเทศใดอยู่ตรงกลาง จะให้ขนาดของแต่ละประเทศใหญ่/เล็กผิดไปจากความจริงมากน้อยเพียงใด เป็นต้น) Foucault นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่าง "อำนาจ" กับ "สิ่งอื่นๆ" แม้แต่สิ่งที่เรียกว่า "ความรู้" ว่า "ความรู้ไม่ใช่สิ่งที่เราได้รู้ หากทว่าเป็นเรื่องของอำนาจในแต่ละยุคสมัยของแต่ละสังคมที่จะบอกว่า "อะไรคือความรู้ อะไรไม่ใช่ความรู้" ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทยสมัยอยุธยา "การเลี้ยงดูเด็ก" ยังไม่ได้มีฐานะเป็นความรู้ แต่ในยุคปัจจุบัน "การเลี้ยงดูเด็ก" ได้กลายเป็น "ความรู้" ไปเสียแล้ว

อีกแนวคิดหนึ่งของ Foucault ที่สำนักเบอร์มิงแฮมนำมาใช้อย่างมากก็คือ แนวคิดเกี่ยวกับ "ประวัติศาสตร์" Foucault ได้ปฏิวัติแนวคิดว่า "ประวัติศาสตร์คืออะไร" จากเดิมที่เคยเข้าใจกันว่า "ประวัติศาสตร์คือเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต" โดยนำเสนอว่า "ประวัติศาสตร์เป็นผลผลิต (product) ของวิธีคิด (way of thinking) เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ หรือวาทกรรมต่าง ๆ เช่น ผลผลิตของวิธีคิดที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเพศธรรม (sexuality) ประวัติศาสตร์ของสถาบันสังคม เช่น โรงพยาบาล คุก ผลผลิตเหล่านี้ให้วิธีคิดแก่เราเกี่ยวกับ "เพศ" ว่าคืออะไร (เช่น เพศเป็นเรื่องชั่วร้าย เป็นเรื่องผิดบาป เป็นความรื่นรมย์ของชีวิต เป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ เป็นพลังแห่งชีวิต ฯลฯ) หรือวิธีคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับรัฐ เช่น เมื่อเกิดปัจเจกบุคคลที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคม เช่น เป็นบ้า หรือทำผิดกฎสังคม รัฐจะจัดการอย่างไรกับบุคคลนั้น จะใช้การขจัดออกไป (เช่น เนรเทศ) หรือจะใช้การจำกัดบริเวณเอาไว้กักกัน (เป็นกลยุทธ์การรวมเข้ามา เช่น ขังคุก) เป็นต้น

บรรพบุรุษของสำนักเบอร์มิงแฮม เช่น R. Williams ได้นำเอาทัศนะเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของ Foucault มาใช้อธิบายว่า ประวัติศาสตร์ของกระบวนการผลิตของสังคมและการก่อตัวของสังคมนั้นมิได้ผลิตแต่ "ตัวความคิด" เท่านั้น หากแต่ได้ผลิต "วิธีคิด/จิตสำนึก" ที่จะคิดในเรื่องต่าง ๆ อีกด้วย และนักวิชาการในสำนักนี้ก็ได้นำวิธีการของ Foucault มาศึกษาประวัติศาสตร์ของสถาบันการศึกษาของอังกฤษ รวมทั้งกลยุทธ์การใช้อำนาจผ่านวาทกรรมที่เกี่ยวกับการสร้างระเบียบวินัยด้วย

5. ผู้วางรากฐานของสำนักเบอร์มิงแฮม

S. Hall (1980) ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการคนที่สองของ CCCS ระบุอย่างชัดเจนว่า เสาหลัก 3 ต้นที่วางรูปอาคารความคิดของสำนักเบอร์มิงแฮมนั้นได้แก่

(5.1) R. Hoggart ที่เขียนหนังสือชื่อ The Use of Literacy (1957) และเป็นผู้ก่อตั้งรวมทั้งเป็นผู้อำนวยการคนแรกของ CCCS

(5.2) E.P. Thompson นักประวัติศาสตร์สายมาร์กซิสต์ ผู้เขียนหนังสือ The Making of

English Working Class (1978)

(5.3) R. Williams ที่เป็นนักทฤษฎีหลักของสำนักผู้เขียนแสดงความคิดผ่านหนังสือมากมาย เช่น Culture and Society (1958) The Long Revolution (1961) เป็นต้น

แม้ว่าผู้วางรากฐานทั้ง 3 ท่านจะมีความแตกต่างกันบ้างทั้งในด้านภูมิหลังหรือผลงาน แต่ทว่าสิ่งที่มีอยู่ร่วมกันก็คือ หลักการ (principle) แรงจูงใจ (motivation) เกณฑ์ทางทฤษฎี (theoretical categories) และกระบวนการทำงาน (process) ซึ่งเป็นจุดร่วมของนักคิดในสำนักนี้ สำหรับ Hoggart และ Williams นั้น มีภูมิหลังที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือเริ่มก้าวมาจากความสนใจรูปแบบวัฒนธรรมในสาขาวรรณกรรม แต่ในชั้นต่อมา ทั้งสองก็ได้ก้าวเลยไปยังรูปแบบวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น เพลงป๊อป นวนิยายรักแนวใหม่ รายการโทรทัศน์ ฯลฯ และจุดที่แตกต่างจากนักวรรณกรรมรุ่นเดิมก็คือ ทั้งสองไม่ได้พิจารณารูปแบบวัฒนธรรมเหล่านี้จากมุมมองด้านสุนทรียะความบันเทิงหรือศีลธรรมเท่านั้น หากแต่ได้เปิดมุมมองใหม่ในแง่ของกระบวนการผลิตและกระบวนการบริโภคผลผลิตทางวัฒนธรรมดังกล่าว

จากนี้เราจะศึกษาแนวคิดของผู้วางรากฐานแต่ละท่านในรายละเอียด

(5.1) Hoggart

Richard Hoggart เป็นลูกกรรมกรเมือง Leeds และได้เรียนหนังสือจนจบมหาวิทยาลัยในบ้านเกิดของตัวเองในสาขาวรรณคดี ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เข้าเป็นทหารในกองทัพอังกฤษ จากช่วงปี 1946 (หลังสงครามสงบ) จนถึงปีพ.ศ.1959 ได้เข้าเป็นอาจารย์สอนในโครงการการศึกษาผู้ใหญ่ของมหาวิทยาลัย Hull ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาที่สำคัญมากสำหรับการบ่มเพาะความคิด เนื่องจากประวัติศาสตร์การทำงานกับกลุ่มคนหลากหลายที่มีพื้นฐานทางชนชั้นเหมือนตนเอง และได้ก่อตั้งรวมทั้งเป็นผู้อำนวยการคนแรกของ Centre for Contemporary Cultural Studies ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม ในปี 1964 จนถึง 1968 และได้ย้ายไปเป็นผู้ช่วยเลขาธิการที่ UNESCO

ผลงานสำคัญของ Hoggart คือหนังสือชื่อ **The Use of Literacy** (1968) สิ่งที่น่าสังเกตประการแรกเลยก็คือ ในหนังสือเล่มนี้ผู้เขียนได้ขยับขยายคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ออกไปถึง**วิถีชีวิตที่ประชาชนกำลังปฏิบัติอยู่ในชีวิตประจำวัน** (lived culture) โดยถือเสมือนว่า วิถีชีวิตดังกล่าวเป็น "ตัวบท" (text) อย่างหนึ่ง โดย Hoggart ได้แสดงความเกี่ยวพันโยงใยกันระหว่างปฏิบัติการทางวัฒนธรรมรูปแบบต่าง ๆ ของชนชั้นคนงาน ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมสาธารณะ (public culture) เช่นการไปนั่งกินเบียร์ตาม pub การรวมกลุ่มผู้ชาย (Men's club) รูปแบบความบันเทิงของคนงาน (popular entertainment) เช่น การเล่นกีฬา (ฟุตบอล) การเสพ

สื่อ (เช่น การอ่านนิตยสาร) รูปแบบวัฒนธรรมส่วนตัวเช่น ความสัมพันธ์ในครอบครัว ฯลฯ รูปแบบวัฒนธรรมที่กล่าวมานี้โยงใยเกาะเกี่ยวกันเป็นตาข่าย

หนังสือเล่มนี้ได้บันทึกสภาพวัฒนธรรมของคนงานใน 2 ช่วงเวลาคือ ระยะก่อนและหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นอกจากนั้นยังอาจถือได้ว่าหนังสือเล่มนี้ "เป็นมากกว่าหนังสือทางวิชาการทั่วๆไป" โดยที่ส่วนหนึ่งยังเป็น "ตัวตนของผู้เขียน" อีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาส่วนหนึ่งโดยเฉพาะในช่วงแรกนั้นมาจากประวัติชีวิตและประสบการณ์ตรงของผู้เขียนเอง สำหรับแนวทางในการวิเคราะห์วัฒนธรรมนั้น แม้ว่า Hoggart จะใช้แนวทางการวิจารณ์วรรณกรรมแบบกลุ่ม Leavis (ดูหัวข้อ Culture & Civilization) ที่กล่าวโจมตีวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) แต่ความแตกต่างก็คือ ในขณะที่ Leavis วิจารณ์โดยมองลงมาจากสายตาของชนชั้นสูง Hoggart กลับมีจุดยืนที่อยู่ข้างคนชั้นล่าง

เนื้อหาของหนังสือ **The Use of Literacy** แบ่งการวิเคราะห์วัฒนธรรมของชนชั้นคนงานอังกฤษออกเป็น 2 ช่วงคือ

- **ช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2** ในช่วงแรกนี้ Hoggart ได้บรรยายให้เห็นถึงชีวิตวัฒนธรรมที่แท้จริงของคนงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเดินเล่นตามถนน การกินกาแฟใน pub การเล่นดนตรีในกลุ่มคนงานด้วยกัน การซื้อของขวัญให้ครอบครัว การกินอาหารมื้อใหญ่ร่วมกัน ฯลฯ ชีวิตวัฒนธรรมที่กล่าวมานี้จะมีลักษณะที่มีชีวิตชีวา (full rich life) มีลักษณะเป็นชุมชนร่วมกัน (community) เป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนเป็นผู้สร้างเองและใช้เอง (เช่น การเล่นดนตรี)
- **ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2** ทุกอย่างที่กล่าวมาในช่วงแรกนั้นค่อย ๆ เลือนหายไปหมด และเกิดวัฒนธรรมใหม่ที่ตรงกันข้ามกับช่วงแรก กล่าวคือ มีแต่ผลผลิตทางวัฒนธรรมมวลชนที่หลั่งไหลทะลักเข้ามาจากอเมริกา เช่น แผ่นเสียง วิทยุ ภาพยนตร์ ฯลฯ ซึ่งวัฒนธรรมที่บรรจุอยู่ในผลงานเหล่านั้นได้ตัดขาดจากชีวิตที่แท้จริงของคนงาน

อย่างไรก็ตาม จุดยืนของ Hoggart ก็ยังคงเชื่อมั่นว่า ประชาชนจะยังคงมีประเพณีในการสืบทอดการต่อต้านทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมานานในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประชาชน และจะถูกนำมาใช้ต่อต้านวัฒนธรรมมวลชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนั้น Hoggart ยังนำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตประจำวันกับศิลปะอีกด้วย กล่าวคือ ในขณะที่ในวงการนักวิชาการด้านสื่อมวลชนมักมีท่าทีที่ดูแคลนผลงานสื่อที่ทำหน้าที่ "สร้างที่หลบหนีทางจิตใจ" (escapist) ให้แก่ประชาชนด้วยการเสนอความสนุกสนานไปวัน ๆ หนึ่ง หรือทัศนะของกลุ่มมาร์กซิสต์ที่เห็นว่า ศิลปะที่ดีนั้นต้องรับใช้ชีวิตของประชาชน Hoggart กลับเสนอว่า ในทัศนะของประชาชนนั้น ศิลปะกับชีวิตประจำวันเป็นคนละเรื่องกัน ศิลปะก็ต้องมีลักษณะสร้างที่หลบหนีทางจิตใจ (escape) อยู่แล้ว ศิลปะมีเอาไว้ให้ความรื่นรมย์ เอาไว้สนุกสนาน ไม่มี

อะไรเกี่ยวกับชีวิตประจำวันซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่ง

มีผู้วิจารณ์หนังสือ **The Use** ของ Hoggart ว่ามีลักษณะที่ชื่นชอบแบบเพ้อฝันโรแมนติกกับประสบการณ์ชีวิตในวัยเด็ก และนำเอามาเป็นมาตรฐานเพื่อจะใช้ประณามวัฒนธรรมมวลชนในปัจจุบัน ซึ่งเป็นท่าทีที่ไม่ต่างไปจากกลุ่ม Leavis เท่าใดนัก ซึ่งอันที่จริงแล้ว วัฒนธรรมในแต่ละยุคก็น่าจะมีคุณค่าในตัวเองที่ไม่สามารถจะนำมาเปรียบเทียบกันได้ (ดูใน Storey, 1993)

(5.2) E.P. Thompson

E.P. Thompson เป็นนักประวัติศาสตร์สายมาร์กซิสต์ที่ต่อต้านกลุ่ม Economic determinism ในพวกมาร์กซิสต์ด้วยกันเอง โดยได้เขียนหนังสือที่มีชื่อเสียงมากคือ The Making of the English Working Class, (1978) เนื้อหาของหนังสือเป็นการศึกษาการก่อตัวของชนชั้นคนงานในช่วงประวัติศาสตร์หนึ่งๆ เพื่อที่จะวิเคราะห์หาผู้กระทำการในหมู่คนงาน (agency) ประเด็นที่คนงานสนใจ (concerns) และประสบการณ์ของชนชั้นที่ตกหล่นจากกระแสความสนใจของนักประวัติศาสตร์ทั่วไป

สำหรับจุดยืนทางทฤษฎีของ Thompson ก็เป็นจุดร่วมกับนักคิดในสำนักเบอร์มิงแฮมคนอื่น ๆ กล่าวคือ ปฏิเสธแนวคิดแบบโครงสร้างนิยมอย่างสุดโต่งที่มองเห็นผู้คนเป็นเพียงเหยื่อของโครงสร้างและวิธีการศึกษาโครงสร้างอย่างไม่มีประวัติศาสตร์ ดังที่เขาได้อธิบายชื่อหนังสือของเขาว่า เพราะเหตุใดจึงต้องเลือกใช้คำกริยาว่า "Make" มาวางไว้ข้างหน้าให้ดูรุงรัง ทั้งนี้เนื่องจากเขาตั้งใจจะส่งความหมายไปยังผู้อ่านว่า มนุษย์เช่นคนงานนั้นเป็นผู้กระทำการทางประวัติศาสตร์ (human agency) และสร้างประวัติศาสตร์อย่าง active การก้าวขึ้นมาเป็น "ชนชั้นคนงาน" นั้นไม่ได้เป็นเสมือนพระอาทิตย์ที่ถึงเวลาจะถูกกำหนดให้ขึ้นให้ตก แต่ทว่า "การเป็นชนชั้นนั้นเป็นปฏิบัติการของมนุษย์"

ส่วนแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรม" นั้น ก็สอดคล้องกับแนวคิดข้างต้น กล่าวคือ Thompson เชื่อว่า วัฒนธรรมในสังคมหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย **cultures** ตัว c เล็ก ๆ หลายตัวคือมีวิถีชีวิตหลายๆ แบบ และเป็นกระบวนการที่เป็นวิภาษวิธี (dialectic) ระหว่างปลาย 2 ขั้วคือ การดำรงอยู่ทางสังคม (Social being) กับจิตสำนึกทางสังคม (Social consciousness)

การย้อนกลับไปมาระหว่างสองขั้วนี้จะเกิดขึ้นท่ามกลางการต่อสู้ด้านวัฒนธรรมที่จะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการต่อสู้ทางชนชั้นเสมอ และ Thompson เสนอให้ใช้เกณฑ์แยกวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของ Hoggart ที่กล่าวมาข้างต้นคือ "วัฒนธรรมที่ทำ**เพื่อ**ประชาชน (ไม่ว่าจะมาจากความตั้งใจแบบใดก็ตาม) กับ "วัฒนธรรมที่ทำขึ้นมา**จาก**ประชาชนเอง"

อีกแนวคิดหนึ่งที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้ก็คือ การให้ความเข้าใจเรื่อง "ชนชั้น" จากจุดยืนของ Thompson ซึ่งเขากล่าวอย่างชัดเจนว่า ชนชั้นไม่ใช่ "สิ่งของ" (object) (เช่น ไม่ใช่ชาติตระกูล มรดก....) แต่เป็น "ความสัมพันธ์" (relation) ดังนั้นในช่วงเวลาที่เขาเลือกศึกษาคือ ช่วงค.ศ.1790 - 1830 นั้นเป็นช่วงก่อตัวของชนชั้นคนงานอันเกิดขึ้นเนื่องมาจากจิตสำนึกที่ตระหนักรู้ถึงผลประโยชน์ของตนเอง (social consciousness) (ในชั้นแรกคนงานจะมี "ฐานะ" (social being) เป็นคนงานทำงานอยู่ในโรงงาน แต่ยังไม่มี "จิตสำนึกแบบคนงาน" จนกว่าจะตระหนักว่า ตนเองเป็นผู้สร้างมูลค่าให้แก่สินค้า) กระบวนการเกิดจิตสำนึกของคนงานในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นมีรากฐานต่อเนื่องมาจากประวัติศาสตร์ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ที่อาจแสดงการต่อต้านในรูปของความไม่พอใจในศาสนาหรือความไม่พอใจของประชาชน รวมทั้งแรงสะเทือนจากการปฏิวัติในฝรั่งเศส (ค.ศ.1789) และจิตสำนึกนั้นยังเกิดมาจากการปฏิบัติการของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นศาสนา สหภาพแรงงาน กลุ่มเพื่อน ฯลฯ ผลจากการวิเคราะห์รายละเอียดทางประวัติศาสตร์ทำให้ Thompson พบว่า แม้จะเป็นชนชั้นคนงานด้วยกัน แต่ทว่าคนงานแต่ละประเภทก็ยังมีประสบการณ์วิถีชีวิตที่แตกต่างกัน (social being) เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มปั่นฝ้าย กลุ่มปลูกฝ้ายในไร่ พวกช่างฝีมือ ฯลฯ ดังนั้น จิตสำนึกที่ก่อตัวขึ้นมาจึงมีลักษณะแตกต่างกันไปด้วย

ข้อเด่นอย่างยิ่งของหนังสือเล่มนี้ก็คือ เป็นงานเขียนที่ไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดทางเศรษฐกิจการเมืองแบบเป็นนามธรรม หากทว่าเป็นเรื่องราวของคนธรรมดาทั้งหญิงและชาย ที่แสดงให้เห็นประสบการณ์ ค่านิยม ความคิด การกระทำ และความปรารถนาของคนเหล่านี้ ที่เรียกได้ว่าเป็น "วัฒนธรรมประชานิยม" อันเป็นแหล่งที่อยู่ของการต่อต้านเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม หรืออาจเรียกว่าเป็นงานเขียนประวัติศาสตร์จากเบื้องล่าง (history from below)

(5.3) R. Williams (อ่านรายละเอียดในบทที่ 3 ประกอบ)

Williams มีประวัติเส้นทางชีวิตที่เหมือนกับ R. Hoggart และเป็นผลผลิตของโครงการรัฐสวัสดิการของทุนนิยมอังกฤษช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เช่นเดียวกัน Williams เป็นลูกคนงานรถไฟในเมือง Welsh และได้ทุนมาเรียนต่อในมหาวิทยาลัย Cambridge หลังจากนั้นก็ได้เป็นอาจารย์สอนอยู่ในโครงการการศึกษาผู้ใหญ่ที่มหาวิทยาลัย Oxford ตั้งแต่ปี 1946-1960 อาจ

ถือได้ว่า Williams เป็นเสาหลักด้านทฤษฎีของสำนักเบอร์มิงแฮม เนื่องจากเขาได้ผลิตงานอย่างมากมายและยังคงให้ความสนใจกับสื่อใหม่ ๆ เช่น การวิจารณ์โทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง แนวคิดที่สำคัญๆ ของ Williams รวมศูนย์อยู่ที่เรื่อง "วัฒนธรรม" และ "วิธีการวิเคราะห์วัฒนธรรม"

เนื่องจากมีประวัติการพัฒนาความคิดอันยาวนาน ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับ "วัฒนธรรม" และวิธีวิเคราะห์วัฒนธรรมของ Williams จึงได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน ในระยะเริ่มแรก Williams ยังให้ความสนใจในการใช้เกณฑ์ด้านสุนทรียะ (จากอิทธิพลของกลุ่ม Leavis) มาวิเคราะห์วัฒนธรรม แต่ในชั้นหลัง (จากหนังสือเรื่อง The Long Revolution, 1961) Williams ก็เริ่มมีทิศทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับวัฒนธรรมตามแบบฉบับของตนเองที่ต่างไปจากกลุ่ม Leavis

แนวคิดเกี่ยวกับ "วัฒนธรรม" ของ Williams นั้นสืบทอดมาจากประเพณีของมาร์กซิสต์สายวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) ที่เน้นเรื่อง "ส่วนรวมทั้งหมด" (Totality) ดังนั้น เขาจึงพิจารณาว่า วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตทั้งมวล (whole way of life) ไม่ว่าจะเป็นชีวิตทางวัตถุ ทางปัญญาหรือทางจิตวิญญาณจากคำนิยามนี้ Williams ได้ทำการสำรวจประวัติศาสตร์พัฒนาการของมนุษย์และพบว่าในวัฒนธรรมนั้นมีลักษณะ 2 ด้าน ด้านหนึ่งวัฒนธรรมอาจจะบรรจุค่านิยมที่สนับสนุนให้ความชอบธรรมแก่โครงสร้างอุดมการณ์ที่มีอยู่ แต่ในอีกด้านหนึ่ง วัฒนธรรมก็เป็นผลลัพธ์ของความพยายามร่วมกันของมนุษย์ในด้านต่างๆ

และในหนังสือเรื่อง **The Long Revolution** (1961) นี้เองที่ Williams ได้ประมวลความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่ใช้อยู่ในแวดวงวิชาการว่า มี 3 ความหมายด้วยกัน คือ

(1) วัฒนธรรมหมายถึงสภาวะที่สมบูรณ์ของมนุษย์อันมีลักษณะเป็นสากลทั่วไปเช่น บรรดาคุณค่าต่าง ๆ ในศาสนา หรือความงามทางศิลปะอันเป็นอมตะ การวิเคราะห์วัฒนธรรมก็เพื่อค้นหาความเป็นสากลเหล่านี้

(2) วัฒนธรรมในความหมายของสิ่งที่บันทึกเอาไว้เป็นเอกสารลายลักษณ์อักษร (documentary record) ซึ่งได้แก่งานวรรณกรรมต่าง ๆ การวิเคราะห์วัฒนธรรมในความหมายนี้ก็เพื่อการวิพากษ์วิจารณ์ในแง่มุมต่าง ๆ เช่น สุนทรียะ หน้าที่ของวรรณกรรมต่อสังคม เป็นต้น

(3) วัฒนธรรมในความหมายทางสังคม (Social definition of culture) ซึ่งเป็นความหมายของกลุ่มนักมานุษยวิทยาที่พิจารณาว่า วัฒนธรรมคือวิถีชีวิตทั้งมวลของมนุษย์ซึ่งได้แสดงความหมายออกมาเป็นค่านิยมต่าง ๆ เช่น การถือเอาสุขภาพดีเป็นเป้าหมายของชีวิตของคนรุ่นใหม่ การวิเคราะห์วัฒนธรรมตามความหมายนี้จึงต้องค้นหาความหมายและค่านิยมที่แฝงอยู่ทั้งในและนอกวิถีชีวิตของประชาชนเพื่อนำมา "ประกอบสร้างใหม่" (reconstruction)

จากความหมายที่ 3 นี้ Williams กล่าวถึงการวิเคราะห์สังคมอังกฤษว่า ช่วง 2-3 ศตวรรษที่ผ่านมา สังคมอังกฤษได้ผ่านการปฏิวัติครั้งแล้วครั้งเล่า โดยเริ่มจากการปฏิวัติ

อุตสาหกรรม (Industrialization) หลังจากนั้นก็ต่อด้วยการปฏิวัติประชาธิปไตย (Democratization) และก้าวเข้าสู่การปฏิวัติระลอกที่สามคือ การแปรเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (Cultural Transformation)

สำหรับการจัดระดับของวัฒนธรรมนั้น ในช่วงยุคสมัยของ Williams นั้น กระแสแนวคิดของกลุ่ม Leavis กำลังเป็นกระแสหลัก และได้จัดแบ่งระดับวัฒนธรรมออกเป็นลำดับชั้น คือ วัฒนธรรมชั้นสูง ชั้นกลาง และชั้นล่าง (mass culture) Williams ได้ปฏิเสธการจัดแบ่งดังกล่าว โดยกล่าวว่าในยุคสมัยปัจจุบันไม่มีที่เฉพาะสำหรับ “ศิลปะ” อีกต่อไปแล้ว ผลงานศิลปะก็เหมือนผลผลิตทางวัฒนธรรมอื่น ๆ กล่าวคือ ถูกผลิต ถูกลงทุน ถูกแพร่กระจาย ถูกขาย ถูกสร้างเอากำไร ฯลฯ เหมือนทุก ๆ อย่าง ดังนั้น ผลผลิตทางวัฒนธรรมทุกชนิดจึงเสมอภาคกันไปหมด ไม่มีลำดับชั้น

และแทนที่การจัดลำดับชั้นตามแบบกลุ่ม Leavis Williams กลับเสนอเกณฑ์ใหม่ในการจัดประเภทของวัฒนธรรม ดังนี้

- **Lived culture** ได้แก่ วัฒนธรรมทั้งหมดที่มีอยู่ในสถานที่และกาลเวลาหนึ่ง ๆ วัฒนธรรมเช่นนี้ คนที่มีชีวิตอยู่ในเวลาและสถานที่นั้นเท่านั้นที่จะเข้าถึง
- **Recorded culture** ได้แก่ Lived culture บางส่วนเสี้ยวที่ถูกนำมาบันทึกเอาไว้ หรือถูกนำมาผลิตซ้ำสืบทอดต่อมา Williams เรียกว่า Culture of Period เช่น เวลาที่เรากล่าวว่าพระพุทธรูปในยุคสุโขทัยมีลักษณะ..... ก็หมายถึงพระพุทธรูปสมัยสุโขทัยที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน
- ในขณะที่ Lived culture จะมีอยู่มากมายหลากหลาย แต่ทว่า Record culture นั้นจะมีอยู่บางส่วนเสี้ยวเท่านั้น ซึ่งหมายความว่า มีปัจจัยที่อยู่ตรงกลางระหว่าง 2 วัฒนธรรมนี้ Williams เรียกปัจจัยที่ตรงกลางนี้ว่า Culture of Selective Tradition อันได้แก่ วัฒนธรรมที่ก่อตัวเป็นประเพณีในการเลือกสรร Lived culture บางอันมาเป็น Recorded culture

Williams ให้คำนิยาม Culture of Selective Tradition ว่า เป็นกระบวนการในการจัดเรียงลำดับหรือการจัดระบบ การวางระเบียบกฎเกณฑ์ต่อการจัดสิ่งต่าง ๆ ซึ่งการจัดเรียงลำดับดังกล่าวนั้นล้วนแล้วแต่เป็นผลมาจากปฏิบัติการที่เป็นจริงในชีวิตทั้งสิ้น แน่นอนว่า ในขณะที่วัฒนธรรมต่าง ๆ ถูกสร้างใหม่ขึ้นมาทุกวัน แต่จะมีวัฒนธรรมบางอันเท่านั้นที่ถูกเลือกสรรให้มีชีวิตที่ยืนยาวต่อไป คำถามก็คือ ใครเป็นผู้มีอำนาจในการเลือกสรร และผลจากการเลือกสรรนั้นทำให้เกิดอะไรตามมา เช่น ในประวัติศาสตร์ของไทย อาจจะมีชาวบ้านหลายหมู่บ้านที่ลุกขึ้นต่อสู้ปกป้องประเทศชาติ แต่เหตุใดจึงมีแต่ชาวบ้านบางระจันเท่านั้นที่ถูกคัดเลือก ทำไมจึงมีแต่พันท้ายนรสิงห์ ฯลฯ เป็นต้น

Williams กล่าวว่า ในการวิเคราะห์วัฒนธรรมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจ Culture of Selective Tradition นี้ เนื่องจากวัฒนธรรมในการเลือกสารนี้อาจมีแหล่งกำเนิดมาจากหลายอย่าง เช่น ผลประโยชน์ทางชนชั้น สุนทรียะ ฯลฯ นอกจากนั้นในกระบวนการเลือกนั้น ก็มิได้มีแต่เพียงการเลือกเท่านั้น หากทว่ายังมีกระบวนการตีความ (interpretation) อีกด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือการหยิบเอาประวัติศาสตร์มาทำเป็นละครโทรทัศน์ เป็นต้น

อีกแนวคิดหนึ่งที่ Williams นำมาใช้คือ เรื่อง Structure of Feeling เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่คนมีชีวิตอยู่ด้วย (culture is lived) และในคนแต่ละกลุ่มหรือแต่ละชนชั้นจะมีสีสันเฉพาะของวัฒนธรรมของตนเอง หรืออาจจะเป็นลักษณะวิถีชีวิตร่วมกัน ค่านิยมร่วมกัน แบบแผนหรือลักษณะที่มีสีสันเฉพาะตัวนั้น Williams เรียกว่า Structure of Feeling ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่อยู่ระหว่างจิตไร้สำนึกกับอุดมการณ์ ตัวอย่างเช่น นวนิยายในศตวรรษที่ 19 ของอังกฤษจะใช้วิธีแก้ปัญหาด้วยการนำเอา "magic" มาปิดช่องว่างระหว่าง "จริยธรรมกับประสบการณ์ที่เป็นจริง" ตัวอย่างเช่น เมื่อตัวละครหญิงชายแต่งงานกันโดยไม่ได้รักกัน ทั้งคู่ก็ต้องจบลงด้วยการตายบ้าง การเป็นบ้าบ้าง หรือการนำเอา "มรดก" มาแก้ปัญหาโชคชะตาของนางเอก การทำให้คนร้ายแพ้ภัยตัวเอง ฯลฯ วิธีแก้ปัญหาดังกล่าวคือ Structure of Feeling ของวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 19 ซึ่ง Williams เสนอว่าในการวิเคราะห์จะต้องหยิบเอา document recorded culture ไม่ว่าจะเป็นบทกวี แฟชั่น นวนิยาย สปอตโฆษณา ฯลฯ มาวิเคราะห์หา Structure of Feeling ดังกล่าว

(6) แนวคิดหลักและเกณฑ์หลักที่ใช้วิเคราะห์ของสำนักเบอร์มิงแฮม (Central Categorie)

G. Turner (1990) ได้จัดหมวดหมู่แนวคิดหลักสำคัญ ๆ ของสำนักเบอร์มิงแฮม เป็น 4 แนวคิดคือ

(6.1) ตัวบท/บริบท (text/context)

(6.2) การวิเคราะห์ผู้รับสาร

(6.3) การศึกษาอุดมการณ์

(6.4) วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนา

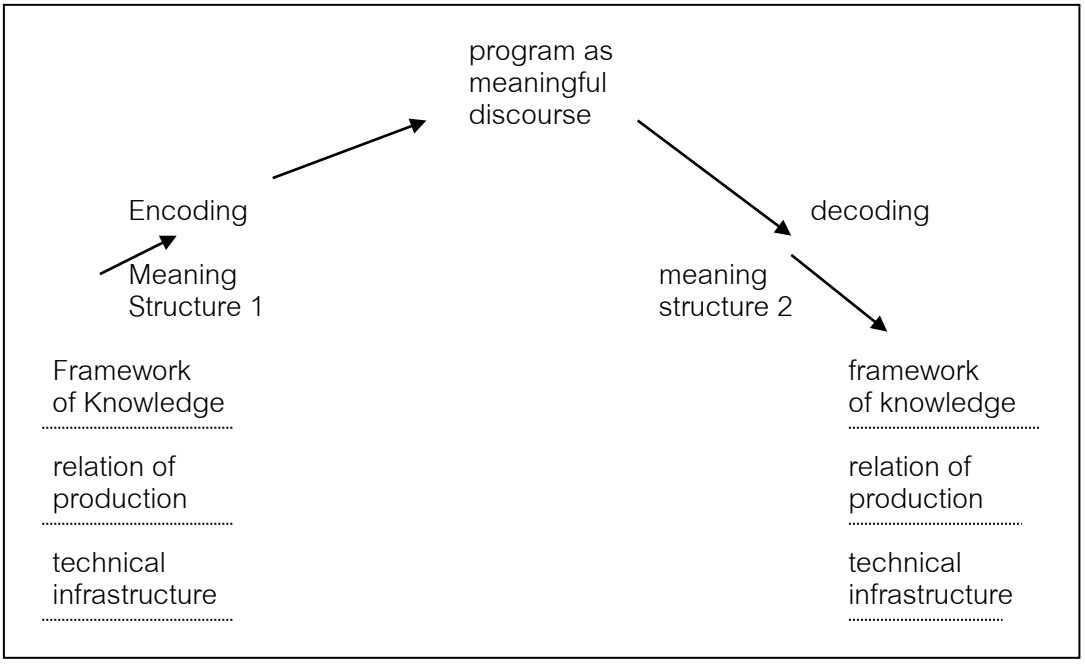
(6.1) ตัวบท/บริบท (Text/Context)

จากหลักการทั่วไปของสัญญะวิทยา (Semiotics/Semiology) ที่ Saussure ได้วางเอาไว้ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น หัวใจสำคัญของสัญญะวิทยาก็คือ การวิเคราะห์ว่าความหมายนั้นถูกสร้าง

ถูกแพร่กระจาย และถูกบริโภคได้อย่างไร ในการตอบคำถามนี้ S. Hall (1999) ได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวให้ชัดเจนอย่างมากในเรื่อง "Encoding/Decoding" เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ตัวบทและบริบทต่าง ๆ

(6.1.1) ขั้นตอนของการสร้างความหมาย

โดยพื้นฐานแล้ว Hall ปฏิเสธแนวคิดด้านการสื่อสารที่ว่า "การสื่อสารคือกระบวนการที่ผู้ส่งเป็นคนสร้างความหมายลงไปในสาร แล้วก็ส่งผ่านความหมายนั้นผ่านสื่อไปยังผู้รับซึ่งจะทำการถอดความหมายนั้นออกมา" (แบบจำลองการสื่อสารนี้เรียกว่า Transmission Model) ซึ่งเปรียบเทียบเสมือนว่า ความหมายนั้นถูกสร้างในระดับผู้ส่งแล้วก็ห่อส่งให้ผู้รับซึ่งจะแกะห่อออกมา Hall กลับเสนอว่า การกระจายความหมายนั้นมีอยู่ 3 ช่วงตอน และแต่ละช่วงตอนล้วนมีลักษณะของตนเอง ดังภาพ



(i) **ช่วงตอนแรกเป็นขั้นตอนเตรียมการเพื่อการผลิตสื่อ** ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ผลิตมักจะคิดว่า ตนเองไปหยิบเอา "วัตถุดิบทั้งหมดที่มี" มานำเสนอ แต่อันที่จริงแล้ว ผู้ผลิตได้ "คัดเลือก" เอาวัตถุดิบบางอย่างเท่านั้นมานำเสนอ ในการคัดเลือกนี้จะถูกกำหนดจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง (ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นอุดมการณ์หลักของสังคม เพราะกลไกทางอุดมการณ์ของ

สังคมจะคัดเลือกผู้ผลิตที่มีอุดมการณ์สอดคล้องกับสังคมเข้าไปทำงานในระบบ) ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคัดเลือกจะมีหลายอย่าง นับตั้งแต่ความรู้และความเข้าใจเรื่องโลกของผู้ผลิต ความรู้ในการผลิต เทคนิคในการผลิต อุดมการณ์วิชาชีพที่ถูกปลูกฝัง ข้อกำหนดจากสถาบัน (เช่น นโยบายของสถานี) ความคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร เป็นต้น ปัจจัยทั้งหมดนี้จะมาทำงานตามหลักแนวคิดของสำนักปรากฏการณ์นิยมในเรื่อง "การนิยามสถานการณ์" (definition of situation) ซึ่งให้แนวทางแก่ผู้ผลิตว่าจะ "ใส่รหัส" ต่อวัตถุดิบที่มีอย่างไร (ตัวอย่างในทางปฏิบัติก็เช่น การเลือกภาพที่ถ่ายมาจากหลาย ๆ กล้องเพื่อจะแพร่ภาพออกไปของโทรทัศน์ จะดำเนินการโดยพิจารณาปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานั้น และเมื่อตัดสินใจเลือก "ภาพ ๆ หนึ่ง" ออกมาได้ ผู้คัดเลือกภาพก็ได้ใส่รหัสแล้วว่า ในภาพนั้นเมื่อดูแล้วจะให้ความหมายอะไรบ้าง) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการใส่รหัส (Encoding)

(ii) **ช่วงที่สอง เป็นขั้นลงมือทำการผลิต** ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลง "ความเป็นจริง" ที่เป็นโลก 3 มิติอันมีโครงสร้างและกรอบของตนเอง มีความหมายอันหลากหลาย (Polysemy) ให้แปรรูปมาอยู่ในสื่อแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ สื่อเสียงเช่นวิทยุ หรือสื่อเสียงและภาพเช่นโทรทัศน์ แต่ทว่าสื่อทั้งหมดนี้ล้วนเป็นโลก 2 มิติที่ความเป็นจริงในโลก 3 มิติไม่อาจบรรจุเข้ามาหมดได้ ฉะนั้น ความเป็นจริงนั้นก็ต้อง "ถูกผลิต" (produced) ออกมาในรูปแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น รายการสาธิตการทำอาหารในห้องส่งโทรทัศน์ ซึ่งเป็น "โลกแห่งความเป็นจริง" อันประกอบด้วยอายตนะทั้ง 5 คือ ภาพ เสียง รส กลิ่น สัมผัส แต่ทว่าเมื่อส่งผ่านภาพดังกล่าวไปยังจอโทรทัศน์ทางบ้าน ก็จะลดเหลือเพียง 2 อายตนะเท่านั้น คือ ภาพและเสียง ส่วนอีก 3 อายตนะนั้น ฝ่ายผู้ผลิตจะต้อง "operation" ให้มาอยู่ใน "ภาพและเสียง" เช่น ใช้การบรรยายว่า "มีกลิ่นหอมน่ารับประทานอย่างไร เนื้อนุ่มขนาดไหน" เป็นต้น ขั้นตอนนี้ก็เป็นขั้นการใส่รหัสอีกเช่นกัน

(iii) **ช่วงที่สาม เป็นขั้นการถอดรหัส** (Decoding) จาก 2 ขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า สิ่งที่ผู้ชมได้รับรู้นั้นไม่ใช่ "วัตถุดิบที่เป็นเหตุการณ์จริง" หากแต่เป็น "วัตถุดิบที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว" ซึ่งมีความหมายของผู้ผลิตบรรจุใส่มาด้วย อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนของการถอดรหัสนั้น ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า Hall เชื่อว่า ขั้นตอนนี้เป็นอิสระจาก 2 ขั้นตอนแรก โดยเขากล่าวว่า ความหมายและเนื้อหาสารนั้นไม่เคยถูก "ถ่ายทอด" หากแต่มี "การผลิตอยู่ตลอดเวลา"

ปฏิกริยาของผู้รับสารในขั้นตอนของการถอดรหัสจะมีอยู่ 2 แบบ

(ก) ถ้าผู้รับสารสามารถสร้างความหมายจากเนื้อหาสารได้ (พูดภาษาชาวบ้านก็คือ "ดูรู้เรื่อง") ก็จะบริโภคและให้ความหมายกับสารนั้น แต่ทว่าหากนำเอาความหมาย

นั้นไปใช้ในชีวิตประจำวันแล้วไม่ได้ผล ความหมายนั้นก็จะ "ไม่มีผล" (no effect) หรือ "ไม่มีความหมาย" สำหรับผู้รับสาร (เช่น การโฆษณาสินค้าต่างๆ)

(ข) อีกปฏิกริยาหนึ่งก็คือ เนื้อหาข่าวสารนั้นไม่สามารถสร้างความหมายใด ๆ ได้เลยแก่ผู้รับสาร (พูดภาษาชาวบ้านก็คือ "ดูไม่รู้เรื่อง") ตัวอย่าง โฆษณาโอเดอโคโลญของวัยรุ่นที่มีการขอเบอร์เพจเจอร์แลกกับผ้าเช็ดหน้าที่ทำตกเอาไว้ ซึ่งคนรุ่นย่ายายดูแล้วไม่สื่อความหมายใด ๆ เลย ในขั้นตอนนี้ก็จะเกิดแต่ "การเปิดรับ" (exposure) แต่ไม่มี "การบริโภค" (consumption)

จากขั้นตอนทั้ง 3 ที่กล่าวมานี้ แสดงให้เห็นว่าจุดยืนของ S. Hall นั้นได้ให้ความสำคัญระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะของ "ผู้สร้างความหมาย" (Meaning generator) อย่างเท่าเทียมกัน เนื่องจากความหมายมิได้ถูกสร้างไปในขั้นตอนของผู้ผลิตเท่านั้น หากแต่ได้ถูกสร้างในขั้นตอนของผู้รับสารด้วย กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารนั้น ความหมายจะถูกสร้างขึ้น 2 ครั้ง ครั้งแรกในช่วงผู้ผลิต และครั้งที่สองในช่วงผู้รับสาร โดยที่ในแต่ละช่วงจังหวะทั้ง 3 ที่กล่าวมานั้น ล้วนมีกฎเกณฑ์ของตัวเอง

(6.1.2) **รหัสของแต่ละขั้นตอน** (Coding)

(i) **ในขั้นตอนของการผลิต**/การใส่รหัสนั้นจะมีรหัสหลายประเภทที่ทำงานประสานกัน เช่น Dominant code (รหัสของอุดมการณ์หลัก เช่น โทรทัศน์ต้องไม่สร้างความแตกแยกในสังคม) Professional code (รหัสของวิชาชีพ) ซึ่งหากพิจารณาโดยผิวเผินแล้ว รหัสของวิชาชีพนี้มักจะมีเนื้อหาที่เป็นอิสระจาก Dominant code เช่น นักข่าวต้องเป็นกลาง ละครต้องสนุก (สามารถเอาชนชั้นสูงมาล้อเลียนได้) โฆษณาต้องมุ่งหวังการขายสินค้า (แม้จะต้องเอาผู้ว่าราชการจังหวัดมาล้อเล่น) Technical-practical code (รหัสทางเทคนิค) เช่น มุมกล้อง การถ่ายภาพในระยะต่างๆ วิธีการตัดต่อแบบต่าง ๆ ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะมีรหัสกี่แบบก็ตาม รหัสย่อย ๆ ทั้งหมดนั้นก็ต้องอยู่ภายในกรอบใหญ่ของ Dominant code หากว่าต้องการทำงานอยู่ต่อไปในวัฒนธรรมหลัก (Dominant culture) ผู้ผลิตที่ฝ่าฝืน Dominant code โดยยึดรหัสย่อยเป็นหลักมักจะถูกขจัดออกมาจากกลไกด้านอุดมการณ์นี้ ตัวอย่างที่พบเห็นอยู่เสมอคือการโยกย้ายหรือปลดเจ้าหน้าที่ที่พยายามทำตามรหัสวิชาชีพ แต่ละเมิดรหัสของอุดมการณ์หลัก

(ii) **ในขั้นตอนของการถอดรหัส/การรับสาร** จากแนวคิดที่ว่าในตัวเนื้อหาสารเองก็บรรจุความหมายที่หลากหลาย (polysemy) ประสานกับแนวคิดเรื่องความเป็นอิสระของผู้รับสาร ทำให้ Hall เสนอว่า แบบแผนของการถอดรหัสนั้นจะมีได้ 3 รูปแบบคือ

- Preferred code เป็นการถอดรหัสตามรหัสที่ผู้ผลิตสอดใส่มาให้ เช่น ใน

การรายงานข่าวว่า การหยุดงานประท้วงเรียกร้องเพิ่มค่าจ้างนั้น จะทำให้เกิดเงินเฟ้อ ผู้รับสารก็จะคิดตามนั้น

- Negotiated code เป็นการถอดรหัสโดยผสมผสานระหว่าง Preferred code กับการนำเอารหัสที่ต่อต้านหรือปรับเปลี่ยนมาผสมด้วย การถอดรหัสแบบนี้จะทำงานผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น สร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาเอง สร้างข้อยกเว้น เช่น แม้ว่าการประท้วงเรียกร้องค่าจ้างเพิ่มจะทำให้เกิดเงินเฟ้อ (Preferred code) **แต่เรา**ก็มีสิทธิที่จะทำตามกฎหมาย (สร้างกฎเกณฑ์มาต่อรอง)

- Oppositional code เป็นการถอดรหัสที่ผู้รับสารรู้ว่า Preferred code คืออะไร แต่ก็คัดค้านไม่เห็นด้วย เช่น ตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น กลุ่มผู้รับสารใช้รหัส oppositional code จะตีความว่า "เราต้องแยกระหว่างผลประโยชน์ของชาติกับผลประโยชน์ทางชนชั้นออกจากกัน" “เงินเฟ้อเกิดขึ้นอยู่เสมอ แม้จะไม่มีการเพิ่มค่าจ้างก็ตาม"

(6.1.3) **ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท-บริบท-วาทกรรม**

ตามหลักของสัญญะวิทยาที่ว่า ในการวิเคราะห์ "ตัวบท" (text) หนึ่ง ๆ จำเป็นต้องดู**ความสัมพันธ์ระหว่าง**สัญญะย่อย ๆ ในตัวบทนั้น จึงจะเข้าใจความหมายทั้งหมด นอกจากนั้นจุดยืนของสำนักเบอร์มิงแฮมยังเสนอว่า จะดูแต่ความสัมพันธ์ใน "ตัวบท" เท่านั้นก็ยังไม่พอเพียง หากทว่าจะต้องดูความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "บริบททางสังคม" ที่ผลิตตัวบทนั้นอีกด้วย

ตัวอย่างเช่นในการวิเคราะห์ชิ้นงานโฆษณานมเปรี้ยว (โยเกิร์ต) ยี่ห้อหนึ่ง (ดูใน Turner, 1990) ในหลาย ๆ สปอตที่อยู่ในชุดเดียวกัน จะเป็นภาพของหนุ่มหรือสาวที่กำลังเล่นกีฬาแบบต่าง ๆ เช่น เล่นสกี เล่นเรือใบ เล่นวินเซิร์ฟ เล่นเครื่องร่อน ฯลฯ เมื่อวิเคราะห์สัญญะย่อย ๆ ในตัวบทเหล่านี้จะพบว่ามีอยู่ 4 แบบแผนคือ

- คนหนุ่มสาวผิวคล้ำเพราะตากแดด (สำหรับฝรั่งตะวันตกแล้วเป็นผิวที่พึงปรารถนา)
- สิ่งแวดล้อมแบบธรรมชาติ
- มีน้ำ พระอาทิตย์ อากาศบริสุทธิ์ ลมพัด
- มีฉากเป็น outdoor ทั้งหมด

สัญญะย่อย ๆ ทั้ง 4 นี้เมื่อนำมาสัมพันธ์รวมกันทั้งหมดแล้ว จะนำไปสู่ความหมายที่ว่า นี่คือ "รูปแบบ life style ที่เฉพาะตัวมากของคนกลุ่มหนึ่ง" คนกลุ่มนี้คือบรรดาคนรุ่นใหม่ที่จะเป็นคนรุ่นที่กินนมเปรี้ยว

หลังจากที่วิเคราะห์ตัวบทดังกล่าวแล้ว เราก็ต้องถอยออกมาดูบริบทความเป็นจริงของสังคม ในสังคมมีคนรุ่นใหม่กลุ่มดังกล่าวอยู่อย่างแท้จริง คนกลุ่มนี้เลือกเส้นทางชีวิตที่แตกต่างไปจากคนรุ่นก่อนที่ผละหนีจากธรรมชาติ มองเป็นว่าการอยู่กับธรรมชาติเป็นเรื่องลำบาก ชอบความสะดวกสบาย มีความสุขกับการรับประทานอาหาร แต่ทว่าวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่นั้นจะถูกสร้าง "Myth today" (ตามคำศัพท์ของ Barthes) ที่ผูกพันอยู่ 3 ประการคือ ความเป็นหนุ่มสาว/สุขภาพอนามัย/ธรรมชาติ ดังนั้น **ความสัมพันธ์**ระหว่างชิ้นงานโฆษณา (ตัวบท) กับวิถีชีวิตที่เป็นจริงของคนรุ่นใหม่ (บริบท) จึงมีอยู่ใน 2 ด้าน ด้านแรก นมเปรี้ยวได้นำเสนอสถานภาพของตนเองให้มีความหมายในฐานะ "อาหารของคนรุ่นใหม่" ในอีกด้านหนึ่ง ตัวบทดังกล่าวนั้นก็ช่วยหล่อเลี้ยง Myth today ของคนรุ่นใหม่ให้ธำรงอยู่ตลอดไป

สำหรับแนวคิดเรื่อง "วาทกรรม" (discourse) นั้น สำนักเบอร์มิงแฮมให้คำนิยามว่า "วาทกรรม" เป็นชุดของความคิดหรือชุดของวิธีการคิดที่ถูกผลิตขึ้นมาจากคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยอาจบรรจุอยู่ในตัวบทที่สร้างมาโดยปัจเจกคนใดคนหนึ่ง แต่ทว่าวาทกรรมนั้นเป็นตัวแทนของชุดความคิด/วิธีคิดของคนกลุ่มส่วนใหญ่ในกลุ่มนั้น ๆ เช่น บทละครโทรทัศน์ที่เขียนโดยนักเขียนบทเพียงคนเดียว แต่ทว่าเป็นตัวแทนความคิด/วิธีคิดของชนชั้นกลางทั้งหมด

Richard Dyer (1986) ได้แสดงการวิเคราะห์วาทกรรมเกี่ยวกับ มาริลีน มอนโร ที่แสดงออกในตัวบททั้งที่เป็นรูปถ่าย ข้อเขียน บทสัมภาษณ์ ฯลฯ ชุดความคิดหรือวิธีที่อยู่เบื้องหลังวาทกรรมที่เกี่ยวกับมาริลีน มอนโร นั้น เป็นวาทกรรมที่เกี่ยวกับเพศธรรม (discourse of sexualities) อันเป็นรอยต่อระหว่างความคิด/วิธีคิดแบบเก่า กับความคิดและวิธีคิดแบบใหม่ในช่วงทศวรรษ 1950 แต่เดิมนั้น อิทธิพลจากศาสนาทำให้ความคิด/วิธีคิดเกี่ยวกับเพศเป็นไปในทางลบเป็นส่วนใหญ่ เช่น เพศเป็นต้นกำเนิดของบาป เป็นที่มาของความรู้สึกผิด เป็นต้นตอของความชั่วร้ายอื่น ๆ ที่จะตามมา ฯลฯ แต่ทว่าวาทกรรมใหม่ที่แสดงออกผ่านมาริลีน มอนโร (เป็นสัญลักษณ์ทางเพศ - Sex Bomb) ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร Playboy ได้ให้ความคิดและวิธีคิดแบบใหม่ว่า เพศเป็นศูนย์กลางชีวิตของคน (อ้างจากทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ Freud) เป็นการแสดงออกเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่ดี ("สัปดนวันละนิด จิตแจ่มใส") เป็นเรื่องที่ไม่มีความผิดบาปใด ๆ ทั้งสิ้น เป็นแหล่งรื่นรมย์ของชีวิต ฯลฯ

(6.2) การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

ต่อเนื่องจากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นเรื่องการให้ความสนใจกับผู้รับสารในเรื่องการสร้างความหมายแก่ตัวบท สำนักเบอร์มิงแฮมได้วิจารณ์แนวทางการวิจัยด้านการสื่อสารที่เป็นกระแส

หลักในสหรัฐนับตั้งแต่ปีค.ศ.1940 เป็นต้นมาดังนี้คือ

● แนวทาง Impact/Effect Study นั้น มองว่าผู้รับสารนั้นเปิดรับสารอย่าง passive และต้องรองรับความหมายจากผู้ส่ง แต่สำหรับสำนักเบอร์มิงแฮมแล้ว แม้จะเชื่อว่าผู้รับสารถูกกำหนดวิธีคิดจากสังคมในระดับหนึ่ง แต่ไม่เชื่อว่าการเปิดรับสารนั้นจะเป็นไปอย่าง passive

● วิธีมอง "ผู้รับสาร" นั้นมักจะมองอย่างเป็น "mass" (มวลชน) คือมีลักษณะคล้าย ๆ กัน รับผลกระทบเหมือน ๆ กัน แต่สำนักเบอร์มิงแฮมเห็นว่า ผู้ชมมีประสบการณ์ภูมิหลังชีวิตที่แตกต่างกัน และในการตีความหมายตัวบทจากสื่อนั้น ผู้รับสารก็ได้นำเอา "ประสบการณ์ชีวิตของตนเอง" ที่เรียกว่า "Extra-textual determinants" เข้ามาเป็นปัจจัยในการตีความด้วย

● สำหรับแนวทาง "การวิเคราะห์เนื้อหา" (Context Analysis) นั้นก็แยก "ตัวบท" ออกมา "ชีวิตความเป็นจริงของคนดูเลย" ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากปรัชญาแบบ democratic pluralism ของอเมริกันที่เชื่อว่า คนทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกัน และสังคมเปิดโอกาสให้คนทุกคนอย่างหลากหลายจึงทำให้ลืมเลือนไปว่า อันที่จริง ความไม่เท่าเทียมนั้นดำรงอยู่ในความเป็นจริง และความไม่เท่าเทียมในชีวิตนั้นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการใช้สื่อ

● โดยส่วนใหญ่แล้ว นักวิชาการสหรัฐได้มองข้ามและลืมเลือนข้อเท็จจริงที่ว่าหน้าที่ของสื่อเช่นโทรทัศน์นั้นได้ทำหน้าที่เป็นเวทีต่อสู้ทางอุดมการณ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมที่มีผลประโยชน์แตกต่างและขัดแย้งกันอันเนื่องมาจากหลายปัจจัย สิ่งที่นักวิชาการสหรัฐหลงลืมไปนี้เป็นสิ่งที่ท่องจำอย่างขึ้นใจของสำนักเบอร์มิงแฮม

เนื่องจากการเห็นความสำคัญของผู้รับสารทำให้นักวิชาการของสำนักเบอร์มิงแฮมทำวิจัยที่ต้องมีผู้รับสารเป็นส่วนหนึ่งอยู่เสมอ ในที่นี้จะนำเสนอตัวอย่างงานวิจัยผู้รับสาร 3 ชิ้นที่ได้ข้อค้นพบในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

(6.2.1) D. Morley ศึกษารายการ TV. Magazine "Nationwide" - ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับภูมิหลังของผู้รับสาร

(6.2.2) D. Hobson ศึกษาละครโทรทัศน์ "Crossroads" - ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับชีวิตประจำวันของผู้รับสาร

(6.2.3) Ien Ang ศึกษาละครโทรทัศน์ "Dallas" การค้นพบเรื่อง "ความรื่นรมย์" (pleasure) ของผู้รับสาร

(6.2.1) D. Morley กับการศึกษา Nationwide (1980)

งานศึกษาชิ้นนี้เป็นงานวิจัยผู้รับสารและตัวบทชิ้นแรก ๆ ของสำนักเบอร์มิงแฮม ที่มี D. Morley เป็นผู้ดำเนินโครงการ เป้าหมายของ Morley คือต้องการดูความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัว

บท" กับ "ผู้รับสาร" ทั้งในแง่ที่ว่า การตีความตัวบทนั้นจะเป็นอย่างไร และในอีกทางหนึ่ง ตัวบทนั้นสามารถสร้าง "สามัญสำนึก" เรื่องเกี่ยวกับโลกให้แก่ผู้รับสารได้อย่างไร

ในส่วนที่เกี่ยวกับ "ตัวบท" นั้น เนื่องจากตัวบทแต่ละ**ประเภท** (genre, program) จะมีความหมายที่แตกต่างกันอยู่แล้ว และเป็นตัวกำหนดวาทกรรมที่จะนำมาใช้ เช่น รายการข่าว รายการสนทนา (talk) รายการละคร สปอตโฆษณา ฯลฯ สำหรับรายการที่ Morley นำมาศึกษานั้น **"Nationwide"** เป็นรายการนิตยสารทางโทรทัศน์ (TV. Magazine) ที่แพร่ภาพตอนเย็น ทางสถานีโทรทัศน์ BBC ช่อง 1 รูปแบบของรายการนั้นจะคล้ายกับรายการนิตยสารช่วงเวลาเช้าของโทรทัศน์สหรัฐหรือออสเตรเลีย (อาจจะคล้าย ๆ กับรายการบ้านเลขที่ 5 ของไทย)

สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสาร Morley ตั้งสมมติฐานว่า คนที่รวมกลุ่มกันด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น อาชีพ ภูมิลำเนา เชื้อชาติ โครงสร้างครอบครัว ระดับการศึกษา ฯลฯ น่าจะมีแบบแผนการตีความตัวบทคล้ายคลึงกัน (shared orientation) ดังนั้น เขาจึงเลือกวิธีการวิจัยด้วยการคัดเลือกกลุ่มคนดู 26 กลุ่ม ที่แบ่งตามเกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น เช่น นักเรียน เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัย ผู้จัดการธนาคาร คนงาน เด็กฝึกงาน ฯลฯ แล้วทำการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม (Focus group interview) ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ Nationwide โดยเปิดตัวอย่างรายการให้ชม แล้วซักถามความคิดเห็น โดย Morley จะใช้หน่วยวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม อย่างไรก็ตาม เขาก็ได้พบผลการวิจัยว่า นอกจากจะมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มแล้ว แม้แต่ภายในกลุ่มเดียวกัน ก็ยังมีความแตกต่างกันด้วย

ผลการวิจัยที่ Morley ค้นพบนั้น ปรากฏว่าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างเกณฑ์คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยคาดหมายเอาไว้กับวิธีการตีความตัวบท แต่ทว่า Morley กลับค้นพบตัวแปรที่ไม่ได้ตั้งใจศึกษาในตอนแรกคือ เกณฑ์เรื่องเพศ (ซึ่งเขาได้นำมาใช้เป็นตัวแปรสำคัญในงานวิจัยชิ้นต่อ ๆ มา) อย่างไรก็ตาม สมมติฐานที่ว่า วิธีการตีความของผู้รับสารจะมีได้อย่างหลากหลาย (polysemy) นั้นได้รับการยืนยันอย่างแน่นอน

ข้ออ่อนของการออกแบบการวิจัยของ Morley นั้นมีอยู่ 2 ประการ

- การนำเอารายการโทรทัศน์มาให้ดูเป็นกลุ่มแล้วสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มนั้น ทำให้ผลที่ได้แตกต่างไปจากการดูที่เป็นจริงในชีวิตประจำวันที่ผู้รับสารตีความตามลำพังคนเดียว
- การแยกรายการ Nationwide ออกมาดูเป็นการเฉพาะ ก็เป็นการชมที่ผิดไปจากสภาพความเป็นจริงเช่นกัน เพราะผู้ชมจะดูรายการ Nationwide (หรือบางคนอาจจะไม่เคยดูเลย) ในท่ามกลางรายการอื่น ๆ ที่มีมาก่อนและหลังรายการนี้

ข้ออ่อนทั้งสองประการนี้เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของพฤติกรรมการชมโทรทัศน์

(Viewing behavior)

6.2.2 D. Hobson กับ การศึกษา "Crossroads" (1982)

Dorothy Hobson ผู้วิจัยละครโทรทัศน์เรื่อง "Crossroads" นี้ได้มีประสบการณ์การวิจัยผู้รับสารมาก่อนแล้วในการศึกษากลุ่มแม่บ้านที่ฟังวิทยุ ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น สำหรับตัวบทที่หยิบมาศึกษาคือละครโทรทัศน์เรื่อง Crossroads นี้เป็นละครโทรทัศน์ที่แพร่ภาพตอนเย็นในช่องของสถานีการค้าของอังกฤษ (ITV) เนื้อหาในเรื่องเกิดในแถบ Midlands ของอังกฤษ จึงดูมีกลิ่นอายของความเป็นท้องถิ่น

อันที่จริง เป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้วางน้ำหนักอยู่ที่การศึกษาผู้รับสารเพียงแง่มุมเดียว หากทว่า ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาความเชื่อมโยงที่ทุกหน่วยของการศึกษาสื่อสารแบบสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันตั้งแต่ระดับผู้สร้างละคร ผู้จัดวางผังรายการ ตัวแสดงตัวรายการที่แพร่ภาพ ตลอดจนถึงขั้นตอนของคนดู กล่าวคือ ต้องการจะเข้าใจกระบวนการทำงานของ "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม" (culture Industry) ที่เชื่อมโยงกันในทุกขั้นตอน และวิธีการวิจัยนั้นก็ใช้วิธีการที่เรียกว่า ชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography)" (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) คือการเข้าไปร่วมสังเกตกระบวนการทำงานจริง ๆ เช่น ในการศึกษาฝ่ายผู้ส่ง Hobson ได้เข้าร่วมสังเกตการประชุมของผู้สร้างละคร อัดเทปการถ่ายทำ พูดคุยกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายผู้ส่ง เพื่อให้เข้าใจทั้งธรรมชาติและผลของการผลิต/การจัดวางผังรายการ/ความสั้นยาวของรายการ/ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

สำหรับในส่วนของการศึกษาผู้รับสารนั้น Hobson ได้แก้ไขจุดอ่อนงานวิจัยของ Morley ในเรื่องสภาพความเป็นจริงของการดูโทรทัศน์ด้วยการเข้าไปนั่งร่วมดูกับผู้ชมในบ้านของกลุ่มตัวอย่างเลย และหลังจากชมรายการจบแล้ว ก็สัมภาษณ์พูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อจะตรวจสอบว่า ผู้ชมได้ถอดรหัสตามแบบที่ผู้ผลิตรายการได้ใส่รหัสเอาไว้หรือไม่ อย่างไร

ผลการวิจัยที่ Hobson ได้ค้นพบมีข้อที่น่าสนใจ ดังนี้

- ในขณะที่ผู้วิจัยต้องการจะซักถามความคิดเห็นละครโทรทัศน์เรื่องนี้ โดยเลือกหยิบเอาเหตุการณ์เฉพาะ ๆ ขึ้นมาเป็นตัวอย่าง แต่ทว่าผู้ชมมักจะตอบโดยพูดถึง "รายการละครทั้งเรื่องโดยรวมๆ"
- ผู้วิจัยได้ค้นพบความสำคัญของ "บริบทของการชม" เช่น การนั่งชมร่วมกับแม่และลูกที่แม่ออกไปทำงานนอกบ้านทั้งวันนั้น ให้ผลที่แตกต่างระหว่างการนั่งชมกับแม่หม้ายอายุ 72 ปีที่ช่วงเวลาชีวิตทั้งวันผูกพันอยู่กับโทรทัศน์
- ผู้วิจัยกล่าวยืนยันว่า ความเชื่อหรือคำกล่าวที่ว่า "ละครโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่

สร้างการหลบหนีทางจิตใจ (escapist) หรือเป็นการสร้างภาพเพ้อฝันลวงตา (fantasy) ไปวัน ๆ ให้แก่ผู้ชมนั้น" เป็นการกล่าวที่ง่ายจนหยาบเกินไป (too simplistic) เพราะอันที่จริงแล้ว ละครโทรทัศน์นั้นไม่ได้อยู่ "นอก" ชีวิตประจำวันของคนดูเลย หากแต่ได้ถูกผนวกรวมเข้าไปอยู่ "ใน" ส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้ชม Hobson ยกตัวอย่างว่า เมื่อผู้วิจัยนั่งรถไฟไปและพบผู้โดยสารสตรีสูงอายุ 4 ท่านนั่งคุยกัน เรื่องราวที่คุยกันส่วนใหญ่เป็นเรื่องข่าวคราวของลูกหลานและคนใกล้ชิด และในระหว่างนั้นก็สลับฉากมาพูดคุยเรื่องชะตากรรมของตัวละครใน Coronation Street ราวกับตัวละครดังกล่าวเป็นชีวิตผู้คนจริง ๆ และเป็นประหนึ่งเครือญาติของตนเอง ผู้วิจัยตีความปรากฏการณ์นี้ว่า ทั้ง ๆ ที่ผู้ชมรู้อยู่แล้วว่า เรื่องราวในละครโทรทัศน์นั้นเป็นเพียงเรื่องที่แต่งขึ้นมา แต่ผู้ชมก็มีวิธีการนำเอา**เรื่องแต่ง**ดังกล่าวมาผนวกใช้ใน**ชีวิตจริง**ของตน

ข้อค้นพบดังกล่าวนำมาสู่ข้อสรุปเกี่ยวกับ "การใช้เรื่องราวในโลกแห่งจินตนาการ" มาบรรจุอยู่ใน "โลกแห่งชีวิตจริง" ในกรณีของผู้สูงอายุนี้ เหตุการณ์ดังกล่าวได้แสดงว่า ในโลกแห่งชีวิตจริงนั้น ต้องมี "อะไรบางอย่าง" ในชีวิตที่สังคมไม่อาจจัดหามาตอบสนองความต้องการให้คนเหล่านี้ได้ (เช่น ความผูกพันจากลูกหลาน) และทำให้คนเหล่านี้หาทางเอาชีวิตให้อยู่รอดอย่างมีความสุขด้วยการใช้ "ละครโทรทัศน์" มาทดแทน (สร้างความผูกพันขึ้นมากับตัวละคร) และนี่เป็นความผิดของ**ผู้สูงอายุ**เหล่านี้ หรือเป็นความผิดของ**สังคม**

แนวคิดดังกล่าวคล้ายคลึงกับข้อวิจารณ์ที่ Marx เคยมีต่อคำสอนทางศาสนา ซึ่ง Marx กล่าวว่า

> *"สังคมที่เป็นอยู่ได้สร้าง**ความเจ็บปวด**ให้แก่ผู้คน และเพื่อความอยู่รอด ผู้คนจึงได้หันเข้าหาศาสนาที่ทำหน้าที่เป็นประดุจ**ยาฝิ่น**ที่ช่วยบรรเทาความเจ็บปวดนั้น ปัญหาที่แท้จริงจึงมิได้อยู่ที่**ยาฝิ่น** หากแต่อยู่ที่**ความเจ็บปวด**ต่างหาก"*

เราอาจอุปมาอุปมัยได้ว่า สำหรับคนสูงอายุในระบบสังคมปัจจุบัน (หรือบรรดาแม่ยกในสังคมไทย) ก็คงจะใช้ละครโทรทัศน์ (ที่ดูทันสมัยกว่าคำสอนศาสนา) เป็นยาฝิ่นระงับความเจ็บปวดเช่นเดียวกัน และเราอาจต้องตั้งคำถามแบบเดียวกับ Marx ว่า "ยาฝิ่น" หรือ "ความเจ็บปวด" กันแน่ที่เป็นตัวปัญหาที่แท้จริง

เราอาจจะอ่านงานวิจัยของ Hobson ได้ละเอียดมากยิ่งขึ้น หากได้ย้อนกลับไปทบทวนแนวคิดเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ Michal de Certeau (1984) ในหนังสือชื่อ The Practice of Everyday Life Certeau กล่าวว่า ในสังคมปัจจุบัน ขณะที่คนเล็กๆ ชั้นล่างของสังคมไม่สามารถจะควบคุม**กระบวนการผลิต**วัฒนธรรมได้ แต่อย่างน้อยพวกเขาก็สามารถจะ

ควบคุม**กระบวนการบริโภค**ได้ และพวกเขาจะทำการต่อต้าน ดัดแปลง สร้างสรรค์ผลผลิตทางวัฒนธรรมในขั้นตอนของการบริโภคนี้เอง กลยุทธ์หลักของพวกเขาก็คือ "**เปิดรับ**มาซะก่อน (make do) แล้วค่อย**ดัดแปลง**ทีหลัง (make over)" ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็น "ชัยชนะของผู้อ่อนแอที่มีเหนือผู้แข็งแรง" (มีสำนวนทางภาคเหนือของไทยที่คล้ายคลึงกับกลยุทธ์ดังกล่าวคือ "เข้าศอก ออกวา") กลยุทธ์การต่อต้านนั้นมีปรากฏอยู่ในปฏิบัติการทุกอย่างที่อยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การอ่านหนังสือ การเดินซื้อของ การทำอาหาร การเช่าห้องพัก ซึ่ง Certeau ให้รายละเอียดในกรณีสุดท้ายนี้ว่า ทั้งๆ ที่ผู้เช่าไม่ได้เป็นเจ้าของห้องพัก แต่ในช่วงระยะเวลาที่เขาจ่าย**ค่าเช่า** ผู้เช่าก็สามารถจะทำอะไรก็ได้กับห้องพัก ไม่ว่าจะเป็นการทาสี ย้ายเฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ ดังนั้นปฏิบัติการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น window shopping (เดินดูของหน้าร้านโดยไม่ซื้อ) การซุบซิบนินทา การแอบหนีไปเข้าห้องน้ำนาน ๆ ของคนงาน การยักยอกเอาของที่ทำงานไปใช้ที่บ้าน แม้แต่การที่นักเรียนพยายามดัดแปลงเครื่องแบบ (เช่น ความสั้นยาว แต่งผม หรือตกแต่งส่วนอื่น ๆ ที่ไม่ถูกควบคุม) ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้มิได้ดำเนินไปอย่างไร้ความหมาย แต่ในทัศนะของ Certeau นี่คือปฏิบัติการต่อต้านอำนาจของสังคมที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน เป็นกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของผู้คนในสังคมที่เต็มไปด้วยอำนาจทุกหนทุกแห่ง (strategy of survival)

จากแนวคิดเรื่อง "การต่อต้านในชีวิตประจำวัน" ดังกล่าวของ Certeau สามารถจะเชื่อมโยงมาถึงเรื่อง "ความรื่นรมย์" (pleasure) ที่มีอยู่ในละครโทรทัศน์ เป็นที่น่าสังเกตว่าในสังคมทุนนิยมที่เน้นเรื่อง "การใช้เหตุใช้ผล" และ "การทำงานอย่างหนัก" นั้น มิติด้านอารมณ์และการเล่นสนุกสนานมักจะถูกมองไปในทางลบ ดังนั้น ความรื่นรมย์สนุกสนานที่เป็นหัวใจของละครโทรทัศน์จึงมักถูกเปรียบเทียบว่า เป็นเสมือน "น้ำตาลที่เคลือบยาพิษ" อยู่ข้างใน (แม้แต่กลุ่มมาร์กซิสต์ก็มองว่า ความรื่นรมย์นั้นเป็นตัวนำให้ชนชั้นคนงานตกเป็นทาสของอุดมการณ์ของชนชั้นนายทุน) แต่ทว่านักคิดกลุ่มอุดมการณ์ต่อต้านเช่น Certeau หรือ Bakhtin กลับเห็นว่า ความรื่นรมย์ที่มีในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น งานคาร์นิวัลนั้นเป็นแหล่งที่อยู่ของอุดมการณ์ต่อต้านที่สำคัญทีเดียว (ดูรายละเอียดในหัวข้อ “สื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน”)

6.2.3 I. Ang กับการศึกษาละครโทรทัศน์เรื่อง Dallas (1985)

ในช่วงทศวรรษ 1980 ปรากฏการณ์ของละครโทรทัศน์เรื่อง Dallas กลายเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากละครโทรทัศน์ชุดนี้ได้แพร่ภาพไปเกือบทั่วโลก และได้รับความนิยมอย่างมากจนถือได้ว่าเป็นความสำเร็จแบบข้ามชาติข้ามวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น ในประเทศเนเธอร์แลนด์ที่ Ien Ang ผู้วิจัยเรื่อง Dallas อาศัยอยู่ ในปี 1980 มีผู้ชมเรื่อง Dallas ถึง 52% แน่นอนว่า คำตอบที่เรารู้กันอยู่แล้วก็คือ คนดู Dallas ก็เพราะ "ความสนุก" และ I. Ang ก็ไม่

สนใจที่จะตั้งปัญหาว่า ผลลัพธ์ (effect) ของความสนุกนั้นเป็นอย่างไร หากแต่สนใจว่า อะไรเป็นกลไกของความสนุกสนานรื่นรมย์ดังกล่าว ความรื่นรมย์นั้นถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร และทำงานได้อย่างไร

I. Ang ใช้วิธีการวิจัยที่เป็นธรรมชาติมากขึ้นด้วยการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์บอกว่า กำลังทำวิจัยเรื่องนี้ และขอให้ผู้ที่ได้ชมละครโทรทัศน์เรื่องนี้เขียนจดหมายตอบคำถามต่างๆ ที่อยู่ในการวิจัยมา ผู้วิจัยได้รับจดหมาย 42 ฉบับ 39 ฉบับเป็นผู้หญิง (ที่มีทั้งรักและทั้งชังละครเรื่องนี้แต่ก็ดู) จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เนื้อหาจดหมาย (ซึ่งถือได้ว่าเป็นปฏิกริยาของผู้รับสาร) อย่างละเอียด ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

● ในส่วนที่เกี่ยวกับตัวแปร "ความสนุก/ไม่สนุก" นั้น จะเชื่อมโยงกับตัวแปรเรื่อง "ความสมจริง" (Realism) เช่น ถ้าผู้ชมระบุว่า ละครเรื่องนี้ "สมจริง/คล้ายจริงมาก" ก็จะบอกว่า "ดี/สนุก" แต่ถ้าบอกว่า "ไม่เห็นเหมือนจริงเลย" ก็แปลว่า "ไม่ดี/ไม่สนุก" ซึ่งหมายความว่า เกณฑ์ที่ใช้วัดความสนุกนั้นมาจากความสามารถของละครในการสะท้อน (reflect) โลกที่เป็นจริง ที่ Ang เรียกว่า "Empiricist realism" การใช้เกณฑ์ "realism" ดังกล่าวช่วยซ่อนเร้นให้ผู้ชมลืมไปเลยว่าความสมจริงในละครโทรทัศน์นั้นเป็น "ความสมจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้น" (constructed realism) ไม่ใช่ความสมจริงในการสะท้อนโลก เช่น ถ้าเป็นฉากกลางวันก็ต้องมีแสงสว่าง ตัวละครใช้บทสนทนาที่เป็นคำพูดที่พูดกันอยู่ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น Ang เรียกความสมจริงที่ผู้ชมใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินนี้ว่า "Emotional realism"

ข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับ "ความสมจริง" อีกประการหนึ่งก็คือ ในขณะที่การอ่านความหมายนั้นจะทำได้ 2 ระดับคือ

- ระดับ Denotative meaning เช่น เนื้อหา การเล่าเรื่อง ปฏิกริยาของตัวละคร
- ระดับ Connotative meaning อันได้แก่ ความหมายของเรื่อง

ผลจากการวิเคราะห์จดหมายของผู้ชมนั้นได้พบว่า ในขณะที่ผู้ชมให้ความสนใจกับ "ความสมจริง" ในระดับ denotative meaning นั้น ผู้ชมส่วนใหญ่กลับมองข้าม "ความไม่สมจริง" ในระดับ Connotative เลย

● I. Ang พบว่า พฤติกรรมการดูนั้นเป็นการเลือกดูอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น ผู้ชมบางท่านให้คำตอบว่า "ที่ชอบดูก็เพราะในชีวิตจริง ก็ได้พบเจอคนอย่างในละคร" หรือ

> *"ถึงแม้เรา (คนดู) อาจจะไม่รวยอย่างพระเอกในเรื่อง แต่ทั้ง "เรา" และ "พระเอก" ต่างก็ร่วมชะตากรรมเดียวกัน คือ มีความสัมพันธ์รักอันหวานชื่นแล้วก็จางหายไป (หย่าร้าง) มีความสุข มีความเศร้า ต้องเกิด แก่ เจ็บ ตาย"*

Ang ตั้งข้อสังเกตว่า การเลือกดูนั้น เกิดมาจากความสามารถที่จะเลือกเอาความหมายในบางแง่มุมจาก "เรื่องราวในจอ" (เช่น ตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น) มาสัมพันธ์กับ "เรื่องราวนอกจอ" หรือเป็นยกระดับลักษณะ**เฉพาะ**ในระดับ denotative (เช่น ชะตากรรมของตัวละคร) ให้มา กลายเป็น**หลักสากล** ในระดับ connotative (ดูละครไปก็เหมือนกับชีวิตของเรา) หลักการดังกล่าวคล้ายคลึงกับวิธีการที่คนโบราณใช้ปรัมปราคติ (Myth) ตามการวิเคราะห์ของ C. Le'vi-Strauss

● เมื่อย้อนกลับมาวิเคราะห์ที่ตัวบท (text) Ang พบว่า เนื้อหาของ Dallas นั้นมีลักษณะเล่นกับอารมณ์แบบเก้าอี้ดนตรี คือความสุขต้องหลีกทางให้แก่ความทุกข์ที่ Ang เรียกว่า Tragic Structure of Feeling (ตามแนวคิดของ R. Williams) และเนื่องจากรอยต่อระหว่างเรื่องในจอกับเรื่องนอกจอนั้นมีรูพรุนให้ซึมผ่านถึงกันได้ (Fluidity) ทำให้คนดูสามารถร้องไห้ตามชะตากรรมของตัวละครได้ แต่ทว่า ความโศกเศร้าที่นำเอามาร่วมร้องไห้นั้นมิใช่เป็นเพียง "ความทุกข์เศร้าของตัวละครเท่านั้น" หากแต่ "เป็นความทุกข์ระทมในชีวิตจริงของผู้ชมเองด้วย" หรือพูดด้วยภาษาชาวบ้านก็คือ “ถือโอกาสร้องไห้ให้กับชีวิตของตัวเองผ่านการดูละครนั่นเอง” ฉะนั้น คนส่วนใหญ่ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมมากพอ (cultural capital) (ในที่นี้คือมีความทุกข์ในชีวิตมากพอที่จะร้องไห้ได้) ก็คือ ผู้หญิง

Ang สรุปว่า ความสนุกที่ได้ดู Dallas นั้นมิใช่เป็นการหนีหรือเป็นการชดเชย หากทว่า **ชีวิตจริงของกลุ่มผู้หญิงที่ดูนั้นเป็นส่วนหนึ่งของ Dallas ต่างหาก** วิธีการมองดูชะตากรรมของตัวละครแล้วนำมาสู่ชีวิตจริงของตัวเองนั้น มีประเพณีมาตั้งแต่การดูละครมหากาพย์ที่มีแนวเรื่องเป็นโศกนาฏกรรมทั้งหมด วิธีการเช่นนี้เรียกว่า Melodramatic Imagination ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ชมบรรลุถึงสัจธรรม (ความเข้าใจ) ในหลักความเป็นจริงของชีวิตที่ต้องมีความเจ็บปวด ชัยชนะ พ่ายแพ้ การแข่งขัน ฯลฯ สำหรับคนสมัยใหม่ที่ตัดขาดจากความเชื่อทางศาสนาที่เคยทำหน้าที่จัดระบบประสบการณ์ความจริงในชีวิตประจำวันไปแล้ว ละครโทรทัศน์เช่น Dallas ได้เข้ามาทำหน้าที่ดังกล่าวแทนสถาบันศาสนา โดยผ่านวิธีการนำเอาองค์ประกอบแบบ melodrama (มีทุกรสชาดของชีวิต สุข เศร้า สมหวัง คละเคล้ากันไป) มานำเสนอผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องแบบละครโทรทัศน์ (ต้องมีเริ่มต้นช้า ๆ มีไคลแมกซ์ คลี่คลาย แล้วก็เริ่มต้นใหม่เป็นตอนๆ)

● ในส่วนที่เกี่ยวกับความแตกต่างในกลุ่มผู้ชม Ang ได้แบ่งกลุ่มผู้ชมออกเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้ "อุดมการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมมวลชน" เป็นเกณฑ์แบ่งคือ

◆**กลุ่มที่ไม่ชอบ** (แต่ดู) กลุ่มนี้จะให้คำอธิบายว่า ไม่ชอบดูเพราะ "เป็นวัฒนธรรมแบบมวลชน" แค่ดูบ้างไม่ดูบ้างก็พอแล้ว หรือไม่ได้ตามดูอย่างจริงจัง ถ้าเปิดไปพบจึงจะ

ดู และมักมีความรู้สึกผิดที่ไปเปิดชม

◆ **กลุ่มที่ชอบดูแต่ก็ยังใช้ข้ออ้างแบบวัฒนธรรมมวลชน** ได้แก่กลุ่มที่ให้เหตุผลแบบเยาะเย้ยในการดู เช่น "ชอบดูเพราะมันเน่าดี" กลุ่มนี้จะมีความมั่นใจว่า ทั้ง ๆ ที่ละครมีความเป็นน้ำเน่า แต่ตนเองสามารถดูให้สนุกได้ และไม่มีความรู้สึกผิดแบบกลุ่มแรก

◆ **กลุ่มรัก Dallas** กลุ่มนี้จะตกอยู่ในวัฒนธรรมมวลชนอย่างเต็มที่ จะเป็นกลุ่มที่ชื่นชมและปกป้องความรื่นรมย์ที่ได้จากการชมด้วยเหตุผลต่างๆ กันเช่น

- ใครบอกว่าละครไม่มีเนื้อหา ถ้ารู้จักดู ดูให้เป็นจะพบว่ามีข้อสอนใจเยอะแยะ
- เรื่องจริงเน่ากว่าในละครก็มี
- เรื่องรสนิยมเป็นเรื่องของชอบเฉพาะตัว ว่ากันไม่ได้

ฯลฯ

ในส่วนที่ที่เกี่ยวกับ "ความรื่นรมย์" ที่ได้จากการดู Dallas ซึ่งเป็นเหตุผลหลักและอันดับแรกของผู้ชมนั้น Ang เสนอว่า จำเป็นที่นักวิชาการจะต้องทำความเข้าใจกับ "ความรื่นรมย์" แบบดังกล่าว Ang ไม่คิดว่า "ความรื่นรมย์" ที่ส่วนใหญ่มาจากผู้ชมสตรีนั้น จะเป็นอุปสรรคในการปลดปล่อยความเป็นอิสระทางเพศของสตรี ดังที่มักมีการเสนอว่า ผู้หญิงมีลักษณะชอบหาความสุขแบบทำร้ายตัวเอง (Masochist) แต่ Ang เสนอว่า การหาความสุขจากละครโทรทัศน์แบบดังกล่าวนั้นไม่น่าจะเป็นปัญหา แต่ทว่าในชีวิตจริงก็ต้องเป็นอีกอย่างหนึ่ง (คล้าย ๆ กับทัศนะของประชาชนในเรื่องศิลปะกับชีวิตที่ Hoggart กล่าวถึง) ปัญหาที่มีอยู่ในละครโทรทัศน์นั้นไม่น่าจะเป็นปัญหาเรื่อง "ความสนุก/ความรื่นรมย์" แต่น่าจะเป็นปัญหาเรื่องการนำเสนอวิธีคิดในการแก้ปัญหามากกว่า (Structure of Feeling) กล่าวคือ ละครโทรทัศน์มักจะนำเสนอวิธีแก้ปัญหาแบบจินตนาการ (Imaginary solution) ที่ถูกนำมาแก้ไขปัญหาที่เป็นจริง (Real contradiction) เช่น การแต่งงาน (วิธีแก้ปัญหา) จะแก้ไขเรื่องความขัดแย้งระหว่างชนชั้น ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะที่ไม่ซับซ้อนของละคร ในขณะที่ในโลกแห่งความจริงนั้นมีความขัดแย้งที่ซับซ้อนกว่ามาก ตัวอย่างเช่น "ความดี" เพียงอย่างเดียวในละครโทรทัศน์อาจทำให้นางเอกแก้ปัญหาชีวิตได้ แต่ในชีวิตจริง "ความดี" อย่างเดียวยังไม่เป็นปัจจัยที่เพียงพอในการแก้ปัญหาชีวิต เป็นต้น

6.3 การศึกษาอุดมการณ์ (Ideology)

แนวคิดเรื่อง "อุดมการณ์" นี้ถือว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญที่สุดของสำนักเบอร์มิงแฮม

จนกระทั่ง G. Turner (1990) กล่าวว่า การศึกษาวัฒนธรรมนั้นก็คือการวิเคราะห์/ศึกษาอุดมการณ์นั่นเอง และทั้ง ๆ ที่กลุ่มเบอร์มิงแฮมนี้ได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากกลุ่มมาร์กซิสต์ แต่ก็เป็นเพราะความเห็นที่ไม่ลงเอยกันทำให้กลุ่มเบอร์มิงแฮมคัดค้านทัศนะของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่เป็นปีกหนึ่งของมาร์กซิสต์ เนื่องจากกลุ่มนี้ให้ความสนใจกับปัญหาอุดมการณ์น้อยเกินไป

(6.3.1) นานานิยามของ "อุดมการณ์"

เนื่องจากมีผู้ให้คำนิยาม "อุดมการณ์" เอาไว้มากมายแตกต่างกัน ในที่นี้จึงจะประมวลคำนิยามของ "อุดมการณ์" มาเทียบเคียงให้เห็นดังนี้ (ดูจาก Storey, 1993)

(i) อุดมการณ์เป็นเนื้อหาความคิดที่ถูกจัดอย่างเป็นระบบ (systematic body of idea) ซึ่งใช้อยู่ในกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ตัวอย่างนี้ก็เช่น อุดมการณ์วิชาชีพ อุดมการณ์ของผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ

(ii) อุดมการณ์ คือตัวบทหรือปฏิบัติการที่นำเสนอภาพอันบิดเบือนของโลกแก่กลุ่มคนในสังคม ในความหมายนี้ก็คือกลุ่มมาร์กซิสต์ที่มองว่า "อุดมการณ์คือจิตสำนึกที่ผิดพลาดของคนงาน" ที่ถูกป้อนความคิดว่า "นายทุนเป็นผู้สร้างงานและรายได้ให้แก่ตน(คนงาน)" อุดมการณ์ในความหมายนี้เข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องอำนาจ กล่าวคือ ชนชั้นใดมีอำนาจทางเศรษฐกิจ ก็จะมีอำนาจในการเสนอภาพอุดมการณ์ให้แก่สังคมด้วย

(iii) การนิยามอุดมการณ์ในแง่**รูปแบบของอุดมการณ์** (ideology forms) เช่น รายการละครโทรทัศน์ เพลงป๊อบ ฯลฯ ที่จะนำเสนอภาพลักษณ์ (image) ของโลก ไม่ว่าจะนำเสนออย่างดี/อย่างเลว แต่ทว่า ตัวบท/ตัวสื่อทุกชนิดจะต้องเลือกเข้าข้างในการนำเสนอภาพลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ เช่น คำกล่าวของ B. Brecht ที่ว่า "ไม่มีละครเรื่องใดเลยที่ไม่เคยมีผลต่อผู้ชมไม่ในทางใดก็ในทางหนึ่ง"

(iv) คำนิยามของ Althusser Althusser ปฏิเสธคำนิยามที่ว่า "อุดมการณ์เป็นระบบคิด" หากแต่เสนอว่า "อุดมการณ์เป็นการปฏิบัติการที่เป็นจริงมากกว่า (material practice) อุดมการณ์มิใช่**ความคิด**เกี่ยวกับโลกและชีวิต หากแต่เป็น**การลงมือกระทำการ**ในชีวิตประจำวัน เป็นพิธีกรรมที่ดึงตัวเราให้เกาะติดอยู่กับอุดมการณ์ ที่เขาใช้คำว่า "ideological practice" หน้าที่ของปฏิบัติการทางอุดมการณ์ทุกครั้งก็เพื่อสืบทอด (reproduce) เงื่อนไขทางสังคม (social condition) ที่มีอยู่ให้ธำรงอยู่ต่อไปจนกว่าจะเกิดรอยแยก/วิกฤติการณ์ (break)

(v) คำนิยามของกลุ่มสัญญะวิทยา เช่น R. Barthes เห็นว่าอุดมการณ์คือระดับของความหมายที่อยู่ในชั้นของ connotative meaning และมักจะอยู่ในขั้นจิตไร้สำนึก

(unconscious) ในทุกสังคม จะมีกระบวนการสร้างความหมายที่แตกต่างขัดแย้งและต่อสู้กัน ซึ่งถือเป็นการต่อสู้ทางอุดมการณ์อยู่ตลอดเวลาโดยใช้กลไกและกลยุทธ์ต่าง ๆ ของการสร้างความหมาย เช่น กำจัด connotative meaning เดิม ยึดติดอยู่กับบางส่วนของความหมายเดิม สร้างความหมายโดยนัยขึ้นใหม่ เป็นต้น

(vi) คำนิยามของกลุ่ม construction of reality กลุ่มนี้จะนิยามว่า อุดมการณ์ไม่ใช่ตัวเนื้อหาของความคิด (content) หากแต่เป็นโครงสร้างของความคิด (structure) ที่วางแบบแผนวิธีคิดของบุคคล (Mental framework) (หากเปรียบเทียบกับคอมพิวเตอร์ โครงสร้างความคิดได้แก่ ตัวโปรแกรม เนื้อหาความคิดก็คือข้อความที่ปรากฏหน้าจอ)

โครงสร้างหรือกรอบความคิดนี้จะเป็นวัฒนธรรมย่อย ๆ ของคนกลุ่มต่าง ๆ (sub-culture) ที่ทำหน้าที่ประกอบสร้างความเป็นจริงให้แก่คนกลุ่มนั้น ทำหน้าที่จัดระบบสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทำหน้าที่วางกฎเกณฑ์ของการเล่มเกม/การใช้ภาษา (rule of semantic game) ดังนั้น เมื่อเรานั่งดูข่าวจากจอโทรทัศน์ ก็เปรียบเสมือนเรากำลังพิมพ์ข้อความเข้าไปในเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่การที่ภาพหน้าจอจะปรากฏเป็นอะไรนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ "โปรแกรม" (อุดมการณ์) ที่เรากำลังใช้อยู่ และแนวคิดเรื่อง "อุดมการณ์" ดังกล่าวแยกไม่ออกมาจากเรื่อง "โครงสร้างอำนาจ" ว่า ใครที่มีอำนาจในการติดตั้งโปรแกรมนั้น

(6.3.2) การทำงานของ "อุดมการณ์"

- ตามทัศนะของกลุ่มสัญญะวิทยา อุดมการณ์ทำงานโดยมีขั้นตอนดังนี้คือ

  ◆ทำการแยกขั้วทุกอย่างให้อยู่ตรงกันข้ามกัน (binary opposition) เช่น

  เรา / เขา
  ชาย / หญิง
  ขาว / ดำ
  ดี / เลว

  ◆นำเอาขั้วสองนี้มาวางลำดับชั้นเปรียบเทียบว่า อะไรดีกว่า สำคัญกว่า สูงส่งกว่าอะไร เช่น เรา ดีกว่า เขา
  ชาย สำคัญกว่า หญิง
  คนผิวขาว สูงส่งกว่า คนผิวดำ

  ◆ทำการกระจายอุดมการณ์ดังกล่าวออกไปในคนทุกกลุ่มโดยอาศัยกลไกต่างๆ ของสังคม แม้แต่กลุ่มคนที่ได้รับผลเสียจากอุดมการณ์นั้น และใช้กลยุทธ์ให้เกิดการยอมรับอย่างสมยอม (consent) โดยใช้การสร้างคำอธิบายให้เกิดความชอบธรรม เช่น ถ้าผู้หญิงยอมรับ

ว่าตัวเองสำคัญน้อยกว่าผู้ชาย ครอบครัวก็จะสงบสุข (อุดมการณ์นี้ปรากฏอยู่เสมอในคำให้สัมภาษณ์ของบรรดา "ผู้หญิงเก่ง" ทั้งหลายเมื่ออยู่ในบ้านกับสามี)

◆สำหรับการแพร่กระจายนี้ต้องกระทำอย่างตอกย้ำซ้ำทวน (repetition) หรือเรียกว่าการผลิตซ้ำ (reproduction) แม้ว่าอาจจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป เพราะหากผลิตซ้ำ ๆ จนกระทั่งทุกคน/คนส่วนใหญ่ยอมรับ อุดมการณ์นั้นก็จะเดินเครื่องทำงานไปด้วยตัวเอง เพราะอุดมการณ์อันหนึ่งที่ว่า "ถ้าคนส่วนใหญ่ยอมรับแล้วก็ต้องเป็นเรื่องจริง" หรือเพราะอุดมการณ์เรื่อง "ความคุ้นเคย" ทำให้ไม่ต้องตั้งคำถาม (เคยเห็นมาตั้งแต่เกิดแล้ว) เช่น "ประโยคที่ว่า เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า...." ตัวอย่างประโยคเช่นนี้ทำให้เราลืมไปว่า "อุดมการณ์ก็คืออุดมการณ์" แต่กลับคิดว่า "อุดมการณ์คือความเป็นจริง" ขั้นตอนต่อจากนั้น อุดมการณ์ดังกล่าวก็จะลากเส้นล้อม "กรอบความคิด" ของเรา ทำให้คิดออกไปนอกกรอบดังกล่าวไม่ได้

◆วิธีการทำงานอีกอย่างหนึ่งของอุดมการณ์ก็คือ การนำเสนอแบบ "two in one" กล่าวคือ เสนอทั้ง normative & material ควบคู่ไปด้วยกันในการถ่ายทอดค่านิยมที่ดูเหมือนจะขัดแย้งกันแต่ก็ไปด้วยกัน (ได้แก่ความคิดเรื่อง "คู่กัด" ของไทย) ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ชิ้นงานโฆษณาเหล้าที่กระตุ้นให้ทั้งกินเหล้า แต่ในเวลาเดียวกันก็ตักเตือนให้ต้องรับผิดชอบในการกินเหล้าด้วย อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังก็คือ การทำให้ "การกินเหล้าเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องยอมรับกันโดยปริยาย" และหากยิ่งกินตามบรรทัดฐานคือ รับผิดชอบการกินด้วยแล้ว ก็ยิ่งมีความชอบธรรมมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การนำเสนอชิ้นงานโฆษณาชิ้นนี้เป็นปฏิบัติการทางอุดมการณ์ในระดับ material (มีการลงมือทำจริงๆ) และก็มีบรรทัดฐาน (ซึ่งแปลว่า "อุดมคติ ควรทำ") ควบคู่ไปด้วย

กลยุทธ์การทำงานของอุดมการณ์นี้จะเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์ของ C. Lefort (1986) ที่กล่าวถึงตัวอย่างกลยุทธ์การทำงานของ "bourgeois ideology" (อุดมการณ์แบบกระฎุมพี) และ "New ideology" (อุดมการณ์อันใหม่) สำหรับกลยุทธ์ของ "อุดมการณ์แบบกระฎุมพี" นั้น จะนำเอาอุดมการณ์เก่า ๆ ที่เคยมีอยู่แล้วในสังคมเช่น ครอบครัว มนุษยชาติ สมานฉันท์ ฯลฯ มาตีความใส่ความหมายใหม่ (connotative meaning) ให้เป็นแบบกระฎุมพี เช่น อุดมการณ์ "ครอบครัว" ก็ต้องมีแต่ "พ่อแม่ลูก" "พ่อต้องหาเลี้ยง แม่ต้องทำงานบ้าน ลูกต้องไปโรงเรียน" ผิดไปจากสูตรนี้แล้วไม่ถือว่าเป็น "ครอบครัว" (เช่น หญิงแต่งงานกับหญิง มีแต่สามี-ภรรยาไม่มีลูก) แต่ทว่าอุดมการณ์แบบกระฎุมพีนี้กำลังจะสูญสลายไปแล้ว ดังกรณีตัวอย่างของครอบครัวที่ยกมา และกำลังจะต้องหลีกทางให้กับอุดมการณ์อันใหม่ (New ideology) ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนอยู่ทุกวัน กลยุทธ์ที่อุดมการณ์อันใหม่นำมาใช้ได้แก่ "การผนวกรวมเข้ามา" (corporate) เช่นเมื่อเกิดความขัดแย้ง ก็ขอให้ทุกกลุ่มหันหน้าเข้ามา

พูดจากัน “ทุกอย่างเปลี่ยนแปลงได้ แต่ในความจริงแล้ว ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง” (ตัวอย่างที่สำคัญ เช่น การทำประชาพิจารณ์ การเรียกร้องประท้วงที่ไม่มีผลอะไรเกิดขึ้น)

(6.3) หน้าที่ของ "อุดมการณ์"

อุดมการณ์มีหน้าที่หลาย ๆ อย่างดังนี้คือ

- สร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน (harmony) ในชุมชนให้เกิดขึ้น (ทั้ง ๆ ที่ความจริงมีความขัดแย้งอยู่) ตัวอย่างเช่น อุดมการณ์เรื่อง "ครอบครัว" ที่กล่าวมาแล้ว ตราบใดที่ผู้หญิงยังคงเชื่อถืออุดมการณ์ว่า "เป็นผู้หญิงต้องเป็นแม่บ้านอยู่ทำงานบ้าน ถ้าผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้าน ครอบครัวก็จะไม่มีความสุข ผู้หญิงก็จะพลอยไม่มีความสุขไปด้วย" (ความจริงก็คือ ถ้าผู้หญิงอยู่ที่บ้าน ตลาดแรงงานผู้ชายก็จะลดคู่แข่งไปได้ครึ่งหนึ่ง)

หน้าที่ดังกล่าวนี้ถูกสร้างอยู่ตลอดเวลาผ่านผลงานสื่อชนิดต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เนื้อหาของภาพยนตร์เรื่อง "Fatal Attraction" ที่เริ่มเรื่องจากความไม่ซื่อสัตย์ของพ่อได้ทำลายชีวิตครอบครัว แต่ท่าว่าได้อาศัยความซื่อสัตย์และกล้าหาญของแม่และลูกสาวได้ช่วยพ่อและกอบกู้ครอบครัวให้ปลอดภัย ทำให้พ่อได้กลับมาเป็นหัวหน้าครอบครัวเช่นเดิม (ดู Schirato & Yell, 1996)

- อุดมการณ์ช่วยธำรงรักษาความไม่เท่าเทียมและความแตกต่างที่มีอยู่ในสังคมเอาไว้ ในขณะที่ทำเสมือนว่าจะลบความแตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น อุดมการณ์ในระหว่างศตวรรษที่ 18-20 ที่ว่า วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นความก้าวหน้าของมนุษยชาติ แต่เมื่อใดที่สังคมยอมรับ ชาติที่มีความเจริญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีน้อยกว่าก็จะล้าหลังทันที

- อุดมการณ์ทำหน้าที่เล่าเรื่องราวต่าง ๆ (story telling/narration) เพื่อที่จะกำหนดเส้นขอบฟ้าทางความคิดของผู้คนว่า เรื่องอะไรที่คิดได้/คิดไม่ได้ (ยังไม่ต้องพูดถึงเรื่องการลงมือกระทำ) เช่น ถ้าเกิดเป็นเด็กผู้หญิงในศตวรรษที่ 18 ในยุโรป เรื่องการคิดที่จะเข้าเรียนด้านการแพทย์ในระดับมหาวิทยาลัยนั้นเป็นเรื่องที่คิดไม่ได้ เป็นต้น ในการเล่าเรื่องทั้งหมดนี้ อุดมการณ์จะทำให้รู้สึกเสมือนว่า เรื่องที่เล่านั้นเป็นธรรมชาติราวกับลมหายใจของมนุษย์ เรื่องเล่าดังกล่าวไม่มีกาลเวลาไม่มีประวัติศาสตร์ ตัวอย่างเช่น ดูเป็นเรื่องธรรมชาติมากที่ผู้คนยังป่าเถื่อนอยู่จะกินอาหารด้วยมือ คนที่มีอารยธรรมจะต้องกินอาหารด้วยมีดและส้อมเท่านั้น (เรื่องเล่าของจักรวรรดินิยมอังกฤษในยุคล่าอาณานิคม) แต่ความจริงแล้ว ในสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 การกินอาหารด้วยมีดและส้อมก็ถูกถือว่าป่าเถื่อนอย่างยิ่ง คนที่มีอารยธรรม (เช่นฝรั่งเศส) จะต้องกินอาหารด้วยมีดและมือเท่านั้น เป็นต้น

- อุดมการณ์ดึงความสนใจจากความไม่เท่าเทียมและการเอาเปรียบในชีวิตประจำวัน

ออกไปจากผู้คน แล้วนำเสนอความสนใจในเรื่องอื่น ๆ เข้ามาแทนที่ เช่น ความรัก มนุษย์ต่างดาว ความรักชาติ ครอบครัว ศาสนา การบริโภค ฯลฯ ตัวอย่างเช่น บรรดาหนัง Sci-fi ที่มีมนุษย์ต่างดาวหรือดาวเคราะห์ต่าง ๆ กำลังจะมาทำลายล้างโลก เป็นต้น

(6.3.4) **การศึกษาอุดมการณ์ของสำนักเบอร์มิงแฮม**

S. Hall ที่ได้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์ CCCS เป็นคนที่สองต่อจาก R. Hoggart และเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการบุกเบิกแนวทางการศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮมจนมีทิศทางที่ชัดเจน Hall ให้ความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "สื่อ" กับ "อุดมการณ์" โดยสนใจศึกษาเนื้อหาอุดมการณ์ที่ปรากฏในตัวบทผลงานของสื่อ และหน้าที่ของอุดมการณ์ในการประกอบสร้างชีวิตประจำวัน ซึ่งทั้งสองประเด็นนี้ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เป็นประเด็นที่ตกหล่นจากความสนใจของนักวิชาการด้านสื่อศึกษาโดยเฉพาะในกระแสหลักของอเมริกันไปโดยสิ้นเชิง

Hall (1977) เขียนบทความทบทวนประวัติความเป็นมาของความสนใจในประเด็นเรื่องอุดมการณ์ในสื่อมวลชนโดยแบ่งเป็นยุคสมัยดังนี้

- กลุ่มนักวิชาการที่รื้อฟื้นเรื่องอุดมการณ์ในสื่อมวลชนมาเป็นกลุ่มแรกคือ สำนักแฟรงเฟิร์ต เนื่องจากการเผชิญหน้ากับประสบการณ์ที่เป็นจริงของการใช้สื่อมวลชนในยุคนาซี จุดยืนของสำนักแฟรงเฟิร์ต (ดูรายละเอียดข้างหน้า) ก็คือ สื่อมวลชนเป็นสถาบันสมัยใหม่ที่มีอำนาจมากในการสร้างผลกระทบด้านลบให้แก่วัฒนธรรมมวลชน ทั้งในแง่มุมของการครอบงำทัศนะของมวลชน และทั้งในด้านการฉุดรั้งสุนทรียะของศิลปะให้เสื่อมทรามลง กล่าวคือสื่อทำหน้าที่เป็นกลไกด้านอุดมการณ์ของกลุ่มผู้ปกครอง

- ในยุคต่อมา แนวคิดเรื่องพลังอันมหาศาลของสื่อมวลชนถูกปฏิเสธ และแทนที่สื่อจะเป็น**สาเหตุ**ในการสร้างผลกระทบให้กับสังคม (เป็น**ผลลัพธ์**) (เช่น โทรทัศน์เป็นสาเหตุของความรุนแรงในสังคม) กลับมีข้อเสนอใหม่ว่า สื่อเป็น**ผลลัพธ์**ที่มี**สาเหตุ**มาจากสังคมมากกว่า กล่าวคือ สื่อเป็นเพียงภาพสะท้อน (Reflection) ของสังคม ดังนั้น หากมีรายการโทรทัศน์ที่รุนแรงมาก ๆ ก็แปลว่า สังคมนั้นมีความรุนแรงมากอยู่แล้ว แนวทางการวิจัยเรื่องภาพสะท้อนก็คือ การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ (Content analysis) เพื่อเชื่อมโยงย้อนกลับไปสู่การทำความเข้าใจสังคม และในช่วงยุคสมัยนี้เองที่นักวิชาการสหรัฐถือว่าสังคมสหรัฐได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นสังคมที่หลากหลาย (Pluralistic society) ที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกคน ดังนั้น ข้อเท็จจริงที่เปิดเผยจึงจะมาทำหน้าที่แทนการโฆษณาชวนเชื่ออุดมการณ์เช่นในครั้งอดีต ดังที่ D. Bell ประกาศว่าเป็นยุคสิ้นสุดของอุดมการณ์ (The End of Ideology) สำนักแฟรงเฟิร์ตตอบโต้ว่า แนวความคิดเรื่อง

"สังคมที่หลากหลาย" และ "การสิ้นสุดของอุดมการณ์" ก็เป็นอุดมการณ์อีกอย่างหนึ่งเท่านั้นเอง

- ยุคสมัยต่อมา เนื่องจากความแพร่หลายของสื่อชนิดใหม่คือโทรทัศน์มีมากขึ้นอย่างยากที่จะปฏิเสธอิทธิพลของสื่อประเภทนี้ ทำให้เกิดการทบทวนแนวคิดเรื่องพลังของสื่อมวลชนขึ้นมาใหม่ แต่ทว่าในการสร้างข้อสรุปนั้น นักวิชาการด้านสื่อศึกษาได้กระทำอย่างระมัดระวัง และให้บทสรุปว่า พลังของสื่อมวลชนนั้นอาจจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติ และการกระทำจากที่เป็นอยู่ให้มาเป็นแบบใหม่ได้ (เปลี่ยนจากขาวเป็นดำไม่ได้) แต่ทว่าก็มีพลังที่จะตอกย้ำ (reinforce) บรรทัดฐานทางสังคมที่มีอยู่แล้ว (กลุ่มมาร์กซิสต์เห็นว่า เพียงแค่ทำหน้าที่ได้เท่านี้ กลุ่มผู้มีอำนาจก็พอใจแล้ว) โดยสื่อจะ “ลงโทษทางสัญลักษณ์" คนที่ไม่ทำตามบรรทัดฐานทางสังคม เช่น การตีตราว่าเป็น "พวกนอกคอก, เบี่ยงเบน" (deviant) และให้รางวัลคนที่ทำตามระบบ ผลจากการทำหน้าที่ตอกย้ำดังกล่าว ช่วยสร้าง "ความเห็นพ้องต้องกัน" (consensus) บนความขัดแย้งแตกแยกของสังคม

- ในยุคสุดท้ายนี้ เป็นการย้อนกลับไปสู่ยุคแรกที่ว่า สื่อทำหน้าที่เป็นกลไกด้านอุดมการณ์ของสังคม แต่วิธีการสร้างอุดมการณ์นั้น มิได้กระทำด้วยการครอบงำ (manipulation) อย่างหยาบๆ และสื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็น "ตัวสะท้อน" (reflect) ความเป็นจริงของสังคม หากทว่าสื่อได้ทำหน้าที่เป็น "ตัวประกอบสร้างความเป็นจริงของสังคม" (social construction of reality) สื่อเป็นตัวให้คำนิยามสถานการณ์ (definition of reality) ตามแนวคิดของสำนักปรากฏการณ์นิยม ตัวอย่างรูปธรรมของการให้คำนิยามสถานการณ์ ก็เช่น กลยุทธ์การเลือกให้รางวัล ตัวอย่างเช่น ในขณะที่มีภาพยนตร์เกี่ยวกับวีรสตรีที่ต่อสู้เพื่อปัญหาการเหยียดผิวอยู่ 2 เรื่องคือ Out of Africa ซึ่งเป็นเรื่องที่ตัวละครเอกของเรื่องเป็นสตรีผิวขาวที่ไปช่วยคนผิวดำ กับเรื่อง The Color Purple ที่เป็นเรื่องที่ตัวเอกของเรื่องเป็นวีรสตรีคนผิวดำที่ต่อสู้ Out of Africa กลับได้รับรางวัลให้เป็นภาพยนตร์ดีเด่น เป็นต้น

และในขณะที่สื่อกำลัง "ประกอบสร้าง" ความเป็นจริงนั้น ในกระบวนการนำเสนอกลับกระทำเสมือนว่า "นี่เป็นของจริงและเป็นธรรมชาติ" เช่น กรณีภาพถ่ายในโทรทัศน์ที่ผู้ชมดูแล้วจะเกิดความรู้สึกว่า "นี่เป็นภาพของเรื่องจริง" ทั้ง ๆ ที่ความจริง "ภาพในโทรทัศน์นั้นเป็นเรื่องจริงที่ถูกปรุงแต่งมาแล้ว" ในกระบวนการทำงานของนักสื่อมวลชนนั้น อาจจะทำ 2 อย่างควบคู่กันไป กล่าวคือ "ทั้ง**สะท้อน**และทั้ง**ประกอบสร้าง**ไปพร้อม ๆ กัน”

ในการศึกษาอุดมการณ์กับสื่อมวลชน จุดยืนของสำนักเบอร์มิงแฮมจะสังกัดอยู่ในแนวทางของกลุ่มการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม ดังนั้น วิธีการศึกษาอุดมการณ์ในสื่อจึงสามารถทำได้ 2 วิธีการคือ

(1) การวิเคราะห์อุดมการณ์ที่ปรากฏอยู่ในตัวบท (ผลผลิตของสื่อ) เช่น การใช้

ภาษา การวิเคราะห์ความหมายโดยนัย (connotative meaning) ฯลฯ ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์กระบวนการบริโภค/เปิดรับตัวบทนั้นของผู้รับสาร (cultural reception) ดังตัวอย่างที่ได้แสดงมาในเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร

(2) นอกเหนือจากการวิเคราะห์อุดมการณ์ในตัวบทแล้ว เราอาจจะศึกษาอุดมการณ์ในปริมณฑลของกระบวนการผลิตวัฒนธรรม (cultural production) และอุดมการณ์ที่มีในสังคมโดยรวม ดังเช่นตัวอย่างงานของ Hobson สำนักเบอร์มิงแฮมให้ความสนใจเป็นพิเศษกับอุดมการณ์ที่ Gramsci เรียกว่า "สามัญสำนึก" (common sense) ซึ่งเป็น "สิ่งที่ยอมรับกันโดยปริยาย" (taken-for-granted) ที่มีอยู่ในทุกๆสังคม สามัญสำนึกเป็นประเภทของอุดมการณ์ที่ทำงานอย่างมีพลังในชีวิตประจำวัน (สนใจกรณีของไทย โปรดดู บุญยฤทธิ์, 2536)

(6.4) วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography)

งานศึกษาวิจัยของศูนย์ CCCS ในช่วง 2 ทศวรรษที่ก่อตั้งมามีวิธีวิทยาในการวิจัยที่ค่อนข้างเห็นเป็นเอกลักษณ์ได้อย่างชัดเจน คือ มักไม่เริ่มต้นด้วยการศึกษา**ตัวบท**หรือใช้**ทฤษฎี**เป็นตัวชี้นำ หากแต่มักจะเริ่มต้นด้วย "กลุ่มคน" เช่น เด็กนักเรียน แม่บ้าน กลุ่มขี่จักรยาน ฯลฯ โดยหัวข้อที่สนใจศึกษาก็เช่น สามัญสำนึกของผู้คนในชีวิตประจำวัน การใช้ภาษาและการสนทนาในกลุ่มต่าง ๆ อัตลักษณ์ของคนกลุ่มเฉพาะ ๆ เป็นต้น ดังตัวอย่างงาน 3 ชิ้นที่ได้ยกตัวอย่างในเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร วิธีวิทยาที่สำนักเบอร์มิงแฮมใช้นี้เรียกว่า ชาติพันธุ์วรรณนา (Ethnography) ซึ่งผู้บุกเบิกรุ่นแรก ๆ เช่น R. Hoggart ก็ใช้วิธีวิทยาดังกล่าวกับข้อมูลงานวิจัยของตน

วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนานี้ เริ่มแรกเป็นวิธีการทำงานของนักมานุษยวิทยาและนักสังคมวิทยาที่ต้องการศึกษา "**คนในวัฒนธรรมอื่น ๆ**" ที่แตกต่างไปจากตนเอง ลักษณะสำคัญของชาติพันธุ์วรรณนา ก็คือ (ดู Stanton, 1996)

- ผู้ศึกษาต้องเข้าไปหรือลงไปในวัฒนธรรมที่ต้องการศึกษานั้นด้วยตัวเอง
- ผู้ศึกษาต้องเข้าร่วม ต้องสังเกตและต้องสร้างคำอธิบายที่สามารถสร้างความหมายให้คนในวัฒนธรรมที่ถูกศึกษานั้นเข้าใจได้
- เป้าหมายของการศึกษานั้น จะต้องไปยืนมองวัฒนธรรมที่กำลังศึกษาจากมุมมองของคนวงในคือคนในวัฒนธรรมนั้นเอง ดังนั้น ในการเขียนรายงานการวิจัยจะต้องใช้ภาษาของผู้ถูกศึกษาเอง
- แต่ในขณะที่จะไปยืนจากมุมมองของคนวงในนั้น ตัวนักวิจัยก็ต้องไม่ถูกดูดกลืนเข้าไปเป็น "คนวงใน" เสียเอง กล่าวคือต้องรักษา "ระยะห่าง" หรือมีความแตกต่างระหว่างนักวิจัยกับคน

ในวัฒนธรรมนั้น เพราะหากนักวิจัยกลายไปเป็นกลุ่มตัวอย่างเสียเอง ก็จะเกิดปัญหาว่า "ถ้าเป็นปลา ก็จะมองไม่เห็นน้ำ" เพราะฉะนั้น "นักชาติพันธุ์วรรณนา จะต้อง**คิด**อย่างปลา แต่ต้องไม่**เป็น**ปลา"

- สำหรับวิธีการเก็บข้อมูลนั้น จะใช้วิธีการอะไรก็ได้หลายๆอย่างผสมผสานกัน เพื่อให้ได้ข้อมูล เช่น การเข้าสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การศึกษาประวัติศาสตร์บอกเล่า การสัมภาษณ์แบบต่างๆ การสนทนากลุ่ม การศึกษาชีวประวัติบุคคล ฯลฯ

- แม้ว่าจะเก็บข้อมูลมาจากหลาย ๆ แหล่ง แต่ทว่าในการวิเคราะห์พรรณนานั้น จะต้องอธิบายปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมให้เชื่อมร้อยโยงเป็นผืนเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การศึกษาเรื่องวัฒนธรรมของการเล่นฟุตบอล จะต้องเชื่อมโยงกับปฏิบัติการอย่างอื่น ๆ เช่น การมีกลุ่มแฟนฟุตบอลอันธพาล (hooliganism) การพัฒนาบ้านแบบใหม่ การหายไปของเพื่อนบ้าน ความคาดหวังต่อการศึกษา การจ้างงาน การทำเวลาว่างให้กลายเป็นการค้า และการถูกผู้อพยพเข้ามาแย่งงานทำ เป็นต้น

- ในงานศึกษาวัฒนธรรมกลุ่มย่อย (subculture) P. Cohen (1980) ได้เสนอให้มีแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล 3 แนวทางคือ

(i) Historical approach ได้แก่การวิเคราะห์ประวัติความเป็นมาของเรื่องที่ศึกษา วิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงและความต่อเนื่อง วิเคราะห์ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่อง และดูการเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องนั้นท่ามกลางบริบทอื่นๆ

(ii) Structuralism/Semiotic เช่น การอ่านความหมายจากเครื่องแต่งกาย การใช้ภาษา ฯลฯ

(iii) Phenomenology ศึกษาวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างดำเนินชีวิตอยู่ใน Lived culture และความหมายที่กลุ่มตัวอย่างได้ให้แก่วิถีชีวิตเช่นนั้น เช่น การรวมกลุ่มของแก๊งค์ขี่มอเตอร์ไซค์มีความหมายอย่างไรต่อสมาชิกในกลุ่ม

ตัวอย่างงานศึกษาที่ใช้วิธีการชาติพันธุ์วรรณนาที่น่าสนใจของสำนักเบอร์มิงแฮมก็เช่น งานวิจัยของ Paul Willis (1977) เรื่อง "Learning to Labour" ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการก่อรูปทางวัฒนธรรมและการผลิตซ้ำทางสังคมที่ประกอบด้วยการทำงานของอุดมการณ์และอำนาจทางสังคมที่มีต่อวัฒนธรรมของชนชั้นคนงาน Willis ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กวัยรุ่นจากครอบครัวคนงาน 12 คนที่รู้จักกันเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่เด็กกลุ่มนี้เรียนอยู่ช่วงปีสุดท้ายในโรงเรียนจนกระทั่งเด็กจบจากโรงเรียนและออกไปทำงานในโรงงาน

วิธีการศึกษานั้น ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาที่ประกอบด้วยวิธีเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งที่เก็บจากกลุ่มและรายบุคคลโดยใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ทั้งการเข้าร่วมชั้น

เรียนและการออกไปร่วมทำงานด้วยในโรงงาน การพูดคุยกันเป็นกลุ่ม การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ การเขียนสมุดบันทึกประจำวัน ฯลฯ นอกจากจะศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ในขณะที่เด็กอยู่ในโรงเรียนก็สัมภาษณ์พ่อแม่ ครู และเจ้าหน้าที่ในโรงเรียน ในขณะที่เด็กเข้าทำงาน ก็สัมภาษณ์ผู้จัดการ หัวหน้างาน เจ้าของโรงงาน ฯลฯ ในขั้นตอนการวิเคราะห์นั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 12 คนไปเทียบกับเด็กอื่นๆ อีก 5 กลุ่ม ทั้งที่มาจากโรงเรียนเดียวกัน และมาจากโรงเรียนอื่น ๆ เพื่อจะดูตัวแปรด้านชนชั้น การศึกษา และภูมิลำเนาที่เป็นเมืองหรือชนบท ปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการค้นคว้าก็คือ อุดมการณ์ที่ได้รับการอบรมปลูกฝังจากโรงเรียนไม่ว่าจะเป็นอุดมการณ์ในเรื่องระเบียบวินัย การทำงานหนัก ความซื่อสัตย์ การตรงต่อเวลา ฯลฯ จะติดตัวเด็กไปจนกระทั่งออกไปทำงานหรือไม่

ผลการวิจัยที่ Willis ได้ค้นพบก็คือ ในขณะที่เด็ก ๆ เหล่านี้มาจากชนชั้นคนงานและต้องเข้าไปเรียนหนังสือในโรงเรียนที่เป็นบรรยากาศและเป็นที่อยู่ของค่านิยม/อุดมการณ์ของชนชั้นกลาง ผู้วิจัยได้พบว่า เด็ก ๆ เหล่านี้จะต่อต้านอุดมการณ์แบบชนชั้นกลางดังกล่าว ตัวอย่างที่ได้พบก็เช่น เด็กเหล่านี้จะไม่ให้คุณค่ากับการศึกษา จะเห็นว่า "ไม่เห็นต้องขยันเรียนก็ทำงานหาเงินเลี้ยงตัวได้" เด็ก ๆ จะจัดตารางชีวิตประจำวันของตนเองโดยไม่ยอมเข้ากรอบตารางเวลาของโรงเรียน จะเน้นการทำงานที่ใช้แรงงานมากกว่าใช้สติปัญญา ซึ่งกล่าวโดยสรุปก็คือ เด็ก ๆ ได้ปฏิเสธหน้าที่ทางอุดมการณ์ของโรงเรียนที่นำเสนอว่า จะเป็นบันไดไต่เต้าให้เด็ก ๆ จากชนชั้นคนงานได้ก้าวขึ้นไปเป็นชนชั้นกลาง ผลจากการสร้างอุดมการณ์ต่อต้านดังกล่าว ทำให้เด็ก ๆ ได้เตรียมตัวเองอย่างดีที่จะทำงานในโรงงานแบบไม่ต้องใช้ทักษะหรือความรู้จากโรงเรียน เมื่ออยู่ในโรงงาน เด็ก ๆ ที่แม้จะได้รับการศึกษามาแล้วก็จะสลัดอุดมการณ์ของ "ผู้มีการศึกษา" ออกไป และเลือกที่จะอยู่กับพวกข้างล่างได้ทันทีและอย่างดี โดยไม่ต้องกระอักกระอ่วนใจ (งานของ Willis ชิ้นนี้ทำให้นึกถึงภาพตัวเอกในภาพยนตร์เรื่อง "Good Will Hunting ได้ดี)

แม้ว่าผลงานวิจัยที่ใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนา จะนำเสนอผลการศึกษาที่น่าสนใจหลายอย่าง แต่ทว่าก็มีข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่อวิธีวิทยาดังกล่าวหลายประการเช่นกัน คือ

- ปัญหาแรกก็คือ ลักษณะอัตวิสัยของผู้วิจัย (subjectivity) ตามหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า "ให้มีมุมมองแบบคนวงใน แต่อย่างเป็นคนวงในเสียเอง" นั้น เป็นหลักการที่ยากจะปฏิบัติอย่างยิ่ง ในขณะที่นักวิจัยก็เป็นมนุษย์คนหนึ่ง ปัญหาที่นักวิจัยจะถูกกลืนกลายไปเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีอยู่สูงมาก

- เนื่องจากวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนานั้น มักจะปฏิเสธการใช้ทฤษฎีเป็นตัวชี้นำ แต่จะมุ่งให้นักวิจัยเข้าไปในสนามอย่าง "หัวเปล่า" จากทฤษฎี อันมีผลทำให้ผลงานนักวิจัยอาจกล่าวเป็นเพียงการพรรณนาข้อมูลอย่างมากมาย แต่ไม่มีการวิเคราะห์เนื่องจากขาดทฤษฎีชี้นำ

อย่างไรก็ตาม ในจุดนี้ สำนักเบอร์มิงแฮมได้โต้แย้งว่า วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาที่สำนักใช้อยู่นั้น มีความแตกต่างจากที่สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเคยใช้อยู่ 2 ประการคือ ประการแรก วัฒนธรรมที่สำนักเบอร์มิงแฮมศึกษานั้น มิใช่เป็น "วัฒนธรรมอื่นๆ" ที่ห่างไกลจากวัฒนธรรมของนักวิจัย (เช่น เป็นชนเผ่าอื่น ๆ ที่พูดคนละภาษา หรือมีที่พักอาศัยคนละทวีป เป็นต้น) อีกประการหนึ่งก็คือ สำนักเบอร์มิงแฮมจะเน้นให้มีการวิเคราะห์ข้อมูลมากกว่าจะพรรณนาเฉย ๆ

- ข้อวิจารณ์ประการสุดท้ายมาจากนักสตรีนิยมในสำนัก คือ Angela McRobbie (1981) ที่กล่าวว่าวิธีวิทยาที่ทางสำนักใช้อยู่นั้น เป็นวิธีวิทยาของนักวิจัยชายเท่านั้น (Male Ethnography) ทำให้สนใจแต่ "วัฒนธรรมของเพศชาย" (Masculine culture) ไม่ว่าจะเป็นประเด็นศึกษา เรื่องฟุตบอล กลุ่มกินเหล้า แก๊งค์มอเตอร์ไซด์ เด็กวัยรุ่น คนงานผู้ชาย ฯลฯ

บทที่ 9
สื่อกับสถาบันครอบครัว

1. ความสนใจเรื่องสื่อกับครอบครัว
2. ครอบครัวศึกษา
   (2.1) ลักษณะทางวัฒนธรรมของสถาบันครอบครัว
   (2.2) กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับ "ครอบครัว"
   (2.3) ประเภทของครอบครัว
   (2.4) เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ครอบครัว
   (2.5) ทฤษฎีที่ใช้ศึกษาครอบครัว
3. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว/บ้านในมิติทางประวัติศาสตร์
4. ตัวอย่างการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว
   (4.1) การวิจัยผลกระทบระยะสั้น/ระยะปานกลาง
   (4.2) การวิจัยผลกระทบระยะยาว
   (4.3) การศึกษาภาพสะท้อนของครอบครัวในสื่อ
   (4.4) ความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างเด็ก-พ่อแม่-โทรทัศน์
   (4.5) ทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว
   (4.6) การใช้ประโยชน์จากสื่อในบริบทของครอบครัว
   (4.7) พฤติกรรมการดูโทรทัศน์

บทที่ 9
สื่อกับสถาบันครอบครัว

1. ความสนใจเรื่องสื่อกับครอบครัว

"ครอบครัว" เป็นสถาบันพื้นฐานของสังคมและเป็นสถาบันที่คนทุกคนต้องมีประสบการณ์ด้วยไม่ว่าจะในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ครอบครัวมีผลทั้งต่อ "การหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคล" และยังเป็น "หนทาง" นำพาบุคคลให้เดินทางเข้าสู่สังคมวงกว้าง (ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้ใช้ช่องทางของสื่อที่เข้าไปอยู่ในบ้านด้วย)

ในแวดวงวิชาการ มีข้อน่าสังเกตว่า ในโลกตะวันตก ความสนใจในเรื่อง "ครอบครัวศึกษา" เริ่มมีมากขึ้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 และยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนกระทั่งปัจจุบัน การศึกษาครอบครัวนั้นกระทำในหลายมิติ ทั้งด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา เศรษฐศาสตร์ ฯลฯ แต่ทว่าในท่ามกลางความหลากหลายเหล่านี้ มีงานวิจัย/งานศึกษาในเรื่องครอบครัวน้อยชิ้นมากที่จะผนวกเอาเรื่อง "การใช้สื่อ" เข้าไปด้วย

ในฝ่ายของทางด้านสื่อมวลชนศึกษาก็เช่นกัน ทั้ง ๆ ที่มีงานศึกษาสื่อมวลชนในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ผลกระทบทั้งระยะสั้นและระยะยาว การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การวิเคราะห์เนื้อหา ฯลฯ แต่ทว่าในเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว" นั้น กลับเป็นหัวข้อที่มีความสนใจศึกษาอย่างน้อยมาก แม้ว่าประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนประเภทแรก ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ จะเป็นสื่อประเภทที่ใช้อยู่ "นอกบ้าน" แต่ทว่านับตั้งแต่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทแรก คือ วิทยุ ต่อมาคือโทรทัศน์ จนกระทั่งถึงคอมพิวเตอร์ในยุคปัจจุบัน บรรดาสื่อเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสื่อที่มีลักษณะการใช้อยู่ "ภายในครอบครัว" ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงมีนักสื่อมวลชนศึกษาบางท่าน เช่น J. Lull เสนอว่า จำเป็นต้องศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัวให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

Lull (1988) ตั้งข้อสังเกตว่า ในการทำวิจัยเรื่องการใช้สื่อนั้นไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์การใช้แบบสอบถาม หรือการสนทนากลุ่ม นักวิจัยมักจะตั้งสมมติฐานว่า "ผู้รับสารนั้นเปิดรับสื่อ (โดยเฉพาะโทรทัศน์) ตามลำพังคนเดียว" หน่วยการวิเคราะห์จึงเป็น "ปัจเจกบุคคล" ทั้ง ๆ ที่ความจริงแล้ว การใช้สื่อเช่นโทรทัศน์นั้นมักกระทำในหน่วยครอบครัวที่ไม่ค่อยถูกนำมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ดังนั้น ในขณะที่การศึกษาผู้รับสารมักจะสนใจ "การตีความเนื้อหา" ของผู้รับ หรือ "ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้รับ" หากทว่าได้มองข้ามขั้นตอนก่อนที่จะถึงขั้น "ตีความ" คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ (context) หรือที่เรียกว่า "พฤติกรรมการดู" (viewing behavior)

Lull ได้เสนอให้ขยายกรอบการศึกษาเรื่องครอบครัวกับสื่อเช่น โทรทัศน์ ให้กว้างขวางออกไปก่อนที่จะถึงขั้นตอนที่ผู้รับสารมานั่งอยู่หน้าจอโทรทัศน์ โดยเริ่มตั้งแต่ตัวอย่างคำถามที่ว่า

- โทรทัศน์ถูกนำเข้ามาไว้ในบ้านอย่างไร ใครนำเข้ามา วางอยู่ตรงไหน
- แบบแผนการตัดสินใจในการดูเป็นอย่างไร
- ใครเป็นคนกำหนดแบบแผนการดู รายละเอียดของแบบแผนนั้นเป็นอย่างไร (ดูเวลาอะไร/ดูรายการอะไร) สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวมีปฏิกริยาอย่างไร
- เนื่องจากการดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ต้องแข่งขันกับกิจกรรมอย่างอื่น ๆ (เช่น งานอดิเรก การทำงานบ้าน การออกไปพักผ่อนนอกบ้าน การหลับนอน การเรียน การพูดคุยกับเพื่อนฝูง ฯลฯ) ดังนั้น แบบแผนการแข่งขันดังกล่าวเป็นอย่างไร ปัจจุบันหัวข้อการศึกษาที่สนใจตอบคำถามนี้คือเรื่อง "การใช้สื่อในชีวิตประจำวัน"

ในหนังสือเรื่อง **"World Families Watch Television"** (1988) Lull ได้รวบรวมงานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัวจากหลาย ๆ วัฒนธรรมทั่วโลกทั้งประเทศตะวันตก เช่น อังกฤษ เยอรมัน ประเทศในตะวันออกเช่น จีนและอินเดีย และประเทศที่อยู่กึ่งกลางเช่นประเทศในกลุ่มละตินอเมริกา Lull ได้จัดระบบการศึกษาเหล่านี้ให้อยู่ในกรอบคำถามดังนี้คือ

- แนวคิดเกี่ยวกับ "ครอบครัว" ในแต่ละวัฒนธรรมเป็นอย่างไร
- ระบบโทรทัศน์ของแต่ละประเทศเป็นอย่างไร เพื่อจะทำความเข้าใจกับประวัติความเป็นมาและประเภทรายการที่ประชาชนจะเลือกดู
- งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละประเทศให้ข้อสรุปสำคัญ ๆ อะไรบ้าง
- วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง "ชีวิตครอบครัว" กับ "โทรทัศน์" ในวัฒนธรรมนั้น ๆ

กรอบแนวคำถามดังกล่าวนี้เป็นตัวอย่างแสดงให้เห็นขอบเขตกว้าง ๆ ที่เราสามารถจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ประเด็นคือ สื่อและครอบครัวที่ยังถูกมองข้ามจากการศึกษาในอดีต

2. ครอบครัวศึกษา

2.1 ลักษณะทางวัฒนธรรมของสถาบันครอบครัว

เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ครอบครัวกับสื่อ" ในที่นี้จะกล่าวถึงแนวทางการศึกษาเรื่อง "ครอบครัว" โดยเฉพาะในส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อ โดยจะเริ่มต้นด้วยการพิจารณาครอบครัวในฐานะสถาบันทางสังคมและวัฒนธรรม

- **ลักษณะทางวัฒนธรรมของครอบครัว** มีลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้

♦ ครอบครัวเป็น**หน่วยทางวัฒนธรรม**หน่วยแรกของมนุษย์ เมื่อกล่าวว่า ครอบครัวเป็น "หน่วยทางวัฒนธรรม" (cultural unit) นั้น หมายความว่า ครอบครัวไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่หรือเป็นไปตาม "ธรรมชาติ" (natural) หากแต่ถูก "ประกอบสร้าง" (construct) ตามประวัติศาสตร์ในแต่ละท้องถิ่น แต่ละกาลเวลา

♦ แม้ว่าโฉมหน้าของครอบครัวจะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรม แต่จากประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ มนุษย์เราก็ต้องมีประสบการณ์กับครอบครัวแบบใดแบบหนึ่งอยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงทางกายภาพที่ว่า มนุษย์มีช่วงเวลาเป็นตัวอ่อนที่พึ่งตัวเองไม่ได้เป็นระยะเวลายาวนานเมื่อเทียบกับสัตว์โลกชนิดอื่น ดังนั้น จึงต้องพึ่งพาอาศัยสถาบันครอบครัวช่วยเลี้ยงดูในช่วงเริ่มแรกเพื่อเอาชีวิตรอด

♦ ครอบครัวเป็น**สถาบันทางสังคม** (social institution) ซึ่งหมายความว่า ครอบครัวได้ถูกกำหนดให้มีหน้าที่หลาย ๆ ประการต่อปัจเจกบุคคล ต่อสถาบันสังคมอื่น ๆ และต่อสังคมใหญ่ หน้าที่นี้อาจจะแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ เช่นในอดีต ครอบครัวเคยทำทั้งหน้าที่เป็นหน่วยการผลิตและหน่วยบริโภค แต่ทว่าปัจจุบัน หน้าที่การผลิตได้ถูกแยกออกไปจากครอบครัว ยังคงเหลือแต่หน้าที่ทางการบริโภค อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ดังกล่าวนั้น ก็มีหน้าที่พื้นฐานอยู่ 2-3 ประการที่ยังคงยืนพื้นอย่างต่อเนื่องคือ หน้าที่การให้ความอบอุ่นทางจิตใจและการพึ่งพิงทางอารมณ์ต่อสมาชิก หน้าที่การอบรมบ่มเพาะและเตรียมบุคคลให้เข้าสู่วัฒนธรรมใหญ่ หน้าที่การเลี้ยงดูในช่วงเยาว์วัย เป็นต้น

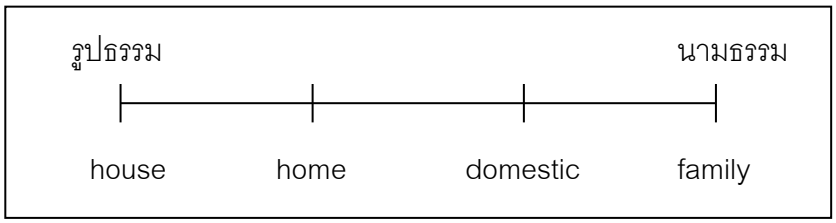
♦ ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ครอบครัวเป็นมิติทางวัฒนธรรมที่ทุกคนต้องมีประสบการณ์ และกว่าจะรู้ตัวว่า "ครอบครัวคืออะไร เราก็มีครอบครัวไปเสียแล้ว" การเป็นหน่วยทางวัฒนธรรมหน่วยแรก ๆ จึงมีผลให้ครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานโดยเฉพาะในเรื่องอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลเป็นอย่างมาก

♦ เมื่อพิจารณาในแง่องค์ประกอบย่อยของวัฒนธรรม เช่น ลักษณะการเป็น "พิธีกรรม" (ritual) จะพบว่า ในแต่ละครอบครัวจะมีการสร้างแบบแผนที่เป็น "พิธีกรรม" ของครอบครัวขึ้นมา เช่น ต้องกินข้าวเย็นพร้อมหน้าพร้อมตากัน ไปดูหนังร่วมกัน วันอาทิตย์อยู่บ้านทำกิจกรรมร่วมกัน ฯลฯ ในบรรดาพิธีกรรมเหล่านี้ "การใช้สื่อ เช่น การดูโทรทัศน์" ก็เป็นหนึ่งในพิธีกรรมเหล่านั้น คุณลักษณะย่อย ๆ ของพิธีกรรมก็เช่น สถานที่ ช่วงเวลา สมาชิกที่เข้าร่วม กิจกรรมของผู้เข้าร่วมแต่ละคน เป้าหมายของพิธีกรรม ความหมายของพิธีกรรม ข้อห้าม การให้รางวัลและการลงโทษ

เมื่อมีการปฏิบัติตามหรือละเมิด เป็นต้น

2.2 กลุ่มคำที่เกี่ยวข้องกับ "ครอบครัว"

ทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีคำหลายคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "ครอบครัว" เช่น บ้าน ที่บ้าน ในบ้าน ครอบครัว ที่พัก ที่อาศัย ฯลฯ สำหรับในภาษาอังกฤษนั้น อาจเรียงกลุ่มคำที่ใช้หมายความถึง "ครอบครัว" โดยใช้เกณฑ์เรื่อง "ความเป็นนามธรรม/รูปธรรม" ได้ดังนี้



- **house** เป็นความหมายที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด หมายถึงตัวบ้านที่ทำด้วยอิฐ ไม้ ปูน รวมทั้งบริเวณรอบ ๆ บ้าน ซึ่งเป็นลักษณะด้านกายภาพของครอบครัว ในภาษาไทยอาจจะหมายถึง "ที่พัก/ที่อยู่อาศัย"

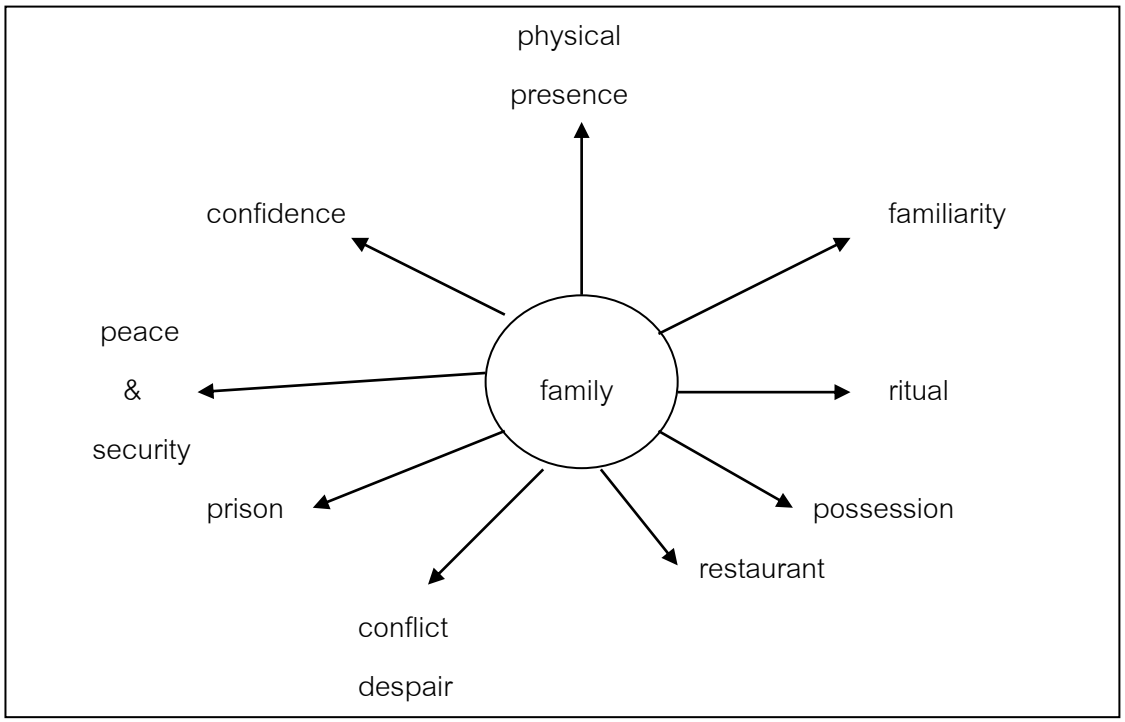
- **home** มีความหมายเชิงนามธรรมมากขึ้น แต่ก็ยังรวมความหมายรูปธรรมเดิมเอาไว้ด้วย home นั้น นอกจากจะรวมเอาลักษณะทางกายภาพแล้ว ก็ยังเสริมลักษณะด้านจิตวิทยาเข้าไปด้วย กล่าวคือ นอกจาก "home" จะเป็นที่อยู่อาศัยแล้ว ก็ยังเป็นแหล่งที่พักพิงทางใจและอารมณ์ความรู้สึก อันเป็นที่มาของคำว่า "there is no place like home" ในภาษาไทยน่าจะได้แก่คำว่า "บ้านเรา แสนสุขใจ"

- **domestic** มีความหมายในแง่ของกิจกรรม หรือมิติของชีวิตที่อยู่ภายในปริมณฑลของบ้าน ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรมที่แยกออกจากโลกภายนอก เช่น กิจกรรมการพักผ่อน ที่อยู่ภายในบ้าน หรือเรื่องชีวิตส่วนตัวในบ้านที่มีลักษณะเป็นอิสระแตกต่างจากชีวิตการงานในโลกภายนอก คำว่า "domestic" นี้ น่าจะตรงกับว่า "ภายในบ้าน" ของไทย

- **family** มีความหมายในเชิงความสัมพันธ์เชิงจิตวิทยา-สังคมชนิดพิเศษระหว่างบุคคลที่แตกต่างไปจากความสัมพันธ์ชนิดอื่น ๆ เช่น มีความรักความผูกพัน มีความปรารถนาดีช่วยเหลือกัน เป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด ฯลฯ ในภาษาไทยก็คือคำว่า "ครอบครัว" นั่นเอง

จากกลุ่มคำที่ให้ความหมายใกล้เคียงกันกับคำว่า "ครอบครัว" นั้น หากศึกษาความหมายของคำตามแนวทางของสำนักปรากฏการณ์วิทยา กล่าวคือ ศึกษาความหมายจากการรับรู้

เกี่ยวกับครอบครัวที่มาจากประสบการณ์ชีวิตของตนเอง อาจมีอย่างหลากหลายมาก ดังแสดงใน
ภาพ



(สำหรับในสังคมไทย เรื่องครอบครัวเป็นเรื่องที่สำคัญ และมีถ้อยคำสำนวนภาษิตที่เกี่ยวกับความหมายของคำว่า "บ้าน" ที่น่าสนใจศึกษา เช่น "บ้าน" หมายถึง ชาติ สวรรค์ เพื่อนบ้าน บ้านหลังที่สอง บ้านเล็กบ้านน้อย หลังบ้าน กลับบ้านเก่า ไม่อยากกลับบ้าน ฯลฯ)

ในขณะที่ “บ้าน” มีความหมายที่หลากหลายจากทัศนะที่แท้จริงของผู้คน ในระดับของสังคมก็น่าสังเกตว่า มักมีการพูดถึง "บ้าน/ครอบครัว" อย่างอุดมคติ อันปรากฏอยู่ในวาทกรรมต่าง ๆ รวมทั้งวาทกรรมที่สร้างโดยสื่อมวลชน (เช่น ภาพในโฆษณาส่วนใหญ่ เป็นวาทกรรมเกี่ยวกับครอบครัว/บ้านแทบทั้งสิ้น) รวมทั้งมักมีการสร้างความหมายเพื่อจะแยก "กาละและเทศะ" เรื่อง "บ้าน/ครอบครัว" ออกจากโลกภายนอกด้วย เช่น ถ้ากลับเข้าบ้านแล้ว ก็เป็นอีกโลกหนึ่ง ที่บ้านเป็นโลกส่วนตัว เป็นต้น (สนใจโปรดดู กาญจนา, 2544)

นอกจากนั้น ความหมายของคำว่า "บ้าน/ครอบครัว" จะบ่งบอกนัยยะไปในทางใดนั้น ย่อมมีตัวแปรต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถานะของบุคคลนั้น ๆ ในบ้าน (เช่น พ่อแม่ลูก ผู้อยู่อาศัย สถานะเฉพาะของบุคคล (เป็นเด็ก ผู้ใหญ่ คนแก่) สถานะทางวิชาชีพ (มีงานทำ/ว่างงาน) รวมทั้งคุณลักษณะด้านประชากร และวัฒนธรรมอื่นๆ

2.3 ประเภทของครอบครัว

เราได้กล่าวมาบ้างแล้วในตอนต้น ๆ ว่า "ครอบครัว" เป็นหน่วยทาง**วัฒนธรรม** และมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับวัฒนธรรม คือมีความหลากหลาย ไม่ได้มีอยู่รูปแบบเดียว (การลดทอนให้

ครอบครัวต้องมีเพียงรูปเดียวคือ ต้องมี พ่อ (ชาย) แม่ (หญิง) และลูกนั้น เป็นเพียงครอบครัวในอุดมคติของระบบทุนนิยมเท่านั้น และถูกทำให้กลายเป็นอุดมการณ์ว่า ความหมายของครอบครัวต้องเป็นแบบนี้เท่านั้น (สนใจดูกำจร, 2544)

ในอดีต นักวิชาการมักจะจัดความหลากหลายของครอบครัวด้วยการให้นิยามว่า ครอบครัวคือคนที่มาอยู่ร่วมกันด้วยความสัมพันธ์ 2 รูปแบบ คือ ความสัมพันธ์ทางสายเลือด หรือความสัมพันธ์ด้านการแต่งงานเกี่ยวดองกัน และแบ่งประเภทครอบครัวเป็นครอบครัวเดี่ยวหรือครอบครัวขยาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน โลกแห่งความจริงได้ขยายคำนิยามดังกล่าวให้กว้างขวางออกไปอย่างมากมาย เช่น

- ครอบครัวที่เกิดจากคนที่รู้จักกันและสมัครใจจะมาอยู่ร่วมชายคาเดียวกันโดยไม่ต้องมีสายสัมพันธ์ทางสายเลือดหรือแต่งงาน เป็นครอบครัวแบบ "คนที่มาอยู่ร่วมกัน" (Cohabitation) ตัวอย่างเช่น เพื่อน 6 คนที่อยู่ร่วมกันใน sit-com เรื่อง "Friends"
- ครอบครัวที่พ่อแม่อาจจะรับเอาลูกบุญธรรมมาเลี้ยง
- ครอบครัวที่มีเพียงพ่อหรือแม่อยู่กับลูก (single-parent)
- ครอบครัวที่ทั้งพ่อและแม่อาจจะเป็นผู้ชายทั้งคู่ (gay) หรือเป็นผู้หญิงทั้งคู่ (Lesbian)
- ครอบครัวที่ทั้งสามีและภรรยาเคยแต่งงานมาแล้ว และหย่าขาดจากคู่สมรสเดิมแล้วมาแต่งงานกันใหม่ (remarriage)

ฯลฯ

แม้แต่ในประเทศเดียวกันก็ยังอาจมีครอบครัวที่หลากหลายตามลักษณะเชื้อชาติของคนในครอบครัว เช่น ในสหรัฐอเมริกามีครอบครัวแบบ Asia-American Afro-American Latino-American European-American ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งในแง่จำนวนคนที่อยู่ร่วมกัน การถือค่านิยมที่แตกต่างกัน รูปแบบความสัมพันธ์ภายในครอบครัวที่แตกต่างกันจนบอกรวม ๆ ไม่ได้ว่า "ครอบครัวอเมริกัน" เป็นอย่างไรกันแน่

Lull (1988) เสนอว่า ปัจจัยที่ทำให้ครอบครัวแตกต่างกันนั้นน่าจะเนื่องมาจาก

- ความทันสมัยของสังคมที่แวดล้อมครอบครัวนั้น เช่น สังคมเมือง/ชนบท
- สภาพแวดล้อมของครอบครัว เช่น สภาพเกษตรกรรม/อุตสาหกรรม/เมืองใหญ่-เล็ก
- ค่านิยมและประเพณี โดยเฉพาะที่มาจากศาสนา
- แบบแผนของการสื่อสารภายในครอบครัว ซึ่งรวมตั้งแต่การใช้ภาษา การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล และแบบแผนการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

เนื่องจากครอบครัวเป็นสถาบันย่อย ๆ สถาบันหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลง

โครงสร้างของสังคมใหญ่ย่อมส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของครอบครัว และในทำนองเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของครอบครัวก็ย่อมส่งผลสะเทือนถึงโครงสร้างสังคมใหญ่เช่นเดียวกัน ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การเปลี่ยนแปลงขนาดของครอบครัว ในสังคมเกษตร เนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตมีประสิทธิภาพต่ำจึงต้องใช้แรงงานคนเป็นหลัก ดังนั้น ครอบครัวในสังคมเกษตรจึงมีขนาดใหญ่เพื่อเป็นหลักประกันด้านแรงงาน การมีลูกก็มีความหมายในด้านการลงทุนประการหนึ่ง (เลี้ยงไว้โตขึ้นจะได้อาศัยไหว้วานได้ใช้งานบ้าง และเลี้ยงดูพ่อแม่ยามแก่เฒ่า) แต่ในสังคมอุตสาหกรรม ประสิทธิภาพของเครื่องจักรที่ผลิตมีสูงขึ้น ความต้องการแรงงานคนลดลง รวมทั้งแหล่งอุตสาหกรรมมีการโยกย้ายตลอดเวลา จึงต้องการครอบครัวที่มีขนาดเล็กคล่องตัว โยกย้ายได้โดยง่าย ดังนั้น ครอบครัวในระบบอุตสาหกรรมจึงมีขนาดเล็กลงเหลือเพียงพ่อ-แม่-ลูก 3-5 คน ความหมายของการมีลูกก็เปลี่ยนไป เนื่องจากการมีเครื่องทุ่นแรงและสวัสดิการทางสังคม การมีลูกจึงมิใช่การลงทุน หากทว่าเป็นมิติทางด้านอารมณ์ความรู้สึกมากกว่า

ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีผลกระทบต่อครอบครัวซึ่งเป็นแบบแผนโดยทั่วไปของโลกสมัยใหม่ก็คือ การเปลี่ยนมาเป็นอุตสาหกรรม (Industrialization) และการเปลี่ยนมาเป็นสังคมที่ทันสมัย (Modernization)

(ก) การเปลี่ยนมาเป็นอุตสาหกรรม

- เกิดการแบ่งงานกันทำแบบใหม่ในสังคม เช่น ผู้ชายทำงานนอกบ้าน ผู้หญิงทำงานในบ้าน และมาเปลี่ยนแปลงอีกครั้งเมื่อผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้านอีก
- เกิดการแบ่งโครงสร้างอาชีพแบบใหม่ เช่น อาชีพรับจ้าง และบริการ
- เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทเกษตรเข้าสู่อุตสาหกรรมในเมือง ทำให้เกิดผลที่ตามมาคือ ค่านิยมแบบเมือง เช่น เสรีภาพทางเพศ (ดูจากกรณีสาวโรงงานทอผ้าจะเห็นได้อย่างชัดเจน) โอกาสการแต่งงาน ความคาดหวังที่สูงขึ้นจากชีวิตครอบครัว ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่ลูกที่เสมอภาคมากขึ้น ผ่อนปรนมากขึ้น (พ่อแม่มักเป็นเพื่อนลูกมากกว่าเป็นผู้หลักผู้ใหญ่)
- ครอบครัวเปลี่ยนจากหน่วยการผลิตมาเป็นหน่วยการบริโภค

(ข) การเปลี่ยนมาเป็นสังคมที่ทันสมัย มีคุณลักษณะหลายประการที่บ่งบอกความทันสมัย เช่น

- มีการเกิดอาชีพ "แม่บ้าน" คือผู้หญิงที่ทำงานบ้านอย่างเดียว
- มาตรฐานชีวิตสูงขึ้น แต่ขนาดครอบครัวเล็กลง
- ในขณะที่แนวคิดเรื่อง "เพื่อนบ้าน" หายไป ทุกคนต่างหันมาพึ่งพา "ครอบครัว" มาก

ขึ้น พร้อมกับเกี่ยวข้องกับญาติพี่น้องน้อยลง

- ครอบครัวมีบทบาทสูงในด้านอารมณ์ความรู้สึก การใช้อำนาจตามแบบประเพณีน้อยลง
- การเคลื่อนย้ายครอบครัวไปตามที่ต่าง ๆ มีมากขึ้น (ตามแหล่งที่ทำงาน) มีการต่อสู้เรื่องพื้นที่ (โดยเฉพาะในเมือง) มากขึ้น
- มีการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะภายในบ้านมากขึ้น เมื่อมีการใช้ตู้เย็น เตาไฟฟ้า เตาไมโครเวฟ ก็ส่งผลไปถึงประเภทอาหาร วิธีปรุง วิธีกิน ความสัมพันธ์ระหว่างคนที่กินอาหาร เป็นต้น

ปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง**บทบาทของคนในครอบครัว** และ**ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว**อย่างมาก

2.4 เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ครอบครัว

ตัวอย่างเกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์ครอบครัวที่อาจจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่อง "สื่อในครอบครัว" ได้มีดังนี้

- **การเข้าถึง** (Home and Reach)

แต่เดิมมีการวิเคราะห์ครอบครัวโดยใช้เกณฑ์เรื่อง "การเข้าถึงโลกภายนอก" (Reach out) โดยมีข้อเสนอว่า บุคคลที่อยู่ "ภายในบ้าน" เช่น เด็ก ผู้หญิง คนแก่นั้นจะไม่สามารถเข้าถึงโลกภายนอกได้ ดังคำกล่าวที่ว่า "วันหนึ่ง ๆ อยู่แต่ในบ้าน ไม่รู้ว่าโลกภายนอกเขาไปถึงไหนกันแล้ว" แต่สภาวะดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปมากเมื่อมีการนำสื่อสมัยใหม่เช่น วิทยุ และโทรทัศน์เข้าไปในบ้าน ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้ "คนที่อยู่แต่ภายในบ้าน" สามารถเข้าถึงโลกภายนอกได้อย่างเท่าเทียมหรืออาจจะมากกว่าคนที่ออกไปสู่โลกภายนอก การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการเข้าถึงโลกภายนอกนี้ย่อมส่งผลกระทบถึงเรื่องอำนาจภายในครอบครัว (มีโฆษณาที่แสดงให้เห็นว่าลูกชายตัวเล็ก ๆ สามารถสอนพ่อให้รู้วิธีกินขนมได้อย่างเอร็ดอร่อย) และความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (ปัจจุบันภรรยาสามารถจะคุยเรื่องสงครามอ่าวเปอร์เซียกับสามีได้)

- **การรวมกลุ่ม** (Home and hearth)

โดยส่วนใหญ่ ในบ้านจะมี "สถานที่" อยู่แห่งหนึ่งที่เป็น "อาณาเขตกลาง" เป็นที่ร่วมพบปะกันของสมาชิกในครอบครัวเพื่อการสังสรรค์ แลกเปลี่ยนข่าวสาร เป็นเวลาของครอบครัว เช่น สำหรับบ้านฝรั่ง ก็อาจจะเป็นที่โต๊ะอาหารที่จะนั่งรับประทานอาหารร่วมกัน ถามข่าวคราว

พูดคุยหยอกล้อ ฯลฯ หรือมิฉะนั้นก็เป็นบริเวณหน้าเตาผิง (เนื่องจากอากาศหนาว) ที่ทุกคนจะมานั่งทำกิจกรรมของตัวเอง เช่น พ่อจะสูบบุหรี่ อ่านหนังสือ แม่ถักนิตติ้ง ลูกๆเล่นเกมส์ของตัวเอง พร้อมกับพูดคุยกันไปด้วย ส่วนบ้านของไทยก็อาจจะเป็นหน้าชานบ้านหรือห้องรับแขก ฯลฯ ปัจจุบัน เมื่อมีการนำโทรทัศน์เข้าไปในบ้าน โทรทัศน์ก็ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่สมาชิกในครอบครัวจะมานั่งรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน (คือดูโทรทัศน์) อันเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมการนั่งหน้าเตาผิงเช่นครั้งอดีต

- **บ้านกับการสร้างอัตลักษณ์** (Home and Identity)

นอกจากบ้านจะมีมิติด้านกายภาพและจิตวิทยาที่กล่าวมาแล้ว ในทางสังคม "บ้าน" ยังมีสถานะเป็นผู้สร้าง "อัตลักษณ์" ของผู้อยู่อาศัยอีกด้วย ดังนั้น เราจึงเห็นการให้ความสำคัญกับการสร้างบ้าน ปลูกบ้าน ตกแต่งบ้าน การเลือกสไตล์ การเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ ทั้งนี้ เนื่องจาก "บ้าน" เป็นสัญลักษณ์แสดงความหมายบ่งบอกไปถึง "ผู้ที่เป็นเจ้าของ" เช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ แต่มีสถานภาพที่ยืนยาวมั่นคงกว่า ด้วยเหตุนี้ การเลือกซื้อสื่อต่าง ๆ เข้าไปไว้ใช้หรือประดับตกแต่งบ้าน สถานที่ตั้ง การเปิดดูรายการ จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลเช่นกัน

2.5 ทฤษฎีที่ใช้ศึกษาครอบครัว

ทฤษฎีมีบทบาทสำคัญในการเป็นแว่นส่องให้เห็น "ภาพ" ของความเป็นจริงที่กำลังศึกษาอยู่ ดังนั้น งานวิจัยแต่ละชิ้นที่ใช้ทฤษฎีจากสำนักที่แตกต่างกัน แม้จะศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน ก็จะให้ผลที่แตกต่างกัน ทฤษฎีที่ใช้ศึกษาเรื่องครอบครัวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมีตัวอย่างดังนี้ (ดู Lull, 1988)

(2.5.1) **ทฤษฎีหน้าที่นิยม**

แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้ถือว่า "ครอบครัว" ในฐานะสถาบันย่อยของสังคมย่อมต้องมีหน้าที่ มีการปรับตัว (adaptation) และมีปฏิสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของสังคม โดยมีเป้าหมายหลักอยู่ที่การธำรงรักษาเสถียรภาพของระบบใหญ่ทั้งหมด และหากกล่าวโดยภาพรวมแล้ว ทฤษฎีหน้าที่นิยมจะค่อนข้างมองสถาบันครอบครัวในด้านบวก เนื่องจากสถาบันนี้ได้ทำหน้าที่ต่างๆ มากมายในด้านที่เป็นคุณประโยชน์ต่อระบบใหญ่ เช่น

- ทำหน้าที่ด้านเศรษฐกิจ/การเมือง/และสังคมวัฒนธรรมให้แก่ระบบใหญ่ เช่น ทำมาหากิน ออกเสียงเลือกตั้ง เข้าร่วมประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ
- ทำหน้าที่ผลิตสมาชิกใหม่ให้แก่สังคมและเลี้ยงดู ซึ่งช่วยรับประกันความยืนยาวของสังคม

- ทำหน้าที่สืบทอดวงศ์ตระกูล ทั้งในแง่กายภาพ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ซึ่งเท่ากับช่วยสืบทอดสังคมด้วย
- ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสมาชิกใหม่ให้รู้จักทำหน้าที่ของตนเอง และตระเตรียมสมาชิกใหม่ให้ออกไปทำหน้าที่ต่อสังคมภายนอก (เช่น ตัวอย่างโฆษณาแม่ที่อบรมให้ลูกไปเป็นทหารรับใช้ชาติ หรือบวชทดแทนบุญคุณพ่อแม่)
- ทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจ หล่อหลอมจริยธรรม และเป็นที่พึ่งพิงทางจิตใจ/อารมณ์แก่สมาชิก
- การควบคุมสมาชิกในครอบครัวด้วยรูปแบบต่าง ๆ (social control) เช่น การออกกฎเกณฑ์ (ล้างมือก่อนกินข้าว อาบน้ำ เข้านอน) เป็นการตระเตรียมสมาชิกให้รู้จักคุ้นเคยกับระบบการควบคุมที่รอคอยสมาชิกอยู่ในสังคมใหญ่ (ขับรถห้ามฝ่าไฟแดง ห้ามขโมยของในซุปเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ)

และเนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ระบบใหญ่ทั้งหมดก็ต้องมีการปรับตัว ในการนี้ ครอบครัวในฐานะสถาบันย่อยต้องมีส่วนร่วมในการปรับตัวนั้นด้วย ตัวอย่างเช่น เมื่อสังคมไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมข่าวสารที่ต้องมีการติดตามข่าวสารต้องใช้คอมพิวเตอร์ แต่ละครอบครัวก็ต้องเริ่มปรับตัวด้วยการหาซื้อคอมพิวเตอร์มาไว้ใช้ภายในบ้าน ฯลฯ ดังนั้น แม้ว่าหน้าที่บางอย่างของครอบครัวจะหมดไป เช่น หน้าที่การอบรมสั่งสอนด้านความรู้และทักษะวิชาชีพ โดยสถาบันโรงเรียนมาโอนความรับผิดชอบไป แต่ครอบครัวก็ยังคงต้องปรับตัวปรับบทบาทมาเป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านการเงินและด้านอารมณ์จิตใจแก่สมาชิกที่เป็นนักเรียน (เช่น ต้องคอยให้กำลังใจเวลาสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัย)

สำหรับหน้าที่ต่าง ๆ ที่กล่าวมาของครอบครัวนั้น เมื่อเกิดมีสื่อมวลชนขึ้นมา ก็ดูเสมือนว่า สื่อสมัยใหม่จะเข้ามาทำหน้าที่หลาย ๆ อย่างแทนครอบครัว เช่น หน้าที่การอบรมบ่มเพาะ (ดังที่ปรากฏอย่างชัดเจนในแนวคิดของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ) แม้แต่หน้าที่การเป็นแหล่งสนับสนุนทางจิตใจหรืออารมณ์ความรู้สึก ตัวอย่างเช่น เริ่มมีข้อสังเกตว่า ทุกวันนี้ เมื่อเด็กวัยรุ่นมีปัญหาในชีวิต มักจะไม่ปรึกษาพ่อแม่อย่างเช่นสังคมในอดีต แต่จะโทรศัพท์เข้าไปปรึกษากับ DJ. วิทยุมากกว่า เป็นต้น สำหรับหน้าที่ด้านอารมณ์นั้น มีข้อเท็จจริงอีกประการหนึ่งว่า ในโลกแห่งความเป็นจริงปัจจุบัน เราจะมีประสบการณ์ทางอารมณ์ที่จำกัดมาก เพราะชีวิตประจำวันของเรามีลักษณะเป็นแบบแผนปกติ พบปะผู้คนที่คุ้นเคย แต่ทว่าในโลกแห่งจอโทรทัศน์ เราจะได้ประสบการณ์ทางอารมณ์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นโกรธ กลัว ตื่นเต้น รัก เศร้า แค้น ตื้นตัน ปลาบปลื้ม ฯลฯ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นแหล่งที่สำคัญของการสร้างประสบการณ์

ทางอารมณ์ให้แก่บุคคล

(2.5.2) **ทฤษฎีมาร์กซิสม์**

จากสมมติฐานต่อสังคมที่มีอย่างแตกต่างจากสำนักหน้าที่นิยม เนื่องจากทฤษฎีมาร์กซิสม์เห็นว่า ในสังคมมีความขัดแย้งในการเอารัดเอาเปรียบ การกดขี่และการครอบงำระหว่างชนชั้น ดังนั้น บรรดาสถาบันสังคมต่าง ๆ รวมทั้งครอบครัวจึงทำหน้าที่เป็นกลไกในการธำรงรักษาสภาพการเอารัดเอาเปรียบดังกล่าวเอาไว้ เมื่อประยุกต์หลักการดังกล่าวมาใช้กับครอบครัว หน้าที่ของครอบครัวจึงเป็นดังนี้

- เป็นเครื่องมือของผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจในการผลิตแรงงานรุ่นใหม่ให้ไปรับใช้ระบบทุนนิยม
- นอกจากการผลิตทางกายภาพแล้ว ครอบครัวยังทำหน้าที่หล่อหลอมให้เด็ก ๆ จากชนชั้นคนงานผลิตความคิดที่ยอมจำนน ยอมรับใช้ระบบที่เอารัดเอาเปรียบต่อไป โดยเด็ก ๆ จะถูกสอนให้ยอมรับความไม่เท่าเทียมและความไม่ยุติธรรมในสังคมตั้งแต่อยู่ในครอบครัว
- ครอบครัวจะช่วยฝึกอบรมให้เด็ก ๆ รู้จักเรื่องการอยู่ในระบบทุนนิยม ตั้งแต่เรื่องการมีระเบียบวินัย การยอมรับต่อโครงสร้างอำนาจ

(2.5.3) **ทฤษฎีสตรีนิยม** (Feminism)

ในขณะที่ทฤษฎีมาร์กซิสม์วิจารณ์สำนักหน้าที่นิยมนั้น ทฤษฎีสตรีนิยมก็วิจารณ์สำนักมาร์กซิสม์อีกทอดหนึ่งว่า นักทฤษฎีมาร์กซิสม์นั้นสนใจแต่การวิจารณ์ระบบทุนนิยมโดยมองข้ามระบบพ่อเป็นใหญ่ (Patriarchy) ไปทั้ง ๆ ที่ในการวิเคราะห์สถาบันครอบครัวนั้น จะมองเห็นลัทธิพ่อเป็นใหญ่ได้ง่ายกว่าความเป็นทุนนิยมเสียอีก

ดังนั้น ทฤษฎีสตรีนิยมจึงวิเคราะห์สถาบันครอบครัวผ่านกรอบแนวคิดของระบบพ่อเป็นใหญ่ โดยถือว่า ภายในครอบครัวนี้เองที่เป็นสถานที่ที่เพศชายจะกดขี่เพศหญิงด้วยกลไกต่าง ๆ ภายในบ้าน เริ่มตั้งแต่การแบ่งงานกันทำตามเพศ (เช่น พ่อออกไปทำงานนอกบ้าน แม่อยู่บ้านทำงานบ้าน) การปฏิบัติต่อเด็กหญิงและเด็กชายอย่างแตกต่างและไม่เสมอภาคกัน เช่น เด็กผู้หญิงจะต้องรับผิดชอบงานบ้าน แต่เด็กผู้ชายจะใช้เวลาเล่นได้อย่างอิสระ เป็นต้น

จากกระบวนการหล่อหลอม (socialization) เด็กหญิงและเด็กชายอย่างแตกต่างกันที่เกิดขึ้นภายในครอบครัว จึงเท่ากับครอบครัวได้ทำหน้าที่ผลิตซ้ำของอุดมการณ์ทางเพศ (Sexual ideological reproduction) อันเป็นกลไกสำคัญในการธำรงรักษาความไม่เสมอภาคทางเพศในสังคมเอาไว้ ข้อเสนอของกลุ่มสตรีนิยมจึงกล่าวว่า ครอบครัวแบบที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบัน

นั้น นอกจากจะเป็น "ครอบครัวแบบทุนนิยม" ตามที่กลุ่มมาร์กซิสต์กล่าวแล้ว ก็ยังเป็น "ครอบครัวแบบพ่อเป็นใหญ่" ด้วย ซึ่งเป็นรูปแบบครอบครัวที่ไม่เอื้ออำนวยความสุขให้แก่คนทุกเพศในครอบครัวอย่างเท่าเทียมกัน (ผู้ชายอาจจะมีความสุขจากครอบครัวแบบนี้ แต่ผู้หญิงจะไร้ความสุข) ดังนั้น หากมนุษยชาติต้องการจะสร้างสรรค์ให้สถาบันครอบครัวเป็นสถาบันที่ให้ความสุขแก่คนทุกเพศทุกวัยแล้ว ก็ต้องสร้างสรรค์ครอบครัวแบบใหม่ที่พ้นไปจากระบบทุนนิยมและระบบพ่อเป็นใหญ่

(2.5.4) **ทฤษฎีการสื่อสาร** (Communication Theory)

มีกลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารที่สนใจวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารภายในครอบครัว แต่ทว่ามีทิศทางหลักในการศึกษา "การสื่อสารระหว่างบุคคล" (Interpersonal communication) ตัวอย่างประเด็นที่ศึกษาจะมีดังนี้

- การแบ่งประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสื่อสารแบบ socio-oriented ที่เน้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหลัก แบบ concept-oriented เป็นการสื่อสารที่เน้นเรื่องความเป็นเหตุเป็นผลเป็นหลัก
- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในครอบครัวกับลักษณะบุคลิกภาพ หรือสุขภาพจิตของบุคคล โดยถือว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นตัวบ่งชี้ (indicator) ของบุคลิกภาพของบุคคล
- การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคลกับแบบแผนของการใช้สื่อภายในบ้าน เช่น แบบแผนการดูโทรทัศน์ (สนใจกรณีของไทย โปรดดู ขวัญใจ, 2539)

(2.5.5) **กลุ่มยุคหลังสมัยใหม่** (Postmodernism)

ในการวิเคราะห์ครอบครัวนั้น กลุ่มยุคหลังสมัยใหม่เสนอว่า จะต้องพิจารณาครอบครัวที่กำลังอยู่ในสังคมเทคโนโลยีข่าวสารในปัจจุบันเป็นหลัก ลักษณะสำคัญ 3 ประการของสังคมเทคโนโลยีข่าวสารก็คือ

- เป็นระบบอุตสาหกรรมที่มีแต่รูปแบบความสัมพันธ์แบบไม่เป็นส่วนตัวเท่านั้น (Impersonal industry)
- เป็นสังคมที่เน้นความรู้ด้านเทคนิค (technocratic)
- เป็นสังคมที่จัดระบบระเบียบทุกอย่างเป็นแบบแผน (bureaucratic)

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้ "สถาบันครอบครัวแบบที่เราเคย

คิดถึง" ซึ่งก่อตัวมาจากบริบทสังคมเดิมนั้นจะดำรงอยู่ต่อไปไม่ได้แล้ว และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบครอบครัวกันขนานใหญ่เพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบัน ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น สังคมยุคหลังสมัยใหม่นั้นเป็นสังคมที่ไม่มีหลักแหล่งที่แน่นอน (No sense of place) ดังนั้นความหมายของคำว่า "บ้าน" แบบถาวรก็คงต้องเปลี่ยนแปลงไป ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จะมีบทบาทอย่างมากในการสร้างสิ่งแวดล้อมด้านข่าวสารข้อมูลให้กับบุคคล

3. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ กับครอบครัว/บ้านในมิติทางประวัติศาสตร์

เพื่อให้เห็นภาพพัฒนาการความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว/บ้านกับสื่อประเภทต่าง ๆ มีงานศึกษาอยู่ชุดหนึ่งที่ใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ทำความเข้าใจกับอดีตและปัจจุบัน เพื่อคาดการณ์ในอนาคตที่จะนำเสนอเป็นตัวอย่างดังนี้

(3.1) การสร้างอุดมการณ์เกี่ยวกับ "บ้าน/ครอบครัว"

แม้ว่ามนุษย์เราจะอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวมาช้านานแล้ว แต่ทว่าในโลกตะวันตกความคิดเกี่ยวกับ "บ้าน/ครอบครัว" เพิ่งจะถูกแปรสภาพยกฐานะให้กลายเป็น "อุดมการณ์" ชนิดหนึ่งโดยถูกสร้างขึ้นมาจากกลุ่มนักวิชาการที่เป็นนักวางแผนสังคม (social planning) ในศตวรรษที่ 18 ยุคสมัยวิกตอเรียน ทั้งนี้เนื่องจากในศตวรรษที่ 18 และ 19 สังคมตะวันตกเริ่มพัฒนาระบบอุตสาหกรรมและระบบการแข่งขันในระบบตลาด/ธุรกิจขึ้นมา ระบบทั้งสองนั้นแม้ว่าในด้านหนึ่งจะสร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้นในสังคม รวมทั้งสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเพิ่มการผลิตสินค้าในปริมาณที่มากมายมหาศาล แต่ในอีกด้านหนึ่ง ระบบดังกล่าวก็สร้างปัญหาต่าง ๆ ขึ้นมาอย่างมากมาย เช่น ปัญหาประชากรที่มาอยู่รวมกันอย่างแออัดในเมือง สภาพของโรงงานอุตสาหกรรมที่สกปรกเสื่อมโทรม ปัญหาอาชญากรรมและการใช้ความรุนแรง ระบบการแข่งขันในตลาดได้สร้างความไม่แน่นอนให้แก่ชีวิตผู้คนอย่างโหดร้าย เช่น ตลาดหุ้นตกต่ำ ราคาสินค้าตกต่ำ พืชผลเสียหาย โรงงานอุตสาหกรรมล้มละลาย หรือพ่ายแพ้การแข่งขันต้องปิดตัวเองลง (ดู Hirsch, 1998)

ท่ามกลางโลกธุรกิจอุตสาหกรรมที่เสื่อมโทรมและโหดร้ายดังกล่าวนี้เอง ทำให้เกิดการปรับตัวของสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมด้วยการสร้าง "สถานที่พิเศษเฉพาะขึ้นมา" อันเป็นเขตปลอดจากโลกธุรกิจอุตสาหกรรม สถานที่นั้นก็คือ "บ้าน/ครอบครัว" นั่นเอง กระบวนการแยกสถานที่พิเศษเฉพาะนี้ได้ใช้กลไกหลายประการเช่น

- ด้านเทคโนโลยี มีการสร้างของใช้ที่เป็นส่วนตัวภายในบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์แต่งบ้าน ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเขียนหนังสือ เครื่องใช้ในครัวเรือน ฯลฯ
- ด้านการสื่อสาร เช่น การเพิ่มอัตราการอ่านออกเขียนได้ให้สูงขึ้น เพื่อให้คนใช้เวลาอ่านหนังสืออยู่หน้าเตาผิงภายในบ้าน การปรับปรุงระบบไปรษณีย์เพื่อให้มีการติดต่อจากบ้านถึงบ้านในรูปของการเขียนจดหมาย ฯลฯ

- การสร้างอุดมการณ์เกี่ยวกับ "บ้าน" ขึ้นมา เช่น อย่าเอาเรื่องในบ้านออกไปพูดนอกบ้าน (เพื่อลากเส้นกั้นเขตแดนให้เห็นอย่างชัดเจน) อุดมการณ์ "บ้านคือวิมานของเรา" การสร้างอุดมการณ์เกี่ยวกับ "บ้าน" นี้ดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างอุดมการณ์ "ปัจเจกชนนิยม" ของชนชั้นกลางขึ้นมาพร้อม ๆ กัน อุดมการณ์ปัจเจกชนนิยมนั้นจำเป็นมากสำหรับการขยายตลาดของสินค้า ตัวอย่างเช่น ในสมัยก่อน ถ้าทุกคนในบ้านกินน้ำจากขันใบเดียวกัน นอนรวมกันอยู่กลางห้อง ก็จะขายสินค้าได้เพียงชิ้นเดียว แต่ถ้าทุกคนมีความคิดเรื่อง "ของใช้ส่วนตัว" (รูปธรรมของอุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม) ทุกคนก็ต้องมีแก้วน้ำคนละใบ ห้องนอนคนละห้อง ของใช้ส่วนตัวทุกอย่างคนละชิ้น ฯลฯ ซึ่งจะมีผลทำให้ตลาดขยายตัวอย่างมาก ดังนั้น ชนชั้นกลางจึงเริ่มสร้างบ้านของตัวเอง เริ่มมีของใช้ส่วนตัว ห้องส่วนตัว ฯลฯ อันเป็นคุณลักษณะที่ทำให้แยกไปจากชนชั้นอื่นๆ

ในอีกด้านหนึ่ง การแก้ปัญหาเรื่องความเสื่อมโทรมของเมือง ปัญหาอาชญากรรม และอื่น ๆ นั้นอาจจะมีวิธีแก้ไขได้ด้วยการใช้กลไกด้านความรุนแรง เช่น เพิ่มกำลังตำรวจ ปราบปราม แต่การใช้กลไกในด้านอุดมการณ์ให้บุคคลบังคับควบคุมตัวเองให้ "อยู่ที่บ้าน" น่าจะแก้ปัญหาได้ดีกว่า การรณรงค์กลไกนี้มุ่งที่กลุ่มผู้หญิงเป็นเป้าหมายสำคัญ โดยคาดหวังให้ผู้หญิงดึงผู้ชายให้กลับบ้าน ไม่ไปเที่ยวเตร่ตาม pub ไม่ไปชุมนุมอยู่ข้างถนน ฯลฯ ในการนี้ ผู้หญิงจะต้องทำบ้านให้น่าอยู่ เป็นที่เหมาะสำหรับการพักผ่อน มีความสุขกายสบายใจ เพื่อผู้ชายจะได้อยากกลับเข้าบ้านหลังจากเลิกงาน แม่และเมียจะต้องนำเสนอทุกอย่างที่ชีวิตริมถนนและตาม pub เคยตอบสนองแก่ผู้ชายได้ ด้วยเหตุนี้บรรดาสินค้าและเครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำให้บ้านสะอาดสวยงาม สะดวกสบาย มีอาหารรสดีไว้ให้ชิม มีความปลอดภัย (รวมทั้งมีบริการทางเพศจากภรรยาด้วย) จึงถูกนำมาเสนอขายให้แก่บรรดาแม่บ้านทั้งหลาย

(3.2) ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ กับ "บ้าน/ครอบครัว"

Hirsch (1998) สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ กับครอบครัวในสหรัฐในช่วงปีค.ศ.1780-1990 และพบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ กับครอบครัวดังนี้

- ในยุคแรกระหว่างปี 1780-1850 ช่วงนี้เป็นยุคที่กำลังมีการก่อตั้งโรงงานเพื่อผลิตสินค้าจากโรงงานอุตสาหกรรมและการขนถ่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค
- ช่วง 1850-1880 เมื่อการผลิตสินค้าดำเนินไปอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็ต้องปรับปรุงระบบการขนส่งซึ่งดำเนินการในช่วงนี้
- ช่วง 1880-1940 ในช่วงเวลานี้ทั้งการผลิตและการขนส่งสินค้าได้กระทำอย่างเป็นระบบมากขึ้น ในแง่ของการกระจายสินค้าได้เกิดปริมณฑลแบบใหม่ในการกระจายสินค้าคือห้างสรรพสินค้าที่เป็นศูนย์รวมของสินค้านานาประเภทขึ้น พร้อมกันนั้นได้เกิดกิจการโทรเลขที่ทำให้กระบวนการควบคุมสินค้าและราคาของตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ในช่วงเวลานี้ได้เกิดวรรณกรรมที่เกี่ยวกับ "การจัดการตกแต่งบ้านให้น่าอยู่" ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ผ่านนิตยสาร รวมทั้งมีการออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้ที่จะช่วยให้ผู้ชายได้อยู่บ้านและปรับปรุงตกแต่งบ้าน เช่น เครื่องมือทำสวน เครื่องตัดหญ้า อุปกรณ์ช่างในบ้านสารพัดประเภท ฯลฯ

เมื่อเริ่มต้นศตวรรษที่ 20 อุปกรณ์สื่อหลายประเภทเริ่มเปลี่ยนจากสื่อที่เคยอยู่นอกบ้านมามีทิศทางที่พุ่งเข้าหา "บ้าน" มากขึ้น เช่น โทรศัพท์เป็นอุปกรณ์ที่ติดตั้งในบ้าน ไฟฟ้าก็เป็นสื่อชนิดใหม่ที่ต่อเข้าบ้าน และได้วางพื้นฐานให้กับอุปกรณ์สื่อรวมทั้งเครื่องใช้ภายในบ้านทุกอย่างที่ใช้ไฟฟ้า

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นเป็นสื่อที่ใช้อยู่ในบ้าน (domestic media) เริ่มตั้งแต่สื่อวิทยุที่ทำให้เกิดประสบการณ์ใหม่แก่ผู้คน คือ "ตัวอยู่แต่ภายในบ้าน หากแต่รู้เหตุการณ์รอบโลก" ซึ่งสอดคล้องกับสภาพชีวิตของชนชั้นกลางที่สร้างอุดมการณ์เกี่ยวกับ "ที่บ้าน" ขึ้นมา ด้วยเหตุนี้สื่อวิทยุจึงเป็นสื่อที่ขาดไม่ได้สำหรับบ้านของชนชั้นกลาง

นับตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา เริ่มมีอุตสาหกรรมการก่อสร้างบ้านในรูปแบบบ้านจัดสรรตามชานเมือง โดยที่กลุ่มชนชั้นกลางที่พอมีฐานะจะหนีออกไปอยู่ชานเมืองเนื่องจากในเมืองกลายเป็นแหล่งที่อยู่อย่างแออัดของกลุ่มคนงานและคนยากจนกลุ่มอื่น ๆ การมีบ้านแบบบ้านจัดสรรที่มีระบบสาธารณูปโภคครบครันทั้งไฟฟ้าและน้ำประปา ก็ยิ่งทำให้เกิดการขยายตัวของสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้านมากยิ่งขึ้น ดังนั้นนับแต่ต้นศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา บรรดาเทคโนโลยีที่เคยมีมาก่อนเช่นกล้องถ่ายรูป รวมทั้งเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ เช่นวิทยุโทรทัศน์ เครื่องเล่นเทปเสียง เครื่องเล่นเทปโทรทัศน์ กล้องถ่ายวิดีโอ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ถูกออกแบบมาเพื่อให้เป็นอุปกรณ์เพื่อใช้ได้ในระดับครอบครัวทั้งสิ้น หรืออาจจะยิ่งทำให้หน่วยการใช้เล็กลงไปยิ่งขึ้น เช่น วิทยุทรานซิสเตอร์ หรือวิทยุแบบใส่หูฟังคนเดียว (walkman) จนกระทั่งถึงสื่อที่ใหม่เอี่ยมล่าสุดคือ คอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้ได้อย่างอเนกประสงค์และสำหรับทุกคนในครอบครัว (พ่อใช้

ทำงานเพิ่มเติมต่อจากที่ทำงาน แม่ใช้หาข้อมูลสั่งซื้อสินค้า ลูกคนเล็กใช้เล่นวิดีโอเกมหรือลูกที่เป็นวัยรุ่นก็ใช้เล่นคุยสนทนากับเพื่อน (chat)

ลองดูตัวอย่างสื่อประจำบ้านที่เป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่คือโทรทัศน์ Hartley (1998) ให้ข้อสรุปจากการศึกษาประวัติศาสตร์พัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ว่า นับตั้งแต่ถือกำเนิดขึ้นมา โทรทัศน์ก็ไม่ได้ถูกออกแบบมาสำหรับให้ใช้ในระดับ "มวลชน" (mass) อยู่แล้ว โดยเฉพาะโทรทัศน์ในอเมริกา หากแต่ถูกออกแบบมาให้มีลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ

- ในแง่ผู้ใช้ ให้เป็นสื่อที่ใช้ภายในครอบครัว (domestic)
- ในแง่เป้าหมาย เพื่อให้ความบันเทิงเป็นหลัก (entertain)
- ในแง่การจัดองค์กรผู้ผลิต ให้มีลักษณะรวมศูนย์ (centralized)
- ในแง่ผู้ผลิต ให้มีเอกชนเป็นเจ้าของ

เพื่อที่จะทำให้โทรทัศน์กลายเป็น "สื่อที่ใช้ภายในครอบครัว" (domestic media) นั้น จำเป็นต้องมีการดำเนินการด้วยกลไก 2 ประเภท คือ (ก) กลไกด้านการสร้างเงื่อนไขความเป็นจริง (material precondition) และ (ข) กลไกด้านอุดมการณ์ (ideological condition)

(ก) กลไกด้านสร้างเงื่อนไขความเป็นจริง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นับตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 20 ได้เริ่มมีอุตสาหกรรมการสร้างบ้านจัดสรรเกิดขึ้นในสหรัฐ ซึ่งเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่สำคัญ เพราะถ้าหากบุคคลไม่มีที่อยู่อาศัย ย่อมจะมีเครื่องใช้ประจำบ้านเช่นโทรทัศน์ได้ลำบาก การสร้างบ้านแบบจัดสรรนี้เป็นการลงทุนให้ก่อน (โดยรัฐหรือบริษัทเอกชน) แล้วให้ปัจเจกบุคคลผ่อนชำระซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีรายได้ไม่มากนักสามารถเป็นเจ้าของบ้านได้

การออกแบบบ้านจัดสรรนั้น นอกจากจะเป็นการสร้างที่อยู่อาศัยแล้ว ก็ยังเป็นการวางรากฐานทางอุดมการณ์ของ "คนที่อยู่บ้านจัดสรร" เอาไว้ด้วย ดังนั้น แม้ว่าด้านกายภาพของหมู่บ้านจัดสรรจะคล้ายคลึงกับบ้านในหมู่บ้านชนบท แต่ในแง่ของอุดมการณ์ของคนที่อยู่แล้วเป็นคนละประเภทเลย กล่าวคือ

- บ้านแบบบ้านจัดสรร จะถูกออกแบบมาให้ตัดขาดจากเพื่อนบ้านด้วยการสร้างกำแพงหรือกั้นรั้ว หรือปลูกต้นไม้ใหญ่ ๆ รอบบริเวณบ้าน ส่วนที่ทำให้มองเห็นรอยแยกได้ดีที่สุดก็คือ บริเวณสวนหน้าบ้านที่บ่งบอกให้รู้ "เขตแดน" ว่า ส่วนใดเป็นที่สาธารณะ ส่วนใดเป็น "ที่ส่วนตัวของเจ้าของบ้าน"

- บริเวณภายในบ้าน ต้องมีการออกแบบแบ่งกั้นเขตแดนการใช้ที่แน่นอนและสอดคล้องกับครอบครัวที่มี "พ่อ-แม่-ลูก" ห้องนอนของพ่อแม่จะอยู่ด้วยกัน และจะต้องแยก

ห้องนอนของลูกเพื่อป้องกันไม่ให้ลูก ๆ เห็นกิจกรรมทางเพศของพ่อแม่

- บริเวณต่าง ๆ ทั้งในและนอกบ้านจะถูกจัดแบ่งตามเกณฑ์เรื่อง "เพศ" และ "สุขอนามัย" (อุดมการณ์หลักของชนชั้นกลาง) เช่น ต้องแยกบริเวณที่เปียกและแห้งออกจากกัน เช่น ห้องน้ำต้องแยกออกไป ห้องครัวและห้องรับประทานอาหารต้องแยกกัน ในห้องนอนจะมีตู้เสื้อผ้า และมีห้องนั่งเล่น ซึ่งจะต้องมีโทรทัศน์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ฯลฯ

(ข) กลไกด้านอุดมการณ์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เมื่อมีการสร้างเงื่อนไขความเป็นจริงให้ปัจเจกบุคคลสามารถ "มีบ้านสักหลัง" ได้แล้ว ก็ต้องสร้างอุดมการณ์ให้คน "ชอบอยู่ที่บ้าน" ด้วย Hartley พบว่า ในการนี้จะมีการรณรงค์ทั้งด้านการเมืองและด้านธุรกิจการค้า รวมทั้งสถาบันศาสนา ในทางการเมือง การนำเสนอตัวอย่างของผู้นำประเทศที่รัก "ครอบครัว" เป็นข้อยืนยันที่ชัดเจน ในด้านธุรกิจการค้า มีการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่ง ดูแล ซ่อมแซมบ้านขึ้นมาอย่างมากมาย นอกจากเครื่องใช้ภายในบ้านสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่มีปัญหามากนัก เนื่องจาก "ที่อยู่ของผู้หญิงคือที่บ้าน" อยู่แล้ว ยังต้องสร้างเครื่องมือเครื่องใช้ภายในบ้านสำหรับผู้ชาย รวมทั้งการสร้างประเพณีประจำบ้าน เช่น ในเช้าวันอาทิตย์ ผู้ชายจะต้องตัดหญ้าตกแต่งสวนหน้าบ้าน เป็นต้น เพื่อให้สมกับอุดมการณ์ "family man" สื่อมวลชนทุกประเภทมีบทบาทอย่างมากในการนี้ ทั้งในรูปแบบของนิตยสารประเภทที่ให้ความรู้เกี่ยวกับบ้าน การทำอาหาร การดูแลรักษาความสะอาดภายในบ้าน รวมทั้งรายการโฆษณาสินค้าเครื่องใช้ภายในบ้านทั้งหลายที่เผยแพร่ผ่านจอโทรทัศน์

นอกเหนือจากการสร้างกิจกรรมและอุดมการณ์เกี่ยวกับการอยู่ที่บ้านแล้ว ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากโลกภายนอกโดยเฉพาะโลกของผู้ชายเป็นโลกแห่งการทำงาน ดังนั้นจึงต้องมีอีกด้านหนึ่งของชีวิต คือด้านการพักผ่อน การแสวงหาความรื่นรมย์ในการใช้เวลาว่าง ดังที่กล่าวมาแล้วว่า แต่เดิมนั้น ผู้ชายมีวัฒนธรรมในการแสวงหาความรื่นรมย์ในการใช้เวลาว่างอยู่นอกบ้าน เช่น ไปสโมสร เล่นกีฬา ตกปลา ดื่มเหล้าใน pub ฟังเพลงใน music hall ฯลฯ แต่เมื่อมีการรณรงค์ให้ผู้ชายกลับมาอยู่ในบ้านก็จำเป็นต้องทำให้บ้านกลายเป็นสถานที่แห่งความรื่นรมย์ที่ทดแทนสถานบันเทิงใจนอกบ้านให้ได้ ด้วยเหตุนี้ บรรดาสื่อสมัยใหม่ทั้งหมดจึงถูกออกแบบมาสำหรับสร้างความบันเทิงภายในบ้านเพื่อเป้าหมายดังกล่าว ในบริเวณบ้านจึงต้องมีเคาน์เตอร์ (คล้ายกับใน pub) สำหรับดื่มเหล้าและฟังเพลงที่เปิดจากที่เล่นแผ่นเสียงหรือเครื่องเล่นสเตอริโอ และดูโทรทัศน์ เช่นเดียวกับ อุปกรณ์แบบ home theatre ที่ถูกสร้างขึ้นแทนการออกไปดูหนังดูละครนอกบ้าน

ด้วยเหตุนี้ ความหมายของบ้านสำหรับสังคมสมัยใหม่ในหมู่ชนชั้นกลางจึงเปลี่ยนแปลงไป บ้านมิใช่เป็นเพียงที่ซุกหัวนอนหรือที่อยู่อาศัยเท่านั้น หากแต่กลายเป็น "วิถีชีวิต"

(life style) แบบหนึ่งที่มีการกำหนดกิจกรรมที่ถูกคาดหวังว่าจะทำในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยสมาชิกแต่ละคนในบ้าน การรณรงค์ทั้งด้านความเป็นจริงและอุดมการณ์ดังกล่าวน่าจะทำงานได้ผลอย่างดี ดังประจักษ์พยานจากงานสำรวจของ D. Morley (1988) ที่พบว่า ในช่วงปี 1984 วัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างครอบครัวอังกฤษที่ผู้วิจัยศึกษานั้น มีลักษณะเป็น "วัฒนธรรมที่ถือบ้านเป็นศูนย์กลางชีวิต" (home-centred culture) กล่าวคือ คนจะใช้เวลาว่างนอกบ้านน้อยลงอย่างมาก เช่น ออกไปดูหนัง (ซึ่งเคยเป็นกิจกรรมหลักสำหรับการใช้เวลาว่าง) แต่ทว่าอันที่จริงการดูหนังยังคงมีอยู่ หากแต่เปลี่ยนมาเป็นการดูหนังผ่านจอโทรทัศน์ ดูผ่านเคเบิลทีวี เช่าหรือซื้อวิดีโอมาดูที่บ้านแทน การใช้เวลาว่างนอกบ้านกลายเป็นกิจกรรมเฉพาะช่วงวัยที่ยังเป็นหนุ่มสาว และต้องมีฐานะดีพอที่จะจับจ่ายใช้สอยเพื่อความบันเทิงนอกบ้านเท่านั้น

งานวิจัยของ Hirsch (1998) ที่ศึกษาครอบครัว 6 ครอบครัวอย่างเจาะลึกในลอนดอนช่วงปี 1980 ก็พบแบบแผนหลัก ๆ ว่า เกือบทุกครอบครัวที่ทั้งพ่อและแม่ออกไปทำงานนอกบ้านเต็มเวลาบ้าง ครึ่งเวลาบ้าง ลูก ๆ ไปโรงเรียนหรือสถานเลี้ยงดูเด็ก (ในกรณีที่ยังอายุไม่ถึงเกณฑ์เข้าโรงเรียน) แบบแผนการใช้ชีวิตประจำวันของครอบครัวแบบนี้ จะจัดเวลาวันเสาร์-อาทิตย์ไว้สำหรับเป็น "วันของครอบครัว" กล่าวคือ ทุกคนจะอยู่บ้านอย่างพร้อมหน้าพร้อมตากัน มีการทำกิจกรรมหลายๆอย่างร่วมกัน เช่น ย่างบาร์บิคิวหน้าสนามหญ้า ฯลฯ และท่ามกลางกิจกรรมอันหลากหลายนี้ กิจกรรมหนึ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือ "การดูโทรทัศน์ร่วมกัน" ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวสามารถสร้าง "ความรู้สึกร่วมเป็นครอบครัวเดียวกัน" ให้เกิดขึ้นอย่างมาก บางครอบครัวอาจจะจัดช่วงเวลาดังกล่าวเอาไว้ในตอนอาหารเย็นของทุกวันในกรณีที่มีเงื่อนไขเอื้ออำนวย

ในการศึกษาเรื่อง "ชีวิตครอบครัว" นั้น แต่เดิมนักจิตวิทยาเคยเสนอว่า "ที่โต๊ะกินข้าว" เป็น "ศูนย์รวมจิตใจของครอบครัว" เนื่องจาก ณ ที่นี้ในทางกายภาพ ทุกคนจะได้อยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน ในทางจิตวิทยา ช่วงเวลารับประทานอาหารก็เป็นเวลาของการผ่อนคลาย ปรับทุกข์ปรึกษา ทะเลาะเบาะแว้ง ฯลฯ และในทางสังคม ก็มีแต่สมาชิกในครอบครัวเท่านั้นที่จะได้ปรากฏตัวมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอในโอกาสและสถานที่เช่นนั้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้นักจิตวิทยาหลายท่านเริ่มให้ข้อเสนอใหม่ว่า "ศูนย์รวมจิตใจของครอบครัว" น่าจะเคลื่อนย้ายไปอยู่ "หน้าจอโทรทัศน์" มากกว่า (หรือบางบ้านอาจจะรวม 2 ศูนย์กลางเข้าด้วยกัน ด้วยการจัดโต๊ะกินข้าวไว้หน้าจอโทรทัศน์) ทั้งนี้เนื่องจากช่วงเวลาที่คนในครอบครัวจะได้อยู่กันอย่างพร้อมหน้ากันนั้นมักจะเกิดขึ้นหน้าจอโทรทัศน์มากกว่า

เนื่องจาก "ครอบครัว" เป็น "ระบบที่มีกฎกติกามารยาทบังคับอยู่" (rule-govern system) ซึ่งอาจจะเป็นกฎที่ถูกเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรให้เห็น (explicit) หรือรับรู้กันโดยปริยาย (implicit) แต่ทุกบ้านก็ต้องมีกฎที่จะกำหนดว่า สมาชิกแต่ละคนจะต้องจัดระบบการทำ

กิจกรรมอะไรกับใคร ที่ไหน ในช่วงเวลาใด การศึกษาครอบครัวในแง่มุมนี้จึงมุ่งความสนใจว่า กฎนั้นสร้างมาได้อย่างไร ใครสร้าง ใครใช้ ใครถูกใช้ มีบทลงโทษและให้รางวัลอย่างไร มีการต่อรองอย่างไร และเมื่อมีการนำโทรทัศน์เข้าไปภายในระบบของบ้าน ย่อมแน่นอนว่า โทรทัศน์ก็ต้องกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบกฎกติกาดังกล่าวอย่างแน่นอน ตัวอย่างเช่น เด็ก ๆ จะถูกวางกฎว่าจะใช้เวลาดูโทรทัศน์ได้จนถึงเวลาใด จะเลือกดูรายการประเภทใดได้บ้าง จะต้องทำกิจกรรมก่อนหลัง (เช่นต้องทำการบ้านให้เสร็จก่อน จึงจะดูการ์ตูนได้)

และเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า บ้านแต่ละบ้านมีกฎกติกามารยาทที่แตกต่างกัน มีระดับความเข้มงวดที่แตกต่างกัน ความแตกต่างดังกล่าวจะมีผลมาถึงการกำหนดบทบาทสถานภาพ และการใช้โทรทัศน์ด้วย เช่น

- โทรทัศน์อาจจะถูกใช้อย่างอิสระเสรี เช่น พ่อแม่จะปล่อยให้เด็กเปิด/ปิดและเลือกช่องดูเองตามใจชอบ สำหรับบ้านที่ไม่มีกฎกติกามารยาท
- โทรทัศน์อาจจะถูกใช้เพื่อแสดงอำนาจของพ่อหรือแม่ เช่น เด็ก ๆ จะถูกห้ามไม่ให้เปิด/ปิดโทรทัศน์เลย
- โทรทัศน์จะใช้เพื่อวางระเบียบวินัยแก่เด็ก เช่น ถ้ายังไม่กินข้าวเย็น จะดูรายการที่เด็ก ๆ ชื่นชอบไม่ได้เลย หรือเมื่อเด็กทำผิด มาตรการการลงโทษก็คือ ห้ามดูโทรทัศน์ไป 3 วัน
- โทรทัศน์จะถูกใช้เพื่อทำหน้าที่แทนพ่อแม่ เช่น การเปิดโทรทัศน์ให้เด็ก ๆ ดูตลอดเวลาเพื่อจะได้ไม่เล่นซุกซน

ฯลฯ

สำหรับวัฒนธรรมที่ถือเอาบ้านเป็นศูนย์กลาง (home-centered culture) ที่กล่าวมานี้ ภายในบ้าน ก็จะมี "โทรทัศน์" เป็นศูนย์กลางวงในอีกทอดหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากผลการสำรวจส่วนใหญ่จะพบว่า นอกเหนือจากการใช้เวลาในการทำงานแล้ว ช่วงเวลาที่ว่างของผู้คนสมัยใหม่จะถูกจับจองอยู่หน้าจอโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ สถานภาพปัจจุบันของโทรทัศน์จึงอาจจะไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่เป็น "สื่อชนิดหนึ่ง" เท่านั้น หากแต่โทรทัศน์อาจจะก้าวเข้ามาเป็นเสมือน "สมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว" เลยทีเดียว (เช่น การเกิดความรู้สึกว่าบ้านขาดอะไรไปเมื่อโทรทัศน์เสีย ต้องยกไปซ่อมที่ร้านสัก 2-3 วัน) และความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์กับบุคคลแต่ละคนในบ้านก็อาจจะมีความหมายที่ล้ำลึกไปกว่า "การเป็นสื่อชนิดหนึ่ง" เช่น การเป็นเพื่อนสนิท การเป็นเพื่อนแก้เหงา การเป็นผู้ให้คำปลอบใจ การเป็นเกราะป้องกัน การเป็นผู้นำทางไปสู่โลกกว้าง เป็นพี่เลี้ยงเด็ก เป็นที่ระบายอารมณ์ ฯลฯ ซึ่งขึ้นอยู่กับหน้าที่และวิธีการใช้โทรทัศน์ของสมาชิกแต่ละคนในครอบครัว เช่น สำหรับกลุ่มคนสูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ดูโทรทัศน์มากกว่าคนช่วงอายุอื่น ๆ โทรทัศน์ (และดารา/

พิธีกรในโทรทัศน์) อาจจะเป็นประหนึ่งลูกหลานเลยทีเดียว (ดู Huston, 1993)

4. ตัวอย่างการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว

งานวิจัยที่ได้เริ่มต้นศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "สื่อ" กับ "ครอบครัว" นั้น มักจะดำเนินไปในแนวทางเดียวกันกับการวิจัยเรื่องสื่อกับประเด็นอื่น ๆ ตัวอย่างแนวทางการวิจัยในประเด็นนี้จึงมีดังนี้

(4.1) การวิจัยเรื่องผลกระทบระยะสั้นและปานกลางของสื่อในเรื่องครอบครัว

(4.2) การวิจัยเรื่องผลกระทบระยะยาวของสื่อต่อเรื่องครอบครัว

(4.3) การศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของครอบครัวในสื่อ

(4.4) ความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างเด็ก-พ่อแม่-โทรทัศน์

(4.5) ทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว

(4.6) การใช้ประโยชน์จากสื่อในบริบทของครอบครัว

(4.7) พฤติกรรมการดูโทรทัศน์

(4.1) การวิจัยเรื่องผลกระทบระยะสั้นและปานกลางของสื่อในเรื่องครอบครัว

ทั้ง ๆ ที่การศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้นเป็นงานวิจัยที่มีอย่างแพร่หลายมาก โดยเฉพาะในยุคแรก ๆ ของการวิจัยสื่อมวลชน แต่จนกระทั่งทุกวันนี้ ก็ยังยากที่จะให้ข้อสรุปลงไปอย่างตายตัวและเป็นข้อสรุปแบบทั่วไปว่า สื่อมีผลกระทบโดยเฉพาะระยะสั้นต่อบุคคลมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เนื่องจากมีตัวแปรต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมากมายทั้งด้านตัวสื่อ (เช่น เป็นสื่ออะไร เป็นรายการอะไร) ทั้งด้านผู้รับสาร (เป็นคนกลุ่มไหน) และทั้งด้านบริบทของการเปิดรับสื่อ

ในเรื่องที่เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อต่อเรื่องครอบครัวก็เช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ในกรณีของสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก และสำหรับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเด็ก ซึ่งเป็นกลุ่มที่รับผลกระทบได้ง่ายที่สุดจากสื่อ ในสื่อโทรทัศน์ของอเมริกามีรายการละครประเภท sit-com ซึ่งมักเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวซึ่งถูกผลกระทบจากภายนอก รายการละคร sit-com นี้แพร่หลายมากทั้งในหมู่เด็ก ๆ และผู้ใหญ่ (เนื่องจากมีตัวละครที่เป็นเด็ก ๆ รวมอยู่ด้วย) อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่สามารถจะหาข้อมูลมาตอบให้แน่นอนได้ว่า เด็ก ๆ ได้เรียนรู้ความสัมพันธ์ในครอบครัวจากละคร sit-com หรือเปล่า หรือพ่อแม่ได้ใช้วิธีแก้ปัญหาจากที่ดูใน sit-com หรือไม่ (ดู Huston, 1993)

แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีงานวิจัยบางชิ้นที่ให้ข้อยืนยันเกี่ยวกับผลกระทบแบบระยะสั้น/

ปานกลางของสื่อบางประเภทที่มีต่อเรื่องครอบครัว Hirsch (1998) ระบุว่า ในการสำรวจผลกระทบของรายการวิทยุ BBC ที่รณรงค์อุดมการณ์เรื่อง "ที่บ้าน" ในช่วงทศวรรษ 1930 ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ได้สร้างผลกระทบที่เป็นจริงให้เกิดขึ้น โดยเฉพาะในหมู่ชนชั้นคนงาน รายการวิทยุของ BBC ได้ทำให้เกิดการปรับปรุงสภาพที่บ้านของชนชั้นคนงานให้ดีขึ้น และยังสร้างอุดมการณ์ให้คนงานชาย กลายเป็น "family man" แทนที่จะใช้เวลาว่างทั้งหมดอยู่ตาม pub หรือข้างถนน เป็นต้น

เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่องสื่อโทรทัศน์ที่ T.M. Williams (1986) ใช้วิธีการวิจัยแบบการทดลองภาคสนามตามแบบธรรมชาติ ด้วยการติดตามศึกษาหมู่บ้านที่ยังไม่มีโทรทัศน์เข้าไปในเรื่องเกี่ยวกับภาพแบบฉบับตายตัวของคนแต่ละเพศ (Sex-stereotype) (เช่น หมอต้องเป็นผู้ชาย พยาบาลต้องเป็นผู้หญิง เด็กผู้ชายต้องไม่ร้องไห้ เด็กผู้หญิงต้องขี้ขลาด) และติดตามวัดผลหลังจากที่โทรทัศน์เข้าไปในหมู่บ้านเป็นระยะ ๆ ผู้วิจัยได้พบผลอย่างแน่นอนว่า ความคิดเกี่ยวกับภาพแบบฉบับตายตัวของคนแต่ละเพศของเด็ก ๆ ในหมู่บ้านเพิ่มขึ้นอย่างมากหลังจากมีโทรทัศน์ Morgen (1987) ศึกษาทัศนคติและการลงมือทำงานจริง ๆ เกี่ยวกับ "งานบ้าน" ของเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายที่กำลังเรียนอยู่ระดับ 8 และหาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับปริมาณการดูโทรทัศน์ ผู้วิจัยพบผลว่า พวกที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (เรียกว่า heavy user) จะมีทัศนคติและการลงมือทำจริง ๆ ในเรื่อง "งานบ้าน" ที่เป็นไปตามแบบฉบับของโทรทัศน์ที่เสนอการแบ่งงานกันทำตามเพศ (งานบ้านเป็นงานของผู้หญิงเท่านั้น)

(4.2) การวิจัยเรื่องผลกระทบระยะยาวของสื่อต่อเรื่องครอบครัว

การศึกษาเรื่องผลกระทบระยะยาวของสื่อต่อเรื่องครอบครัวนั้น มักจะปรากฏอยู่ในกลุ่มทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อที่กล่าวว่า สื่อมีบทบาทในการสร้าง "โลกแห่งความจริง (แบบที่สอง) ล้อมรอบตัวบุคคล" (ดูรายละเอียดข้างหน้า) หรือทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่ศึกษาระบบความเข้าใจของบุคคล (Cognition system) ที่เกิดมาจากการเรียนรู้ด้วยวิธีการสังเกต (observation) ปรากฏการณ์ทั้งที่มีในโลกแห่งความเป็นจริงและโลกในสื่อ

สำหรับทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและโลกในสื่อนั้น Gerbner เจ้าสำนักของทฤษฎีนี้กล่าวอย่างชัดเจนว่า แนวทางการศึกษาของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อนั้น ไม่ต้องการจะตั้งคำถามว่า โลกในจอนั้นคล้ายคลึงหรือบิดเบือนไปจากโลกแห่งความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด เพราะสำหรับทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะแล้ว โลกในจอนั้นเป็นตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรม (Cultural Indicator) ที่เป็นภาพตัวแทนเชิง

สัญลักษณ์ของความสัมพันธ์เชิงอำนาจและค่านิยมของวัฒนธรรมในสังคมของเราต่างหาก (symbolic representation of power relation and human value of our culture) เพราะฉะนั้น เราไม่ต้องถามว่าภาพตำรวจผิวขาวที่ใช้ความรุนแรงต่อวัยรุ่นผิวดำนั้นสะท้อนความเป็นจริงในสหรัฐหรือไม่ แต่เราจะตั้งคำถามว่า "ทำไม/เพราะเหตุใดจึงปรากฏภาพดังกล่าวอย่างมากมาย" คำตอบก็คือ ภาพเช่นนั้นช่วยทำหน้าที่บ่มเพาะให้คนในสังคมรับรู้ว่า "ใครมีอำนาจที่จะใช้ความรุนแรงกับใคร" ต่างหาก (ดูรายละเอียดข้างหน้า)

และในขณะที่โทรทัศน์ทำหน้าที่บ่มเพาะสมาชิกในสังคมด้วยภาพในจอนั้น ในอีกด้านหนึ่ง ภาพดังกล่าวก็ให้ความชอบธรรม (legitimization) แก่กลุ่มผู้มีอำนาจในสังคมด้วย (เป็นตำรวจก็ทำถูกต้องแล้ว เป็นคนผิวขาวก็มีอำนาจมากกว่าคนผิวสี) ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อวิเคราะห์ต่อไปว่า การให้ความชอบธรรมนั้นกระทำได้ด้วยกลไก 2 ประการคือ

(i) **การให้ความสำคัญ** (Recognition) อันได้แก่การให้ความสนใจด้วยการนำเสนอภาพในปริมาณที่มากกว่า เช่น การมีภาพผู้ชายมากกว่าภาพผู้หญิง การมีภาพพ่อมากกว่าภาพแม่ (หรือในทางตรงกันข้าม) อันเป็นมิติเชิงปริมาณ

(ii) **การให้ความเคารพนับถือ** (Respect) อันเป็นมิติเชิงคุณภาพ อันได้แก่วิธีการนำเสนอภาพนั้นในทางบวกหรือในทางลบ ดังนั้น จากสายตาของกลุ่มสตรีนิยม บรรดาโฆษณาที่มีเนื้อหาว่าเหล่าแม่บ้านที่ทำความสะอาดเช็ดถูบ้านอยู่ทุกวัน แต่ก็ยังขาดความรู้ว่าจะทำบ้านให้สะอาดอย่างไร (ไม่น่านับถือในแง่ความรู้) จนกระทั่งต้องมี voice-over เป็นเสียงผู้ชายมาให้คำแนะนำ (น่านับถือในแง่ผู้เชี่ยวชาญ) ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริง ผู้ชายไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการทำความสะอาดเลย วิธีการนำเสนอภาพเช่นนี้จะหล่อหลอมเชิงสัญลักษณ์ให้คนในสังคมสร้างภาพว่า "ผู้ชายมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ความฉลาดกว่าผู้หญิงในทุก ๆ เรื่อง แม้แต่เรื่องงานบ้านที่ผู้หญิงทำอยู่ทุกวัน" (ในแง่นี้น่าสนใจที่จะทำวิจัยภาพของพ่อ-แม่-ลูกชาย-ลูกสาวในงานโฆษณาของไทยว่า สร้างภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์อย่างไรบ้าง เช่น ภาพแม่-ลูกชายแย่งกางเกงยีนส์สำหรับซัก ภาพลูกชายตัวเล็ก ๆ สอนวิธีกินขนมให้พ่อ เป็นต้น)

วิธีการวิจัยเรื่องการอบรมบ่มเพาะเด็ก ๆ จากโทรทัศน์ที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ การวิจัยให้เด็ก ๆ ประเมิน "ความสมจริงในโทรทัศน์" โดยเปรียบเทียบกับครอบครัวของตัวเอง (ดู Huston, 1993) ผลการวิจัยพบว่า เด็ก ๆ ระบุว่า ครอบครัวที่สมจริงคือครอบครัวตามแบบประเพณี (traditional family) ที่มีพ่อ-แม่-ลูก (ที่เกิดจากพ่อแม่) พ่อไปทำงานนอกบ้าน แม่อยู่บ้านทำงานบ้าน และลูก ๆ ไปโรงเรียน หากเป็นครอบครัวแบบอื่น ๆ ที่ผิดไปจากนี้ จะเป็นครอบครัวไม่สมจริง โดยกลุ่มตัวอย่างเด็กจากทุกภูมิหลังและทุกคุณสมบัติประชากรจะมีทัศนะที่ใกล้เคียงกัน ผู้วิจัยสรุปว่าเด็ก ๆ ได้ใช้โทรทัศน์เป็นบรรทัดฐานในการตัดสินว่า ครอบครัวแบบไหนที่ "สมจริง"

มากกว่าจะใช้ประสบการณ์ส่วนตัว (ซึ่งยังมีจำกัดอยู่) เป็นบรรทัดฐาน งานวิจัยพิสูจน์ให้เห็นได้ว่า "ภาพเกี่ยวกับครอบครัว" นั้นเกิดมาจากการใช้บรรทัดฐานจากสื่อโทรทัศน์

(4.3) การศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของครอบครัวในสื่อ

ไม่ว่าจะเป็นสำนักคิดใดเช่น หน้าที่นิยม การอบรมบ่มเพาะจากสื่อ หรือสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ก็มักจะใช้วิธีการศึกษาเนื้อหาของสื่อเพื่อดูภาพสะท้อนที่ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย แต่ทว่าจะแตกต่างกันไปในการใช้ประโยชน์และการตีความจากภาพสะท้อนนั้น ดังนั้นในการวิจัยเรื่องสื่อกับครอบครัว จึงมักมีการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนเช่นกัน โดยอาจจะมีการตั้งคำถามดังนี้

- ภาพที่ปรากฏนั้นสะท้อนสภาวะที่เป็นจริงหรือไม่
- ประเภทของรายการ เช่น รายการประเภทเรื่องจริง (Non-fiction) รายการประเภทเรื่องแต่ง (Fiction) ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการสะท้อนมากน้อยเพียงใด เช่น ในกรณีของไทย ผู้เขียนพบว่า ในรายการประเภทเรื่องจริง เช่น รายการทอล์กโชว์ มักจะสะท้อนภาพด้านบวกด้านเดียวของครอบครัว ในขณะที่รายการประเภทเรื่องแต่ง เช่น ละคร สามารถสะท้อนทั้งด้านบวกและด้านลบของภาพครอบครัว
- ภาพอะไรของครอบครัวที่เป็นกระแสหลักในสื่อ ภาพแบบใดที่ไม่ค่อยปรากฏ

เป็นต้น

- **ตัวอย่างการศึกษาเรื่องภาพของครอบครัวในสื่อ**

(i) ***ภาพของครอบครัวในสื่อ*** Huston (1993) ประมวลงานศึกษาภาพครอบครัวในสื่อโทรทัศน์ของอเมริกันระหว่างช่วงทศวรรษ 1940-1980 เพื่อดูว่า มีการเปลี่ยนแปลงภาพดังกล่าวบ้างหรือไม่ โดยเริ่มต้นจากการสำรวจสภาพความเป็นจริงว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวโครงสร้างครอบครัวและความสัมพันธ์ในครอบครัวของสหรัฐเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก จากครอบครัวเดี่ยวที่มีพ่อ-แม่-ลูกหลาย ๆ คนที่เป็นลักษณะครอบครัวส่วนใหญ่ ในช่วงเวลาดังกล่าวเริ่มมีแบบแผนครอบครัวที่หลากหลายเช่น

- พ่อ-แม่-ลูกเพียงหนึ่งหรือสองคนที่อาจเป็นลูกแท้ ๆ หรือลูกบุญธรรม
- ครอบครัวที่มีเพียงพ่อหรือแม่อยู่กับลูก (single parent) ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นแม่ที่เป็นหัวหน้าครอบครัว
- ครอบครัวที่ทั้งพ่อ-แม่เคยแต่งงานมาแล้ว แล้วหย่าและมาแต่งงานใหม่โดยอาจนำเอาลูกติดสามี/ภรรยาเก่ามาอยู่ด้วย

- ครอบครัวที่อาจจะแต่งงานหรือมาอยู่กันเฉยๆ โดยไม่แต่งงาน และไม่ยอมมีลูก

ฯลฯ

(สนใจกรณีของไทย โปรดดู อุษา, 2535)

ในขณะที่สภาพความเป็นจริงของครอบครัวเป็นดังนี้ (เป็นแบบแผนหลักของครอบครัวในโลกทุนนิยมตะวันตก) งานสำรวจของ Morley (1998) ในประเทศอังกฤษก็พบเช่นเดียวกันว่า ครอบครัวแบบอุดมคติคือพ่อ-แม่-ลูกนั้นเหลืออยู่เพียง 13% เท่านั้นในปีที่สำรวจ แต่ทว่าภาพครอบครัวที่สะท้อนในโทรทัศน์จะเป็นดังนี้

- Taylor (1987) พบว่า ในช่วงปี 1940-1950 ภาพของครอบครัวในโทรทัศน์จะมีอยู่ 2 แบบ แบบแรกคือ พ่อ-แม่-ลูก 2-3 คน ที่อยู่รวมกันอย่างมีความสุขภายในครอบครัว แบบที่สองคือครอบครัวที่เพิ่งแต่งงานกันใหม่ ๆ ยังไม่มีลูก และมีปัญหากระจุ๋มกระจิ๋มระหว่างคู่สามีภรรยาใหม่

ในช่วง 1950-1960 ภาพครอบครัวในสื่อโทรทัศน์ยังคงแสดงภาพพ่อ-แม่-ลูก 2-3 คน อยู่ด้วยกันอย่างอบอุ่นรักใคร่กลมเกลียวกัน แม้จะมีปัญหาเกิดขึ้นบ้างแต่ก็เป็นปัญหาที่แก้ไขได้ภายในเวลา 30-60 นาทีของละครแบบ sit-com (ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ชุด Father Knows Best, Leave It to Beaver เป็นต้น)

เริ่มปี 1960 จึงเริ่มมีครอบครัวผสมแบบแปลก ๆ มานำเสนอ เช่น อาจมีพ่อหม้ายหรือแม่หม้ายมาอยู่ร่วมเป็นสมาชิกกับครอบครัวตามแบบฉบับ สำหรับครอบครัวที่มีพ่อหรือแม่อยู่ไม่ครบนั้น มักจะมีสาเหตุมาจากการตายมากกว่าการหย่าร้าง และถ้ามีพ่อ/แม่อยู่กับลูกเพียงฝ่ายเดียว มักจะเป็นกรณีของพ่อที่อยู่กับลูก ๆ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ชุด My Three Sons Bachelor Father และที่คนไทยรู้จักดีคือ Bonanza ที่พ่อเป็นเจ้าของไร่มีลูกชาย 3 คน จาก 3 แม่ แม่แต่ละคนตายเพราะคลอดลูกบ้าง ถูกฆ่าตายจากอินเดียนแดงบ้าง ซึ่งภาพดังกล่าวนั้นขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริงอย่างยิ่ง เพราะนับตั้งแต่ปี 1960-1980 ในกรณีของครอบครัวแบบมีพ่อ/แม่คนเดียว 90% จะเป็นแม่คนเดียว มีเพียง 10% เท่านั้นที่เป็นพ่อคนเดียว

จนกระทั่งปี 1980 จึงเริ่มมีภาพครอบครัวที่หลากหลายปรากฏในโทรทัศน์ เช่น ภาพครอบครัวที่หย่าร้าง ภาพพ่อคนเดียว รวมทั้งภาพครอบครัวแบบเดิม ภาพครอบครัวแม่คนเดียวที่ต้องออกไปทำงาน แต่ก็ยังมีเวลาแก้ปัญหาให้ลูก ๆ อย่างไม่ขาดตกบกพร่อง แม้ว่าภาพครอบครัวในช่วงเวลานี้จะมีหลากหลายโดยอาจเป็นทั้งครอบครัวที่ไม่มีปัญหา มีปัญหา หรือเป็นที่แก้ไขปัญหา แต่ทว่าสำหรับบรรดาปัญหาที่เป็นจริง เช่น ปัญหาความยากจนทางเศรษฐกิจ การดูแลเด็ก การที่แม่/พ่อต้องแสดงบทบาทหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกันแทบจะไม่ปรากฏใน

จอโทรทัศน์เลย

ผลจากการวิจัยดังกล่าวนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว โทรทัศน์มักจะเสนอภาพที่ไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงมากนัก และแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงภาพดังกล่าวตามกาลเวลาที่ผ่านไป แต่ก็เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ล้าหลังเชื่องช้ากว่าความเป็นจริงอยู่หลายเท่าตัว

(ii) ภาพของพ่อ/แม่/เด็ก ๆ ในสื่อ

นอกจากภาพโดยรวมของครอบครัวที่ปรากฏในโทรทัศน์ดังกล่าวแล้ว Glennon (1982) ยังได้ศึกษาตัวแปรเรื่อง "ชนชั้น" ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการนำเสนอภาพคนในครอบครัวและพบว่า ชนชั้นเป็นตัวแปรที่สร้างความแตกต่างในการนำเสนอ คือ

- ในช่วง 1950 ภาพของพ่อในครอบครัวคนงานจะถูกนำเสนอว่าเป็นพ่อที่ดูตลกขบขันเซ่อซ่า ในขณะที่พ่อของชนชั้นกลางนั้นกลับมีความสามารถ รอบรู้แบบ "ยอดคุณพ่อ" เช่น เรื่อง Father Knows Best

- ช่วง 1970 ภาพของพ่อจากครอบครัวคนงานเริ่มเปลี่ยนแปลงเป็นบวกมากขึ้น ดูมีความสามารถมากขึ้น แต่ทว่าเด็ก ๆ จากชนชั้นนี้ก็ยังอยากจะหนีไปจากครอบครัวแบบนี้ ส่วนพ่อของชนชั้นกลางยังคงมีภาพในอุดมคติอยู่ แต่ก็เริ่มแสดงปัญหาความซับซ้อนทางจิตใจออกมาให้เห็น

ส่วนภาพของแม่นั้น ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพของแม่จากแต่เดิมที่เคยเป็นเพียง "ตัวละครเสริม" ภาพของแม่เริ่มยกฐานะมาเป็น "ตัวละครหลัก" ที่มีบทบาทในครอบครัวมากขึ้น

ส่วนภาพของเด็ก ๆ นั้น ก่อนหน้าทศวรรษ 1980 เด็ก ๆ จะถูกนำเสนอในภาพของเด็กตัวเล็ก ๆ ที่ไร้เดียงสา ไม่เข้าใจโลกของผู้ใหญ่ ไม่มีความสามารถ และมักเป็นตัวสร้างปัญหา อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษ 1980 บทบาทของเด็กก็พลิกกลับจากหน้ามือเป็นหลังมือ เด็ก ๆ ถูกนำเสนอในฐานะผู้ที่มีวุฒิภาวะ (ทั้งด้านความเข้าใจและด้านอารมณ์) มีความสามารถในการเผชิญและแก้ปัญหา ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การพลิกกลับดังกล่าวนั้นเกิดมาจากอะไร และเด็ก ๆ มีปฏิกริยาอย่างไรต่อภาพที่พลิกกลับดังกล่าว

จากผลการวิจัยเรื่องผลกระทบระดับต่าง ๆ และภาพสะท้อนของครอบครัวในสื่อที่กล่าวมาข้างต้นนี้ อาจนำมาสู่ข้อสรุปชั่วคราวได้ว่า

- ถึงอย่างไรภาพของครอบครัวในโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของความทรงจำของเรา ในกรณีของสังคมอเมริกันก็คงเป็นเรื่อง “Father Knows Best” “Leave It to Beaver” ในกรณีของไทยก็น่าจะเป็น "แม่พลอย" กับลูก ๆ ของเธอ (จากสี่แผ่นดิน) หรือ"แม่อร" กับ "อังศุมาลิน" (จากคู่กรรม)

- สื่อเช่นโทรทัศน์น่าจะเป็นตัวก่อรูปวัฒนธรรม/บรรทัดฐานที่เกี่ยวกับครอบครัวให้แก่เรา กล่าวคือ สร้างความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก และแนวทางปฏิบัติในส่วนที่เกี่ยวกับครอบครัว แบบฉบับของครอบครัวที่พึงปรารถนาให้แก่เรา
- การตัดสินว่า "ครอบครัวที่มีจริงของเรา" เป็นอย่างไรนั้น น่าจะใช้ "ครอบครัวที่มีอยู่ในโทรทัศน์" เป็นมาตรฐานเพื่อเปรียบเทียบ

(สนใจกรณีของไทยโปรดดู พรรณี, 2537)

(4.4) ความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างเด็ก-พ่อแม่-โทรทัศน์

เนื่องจากเด็กเป็นกลุ่มผู้รับสารที่เชื่อกันว่า จะได้รับอิทธิพลจากโทรทัศน์มากที่สุดประการหนึ่ง แต่ในอีกด้านหนึ่ง การดูโทรทัศน์ของเด็กมักเกิดขึ้นพร้อมกับการดูโทรทัศน์ของพ่อแม่ ดังนั้นจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างเด็ก-พ่อแม่-โทรทัศน์ งานวิจัยที่ดำเนินมามีข้อค้นพบบางประการดังนี้ (ดู Huston, 1993)

- การดูโทรทัศน์ของเด็ก ๆ โดยเฉพาะในช่วงอายุ 3-7 ขวบ มักจะเป็นการดูร่วมกับพ่อแม่ (75%) แต่เมื่อเด็กยิ่งโตขึ้น ก็ยิ่งดูโทรทัศน์ร่วมกับพ่อแม่น้อยลง อย่างไรก็ตาม นิสัยในการดูโทรทัศน์ที่ติดตัวเด็กไปก็ขึ้นอยู่กับแบบแผนตอนแรก ๆ ที่ดูร่วมกับพ่อแม่อย่างมาก เช่น ดูอย่างตั้งอกตั้งใจ ดูไปคุยไป ใช้เวลาดูครั้งละนาน ๆ เปลี่ยนช่องโทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา ประเภทรายการที่ชอบดู เป็นต้น
- ความเข้าใจที่ว่าโทรทัศน์จะมีอิทธิพลต่อเด็กอย่างมากมายหากพ่อแม่ปล่อยให้เด็กดูโทรทัศน์ตามลำพังนั้น ได้รับการพิสูจน์ว่าไม่จริงในทุกกรณี เช่นเด็กที่พ่อแม่ทำงานอยู่นอกบ้านและไม่ได้ดูโทรทัศน์กับพ่อแม่ กับเด็กที่มีแม่ทำงานอยู่ที่บ้านและดูโทรทัศน์กับเด็ก ไม่ได้ส่งผลให้เด็กสองกลุ่มนี่ได้รับอิทธิพลจากโทรทัศน์แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากมีตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยอีกมากมาย เช่น เด็กที่พ่อแม่ทำงานนอกบ้านทั้งคู่ อาจจะเอาเด็กไปส่งที่ศูนย์เลี้ยงเด็กซึ่งมีโอกาสดูโทรทัศน์น้อยกว่าที่บ้าน และยังมีกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ให้เลือก เช่น มีเพื่อนเล่น มีของเล่น ฯลฯ รวมทั้งวิธีการ "นั่งดูกับเด็ก" นั้น เป็นวิธีการนั่งดูแบบใด (นั่งดูเฉย ๆ หรือมีการสนทนากับเด็กหรืออื่นๆ) เป็นต้น
- ผลการวิจัยการดูโทรทัศน์ของเด็กวัย 3-7 ขวบ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์พ่อแม่เกี่ยวกับประเภทรายการที่ห้ามไม่ให้เด็กดู คำตอบที่ได้ก็คือ รายการที่ห้ามเด็กดูจะได้แก่ รายการที่ใช้ความรุนแรงและมีเรื่องเพศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการระดับ rate-R ที่มีอยู่ในเคเบิลทีวีหรือวิดีโอ แต่พ่อแม่มักจะไม่ห้ามถ้าเป็นรายการการ์ตูน หรือรายการประเภทอาชญากรรมที่แพร่ภาพในช่วงทีวีปกติ

(ซึ่งอันที่จริงแล้วก็มีความรุนแรงอยู่ไม่น้อย) และพ่อแม่ส่วนใหญ่มักจะไม่ได้กำหนดปริมาณในการดูโทรทัศน์ด้วย

- มีงานวิจัยที่พบผลกระทบเกี่ยวกับปริมาณการดูโทรทัศน์ที่มีผลต่อด้านอื่น ๆ ของตัวเด็ก ถ้าหากพ่อแม่ไม่กำหนดปริมาณเวลา กล่าวคือ เด็กที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (ตั้งแต่ 4 ชั่วโมง/วันขึ้นไป) จะทำให้มีเวลาทำการบ้านน้อยลง อ่านหนังสือน้อยลง มีเวลาเล่นกับเพื่อนน้อยลง และมีงานอดิเรกน้อยลง รวมทั้งมีผลการวิจัยที่สนับสนุนว่า หากพ่อแม่กำหนดเวลาให้เด็กดูโทรทัศน์น้อยกว่าที่เป็นอยู่สักครึ่งหนึ่ง (โดยเปรียบเทียบกับเด็กที่ไม่ควบคุม) จะพบผลว่าเด็กกลุ่มที่มีการควบคุมเวลาดูโทรทัศน์จะสามารถทำความเข้าใจบทเรียนและเวลาที่ใช้อ่านหนังสือจะมากขึ้น

- พ่อแม่ที่เอาใจใส่ในเรื่องการดูโทรทัศน์ของลูกด้วยการกำหนดปริมาณการดู กำหนดประเภทรายการ และดูโทรทัศน์ร่วมกับลูก มักจะเป็นพ่อแม่ที่มีทัศนคติที่ดีต่อโทรทัศน์ ผลจากการดูโทรทัศน์ของเด็กในกลุ่มพ่อแม่ดังกล่าว จะให้ผลออกมาดีและลดทอนผลเสียลงไป เช่น พ่อแม่ที่กระตุ้นให้ลูกชมรายการประเภทสารคดีธรรมชาติหรือรายการบันเทิงสำหรับเด็ก ๆ รวมทั้งนั่งดูอยู่ด้วย จะช่วยให้เด็กเข้าใจเนื้อหาจากรายการได้มากขึ้น และแม้จะเป็นรายการที่มีเนื้อหารุนแรงหรือต่อต้านสังคม (anti-social) เด็ก ๆ ที่เห็นพ่อแม่แสดงทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยกับรายการ หรือชี้แจงกับเด็กว่าในชีวิตจริงจะทำอย่างในโทรทัศน์ไม่ได้ หรือแนะนำวิธีการอย่างอื่นที่ไม่ใช้ความรุนแรง การแทรกแซงของพ่อแม่ดังกล่าวจะลดอิทธิพลจากโทรทัศน์หรือปรับเปลี่ยนทิศทางจากลบให้เป็นบวก

ถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นว่า การแทรกแซงของพ่อแม่ในเรื่องการดูโทรทัศน์ของเด็กจะให้ผลดี แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว ในชีวิตจริงก็มีพ่อแม่น้อยคนมากที่จะทำตามผลการวิจัย ในกรณีของการนั่งดูรายการเด็ก มีพ่อแม่เพียง 25% เท่านั้นที่ให้สัมภาษณ์ว่า นั่งดูไปพร้อม ๆ กับเด็ก และถึงแม้ว่า การดูโทรทัศน์ของเด็กที่มีผู้ใหญ่เช่นพ่อแม่นั่งอยู่ด้วย แต่พ่อแม่ก็ไม่ได้ใช้โอกาสนั้นอบรมสั่งสอนเด็กเท่าใดนัก

(4.5) ทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับครอบครัว

การวิจัยในหัวข้อดังกล่าวนี้ยังมีไม่มากนัก และต่อไปนี้คือภาพรวมทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์กับครอบครัวที่ยังต้องการผลการวิจัยมาสนับสนุน ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรนี้แบ่งได้เป็น 3 ทิศทาง คือ ด้านบวก กลาง ๆ และด้านลบ

(i) **ความสัมพันธ์ด้านบวก** ที่อาจจะเกิดขึ้นก็คือ

- สื่อเช่นโทรทัศน์อาจจะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวให้กระชับแน่นแฟ้นขึ้น เนื่องจากโทรทัศน์ได้จัดช่วงเวลาที่สมาชิกในครอบครัวจะมาอยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน

- สื่อโทรทัศน์ช่วยธำรงรักษาสถาบันครอบครัว เนื่องจากเนื้อหาโทรทัศน์ได้ตอกย้ำ

ให้เห็นความสำคัญและบทบาทของครอบครัว

- สื่อโทรทัศน์เป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งของครอบครัว ทำให้สมาชิกในครอบครัวได้มีโอกาสติดตามข่าวสารร่วมกัน
- เนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์จะเป็นแนวทางหรือเป็นบทเรียนในการดำเนินชีวิตให้แก่บุคคล

(ii) **ความสัมพันธ์ด้านลบ**

- โทรทัศน์อาจจะมาแย่งเวลาที่จะอยู่ร่วมกันในครอบครัวให้น้อยลง โดยเฉพาะเมื่อในบ้านมีโทรทัศน์หลายเครื่อง
- ในกรณีที่ในบ้านหนึ่ง ๆ มีสื่อหลายประเภทให้เลือกใช้ หรือมีปริมาณสื่อมากจนทุกคนครอบครองเป็นส่วนตัวได้ เช่น ในห้องนอนของทุกคนมีโทรทัศน์คนละเครื่อง ความเป็นปัจเจกบุคคลก็จะเพิ่มมากขึ้น สมาชิกในครอบครัวไม่อาจอดทนดูรายการตามใจคนอื่นได้
- สำหรับพ่อแม่บางคน อาจจะใช้โทรทัศน์เป็นพี่เลี้ยงเลี้ยงลูกแทนพ่อแม่ พ่อแม่อาจจะสนใจดูโทรทัศน์มากกว่าจะดูแลการบ้านของลูก หรือจะอ่านหนังสือ/เล่านิทานให้ลูกฟังน้อยลง
- โทรทัศน์จะเข้ามาแทนที่กิจกรรมอย่างอื่น ๆ ในชีวิต เช่น การออกกำลังกาย การทำงานอดิเรก การเล่นดนตรี ฯลฯ ทำให้ชีวิตประจำวันมีรูปแบบที่จำกัดมาก

(iii) **ความสัมพันธ์แบบกลาง ๆ**

- สำหรับเด็กที่ไม่พอใจความสัมพันธ์ในครอบครัว (เช่น เบื่อหน่ายที่พ่อแม่ชอบทะเลาะกัน) ก็อาจจะหันมาใช้โทรทัศน์เป็นทางออก
- เด็กที่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตในด้านต่าง ๆ เช่น การเรียน การปรับตัว ฯลฯ อาจใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เป็นทางหลบหนีทางจิตใจ (Escapist) หรือสร้างจินตนาการมาทดแทน (Fantasy)
- สื่อประเภทต่าง ๆ อาจเพิ่มหรือลดความเฉลียวฉลาดของเด็กโดยขึ้นอยู่กับวิธีใช้สื่อ
- เด็ก ๆ ที่มีปัญหาในชีวิตอาจจดจำวิธีการแก้ปัญหาที่พบเห็นในโทรทัศน์ไปใช้ในชีวิตจริงของตน กรณีตัวอย่างเช่น การ์ตูนเรื่องโดราเอมอน เป็นต้น

(4.6) การใช้ประโยชน์จากสื่อในบริบทของครอบครัว (Media Use)

(i) **ข้อสังเกตเบื้องต้น**

ในเรื่องการใช้ประโยชน์จากสื่อประเภทต่างๆ ที่อยู่ในบริบทของครอบครัว (domestic media) นั้น นักวิชาการด้านสื่อได้บันทึกข้อสังเกตเกี่ยวกับเรื่องการใช้สื่อดังนี้

- K.B Jensen (1987) พบว่า หลังจากที่สมาชิกในครอบครัวนั่งล้อมวงดูข่าวโทรทัศน์ในจอจบไปแล้วหนึ่งรอบ กลุ่มผู้ดูนั้นก็ "ทำข่าว" อีกรอบหนึ่งหน้าจอที่มีทั้งการวิเคราะห์ข่าว การเพิ่มเติมข้อมูล การตั้งข้อสังเกต ฯลฯ

- Sarett (1981) พบว่า เด็ก ๆ เอาเกมที่เห็นจากในรายการเกมโชว์หรือ quiz show ไปเล่นที่โรงเรียน (เช่น เอารูปแบบของรายการ "เกมเศรษฐี" ไปยกระดับการเล่นทายปริศนากันโดยเพิ่มประโยคเด็ดว่า "เป็นคำตอบสุดท้ายหรือเปล่า") ผู้เขียนเองสังเกตว่าเด็ก ๆ แถวบ้านเอาตัวละครในละครโทรทัศน์ไปเล่นสมมติกันอยู่ตลอดเวลา

- แม้แต่ในกลุ่มตำรวจก็ยังนำเอาภาพ บทสนทนา และอุดมการณ์ที่เห็นจากบรรดา cop story ในหนังและโทรทัศน์ไปใช้ "ประกอบสร้าง" (construct) ชีวิตประจำวัน เช่น หนังประเภทโปลิศจิตไม่ว่าง หรือปลัดแรมโบ้ เป็นต้น

- มีผู้ใหญ่จำนวนมากที่ให้สัมภาษณ์ว่า การดำเนินเส้นทางชีวิตของตนเองนั้นได้มาจากการดูตัวอย่างที่เห็นจากสื่อ เช่น มาเป็นหมอ เพราะได้ดูหนังเรื่อง "เขาชื่อกานต์" มาเป็นนักร้องเพราะอยากเป็นอย่างพี่เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ เป็นต้น

Lull (1988) ให้ข้อสรุปว่า คนในครอบครัวได้ใช้ประโยชน์ทั้งในแง่เนื้อหาจากสื่อและพฤติกรรมการดู (viewing) สื่อ ทั้งในระหว่างดูและก่อน-หลังจากดูสื่อแล้วเพื่อตอบสนองเป้าหมายหลาย ๆ ประการ ทั้งด้านจิตวิทยา ด้านสังคมแคบๆ ในบ้านหรือสังคมวงกว้าง และทั้งด้านวัฒนธรรม ในที่นี้เราจะสำรวจแบบแผนการใช้ประโยชน์จากสื่อในบริบทของครอบครัวในแง่มุมต่างๆ

(ii) **ปริมาณการใช้สื่อของกลุ่มเด็กในครอบครัว**

การศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อนั้น อาจจะเริ่มจากมิติเชิงปริมาณคือการสำรวจปริมาณการเปิดรับสื่อของคนกลุ่มต่าง ๆ ในครอบครัว เช่น Huston ประมวลแบบแผนการใช้สื่อของเด็กในสหรัฐ (1993) พบว่า ในปี 1985 เด็กอเมริกันจะเริ่มดูโทรทัศน์ตั้งแต่เล็ก ๆ โดยพ่อแม่จะใช้โทรทัศน์ทำให้เด็ก ๆ เงียบหรือไม่ออกไปเล่นซุกซนข้างนอก เด็ก ๆ จะดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ 2-3 ชั่วโมง โดยจะดูมากช่วงก่อนเข้าโรงเรียน และเมื่อเริ่มเข้าโรงเรียนก็จะลดลง เพราะช่วงเวลาที่อยู่บ้านลดน้อยลง ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งในช่วงวัยรุ่นตอนต้นเนื่องจากความเข้าใจในเนื้อหามีมากขึ้น และเด็กวัยรุ่นต้องการขยายความรู้เรื่องประสบการณ์ในชีวิตเพื่อรับมือ

กับการเปลี่ยนแปลงในชีวิตจริง แต่เมื่อย่างเข้าสู่วัยรุ่นตอนกลางและปลาย ช่วงเวลาดูโทรทัศน์จะลดลงเพราะวิถีชีวิตวัยรุ่นช่วงนี้จะออกไปสังสรรค์กับเพื่อนนอกบ้านหรือไปดูภาพยนตร์มากกว่า

ส่วนเป้าหมายการใช้ประโยชน์จากสื่อนั้น แม้ว่าโดยทั่วไปจะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องว่าเด็ก ๆ ใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่ก็เป็นข้อเท็จจริงอีกเช่นกันว่า เด็ก ๆ ได้ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อการเรียนรู้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการดูประเภทรายการที่มีลักษณะให้ความรู้โดยตรง เช่น Sesame Street หรือรายการบันเทิงแบบทั่วๆ ไปก็ตาม

(iii) **ปริมาณการใช้สื่อของผู้สูงอายุในครอบครัว** (ดู Huston, 1993)

ผู้สูงอายุในครอบครัวเป็นกลุ่มที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์มากกว่าคนช่วงอายุอื่น ๆ แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีรายการเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุน้อยมาก จึงเป็นเหตุผลให้กลุ่มผู้สูงอายุต้องดูรายการของกลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ สำหรับเหตุผลที่ทำให้ผู้สูงอายุใช้เวลาดูโทรทัศน์มากกว่าคนกลุ่มอื่น ๆ นั้นมีหลายประการ แต่ทว่าเหตุผลหลักก็คือ กลุ่มผู้สูงอายุเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ที่ขาดโอกาสทางสังคม (disadvantage) ในแง่ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยช่องทางอื่น ๆ ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงต้องพึ่งพาโทรทัศน์เพื่อใช้ประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน (ตามหลักของ Dependency of Media) เช่น

- โทรทัศน์เป็นช่องทางที่สะดวกที่สุดและประหยัดที่สุดสำหรับผู้สูงอายุที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลและความบันเทิง เนื่องจากไม่ต้องเดินทางออกไปหาข่าวสาร (physical accessibility) และไม่ต้องจ่ายเงิน (Economic accessibility)

- โทรทัศน์ช่วยทำหน้าที่ Para-social function กล่าวคือ ทำหน้าที่เป็นเพื่อนทดแทนคู่สมรสที่เสียชีวิตไปแล้ว หรือลูกหลานที่แยกครอบครัวออกไปอยู่ต่างหาก

- โทรทัศน์ช่วยให้คนแก่เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับโลกภายนอก (Involvement) เนื่องจากในสภาพความเป็นจริง คนแก่จะถูกแยกทางกายภาพให้อยู่ภายในบ้านและไม่ได้ติดต่อกับโลกภายนอกโดยตรง แต่ด้วยการติดตามข่าวสารจากโทรทัศน์ ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกถูกแยกออกไป

- โทรทัศน์ช่วยเติมกิจกรรมในช่วงเวลาที่มีอยู่ เนื่องจากชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุนั้นจะปลอดจากการทำงานทั้งนอกบ้านและในบ้าน ตลอดทั้งวันจึงเป็น "เวลาว่าง" การดูโทรทัศน์จึงกลายเป็นกิจกรรมหลักที่มาเติมเต็มในช่วงเวลาดังกล่าว

สำหรับประเภทรายการที่คนแก่ดูนั้นจะแตกต่างไปจากคนหนุ่มสาวหรือกลุ่มผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน กล่าวคือ จะดูรายการที่เป็นข่าวสารและสาระเป็นหลัก เช่น รายการข่าว รายการสารคดี รายการที่เกี่ยวกับปัญหาบ้านเมือง (public affair) รายการธรรมะ โดยมีเป้าหมายจะได้รับข้อมูลทางสังคมมาชดเชยประสบการณ์ตรงและเครือข่ายที่หมดไป ผู้สูงอายุมักจะไม่ค่อยดูรายการ

บันเทิง เช่น ละคร หรือเกมโชว์

(iv) **การใช้สื่อเพื่อประโยชน์ด้านจิตใจและสังคม**

- **Escapist** ตัวอย่างการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อหลบหนีจากโลกแห่งความจริงที่เรียกว่า "Escapist" นั้น เป็นแนวคิดที่รู้จักกันดีในด้านสื่อมวลชน การใช้สื่อเพื่อการหลบหนีนี้มีได้หลายรูปแบบ เริ่มตั้งแต่รูปแบบที่เป็นรูปธรรมมากที่สุด เช่นตัวอย่างของพ่อบ้านที่หัวเสียจากปัญหาในที่ทำงาน เมื่อกลับเข้าบ้านก็จะเปิดโทรทัศน์ทันที ทั้ง ๆ ที่ไม่ได้มีความต้องการที่จะดูรายการอะไรเป็นพิเศษ แต่ทว่าต้องการจะเปลี่ยนความคิด/อารมณ์ความรู้สึกจากปัญหาที่ทำงานประการหนึ่ง และอีกประการหนึ่งก็คือ ต้องการจะปิดตัวเองจากสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว โดยไม่อยากพูด ไม่อยากได้ยินเรื่องราวอะไรอีกแล้ว นี่ก็เป็นรูปแบบหนึ่งของ "การหลบหนี" เช่นกัน

- **Instrumental** ในงานวิจัยของ D. Morley (1980) เกี่ยวกับการดูรายการข่าวของผู้หญิงในบ้าน Morley พบว่า โดยทั่วไปแล้ว ผู้หญิงจะไม่ชอบดูข่าวทุกประเภท เนื่องจากมีแต่ความขัดแย้งอย่างซ้ำซาก มีแต่คำหลอกลวงของนักการเมืองและมีแต่ข่าวร้ายที่สั่นประสาท ทำให้ชีวิตหมดความสุข เนื่องจากรับทราบข่าวแล้วก็ไม่อาจจะทำอะไรได้ อย่างไรก็ตาม หากเปรียบเทียบข่าวประเภทต่าง ๆ แล้ว ผู้หญิงก็ยังชอบดูข่าวท้องถิ่นมากกว่าข่าวระดับชาติหรือข่าวต่างประเทศอันเนื่องมาจากเหตุผลหลาย ๆ ประการ เช่น ภูมิหลังด้านความรู้โลกภายนอกของผู้หญิง (ที่มีชีวิตอยู่ภายในบ้าน) มีไม่เพียงพอจะทำความเข้าใจกับข่าวต่างประเทศ การไม่มีประสบการณ์โดยตรงกับเหตุการณ์ในข่าว แต่เหตุผลที่สำคัญนั้นก็คือเรื่องการนำประโยชน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน (Instrumental) เนื่องจากผลกระทบจากข่าวต่างประเทศหรือข่าวระดับชาตินั้นไม่สามารถจะมองเห็นได้ในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าสำหรับข่าวท้องถิ่นแล้วจะนำผลมาใช้ได้ทันที เช่น ข่าวที่ว่ามีนักโทษแหกคุกหนีมาแถว ๆ ที่พักอาศัย หรือมีจระเข้หลุดจากกรงขังเนื่องจากน้ำท่วมในบริเวณแถวที่บ้าน ก็จะทำให้ผู้ชมต้องเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้น เป็นต้น

- **Social Use** มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงว่า ผู้หญิงต้องดูรายการฟุตบอลทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ชอบ แต่เพื่อที่จะได้พูดคุยกับสามีได้รู้เรื่อง อันเป็นเหตุผลเดียวกับที่สามีที่ต้องดูละครเพื่อจะได้พูดคุยกับภรรยาหรือมีเรื่องไปคุยกับเพื่อนผู้หญิงที่ทำงาน ในงานวิจัยที่กล่าวถึงมาแล้วของ Morley พบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่จะตอบว่า หลังจากที่ดูโทรทัศน์จบแล้ว (โดยเฉพาะละครโทรทัศน์) ผู้หญิงจะนำเอาเรื่องราวจากละครโทรทัศน์ไปคุยกับเพื่อนบ้านหรือไปคุยกับเพื่อนที่ทำงานต่อ ในขณะที่ผู้ชายจะไม่ค่อยกล้าตอบว่า ดูโทรทัศน์แล้วนำเอาไปพูดคุยต่อ โดยเฉพาะถ้าเป็นละครโทรทัศน์ (กลัวถูกว่าทำตัวแบบผู้หญิง) ยกเว้นถ้าเป็นการพูดคุยเรื่องรายการกีฬา ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงมีแบบแผนทางวัฒนธรรมในการแสดงออกมากกว่าผู้ชาย (cultural mode of

expression) ทั้ง ๆ ที่ผู้ชายตั้งใจดูโทรทัศน์มากกว่าผู้หญิง แต่กลับพูดถึงน้อยกว่า อีกเหตุผลหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากลักษณะชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านซึ่งมีลักษณะเป็นแบบแผนซ้ำซาก ดังนั้นเรื่องราวอย่างเดียวที่จะเคลื่อนไหวก็คือ เนื้อหาในโทรทัศน์นั่นเอง

- **Extension** Lull (1988) ให้ข้อเสนอว่า การใช้สื่อโทรทัศน์ต่าง ๆ ในครอบครัวนั้นอาจจะมีเป้าหมายร่วมประการหนึ่งคือ "การขยายขอบเขต" (Extension) ของบุคคลให้กว้างขวางออกไป อันเป็นแนวคิดที่คล้ายคลึงกับแนวคิดของ McLuhan Lull แบ่งขอบเขตที่จะขยายออกเป็น 3 ระดับ

  - ระดับตัวบุคคล (personal) → เช่น ขยายการรับรู้ของบุคคล
  - ระดับบ้าน (housely) → ขยายเรื่องราวในบ้านให้กว้างขึ้น
  - ระดับวัฒนธรรม (cultural) → เป็นเรื่องนอกบ้าน

ในทางปฏิบัติแล้วคงจะแยกระดับดังกล่าวให้เด็ดขาดจากกันไปได้ การแยกหัวข้อนั้นก็เพียงเพื่อการวิเคราะห์ ตัวอย่างของการใช้สื่อเพื่อขยายขอบเขตของบุคคลใน 3 ระดับก็เช่น งานวิจัยการใช้สื่อของเด็ก ๆ ในเวเนซูเอล่า Barrios พบว่า เด็ก ๆ ใช้สื่อเพื่อเป็นส่วนขยายของการเล่นภายในบ้าน (ระดับบ้าน) กล่าวคือ เด็ก ๆ จะเอาของเล่นไปไว้หน้าโทรทัศน์ และในขณะที่เล่นของเล่นเป็นหลัก หากเกิดเบื่อขึ้นมาก็จะหันไปดูโทรทัศน์แทน หรืออาจจะเห็นโทรทัศน์เป็นของเล่นอย่างหนึ่งด้วยการเล่นกดรีโมดคอนโทรลไปมา ตัวอย่างการขยายขอบเขตของระดับบุคคลก็เช่น กรณีของแม่บ้านที่ใช้ละครโทรทัศน์เป็นส่วนขยายของอารมณ์ที่ในชีวิตประจำวันมีอยู่อย่างจำกัดมาก

*(4.7) **พฤติกรรมการดูโทรทัศน์** (Viewing beharior)*

(4.7.1) **ข้อคิดจากสำนักเบอร์มิงแฮม**

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อที่มีการใช้มากที่สุดในครอบครัวยุคปัจจุบันคือ "สื่อโทรทัศน์" และเนื่องจากโทรทัศน์เป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรวัฒนธรรมในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสถาบันครอบครัวจึงมุ่งความสนใจไปที่การใช้สื่อโทรทัศน์ภายในครอบครัวมากที่สุด

สำหรับสำนักวิชาการที่ให้ความสนใจเรื่องสื่อกับครอบครัวมากที่สุดคือ สำนักเบอร์มิงแฮม โดยเฉพาะงานวิจัยของ D. Morley และคณะ หลังจากที่ Hobson ได้ทำวิจัยเรื่องการใช้วิทยุของแม่บ้านในช่วงทศวรรษ 1970 แล้ว นับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา โทรทัศน์ก็ได้กลายเป็นกิจกรรมทางสังคมของครอบครัวที่เข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของคนอเมริกันมากกว่ากิจกรรมอย่างอื่นๆ

เมื่อเริ่มต้นทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมการดูโทรทัศน์นั้น Morley (1986) ได้ตั้งข้อสังเกต 3 ประการว่า

(i) ในยุคแรก ๆ ของการทำวิจัยของสำนักเบอร์มิงแฮมนั้น จะให้ความสนใจกับ "กระบวนการตีความหมายตัวบท" (text interpretation) แต่ในสภาพความเป็นจริง ก่อนที่จะถึงขั้นตอนการตีความนั้น จะต้องผ่านขั้นตอน "การดูชม" (viewing) เสียก่อน และแบบแผนของการดูชมนั้นย่อมมีส่วนกำหนดกระบวนการตีความในขั้นตอนต่อไปอย่างมาก

(ii) ดังที่กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า จุดอ่อนของงานวิจัยผู้รับสารในยุคแรก ๆ ก็คือมักจะทึกทักว่า กลุ่มตัวอย่างดูโทรทัศน์คนเดียวตามลำพัง ทั้ง ๆ ที่โดยความจริงแล้ว บุคคลมักจะดูโทรทัศน์ร่วมกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวที่ทำให้แบบแผนการชมและการตีความแตกต่างจากการดูคนเดียวอย่างมาก นอกจากนั้น การดูโทรทัศน์ก็มิได้เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพียงกิจกรรมเดียว หากแต่เกิดขึ้นท่ามกลางกิจกรรมอย่างอื่น ๆ (กินข้าว เล่น คุยกัน รีดผ้า ฯลฯ) ดังนั้น การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์จึงต้องดูเป็น "หน่วยของการบริโภคทั้งหมด" (Unit of consumption)

(iii) ต่อเนื่องจากข้อสังเกตที่เพิ่งกล่าวถึง Morley จึงเสนอว่าในการศึกษาเรื่องแบบแผนและการเปลี่ยนแปลงแบบแผนของการดูโทรทัศน์นั้น จะต้องวิเคราะห์อย่างเชื่อมโยงกับแบบแผนของกิจกรรมการใช้เวลาว่างของครอบครัว (Family leisure activities) จึงจะสามารถให้คำอธิบายได้

หลังจากเก็บข้อมูลวิจัยทั้งหมดแล้ว Morley ได้ให้ข้อค้นพบที่แก้ไขความเชื่อโดยทั่วไปที่คิดว่า โทรทัศน์จะเข้า**มาทำหน้าที่แย่งเวลา** หรือ**ทดแทน**กิจกรรมร่วมกันอย่างอื่น

ภายในครอบครัว Morley กลับแสดงให้เห็นว่า โทรทัศน์กลับเป็นฝ่ายที่**ปรับตัว**ให้เข้ากับความต้องการทั้งด้านจิตวิทยา-สังคม-วัฒนธรรมของแต่ละครอบครัวมากกว่า

ก่อนที่จะเข้าถึงงานวิจัยเรื่อง "การดูโทรทัศน์" เราคงต้องถอยหลังมาเริ่มตั้งแต่การตั้งคำถามว่าเวลาที่เราพูดว่า "การดูโทรทัศน์" นั้น หมายความว่าอะไร สำหรับ "การดูโทรทัศน์ในบริบทของครอบครัว" นี้ นอกจากจะหมายถึงการมานั่งอยู่ร่วมกัน หน้าจอโทรทัศน์ที่ตั้งอยู่ในบ้านเพื่อติดตามรายการต่าง ๆ แล้ว "การดูโทรทัศน์" ในที่นี้ยังมีความหมายว่า เป็นกิจกรรมร่วมของครอบครัว (family activity) ที่มีเรื่องความต้องการ (agenda) และอารมณ์ความรู้สึก (mood & emotion) ของคนแต่ละคนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย กิจกรรมนี้นอกจากจะเกี่ยวข้องกับวิธีตีความเนื้อหาแล้ว ยังมีความเชื่อมโยงกับการสร้างแบบแผนในการดูโทรทัศน์ วิธีดู (style) การเลือกเนื้อหารายการ การกำหนดช่วงเวลา รวมทั้งกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ทั้งก่อน-ระหว่าง-หลังจากที่ดูแล้ว (Lull, 1988)

และผลสืบเนื่องที่เกิดจากกิจกรรมดังกล่าวนั้นก็มีมากกว่าผลลัพธ์ในระดับบุคคลเท่านั้น เพราะกิจกรรมดังกล่าวไม่เพียงแต่จะ "ป้อนเนื้อหา" ให้สมาชิกในครอบครัวได้พูดคุยกัน (ซึ่งเป็นเรื่องบทบาทของข่าวสารในการกระชับและธำรงรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม) เท่านั้น หากทว่ายังกำหนด "ประเด็นที่น่าจะให้ความสนใจ" ให้ทุกคนในครอบครัวมีร่วมกัน (คล้าย ๆ แนวคิดเรื่อง Agenda setting แต่เป็นหน่วยครอบครัว) ผลจากการพูดคุยกันหน้าจอจะค่อย ๆ ตะล่อมให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกันในชั้นแรกของแต่ละคนในครอบครัวโน้มเข้ามาหากันในท้ายที่สุด (consensus) Lull จึงเสนอว่า ในการวิจัยเรื่องโทรทัศน์กับครอบครัวนั้นจะต้องให้ความสนใจกับ "การพูดคุยกันหน้าจอโทรทัศน์" ให้มากขึ้น

สำหรับการวิจัยเรื่องการดูโทรทัศน์นั้น อาจจะเปรียบเทียบได้ใน 2 หน่วยการวิเคราะห์ คือ

(i) การเปรียบเทียบระหว่างสมาชิกแต่ละคนภายในครอบครัวเดียวกัน เช่น พ่อดูข่าว แม่ดูละคร ลูกดูเกมโชว์

(ii) การเปรียบเทียบระหว่างครอบครัวที่อยู่ในบริบททางสังคม-วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น ครอบครัวในเมือง/ในชนบท ครอบครัวชนชั้นล่าง/ชนชั้นกลาง เป็นต้น

การเปรียบเทียบดังกล่าวนั้นก็เพื่อตอบคำถามว่า มีความแตกต่างหรือไม่อย่างไร (how) และความแตกต่างนั้นเกิดขึ้นมาทำไม (why) โดยที่ตัวแปรที่อาจเข้ามาเกี่ยวข้องกับแบบแผนการดูโทรทัศน์ในครอบครัวนั้นอาจจะมีตั้งแต่ลักษณะของรายการที่เลือกดู สถานะของครอบครัว หรือภูมิหลังทางวัฒนธรรมของแต่ละครอบครัว

(4.7.2) ก่อนจะถึงการเปิดโทรทัศน์

ในขณะที่งานวิจัยของ Morley ที่จะใช้เป็นเนื้อหารายละเอียดในตอนต่อไปนั้น ซึ่งมีจุดเริ่มต้นอยู่ที่ "การเปิดโทรทัศน์" อาจจะมีงานวิจัยบางชิ้นที่ถอยหลังไปยิ่งกว่านั้นโดยเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนจะซื้อโทรทัศน์หรืออุปกรณ์สื่อต่าง ๆ เป็นต้น

A. Gray (1997) ทำวิจัยเรื่องแบบแผนการซื้อเครื่องวิดีโอของครอบครัวอังกฤษในช่วงทศวรรษ 1980 เพื่อวิเคราะห์ว่าผู้หญิงได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อและการใช้วิดีโออย่างไร รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย และสื่อภายในบ้านดังกล่าว A. Gray แบ่งกลุ่มผู้หญิงที่ศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่แต่งงานแล้ว และกลุ่มสาวโสด

สำหรับกลุ่มที่แต่งงานแล้วทั้งหมด ความต้องการที่จะซื้อวิดีโอนั้นล้วนแต่เกิดมาจากการริเริ่มของฝ่ายสามีทั้งสิ้น โดยฝ่ายภรรยาจะมีปฏิกริยาต่าง ๆ กัน เริ่มตั้งแต่ไม่มีปากมีเสียงปล่อยให้เป็นการตัดสินใจของสามี ฝ่ายภรรยาเองก็เห็นพ้องด้วย จนกระทั่งถึงภรรยาที่ไม่เห็นด้วยและต้องมีการต่อรองกัน

- เหตุผลที่สามีใช้ในการซื้อวิดีโอก็คือเป็นส่วนหนึ่งที่จำเป็นสำหรับการทำงานที่ทำงาน ในกรณีนี้ ส่วนใหญ่แล้วภรรยาจะต้องเห็นด้วย
- มีเหตุการณ์สำคัญ ๆ เกิดขึ้นในสังคม เช่น การแต่งงานของเจ้าฟ้าชายชาร์ลส์กับเจ้าหญิงไดอาน่า การถ่ายทอดพิธีเปิดและปิดกีฬาโอลิมปิก ฯลฯ เหตุการณ์เหล่านี้ควรจะบันทึกเทปวิดีโอเอาไว้สำหรับดูซ้ำ และเป็นโอกาสที่จะซื้อเครื่องเล่นวิดีโอ
- ในกรณีที่ภรรยาคัดค้านเนื่องจากที่บ้านมีอุปกรณ์วิทยุโทรทัศน์เต็มบ้านแล้ว ฝ่ายสามีอาจจะต่อรองว่า ถ้าภรรยาอยากได้โทรทัศน์เครื่องใหม่อีกเครื่องไว้ในห้องครัว ฝ่ายสามีก็ควรจะได้เครื่องเล่นวิดีโอด้วย
- มีบางครอบครัวที่มีลูกโต ๆ หลายคน และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกไปดูหนังร่วมกัน ดังนั้น การซื้อเครื่องวิดีโอ และเช่า/ซื้อม้วนวิดีโอมาดูด้วยกันที่บ้านจะประหยัดกว่า
- ผู้หญิงเห็นด้วยกับการซื้อเครื่องเล่นวิดีโอในกรณีที่เธอต้องออกไปทำงานตอนเย็น ๆ และพลาดชมละครโทรทัศน์ที่เธอติดตามอยู่
- มีบางกรณีที่ผู้หญิงอยากได้กล้องถ่ายวิดีโอและเครื่องเล่นวิดีโอเนื่องจากลูก ๆ จะมีเหตุการณ์สำคัญ ๆ ในชีวิต (เช่นเข้าโรงเรียนเป็นวันแรก) หรือเธอต้องการจะบันทึกภาพของลูกๆ
- อีกเหตุผลหนึ่งก็คือ เพื่อน ๆ มีอุปกรณ์วิดีโอกันหมดแล้ว เมื่อเพื่อน ๆ ดูวิดีโอแล้วเอามาคุยกัน ก็เลยจำเป็นต้องมีบ้าน เพื่อให้ร่วมวงสนทนาได้

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่มีเครื่องเล่นวิดีโอแล้ว ก็มีผู้หญิงน้อยคนมากที่จะเป็นผู้จัดการการใช้หรือรู้จักวิธีใช้อุปกรณ์ดังกล่าว ส่วนใหญ่แล้วผู้หญิงจะขอให้ผู้ชายเช่นสามีหรือลูกชายเป็นผู้จัดการให้ นี้จึงนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า สำหรับปริมณฑลภายในบ้านนั้น ผู้ชายยังคงเป็นผู้กำหนดทิศทางว่าจะนำเอาเทคโนโลยีอะไรมาใช้เพื่อเติมเต็มเวลาว่างที่มีอยู่ภายในบ้านเป็นส่วนใหญ่

สำหรับผู้หญิงโสดที่ยังไม่ได้แต่งงานนั้น การซื้อเครื่องเล่นวิดีโอมักมาจากการตัดสินใจของพวกเธอเอง โดยมีเหตุผลดังนี้

- เป็นเหตุผลด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากการออกไปเที่ยวข้างนอกทั้งกลางวันและกลางคืนต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตหนุ่มสาว ดังนั้นพวกเธอจึงซื้อเครื่องเล่นวิดีโอและเช่าวิดีโอมาดูเนื่องจากถูกกว่า
- ในบางกรณีที่สาวโสดเหล่านี้อาศัยอยู่กับพ่อแม่หรือญาติ และมีเครื่องเล่นวิดีโออยู่แล้ว แต่ทว่าเธอจะใช้เครื่องได้ก็ต่อเมื่อคนอื่นไม่ใช้แล้วเท่านั้น ดังนั้นเธอจึงตัดสินใจว่าควรจะมีเครื่องเล่นวิดีโอที่เป็นของตัวเอง

จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมด A. Gray สรุปว่า ในเรื่องของการจัดหาและการใช้สื่อภายในบ้านนั้น ตัวแปรเรื่องชนชั้นและการศึกษานั้นเป็นตัวแปรที่ไม่มีความสำคัญเท่ากับตัวแปรเรื่อง "เพศ" แบบแผนโดยทั่วไปก็คือ ผู้หญิงจะเป็นผู้ที่ล้าหลังทางเทคโนโลยีเนื่องจากเธอจะอยู่บ้านและใช้เทคโนโลยีรุ่นเก่า เช่น ในช่วงยุคสมัยของโทรทัศน์และเทปบันทึกภาพ เธอก็จะอยู่กับวิทยุและเครื่องเล่นเทปเสียง เช่นเดียวกับอาการการกลัวคอมพิวเตอร์ในยุคที่เพิ่งเริ่มมีใช้ใหม่ ๆ ต้องรอให้ผู้ชายบุกเบิกและทดลองใช้สื่อใหม่ ๆ จนชำนาญแล้ว ผู้หญิงจึงจะก้าวตามทีหลัง

(4.7.3) **แบบแผนในการดู**

และเมื่อนำเอาโทรทัศน์เข้าบ้านมาแล้ว ก็มีงานวิจัยบางชิ้นเสนอให้ความสนใจกับบริบททั้งทางกายภาพ-จิตวิทยา-สังคม-วัฒนธรรมของโทรทัศน์ เช่น สถานที่สำหรับวางโทรทัศน์มีมากน้อยเพียงใด มีการจัดวางอยู่ตรงไหน (มีความหมายอย่างไร) มีอุปกรณ์สื่ออย่างอื่น ๆ ประกอบโทรทัศน์หรือไม่/ถูกจัดวางอย่างไร ตำแหน่งของสมาชิกแต่ละคนที่มีต่อโทรทัศน์เป็นอย่างไร เป็นต้น

สำหรับแบบแผนในการดูนั้น อาจแยกอย่างหยาบ ๆ ได้เป็น 3 แบบคือ

(i) **การถูกบังคับให้ดู** (Enforced viewing) ได้แก่ สมาชิกที่ไม่มีสิทธิเป็นผู้เปิดหรือเป็นผู้เลือกช่องโทรทัศน์หรือประเภทรายการ แต่ทว่าจะต้องดูตามคนอื่น

(ii) **การดูโดยไม่ได้เลือก** (Ritualistic viewing) ได้แก่ สมาชิกที่มีสิทธิเลือกเปิด/เลือกช่องโทรทัศน์ แต่ทว่าไม่ได้ใช้สิทธินั้น คงเปิดโทรทัศน์ไปตามความเคยชินเสมือนเป็นพิธีกรรม หรือดูช่องที่คุ้นเคยเป็นนิสัย (habitual)

(iii) **การเลือกดู** (Selective viewing) ได้แก่ สมาชิกในบ้านที่มีสิทธิทั้งการปิด/เปิดและการเลือกช่อง/รายการโทรทัศน์และได้ใช้สิทธินั้น

ในการวิเคราะห์แบบแผนการดูทั้ง 3 แบบนั้น ประเด็นคำถามในการวิจัยอาจมีดังนี้

- สมาชิกคนใดในบ้านเป็นผู้รับผิดชอบการเลือกดู ความรับผิดชอบนี้ผูกขาดหรือไม่
- วิธีการเลือกเป็นอย่างไร
- ตำแหน่งในครอบครัวและแบบแผนการสื่อสาร (เช่น ต่อรองได้ไหม) เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเลือกนั้นหรือไม่
- ตัวแปรต่อไปนี้สัมพันธ์กับแบบแผนการเลือกหรือไม่ อย่างไร : ความสัมพันธ์ในครอบครัว ช่วงเวลา จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ของครอบครัว ฯลฯ

ในระดับของการวิเคราะห์นั้น Morley (1988) เสนอแนวคิดเปรียบเทียบกับ "การไปดูหนัง" ว่า การออกไปดูหนังนั้น มิได้อยู่ที่เพียง "การดูตัวหนัง" เท่านั้น หากทว่ายังมีเรื่องการแต่งตัวออกไป ความรู้สึกผ่อนคลาย (relax) การตกแต่งของโรงหนัง กิจกรรมที่ทำก่อน/หลังไปดู (เช่น การเดินดูรายการหนัง การกินอาหาร ฯลฯ) ถึงแม้การดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้านอาจจะมองเห็นลักษณะที่เฉพาะ ๆ ได้ไม่ชัดเจนเท่ากับการออกไปดูหนัง แต่ทว่าในการวิเคราะห์ก็ต้องวิเคราะห์ดูทั้ง "บริบททางกายภาพ" (physical context) และ "บริบททางสังคมของที่บ้าน" (domestic social context) ควบคู่ไปด้วย

ผลจากการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า โดยภาพรวมแล้วมี 6 รูปแบบที่ครอบครัวจะใช้ในการดูโทรทัศน์รวมกันดังนี้

(1) Participating watching สมาชิกทุกคนในครอบครัวจะนั่งดูโทรทัศน์อยู่ร่วมกัน ดูอย่างตั้งใจไม่ทำกิจกรรมอย่างอื่น และพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังดู

(2) Passive watching สมาชิกอาจจะนั่งอยู่หน้าจอโทรทัศน์ ไม่มีกิจกรรมอย่างอื่นทำ แต่ทว่าเป็นการดูแบบไม่ตั้งใจ ไม่เจาะจง ดูไปเรื่อยๆ

(3) Stimulated act ในขณะที่ดูโทรทัศน์นั้น อาจจะทำกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ประกอบไปด้วย ส่วนใหญ่เป็นการรับประทานอาหาร แต่ทว่าความสนใจหลักยังอยู่ที่การดู

โทรทัศน์โดยมีกิจกรรมอย่างอื่นเป็นตัวเสริม

(4) **Positioned to watch** แม้จะตั้งใจดู แต่ก็ทำกิจกรรมอย่างอื่นด้วยโดยเป็นกิจกรรมหลักและใช้การดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมประกอบ เช่น อ่านหนังสือ ถักนิตติ้ง แต่ทว่ายังคงหันหน้าเข้าจอโทรทัศน์

(5) **In the viewing area** ทำกิจกรรมอย่างอื่นเป็นหลัก โดยนั่งอยู่ในบริเวณของจอโทรทัศน์ แต่ทว่าไม่ได้หันหน้าเข้าจอโทรทัศน์ เช่น ยืนหันข้าง ๆ รีดผ้าอยู่บริเวณที่ตั้งโทรทัศน์

(6) **Not in the room** เป็นการดูโทรทัศน์ที่ไม่ได้เห็น เพียงแต่ได้รับฟังเสียง เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวต้องไปอยู่อีกห้องหนึ่ง ตัวอย่างเช่น แม่บ้านที่ต้องทำครัวอยู่ในห้องครัว และจะละมือจากกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเดินทางมาดูโทรทัศน์เมื่อได้ยินเรื่องที่น่าสนใจ

(4.7.4) ตัวอย่างงานวิจัยเรื่องแบบแผนการดูโทรทัศน์ในครอบครัว

จากนี้จะนำเสนอประเด็นการวิเคราะห์เรื่องการใช้สื่อในครอบครัวโดยใช้ตัวอย่างงานของ Morley เป็นหลักโดยมีงานวิจัยของนักวิชาการท่านอื่นประกอบบ้าง

Morley (1988) เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นครอบครัว 18 ครอบครัวที่อาศัยอยู่ตอนใต้ของกรุงลอนดอน ซึ่งมีความรู้สึกผูกพันกับท้องถิ่นสูง เป็นครอบครัวชนชั้นล่างและชั้นกลางระดับล่างที่มีลักษณะการใช้อำนาจระหว่างเพศปรากฏอย่างชัดเจน และเป็นครอบครัวตามแบบฉบับคือมีพ่อ-แม่-ลูก นักวิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึก

จากบทเรียนงานวิจัยชิ้นแรกในเรื่อง Nationwide ที่ Morley มองข้ามประเด็นเรื่องเพศ (gender) แต่ก็พบว่าประเด็นเรื่องเพศเป็นตัวแปรที่ให้คำอธิบายเรื่องการดูโทรทัศน์มากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น หากมีการศึกษาเรื่อง "การดูโทรทัศน์ภายในบ้าน" ด้วยแล้ว ประเด็นเรื่อง "เพศ" จะยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้โดยที่ผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกับ "ความหมายของบ้าน" สำหรับคนแต่ละเพศในบริบทสังคม-วัฒนธรรมปัจจุบันเสียก่อน ในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ผู้ชายจะเป็นฝ่ายออกไปทำงานนอกบ้าน เมื่อกลับเข้าบ้าน "บ้านจึงมีความหมายว่าเป็น สถานที่พักผ่อน-ปลอดจากการทำงาน" สำหรับผู้ชาย แต่สำหรับผู้หญิง "บ้านคือสถานที่ทำงาน" (น่าสงสัยเหมือนกันว่า แล้วสถานที่พักผ่อนสำหรับผู้หญิงอยู่ที่ไหน) ความหมายที่มีต่อบ้านดังกล่าวจะมีผลมาถึงแบบแผนการดูโทรทัศน์ (สนใจในประเด็นเรื่องเพศสภาวะและเวลาว่างโปรดดู สมสุข, 2544)

หัวข้อที่ Morley ใช้วิเคราะห์มีดังนี้

(1) อำนาจและการควบคุมการดูโทรทัศน์ (Power & Control)

เนื่องจากครอบครัวที่ศึกษาเป็นครอบครัวแบบพ่อเป็นใหญ่ (Patriarchy) ซึ่งแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจนในเรื่องอำนาจในการเลือกชมโทรทัศน์ เก้าอี้หน้าจอโทรทัศน์และรีโมทคอนโทรลจะเป็นของพ่อและลูกชาย แม่กับลูกสาวจะมีโอกาสน้อยมากที่จะได้เลือกเปิด/ปิด หรือเลือกช่อง คงมีกรณียกเว้นที่พ่อว่างงาน และแม่เป็นฝ่ายออกไปทำงานหาเลี้ยงเท่านั้นที่ผู้หญิงจะมีอำนาจมากขึ้น เนื่องจากเวลาของผู้ชายสามารถจะยืดหยุ่นได้มากกว่า (อัดเทปเอาไว้ดูภายหลัง) Morley จึงสรุปว่า อาจจะไม่ใช่ตัวแปรเรื่อง "เพศ" อย่างเดียวเท่านั้น หากจะต้องพิจารณา "ตำแหน่งทางสังคมที่มีต่อครอบครัว" เช่น ใครเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว ประกอบด้วย

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังเสนอว่า เหตุผลที่ผู้ชายต้องใช้อำนาจผ่านการควบคุมการเลือกดูโทรทัศน์ อาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า "บ้านดูเหมือนจะเป็นปริมณฑลภายใต้อำนาจของผู้หญิง" เพราะผู้หญิงสามารถควบคุมสิ่งของและกิจกรรมภายในบ้านเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ผู้ชายจึงต้องแสดงอำนาจบ้าง (exercise power) ตามแนวคิดของ M. Foucault ด้วยการใช้อำนาจผ่านการดูโทรทัศน์

(2) แบบแผนการดู (style of viewing)

สำหรับวิธีดูโทรทัศน์ของผู้ชายนั้น จะดูเพียงอย่างเดียวโดยไม่ทำอย่างอื่นเลย โดยมีความคิดว่าต้องดูให้เต็มที่ และคิดว่า "บ้านเป็นสถานที่และเป็นเวลาสำหรับพักผ่อน" เพราะฉะนั้นต้องไม่มีการทำงานอีกแล้วในบ้าน

แต่สำหรับผู้หญิงนั้น จะดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ไปด้วย (กิจกรรมแบบฉบับที่สุดคือ การรีดผ้า) หรือมิฉะนั้นก็จะดูไปคุยไปกับลูกสาว เนื่องจากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วว่า บ้านสำหรับผู้หญิงก็คือที่ทำงาน Hobson เองก็ยืนยันจากงานวิจัยของเธอว่า ผู้หญิงจะทำครัวหรืออาบน้ำให้ลูกขณะดูละครเรื่องโปรดไปพร้อม ๆ กัน แบบแผนการดูโทรทัศน์ของผู้หญิงจึงเป็นแบบขาดตอนเป็นช่วง ๆ การดูโทรทัศน์ของผู้หญิงจึงเป็นการดูที่มีความรู้สึกผิด (guilt feeling) ระคนไปด้วย เช่น มัวแต่ดูละครเพลินจนกับข้าวไหม้ ทางออกของผู้หญิงส่วนใหญ่คือหนีไปดูรายการตอนกลางวันที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่อยู่บ้าน ซึ่งเป็นการดูที่สบายใจไร้กังวลไม่มีความรู้สึกผิด นักวิจัยทั้งสองท่านสรุป (ตามแนวคิดกลุ่มสตรีนิยม) เหมือนกันว่า แบบแผนการดูโทรทัศน์เป็นการตอกย้ำอุดมการณ์สำหรับผู้หญิงว่า "ห้ามหาความสุขใส่ตัวก่อนที่จะนึกถึงความสุขของคนอื่น ๆ ในครอบครัว"

สำหรับแบบแผนการดูโทรทัศน์ของเด็ก ๆ นั้น (ดู Huston, 1993) เด็กๆ มักจะนั่งอยู่ในห้องที่มีโทรทัศน์ แต่มักจะไม่ได้ดูโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว รวมทั้งไม่ได้สนใจกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียวตลอดเวลาด้วย เด็ก ๆ จะทำกิจกรรมหลาย ๆ อย่างสลับกันไปตั้งแต่ดู

โทรทัศน์ เล่น กิน พูด คุย ทำการบ้าน ฯลฯ ผลการวิจัยสรุปว่า อย่างมากที่สุดเด็ก ๆ จะดูโทรทัศน์เพียง 60% ของเวลาทั้งหมด อย่างไรก็ตาม แบบแผนการดูโทรทัศน์ของเด็ก ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปตามโอกาสที่จะได้ดูหรือได้เลือกดูเอง กับพัฒนาการด้านความคิดความเข้าใจที่ซับซ้อนขึ้น

(3) การวางแผนการดู (Planned/Unplanned viewing)

มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง กล่าวคือ ผู้ชายจะวางแผนในการดูโทรทัศน์อย่างมาก ต้องติดตามโปรแกรมล่วงหน้าว่าจะมีรายการอะไร มีการจดบันทึกวางแผนอัดเทปถ้ารายการที่ชอบหลายรายการมีเวลาซ้อนกัน Morley อธิบายว่า ผู้ชายมีปรัชญาแบบ "ลัทธิถือประโยชน์เป็นสำคัญ" (Utilitarian) ดังนั้น เมื่อมีเวลาว่างและลงทุนซื้อโทรทัศน์มาแล้ว ต้องใช้ประโยชน์ให้คุ้มค่า ส่วนผู้หญิงนั้นโดยส่วนใหญ่แล้ว มีวิธีการดูแบบไม่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า โดยมีทัศนคติแบบ "ดูก็ได้ไม่ดูก็ได้" เนื่องจากผู้หญิงจะถือปรัชญาแบบเอาความสัมพันธ์ระหว่างคนเป็นสำคัญ (ตามใจคนอื่นก่อน)

(4) การใช้อุปกรณ์ประกอบอย่างอื่น

มีความแตกต่างเช่นเดียวกันระหว่างผู้ชายกับผู้หญิงอันมีรากฐานสืบเนื่องมาจากทัศนะต่อเทคโนโลยีที่แตกต่างกันระหว่างเพศ ในกรณีของรีโมทคอนโทรลนั้นได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้ชายจะเป็นฝ่ายใช้เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ ส่วนกรณีของเครื่องเล่นและอัดวิดีโอเทป ผู้ชายก็จะเป็นฝ่ายใช้มากกว่าผู้หญิงอันเนื่องมาจากความคิดของผู้หญิงที่ว่า "ผู้หญิงไม่ค่อยรู้เรื่องเทคโนโลยี" มีงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ผู้หญิงไม่รู้วิธีเล่นและอัดวิดีโอเทป เมื่อต้องการจะใช้ก็จะให้สามีหรือลูกชายจัดการให้

นอกเหนือจากความแตกต่างระหว่างเพศในการใช้อุปกรณ์สื่อในบ้านแล้ว ปัจจุบันนี้เนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของรีโมทคอนโทรลทำให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาวิจัยอุปกรณ์ชิ้นนี้ ในระยะเริ่มแรกของการมีรีโมทคอนโทรลนั้น (ค.ศ.1970) แนวทางการวิจัยยังคงอยู่ในแวดวงของผู้วางผังรายการและโฆษณาที่จะต่อสู้กับการกดรีโมทของผู้ชม โดยยังไม่มีความสนใจที่จะวิเคราะห์แบบแผนที่เปลี่ยนไปของผู้รับสารเท่าใดนัก แต่ในทศวรรษ 1990 เกือบทุกบ้านในสหรัฐที่มีโทรทัศน์ก็จะมีรีโมทคอนโทรลซึ่งติดมากับการซื้อโทรทัศน์ Huston (1993) ให้ตัวอย่างงานวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรีโมทคอนโทรที่น่าสนใจชิ้นหนึ่งว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กอายุ 3 ขวบที่ชอบดูรายการ Sesame Street ในตอนเช้า แต่เนื่องจากทั้งพ่อและแม่ต้องไปทำงานนอกบ้าน จึงปล่อยให้เด็กดูตามเวลาออกอากาศไม่ได้ แม่จึงอัดเทปเอาไว้ แล้วเปิดให้เด็กดูในตอนเย็นโดยให้เด็กใช้รีโมทคอนโทรล นักวิจัยสังเกตว่า ถ้าเป็นช่วงตอนที่เด็กชอบ เด็กจะกดรีโมทให้เล่นซ้ำไปมา (replay 3-4 ครั้ง) และถ้าตอนใดไม่ชอบก็จะกดให้ผ่านไปอย่างรวดเร็ว ผลจากการใช้รีโมทคอนโทรลดังกล่าว เมื่อเด็กย้อนกลับมาดูรายการโทรทัศน์ตามปกติ เด็กจะมีอาการโมโหเมื่อ

ควบคุมรายการแบบดูด้วยเทปบันทึกและรีโมทคอนโทรลไม่ได้ ผลงานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของเทคโนโลยีชิ้นเล็ก ๆ ที่มีต่อแบบแผนการชมของบุคคลได้อย่างดี

(5) การดูคนเดียวและความรื่นรมย์ที่เต็มไปด้วยความรู้สึกผิด (Solo viewing/guilt pleasure)

มีความแตกต่างกันระหว่างการเล่นบทบาทเป็น "คนในครอบครัว" กับ "การเป็นผู้ดูโทรทัศน์" ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย สำหรับผู้ชายนั้นจะเลือกสวมบทบาทเป็น "ผู้ดูโทรทัศน์" เพียงอย่างเดียว โดยจะยกเลิกบทบาท "การเป็นพ่อ" ไปเลย โดยเฉพาะเวลาที่กำลังดูรายการที่สนใจ (จะห้ามลูก ๆ มากวน) แต่สำหรับผู้หญิงแล้วจะสลับเล่น "บทบาทการเป็นแม่" พร้อม ๆ กับ "การเป็นผู้ชมโทรทัศน์" เช่น ยังคงต้องดูแลความต้องการของลูกเต้าหรือสามีไปพร้อม ๆ กับการดูโทรทัศน์ เหตุผลนั้นก็ดังที่ได้แสดงมาข้างต้นแล้วว่า "บ้านคือสถานที่ที่ผู้หญิงต้องเป็นแม่และเมียต้องพร้อมจะให้บริการแก่คนอื่นอยู่เสมอ"

นอกจากนั้น ผู้หญิงจะยกโอกาสของการเลือกช่องและประเภทรายการให้แก่สามีและลูกก่อนเสมอ มีเหตุผลที่น่าสนใจข้อหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า รายการที่ผู้หญิงแม่บ้านชอบดูนั้นส่วนใหญ่เป็นรายการบันเทิงที่ไร้สาระ ละครน้ำเน่า หรือน้ำตาท่วมจอ ดังนั้น จึงไม่มีความสลักสำคัญถึงขนาดไม่ดูไม่ได้ เป็นต้น แต่รายการที่สามีและลูกดูนั้นมีคุณค่าและมีความสำคัญมากกว่า

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารายการที่ดูนั้นจะมีแต่บันเทิง แต่ก็เป็นความบันเทิงที่ผู้หญิงชอบดู ดังนั้น ผู้หญิงจึงจัดการกับความขัดแย้งด้วยการอัดเทปรายการที่ตนเองชื่นชอบไว้ดูตอนกลางวัน และกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า การดูโทรทัศน์ที่ชอบมากที่สุดก็คือช่วงเวลาที่สามีและลูกไม่อยู่ ซึ่งให้ความรู้สึกเป็นอิสระในการชมอย่างเต็มที่

(6) รายการที่ชื่นชอบ

ผลจากการสัมภาษณ์เป็นไปตามที่นักวิจัยคาดการณ์ไว้คือ ผู้ชายจะชอบดูรายการข่าว สถานการณ์ปัจจุบัน และสารคดี โดยผู้ชายจะทำกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ก่อน (เช่น งานอดิเรก การพักผ่อนนอกบ้าน ฯลฯ) และให้ความสำคัญกับการดูโทรทัศน์รองลงมา สำหรับผู้หญิงจะชอบรายการละครและเกมโชว์ และผู้หญิงจะใช้เวลากับการดูโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก อย่างไรก็ตาม Morley ก็ตั้งข้อสังเกตว่า ผลจากการสัมภาษณ์นี้อาจไม่ตรงกับความเป็นจริงมากนักเนื่องจากผู้ชายอาจต้องรักษาหน้าในการตอบคำถาม

แบบแผนรายการที่ชื่นชอบ

ผู้ชาย	ผู้หญิง
ทำกิจกรรมอย่างอื่นก่อน รายการประเภทเรื่องจริง (Factual program) รายการประเภทสมจริง (Realistic)	ดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมหลัก รายการประเภทเรื่องแต่ง (Fictional program) รายการประเภทรักเพ้อฝัน (Romance)

ผลจากการวิจัยเรื่องการใช้สื่อโทรทัศน์ในครอบครัวของ Morley นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า "เพศ" และโครงสร้างอำนาจระหว่างเพศ เป็นเกณฑ์ที่สำคัญอย่างมากในการอธิบายเรื่องแบบแผนในการเลือกชมโทรทัศน์ และในทางกลับกัน แบบแผนของการชมโทรทัศน์ดังกล่าวก็ย้อนกลับไปช่วยธำรงรักษาโครงสร้างอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศเอาไว้ ดังที่ปรากฏว่าผู้ชายไม่เพียงแต่เลือกดูรายการที่ตนเองชอบเท่านั้น หากแต่การเลือกนั้นยังปิดกั้นโอกาสของคนอื่นอีกด้วย รวมทั้งผู้ชายจะบังคับให้ผู้หญิงและเด็กดูโทรทัศน์อย่างเงียบ ๆ ตามแบบแผนการดูของผู้ชาย ฉะนั้น โทรทัศน์จึงมิได้เป็นเพียง "สื่อในบ้าน" ชิ้นหนึ่งเท่านั้น หากแต่โทรทัศน์ยังเป็นกลไกเชิงสัญลักษณ์ในการผลิตซ้ำโครงสร้างอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศ ในสงครามระหว่างเพศเช่นนี้ สมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัวจะมีทางออกแบบต่าง ๆ เช่น ผู้หญิงอาจจะหนีออกไปดูโทรทัศน์ขาวดำที่อยู่ในห้องครัว เด็ก ๆ หนีไปเล่นเกมกดในห้องตัวเอง หรือกรณีที่ Radway (1987) วิจัยพบว่า ผู้หญิงต่อสู้อำนาจในครอบครัวด้วยการใช้สื่อนวนิยายเป็นเครื่องมือ เมื่อแม่บ้านอ่านนวนิยายก็เท่ากับเธอกำลังบอกทุกคนว่า “นี่เป็นเวลาส่วนตัวของเธอที่ทุกคนอย่าเข้ามายุ่ง” เป็นต้น

บทที่ 10
สื่อกับสถาบันศาสนา

1. ความสัมพันธ์ที่หมางเมิน แต่ก็ขาดจากกันไม่ได้

2. ภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชน

3. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์เรื่องสื่อกับศาสนา
   (3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยม
   (3.2) ทฤษฎีมาร์กซิสม์
   (3.3) ทฤษฎีสังคมวิทยาแนวการตีความ
   (3.4) ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม
   (3.5) ทฤษฎี Social Signification of Religious Television

4. การเปรียบเทียบข้อเหมือนและข้อต่างระหว่างสื่อกับศาสนา

5. ตัวอย่างประเด็นศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับศาสนา
   (5.1) การศึกษาผู้รับสาร
   (5.2) การศึกษาผลกระทบของรายการศาสนาในสื่อ
   (5.3) การศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากรในสองสถาบัน
   (5.4) การวิเคราะห์เนื้อหารายการศาสนาในสื่อ
   (5.5) ปฏิบัติการและรูปแบบใหม่ ๆ ทางศาสนากับบทบาทของสื่อมวลชน

บทที่ 10
สื่อกับสถาบันศาสนา

สำหรับเนื้อหาเกี่ยวกับ "สื่อมวลชนกับสถาบันศาสนา" ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นงานวิจัยที่มาจากสังคมตะวันตกและคริสตศาสนา ซึ่งอาจจะมีจุดร่วมบางประการกับพุทธศาสนาในสังคมไทย แต่ทว่า ก็คงจะมีความแตกต่างอย่างมากจนไม่สามารถนำมาสรุปรวมได้ทั้งหมด สำหรับผู้ที่สนใจงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับพุทธศาสนาในสังคมไทย โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ (2543)

1. ความสัมพันธ์ที่หมางเมินแต่ก็ขาดจากกันไม่ได้

ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันเก่าเช่น สถาบันศาสนา และสถาบันใหม่เช่นสื่อมวลชนนั้น เป็นความสัมพันธ์ที่น่าสนใจที่จะศึกษาอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะในด้านหนึ่ง สถาบันศาสนาเคยเป็นสถาบันที่ทรงพลังและอาจถือได้ว่าเป็นสถาบันแกนกลางของสังคมในยุคก่อนสมัยใหม่/ก่อนทุนนิยม (pre-capitalism/pre-modern society) ในขณะที่โลกปัจจุบันนี้ดูเหมือนสถาบันสื่อมวลชนจะก้าวเข้ามาครองตำแหน่งดังกล่าวแทน ความสัมพันธ์ระหว่าง "แชมป์เก่า" กับ "แชมป์ใหม่" จะเป็นอย่างไร

ในที่นี้จะแบ่งความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันศาสนากับสื่อมวลชนเพื่อการพิจารณาใน 2 ระดับ คือ ระดับวิชาการ และระดับโลกแห่งความเป็นจริง

(1.1) ระดับวิชาการ

ความสัมพันธ์ในระดับวิชาการทั้งด้านศาสนศึกษาและด้านสื่อศึกษานั้นมีลักษณะ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือด้านที่หยุดนิ่ง และอีกด้านหนึ่งคือด้านที่เคลื่อนไหว

สำหรับด้านที่หยุดนิ่งนั้นก็คือ ทั้ง 2 สาขาวิชาการยังต่างคนต่างละเลยไม่ให้ความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับศาสนา โดยเริ่มจากสายสื่อศึกษา หากเปิดดูตำราหรืองานเขียนที่เขียนกับเรื่องสื่อมวลชนแล้ว จะพบว่าโดยกระแสหลักแล้วแทบจะไม่ให้ความสำคัญกับประเด็นศาสนาเลย หรือแม้แต่กลุ่มศึกษาสื่อกระแสใหม่ ๆ เช่น สำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ก็ยังมองข้ามความสำคัญของศาสนาทั้งๆที่หน่วยในการศึกษานั้นเป็น "วิถีชีวิตประจำวันของประชาชน" คงมีแต่ในหนังสือของ R. Hoggart (1958) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทของศาสนาในชีวิตคนงานอังกฤษ (อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้) หากทว่าไม่ได้มีการวิเคราะห์อย่างจริงจัง งานของ S. Hall (1976) ที่ศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ต่อต้านโดยผ่านพิธีกรรมก็ยังไม่ได้กล่าวถึงบทบาทของศาสนา

อย่างจริงจัง

มีสาเหตุหลายประการที่ทำให้การศึกษาเรื่องศาสนากลายเป็นโซ่ข้อที่หายไปของการวิจัยด้านสื่อมวลชน ประการแรกคือ การขาดทฤษฎีที่จะนำมาใช้เป็นไฟส่องทาง และประการที่สองเรื่องของศาสนานั้นเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ลำบากสำหรับผู้ที่สนใจด้านสื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากสื่อมวลชนต้องเล่นอยู่กับเรื่องที่มีเหตุผลและจับต้องได้ อันเป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับศาสนา (ลองนึกถึงรายการประเภทบ้านผีสิง ซึ่งกล้องโทรทัศน์จะตามไปถ่ายทำได้อย่างไร) อีกประการหนึ่ง ศาสนาเป็นเรื่องที่อ่อนไหวเพราะเกี่ยวข้องกับความเชื่อและอารมณ์ความรู้สึก หากสื่อมวลชนก้าวเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย โอกาสที่จะพลาดพลั้งก็มีอยู่สูงมาก

ในส่วนด้านศาสนศึกษานั้น ก็มีความสัมพันธ์ที่หมางเมินกับการศึกษาสื่อเช่นกัน ทั้งนี้อาจจะเริ่มมาตั้งแต่ทัศนคติด้านลบของนักศาสนศึกษาที่มีต่อสื่อสมัยใหม่หรืออาจจะเนื่องมาจากการขาดความเข้าใจที่จะศึกษาสถาบันใหม่ ๆ เช่น สื่อมวลชน คงมีแต่สาขาย่อยของสังคมศาสตร์บางสาขา เช่น สังคมวิทยาศาสนา (Sociology of Religion) ที่เริ่มสนใจบทบาทและการปรับตัวของศาสนาในโลกสมัยใหม่ (Modern World) เช่น สังคมข่าวสาร แต่ทว่าในงานศึกษาเหล่านี้ก็ยังไม่ได้ผนวกเอาบทบาทของสื่อมวลชนเข้ามาไว้ในการวิเคราะห์

อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งก็มีการเคลื่อนไหวบางประการในแวดวงวิชาการทั้ง 2 สาขากล่าวคือ นับตั้งแต่ครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ในเรื่องของศาสนา เริ่มมีการศึกษาเรื่อง "ศาสนาในโลกสมัยใหม่" (นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 19) อย่างเป็นระบบ (ดู White, 1997) เริ่มมีการสร้างทฤษฎีใหม่ ๆ เกี่ยวกับศาสนา ซึ่งไม่เพียงแต่จะพยายามอธิบายปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางศาสนา เช่น การเกิดลัทธิแปลก ๆ ใหม่ ๆ ด้านจิตวิญญาณ แต่ทว่ายังให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ทางศาสนาที่ข้ามกาลเวลา/ข้ามสถานที่ในยุคโลกาภิวัตน์ คำอธิบายเกี่ยวกับศาสนากับสังคมขยายกว้างออกไปมากกว่าคำอธิบายแบบเดิม ๆ ที่ว่า "ศาสนามีบทบาทในการสร้างความเป็นปึกแผ่นของสังคม" หากทว่าได้มีความพยายามที่จะอธิบายว่า ศาสนาเข้ามาผูกพันกับระบบเศรษฐกิจ (วัดกับธนาคาร) กับระบบการเมือง (สาธุคุณ Pat Robertson ในสหรัฐถึงกับลงสมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีโดยอ้างว่าเป็นพระประสงค์ของพระผู้เป็นเจ้า) รวมทั้งเข้ามามีบทบาทในด้านวัฒนธรรมทุก ๆ ด้าน (การเล่นหวย ลัทธิบูชาเสด็จพ่อร.5 ขบวนการพระสุพรรณกัลยากับการตลาดเครื่องสำอาง ฯลฯ)

ส่วนในทางด้านสื่อศึกษาก็เช่นกัน ในช่วงเวลาเดียวคือ ครึ่งหลังศตวรรษที่ 20 กระแสการศึกษาสื่อมวลชนเริ่มเปลี่ยนเส้นทางเดินทางการใช้แบบจำลองการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmissional Model) มาสู่แบบจำลองการสร้างความหมายร่วมกัน (Ritualistic Model) ซึ่งเคยเป็นแบบจำลองที่ศาสนาใช้มาก่อน รวมทั้งบทบาทของสื่อในการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคล

และกลุ่ม (Personal, group identity) ซึ่งเคยเป็นบทบาทที่ศาสนาเคยกระทำมาก่อน (ตัวอย่างเช่น คำกล่าวที่ว่า “ในนามของชาวพุทธ.....”)

การเปลี่ยนแปลงในทั้ง 2 ฝ่ายมีผลทำให้เส้นทางวิชาการของทั้ง 2 สาขาวิชาเริ่มเขยิบเข้ามาใกล้กันมากขึ้น จนถึงในบางช่วงขณะได้มีการเดินร่วมทางกันเป็นครั้งคราว ดังเช่นในกรณีของโลกตะวันตกที่นับถือศาสนาคริสต์เป็นหลัก ได้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อเกี่ยวกับ "คริสตศาสนากับสื่อมวลชน" อย่างเป็นลำดับต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 1990 เช่น การสัมมนาเรื่อง Media-Religion-Culture ที่ University of Uppsala, Sweden 1993, Media, Religion and Culture ที่ University of Colorado at Boulder, United States 1996, เป็นต้น

(1.2) ระดับของการปฏิบัติงาน

ในกรณีของโลกตะวันตกมีข้อสังเกตว่า ในระดับของการปฏิบัติงาน ทั้งบุคลากรด้านสื่อมวลชนและด้านศาสนาต่างก็มีความสัมพันธ์แบบ "Love-hate relationship (ทั้งรักทั้งชัง) กล่าวคือ ในด้านหนึ่งต่างก็จ้องมองดูกันด้วยความไม่วางใจและไม่เข้าใจ เช่น ด้านพระสงฆ์ก็มองว่า "สื่อมวลชนมักจะทำตัวเป็นสื่อมารชน กล่าวคือเผยแพร่แต่ค่านิยมทางโลกที่เลวร้าย (ทั้งโลภ โกรธ หลง) และยังมุ่งทำลายสถาบันศาสนามีผลทำให้ศีลธรรมจริยธรรมของสังคมและบุคคลเสื่อมโทรมลง ส่วนด้านสื่อมวลชนก็มองว่า สถาบันศาสนาส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยความคิดที่งมงายการปฏิบัติที่ล้าหลัง มีบทบาทครอบงำถ่วงรั้งความเจริญก้าวหน้าของสังคม และยังเป็นปริมณฑลที่เกิดโอกาสให้มีการหลอกลวงประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นภารกิจของสื่อมวลชนที่ต้องขจัดความล้าหลังงมงายเหล่านี้ (Hoover & Lundby, 1997)

แต่ในขณะบุคลากรของทั้งสองสถาบันอาจไม่ค่อยชอบหน้ากันดังกล่าวนั้น ในอีกด้านหนึ่งทั้งสองฝ่ายต่างก็ต้องพึ่งพากันและกันในชีวิตทางสังคมและการทำงาน ในด้านของสื่อทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จำเป็นต้องมี "หน้าศาสนา รายการธรรมะ หรือข่าวความเคลื่อนไหวของวงการสงฆ์” รวมอยู่เป็นส่วนหนึ่ง ดังนั้น จึงต้องมีการทำงานร่วมกับศาสนาในด้านของการเป็นแหล่งข่าว เป็นวัตถุดิบ หรือแม้แต่ในชีวิตทางสังคมขององค์กรสื่อเอง (เช่น ต้องนิมนต์พระมาเจิมป้ายเปิดอาคารหลังใหม่) ในส่วนของศาสนาก็จำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงศาสนิกชนในระดับกว้าง

สำหรับเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังความสัมพันธ์แบบ Love-hate relationship ที่จะได้กล่าวถึงต่อไปในรายละเอียดนั้น ในที่นี้อาจนำเสนอได้คร่าว ๆ ว่า ทั้งสื่อมวลชนและสถาบันศาสนานั้นได้ก่อตัวมาจากโลกทัศน์คนละกรอบ (Worldview Framework) กล่าวคือ โลกทัศน์ของศาสนานั้นเป็นโลกทัศน์แบบโลกุตรกรรม "แบบทางธรรม" (Sacred world) ที่มีวิธีคิด คำอธิบาย มาตรฐาน

และค่านิยมชุดหนึ่งที่เน้นเรื่องที่พ้นหรือเหนือไปจากสิ่งที่มองเห็นและโลกทางวัตถุอันได้แก่ โลกของจิตวิญญาณ แต่ทว่าโลกทัศน์ของสื่อมวลชนนั้นเป็นโลกทัศน์แบบโลกียะ "แบบทางโลก" (Secular World) ที่ใช้วิธีคิดแบบวิทยาศาสตร์ ใช้วิธีการพิสูจน์ทดลอง ใช้หลักตรรกะแบบเหตุผล เน้นการสังเกตจับต้องเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม จากโลกทัศน์ที่แตกต่างกัน นี้เป็นสาเหตุหลักประการหนึ่งของความไม่เข้าใจกันและกัน และอีกสาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะทั้งสองสถาบันต่างก็ "เคยเป็น" และ "กำลังเป็น" สถาบันแกนกลางหลักของสังคมที่ต้องช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสังคมและพื้นที่ในจิตใจของผู้คน การช่วงชิงกลุ่มเป้าหมายเดียวกันนี้อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งของการไม่ค่อยกินเส้นกันระหว่าง 2 สถาบันนี้

2. ภาพรวมความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชน

จากข้อเท็จจริงที่ว่า สถาบันศาสนาเป็นสถาบันสังคมที่มีมาก่อน และสถาบันสื่อมวลชนได้เข้ามาทีหลังและต่อจากนั้น ทั้ง 2 สถาบันต่างก็แวะเวียนเข้ามาเยี่ยมเยียนในอาณาเขตของอีกฝ่ายหนึ่ง นี่เป็นปัญหาที่น่าศึกษาวิจัยว่าแต่ละสถาบันได้เข้ามาในขอบเขตของอีกฝ่ายหนึ่งด้วยรูปแบบเนื้อหาและวิธีการอย่างไร มีปัญหาข้อขัดแย้งระหว่าง 2 ฝ่ายอย่างไรบ้าง เกิดผลลัพธ์อะไรขึ้นมาบ้าง ตัวอย่างเช่น เมื่อพระสงฆ์มาเทศน์ออกรายการโทรทัศน์นั้น ท่านได้เทศน์ด้วยรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างไปจากการเทศน์ในวัดหรือไม่ (การเปลี่ยนแปลงในด้านศาสนา) ทางฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ใช้วิธีการผลิตรายการธรรมะให้แตกต่างไปจากรายการอื่น ๆ หรือไม่ (การเปลี่ยนแปลงในฝ่ายของสื่อ) ผู้ชมทางบ้านที่ฟังเทศน์ผ่านจอโทรทัศน์จะรู้สึกว่าศักดิ์สิทธิ์น่าเชื่อถือเท่ากับไปฟังที่วัดหรือไม่ เป็นต้น

Abelman & Hoover (1990) ได้รวบรวมคติความเชื่อ 10 ประการที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง "รายการธรรมะที่ผ่านสื่อกระจายเสียง" ที่สามารถบ่งบอกนัยยะถึงความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชนได้ดังนี้

คติความเชื่อที่ 1 เมื่อเวลาที่พระสงฆ์ไปออกรายการวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น จะเป็นการไม่เหมาะสมแก่สถานภาพของสงฆ์ ทั้งนี้เพราะรูปแบบ (format) ของสื่อสมัยใหม่เหล่านี้จะเน้นหนักไปทางโลกียสุข เช่น ต้องเน้นความตื่นเต้น สนุกสนาน บันเทิง มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ในขณะที่รูปแบบของศาสนานั้นเน้นความเรียบง่าย สละความสุขทางเนื้อหนัง มุ่งระวังกิเลสและอารมณ์ทั้งหลาย ให้บังเกิดสติเพื่อแผ้วทางให้แก่ปัญญาตามมา เป็นต้น (ควรมีการวิจัยสัญญะต่าง ๆ ที่ใช้ในรายการธรรมะ เช่น ดอกบัว เสียงบรรยายของผู้ชาย ดนตรีประกอบ ฯลฯ) ดังนั้น หากสถาบันศาสนาก้าวเข้าไปในสถาบันทางโลกแบบสื่อ ก็อาจจะถูกรูปแบบและเนื้อหาของสื่อครอบงำได้ เช่น

โทรทัศน์จะต้องเน้นความมีหน้าตาดีบุคลิกดี เพราะฉะนั้น พระที่จะได้รับคัดเลือกให้ไปออกรายการ ก็อาจจะต้องเป็นพระที่หน้าตาดีบุคลิกดี (กรณีของพระยันตระเป็นตัวอย่างที่ดี) และยังต้องมีการตกแต่งหน้า เครื่องแต่งกาย ฉากประดับตามสูตร/รหัสของการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ขัดแย้งกับรหัส/สูตรของศาสนา และนี่ก็เป็นคำถามที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า รูปแบบของรายการธรรมะนั้นแตกต่างจากรูปแบบของรายการอื่น ๆ อย่างไร

คติความเชื่อที่ 2 ในหมู่บุคลากรทางศาสนามักจะมีความเชื่อเกี่ยวกับสื่อมวลชนตามหลักทฤษฎีเรื่องพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อ (Impact Theory) ไม่ว่าจะเป็นการที่สื่อสามารถปลูกฝังค่านิยมที่เสื่อมโทรมทางศีลธรรม หรือการที่สื่อหนังสือพิมพ์ขุดคุ้ยมุมมืดด้านลบของศาสนามาตีแผ่ (เช่น ข่าวคราวเรื่องพระคอรัปชั่น กรณีชู้สาว ฯลฯ) ซึ่งสถาบันศาสนาเชื่อว่าจะเป็นการทำลายความศรัทธาในสถาบันศาสนาทั้งหมด คติความเชื่อนี้ต้องมีการตรวจสอบด้วยการวิจัยอย่างจริงจัง เนื่องจากตัวทฤษฎี Impact เองก็ถูกตั้งคำถามอย่างมากในวงวิชาการสื่อเอง นอกจากนั้น ในกรณีของรายการประเภทต่าง ๆ ด้านศาสนาในสื่อ เช่น รายการข่าว รายการเผยแพร่ธรรมะ รายการตอบปัญหาธรรมะ ฯลฯ ก็ยังมีคำถามในเรื่องปริมาณ องค์ประกอบและความสนใจของผู้ชมที่ต้องการการศึกษาวิจัยอย่างจริงจัง

คติความเชื่อที่ 3 มีความเชื่อกันว่า การที่พระสงฆ์หันไปใช้ช่องทางการเผยแพร่ธรรมะผ่านวัฒนธรรมสื่อมวลชน (Mass-mediated culture) แทนช่องทางเดิมคือการสื่อสารระหว่างกลุ่ม (Group Communication) เช่นการไปวัดฟังเทศน์ประกอบพิธีกรรมของศาสนิกชนนั้นจะสร้างผลเสียในระยะยาว เนื่องจากการเทศน์ทางวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น พระที่ได้รับคัดเลือกให้ออกรายการเหล่านี้มักจะเทศน์ด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจมากกว่า มีรูปแบบที่น่าติดตามมากกว่า ดังนั้น ในระยะยาว ศาสนิกชนก็อาจจะนิยมฟังพระเทศน์ผ่านสื่อมวลชนและใช้ทดแทนการไปวัด (เนื่องจากเข้าถึงง่ายกว่า ลุกนั่งฟังสะดวกกว่า ฟังไปทำงานไปได้ ฯลฯ) ในกรณีนี้ ควรมีการวิจัยโดยเฉพาะในบริบทของสังคมชนบทที่ยังมีรูปแบบศาสนาแบบการสื่อสารระหว่างกลุ่มอยู่มาก

คติความเชื่อที่ 4 ในขณะที่บุคลากรทางศาสนามีความเห็นว่า การนำเอาหลักธรรมะศาสนาไปเผยแพร่ผ่านสื่อนั้น จะทำให้สัจธรรมเข้าถึงสัตว์โลกที่ยังไม่หลุดพ้นนั้น แต่ข้อเท็จจริงประการหนึ่งก็คือ การเข้าไปใช้ช่องทางเหล่านี้ จำเป็นต้องมี "ค่าใช้จ่าย" โดยเฉพาะสื่อเช่นโทรทัศน์นั้นต้องมีค่าใช้จ่ายสูง และหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ผู้รับผิดชอบรายการดังกล่าวจะต้องใช้ "ค่านิยมแบบทางโลกธุรกิจ" เช่น ต้องมีประสิทธิภาพ ต้องได้กำไรมาลงทุนซ้ำ ต้องขยายตัว ซึ่งขัดแย้งกับ "ค่านิยมแบบทางศาสนา" เช่น เน้นการให้เป็นทาน ความเมตตา การเสียสละ ฯลฯ ในกรณีนี้น่าจะศึกษากรณีต่าง ๆ ว่าสามารถดำเนินการจัดการแก้ไขข้อขัดแย้งดังกล่าวได้อย่างไร ตัวอย่างรูปธรรมที่สุดก็คือ ใช้กลยุทธ์อย่างไรในการหาผู้อุปถัมภ์รายการ ในกรณีของสหรัฐนั้น ก้าวหน้าไป

ถึงขั้นที่พระสงฆ์เข้ามาเป็นเจ้าของรายการเองหรือเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นเอง (ในกรณีของไทยก็เช่นการเป็นเจ้าของนิตยสารหรือสำนักพิมพ์เอง) กลยุทธ์การจัดการ "ธุรกิจแบบธรรมะ" นั้นมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

คติความเชื่อที่ 5 เนื่องจากรูปแบบใหม่ของศาสนาที่ไปออกวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น มักจะมีความน่าสนใจมากกว่ารูปแบบเก่าของศาสนาที่อยู่ในสถาบันเก่าคือวัด ดังนั้นจึงน่าจะมีการศึกษาวิจัยว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลสะเทือนให้เกิดการปรับตัวด้านการสื่อสารของทั้งสถาบันหรือเปล่า กรณีของไทยก็เช่น เมื่อท่านพุทธทาสและท่านปัญญานันทะภิกขุเริ่มเทศน์ข้ออธิบายเป็นภาษาไทย การกระทำดังกล่าวมีผลเปลี่ยนแปลงไปถึงพระตามวัดต่าง ๆ ที่เคยเทศน์เป็นภาษาบาลีหรือไม่ หรือเมื่อพระพยอมใช้รูปแบบการเทศนาแบบสนุกสนาน ใช้ภาษาทันสมัย ใช้ประเด็นปัญหาปัจจุบันเป็นเนื้อหา มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการเทศน์ของพระสงฆ์ส่วนใหญ่หรือไม่ อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง การที่พระภิกษุจะมาใช้รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ได้นี้ บุคลากรเหล่านี้ก็จำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารของตนเองเช่นกัน เช่น ต้องมีวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสาร ต้องแสวงหาความรู้ข่าวสารที่จะนำมาใช้เป็นเนื้อหา รวมทั้งเมื่อไปออกโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อมวลชนมีศักยภาพในการให้สถานภาพแก่บุคคล (Status Conferral) ดังนั้น พระภิกษุที่ออกโทรทัศน์ก็จะกลายเป็น "ผู้เชี่ยวชาญ" ไปโดยปริยาย และต้องพร้อมที่จะให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็น (อย่างเข้าท่าและแหลมคม) ต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ การได้มาซึ่งความสามารถดังกล่าวต้องอาศัยการปรับตัวและใช้ทรัพยากรอย่างมาก

สำหรับในกรณีของไทยนั้น การคัดเลือกพระภิกษุมาออกสื่อนั้นมีเส้นทางที่หลากหลายอย่างมาก ตามหลักการของ Boorstin เรื่อง hero and celebrity โดยที่พระภิกษุบางองค์มักจะเป็น "วีรบุรุษ" (hero) มาก่อน ด้วยวีรกรรมแบบต่าง ๆ กัน เช่น มีคาถาอาคมแก่กล้า มีเมตตามหานิยม ปลุกเสกเครื่องรางของขลัง เทศน์สั่งสอนเก่ง เป็นพระนักพัฒนา ฯลฯ ต่อจากนั้นสื่อจึงช่วยแปรสภาพ "วีรบุรุษ" เหล่านี้ให้กลายมาเป็น "คนเด่นคนดัง" (celebrity) ดังนั้น จึงอาจจะมีพระภิกษุบางองค์ที่ไม่ได้มีความสามารถด้านการสื่อสาร หากทว่ามี "วีรกรรม" อย่างอื่นๆ และมี "บุคลิกภาพ" (personality) ที่เหมาะกับสื่อก็สามารถจะกลายมาเป็น "ดาราขาประจำของสื่อ" ได้ ตัวอย่างของไทยก็เช่น กรณีหลวงพ่อคูณ เป็นต้น

คติความเชื่อที่ 6 ผู้ที่ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับศาสนาบางกลุ่มลงความเห็นว่า "บรรดารายการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในวิทยุและโทรทัศน์" นี่แหละคือ "รูปแบบใหม่ล่าสุดของศาสนา" ที่ถูกออกแบบมาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของสังคมข่าวสาร เหมือนเช่นการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบศาสนาที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์การเปลี่ยนแปลงของสังคมของมนุษยชาติ ความคิดเห็นที่ว่า "โทรทัศน์ (รูปแบบสื่อสมัยใหม่) ก็คือ ศาสนาในรูปแบบใหม่ (implicit religion)"

นั้น เกิดมาจากการพิจารณาคำนิยามและหน้าที่ของศาสนาเป็นหลัก คำนิยามของศาสนาก็คือ "ชุดของคำตอบที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานของชีวิต ความรัก ความตาย ความทุกข์สุขของมนุษย์" และหากยึดถือตามนิยามดังกล่าวแล้ว ทุกวันนี้ละครโทรทัศน์กำลังทำหน้าที่อะไรอยู่เล่า หากมิใช่การให้ชุดของคำตอบดังกล่าว จึงมีคำกล่าวว่า "ละครโทรทัศน์ก็คือ บทละครด้านจริยธรรมของชีวิตสมัยใหม่นั่นเอง" (Soap is the morality play of modern life)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็น "วัฒนธรรมการตลาด" เพราะฉะนั้น ศาสนาก็ต้องแสวงหา "จุดขาย" และเมื่อวัฒนธรรมยุคปัจจุบันมีลักษณะกระจายอำนาจ (decentralized) และมีกลุ่มเป้าหมายที่กระจัดกระจาย (demassification) เพราะฉะนั้น ศาสนาจะมีอยู่รูปแบบเดียวให้เลือกใช้แบบยุคที่สังคมยังรวมศูนย์นั้นเป็นไปไม่ได้แล้ว สถาบันศาสนาจะต้องมีรูปแบบศาสนาหลาย ๆ แบบให้ผู้คนเลือกศรัทธาตามรสนิยมและความต้องการของตน (นี่คือคำตอบประการหนึ่งของการเกิดลัทธิต่าง ๆ มากมายในปัจจุบัน) และในขณะที่วัฒนธรรมปัจจุบันเป็นวัฒนธรรมที่แยกขาดระหว่างชีวิตการงานและชีวิตยามว่าง กิจกรรมของศาสนานั้นจะตกอยู่ในช่วงเวลาของชีวิตยามว่างที่มักมีโทนของอารมณ์ไปในด้านความสนุกสนานบันเทิง ดังนั้น ในสหรัฐอเมริกา รายการวิทยุที่มีเนื้อหาด้านศาสนาที่มีอยู่มากมายจึงมีเนื้อหาให้ความบันเทิงมากกว่าให้หลักธรรมะเป็นส่วนใหญ่ จึงควรมีการวิจัยทัศนะของบุคลากรในศาสนาและในสื่อที่มีต่อรูปแบบใหม่ดังกล่าว

คติความเชื่อที่ 7 เมื่อโลกทางศาสนาก้าวเข้ามาในเขตพรมแดนของโลกของปุถุชน ก็แน่นอนว่า สถาบันศาสนาย่อมจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นปัญหาพื้นฐานที่โลกปุถุชนต้องเผชิญอยู่คือ อำนาจ ผลประโยชน์ การแก่งแย่งชิงดีชิงเด่นกัน เมื่อพระสงฆ์ได้ก้าวจากบริเวณเขตวัดของตนมาออกโทรทัศน์ซึ่งเป็นปริมณฑลของสาธารณะ (public sphere) ซึ่งทำให้ความคิดเห็นและทัศนะของท่านกลายเป็นวาทกรรมสาธารณะ (public discourse) และมีอำนาจในการโน้มน้าวชักชวนหรือตัดสินทิศทางของสังคม ในอีกด้านหนึ่ง พระภิกษุเหล่านี้ก็จะหนีไม่พ้น "การสร้างศัตรู" ที่มาจากเหตุผลต่าง ๆ เช่น ไปขวางผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ/การเมือง ความอิจฉาริษยา ฯลฯ ดังข้อสรุปของชาวบ้านที่ว่า "เมื่อมีชื่อเสียง ก็ย่อมมีชื่อเสียตามมาเป็นธรรมดา" ในกรณีของไทยมีปรากฏการณ์ให้น่าศึกษาอย่างมากมาย นับตั้งแต่กรณีมหาจำลอง วัดธรรมกาย พระยันตระ ฯลฯ และอาจเป็นเหตุผลให้บุคลากรทางศาสนาไม่อยากมายุ่งเกี่ยวกับทางโลกเนื่องจากหลักการที่ว่า "เข้ามาอยู่**กับ**โลก แต่อยู่ให้**เหนือ**โลก" นั้น เป็นข้อปฏิบัติที่กระทำได้ยากยิ่ง

คติความเชื่อที่ 8 การประสานพลังระหว่างอำนาจเก่ากับอำนาจใหม่ ตามปกติ พระภิกษุส่วนหนึ่งก็มีความสามารถด้านการสื่อสารในระบบสถาบันศาสนาแบบเดิมอยู่แล้ว เช่น เป็นพระที่เทศนาสั่งสอนอยู่ในวัดได้อย่างเก่งกาจ รู้จักวิเคราะห์อารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟัง มีบุคลิกภาพดี มีสำนวนโวหารในการโน้มน้าว รู้จักเลือกรูปแบบการสื่อสารแบบต่าง ๆ และเมื่อพระภิกษุผู้มีทักษะ

ทางการสื่อสารชั้นเยี่ยมเหล่านี้มาประสานพลังกับสื่อแบบใหม่ เช่น โทรทัศน์ที่มีเทคโนโลยีชั้นสูงทางการสื่อสาร เช่น การจัดฉาก การจัดแสงและสี การใช้เสียงประกอบ การตัดต่อภาพ ฯลฯ ก็จะยิ่งทำให้อานุภาพในการโน้มน้าวชักชวนมีพลังเพิ่มขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ

อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า เนื่องจากรายการศาสนาทางโทรทัศน์มักจะต้องใช้ "ลักษณะมีบุญญาบารมีของผู้นำ" (charismatic leader) ซึ่งทั้งศาสนาและสถาบันสื่อต่างมีวัฒนธรรมร่วมกันอยู่แล้ว แต่ทว่าเมื่อมาผนวกเข้ากับวัฒนธรรมเวลาช่วงสั้น ๆ ของสื่อ (clock culture) ซึ่งยากต่อการที่จะนำเสนอหลักการคำสอนที่ลึกซึ้ง ดังนั้น จึงมีผลทำให้บรรดารายการธรรมะทางโทรทัศน์จะเน้นหนักไปที่ "ตัวผู้สอน" มากกว่า "ตัวหลักคำสอน"

คติความเชื่อที่ 9 สืบเนื่องมาจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับทางโลก เช่นสื่อมวลชนนั้น มักจะหนีไม่พ้นเรื่อง "เงินๆทองๆ" การทำธุรกิจและแสวงหากำไร อันที่จริงมิติเรื่อง "เงินๆทองๆ" นั้นก็มีร่องรอยอยู่บ้างแล้วในสถาบันศาสนาคือรูปแบบการทำบุญและการบริจาคต่างๆ ดังนั้น เมื่อเรื่อง "เงินๆทองๆ" ทั้งจากแบบเดิมและแบบใหม่มาพบกัน ทำให้ขอบเขตของเรื่องเงินทองขยายใหญ่โตกว้างขวางขึ้น ตัวอย่างเช่น บรรดารายการบอกบุญเรี่ยไรทางวิทยุทั้งหลาย และทำให้มีการกล่าวหาว่า รายการศาสนาในสื่อนั้นกลายเป็นกลไก/เครื่องมือในการกอบโกยทรัพย์สินจากคนยากคนจน (โดยเฉพาะคนเฒ่าคนแก่) มาสู่คนที่มั่งคั่งอยู่แล้ว และในสังคมมักขาดกลไกในการตรวจสอบเนื่องจากความไว้วางใจในสถาบันศาสนาที่มาแต่ประเพณี

คติความเชื่อที่ 10 มีข้อเสนอว่า บรรดารายการศาสนาต่าง ๆ ที่มาเผยแพร่ผ่านสื่อนั้นไม่ใช่ทั้ง "ศาสนา" และไม่ใช่ทั้ง "สื่อ" หากทว่าเป็นผลิตกรรมแบบใหม่ของวัฒนธรรมที่เกิดจากการรวมตัวของวัฒนธรรม 2 วัฒนธรรม เนื่องจากทั้งศาสนาและสื่อมวลชนต่างก็มีเนื้อหาและรูปแบบของตัวเอง เช่น ในพุทธศาสนา เมื่อพระจะเทศน์นั้นจะต้องมีการอาราธนาเสียก่อน พระจะต้องนั่งสูงกว่าฆราวาส ส่วนในสื่อมวลชน บรรดารายการสนทนา (talk show) ทั้งหลายก็ต้องมีพิธีกรและแขกรับเชิญ ต้องมีการทำบทสคริปต์ ดังนั้นมีรายการนิมนต์พระมาออกรายการสนทนา พิธีกร (ซึ่งเป็นฆราวาส) จะนั่งอย่างไร จะต้องพนมมือขณะสัมภาษณ์หรือไม่ จะต้องดัดแปลงการอาราธนาไปเป็นอย่างไร รายการดังกล่าวนี้จึงถือเป็นผลิตกรรมใหม่ของวัฒนธรรมปัจจุบัน (สนใจกรณีทัศนคติของพระสงฆ์ต่อสื่อมวลชนไทย โปรดดู สุทัศน์, 2539)

การเชื่อมประสานความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันศาสนากับสื่อมวลชนนั้นจะให้ผลลัพธ์ออกมาในรูปแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ ประการ เช่น ชนิดของสื่อหรือช่วงเวลา ดังเช่นตัวอย่างงานศึกษาในสหรัฐและอังกฤษ

ในกรณีของสื่อประเภทสิ่งพิมพ์เช่นหนังสือนั้น อาจจะดูว่าไม่มีปัญหามากนักในช่วงเวลาปัจจุบัน เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์กับสถาบันศาสนาได้ผูกสัมพันธ์กันมาเป็น

เวลานานแล้ว จนรู้จักและเข้าใจกันอย่างดี อย่างไรก็ตาม เราก็คงไม่ลืมว่า เมื่อเริ่มต้นยุคประวัติศาสตร์ของสื่อการพิมพ์ เมื่อ Gutenburg สร้างแท่นพิมพ์แบบหมุนได้นั้น ประวัติศาสตร์ความร้าวฉานระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์แบบมวลชนยุคใหม่กับสถาบันศาสนานั้นได้เกิดขึ้นอย่างรุนแรงมาแล้ว สำหรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่นวิทยุและโทรทัศน์ในปัจจุบันซึ่งเป็นที่มีทั้งภาพและเสียง ปัญหาก็จะยิ่งมีซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเช่นตัวอย่างงานวิจัยในกรณีการถ่ายทอดโทรทัศน์เป็นครั้งแรกของสถานี BBC ในกรณีพระราชพิธีราชาภิเษกพระเจ้า George VI เมื่อปีค.ศ.1937 ที่กระทำในวิหารเวสมินเตอร์ซึ่งเป็นพิธีกรรมทางศาสนา การตระเตรียมการถ่ายทอดสดครั้งนั้นเป็นไปอย่างรอบคอบระมัดระวัง โดยช่างกล้องต้องไปนอนอยู่ใต้หลังคาเพื่อไม่ให้เกิดการรบกวนการประกอบพิธีกรรม และต้องไม่เข้าไปก้าวก่ายในพิธี คนที่มาร่วมพิธีจะมองไม่เห็นว่ามีการถ่ายทอดเลย แม้กระนั้น การถ่ายทอดก็ยังถูกห้ามไม่ให้ถ่ายทำในช่วงพิธีกรรมที่ศักดิ์สิทธิ์มาก ๆ เช่น ตอนรับศีล บรรยากาศในขณะนั้นก็คือ ทางฝ่ายศาสนาหวั่นเกรงมากว่า เทคโนโลยีการแพร่ภาพทุกอย่างของโทรทัศน์ให้คนทั่วทั้งประเทศได้เห็นภาพนั้น จะส่งผลให้เกิดการทำลายความศักดิ์สิทธิ์และความเคร่งขรึมสง่างามของพิธีกรรมไปหมด จึงต้องมีการปกปิดบางส่วนเอาไว้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันความหวาดหวั่นดังกล่าวได้เลือนหายไปมากแล้ว

ปัจจุบัน อาจแบ่งทิศทางของกลุ่มที่สนใจความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันศาสนากับสถาบันสื่อมวลชนออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

(1) **กลุ่มวิพากษ์วิจารณ์** (critical) กลุ่มนี้มักสังกัดอยู่สายศาสนาได้แก่กลุ่มที่วิพากษ์วิจารณ์ว่า การเข้ามาสัมพันธ์กันระหว่างสื่อมวลชนกับศาสนานั้น รังแต่จะทำให้ศาสนาเสื่อมโทรมลงไป ทั้งนี้เพราะค่านิยมในสื่อนั้นเต็มไปด้วยด้านลบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นกิเลส โลภ โกรธ หลง ความเห็นแก่ตัว ฯลฯ

(2) **กลุ่มที่มองสื่ออย่างเป็นเครื่องมือ** (Instrumentalist) กลุ่มนี้จะมองอย่างเป็นกลางๆว่า สื่อนั้นก็เป็นเทคโนโลยีอย่างหนึ่ง มีลักษณะเป็นกลาง แล้วแต่ฝ่ายใดจะเข้ามาใช้สื่อเป็นคุณหรือเป็นโทษ

ทั้ง 2 กลุ่มข้างต้นนี้มีจุดร่วมกันประการหนึ่งคือมีความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อเหมือนกัน

(3) **กลุ่มที่สนใจรูปแบบและเนื้อหาอันหลากหลายในความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สถาบัน** เช่น เรื่องราวของศาสนาในรายการข่าวโทรทัศน์มีมากน้อยเพียงใด ถูกนำเสนอในลักษณะใด ผู้รับสารมีการเปิดรับชมอย่างไร อะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้ทั้งศาสนาและทั้งสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ที่หมางเมินหรือไม่ค่อยถูกชะตากัน เป็นต้น

3. ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์เรื่องสื่อกับศาสนา

แม้ว่าจะได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นว่า ปัจจุบันนี้ยังไม่มีทฤษฎีที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชนโดยตรง แต่ทว่าก็มีทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์สาขาต่าง ๆ ที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาในประเด็นนี้ได้ และเนื่องจากทฤษฎีสังคมศาสตร์แต่ละทฤษฎีนั้น มีสมมติฐานเบื้องหลังบางประการเกี่ยวกับสถาบันศาสนาและสื่อมวลชนอยู่แล้ว ดังนั้น การเลือกทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้วิเคราะห์จึงเป็นกรอบในการกำหนดทัศนะของผู้ศึกษาเรื่องดังกล่าว

อนึ่ง ในการศึกษาคำว่า "ศาสนา" นั้น เนื่องจากศาสนานั้นมีองค์ประกอบหลายประการและทำการวิเคราะห์ได้ในหลายระดับ เช่น องค์ประกอบของศาสนาอาจประกอบด้วย

- คำสอน (doctrine)
- การจัดองค์กร (organization/rule & regulation)
- พิธีกรรม/ปฏิบัติการ/การกระทำ (Ritual, action)
- ตัวบุคคล (Personnel)
- ศาสนสมบัติ (Material)
- หน้าที่ (Function)

และอาจวิเคราะห์ในระดับต่าง ๆ กันดังนี้

- ระดับ Macro ได้แก่การดูความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสังคมในระดับกว้าง
- ระดับ Meso ได้แก่การวิเคราะห์ระดับองค์กร การจัดระเบียบ การบริหารการดำเนินงานขององค์กร
- ระดับ Micro ได้แก่ การวิเคราะห์ระดับบุคคล เช่น การนับถือศาสนาของแต่ละบุคคล ผลกระทบของศาสนาที่มีต่อครอบครัว ฯลฯ

สำหรับในระดับทั้ง 3 นี้ ในกรณีของงานวิจัยของสหรัฐยังคงเน้นหนักอยู่ที่ระดับ Meso คือการวิเคราะห์การทำงานขององค์กร หรือกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากรในสื่อมวลชนกับศาสนา แต่ยังไม่ค่อยมีงานวิจัยที่เจาะลึกไปที่ระดับ Micro อันได้แก่ ประสบการณ์ของผู้ชมที่มีต่อรายการศาสนาในสื่อประเภทต่าง ๆ รวมทั้งผลที่เกิดในด้านการปฏิบัติศาสนกิจด้วย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องสื่อกับศาสนามีดังนี้

(3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

(3.2) ทฤษฎีมาร์กซิสม์ (Marxism)

(3.3) ทฤษฎีสังคมวิทยาแนวการตีความ (Interpretative Sociology)

(3.4) ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)

(3.5) ทฤษฎี Social Signification of Religious Television

(3.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

เราได้กล่าวมาแล้วถึงสมมติฐานเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยมว่า ทฤษฎีนี้จะพิจารณาเรื่องความเป็นปึกแผ่นของสังคมเป็นหลักสำคัญ และทุกสถาบันย่อยของทุกสังคมจะต้องช่วยกันทำหน้าที่ธำรงรักษาสืบทอดความเป็นปึกแผ่นของสังคม นักทฤษฎีรุ่นบรรพบุรุษของทฤษฎีหน้าที่นิยม เช่น E. Durkheim (1965) ได้ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์สถาบันศาสนาเป็นพิเศษ โดยให้ข้อสรุปว่า ในสังคมทุกประเภทนับตั้งแต่อดีตกาลมาจนถึงปัจจุบัน การที่จะธำรงรักษาความเป็นปึกแผ่นของสังคม อันหมายรวมทั้งการผูกพันสมาชิกแต่ละคนของสังคมให้มีความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Durkheim เรียกว่า "จิตสำนึกร่วม" Collective consciousness) จะต้องมีสถาบันหนึ่งที่เรียกว่า "ศาสนา" (อาจจะเป็นรูปแบบการบูชา Totem เทพเจ้า ตลอดจนถึงรูปแบบศาสนาในปัจจุบัน) ทำหน้าที่สร้างสำนึกร่วมดังกล่าว

และหากนำแนวคิดของสำนักหน้าที่นิยมมาอธิบายเพิ่มเติมในเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน สื่อมวลชนในฐานะสถาบันย่อยสถาบันหนึ่งของสังคมก็ย่อมมีหน้าที่ในการหนุนช่วยการทำงานของสถาบันศาสนาในลักษณะของการร่วมมือร่วมแรงกัน การทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อ Hoover ซึ่งสนใจการวิเคราะห์เรื่องศาสนากับสื่อมวลชนเป็นพิเศษใช้คำว่า "rallies" อันได้แก่การปฏิบัติการด้านศาสนาที่เกี่ยวกับการอธิบายประวัติศาสตร์ คำสอน ปฏิบัติการพิธีกรรม ฯลฯ โดยผ่านสื่อมวลชน ซึ่งส่วนหนึ่งทฤษฎีหน้าที่นิยมก็ได้ระบุหน้าที่ 2 ประการของสื่อมวลชนอยู่แล้วว่า มีหน้าที่สร้างความเป็นปึกแผ่นของสังคม (ในที่นี้ก็คือผ่านสถาบันศาสนา และมีหน้าที่สืบทอดมรดกวัฒนธรรมของสังคม (ในที่นี้คือมรดกด้านศาสนา) ให้ยืนยาวแก่คนรุ่นต่อ ๆ ไป งานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมมักจะมองสื่อในแง่ "กลไก/เครื่องมือ" ที่จะนำเอาไปใช้ในการเผยแพร่ศาสนา

และเนื่องจากทฤษฎีหน้าที่นิยมมีข้อเสนอว่า เมื่อสังคมอันเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ที่อยู่ท่ามกลางสภาวะแวดล้อมภายนอก หากมีการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกก็เป็นหน้าที่ของส่วนย่อย ๆ ของสังคมที่ต้องทำการปรับตัว (Adaption) ให้เข้ากับสภาพการณ์ใหม่นั้น ในด้านการสื่อสาร แนวคิดดังกล่าวนำมาประยุกต์ใช้ในทฤษฎีการพัฒนาสังคม (Social Development) ที่มีการวิเคราะห์ว่า บรรดาสถาบันย่อย ๆ ที่เคยมีอยู่ในสังคมดั้งเดิม (Traditional Society) ไม่ว่าจะเป็นสถาบันเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และศาสนานั้น จะเป็นอุปสรรคต่อกระบวนการพัฒนาสังคมไปสู่ความทันสมัย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาสถาบันเหล่านี้

ให้ปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์แบบใหม่ ตัวอย่างในด้านศาสนาก็เช่น คำสอนเรื่อง "ความสันโดษ/ความพอใจในสิ่งที่ตนเองนั้น" จะเป็นค่านิยมที่ขัดแย้งกับ "การกระตุ้นให้เกิดความจำเริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การขยายตัวของสินค้า" ดังนั้นจึงต้องขจัดค่านิยมเดิมทางศาสนาออกไปและสอดใส่ค่านิยมใหม่เข้ามา (เป็นกลยุทธแบบเข้าแทนที่ “Substitution”) ในการนี้ สื่อมวลชนเป็นสถาบันใหม่ที่ถูกคาดหวังว่าจะเข้าทำหน้าที่ด้านการสร้างสรรค์ค่านิยมใหม่แทนที่สถาบันศาสนา ฉะนั้น การเสื่อมถอยของสถาบันศาสนาและการเฟื่องฟูของสถาบันสื่อมวลชนจึงถูกพิจารณาจากสายตาของนักทฤษฎีหน้าที่นิยมว่า เป็นการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของระบบและเป็นกระบวนการที่ไม่ได้เกิดขึ้นตามยถากรรม แต่เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนพัฒนาสังคม (ด้วยเหตุนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโลกที่ 3 จึงมีความเกี่ยวข้องน้อยมากกับสถาบันศาสนา)

(3.2) ทฤษฎีมาร์กซิสม์

สมมติฐานเบื้องหลังของทฤษฎีมาร์กซิสม์นั้นจะตรงกันข้ามกับทฤษฎีหน้าที่นิยม เนื่องจากกลุ่มมาร์กซิสม์เห็นว่า ในสังคมนั้นมีความขัดแย้งระหว่างชนชั้นเป็นพื้นฐาน และกลุ่มชนชั้นปกครองจะใช้กลไกทางสังคมทุกอย่าง โดยเฉพาะสถาบันศาสนาที่เป็นกลไกสำคัญด้านอุดมการณ์ในการครอบงำความคิดของประชาชน (hegemony) เพื่อสร้างการยอมรับคำอธิบายของชนชั้นปกครองและยินยอมพร้อมใจที่จะอยู่กับสังคมที่เอารัดเอาเปรียบต่อไป (consensus) ตัวอย่างเช่น คำอธิบายว่า ความยากจนนั้นเกิดจากเวรกรรมในชาติก่อน (มิใช่เกิดจากการเอารัดเอาเปรียบในชาตินี้) ด้วยเหตุนี้ทฤษฎีมาร์กซิสม์จึงมีทัศนะด้านลบต่อศาสนา และเห็นว่าต้องนำเอาความเข้าใจทางสังคมอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ (social science) มาแทนที่คำอธิบายแบบอุดมการณ์ทางศาสนา

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในกลุ่มมาร์กซิสม์เองก็มีปีกย่อย ๆ ที่มีทัศนะแตกต่างกันออกไปหลายกลุ่ม มาร์กซิสม์บางกลุ่มเห็นว่า ในขณะที่สถาบันศาสนาโดยเฉพาะกระแสหลักนั้นมักจะทำหน้าที่รับใช้รักษาระบบอำนาจที่มีอยู่ (status quo) แต่ในบางช่วงเวลาของประวัติศาสตร์ ก็อาจจะมีการใช้ศาสนาฉบับประชาชน (popular religion) เป็นกลไกและรูปแบบการแสดงออกซึ่งการต่อต้านและการเปลี่ยนแปลงสังคม (ตัวอย่างเช่น กบฏผู้มีบุญในภาคอีสานของสังคมไทยในช่วงรัชกาลที่ 5) ที่ Hoover เรียกว่าเป็น "resistance" การศึกษาสถาบันศาสนาจึงอาจต้องจำแนกแยกแยะเป็นกรณี ๆ ไป

สำหรับกลุ่มสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ซึ่งเป็นผู้สืบทอดประเพณีของทฤษฎีมาร์กซิสม์นั้น E.P. Thompson (1963) ซึ่งเป็นหนึ่งในสามของกลุ่มบรรพบุรุษทางความคิดได้วิเคราะห์บทบาท

ของศาสนาที่มีต่อการก่อตัวของชนชั้นคนงานในอังกฤษเอาไว้อย่างชัดเจน (ดูรายละเอียดข้างหน้า) Thompson ให้ข้อสรุปว่า คริสตศาสนาลัทธิ Methodism และ Utilitarian มีส่วนสำคัญอย่างมากในการแสดงออกทั้งในปริมณฑลของโรงงาน โรงเรียน การใช้เวลาว่างของชนชั้นคนงาน จากทั้งคำสอนและการดำเนินชีวิตอย่างมีจริยธรรมศีลธรรมกำกับให้ดูเป็นแบบอย่างของนักบวช ในทั้งสองลัทธิ ส่งผลให้คนงานอังกฤษเกิดจิตสำนึกแบบใหม่หลาย ๆ บริบท เช่น ความรู้สึกเคารพตัวเอง เห็นว่าตนเองมีศักดิ์ศรี (เพราะเป็นลูกของพระเจ้า) ซึ่งมีผลอย่างยิ่งต่อการเรียกร้องสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานของคนงาน (civil right) นอกจากนั้น อิทธิพลจากศาสนาดังกล่าวยังได้ทำลายประเพณีที่ติดมากับชนชั้นคนงาน เช่น การขายเมีย การมีเพศสัมพันธ์กับสัตว์ การกินเหล้าแบบหัวราน้ำ การเล่นพนันแบบเอาชีวิตเป็นเดิมพัน (mortal combat) งานศึกษาของ Thompson ที่ถือเอาข้อเท็จจริงในประวัติศาสตร์เป็นหลักสำคัญมากกว่าจะเกาะติดอยู่กับแนวคิดทางทฤษฎี ได้ชี้ให้เห็นบทบาททั้งสองด้านของศาสนาต่อพัฒนาการของสังคม อย่างไรก็ตาม ในหมู่นักทฤษฎีของสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ก็ไม่ได้ให้ความสนใจศึกษาสถาบันศาสนาอย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นว่าทั้งศาสนาและศิลปะเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงซึ่งมิใช่แนวทางความสนใจของสำนัก

(3.3) ทฤษฎีสังคมวิทยาแนวการตีความ (interpretative Sociology)

นักทฤษฎีคนสำคัญของ Interpretative Sociology เช่น Weber ได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องบทบาทของศาสนากับการพัฒนาสังคมอย่างมาก ดังปรากฏอยู่ในหนังสือชื่อ "The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism" (1930)

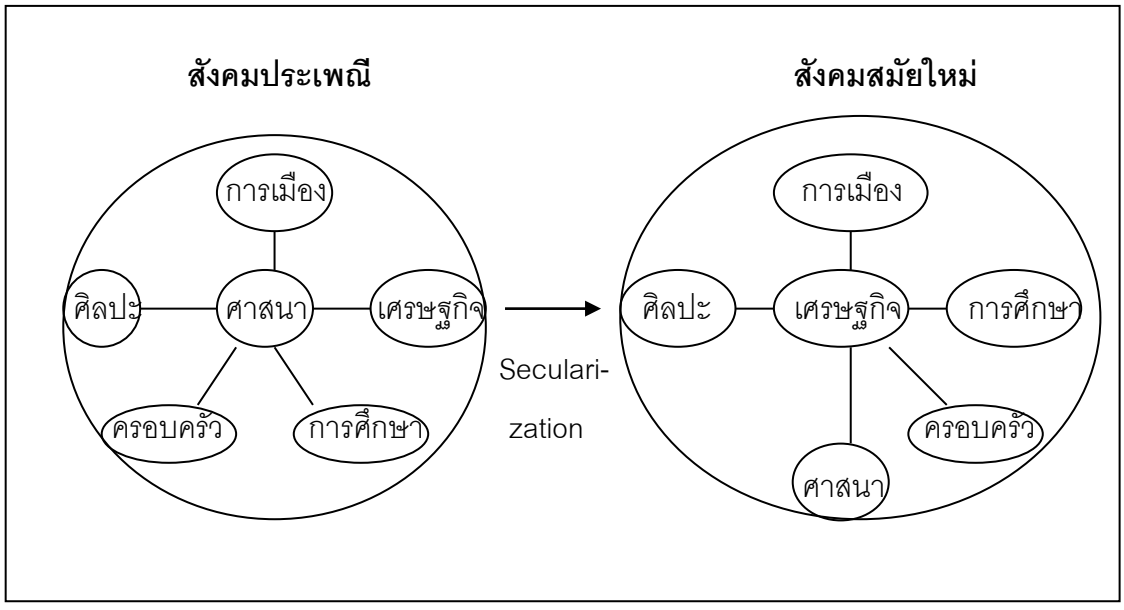
แนวคิดทางทฤษฎีของ Weber แตกต่างจากทั้งทฤษฎีหน้าที่นิยมและทฤษฎีมาร์กซิสม์ Weber ได้เคลื่อนย้ายการวิเคราะห์จาก "ภายนอก" เช่น การวิเคราะห์บรรดาสถาบันและกลไกมาสู่การวิเคราะห์ "ภายใน" อันได้แก่ ความเข้าใจและการให้ความหมายที่บุคคลรับรู้ปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคม นอกจากนั้น Weber ยังปฏิเสธข้อเสนอของทฤษฎีมาร์กซิสม์ที่เห็นว่า สถาบันศาสนาซึ่งเป็นโครงสร้างส่วนบนนั้นจะต้องพัฒนาเพื่อรับใช้ขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ Weber เห็นว่า การพัฒนาสถาบันแต่ละสถาบันในสังคมนั้นต่างดำเนินไปอย่างเป็นอิสระในตัวและต่างมี ปฏิสัมพันธ์วิชาการกัน (interaction) มากกว่าจะเป็นการกำหนด (determinism)

ในหนังสือเล่มดังกล่าว Weber ได้แสดงให้เห็นจุดเริ่มต้นของการต่อสู้ในสถาบันคริสตศาสนาอันได้แก่ ขบวนการปฏิรูปศาสนาของกลุ่ม Protestant โดยผ่านกระบวนการตีความใหม่ (redefinition) บรรดาแนวคิดต่าง ๆ ที่เคยมีอยู่ในคริสตศาสนา การปฏิรูปศาสนาดังกล่าวได้สร้างแนวคิดใหม่ ๆ ทางศาสนา เช่น การให้คุณค่ากับการทำงานหนัก การมัธยัสถ์อดออมอันเป็นปัจจัยผลักดัน (Motive) ให้เกิดการพัฒนาระบบทุนนิยม

ปัจจุบันมีนักคิดบางท่านเช่น Troeltsch (อ้างใน Hoover & Lundby, 1977) ได้นำเสนอแนวคิดที่คล้ายคลึงกับ Weber ในแง่ที่ว่า ศาสนาสามารถจะมีบทบาทสำคัญและเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมเช่น การสร้างระเบียบใหม่ทางสังคม (New order Movement) ตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ ขบวนการนิเวศวิทยา (Ecology) ซึ่งหากมีแต่วิธีการด้านวิทยาศาสตร์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมภายนอก แต่ขาดคำอธิบายด้านศาสนาซึ่งเปรียบเสมือนการรักษาสิ่งแวดล้อมภายในจิตใจและจิตวิญญาณแล้ว ก็จะเหมือนต้นไม้ที่มีแต่ต้นดอกใบแต่ขาดรากแก้วที่สำคัญ

(3.4) ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)

P. Berger (1967) เป็นนักทฤษฎีในสำนักปรากฏการณ์นิยมที่ให้ความสนใจในการวิเคราะห์เรื่องศาสนาในโลกสมัยใหม่มากที่สุด แนวคิดของ Berger วางอยู่บนสมมติฐานที่ว่าความแตกต่างระหว่างสังคมดั้งเดิมกับสังคมปัจจุบันนั้นอยู่ที่กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการเป็นสังคมแบบเน้นศาสนา/ความศักดิ์สิทธิ์ (Sacred World) มาเป็นสังคมแบบเน้นทางโลกย์/เป็นฆราวาส (Secular world) กระบวนการนี้เรียกว่า "กระบวนการทำให้เป็นโลกฆราวาส" (Secularization)



ในขณะที่สังคมทุกสังคมประกอบด้วยสถาบันย่อย ๆ นั้น แต่ทว่าในแต่ละยุคสมัยจะมีสถาบันย่อยอันหนึ่งทำหน้าที่เป็นแกนกลางขับเคลื่อนสถาบันย่อยอื่น ๆ ในสังคมแบบประเพณีที่

เป็น sacred world นั้น สถาบันศาสนาจะเป็นแกนกลางของทุกสถาบัน ตัวอย่างเช่น

- การเมือง → ผู้ปกครองจะต้องอยู่ในทศพิธราชธรรม มีหิริโอตัปปะ
- ศาสนา → การทำมาหากินต้องทำเพื่อเลี้ยงชีวิตและทำบุญให้ทาน (ในประเพณีดั้งเดิมของคนเหนือห้ามการเอาดอกเบี้ยจากการกู้ยืมข้าว เป็นต้น)
- ครอบครัว → การตอบแทนบุญคุณ แนวคิดเรื่องทิศหก
- การศึกษา → เรียนรู้เพื่อการหลุดพ้นจากกิเลส มีทั้งความรู้ สติและปัญญา (เรียนที่วัด) การศึกษาคือสิกขา (บวช-เรียน)
- ศิลปะ → เป้าหมายของศิลปะเพื่อระงับกิเลส และมุ่งสู่ความหลุดพ้น
- ชีวิตประจำวันของผู้คนผูกพันอยู่กับกิจกรรมทางสังคม เช่น ตื่นเช้าไปใส่บาตร สวดมนต์ก่อนเข้านอน ไปวัดวันพระ ฯลฯ

แต่เมื่อสังคมประเพณีผ่านเข้าสู่กระบวนการ Secularization ก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นแกนกลางของสังคม สถาบันศาสนาจะต้องถอยหลีกทางให้แก่สถาบันเศรษฐกิจที่ก้าวเข้าเป็นแกนกลางของสังคม ดังนั้น สังคมที่เรียกว่า "สังคมสมัยใหม่/สังคมทุนนิยม/สังคมอุตสาหกรรม" ก็คือสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยพลังเศรษฐกิจที่เข้าไปกำหนดทิศทางของสถาบันย่อยอื่น ๆ

- การเมือง → การใช้อำนาจทางการเมืองเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
- ศาสนา → การกลายเป็นศาสนพาณิชย์
- ครอบครัว → การก่อตั้งครอบครัวต้องพิจารณาฐานะทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ
- การศึกษา → เป็นไปเพื่อเลื่อนชั้นทางเศรษฐกิจ เป็นการลงทุนเพื่อหากำไร
- ศิลปะ → กลายเป็นพาณิชย์ศิลป์
- ชีวิตประจำวันของผู้คนผูกพันอยู่กับการทำงาน (เพื่อหาเงิน) และการบริโภค (เพื่อการใช้เงิน) เป้าหมายของชีวิตคือความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ จังหวะของชีวิตประจำวันถูกกำหนดด้วยระบบเศรษฐกิจ เริ่มตั้งแต่จะตื่นนอน กินอาหาร เข้านอน หยุดพักเมื่อไหร่ และทำอะไรที่ไหน กับใคร ฯลฯ

กระบวนการเปลี่ยนผ่านของ Secularization นั้นจะเป็นไปอย่างราบรื่นหรือมีความขัดแย้งอย่างรุนแรงก็แล้วแต่ปฏิบัติการทางสังคม (social practice) ของผู้กระทำการในสังคม (Social Actor) รวมทั้งลักษณะของสถาบันย่อยต่าง ๆ ในกรณีของตะวันตก ประวัติศาสตร์การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวค่อนข้างเป็นไปอย่างรุนแรง เนื่องจากสถาบันศาสนามีอำนาจมากและครอบคลุมทุกมิติ

ของชีวิต ดังที่ปรากฏการปะทะกันระหว่างความคิดทางศาสนากับความคิดทางวิทยาศาสตร์ (ตัวอย่างเช่น ข้อค้นพบของกาลิเลโอเรื่องโลกมิใช่ศูนย์กลางของจักรวาลที่ขัดแย้งกับคำสอนทางศาสนา) ส่วนในกรณีของไทยนั้น กระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ค่อยมีความขัดแย้งอย่างรุนแรงเมื่อเทียบกับตะวันตก เพราะทั้งวิทยาศาสตร์และสถาบันเศรษฐกิจสามารถอยู่ร่วมอย่างสันติกับสถาบันเดิมคือศาสนาได้

ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านนี้ สถาบันสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะสถาบันสื่อมวลชนเป็นสถาบันใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกสมัยใหม่ สถาบันสื่อมวลชนจึงเป็นสถาบันที่มีลักษณะ secular ได้อย่างเต็มตัว ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือกรณีของหนังสือพิมพ์ ก่อนหน้านั้น เรื่องของหนังสือยังเป็นเรื่องที่ผูกพันกับทางศาสนาเป็นส่วนใหญ่ เช่น หนังสือคัมภีร์ทางศาสนาและความหมายของหนังสือยังเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (คนไทยสมัยก่อนจึงถูกสอนให้กราบหนังสือ) แต่เมื่อเกิดหนังสือพิมพ์ เรื่องราวในหนังสือพิมพ์ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องทางโลกย์ทั้งสิ้น และเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจและการเมือง เช่น การลงข่าวเรื่องสินค้าเข้าออก เช่นเดียวกับความแตกต่างระหว่างนิยายกับนวนิยายก็คือ ความผูกพันกับหลักศาสนาที่มีแตกต่างกันนั่นเอง ด้วยเหตุนี้ในขณะที่สื่อบันเทิงตามแบบประเพณี เช่น หมอลำ ค่าวซอ โนห์รา จะต้องผนวกเอาข้อคิดทางศีลธรรมเข้าไว้เป็นเป้าหมายข้อสำคัญข้อหนึ่ง ละครโทรทัศน์กลับไม่ต้องมีภาระผูกพันดังกล่าว

สถาบันใหม่นี้มีองค์ประกอบย่อยทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นคำสอน องค์กร บุคลากร กิจกรรม วัตถุ และหน้าที่ที่สามารถทดแทนสถาบันศาสนาเดิมได้อย่างครบถ้วน และสถาบันใหม่นี้ก็ได้เข้ามาทำหน้าที่แทนสถาบันดั้งเดิมทีละเล็กละน้อยดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วในตอนต้น ตัวอย่างของคริสต์ศาสนาก็คือ ในวันอาทิตย์เมื่อมีรายการดี ๆ ในโทรทัศน์ก็สามารถจะแย่งชิงผู้คนที่จะไปทำมิสซาที่โบสถ์ ในกรณีของไทย การสวดศพของวัดในกรุงเทพนั้นจะต้องร่นเวลาให้เร็วขึ้นเพื่อให้แขกที่มางานศพสามารถกลับบ้านทันไปดูละครโทรทัศน์ได้ เป็นต้น

ในขณะที่สำนักปรากฏการณ์นิยมเสนอแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนผ่านของสังคมประเพณีมาสู่สังคมสมัยใหม่ด้วยการเข้าทดแทนนั้น (Substitution) ผลลัพธ์สุดท้ายของสังคมก็คือ มิติด้านศาสนาจะสูญหายไป และสังคมสมัยใหม่ก็จะเป็นสังคมที่เป็นเรื่องของทางโลก เป็นเรื่องของการใช้เหตุผลและเป็นเรื่องที่จับต้องได้ (objective) เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ทัศนะดังกล่าวนั้นก็มีผู้คัดค้าน เช่น G. Murdock (1997) นำเสนอความเห็นในบทความชื่อ "The Re-enchantment of the World" ซึ่งเสนอว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมประเพณีมาเป็นสังคมยุคใหม่นั้น อาจจะไม่ได้ใช้กลยุทธ์แบบการเข้าทดแทน หากแต่เป็นการใช้ระบบคู่ขนาน กล่าวคือ ในด้านของสถาบันศาสนาที่ยังคงเน้นเรื่องความลึกลับ โลกที่พ้นไปจากการจับต้องสัมผัส โลกแห่งความหมาย จินตนาการ และอารมณ์ความรู้สึก จะยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และคู่ขนานไปกับการพัฒนาโลก

ที่เน้นวัตถุ การใช้ประโยชน์ (Utility) การใช้เหตุใช้ผล ฯลฯ ดังตัวอย่างที่เราพบเห็นอยู่มากมายในสังคมที่สมัยใหม่อย่างสุดขีดเช่นอเมริกาที่ยังคงมีภาพยนตร์ประเภทสยองขวัญ (แบบ the Exorcist, Omen ฯลฯ) รวมทั้งมีลัทธิพิธีกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย เป็นต้น

นักคิดอีกกลุ่มหนึ่งปฏิเสธเรื่องการเข้าแทนที่ของ secular world ที่มีต่อ sacred world เช่นกัน โดยอ้างประจักษ์พยานจากปรากฏการณ์ปัจจุบันว่า ไม่ว่าสังคมจะทันสมัยก้าวหน้าไปถึงระดับใด แต่ทว่าศาสนาก็ยังคงดำรงอยู่ ในบางแห่งถึงกับขยายตัวและเพิ่มพลังอำนาจโดยประสานเข้ากับมิติอื่น ๆ ของสังคม กรณีการปฏิวัติของอิหร่านโดยผู้นำทางศาสนาอยาตุลา โคไมนีที่เพิ่งเกิดขึ้นในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เป็นตัวอย่างที่ผู้ศึกษาเรื่องศาสนากับโลกสมัยใหม่ไม่อาจจะมองข้ามไปได้ ดังนั้น แทนที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง secular/sacred world ด้วยกลยุทธ์การเข้าแทนที่แบบคำอธิบายของ Berger น่าจะใช้คำอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์แบบสลับกันไปมาระหว่างโลกทั้งสองมากกว่า ตัวอย่างเช่น ในโลกฆราวาสเช่นสื่อมวลชนก็ได้เปิดเวทีให้คนได้แสวงหาคำตอบเกี่ยวกับมิติของศาสนา เช่น บรรดาหนังผีทั้งหลาย หรือการทำสมาธิ การค้นหาประสบการณ์ชีวิตที่นอกเหนือไปจากเหตุการณ์ปกติในชีวิตประจำวัน เป็นต้น (ดู Hoover & Lundby, 1997)

(3.5) ทฤษฎี *Social Signification of Religious Television*

อาจกล่าวได้ว่า ทฤษฎี Social Signification of Religious Television นี้ถือได้ว่าเป็นทฤษฎีที่ให้ความสนใจวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อสมัยใหม่เช่นโทรทัศน์ R. Wuthnow (1990) ได้นำเสนอทฤษฎีนี้โดยใช้แนวคิดหลักเรื่อง "Public/Private และ Privatization เป็นแนวคิดแกนกลางในการอธิบาย

Wuthnow ตั้งข้อสังเกตว่า ปรากฏการณ์ทางศาสนาในสหรัฐนั้นมีลักษณะที่เน้นลักษณะความเป็นปัจเจก (Individualism) เน้นปริมณฑลส่วนตัว (private sphere) อันสอดคล้องไปกับการบริโภคสิ่งอื่นๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคการเมือง การศึกษา ศิลปะ หรือความบันเทิง

ในกรณีของไทย อ.นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) ก็ได้ตั้งข้อสังเกตเช่นเดียวกันว่า ความแตกต่างระหว่างสถานภาพของศาสนาในสังคมประเพณีกับสังคมปัจจุบันก็คือ ในอดีต ศาสนาจะมีสถานภาพอยู่ในปริมณฑลสาธารณะ (Public sphere) องค์ประกอบย่อยทุกส่วนของศาสนาจะมีบทบาทอยู่ในชีวิตสาธารณะของสังคม แต่ทว่าในสังคมปัจจุบัน ศาสนาได้ถอยร่นเข้ามาเป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล (private sphere) ดังนั้น ในขณะที่สมัยก่อนนั้น คนที่อยู่ในหมู่บ้านจะต้องไปทำบุญที่วัดเมื่อถึงวันสำคัญทางศาสนา หากไม่ไปก็ไม่สามารถจะอยู่ในหมู่บ้านได้ (เป็นบรรทัดฐานของชุมชน) แต่ปัจจุบัน การจะไปวัดหรือไม่ไปก็แล้วแต่รสนิยมของแต่ละบุคคล

แนวคิดสำคัญ ๆ ของ Wuthnow ที่เกี่ยวกับ "ความหมายทางสังคมของรายการศาสนาของโทรทัศน์" มีดังนี้

- ลักษณะทางศาสนาในสังคมจะมีลักษณะเป็นส่วนรวมน้อยลง (less public) มีการจัดระบบน้อยลง (less organized) และมีความสัมพันธ์กันน้อยลง (less relation) ศาสนาจะอนุญาตให้ปัจเจกบุคคลแต่ละคน "เลือกหา" ประสบการณ์ทางศาสนาให้เหมาะกับรสนิยมของตนเอง เหมือนกับการไปเลือกหาซื้อข้าวของเครื่องใช้ในห้างสรรพสินค้า ดังประจักษ์พยานจากคำกล่าวของประธานาธิบดีไอเซนฮาว (1950) ของสหรัฐที่ว่า "ศรัทธานั้นเป็นเรื่องสำคัญ แต่ก็ไม่สำคัญว่าจะต้องเป็นศรัทธาอะไร" (Faith is important, but we do not care what that faith is.)

ในการนี้ การมีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น การอ่านหนังสือธรรมะ การดูรายการพระเทศน์ทางโทรทัศน์ (ที่อาจจะอัดเทปเอาไว้เปิดดูเวลาว่าง) การหาซื้อเทปบันทึกเสียงพระนักเทศน์ที่เรานิยมมาไว้ฟัง (เป็นพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกับการหาซื้อเทปเพลงของนักร้องคนโปรด) โดยไม่จำเป็นต้องไปทนฟังเทศน์ของพระที่วัดข้างๆบ้าน หรือไม่ต้องตื่นมาตักบาตรตอนเช้า ฯลฯ การมีประสบการณ์ศาสนาผ่านสื่อดังกล่าวจะยิ่งช่วยเสริมลักษณะเป็นส่วนตัวของศาสนาให้มีความเป็นไปได้ และสะดวกง่ายดายมากยิ่งขึ้น

- ฉะนั้น ในโลกปัจจุบันที่เรากำลังเคยชินกับคำว่า "แปรรูปรัฐวิสาหกิจให้เป็นของเอกชน" (Privatization) นั้น กระบวนการนี้จึงมิได้เกิดขึ้นในมิติเศรษฐกิจหรือการเมืองเท่านั้น หากแต่ได้มาเกิดขึ้นในสถาบันศาสนาด้วย ถึงแม้ในบางกรณี เราอาจจะพบเห็นปรากฏการณ์ที่ขัดแย้งกับคำอธิบายของ Wuthnow เช่น กรณีที่ศาสนาเข้ามายุ่งเกี่ยวกับเรื่องการทำแท้ง (เช่น กรณีมหาจำลอง) แต่ Wuthnow ได้ชี้ให้เห็นว่า ประเด็นดังกล่าวก็ยังเป็นมิติเรื่องส่วนตัวอยู่ดี ความหมายของ Wuthnow ที่ว่า ปัจจุบันศาสนาได้ถูกขีดลงให้เล่นอยู่แต่เพียง "ปริมณฑลส่วนตัว" นั้น หมายความว่า บรรดากิจกรรมที่เป็นเรื่องสาธารณะทั้งหลาย เช่น การวางแผนผังเมืองของชุมชน (กรณีการตัดถนนผ่านศาสนสถาน) การลงทุนในกิจการต่าง ๆ การดำเนินธุรกิจของประเทศ การสร้างความยุติธรรมทางสังคม การกำหนดนโยบายสาธารณะของสังคม รวมทั้งการวางแผนการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาประเทศ ฯลฯ ทั้งหมดนี้ไม่ได้ผนวกเอามิติศาสนาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเลย

- ลักษณะการเป็นส่วนตัวของศาสนานั้นจะปรากฏให้เห็นชัดในเรื่อง "รูปแบบการบริโภคศาสนา" อันสอดคล้องกับลักษณะของผู้คนในโลกสมัยใหม่ที่อยู่ในสังคมมวลชน (mass society) ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มคนผู้หงอยเหงาท่ามกลางคนหมู่มาก (Lonely crowd) ดังนั้น การบริโภคศาสนาจึงเป็นไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล และเป็นไปได้เท่าที่ตลาดของสินค้าศาสนาจะจัดหาสินค้าและบริการมาให้ และประสบการณ์ทางศาสนาก็จะเป็นเพียงส่วนเสี้ยวหนึ่งที่เข้ามาผสมรวมกับประสบการณ์ส่วนอื่นๆในชีวิตประจำวัน เช่น ก่อนจะออกไปตีกอล์ฟตอนเช้า นัก

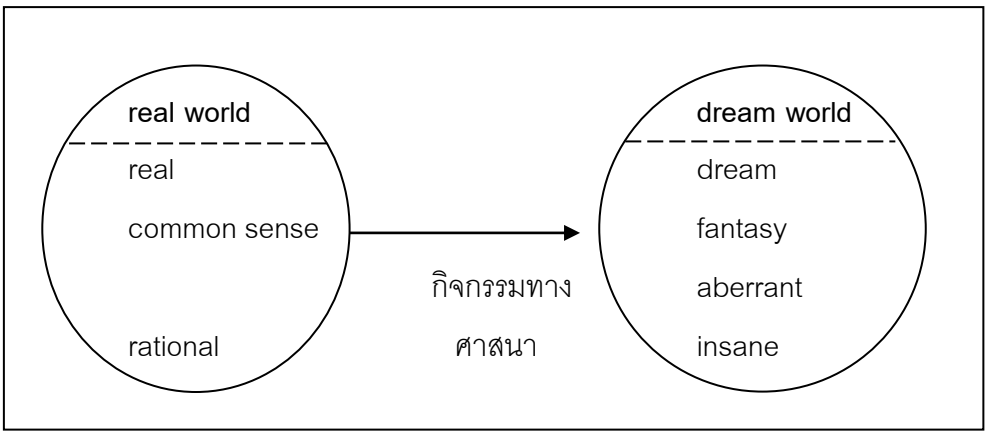
ธุรกิจท่านหนึ่งอาจจะแวะไปทำสมาธิที่วัดข้าง ๆ สนามกอล์ฟโดยใช้ชุดขาวชุดเดียวกันได้เลย เลขานุการิณีก็อาจจะทำโยคะทั้งเพื่อสงบจิตสงบใจและช่วยให้รูปร่างดีมีสัดส่วนดีขึ้นไปพร้อม ๆ กัน เป็นต้น Hoover (1997) เสริมแนวคิดที่ว่าการมีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อทำให้การบริโภคสื่อมีลักษณะเสมือนเป็น "กึ่งศาสนา" (quasi-religious role) ที่อาจเรียกว่าเป็นแนวคิดเรื่อง “rituals" (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

4. การเปรียบเทียบข้อเหมือนและข้อแตกต่างระหว่างสื่อกับศาสนา

เพื่อช่วยเสริมความเข้าใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับสื่อมวลชนในตอนต่อ ๆ ไป ในที่นี้จะประมวลแนวคิดของนักวิชาการที่มองเห็นทั้งข้อเหมือนและข้อแตกต่างระหว่าง 2 สถาบันมาไว้ที่นี้พอสังเขป

(ก) ข้อเหมือน/จุดร่วมระหว่างศาสนากับสื่อมวลชน

(i) **การทำหน้าที่สร้างโลกที่สมบูรณ์กว่าโลกที่เป็นจริง** P. Berger (1967) เสนอแนวคิดในเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคมว่า (Social Construction of Reality) (ดูรายละเอียดข้างหน้า) เนื่องจาก “มนุษย์เราได้สร้างโลกขึ้นมาด้วยการทำงานของสัญญะต่าง ๆ และหลังจากนั้นเราก็เข้าไปอาศัยอยู่ในโลกแห่งสัญญะที่เราสร้างขึ้นโดยถือเสมือนว่าเป็นโลกแห่งความเป็นจริงของเรา" (we first produce the world by symbolic work and then take up residence in the world we have produced) เราจึงมีโลก 2 โลกแวดล้อมตัวเราอยู่ โลกหนึ่งเป็นโลกแห่งความจริงแท้ ๆ (เช่น การ เกิด แก่ เจ็บ ตาย) อีกโลกหนึ่งเป็นโลกแห่งความหมายที่เราสร้างขึ้นมา Berger เสนอว่า เนื่องจากโลกแห่งความจริงแท้ ๆ นั้นเป็นโลกที่ไม่สมบูรณ์ (Imperfect) เช่น มีความสุขอยู่ชั่วคราวก็สูญหายไป เป็นโลกที่ไม่บริสุทธิ์ ดังนั้น มนุษย์จึงสร้างโลกอีกโลกหนึ่งที่มีลักษณะตรงกันข้าม



ศาสนาเป็นกิจกรรมที่รักษาบทบาทระหว่างโลกทั้ง 2 เช่น ชีวิตในโลกนี้เป็นเรื่องชั่วคราว ชีวิตในโลกหน้าเป็นเรื่องนิรันดร มนุษย์มีความดีไม่สมบูรณ์ แต่พระเจ้ามีความดีสมบูรณ์ เป็นต้น ฉะนั้นเวลาที่เราประกอบพิธีกรรมทางศาสนาก็เปรียบเสมือนเรากำลังเดินทางออกจาก real world ไปสู่ dream world นั่นเอง

พิจารณาในแง่นี้แล้ว บทบาทของสื่อมวลชนก็มิได้แตกต่างไปจากในศาสนาเลย เรื่องราวต่าง ๆ ในสื่อมวลชนจะแสดงให้เห็นโลกที่เป็นจริง (real world) ที่เป็นภาพสะท้อนโลกที่เป็นจริงของเราอันเต็มไปด้วยคนบาปชั่ว ความอ่อนแอของมนุษย์ การเห็นแก่ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ฯลฯ แต่ในอีกด้านหนึ่ง สื่อก็จะเสนอให้เห็นภาพของ dream world ความอุดมสมบูรณ์แห่งความดีที่อาจปรากฏในตัวละครในเนื้อเรื่อง เช่น บรรดาหนังสงครามทั้งหลายจะสะท้อนให้เห็นความเสียสละอย่างที่สุดของมนุษย์ แก่นเรื่องประเภท “ความรัก” (ค่านิยมสูงสุดของศาสนา) สามารถเปลี่ยนแปลงทุกอย่างได้ นี้ก็คือเนื้อหาของกิจกรรมของศาสนานั่นเอง

และในขณะที่ชีวิตมนุษย์ในโลกแห่งความเป็นจริงต้องต่อสู้ดิ้นรนกับสภาพที่เป็นจริง (ต้องโหยหิว ต้องร้อนหนาว ฯลฯ) และยังต้องตกอยู่ใต้อิทธิพลของสัญชาตญาณดั้งเดิม เช่น ความเห็นแก่ตัว การเอาชีวิตรอด ฯลฯ บทบาทที่สำคัญประการหนึ่งของศาสนาก็คือ การชี้นำให้มนุษย์ตั้งคำถามที่พ้นไปจากคำถามแบบสามัญสำนึกในชีวิตประจำวัน (จะกินอะไร จะนอนที่ไหน จะทำงานอะไร) เช่น คำถามเรื่องความหมายของชีวิต (เราเกิดมาเป็นมนุษย์ทำไม) เรื่องเอกลักษณ์ (มนุษย์ต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่นอย่างไร) เรื่องภาวะการดำรงอยู่ของมนุษย์ เป็นต้น หน้าที่การตั้งคำถามเหล่านี้ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของผลงานสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Forrest Gump เป็นต้น

ดังนั้น ทั้งศาสนาและสื่อมวลชนต่างก็มีหน้าที่ดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกัน กล่าวคือในด้านหนึ่งเป็นกระจกส่องสะท้อนให้เห็นความเป็นไปของโลกที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบัน (here and now) และในอีกด้านหนึ่งก็ฉายภาพหรือสร้างแรงจูงใจให้ "ก้าวล่วงพ้น" (transcendent) ไปจากสภาวะบีบคั้นของปัจจุบัน ในการนี้ทั้งศาสนาและสื่อมวลชนล้วนให้คำมั่นสัญญาฉบับเดียวกันว่า "ในท้ายที่สุดแล้ว ธรรมะจะชนะอธรรม แต่อธรรมก็จะวกเวียนกลับมาท้าทายอยู่เสมอ"

(ii) **ประวัติศาสตร์ร่วมกันของศาสนาและสื่อมวลชน** J. Carey (1992) เป็นผู้เสนอแนวคิดที่ว่าศาสนากับสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะร่วมกันเป็นส่วนใหญ่เนื่องมาจากการร่วมเดินทางมาบนเส้นทางประวัติศาสตร์สายเดียวกัน ในหนังสือเรื่อง "Communication and Culture" Carey ได้เสนอว่าในแบบจำลองการสื่อสารนั้นมักจะใช้อยู่ใน 2 ความหมาย และทั้ง 2 ความหมายนั้นก็ล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงกับศาสนาทั้งสิ้น

สำหรับแบบจำลองแรกคือ Transmission Model ที่เน้นเรื่องการกระจาย การเผยแพร่

การถ่ายทอดข่าวสารนั้น Carey กล่าวว่า ความคิดที่จะเผยแพร่ข่าวสารออกไปให้แพร่หลายในคนหมู่ต่าง ๆ นั้น เป็นความคิดดั้งเดิมของทุกศาสนา (หลังจากตรัสรู้แล้ว พระพุทธเจ้าก็เทศน์สั่งสอนภิกษุสงฆ์แล้วให้แยกย้ายกันไปเผยแพร่ธรรมะ พระเยซูก็ออกเทศนาสั่งสอนคนกลุ่มต่าง ๆ ทุกอาชีพ ทุกชนชั้น) โดยมีเป้าหมายที่จะให้ "ธรรมะครองโลกบ้าง" "สร้างอาณาจักรของพระเจ้าบนโลกนี้" บ้าง Carey ยืนยันว่า ประวัติศาสตร์ดังกล่าวนี้ยังคงดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนถึงยุคของสื่อสมัยใหม่ ดังเช่นเมื่อ Samuel Morse ค้นคิดรหัสโทรเลขนั้น แรงจูงใจของเขามิได้ต้องการจะส่งข่าวเรื่องราคาเนื้อหมู (มิใช่แรงจูงใจทางโลก) หากแต่เพื่อจะ "ทำงานของพระเจ้า" เป้าหมายทางโลกที่เข้ามาเป็นมูลเหตุจูงใจของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์นั้นเพิ่งจะมาพัฒนาขึ้นในชั้นหลัง

สำหรับอีกแบบจำลองหนึ่งคือ Ritualistic Model นั้น ก็จะยิ่งเขยิบเข้ามาใกล้กับความหมายของศาสนามากยิ่งขึ้น ทั้งนั้นเพราะคำว่า "การสื่อสาร" ที่แปลว่าเป็นกระบวนการที่ต้องการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (shared meaning, shared belief) เพื่อผูกพันผู้คนเข้าด้วยกัน นั้นก็คือ ความหมายและเป้าหมายของศาสนานั้นเอง (คำว่า "religion" ที่มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน relere นั้น แปลว่า "ผูกโยงเข้าด้วยกัน")

จากเส้นทางประวัติศาสตร์ที่เป็นเส้นทางเดินร่วมกันดังกล่าว Carey จึงกล่าวว่าความคิดทางศาสนานั้นมิได้เพียงแต่พรรณนาหลักธรรมต่าง ๆ เท่านั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ทุกศาสนาไม่ว่าจะมีคำอธิบายแตกต่างกันอย่างไร แต่กิจกรรมร่วมกันประการหนึ่งของทุกศาสนาก็คือ "กิจกรรมการสื่อสาร" ดังนั้น ในประวัติศาสตร์ของศาสนาจึงได้ให้บทเรียน ให้องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักการและทักษะด้านการสื่อสารเอาไว้อย่างมากมาย ตัวอย่างเช่นคำว่า "propaganda" ที่ถูกนำมาใช้ในสงครามโลกครั้งที่ 1 นั้น เคยเป็นชื่อขององค์กรศาสนาตั้งแต่ศตวรรษที่ 16 ฐานความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน นับตั้งแต่หลักการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การเลือกใช้ภาษาเพื่อการโน้มน้าว กลยุทธNการสื่อสารให้บรรลุเป้าหมาย ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นการต่อยอดมาจากประวัติการทำงานด้านศาสนาเป็นส่วนใหญ่

ลักษณะร่วมกันอีกประการหนึ่งของสถาบันศาสนาและสถาบันสื่อมวลชนก็คือ เป็นสถาบันที่ทุกฝ่ายอยากเข้าไป "ใช้ประโยชน์" จากสองสถาบันนี้ เนื่องจากสถานภาพของทั้งสองสถาบันตามแนวคิดของสำนักปรากฏการณ์นิยมที่ระบุว่า ทั้งสองสถาบันต่างเคยเป็นหรือกำลังเป็นศูนย์กลางของสังคมเช่น นักการเมืองก็อยากหาฐานคะแนนเสียงจากผู้นำทางศาสนา นักธุรกิจก็มองหาผลประโยชน์ที่จะได้จากการใช้ช่องทางสื่อมวลชน นักวิชาการก็ต้องการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ทางสังคม ในเวลาเดียวกัน ทั้งสองสถาบันต่างก็อาจจะต้องการที่จะ "ใช้" ซึ่งกันและกันเช่นกัน

(ข) ข้อแตกต่างระหว่างศาสนากับสื่อมวลชน

(i) **ความแตกต่างในเรื่องโลกทัศน์** หัวใจสำคัญที่ทำให้ศาสนาและสื่อมวลชนมีความแตกต่างกันอย่างมหาศาลก็คือ ข้อเสนอของ P. Berger ที่ได้กล่าวมาแล้วคือ ในขณะที่โลกทัศน์ของศาสนาเป็นแบบ Sacred โลกทัศน์ของสื่อมวลชนเป็นแบบ Secular โดยที่กรอบวิธีคิดทั้งสองอย่างนี้เป็นคู่ที่ตรงกันข้าม

Sacred Framework	Secular Framework
• unity	• conflict
• humanistic sentiment	• instrumental rationality
• person	• social/principle
• faith	• objectivity
• authority	• information
• tradition	• progress
etc	

ความแตกต่างระหว่างโลกทัศน์ทั้ง 2 แบบปรากฏให้เห็นในเรื่องความรู้สึกเป็นศัตรูกันและความไม่เข้าใจกันระหว่างบุคลากรระหว่าง 2 สถาบัน ตัวอย่างเช่น พระสงฆ์จะต่อว่าสื่ออยู่เสมอว่า "มีเรื่องของพระทำความดี ทำไมไม่ค่อยลงข่าว ลงแต่ข่าวพระที่เสียหาย" ในขณะที่หลักการปฏิบัติงานของสื่อนั้นคือ "News is bad news" เวลาที่นักข่าวทำงานก็ต้องใช้เหตุผล ใช้ข้อมูลมีบรรทัดฐานทางวิชาชีพและนโยบายขององค์กรที่จะปฏิบัติงาน ดังนั้น เมื่อมีข่าวพระมีเมียหรือคอรัปชั่น ก็ต้องรายงานถ้าประชาชนสนใจ แม้ว่าโดยส่วนตัวจะปฏิบัติศาสนกิจและเป็นศาสนิกชนที่ดี แต่ข้อปฏิบัติส่วนตัวนั้นก็จะไม่เข้ามายุ่งเกี่ยวกับเรื่องการทำงาน เป็นต้น (จะกล่าวถึงข้อแตกต่างระหว่างสองสถาบันนี้ในเนื้อหาตอนต่อไป)

(ii) **ความแตกต่างในเรื่องที่เล่า** แม้ว่าโทรทัศน์และศาสนาจะทำหน้าที่ต่อสังคมเหมือนกันคือ มีการเล่าเรื่องปรัมปราคติต่าง ๆ (myth) แต่ทว่าเรื่องที่นำมาเล่านั้นแตกต่างกันราวขาวกับดำ W. F. Fore (1993) วิเคราะห์ปรัมปราคติที่เล่าผ่านรายการต่าง ๆ ของโทรทัศน์พบว่ามี

ลักษณะดังนี้

- โทรทัศน์เล่าว่า "สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น สิ่งที่เห็นได้เท่านั้นที่เป็นเรื่องจริง" (seeing is believing)
- เรากำลังอยู่ในโลกของข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น ปริมาณอันมากมายของข่าวสารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ทุกคนก็มีเสรีภาพที่จะเข้าถึงข่าวสาร
- ชีวิตไม่ใช่อะไรที่ซับซ้อน เป็นเรื่องที่ทำให้ง่าย ๆ ได้ (simple) ทำงานหาเงินแล้วก็ใช้จ่ายซื้อความสุขใส่ตัว

ในส่วนที่เกี่ยวกับปรัมปราคติของสังคม (social myth) มีลักษณะสำคัญดังนี้

- ประสิทธิภาพเป็นความดีสูงสุด
- ความก้าวหน้าเป็นเป้าหมายของมนุษยชาติ และต้องก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง
- ผู้ที่แข็งแรงที่สุดคือผู้ที่เหมาะสม (Fittest survival) และผู้ที่แข็งแรงที่สุดก็คือ คนหนุ่มสาว-ผิวขาว-ผู้ชาย
- อำนาจต้องเริ่มที่ศูนย์กลางแล้วกระจายตัวออกไป คนที่อยู่ตรงศูนย์กลางอำนาจเป็นคนที่รู้ดีที่สุดว่าอะไรเหมาะสมสำหรับคนส่วนใหญ่ (ในกรณีของสหรัฐก็คือประธานาธิบดี)
- ความสุขมาจากการบริโภควัตถุอย่างไม่มีขีดจำกัด การบริโภคเป็นคุณงามความดีอยู่ในตัวเองแล้ว
- ความมั่งคั่ง ทรัพย์สมบัติและอำนาจมีความสำคัญกว่าชีวิตมนุษย์

ปรัมปราคติที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ตรงกันข้ามกับคุณค่าสากลของทุกศาสนาที่สอนให้ลดละเลิกกิเลส เอาชนะความโลภ โกรธ และหลง ความแตกต่างในเรื่องคุณค่านี้เองที่ทำให้เกิดความขัดแย้งที่ยากจะประสานได้ระหว่างสื่อมวลชนกับศาสนา

5. ตัวอย่างประเด็นศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับศาสนา

หัวข้อที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนและศาสนาที่สามารถจะศึกษาวิจัยได้นั้นอาจจะมีดังนี้

(5.1) การศึกษาผู้รับสาร

(5.2) การศึกษาเรื่องผลกระทบจากรายการศาสนาที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

(5.3) การศึกษาการทำงานร่วมกันของบุคลากรในสองสถาบัน

(5.4) การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการศาสนาในสื่อ

(5.5) ปฏิบัติการและรูปแบบใหม่ ๆ ทางศาสนากับบทบาทของสื่อมวลชน

(5.1) การศึกษาผู้รับสาร (Audience study)

การศึกษาผู้รับสารเป็นวิธีการที่พื้นฐานและแพร่หลายที่สุดของการศึกษาด้านสื่อมวลชน ที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการศึกษาผู้รับสารของรายการศาสนาทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษาผู้รับสารโดยทั่วไปมีอยู่ 3-4 เกณฑ์ คือ

- **ขนาดของผู้รับสาร** (Size) อันได้แก่ จำนวนของผู้รับชมรายการที่ต้องการจะศึกษา โดยเฉพาะหากเป็นผู้ชมที่ทางรายการต้องการ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยรายการธรรมะของพระพยอมทางโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ก็มีการสำรวจว่าวัยรุ่นได้มีการเปิดชมรายการนี้มากน้อยเพียงใด

- **คุณสมบัติ/องค์ประกอบของผู้ชม** (Composition) ได้แก่ คุณลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และอาชีพ ในกรณีของเรื่องศาสนานั้น งานวิจัยส่วนใหญ่มักจะใช้เกณฑ์ทางศาสนาเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย เช่น ศาสนาที่นับถือ ความศรัทธาในศาสนา การปฏิบัติศาสนกิจ (ไปวัด สวดมนต์ ตักบาตร ฯลฯ)

- **แบบแผนการเปิดรับชม** (Media Exposure) ได้แก่ วัน เวลา ช่วงระยะของการเปิดรับ ปริมาณความถี่ ฯลฯ หรือมีแบบแผนการเปิดรับแบบใด เช่น

  ♦ Ritualized viewing เป็นกลุ่มที่มีศรัทธาในศาสนาอย่างมาก ดังนั้นการมาเปิดรายการธรรมะทางโทรทัศน์ดู จึงเท่ากับเป็นการปฏิบัติศาสนกิจอย่างหนึ่ง

  ♦ Instrumental viewing อาจเป็นผู้ที่ดูเพื่อจะแสวงหาผลประโยชน์บางอย่างเช่น คนที่ชอบอ่านคอลัมน์พระเครื่องก็เพื่อจะติดตามธุรกิจประเภทนี้ หรืออาจเป็นผู้ที่ต้องการข้อเท็จจริงในเรื่องศาสนา

  ♦ Reactionary viewing ได้แก่ กลุ่มผู้ชมที่เบื่อรายการอื่น ๆ จึงหันมาดูรายการศาสนาเป็นการทดแทน

- **มูลเหตุจูงใจของการเปิดรับชม** (Motive) ตัวอย่างเช่น การเปิดรับนั้นเป็นการเปิดรับอย่างตั้งใจหรือเป็นความเคยชิน มีการติดตามอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ การเปิดรับชมนั้นสามารถจะเป็นหนทาง/วิถีทางของการมีประสบการณ์ทางศาสนาได้หรือไม่/อย่างไร/มีความคาดหวังเอาไว้ต่อการเปิดรับชมหรือไม่อย่างไร หลังจากเปิดรับชมแล้วได้รับอะไรไปบ้างจากการ

เปิดรับนั้น

- **ความคิดเห็นโดยทั่วไปของผู้ชมต่อรายการศาสนาต่าง ๆ** เช่น ปริมาณรายการมีมากหรือน้อย ความน่าสนใจของรายการ ความถี่ของรายการ องค์ประกอบอื่น ๆ ของรายการ เป็นต้น (สนใจงานศึกษาของไทย โปรดดู พวงทอง, 2538/อรณี, 2538/วันทนา, 2538)

ในการศึกษาผู้รับสารนี้มีประเด็นที่น่าสนใจประเด็นหนึ่งคือเรื่องพฤติกรรมการรับชม (viewing behavior) ของเด็กรุ่นใหม่ที่มีประสบการณ์แตกต่างจากคนรุ่นผู้ใหญ่ ตามหลักของสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ซึ่งกล่าวว่า แบบแผนการดูชมโทรทัศน์จะเป็นปฏิกริยาร่วม (interaction) ระหว่างการดูชมตัวบทในปัจจุบันกับภูมิหลังประสบการณ์ของผู้ชม หากยึดตามหลักเกณฑ์นี้สำหรับคนรุ่นผู้ใหญ่ ย่อมจะได้รับประสบการณ์ทางศาสนาโดยตรงมาก่อน (ได้ไปวัดฟังพระเทศน์ ทำบุญ เข้าร่วมพิธีกรรม ฯลฯ) เมื่อคนรุ่นผู้ใหญ่มาดูรายการธรรมะทางโทรทัศน์ก็น่าจะนำเอาประสบการณ์ทางศาสนามาบวกผสมกับการดูโทรทัศน์ในครั้งปัจจุบัน เช่น สำรวมเวลาพระเทศน์ รู้จักยกมือสาธุหลังจากพระเทศน์จบ เป็นต้น แต่สำหรับคนรุ่นใหม่ที่เติบโตมาในยุคของสื่อโทรทัศน์และโตมากับวัฒนธรรมบริโภค โดยที่มีประสบการณ์โดยตรงกับศาสนาน้อยมาก ดังนั้น จึงน่าจะคาดการณ์ว่า กลุ่มคนเหล่านี้จะมีมุมมอง "ศาสนา" ที่ไม่แตกต่างไปจากสินค้าชนิดอื่น ๆ และอาจใช้เกณฑ์ตัดสินคุณค่าของศาสนา เช่นเดียวกับการตัดสินสินค้าอื่น ๆ เช่น ดูจุดขาย ดูการประชาสัมพันธ์ ดูการหีบห่อ ฯลฯ (นี่อาจเป็นคำอธิบายส่วนหนึ่งของคนรุ่นใหม่ที่มีต่อลัทธิศาสนาที่มี "รูปแบบ" ถูกตาต้องใจผู้รับสาร) แบบแผนการดูชมดังกล่าวนี้จะมีผลทำให้ "สัจจธรรม" ในศาสนาเปลี่ยนไป เนื่องจากสถาบันที่วางโปรแกรม/ใส่รหัสการอ่าน "ตัวบท" ต่าง ๆ แม้แต่ "ตัวบททางศาสนา" นั้น เป็นสถาบันสื่อมวลชน มิใช่สถาบันศาสนาเช่นแต่ก่อน

(5.2) การศึกษาเรื่องผลกระทบของรายการศาสนาที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

การศึกษาเรื่องผลกระทบก็เป็นแนวทางการศึกษากระแสหลักของสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน และเมื่อประสานกับแนวคิดเรื่อง "ศาสนา" ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เราอาจจะแบ่งระดับของผลกระทบจากการทำงานของสื่อในส่วนที่เกี่ยวกับศาสนาได้เป็น 3 ระดับคือ

(i) ผลกระทบระดับบุคคล

(ii) ผลกระทบระดับองค์กร

(iii) ผลกระทบต่อสังคม

(i) **ผลกระทบระดับบุคคล** การวัดผลกระทบระดับบุคคลที่เกิดจากการกระทำของสื่อนั้นมักใช้แบบจำลองจากจิตวิทยาเป็นเกณฑ์วัด คือการวัดผลกระทบด้านความรู้ความเข้าใจ

(cognition) การวัดผลกระทบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affection) และด้านการกระทำ (Behavior) สำหรับมิติศาสนานั้น สองมิติหลังคืออารมณ์ความรู้สึกและการลงมือปฏิบัติอาจถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของสถาบันศาสนา

เนื่องจากความต้องการศาสนานั้นมักเกิดมาจากปัญหาที่แก้ไม่ตกและทำให้มนุษย์เป็นทุกข์ คนเราจึงมักต้องการศาสนามากเป็นพิเศษในยามที่ท้อแท้ หมดหวัง หรือหวาดกลัว ศาสนาจึงมีบทบาทในด้านการสนับสนุนทางอารมณ์ (emotional support) หรือทำหน้าที่จิตบำบัด (therapy) เป็นส่วนใหญ่ ดังประสบการณ์ทั่วไปในชีวิตคนธรรมดาที่เมื่อไม่สบายใจแล้วไปทำบุญที่วัด ก็จะรู้สึกสบายใจขึ้น

จากหน้าที่ด้านการสนับสนุนอารมณ์ดังกล่าวนั้น จะสามารถนำมาใช้ศึกษาวิจัยได้ว่าเมื่อบุคคลเปิดรับประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อมวลชน (mass-mediated) ผลกระทบด้านอารมณ์ความรู้สึกนั้นยังคงเหมือนกับการมีประสบการณ์ตรงหรือไม่ (direct experience) ในอีกด้านหนึ่ง รายการศาสนาทางโทรทัศน์สามารถทำหน้าที่ด้านอารมณ์ได้แตกต่างจากรายการโทรทัศน์อื่น ๆ หรือไม่

ผลกระทบอีกด้านหนึ่งที่เป็นที่สนใจศึกษาอย่างมากก็คือผลกระทบด้านการลงมือปฏิบัติอันได้แก่การตั้งปัญหานำการวิจัยว่า สำหรับผู้ที่ดูรายการศาสนาทางโทรทัศน์แล้ว มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางศาสนามากน้อยเพียงใด เช่น ไปทำบุญที่วัด ทำบุญตักบาตรในชีวิตประจำวัน ช่วยเหลืองานสังคมสงเคราะห์ บริจาคเงินเพื่อการกุศล ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การวัดผลกระทบในระดับพฤติกรรมนี้ก็มีข้อเตือนใจ 2 ประการคือ พฤติกรรมทางศาสนาบางอย่าง เช่น การไปวัดนั้นมีมูลเหตุจงใจมาจากหลายสาเหตุ มิใช่เกิดจากความเข้าใจหรือความศรัทธาในศาสนาเพียงอย่างเดียว (อาจเป็นมูลเหตุทางสังคม ความเคยชิน ฯลฯ) อีกประการหนึ่งก็คือ เราไม่อาจแน่ใจได้ว่า ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับพฤติกรรมด้านศาสนานั้น อะไรเป็นสาเหตุ อะไรเป็นผลลัพธ์ อาจเป็นไปได้ว่า คนที่ศรัทธาศาสนาอยู่แล้ว (เป็นสาเหตุ) จึงมาติดตามดูรายการศาสนาทางโทรทัศน์ (เป็นผลลัพธ์) เป็นต้น

ในเรื่องผลกระทบระดับบุคคลนี้ มีข้อน่าสังเกตว่า การมีประสบการณ์ศาสนาโดยผ่านประสบการณ์ตรงกับประสบการณ์ผ่านสื่อ (mass-mediated experience) นั้น อาจจะสร้างผลกระทบด้านการปฏิบัติที่แตกต่างกัน ในอดีตนั้น เมื่อสมาชิกในชุมชนมีความเชื่อความศรัทธาในศาสนา จะต้องเข้าไปผูกพันและมีส่วนร่วมในศาสนา เช่น ต้องไปวัด ต้องทำบุญ ต้องไปช่วยงานของวัดเพื่อทำนุบำรุงศาสนา ที่เรียกว่า "believing with belonging" แต่ทว่าการเรียนรู้และมี

ประสบการณ์ผ่านสื่อมวลชนที่โดยธรรมชาติแล้ว ไม่มีข้อเรียกร้องให้ผู้ชมต้องผูกพันด้วยนั้นอาจทำให้เกิดสายพันธุ์ใหม่ของศาสนิกชนที่เรียกว่า "ศรัทธาแต่ไม่ผูกพัน (believing without belonging) ขึ้นมา

(ii) **ผลกระทบระดับองค์กร** เราได้กล่าวถึงเรื่องผลกระทบต่อองค์กรไปบ้างแล้วในเรื่องเกี่ยวกับคติความเชื่อเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับศาสนา โดยทั่วไปปรากฏการณ์ที่มักจะรับรู้กันเป็นส่วนใหญ่ก็คือ การทำงานของสื่อมวลชนจะมีผลทำให้ผู้คนเสื่อมศรัทธาต่อองค์กรศาสนา เช่น การรายงานข่าวด้านลบเกี่ยวกับศาสนา อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาวิจัยนั้น อาจจะศึกษาผลกระทบที่มีองค์กรทั้งสองฝ่ายคือ ฝ่ายศาสนา และองค์กรสื่อเองด้วย เช่น

- การมีกฎข้อห้ามเกี่ยวกับการเผยแพร่ศาสนาในบางแง่มุม เช่น ในกรณีของไทยห้ามการแสดงละครโทรทัศน์ที่ใช้พระภิกษุจริง ๆ มาแสดง หรือแสดงพฤติกรรมด้านลบของพระภิกษุ ฯลฯ ข้อห้ามดังกล่าวนี้มีผลกระทบต่อการทำงานของสื่ออย่างไรบ้าง
- ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า เมื่อมีพระสงฆ์บางองค์มาใช้สื่อเผยแพร่ศาสนา แต่ทว่าได้ใช้รูปแบบและเนื้อหาที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของศาสนา ตัวอย่างของไทยก็เช่นกรณีพระพยอมที่ใช้ภาษาหวือหวาแบบวัยรุ่น และใช้ท่วงทำนองแบบสนุกสนาน แต่ทว่าได้รับผลความสำเร็จ กรณีดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรศาสนาบ้างหรือไม่
- เนื่องจากความแตกต่างระหว่างสื่อมวลชนกับศาสนาที่กล่าวมาข้างต้น ด้านองค์กรศาสนาได้มีการปฏิรูปองค์กรเนื่องจากอิทธิพลที่เพิ่มมากขึ้นทุกทีของสื่ออย่างไร ตัวอย่างเช่น มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการใช้สื่อของพระภิกษุบ้างหรือไม่ อย่างไร
- อันเนื่องมาจากความต้องการศาสนาของประชาชนยังมีอยู่มาก และเนื่องจากการทำงานแข่งขันกันภายในสื่อเอง แรงผลักดันดังกล่าวได้ก่อให้องค์กรสื่อมวลชนต้องพัฒนารายการที่เกี่ยวกับศาสนาบ้างหรือไม่ (ในกรณีของสังคมไทย ก็เช่น รายการ "ตามล่าหาแก่นธรรม" ที่มีเนื้อหาแตกต่างจากรายการศาสนาโดยทั่วไป)

(iii) **ผลกระทบระดับสังคม** การศึกษาเรื่องผลกระทบระดับสังคมอาจจะทำการวิจัยหรือวัดผลได้ค่อนข้างช้าและต้องใช้เวลา ตัวอย่างประเด็นปัญหาวิจัยเรื่องผลกระทบกับระดับสังคมก็เช่น

- เมื่อรายการศาสนามีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในสื่อประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ตลาดหนังสือธรรมะที่ขยายตัวอย่างสม่ำเสมอในกรณีของสังคมไทย การแพร่หลายของสื่อด้านศาสนาดังกล่าวมีผลต่อรายการยกระดับจิตสำนึกทางศาสนาของสังคมโดยรวมได้บ้างหรือไม่ อย่างไร

● ผลกระทบด้านสังคมอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ การเดินย้อนรอยของแนวคิดเรื่อง "การทำให้ศาสนากลายเป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละบุคคล" (privatization of religion) แต่เมื่อสื่อมวลชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมเผยแพร่ศาสนามากขึ้น จะมีผลทำให้เรื่อง "จิตวิญญาณ" เรื่อง "ความศรัทธา" กลับคืนมาสู่ปริมณฑลสาธารณะ (public sphere) บ้างหรือไม่ อย่างไร (สนใจงานศึกษาเรื่องผลกระทบของไทย โปรดดู รัตนาวดี (2539))

(5.3) การศึกษาการทำงานร่วมกันของบุคลากรในสถาบันสื่อและศาสนา

สำหรับการศึกษาในแง่มุมนี้จะเน้นที่ขั้นตอนของการผลิตโดยเน้นที่ระดับบุคลากรในสถาบันสื่อและศาสนาที่มาทำงานร่วม การศึกษาในแง่มุมนี้ยังมีอยู่น้อยมาก ตัวอย่างประเด็นปัญหาที่สามารถจะศึกษาได้ ก็เช่น

(i) **ประวัติศาสตร์ของการที่บุคลากรทางศาสนานำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้** ตัวอย่างเช่น งานศึกษาในสหรัฐที่พบว่า ในระยะแรกพระสงฆ์จะนำเอาเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ไปใช้ในลักษณะส่วนตัว เช่น เอาหนังไปฉายในวัด เอาไมโครโฟนไปใช้เทศน์ในวัด ฯลฯ สำหรับทัศนคติของบุคลากรศาสนาที่จะมีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ นั้นก็มีเรื่องประเภทของสื่อเข้ามาเป็นตัวแปรเกี่ยวข้องด้วยดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น (กรณีที่น่าศึกษาของไทยก็คือ การที่พระไตรปิฎกมาอยู่ใน CD Rom) แต่โดยทั่วไปแล้ว แบบแผนของทัศนคติมักจะเริ่มต้นด้วยความหวาดระแวงสงสัยก่อนเป็นประการแรก และค่อยเปลี่ยนแปลงมาเป็นความเข้าใจ จนกระทั่งจบท้ายด้วยการเข้ามาใช้สื่อทุกประเภทอย่างเต็มอกเต็มใจ

จากลักษณะการนำสื่อไปใช้เป็นส่วนตัวที่ยังอยู่ในปริมณฑลทางศาสนา รูปแบบของการเข้ามาใช้สื่อเริ่มเปลี่ยนมาเป็นกลยุทธ์เชิงรุกมากขึ้น กล่าวคือ บุคลากรทางศาสนาได้ก้าวเข้ามาในปริมณฑลของสื่อ ในสหรัฐเริ่มเกิดมีพระนักเทศน์เก่ง ๆ ทางโทรทัศน์และสามารถสร้างวาทกรรมของตนเองให้อยู่ในปริมณฑลทางสาธารณะ (public sphere) เช่น การแสดงทัศนะของพระภิกษุต่อปัญหาบ้านเมือง หรือการเทศน์ระดมเงินผ้าป่ากู้ชาติของหลวงตามหาบัว เป็นต้น ซึ่งเท่ากับในด้านหนึ่ง บทบาทของศาสนาได้ค่อย ๆ ย้อนกลับมาอยู่ในปริมณฑลสาธารณะอีกครั้งหนึ่ง แต่ในเวลาเดียวกัน เมื่อต้องเข้ามาเป็นบุคคลสาธารณะ (public figures) เข้ามามีอำนาจในปริมณฑลสาธารณะ สถาบันศาสนาก็มีราคาที่ต้องจ่ายเช่นเดียวกัน ดังนั้น แม้ว่าการกระทำผิดในเรื่องต่าง ๆ ของพระภิกษุสงฆ์จะมีมาแต่ครั้งอดีต แต่ทว่าในยุคของสังคมข่าวสารนี้ การรับรู้ความผิดพลาดของบุคลากรในศาสนาเป็นไปอย่างกว้างขวาง และเจาะลึกในรายละเอียด (เช่น การสอบสวนการกระทำผิดทางเพศของพระยันตระ) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยมีมาก่อนในสังคมและเป็นปรากฏการณ์แบบใหม่สำหรับการตรวจสอบสถาบันศาสนา

P. Horsfield (1984) ตั้งข้อสังเกตสถานการณ์ปัจจุบันของการที่บุคลากรทางศาสนาเข้ามาใช้สื่อมวลชนว่า โดยส่วนใหญ่บุคลากรทางศาสนามักจะไม่ค่อยเข้าใจธรรมชาติและธาตุแท้ของสื่อมวลชนเท่าใดนัก ความเข้าใจโดยทั่วไปของพระสงฆ์ที่มีต่อสื่อมวลชนก็คือ มองเห็นว่า เป็น "เครื่องมือ/เทคโนโลยีแบบหนึ่ง" แต่ทว่ายังมองไม่เห็นว่า สถาบันนี้มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจการเมืองอย่างไร รวมทั้งยังไม่เข้าใจว่า สถาบันสื่อมวลชนเป็นกลไกทางวัฒนธรรมในการสร้างสรรค์ความหมาย สร้างปรัมปราคติความเชื่อเช่นเดียวกับที่ศาสนาเคยกระทำมาก่อน ดังตัวอย่างงานวิจัยด้านการแพทย์ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ฐานความรู้ที่คนในสังคมมีอยู่เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บและการเยียวยารักษานั้นได้มาจากโทรทัศน์มากว่าจะมาจากหมอหรือพยาบาล เป็นต้น โดยทั่วไป บุคลากรทางศาสนา (ในกรณีของคริสตศาสนา) มักจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อการศึกษา สื่อที่มีสาระประโยชน์ แต่ทว่าสื่อประเภทดังกล่าวมิใช่สื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่เปิดชมอยู่ ดังนั้นจึงเกิดช่องว่างด้านข่าวสารระหว่างบุคลากรทางศาสนากับประชาชนทั่วไปอยู่เสมอ

(ii) **ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรทั้งสองสถาบันในกระบวนการผลิต** อาจกล่าวได้ว่าการที่พระสงฆ์ได้ก้าวเข้ามาในปริมณฑลของสื่อมวลชนนั้น นับเป็นปรากฏการณ์ทางศาสนาที่แสดงให้เห็นการปรับตัวของสถาบันดั้งเดิมในโลกสมัยใหม่ แต่เนื่องจากศาสนาเองก็มีรูปแบบ มีเนื้อหา มีรหัสในกระบวนการผลิตข่าวสารของตนเองอยู่แล้ว ในขณะที่สื่อมวลชนก็มีรูปแบบเนื้อหาและรหัสในการผลิตข่าวสารของตนเองอยู่เช่นกัน และดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า รหัสในกระบวนการผลิตข่าวสารทั้งสองสถาบันนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมากพอสมควร เช่น

- ลักษณะเนื้อหา เนื้อหาของศาสนามักเป็นเรื่องนามธรรม จับต้องได้ยาก เป็นเรื่องของศรัทธาที่เหนือโลก แต่เนื้อหาของสื่อมวลชนนั้นต้องเน้นเรื่องรูปธรรม สัมผัสจับต้องได้ เป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปของโลกที่คนส่วนใหญ่รับรู้ และเป็นเรื่องของการให้ข้อมูลและใช้เหตุผลคิดวิเคราะห์
- ลักษณะของวิธีคิด วิธีคิดแบบสมัยใหม่ของสื่อมวลชนจะเป็นแบบตรรกะและเป็นแบบเส้นตรง (linear) แต่วิธีคิดของศาสนาจะไม่เป็นแบบเส้นตรง (non-linear) มีวิธีคิดแบบเชื่อมโยงต่อเนื่องกันไป (association) วิธีคิดดังกล่าวจะมาปรากฏในการเลือกใช้แบบวิถีของการสื่อสาร (Mode of communication)

(iii) ภาษาและสัญลักษณ์ที่สถาบันศาสนาใช้อยู่นั้นอาจไม่เป็นที่รับรู้ ไม่รู้จัก หรือไม่เข้าใจเลยของบุคลากรด้านสื่อมวลชน เช่น กรณีที่ท่านพุทธทาสกล่าวว่า "ให้ทำงานด้วยจิตว่าง" คำว่า "ว่าง" และ "จิตว่าง" เป็นคำที่สื่อมวลชนอาจจะไม่เข้าใจ (ถ้า "ว่าง" ก็น่าจะแปลว่า "ไม่ต้องทำงานแล้ว" ตามรหัสสมัยใหม่)

(iv) วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเวลาและสถานที่ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญในกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่นความแตกต่างด้านปริมาณเวลา ในการเทศน์นั้นจะใช้เวลายาวนาน แต่วัฒนธรรม

แบบจับเวลา (clock culture) ของโทรทัศน์จะต้องใช้เวลาสั้น ๆ อย่างกระชับ การจัดฉาก/สถานที่ของศาสนาจะมีรหัสที่แน่นอนว่าจะต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง ซึ่งแตกต่างไปจากวัฒนธรรมการจัดฉากของโทรทัศน์ ฯลฯ ดังนั้นการทำงานร่วมกันในด้านกระบวนการผลิตข่าวสารระหว่างบุคลากรใน 2 สถาบันจึงเท่ากับเป็นการพบกันและเป็นการผสมผสานกันทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจศึกษา

(v) กลยุทธ์ในการสื่อสารนั้นมีข้อเหมือนและข้อต่างกันมากน้อยเพียงใด ในวัฒนธรรมสื่อมวลชนนั้น ต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและถือเอาผู้รับสาร (audience-oriented) เป็นหลักในการสร้างสรรค์เนื้อหา และเน้นเทคโนโลยีด้านการผลิตมาช่วยในการผลิต เน้นความสำคัญของ "รูปแบบ" มากกว่าหรือเท่าเทียมกับ "เนื้อหา" เช่นสำหรับสื่อโทรทัศน์แล้ว "ภาพ" และ "บุคลิกภาพ" เท่านั้นที่เป็นหัวใจสำคัญ กลยุทธ์ในการสื่อสารของศาสนาอาจจะแตกต่างกันออกไป เช่น ใช้กลยุทธ์ที่ถือเอาผู้ผลิตสารเป็นหลัก (Sender-oriented) เน้นความสำคัญของ "เนื้อหา" มากกว่า "รูปแบบ"

(vi) ความน่าสนใจของการศึกษาเรื่องการทำงานร่วมกันในกระบวนการผลิตจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น ในกรณีที่เนื้อหาศาสนาได้สอดแทรกเข้าไปในรายการประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วของโทรทัศน์ เช่น รายการสนทนา (talk show) รายการเกมโชว์ รายการตอบปัญหา (quiz show) รายการดนตรี รายการละคร รายการนิตยสารทางอากาศ (magazine) รายการกีฬา ฯลฯ

(vii) การศึกษาเปรียบเทียบสถานภาพของผู้ผลิตข่าวสาร

ในโครงสร้างของสถาบันศาสนา พระจะมีสถานภาพเป็นผู้มีอำนาจ (authority) ที่มีฐานแห่งอำนาจมาจากความชอบธรรม แต่ทว่าเมื่อพระสงฆ์ก้าวเข้ามาสู่ปริมณฑลของสื่อมวลชนซึ่งทำงานอยู่ในระบบตลาด ทุกอย่างที่เวียนว่ายอยู่ในปริมณฑลนี้จะถูกเปลี่ยนสภาพให้เป็น "สินค้า" (commodity) ไปหมด ดังนั้น จึงมีคำถามที่ควรวิจัยว่า "สถานภาพของพระสงฆ์ในวงการสื่อมวลชน" จะดำรงอยู่ในสภาวะเช่นใด

นอกจากนั้นยังมีความแตกต่างในเรื่องเกณฑ์การวินิจฉัยคุณค่า ดังที่กล่าวมาแล้วว่าอำนาจความชอบธรรมของพระสงฆ์นั้นมาจาก "การกระทำ" เป็นหลัก ที่ในศาสนาพุทธเรียกว่าเป็น "พระผู้ปฏิบัติชอบ" หรือหากกล่าวในภาพของ Boorstin (1961) ก็คือ เป็น "hero" เนื่องจากการกระทำ แต่ทว่า เกณฑ์การวินิจฉัยคุณค่าของสื่อมวลชนนั้นอยู่ที่ "การพูด/การแสดง" ดังนั้น จึงมีคำกล่าวว่า ทั้ง DJ และพระสงฆ์นั้นต่างก็ "เทศน์" สั่งสอนให้คนทำความดีด้วยกันทั้งคู่ หากทว่าความแตกต่างนั้นจะอยู่ที่ "DJ" นั้นจะถูกเรียกร้องให้ "เทศน์" แต่อาจจะ "ไม่จำเป็นต้องลงมือทำ" แต่ทว่าสำหรับพระสงฆ์นั้นจะถูกเรียกร้องให้ "ทำอย่างที่เทศน์" นี่จึงนำมาสู่ปัญหาที่ว่า เมื่อ "พระ" ไปออกวิทยุหรือโทรทัศน์ เกณฑ์การวินิจฉัยคุณค่าของบุคลากรจะเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ กล่าวในภาษาของ Boorstin ก็คือ บุคคลจะกลายเป็น "ผู้มีชื่อเสียง" แล้ว (celebrity) เนื่องจากการ

สนับสนุนของสื่อ (เทศน์เก่งทางโทรทัศน์) โดยที่อาจจะไม่จำเป็นต้องเป็น "วีรบุรุษ" (hero) ในชีวิตจริงก็เป็นได้

ในอีกส่วนหนึ่งที่สามารถจะศึกษาได้ก็คือ ขอบเขตและการขยายขอบเขตของบุคลากรในสองสถาบัน เนื่องจากในทุกสถาบันจะต้องมีบรรทัดฐานสำหรับการปฏิบัติตัวของบุคลากรในองค์กร ตัวอย่างที่ชัดเจนสำหรับสังคมไทยก็เช่น พุทธศาสนาได้กำหนดขอบเขตของพระสงฆ์มิให้เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับ "เรื่องทางโลก" เนื่องจาก "มิใช่กิจของสงฆ์" ในเวลาเดียวกัน ก็มีข้อปฏิบัติสำหรับบุคคลภายนอกที่จะนำเข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น เรื่องในสถาบันสงฆ์ ต้องให้สถาบันสงฆ์เป็นผู้ดำเนินการ บรรทัดฐานเกี่ยวกับขอบเขตทั้งหมดนี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการก้าวเข้ามาทำงานร่วมกันระหว่างพระสงฆ์และนักสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา เช่น พระภิกษุจะให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับประเด็นโสเภณี การล่วงละเมิดทางเพศ ฯลฯ ได้มากน้อยเพียงใด

(5.4) การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการ

การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการต่าง ๆ ของสื่อเป็นแนวทางการวิจัยที่มีมากที่สุดในงานศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับศาสนา การศึกษาเนื้อหาและความหมายนี้อาจจะกระทำได้โดยสลับกัน กล่าวคือ อาจจะหยิบยกเอา "รายการศาสนา" มาวิเคราะห์ว่ามี "เรื่องทางโลก" อะไรบ้างอยู่ในเนื้อหา ในทางกลับกัน อาจจะหยิบเอา "รายการทางโลก" มาค้นหาว่ามี "เรื่อง/กลิ่นอายศาสนา" อะไรแฝงเร้นอยู่ภายในบ้าง

ในที่นี้จะยกตัวอย่างการวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาดังนี้

(i) การวิเคราะห์ประเภทเนื้อหาของรายการศาสนาในโทรทัศน์

(ii) การวิเคราะห์ค่านิยมพื้นฐานของรายการศาสนา

(iii) การวิเคราะห์การใช้สัญญะ

(iv) การวิเคราะห์ "ลักษณะศาสนา" ในสื่อทางโลก

(v) การหยิบยืม "การสื่อสารของศาสนา" มาใช้ในสื่อสมัยใหม่

(vi) การเล่าเรื่อง/การสร้างภาพลักษณ์ "ศาสนา" ผ่านสื่อ

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(i) การวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหารายการศาสนา

ในการวิเคราะห์เนื้อหานั้น อาจเริ่มต้นตั้งแต่การจัดประเภทเนื้อหาของรายการศาสนาโทรทัศน์ว่า โดยภาพรวมแล้วเป็นเนื้อหาประเภทใด เช่น

- เป็นเนื้อหาที่ตอบสนองความสนใจของสังคม (Social Interest)
- เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับหลักธรรมคำสั่งสอน
- เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นปัจจุบันของสังคม (Social Current Issues) รวมทั้งท่าทีที่สถาบันศาสนาจะมีต่อประเด็นเหล่านี้
- เป็นประเด็นที่เกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กรศาสนา

ฯลฯ

(ii) **การวิเคราะห์ค่านิยมพื้นฐานของรายการศาสนาในโทรทัศน์**

ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ Hoover (อ้างใน Abelman & Hoover, 1990) พบว่าบรรดาค่านิยมพื้นฐานในรายการศาสนาทางโทรทัศน์ของสหรัฐนั้นจะมีลักษณะดังนี้คือ

- โดยแก่นเรื่องแล้วจะเน้นเรื่องราวของ "ผู้มีอำนาจ" (authority)
- ตัวละครที่มีบทบาทในเรื่องจะเน้นบทบาท "ปัจเจกบุคคล" มากกว่า "การรวมกลุ่ม"
- ค่านิยมที่มีในเนื้อหาจะสอดคล้องกับค่านิยมโดยทั่วไปของสังคมอเมริกัน คือ ความก้าวหน้า ความมั่งคั่ง ความสะดวกสบาย ฯลฯ
- มีการตอกย้ำความเชื่อทางศาสนาด้วยการนำเอาคนที่มีชื่อเสียงมายืนยันประสบการณ์ของตนที่หากเชื่อและศรัทธาในศาสนาแล้วจะประสบความสำเร็จทางโลกที่เรียกว่า "Successful People Syndrome"
- มักใช้การดำเนินเรื่อง (plot) ด้วยการให้ความชั่วและความดีต่อสู้กัน และจบท้ายด้วยชัยชนะของฝ่ายความดี
- มีเนื้อหาจำนวนมากที่กล่าวถึง "หายนะหรือจุดจบของโลก" อันอาจเนื่องมาจากสภาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แต่ทว่าจะมีการปลอบใจว่า หลังจากพ้นยุคของหายนะแล้ว ก็จะถึงยุคของความเจริญรุ่งเรือง

(iii) **การวิเคราะห์การใช้สัญญะ**

เนื่องจากในเนื้อหาของรายการศาสนาทางสื่อมวลชนนั้นจะมีการนำเอาสัญลักษณ์ศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายมาใช้ (Sacred symbols) และมีท่วงทำนองการนำเสนอแบบมีสุนทรียศิลป์ (poetic construction) เช่น การใช้ภาษาที่สละสลวยสวยงาม ให้ความรู้สึกดื่มด่ำใจ โดยที่ยังคงเป็นวาทกรรมสาธารณะอีกด้วย ซึ่งเป็นลักษณะวาทกรรมที่มีไม่มากนักในสื่อโทรทัศน์ที่มักใช้ท่วงทำนองแบบธรรมดาสามัญ แต่เนื่องจากเป็นสื่อของมวลชน ดังนั้นก็ต้องมีสัญลักษณ์แบบทางโลก (Secular symbols) ปะปนอยู่ด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาในแบบเชิงคุณภาพ จึงอาจ

ได้แก่การศึกษาวิจัยลักษณะการใช้สัญลักษณ์ทั้ง 2 ประเภท การนำสัญลักษณ์มาสอดใส่ในตัวบท และความหมายต่าง ๆ ที่เกิดจากสัญญะนั้น (สนใจงานของไทย โปรดดู วิชชุดา, 2539)

(iv) **การวิเคราะห์"ลักษณะศาสนา"ในสื่อทางโลก**

การวิเคราะห์ "ลักษณะแบบศาสนา" ที่ปรากฏอยู่ในสื่อแบบทางโลกทั่ว ๆ ไป G. Murdock (1997) เขียนถึงปรากฏการณ์ที่สื่อสมัยใหม่จำนวนมากไม่ว่าจะเป็นละคร ข่าว ดนตรี ฯลฯ ดูมีทีท่าว่าจะพากัน "หันหน้าเข้าวัด" ด้วยการบรรจุกลิ่นอายของศาสนาลงไปในผลงานของสื่อสมัยใหม่เหล่านี้ Murdock อธิบายที่มาของปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า เมื่อโลกมนุษย์ก้าวเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า "โลกสมัยใหม่" นั้น บรรดาคุณสมบัติของ "ความเป็นสมัยใหม่" ก็ได้ก้าวเข้าแทนที่ "อดีต" ที่เคยเป็นมา ในสังคมอุตสาหกรรม ที่ทางทั้งหมดถูกก่อสร้างเป็นโรงงานจนเต็มไปหมดและไม่มีที่ว่างเหลือให้เหล่าทวยเทพเทวดามาร่ายรำ มือที่มองไม่เห็นของตลาดเข้าทำงานแทนหัตถ์ของพระเจ้า รหัสธรรมล้ำลึก (mystery) ถูกแทนที่ด้วยการวัดและการคิดคำนวณ จิตวิญญาณของธรรมชาติถูกแทนที่ด้วยการควบคุมของมนุษย์ งานทุกอย่างถูกแบ่งซอยและถูกทำให้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ฯลฯ กระบวนการทั้งหมดนี้อาจเรียกว่า "การขจัดจิตวิญญาณ" (de-spiritualization) ให้หมดไปจากสังคมมนุษย์ วัฒนธรรมสมัยใหม่จึงอยู่กันด้วยลักษณะทางกายภาพ (รูปร่างมนุษย์) ความมั่งคั่ง สุขอนามัย เตาอบ หลอดไฟ ฯลฯ โดยไม่สนใจคำถามเรื่อง "ชีวิตมีความหมายอะไร ตายแล้วจะไปไหน วิญญาณมีจริงหรือไม่" มากเท่าใดนัก

แต่ทว่า วัฒนธรรมสมัยใหม่ดังกล่าวก็ไม่อาจทำให้มนุษย์มีความสุขอย่างเต็มที่ได้ทั้งๆ ที่มีทุกอย่างสมบูรณ์แล้ว ที่ Weber (1964) เรียกว่าเป็น "สภาวะความไม่พึงใจของมนุษย์" (Disenchantement) ทั้งนี้เนื่องจากทุกสิ่งทุกอย่างที่มีอยู่ล้วนแต่เป็นสภาวะชั่วคราว ไม่มีความแน่นอน (ทั้งความไม่แน่นอนตามธรรมชาติ และความไม่แน่นอนที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ระบบเศรษฐกิจ การว่างงาน เงินเฟ้อ) และในขณะที่มนุษย์เป็นอิสระหลายอย่างจากธรรมชาติ แต่มนุษย์ก็กลับมาติดกับของ "ระบบข้าราชการ" (bureaucracy) ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเสียเอง

จากปรากฏการณ์ความเป็นจริงอันไม่สมบูรณ์และไม่อาจให้ความสุขอย่างแท้จริงแก่มนุษย์ดังกล่าว ทำให้เกิดการหวนคืนกลับไปโหยหาบทบาทของศาสนาที่เคยทั้งปลอบประโลมใจและทั้งให้ความหวังแก่มนุษย์อีกครั้งหนึ่ง ประจักษ์พยานอย่างหนึ่งก็คือ การปรากฏกลิ่นอายของศาสนาในผลงานสื่อสมัยใหม่นั้นเอง (Sacralization) ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่องแฟรงเกนสไตน์ที่ตั้งคำถามกับการที่มนุษย์กระทำตัวเป็นพระเจ้าเสียเอง หรือภาพยนตร์ Sci-Fi เรื่อง Star Trek

Jindra อ้างใน (Hoover, 1997) สำรวจ "กลิ่นอายศาสนา" ที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง Star Trek ที่ช่วยทำหน้าที่แบบจิตบำบัดที่ศาสนาเคยกระทำมาก่อน เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์ชุดนี้ ผู้วิจัยพบลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้คือ

- การนำเสนอ "คุณค่า" ที่จะช่วยให้มนุษย์แก้ไขปัญหาได้ อันล้วนแล้วแต่เป็นคุณค่าทางศาสนาทั้งสิ้น เช่น ความรัก ความเมตตา การให้อภัย อหิงสธรรม การเสียสละ ฯลฯ
- หนทางที่จะทำให้มนุษย์อยู่รอดได้ คือ สมานฉันท์ของกลุ่ม (Group Solidarity)
- แก่นเรื่องแบบการจาริกแสวงบุญออกไปในที่ต่าง ๆ (pilgrimage)
- การที่จะบรรลุสู่หนทางแก้ปัญหานั้น จะต้องผ่านความเจ็บปวดและการมีบาดแผลริ้วรอย (stigma)

ในขณะที่ Star Trek นั้นเป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์ที่มองดูรูปโฉมจากภายนอกแล้ว น่าจะเห็นเป็นหนังวิทยาศาสตร์นั้น แต่เนื้อในแล้วมีลักษณะเชิงศาสนาบรรจุอยู่อย่างเต็มเปี่ยม ปัจจุบันนี้ ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดจำนวนมากต่างพากันหันหน้าเข้าวัดอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น Seven/Devil's advocate จนกระทั่งถึงเรื่อง Contact เป็นต้น

หรือตัวอย่างงานวิจัยของ E. Shegog (อ้างใน Chris, 1993) ที่วิเคราะห์ลักษณะศาสนาที่ปรากฏในละครโทรทัศน์โดยผู้วิจัยเริ่มต้นจากจุดยืนที่ไม่เห็นด้วยกับทัศนะที่ว่า สื่อสมัยใหม่เช่น โทรทัศน์ หรือรายการประเภทละครโทรทัศน์นั้นมีแต่เรื่องฉาบฉวย ไร้สาระ หาแก่นสารไม่ได้ และปราศจากคุณค่าทางศีลธรรมและศาสนา ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ให้เห็นว่าละครโทรทัศน์และศาสนานั้นมีลักษณะและทำหน้าที่คล้ายคลึงกันอย่างยิ่ง กล่าวคือ

- ละครโทรทัศน์มีการแบ่งแยกขั้วเป็น 2 ข้างโดยเกณฑ์ที่ใช้ก็คือ "ความดี/ความชั่ว" ไม่ว่าจะเป็นพระเอก/ผู้ร้าย นางเอก/นางผู้ร้าย และขั้วทั้งสองนี้ต่างก็ขัดแย้งและต่อสู้กัน โดยที่ฝ่ายดีและฝ่ายชั่วจะใช้วิธีการที่แตกต่างกัน และลงท้ายแล้ว ฝ่ายดีจะเป็นฝ่ายที่ได้ชัยชนะ วิธีการเล่าเรื่องแบบดังกล่าวนั้นมิได้แตกต่างไปจากเนื้อหาของศาสนาเลย
- ละครโทรทัศน์มีลักษณะเป็น "จินตนาการ" (fantasy) ที่หลุดพ้นออกไปจาก "โลกแห่งความเป็นจริง" ทั้งนี้เพื่อที่จะได้รักษาระยะห่างมากพอที่จะย้อนกลับมาสำรวจดูโลกที่เป็นจริงประการหนึ่ง และเพื่อปลดปล่อยตนเอง(ชั่วคราว)ออกจากกรงขังแห่งความเป็นจริง ดังเช่นไตเติ้ลของภาพยนตร์เรื่อง "Star Trek" ที่เปิดด้วยประโยคที่ว่า "เรากำลังจะท่องไปในจินตนาการที่ล้ำลึกอย่างไร้ขอบเขตของจักรวาลและดิ่งลึกลงไปในอาณาจักรที่ไม่มีเส้นกั้นพรมแดนของจิตใจของเราเอง" หน้าที่การพามนุษย์เดินทางออกจากโลกแห่งความจริงไปสู่จินตนาการอันเป็นเสรีนั้น ก็เป็นหน้าที่ที่ศาสนาเคยกระทำมาก่อน
- การสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์และผู้รับสารจะมีลักษณะเช่นเดียวกับการไปฟังเทศน์ในศาสนา กล่าวคือมีทั้งลักษณะ sympathy และมีทั้ง distance ลักษณะ sympathy นั้นจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกร่วมไปกับเรื่องราวในศาสนาหรือเกิดความรู้สึกเป็น

ตัวละครตัวหนึ่ง (identify) แต่ในเวลาเดียวกันก็ยังมีช่วงเวลาให้แยกตัว (distance) ออกมาขบคิดไตร่ตรองได้

ในขณะที่ละครโทรทัศน์มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับศาสนาที่กล่าวมาข้างต้นนี้ แต่ทว่าความแตกต่างระหว่างศาสนากับละครโทรทัศน์ก็ยังคงมีอยู่อันเนื่องมาจากธรรมชาติที่แตกต่างกันของแบบแผนการสื่อสาร ในแบบแผนการสื่อสารของศาสนานั้นมักจะเป็นการรับสารร่วมกัน (collective) และจังหวะการสื่อสารของศาสนาจะดำเนินไปอย่างช้าๆ มีจังหวะทั้งรับข้อมูลเข้าไปและมีช่วงเวลาย่อยขบคิดไตร่ตรอง รวมทั้งยังมีการตีความร่วมกัน (โดยพระสงฆ์มักจะมีผู้ทำหน้าที่ดังกล่าว) แต่ทว่าแบบแผนการสื่อสารของละครโทรทัศน์จะเป็นการรับสารเป็นส่วนตัว (private) และมีจังหวะการไหลของข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วจนไม่มีเวลาย่อยหรือขบคิด และไม่มีการตีความร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการด้านสื่อสารบางท่านจึงให้ความสนใจกับการพูดคุยกันหลังจากดูละครโทรทัศน์แล้ว เนื่องจากถือว่าเป็นการเสริมลักษณะที่คล้ายคลึงกับแบบแผนการสื่อสารของศาสนา

(v) **การหยิบยืม "การสื่อสารของศาสนา" มาใช้ในสื่อสมัยใหม่**

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า สถาบันศาสนาเป็นสถาบันที่ใช้การสื่อสารมาก่อนเป็นเวลานานก่อนที่สื่อสมัยใหม่จะเกิดขึ้น ดังนั้น ในสถาบันศาสนาจึงมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารบรรจุอยู่อย่างมากมาย โดยที่สื่อมวลชนที่เกิดตามมาทีหลังนั้นได้หยิบยืมเอา "การสื่อสารของศาสนา" มาใช้ในงานของตน (หรืออาจเรียกว่าเป็นกระบวนการผลิตซ้ำ - reproduction)

ใน Hoover & Lundby (1998) Lundby เสนอว่า บรรดา "เหตุการณ์สำคัญ ๆ สำหรับสื่อ" (Media events) ซึ่งได้แก่บรรดาพิธีกรรมทั้งหลาย เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก พิธีปิดเปิดฟุตบอลโลก พิธีอภิเษกสมรสของฟ้าชายชาร์ลส์กับเจ้าหญิงไดอาน่า ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนแต่นำเอาวิธีการสื่อสารแบบศาสนา (religious mediation) มาใช้ทั้งสิ้น เช่น วิธีการเล่าเรื่อง (Narration) ที่ถูกนำมาใช้ในพิธีเปิดโอลิมปิกปี 2000 ที่ประเทศออสเตรเลีย ก็นำเอาวิธีการเล่าเรื่องการมาตั้งรกรากของชนเผ่าต่าง ๆ ในประเทศนี้ในลักษณะเดียวกับการเล่าเรื่องในคัมภีร์ไบเบิล การสร้างภาพตัวแทนร่วมกัน (collective representation) การใช้สัญลักษณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสง่างาม หรือแม้แต่ความลึกลับเช่นการมาปรากฏตัวของ Michael Jackson เวลาแสดงคอนเสิร์ต อย่างไรก็ตาม การหยิบยืมรูปแบบทางศาสนามาใช้ในสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้น ก็ได้ทำการ "แปลงร่าง" (reshape) ให้ผิดเพี้ยนไปจากเดิมบ้างเนื่องจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีของการสื่อสาร เช่น การทำให้คนนับพันล้านคนได้เข้าร่วมเห็นพิธีกรรมพร้อม ๆ กันนั้นเป็นปรากฏการณ์ที่ศาสนาสมัยก่อนไม่อาจกระทำได้

(vi) **การเล่าเรื่อง/การสร้างภาพลักษณ์ "ศาสนา" ด้านสื่อ**

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า สำหรับคนรุ่นใหม่นั้น การมีประสบการณ์ตรงกับศาสนานั้นจะมีน้อยมาก เนื่องจากการถอยห่างออกไปของสถาบันศาสนาจากมิติในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตาม คนรุ่นใหม่จะยังคงรู้จักกันสถาบันนี้โดยผ่าน "คนกลาง" คือสถาบันสื่อมวลชน ดังนั้น ในขณะที่ไม่มีหรือมีประสบการณ์ตรงกับศาสนาน้อยมาก ภาพลักษณ์ของศาสนาในทัศนะของคนรุ่นใหม่จึงขึ้นอยู่กับ "คนกลาง/สื่อมวลชน" ว่าจะเล่าเรื่อง "ศาสนา" ให้ออกมาเป็นอย่างไร

A. Chris (1993) ศึกษาภาพโดยรวมของภาพลักษณ์ของ "ศาสนา" ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ในสหรัฐ พบผลที่น่าสนใจดังนี้

- เรื่องราวของศาสนาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสถาบันและองค์กรของศาสนา เรื่องการเมืองที่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับศาสนา และเรื่องตัวบุคคล โดยมีเรื่องหลักธรรมของศาสนาน้อยมาก

- เรื่องของศาสนามักถูกนำเสนอในลักษณะประเด็นความขัดแย้งทางสังคม เช่น สงครามระหว่างศาสนา บรรดาเรื่องที่เป็น "ข่าวดี" ของศาสนา เช่น การร่วมมือกันระหว่างศาสนา บทบาทของศาสนาในทางสร้างสรรค์ ฯลฯ จะมีน้อยมาก ทั้งนี้น่าจะเนื่องมาจากรูปแบบ "ท่าบังคับ" ของสื่อมวลชนที่ต้องหยิบยกแง่ลบของทุกสถาบันมากล่าวถึงมากกว่าจะพูดถึงข้อดี กรณีของสถาบันศาสนาก็ไม่ใช่ข้อยกเว้น

(5.5) ปฏิบัติการและรูปแบบใหม่ ๆ ทางศาสนากับบทบาทของสื่อมวลชน

ในการพิจารณาบทบาทของสถาบันศาสนาและสถาบันสื่อมวลชนในสังคมนั้น จำเป็นต้องวิเคราะห์โดยดูบริบทของสังคมโดยส่วนรวมควบคู่กันไป ในกรณีของสังคมอเมริกัน บทบาทของสถาบันศาสนาได้ลดลงในช่วงหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 พร้อม ๆ กับการก้าวขึ้นมาของสถาบันสื่อมวลชนโดยเข้ามาแบกรับหน้าที่ที่สถาบันศาสนาเคยกระทำมาก่อน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากธรรมชาติของทั้งสองสถาบันนั้นแตกต่างกัน รวมทั้งบริบทสังคมที่สถาบันทั้งสองทำหน้าที่อยู่ก็แตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อมีการประสานงานระหว่าง 2 สถาบันดังเช่นในกรณีของรายการศาสนาทางโทรทัศน์ที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบและปฏิบัติการแบบใหม่ ๆ ของศาสนา พร้อมกันนั้น สถาบันศาสนาเองก็มิได้สูญสลายไปง่าย ๆ ดังที่เคยเข้าใจกันมาก่อน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสถาบันนี้เป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่ก่อตัวมาอย่างยาวนาน ดังนั้น จึงมีศักยภาพในการปรับตัวอยู่ไม่น้อย ประเด็นที่อาจจะศึกษาค้นคว้าได้ก็คือ สถาบันศาสนาได้ปรับตัวเข้าสู่โลกสมัยใหม่อย่างไร และในการนี้สื่อมวลชนได้มีบทบาทอะไรบ้าง

(i) อิทธิพลของอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและศาสนพาณิชย์

จากทัศนะของสำนักแฟรงเฟิร์ต เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีระบบการทำงานแบบอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry) มีเป้าหมายการผลิตเพื่อกำไร

และมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาในวงโคจรให้กลายเป็นสินค้า เพราะฉะนั้น แม้แต่บรรดาองค์ประกอบย่อย ๆ ของศาสนาซึ่งโดยธรรมชาติแล้วต้องยืนอยู่คนละข้างกับอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม แต่เมื่อศาสนาได้ก้าวเข้ามาสู่วงโคจรของอุตสาหกรรมดังกล่าว ศาสนาเองก็มีชะตากรรมไม่แตกต่างไปจากสิ่งอื่น ๆ ดังนั้นปรากฏการณ์ของศาสนพาณิชย์จึงเกิดขึ้นโดยทั่วไปโดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้ให้การสนับสนุน ในกรณีของไทยที่เห็นได้อย่างชัดเจนคืออุตสาหกรรมพระเครื่อง (ซึ่งจะทำได้ก็ต่อเมื่อต้องมีสื่อมวลชนช่วยบอกบุญแจ้งข่าวหรือประชาสัมพันธ์ให้) หรือการเรี่ยไรบอกบุญทางโทรทัศน์ เป็นต้น

Hoover (อ้างใน Abelman & Hoover, 1996) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่ผ่านการระดมทุนผ่านทางโทรทัศน์ในอเมริกา และค้นพบกลยุทธ์สำคัญ ๆ ดังนี้คือ

- การคัดลอกข้อความจากพระคัมภีร์ (ตัวบท) มาใส่ในบริบทใหม่ให้มีความหมายใหม่
- การนำเอานิทาน/ชาดก/เรื่องเล่าในคัมภีร์ศาสนามาสอดใส่ในบริบทปัจจุบัน
- การนำเอาหลักการเรื่อง "การให้" (giving) มาแทนที่ "การรับ" (getting) หรือหลักการเรื่องการลงทุนด้วย "การให้" และจะได้กำไรคืนเป็น "การรับ"
- การนำเอาแหล่งอ้างอิงทางโลกมาใช้แทนแหล่งอ้างอิงทางศาสนา เช่น นำเอาเศรษฐีมาเป็นกรณีตัวอย่างมากกว่าจะเป็นพระภิกษุ
- การใช้แรงจูงใจทางวัตถุเพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจทางศาสนา เช่น ส่งเหรียญปลุกเสกบูชาไปให้ทางไปรษณีย์เพื่อให้เกิดการบริจาค การใช้คำอธิบายที่ว่า "ยิ่งบริจาคมาก ก็เท่ากับซื้อที่เนื้อนาบุญบนสวรรค์เอาไว้มาก หรือหากจ่ายมากก็จะได้เข้าเฝ้าพระพุทธเจ้าอย่างใกล้ชิด"
- นำเอา**วิธีการ** (methodology) มาแทน**ตัวบุคคล** (minister)
- ใช้หลัก appeal แบบการสื่อสารคือ การกระตุ้นด้วยความกลัว (fear appeal) มาแทนศรัทธา (**ในบางกรณี**) เช่น การสะเดาะเคราะห์ การทำนายว่าโลกจะแตก น้ำจะท่วมโลก ฯลฯ
- ในกรณีที่ต้องการให้มีการบริจาคเงินหรือสิ่งของนั้น มักมีการใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า "Give-to-get-ploy" กล่าวคือ "ถ้าเป็นผู้ให้-ก็จะได้รับตอบแทนกลับคืนมากกว่า" อยู่เสมอ

นอกจากสังคมปัจจุบันจะเป็นอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมแล้ว ลักษณะอีกประการหนึ่งของสังคมปัจจุบันก็คือ การเป็นสังคมบริโภค (consumer society) ลักษณะสำคัญของสังคมบริโภคนิยมก็คือ บุคคลต้องมีทางเลือก (choices) ในการบริโภค ในตลาดจะต้องมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากกว่าหนึ่งขึ้นไป และบุคคลจะเลือกโดยใช้หลักเหตุผล (rational choice) ที่

อาจมาจากการเห็นอรรถประโยชน์ (Utilitarian) หรือรสนิยมส่วนบุคคล (personal choice) ด้วยเหตุนี้ ศาสนาที่จะดำรงอยู่ได้ในท่ามกลางสังคมบริโภค ก็ต้องเป็น "ศาสนาประเภทตามสั่ง" (religion à la carte)

ดังนั้น ในสังคมปัจจุบันจึงหมดยุคสมัยของการที่จะมีศาสนาที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งสังคม หากทว่าเป็นยุคของการแตกตัวของศาสนาแบบต่าง ๆ เช่น ลัทธิต่าง ๆ ในกรณีของสังคมไทยก็เช่นการเกิดสำนักสันติอโศก สวนโมกข์ ธรรมกาย ลัทธิบูชาเสด็จพ่อร.5 ลัทธิเจ้าแม่กวนอิม สำนักบุบผาสวรรค์ พระสุพรรณกัลยา ฯลฯ และนอกจากด้านสถาบันที่แตกตัวออกเป็นลัทธิต่าง ๆ แล้ว ในด้านการบริโภคของบุคคล ก็ยังเกิดจิตสำนึกและรูปแบบการปฏิบัติการใหม่ ๆ ด้านศาสนาอีกมากมาย เช่น กลุ่มไม่กินเนื้อสัตว์เนื่องจากนับถือเจ้าแม่กวนอิม กลุ่มทำสมาธิในชีวิตประจำวัน กลุ่มบวชชีพราหมณ์ กลุ่มกินอาหารเจ ฯลฯ การเกิดขึ้นทั้งด้านการแตกตัวของสถาบันและการบริโภคของบุคคลนี้ ได้อาศัยสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยน รวมทั้งเชื่อมโยงเครือข่ายและขยายสมาชิกไปพร้อม ๆ กัน เช่น นิตยสารชีวจิต นิตยสารกัลยาณมิตร เป็นต้น

ในท่ามกลางกระแสการแตกตัวของศาสนาเพื่อตอบสนองรสนิยมของปัจเจกบุคคลในยุคสังคมบริโภคนั้น จะเกิดศาสนาที่เรียกว่า "ศาสนาแบบชาวบ้าน" (Folk religion) อันได้แก่ศาสนาที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น การรักษาโรคด้วยคาถาอภินิหารต่าง ๆ การใบ้หวย ความเชื่อเรื่องลึกลับไสยศาสตร์ การเชื่อถือโชคลาง ฯลฯ ซึ่งศาสนาชาวบ้านเหล่านี้จะแพร่หลายอย่างกว้างขวางและมีลักษณะขึ้นๆลงๆเช่นเดียวกับแฟชั่นเสื้อผ้าโดยสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มีบทบาทในการส่งเสริมทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม เช่น การรายงานข่าว การสัมภาษณ์ออกโทรทัศน์ การเชิญไปเป็นแขกรับเชิญในรายการสนทนาทางโทรทัศน์ ฯลฯ

(ii) **การศึกษา "พิธีกรรม" ในรูปแบบใหม่**

โดยส่วนใหญ่ เมื่อกล่าวถึง "พิธีกรรม" (ritual) มักมีความเข้าใจโดยนัยอยู่ 2 ประการ คือ เรื่องของพิธีกรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ**ศาสนา** และเรื่องของพิธีกรรมเป็นเรื่องที่มุ่งเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์สิ่งที่เป็นอยู่ (conservative) อย่างไรก็ตาม Turner (1982) และ Carey (1992) ก็ได้ขยายความหมายของ "พิธีกรรม" ออกไปให้กว้างขวางมากขึ้นว่า พิธีกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของศาสนาเท่านั้น แม้แต่พฤติกรรมการดูโทรทัศน์ก็อาจถือได้ว่าเป็น "พิธีกรรม" อย่างหนึ่ง และนอกจากนั้น พิธีกรรมยังไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของ**การอนุรักษ์**เท่านั้น หากแต่พิธีกรรมยังสามารถเป็นเรื่องของ**การเปลี่ยนแปลง**ได้อีกด้วย

การขยายความหมายของพิธีกรรมดังกล่าวนั้นได้ใช้แนวคิดของ C. Geertz (1973)

ในเรื่อง "Cultural reflexibility" ซึ่งได้แบ่งกิจกรรมทุกอย่างที่มีคุณลักษณะเป็น "พิธีกรรม" ว่าจะมีอยู่ 3 ขั้นตอนคือ

- **initial** ได้แก่การแยกตัวเองออกจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน
- **liminal** ได้แก่ การปล่อยวางความเข้าใจทั้งหมดที่เคยมีมาก่อนเพื่อจะได้ทบทวนไตร่ตรอง (reflection) เพื่อการเปลี่ยนแปลง
- **final** ได้แก่ ขั้นการกลับคืนเข้าสู่สภาวะเดิมแต่ทว่าด้วยสถานภาพใหม่ ชีวิตใหม่/ความคิดใหม่/หรือจิตใจแบบใหม่

จากขั้นตอนทั้ง 3 นั้น จึงเห็นได้ว่า พิธีกรรมเป็นปฏิบัติการที่มีคุณลักษณะของ "การเปลี่ยนแปลง" เป็นส่วนผสมอยู่ด้วย และหากนำแนวคิดดังกล่าวมาวิเคราะห์ประสบการณ์ของการบริโภคสื่อก็จะเห็นได้ว่า เป็นไปตามลำดับขั้นดังกล่าว ด้วยเหตุนี้เวลาเราเข้าไปดูหนังในโรงหนัง จึงต้องมี**การดับไฟ** เพื่อเริ่มขั้นตอนของ initial และดำเนินไปสู่ขั้นตอนอื่นๆ

ในงานวิจัยการเล่นดนตรี reggae ของวัยรุ่นผิวดำในอังกฤษที่ Hebdige (1976) ศึกษานั้น ก็อาจถือได้ว่าประสบการณ์การเล่นและการฟังดนตรีนั้น เป็น "การประกอบพิธีกรรม" อย่างหนึ่ง ซึ่ง Hebdige พบว่า ดนตรี reggae มีรากฐานความเป็นมาที่สัมพันธ์กับประสบการณ์การเป็นทาสของคนผิวดำ รวมทั้งมีการตีความคริสตศาสนาแบบใหม่จนกลายมาเป็น "ดนตรีแห่งการต่อต้าน" (Music of resistance) ซึ่งแสดงให้เห็นบทบาทของพิธีกรรมด้านศาสนาบวกผสมกับสื่อดนตรีที่นำไปสู่จิตสำนึกของการเปลี่ยนแปลง

บทที่ 11
สื่อกับสถาบันการศึกษา

1. บทนำ
2. โรงเรียนในฐานะสถาบันทางวัฒนธรรม
   (2.1) หน้าที่อันหลากหลายของโรงเรียน
   (2.2) การเปลี่ยนแปลงของสังคม/การเปลี่ยนแปลงของโรงเรียน
3. หน้าที่ทางการศึกษาของสื่อมวลชน
   (3.1) พัฒนาการทางความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ทางการศึกษาของสื่อมวลชน
   (3.2) ลักษณะของหน้าที่ด้านการศึกษาของสื่อมวลชน
   (3.3) การให้การศึกษาแบบตั้งใจและไม่ตั้งใจของสื่อมวลชน
   (3.4) โอกาสและความเป็นไปได้ในการทำหน้าที่ด้านการศึกษาของสื่อมวลชน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันการศึกษา
   (4.1) ความสัมพันธ์ในทางบวก
   (4.2) ความสัมพันธ์ในทางลบ
   (4.3) ความสัมพันธ์แบบกลางๆ
5. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีผลกระทบต่อการศึกษา
   (5.1) ข้อสรุปเบื้องต้น
   (5.2) เด็กๆในฐานะ "กลุ่มผู้รับสาร"
   (5.3) แบบแผนการดูของเด็กๆ
   (5.4) แบบแผนของผลกระทบ
6. การศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)
   (6.1) ความสำคัญของการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
   (6.2) กระบวนการของการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ
   (6.3) ข้อเสนอแนะ

บทที่ 11
สื่อกับสถาบันการศึกษา

1. บทนำ

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนที่เป็นสถาบันสังคมใหม่ล่าสุดของสองศตวรรษนี้กับสถาบันสังคมที่เคยมีมาแต่ดั้งเดิม คือ สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา (ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว) กับสถาบันการศึกษา(ที่กำลังจะกล่าวถึง) เนื่องจากสถาบันการศึกษาเองก็เป็นสถาบันใหม่ของสังคมสมัยใหม่ (modern society) ซึ่งเพิ่งก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบระเบียบในรูปของสถาบันเมื่อประมาณ 7-8 ศตวรรษที่ผ่านมา (แม้ว่าหน้าที่การให้การศึกษาแก่สมาชิกใหม่จะมีควบคู่กับประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ แต่ก็กระทำผ่านสถาบันอื่น ๆ เช่น ครอบครัว ชุมชนและศาสนา) ดังนั้น ลักษณะและธรรมชาติของสถาบันการศึกษากับสถาบันสื่อมวลชนจึงจะมีความใกล้เคียงกันมากกว่าสถาบันครอบครัวและศาสนา ความใกล้เคียงกันดังกล่าวจะมีผลมาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสองสถาบันนี้หรือไม่ เป็นประเด็นที่เราจะให้ความสนใจพิจารณาต่อไป

ในอีกด้านหนึ่ง เราอาจพิจารณาขอบเขตการทำหน้าที่ของสถาบันทั้งสองที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แต่เดิมนั้น ระบบการแบ่งงานแบ่งหน้าที่กันทำระหว่างโรงเรียนกับสื่อมวลชนนั้นค่อนข้างจะชัดเจน (โดยเฉพาะในช่วงของสื่อมวลชนประเภทแรก ๆ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร) ตามปกติ โรงเรียนจะมีหน้าที่รับผิดชอบให้การศึกษาแก่เด็ก ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งของชีวิต จนกระทั่งเด็ก ๆ ได้จบชีวิตการศึกษาจากโรงเรียน และไปเริ่มต้นชีวิตการทำงานแบบผู้ใหญ่ ในช่วงเวลาหลังนี้หากเขาต้องการจะแสวงหาข่าวสารหรือความรู้ ก็จะหาได้จากการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น อ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ อ่านนิตยสาร ฯลฯ ซึ่งเป็นขอบเขตหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะ "ให้การศึกษา/ให้ความรู้" แก่ผู้ใหญ่ที่อยู่นอกรั้วโรงเรียน

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ การแบ่งขอบเขต การแบ่งงานและหน้าที่รับผิดชอบดังกล่าวดูเหมือนจะเริ่มไม่ชัดเจน ทั้งสองสถาบันต่างก้าวล้ำเข้ามาในปริมณฑลของอีกฝ่ายหนึ่ง เริ่มต้นจากฝ่ายด้านการศึกษาที่ได้ขยายแนวคิดเรื่อง "การศึกษา" ว่าไม่ควรจำกัดหรือจบสิ้นลงเมื่อเด็กจบจากโรงเรียนไปแล้ว แต่ควรจะเป็น "การศึกษาตลอดชีวิต" (Lifelong education) การศึกษาตามอัธยาศัย ตามความต้องการและความจำเป็นของชีวิต จนกระทั่งมีรูปแบบการศึกษาระบบใหม่ ๆ เช่น การศึกษาผู้ใหญ่ การศึกษานอกโรงเรียน เป็นต้น

ในฝ่ายของสื่อมวลชนก็เช่นเดียว จากภาระหน้าที่ที่เป็นเพียงแจ้งข่าวสารให้ข้อมูลและให้ความบันเทิงเป็นหลัก สื่อมวลชนเริ่มถูกสังคมมอบหมายบทบาทใหม่ๆให้ คือบทบาทด้านการให้

การศึกษาตามแนวคิดที่ว่า “สื่อต้องทำหน้าที่เป็นครูใหญ่ของสังคมด้วย" และนักเรียนของสื่อมวลชนนี้ก็ไม่เพียงแต่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่เท่านั้น หากแต่ครอบคลุมไปถึงกลุ่มเด็ก ๆ ด้วย แต่คำถามก็คือ เมื่อสื่อก้าวเข้ามาเล่นบทบาทเป็น "ครู" นั้น สื่อมีวิธีการให้การศึกษาที่แตกต่างไปจากการเรียนในห้องเรียนหรือไม่ อย่างไร

การก้าวล้ำเข้ามาในอาณาเขตของกันและกันนี้ จะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสถาบันเป็นไปในรูปแบบใด จะส่งเสริมหรือจะขัดแย้งกันอย่างไร รวมทั้งจะมีวิธีการแก้ไขความขัดแย้งดังกล่าวได้อย่างไรบ้าง นี้จะเป็นเนื้อหาที่จะกล่าวถึงต่อไป

2. โรงเรียนในฐานะสถาบันทางวัฒนธรรม

(2.1) หน้าที่อันหลากหลายของโรงเรียน

ในที่นี้ เราจะพิจารณารูปธรรมของสถาบันการศึกษาที่เรียกว่า "โรงเรียน" โดยรวมการจัดการศึกษาในทุกระดับ (ประถม มัธยม อุดมศึกษา) และการศึกษาทุกประเภทที่จัดให้แก่ทุกกลุ่มเป้าหมาย (การศึกษาใน/นอกโรงเรียน การศึกษาสำหรับเด็ก/ผู้ใหญ่ ฯลฯ) เพื่อพิจารณาหน้าที่อันหลากหลายที่สังคมได้มอบหมายให้โรงเรียนในฐานะสถาบันย่อยของสังคมที่ต้องกระทำเพื่อเป้าหมายในการธำรงรักษาระบบใหญ่ ๆ ทั้งหมดเอาไว้ตามทัศนะของสำนักหน้าที่นิยม แต่ในเวลาเดียวกัน เราก็จะพิจารณาจากทัศนะของกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ที่มีต่อการทำหน้าที่ของระบบโรงเรียนควบคู่ไปด้วย

(2.1.1) **หน้าที่ของโรงเรียน: ทัศนะของสำนักหน้าที่นิยม** (ดู Short, 1971)

เมื่อเรามองเข้าไปดูในรั้วของโรงเรียนจนกระทั่งผ่านเลยเข้าไปเห็นกิจกรรมต่าง ๆ ในห้องเรียน ส่วนที่ปรากฏออกมาภายนอกก็คือ เราจะเห็นเด็ก ๆ กำลังอ่านหนังสือ เรียนหนังสือ ท่องจำ ทำเลข ฯลฯ ตามความเข้าใจของคนธรรมดาทั่วไปว่า เราส่งเด็ก ๆ ไปโรงเรียนก็เพื่อไป "เรียนหนังสือ" อย่างไรก็ตาม ความจริงแล้ว โรงเรียนไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่ "สอนหนังสือ" เท่าที่เห็นเท่านั้น แต่ทว่าโรงเรียนทำหน้าที่อย่างหลากหลายที่พอยกตัวอย่างได้คร่าว ๆ ดังนี้คือ

- **ในระดับตัวบุคคล** ในขณะที่คนทุกคนเกิดมาพร้อมกับความสามารถและคุณลักษณะบางประการที่ติดตัวมาทางธรรมชาติ หน้าที่ประการหนึ่งของโรงเรียนต่อบุคคลก็คือ ในแง่อุดมคติ โรงเรียนจะทำหน้าที่ "พัฒนา" ศักยภาพบุคคล จากต้นทุนตามธรรมชาติที่เขามีติดตัวมาให้ถึงระดับสูงสุดที่เรียกว่า "การสร้างความสมบูรณ์ให้แก่บุคคล" (individual perfection) แน่นอนว่าในการนี้ โรงเรียนจะต้องช่วยบุคคลทำการสำรวจให้รู้จักว่า "ตัวเราเองเป็นใครและเป็น

อย่างไร"

- **ในระดับกลุ่ม องค์กร สถาบัน และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ** เนื่องจากมนุษย์ไม่ได้อยู่และไม่สามารถอยู่คนเดียวในโลกได้ หากแต่จะต้องอยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ทั้งในแง่กลุ่มเล็ก ๆ ในระดับที่ใหญ่ขึ้นเป็นองค์กรหรือสถาบัน ในการนี้ โรงเรียนจะช่วยทำหน้าที่ตระเตรียมบุคคลสำหรับการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเพื่อน ที่ทำงาน พรรคการเมือง องค์กรศาสนา ฯลฯ ดังนั้น ในโรงเรียนจึงเป็นเสมือนโลกจำลองใบเล็ก ๆ สำหรับเด็กๆ ที่นี่ พวกเขาจะได้รู้จักกับคำว่า "ตรงเวลา" เป็นอย่างไร (ซึ่งจำเป็นมากสำหรับชีวิตการทำงานของเขาในอนาคต) เขาจะได้รู้จัก "การได้ชัยชนะและพ่ายแพ้" (ที่จำเป็นสำหรับชีวิตทางการเมืองของเขา) เขาจะได้รู้จักกับคุณค่าของ "ความซื่อสัตย์" (ที่จะถูกสอนผ่านกระบวนการสอบ) และอื่น ๆ

ในระดับสังคม เราอาจจะกล่าวได้ว่า สังคมนั้นเป็นฝ่ายต้องการ "ให้" การศึกษามากกว่าฝ่ายบุคคลที่จะต้องการ "รับ" การศึกษาเสียอีก (ประจักษ์พยานก็คือ เด็ก ๆ มักจะปฏิเสธและไม่ชอบไปโรงเรียนมากกว่าครู และการมีการศึกษา**ภาคบังคับ**) ทั้งนี้เนื่องจากการดำรงอยู่ของสังคมนั้นจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการทำงานของโรงเรียนอย่างมากในทุกด้าน เช่น

- **ด้านเศรษฐกิจ** มนุษย์มีลักษณะประการหนึ่งร่วมกับสัตว์คือ ไม่ได้รู้จักทำงานมาตั้งแต่กำเนิด แต่จะมารู้จักเมื่อถูกอบรมสั่งสอน ระบบเศรษฐกิจของสังคมจะดำรงต่อไปได้ก็ต่อเมื่อสังคมประสบความสำเร็จในการหล่อหลอมให้ "ปัจเจกบุคคลยอมทำงาน" เท่านั้น ในการนี้รูปแบบที่ชัดเจนที่สุดคือการฝึกอบรมด้านวิชาชีพต่าง ๆ ของโรงเรียนวิชาชีพ แต่ความจริงแล้ว ในทุกอณูของโรงเรียนทุกระดับล้วนมีการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ "การประกอบอาชีพ/การทำมาหากิน" ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งอยู่เสมอ เริ่มตั้งแต่การหล่อหลอมบุคลิกภาพให้ "รู้จักทำงาน" ด้วยกระบวนการให้การทำการบ้าน (ในภาษาอังกฤษจะเห็นได้ชัดเจนจากคำว่า "homework") การพิสูจน์ให้เห็นคุณค่าของการ "ทำแบบฝึกหัด" ที่จะนำไปสู่ความชำนาญ การวางแผนแก้ปัญหา (เช่นแก้โจทย์เลข) ฯลฯ

- **ด้านการเมือง** อาจกล่าวได้ว่า ภาพการศึกษาแบบใหม่ที่เรากำลังมีอยู่นี้เป็นกลไกที่เกิดมาพร้อม ๆ กับการปฏิวัติรูปแบบทางการเมืองจากการปกครองโดยผู้นำ (elite politics) มาเป็นการปกครองโดยประชาชน/มวลชน (mass politics) ที่เรียกว่า ระบบประชาธิปไตย ระบบประชาธิปไตยมีเทคนิคที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ
  - การตัดสินใจอย่างเฉลียวฉลาดของปัจเจกบุคคลในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
  - การนับคะแนนเสียงโดยถือเอาเสียงข้างมาก

  ในเรื่องการตัดสินใจอย่างเฉลียวฉลาดของบุคคลนั้นจะกระทำได้ก็ต่อเมื่อมี

เงื่อนไข 2 ประการคือ บุคคลถูกติดตั้งให้มีระบบคิดที่มีเหตุผล และสอง มีข้อมูลข่าวสารมากพอที่จะนำมาประกอบการตัดสินใจ (หน้าที่ดังกล่าวจะถูกมอบหมายให้แก่สถาบันสื่อมวลชนเป็นหลัก) โรงเรียนจะต้องช่วยติดตั้งเครื่องมือสำหรับใช้เทคนิคทั้ง 2 ประเภทให้แก่เด็กๆ เช่น ฝึกให้เด็กอ่านออกเขียนได้เพื่อติดตามข่าวสาร และฝึกให้รู้จักคิดวิเคราะห์หาเหตุผลเพื่อนำไปใช้ในด้านการเมือง ความก้าวหน้าทางด้านการศึกษาของบุคคลจึงเป็นหลักประกันที่สำคัญประการหนึ่งของการปกครองระบอบประชาธิปไตย

- **ด้านสังคม/วัฒนธรรม** แม้แต่คำนิยามอย่างแคบ ๆ ของ "วัฒนธรรม" เช่น ดนตรี ศิลปะ วรรณศิลป์ การละเล่น ฟ้อนรำ ฯลฯ เราก็จะเห็นได้ว่า ในโรงเรียนได้บรรจุวิชาสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อนมายังคนรุ่นต่อ ๆ ไป โรงเรียนจึงเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมที่สำคัญและมีการจัดกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบมากที่สุดเมื่อเทียบกับสถาบันอื่น ๆ

(2.1.2) **หน้าที่ของโรงเรียน: ทัศนะแบบวิพากษ์** (Critical perspective) (ดู Schostak, 1993)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แนวคิดของทฤษฎีวิพากษ์นั้นเห็นว่า ในขณะที่สังคมปัจจุบันมีการเอาเปรียบด้านเศรษฐกิจ มีการใช้อำนาจด้านการเมือง และมีการครอบงำทางวัฒนธรรมนั้น บรรดากลไกต่าง ๆ ของสังคมจะถูกติดตั้งให้ธำรงรักษาสถานภาพดังกล่าวของสังคมเอาไว้ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นสถาบันครอบครัว ศาสนา หรือโรงเรียนก็ล้วนแล้วแต่ทำงานเพื่อเป้าหมายเดียวกันทั้งสิ้นคือ การธำรงรักษาระบบ ดังนั้น หน้าที่ต่าง ๆ ที่สำนักหน้าที่นิยมกล่าวมานั้นจึงเป็น "หน้าที่บังหน้า" เท่านั้น เพราะที่แท้จริง ในโรงเรียนประกอบไปด้วย "หลักสูตรแฝง" (hidden curriculum) ที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้ เช่น

- **หน้าที่ควบคุมสังคม** (social control) ในขณะที่เรามักคิดกันว่า "โรงเรียนสอนให้เรียนรู้อะไร หรือสอนให้จดจำอะไรนั้น" Schostake (1993) กล่าวว่า ยิ่งไปกว่านั้น โรงเรียนยังห้ามไม่ให้เรียนรู้อะไร และยังสั่งให้ลืมอะไรด้วย" (ตามแนวคิดเรื่อง Forbidden discourse ของ Foucault) โรงเรียนจึงมิใช่สถานที่ที่**ให้ความรู้**เท่านั้น แต่หากยังเป็นสถานที่**ควบคุม**ความรู้อีกด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การห้ามรู้เรื่อง "เพศศึกษา" หรือการห้ามรู้เรื่องลัทธิการปกครองแบบอื่น ๆ ที่ตรงข้ามกับประชาธิปไตย เป็นต้น

- **หน้าที่การปลูกฝังอุดมการณ์หลักของสังคม** ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมีหัวใจอยู่ที่การแข่งขัน อุดมการณ์หลักในโรงเรียนก็วางอยู่บนอุดมการณ์ของการแข่งขันเช่นเดียวกัน (การเรียงลำดับที่สอบได้ของนักเรียน) ในขณะที่ระบบการเมืองเป็นแบบ "การใช้

อำนาจของผู้ปกครอง" ในห้องเรียนก็สาธิตอำนาจดังกล่าวผ่านครูประจำชั้น โรงเรียนสอนว่า "คนที่แข็งแรงและคนที่ฉลาดคือคนที่เหมาะสมที่สุด (Fittest and Smartest are the Survival) ทุก ๆ วัน โรงเรียนจะกรอกหูนักเรียนว่า "ความขยันและการทำงานหนักจะทำให้เราประสบความสำเร็จทุกอย่างในชีวิต" โรงเรียนคือสนามฝึกซ้อมสำหรับเล่นเกมแห่งชีวิตในสังคมใหญ่ที่เป็นสนามจริง

Schostak (1993) ได้ยกตัวอย่างรูปธรรมประกอบคำกล่าวข้างต้นโดยหยิบยกกรณีของประเทศอังกฤษช่วงที่มาดามแทตเชอร์เป็นนายกรัฐมนตรี ในสุนทรพจน์ของแทตเชอร์ได้ระบุว่า ต้องเร่งมือให้โรงเรียนและครอบครัวอบรมสั่งสอนเด็กๆให้รู้จักกฎเกณฑ์ของสังคม รู้จักควบคุมตนเอง เพื่อเด็กที่โตขึ้นมาจะได้พร้อมที่จะเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต (เช่น ปัญหาการถูกปลดออกจากงานทั้ง ๆ ที่ขยันขันแข็งตามที่โรงเรียนสอนมา) ต้องฝึกเด็ก ๆ ให้รู้จักอดออมเพื่อการสร้างหลักฐานในชีวิต (แทนที่จะไปเป็นคนงานเดินขบวนเรียกร้องเพิ่มค่าจ้าง) และในสุนทรพจน์ของทีมร่วมรัฐบาลแทตเชอร์ก็ยิ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนเมื่อมีการเสนอว่า เด็ก ๆ ควรจะได้เรียนบทเรียนต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ชีวิตในระบบทุนนิยมในปีสุดท้ายของการศึกษา เด็ก ๆ ควรจะได้เรียนบทเรียนต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ชีวิตให้อยู่รอดในระบบทุนนิยม เช่น ในปีสุดท้ายของการศึกษา เด็ก ๆ ควรจะได้เรียนเรื่องการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (ownership) การจำนอง การซื้อบ้าน การเล่นหุ้นในตลาดหุ้น ฯลฯ เพื่อจะได้เตรียมตัวเข้าสู่ชีวิตการเป็นนักธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ไม่เพียงแต่ในรูปแบบที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนเช่นในตัวอย่างสุนทรพจน์ที่กล่าวมาเท่านั้น แม้แต่ในนิทานที่ดูเป็นเรื่องจินตนาการสำหรับเด็ก ๆ ที่ไร้เดียงสาและไม่น่าจะมีพิษภัยใดๆ นั้น เช่น เรื่องหนูน้อยหมวกแดง (Little Red Hood) ที่เด็ก ๆ รู้จักกันดี ในรูปแบบที่ดูไร้เดียงสาเช่นนี้เป็นผิวเคลือบอุดมการณ์หลักของสังคมที่แฝงอยู่ข้างในได้อย่างดี นิทานเรื่องนี้สอนไม่ให้เด็กๆ เดินออกนอกเส้นทาง (อย่างที่หนูน้อยหมวกแดงทำ) เพราะจะทำให้เกิดอันตราย วางพื้นฐานให้กลัวคนแปลกหน้า (ที่ล้วนแต่เป็นสุนัขจิ้งจอกที่คอยทำร้ายเด็กๆ) และมีแต่เด็กผู้หญิงเท่านั้นที่จะถูกหลอกลวงได้ง่าย ๆ โดยต้องมีผู้ใหญ่ที่เป็นผู้ชายมาคอยช่วยเหลือ เป็นต้น

จากทัศนะของ L. Althusser (ดูข้างต้น) นักทฤษฎีมาร์กซิสต์สายโครงสร้างนิยม (Structuralist Marxism) ได้วิเคราะห์ว่า หน้าที่หลักของสถาบันโรงเรียนก็คือ การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดสังคมที่เป็นอยู่ (reproduction) ให้ยืนยาวต่อไป โดยโรงเรียนจะทำหน้าที่เป็นตะแกรงร่อนส่งผ่านเด็กที่มาจากชนชั้นสูง กลาง และต่ำให้เข้าไปอยู่ตามชนชั้นที่ครอบครัวเขาสังกัดอยู่ พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ให้ยอมรับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดดังกล่าว โดยอาจมี "ข้อยกเว้น" เกิดขึ้นบ้าง เช่น เด็กที่ยากจน "บางคน" อาจ "เรียนดี" และได้เปลี่ยนฐานะทางชนชั้นของตน แต่นั่นก็เป็นเพียง "ข้อยกเว้น" เท่านั้น โดย "กฎทั่วไป" ยังคงเป็นการส่งผ่านเด็กจากชนชั้นที่

"จากมา" ให้ไปอยู่สังกัดอยู่ตาม "ชนชั้นเดิม" ของตน

ฉะนั้น ในขณะที่มองดูและรับรู้ได้ง่าย ๆ ว่า โรงเรียนมีหน้าที่สอนหนังสือนั้น แต่หน้าที่ที่มองเห็นได้ยากและแฝงเร้นของโรงเรียนก็คือ การติดตั้งอุดมการณ์หลักของสังคมนั้น ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญกว่าหน้าที่ที่มองเห็นได้ง่าย นักคิดสำนักทฤษฎีวิพากษ์มีความเห็นว่า มีเด็ก ๆ จำนวนมากมายที่อาจจะใช้โรงเรียนอยู่ในโรงเรียนสัก 4-7 ปี แล้วก็ออกจากโรงเรียนมาโดยที่อาจจะลืมเรื่องการอ่าน การคิดเลข และการเขียนหนังสือไปเป็นส่วนใหญ่หากว่าเด็ก ๆ เหล่านั้นได้มาทำงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะเหล่านี้ แต่แม้ว่าเด็ก ๆ เหล่านี้จะลืมเลือนบทเรียนต่าง ๆ ที่เรียนมาจากโรงเรียนไปแล้วก็ตาม แต่ทว่าเขาก็จะไม่เคยลืมเลยว่า "ในสังคมของเราต้องมีคนที่มีอำนาจมาก (เช่นครู) และอำนาจน้อย (เช่นนักเรียน) ชีวิตต้องมี "ตารางเวลา" (ตารางสอน) ชะตากรรมของเราต้องมี "การสอบได้และสอบตก" ผู้ที่ฉลาดกว่าจะประสบความสำเร็จในชีวิต" ฯลฯ ดังนั้น แม้ว่าโรงเรียนอาจจะล้มเหลวในแง่การทำหน้าที่อย่างเปิดเผย แต่ทว่าโรงเรียนส่วนใหญ่มักจะประสบความสำเร็จในการทำหน้าที่แฝงเร้นและนี่เป็นคำอธิบายว่า เพราะเหตุใดในปัจจุบันสังคมจึงดำรงอยู่ได้อย่างที่เคยเป็นมาในอดีตเช่นนี้

(2.2) การเปลี่ยนแปลงของสังคม/การเปลี่ยนแปลงของโรงเรียน

เนื่องจากโรงเรียนเป็นสถาบันย่อยสถาบันหนึ่งของสังคม ดังนั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม โฉมหน้าของโรงเรียนก็จะพลอยเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย Short (1971) ได้ยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่งเกิดขึ้นในช่วง 200 ปีนี้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการผลิตที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานของโรงเรียน เช่น ในศตวรรษที่ 16 เมื่อเกิดระบบอุตสาหกรรมยุคแรกนั้น ลักษณะเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมยุคเริ่มต้นยังเป็นพวกเครื่องยนต์กลไก (mechanic) เช่น รถจักรไอน้ำ ลักษณะของเทคโนโลยีแบบกลไกสร้างแบบแผนการผลิตให้เป็นแบบมาตรฐานเหมือนกันหมด (standardization) และวิธีการทำงานของวิทยาศาสตร์แบบกลไก (mechanic science) ก็คือการแยกส่วนประกอบต่าง ๆ ออกเป็นชิ้นย่อย ๆ ดังนั้น ในระบบการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมจึงมีการแบ่งซอยงานออกเป็นส่วนๆ และเนื่องจากเป็นทุนนิยมยุคแรก จึงมีเจ้าของทุนอยู่มากรายที่จะต้องแข่งขันกันในตลาด

จากลักษณะของสังคมดังกล่าว มีผลทำให้โฉมหน้าของโรงเรียนสอดรับไปกับสังคมเช่นนั้น โรงเรียนในยุคอุตสาหกรรมระยะแรกจึงถอดนักเรียนออกเป็นชิ้น ๆ (ด้วยการแบ่งการเรียนออกเป็นวิชาต่าง ๆ และมักจะลืมประกอบเข้าด้วยกัน) โรงเรียนเกือบทุกแห่งจะมีลักษณะเป็นแบบฉบับเดียวกันอย่างเป็นมาตรฐาน (ตัวอย่างรูปธรรมที่สุดก็คือ การก่อสร้างอาคารเรียนของโรงเรียนจะถอดออกมาจากแบบพิมพ์เดียวกัน) การทำงานในโรงเรียนจะเน้นการแข่งขันและการเพิ่ม

ประสิทธิภาพด้านต่าง ๆ ของนักเรียนเป็นหลัก

และหากเรายังคงยึดเกณฑ์การพิจารณาสังคมตามที่กล่าวมานี้ ในยุคต่อมาเมื่อปลายศตวรรษที่ 18 เกิดการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจากเครื่องจักรกลมาเป็นเทคโนโลยีไฟฟ้า (electronic) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตของสังคม เช่นเดียวกับการสร้างผลกระทบให้แก่โรงเรียน อุตสาหกรรมด้านไฟฟ้าทำให้ระบบการผลิตเป็นแบบมาตรฐานเดียวกันเปลี่ยนแปลงมาเป็นการผลิตที่มีลักษณะหลากหลายและยืดหยุ่นได้ การแบ่งแรงงานฝีมือได้ยกเลิกเรื่อง "คนงานมีฝีมือ/กึ่งฝีมือ/ไร้ฝีมือ" (skill/unskill labour) แต่เปลี่ยนมาเป็นการทำงานที่มีลักษณะสร้างสรรค์ แปลกใหม่มากกว่า แม้ว่าความต้องการ "ผู้ชำนาญเฉพาะด้าน" (Specialist) อาจจะยังมีอยู่ แต่ก็เป็นผู้เชี่ยวชาญที่จำกัดสาขาให้แคบลงมาและมีความหลากหลายอย่างมาก

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้โรงเรียนที่เคยถูกออกแบบมาตั้งแต่ยุคอุตสาหกรรมระยะต้นจะคงโฉมหน้าแบบเดิมไม่ได้ ดังนั้น แนวคิดเรื่อง "การกระจายอำนาจของโรงเรียน" ความไม่จำเป็นที่จะต้องมีหลักสูตรเดียวใช้กันทั่วประเทศ การนำเสนอรูปแบบอันหลากหลายของโรงเรียนก็คือกระแสของการปรับเปลี่ยนของโรงเรียนที่สอดรับไปกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็คือ รูปแบบการศึกษาที่ "ล้นออกมา" นอกโรงเรียน เช่น การศึกษานอกระบบหรือการศึกษาผู้ใหญ่ แต่เดิมรูปแบบของโรงเรียนนั้นจะเรียกร้องเงื่อนไขจากผู้เรียนสูงมาก กล่าวคือต้องเป็นผู้ที่มีเวลาที่จะเข้าไปอยู่ในโรงเรียนได้อย่างเต็มเวลาทั้งวัน เป็นเวลาหลาย ๆ ปี แต่ทว่า การศึกษานอกระบบนั้นจะลดเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เรียกร้องจากผู้เรียนลงไปอย่างมาก เพราะผู้ที่จะเข้าเรียนในระบบเช่นนี้จะเป็นใครก็ได้ที่มีเวลาว่างบ้าง มีสติปัญญา และมีความตั้งใจในการศึกษา กลุ่มคนเหล่านี้อาจจะเข้าไปนั่งเรียนอยู่ในห้องเรียนบ้าง แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะเรียนอยู่นอกห้องเรียนโดยมีสื่อการสอนต่าง ๆ เป็นเครื่องช่วยการศึกษา นี้เป็นตัวอย่างของโฉมหน้าอันหลากหลายของการศึกษาในยุคปัจจุบัน

แต่ในขณะที่ด้านหนึ่ง เราได้มองเห็นการเปลี่ยนแปลงของระบบการศึกษา/โรงเรียน ทว่า Apter (1968) ตั้งข้อสังเกตว่า ท่ามกลางการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงนั้น ก็มีบางอย่างที่ "หยุดนิ่งอยู่กับที่" แม้ว่าจะเป็นเวลาหลายศตวรรษมาแล้วที่สถาบันการศึกษาได้เข้ามาทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะเด็ก ๆ แทนพ่อแม่ชุมชนและวัด แต่ทว่า สิ่งที่ดูเหมือนยังคงเส้นคงวาในช่วงเวลาหลายศตวรรษนี้ ก็คือ "เทคนิคในการสอน" ของโรงเรียน โดยทั่วไป ภาพของห้องเรียนก็คือ กลุ่มเด็ก ๆ ที่นั่งเรียงหน้ากระดานหรือเป็นวงกลม โดยมีครูยืนอยู่หน้าชั้น บอกให้นักเรียนจด (ทั้งๆที่หนังสือเป็นสิ่งที่หาได้ไม่ยากแล้ว) หรือให้ท่องจำ ถ้าท่องไม่ได้จะถูกตีหรือหักคะแนน (ทั้ง ๆ ที่งานวิจัยด้านจิตวิทยายืนยันว่า การลงโทษไม่มีผลต่อการเรียนมากนัก แต่ครูส่วนใหญ่ก็ยังใช้วิธีลงโทษอยู่)

กระบวนการเรียนการสอนยังเป็นแบบ 4 จังหวะเหมือนเดิม คือ ผ่านจากหนังสือครู → เข้าสู่สมองครู → เข้าสู่สมองนักเรียน → จบลงด้วยเข้าสู่สมุดนักเรียน แม้ว่าจะมีสื่อการสอนหรือสื่อมวลชนใหม่ ๆ มากมาย แต่ทว่ายังมีการใช้อยู่ค่อนข้างน้อยในห้องเรียน จนดูเสมือนว่า เมื่อเด็ก ๆ อยู่นอกห้องเรียน เขาจะต้องเผชิญหน้ากับ "การไหลทะลักอย่างท่วมท้นของข่าวสารข้อมูล" แต่ทว่าเมื่อเขาเข้าไปสู่ห้องเรียน รั้วของโรงเรียนและฝากั้นของห้องเรียนจะป้องกันการไหลทะลักดังกล่าวได้เป็นอย่างดี เพราะในห้องเรียน การไหลเวียนของข่าวสารมีอยู่อย่างจำกัดมาก นี้เป็นภาพที่ตัดกันแบบขาวกับดำเมื่อเด็ก ๆ เรียนรู้จากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เมื่ออยู่นอกโรงเรียน

3. หน้าที่ทางการศึกษาของสื่อมวลชน

(3.1) พัฒนาการทางความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ทางการศึกษาของสื่อมวลชน

ในยุคเริ่มแรกของสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์นั้น ยังไม่ค่อยมีแนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะต้องให้การศึกษาปรากฏอย่างเด่นชัด ทั้งนี้ เนื่องจากหน้าที่อื่น ๆ ของสื่อมวลชนเหล่านี้เป็นที่รับรู้มากกว่า ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ให้ข่าวสารเป็นหลัก ภาพยนตร์ก็เป็นสื่อเพื่อความบันเทิงอย่างชัดเจน แม้แต่นิตยสารก็อาจจะมีเป้าหมายหลักเพื่อให้ความบันเทิง ส่วนความรู้ที่มีอยู่ในนิตยสารนั้นก็เป็นความรู้แบบความรู้ทั่วไปที่ไม่ใช่ลักษณะวิชาการ และนอกจากเหตุผลด้านลักษณะของสื่อมวลชนแล้ว ในยุคเริ่มแรกนั้นแนวคิดเรื่อง "การศึกษา" เองยังคงจำกัดขอบเขตอยู่ในเขตรั้วของโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ ๆ และเป็นเรื่องของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก ๆ เท่านั้น จากเหตุผลทั้งฝ่ายสื่อมวลชนและฝ่ายการศึกษาทำให้แนวคิดเรื่อง "หน้าที่การให้ความรู้ของสื่อมวลชน" ยังไม่ปรากฏอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ในระยะต่อมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านแนวคิดจากทั้งฝ่ายสื่อมวลชนและฝ่ายการศึกษา กล่าวคือ

- **ในส่วนของการศึกษา**

ɘ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในศตวรรษที่ 20 นี้ แนวคิดด้านการศึกษาได้ขยายตัวออกมานอกรั้วโรงเรียน โดยได้เกิดมีการศึกษาในหลายรูปแบบมากขึ้น ทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตลอดชีวิต รูปแบบที่หลากหลายออกไปนี้สถาบันการศึกษาไม่สามารถจะดำเนินการตามลำพังได้ เช่น การศึกษาผู้ใหญ่ไม่อาจจะจัดในรูปแบบของห้องเรียนและมีครูสอนได้อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนมาเป็นผู้ช่วยในรูปแบบต่าง ๆ

Ə แม้แต่การศึกษาแบบในระบบเอง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่เป็นไปอย่างรวดเร็ว แต่สถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่ถูกออกแบบมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของโลกสมัยใหม่ดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้น แม้แต่ความรู้ที่สอนอยู่ในห้องเรียนเองก็ยังไม่เพียงพอสำหรับการตระเตรียมเด็กให้ออกไปรู้จักกับโลก ตัวอย่างเช่น ในเรื่องการสอนความรู้เรื่องเพศสัมพันธ์ในขณะที่โรงเรียนยังอภิปรายถกเถียงไม่ตกว่า ควรจะสอนเพศศึกษาในโรงเรียนหรือไม่ แต่บรรยากาศที่เป็นจริงของสังคมคือ การมีทัศนคติที่เสรีทางเพศของคนหนุ่มสาว การมีสถานเริงรมย์และสถานบริการทางเพศอย่างแพร่หลายในสังคมธุรกิจ ดังนั้น องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับเรื่องเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นจึงมาจาก "แหล่งการศึกษานอกระบบ" อันได้แก่ สถานบริการทางเพศหรือเพื่อนฝูงเป็นส่วนใหญ่

Ə เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อมวลชนกับโรงเรียนแล้ว เนื่องจากโรงเรียนมีลักษณะ "ตั้งรับ" อยู่กับที่ นักเรียนจึงต้องไปโรงเรียน แต่ทว่าสื่อมวลชนมีลักษณะ "รุกออกไป" จนถึงที่บ้านของผู้เรียน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่มิใช่ "เด็กนักเรียน" ได้ดีกว่าโรงเรียน

- **ในส่วนของสื่อมวลชน**

Ə ในแง่ของปริมาณ สื่อมวลชนสมัยใหม่มีปริมาณแพร่หลายอย่างกว้างขวางครอบคลุมไปทั่ว และมีสื่อหลายประเภทให้เลือกใช้ ปัจจุบันนี้ที่เรียกว่าเป็นสังคมยุคข่าวสารก็คือแทบจะไม่มีประชาชนคนใดหลุดพ้นไปจากการใช้สื่อมวลชนประเภทใดประเภทหนึ่ง

Ə ในแง่ของคุณภาพ สืบเนื่องมาจากปริมาณที่แพร่หลายของสื่อมวลชน ทำให้สื่อมวลชนก้าวเข้ามามีอิทธิพลทั้งในชีวิตประจำวันของผู้คนและทั้งในแง่ชีวิตสาธารณะ (public life) ของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุหรือโทรทัศน์ที่ได้ก้าวเข้ามาเป็นศูนย์กลางของชีวิตวัฒนธรรมของสังคม ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในอเมริกา นักวิชาการด้านการสื่อสารบางท่านเรียกยุคสมัยตั้งแต่ปี 1970 เป็นต้นมาว่า ยุค "วัฒนธรรมโทรทัศน์" (Television culture) เมื่อมีอิทธิพลที่แพร่หลายและกว้างขวางขึ้น ก็จำเป็นที่จะต้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบมากขึ้นเป็นเงาตามตัวไปพร้อม ๆ กัน

และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเคลื่อนไหวด้านวิชาการของสื่อมวลชนที่ค้นพบพลังอำนาจของสื่อว่า มิได้มีเพียงแค่ระดับการเผยแพร่ข่าวสารอย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และทั่วถึงเท่านั้น หากทว่า ศักยภาพของสื่อยังสามารถทะลุทะลวงเข้าไปในจิตใจของผู้คน (ตามแนวคิดเรื่อง "อุตสาหกรรมกับจิตสำนึก" (Consciousness Industry) สร้างโลกจำลองแห่งความเป็นจริงแวดล้อมตัวบุคคล (ตามทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ) อันเป็นอิทธิพลที่ล้ำลึกของสื่อสมัยใหม่

ดังนั้น การมอบหมายและการกำกับดูแลทิศทางการใช้สื่อก็ดูจะเข้มงวดยิ่งขึ้น

McQuail (1992) สรุปสาระสำคัญๆ ที่สังคมจะต้องให้ความสนใจในการทำหน้าที่ทางวัฒนธรรม/การศึกษาของสื่อมวลชนเอาไว้ด้วยเหตุผล 4 ประการคือ

- สื่อมวลชนทำหน้าที่ผลิต "ตัวบททางวัฒนธรรม" ทุก ๆ วัน แต่ละวันมีปริมาณมหาศาล
- สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่จัดสรรให้สถาบันอื่น ๆ ได้นำเสนอประเด็นสาธารณะสู่สังคม
- สื่อมวลชนสามารถสร้างผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อวัฒนธรรมของสังคม
- สื่อมวลชนสามารถสร้างอัตลักษณ์ของทั้งบุคคล กลุ่มคน และอัตลักษณ์ร่วมของสังคม

จากกระแสความคิดหลาย ๆ ทิศทางที่ค่อย ๆ ก่อตัวขึ้นมาเป็นระลอก ในท้ายที่สุดการมอบหมายหน้าที่การเป็น "ครูใหญ่" ของสังคมที่สื่อมวลชนพึงปฏิบัติก็ปรากฏให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม เมื่อ UNESCO ได้เสนอให้สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการศึกษาแก่มวลชนด้วย

(3.2) ลักษณะของหน้าที่ด้านการศึกษาของสื่อมวลชน

เมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนแล้ว กลุ่มเป้าหมายของสื่อมวลชนจะมีขอบเขตกว้างขวางมากกว่า รูปแบบการให้การศึกษาก็อาจจะหลากหลายกว่า และอาจจะมีทั้งรูปแบบที่ฝ่ายผู้ผลิตตั้งใจจะให้เป็นรายการการศึกษาโดยตรง (เช่นรายการเด็ก หรือรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา) หรืออาจจะเป็นแบบไม่ตั้งใจ กล่าวคือ เป็นรายการปกติธรรมดาของสื่อมวลชน แต่สามารถทำหน้าที่ให้การศึกษาไปโดยปริยาย

หน้าที่ด้านการศึกษาในทุกรูปแบบของสื่อมวลชนอาจประมวลได้ดังนี้ (ดู Masterman, 1985)

(i) **หน้าที่การให้ข่าวสารข้อมูล และให้ความเข้าใจ** (cognition) ซึ่งโดยปกติเป็นหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม หน้าที่การให้ข่าวสารดังกล่าวก็มิได้หยุดอยู่เพียงแค่ "การนำเสนอข่าวสาร" เท่านั้น เนื่องจากสื่อมวลชนจะต้องตระหนักว่า การรับรู้ข่าวสารของประชาชนนั้นมิได้สิ้นสุดในตัวเอง (กล่าวคือ "รู้ก็เพื่อรู้เท่านั้น") หากทว่า เป็นการรับรู้ข่าวสารเพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ต่อไป การนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์นั้นมีตั้งแต่เรื่องง่าย ๆ ที่

เป็นส่วนตัว เช่น การถือร่มออกไปด้วยเมื่อรู้จากข่าวพยากรณ์อากาศว่าฝนจะตก เรื่องที่คาบเกี่ยวระหว่างส่วนตัวกับส่วนรวม เช่น การเลี่ยงใช้เส้นทางถนนที่เกิดอุบัติเหตุและรถติดขัดมาก และเรื่องที่เป็นชีวิตสาธารณะ เช่นการเลือกตั้ง

การแยกหน้าที่ของการให้ข่าวสารและการให้ความเข้าใจนั้นอาจจะดูได้จากบรรดา key-words ของการทำงานข่าว สำหรับการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ who what when where นั้นอาจจะเป็นเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสาร แต่เมื่อเริ่มมีการวิเคราะห์ข่าวซึ่งเป็นการก้าวเข้าไปสู่การตอบคำถามว่า How & Why รายการข่าวดังกล่าวก็เริ่มทำหน้าที่ให้ความเข้าใจแก่ผู้ชมว่า เรื่องราวของข่าวดังกล่าวมีสาเหตุความเป็นมาอย่างไร มีกระบวนการพัฒนามาอย่างไร มีปัจจัยอะไรเข้ามาเกี่ยวข้อง และจะมีผลสืบเนื่องต่อไปอย่างไร

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า การทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจของสื่อมวลชนนั้นเกิดมาพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงของระบบการปกครองของสังคมมาเป็นประชาธิปไตยที่แม้จะต้องใช้ระบบการปกครองโดยผ่านตัวแทน (representative democracy) แต่ทว่าประชาชนก็ไม่อาจจะวางใจและมอบหมายอำนาจการตัดสินใจในทุกเรื่องทุกกรณีให้แก่ผู้แทนของตน หากทว่าจะต้องมีการติดตามดูการกระทำและการตัดสินใจในประเด็นสาธารณะต่าง ๆ และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ระบบประชาธิปไตยจะเป็นไปไม่ได้เลย หากประชาชนขาดความรู้และขาดข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น แนวคิดเรื่อง "สิทธิที่จะรู้" (right to know) จึงเกิดขึ้นควบคู่กับสิทธิด้านอื่น ๆ ในกระบวนการนี้ สื่อมวลชนจะมีบทบาทหน้าที่เป็น "ตัวกลาง" (Mediation) ที่สำคัญสำหรับห้องเรียนวิชาประชาธิปไตย ทั้งในด้านการรายงานข่าวการเลือกตั้ง การทำโพลสำรวจ การนำเสนอความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองและนักการเมือง การอธิบายให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการไปออกเสียงเลือกตั้ง การเปิดเวทีให้พรรคการเมืองมาแถลงนโยบาย ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม หน้าที่การเป็นครูใหญ่ของวิชาว่าด้วยการปกครองระบอบประชาธิปไตยของสื่อมวลชนเองก็เริ่มถูกตั้งคำถามมากขึ้นทุกทีว่า ครูคนนี้ทำหน้าที่สมกับเป็นครูหรือไม่ เนื่องจากยิ่งนับวันนักการเมืองก็ยิ่งเริ่มมีสภาพเหมือนสินค้าชนิดหนึ่งที่การรับรู้คุณภาพขึ้นอยู่กับว่าจะถูกหีบห่ออย่างไร (packaging) จะถูกประชาสัมพันธ์อย่างดีหรือไม่ หรือกล่าวได้ง่าย ๆ ว่า **รูปแบบ**ของนักการเมืองที่ถูกนำเสนอเริ่มมีความสำคัญมากกว่า**เนื้อหา**ของนักการเมืองเสียแล้ว (หลักการนี้เป็นไปตามธรรมชาติของครูที่เป็นสื่อมวลชน) ตัวอย่างเช่นในการเลือกตั้งนายกรัฐมนตรีของอังกฤษ มาดามแทตเช่อร์ ได้จ้างนักเขียนบทละครมือดีมาเป็นผู้ร่างสุนทรพจน์ จ้างผู้กำกับการแสดงโทรทัศน์มาเป็นผู้ให้คำแนะนำวิธีการปรากฏตัวหน้าจอโทรทัศน์ ฯลฯ และกรณีของแทตเช่อร์นี้ก็มิใช่ข้อยกเว้นสำหรับผู้ที่เป็นนักการเมืองโดยทั่วไปแต่ประการใด

(ii) **หน้าที่ด้านการพัฒนาอารมณ์ของบุคคล** (Affection) ดังได้กล่าวมาบ้างแล้วในส่วนที่เกี่ยวกับหน้าที่ของโรงเรียนว่า ต้องมีบทบาทในการพัฒนาคุณลักษณะตามธรรมชาติของมนุษย์ให้มุ่งสู่ความสมบูรณ์และเนื่องจากมนุษย์ไม่ได้เป็นสัตว์ที่มีแต่เหตุผลเท่านั้น หากทว่ายังเป็นสิ่งมีชีวิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ลักษณะอารมณ์หลายอย่างทำหน้าที่เป็นสัญชาตญาณเพื่อการเอาชีวิตรอด เช่น อารมณ์กลัวความตื่นเต้น อารมณ์บางชนิดช่วยจัดการกับความสมดุลของมนุษย์ เช่น การร้องไห้เมื่อเสียใจ

นักวิชาการด้านการสื่อสารบางท่านให้ทัศนะเกี่ยวกับความจำเป็นของการทำหน้าที่ด้านการพัฒนาอารมณ์ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้คนในโลกสมัยใหม่ว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมในอดีตแล้ว ชีวิตประจำวันของผู้คนสมัยใหม่มีขอบเขตด้านการใช้อารมณ์ที่จำกัดมาก ความปลอดภัยและความสะดวกสบายในชีวิตทำให้อารมณ์ตื่นเต้น ความตื่นกลัว สัญชาตญาณของการระแวดระวังภัยสูญหายไป ผู้คนที่คุ้นเคยและมีลักษณะวิถีชีวิตที่ค่อนข้างซ้ำซากทำให้ขาดลักษณะการกระตุ้นอารมณ์ให้ถึงขีดสูงสุด นี่จึงเป็นคำอธิบายว่า เพราะเหตุใด ชีวิตคนสมัยใหม่จึงต้องมีการหยุดพักผ่อนเพื่อไปทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ ไปทำกิจกรรมที่ต้องผจญภัย หรือให้ความตื่นเต้นหวาดเสียวอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้ต่อมอารมณ์ต่าง ๆ ที่มีติดตัวมาก่อนที่ต่อมเหล่านี้จะแคระแกร็นไปเสียก่อน ดังนั้น บรรดาภาพยนตร์ประเภทสยองขวัญ ละครโทรทัศน์ประเภทรักหวานซึ้ง นวนิยายประเภทโศกสลด หรือรายการตลกทางทีวี ฯลฯ จึงเข้ามาทำหน้าที่ช่วยด้านการเรียนรู้และการพัฒนาอารมณ์ของผู้คนสมัยใหม่เพื่อทดแทนบรรยากาศที่เป็นจริงในชีวิตประจำวัน

การมีประสบการณ์ที่สัมผัสกับอารมณ์ประเภทต่าง ๆ ในระดับความรุนแรงต่าง ๆ นั้นเป็นประสบการณ์ที่สำคัญสำหรับการเรียนรู้ของมนุษย์ เพราะมนุษย์จำเป็นต้องมีการเรียนรู้และมีทักษะที่จะจัดการกับประสบการณ์ทางอารมณ์เหล่านั้น ตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดความหวาดกลัวอย่างถึงขีดสุด คนเราจะต้องเรียนรู้ว่าจะต้องทำอย่างไรดี (จะวิ่งหนีหรือจะหันหน้าเข้าสู้) นอกจากสื่อมวลชนจะจัดบรรยากาศให้ผู้คนได้สัมผัสกับประสบการณ์ทางอารมณ์ทุกประเภทแล้ว ก็ยังให้แบบอย่างว่าจะ "เผชิญหน้า" กับประสบการณ์ดังกล่าวได้อย่างไร

จากการทำหน้าที่ที่ดูเป็นประโยชน์ของสื่อมวลชนในด้านการพัฒนาอารมณ์ที่กล่าวมานี้ ก็มีทัศนะที่วิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่เป็น "ครูสอนบทเรียนทางอารมณ์" ของสื่อมวลชน เช่น ทัศนะของ J. Cantor (1996) ในบทความชื่อ "Television and Children's Fear" Cantor เห็นด้วยกับทัศนะที่ว่า โทรทัศน์ไม่ได้เพียงแต่สอนด้านความคิดความเข้าใจเท่านั้น หากทว่ายังได้สอนเกี่ยวกับเรื่องอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ให้แก่เด็ก ๆ อีกด้วย เพียงแต่ว่า บทเรียนด้านอารมณ์ที่

ครูสื่อมวลชนมอบให้แก่เด็ก ๆ นั้น เหมาะสมและเป็นประโยชน์แก่เด็ก ๆ หรือไม่ ทั้งนี้เพราะ Cantor วิเคราะห์ว่า ทุกวันนี้ ทั้งภาพยนตร์และโทรทัศน์มีเนื้อหารายการประเภทเขย่าขวัญเด็ก ๆ จนสติแตกกระเจิงหรือจับเส้นประสาทจนระบมอยู่อย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Jaw the Exorcist ไล่มาจนกระทั่งถึงบรรดาโทรทัศน์ประเภทหายนะทั้งหลาย ภาพยนตร์ทั้งจากโรงและจากโทรทัศน์กระตุ้นความกลัวของเด็ก ๆ มากจนเกินกว่าระดับที่เด็ก ๆ จะรับมือได้ ดังนั้น ในงานวิจัยสำรวจผลกระทบที่เกิดจากบทเรียนกระตุ้นอารมณ์เหล่านี้ ผู้วิจัยจึงพบว่า เด็ก ๆ มีอาการวิตกกังวลอย่างรุนแรงเกินเหตุ มีจินตนาการที่ห่างไกลจากความเป็นจริงอย่างมาก นอนไม่หลับ ฝันร้ายโดยฝันเกี่ยวกับบรรดาผีร้าย แม่มด สัตว์ประหลาด ฆาตกร ฯลฯ ที่ได้ดูมาจากโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่

(iii) **หน้าที่การขยายประสบการณ์ของบุคคล** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในขณะที่ประสบการณ์ในชีวิตจริงของบุคคลนั้นมีอย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนที่เพิ่งมีชีวิตอยู่ในโลกได้ไม่นานเช่นเด็ก ๆ หรือวัยรุ่น ดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นกลไกด้านการศึกษาที่สำคัญอย่างยิ่งในการขยายขอบเขตประสบการณ์ของบุคคล ตามทัศนะของสำนักโตรอนโต (Communication Technology Determinism) เช่น McLuhan ที่กล่าวว่า สื่อมีศักยภาพที่จะช่วยขยายประสาทสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป ทั้งในมิติของกาลเวลาและพื้นที่

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Strasburger (1993) ที่ศึกษาว่า ในทุกรายการของโทรทัศน์ (แม้แต่โฆษณาทางโทรทัศน์) ก็สามารถจะทำหน้าที่ขยายขอบเขตประสบการณ์ของเด็กวัยรุ่นให้กว้างขวางออกไปในเรื่องต่าง ๆ เช่น

- เด็กวัยรุ่นได้แอบรู้แอบได้ยินพฤติกรรมหลายอย่างที่ตัวเองยังไม่มีประสบการณ์โดยตรง เช่นเรื่องเพศสัมพันธ์ การใช้ยาเสพติด การทำแท้ง การคอรัปชั่น ฯลฯ ก่อนที่จะได้ประสบกับตัวเองโดยตรง
- เด็กวัยรุ่นได้เรียนรู้ว่า บทสคริปต์ของสังคมที่เขียนว่าผู้ใหญ่คาดหวังอะไรจากบรรดาวัยรุ่นบ้าง (ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์เรื่อง "น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์")
- เด็กวัยรุ่นได้เรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของเพศตรงข้าม (ตัวอย่างโฆษณาผ้าอนามัยก็ทำให้เด็กผู้ชายรู้ว่า เด็กผู้หญิงมีความรู้สึกอย่างไรในช่วงเวลาดังกล่าว) วิธีการแก้ปัญหาความขัดแย้ง (เช่น กรณีสงครามระหว่างอิสราเอลกับปาเลสไตน์) แบบแผนการเกี้ยวพาราสี (เช่น โฆษณาโอเดอโคโลญที่มีการขอเบอร์เพจเจอร์) รวมทั้งวิธีการจัดการกับความวิตกกังวลแบบต่าง ๆ (เช่น ถ้าหน้ามีสิวขึ้นมาจะทำอย่างไร)

H.J. Foreman (1933) ทำการวิจัยเรื่องบทบาทของภาพยนตร์ในการให้บทเรียนแก่เด็ก ๆ โดยกล่าวว่า ภาพยนตร์เป็นระบบการศึกษาแบบมวลชนที่สำคัญ (mass education)

โดยเฉพาะกับวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มที่ชมภาพยนตร์อย่างมาก คนที่เพิ่งย่างก้าวเข้าสู่วัยรุ่นหนุ่มสาวเหล่านี้จะได้เรียนความประพฤติและการกระทำ (conduct) และค่านิยมต่าง ๆ ที่ตนเองอาจจะยังไม่มีประสบการณ์โดยตรง เช่น การจูบกันอย่างดูดดื่มของพระเอกกับนางเอก เห็นผู้มีอำนาจในสังคมถูกท้าทาย เห็นผู้ชายที่หล่อเหลาหรือสาวสวยกลายเป็นฆาตกร ฯลฯ ผู้วิจัยพบว่าเด็กวัยรุ่น 22% รายงานว่า ตนเองรู้สึกมีปฏิกริยาต่อต้าน (resentment) กับพ่อแม่เนื่องจากเห็นแบบอย่างมาจากในหนัง

(iv) **หน้าที่การหล่อหลอมโลกทัศน์/ชีวทัศน์ของบุคคล** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับศักยภาพของสื่อมวลชนที่เปิดฉากโดยนักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต ได้เริ่มบันทึกประวัติศาสตร์หน้าใหม่เกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนว่า หน้าที่ที่แท้จริงและลึกล้ำของสื่อมวลชนนั้นก็คือ การหล่อหลอมโลกทัศน์ วิธีการมองโลก วิธีการรับรู้สิ่งต่าง ๆ ในโลก รวมทั้งหล่อหลอมจิตสำนึกของบุคคล ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวนั้นก็มิได้แตกต่างไปจากหน้าที่การสร้างอุดมการณ์หลักของโรงเรียนเท่าใดนัก (ดูรายละเอียดข้างหน้า)

ในงานวิจัยที่กล่าวมาแล้วของ Strasburger (1993) ระบุว่า ในช่วงปีที่สำรวจคือปี 1993 เด็กวัยรุ่นในสหรัฐใช้เวลาอยู่ในห้องเรียนปีละ 12,000 ชั่วโมง แต่ใช้เวลาอยู่กับโทรทัศน์ปีละ 15,000-18,000 ชั่วโมง และสิ่งที่เด็กวัยรุ่นได้รับการหล่อหลอมโลกทัศน์จากโทรทัศน์ก็คือ

- เด็กวัยรุ่นได้รับรู้ว่า "ความเป็นจริงของโลกเป็นอย่างไร" (เช่น สหรัฐเป็นชาติที่ดีที่สุด และลิเบียเป็นชาติกระหายสงคราม)
- เด็กวัยรุ่นได้เรียนรู้ว่าอะไรเป็นบรรทัดฐานของสังคม เช่น จากโฆษณาเหล้า ทำให้เด็ก ๆ มีวิธีการมองโลกของเหล้าว่า "การกินเหล้านั้นเป็นมาตรฐานมากกว่าจะเป็นข้อยกเว้น" หรือ "Real man drinks beer" เป็นต้น
- เด็กๆได้เรียนรู้ว่า "พฤติกรรมปกติ" เป็นอย่างไร เช่น เกิดเป็นคนอเมริกันต้องมองเห็นคนที่อยู่ข้างหน้าเป็นศัตรูที่ต้องเอาชนะ คนปกติต้องถือเอาความสำเร็จในชีวิตเป็นเป้าหมาย เป็นต้น

A. Jenkins & M. Young (1983) แสดงให้เห็นง่าย ๆ ว่าแม้แต่ภาพยนตร์สารคดีทางโทรทัศน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องที่ดูเป็นธรรมชาติและเป็นข้อเท็จจริงอย่างยิ่งเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ก็ยังสามารถติดตั้งโลกทัศน์วิธีการมองโลกและวิธีรับรู้โลกให้แก่บุคคลได้ ตัวอย่างเช่น แนวคิดเรื่อง "Landscape" ที่สามารถมองจากสายตาและจุดยืนของคนที่มีโลกทัศน์ต่าง ๆ กัน เช่น ศิลปิน (Romantic) อาจจะมอง landscape เป็นความงดงามของธรรมชาติ นักสิ่งแวดล้อมมองเป็น "ที่อยู่อาศัยร่วมกันของสิ่งมีชีวิต (Habitat) นักภูมิสถาปัตย์มองว่าเป็นการออกแบบวางผังเพื่อใช้ประโยชน์ นักค้าที่ดินมองเป็นสินค้า นักการศาสนามองเป็นสิ่งสร้างของพระเจ้า ฯลฯ และใน

ภาพยนตร์สารคดีแต่ละชุดย่อมจะใช้ทัศนะและจุดยืนอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่เสมอ ดังนั้นจึงไม่ต้องสงสัยเลยว่า โทรทัศน์ที่เป็นเสมือนโรงเรียนกวดวิชาต่างๆ ให้แก่เด็ก ๆ นั้น เมื่อเด็กๆ ได้ดูข่าวต่างประเทศก็เท่ากับเด็กๆ ได้ถูกหล่อหลอมให้มีการรับรู้ประเทศต่าง ๆ ในโลกไปในตัว แม้แต่ภาพลักษณ์และอุดมการณ์เกี่ยวกับโรงเรียนและสถาบันการศึกษาเองก็ถูกจัดวางจากสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน (สนใจกรณีภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาที่ปรากฏในสื่อไทย โปรดดู มนชนก, 2540)

Strasburger (1993) ประมวลงานวิจัยที่ศึกษา "ภาพลักษณ์ของเด็กสาววัยรุ่น" ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์นี้พบว่า

- เด็กผู้หญิงจะถูกเน้นเรื่อง "หน้าตา" มากกว่า "ความสามารถ"
- เด็กผู้หญิงที่เฉลียวฉลาดด้านการศึกษาจะถูกนำเสนอว่า "เซ่อซ่าและเชย" ในแง่สังคม (social misfit) เช่น ใส่แว่นตาหนาเตอะ เต้นรำไม่เป็น
- เด็กผู้หญิงวัยรุ่นจะ passive มากกว่าเด็กผู้ชาย
- เด็กสาววัยรุ่นชอบใช้ชีวิตด้วยกิจกรรมการไปเดินช้อปปิ้งซื้อหาของใช้หรือตามล่าหาแฟน/ผู้ชาย ไม่ชอบคุยเรื่องอาชีพการเงินหรือประเด็นหนักเรื่องสังคม/การเมือง/เศรษฐกิจ
- ส่วนใหญ่ เด็กสาววัยรุ่นที่ถูกนำเสนอจะมาจากครอบครัวชนชั้นกลาง

Strasburger กล่าวว่า ภาพลักษณ์ดังกล่าวสามารถที่จะสร้าง "โลกที่สอง" ที่แวดล้อมบรรดาสาว ๆ วัยรุ่นในสังคมตามคำอธิบายของสำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ ทำให้เด็กสาวส่วนใหญ่สร้างเอกลักษณ์ของตนเองตามภาพในสื่อมวลชน ดังนั้นเพื่อเลียนแบบงานวิจัยเรื่อง "ความรุนแรง" ของ Gerbner ที่กล่าวว่า เนื้อหาที่รุนแรงในโทรทัศน์สามารถสร้าง "โรคหวาดผวา" (Scary World Syndrome) ให้แก่บุคคล เนื้อหาแสดงภาพลักษณ์ของสาวๆวัยรุ่นเหล่านี้ก็สามารถจะสร้าง "โรคชอบเป็นสาวเซ็กซี่" (Sexy World Syndrome) ให้เกิดขึ้นได้แก่กลุ่มสตรีวัยรุ่นเช่นกัน

(3.3) การให้การศึกษาแบบตั้งใจและไม่ตั้งใจของสื่อมวลชน

สำหรับการทำหน้าที่ให้การศึกษาของสื่อมวลชนนั้นอาจจะมีทั้งแบบที่ผ่านผู้ผลิตรายการไม่ได้ตั้งใจ แต่ทว่าฝ่ายผู้ชมได้เรียนรู้ไปเอง อันได้แก่บรรดาประเภทรายการตามธรรมดาที่มีอยู่ในสื่อประเภทต่าง ๆ กับแบบที่สื่อมวลชนตั้งใจหรือกึ่งตั้งใจที่จะให้เป็นรายการเพื่อการศึกษา ตัวอย่างของรายการประเภทกึ่งตั้งใจจะให้การศึกษาก็มีตั้งแต่รายการตอบปัญหาความรู้ (ตั้งแต่ความรู้แบบในโรงเรียน เช่น รายการ IQ180 ไปจนถึงความรู้แบบทั่วไป เช่น รายการเกมเศรษฐี) รายการสอนทำอาหาร สอนการประดิษฐ์สิ่งของภายในบ้าน ฯลฯ ส่วนรายการประเภทเพื่อ

การศึกษาแบบเต็มที่ก็เช่น รายการวิทยุศึกษา รายการการสอนทางไกลของมหาวิทยาลัย ที่เรียกว่า Educational Television (ETV))

เมื่อเปรียบเทียบกับบรรดารายการประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ในโทรทัศน์แล้ว รายการเด็กมักจะเป็นรายการที่ถูกเรียกร้องให้ต้องทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่กลุ่มผู้ชมมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากความเข้าใจที่ว่า เด็ก ๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายพิเศษที่ต้องการการเรียนรู้มากกว่าผู้ใหญ่ที่โตแล้ว อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเราจะได้แบ่งประเภทรายการตามลักษณะการให้การศึกษาของสื่อมวลชนออกเป็นแบบตั้งใจ/ไม่ตั้งใจ โดยใช้มุมมองจาก**ด้านผู้ผลิต**เป็นสำคัญ แต่ทว่าก็ไม่มีหลักประกันอันใดเลยที่จะบอกว่า จากมุมมองของ**ผู้เรียน** เด็ก ๆ จะได้ "เรียนรู้" จากรายการที่ตั้งใจจะให้ความรู้ เช่น เรียนรู้จากรายการเด็ก ๆ มากกว่าเรียนรู้จากรายการที่ไม่ตั้งใจ เช่น รายการละคร และอาจเป็นไปได้ว่าผลลัพธ์อาจจะออกมาในทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ส่วนที่ตั้งใจสอนกลับไม่ได้เรียน และกลับไปเรียนจากที่ไม่ได้ตั้งใจสอน เป็นต้น

Schramm et al (1961) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการทำหน้าที่ด้านการศึกษาอย่างเต็มรูปแบบของสื่อมวลชนที่ปรากฏในรูปแบบของ"สื่อโทรทัศน์เพื่อการศึกษา" (ETV) มีข้อที่น่าสนใจดังนี้

(i) **เป้าหมายลักษณะทางธุรกิจ** เป้าหมายของสื่อโทรทัศน์เพื่อการศึกษาก็คือ มุ่งจะให้ความรู้แก่ผู้ชมเป็นหลักสำคัญ ซึ่งหากเทียบกับลักษณะทั่วไปของโทรทัศน์ที่มีธรรมชาติ 2 ประการในตัวเองคือ การเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรและการบริการสาธารณะแล้ว ETV จะถือเอาบริการสาธารณะเป็นหลักและเป็นกิจกรรมที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Non-Commercial) ดังนั้น เงินทุนในการดำเนินงานจึงมิได้มาจากการโฆษณาสินค้า หากทว่ามาจากการสนับสนุนของรัฐ ชุมชน องค์กรศาสนา หรือโรงเรียน

(ii) **ลักษณะเนื้อหารายการ** อาจกล่าวได้ว่า เนื้อหาของรายการทั้งหมดจะเป็นวัฒนธรรมแบบชั้นสูง (high-brow culture) ตัวอย่างเช่น

- จะไม่มีภาพยนตร์ไม่เน้นความบันเทิง แต่เป็นสาระประโยชน์
- สำหรับรายการเพลง จะเน้นเพลงคลาสสิก มากกว่าเพลง pop
- รายการข่าวจะเน้นการวิเคราะห์ข่าวมากกว่าการรายงานข่าว
- มีรายการแนะนำหนังสือสำหรับอ่าน รายการระบำบัลเล่ต์
- สำหรับรายการเด็ก ๆ จะไม่เน้นการใช้ความรุนแรง

กล่าวโดยสรุปก็คือ รูปแบบและเนื้อหาของรายการใน ETV จะแตกต่างจากรายการที่มีอยู่โดยทั่วไปในโทรทัศน์ โดยผู้ผลิตรายการคาดหวังจะดึงความสนใจจากเด็ก ๆ ให้มาในแนวทางของวัฒนธรรมที่เหมาะสมกว่า และเป็นทางเลือกสำหรับการมีจินตนาการสร้างสรรค์ (ที่

มักไม่ค่อยมีในรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป) แต่แน่นอนว่า เนื่องจากทรัพยากรเวลาของผู้ชมมีอย่างจำกัด ดังนั้นรายการใน ETV เหล่านี้ก็ต้องลงสนามแข่งขันช่วงชิงปริมาณและเวลาของผู้ชมกับรายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ทั่วไป

(iii) **ประสิทธิผลของ ETV** Schramm ตั้งคำถามว่า การใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษาโดยตรงในรูปของ ETV ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นได้ผลสมดังความมุ่งหมายของฝ่ายผู้ผลิตหรือไม่ ข้อมูลบางประการของการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

- **ปริมาณของผู้ชม** ตัวเลขที่สม่ำเสมอของผู้ชมรายการ ETV จะอยู่ระหว่าง 15-20% ของผู้ชมทั้งหมดหรือต่ำกว่านั้น ในกรณีที่เป็นเด็กเล็ก เงื่อนไขของการชมนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าพ่อแม่ได้เปิดดูเองหรือได้เปิดให้เด็กดูหรือไม่ ส่วนกรณีของเด็กโต แรงจูงใจที่จะติดตามชมมักจะมาจากอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นสำคัญ

- **เหตุผลของผู้ชม** เมื่อผู้วิจัยเจาะถามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นที่น่าจะมีโอกาสใช้ประโยชน์ของ ETV มากที่สุด มีคำตอบส่วนใหญ่ที่น่าสนใจว่า วัยรุ่นจะกล่าวว่า ชีวิตของพวกเขาเต็มไปด้วยการศึกษาอยู่แล้ว ตลอด 8 ชั่วโมงพวกเขาต้องใช้เวลาเรียนหนังสืออยู่แล้วที่โรงเรียน เพราะฉะนั้นเมื่อกลับมาถึงบ้าน เขาก็ไม่ต้องการ "เรียนอะไรเพิ่มเติม" อีกแล้ว หากแต่ต้องการจะพักผ่อน นี่เป็นเหตุผลที่ทำให้ไม่เปิดชมรายการ ETV

- **สำหรับคุณภาพของผู้ชมรายการ ETV** Schramm พบว่า เด็กฉลาดมีอัตราการชมรายการ ETV มากกว่าเด็กทั่วๆไป และถ้าเป็นกลุ่มผู้ชมผู้ใหญ่ ก็มักจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาดี ไม่ค่อยใช้เวลาดูโทรทัศน์มากนัก ชอบอ่านหนังสือมากกว่า สนใจเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมและกิจกรรมสาธารณะซึ่งผู้วิจัยสรุปว่า เป็นลักษณะของผู้ใหญ่ที่เด็กฉลาด ๆ จะโตขึ้นมาเป็นนั่นเอง นี้จึงนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ผู้ที่ฉลาดอยู่แล้วหรือมีการศึกษาดีอยู่แล้ว ก็จะยิ่งใช้โทรทัศน์เพื่อเสริมความฉลาดหรือระดับการศึกษาของตนให้มากยิ่งขึ้น (เรียกว่า Spiral upward/downward)

(3.4) โอกาสและความเป็นไปได้ในการทำหน้าที่ด้านการศึกษาของสื่อมวลชน

การใช้สื่อมวลชนเพื่อทำหน้าที่การศึกษาจะเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด เป็นคำถามที่นักวิชาการสนใจแสวงหาคำตอบ Masterman (1985) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับแนวโน้มโดยทั่วไปของโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องธรรมชาติสองด้านของโทรทัศน์ที่กล่าวมาแล้วคือ การให้บริการสาธารณะและการเน้นธุรกิจการค้ามาเป็นเกณฑ์ และได้พบแบบแผนว่ามักจะมีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนที่ลดลงของลักษณะแรกและการเพิ่มขึ้นของลักษณะหลัง ที่เรียกว่า "การแปรรูปให้เป็นเอกชน" (Privatisation of information) และได้เปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญ ๆ ที่แตกต่าง

ระหว่าง 2 ระบบดังนี้

การให้บริการสาธารณะ (Public service)	**การเป็นธุรกิจเอกชน** (private entreprise)
● ผู้ที่มีความต้องการใช้ต้องได้ใช้ฟรี	● ผู้ที่จะได้ใช้ต้องมีความสามารถในการจ่าย
● เปิดให้ทุกคนเข้าถึงได้	● เปิดให้เฉพาะคนบางกลุ่มให้เข้าถึง
● ให้บริการแบบสาธารณะโดยทั่วไป	● เปิดให้บริการแก่ผู้ซื้อและผู้ผลิตเท่านั้น
● กระจายข่าวสารข้อมูลผ่านสถาบันการศึกษา	● กระจายข่าวสารข้อมูลผ่านระบบตลาด

จากแนวโน้มการเคลื่อนย้ายของสื่อมวลชนจากเป้าหมายของการให้บริการสาธารณะไปสู่การเป็นธุรกิจเอกชนมากขึ้นนั้น ทำให้ต้องตั้งคำถามว่า การมอบหมายภารกิจหน้าที่ด้านการให้การศึกษาแก่สังคมของสื่อมวลชนนั้นจะมีความเข้าใจได้อย่างจริงจังมากน้อยเพียงใด

4. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันการศึกษา

เราได้กล่าวมาถึงลักษณะที่เป็นทั้งจุดร่วมและจุดต่างระหว่างสถาบันสื่อมวลชนและสถาบันการศึกษา โดยที่ทั้งจุดร่วมและจุดต่างดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสถาบัน ในที่นี้เราจะสำรวจลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทั้งสองซึ่งอาจจำแนกได้เป็น 3 แบบแผนคือ

(4.1) ความสัมพันธ์ในทางบวก

(4.2) ความสัมพันธ์ในทางลบ

(4.3) ความสัมพันธ์แบบเป็นกลางๆ

(4.1) ความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างสื่อกับระบบการศึกษา

ความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างสถาบันนั้นคือ ความสัมพันธ์ในลักษณะที่หนุนช่วยซึ่งกันและกันอันเกิดมาจากจุดร่วมเช่น การทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่สังคม ตัวอย่างของลักษณะความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างสองสถาบันมีดังนี้

- การที่บุคลากรทางการศึกษานำเอาสื่อมวลชนไปใช้ในงานสอนของตน เป็นรูปแบบที่แพร่หลายที่สุด และมีงานวิจัยในประเด็นนี้อย่างมาก (สนใจดูกรณีของไทยโปรดดู บุญส่ง, 2537)

- การที่สื่อมวลชนช่วยเป็นช่องทาง/เวทีให้แก่สถาบันการศึกษาเพื่อเข้าถึงสาธารณชน เช่น การรายงานข่าวกิจกรรมของโรงเรียน การจัดรายการสนทนาเกี่ยวกับนโยบายทางการศึกษา การมีคอลัมน์ประจำเรื่องการศึกษาในหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ในเวลาเดียวกัน สถาบันการศึกษาก็เป็นทั้งแหล่งข่าวและเป็นวัตถุดิบสำหรับสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

- การที่สื่อมวลชนให้การสนับสนุนด้านวัตถุแก่สถาบันการศึกษา เช่น การสร้างโรงเรียน การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ หรือเป็นช่องทางในการระดมทรัพยากรให้แก่โรงเรียน เช่น การจัดทอดผ้าป่าหนังสือหรือรณรงค์เรื่องอาหารกลางวันแก่เด็กยากจน ฯลฯ

- ความสัมพันธ์แบบหนุนช่วยกันทางอ้อม เช่น เมื่อโรงเรียนรณรงค์เรื่องการอ่านออกเขียนได้ ก็ทำให้ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์สูงขึ้นส่งผลให้เกิดการขยายกิจการของหนังสือพิมพ์ หรือเมื่อโรงเรียนใช้เทปสารคดีทางโทรทัศน์มาสอน ก็ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเติบโตขึ้น เป็นต้น

สำหรับในรูปแบบแรกคือ การที่บุคลากรทางการศึกษาจะนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ในการเรียนการสอนนั้น มีได้หลายรูปแบบ เช่น

- นำเอามาทั้ง**รูปแบบ**และ**เนื้อหา**เลย แต่นำมาเพิ่มเติม "วิธีการใช้" ให้เป็นไปตามเป้าหมายของชั้นเรียน ตัวอย่างเช่น การตัดหนังสือพิมพ์มาใช้ประกอบการสอน การอัดรายการโทรทัศน์มาฉายในห้องเรียน เช่น อัดเทปรายการสารคดี "เส้นทางสายไหม" มาใช้สอนวิชาภูมิศาสตร์ สำหรับวิธีการนำมาใช้แบบนี้ ครูจะเป็นผู้คัดเลือกบางส่วนของสื่อมวลชนและจะปรับเปลี่ยนแบบแผนการเปิดรับสื่อของนักเรียนให้สอดคล้องกับลักษณะของการศึกษา (เช่น ก่อนจะเปิดเทปโทรทัศน์ดู ครูจะตั้งคำถามนำเอาไว้ก่อน)

- นำเอาแต่**เทคโนโลยี**ของสื่อมวลชนมาใช้ (รูปแบบ) แต่ทว่าสอดใส่**เนื้อหา**ใหม่ของการศึกษาเข้าไป ได้แก่กรณีของการนำอุปกรณ์วิทยุ เทป กล้องถ่ายโทรทัศน์มาใช้ แต่ทว่าเนื้อหาทั้งหมดจัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา (ได้แก่หน่วยผลิตบทเรียนโทรทัศน์/วิทยุศึกษาทั้งหลาย)

ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม การนำสื่อมวลชนมาใช้ในการเรียนการสอนนั้นมักจะวางอยู่บนความเชื่อพื้นฐาน 2-3 ประการ คือ

i) ความเชื่อที่ว่า เทคโนโลยีนั้นเป็นกลาง เช่น อุปกรณ์วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งสามารถจะนำมาใช้ทั้งด้านที่เป็นคุณหรือเป็นโทษ อาจใช้เพื่อสาระความรู้หรือเพื่อความไร้สาระก็ได้ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ ความเชื่อแบบแรกนี้จะหนุนหลังรูปแบบการใช้แบบแรก

(ii) ความเชื่อที่ว่าต้องแยกแยะประเภทของสื่อที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันระหว่าง "สื่อ

เพื่อการศึกษา" กับ "สื่อธุรกิจการค้า" อันได้แก่ความเชื่อที่ทำให้โรงเรียนต้องผลิตเนื้อหาของสื่อเอง คุณลักษณะที่ทำให้แยกแยะระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภทก็คือ

- สื่อเพื่อการศึกษา จะเป็นสื่อที่เป็นเรื่องจริง มุ่งให้ข้อเท็จจริงข่าวสารความรู้ (factual realistic)
- สื่อเพื่อธุรกิจจะเป็นสื่อที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิง เป็นจินตนาการที่ทำให้ผู้ชมหลบหนีโลกแห่งความจริง (Entertainment escapist)

สำหรับความเชื่อประการหลังนี้ Masterman (1985) มีความเห็นว่าอาจจะทำให้เกิดช่องว่างระหว่างโลกภายในห้องเรียนที่ใช้แต่สื่อการศึกษา กับโลกที่เป็นจริงภายนอกที่ท่วมท้นไปด้วยสื่อธุรกิจ โดยขาดการคำนึงถึงข้อเท็จจริงว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง เด็ก ๆ กำลังใช้สื่ออะไรอยู่ Masterman เสนอให้ปรับความเชื่อใหม่ในการเลือกใช้สื่อมวลชนมาช่วยด้านการศึกษาว่า ควรจะใช้ "นักเรียน" เป็นตัวตั้ง โดยพิจารณาว่าเด็ก ๆ กำลังใช้สื่ออะไร อย่างไร และมีเป้าหมายอะไรมาเป็นเกณฑ์มากกว่า (ดูแนวคิดนี้ในเรื่อง “สื่อศึกษา" (Media Literacy) ที่จะกล่าวถึงต่อไป)

และสำหรับหลักการนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ในห้องเรียนนี้ Short (1971) ให้ข้อคิดว่า กระบวนการฝึกอบรมครูนั้นจะต้องทำให้ครูรู้จัก "ทั้งเครื่อง รู้จักทั้งคน(เรียน)" มิฉะนั้นครูจะมีสถานะไม่แตกต่างไปจากเครื่องคอมพิวเตอร์ (เช่น เด็กคิดว่าภาพในโทรทัศน์เป็นเรื่องจริงหรือเปล่า) โดยที่เมื่อครูนำเอา "โทรทัศน์เข้ามาในห้องเรียนนั้น" เด็ก ๆ ก็นำเอา "แบบแผนการดูโทรทัศน์จากที่บ้าน" ติดเข้าไปในห้องเรียนเช่นเดียวกัน และหลักที่สำคัญที่สุดก็คือ ต้องไม่ทำผิดซ้ำเหมือนที่บ้านซึ่งแม่หลายคนมักจะใช้โทรทัศน์เลี้ยงลูกแทนตนเอง กล่าวคือ ครูจะต้องนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารมา**เสริม** (complement) มิใช่มา**ทดแทน** (substition) ตัวครู

เมื่อมีการนำสื่อมาช่วยใช้ในการสอนนั้น ก็จะมีคำถามหลักว่า "สื่อสามารถช่วยสอนได้จริงหรือไม่" และได้มีการทำวิจัยติดตามผลในเรื่องนี้อยู่เสมอ ดังตัวอย่างที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้

ตัวอย่างแรก เป็นกรณีการใช้โทรทัศน์สอนวิชาเลข มีการจัดทำรายการโทรทัศน์ชื่อ "Square one" ที่ได้ทดลองนำมาใช้สอนเลขในรัฐเท็กซัส สหรัฐ (ปี 1990) ผู้ผลิตรายการได้วางเป้าหมายของรายการเอาไว้ 3 ประการคือ (ดู MacBeth, 1996)

(1) เพื่อกระตุ้นให้เด็กตื่นตัวกับวิชาคณิตศาสตร์

(2) เพื่อกระตุ้นให้มีการใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์ในการแก้ปัญหา

(3) เพื่อนำเสนอเนื้อหาวิชาเลข (ที่ปกติเด็กมักจะเบื่อหน่ายและมีทัศนคติในทางลบ) ให้มีลักษณะที่น่าสนใจ ให้เด็กสามารถเข้าใจและเห็นความหมายความสำคัญของวิชาเลขในชีวิตประจำวัน

ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยโดยใช้วิธีการทดลองซึ่งเป็นการจัดสถานการณ์ทดลอง

โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง อายุ 8-12 ขวบ ทั้งหญิงและชาย วัดผลความสามารถด้านคณิตศาสตร์ก่อนและหลังจากการสอนด้วยรายการโทรทัศน์ดังกล่าว ผลการวิจัยปรากฏว่า รายการดังกล่าวสามารถให้ผลตามที่ฝ่ายผู้ผลิตตั้งเป้าหมายเอาไว้ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็อภิปรายว่า หากเป็นการดูรายการดังกล่าวในบริบทที่บ้านแล้ว การชมรายการดังกล่าวอาจไม่ได้ผลมากเท่ากับการทดลอง แต่ถ้าเป็นการดูร่วมกันที่โรงเรียนซึ่งมีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนรู้และใกล้เคียงกับสถานการณ์ของการทดลองแล้ว คาดว่ารายการดังกล่าวจะช่วยให้ผลการเรียนของเด็กดีขึ้นอย่างแน่นอน

ไม่เพียงแต่เนื้อหารายการที่เป็นความรู้แบบวิชาการในห้องเรียนเท่านั้นที่สามารถจะสั่งสอนได้โดยผ่านสื่อมวลชน แม้แต่เนื้อหาความรู้ที่เป็นความรู้ในชีวิตจริง ก็สามารถจะนำสื่อมาใช้สอนได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างงานวิจัยที่มีการทดลองสร้างบทเรียนเกี่ยวกับพัฒนาการด้านสังคมของเด็ก ๆ โดยการนำเสนอเนื้อหาที่แสดงให้เห็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในทางบวก (เช่น การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน การช่วยเหลือกัน การให้อภัยกัน ฯลฯ) รวมทั้งมีการแสดงออกทางอารมณ์ที่เหมาะสม หลังจากทดลองให้เด็ก ๆ ดูรายการที่ออกแบบมาสำหรับเป้าหมายเฉพาะเพื่อการศึกษาดังกล่าวแล้ว จะพบว่า เด็ก ๆ มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรมให้ความร่วมมือ การแสดงออกทางอารมณ์ที่เหมาะสมมากขึ้นกว่าเดิม เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่องบทบาททางเพศ (gender) ที่สอนผ่านรายการโทรทัศน์ชื่อ Free Style ที่ออกแบบมาสำหรับลดอคติต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเพศ และนำเสนอความเสมอภาคเท่าเทียมระหว่างเพศ ผลก็ปรากฏว่าทั้งในระดับความคิดเห็นและการลงมือกระทำจริง ทั้งเด็กหญิงและเด็กชายมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นจริง ๆ

ถึงแม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะมีศักยภาพในการเรียนการสอนดังที่ผลการวิจัยส่วนใหญ่ได้พิสูจน์แล้ว แต่ปัญหาก็คือ รายการโทรทัศน์ที่มีอยู่จริง ๆ นั้นได้สอนอะไร ในขณะที่รายการ Free Style ได้สอนเรื่องความเสมอภาคทางเพศนั้น รายการโทรทัศน์ที่มีส่วนใหญ่กลับสอนบทเรียนเรื่องอคติทางเพศมากกว่า และนี่คงจะเป็นปัญหาที่แท้จริงของครูที่ชื่อ "สื่อมวลชน" คือ "ครูดี ๆ มีน้อยเกินไป"

(4.2) ความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันการศึกษา

ความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันการศึกษานั้น ส่วนใหญ่จะเกิดมาจากทัศนะของบุคลากรในวงการศึกษาที่มีต่อสื่อมวลชนเป็นหลัก โดยที่ทัศนะดังกล่าวนั้นอาจจะก่อตัวมาจากสภาพความเป็นจริง หรือเกิดมาจากทัศนคติที่ครูใช้ประเมินสื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสื่อโทรทัศน์

ลักษณะความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างโรงเรียนกับสื่อมวลชนอาจมีทั้งสาเหตุจากด้านปริมาณและด้านคุณภาพดังนี้

(i) **ความขัดแย้งในเรื่องการใช้เวลาของเด็ก** (Time use) เนื่องจาก "เวลา" เป็นทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด และก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์นั้น โรงเรียนเคยเป็นผู้ผูกขาดการใช้เวลาของเด็ก ๆ เป็นส่วนใหญ่ ทั้งเวลาในห้องเรียนและการทำการบ้าน/อ่านหนังสือเพิ่มเติมที่บ้าน แต่ทว่าเมื่อเกิดสื่อโทรทัศน์ขึ้น โทรทัศน์ได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่เวลาของเด็ก ๆ จากโรงเรียนมากขึ้นทุกที ดังสถิติที่สำรวจส่วนใหญ่พบว่า เด็กอเมริกันใช้เวลาอยู่กับโทรทัศน์มากกว่าอยู่ในห้องเรียน ในขณะที่คู่ขัดแย้งเดิมของโรงเรียนคือหนังสือการ์ตูนที่เด็ก ๆ ชอบอ่านมากกว่าตำราก็ยังคงอยู่ และยังได้แปรรูปไปเป็นหนังการ์ตูนในโทรทัศน์ ปัญหาเรื่องการช่วงชิงเวลาระหว่างโรงเรียนกับโทรทัศน์ดูจะเป็นความขัดแย้งที่แก้ไขได้ยาก

(ii) **ทัศนคติด้านลบต่อโทรทัศน์** เนื่องจากสื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์มีธรรมชาติและมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อเพื่อบันเทิงเป็นหลัก และสังกัดอยู่ในวัฒนธรรมแบบ low-brow (วัฒนธรรมประชานิยม) อันเป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับธรรมชาติของโรงเรียนที่เน้นความรู้ สาระ และวัฒนธรรมแบบ high-brow ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่ไม่น่าแปลกใจที่กลุ่มครูส่วนใหญ่จะมีความเห็นโดยทั่วไปว่า โทรทัศน์ไม่เคยช่วยให้เด็ก ๆ ทำอะไรที่ดีและมีประโยชน์สำหรับตัวเองเลย การดูโทรทัศน์มากทำให้เด็กอ่านหนังสือน้อยลง เขียนหนังสือได้ไม่ดี เติบโตอย่างคนที่ขาดวุฒิภาวะทางอารมณ์และสติปัญญา มีรสนิยมที่แสวงหาความสนุกสนานแบบแย่ ๆ ชอบใช้ความก้าวร้าวแก้ไขความขัดแย้งทำให้มีปัญหากับเพื่อน ๆ มีความสนใจเรื่องราวต่าง ๆ เพียงชั่วครู่ชั่วยาม (ตามลักษณะของรายการโทรทัศน์ที่มีความยาวไม่เกิน 1 ชั่วโมง) และคิดเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างผิวเผิน (ตามธรรมชาติของการนำเสนอของโทรทัศน์เช่นกัน) กล่าวโดยสรุปก็คือ ความชั่วร้ายทั้งหลายที่เกิดขึ้นกับเด็กนั้น มีโทรทัศน์เป็นต้นตอที่สำคัญ

P. Fraser (1990) ประมวลทัศนคติที่ครูกล่าวถึงโทรทัศน์ในด้านลบว่ามีดังนี้

- **การประเมินแบบใช้จุดยืนทางการเมือง**

- สำหรับการเมืองแบบฝ่ายขวา กลุ่มครูเหล่านี้จะเห็นว่า โทรทัศน์เป็นตัวการมาทำลายวัฒนธรรมอันดีงามของสังคม ทำให้เด็ก ๆ กระด้างกระเดื่องต่ออำนาจของผู้ใหญ่และก่อความไม่สงบสุขต่าง ๆ

- สำหรับการเมืองแบบกลาง ๆ กลุ่มครูที่มีจุดยืนแบบกลาง ๆ จะลงความเห็นว่าโทรทัศน์มาเบียดเวลาสำหรับการอ่านหนังสือของเด็ก ๆ ทำให้ระดับความรอบรู้ลดลง

- สำหรับการเมืองแบบฝ่ายซ้าย กลับเห็นตรงข้ามกับกลุ่มฝ่ายขวา เนื่องจากครูกลุ่มนี้กลับเห็นว่า โทรทัศน์ถ่ายทอดและครอบงำอุดมการณ์หลักของสังคม ดังนั้นจึงช่วยธำรง

รักษาระบบและทำให้เด็กไม่คิดเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น

- **การประเมินแบบใช้เรื่อง "คุณภาพ" (quality) มาเป็นเกณฑ์** เช่น คุณภาพทางสุนทรียะ เช่น ครูที่สอนศิลปะการละครอาจจะวิจารณ์ว่า ละครโทรทัศน์มีระดับสุนทรียะต่ำในแง่การละคร หรือครูภาษาไทย ครูวิทยาศาสตร์ ก็อาจจะเห็นว่า การใช้ภาษาในโทรทัศน์หรือบรรดาหนังผีในโทรทัศน์ทำให้ความรู้ด้านภาษาและวิทยาศาสตร์ของเด็ก ๆ มีคุณภาพต่ำลง

- **การประเมินแบบใช้เรื่อง "ความบันเทิง"** (Hedonistic) เป็นเกณฑ์ ได้แก่ทัศนะที่ว่า โทรทัศน์สอนให้เด็ก ๆ เอาแต่เล่นบันเทิงสนุกสนานไปวัน ๆ ทำให้เติบโตมาเป็นคนที่ไร้สาระ ขาดการเอาจริงเอาจังในชีวิต

(iii) **ความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความแตกต่างในธรรมชาติของสองสถาบัน** สำหรับพวกเราทุกคนที่มีชีวิตอยู่ทั้งในบรรยากาศของห้องเรียน และบรรยากาศหน้าจอโทรทัศน์/หน้าเครื่องรับวิทยุ/หรือภายในโรงภาพยนตร์ คงจะรู้สึกได้ดีถึงความแตกต่างระหว่างสองบรรยากาศนี้ สำหรับบรรยากาศในห้องเรียนนั้น D.H. Lawrence นักประพันธ์ผู้โด่งดังที่เคยมีประสบการณ์ชีวิตการเป็นครูมัธยมอยู่ช่วงระยะเวลาหนึ่งได้บันทึกบทกวีเกี่ยวกับบรรยากาศของห้องเรียนเอาไว้อย่างชัดเจนว่า (อ้างใน Murdock & Phelps, 1973)

"When with the bell ring, and end this weariness?
How long have they tugged the leash, and strained apart
My pack of unruly hounds ! I cannot start
Them again on a quarry of knowledge they hate to hunt, ...
what does it matter to me: if they can write
A description of a dog, or if they can't?"

หากเรานั่งสังเกตดูบรรยากาศในห้องเรียนโดยทั่วไปก็จะพบว่า ในช่วงเวลาของการเรียน เด็ก ๆ จะมีอาการเงียบเหงาเศร้าสร้อย ไม่มีชีวิตชีวา เบื่อหน่าย หาวนอน ใจลอย ดูคล้ายสิ่งมีชีวิตที่ตายซาก แต่เมื่อใดก็ตามที่มีเสียงกริ่งบอกหมดเวลา บรรดาเหล่าผีดิบในห้องเรียนก็จะฟื้นคืนชีพตื่นตัวขึ้นมาอย่างคึกคัก ในระยะแรก ๆ อาการที่กล่าวมานี้จะเป็นแต่ฝ่ายผู้เรียนเป็นส่วนใหญ่ แต่ในระยะหลัง ๆ เชื้อโรคจากนักเรียนก็จะแพร่ระบาดไปถึงผู้ที่เป็นครูด้วย เช่น บทกวีของ Lawrance ที่มีฐานะเป็นครูที่ยกมาข้างต้น

นี้เป็นบรรยากาศที่ตรงกันข้ามกับการบริโภคสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะหลังบรรดาสื่อมวลชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นตลาดเพลง วิทยุ รายการโทรทัศน์ นิตยสาร

ฯลฯ จะปรับตัวเข้ามาหาตลาดวัยรุ่นเป็นสำคัญ ก็ยิ่งทำให้สื่อมวลชนสามารถจะพรากเด็ก ๆ จากห้องเรียนเข้าไปหาอ้อมอกของสื่อมวลชนได้มากยิ่งขึ้นทุกที

ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากความก้าวหน้าของการนำเอาอุปกรณ์สื่อสมัยใหม่มาใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เทปเสียง สไลด์ เทปบันทึกโทรทัศน์ จนกระทั่งถึงการเรียนรู้ด้วยระบบคอมพิวเตอร์แบบ interactive ที่มีโปรแกรมสำเร็จรูปที่เด็กๆ จะเรียนเมื่อใดก็ได้ ฯลฯ อุปกรณ์เหล่านี้ทำให้เกิดคำถามว่า ครูมีสถานภาพที่แตกต่างไปจากอุปกรณ์การสอนเหล่านี้อย่างไร หรือการสอนหนังสือเป็นมากกว่าการถ่ายทอดความรู้/การได้ความรู้อย่างไร (ในกรณีของสังคมไทยเครื่องถ่ายเอกสารได้เคยโยนเครื่องหมายคำถามดังกล่าวให้แก่การเข้านั่งฟังจดคำบรรยายมาแล้ว) แม้ว่าจะมีคำตอบในเชิงปลอบใจตามหลักการว่า สิ่งที่อุปกรณ์เช่นคอมพิวเตอร์ทำไม่ได้ก็คือ การสร้างสำนึกให้รู้คิดอย่างวิพากษ์วิจารณ์ (critical thinking) แต่ในทางปฏิบัติก็มีปัญหาว่า ครูของเราสามารถทำได้ดีกว่าคอมพิวเตอร์จริงหรือ และนี่อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ครูรู้สึกต่อต้านการนำเอาอุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ที่มาจากระบบสื่อมวลชนมาใช้ในการศึกษา

(iv) **ความแตกต่างในแง่มุมต่าง ๆ ระหว่างสองสถาบันเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านลบขึ้น** เช่น

- ความแตกต่างระหว่างปริมาณและคุณภาพของข่าวสารที่มีอยู่ในห้องเรียนและโลกภายนอกดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ข้อมูลในห้องเรียนมีจำนวนจำกัด ล้าสมัย และเป็นข้อมูลคนละประเภทกับโลกภายนอก ทำให้เด็ก ๆ ที่มีชีวิตอยู่ระหว่างสองโลกมีสภาพเหมือนถูกฉีกออกจากกัน

- วัฒนธรรมสื่อที่ถูกนำมาใช้ในโรงเรียนส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมของสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ทว่ารูปแบบสื่อภายนอกโรงเรียนเป็นวัฒนธรรมภาพ (visual communication) หรือวัฒนธรรมเสียง (audio communication) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ทั้งสองวัฒนธรรมดังกล่าวมีความแตกต่างในเรื่องการใช้ การใส่และการถอดรหัสที่โรงเรียนยังไม่ได้ตระเตรียมเด็กให้รับมือกับวัฒนธรรมสื่อแบบใหม่เลย

- ความแตกต่าง/ช่องว่างระหว่างครูกับนักเรียน P. Fraser (1990) ทำการวิจัยที่น่าสนใจว่า ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับสื่อระหว่างครูกับนักเรียนนั้นแตกต่างกันอย่างมาก โดยเริ่มตั้งแต่ภูมิหลังที่แตกต่างกันระหว่างครูกับนักเรียน โดยส่วนใหญ่ ครูจะมาจากชนชั้นกลาง ในขณะที่นักเรียนอาจมาจากทั้งชนชั้นกลางและชนชั้นล่าง ในแง่อายุและความสนใจก็แตกต่างกันอยู่แล้ว รวมทั้งลักษณะของอาชีพ ภูมิหลังเหล่านี้เป็นปัจจัยทำให้แบบแผนการใช้สื่อระหว่างครูกับนักเรียนมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ

  - ในแง่สื่อหนังสือพิมพ์ ครูจะอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเด็กนักเรียน และส่วนใหญ่

ครูจะอ่านหนังสือพิมพ์คุณภาพหรืออ่านเพื่อข่าวสารความรู้ แต่นักเรียนจะอ่านพวกคอลัมน์บันเทิง หรือกีฬา ในแง่เพลง ครูมักจะฟังเพลงคลาสสิกหรือเพลงรุ่นเก่า แต่นักเรียนมักจะฟัง pop หรือ heavy กล่าวโดยสรุปก็คือ ครูมักจะใช้สื่อแบบ high-brow ในขณะที่นักเรียนใช้สื่อแบบ low-brow

- จากความแตกต่างทางภูมิหลังที่มีอยู่แล้ว บทบาทของการใช้สื่อของทั้งสองฝ่ายก็กลับยิ่งเพิ่มขยายช่องว่างระหว่างคนสองกลุ่มที่ต้องใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันวันละหลายชั่วโมงในโรงเรียนให้กว้างออกไป

ดังนั้น เมื่อ Fraser (1990) ทำวิจัยสำรวจทัศนะและแบบแผนรวมทั้งเหตุผลของการใช้สื่อระหว่างครูกับนักเรียน จึงพบความแตกต่างดังกล่าวปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน เด็ก ๆ คุ้นเคยกับบรรดารายการ "ไร้สาระ"ทั้งหมดที่ครูกล่าวประณาม และเด็ก ๆ ก็ให้เหตุผลประกอบการใช้ว่า ตนเองใช้สื่อเพื่อหาความบันเทิงสนุกสนานโดยไม่ต้องทำท่าห่วงใยในเรื่องคุณภาพการผลิต ระดับรสนิยมหรือวัฒนธรรมของสื่อแต่อย่างใด เด็ก ๆ กล่าวว่า "ความห่วงใยเรื่องอิทธิพลของโทรทัศน์นั้นเป็นเรื่องของผู้ใหญ่" (เด็กๆอย่างพวกเรามีหน้าที่ดูอย่างเดียว) และบางคนยังแสดงความคิดเห็นต่อไปอีกว่า "ผู้ใหญ่กลัวอิทธิพลของโทรทัศน์ก็เพราะเป็นห่วงว่าอำนาจของผู้ใหญ่จะลดน้อยลง"

ในทางกลับกัน Fraser เสนอว่า เราจะเข้าใจทัศนะที่คนทั้งสองกลุ่มมีต่อโทรทัศน์ได้ก็ต่อเมื่อเราต้องมองออกมานอกจอจนเห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจในโลกที่เป็นจริงระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ หรือครูกับนักเรียน การที่ครูต้องมีทัศนะต่อโทรทัศน์ที่แตกต่างไปจากเด็กนักเรียนก็เพื่อรักษาสถานภาพที่ "ดูแตกต่าง" เอาไว้ เพื่อให้เห็นว่า "ครูไม่ถูกครอบงำจากโทรทัศน์" และต้อง "เป็นผู้ที่ปกป้องเด็ก ๆ จากอิทธิพลของโทรทัศน์" แต่ผลจากการวิจัยที่เป็นจริงของ Fraser พบว่าแนวคิดที่ว่า เด็ก ๆ ดูโทรทัศน์อย่างไร้เดียงสาและกำลังถูกครอบงำนั้นไม่ได้รับการยืนยันเลยจากผลการวิจัย

(4.3) จุดยืนที่เป็นกลางในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับการศึกษา

Huston & Wright (1996) นำเสนอจุดยืนที่เป็นกลาง ๆ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สถาบัน ดังนี้

- โทรทัศน์ไม่ใช่สิ่งที่ดีหรือเลวในตัวเองสำหรับเด็ก ๆ และโทรทัศน์ไม่ได้มีเพียง**แบบเดียว** หากแต่มี**หลากหลายแบบ** บางแบบอาจเป็นคุณ บางแบบอาจเป็นโทษสำหรับเด็ก
- เราควรให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวจากมุมมองของเด็ก ๆ มากกว่าจากมุมมองของผู้ใหญ่ เพราะผู้ที่จะได้รับผลกระทบเป็นตัวเด็ก เช่น เราต้องเข้าใจแบบแผนการดูโทรทัศน์ของ

เด็กว่า เด็กดูโดยอาศัยความเข้าใจ ถ้าเข้าใจก็ดูต่อไป ถ้าไม่เข้าใจก็เลิกดู และแน่นอนว่าเด็ก ๆ เรียนรู้จากโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ โทรทัศน์เป็นตำราเรียนที่มีทุกอย่างสำหรับเด็ก และควรมีการตรวจสอบความเชื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโทรทัศน์และการเรียน เช่น ดูโทรทัศน์มากทำให้ผลการเรียนแย่ลง

- ควรให้ความสนใจกับตัวแปรแทรก (intervening factor) สำหรับการใช้สื่อทุกประเภทของเด็ก ๆ ตัวแปรแทรกที่มีความสำคัญที่สุด บทบาทของครอบครัว ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

เราอาจจะให้บทสรุปเรื่องความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ระหว่างสถาบันการศึกษากับสื่อมวลชน โดยขอยืมข้อเขียนของ Strasburger (1993) ที่ว่า เมื่อต้นศตวรรษที่ 70 นั้น พ่อแม่และครูยังไม่ค่อยเป็นห่วงเรื่องโทรทัศน์มากนักเพราะไฟฟ้ายังไม่มีใช้อย่างแพร่หลาย ในช่วงเวลานั้น ทั้งพ่อแม่และครูต่างก็เป็นห่วงเรื่องการ์ตูนที่เด็ก ๆ ชอบอ่านว่า หนังสือแบบนี้จะทำลายจิตใจของเด็กๆ จะทำให้เด็ก ๆ กลายเป็นคนไร้สาระ วัฒนธรรมของมนุษยชาติจะเสื่อมโทรมลง แต่นี่ก็ผ่านไปศตวรรษหนึ่งแล้ว และวัฒนธรรมต่างๆ ก็ยังคงดำรงอยู่

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา สื่อมวลชนถูกวาดภาพเป็น "ผู้เขย่าขวัญ" ของสังคมมาโดยตลอด เช่น ภาพยนตร์ทำให้เด็ก ๆ ไม่กลัวผู้ใหญ่ ไม่เชื่อฟัง วิทยุทำให้เด็ก ๆ ใจแตก และเอาแต่ดูโทรทัศน์ และสื่อก็ยังคงเปลี่ยนหน้ามาข่มขู่สังคมอยู่ไม่ขาดสาย และดูท่าว่าจะเพิ่มความน่ากลัวมากขึ้นทุกที แต่ในอีกด้านหนึ่งของความเป็นจริง เด็ก ๆ ที่อ่านการ์ตูนไร้สาระ วัยรุ่นที่เอาแต่ฟังดนตรีร็อคแอนโรล ฯลฯ ทุกวันนี้ พากเขาต่างก็เติบโตมาเป็นผู้ใหญ่ที่ช่วยสร้างความก้าวหน้าให้กับสังคมในทุกด้าน ดังนั้นจึงน่าจะเป็นเวลาที่เราต้องทบทวนเสียแล้วว่า "การเขย่าขวัญ" นั้นเป็นเรื่องจริงหรือเป็นเพียงจินตนาการ หรือเป็นความจำเป็นของสังคมที่ต้องหาแพะมาบูชายัญ คำตอบหนึ่งที่อาจเป็นไปได้ก็คือ สื่อมวลชนก็เป็นเพียงรูปแบบความบันเทิงชั่วขณะในช่วงเวลาที่มนุษย์ในช่วงอายุวัยรุ่นจำเป็นต้องใช้แล้วก็เดินผ่านเลยประสบการณ์ชั่วขณะนั้นไปเท่านั้นเอง

5. **อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีผลกระทบต่อการศึกษา**

ความวิตกกังวลที่มีเป็นส่วนใหญ่ในเรื่องของสื่อมวลชนจากมุมมองของการศึกษาก็คือ อิทธิพลของสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์จะเป็นตัวฉุดรั้งความสำเร็จด้านการเรียน (School Achievement) ดังนั้นจึงได้มีงานวิจัยค่อนข้างมากในประเด็นดังกล่าวนี้ และจะได้นำมาเสนอเป็นตัวอย่าง ณ ที่นี้

(5.1) ข้อสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อผลสำเร็จด้านการศึกษา (อ้างจาก MacBeth, 1996)

หลังจากมีผลงานวิจัยที่มากพอสมควรแล้ว นักวิจัยบางท่านได้ให้ข้อสรุปบางประการเกี่ยวกับประเด็นศึกษาว่า

- สื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์มีผลกระทบอย่างแน่นอนต่อเด็ก ๆ แต่ทว่าการสร้างผลกระทบนั้นจะมีลักษณะแบบ "น้ำหยดลงหิน" (Drip Hypothesis) ค่อย ๆ สะสมทีละเล็กทีละน้อย ทำให้ยากต่อการวัดหรือสังเกต
- A. Comstock (1978) เสนอว่า "สื่อเป็นปัจจัยผสมโรง" (additional factor) เท่านั้น แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่กำหนดผลสำเร็จด้านการเรียน
- A. Bandura (1977) เสนอว่า โทรทัศน์มีความสำคัญต่อเด็กเป็นอันดับสามรองจากพ่อแม่และสภาพแวดล้อม (social milieu)

(5.2) "เด็ก ๆ" ในฐานะ "กลุ่มผู้รับสาร"

หากพิจารณาเด็ก ๆ ในฐานะผู้รับสารแล้ว เด็ก ๆ จะมีสถานะเป็น "กลุ่มผู้ชมกลุ่มพิเศษ" กล่าวคือ

- เป็นผู้ที่มีเวลาดูโทรทัศน์อย่างมาก เนื่องจากยังไม่มีชีวิตการงานต้องรับผิดชอบปริมาณการดูมากนำไปสู่ข้อสงสัยที่ว่า จะทำให้รับอิทธิพลจากสื่อมาก
- โลกแห่งความรู้ของเด็กยังจำกัดมาก ทำให้กระบวนการตีความขาดการเปรียบเทียบหรือยังขาดความสามารถในการแยกความสมจริง
- เด็ก ๆ ยังมีรหัสในการถอด/อ่านความหมายที่จำกัด เช่น บรรดารหัสทางเทคนิคต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การตัดภาพย้อนกลับไปที่อดีต (Flashback) ผู้เขียนมีประสบการณ์ว่า หลานอายุ 4 ขวบ ดูภาพยนตร์เรื่อง Titanic โดยไม่เข้าใจเลยว่า ตัวละครหญิงแก่ที่ปรากฏตัวตอนต้นเรื่อง เป็นคนเดียวกับนางเอก หรือในกรณีละครโทรทัศน์ที่ใช้ตัวแสดงคนเดียวกันเล่นละคร 2 เรื่องคนละช่อง เด็กๆจะไม่เข้าใจเลยว่าเมื่อตัวละครตัวนั้นตายแล้วในช่องหนึ่ง ทำไมยังมาปรากฏตัวได้อีกในละครอีกช่องหนึ่ง เป็นต้น

จากทัศนะเกี่ยวกับผู้รับสารของสำนักเบอร์มิงแฮม ที่กล่าวว่า การดูโทรทัศน์นั้นเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท/ข่าวสาร" กับ "วิธีการดูของผู้ชม" (viewing behavior) และสามารถจะให้ผลออกมาหลาย ๆ แบบ ทั้งแบบที่ผู้ชมต้องตีความตามตัวบทบ้าง ต่อรองกับตัวบทบ้าง หรือขัดแย้งกับตัวบทไปเลย สำหรับในกรณีของเด็ก ๆ นั้น ผู้วิจัยส่วนใหญ่เชื่อว่า จากลักษณะพิเศษ

ของเด็ก ๆ ที่กล่าวไปข้างต้น ทำให้มีแนวโน้มที่เด็ก ๆ จะตีความตามตัวบทเป็นส่วนใหญ่

(5.3) แบบแผนการดูของเด็ก ๆ

เด็กๆ มีแบบแผนการดูโทรทัศน์ที่พิเศษแตกต่างไปจากผู้ใหญ่ที่เรียกว่า Attentional Inertia กล่าวคือ ตามปกติอาจจะทำกิจกรรมอย่างอื่น แต่เมื่อ "ได้ยิน" เสียงแปลก ๆ หรือดัง ๆ ที่น่าสนใจ ก็จะหันไปดู และจะดูจนกว่าจะไม่เข้าใจเนื้อหาหรือหมดความน่าสนใจก็จะหันกลับไปทำอย่างอื่น ดังนั้นแม้จะนั่งอยู่ในห้องที่มีโทรทัศน์ แต่เด็ก ๆ ก็จะไม่ดูโทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา และจะสนใจดูเมื่อมีความเข้าใจ (ที่เรียกว่า Cognitive actively) ในเรื่องที่ดูเท่านั้น (ประเด็นเรื่องความเข้าใจเป็นลักษณะของเด็ก ๆ ที่ผู้ใหญ่จะไม่พบกับปัญหานี้)

นอกจากนั้น ยังมีการศึกษาเรื่องแบบแผนการดูอย่างใช้วิจารณญาณ/มีสติ (Mindfulness) กับการดูอย่างเรื่อยเปื่อย (mindlessness) การมีสตินั้นจะเกิดขึ้นเมื่อเวลาที่เราต้องเข้าไปในสิ่งแวดล้อมที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ เรามักจะมีสติที่ตื่นตัว ช่างสังเกตสิ่งแวดล้อมรอบตัว แต่ทว่าเมื่อเราคุ้นเคยกับบริบทดังกล่าวแล้ว ความมีสติของเราก็จะลดลง หลักการดังกล่าวนี้สามารถนำมาใช้กับการดูโทรทัศน์ของเด็ก ๆ ได้ เพราะเด็ก ๆ เปรียบเสมือนสมาชิกหน้าใหม่ของโลกนี้ แต่ "ความมีสติ" ของเด็กก็เป็นสิ่งที่สังคมวัฒนธรรมแต่ละที่ฝึกฝนให้มีปริมาณมากน้อยแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเปรียบเทียบการดูโทรทัศน์อย่างมีวิจารณญาณของเด็กอเมริกันและเด็กอิสราเอลที่พบว่าเด็กอิสราเอลจะมีวิจารณญาณมากกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากได้รับการฝึกฝนมากกว่า

และสำหรับการดูอย่างมีวิจารณญาณนั้น ผลการวิจัยพบว่า แม้แต่ในกลุ่มผู้ใหญ่ที่อายุตั้งแต่ 20-60 ปี หากมีการฝึกฝนให้มีแบบแผนการดูโทรทัศน์อย่างมีวิจารณญาณ มีการคิดวิพากษ์วิจารณ์ไตร่ตรองแล้ว แม้แต่การดูละครโทรทัศน์ (ที่ถูกมองว่าน้ำเน่าไร้สาระ) เช่น ในการวิจัยเรื่องการดูเรื่อง Dynasty กลุ่มผู้ดูที่มีวิจารณญาณเหล่านี้ก็ยังสามารถจะเห็นแง่มุมที่แสดงถึงความสามารถในการคิดได้

(5.4) แบบแผนของผลกระทบ

MacBeth (1996) ประมวลแบบแผนของผลกระทบที่โทรทัศน์มีต่อการศึกษาของเด็กเอาไว้เป็น 4 ประเด็นคือ

(5.4.1) เรื่องการแย่งพื้นที่ เวลา และกิจกรรม (Displacement Theory)

(5.4.2) เรื่องการสร้างผลกระทบการตอบสนองระยะสั้น (Shortterm-Gratification Theory)

(5.4.3) เรื่องการกระตุ้นความสนใจในเรื่องของโลก (Interest-Stimulation theory)

(5.4.4) เรื่องผลกระทบต่อกระบวนการคิดและกระบวนการเรียนรู้ของเด็กๆ

(5.4.1) ผลกระทบด้านการแย่งชิงพื้นที่ของเวลาและกิจกรรม (Displacement Theory) ผลการวิจัยที่ค้นพบมีดังนี้

- เด็ก ๆ ใช้เวลาดูโทรทัศน์เป็น 4 เท่าของการทำการบ้าน
- เด็ก ๆ อายุ 7 ขวบที่เป็นกลุ่มดูโทรทัศน์อย่างมาก (heavy user) หลังจากเรียนแล้ว จะใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือน้อยมาก เด็กจะไม่อ่านแม้แต่หนังสือการ์ตูน แต่จะดูจากโทรทัศน์แทน
- เด็กที่ดูโทรทัศน์น้อยจะได้คะแนนเลขสูงกว่า แต่โทรทัศน์กลับช่วยให้การเรียนภาษาที่สอง (เช่น ภาษาอังกฤษดีขึ้น)
- จากงานวิจัยเปรียบเทียบเด็กอเมริกันและเด็กอิสราเอลที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว เด็กอเมริกันอายุ 12 ขวบรายงานว่า การที่หันไปดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือนั้น เพราะการดูโทรทัศน์ง่ายกว่าการอ่านหนังสือ และคิดว่าเรียนจากโทรทัศน์ใช้ความพยายามน้อยกว่าการเรียนจากหนังสือ คำตอบดังกล่าวนี้ให้ข้อคิดว่า โทรทัศน์มิใช่สาเหตุที่ทำให้เด็กล้มเหลวทางการเรียน แต่เด็กที่ล้มเหลวทางการเรียนอยู่แล้วได้ใช้โทรทัศน์เป็นทางออก

อันที่จริง Displacement theory นั้นมิได้มีคำอธิบายแต่เพียงด้านลบของโทรทัศน์ที่เข้ามาแย่งชิงพื้นที่เวลาและกิจกรรมอย่างอื่น ๆ เพียงด้านเดียวเท่านั้น หากทว่ายังมีสมมติฐานอีกแบบหนึ่งที่อธิบายว่า การดูโทรทัศน์มากจะยิ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เด็ก ๆ ไปทำกิจกรรมอย่างอื่นๆ มากขึ้น เช่น ไปเล่นดนตรี ไปฟังเพลง ไปเล่นวิดีโอเกม ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทรัพยากรเวลาของมนุษย์มีจำกัด เพราะฉะนั้นก็ต้องมีกิจกรรมบางอย่างที่ถูกลบออกไปหรือถูกลดปริมาณเวลาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การนอน เป็นต้น

(5.4.2) ผลกระทบและการตอบสนองระยะสั้น (Shortterm Gratification Theory)

- **ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์** จากคำถามที่ว่าโทรทัศน์มีผลต่อการเพิ่มหรือลดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์นั้น ผลการวิจัยแต่ละชิ้นให้ผลที่ไม่สอดคล้องกัน แต่สามารถสร้างข้อสรุปชั่วคราวได้ว่า หากเป็นกรณีของแบบแผนการดูโทรทัศน์แบบทั่ว ๆ ไปเช่น ที่ทำอยู่ในชีวิตประจำวัน โทรทัศน์จะมีผลทางลบต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งในกลุ่มเด็กและผู้ใหญ่ สำหรับเด็กในโรงเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การดูโทรทัศน์จะมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าเด็กที่เอาแต่ดูโทรทัศน์อย่างเดียว อย่างไรก็ตาม หากเป็นกรณีของการดูของผู้ใหญ่อย่างใช้ความคิดไตร่ตรองแล้ว ก็จะมีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้นกว่าการดูแบบธรรมดา (ดูไปเรื่อย ๆ) และหากเปรียบเทียบระหว่างสื่อแล้ว การฟังวิทยุจะช่วยให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากกว่าการดู

โทรทัศน์

- **การควบคุมตนเอง** เมื่อมีการวิจัยนำเอาเด็กที่ดูโทรทัศน์อย่างหนัก โดยเฉพาะพวกรายการหนัง action ทั้งหลายมาทดลองให้เด็กเล่นเป็นนักบินอวกาศที่ต้องนั่งเฉย ๆ อยู่เป็นเวลานาน ๆ จะปรากฏว่า เด็กจะทำไม่ได้ เด็กจะมีอาการอยู่ไม่สุข ซึ่งมีผลทำให้ขาดความอดทนต่อการแก้ปัญหาที่ต้องใช้เวลายาวนานพอสมควร ครูในชั้นเรียนก็รายงานบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติว่า เด็กที่ดูโทรทัศน์อย่างมากจะมีลักษณะ "อยู่นิ่ง ๆ ไม่ได้" (hyperactive) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยก็พบว่า "ประเภทรายการ" ที่เด็กดูมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก สำหรับเด็กที่นั่งทำการบ้านหน้าโทรทัศน์นั้น ลักษณะส่วนตัวของเด็กเป็นตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เด็กบางคนบอกว่าการเปิดโทรทัศน์ทำให้ทำการบ้านได้ดีขึ้น แต่บางคนก็บอกว่าทำให้ขาดสมาธิ
- **ระดับสติปัญญา** การวิจัยเรื่องโทรทัศน์ทำให้เด็กฉลาดมากขึ้นหรือน้อยลงนั้น ไม่อาจจะตอบให้ชัดเจนได้แบบขาวกับดำ ในงานวิจัยปี 1961 Schramm (1961) พบว่า เด็กที่ดูโทรทัศน์อย่างมากนั้นจะมีคะแนน IQ สูงกว่าค่าเฉลี่ยจนกระทั่งถึงอายุ 11 ปี แต่หลังจากนั้นคะแนน IQ ก็จะตกลง ซึ่งหมายความ กราฟค่าความสัมพันธ์มีลักษณะเป็นตัวยูคว่ำ ∩ Schramm เสนอความคิดเห็นว่า ตัวแปรเรื่อง "ปริมาณเวลา" อาจจะยังบ่งบอกอะไรไม่ได้มาก เราต้องพิจารณาความสนใจและความสร้างสรรค์ในการใช้โทรทัศน์ของเด็กประกอบด้วย

และการวิจัยในลักษณะการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความเฉลียวฉลาดกับวิธีการใช้สื่อก็พบว่า เด็กฉลาดจะฟังวิทยุมากกว่า อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารมากกว่า และอ่านการ์ตูนน้อยกว่าเด็กทั่วไป แต่ทว่าอัตราการดูโทรทัศน์จะไม่แตกต่างกัน MacBeth (1996) เสนอแบบแผนที่เขาเรียกว่า Spiral upward/downward กล่าวคือ เด็กฉลาดก็ยิ่งจะรู้จักวิธีใช้สื่ออย่างฉลาดและมีผลทำให้เพิ่มพูนความฉลาดให้มากขึ้น แต่เด็กโง่ก็จะใช้สื่ออย่างไม่ฉลาดและยิ่งมีผลด้านลบต่อตนเอง

- **โทรทัศน์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน** โดยส่วนใหญ่ การวัดผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนนั้นจะดูจาก 3 วิชาหลักคือ เลข อ่าน และเขียน และได้มีงานวิจัยที่ตอบคำถามว่าโทรทัศน์มีผลต่อการเรียน 3 วิชานี้อย่างไร ข้อสรุปเบื้องต้นจากงานวิจัยยังคงตอกย้ำหลักการที่ได้กล่าวข้างต้นหลายครั้งแล้วว่า

(i) โทรทัศน์มิใช่สิ่งที่ดีหรือเลวในตัวเอง ไม่ใช่ตัวทำลายและก็ไม่ใช่เครื่องช่วยส่งเสริมการเรียนด้วยตัวเอง ผลจากโทรทัศน์จะปรากฏออกมาเป็นพระเอกหรือผู้ร้ายนั้น ต้องขึ้นอยู่กับ "วิธีการใช้โทรทัศน์" ว่าออกมาเป็นรูปแบบใด ไม่ว่าจะเป็นการใช้เชิงปริมาณ (มากน้อย) หรือการใช้เชิงคุณภาพ (ดูอะไร/ดูอย่างไร) นอกจากนั้น โทรทัศน์มักไม่ใช่ตัวแปรตัวเดียวและไม่ใช่ตัว

แปรโดยตรงที่จะดลบันดาลผลต่าง ๆ ต่อการเรียนของเด็ก (แม้ว่าพ่อแม่และครูส่วนใหญ่จะเชื่อเช่นนั้น) ผลที่เกิดจากโทรทัศน์มักเป็นการทำงานร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ และเป็นผลที่เกิดโดยทางอ้อม

(ii) ความสัมพันธ์ระหว่างการดูโทรทัศน์กับคะแนนการอ่านพบว่า เด็กที่ดูโทรทัศน์มากกว่าวันละ 4 ชั่วโมง ทักษะการอ่านจะแย่ลง และเมื่อทักษะการอ่านแย่ลง ก็แน่นอนว่าจะส่งผลไปถึงทักษะการเรียนที่ทำให้แย่ตามไปด้วยเช่นกัน

สำหรับคำถามที่ว่าโทรทัศน์จะมีส่วนช่วยการอ่านให้ดีขึ้นไหมนั้น ผลการวิจัยให้คำตอบทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยมีตัวแปรเรื่องอายุของเด็กเข้ามาเกี่ยวข้อง ในช่วงวัยแรก ๆ ของชีวิต โทรทัศน์จะมีส่วนช่วยเรื่องการอ่าน แต่เมื่อเด็กโตขึ้น โทรทัศน์ก็เริ่มไม่มีผล และแถมงานวิจัยบางชิ้นยังพบว่าให้ผลที่ลดลง

(iii) แต่ในขณะที่คะแนนเรียนทั้ง 3 วิชาลดลงนั้น การดูโทรทัศน์มากๆ จะทำให้เด็กมีความรู้ดีเกี่ยวกับเรื่องโลกกว้าง (ที่ไม่อยู่ในข้อสอบ) และสามารถเรียนภาษาที่สองได้ดีดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สำหรับกราฟความสัมพันธ์ระหว่างการดูโทรทัศน์กับคะแนนเรียนโดยรวมนั้น ผลการวิจัยยังคงพบกราฟที่เป็นตัวยูคว่ำ ∩ กล่าวคือ เด็กที่ไม่ดูโทรทัศน์เลยก็จะเรียนได้คะแนนน้อย เด็กที่ดูโทรทัศน์ประมาณ 10 ชั่วโมง/สัปดาห์จะช่วยให้ผลการเรียนดี แต่ถ้าดูมากกว่า 10 ชั่วโมง-35 ชั่วโมง ผลการเรียนก็จะตกลงมาอีก

เราอาจจะกล่าวได้ว่า มีงานวิจัยจำนวนมากที่สรุปว่า การดูโทรทัศน์มีผลทางลบต่อความสำเร็จในด้านการเรียนในโรงเรียนของเด็ก ๆ แต่ก็มีงานวิจัยอีกส่วนหนึ่งที่เห็นว่าการดูโทรทัศน์ไม่มีผลอันใดต่อการเรียนดังกล่าว อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่า ไม่มีงานวิจัยชิ้นใดที่พิสูจน์ได้ว่า การดูโทรทัศน์จะมีผลทำให้การเรียนของเด็กดีขึ้น

(5.4.3) การกระตุ้นความสนใจในเรื่องราวของโลก (Interest-Stimulation Theory)

ผลกระทบในประเด็นดังกล่าวนี้เกือบจะเป็นเรื่องที่เห็นได้โดยง่ายว่า ย่อมมีผลอย่างแน่นอน เพราะโทรทัศน์ก็เป็น "หน้าต่างของโลก" อยู่แล้ว เพียงแต่ภาพที่เปิดออกไปดูนั้นจะเป็นประโยชน์ต่อเด็กหรือไม่เท่านั้น สำหรับงานวิจัยในด้านนี้ยังมีไม่มากนัก โดยยังคงจำกัดอยู่กับรายการบางรายการ เช่น รายการที่สร้างขึ้นมาเฉพาะสำหรับเด็ก ๆ เช่น Sesame Street ซึ่งผลการวิจัยยืนยันว่ามีส่วนช่วยให้เรียนรู้ทั้งความรู้ และทักษะทางการเรียน และยังช่วยเปิดโลกของเด็ก ๆ ให้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มเด็ก ๆ ที่สิ่งแวดล้อมในชีวิตยังจำกัดอยู่เช่นเด็กที่ยังไม่เข้าโรงเรียน เด็กกลุ่มนี้จะรู้จักถ้อยคำ ศัพท์ และเรื่องราวต่าง ๆ จากโทรทัศน์มากที่สุด

(5.4.4) ผลกระทบต่อกระบวนการคิดและกระบวนการเรียนรู้ของเด็ก ๆ

ผลกระทบด้านอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นอาจจะเป็นผลที่ปรากฏเห็นได้ชัดเจนและวัดได้โดยง่าย เช่น เรื่องความสามารถในการอ่านเขียนหรือคิดคำนวณ อย่างไรก็ตาม นักวิชาการด้านการสื่อสารบางท่านได้ให้ความสนใจในผลกระทบที่ลึกซึ้งกว่า อันได้แก่ผลกระทบต่อกระบวนการคิดและกระบวนการเรียนรู้ อันเกิดจากวิธีการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Process) ของสื่อประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น สำหรับพ่อแม่โดยทั่วไปที่มีความเชื่อว่า โทรทัศน์เป็นสิ่งที่มีอันตรายต่อเด็ก วิธีการจัดการกับข้อมูลข่าวสารของพ่อแม่กลุ่มนี้ก็คือ การจะห้ามมิให้เด็กดูโทรทัศน์ ในทางตรงกันข้าม พ่อแม่ของเด็กฉลาดมักจะคิดว่า โทรทัศน์จะมีผลต่อวิธีคิดของเด็ก ๆ พ่อแม่กลุ่มนี้จะใช้วิธีการบริหารข้อมูลด้วยการเปิดให้เด็กดู พร้อมทั้งพูดคุยอธิบายไปพร้อม ๆ กัน โดยไม่ใช้วิธีห้าม รูปแบบการจัดการข่าวสารข้อมูล 2 รูปแบบนี้มีผลต่อกระบวนการคิดและกระบวนการเรียนรู้ของเด็กอย่างแน่นอน

และในเรื่องผลกระทบต่อกระบวนการคิดและการเรียนรู้นี้ Huston & Wright (1996) สรุปว่า หัวข้อและประเภทรายการโทรทัศน์ที่เด็กดูนั้น สำคัญกว่าปริมาณเวลาที่เด็กจะใช้ดู โดยที่ความต้องการในการดูโทรทัศน์ของเด็ก ๆ นั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามระดับความเข้าใจของเด็ก ๆ เอง กล่าวคือ ยิ่งโตขึ้น เด็ก ๆ ก็ยิ่งอยากได้ประเภทเนื้อหาที่มีลักษณะซับซ้อนมากยิ่งขึ้น (กล่าวในแง่นี้ Huston ระบุว่า ปัญหาของโทรทัศน์ก็คือ การออกแบบประเภทเนื้อหาที่ซับซ้อนสำหรับเด็กยังมีอยู่น้อยมาก) และหลังจากที่เด็ก ๆ ดูแล้ว เราจะเข้าใจและเห็นกระบวนการคิดและการเรียนรู้ของเด็ก ๆ ได้โดยสังเกตดูจากวิธีการที่เด็กเอามาพูดคุยกัน การนำเอามาเล่นละคร สมมติตัวเองเป็นตัวละครต่าง ๆ เป็นต้น

6. **การศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ** (Media Literacy)

(6.1) ความสำคัญของการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ

เราได้กล่าวถึงความสำคัญของสถาบันสื่อมวลชนในโลกสมัยใหม่ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของชีวิตทางสังคมและได้ยึดครองพื้นที่ส่วนใหญ่ของชีวิตประจำวันของผู้คน รวมทั้งได้ให้ข้อมูลบางประการเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสถาบันนี้ที่มีต่อสถาบันอื่น ๆ ซึ่งในที่นี้เราได้เน้นถึงสถาบันการศึกษาเป็นการเฉพาะ แต่แม้ว่า สื่อมวลชนจะมีความสำคัญและทวีความสำคัญมากขึ้นเพียงใด หากทว่า สถาบันอื่น ๆ เช่น โรงเรียนที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่ตระเตรียมเด็ก ๆ ให้อยู่กับโลกต่อไปในภายภาคหน้านั้นดูเหมือนจะยังไม่เตรียมตัวเด็กให้อยู่กับสื่อประเภทต่าง ๆ เลย ท่าทีของสถาบันการศึกษาโดยส่วนใหญ่ก็เป็นดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นอกจากจะมีความไม่ไว้วางใจในสื่อและมองเห็นสื่อเป็นความชั่วร้ายแล้ว สถาบันการศึกษาก็ยังไม่ได้มี**ความเข้าใจ**ในความชั่วร้ายดังกล่าวนั้น

เมื่อสื่อมวลชนทวีความสำคัญและมีบทบาทมากยิ่งขึ้น พร้อมกับที่สถาบันต่าง ๆ ยังขาดความเข้าใจและรู้เท่าทันการทำงานของสถาบันนี้ จึงเริ่มเกิดมีแนวคิดที่จะต้องเรียนรู้เพื่อให้รู้เท่าทันสื่อที่เรียกว่า "Media Literacy, Media Education หรือ Media Awareness" ตัวอย่างเช่น เมื่อแนวโน้มด้านเศรษฐกิจของสื่อเปลี่ยนจากการบริการสาธารณะไปเป็นธุรกิจเอกชน จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อเด็ก ๆ ที่อยู่ในโรงเรียนอย่างไร บรรดาภาพต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อนั้นถูกสร้างความหมายได้อย่างไร และได้กลายมาเป็นโลกทัศน์ของเด็ก ๆ ได้อย่างไร

Masterman (1985) ได้ประมวลเหตุผลสำคัญ 7 ประการที่ทำให้สถาบันต่าง ๆ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาจะต้องศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อมวลชนให้มากขึ้น ดังนี้

(1) เนื่องจากปริมาณการบริโภคสื่อของผู้คนในยุคปัจจุบันมีอย่างสูงมาก เพียงแค่การสำรวจในกลางปี 1970 เด็กอังกฤษอายุ 5-14 ปีได้ใช้เวลาถึง 44% ดูโทรทัศน์ ส่วนผู้ใหญ่ใช้เวลาประมาณ 75 ชั่วโมง/สัปดาห์

(2) ข่าวสารจากสื่อนั้นไม่ได้เพียงแต่ "แจ้งเพื่อทราบ" เท่านั้น หากแต่ยังสามารถที่จะหล่อหลอมอุดมการณ์และปั้นแต่งจิตสำนึกของผู้รับสารอีกด้วย

(3) การบริหารจัดการและกระบวนการสร้างข้อมูลข่าวสารมีพัฒนาการที่เจริญเติบโตและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นทุกที จนกระทั่งผู้รับสารไม่อาจจะรับมือได้

(4) สื่อมวลชนเกิดมาพร้อมกับระบบประชาธิปไตยและเป็นหลักประกันสำคัญสำหรับระบบการปกครองเช่นนี้ แต่ก็มีคำถามว่า มีใครทราบหรือไม่ว่า สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เป็นหลักประกันที่ดีหรือเปล่า ในอดีต เคยมีการต่อว่าต่อขานสถาบันการศึกษาว่า มีลักษณะแข็งตัว

อนุรักษ์นิยม และใช้อำนาจที่ไม่เอื้อต่อระบอบประชาธิปไตย แต่ทว่าเมื่อเทียบกับสถาบันสื่อมวลชนแล้ว ในขณะที่ลักษณะที่ไม่เป็นประชาธิปไตยของโรงเรียนนั้นอาจจะเปิดเผยและมองเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ทว่าลักษณะที่ไม่เป็นประชาธิปไตยของสื่ออาจจะทำได้อย่างซ่อนเร้นแนบเนียนและไร้ร่องรอย

(5) ในช่วงที่เพิ่งเกิดสื่อสิ่งพิมพ์ใหม่ๆ นั้น สถาบันโรงเรียนเคยรณรงค์ให้มีการอ่านหนังสือให้ออกเขียนหนังสือให้เป็น (Literacy) เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์นั้นใช้สัญญะที่เป็นตัวอักษรที่ต้องการการฝึกฝนเป็นพิเศษสำหรับการถอดรหัส แต่ปัจจุบัน สื่อแบบใหม่ที่กำลังมีอิทธิพลอยู่นั้นเป็นวัฒนธรรมการสื่อสารด้วยภาพ (Visual communication) ซึ่งไม่จำเป็นต้องฝึกฝนเป็นพิเศษ เพราะคนปกติธรรมดาสามารถถอดรหัสจากการเห็นภาพได้อยู่แล้ว นอกจากนั้น ยังมีร่องรอยจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมภาพว่า "สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น" คือการให้ความเชื่อถือในภาพ ดังนั้น ผู้คนจึงพากันเชื่อถือภาพข่าวจากโทรทัศน์เนื่องจากปรัมปราคติที่ R. Barthes เรียกว่า "having-been-there" (คล้าย ๆ กับแนวคิดว่า "ภาพมันฟ้อง")

แต่ทว่าสิ่งที่ดูเหมือนผู้คนทั่วไปจะลืมเลือนไป (หรืออาจจะไม่รู้) ก็คือ ภาพที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์นั้นมิใช่เป็นภาพ**ธรรมชาติ** หากทว่าเป็นภาพที่เกิดจาก "**การประกอบสร้าง**" (construct) ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการเลือกมุมกล้อง การจัดระยะห่าง การให้แสง การตัดต่อที่เลือกจะถ่าย/ไม่ถ่าย ฯลฯ เพื่อนำไปสู่ความหมายหนึ่ง ๆ ตามความประสงค์ของผู้สร้าง/ผู้ผลิต อาการลืมเลือนดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า จำเป็นต้องมียาแก้ลืมที่เกี่ยวกับการศึกษาให้รู้เท่าทันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น

(6) ขอบเขตข่าวสารของโลกขยายออกไปอย่างกว้างขวางทั้งในระดับชาติและระดับโลกทำให้เกินความสามารถของผู้รับสารที่จะตรวจสอบด้วยประสบการณ์ตรงได้ แต่ในเวลาเดียวกันในด้านเศรษฐกิจกลับมีการกระจุกตัวของการเป็นเจ้าของมากขึ้น และข่าวสารได้เข้าไปมีบทบาทพัวพันกับเรื่องเศรษฐกิจและการเมืองอย่างแยกไม่ออก ดังนั้น ผู้รับสารจะเปิดรับเพียง "ผลผลิตปลายทาง" เท่านั้นไม่ได้ แต่จะต้องมองย้อนขึ้นไปถึงต้นทางของการผลิตข่าวสารนั้นด้วย

(7) ในอนาคต เด็กๆ ของเราจะต้องมีชีวิตอยู่ในสังคมข่าวสารที่สลับซับซ้อนและแตกแยกกระจัดกระจายมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น จึงควรเป็นภาระหน้าที่ของโรงเรียนที่ต้องตระเตรียมเด็กของเราให้มีความสามารถที่จะใช้การสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้อย่างดีในอนาคต

(6.2) กระบวนการของการศึกษาเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อ

ถึงแม้จะมี**เป้าหมาย**ชัดเจนว่า การศึกษาเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อนั้นคือการเพิ่มขีด

ความสามารถของผู้รับสารในการทำความเข้าใจ ตีความ สามารถวิเคราะห์ วินิจฉัย และประเมินผลสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ก็ตาม แต่ทว่าสำหรับ**วิธีการ**ที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวนั้นก็ยังมีได้หลายวิธี และยังมีข้อถกเถียงกันว่า วิธีการเช่นใดที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง

วิธีการศึกษาเพื่อให้รู้เท่าทันสื่อที่เริ่มต้นในประเทศอังกฤษเมื่อราวช่วงทศวรรษ 1970 โดยกลุ่มปัญญาชนที่สนใจในเรื่องการวิเคราะห์ภาพยนตร์ซึ่งได้จัดทำวารสารที่มีชื่อเสียงรู้จักกันดีในแวดวงสื่อมวลชนคือ **วารสาร** Screen งานเขียนที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นการให้การศึกษาเกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์เป็นส่วนใหญ่ โดยมุ่งเน้นเกี่ยวกับการอ่านความหมายของสัญญะต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในภาพยนตร์ตามหลักคิดของทฤษฎีสัญญะวิทยา

หลังจากที่ได้มีการเขียนวิเคราะห์แล้ว ก็จะมีการแบ่งงานกันทำระหว่าง**กลุ่มปัญญาชน**ที่เขียนบทความซึ่งจะทำหน้าที่ “ผลิตความรู้" และกลุ่ม**ครูตามโรงเรียน**ที่มีหน้าที่ "เอาความรู้ที่ปัญญาชนผลิต" ไปถ่ายทอดให้แก่นักเรียน ในขั้นต่อมาได้มีการแยกงานกันทำอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น เมื่อเกิดวารสารรุ่นน้องชื่อ Screen Education ที่มุ่งเน้นเรื่องวิธีการนำไปถ่ายทอดของกลุ่มครูโดยเฉพาะ

จากจุดเริ่มต้นดังกล่าวนี้ ในขั้นต่อมาสถาบันที่สนใจเรื่องการศึกษาหรือเพื่อให้รู้เท่าทัน เช่น The British Film Institute (BFI) ได้จัดทำหลักสูตรออกมาเลยว่า สำหรับเนื้อหาที่นักเรียนควรจะเรียนรู้เกี่ยวกับสื่อนั้น มี 6 หัวข้อใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

(1) **องค์กรที่ผลิตสื่อ** (Media agencies) เป็นเนื้อหาที่ว่าด้วยหน่วยงานที่ผลิตสื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและอุดมการณ์ ความตั้งใจ/เป้าหมายและผลงานขององค์กร

(2) **ประเภทของสื่อ/รายการ** (Media categories) เป็นเนื้อหาที่ว่าด้วยธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท หรือแต่ละรายการ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รายการข่าว โฆษณา ละครโทรทัศน์ ฯลฯ เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจว่า ธรรมชาติดังกล่าวเข้ามามีส่วนในการกำหนดเนื้อหาสื่ออย่างไรบ้าง

(3) **เทคโนโลยีของสื่อ** (Media technologies) เป็นส่วนที่ว่าด้วยลักษณะของเทคโนโลยีที่ใช้ ใครเข้าถึงได้บ้าง เทคโนโลยีดังกล่าวมีผลต่อกระบวนการผลิตอย่างไร

(4) **ภาษาของสื่อ** (Media Language) กระบวนการผลิตเนื้อหาและความหมายของเนื้อหาเป็นอย่างไร รหัสที่ใช้คืออะไร โครงสร้างของการเล่าเรื่องนำไปสู่ความหมายอะไร เนื้อหาส่วนนี้เป็นส่วนที่วารสาร Screen ให้ความสนใจมากที่สุด

(5) **ผู้รับสารของสื่อ** (Media Audience) ในด้านผู้ผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ มีวิธีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของตนอย่างไร ใช้วิธีการอะไรเลือกและเข้าถึงผู้รับสาร และในส่วนของผู้รับสาร แบบแผนและกระบวนการบริโภคสื่อเป็นอย่างไร มีปัจจัยอะไรเกี่ยวข้องบ้าง

(6) **ภาพตัวแทนในสื่อ** (Media Representations) เป็นเนื้อหาที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาสารกับโลกแห่งความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นส่วนที่เกี่ยวกับตัวบุคคล เหตุการณ์ สถานที่ ความคิด เช่น ภาพลักษณ์ของครูในภาพยนตร์ ฯลฯ และผลที่เกิดจากการสร้างภาพตัวแทนนั้น

Buckingham (1990) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับวิธีการทำงานของกลุ่ม **Screen** ในเรื่องการศึกษาสื่อเพื่อรู้เท่าทันว่า สมมติฐานเบื้องต้นของกลุ่มก็คือ เด็ก ๆ เป็นผู้รับสารที่ขาดความเข้าใจหรือมีความเข้าใจผิด ๆ อันเกิดมาจากการถูกครอบงำโดยสื่อ ดังนั้น ครูจึงต้องทำหน้าที่แก้ไขความเข้าใจผิดดังกล่าวของเด็ก ๆ Buckingham เสนอว่า วิธีคิดดังกล่าวนั้นก็เสมือนการตกหลุมพรางของแนวคิด Impact Theory ซึ่งเชื่อว่าผู้รับสารนั้นรับสารอย่าง passive และสื่อมีพลังอำนาจมหาศาลต่อผู้รับ และในอีกด้านหนึ่งก็เป็นแนวทางแบบกลุ่ม Leavistism ที่เชื่อว่า "มีแต่กลุ่มครู" เท่านั้นที่มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสื่อ แนวทางการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบนี้ทั้งหมด คือมีการถ่ายทอดความรู้ที่ถูกต้องจากกลุ่มครูเข้าไปแทนที่ความรู้ที่ผิดพลาดเพื่อลบล้าง (demythify) ความเข้าใจผิด ๆ ของเด็กๆ

Buckingham มีจุดยืนที่ไม่เห็นด้วยกับวิธีการศึกษาสื่อในแบบดังกล่าวเนื่องจากเหตุผลต่อไปนี้คือ

- สมมติฐานที่ว่าผู้รับสารเช่นเด็ก ๆ นั้นรับสารอย่าง passive ยังจำเป็นต้องตรวจสอบ และเท่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้ก็คือ เราเองก็ยังไม่รู้เลยว่าเด็ก ๆ มีแบบแผนการดูโทรทัศน์อย่างไร เด็กๆ คิดอย่างไรต่อสื่อที่เขาดู การสรุปล่วงหน้าว่า สิ่งที่เด็กดูนั้นทำให้เขาเกิดความเข้าใจผิดจำเป็นต้องตรวจสอบ
- ทั้ง ๆ ที่**เป้าหมาย**ของการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อนั้นต้องการจะให้เด็ก ๆ เกิดความคิดที่วิพากษ์วิจารณ์ แต่ทว่า**วิธีการที่ใช้**นั้นก็เป็นวิธีการถ่ายทอดจาก "บนสู่ล่าง" มิใช่วิธีการ "เสวนา" (dialogue) ซึ่งเท่ากับเป็นการครอบวิธีคิดอีกแบบหนึ่งลงไป วิธีการเช่นนี้ จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่จะสร้างวิธีคิดที่วิพากษ์วิจารณ์ได้หรือ
- วิธีคิดของกลุ่มครูนั้นเป็นการปฏิเสธ "ความเพลิดเพลิน/ความบันเทิง" ที่เด็ก ๆ ได้รับจากสื่อ เนื่องจากมีแนวโน้มการตีความว่า ต้องรับสื่ออย่างมีสาระเท่านั้นจึงจะแปลว่ามีความคิดที่ถูกต้องหรือใช้สื่อเป็น แต่หากใช้สื่อเพื่อความบันเทิงก็ดูเหมือนจะเป็นการถูกมอมเมา สมมติฐานดังกล่าวเป็นการปฏิเสธธรรมชาติความต้องการของมนุษย์โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก ๆ

นอกเหนือจากการวิพากษ์วิจารณ์วิธีการของกลุ่ม Screen แล้ว Buckingham ได้ลงมือทำวิจัยเพื่อแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ที่จะบรรลุเป้าหมายของการศึกษาเพื่อรู้เท่าทัน และถึงแม้ผลการวิจัยจะไม่ได้คำตอบตามที่ต้องการ แต่ก็ช่วยให้ผู้วิจัยได้เข้าใกล้กับสถานการณ์จริง ๆ ของ

กลุ่มครูที่ทำงานด้านสื่อศึกษาทั้งหลายต้องเผชิญอยู่

Buckingham เริ่มต้นด้วยแนวคิดที่ว่า นักวิจัยต้องตรวจสอบเสียก่อนว่าเด็ก ๆ เขาดูสื่ออะไร อย่างไร และเขาคิดอะไร ผู้วิจัยได้ทดลองวางแบบการสอบสื่อศึกษาออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

(1) ฉายโฆษณาโทรทัศน์ที่คัดเลือกเอาไว้จำนวน 20 ชิ้นให้เด็กดูแล้วแบ่งกลุ่มย่อยให้เด็กคุยกัน โดยนักวิจัย (ที่เล่นบทบาทกึ่งเป็นครูกึ่งนักวิจัย) จะเดินเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย

(2) เลือกโฆษณาบางชิ้นที่มีเกณฑ์ตามที่นักวิจัยตั้งใจ เช่น เรื่องเพศ เปิดให้เด็กดู โดยก่อนที่จะให้เด็กดู จะแนะนำเกณฑ์ที่ควรจะใช้ในการดู เช่น เป้าหมายของโฆษณา ภาษาที่ใช้ สไตล์การนำเสนอ ตัวแสดง การกระทำ ฯลฯ

(3) เลือกเอาโฆษณาเพียงชิ้นเดียวมาแบ่งเป็น shot ต่าง ๆ แล้วทำเป็นสไลด์ฉายให้ดูแบบ frame ต่อ frame ในระหว่างที่ฉายให้ดูนั้น ผู้วิจัยจะชี้ให้เด็กเห็นเทคนิคของการสร้างภาพ เช่น มุมกล้อง ระยะห่าง การใช้แสง ฯลฯ แล้วถามเด็ก ๆ ว่า เห็นเนื้อหาและความหมายจากเนื้อหาอย่างไร

(4) ให้เด็ก ๆ ลงมือผลิตชิ้นงานโฆษณาเองในรูปของสไลด์

Buckingham สรุปประสบการณ์จากการวิจัยครั้งนี้ว่า

- ทั้งในฐานะครูและฐานะผู้วิจัย ผู้วิจัยมีประสบการณ์ที่ขัดแย้งมากระหว่างการสร้างบรรยากาศที่ดูเหมือนจะเปิดเสรีเพื่อให้เด็กถกเถียงกัน (เพื่อสร้างความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์) แต่ความจริง ครูก็มีคำตอบที่ถูกต้องอยู่ล่วงหน้าในใจไว้แล้ว
- ผลจากการที่มีคำตอบที่ถูกต้องอยู่ในใจ มีอิทธิพลต่อการตั้งคำถามหรือการอภิปรายอย่างมาก เพราะทำให้ครู-นักวิจัยมักจะใช้คำถามที่มีลักษณะชี้นำ
- สิ่งที่เด็ก ๆ ตอบนั้น อาจจะไม่ใช่สิ่งที่เด็กคิด แต่ทว่าเป็น "ปฏิกริยาต่อคำถามของครู" (กล่าวคือ ที่จริงเด็กไม่ได้คิดถึงประเด็นนั้นเลย แต่เมื่อครูถาม ก็ต้องตอบ)
- ผู้วิจัยสรุปว่า บรรดาแนวคิดและทฤษฎีที่เราต่อการดูโทรทัศน์ของเด็กนั้นมีอคติติดมาอย่างมากมาย

(6.3) ข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

- ปัจจุบันนี้ การสอนเรื่องสื่อศึกษานั้นยังมีสถานภาพเป็นเพียงวิชาหนึ่งหรือชั่วโมงหนึ่งหรือสังกัดอยู่กับวิชากลุ่มสังคมศาสตร์เท่านั้น ซึ่งควรมีการยกระดับสภาพการณ์ดังกล่าว กล่าวคือ การสอนสื่อศึกษาควรจะผนวกรวมอยู่ในทุก ๆ วิชา และควรจะเป็นกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ด้วย ดังนั้น ครูทุกคนควรจะได้รับการฝึกอบรมให้มีทักษะในการสอนสื่อศึกษา

- ควรมีการนำผลงานสื่อ (media material) มาใช้ประกอบการสอนให้มากที่สุด เพื่อเชื่อมโยงโลกของห้องเรียนกับโลกที่เป็นจริงให้เข้ามาใกล้กันมากยิ่งขึ้น
- อย่างไรก็ตาม การนำผลงานสื่อมาใช้ในห้องเรียนนั้น ก็มิใช่การนำเอา "ฉายให้ดูเฉยๆ" เท่านั้น ซึ่งหากทำเช่นนั้นก็เท่ากับเดินย่ำเท้าอยู่รอยเดิมเหมือนวิธีการที่เด็กดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เนื้อหาในสื่อนั้นมีความหมาย 2 ระดับ คือเนื้อหาที่แสดงออกอย่างเปิดเผย (Manifest content) และเนื้อหาที่แฝงเร้น (Latent content) เช่น บรรดาอคติ ความเชื่อเบื้องหลัง ภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype) ภาพลักษณ์ ฯลฯ ในการดูสื่อเพื่อการรู้เท่าทันนั้นจะต้องสามารถเจาะลึกลงไปถึงเนื้อหาที่ซ่อนเร้นเหล่านั้นดังตัวอย่างเรื่อง landscape ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว
- ครูควรชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างเนื้อหาที่มีอยู่ในวิชาต่าง ๆ โดยเปรียบเทียบกับเนื้อหาที่ถูกพูดถึงในสื่อ (ในกรณีที่มีประเด็นที่ตรงกัน) เพื่อช่วยให้เกิดเกิดวิจารณญาณมากขึ้นระหว่างโลกที่ถูกนำเสนอในบริบทต่างๆ

บทที่ 12
สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน

1. ข้อสังเกตเบื้องต้น
2. ทำไมจึงควรสนใจความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน
3. คุณลักษณะของสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้าน
4. การสำรวจรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชน
5. สถานภาพปัจจุบันของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทั้งสองระบบ
6. สถานภาพของการศึกษาสื่อพื้นบ้านในปัจจุบัน
7. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสองระบบด้วยทฤษฎีต่าง ๆ
   - (7.1) ทฤษฎีหน้าที่นิยม
   - (7.2) การวิเคราะห์แบบการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
   - (7.3) ทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม
   - (7.4) ทฤษฎีโครงสร้างนิยม
   - (7.5) การวิเคราะห์ด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษา

บทที่ 12
สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี
(Folk/Traditional Media)

1. ข้อสังเกตเบื้องต้น

(1.1) ไม่มีความสนใจในการศึกษาสื่อพื้นบ้าน

หากเราพลิกดูตำราที่เกี่ยวกับการศึกษาสื่อมวลชนที่มีอยู่อย่างมากมายมหาศาลและครอบคลุมหัวข้อความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับประเด็นต่าง ๆ เราจะแปลกใจว่า ตำราที่มีหัวข้อที่ว่าด้วย "ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน" กับ "สื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้าน" แทบจะหาไม่ได้เลย ทั้งๆที่ “สื่อมวลชน” และ “สื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้าน” มีความคล้ายคลึงกันในแง่ที่ต่างก็เป็น "สื่อของสังคม" ทั้งคู่ เพราะเหตุใดจึงเกิดปรากฏการณ์ที่น่าประหลาดใจเช่นนี้ ดูเหมือนว่าในโลกวิชาการของสื่อมวลชนจะไม่ยอมรับรู้ว่า สื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นเป็นสื่อรุ่นน้องที่เพิ่งเกิดมาได้ราว 2-3 ศตวรรษ โดยที่ก่อนหน้านั้น สังคมได้มี "สื่อสำหรับกลุ่มชน" ที่เป็นสื่อรุ่นพี่อยู่แล้ว และแม้จะมีสื่อมวลชนเกิดขึ้นแล้ว สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณีก็ยังคงดำรงอยู่ในสังคม

Hidetoshi Kato (1977) ตั้งข้อสังเกตว่า ไม่เพียงแต่ในสาขาสื่อมวลชนเท่านั้นที่ไม่มีความสนใจที่จะศึกษาสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้าน แต่ทว่าแวดวงวิชาการโดยทั่วๆไปก็มักจะมองข้ามหัวข้อดังกล่าว ในหมู่นักสังคมศาสตร์ที่สนใจชนบท (ซึ่งเป็นปริมณฑลของสื่อพื้นบ้าน) มักจะให้ความสนใจกับการพัฒนาชนบท นักสื่อสารมวลชนก็มักสนใจแต่ผลกระทบที่สื่อมวลชนจะมีต่อชนบท (อาจมีข้อยกเว้นบ้างสำหรับกลุ่มการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชนบท) กลุ่มนักวิชาการที่ให้ความสนใจสื่อพื้นบ้านมักจะอยู่ในแวดวงของนักวรรณกรรมที่สนใจเก็บรวบรวมภาษาของท้องถิ่น รวมทั้งนักคติชนวิทยา (Folklorist) ที่เก็บรวมรวม "ทุกอย่างที่เป็นของพื้นบ้าน" รวมทั้งสื่อพื้นบ้าน อย่างไรก็ตาม Kato ตั้งข้อสังเกตต่อไปว่า งานศึกษาสื่อพื้นบ้านนั้นยังคงอยู่ในขั้นของการเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์อย่างค่อนข้างใช้อัตวิสัยของผู้ศึกษามากกว่าจะใช้วิธีการแบบสังคมศาสตร์มาศึกษา หรือยังขาดเครื่องมือในการศึกษาโดยเฉพาะเมื่อมองจากแง่มุมที่ถือว่า "สื่อพื้นบ้าน" เป็น "สื่อของสังคมอย่างหนึ่ง"

(1.2) ข้อตกลงเรื่องของเขตของสื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี

ในที่นี้ ผู้เขียนจะใช้คำศัพท์ว่า "สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี" ในความหมายที่ทดแทนกันได้ โดยหมายถึงสื่อทุกชนิดที่มีมาก่อนหน้าสื่อมวลชน แต่ทว่าจะมุ่งให้ความสนใจกับสื่อที่เป็นของ
พื้นบ้าน (Folk) มากกว่าสื่อของชนชั้นสูง (High culture)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า กลุ่มนักวิชาการที่ให้ความสนใจเรื่องของพื้นบ้านคือ นักคติชนวิทยา (Folklorist) ดังนั้นในการแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้าน ในที่นี้จะใช้แนวคิดของ G. Seal (1989) จัดแบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านในความหมายที่กว้างขวางแบบแนวคิดสัญญะวิทยา (Semiology) ที่ถือว่า "ทุกอย่างล้วนเป็นสัญญะทั้งสิ้น" ดังนี้

(1) รูปแบบสื่อที่เป็นวจนภาษา (Verbal Form) มีขอบเขตกว้างขวาง ตั้งแต่คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า ตำนาน เป็นต้น

(2) รูปแบบสื่อที่เป็นพฤติกรรม (Behavior Form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกมและการละเล่นต่างๆ

(3) รูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ (Material form) เช่น งานฝีมือ การผลิตข้าว ของเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งร่างกาย เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร ฯลฯ

(4) รูปแบบสื่อที่เป็นอวัจนภาษา (Non-Verbal form) เช่น การแสดงอากัปกิริยา การเต้นรำ การวาดภาพหรือเขียนตัวอักษรบนฝาผนัง (graffiti) เหรียญตรา ฯลฯ

อนึ่ง ในขณะที่ในหนังสือเล่มนี้ได้ใช้ทัศนะพิจารณา "สื่อมวลชน" ว่า มิได้มีขอบเขตอยู่แต่ตัวสื่อ (medium) เท่านั้น หากแต่มีความหมายครอบคลุมตั้งแต่ Sender-Message-Media-Receiver ที่มีขอบเขตครอบคลุม 3 กระบวนการหลัก ๆ คือ production-distribution-consumption นอกจากนั้น ยังพิจารณา "สื่อมวลชน" ในฐานะสถาบันย่อยสถาบันหนึ่งในสังคมที่ต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับสถาบันสังคมอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันเศรษฐกิจ-การเมือง-สังคม-วัฒนธรรม

เมื่อเราใช้ทัศนะที่กว้างขวางพิจารณา "สื่อมวลชน" ดังที่กล่าวมาแล้ว สำหรับ "สื่อพื้นบ้าน" เราก็จะใช้ทัศนะที่กว้างขวางดังที่กล่าวมาพิจารณาเช่นเดียวกัน ดังนั้น เราจึงจะสนใจดูทั้ง S-M-C-R ของสื่อพื้นบ้าน และพิจารณาสื่อพื้นบ้านในฐานะกระบวนการผลิตวัฒนธรรม (Cultural production) อย่างหนึ่งของสังคม ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสถาบันอื่นของสังคมเช่นเดียวกัน

ตัวอย่างเช่น รูปแบบการแสดงของสื่อพื้นบ้านนั้น แม้จะไม่มีการเก็บสตางค์ค่าชมจากผู้ดูแต่ก็มีมิติทางเศรษฐกิจ เช่น ผู้ที่อุปถัมภ์ให้มีการแสดง มักจะเป็นเจ้าภาพที่จัดงานบุญประเภทต่าง ๆ เช่น

งานบวช งานศพ งานขึ้นบ้านใหม่ ๆ เช่นเดียวกับมิติด้านการเมือง หากวิเคราะห์เนื้อหาเพลงกล่อมเด็กของภาคใต้ จะพบว่าเป็นเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับชาวบ้านเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น

2. ทำไมจึงควรสนใจความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน

ถึงแม้ฐานะของผู้เขียนจะอยู่ในแวดวงสื่อมวลชนและหนังสือเล่มนี้จะมีเนื้อหาส่วนใหญ่ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนเป็นหลัก แต่ทว่าผู้เขียนก็มีเหตุผลหลายประการที่จะประกอบข้อสรุปที่ว่า นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องให้ความสนใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน ดังนี้

(i) แม้ว่าในโลกวิชาการจะมองข้ามความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน หรือมีท่าทีเสมือนว่าสื่อพื้นบ้านไม่มีตัวตนอยู่ในสังคมก็ตาม แต่ทว่าในโลกแห่งความเป็นจริงมิได้เป็นไปตามความคิดของนักวิชาการ ทั้งนี้เพราะในโลกแห่งความจริง สื่อพื้นบ้านยังคงสืบทอดและผลิตซ้ำ (reproduction) ส่วนประกอบต่าง ๆ ของตนเองอยู่ตลอดเวลา และการผลิตซ้ำสืบทอดดังกล่าวบางครั้งก็ล่วงล้ำเขตแดนเข้ามาถึงปริมณฑลของสื่อมวลชนด้วย ตัวอย่างที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อ Lazarsfeld (1940) ทำการวิจัยเรื่องแบบแผนการฟังวิทยุของประชาชน โดยที่ทางฝ่ายผู้ผลิตรายการวิทยุมุ่งหวังที่จะให้ผู้ฟังสนใจรายการที่ให้การศึกษาแก่ผู้ฟัง แต่ผลกลับปรากฏว่า ชาวบ้านชอบฟังรายการบันเทิงประเภทละครวิทยุ รายการทายปัญหาชิงรางวัล ฯลฯ และสนใจบรรดาตัวพระเอก-นางเอกหรือผู้จัดรายการอย่างมาก รายการใดยิ่งให้การศึกษามาก จำนวนผู้ฟังจะยิ่งน้อยลง หากเราตั้งคำถามว่า แบบแผนการเปิดรับสื่อเพื่อความบันเทิง (entertainment listening pattern) เช่นนี้มาจากไหนกันเล่า หากมิใช่มาจากสื่อพื้นบ้านที่ได้วางรหัสแบบแผนการฟังจากสื่อพื้นบ้านเอาไว้ก่อน และประชาชนได้โยกย้ายแบบแผนดังกล่าวมาใช้กับสื่อมวลชนเช่นวิทยุด้วย

การปรับตัวของสื่อพื้นบ้านนั้นมีอยู่ตลอดเวลา และปรับตัวเพื่อตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมระดับกว้าง R. Kidd (1992) ที่ศึกษาละครพื้นบ้าน (popular theatre - เช่น ลิเก ละครชาตรี) ในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในประเทศโลกที่สามที่เคยผ่านประสบการณ์การล่าอาณานิคม พบว่า รูปแบบและเนื้อหาของละครพื้นบ้านจะเปลี่ยนแปลงไป เช่น

- ละครพื้นบ้านภายใต้ยุคศักดินา จะมีทั้งการซ่อนเร้นรูปแบบการต่อต้านศักดินา แต่ในเวลาเดียวกันก็มีจิตสำนึกที่ยอมรับการครอบงำปะปนอยู่ด้วย (false consciousness)
- ละครพื้นบ้านภายใต้ยุคการล่าอาณานิคม เนื้อหาของละครจะมุ่งต่อต้านลัทธิล่าอาณานิคม สร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม กระตุ้นความรู้สึกชาตินิยม
- ละครพื้นบ้านยุคการทำประเทศให้ทันสมัย เนื้อหาและรูปแบบของละครจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างมาก โดยทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็นการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง (propaganda)

เป็นต้น

เหตุผลประการหนึ่งของการดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องของสื่อพื้นบ้านก็เนื่องมาจากขีดจำกัดของสื่อมวลชนซึ่งมีกลุ่มผู้รับสารที่มีขนาดใหญ่และกระจัดกระจาย นักวิชาการด้านการสื่อสารเชื่อว่า มนุษย์เราต้องการรูปแบบการสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบ รวมทั้งการสื่อสารแบบระหว่างบุคคลหรือภายในกลุ่ม (Interpersonal, group communication) ซึ่งสื่อมวลชนไม่สามารถตอบสนองให้ได้ และจะต้องแสวงหาจากสื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี

(ii) เหตุผลประการที่สอง มาจากข้อคิดของ R. Williams (1974) ที่เสนอว่าบรรดาสื่อมวลชนสมัยใหม่โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น วิทยุหรือโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มาแต่ "ตัวสื่อเปล่าๆ" แต่ไม่มีเนื้อหาและรูปแบบที่เป็นของตัวเอง ดังนั้น รายการในวิทยุและโทรทัศน์จึงได้หยิบยืมวัตถุดิบมาจากสื่อเดิม ๆ ที่เคยมีอยู่แล้วทั้งสิ้น เช่น เพลงที่เคยเล่นตามเวทีงานวัด ก็นำมาเปิดในวิทยุ หมอลำที่เคยแสดงตามงานประเพณีต่าง ๆ ก็ยกมาเล่นในห้องส่งของโทรทัศน์ เป็นต้น ดังนั้น กระแสความต่อเนื่องระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภทจึงคงมีอยู่

Wilson & Wilson (1998) ศึกษาย้อนกลับไปในประวัติศาสตร์ของรอยต่อระหว่างสื่อทั้งสองประเภทในกรณีของยุโรป เพื่อให้เห็นกระบวนการคลี่คลายที่มีมาเป็นระยะๆ ก่อนหน้าศตวรรษที่ 19 มีการแยกวัฒนธรรมระหว่างชนชั้นสูงกับชาวบ้านอย่างชัดเจน วัฒนธรรมชนชั้นสูงจะเป็นพวกวิจิตรศิลป์ วรรณคดี และเพลงคลาสสิก ส่วนวัฒนธรรมชาวบ้านจะเป็นงานพิธีแห่ฉลอง (carnival) การละเล่นพื้นบ้าน งานเลี้ยงฉลองต่าง ๆ ฯลฯ และแม้แต่เมื่อคนชนบทที่อพยพเข้ามาในเมืองเป็นคนงาน คนเหล่านี้ก็ได้สร้างรูปแบบความบันเทิงแบบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับชีวิตในเมืองขึ้นมา ตัวอย่างเช่น การเล่นกีฬาในสวน/ในสนาม (ball park) งานวัด (vaudeville) (ในกรณีของไทยอาจจะเป็นการเล่นว่าว เป็นต้น)

กีฬาที่คนงานในเมืองเล่นกันก็คือ เบสบอลซึ่งสะท้อนจิตวิญญาณของการแข่งขันในบรรยากาศของที่ทำงาน ในระยะแรกกีฬาชนิดนี้มีลักษณะเป็นของคนงานอย่างแท้จริง กล่าวคือมุ่งที่การเล่นเป็นหลัก แต่ในขั้นต่อมาระบบการค้าก็เริ่มเข้ามาแทรกทำให้เกิดการตกแต่งสถานที่ เครื่องแต่งกาย มีการขายตั๋วเข้าชม และเมื่อมีหนังสือพิมพ์เกิดขึ้น หน้ากีฬาก็เกิดขึ้นตามมา เช่นเดียวกับรายการวิทยุที่รายงานทั้งข่าวและถ่ายทอดการแข่งขันเบสบอล จนกระทั่งกีฬาประเภทต่าง ๆ ได้พัฒนามาเป็นรูปแบบความบันเทิงผ่านสื่อมวลชนเช่นที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน (Mass-Media entertainment)

ในกรณีของ "งานวัด" (Vaudeville) ก็เช่นกัน (กรณีของไทยอาจจะเป็นพวกคณะลิเก ละครเร่ ละครชาตรี) Vaudeville คือการรวมเอาความบันเทิงหลาย ๆ รูปแบบทั้งศิลปะพื้นบ้าน การแสดงตลก จำอวด ตลกหน้าม่าน การเล่นกายกรรม มอเตอร์ไซค์ไต่ถัง การเต้นระบำ/ร้องเพลง

มาไว้ด้วยกัน เมื่อเกิดวิทยุและโทรทัศน์ รูปแบบดังกล่าว รวมทั้งตัวศิลปินด้วยก็ได้ก้าวเข้ามาสู่แวดวงของสื่อสมัยใหม่ จะว่าไปแล้วรายการปกิณกะบันเทิงก็คือรูปแบบจำลองของ Vaudeville นั่นเอง แม้แต่วิธีการตัดภาพเปลี่ยนเข้าสู่รายการต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว (quick cut) ก็นำมาจากสไตล์ของ Vaudeville เช่นเดียวกัน

เมื่อสื่อสมัยใหม่นำเอารูปแบบและเนื้อหามาจากสื่อพื้นบ้าน ก็แน่นอนว่า กระแสความคิด (stream of consciousness) จากระบบสื่อพื้นบ้านย่อมไหลเทผ่านสู่สื่อสมัยใหม่อย่างแน่นอน ดังนั้น หากเราวิเคราะห์เนื้อหาสื่อละครโทรทัศน์จำนวนมาก เราก็จะได้กลิ่นอายของนิทานพื้นบ้านเรื่องต่าง ๆ เช่น สงครามระหว่างเมียน้อย-เมียหลวงที่เป็นแก่นเรื่องของนิทานพื้นบ้านเช่นเดียวกับละครโทรทัศน์ ความขัดแย้งระหว่างลูกเขยกับพ่อตา การมีตัวละครหญิงสองตัวที่เป็นตัวแทน "ความดี" และ "ความเลว" ผู้หญิงปลอมตัวเป็นผู้ชาย (ในนิทานพื้นบ้าน นางเอกมักแปลงตัวเป็นพราหมณ์น้อย) ฯลฯ นักคติชนวิทยาที่สนใจคติพื้นบ้าน (Folklore) ที่มาปรากฏในสื่อสมัยใหม่ เช่น Tom Burns (1969) ทดลองวิเคราะห์รายการโทรทัศน์เพียง 1 วัน ระหว่างช่วงเวลา 6.15-13.30 น. และนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อดูว่ามีการนำเอาคติชนวิทยาประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นมาใช้ในปริมาณมากน้อยเพียงใด จากจำนวน 12 ประเภทรายการในช่วงเวลาดังกล่าว T. Burns พบว่ามีลักษณะคติพื้นบ้านปรากฏถึง 101 ครั้ง และเมื่อ Dorson (1979) มอบหมายให้นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา "คติชนวิทยา" ไปสำรวจแนวคิดด้านคติชนวิทยาที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ก็พบผลเช่นเดียวกับงานของ T. Burns กล่าวคือ มีแนวคิดด้านคติชนวิทยาจำนวนมากมายที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์

(iii) เหตุผลอีกประการหนึ่งที่นักสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสนใจสื่อพื้นบ้านก็คือ สื่อทั้งสองประเภทนั้นล้วนแล้วแต่เป็นระบบย่อย (subsystem) ของระบบการสื่อสารของสังคม (social communication system) เมื่อเราใช้คำว่า "ระบบ" (system) นั้น เราหมายความถึงคุณลักษณะ 3 ประการ

- ในระบบใหญ่ จะประกอบด้วยระบบย่อย (subsystem)
- ในระบบย่อย ๆ นั้น ล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (interrelationship)
- หากเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ระบบย่อยหนึ่ง ก็จะส่งผลสะเทือนถึงอีกระบบย่อยหนึ่ง

จากคุณลักษณะทั้ง 3 ประการนี้ โดยเฉพาะคุณลักษณะประการสุดท้าย หากเราได้พบเห็นปรากฏการณ์ว่าสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดมีอันต้องล้มหายตายไปในวันนี้ และหากเราใช้แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ต่อเนื่องแบบสายโซ่ของระบบนิเวศวิทยาที่ว่า การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต

ประเภทหนึ่งจะนำไปสู่การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อยู่ในสายโซ่เดียวกัน หลักการดังกล่าวก็จะอธิบายว่า สักวันหนึ่งในอนาคต สื่อมวลชนก็จะไปไม่รอดเช่นเดียวกัน (วิธีคิดแบบไทย ๆ ก็คือการลงเรือลำเดียวกัน)

(iv) สำหรับคุณลักษณะประการที่สองที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนนั้น นอกเหนือจากสายสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ที่ได้กล่าวมาแล้ว รูปแบบความสัมพันธ์แบบต้องอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Interdependence) ระหว่างสื่อทั้งสองระบบก็เกิดมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า สื่อทั้งสองประเภทล้วนมีข้อเด่นและข้อจำกัดในตัวเอง (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ดังนั้นจึงต้องพึ่งพาอาศัยอีกระบบหนึ่ง

ตัวอย่างง่าย ๆ ที่จะแสดงให้เห็นข้อเด่นและข้อด้อยของระบบสื่อทั้งสองเช่น ทุกวันนี้มีสื่อมวลชนสมัยใหม่ทั้งภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ได้ใช้อย่างท่วมท้น แต่เพราะเหตุใด ชาวบ้านจึงยังชอบดูลิเก ละครเวที หมอลำ หนังตะลุง ฯลฯ ที่เป็นสื่อพื้นบ้านอยู่ C. Rawlence (1979) ให้คำตอบว่า ที่คนยังใช้สื่อพื้นบ้านอยู่นั้น ก็เพราะสื่อพื้นบ้านสามารถตอบสนองความต้องการอันหลากหลายที่สื่อมวลชนไม่สามารถสนองผู้ชมได้ เช่น

- สื่อพื้นบ้านเช่น ลิเก หนังตะลุง หรือหมอลำนั้น มีลักษณะยืดหยุ่นมากกว่า การเล่นไม่ต้องใช้เครื่องมืออุปกรณ์มากมาย ไม่ต้องมีการถ่ายทอด เป็นการแสดงสด
- การแสดงสามารถปรับให้เข้ากับคนดูได้ เช่น หนังตะลุงสามารถนำเอาชื่อของคนในหมู่บ้านมาเป็นตัวละครได้ ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิด ถูกใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับผู้แสดง (เกิดอัตลักษณ์ร่วม) ลักษณะดังกล่าวสื่อมวลชนกระทำไม่ได้เลย
- ขอบเขตของการรับชมไม่ใหญ่โตกว้างขวางเกินไปนัก และการชมมีลักษณะเป็นส่วนรวม (collective) ทำให้เกิด "ความรู้สึกแบบผู้ชม" อย่างแท้จริง (active audience) ต่างจากการนั่งดูโทรทัศน์คนเดียวอยู่ที่บ้าน (การดูรายการกีฬาเช่นการแข่งขันฟุตบอลโลกด้วยรูปแบบการนั่งดูคนเดียวในบ้าน กับออกไปดูร่วมกันเป็นกลุ่ม จึงให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันอย่างมาก)
- เนื่องจากการแสดงทุกครั้งเป็นการแสดงสด เป็นการแสดงในขอบเขตที่ไม่กว้างขวางนัก ศิลปินมักมีอิสระในการแสดง เงื่อนไขทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างมากในการสร้างผลงานของศิลปิน D. Lancaster (1977) ศึกษาศิลปินพื้นบ้านทางภาคเหนือของไทยที่แสดงมาแล้ว 12 ปี โดยยังไม่เคยเล่นซ้ำแบบเก่าเลย เนื่องจากมีแหล่งกำเนิดของเนื้อหาที่จะเอาเรื่องแต่งจากหลายแหล่งเช่น เอาเรื่องเก่ามาเล่นใหม่ เอานิยาย ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือเรื่องจากลิเกมาเล่น ตั้งชื่อตัวละครใหม่ เอาเรื่องใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจริง ๆ จากการ

เล่าของเพื่อนฝูงมาตบแต่งใหม่ ฯลฯ Lancaster กล่าวว่า การที่ศิลปินสามารถสร้างสรรค์ได้อย่างสูงมากนั้น เนื่องมาจากปัจจัย 2 ประการคือ ความสามารถในการแต่งบท/เขียนบทของศิลปิน และเนื่องจากความเป็นอิสระไม่ถูกควบคุมจากสถาบันต่าง ๆ

(v) เหตุผลที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งสำหรับการเลือกบริโภคสื่อพื้นบ้านของประชาชน ก็คือ ในแบบแผนของการรับชม (viewing pattern) ของสื่อพื้นบ้านนั้น ผู้ชมจะรู้สึกว่ามีอำนาจ (power) ที่จะควบคุมผู้แสดงได้ เช่น ถ้าแสดงไม่ดีก็จะโห่ฮา ถ้าแสดงถูกใจก็จะปรบมือหรือตบรางวัล สามารถขอร้องให้แสดงซ้ำ และอื่น ๆ ในขณะที่ในสื่อสมัยใหม่นั้น ผู้ชม/ผู้ฟัง/ผู้อ่าน จะไม่มีอำนาจในการควบคุมผู้แสดงได้เลย แต่ตามหลักการของการสื่อสารโดยทั่วไป คนเราย่อมชอบการสื่อสารที่เรามีอำนาจควบคุมกระบวนการสื่อสารได้ และการสื่อสารที่ผู้รับสารจะควบคุมได้นั้น จะต้องเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบกลุ่มหรือระหว่างบุคคลที่มีปฏิกริยาตอบโต้ได้ทันที (feedback) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งและผู้รับสารมีความเสมอภาคกัน และไม่มีการแยกขาดระหว่างบทบาทของผู้ส่งและผู้รับ (กล่าวคือ มีการสลับบทบาทกันเป็นผู้ส่ง/ผู้รับ) ซึ่งรูปแบบการสื่อสารมวลชนไม่สามารถจะสร้างโอกาสดังกล่าวได้เลย สื่อมวลชนจึงเป็นสื่อที่สร้างความรู้สึกห่างเหินให้แก่ผู้รับสาร ปัจจุบันนี้ เราจึงมองเห็นปรากฏการณ์การย้อนกลับมาของรูปแบบการแสดงแบบพื้นบ้านที่เข้ามาช่วยเสริมสื่อมวลชน ตัวอย่างที่ง่ายที่สุดก็คือ เมื่อมีการออกเทปเพลงก็ต้องมีการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปิน การโชว์ตัวของดาราหนัง การฟังเพลงจากนักร้องสด ๆ ตาม club ในกลุ่มผู้นำกลุ่มเล็ก ๆ เป็นต้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นนี้อธิบายได้ว่า หากตราบใดที่ยังมีผู้ชม/มีการสืบทอดผู้ชม เมื่อนั้น ระบบการสื่อสารดังกล่าวก็จะยังคงดำรงอยู่ได้ และนอกเหนือจากเหตุผลด้านผู้ชมแล้ว การเรียนรู้จากกันและกันของการสื่อสารทั้งสองระบบก็จะมีผลทำให้ระบบการสื่อสารของทั้งสังคมมีคุณภาพดีขึ้น ตัวอย่างเช่น ในระบบสื่อพื้นบ้านจะใช้กลยุทธ์การผลิตสารแบบ "two in one" อยู่เสมอ กล่าวคือ ต้องทั้งมีสาระให้ข้อคิด (Education) และต้องให้ความบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน (Entertainment) แต่ทว่าระบบสื่อมวลชนกลับใช้ระบบแยกส่วน กล่าวคือ ต้องจำแนกประเภทรายการให้เด็ดขายตายตัวไปเลยว่า จะเป็นรายการที่ให้สาระความรู้ หรือให้ความบันเทิง อย่างไรก็ตาม ในชั้นหลัง วงการโทรทัศน์/วิทยุก็พบว่า หลักการแบบแยกส่วนดังกล่าวนั้น จะแยกแต่ในความคิดของผู้ผลิตเท่านั้น หากทว่า ผู้รับสารยังคงใช้ระบบ "two-in-one" แบบระบบสื่อพื้นบ้าน ดังนั้น แนวคิดใหม่เอี่ยมล่าสุดของการสื่อสารมวลชน (แต่ทว่าเป็นแนวคิดเก่าแก่ของสื่อพื้นบ้าน) คือ กลยุทธ์การผลิตสารแบบประสานสาระและบันเทิงเข้าด้วย (Edutainment strategy) เพื่อให้สอดรับกับแบบแผนการสื่อสารของฝ่ายผู้รับ เป็นต้น

3. คุณลักษณะของสื่อมวลชน/สื่อพื้นบ้าน

เพื่อความเข้าใจในเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ระหว่างสื่อทั้งสองระบบ ในที่นี้จะเสนอคุณลักษณะของสื่อมวลชน/สื่อพื้นบ้านเพื่อเสริมความเข้าใจในสื่อทั้งสองประเภทดังนี้ โดยจะเน้นหนักคุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างสื่อทั้งสองประเภท

(ก) ความแตกต่างระหว่างสื่อพื้นบ้าน/สื่อมวลชน มีหลายประการคือ

(i) ประเภทของสื่อย่อย ๆ เมื่อเปรียบเทียบประเภทย่อยๆ ของสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชนในแง่ปริมาณแล้ว จะพบว่า สื่อพื้นบ้านมีประเภทย่อยๆ จำนวนมากกว่าสื่อมวลชนอย่างมาก กล่าวคือ สื่อมวลชนนั้น หากแบ่งตามประเภทของสื่อก็จะมีอยู่ 5 ประเภท (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์) และหากเจาะประเภทรายการลงไป ก็จะมีอีกประมาณ 11 ประเภทรายการ แต่สำหรับสื่อพื้นบ้านนั้น ดังที่ได้จำแนกรูปแบบใหญ่ ๆ มาให้ดูข้างต้นก็มี 4 รูปแบบ และในแต่ละรูปแบบก็จะประกอบด้วยประเภทย่อย ๆ อีกมากมาย เช่น ในหมวดภาษา ก็จะมีตั้งแต่คำคม ภาษิต อุปมาอุปมัย ข้อห้าม คำพังเพย ปริศนาคำทาย ฯลฯ ความหลากหลายของสื่อพื้นบ้านและความจำกัดในแง่ประเภทของสื่อมวลชนนั้นเกิดมาจาก "แหล่งกำเนิด" ของตัวสื่อ เนื่องจากแหล่งกำเนิดของสื่อพื้นบ้านมีลักษณะกระจายตัว (decentralized) แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น (localized) ในขณะที่สื่อมวลชนนั้น มีกลุ่มผู้ผลิต "แหล่งกำเนิด" แบบรวมศูนย์ (universalized) และมีแบบแผนที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้นไม่ว่าเกมโชว์ของไทย อังกฤษ อเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น ฯลฯ จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน

(ii) ความแตกต่างด้านมิติเวลาและพื้นที่ เป็นที่รู้กันอย่างดีว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีมิติด้านเวลาและพื้นที่จำกัดอย่างยิ่ง เช่น หน้าหนังสือพิมพ์มีพื้นที่เพียงเล็กน้อย เวลาในโทรทัศน์ต้องนับหน่วยเป็นนาที/วินาที ความจำกัดดังกล่าวเป็นตัวกำหนดวิธีการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของสื่อมวลชน เช่น การพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ การตัดต่อภาพในโฆษณาทางโทรทัศน์ ในทางตรงกันข้าม สื่อพื้นบ้านกลับมีมิติด้านเวลาและพื้นที่ไม่จำกัด เช่น สามารถแสดงได้ตลอดทั้งคืน สถานที่แสดงก็กว้างขวาง ฯลฯ และยังสามารถปรับเปลี่ยนการแสดงไปตามเวลาและพื้นที่ได้ ความแตกต่างดังกล่าวจะเป็นอุปสรรคเมื่อมีการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชน และยังต้องปรับเปลี่ยนมิติด้านเวลาและพื้นที่เป็นการใหญ่

นอกจากมิติด้านเวลาและพื้นที่จะแตกต่างกันในแง่รูปแบบการนำเสนอแล้ว ยังมีความแตกต่างในมิติดังกล่าวในแง่**เป้าหมายการเผยแพร่**และการสร้างสรรค์ผลงานสื่อ อาจสังเกตได้ว่า เป้าหมายของสื่อพื้นบ้านในการนำเสนอนั้นมักเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีให้ยาวนานสืบไป กล่าวคือมุ่งเน้นเรื่อง**กาลเวลา** (ความเป็นอมตะของผลงาน) ในทางตรงกันข้าม ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่มักมุ่งเน้นในแง่การ**ขยายพื้นที่**การเผยแพร่ภายในเวลาอันรวดเร็ว เช่น การฉายหนังฮอลลีวู้ดให้ดูพร้อม ๆ กันทั่วโลก การขายแผ่นเสียงนับเป็นล้าน ๆ แผ่น ดังนั้น ผลงานของสื่อมวลชนที่แม้จะมีตลาดผู้รับสารที่กว้างขวาง แต่มีผลผลิตทางวัฒนธรรมน้อยมากที่จะอยู่ในความทรงจำของผู้คนอย่างยาวนาน (หากเปรียบเทียบเพลง pop กับเพลงลูกทุ่งก็จะพอมองเห็นความแตกต่างนี้ได้)

(iii) ความแตกต่างด้านเป้าหมายของการผลิตผลงาน การผลิตผลงานของสื่อพื้นบ้านนั้นจะมีศูนย์กลางอยู่ที่ผู้ผลิตเป็นสำคัญ (Sender orientation) กล่าวคือ การผลิตเริ่มต้นขึ้นเมื่อศิลปินมีแรงบันดาลใจ และต้องการจะแสดงออก (self-expression) จังหวะการผลิตจะเป็นอย่างไร เนื้อหาและรูปแบบจะมีลักษณะแบบไหนจะเป็นไปตามความต้องการของผู้ผลิต

ในทางตรงกันข้าม การผลิตของสื่อมวลชนนั้นจะมีศูนย์กลางการผลิตอยู่ที่ผู้รับสาร (Receiver orientation) หรืออยู่ที่ผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจ (เช่น ผู้อุปถัมภ์รายการ) อิสระและเสรีภาพของผู้ผลิต/ศิลปินจะมีน้อยมากเพราะจะต้องคอยตามใจเจ้าของเงินทุนและคอยตามรสนิยมของผู้รับสารอยู่เสมอ

(iv) ความแตกต่างด้านปริมาณการผลิต การผลิตผลงานของสื่อพื้นบ้านโดยศิลปินแต่ละคนนั้นจะมีปริมาณไม่มากนัก ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากตัวศิลปินเองต้องประกอบอาชีพอย่างอื่นด้วย เช่น พ่อเพลงแม่เพลงพื้นบ้านมักจะต้องทำนาด้วย หมดจากหน้านาจึงจะมาแต่งเพลง หรืออาจเนื่องมาจากการผลิตผลงานต้องอาศัยจินตนาการและแรงบันดาลใจ และต้องมี "อารมณ์แบบศิลปิน" จึงควบคุมปริมาณการผลิตไม่ได้ แต่ทว่าในระบบเศรษฐกิจของสื่อมวลชนนั้นก็เหมือนกับการผลิตสินค้าอื่น ๆ กล่าวคือ ต้องผลิตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ปริมาณของผลงานสื่อมวลชนจึงมีอย่างมากมายมหาศาล มีผู้คำนวณว่า เพลงไทยตั้งแต่สมัยอยุธยามาจนถึงสมัย พ.ศ.2475 นั้น ยังมีปริมาณน้อยกว่าเพลงไทยที่ผลิตเพียงแค่ในช่วง 4 ทศวรรษของปี พ.ศ.2510-2540 เท่านั้น

(v) ความแตกต่างด้านกระบวนการผลิต ในกระบวนการผลิตของสื่อพื้นบ้านนั้นมักจะไม่ค่อยมีระบบแบ่งงานกันทำอย่างซับซ้อนนัก ฝ่ายผู้ผลิตมักมีเพียงไม่ถึง 10 คน หัวหน้า

คณะลิเกมักจะเป็นทั้งผู้แต่งเรื่อง แต่งบทร้อง/บทเจรจา คิดท่ารำ ตลอดจนแสดงเอง รวมทั้งบริหารจัดการเก็บเงินค่าดูเองด้วย ศิลปินพื้นบ้านในอดีตที่เล่นดนตรี มักจะสร้างเครื่องมือเล่นดนตรีเอง ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากกระบวนการผลิตของระบบสื่อมวลชนอย่างมาก เนื่องจากในการผลิตของสื่อมวลชนจะเลียนแบบระบบสายพานของการผลิตสินค้าในโรงงานอุตสาหกรรม คือ มีการแบ่งงานกันทำอย่างสูงมาก เช่น กระบวนการผลิตเทปเพลงนั้น จะแบ่งตั้งแต่ผู้คิดแนวเพลง คนคิดทำนอง คนแต่งเนื้อร้อง ผู้ประสานเสียง นักร้อง นักดนตรี ฯลฯ

(vi) ความแตกต่างด้านเนื้อหาและรูปแบบ สำหรับสื่อพื้นบ้านนั้น จะเน้นเรื่องเนื้อหามากกว่าเรื่องรูปแบบ ตัวอย่างเช่น เพลงพื้นบ้านนั้น เราแทบจะไม่รู้ว่าใครเป็นผู้แต่งและใครเป็นผู้ร้อง (เนื่องจากทุกคนร้องได้) ท่วงทำนองก็อาจจะซ้ำ ๆ กัน แต่ทว่าความสำคัญจะอยู่ที่ความหมายในเนื้อหา ในทางตรงกันข้าม ผลงานของสื่อมวลชนนั้นจะเน้นที่รูปแบบมากกว่าเนื้อหา เช่นเพลงสมัยใหม่นั้น บางครั้งผู้ฟังแทบฟังไม่ออกว่ามีเนื้อหาว่าอะไร แต่ตัวนักร้อง (ซึ่งรวมทั้งการแต่งกาย ท่าทาง การเต้นประกอบ ฯลฯ) รวมทั้งเครื่องดนตรีที่ใช้เล่น จะมีความสำคัญมากกว่าตัวเนื้อเพลง

นอกจากนั้น เนื่องจากวิธีคิดแบบพื้นบ้านจะมีลักษณะเป็นองค์รวมเชื่อมโยงมิติต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ในขณะที่วิธีคิดแบบสมัยใหม่ จะมีลักษณะแยกส่วน (ดูใน Tannenbaum, 1980) ดังนั้นจึงปรากฏวิธีคิดแบบพื้นบ้านและแบบสมัยใหม่ที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาและรูปแบบ ตัวอย่างเช่น ในด้านเนื้อหาสื่อพื้นบ้านจะรวมเอา "ลักษณะทางธรรม" (sacred) และ "ลักษณะทางโลก" (secular) เข้าด้วยกันเสมอ ดังนั้น แม้แต่การเล่นลิเกที่เป็นเรื่องรักๆใคร่ๆแบบทางโลก ก็อาจจะพบตัวละครออกมาอบรมสั่งสอนหลักธรรมแก่ผู้ชม ในขณะที่ในสื่อสมัยใหม่นั้น มิติทางธรรมและมิติทางโลกมักจะแยกจากกัน

เช่นเดียวกับรูปแบบที่เป็น "เรื่องจริง" กับที่เป็น "เรื่องแต่งจินตนาการ" (fantasy) สำหรับในสื่อพื้นบ้าน รูปแบบทั้ง 2 แบบมักจะไม่แยกจากกัน ในบางตอนก็จะเป็นเรื่องสมจริง แต่บางตอนก็เป็นจินตนาการ แต่สำหรับในสื่อสมัยใหม่แล้ว ทั้งสองรูปแบบจะแยกกันอย่างเด็ดขาด เช่น ในรายการข่าว "ต้องเป็นเรื่องจริงเท่านั้น" ไม่มีจินตนาการมาปะปน เป็นต้น หรือรูปแบบรายการที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) ก็จะไม่มาปะปนกับรายการที่ให้ข้อมูล สาระประโยชน์ เพราะฉะนั้นการรายงานหรือการวิเคราะห์หุ้น/เศรษฐกิจจะตลกขบขันไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้สื่อมวลชนก็ได้หยิบยืมเอารูปแบบที่ผสมผสานกันระหว่างสิ่งที่เคยถูกแยกขาดเข้ามารวมกันใหม่ในทำนองเดียวกับสื่อพื้นบ้าน เช่น รายการข่าวชาวบ้านทางวิทยุที่ใช้รูปแบบการเล่า "เหตุการณ์จริง"

อย่างสนุกสนาน หรือตัวอย่างรายการ "สะเก็ดข่าว" การตัดภาพข่าวกีฬา (ที่เป็นเรื่องจริง) แต่นำมาใส่เพลงประกอบให้ดูแล้วเกิดความสนุกสนาน เป็นต้น

(vii) ความแตกต่างด้านการควบคุม เมื่อเวลากล่าวถึง "การควบคุม" นั้น C. Rawlence (1979) หมายถึงทั้ง 2 ด้าน คือ การควบคุมในฝ่ายผู้ผลิตและการควบคุมจากฝ่ายผู้รับสาร สำหรับสื่อพื้นบ้านนั้น ตำแหน่งแห่งที่ของกระบวนการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภคนั้นจะอยู่ในปริมณฑลที่ไม่เป็นทางการ (informal institution) เช่น เล่นอยู่ตามหมู่บ้าน ในบ้านของเจ้าภาพที่จัดงาน ฯลฯ ดังนั้น จึงปลอดจากการควบคุมของสถาบันกฎหมาย-การเมือง (อำนาจรัฐ) และเศรษฐกิจ การแสดงลิเกหรือตลกจำอวดจึงสามารถจะเล่นเรื่องเพศ ใช้คำสบถสาบาน หยาบคาย หรือแม้แต่ล้อเลียนอำนาจรัฐได้ กล่าวคือผู้ผลิตจะถูกควบคุมน้อย ในทางตรงกันข้าม ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ลักษณะการนำเสนอของสื่อพื้นบ้านจะเปิดโอกาสให้ "ผู้ชม" ได้เข้ามามีส่วนร่วมหรือมีส่วนควบคุมได้ค่อนข้างมาก

ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นนี้ แตกต่างจากระบบการควบคุมของสื่อมวลชนโดยสิ้นเชิง เนื่องจากสื่อมวลชนจะผลิตและเผยแพร่โดยอยู่ภายใต้การควบคุมของอำนาจรัฐและสถาบันเศรษฐกิจ ผู้ผลิตจึงต้องดำเนินงานภายใต้กรอบดังกล่าว ในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารของสื่อมวลชนจะมีโอกาสน้อยมากที่จะได้เข้ามาควบคุมสื่อมวลชน

(viii) ความแตกต่างด้านรูปแบบการเปิดรับสื่อ ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า รูปแบบการเปิดรับสื่อพื้นบ้านนั้นออกแบบมาสำหรับการรับชมเป็นกลุ่ม (group oriented) ในขณะที่การออกแบบการเปิดรับชมของสื่อมวลชนนั้นจะมีลักษณะเป็นปัจเจก (individual oriented) และหากนำแนวคิดของสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham) ในเรื่องแบบแผนการรับชมมาพิจารณาในที่นี้ก็จะพบว่า แบบแผนการรับชมดังกล่าวมีผลต่อการรับรู้และการตีความหมายเนื้อหาสารรวมทั้งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างมาก

(ix) ความแตกต่างด้านการทำหน้าที่ของสื่อ ข้อสรุปของการทำหน้าที่ระหว่างสื่อทั้งสองระบบนั้น อาจสรุปได้คร่าว ๆ ในที่นี้ว่า หน้าที่ของสื่อพื้นบ้านนั้นมีอย่างหลากหลาย และแพรวพราวกว่าสื่อมวลชนอย่างมาก (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "การวิเคราะห์จากสำนักหน้าที่นิยม) กล่าวคือ

- **หน้าที่ของสื่อมวลชน** ตามแนวคิดของทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) จะมีอยู่ 4 ประการคือ
  - ♦ แจ้งข่าวสาร
  - ♦ ให้การศึกษา

♦ ให้ความบันเทิง

♦ ส่งเสริมระบบธุรกิจ

- **หน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน** ทำหน้าที่หลายประการซ้ำซ้อนกับสื่อมวลชน (โดยที่นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์บางท่านเช่น Schramm เห็นว่า สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เลียนแบบสื่อพื้นบ้านที่มีมาก่อน)

♦ **ให้ความบันเทิง** เป็นหน้าที่หลักที่สื่อพื้นบ้านมีความเชี่ยวชาญ ลักษณะการให้ความบันเทิงจะมีหลายรูปแบบ เช่น ผ่อนคลายอารมณ์ หยอกล้อ สร้างอารมณ์ขัน รวมทั้งประเทืองอารมณ์บวกผสมกับบำรุงปัญญาไปพร้อม ๆ กัน

♦ **การแจ้งข่าวสาร** เช่น การเล่นค่าวซอ หนังตะลุง หมอลำ ฯลฯ ที่มีช่องว่างในรูปแบบที่สามารถเติมเนื้อหาข่าวสารปัจจุบันลงไปได้

♦ **การให้การศึกษา** เป็นอีกเป้าหมายหลักของสื่อพื้นบ้านที่เปิดตัวอยู่เสมอว่าศิลปิน/ผู้แสดง/จะต้องทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่ผู้ชม ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนที่สุดคือการฟังนิทาน ที่ในรูปแบบของการเล่า ผู้เล่าจะต้องสรุปตอนท้ายว่า "นิทานเรื่องนี้สอนให้รู้ว่า**.....**"

ลักษณะการให้การศึกษาของสื่อพื้นบ้านนั้นกินขอบเขตเนื้อหาที่กว้างขวางมาก นับตั้งแต่การอบรมสั่งสอนเรื่องการทำมาหากิน การรักษาความปลอดภัยในชีวิต การปฏิบัติตามกฎระเบียบสังคม ชีวิตการครองเรือน การประพฤติตนตามบทบาทหน้าที่ ตลอดจนถึงการอบรมด้านศีลธรรม/จริยธรรมที่เป็นหัวใจหลักของการศึกษา ซึ่งการทำหน้าที่ในบทบาทดังกล่าวเหลืออยู่น้อยมากในสื่อมวลชน

♦ **การวิพากษ์วิจารณ์สังคม หรือการต่อต้านผู้มีอำนาจ** เป็นองค์ประกอบสำคัญของสื่อพื้นบ้านที่ขาดหายไปในสื่อมวลชนอันเนื่องมาจากโครงสร้างการควบคุมสื่อมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้ว การวิพากษ์วิจาณ์สังคมเป็นเสน่ห์ของสื่อพื้นบ้านที่ดึงดูดความนิยมชมชอบของผู้ชมที่ไม่มีช่องทางอื่นที่จะระบายความไม่พอใจของสภาพชีวิตที่เป็นอยู่

♦ **การทำหน้าที่เป็นตัวประสานความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ** เนื่องจากในแต่ละชุมชนหรือระหว่างชุมชน มักประกอบด้วยกลุ่มคนที่มีความแตกต่างในเรื่องอายุ-วัย เพศ อาชีพ ศาสนา ฯลฯ และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ลักษณะของสื่อพื้นบ้านนั้นจะมีคุณสมบัติสำคัญคือ เน้นความเป็นส่วนรวม (collectivity) ดังนั้น สื่อพื้นบ้านจึงทำหน้าที่ประสานความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีวัฒนธรรมย่อย (subculture) แตกต่างกัน เช่น ภาษิตของกะเหรี่ยงกล่าวว่า จะใช้ไม้ไผ่ให้ดีก็ต้องเอาไผ่แก่ (คนแก่) มาผูกมัดรวมกับไผ่อ่อน (คน

หนุ่มสาว) ที่มีความหมายถึงการร่วมมือกันของคน 2 รุ่นวัย หน้าที่ประสานความสัมพันธ์นี้จะพบได้ในสื่อพื้นบ้านทุกประเภท

♦ **หน้าที่การสร้างอัตลักษณ์ร่วมของชุมชน (collective identity)** เนื่องจากต้นกำเนิดของสื่อพื้นบ้านนั้นมีลักษณะ "ประจำ/เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น" ดังนั้น สื่อพื้นบ้านจึงเป็นเสมือนระบบสัญลักษณ์ร่วมของสังคม เช่น เพลงพื้นบ้านในแต่ละแห่งก็จะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ลายผ้าของแต่ละท้องถิ่นจะทำให้คนจากต่างถิ่นรู้ได้ว่าเป็นผ้ามาจากที่ใดเป็นต้น หน้าที่ดังกล่าวนี้สื่อมวลชนทำไม่ได้

♦ **หน้าที่การทบทวนชีวิต (Reflection of Life)** เนื่องจากมิติด้านเวลาและพื้นที่ของสื่อพื้นบ้านมีลักษณะยืดหยุ่น ดังนั้น การเปิดรับสื่อพื้นบ้านจึงมีช่วงเวลาและมีจังหวะให้ผู้ชมได้นำเอามาคิดพิจารณาไตร่ตรองเปรียบเทียบกับสภาพชีวิตของตนเอง อันเป็นหน้าที่ของงานศิลปะซึ่งเป็นภาพจำลองความเป็นจริงที่กระตุ้นให้เกิดการทบทวนชีวิต หน้าที่ดังกล่าวสื่อมวลชนก็กระทำไม่ได้เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่

♦ **หน้าที่การเป็นทางระบายสัญชาตญาณของมนุษย์** ปรัชญาเบื้องหลังของแนวคิดพื้นบ้านนั้นยอมรับในสัญชาตญาณต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น เพศ ความก้าวร้าว ฯลฯ และเห็นว่า การจัดหาช่องทางระบายที่เหมาะสมให้สัญชาตญาณเหล่านี้ให้แสดงออกหรือได้รับการตอบสนอง (catharsis) ดังนั้น รูปแบบและเนื้อหาสื่อพื้นบ้านจำนวนมากจึงมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศหรือสัญชาตญาณต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น ประเพณีการเล่นดึงครกดึงสาก (สัญญะของการร่วมเพศ) การเล่นคำผวน การเล่นลำตัด ฯลฯ โดยการที่การแสดงออกดังกล่าวนี้ได้มีการวางรหัสกฎเกณฑ์กติกาต่าง ๆ เอาไว้ สำหรับสื่อมวลชนแล้วยังไม่สามารถทำหน้าที่เป็นช่องทางระบายสัญชาตญาณต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากลักษณะการกระจายตัวในวงกว้างของการเผยแพร่ ท่าทีที่กระอักกระอ่วนของสื่อมวลชนดังกล่าวจะพบได้จากกรณีการเล่นตลกที่มีพื้นฐานมาจากการแสดงพื้นบ้าน เมื่อมาเผยแพร่ผ่านโทรทัศน์ ก็มีข้อถกเถียงว่าจะเล่นหยาบลามกได้หรือไม่ เป็นต้น

♦ **หน้าที่ในการพัฒนาภูมิปัญญา** สื่อพื้นบ้านบางประเภทถูกสร้างขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่คล้าย ๆ กับการให้การศึกษานอกระบบเพื่อ "ลับสมองประลองภูมิปัญญา" ของผู้รับสารโดยเฉพาะ ตัวอย่างเช่น บรรดาปริศนาคำทายต่าง ๆ หรือในเรื่องเล่าบางประเภท เช่น นิทานพื้นบ้านเรื่องศรีธนญชัย เป็นต้น

♦ **หน้าที่ในการสร้างจิตสำนึกทางการเมือง (political communication)** เช่นเดียวกับรายงานข่าวและรายการวิเคราะห์สถานการณ์ทาง

การเมืองในโทรทัศน์ที่มีอยู่ปัจจุบัน ในเนื้อหาของสื่อพื้นบ้านจำนวนมากจะมีการสอดแทรกการสร้างจิตสำนึกทางการเมืองให้แก่ผู้รับสารอยู่เสมอ เช่น หนังตะลุง ค่าวซอ เพลงกล่อมเด็ก ลำตัด ฯลฯ

(ข) การเปรียบเทียบข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชน

สื่อพื้นบ้าน ข้อเด่น	สื่อมวลชน
1. มีลักษณะใกล้ชิดประชาชน จึงง่ายต่อการเข้าถึง รวมทั้งเรื่องทำความเข้าใจ	1. เป็นสื่อที่มาถึงผู้รับสารได้โดยง่าย
2. สามารถแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างเต็มที่ เพราะรูปแบบการแสดงเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ชมมีส่วนร่วมได้	2. เป็นสื่อที่มาได้อย่างแรงเนื่องจากมีทั้งภาพที่เคลื่อนไหวและเสียงประกอบที่เร้าใจ
3. สามารถดัดแปลงให้เข้ากับแต่ละท้องถิ่นได้ ลิเกที่ไปแสดงตามหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสามารถเอาเรื่องในหมู่บ้านมาเล่นได้	3. เป็นสื่อรุก แม้แต่ผู้ชมนั่งอยู่ในห้องนอนก็สามารถเปิดรับได้
4. ใช้ภาษาท้องถิ่น ทำให้ระบบความหมายกลายเป็นระบบเดียวกับผู้ชม ใช้ภาษาได้แบบ "โดนใจ" มีชีวิตชีวา	4. ในฝ่ายผู้ผลิตสามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ ดังนั้น จึงสามารถควบคุมการไหลของสารและความหมายได้ตั้งแต่ต้นจนจบ
5. สามารถปรับตัวให้เข้ากับเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ง่าย เช่น พระเอกหนังตะลุงก็เรียนจบจากเมืองนอกได้ ผู้ร้ายก็ตายด้วยโรคเอดส์ได้	5. ใช้เทคโนโลยีระดับสูงทำให้มีประสิทธิภาพในด้านการรับรู้ เช่น การใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์ทำให้ดาบวิเศษเรืองแสงได้เวลาฟันศัตรู
6. มีราคาถูกหรืออาจไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	6. เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้ครั้งละจำนวนมากๆ ในเวลาพร้อม ๆ กัน ทำให้รวมศูนย์ความสนใจจนเป็นที่กล่าวขวัญกันทั่วไป
7. เนื่องจากเป็นสื่อที่มีมายาวนาน ประชาชนมีความคุ้นเคย จึงเป็นที่รักใคร่และชื่นชอบของคนทุกเพศทุกวัย	7. เป็นสื่อที่ไร้กาลเทศะ สามารถจะดูที่ใดก็ได้ เมื่อใดก็ได้

ส่วนที่จะเป็นข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภท ก็คือ ข้อเด่นของอีกฝ่ายหนึ่งนั่นเอง ตัวอย่างเช่น สื่อพื้นบ้านมีข้อเด่นตรงที่มีลักษณะท้องถิ่น (localized) ใกล้ชิดประชาชนในแต่ละท้องถิ่น แต่ในเวลาเดียวกันก็กลายเป็นข้อจำกัด เมื่อต้องการจะขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางออกไป เช่น กลุ่มผู้ชมที่ไม่รู้ภาษาใต้ก็จะฟังหนังตะลุงไม่ออกและไม่รู้สึกสนุกสนาน เป็นต้น

4. การสำรวจรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้าน/สื่อมวลชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ก่อนหน้าที่จะเกิดระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้น ในทุกสังคมได้มีระบบสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้านที่ทำหน้าที่ประหนึ่ง "สื่อมวลชน" อยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อเกิดระบบสื่อสมัยใหม่ขึ้นมา ก็คงต้องมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสอง ในที่นี้จะทำการสำรวจรูปแบบความสัมพันธ์แบบต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ในด้านบวก (เช่น การส่งเสริมซึ่งกันและกัน) หรือด้านลบ (การขัดแย้งหรือทำลายล้างกัน) หรืออาจจะเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติโดยมิได้ตั้งใจ หรือเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดจากความตั้งใจของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (ดู Lerner & Nelson, 1977)

(4.1) ความสัมพันธ์แบบเข้าแทนที่ (Substitution) มีงานวิจัยจำนวนมากที่พบว่า ณ ที่ใดก็ตามที่มีระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่เข้าไปถึง ณ ที่นั้น สื่อพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ก็มีอันต้องล้มหายตายจากไป เช่น ในภาคกลางของไทย การร้องเล่นเพลงเกี่ยวข้าว เพลงปรบไก่ การเล่นรำแม่ศรี ในภาคใต้ การเล่นรองเง็ง หรือการเล่นค่าวซอของภาคเหนือ ฯลฯ ในขณะที่ชาวบ้านเบือนหน้าหนีสื่อพื้นบ้านแบบเดิม ๆ พวกเขาก็หันหน้าเข้ามาหาสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่เข้าไปจับจองพื้นที่ทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน

กระบวนการเข้าแทนที่นี้เรียกว่า Displacement Effects ที่เกิดจากการที่สื่อประเภทใหม่เข้ามาทำหน้าที่แทนสื่อประเภทเดิมที่สำนักหน้าที่นิยมเรียกว่า Function equivalent ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อการใช้สื่อประเภทนั้นให้ "ผลประโยชน์ที่เท่าเดิมหรือเหนือกว่า" (benefit) เช่น ได้รับข่าวสารเท่าเดิม ให้ความบันเทิงได้มากกว่า แต่ทว่า "ลงทุนทรัพยากรที่น้อยกว่า" (cost) เช่น สะดวกกว่า เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจาก Displacement Effects นั้น มีอยู่ 4 มิติคือ

- **การเปลี่ยนแปลงในขีดความสามารถ ความต้องการ และความสนใจของผู้ใช้สื่อ** ตัวอย่างเช่น เงื่อนไขและวิถีชีวิตของชาวชนบทที่เปลี่ยนแปลงไป หรือคนรุ่นหนุ่มสาวที่เกิดมาและเติบโตเมื่อมีระบบสื่อหลายประเภทให้เลือกใช้ การเปลี่ยนแปลงในแง่นี้ให้คำอธิบายว่า การสืบ

ทอดของสื่อพื้นบ้านนั้น อาจจะไม่มีปัญหารุนแรงในแง่ฝ่ายผู้ผลิต แต่จะมีปัญหามากในด้านการสืบทอดผู้รับสาร

- **การเปลี่ยนแปลงในแง่ตัวสื่อ** ความได้เปรียบของสื่อสมัยใหม่คือ สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็วกว่า ชัดเจนกว่า กระตุ้นอารมณ์ได้ดีกว่า หรือให้คำอธิบายที่กระจ่างชัดกว่า ตัวอย่างเช่น การไปนั่งดูลิเกตามงานวัด กับการดูลิเกทางโทรทัศน์ ซึ่งในกรณีหลังจะเห็นภาพชัดเจนที่ชัดเจนกว่า

- **การเปลี่ยนแปลงในแง่ความน่าสนใจของวิธีการนำเสนอหรือเนื้อหา** ตัวอย่างเช่น การแสดงดนตรีลูกทุ่งของไทยในยุคปัจจุบัน จะต้องมีวิธีการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจด้วยการมีหางเครื่องที่แต่งกายสวยงามเต้นประกอบการร้องเพลง

- **การเปลี่ยนแปลงหน้าที่** ในกรณีของสื่อพื้นบ้าน หากต้องการจะดำรงอยู่ ก็ต้องทำหน้าที่ให้แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ ที่มีอยู่โดยพัฒนาข้อเด่นของตนเองขึ้นมา

(4.2) ความสัมพันธ์แบบหยิบยืมหรือส่งเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งอาจเป็นรูปแบบที่พบได้มากที่สุด

- **ระบบสื่อมวลชนหยิบยืมทั้งตัวบุคคล/รูปแบบ/เนื้อหากระแสความนึกคิด/จากระบบสื่อพื้นบ้าน** ดังข้อสังเกตของ R. Williams ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สื่อสมัยใหม่เช่นวิทยุและโทรทัศน์นั้นมาแต่ "ตัวสื่อ" และได้อาศัยการหยิบยืมองค์ประกอบต่าง ๆ มาจากสื่อพื้นบ้าน ตัวอย่างของการหยิบยืมตัวบุคคลก็เช่น บรรดาดาวตลกในรายการโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เติบโตมาจากคณะลิเก รายการข่าวชาวบ้านในวิทยุก็เกิดมาจากวิธีการเล่าเรื่องของบรรดาวณิพกที่เดินทางไปมาระหว่างหมู่บ้านต่อหมู่บ้าน และรับจ้างเล่าเรื่องโลกภายนอกให้ชาวบ้านฟัง ในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ของไทยจำนวนมากนำเอาบรรดานิทานพื้นบ้านมาเป็นตัวดำเนินเรื่อง เช่น McDonald นำเอานิทานเรื่อง "พระลอตามไก่" มาใช้ บะหมี่สำเร็จรูปนำเอานิทานเรื่อง "ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่" มาใช้ เป็นต้น

การหยิบยืมดังกล่าวมิใช่เกิดขึ้นเฉพาะในกรณีของไทยเท่านั้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวมีลักษณะเป็นสากล โดยเฉพาะการหยิบยืมกระแสความนึกคิด (stream of consciousness) Raphal Patai (1972) ศึกษาเปรียบเทียบวีรบุรุษของสื่อสมัยใหม่ที่เป็นที่รู้จักกันดีคือ Mickey Mouse กับวีรบุรุษในนิทานพื้นบ้านชื่อ Heracles ว่ามีลักษณะเหมือนกัน 2 ประการคือ ตัววีรบุรุษจะต้องถูกขี้โกงและต้องแพ้ก่อนในระยะแรก ประการที่สอง วีรบุรุษจะมีบุคลิกเชิงซ้อน กล่าวคือ ตอนแรกจะเป็นตัวละครที่ขี้ขลาด เด๋อด๋ำ ทำ

อะไรเปิ่นๆเชยๆ แต่หลังจากต่อสู้กับศัตรูไปได้ระยะหนึ่ง ความเป็นวีรบุรุษก็จะแสดงออกมา ทั้ง Heracles และ Mickey Mouse ก็เป็นเช่นนั้น ลักษณะบุคลิกเชิงซ้อนนี้ถูกนำมาผลิตซ้ำอีกเช่นเดียวกันในตัวละคร "Superman" ช่วงที่ยังไม่แปลงกายกับแปลงกายแล้ว

มีตัวอย่างมากมายที่พบว่า เนื้อหาในสื่อมวลชนนั้นเป็นการหยิบยืมสืบทอดกระแสความนึกคิดมาจากสื่อพื้นบ้าน ในโฆษณาน้ำยาล้างจาน Mr.Clean ที่มีลักษณะเป็นยักษ์เปลือยกายท่อนบนก็มาจากยักษ์จินนี่ในนิทานพื้นบ้านเรื่อง "พันหนึ่งทิวา" (Arabian Night) James Bond ก็คือลักษณะแบบฉบับของวีรบุรุษในเทพนิยายที่ต้องลงมาจากสวรรค์ ท่องเที่ยวออกไป ผ่านหุบเขา วงกต ประมือกับสัตว์ร้ายที่เป็นศัตรูประเภทต่าง ๆ มีของวิเศษที่นำมาใช้ ฯลฯ

การหยิบยืมกลยุทธ์การสร้างสารจากสื่อพื้นบ้านมาใช้นั้น ในบางกรณีอาจเรียนรู้โดยบังเอิญ ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาและการให้การศึกษา เนื่องจากสื่อมวลชนมีระบบความคิดแบบแยกส่วน (Compartmentalism) ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้ว ดังนั้น จึงมีการแยกรายการประเภทให้สาระออกจากรายการบันเทิง (อันเป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับสื่อพื้นบ้าน) ในบรรดารายการที่ให้การศึกษาหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตจึงมีแต่ "ประโยชน์" แต่ "ไม่สนุก" และทำให้ชาวบ้านไม่ดู ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ การใช้สื่อมวลชนเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของชาวบ้านมักไม่ได้ผล

จนกระทั่งในปีค.ศ.1969 สถานีโทรทัศน์ Telenovela ในเปรู นำเสนอละครโทรทัศน์เรื่อง Samplemente Maria ที่เป็นเรื่องราวของผู้หญิงที่ชื่อ Maria ผู้มีเส้นทางเดินชีวิตแบบเดียวกับซินเดอเรลล่า โดยเริ่มต้นจากความยากจน แต่นางเอกได้ไปเข้าเรียนการศึกษาผู้ใหญ่ในวิชาการเย็บเสื้อผ้าด้วยจักรซิงเกอร์ และได้ใช้ความรู้ดังกล่าวก่อร่างสร้างตัวมาจนร่ำรวยและมีชื่อเสียง ละครเรื่องนี้เป็นที่นิยมมากทั้งในเปรูและประเทศต่าง ๆ ในแถบละตินอเมริกา ผลจากละครโทรทัศน์เรื่องนี้ ทำให้สาววัยรุ่นเลียนแบบชีวิตของนางเอกกันเป็นทิวแถว ปริมาณคนลงทะเบียนในโรงเรียนการศึกษาผู้ใหญ่เพิ่มมากขึ้น จักรเย็บผ้าซิงเกอร์มียอดขายเพิ่มมากขึ้น กรณีดังกล่าวนี้มิใช่ข้อยกเว้นเลย ในกลุ่มประเทศโลกที่สามอื่นๆก็เกิดปรากฏการณ์คล้ายคลึงกัน เช่น ในอินเดีย มีงานวิจัยชีวิตของช่างตัดเสื้อในหมู่บ้านที่ชีวิตเคยแหลกเหลวมาก่อน แต่ทว่าเมื่อได้ฟังละครวิทยุก็เปลี่ยนแปลงชีวิตจากหน้ามือเป็นหลังมือ เนื่องจากชีวิตของตัวละครคล้ายคลึงกับชีวิตจริงของตนเอง (เกิดการทบทวนชีวิต) รวมทั้งละครวิทยุดังกล่าวยังมีส่วนเปลี่ยนแปลงพัฒนาชุมชนทั้งชุมชนอีกด้วย (อ้างใน Singhal & Rogers, 1999)

จากการที่ละครโทรทัศน์ที่ถูกจัดประเภทว่าเป็น "รายการบันเทิง" สามารถสร้างผลกระทบด้านการศึกษาและการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างที่รายการประเภทให้การศึกษาไม่สามารถจะทำได้นั้น ทำให้วงการสื่อมวลชนต้องทบทวนกรอบแนวความคิดของตนเองเสียใหม่

และผลจากการวิเคราะห์ความสำเร็จของละครโทรทัศน์ดังกล่าว วงการสื่อมวลชนก็ได้เรียนรู้บทเรียนบทใหม่ว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่จะสร้างผลกระทบได้อย่างสูงนั้น จะต้องผนวกเอา "การศึกษา" เข้ากับ "การให้ความบันเทิง" ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดใหม่เรื่อง "Edutainment" แต่ทว่าแนวคิดเรื่อง Edutainment นั้นก็ใหม่สำหรับสื่อมวลชนเท่านั้น หากทว่าเป็นแนวคิดเก่าแก่สำหรับสื่อพื้นบ้าน ในสังคมที่มีวัฒนธรรมมุขปาฐะ (oral culture) ที่มั่งคั่ง จะมีนิทานเรื่องเล่า ตำนาน ที่ให้ข้อคิดเกี่ยวกับศีลธรรมและวีรบุรุษผู้ยิ่งใหญ่ และเป็นส่วนหนึ่งของการให้การศึกษาเด็ก ๆ และผู้ใหญ่อยู่เสมอ

- **ระบบสื่อพื้นบ้านหยิบยืมตัวบุคคล/รูปแบบ/เนื้อหาของสื่อมวลชนไปใช้** ในกรณีดังกล่าวยังไม่มีงานศึกษาวิจัยมากนัก และอาจจะเป็นปรากฏการณ์ที่มีไม่มากเท่ากับกรณีแรก โดยเฉพาะในเรื่องการหยิบยืมตัวบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากสถานภาพของสื่อพื้นบ้านมักอยู่ต่ำกว่าสื่อมวลชน ดังนั้นการเลื่อนสถานะของศิลปินจึงมักเป็นการไหลจากสื่อพื้นบ้านไปสู่สื่อมวลชนมากกว่า

แต่ทว่าในแง่การหยิบยืมรูปแบบและเนื้อหาจากสื่อมวลชนไปใช้ในสื่อพื้นบ้านนั้น คงจะต้องมีอย่างแน่นอน และคงจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ "ปรับตัวให้ทันสมัย" ของสื่อพื้นบ้านเอง จากการสำรวจดูเนื้อเรื่องที่บรรดาสื่อพื้นบ้านประเภทการแสดง เช่น หมอลำ ค่าวซอ หนังตะลุง ลิเก ฯลฯ จะพบว่า บางครั้งจะมีการนำเรื่องราวจากละครโทรทัศน์ที่โด่งดัง เช่น ดาวพระศุกร์ คู่กรรม ฯลฯ ไปดัดแปลง หรือนำข่าวคราวจากหนังสือพิมพ์ไปแต่งเป็นเนื้อหา เป็นต้น

- **ระบบสื่อพื้นบ้านใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางส่งเสริม** เนื่องจากศักยภาพของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นสื่อที่แพร่หลาย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง อันเป็นข้อจำกัดของสื่อพื้นบ้าน ดังนั้นสื่อพื้นบ้านหลายประเภทจึงมักใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางส่งเสริมความแพร่หลายของตนเอง ดังเช่น งานวิจัยของประยุทธ (2540) ที่พบว่า เมื่อก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ในภาคอีสานขึ้นในระยะแรก ๆ นั้น บรรดาคณะหมอลำได้นำคณะไปแสดงถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์ ซึ่งเท่ากับเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การแสดงของตนไปโดยปริยาย สื่อพื้นบ้านบางชนิดที่กำลังจะสูญหายไป เช่น เพลงพื้นบ้านกันตรึมที่ร้องในหมู่ชาวอีสานที่พูดภาษาเขมร เมื่อมีการนำเพลงกันตรึมไปดัดแปลงเป็นเพลงกันตรึมแร้พ และอัดลงเทป พร้อมทั้งเผยแพร่อย่างแพร่หลายผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็ทำให้ผู้ฟัง/ผู้ชมรู้จักเพลงพื้นบ้านดังกล่าวอย่างกว้างขวางขึ้น

5. สถานภาพปัจจุบันของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองระบบ

(5.1) ความไม่สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสองระบบ

ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า จากแวดวงสื่อสารมวลชนนั้นมิได้มีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับ "สื่อรุ่นพี่" คือ สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณีเท่าใดนัก สาเหตุของความไม่สนใจดังกล่าว อาจเนื่องมาจากปัจจัยต่อไปนี้

(i) ประการแรก เนื่องจากสื่อมวลชนมีต้นกำเนิดมาจากประเทศในโลกตะวันตกเช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส อเมริกา ฯลฯ ในขณะที่สื่อมวลชนก่อตัวขึ้นนั้น สังคมตะวันตกได้ค่อยๆ เปลี่ยนผ่านจากสังคมเกษตรมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม และทำให้เกิดเป็นแรงผลักดันที่จะต้องพัฒนา "สื่อแบบใหม่" ที่ใช้กับกลุ่มคนที่อยู่ในเมืองแบบอุตสาหกรรม ต้นกำเนิดและการขยายตัวของสื่อมวลชนในโลกตะวันตก จึงเกิดมาพร้อม ๆ กับการสูญสลายของสังคมชนบทและสื่อพื้นบ้านไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสื่อพื้นบ้านเนื่องจากได้เกิดกระบวนการแทนที่อย่างค่อนข้างสมบูรณ์

แต่สำหรับในกรณีของประเทศโลกที่สาม ต้นกำเนิดและการพัฒนาของสื่อมวลชนมิได้เกิดมาจากสภาพภายในของสังคมเอง หากทว่าถูกนำมาภายนอก และเมื่อนำเข้ามานั้น ประเทศโลกที่สามส่วนใหญ่ยังคงมีสัดส่วนของสังคมเกษตรและสื่อพื้นบ้านหลงเหลืออยู่เป็นอันมาก ดังนั้นจึงเกิดลักษณะทวิลักษณ์ (dual) ขึ้นในกรณีของประเทศโลกที่สาม คือมีทั้งสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้านทำหน้าที่คู่ขนานกันไป อย่างไรก็ตาม เนื่องจากในวงการนิเทศศาสตร์ศึกษาของโลกที่สามยังต้องพึ่งพิงต้นฉบับจากประเทศโลกตะวันตกอยู่ ดังนั้นถึงแม้ในโลกแห่งความเป็นจริงจะเกิดปรากฏการณ์คู่ขนาน แต่ในโลกวิชาการ ก็ยังขาดแนวคิดและวิธีการที่จะศึกษา (เพราะโลกตะวันตกเจ้าของต้นตำรับไม่มีบทเรียนจะให้ยืมใช้)

ปัจจุบันนี้ได้เริ่มเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นบ้างแล้วในเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสองระบบ เนื่องจากในโลกวิชาการตะวันตก นับตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 ได้เริ่มมีการเก็บรวบรวมบรรดาสื่อพื้นบ้าน เช่น ในเยอรมัน พี่น้องตระกูลกริมม์ได้เริ่มเก็บรวบรวมนิทานพื้นบ้าน รวมทั้งมีการพัฒนาสาขาวิชาคติชนวิทยา (Folklore) ที่ในระยะแรกจะสนใจเนื้อหาที่เป็นของชาวชนบทและเป็นเรื่องราวในอดีต แต่ทว่าในชั้นหลัง ขอบเขตของคติชนวิทยาก็ได้ขยายออกมาสู่เรื่องราวของชาวเมือง และเรื่องราวของคติชนในโลกปัจจุบันซึ่งรวมเอาคติชนที่ปรากฏในงานสื่อมวลชนเข้าไว้ด้วย

(ii) ประการที่สอง Singhal & Rogers (1999) เห็นว่า เนื่องจากประวัติความเป็นมาของแนวทางการศึกษาในสื่อมวลชนนั้นมุ่งให้ความสนใจ "สื่อในฐานะผู้โน้มน้าวชักชวน" (agent of persuasion) มากกว่า "สื่อในฐานะผู้ให้ความบันเทิง" (agent

of entertainment) กล่าวคือมุ่งที่การใช้สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมมากกว่าจะสนใจการทำหน้าที่ "ผู้ให้ความบันเทิง" และยังค่อนข้างจะมีทัศนะในด้านที่ติดลบต่อ "หน้าที่การให้ความบันเทิง" ดังนั้น เมื่อคุณลักษณะเด่นของสื่อพื้นบ้านที่ปรากฏต่อสายตาของนักวิชาการด้านสื่อคือ "มิติด้านความบันเทิง" สื่อพื้นบ้านจึงดูไม่มี "คุณค่าทางวิชาการสื่อสาร" มากพอที่จะศึกษาค้นคว้า

อย่างไรก็ตาม Singhal & Rogers (1999) ตั้งข้อสังเกตว่า แนวคิดดังกล่าวของนักวิชาการส่งผลให้เกิดความเป็นจริง 2 ประการตามมา คือ ในเนื้อหารายการของสื่อมวลชนจะประกอบด้วย ความบันเทิงที่มีรสนิยมต่ำลงทุกที (entertainment degradation) เช่น การใช้เพศและความรุนแรงเป็นจุดดึงดูดความสนใจอย่างไร้สุนทรียะ (เมื่อเทียบกับสื่อพื้นบ้าน) ในอีกด้านหนึ่งก็มีแต่รายการการศึกษาที่น่าเบื่อหน่าย (boredom education) ที่มีจำนวนผู้ชมลดน้อยลงๆ ทุกที

ผลจากการละเลยการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้านที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้นักวิชาการขาดกรอบแนวคิด ขาดทฤษฎี และขาดเครื่องมือที่จะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองระบบ

(5.2) จุดเริ่มต้นของความสนใจ

นักวิชาการสาขาสื่อมวลชนเริ่มให้ความสนใจที่จะศึกษาสื่อพื้นบ้านอย่างเป็นระบบมากขึ้นเมื่อช่วงทศวรรษ 1970 จุดเริ่มต้นดังกล่าว เนื่องมาจากข้อเท็จจริงในเรื่องการมอบหมายหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม ซึ่งจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือเป็นองค์กรธุรกิจที่ทำกำไร (enterprise) และอีกด้านหนึ่งคือเป็นสถาบันสาธารณะของสังคม (public service) ที่จะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ในขณะที่มิติด้านธุรกิจของสื่อดูเหมือนจะดำเนินไปได้ด้วยดี แต่ทว่าในด้านการทำหน้าที่เพื่อการพัฒนาสังคมแล้วกลับปรากฏว่ามีแต่ความล้มเหลวเป็นส่วนใหญ่

Boeren & Epskamp (1992) สรุปว่า หลังจากทศวรรษปี 1970 ได้มีการสรุปผลการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาว่า เนื่องจากสื่อมวลชนมีความห่างไกลในแง่วัฒนธรรมจากประชาชนชนบท ลักษณะการถ่ายทอดข่าวสารแบบจากบนลงล่าง (top-down approach) ทำให้สื่อมวลชนไม่ประสบความสำเร็จในการช่วยพัฒนาชุมชน ยิ่งกว่านั้น ในช่วงทศวรรษนี้เอง ผลพวงจากการพัฒนาที่ผ่านมาใน 2 ทศวรรษก่อน (1950-1970) กลับทำให้ปัญหาในชนบทสั่งสมรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัญหาชาวนาไร้ที่ดินทำกิน และเกิดแรงต่อต้าน

ในรูปแบบการประท้วงอย่างรุนแรงจากชาวนา ดังนั้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องปฏิรูปด้านต่าง ๆ เพื่อบรรเทาความรุนแรงดังกล่าว

สำหรับในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารได้มีแนวคิดที่จะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้เสริมสื่อมวลชนเนื่องจากคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับแนวคิดใหม่ในการพัฒนาของสื่อพื้นบ้าน เช่น ลักษณะของการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน (face-to-face communication) เป็นการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up) เป็นการเสวนาแลกเปลี่ยน (dialogue) และใช้ภาษาแบบที่ชาวบ้านคุ้นเคย

ผลจากการทดลองนำเอาทั้งสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้านมาใช้ ในระยะแรกนั้นยังไม่มีความชัดเจนระหว่าง "ตัวสื่อ" กับ "วิธีการใช้สื่อ" และมักจะใช้ "ตัวสื่อ" เป็นเกณฑ์ตัดสินว่า อะไรเป็นสื่อสมัยใหม่ อะไรเป็นสื่อพื้นบ้าน เช่น ถ้าเป็นเทปเสียง สไลด์ วิดีโอ ก็ต้องเป็นสื่อสมัยใหม่ ถ้าเป็นหนังตะลุง หมอลำ ลิเก ก็ต้องเป็นสื่อพื้นบ้าน แต่ในระยะหลัง ผลจากการวิจัยติดตามการนำเอาสื่อทั้ง 2 ประเภทมาใช้เพื่องานพัฒนา ได้นำมาสู่ข้อสรุปว่า ระหว่าง "เหล้า" (วิธีการใช้) กับ "ขวด" (ตัวสื่อ) นั้นจำเป็นต้องแยกจากกัน และ**วิธีการใช้**นั้นจะสำคัญมากกว่า**ตัวสื่อ** เพราะหากนำตัวสื่อพื้นบ้าน (เช่น นายหนัง) มาใช้วิธีการแบบ top-down ก็จะพบความล้มเหลว เช่นเดียวกับบรรดาตัวสื่อสมัยใหม่เช่น สไลด์หรือวิดีโอนั้นสามารถจะมีวิธีการใช้แบบเข้าถึงชาวบ้านได้

ที่มาของความสนใจในสื่อพื้นบ้านจากแวดวงสื่อมวลชนอีกกระแสหนึ่งก็คือ เหตุการณ์ที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า ในรูปแบบรายการที่เคยเป็น "ม้านอกสายตา" ของนักวิชาการสื่อมวลชนเช่นรายการละครโทรทัศน์ แต่กลับปรากฏว่า รายการดังกล่าวสามารถทำหน้าที่และมีศักยภาพสูงสุดในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม หลังจากที่วิเคราะห์คุณลักษณะของละครโทรทัศน์ที่ทำให้กระตุ้นผู้ชมได้ ก็พบลักษณะดังต่อไปนี้คือ (Singhal & Rogers, 1999)

- ละครโทรทัศน์ช่วยให้ผู้ชมได้ปลดปล่อยอารมณ์ (emotional release) โดยผ่านการดำเนินเรื่องและการกระทำของตัวละคร ทำให้ผู้ชมได้หัวเราะ ได้ร้องไห้ ได้แปลกใจ ตื่นเต้นกับเหตุการณ์ที่พลิกผันอย่างเหนือความคาดหมาย
- ละครโทรทัศน์ให้โอกาสผู้ชมได้เติมเต็มจินตนาการ (fantasy fulfillment) ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (ตามหลักจิตวิเคราะห์เรียกว่า wishful thinking) ในขณะที่โลกที่เป็นจริงในชีวิตประจำวันนั้นซ้ำซาก ขาดสีสัน การนั่งดูละครโทรทัศน์ก็ดูเสมือนเป็นการเปิดโลกที่มีสีสันสดใสแห่งจินตนาการให้ผู้ชมได้สัมผัสด้วยประสบการณ์

- ละครโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ค้นหาข้อมูลและคำแนะนำจากตัวละครที่ตนชื่นชอบ เช่น บรรดาผู้ที่ตกที่นั่ง "เมียหลวง" คงจะใจจดจ่อกับ "ดร.วิกันดา" ในละครเรื่อง "เมียหลวง" ว่าเธอจะมีปฏิกริยาตอบโต้อย่างไร เพื่อจะได้นำมาพิจารณาปรับใช้กับชีวิตจริงของตนเอง

เมื่อพิจารณาคุณสมบัติทั้ง 3 ประการของละครโทรทัศน์แล้ว จะพบว่า คุณสมบัติดังกล่าวมีบรรจุอยู่อย่างเต็มเปี่ยมในสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นสื่อที่มีมาก่อนหน้านั้น ข้อค้นพบดังกล่าวกระตุ้นความสนใจของนักวิชาการที่มีต่อการทำความเข้าใจสื่อพื้นบ้าน และความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนให้เพิ่มมากขึ้น

6. สถานภาพของการศึกษาสื่อพื้นบ้านในปัจจุบัน

เนื่องจากในตำราด้านสื่อมวลชนโดยทั่วไป เราจะพบเนื้อหาที่ว่าด้วยสถานภาพของการศึกษาเรื่องสื่อมวลชน ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันได้โดยไม่ยากนัก ในทางตรงกันข้าม เราแทบจะหาตำราที่รวบรวมสถานภาพการศึกษาสื่อพื้นบ้านได้น้อยมาก ในที่นี้จึงจะประมวลสถานภาพของการศึกษาสื่อพื้นบ้านในปัจจุบันในบริบทสังคมไทยไว้พอสังเขปดังนี้

(i) การศึกษาโดยการเก็บรวมรวมสื่อที่มีอยู่ งานศึกษาดังกล่าวดำเนินการโดยนักวิชาการด้านคติชนวิทยาหรือนักภาษาศาสตร์เป็นส่วนใหญ่ โดยทำการเก็บบันทึกรวบรวมสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่และเนื่องจากสื่อพื้นบ้านส่วนใหญ่มีลักษณะการถ่ายทอดแบบปากต่อปาก (oral culture) ซึ่งทำให้สูญหายได้ง่าย ดังนั้น จึงมีการแปลงรูปสื่อที่ใช้เก็บ เช่น การอื่อทาที่เป็นรูปแบบการร้องลำนำเพลงของชาวกะเหรี่ยง ก็ได้มีการบันทึกลงเทปบันทึกเสียงเพื่อให้มีอายุยาวนานขึ้น

การเก็บรวบรวมนี้ อาจจะมีตั้งแต่ระดับเก็บงานแต่ละชิ้นมาไว้เฉย ๆ เก็บรวบรวมแล้วจำแนกประเภท หลังจากจำแนกประเภทแล้ว ก็มีการศึกษาเปรียบเทียบ รวมทั้งอาจจะมีการตีความเนื้อหาประกอบด้วย

(ii) การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการศึกษาที่เพิ่มเติมจากระดับแรกมากขึ้น ดังเช่น ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์โลกทัศน์ที่มีอยู่ในเพลงกล่อมเด็ก ค่านิยมที่มีอยู่ในนิทานพื้นบ้านเรื่องต่าง ๆ ความหมายที่อยู่เบื้องหลังการละเล่นของเด็ก ๆ

(iii) การวิเคราะห์เนื้อหาโดยเชื่อมโยงกับบริบทสังคม ซึ่งเป็นแนวทางวัฒนธรรมศึกษาของสำนักเบอร์มิงแฮม ที่นอกจากศึกษา "ตัวบท" แล้ว ยังศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับบริบททางสังคมที่แวดล้อมจากตัวบทนั้น รวมทั้งศึกษาพัฒนาการคลี่คลายของสังคมที่มีผล

ต่อการปรับเปลี่ยนตัวบท เช่น การศึกษาพิธีแห่บั้งไฟในอดีตและปัจจุบันของอ.นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536) งานศึกษาในระดับนี้ยังมีอยู่น้อยมาก

(iv) การศึกษาสื่อพื้นบ้านเพื่อนำมาปรับประยุกต์ใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน

แนวทางการศึกษาดังกล่าวนี้มีค่อนข้างมาก สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ความสนใจในสื่อพื้นบ้านนั้นเริ่มต้นขึ้นเมื่อต้องการจะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนา เช่น การใช้ลิเกต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ การใช้หมอลำต่อต้านการกินปลาดิบ การใช้หนังตะลุงเพื่อการรณรงค์เรื่องการใช้ถุงยางอนามัย ฯลฯ

สำหรับการศึกษาเพื่อนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาสังคมนั้น ทิศทางการศึกษาโดยส่วนใหญ่ จะมุ่งศึกษาแต่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อพื้นบ้านที่จะบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาเป็นหลัก กล่าวคือ ถือเอางานพัฒนาเป็นตัวตั้ง และเอาสื่อพื้นบ้านเป็นวิถีทาง (means) โดยให้ความสนใจศึกษาเพียงเล็กน้อยว่า การนำสื่อพื้นบ้านมา "ใช้" นั้น จะมีผลกระทบย้อนกลับไปทำลายสื่อพื้นบ้านหรือไม่ หากการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้โดยปราศจากความสนใจผลกระทบด้านลบที่จะเกิดกับสื่อพื้นบ้านแล้ว ในระยะยาว ก็อาจจะไม่เหลือสื่อพื้นบ้านให้ใช้ประโยชน์อีกต่อไป

เช่นเดียวกับทัศนะสองด้านที่มีต่อการใช้ทรัพยากรเช่น ป่าไม้ ซึ่งในด้านหนึ่งจะต้องระมัดระวังให้มีการใช้โดยไม่ทำลายป่าไม้ในระยะยาว และในอีกด้านหนึ่ง ก็ต้องมี "การพัฒนา" ไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ ควรยึดหลักการว่า "ทั้งใช้ ทั้งพัฒนา" งานศึกษาที่เกี่ยวกับการพัฒนาสื่อพื้นบ้านนั้นยังมีอยู่น้อย ส่วนใหญ่แล้ว จะปล่อยให้เป็นหน้าที่ของศิลปินพื้นบ้านที่จะดิ้นรนหาลู่ทางพัฒนาสื่อพื้นบ้านไปเองตามยถากรรม

(v) ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน

- **การแสวงหาจุดร่วมระหว่างสื่อสองระบบ**

H. Kato (1977) เสนอว่า การศึกษาสื่อทั้งสองระบบนั้นโดยที่ความแตกต่างระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภทเป็นสิ่งที่มองเห็นได้โดยง่าย แต่ทว่านอกเหนือจากข้อแตกต่างแล้ว สื่อทั้งสองประเภทยังมี "จุดร่วม" กันอย่างมาก และแนวทางการศึกษานั้นน่าจะเริ่มจาก "จุดร่วม" มากกว่า "จุดต่าง" Kato บรรยายว่า เมื่อหัวหน้าหมู่บ้านเล่านิทานให้เด็กฟัง กับรายการการ์ตูนทางโทรทัศน์ที่เด็ก ๆ กำลังนั่งดูอยู่นั้น จุดร่วมระหว่างสองบรรยากาศนี้ก็คือ การทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะเด็ก (socialization) และการท่องเที่ยวไปในจินตนาการของเด็ก ๆ และแม้ว่า "ลิเก" ที่เล่นอยู่ตามงานวัดจะถูกมองว่าเป็นเรื่องเพ้อฝัน ไร้เดียงสา แต่ทว่า Kato เห็นว่าอารมณ์ร่วมของคนดูลิเกกับผู้ชมละครเวทีบรอดเวย์นั้น เป็นอารมณ์ความรู้สึกแบบเดียวกัน

ดังนั้น Kato จึงเสนอให้เริ่มต้นแนวทางการศึกษาด้วยการแสวงหาจุดร่วมมากกว่าจุดต่าง แสวงหาความต่อเนื่องมากกว่าความขาดตอน

ข้อเสนอแนะดังกล่าวเป็นแนวทางเดียวกับทัศนะของ J. Fiske (1987) ที่ใช้ศึกษาสื่อโทรทัศน์โดยเปรียบเทียบกับวัฒนธรรมมุขปาฐะ (oral culture) ที่มีมาก่อน Fiske เริ่มต้นด้วยการตั้งข้อสังเกตว่า สื่อโทรทัศน์ถูกให้คุณค่าต่ำกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ของประเภทสื่อมวลชน (ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์) ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์มีลักษณะเป็นสื่อมุขปาฐะที่มีฐานะต่ำกว่าสื่อการเขียน (written culture) ตามเกณฑ์การจัดลำดับชั้นคุณค่าของสังคมปัจจุบัน และสื่อพื้นบ้านส่วนใหญ่ก็พลอยมีคุณค่าต่ำไปด้วยเพราะเป็นสื่อมุขปาฐะเช่นเดียวกัน

Fiske เสนอว่า ทัศนะดังกล่าวนั้นควรจะยกเลิกได้แล้ว ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมล้วนมีข้อเด่นและข้อจำกัดในตัวเองทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น ข้อเด่นของวัฒนธรรมแบบมุขปาฐะก็คือ "การให้ความรู้สึกเป็นปัจจุบัน" (nowness) รู้สึกว่าสัมผัสได้โดยตรง (direct) "มีความใกล้ชิดเป็นส่วนตัว" (personal) และทำให้ได้เข้าถึง "ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม" (cultural experience) อย่างแท้จริง มิใช่ความรู้สึกที่มี "ตัวกลางกั้น" (separate) ตัวอย่างเช่น เวลาเรารับฟังการเล่าเรื่องจากปากของผู้เล่า กับการอ่านจากข้อเขียนจะให้ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างมาก เมื่อเด็ก ๆ ฟังการเล่านิทานจากปากของพ่อแม่ก่อนเข้านอนจึงให้ความรู้สึกที่เหนือกว่าการอ่านเอาเองจากหนังสือหรือฟังจากเทปนิทาน

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารด้วยวัฒนธรรมแบบมุขปาฐะของสื่อโทรทัศน์นั้น ก็เป็นมุขปาฐะแบบทุติยภูมิ (Secondary orality) ตามทัศนะของ W. Ong (1982) ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว เนื่องจากเป็นมุขปาฐะที่เกิดขึ้นในสังคมที่มีการอ่านเขียนแล้วประการหนึ่ง และเป็นมุขปาฐะที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์อีกประการหนึ่ง ดังนั้น การเล่าเรื่องที่ปรากฏในโทรทัศน์จึงเป็นการเล่าผ่านการเขียนบทซึ่งถูกผลิตอย่างเป็นระบบ (มิใช่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันเหมือนการเล่านิทานรอบกองไฟในสมัยโบราณ) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็น "Spoken version of literature" (งานเขียนฉบับเล่าเรื่อง) แต่แม้ว่าจะเป็นวัฒนธรรมมุขปาฐะในขั้นทุติยภูมิ ทว่าจุดร่วมของสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรมมุขปาฐะโดยทั่วไปที่ยังคงรักษาเอาไว้ได้ก็คือ ศักยภาพในการสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมผูกพัน (participatory) การรักษาความเป็นหนึ่งเดียวกัน (เช่น ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันระหว่างพิธีกรกับแฟนประจำรายการ) การเน้นสถานการณ์ปัจจุบัน (ลองสังเกตจากรายงานข่าวจากสถานที่เกิดเหตุ ซึ่งจะใช้ภาษาที่เป็นภาษาพูด)

Fiske จึงสรุปว่า รูปแบบการพูดของโทรทัศน์ (Oral Form of Television) นั่นเอง ที่ทำให้สามารถยึดเหนี่ยวผู้คนที่ดูโทรทัศน์ให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมที่แน่นแฟ้นต่อกัน ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ (ตัวอย่างเช่น บรรดารายการการบริจาคเพื่อการกุศลจะต้องใช้การพูดทั้งนั้น) มีลักษณะ active และสามารถตีความเรื่องราวในสื่อได้อย่างสร้างสรรค์หลากหลาย (เนื่องจากการพูดมีลักษณะเป็นตัวบทเปิดมากกว่าการเขียน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตามทัศนะของ Plato และ Innis)

ด้วยเหตุนี้สื่อโทรทัศน์จึงทำหน้าที่ยึดหนี่ยวผู้คนที่แตกสลายกระจัดกระจายในสังคมอุตสาหกรรมเหมือนกับที่สื่อพื้นบ้านเคยทำหน้าที่มาแล้วในสังคมเกษตรกรรมได้ในระดับหนึ่ง G. Seal (1982) ระบุว่า สื่อพื้นบ้านเคยทำหน้าที่ต่อสังคมดังนี้คือ

♦ ช่วยนิยามความเป็นสมาชิกของคนในชุมชนเดียวกัน (สร้างอัตลักษณ์ร่วม)

♦ ช่วยถ่ายทอดข่าวสารโดยไม่แยกแยะเด็ดขาดว่าใครเป็นผู้ส่งใครเป็นผู้รับ (ตัวอย่างข่าวลือ การเล่าสู่กันฟังปากต่อปาก)

♦ ทำงานอยู่นอก "สถาบันต่าง ๆ ที่เป็นสถาบันทางการของระบบ" เช่น ศาสนา โรงเรียน ดังนั้นจึงมีอิสระภาพในการสร้างสรรค์

♦ มีลักษณะยืดหยุ่น ไม่ยึดติดอยู่กับมาตรฐาน จึงพัฒนาเลื่อนไหลไปได้ตลอด

จากหน้าที่ 4 ประการที่ระบุมาของสื่อพื้นบ้านนั้น เป็นเสน่ห์ที่ทำให้สื่อพื้นบ้านเป็นเสมือนสมบัติของชุมชน ดังนั้น หากสื่อโทรทัศน์ต้องการจะมีตำแหน่งครองใจประชาชนเช่นเดียวกับสื่อพื้นบ้าน สื่อโทรทัศน์ก็ต้องเล่นสวมบทบาทหน้าที่ที่สื่อพื้นบ้านเคยแสดงมาก่อน (Folkloric Function of Television)

- **การไขว้วิธีการศึกษา** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในสื่อแต่ละระบบมีวิธีการศึกษาเฉพาะตัว สำหรับสื่อพื้นบ้านนั้นจะใช้วิธีการศึกษาแบบคติชนวิทยาคือ การจัดประเภทหรือการวิเคราะห์การทำหน้าที่ ส่วนสื่อมวลชนนั้นจะมีวิธีการศึกษา S-M-C-R การศึกษาผลกระทบ การศึกษาหน้าที่ การวิเคราะห์เนื้อหาทั้งแบบปริมาณและคุณภาพ การใช้วิธีการแบบวัฒนธรรมศึกษา (cultural studies) เป็นต้น เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์ในเชิงวิชาการแก่การศึกษาสื่อทั้งสองระบบ และเพื่อขับเคลื่อนให้สื่อทั้งสองระบบเข้ามาใกล้กันมากขึ้น ได้มีข้อเสนอแนะว่าให้มีการสลับไขว้วิธีการศึกษาโดยจะเอาวิธีการศึกษาของระบบหนึ่งไปใช้ในอีกระบบหนึ่ง

สำหรับด้านสื่อพื้นบ้านที่อยู่ในความสนใจของนักคติชนวิทยานั้น ได้เริ่มมีการนำวิธีการจัดประเภทแบบคติชนวิทยามาศึกษาสื่อสมัยใหม่บ้างแล้ว ตัวอย่างเช่น งานของ

Priscilla Denby (อ้างใน Dorson, 1976) ที่นำเอาวิธีการจัดประเภทแบบสื่อพื้นบ้านมาศึกษารายการต่าง ๆ ในโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม สำหรับวิธีการไขว้กันในลักษณะนี้อาจจะมีปัญหาอยู่บ้าง เนื่องจากธรรมชาติที่แตกต่างของสื่อทั้งสองระบบ ดังที่ H.Kato (1977) ตั้งข้อสังเกตว่า นักมานุษยวิทยาและนักคติชนวิทยาที่ศึกษาสังคมชนเผ่าต่าง ๆ มักไม่ค่อยกล้าขยับเข้ามาศึกษาสังคมเมืองหรือสังคมสมัยใหม่เท่าใดนัก เนื่องจาก "ขนาดของวัฒนธรรม" ที่แตกต่างกันอย่างมาก ตัวอย่างเช่น เมื่อนักมานุษยวิทยาสำรวจนับวัตถุสิ่งของที่ใช้ในสังคมเผ่าของแอฟริกา จะมีของใช้เพียง 30-50 ประเภท แต่ทว่าในห้างสรรพสินค้ากลางกรุงโตเกียว มีประเภทรายการสิ่งของถึง 500,000 ประเภทที่บรรจุอยู่ในคอมพิวเตอร์ เช่นเดียวกับปริมาณนิทานพื้นบ้านนั้นอาจจะพอนับได้ แต่เมื่อเทียบปริมาณละครโทรทัศน์ในรอบสิบปีที่ผ่านมาก็มากมายเกินกว่าที่จะนับ ดังนั้นอาจจะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงวิธีการให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อใหม่ ๆ ที่จะศึกษา

การไขว้ในอีกด้านหนึ่งคือ การนำวิธีการศึกษาของสื่อมวลชนไปศึกษาสื่อพื้นบ้านบ้าง เป็นที่น่าสังเกตว่า ในองค์ประกอบทั้ง 4 ของสื่อคือ ผู้ผลิต (Sender) เนื้อหาสาร (Message) ตัวสื่อ (Media) และผู้รับสาร (Receiver) นั้น ส่วนใหญ่แล้ว การศึกษาสื่อพื้นบ้านจะมีแต่การศึกษาเนื้อหาสารเท่านั้น ส่วนอีก 3 องค์ประกอบนั้นยังมีการศึกษาน้อยมาก หรือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบดังกล่าวก็ยังมีน้อยมาก ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารกับตัวบท โดยเฉพาะกรณีที่น่าสนใจคือ รูปแบบรายการที่มีการผสมผสานระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชน เช่น ละครจักรๆวงศ์ๆ ในโทรทัศน์ หรือการนำเอาเรื่องในโทรทัศน์ไปเล่นในหมอลำ เป็นต้น ในส่วนของผู้ผลิตสื่อพื้นบ้านนั้น แทบไม่มีการศึกษาเลย

อีกมิติหนึ่งที่มีการศึกษากันมากในวงการสื่อมวลชนคือ การทำหน้าที่ของสื่อและดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สื่อพื้นบ้านนั้นสามารถทำหน้าที่ได้อย่างหลากหลายมาก ดังนั้นจึงควรมีการนำกรอบแนวคิดแบบใหม่ของสื่อมวลชนไปศึกษาการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านบ้าง
ตัวอย่างเช่น การทำหน้าที่อบรมสั่งสอนของสื่อชาวบ้านนั้น เป็นไปตามหลักทฤษฎีการสื่อสารสมัยใหม่ที่เรียกว่า "drip effect" (แบบน้ำหยดลงหิน) กล่าวคือ ต้องมีการตอกย้ำซ้ำทวน (repeated) ต้องซ่อนอยู่ระหว่างบรรทัดหรือแฝงเป็นนัย ๆ (implicit) มากกว่าพูดแบบตรง ๆ (explicit) มักอยู่ในรูปแบบของละครมากกว่าเรื่องจริง (drama) เป็นต้น

7. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสองระบบด้วยทฤษฎีต่าง ๆ

จากแนวคิดและวิธีการศึกษาของสำนักต่าง ๆ ที่ได้กล่าวในส่วนที่ 2 ของหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนจะทดลองนำเอาแนวคิดของสำนักต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประเด็นศึกษาต่อไปในอนาคต

(7.1) การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีหน้าที่นิยม

วิธีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้น มีแนวทางที่จะทำได้อย่างหลากหลาย เช่น

- **การเปรียบเทียบหน้าที่ของสื่อทั้งสองระบบ** ดังได้กล่าวมาแล้วถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนและหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งอาจสรุปได้ว่า สื่อพื้นบ้านนั้นสามารถทำหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการของสื่อต่อสังคม คือ แจ้งข่าวสาร ให้การศึกษา ให้ความบันเทิง ประสานความสัมพันธ์ ฯลฯ และยังสามารถทำหน้าที่ "เกิน" สื่อมวลชนได้อย่างมากมาย แต่ในการศึกษาแนวหน้าที่นิยมนั้น นอกจากจะตอบคำถามว่า "ทำหน้าที่**อะไร**แล้ว" ก็ยังต้องตั้งคำถามต่อไปว่า "การทำหน้าที่นั้น ทำได้**อย่างไร**" ตัวอย่างเช่น การทำหน้าที่เป็นช่องทางระบายสัญชาตญาณทางเพศนั้น สื่อพื้นบ้านทำได้อย่างไร บทเรียนจากสื่อพื้นบ้านดังกล่าวอาจจะเป็นแนวทางสำหรับการขยับขยายข้อจำกัดในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนได้บ้าง

- **การทำหน้าที่ส่งเสริมของสื่อมวลชนที่มีต่อสื่อพื้นบ้าน** ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า หากปล่อยให้ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสองระบบเป็นไปตามธรรมชาติหรือตามยถากรรม ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็อาจจะเป็นไปตามกฎที่ว่า "ปลาใหญ่ย่อมกินปลาเล็ก" และในขณะที่สังคมของเราให้การสนับสนุน "ปลาใหญ่" อย่างเต็มที่ เช่น มีการจัดการเรียนการสอนสื่อมวลชนอย่างเป็นระบบ มีการลงทุนจากภาครัฐเพื่อส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ แต่สำหรับ "ปลาเล็ก" แล้ว สังคมเราได้ปล่อยให้เติบโตไปตามยถากรรม แต่เนื่องจากความจำเป็นที่สื่อทั้งสองระบบต้องพึ่งพาอาศัยกันดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ฉะนั้น จึงมีกระแสแนวคิดในสังคมที่เรียกร้องให้สื่อมวลชนเพิ่มบทบาทในการเป็นช่องทางสนับสนุนสื่อพื้นบ้านให้มากขึ้น

หากทว่า การสนับสนุนนั้นก็ต้องกระทำอย่างมี**เจตนาดี**และมี**ความเข้าใจ**ประกอบกัน รวมทั้งต้องมี**ความสัมพันธ์ที่เสมอภาค**เท่าเทียมระหว่างทั้งสองระบบด้วย มิฉะนั้น ผลลัพธ์ที่ออกมาอาจจะกลายเป็นผลเสียมากกว่าผลดี ตัวอย่างเช่น การสนับสนุนจากภาคธุรกิจให้มีการนำหมอลำมาแสดงมากขึ้น แต่ทว่าการดัดแปลงการแสดงหมอลำประเภทต่าง ๆ เช่น หมอลำซิ่ง ก็แทบจะไม่มีเอกลักษณ์ของหมอลำหลงเหลืออยู่ หรือการนำหนังตะลุงไปแสดงทางโทรทัศน์ แต่ทว่ากระบวนการทุกอย่างก็จะเป็นไปตามกรอบการทำงานของโทรทัศน์ เช่นต้องแสดงในเวลากลางวัน ต้องแสดงแห้งๆไปไม่มีคนดู ต้องตัดบทไหว้ครูออกเนื่องจากเวลาของโทรทัศน์มีจำกัด

ฯลฯ การส่งเสริมในลักษณะนี้มีผลทำให้สื่อพื้นบ้านสูญเสียความเป็นตัวของตัวเองไปอย่างมาก จึงอาจเกิด ปรากฏการณ์ "ยิ่งส่งเสริม ยิ่งทรุดโทรม" ขึ้นได้ (ดูงานของอินทิรา, 2540)

- **การศึกษากระบวนการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชน** ตามหลักของทฤษฎีหน้าที่นิยม สถาบันสังคมที่ก่อตัวมาภายใต้เงื่อนไขหนึ่ง เมื่อเงื่อนไขเปลี่ยนแปลงไป สถาบันดังกล่าวก็จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่ต่อไป (adaptation) แนวคิดเรื่อง "การปรับตัว" จึงเป็นแนวคิดที่สำคัญของทฤษฎีหน้าที่นิยม เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับสื่อพื้นบ้าน จะพบว่า ในยุคปัจจุบันสื่อประเพณี/สื่อพื้นบ้านกำลังมีกระบวนการปรับตัวอย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด คือรูปแบบการเทศน์ของพระพยอมที่พยายามปรับทั้งรูปแบบ เนื้อหา การใช้กลยุทธ์ใหม่ ๆ ทางการสื่อสาร การขยายประเภทของสื่อ ฯลฯ แต่เนื่องจากเงื่อนไขและธรรมชาติของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ทำให้มีผลต่อขีดความสามารถในการปรับตัวต่างกัน เช่น สื่อพื้นบ้านที่ผูกพันกับพิธีกรรมมักจะปรับตัวได้ยากกว่าสื่อที่ไม่ผูกพันกับพิธีกรรม (เช่น ช่วงระยะเวลาของการแสดง) ดังนั้น ควรมีการศึกษากระบวนการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆ

ในกรณีที่สื่อพื้นบ้านมาประสานสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เช่น มาใช้ช่องทางสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่นั้น สื่อพื้นบ้านเองก็ต้องมีการปรับตัวเองเช่นกัน ตัวอย่างเช่น หมอลำที่เคยแสดงอยู่กลางแจ้ง ก็ต้องมาแสดงในห้องส่งที่ปิดหมดทุกด้าน ฯลฯ ในการพบกันระหว่างสองวัฒนธรรมนี้ หากเป็นการ "พบกันแบบครึ่งทาง" คือทั้งสองฝ่ายต่างปรับตัว การปรับเปลี่ยนอาจจะไม่ยากลำบากนักสำหรับทั้งสองฝ่าย แต่หากเป็นการ "ปรับตัวเพียงฝ่ายเดียว" ก็คงจะสร้างความลำบากให้แก่ฝ่ายที่ต้องปรับตัวอย่างมาก

- **การมอบหมายหน้าที่ในเนื้อหาใหม่ ๆ ให้แก่สื่อพื้นบ้าน** ดังได้กล่าวมาแล้วว่าความสนใจในสื่อพื้นบ้านนั้นเกิดขึ้นเมื่อมีความต้องการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนา ดังนั้นจึงมีการมอบหมายหน้าที่ใหม่ ๆ เนื้อหาใหม่ ๆ ภายใต้บริบทใหม่ ๆ ให้แก่สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า การทำหน้าที่นั้นจำเป็นต้องมีเงื่อนไขรองรับ จึงจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องการทำหน้าที่ให้การศึกษาของหนังตะลุง ซึ่งจะทำได้ภายใต้เงื่อนไขที่นายหนังสามารถแสวงหาความรู้ในเรื่องที่จะให้การศึกษาได้อย่างแตกฉานและต้องมีความรู้มากกว่าผู้ชม นายหนังจึงจะมีความมั่นใจและสามารถแสดงบทบาทได้อย่างเต็มที่ แต่หากขาดเงื่อนไขดังกล่าวรองรับ สื่อพื้นบ้านก็ไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ อีกประการหนึ่ง สื่อแต่ละประเภทมีธรรมชาติและมีรหัสของตนเอง การนำไปใช้อย่างผิดธรรมชาติและผิดรหัสก็จะให้ผลเสีย ตัวอย่างเช่น การขอร้องให้พระภิกษุเทศน์เรื่องการคุมกำเนิดและใช้ถุงยางอนามัยนั้น เป็นเรื่องไม่สมควร เพราะเรื่องทางโลกมิใช่กิจของสงฆ์ เป็นต้น

(7.2) การวิเคราะห์แบบการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication Approach)

แนวทางการศึกษาแบบการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น สนใจศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มาพบกัน โดยที่มีแนวคิดพื้นฐานว่า แต่ละวัฒนธรรมมีทั้งอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ทำให้แตกต่างไปจากวัฒนธรรมอื่น ๆ และการพบปะแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมนั้นจะให้ผลดีแก่ทั้งสองวัฒนธรรมหากแต่ละวัฒนธรรมมีความเข้าใจในอีกฝ่ายหนึ่ง ในที่นี้เราอาจถือว่า การพบกันระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านก็คือ การพบกันระหว่างสองวัฒนธรรมนั่นเอง

ตัวอย่างงานศึกษาที่ใช้แนวคิดแบบการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีดังนี้

(i) การอ่านรหัสของแต่ละสื่อ

M. Oepen (1992) ศึกษาเรื่องสื่อประเพณีที่มีอยู่ในประเทศอินโดนีเซีย และพบว่าสื่อพื้นบ้านที่มีแพร่หลายมากที่สุดคือ สื่อประเภทละครพื้นบ้าน (Folk theatre, popular theatre) เช่น วายัง (หนังตะลุง) หุ่นกระบอก ซึ่งทั่วทั้งประเทศ มีคณะเล่นวายังและหุ่นกระบอกถึง 40,000 คณะ สื่อพื้นบ้านเหล่านี้ นอกจากจะทำหน้าที่ให้ความบันเทิง ผ่อนคลายจิตใจหลังจากทำงานหนักในไร่นา รวมทั้งเป็นกระจกส่องสะท้อนให้ชาวบ้านได้ไตร่ตรองเกี่ยวกับชีวิตของตนเองแล้ว เมื่อพิจารณาในแง่ของตัวสื่อเอง สื่อเหล่านี้ยังได้ทำหน้าที่วางรหัสเกี่ยวกับการถอดความหมายของสื่อแบบโสตทัศนะ (Encoding) เช่น การอ่านความหมายจากภาพที่เคลื่อนไหวของตัวหนัง แต่ละท่ามีความหมายอย่างไร จังหวะเร็วช้าในการเคลื่อนภาพ คำร้องประกอบภาพ ฯลฯ ดังนั้น ก่อนที่สื่อสมัยใหม่จะเข้ามา สื่อพื้นบ้านก็ได้วางรากฐานรหัสในการเปิดรับ รับรู้ และตีความหมายสื่อประเภทต่างๆ อยู่แล้ว

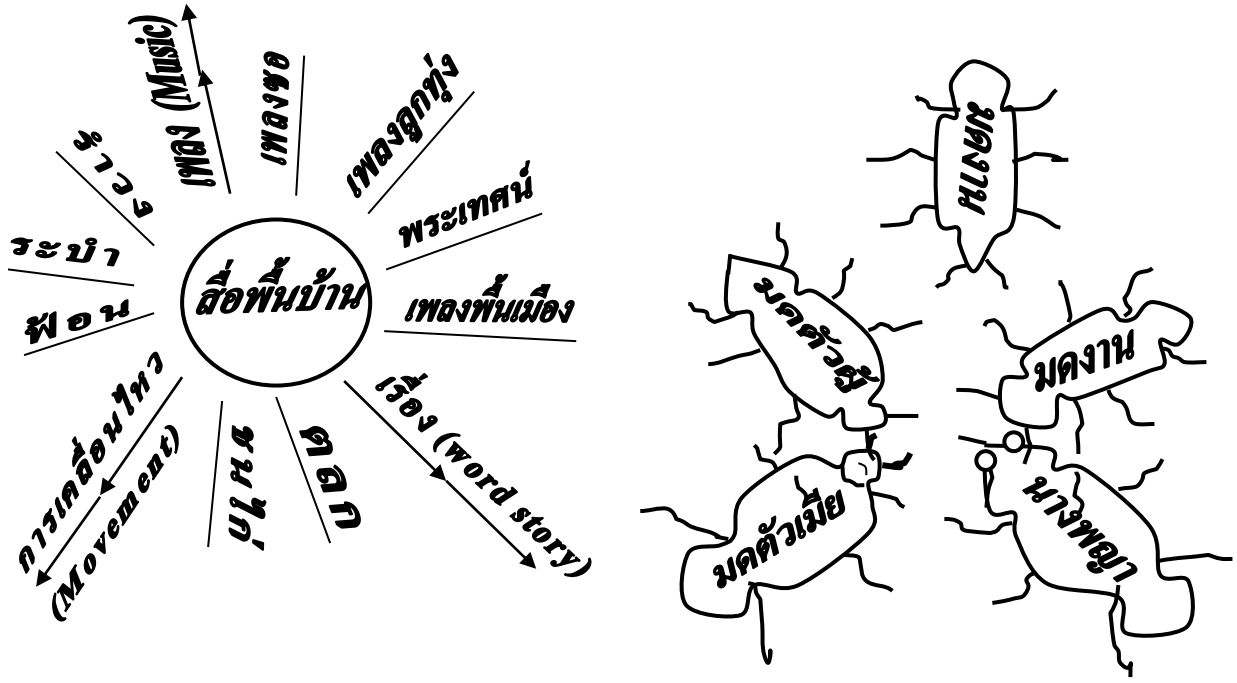
และเมื่อมีการนำสื่อสมัยใหม่เข้ามา ในระยะแรก ย่อมแน่นอนว่า ประชาชนจะต้องใช้รหัสที่เรียนรู้มาจากสื่อพื้นบ้านมาใช้ถอดรหัสสื่อสมัยใหม่ และในหลายกรณีได้เกิดความล้มเหลวในการสื่อสาร เนื่องจากรหัสที่ใช้เป็นคนละชุด ตัวอย่างเช่น ชนเผ่าในทวีปแอฟริกามีความเชื่อว่าสัตว์ที่พูดได้เป็นวิญญาณของปีศาจร้าย ดังนั้นเมื่อมีการนำหนังการ์ตูนเรื่อง Donald Duck เป็ดพูดได้ไปฉาย ชาวบ้านจึงพากันเอาก้อนหินเขวี้ยงใส่จอเพื่อขับไล่วิญญาณผีร้าย หรือในกรณีของการดูหนังตะลุงแล้วมาดูหนังขายยานั้น ชาวบ้านจะพบว่า จังหวะการตัดต่อของหนังสมัยใหม่จะเร็วเกินไปจนดูไม่ทัน เป็นต้น

(ii) การเปรียบเทียบแบบแผนของการสื่อสารในแต่ละระบบ

D. Lancaster (1977) ศึกษารูปแบบการสื่อสารแบบพื้นบ้านและสื่อแบบสมัยใหม่ที่กำลังเริ่มเข้าไปสู่หมู่บ้านชนบททางภาคเหนือของไทยเมื่อช่วงปีค.ศ.1977 รูปแบบสื่อพื้นบ้านที่

Lancaster ให้ความสนใจคือ การเทศน์ของพระสงฆ์ และนำมาเปรียบเทียบกับการดูหนังขายยาของชาวบ้าน ข้อค้นพบที่น่าสนใจของผู้วิจัยมีดังนี้

- **แบบแผนของการเปิดรับการสื่อสาร** Lancaster ใช้กรอบแนวคิดของ G. Bateson (1972) ที่อธิบายว่า ระบบการสื่อสารของมนุษย์มีอยู่ 2 ระบบใหญ่ ๆ คือ ระบบปลาหมึก และระบบมด (ดูภาพประกอบ)



ระบบปลาหมึก
(แบบสื่อพื้นบ้านของไทย)

ระบบมด
(แบบสื่อมวลชนตะวันตก)

Lancaster อธิบายว่า แบบแผนการสื่อสารแบบพื้นบ้านของไทยเป็น "ระบบปลาหมึก" กล่าวคือ จะมีศูนย์กลางการเปิดรับที่เหมือนตัวปลาหมึก และมีแกนหลัก ๆ อยู่ 3 แกนคือ

- ♦ การเคลื่อนไหว (Movement)
- ♦ คำ/เรื่อง (word story)

♦ ดนตรี/เพลง (Music)

ในระหว่างทั้ง 3 แกนนี้ จะมีสื่อย่อย ๆ ที่เป็นเสมือนหนวดเล็ก ๆ ของปลาหมึก ทุกอย่างจะเคลื่อนไหวไปพร้อม ๆ กันหมด เพราะฉะนั้น เวลาไปเที่ยวงานวัด ก็จะมีสื่อทุกอย่างพร้อมกันหมด เช่น ในกรณีที่ศึกษาจะมีวงดนตรี 2 วง มวยไทย หนัง 3 จอ มอเตอร์ไซค์ไต่ถัง ฯลฯ ดังนั้น ผู้ชมจึงไม่มีทางที่จะพุ่งความสนใจไปที่สื่อใดเพียงสื่อเดียว และอันที่จริงผู้ชมก็ไม่ได้มีความต้องการที่จะชมอะไรเพียงอย่างเดียวอยู่แล้ว ผู้วิจัยอธิบายแบบแผนการดูชมของคนไทย เช่น ในกรณีการดูหนัง (ที่แม้จะเป็นสื่อสมัยใหม่ แต่ถูกผนวกเข้าไปในแบบแผนวิธีใช้ของชุมชน) คนไทยจะไม่สนใจจะดูโครงเรื่องทั้งหมด (เพราะมักจะรู้อยู่แล้ว) แต่จะสนใจรายละเอียดเป็นบางตอนเท่านั้น และเนื่องจากมีวิธีการเปิดรับสารเป็นกลุ่ม ดังนั้น เมื่อมีใครคนหนึ่งในกลุ่ม ชวนให้ย้ายไปดูสื่ออย่างอื่น ทั้งกลุ่มก็จะเฮตามกันไป (สำนวนไทยที่ว่า "เฮไหน เฮนั่น") ความรื่นเริงบันเทิงใจแบบไทย ๆ อยู่ที่การกระโดดข้ามไปมาระหว่างระบบย่อย ๆ (สื่อแต่ละประเภท) (น่าสังเกตว่าแบบแผนการเลือกดูแต่ละสื่อแบบอย่างละนิดอย่างละหน่อยนี้คล้ายคลึงกับแบบแผนการรับประทานอาหารของไทย)

ในขณะที่แบบแผนการเปิดรับสื่อของตะวันตกนั้นจะเป็นระบบมด คือ แต่ละตัวจะมีบทบาทหน้าที่เฉพาะแตกต่างกันไปเลย ดังนั้น ถ้าจะดูหนังก็ต้องดูอย่างเดียวให้จบตลอดทั้งเรื่อง ถ้าจะฟังดนตรีคอนเสิร์ตคลาสสิก ก็ต้องนั่งฟังอย่างเงียบ ๆ เพียงอย่างเดียว ฯลฯ แบบแผนดังกล่าว ตรงกันข้ามกับแบบแผนการเปิดรับสื่อพื้นบ้านของไทย

- **การไม่แยกขาดระหว่างทางโลกกับทางธรรม**

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า ลักษณะของสื่อประเพณีแทบทุกชนิดจะไม่แยกขาดระหว่าง "ทางโลก" (Secular) ทั้ง "ทางธรรม" (sacred) แต่จะถือว่าในทุกองค์ประกอบของการสื่อสารจะต้องมีทั้งสองมิติควบคู่กันไป เช่น ในด้านของผู้ส่งสาร ดังนั้นจะต้องมี "ครู" ที่เป็นเทพเจ้าแห่งการแสดง และทุกครั้งก่อนที่จะแสดง ก็ต้อง "ไหว้ครู" เสียก่อน มิฉะนั้นจะลืมบทบาท จะมีอุปสรรคหรือจะแสดงไม่ได้ดี ในด้านผู้ชมก็เช่นเดียวกัน ในการเชิญชวน "กลุ่มผู้ชม" ให้ผู้ชมการแสดงนั้น จะมีการเชิญชวนเทวดาจากสวรรค์ทั้ง 32 ชั้นลงมาร่วมชมด้วย ลักษณะดังกล่าวนี้แตกต่างจากแบบแผนของสื่อมวลชนซึ่งเป็นเรื่องของทางโลกล้วน ๆ และปัญหาในเรื่องความแตกต่างดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นเมื่อมีการพบกันทางวัฒนธรรม เช่น เมื่อหนังตะลุงไปแสดงออกโทรทัศน์ ทางโทรทัศน์มักจะตัดบทไหว้ครูออกไปเพราะมิใช่ธรรมเนียมของโทรทัศน์ เป็นต้น

- **บทบาทอันหลากหลายของผู้ส่งสาร (Multifunction)**

Lancaster สนใจการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารตามแบบประเพณีของภาคเหนือ คือการเทศน์ของพระสงฆ์ซึ่งผู้วิจัยยืนยันว่าสามารถจะตรึงเวทีผู้ชมนับพันกว่าคนที่รวมทุกรุ่นทุกเพศทุกวัยได้เป็นเวลากว่า 3 ชั่วโมง โดยผู้ชมไม่รู้สึกเบื่อหน่ายเลย (เทียบได้กับรายการคอนเสิร์ตชั้นดีในสังคมสมัยใหม่) เมื่อพระสงฆ์ขึ้นนั่งเทศน์บนธรรมาสน์นั้น ท่านได้ทำหน้าที่หลายบทบาทคือ

- **เป็นครู** โดยการเทศน์สั่งสอนให้ข้อคิดตามเค้าโครงเรื่องของพระเวสสันดรในพระไตรปิฎก
- **เป็นผู้เชี่ยวชาญ** โดยก่อนหน้าที่จะเทศน์นั้น ท่านได้เตรียม "เขียนบทสคริปต์" ว่าในแต่ละตอน จะต้องสอดแทรกอะไรลงไปบ้าง
- **เป็นผู้แสดง** วิธีการเทศน์นั้น จะเป็นคล้าย ๆ การเล่นละครวิทยุ กล่าวคือ จะมีการปรับเปลี่ยนเสียงให้เหมาะกับบทของตัวละครแต่ละตัว
- **เป็นผู้ให้ความบันเทิง** (entertainer) ในระหว่างที่เทศน์ พระภิกษุจะสอดใส่มุขตลกขบขันลงไปในระหว่างเทศน์ด้วย
- **เป็นผู้สร้างอัตลักษณ์ของชุมชน** เมื่อมีการเทศน์ว่าด้วยตอนงานแต่งงานระหว่างชูชกกับนางอมิตดา พระภิกษุได้แทรกรายชื่อแขกที่ไปร่วมงานโดยเอาชื่อของคนในหมู่บ้านมาล้อเลียน ทำให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับเรื่องราวในพุทธศาสนา

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่ฝ่ายผู้ส่งสารคือพระสงฆ์เทศน์อย่างสนุกสนาน ในฝ่ายผู้รับสาร แม้จะสนุกสนานขบขันตามไปด้วย แต่ทว่าก็ยังนั่งฟังด้วยการพนมมืออย่างเคารพในผู้ส่ง แบบแผนดังกล่าวดูขัดแย้งกับระบบการสื่อสารแบบสมัยใหม่

- **การวางแนวคิดเกี่ยวกับตัวละคร**

ความแตกต่างอีกประการหนึ่งที่ผู้วิจัยได้ค้นพบก็คือ การรับรู้ตัวละครจากทัศนะของผู้ชม ในขณะที่สื่อสมัยใหม่จะสร้างการรับรู้ตัวละครแบบพระเอก/ผู้ร้ายให้เป็นขาวกับดำ (เช่นเรื่อง James Bond) แต่ผลการสำรวจทัศนะของชาวบ้านต่อ "พระราม" และ "ทศกัณฐ์" ผู้วิจัยพบว่า ชาวบ้าน(สาวๆ) มีความเห็นว่า แม้ทศกัณฐ์จะเป็นตัวร้าย แต่ก็ดูหล่อกว่า บึกบึนกว่า เข้มแข็งกว่าพระรามที่อ้อนแอ้นและใจเสาะ นอกจากนั้นก็ยังไม่เคยมีฉากที่แสดงให้เห็นว่าทศกัณฐ์จะพ่ายแพ้อย่างหมดรูปจริง ๆ ทัศนะแบบชาวบ้านนั้นแตกต่างจากสื่อสมัยใหม่

(7.3) การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม/การครอบงำทางวัฒนธรรม

อันที่จริง ต้นตำรับแนวคิดทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม/การครอบงำทางวัฒนธรรมนั้น มักจะมีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) เป็นระดับชาติต่อชาติ แต่ทว่าเราก็สามารถจะนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้แม้แต่ในระดับสังคมเดียวกัน โดยยังคงเนื้อหาแก่นความคิดของทฤษฎีเอาไว้ และถือว่า ในการพบกันระหว่างสองวัฒนธรรมคือสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชนนั้น สื่อมวลชนจะเข้าไปครอบงำสื่อพื้นบ้านในมิติต่าง ๆ ตัวอย่างของกระบวนการครอบงำที่ได้กล่าวถึงมาบ้างแล้วในข้างต้นคือ งานวิจัยของ M. Oepen ที่พบว่า แม้ว่าในแง่**ตัวสื่อ**จะยังคงเป็นตัวหนังตะลุง/วายัง ซึ่งเป็นสื่อพื้นบ้านของอินโดนีเซีย แต่ทว่าเมื่อรัฐนำเอาสื่อพื้นบ้านนี้ไปใช้ประโยชน์ทางการเมือง ในแง่**วิธีการใช้**แล้วได้ถูกระบบของสื่อมวลชนเข้าไปครอบงำด้วยวิธีการใช้แบบจากบนลงล่าง รวมศูนย์การสร้างเนื้อหา เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นต้น

สำหรับการครอบงำที่ทฤษฎีจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมสนใจมากที่สุด คือการครอบงำทางอุดมการณ์ ดังเช่นในกรณีของสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชนสมัยใหม่ เมื่อมีการเปิดรับสื่อแบบใหม่ๆ เข้ามานั้น สิ่งที่เปิดรับเข้ามาไม่ได้มีแต่ "ตัวสื่อ" เท่านั้น หากทว่ามี "อุดมการณ์" ติดมาทั้งในเรื่อง "ความเป็นส่วนรวม/เน้นความเป็นกลุ่ม" (collectivity) กับ "ลักษณะปัจเจกชนนิยม" (individualistic) ในสื่อพื้นบ้าน ทั้งในเนื้อหาและแบบแผนการเปิดรับนั้น จะเน้นความเป็นกลุ่ม/เป็นส่วนรวมอยู่เสมอ แต่ทว่าเมื่อชุมชนเริ่มเปิดรับสื่อมวลชนซึ่งทั้งในเนื้อหาและแบบแผนการรับชมจะเน้นลักษณะปัจเจกบุคคล ฉะนั้นอุดมการณ์ใหม่ ๆ จึงเริ่มเข้ามาแทนที่อุดมการณ์แบบเดิม ๆ เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญระหว่างรูปแบบกับเนื้อหาที่สองระบบของสื่อมุ่งเน้นแตกต่างกันดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น (ดูใน Lerner & Nelson, 1977)

(7.4) การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีโครงสร้างนิยม

การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีโครงสร้างนิยมจะให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ "ตัวบท" (Textual Analysis) โดยถือว่าในทุกตัวบทจะมี "โครงสร้างต่างๆ บรรจุอยู่" จากการวิเคราะห์โครงสร้างย่อย ๆ ในผลผลิตทางวัฒนธรรม จะสะท้อนให้เห็น "โครงสร้างวิธีคิด" ของคนในสังคมได้ และตัวบทที่จะนำมาใช้วิเคราะห์นั้นสามารถจะใช้ได้ทั้งตัวบทในระบบสื่อพื้นบ้านและสื่อมวลชน เนื่องจากทุกตัวบทมีหลักการทำงานที่เหมือนกัน และล้วนประกอบสร้างความหมายที่มีอยู่ในตัวบททั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างวีรบุรุษ/วีรสตรี การใช้อุปมาอุปมัย การสร้างมุขตลก ฯลฯ ตัวอย่างของการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีโครงสร้างนิยมที่จะยกมากล่าวถึงในที่นี้มีดังนี้

- **การเปรียบเทียบโครงสร้างของปรัมปราคติ (Myth) กับละครโทรทัศน์** C. Lévi- Strauss วิเคราะห์จุดร่วมและจุดต่างระหว่างปรัมปราคติที่มีอยู่ในสื่อพื้นบ้านและละครโทรทัศน์ที่นำเสนอเป็นตอน ๆ (Serial drama) และพบผลดังนี้

(i) จุดร่วม โครงสร้างการเล่าเรื่องในปรัมปราคตินั้นจะมีการซอยโครงเรื่องทั้งหมดออกเป็นส่วนย่อย ๆ ในแต่ละส่วนย่อยจะมีเหตุการณ์ที่เป็นวิกฤตการณ์เกิดขึ้น แล้วก็คลี่คลายจนจบ หลังจากนั้นก็จะเกิดเหตุการณ์ใหม่ เกิดวิกฤตใหม่ แล้วก็คลี่คลาย ฯลฯ มีลักษณะซ้ำ ๆ (repetition) เป็นวัฏจักรอยู่เช่นนี้ ลักษณะโครงสร้างการเล่าเรื่องดังกล่าวเป็นแบบฉบับเดียวกับนวนิยายรักโรมานซ์ และละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นตอน ๆ (มีข้อน่าสงสัยว่า การที่ละครโทรทัศน์ต้องนำเสนอเป็นตอน ๆ ก็เพื่อให้สอดรับกับโครงสร้างการเล่าเรื่องดังกล่าวใช่หรือไม่)

(ii) จุดต่าง แม้จะมีโครงสร้างการเล่าเรื่องที่เหมือนกัน แต่ทว่าข้อต่างระหว่างปรัมปราคติกับละครโทรทัศน์ก็คือ ตอนจบของเรื่อง สำหรับปรัมปราคติ ตอนจบของเรื่องนั้นไม่จำเป็นต้องจบจริง และไม่ต้องจบแบบสุขนาฏกรรม (happy ending) รวมทั้งสามารถจะอยู่ได้โดยไม่จำเป็นต้องกลับไปแก้ไขเหตุการณ์ในตอนแรก ๆ เช่น ตัวละครเอกอาจจะย้อนกลับมาฆ่าเมียและเพื่อน แล้วก็สามารถจบได้ (ปัจจุบันมีหนังฮอลลีวู้ดหลายเรื่องเริ่มนำเอาวิธีการจบท้ายแบบปรัมปราคติไปใช้)

ในทางตรงกันข้าม ละครโทรทัศน์มีท่าบังคับที่จะต้องให้จบอย่างสุขนาฏกรรม ทุกอย่างต้องได้รับการแก้ไข กล่าวคือ คนทำดีต้องได้รับรางวัล คนทำชั่วต้องถูกลงโทษ ซึ่ง C. Lévi-Strauss กล่าวว่าเป็นรูปแบบระดับล่างๆของปรัมปราคติ และเขาได้ให้คำอธิบายว่าการที่ละครโทรทัศน์จำเป็นต้องขมวดปมให้จบลงอย่างสงบสุขนั้น เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นผลิตกรรมทางวัฒนธรรมของสังคมสมัยใหม่ที่ได้ทำลายระเบียบของธรรมชาติ (order of nature) ลงไปแล้ว ดังนั้น ละครโทรทัศน์จึงทำหน้าที่เหมือนปรัมปราคติ คือ การสร้างระเบียบทางศีลธรรม (moral order) ให้สอดคล้องกับระเบียบของธรรมชาติที่มนุษย์สมัยใหม่ได้ทำลายลงไป เพื่อปลอบใจตนเองหรือเพื่อชดใช้คืนให้กับธรรมชาติ

- **การวิเคราะห์ตัวละคร** V. Heyer (ดูใน Mead & Metrau, 1953) ศึกษาทั้งเรื่องเล่าพื้นบ้านและวรรณกรรมจีน 60 กว่าเรื่องเพื่อดูลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในสังคมจีน รวมทั้งวิธีการสร้างวีรบุรุษ/วีรสตรี ตัวร้ายทั้งหญิงและชาย โดยใช้เกณฑ์ 4 เกณฑ์คือ

  - ♦ การประสบความสำเร็จด้านการศึกษา

- ♦ ลักษณะทางสังคมของตัวละคร
- ♦ พื้นฐานทางศาสนาและปรัชญา
- ♦ การใช้วิธีการแบบเหนือธรรมชาติ (supernatural) หรือแบบสมจริง

ผู้วิจัยนำเอาเรื่องที่เป็นกลุ่มตัวอย่างไปทดสอบถามประชาชนกลุ่มหนึ่งและพบว่าส่วนใหญ่ชาวบ้านจะรู้จักเรื่องเล่าที่เลือกมาศึกษา ซึ่งหมายความว่า เรื่องเล่าพื้นบ้านและวรรณกรรมเหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน ส่วนผลการวิเคราะห์ตัวละครที่น่าสนใจมีดังนี้

Φลักษณะตัวละครชาย ตัวเอกมักมีภูมิหลังเป็นนักศึกษา แต่ทว่าก็เป็นนักศึกษาตามที่เนื้อเรื่องบอกเอาไว้เท่านั้น หากทว่าลักษณะโดยทั่วๆไปก็คงเหมือนชาวบ้านทั่วไปที่ไม่ค่อยมีการศึกษา ลักษณะทางสังคมของตัวละครชายจะเป็นคนหัวอ่อน เชื่อคนง่าย ไม่ก้าวร้าว ถูกรังแกยากจน โชคร้าย และไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไร ก็จะไม่ตอบโต้ แต่จะอดทน อดกลั้น ก้มหน้ารับเคราะห์กรรม เป็นคนรักสัจจะ ไม่แสวงหารางวัลในชีวิต ไม่ชอบผจญภัย มักจะล้มเหลวเพราะตนเองหรือคนอื่น ๆ ตัวละครแบบ passive นี้จะทำให้คนดูสงสาร (อาจวิเคราะห์ว่าเป็นตัวแทนของชาวนาจีนโดยทั่ว ๆ ไป)

Φลักษณะตัวละครหญิง จะมีตัวละครหญิงที่เป็นตัวเอก 2 ตัว คือ นางเอกและนางผู้ร้าย ตัวนางเอกจะมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับพระเอก กล่าวคือจะ active เป็นอิสระ กล้าผจญภัย ไม่เกรงกลัวคนอื่น ตอบโต้เมื่อถูกกระทำ มักมีฝีมือในด้านการต่อสู้ (เป็นหญิงนักฆ่า/ชาวยุทธจักร) หรือมีอำนาจเหนือธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม เมื่อมาพบกับพระเอกหรือเมื่อแต่งงานก็จะเปลี่ยนบุคลิกภาพไป (นี่อาจเป็นที่มาของแก่นเรื่องของนางเอกประเภทซนแต่สวย)

ตัวละครหญิงอีกประเภทหนึ่งที่มักเป็นตัวร้าย จะเป็นผู้หญิงสวย มีเสน่ห์ มีอำนาจเหนือธรรมชาติ เป็นผีร้ายหรือสัตว์ประเภทต่าง ๆ สามารถดูดพลังจากผู้ชายทำให้ผู้ชายอ่อนแอ

แก่นเรื่องหลัก ๆ ของเรื่องเล่าพื้นบ้านและวรรณกรรมจีนก็คือความขัดแย้งของผู้ชายที่ต้องเลือกระหว่างผู้หญิงสองคน ผู้วิจัยตีความว่าเรื่องเล่าดังกล่าวสะท้อนโครงสร้างความคิดที่วิตกกังวลของผู้ชายที่จะต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้หญิง 2 คนคือเมียและแม่

- **การวิเคราะห์เปรียบเทียบปรัมปราคติ (Myth) กับโทรทัศน์**

Kellner (1982) เปรียบเทียบโครงสร้างของปรัมปราคติในสื่อพื้นบ้านกับรายการประเภทต่าง ๆ ในสื่อโทรทัศน์ โดยใช้แนวคิดเรื่องการสร้างและการทำหน้าที่ของอุดมการณ์ว่ามีลักษณะเหมือนกัน กล่าวคือ ปรัมปราคติในสมัยโบราณเป็นอุดมการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อแก้ไขความขัดแย้งที่เกิดขึ้นใน**โลกแห่งความเป็นจริง** แต่แก้ไขไม่ได้ใน**ความเป็นจริง** ดังนั้น จึงถูกนำไปแก้ไขใน**โลกแห่งจินตนาการ** วิธีการสร้างอุดมการณ์ก็คือ นำ**ความเป็นจริง** มาผสมกับ

จินตนาการ แล้วนำเสนอราวกับเป็น**ความเป็นจริงทั้งหมด** เช่น นำเสนอ**ปัญหาที่เป็นจริง** (ความเป็นจริง) แต่วิธีการแก้ไขนั้น**เป็นจินตนาการ** แต่ทำให้ดูเสมือนว่า เป็นวิธีการแก้ปัญหาที่เป็นไปได้จริง ๆ

Kellner ได้หยิบรายการภาพยนตร์โทรทัศน์ชุดตำรวจชื่อ Starsky and Hutch มาวิเคราะห์และพบโครงสร้างแบบเดียวกันกับปรัมปราคติ เนื้อหาของภาพยนตร์ชุดนี้สะท้อนให้เห็นโครงสร้างความขัดแย้งพื้นฐานในสังคมอเมริกัน คือ ความต้องการที่จะทำตามสังคม/คนอื่น (need to confomity) กับความต้องการที่จะเป็นตัวของตัวเอง (individual initiation) การที่ตัวเอกเป็นตำรวจนั้น ทำให้ต้องอยู่ในโครงสร้างที่มีระเบียบวินัย ดังนั้นตัวละครเอกจึงต้องเคารพและปฏิบัติตามคำสั่ง แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ตัวละครเอกก็จะแต่งตัวแบบตามสบายและมีเวลาว่างมาก ฉากต่าง ๆ ในเรื่องจะแสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่าง "จริยธรรมกับการทำงาน" (work ethic) กับ "หลักการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ" (pleasure ethic) หรือระหว่าง "หน้าที่" กับ "ความสนุกสนาน" อยู่ตลอดเวลา โครงสร้างดังกล่าวเป็นไปในลักษณะเดียวกับปรัมปราคติ

(7.5) การวิเคราะห์ด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษา (cultural study)

ในขณะที่การวิเคราะห์แนวโครงสร้างนิยมจะให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ตัวบท แนวทางวัฒนธรรมศึกษาจะสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "ผู้รับสาร" ในเรื่องของการตีความกระบวนการสร้างและผลิตซ้ำความหมายที่อยู่ในตัวบทจากมุมมองของผู้รับสาร

นอกจากนั้น จุดยืนที่สำคัญของสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็คือ ความเชื่อที่มีต่อผู้รับสารซึ่งตรงกันข้ามกับ Impact Theory เนื่องจากกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า ผู้รับสารนั้นจะเปิดรับสารอย่าง active จะตีความอย่างหลากหลาย และจะผนวกเอาสภาพความเป็นจริงในชีวิตของตนมาเป็นส่วนหนึ่งในการอ่านความหมายจากสาร และเมื่อนำหลักการดังกล่าวมาพิจารณาในบริบทของสื่อพื้นบ้าน ก็จะพบว่า สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้รับสารสามารถสำรวจและเสริมความมีชีวิตชีวาให้กับกระบวนการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมในขณะที่กำลังบริโภคสื่อ และเนื่องจากรหัสต่าง ๆ ที่ใช้ในสื่อพื้นบ้านเป็นรหัสร่วม (shared code, shared meaning) กับประชาชนอยู่แล้ว เช่น การพรรณนาเรื่องการทอผ้าในนิทานพื้นบ้านเรื่องโสนน้อยเรือนงาม ก็เป็นประสบการณ์ชีวิตของชาวบ้านที่ทอผ้าใช้ ดังนั้นความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับสื่อจึงเกิดขึ้นได้ง่าย คุณลักษณะที่กล่าวมานี้สามารถอธิบายความเข้มแข็งและความยาวนานของสื่อพื้นบ้านได้ ตัวอย่างการศึกษาสื่อพื้นบ้านและสื่อสมัยใหม่ที่ใช้แนวทางวัฒนธรรมศึกษามีดังนี้

- **การศึกษาแบบแผนโดยรวมของการใช้สื่อในชีวิตประจำวัน** แนวทางวัฒนธรรมศึกษาไม่เชื่อว่า ในชีวิตประจำวันของประชาชน จะมีแต่การใช้สื่อมวลชนเท่านั้น แต่คิดว่าประชาชนมีการใช้สื่อทุกประเภท ทั้งสื่อมวลชน สื่อพื้นบ้าน และสื่อระหว่างบุคคล และแบบแผนการใช้นั้นก็จะมีการเชื่อมโยงการรับรู้ การตีความ "การอ่าน" (reading) ระหว่างสื่อเหล่านี้ด้วย เพราะฉะนั้น เวลาที่ชาวบ้านดูรายการ "ละครโทรทัศน์" ชาวบ้านก็อาจจะนำเอาแบบแผนการชมและการอ่านความหมายจาก "การดูลิเก" มาใช้ ด้วยเหตุนี้ หลักเรื่อง "ความสมจริง" จึงไม่ใช่เกณฑ์ที่ชาวบ้านนำมาใช้ในการดูละครโทรทัศน์ (เช่นเวลาที่นางเอกละครโทรทัศน์แปลงตัวจากผู้หญิงมาเป็นผู้ชาย) เป็นต้น

- **การศึกษาลักษณะ "ต่อต้าน" ในสื่อพื้นบ้านและสื่อโทรทัศน์** สำนักเบอร์มิงแฮมมีความเชื่อว่า ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมคือ "ต้องมีการวิพากษ์วิจารณ์/การต่อต้านอุดมการณ์หลัก" (resistance) อยู่ด้วย คำว่า "การต่อต้าน" นี้คือ การเปิดโปงให้เห็นลักษณะที่หลอกลวงของข้อตกลง/หลักการที่มีอยู่ในอุดมการณ์หลัก (dominant ideology/culture) และถึงแม้ว่าการต่อต้านนั้นจะไม่ถึงกับสามารถจะทำลายการครอบงำได้ แต่อย่างน้อยก็เป็นการแสดงจุดยืนที่จะไม่ยอมถูกผนวกเข้าไปในระบบการครอบงำนั้น เหมือนกับการเปรียบเทียบว่า แม้จะทำลายเชื้อโรคไม่ได้ แต่ก็ไม่ยอมรับเอาเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย

การวิเคราะห์แนววัฒนธรรมศึกษาจึงใช้แนวคิดเรื่อง "การต่อต้าน" เป็นจุดเชื่อมร้อยลักษณะร่วมกันของสื่อพื้นบ้านและสื่อสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น การศึกษาลักษณะการต่อต้านที่ปรากฏในงานคาร์นิวัล (carnival) ในสื่อพื้นบ้าน และรายการมวยปล้ำในโทรทัศน์

♦ **การวิเคราะห์งานคาร์นิวัล** Baktin (1968) ศึกษางานคาร์นิวัล ซึ่งมีลักษณะเป็นงานเฉลิมฉลองมีมีการแห่แหน เช่น บุญบ้องไฟ ประเพณีเล่นดึงครกดึงสาก การแห่นางแมว ฯลฯ และพบคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของงานคาร์นิวัลดังนี้

(i) การแสวงหาความบันเทิงจากร่างกาย (Bodily pleasure) ความสนุกสนานของงานคาร์นิวัลได้แก่ การแสวงหาความบันเทิงจากร่างกายในปริมณฑลสาธารณะ เช่น การตกแต่งทาสีตัว การเปลือยกาย การใช้ร่างกายเคลื่อนไหวเต้นระบำ ฯลฯ ซึ่งตามปกติเป็นข้อห้ามในเวลาปกติ (วัฒนธรรมตะวันตกจะห้ามการแสวงหาความเพลิดเพลินจากร่างกายในที่สาธารณะ)

(ii) การหัวเราะขบขันด้วยการทำกิจกรรมที่เกินเลยไปกว่าปกติ (laughter by excession) เช่น การเล่นสกปรก (เอามะเขือเทศปาใส่กัน) เล่นอะไรแบบ

ต่ำๆ (bad taste, degradation) เช่น เอาคนหัวล้านมาชนกัน เพื่อให้เกิดความตลกขบขัน

(iii) การใช้ภาษาทั้งแบบสูงและแบบภาษาชาวบ้านมาปนกัน ในด้านหนึ่งเพื่อรักษาลักษณะของพิธีกรรมเอาไว้ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เพื่อให้วัฒนธรรมของชาวบ้านมี "ที่ทาง" ในพิธีกรรม

(iv) การกลับหัวกลับหาง (turn upside down) อันที่จริงงานคาร์นิวัลก็เป็นการละเล่นชนิดหนึ่งแต่เป็นการเล่นที่เกินเลย เมื่อเป็นการเล่นก็ต้องมี "กฎเกณฑ์" แต่ทว่างานคาร์นิวัลต่างจากการเล่นตรงที่ว่า ได้นำเอากฎเกณฑ์มากลับหัวกลับหางเสีย หรือเอาข้างในออกมาเป็นข้างนอก ตัวอย่างเช่น กฎเรื่องการถือเนื้อต้องตัวระหว่างพระสงฆ์กับผู้หญิงในธรรมเนียมของชาวพุทธ ในเวลาปกติจะมีกฎเกณฑ์การห้าม แต่เวลามีงานแห่สงกรานต์กลับมีกฎว่าผู้หญิงจะต้องไปถูกเนื้อต้องตัวพระให้ได้

ลักษณะการกลับหัวกลับหางนี้พบได้ในสื่อสมัยใหม่ เช่น หนังการ์ตูนหรือการแสดงตลก ในเวลาปกติผู้ใหญ่จะเป็นผู้มีอำนาจเหนือกว่า เก่งกว่า รอบรู้กว่าเด็ก ๆ แต่ในโลกของการ์ตูนหรือหนังสำหรับเด็ก ๆ (เช่นเรื่อง E.T.) ผู้ใหญ่จะกลับเป็นพวกที่ไม่เข้าท่า ไม่มีอำนาจ ไม่มีความรู้ และต้องอาศัยเด็ก ๆ มาแก้ปัญหา ดังนั้น Fiske จึงวิเคราะห์ว่า ภาพยนตร์โทรทัศน์สำหรับเด็กเรื่อง A-team จึงเป็นการแสดงคาร์นิวัลในบริบทสมัยใหม่

การกลับหัวกลับหางนี้ทำหน้าที่เป็นการปลดปล่อยชั่วคราวให้แก่ผู้เข้าร่วมงานฉลองหรือผู้ที่บริโภคสื่อสมัยใหม่ เป็นเสรีภาพที่จะได้เล่นอย่าง active อย่างสร้างสรรค์ ความสนุกสนานนั้นก็เกิดจากการได้หลบหนีออกไปจากวงล้อมของกฎกติกาต่าง ๆ ของสังคมและได้ละเมิดกฎเกณฑ์นั่นเอง

♦ **การวิเคราะห์รายการมวยปล้ำ (1987) ในโทรทัศน์**

เมื่อนำหลักการวิเคราะห์งานคาร์นิวัลมาศึกษารายการมวยปล้ำทางโทรทัศน์ก็จะพบลักษณะแบบเดียวกัน Fiske (1987) จึงเรียกรายการมวยปล้ำว่าเป็น "งานคาร์นิวัลของร่างกาย" (Carnival of bodies) ถึงแม้เมื่อพิจารณาโดยผิวเผินจะคิดว่าการเล่นมวยปล้ำเป็น "กีฬาชนิดหนึ่ง" แต่ความจริงแล้ว "มวยปล้ำ" ไม่ใช่การใช้ทักษะด้านการกีฬา หากแต่เป็นการเคลื่อนไหวร่างกายแบบเป็นพิธีกรรม (Movement of rituals)

เนื่องจากเป็นงานคาร์นิวัลประเภทหนึ่ง ลักษณะต่าง ๆ ที่ค้นพบในงานคาร์นิวัลโดยทั่วไปจึงปรากฏอยู่ในรายการมวยปล้ำดังนี้

(i) การละเมิดแหกกฎเกณฑ์ (rule-breaking) หากเรานั่งดูรายการมวยปล้ำก็จะแปลกใจอยู่เสมอว่า ในขณะที่มวยปล้ำมีกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เสมือนว่าเป็น "กีฬา" ประเภทหนึ่ง แต่ในมวยปล้ำก็จะมีการละเมิดกฎเกณฑ์เป็นส่วนประกอบสำคัญร่วมอยู่ด้วยเสมอ บางครั้งอำนาจของกรรมการไม่มีความหมายเลย และแถมกรรมการยังถูกทำร้ายเสียด้วยซ้ำ แต่ในมวยปล้ำไม่ได้ถือเป็นเรื่องราวใหญ่โตเช่นกีฬาอย่างอื่น ๆ กลับเป็นบ่อเกิดความสนุกสนานอย่างหนึ่ง

(ii) ลักษณะแสดงให้ดูและให้คนดูมาร่วมเล่นด้วย (spectacular) เป้าหมายของการแสดงมวยปล้ำนั้น ไม่ได้อยู่ที่การมุ่งเอาแพ้เอาชนะอย่างแท้จริงเช่นกีฬาอื่น ๆ หากทว่า "เป็นการแสดงอย่างหนึ่ง" โดยเคลื่อนไหวไปตามความคาดหวังที่ผู้ชมคิดว่าจะได้เห็น และนอกจากนั้นแม้ว่าจะใช้เชือกกั้นเวทีแยกอาณาเขตระหว่างคนดูกับนักมวย แต่บ่อยครั้งที่เชือกกั้นนั้นก็ไม่มีความหมาย และคนดูสามารถเข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งเสมอในการแสดง (นักมวยมักจะลงจากเวทีลงไปรวมกลุ่มกับคนดู) อันเป็นลักษณะเดียวกับงานคาร์นิวัล และน่าสังเกตว่ากล้องโทรทัศน์จะไม่ค่อยแยกคนเล่น-คนดูออกจากกัน โดยจะจับภาพที่คนดูบ่อยครั้ง

(iii) ลักษณะการแสดงออกอย่างต่ำๆ (degradation) ในรายการมวยปล้ำจะมีการ "เล่นสกปรก" เป็นส่วนประกอบร่วมด้วยอยู่เสมอ เช่น เวลาที่มีฝ่ายหนึ่งเพลี่ยงพล้ำลงไป ตามกฎของกีฬาทั่วไป มักจะห้ามการซ้ำเติมผู้แพ้ แต่ในกีฬามวยปล้ำ ผู้ชนะจะเข้าไปซ้ำเติมผู้แพ้อย่างดู "ไม่มีน้ำใจนักกีฬา" (เช่น การจับโยนแรงๆ การกระทืบซ้ำ) ในกีฬามวยปล้ำผู้แพ้ก็เป็นเพียงก้อนเนื้อที่พูดไม่ได้ที่ผู้ชนะจะย่ำยีอย่างไรก็ได้

นอกจากนั้น ลักษณะต่ำ ๆ ในสายตาของกีฬาทั่วไปก็คือ การใช้ภาษาที่หยาบคาย เช่น การด่า การสบถ ฯลฯ นักมวยจะด่าทั้งคู่ต่อสู้ ด่าคนดู และด่ากรรมการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องห้ามในรายการกีฬา แต่ทว่าเป็นคุณลักษณะหนึ่งของมวยปล้ำ

จากคุณสมบัติทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จึงสรุปได้ว่า การที่ผู้ชมได้นั่งชมรายการมวยปล้ำทางโทรทัศน์นั้น ก็เป็นอารมณ์ความรู้สึกเดียวกับคนที่ได้ไปเข้าร่วมงานคาร์นิวัลนั่นเอง อันเป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เปิดช่องให้มีการใช้สื่อเพื่อต่อต้านกฎระเบียบของสังคมประเภทหนึ่ง

บทที่ 13
เพศสภาวะ (Gender) กับสื่อมวลชน

1. บทนำ
2. พัฒนาการของการต่อสู้ของสตรี
3. จุดร่วมและจุดต่างระหว่างสตรีนิยมกับวัฒนธรรมศึกษา
4. สำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยม
   - (4.1) สตรีนิยมแนวเสรีนิยม
   - (4.2) สตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์/สังคมนิยม
   - (4.3) สตรีนิยมแนวราดิกัล
   - (4.4) สตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่
5. แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนจากทัศนะของสตรีนิยม
   - (5.1) การศึกษาภาพลักษณ์/ภาพตัวแทน/สัญญะ
   - (5.2) การศึกษาประเภทของสื่อ
   - (5.3) การศึกษาผู้รับสาร
   - (5.4) การศึกษาผู้ผลิตสื่อมวลชน

บทที่ 13
เพศสภาวะ (gender) กับสื่อมวลชน

1. บทนำ

เพศสภาวะ (gender) นับเป็น "วัฒนธรรม" ที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด อย่างไรก็ตาม ในที่นี้จำเป็นต้องแยกความแตกต่างระหว่าง "เพศตามธรรมชาติ" (sex) กับ "เพศสภาวะ" (gender) ออกจากกันให้เห็นชัดเจน ในขณะที่ "เพศตามธรรมชาติ" นั้นเป็นลักษณะที่ติดตัวมาโดยธรรมชาติ ที่เห็นเด่นชัดที่สุดคือ การมีอวัยวะเพศที่บ่งบอกว่าบุคคลนั้นเป็นหญิงหรือชาย แต่ "เพศสภาวะ" นั้นเป็นลักษณะทางเพศที่เกิดจากการประกอบสร้างของสังคมและวัฒนธรรม (socially & culturally construct) ดังนั้นจึงแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัย ในวัฒนธรรมหนึ่ง ผู้หญิงอาจถูกกำหนดให้มีอุปนิสัยอ่อนแอ เจ้าอารมณ์ รักเด็ก ฯลฯ แต่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ผู้หญิงอาจถูกกำหนดให้แข็งแรง กล้าหาญ ชอบทำสงคราม (เช่น ผู้หญิงในเผ่าอะเมซอน) ในที่นี้ เราจะให้ความสนใจเรื่องเพศในแง่ "เพศสภาวะ" เท่านั้น

เนื่องจากเพศสภาวะมิใช่ลักษณะที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หากทว่าเกิดจากการประกอบสร้างของสังคมและวัฒนธรรมที่ดำเนินงานผ่านการทำงานของสถาบันและกลไกต่าง ๆ ของสังคม เริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว โรงเรียน ที่ทำงาน ศาสนา และสำหรับสังคมยุคใหม่ก็ย่อมรวมเอาสถาบันสื่อมวลชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง จากต้นกำเนิดที่เกิดจากการประกอบสร้างของสังคม วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเพศสภาวะจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ และจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาด้วยการกระทำของสถาบันทางสังคม/วัฒนธรรมนั่นเอง ในที่นี้ เราจะให้ความสนใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางวัฒนธรรมเช่นสื่อมวลชนกับลักษณะทางวัฒนธรรมเช่นเพศสภาวะ

เมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นทางวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรมย่อย ชาติพันธุ์ (race) กลุ่มอายุ วัฒนธรรมพื้นบ้าน ฯลฯ แล้ว ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "เพศสภาวะ" กับ "สื่อมวลชน" นับเป็นหัวข้อที่มีการศึกษามากที่สุด ทั้งนี้น่าจะเนื่องมาจากในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 นี้ มีกลุ่มขบวนการที่เรียกว่า "ขบวนการสิทธิสตรี" (Woman Movement) ที่ดำเนินการอย่างเข้มข้น รวมทั้งทิศทางการเคลื่อนไหวของขบวนการนี้ได้ให้ความสนใจในเรื่องบทบาทและศักยภาพของสื่อมวลชนเป็นพิเศษ ดังนั้น สำหรับเนื้อหาที่กล่าวถึงต่อไปนี้คงไม่สามารถที่จะนำเสนอแง่มุมต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องเพศสภาวะและสื่อมวลชนได้

อย่างครอบคลุมทั้งหมด แต่คงจะทำได้เพียงนำเสนอตัวอย่างแนวทางการศึกษาในประเด็นดังกล่าวนี้ สามารถจะศึกษาในหัวข้ออะไรได้บ้าง มีวิธีการเข้าสู่ปัญหา (Approach) อย่างไรเท่านั้น

ในตอนต้น ๆ เราได้กล่าวถึงความหลากหลายของสำนักศึกษาด้านสื่อมวลชนที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการศึกษาวิจัย ในด้านของการศึกษาเพศสภาวะก็เช่นเดียวกัน (จะกล่าวถึงรายละเอียดในตอนต่อไป) ความหลากหลายดังกล่าวจะเห็นได้ตั้งแต่การใช้คำว่า "สตรีศึกษา" (Women study) "เพศสภาวะศึกษา" (Gender study) หรือ "สตรีนิยม" (Feminist study) แต่ทว่าไม่ว่าจะมีความแตกต่างหลากหลายอย่างไร จุดร่วมสองประการของกลุ่มเหล่านี้ก็คือ การให้ความสนใจในเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิงกับชาย" และ "ความปรารถนาที่จะปรับปรุงความสัมพันธ์ดังกล่าวให้ดีขึ้น งดงามมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่" ลักษณะดังกล่าวทำให้แนวทางการศึกษาแบบ "สตรีนิยม" นี้ มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากแนวทางอื่น ๆ เช่น แนวเศรษฐศาสตร์การเมือง แนวหน้าที่นิยม ฯลฯ เนื่องจากในการศึกษาวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมนั้นจะใช้เกณฑ์ (categories) เรื่อง "เพศสภาวะ" เป็นกุญแจในการไขเข้าสู่ปัญหาต่าง ๆ

2. พัฒนาการของการต่อสู้ของสตรี

นักสตรีนิยม (Feminist) มักใช้แนวทางการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Approach) เป็นวิธีการหลักวิธีหนึ่งในการเข้าสู่ปัญหา โดยอาศัยวิธีการทางประวัติศาสตร์ งานศึกษาสตรีนิยมได้แสดงให้เห็นว่า ตลอดช่วงยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา ได้มีกระแสการต่อสู้และการต่อต้านการต่อสู้ของสตรีอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่ว่ากระแสการต่อสู้ของสตรีนั้นอาจจะไปอยู่ภายใต้ร่มธงของขบวนการอื่น ๆ หรืออาจจะแยกตัวออกมาเป็นอิสระอย่างชัดเจน (ดู Ollenburger & Moore, 1991)

ตัวอย่างเช่นในโลกตะวันตก ในช่วงระหว่างศตวรรษที่ 12-16 เมื่อมีการก่อตัวของชนชั้นกระฎุมพีและการขยายตัวของคริสตศาสนา ก็จะมีกระแสการตอบโต้เพื่อรักษาความเป็นอิสระทางศาสนาของผู้หญิง รวมทั้งรักษาองค์ความรู้ต่าง ๆ ของผู้หญิงที่ถูกระบุว่าเป็นผู้หญิงกลุ่ม "แม่มด" ดังนั้น ในช่วงนี้ กลุ่มชนชั้นกระฎุมพีและนักบวชในคริสตศาสนาจึงดำเนินการ "ล่าแม่มด" (witch-hunt) เพื่อปราบปรามผู้หญิงที่ไม่ยอมเข้ามาอยู่ในระบบพร้อมกับทำลายฐานความรู้ของผู้หญิงเพื่อสถาปนาองค์ความรู้แบบวิทยาศาสตร์ของผู้ชายขึ้นมาแทนที่

ในช่วงศตวรรษที่ 18 ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมที่ก่อตัวอย่างค่อนข้างจะเต็มรูปแบบแล้ว ได้สร้างระบบการแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์ (Sexual Division of Labour) ด้วยการสร้าง "ลัทธิแม่บ้าน" (Housewifization) ขึ้นมา (ดู Oakley, 1974) ผู้หญิงถูกกำหนดให้อยู่บ้านทำงานเป็นแม่บ้านอย่างเดียว โดยมีสามีที่เป็นคนงานออกไปทำงานในโรงงาน และหลังจากนั้นผู้หญิงก็ถูกระบบทุนนิยมปรนเปรอให้เกาะติดอยู่กับลัทธิบริโภคนิยม เนื่องจากผู้หญิงเป็นผู้ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเข้าบ้านเป็นประจำ พร้อมกันนั้นครอบครัวแบบใหม่ที่ประกอบด้วยพ่อ-แม่-ลูกที่แยกตัวออกมาจากชุมชน (แบบครอบครัวในชนบท) ที่เรียกว่า "ครอบครัวส่วนตัว" (private-family) ก็ถูกสร้างขึ้นมา โดยในชั้นแรกได้เริ่มจากในครอบครัวของชนชั้นกระฎุมพีก่อน ต่อมาก็ขยายลงไปถึงครอบครัวของชนชั้นคนงานด้วย กระบวนการทั้งหมดนี้ในสายตาของนักสตรีนิยมแล้วก็คือ กระบวนการทางสังคมในการควบคุมทั้งร่างกายของผู้หญิงและแรงงานของผู้หญิงให้อยู่ในที่ทาง (space) และทำกิจกรรม (activities) ตามที่สังคมต้องการ รวมทั้งตัดสายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มสตรี (Women Solidarity) ที่เคยมีอยู่ในสังคมชนบทให้หมดไปด้วย

ประวัติศาสตร์การต่อสู้ยุคใหม่ของสตรีในโลกตะวันตกเริ่มต้นขึ้นในครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เมื่อช่วงทศวรรษ 1960 เมื่อภาพลวงตาเกี่ยวกับลัทธิสังคมนิยมที่เน้นการต่อสู้ของชนชั้นคนงานทั่วโลกได้ถูกเปิดเผยโฉมหน้าที่แท้จริง ในช่วงทศวรรษที่ 1960 เป็นช่วงเวลาที่บรรดาผู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้นได้ล้มเลิกแนวทางที่ถือเอาชนชั้นคนงานเป็นกำลังหลักในการเปลี่ยนแปลงสังคม และได้นำเสนอขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ขบวนการนักศึกษา ขบวนการนิเวศวิทยา ขบวนการแสวงหาจิตวิญญาณ ขบวนการแสวงหาสันติภาพ ขบวนการสิทธิมนุษยชน รวมทั้งขบวนการสิทธิสตรี

กล่าวสำหรับขบวนการสิทธิสตรีในช่วงทศวรรษ 1960 หัวใจสำคัญของขบวนการนี้ก็คือการเรียกร้องโอกาสที่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงกับชาย สิทธิของสตรีและความเป็นอิสระของสตรี ข้อเรียกร้องสำคัญ ๆ ของขบวนการนี้ก็คือ

- ในแง่ขององค์ความรู้และภูมิปัญญา ผู้หญิงไม่ใช่เป็นเพียง "สิ่งที่ถูกศึกษา" (Object of knowledge) หากแต่ผู้หญิงยังมีฐานะเป็น "ผู้สร้างความรู้ด้วย" (Subject of knowledge)
- วิธีการแสวงหาความรู้ (Epistemology) ที่เรากำลังใช้อยู่นั้น มิใช่เป็นวิธีการที่เป็นกลางทางเพศ หากทว่าเป็น "วิธีการแบบผู้ชาย" วิธีการเช่นนี้ต้องถูกตั้งคำถามว่า สามารถครอบคลุมความรู้ของผู้หญิงได้หรือ และวิธีการแสวงหาความรู้แบบผู้หญิงหายไปไหน

- แนวทางที่เรียกว่า "สตรีนิยม" (Feminism) นั้น มิใช่เป็นเรื่อง "ของผู้หญิง" เท่านั้น แต่ทว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโยงใยระหว่าง "เพศสภาวะ" กับ "มิติทุกมิติ" ในสังคม
- ท่าทีของแนวทางสตรีนิยมไม่ใช่เป็นเพียงการเลือกระหว่างการ "ประณาม" หรือ "การยอมรับ" แนวคิดหรือผลิตกรรมทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในระบบสังคม ปัจจุบัน (ที่กลุ่มสตรีนิยมเรียกว่า "สังคมแบบพ่อเป็นใหญ่ - Patriarchal society) หากทว่าจะต้องลงมือทำงานกับผลิตกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านี้
- การเปลี่ยนแปลงของสตรีนิยมจะต้องทำทั้งเปลี่ยนแปลงสถาบันสังคมและการปฏิบัติที่มีอยู่ ในเวลาเดียวกันก็ต้องนำเสนอ "ทางเลือก" แบบใหม่ ๆ ด้วย ตัวอย่างที่สำคัญที่สุดก็คือการนำเสนอแนวคิดใหม่เกี่ยวกับความเข้าใจเรื่อง "การเมือง" ก่อนหน้านี้มีการแยกแยะว่า เรื่องการเมืองเป็นเรื่องส่วนรวม (politic is public) และเป็นเรื่องของผู้ชาย ส่วนเรื่องการบ้านนั้นเป็นเรื่องส่วนตัว (domestic is private-personal) และเป็นเรื่องของผู้หญิง แต่กลุ่มสตรีนิยมกลับเสนอว่า สำหรับผู้หญิงแล้ว "เรื่องส่วนตัวเป็นประเด็นทางการเมือง" (personal is politic) เพื่อทำลายความเชื่อที่ว่า เรื่องส่วนตัวของผู้หญิงเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง คำขวัญที่ว่า "เรื่องส่วนตัวเป็นประเด็นทางการเมือง" นั้น เรียกร้องให้ผู้หญิงทำการสำรวจชีวิตส่วนตัวของตัวเองด้วยสายตาและกรอบความคิดใหม่ ๆ ที่ว่า ณ ชีวิตส่วนตัวนี้แหละที่เป็นเวทีแห่งการต่อสู้อำนาจทางการเมืองที่สังคมกระทำต่อผู้หญิง เช่นเดียวกับการนำเสนอแนวคิดว่า "ร่างกายของผู้หญิงเป็นพื้นที่ทางการเมืองในการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจทางการเมืองเรื่องเพศในสังคม" เป็นต้น

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันสื่อมวลชน (ดู Jones & Jones, 1999) กระแสสตรีนิยมได้เริ่มเข้ามาโยงใยกับสื่อมวลชนในช่วงแรกคือ ทศวรรษที่ 1970 ในช่วงทศวรรษนี้แนวทางวิชาการที่ใช้มีลักษณะเป็น "สังคมวิทยาการสื่อสาร" (Media Sociology) ที่มักให้ความสนใจกับภาพของผู้หญิง/ผู้ชายที่ปรากฏในสื่อโดยใช้วิธีการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ (Quantitative Content Analysis) แม้ว่าผลการวิจัยส่วนใหญ่จะปรากฏว่ามีภาพของผู้หญิงน้อยกว่าผู้ชาย ภาพของผู้หญิงถูกนำเสนอในบทบาทที่จำกัดกว่า/มีอำนาจน้อยกว่าผู้ชาย แต่การวิจัยในช่วงแรกนี้ก็ยังไม่ค่อยก้าวไปถึงการตั้งคำถามว่า "ทำไมจึงเกิดปรากฏการณ์เช่นนี้ขึ้น" และปรากฏการณ์ในสื่อดังกล่าวเชื่อมโยงกับโครงสร้างของสังคมทั้งหมดอย่างไร

ในช่วงที่สองคือ ทศวรรษ 1980 แนวทางการศึกษาของสตรีนิยมในสื่อมวลชนเริ่มเคลื่อนย้ายจากสาขาสังคมวิทยาไปสู่สาขาจิตวิเคราะห์ โดยเริ่มให้ความสนใจกับเกณฑ์ด้านจิต

วิเคราะห์ เช่น "ความรื่นรมย์แบบสตรี" (women pleasure) การก่อรูปของอัตลักษณ์ (identity formation) ในช่วงนี้อาจถือได้ว่า "เป็นยุคทอง" ของกลุ่มสตรีนิยมเนื่องจากในแวดวงวิชาการทุกสาขาเริ่มมีการใช้แนวคิดเรื่อง "เพศสภาวะ" เป็นเกณฑ์ในการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวาง

ส่วนในทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ 20 นี้ กระแสสตรีนิยมที่ได้เริ่มสั่งสมมานานหลายทศวรรษแล้ว ก็ได้เริ่มชุมนุมประชันกัน รวมทั้งยังมีกระแสย่อยใหม่ ๆ ที่พัฒนาตัวเองมาโดยผนวกรวมกับการเคลื่อนไหวของแนวคิดอื่น ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง เช่น Existentialism Feminism หรือ Ecofeminism Post-modernist Feminism ฯลฯ ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ แนวทางวัฒนธรรมศึกษา (cultural study) กำลังอยู่ในกระแสความนิยม เช่น ผลงานของสำนักเบอร์มิงแฮมที่ได้กล่าวมาข้างต้น ภายในสำนักของเบอร์มิงแฮมก็มีนักวิชาการสายสตรีนิยมทำงานด้านการวิเคราะห์สื่อมวลชนโดยใช้แนวทางแบบวัฒนธรรมศึกษาในการศึกษาประเด็นเพศสภาวะเช่นเดียวกัน

ในท่ามกลางเส้นทางของการพัฒนาแนวคิดดังกล่าวนั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงภายในตัวแนวคิดเองอย่างชัดเจน แต่เดิมนั้น ความสนใจของกลุ่มสตรีนิยมมักจะมุ่งไปที่ตัว "ผู้หญิง" เป็นสำคัญ ที่เรียกว่า "Women study" โดยเลือกดูแต่ปัญหาและสาเหตุของปัญหาของผู้หญิงและหาทางออกสำหรับผู้หญิงเท่านั้น แต่ในขั้นต่อมา มุมมองของกลุ่มสตรีนิยมได้ขยายกว้างขวางขึ้นว่า จะมองแต่ "ตัวผู้หญิง" เท่านั้นไม่ได้ เพราะ**สาเหตุ**ของปัญหาของผู้หญิงนั้น ไม่ได้อยู่ที่ตัวผู้หญิงเท่านั้น หากแต่อยู่ที่ "ผู้ชาย" หรืออยู่ที่ "สังคม" ด้วย ดังนั้น การวิเคราะห์จึงต้องปรับมุมมองมาเป็น "การดู**ความสัมพันธ์**ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย" และ "ผู้หญิงกับสังคม" ที่เรียกว่า "Gender study"

3. จุดร่วมและจุดต่างระหว่างสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษา

ในที่นี้ เราจะพิจารณาจุดร่วมและข้อแตกต่างระหว่างสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาที่มีพอสังเขปดังนี้ (ดู Storey, 1993)

(i) จุดร่วมประการแรกระหว่างสองแนวทางศึกษาก็คือ ทั้งสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาต่างไม่ได้เป็นเพียง "งานวิชาการ" ที่อยู่ในแวดวงมหาวิทยาลัยเท่านั้น หากทว่ายังมีลักษณะ "เคลื่อนไหวทางการเมือง" ไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ ต้องเป็นงานวิชาการที่นำมาใช้เพื่อเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคม ดังนั้น ในการนี้ทั้งสองแนวทางต่างก็มีชะตากรรมร่วมกัน คือต้องต่อสู้ในทุกระดับและในทุกปริมณฑล ทั้งการสถาปนาตัวเองให้เป็นที่ยอมรับและมีสถานภาพทาง

วิชาการ ทั้งในแวดวงวิชาชีพและสถาบันการศึกษาโดยทั่วไป กล่าวสำหรับกลุ่มสตรีนิยมแล้ว ขบวนการนี้ยังต้องเผชิญหน้ากับกลยุทธ์การตอบโต้อีกหลาย ๆ แบบเช่น

- ลัทธิตัวแทน (Tokenism) ได้แก่ การยกตัวอย่างผู้หญิงบางคนที่ประสบความสำเร็จมาเป็นข้ออ้างว่ามีความเสมอภาคเท่าเทียมแล้วระหว่างหญิง/ชาย
- กลยุทธ์ "เติมผู้หญิงลงไปเล็กน้อยแล้วคนให้เข้ากัน" (Add women then stir) ได้แก่ การเพิ่มเติมเรื่องเกี่ยวกับผู้หญิงหรือเพิ่มจำนวนผู้หญิงอีกเล็กน้อยก็แก้ปัญหาเรื่องความไม่เสมอภาคได้แล้ว
- กลยุทธ์ cooptation (การประสานผลประโยชน์) หรือการทำให้เรื่องผู้หญิงเป็นเรื่องเล็ก (Marginalization)

(ii) จุดร่วมอีกประการหนึ่งระหว่าง 2 แนวทางศึกษาก็คือ เป้าหมายของการศึกษาในขณะที่วัฒนธรรมศึกษานั้นมีเป้าหมายที่จะสร้างคำอธิบายเกี่ยวกับ "ทฤษฎีวัฒนธรรม" (cultural theory) โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับ "อำนาจทางวัฒนธรรม" (cultural power) และการบริโภควัฒนธรรม (cultural consumption) โดยในระยะแรกแนวคิดหลักที่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาสนใจคือเรื่องอุดมการณ์ และในระยะหลังๆ ก็เริ่มสนใจเรื่องความรื่นรมย์ (pleasure) ความปรารถนา (desire) และจินตนาการ (fantasy)

สำหรับกลุ่มสตรีศึกษาโดยเฉพาะกลุ่มที่นักวิชาการสตรีที่เป็นกลุ่มย่อยอยู่ในสำนักเบอร์มิงแฮม (Women's Study Group) ที่เริ่มผลิตผลงานชิ้นแรกออกมาในปีค.ศ.1978 ในหนังสือชื่อ **"Women Take Issues"** (1978) ก็มีความสนใจในเรื่องการสร้าง/ผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม กลุ่มสตรีศึกษาได้เพิ่มเติมมุมมองว่า ในการศึกษาเรื่องการผลิตและผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมนั้น จะพิจารณาแต่**ปริมณฑลทางสาธารณะ** (public sphere) เท่านั้นไม่เพียงพอ แต่จะต้องให้ความสนใจกับกระบวนการนี้ใน**ปริมณฑลส่วนตัว** (personal sphere) ด้วย และเมื่อก้าวเข้ามาสู่ปริมณฑลส่วนตัวดังกล่าว คุณูปการที่สำคัญยิ่งของกลุ่มสตรีศึกษาก็คือ การนำประเด็นเรื่อง "เพศธรรม" (Sexuality) ให้เข้าสู่วงโคจรแห่งความสนใจของนักวิชาการ นักสตรีนิยมสนใจว่า อัตลักษณ์ทางเพศของผู้หญิงและผู้ชายถูกโครงสร้างวัฒนธรรมแต่ละที่ประกอบสร้างขึ้นมาอย่างไร รัฐเข้ามาควบคุมเรื่องเพศธรรมได้อย่างไร เรื่องเพศธรรมเกี่ยวข้องกับการพัฒนาของระบบทุนนิยมอย่างไร เป็นต้น

(iii) จุดร่วมที่สำคัญอีกประการหนึ่งของทั้งสองแนวทางก็คือ การมีบรรพบุรุษทางกระแสแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน คือแนวคิดมาร์กซิสม์โดยเฉพาะทฤษฎีวิพากษ์ ทฤษฎีโครงสร้างนิยม จิต

วิเคราะห์ของ Freud รวมทั้งแนวคิดเรื่อง "อำนาจ" ของ M. Foucault รวมทั้งวัตถุดิบ (material) ที่ใช้ศึกษาก็เป็นวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) เหมือนกัน เนื่องจากทั้งสองแนวทางต่างสนใจในเรื่องการประกอบสร้างและการต่อสู้แย่งชิงอำนาจในการให้คำนิยาม (War of definition) หรือสงครามช่วงชิงการให้ความหมาย (War of meaning) อย่างไรก็ตาม กลุ่มสตรีนิยมมีข้อติติงกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบด้วยนักวิชาการชาย) ว่า ในการศึกษาเรื่องอุดมการณ์หรือ hegemony นั้น นักวิชาการเหล่านี้มักจะมองไม่เห็นประเด็นเรื่องเพศสภาวะ (gender-blind) หรือมักมีความเข้าใจที่ผิดเพี้ยนว่า ต้องเป็นการบริโภควัฒนธรรมของ**ผู้หญิง**เท่านั้น จึงจะมีเรื่อง "เพศสภาวะ" ถ้าเป็นการบริโภควัฒนธรรมของ**ผู้ชาย**ก็ไม่ใช่เรื่องเพศสภาวะ เป็นต้น

4. สำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยม

การนำแนวทางสตรีนิยมมาประสานกับการวิเคราะห์สื่อ เราจะพบว่ามีความหลากหลายอย่างมาก ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นอกจากจะมีความหลากหลายจากฝ่ายสื่อศึกษาแล้ว ในด้านของสตรีนิยมเองก็มีความหลากหลายเช่นเดียว ดังที่จะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

แม้ว่าทุกกลุ่มสตรีนิยมจะมีความเห็นร่วมกันว่า ภายใต้สภาวะปัจจุบันของเรื่องเพศสภาวะนั้น ยังมีความไม่เสมอภาคเท่าเทียมและมีการเอารัดเอาเปรียบสตรีดำรงอยู่ แต่ทว่า ในการวิเคราะห์**สาเหตุ** (cause) และการ**นำเสนอทางออก** (solution) นั้น แต่ละกลุ่มจะเสนอแตกต่างกัน และในแต่ละกลุ่มที่หลากหลายนั้น หากเราใช้เกณฑ์ทางปรัชญามาจัดประเภทกลุ่มต่าง ๆ ของสตรีนิยม เราอาจจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (ดู Kaplan, 1992)

(ก) ปรัชญาแบบ Essentialism กลุ่มสตรีนิยมที่ใช้แนวทาง Essentialism คือกลุ่มที่มีความเชื่อเบื้องต้นว่า มีความแตกต่างในแง่สาระอย่างแท้จริงที่ดำรงอยู่ระหว่างแต่ละเพศ และทำให้คนแต่ละเพศมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิธีการมองโลก (ผู้หญิงชอบดูรายละเอียด ผู้ชายชอบดูภาพรวม) หรือคุณค่าแบบผู้หญิง/แบบผู้ชาย (ผู้หญิงชอบร่วมมือ/ผู้ชายชอบแข่งขัน) แต่ทว่าภายใต้สังคมระบบพ่อเป็นใหญ่ (Patriarchial society) สาระที่แท้จริงของผู้หญิงจะถูกซ่อนเร้นหรือถูกลดค่าลงไป

(ข) ปรัชญาแบบ Anti-essentialism แนวทางปรัชญานี้คือ การปฏิเสธปรัชญาแบบ Essentialism กล่าวคือ ไม่เชื่อว่ามีสาระที่แท้จริงดำรงอยู่ระหว่างเพศต่าง ๆ ทุกอย่าง รวมทั้ง "ความเป็นหญิง" และ "ความเป็นชาย" ล้วนแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาทั้งสิ้น

จากปรัชญาทั้ง 2 แบบนี้ ในที่นี้จะแบ่งแยกสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมโดยเฉพาะที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานด้านสื่อมวลชนออกเป็น 4 สำนักคิดใหญ่ ๆ คือ

(4.1) สตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism)

(4.2) สตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์/แนวสังคมนิยม (Marxist/Socialist Feminism)

(4.3) สตรีนิยมแนวราดิกัล (Radical Feminism)

(4.4) สตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modern Feminism)

(4.1) กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism)

(4.1.1) แนวคิดพื้นฐาน

ประวัติศาสตร์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมสามารถสืบย้อนถอยหลังได้ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 เมื่อเริ่มมีกระแสแนวคิดเรื่อง "เสรีนิยม" แนวคิดดังกล่าวแสดงออกเป็นรูปธรรมในช่วงการปฏิวัติฝรั่งเศส (ค.ศ.1789) ที่ให้กำเนิดแก่แนวคิดใหม่ ๆ 4 แนวคิดคือ ความก้าวหน้า (progress) พันธะที่เกิดจากการทำสัญญา (contract) ธรรมชาติ (nature) และเหตุผล (reason) ทั้งสี่แนวคิดนี้ได้เข้าแทนที่และทำลายล้างแนวคิดรวมทั้งสายสัมพันธ์ตามแบบประเพณี (traditional tie) เช่น ความสัมพันธ์แบบนาย/บ่าว (ดู Ollenburger & Moore, 1991)

แม้ว่านักปรัชญาด้านเสรีนิยมที่มีชื่อเสียงเช่น Rousseau จะเชื่อว่า มนุษย์ทุกคนเกิดมาอย่างรู้จักใช้เหตุผล แต่ทว่านักปรัชญาผู้ยิ่งใหญ่ทั้งหลายก็มักจะมีจุดบอดเรื่องสตรีนิยม เนื่องจาก Rousseau คิดว่าผู้หญิงนั้นเป็นมนุษย์ที่ไม่ค่อยรู้จักใช้เหตุผลเท่าใดนัก และนักสตรีนิยมแนวเสรีนิยมคนแรก ๆ เช่น Mary Wollstonecraft ได้ตอบโต้ว่า หากเรามองเห็นลักษณะด้อยทางปัญญาของผู้หญิงปรากฏอยู่จริง ๆ แล้ว นี้ก็มิใช่เป็นเพราะธรรมชาติของผู้หญิงเป็นเช่นนั้น หากแต่เป็นเพราะการขาดโอกาสทางการศึกษาต่างหาก (สาเหตุเรื่องการขาดโอกาสเป็นแนวทางการวิเคราะห์หลักของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม) นักปรัชญาที่สนับสนุนความเท่าเทียมของสตรีที่รู้จักดีอีกท่านหนึ่งในยุคนี้คือ John Stuart Mill และ Harriet Taylor (ต่อมาได้แต่งงานกับ J.S. Mill) ทั้งสองท่านนี้เน้นในเรื่องความสามารถของผู้หญิงที่เท่าเทียมกับผู้ชาย และวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงตกอยู่ในสถานะที่ด้อยกว่าว่าเกิดมาจากเงื่อนไขทางกฎหมายและจริยธรรม ดังนั้น ทางแก้ไขจึงเป็นไปตามสาเหตุที่วิเคราะห์ คือ ต้องแก้ไขกฎหมายในเรื่องสิทธิของสตรีในเรื่องทรัพย์สินและกฎหมายอื่น ๆ ในด้านจริยธรรมนั้น ต้องให้โอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมแก่ผู้หญิง และต้องเรียกร้องความเห็นใจจากผู้ชาย

กระแสการต่อสู้ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมนี้มีผลทำให้เกิดการให้สิทธิแก่สตรีในการศึกษาในระดับต่าง ๆ อย่างเสมอภาคกับบุรุษ รวมทั้งสิทธิในการออกเสียงทางการเมือง กระแสการต่อสู้ดังกล่าวยังคงต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 20 ทิศทางของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็เคลื่อนที่ออกไปอีกก้าวหนึ่ง

นักสตรีนิยมแนวเสรีนิยมรุ่นศตวรรษที่ 20 ที่รู้จักดีเช่น Betty Frieden (1963) ได้จุดประเด็นเกี่ยวกับความไม่เสมอภาคของสตรีในยุคสมัยใหม่หลังจากที่ต่อสู้จนชนะในหลักการเรื่อง "Equal work equal pay" และ "Equal right equal vote" มาแล้ว เนื่องจากในสังคมอเมริกันช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น ผู้หญิงอเมริกันจำนวนมากต้องทำงานเป็นแม่บ้าน ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาชีวิตอย่างมาก และอคติต่าง ๆ เกี่ยวกับเพศก็ยังคงดำรงอยู่ Frieden จึงเรียกร้องให้มีการขยายบทบาทจากเดิมที่ผู้หญิงจะเป็นเพียง

"แม่และเมีย" ออกไปให้กว้างขวางขึ้น กล่าวคือ เรียกร้องให้ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้าน และรณรงค์ให้มีการเปลี่ยนแปลงอคติต่าง ๆ ที่มีต่อผู้หญิงเช่น ความสามารถในการเป็นผู้นำ การรู้จักใช้เหตุผล ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์สาเหตุของการไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมนั้น จะอยู่ที่การ**ขาดโอกาส**ทั้งด้านการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านบทบาทและอื่น ๆ ดังนั้น หนทางแก้ไขจึงต้องเพิ่มโอกาส เพิ่มการศึกษา และเพิ่มบทบาทของผู้หญิงให้มากขึ้น แม้ว่าผลสำเร็จของขบวนการสตรีนิยมแนวเสรีนิยมจะมีปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน แต่ทว่าก็มีข้อวิจารณ์ต่อแนวทางสตรีนิยมแนวเสรีนิยม มีดังนี้คือ

- แนวทางการต่อสู้ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมนั้น เป็นวิธีการต่อสู้แบบชนชั้นกระฎุมพี คือเน้นสิทธิที่ผู้หญิงจะเข้าไปแข่งขันกับผู้ชาย (right to compete) แต่ทว่ายังขาดความสนใจปัญหาสตรีที่เชื่อมโยงกับระบบโครงสร้างสังคมทั้งหมด
- ในขณะที่เรียกร้องให้มีการเพิ่มบทบาทของผู้หญิงให้มากขึ้นนั้น ในด้านหนึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มภาระให้แก่ผู้หญิงเป็นสองเท่า (double day) ทำให้ผู้หญิงสมัยใหม่ตกอยู่ในสภาพ "งานหลวงไม่ได้ขาด งานราษฎร์ไม่ได้เว้น" โดยมีเทพนิยายเรื่อง "superwomen" (ผู้หญิงเก่ง) เป็นรางวัลปลอบใจ
- ทางออกของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมยังเน้นอยู่ที่ "ระดับเป็นรายบุคคล/ปัจเจกบุคคล" ซึ่งอาจจะประสบความสำเร็จเป็นกรณีเฉพาะราย หากทว่าจะไม่สามารถแก้ปัญหาของชนชั้นผู้หญิง (Women class) ทั้งชนชั้นได้

(4.1.2) ตัวอย่างการวิเคราะห์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม

ในการวิจัยด้านสื่อมวลชน นักสตรีนิยมสายเสรีนิยมจะใช้ "เกณฑ์การวิเคราะห์" ที่สำคัญ ๆ คือ เรื่องภาพแบบฉบับตายตัวในเรื่องบทบาททางเพศ (Sex-role stereotype) การสวมบทบาทที่เหมาะสมทางเพศ (Sex-appropriateness) ความสนใจ ทักษะ และการรับรู้ตนเองของคนแต่ละเพศเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ วิธีวิจัยด้านสื่อนั้นมักจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ ประเภทของสื่อที่สนใจมักจะเป็น "รายการ/สื่อสำหรับผู้หญิง" เช่น โฆษณา ละครโทรทัศน์ ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น งานของ Meehan (1983) เรื่อง "Lady of the Evening" ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รายการละครโทรทัศน์ในเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้

วิเคราะห์เชิงคุณภาพเป็นส่วนประกอบ เพื่อต้องการที่จะตอบคำถามว่า โทรทัศน์ได้นำเสนอภาพของผู้หญิงและชีวิตของผู้หญิงอย่างไร

- ในเชิงปริมาณ Meehan ได้ใช้วิธีการนับปริมาณตัวละคร/ความถี่ในการปรากฏตัวของตัวละครหญิง/ชาย ภูมิหลัง (อายุ/อาชีพ/บทบาทในละคร ฯลฯ)
- ในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดูการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิง/ชายกับอำนาจที่แสดงออก

ตัวอย่างงานวิจัยของ Meehan นี้เป็นแบบฉบับของงานวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมโดยทั่ว ๆ ไป และผลการวิจัยก็มักจะได้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า

- ภาพของผู้หญิงปรากฏในสื่อประเภทต่าง ๆ น้อยกว่าผู้ชาย
- ภาพของผู้หญิงจะถูกนำเสนอในบทบาทที่จำกัดอยู่เพียงไม่กี่แบบ เช่น เป็นแม่บ้าน เป็นแม่ เป็นเมีย เป็นวัตถุทางเพศ
- บริบทที่ผู้หญิงจะถูกนำเสนอนั้นจะเป็นบริบทส่วนตัว หรืออยู่ภายในบ้านเป็นส่วนมาก
- ในส่วนที่เกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจ ผู้หญิงจะถูกนำเสนออย่างเป็นรองและต้องพึ่งพาขึ้นต่อผู้ชายในทุกบริบท

การที่กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมสนใจการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงและผู้ชายในสื่อมวลชนอย่างมากนั้น เนื่องมาจากแนวคิดเบื้องหลังดังนี้คือ

- กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมใช้ทฤษฎีเรื่องการอบรมบ่มเพาะ (Socialization) ที่เกิดจากการทำงานของสถาบันทางสังคมที่มีคำอธิบายอยู่ 2 ชุดคือ

(i) Social Learning on Modelling ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่า บุคคลจะเกิดการเรียนรู้บทบาทและการกระทำจากการสังเกตตัวแบบที่มีอยู่ในสังคม เช่น จากบรรยากาศภายในครอบครัว และที่สำคัญคือจากจอโทรทัศน์ ดังนั้น หากบทบาทของผู้หญิงในโทรทัศน์มีอยู่อย่างจำกัด เด็กผู้หญิงก็จะเรียนรู้ว่า เพศของตนเองจะแสดงบทบาททางสังคมได้เพียง 3-4 อย่างคือ บทบาทที่กล่าวมาแล้ว และทำให้เด็กผู้หญิงขาด "ตัวแบบ" (Role Model) ที่จะเลียนแบบอย่างหลากหลาย

(ii) Social Learning by Reinforcement ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่า บุคคลจะเรียนรู้พฤติกรรมที่เหมาะสมโดยดูจากกระบวนการให้รางวัลและการลงโทษจากสังคมในจอโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในละครโทรทัศน์ที่มีการวางตัวละครหญิงให้เป็นนางเอกและนางผู้ร้าย ในขณะที่นางเอกจะเป็น "คนดี" ตามที่สังคมต้องการ และสังคมก็จะมอบ

"พระเอก" ให้เป็นรางวัล ในขณะที่นางผู้ร้ายซึ่งเป็น "ผู้หญิงที่ไม่ยอมทำตามความต้องการของสังคม" ก็จะถูกลงโทษต่าง ๆ นานา (เป็นบ้า สิ้นเนื้อประดาตัว เสียตัวให้ผู้ร้าย ฯลฯ) คุณลักษณะการทำตัวเป็นคนดีของนางเอกนั้นก็คือ การสอนให้ผู้หญิงเป็น "คนที่เห็นแก่ผู้อื่น" ในโลกที่เห็นแก่ตัว เป็นคนดีที่เสียสละในโลกแห่งการเอาเปรียบ และเป็นผู้ที่อุทิศตนในโลกที่ทุกคนเอาแต่ตัวเองเป็นหลัก

● แนวทางการวิเคราะห์อีกอย่างหนึ่งของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม ก็คือ การนำเอาภาพลักษณ์ในสื่อไปเปรียบเทียบกับโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งผลการวิจัยมักจะพบว่าภาพลักษณ์ของผู้หญิงในจอโทรทัศน์มักจะไม่ได้สะท้อนสภาวะที่เป็นจริงของผู้หญิงในโลกปัจจุบัน ดังนั้นจึงมีข้อเรียกร้องให้สื่อปรับภาพดังกล่าวให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

ยุทธศาสตร์ที่กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีมากที่สุดและมีอิทธิพลมากที่สุดในบรรดาสตรีนิยมกลุ่มต่างๆ) ได้นำเสนอในการทำงานกับสื่อมวลชนก็มี เช่น

◆ต้องจัดวิชาการสอนเกี่ยวกับ "สตรีศึกษา" ให้แก่บุคคลที่อยู่ในสถาบันต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย โรงเรียน โดยผนวกเอาเรื่องสื่อกับสตรีเข้าเป็นส่วนหนึ่ง

◆ต้องจัดการฝึกอบรมให้แก่ผู้ที่ทำงานอยู่กับสื่อมวลชนโดยตรงเพื่อให้เกิดจิตสำนึกที่เสมอภาคทางเพศ และมีความเข้าใจในเรื่องเพศสภาวะ

◆ต้องกระจายข่าวสารด้านการจัดตั้งเครือข่ายเพื่อป้อนข้อมูลเสริมให้แก่สื่อมวลชน

◆ต้องรณรงค์ให้ผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้าน และเรียกร้องให้ผู้ชายเข้าไปช่วยงานบ้าน พร้อมกันนี้ก็ต่อสู้ด้านกฎหมายหรือด้านสังคมอื่น ๆ เพื่อสร้างเงื่อนไขให้รองรับการแบ่งงานกันทำดังกล่าว

(4.2) กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์

(4.2.1) พัฒนาการของแนวคิด

สตรีนิยมกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มมาร์กซิสต์ โดยพยายามประสานแนวคิดหลักของมาร์กซิสต์ที่ใช้เกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" มาประสานกับเกณฑ์ของสตรีนิยมคือ "เพศสภาวะ" อย่างไรก็ตาม เนื่องจากภายในกลุ่มมาร์กซิสต์เองก็มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดตลอดเวลา ดังนั้นกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์จึงแปรเปลี่ยนตามไปด้วย

- **ยุคแรก** การวิเคราะห์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ในยุคแรกนี้ยังคงถือเอาแนวทางการอธิบายแบบ Classical Marxism ที่เน้นเรื่องกรรมสิทธิส่วนบุคคล (private property) ว่าเป็นสาเหตุของการเกิดชนชั้น (class) และการเอารัดเอาเปรียบทางชนชั้น การวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะยึดเอาคำอธิบายของ Engels ที่กล่าวว่า ทรัพย์สินประเภทแรกที่กลุ่มผู้ปกครองยึดเอามาเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลก็คือผู้หญิงและเด็กนี่เอง ดังนั้น การเอาเปรียบและกดขี่สตรีจึงเป็นการเอาเปรียบรูปแบบแรกและพื้นฐานที่สุดของมนุษย์กระทำต่อมนุษย์ด้วยกัน

สำหรับในระบบทุนนิยม การเอาเปรียบสตรีนั้นกระทำในหลายรูปแบบ เช่น การเอาเปรียบผู้หญิงในฐานะแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมด้วยการกดค่าจ้างแรงงาน (เช่น อุตสาหกรรมทอผ้า) หรือการทำให้ผู้หญิงเป็นเพียงแรงงานสำรอง (reserved army labour) ที่จะต้องถูกปลดออกจากงานเป็นพวกแรก การจ้างให้ผู้หญิงทำงานเป็นรายชิ้นอยู่ที่บ้าน ฯลฯ นอกจากนั้นก็เอาเปรียบผู้หญิงที่ทำงานเป็นแม่บ้านโดยการไม่จ่ายค่าแรงให้แก่แรงงานเหล่านี้

ในช่วงแรก ๆ กลุ่มมาร์กซิสต์ยังให้ความสนใจน้อยมากที่จะวิเคราะห์ลักษณะงานบ้านซึ่งเป็นงานที่ผู้หญิงทำอยู่เนื่องจากมีคติว่า "งานบ้านเป็นงานที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าส่วนเกิน" อย่างไรก็ตาม นักสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์รุ่นหลัง ๆ เช่น Marie Mies (1986) ได้เสนอให้กลุ่มมาร์กซิสต์ให้ความสนใจมากขึ้นกับระบบการผลิตที่ยังไม่ได้เป็นทุนนิยมแต่ถูกทุนนิยมขูดรีด เช่น การผลิตแบบชาวนาและการผลิตของผู้หญิง Mies ได้วิจัยกรณีที่ระบบทุนนิยมขยายตัวเข้าไปในอินเดียที่ยังเป็นระบบเกษตรกรรม ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผู้หญิงก็คือ การแยกผู้หญิงออกจากปัจจัยการผลิต เช่น ที่ดิน เนื่องจากกฎหมายใหม่ที่ให้ผู้ชายเป็นหัวหน้าครอบครัว การจัดตั้งองค์กรของผู้หญิงหายไป การดึงผู้หญิงหลุดออกจากครอบครัวไปทำงานในเมือง ฯลฯ กลไกทั้งหมดนี้ส่งผลร่วมประการเดียวคือ ทำให้อำนาจของผู้หญิงมีน้อยลงและสภาพชีวิตของผู้หญิงเสื่อมโทรมลง

เนื่องจากการวิเคราะห์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ยุคแรก ๆ นี้ยังวางน้ำหนักอยู่ที่ระบบทุนนิยมเป็นหลัก และประเด็นเพศสภาวะเป็นตัวเสริม ดังนั้น ข้อเสนอในการแก้ปัญหาจึงมักเสนอให้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างระบบทุนนิยมเสียก่อน แล้วปัญหาการเอารัดเอาเปรียบสตรีจึงจะแก้ไขได้

- **ยุคสอง** การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคที่สองนี้ก็คือ ให้น้ำหนักระหว่างการเอาเปรียบทางชนชั้น (ระบบทุนนิยม) และการเอาเปรียบสตรี (ระบบพ่อเป็นใหญ่) อย่างมี

ความสำคัญเสมอกัน และให้คำอธิบายว่าระบบทั้งสองทำงานประสานกันได้อย่างไร เช่น งานของ J. Mitchell (1971) ในหนังสือชื่อ "Women Estate" หรือ Hartmann (1981) ที่เสนอว่าระบบพ่อเป็นใหญ่ก็คือระบบที่ใช้ "เพศ" เป็นเกณฑ์ในการแบ่งงานกันทำ (Sexual Division of Labour) แม้แต่สถาบันเช่นครอบครัวนั้นก็ทำงานเป็นกลไกในการควบคุมแรงงานผู้หญิงในระบบทุนนิยม Jagger (อ้างใน Ollenburger, 1991) นำเอาแนวคิดเรื่อง "ความแปลกแยก" (alienation) มาอธิบายว่า ในขณะที่คนงานแปลกแยกจากสภาวะการทำงานและผลผลิตของตนเอง ผู้หญิงก็ถูกสร้างความรู้สึกแปลกแยกจากร่างกายของตนเอง แปลกแยกจากการให้กำเนิดลูก (เพราะหมอเป็นคนสั่งให้คลอดมากกว่าความตั้งใจของผู้หญิงเอง) รวมทั้งแปลกแยกจากกิจกรรมที่ต้องใช้ปัญญาทั้งหลาย เป็นต้น

- **ยุคสาม** เมื่อกลุ่มมาร์กซิสต์ได้พัฒนาจากแบบ classic ที่เน้นเรื่องเศรษฐกิจมาเป็นกลุ่ม Neo-Marxist ที่ให้ความสนใจกับปัญหาเรื่องอุดมการณ์และจิตสำนึกมากขึ้น เช่น งานของ Gramsci หรือ Althusser (ดูรายละเอียดข้างหน้า) กลุ่มสตรีนิยมที่รวมตัวอยู่ในสายมาร์กซิสต์จึงได้พัฒนาแนวคิดตามมาเช่นกัน โดยนำเอาเกณฑ์เรื่อง "เพศสภาวะ" มาประสานกับแนวคิดเรื่องอุดมการณ์และจิตสำนึก เพื่อแสวงหาคำอธิบายว่า จิตสำนึกและอุดมการณ์ทางเพศนั้นถูกสร้างผ่านกลไกภาษาและจินตนาการได้อย่างไร (โดยเฉพาะในเรื่องของสัญญะและความหมาย) หรือแนวคิดเรื่องกลไกทางอุดมการณ์ที่ทำหน้าที่ "เรียก" (interpellate) อัตลักษณ์ของผู้หญิงให้เกิดขึ้น ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่องงานรณรงค์โฆษณาเปรียบเทียบ "การเรียกอัตลักษณ์" ของผู้หญิงอเมริกันในช่วงก่อน/ช่วงมีสงครามและหลังสงคราม ในช่วงก่อนสงคราม สื่อมวลชนจะเรียกผู้หญิงให้เป็นแม่บ้านและภรรยาที่ดีเพื่อทำงานบ้าน แต่ในช่วงสงคราม สื่อมวลชนก็จะนำเสนอภาพของผู้หญิงที่ทำหน้าที่เป็นนักบิน ทำงานเป็นวิศวกรในโรงงาน ฯลฯ และหลังจากสงครามสงบแล้ว สื่อมวลชนก็กวักมือเรียกให้ผู้หญิงกลับบ้านไปทำครัวเลี้ยงลูกเช่นเดิม เป็นต้น

(4.2.2) ตัวอย่างงานศึกษา

ในการประยุกต์แนวคิดสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์มาใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนนั้น มีตัวอย่างงานของ Lillian Robinson ในบทความชื่อ "What's my line" (1976) Robinson ทำการวิเคราะห์ภาพของผู้หญิงคนงานที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ และพบว่าผู้หญิงคนงานในโทรทัศน์นั้นมักจะถูกนำเสนอแต่ "บทบาททางเพศ" เช่น สนใจแต่เรื่องรักๆใคร่ๆ ความสวยงาม การเที่ยวเตร่ มีชีวิตวุ่นวายอยู่เรื่องเพื่อนชาย ฯลฯ แต่เมื่อนำเอาภาพ

ดังกล่าวไปถามคนงานหญิงตัวจริง ก็จะได้คำตอบว่า ภาพดังกล่าวเป็นเพียงส่วนเสี้ยวเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้ว ผู้หญิงคนงานยังมีชีวิตที่ต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องเจ้านาย ปัญหาเครื่องจักร การคิดค่าแรง การจัดการการเงินของตัวเอง ฯลฯ ซึ่งมิใช่เป็นเพียงแค่บทบาททางเพศเท่านั้น แต่คำถามก็คือ เพราะเหตุใดจึงมีการนำเสนอภาพที่บิดเบี้ยวดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัยได้ให้คำตอบว่า การสร้างภาพผู้หญิงคนงานที่มีแต่ "บทบาททางเพศ" นั้น เป็นกลไกการทำงานด้านอุดมการณ์ที่สร้าง "สัญญะทางอัตลักษณ์" ของผู้หญิงคนงานให้อยู่กับความต้อยต่ำและยอมรับความต้อยต่ำดังกล่าว

ข้อเสนอในการแก้ปัญหาของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์รุ่นหลัง ๆ จึงเป็นเรื่องการต่อสู้ด้านอุดมการณ์และจิตสำนึกทางเพศ การใช้กลไกต่าง ๆ ของสังคมในการถอดถอนความหมายเก่าที่เกี่ยวกับ "ผู้หญิง" "ผู้ชาย" และการให้ความหมายใหม่ในเรื่อง "เพศสภาวะ" ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่อง "G.I. Jane" ที่ให้ความหมายว่า "ผู้หญิงคือความแข็งแกร่งบึกบึนอดทน" เป็นต้น

(4.3) สตรีนิยมแนวราดิกัล

(4.3.1) แนวคิดพื้นฐาน

เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มสตรีนิยมทุก ๆ กลุ่มแล้ว กลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลเป็นกลุ่มที่ปฏิเสธระบบชายเป็นใหญ่อย่างสุดขั้วมากที่สุด โดยนำเสนอการวิเคราะห์ว่า สังคมที่มนุษยชาติมีอยู่นั้นเป็นสังคมพ่อเป็นใหญ่ (Patriarchial society) ที่มีลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้คือ

- ในทางประวัติศาสตร์ ผู้หญิงเป็นคนกลุ่มแรกที่ถูกเอาเปรียบ
- การเอาเปรียบผู้หญิงทั้งโดยตรงและทางอ้อม มีอยู่ในสังคมทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสังคมบุพกาล สังคมชาวนา สังคมทุนนิยมหรือสังคมนิยม
- การเอาเปรียบผู้หญิงเป็นรูปแบบที่ถอดถอนยากที่สุด แม้จะยกเลิกระบบชนชั้นไปแล้วเช่น ประเทศคอมมิวนิสต์ แต่การเอาเปรียบผู้หญิงก็ยังดำรงอยู่
- ระบบสังคมพ่อเป็นใหญ่สร้างความทุกข์ยากอย่างมหาศาลให้แก่ผู้หญิง แต่ผู้หญิงอาจจะไม่รู้ตัวเนื่องจากการถูกครอบงำมาเป็นช่วงเวลายาวในประวัติศาสตร์
- ถ้าเราเข้าใจการเอาเปรียบผู้หญิง จะช่วยให้เข้าใจการเอาเปรียบในรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องชนชั้น เชื้อชาติ อายุ ฯลฯ

ในงานของ S. Firestone เรื่อง "The Dialectics of Sex (1970) ผู้เขียนได้วิเคราะห์แก่นความคิดในการเอาเปรียบผู้หญิงว่า มาจากข้ออ้างทางชีวภาพที่ว่า ผู้หญิงเป็นผู้ตั้งท้องและออกลูก ดังนั้น จึงต้องเลี้ยงลูกและทำงานบ้านโดยพึ่งพาสามี ดังนั้น Firestone จึงเสนอให้มีการปฏิวัติทางด้านความคิดหรือการปฏิวัติทางชีวภาพดังกล่าว

เอกลักษณ์พิเศษของกลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลก็คือ การปฏิเสธ "ทั้งในแง่สัญลักษณ์ของระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นของผู้ชาย" (Male symbolic order)" รวมทั้งการปฏิเสธในแง่ความเป็นจริงด้วย เช่น การรักผู้หญิงด้วยกันเอง ที่มาของการปฏิเสธดังกล่าวสืบเนื่องมาจากแนวคิดพื้นฐานที่ว่า "นอกจากผู้หญิงจะแตกต่างจากผู้ชาย" แล้ว "ผู้หญิงยังดีกว่าผู้ชายในทุกๆด้าน" ตัวอย่างเช่นแนวคิดของกลุ่มราดิกัลที่เรียกว่าสตรีนิยมแนววัฒนธรรมนิยม (Cultural Feminism) ที่เสนอว่า "ความเป็นหญิง (femininity) เป็นรูปแบบพฤติกรรมที่พึงปรารถนา" เนื่องจากทั้งด้านภูมิปัญญาและจริยธรรมแบบผู้หญิงนั้นเหนือกว่าแบบผู้ชาย ตัวอย่างเช่น Jessie Bernard (1987) อธิบายโลกแบบผู้หญิงว่า จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- เป็นระบบที่เน้นความสัมพันธ์อันอบอุ่นแบบเครือญาติ
- เน้นคุณค่าเรื่องความรักและการทำตามหน้าที่
- สนใจคนทั้งอารมณ์ความรู้สึกและสติปัญญา
- ให้ความสัมพันธ์กับคนมากกว่าสิ่งอื่น ๆ

เป็นต้น

สำหรับแนวคิดหลักอีกแนวคิดหนึ่งที่กลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ก็คือ เรื่อง "ความรุนแรง" เนื่องจากระบบพ่อเป็นใหญ่นั้นควบคุมผู้หญิงด้วยการใช้ความรุนแรง นิยามของ "การใช้ความรุนแรง" นั้นครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวาง ตั้งแต่การใช้ความรุนแรงทางกายภาพ ทางวาจา (ภาษา) ทางจริยธรรม และทางภูมิปัญญา แก่นหัวใจที่สำคัญที่สุดในการใช้ความรุนแรงควบคุมผู้หญิงก็คือการห้ามมิให้ผู้หญิงควบคุมแม้แต่ร่างกายของตนเอง โดยถือว่าร่างกายผู้หญิงเป็นสิ่งของสำหรับผู้ชายที่จะใช้ตบตี ใช้ลูบคลำ (แม้ผู้หญิงจะไม่ยินยอม) ใช้โลมเลียด้วยสายตา ใช้ล่วงละเมิดทางเพศ (ข่มขืน) ใช้ห้ามมิให้ทำแท้ง ใช้ออกคำสั่งให้อ้วนผอมตามมาตรฐานของผู้ชาย การกักบริเวณ การสั่งให้ถอดเสื้อผ้า (กรณีถ่ายรูปโป๊) ฯลฯ การใช้ความรุนแรงดังกล่าวไม่มีผู้หญิงคนใดหลุดหนีรอดพ้นการใช้ความรุนแรงแบบใดแบบหนึ่งไปได้ และทุกสถาบันรวมทั้งสื่อมวลชนล้วนมีส่วนร่วมในการใช้ความรุนแรงดังกล่าว

หัวใจสำคัญอีกดวงหนึ่งของระบบพ่อเป็นใหญ่ก็คือ การบังคับให้ผู้หญิง (รวมทั้งผู้ชาย) มีความสัมพันธ์กับเพศตรงกันข้ามเท่านั้น (heterosexual) และต้องสร้างครอบครัวแบบพ่อ(ชาย)-แม่(หญิง)-ลูกเท่านั้น ทั้ง ๆ ที่ครอบครัวแบบดังกล่าวสร้างความทุกข์ระทมให้กับผู้หญิงอย่างแสนสาหัส แต่ผู้หญิงก็ถูกครอบงำให้เชื่อว่า มีแต่รูปแบบครอบครัวเช่นนี้เท่านั้นที่เป็นปกติธรรมดา ครอบครัวแบบอื่น ๆ (เช่น หญิงรักหญิง ชายรักชาย) ล้วนแต่ผิดปกติวิปลาส แม้ว่างานวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลได้ยืนยันให้เห็นด้านมืดของครอบครัวในระบบพ่อเป็นใหญ่ แต่ทว่าในสังคมส่วนใหญ่ก็ยังมีผู้ที่เชื่อมั่นในครอบครัวแบบเพศตรงกันข้ามอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเท่ากับเป็นฐานค้ำจุนระบบพ่อเป็นใหญ่ไปโดยปริยาย

ดังนั้น ข้อเสนอของกลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลจึงเป็นการชูประเด็นเรื่อง "เสรีภาพอย่างแท้จริงในการเลือกรสนิยมทางเพศ" (Sex Preference) สำหรับกลุ่มที่ปฏิเสธผู้ชายก็ได้ก่อตั้งขบวนการแบ่งแยกดินแดนทางเพศ โดยหันไปรักผู้หญิงกันเอง (Lesbian Separatism) โดยถือว่าเป็นรูปแบบความรักที่แท้จริงกว่า และเหนือกว่าความรักระหว่างชายกับหญิง

(4.3.2) ตัวอย่างงานศึกษา

สำหรับงานวิจัยด้านสื่อมวลชนของกลุ่มสตรีนิยมแนวราดิกัลนั้น ไม่ค่อยปรากฏมากนัก ตัวอย่างเช่น งานของ Carol Aschur เรื่อง “Daytime TV." (1976) ที่วิเคราะห์ให้เห็นวิธีการที่สื่อมวลชนเล่าเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างต่างเพศว่าเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาและครอบครัวเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้หญิง Aschur กล่าวว่า ในทุกรายการของโทรทัศน์ได้พยายามซ่อนเร้นคุณค่า คุณลักษณะที่เหนือกว่าของผู้หญิงเอาไว้ เช่น ในรายการเกมโชว์ ผู้หญิงจะถูกทำให้ดูโง่เง่ากว่าผู้ชาย ในละครโทรทัศน์ทุกเรื่องจะพร่ำสอนผู้หญิงว่า ครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญอันจะขาดเสียมิได้ในชีวิตผู้หญิง ผู้หญิงจะมีชีวิตอยู่ต่อไปไม่ได้ถ้าขาดครอบครัวแบบหญิง-ชายหรือครอบครัวแบบพ่อเป็นใหญ่ ซึ่งอันที่จริงแล้ว ชีวิตของผู้หญิงจะดีขึ้น จะเป็นอิสระมากขึ้น มีความสุขมากขึ้น หากหลุดพ้นไปจากครอบครัวในระบบพ่อเป็นใหญ่เสียได้

(4.4) กลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modern Feminism) (เรียกย่อ ๆว่า PoMo)

(4.4.1) แนวคิดพื้นฐาน

กระแสความคิดของกลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ (pomo) นั้น นอกจากจะได้รับอิทธิพลจากกระแสแนวคิดของยุคหลังสมัยใหม่ในช่วง 3 ทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษนี้แล้ว ที่มาเฉพาะทางของกลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ก็ยังมีทิศทางมาจาก 3 แหล่งคือ

(i) แนวคิด "เพศที่สอง" ของ Simone de Beauvoir (1972) Beauvoir ได้ใช้ปรัชญาแบบ Existentialism มาอธิบายเรื่องการที่สังคมได้สถาปนาปัจเจกบุคคลให้เกิด "ตัวตน" (self) ที่แยกออกจาก "ผู้อื่น" (other) แต่ทว่าภายใต้สังคมที่มีความไม่เท่าเทียมทางเพศดำรงอยู่นั้น คงมีแต่ผู้ชายเท่านั้นที่ได้สถาปนา "ความเป็นตัวตน" แต่ผู้หญิงนั้นจะมีสถานภาพเป็นรองที่เป็นได้เพียง "ผู้อื่น" เท่านั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ชายสามารถจะสถาปนาตัวตนเองให้เป็น "ประธานาธิบดี" แต่ผู้หญิงจะเป็นได้เพียง "ภรรยาประธานาธิบดี" เท่านั้น ผู้หญิงเป็นผู้ที่ยืนอยู่เคียงข้างแต่ไม่เคยยืนอยู่ตรงกลาง ดังชื่อหนังสือของ Beauvoir ที่กล่าวว่า "ผู้หญิงเป็นเพียงเพศที่สอง"

นอกจากนั้น แนวคิดที่สำคัญมากอีกแนวคิดหนึ่งก็คือ คำกล่าวของ Beauvoir ที่ว่า "เราไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง หากทว่าได้**มากลาย**ในชั้นหลัง" อันสอดคล้องกับแนวคิดของ PoMo ที่ว่า "ไม่มีอะไรที่เป็นผู้หญิงตามธรรมชาติ" มีแต่การนิยามว่า "จะให้ผู้หญิงเป็นอะไรเท่านั้น" "ความเป็นผู้หญิงล้วนเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา"

(ii) จากรวมศูนย์สู่การกระจายตัว กลางปี 1980 กลุ่มสตรีนิยมถูกโจมตีว่า บรรดาผู้หญิงที่กลุ่มกล่าวถึงนั้น ล้วนแล้วแต่ยังจำกัดแวดวงอยู่ในผู้หญิงผิวขาว/ชนชั้นกลาง/และเป็นตะวันตกเท่านั้น แต่ทว่าได้นำเอาแนวคิดจากกลุ่มผู้หญิงเฉพาะดังกล่าวนั้นออกไปอ้างอิงครอบคลุมผู้หญิงผิวสีอื่น ๆ ชนชั้นอื่น ๆ และชนชาติอื่น ๆ ทั้งหมด ดังนั้น แนวคิดระบบ PoMo ที่เชื่อเรื่องความหลากหลาย จึงเสนอว่า กลุ่มสตรีนิยมจะนำเสนอเรื่องผู้หญิงแบบ "เป็นอย่างเดียวกันหมด" ไม่ได้ แต่ต้องกระจายตัวให้เห็นผู้หญิงที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป และต้องผนวกเกณฑ์อื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องเพศเข้ามาวิเคราะห์ร่วมด้วย

(iii) จาก Passive audience สู่ active audience ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายความคิดจากทฤษฎีผลกระทบ (Impact Theory) ที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อและเชื่อว่า ผู้รับสารจะถูกครอบงำจากสื่อเนื่องจากเปิดรับสื่ออย่าง passive นั้น ในช่วง 1970 ได้มีการนำเสนอแนวคิดใหม่เกี่ยวกับผู้รับสารว่า ในความเป็นจริง ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่ออย่าง active และในขั้นต่อมา ผลงานของกลุ่ม

วัฒนธรรมศึกษาได้เสนอว่า เนื่องจากใน "ตัวบท" เองก็มีความหมายที่หลากหลายบรรจุอยู่ (polysemy) ดังนั้น ผู้รับสารจึงสามารถเลือกเปิดรับและเลือกตีความได้

แต่ทว่าเมื่อพิจารณาดูแนวทางของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมที่ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ แล้วสรุปว่ามีเนื้อหาที่เป็นพิษภัยต่อผู้รับสารและเชื่อว่าผู้รับสารโดยเฉพาะสตรีจะได้รับผลกระทบดังกล่าว ซึ่งก็เท่ากับว่า กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมยังคงเชื่อใน Impact Theory นั่นเอง คำถามก็คือ นักสตรีนิยมในกลุ่มเสรีนิยมนี้ต่างก็เปิดรับสื่อเหล่านี้ไม่ต่างจากผู้หญิงคนอื่น ๆ ในสังคม แล้วนักสตรีนิยมหลุดรอดจากการถูกครอบงำ (จนกลายมาเป็น Feminist) มาได้อย่างไร

ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า กลุ่ม PoMo ไม่สนใจรวมทั้งไม่เชื่อว่ามีอะไรที่เป็น "ความเป็นจริง" (reality) เพราะความเป็นจริงล้วนเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจาก "การให้คำนิยาม" "การให้ความหมาย" แก่สิ่งต่าง ๆ ดังนั้น แนวทางการวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนว PoMo จึงสนใจ "การให้นิยามและการให้ความหมาย" ที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาวะ ตัวอย่างที่น่าสนใจคือ การให้คำนิยาม "ความเป็นหญิง" และ "เพศธรรม" (Sexuality)

(4.4.2) ตัวอย่างงานศึกษา

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ A. McRobbie (1996) และ J. Winship (1987) ที่แสดงให้เห็นว่าบรรดาผลิตกรรมของวัฒนธรรมประชานิยมที่เป็นสื่อมวลชน เช่น นิตยสารผู้หญิงได้มีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม (personal & social identity) หรือการให้คำนิยามแก่ "ความเป็นหญิง" (femininity) แก่ผู้หญิงได้อย่างไร เช่น McRobbie ศึกษานิตยสารสำหรับวัยรุ่นชื่อ **Jackie** ในด้านหนึ่ง นิตยสารฉบับนี้ได้มุ่งเน้นให้สาววัยรุ่นสนใจแต่ความรักและเพื่อนชายโดยไม่แยแสกับสังคมและความเป็นอิสระของตัวเอง แต่ในอีกด้านหนึ่ง **Jackie** ก็มีลักษณะร่วมกับวัฒนธรรมประชานิยมโดยทั่วไป คือมีลักษณะล้อเลียนหรือหยามหยันบรรดาบรรทัดฐานต่าง ๆ ของสังคม มีการละเมิดกฎระเบียบต่าง ๆ โดยเฉพาะบรรดาข้อห้ามทางเพศ ฯลฯ ดังนั้น เมื่อวัยรุ่นหญิงอ่านนิตยสารเล่มนี้ พวกเธอจึงอาจไม่ได้อ่านแต่เรื่องรักและเพื่อนชายเท่านั้น หากแต่ได้ความรื่นรมย์จากลักษณะกบฏทางต่อสังคมมากกว่า

แนวคิดที่เป็นหัวใจสำคัญอีกอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมก็คือเรื่อง "เพศ" วาทกรรมที่เกี่ยวกับ "เพศ" ที่มีแพร่หลายอยู่ในสังคมและล้วนประชันขันแข่งแย่งตลาดผู้รับนั้นมาจากหลาย ๆ แห่ง วาทกรรมทางศาสนาจะบอกว่า เพศเป็นเรื่องศักดิ์สิทธิ์ ส่วนจิตวิเคราะห์ก็จะบอกว่าเพศเป็นแหล่งพลังอำนาจของมนุษย์ บรรทัดฐานของวัฒนธรรมวิกตอเรียนจะ

บอกว่าเพศเป็นเรื่องต้องห้าม บางวาทกรรมก็กล่าวว่าเพศเป็นเรื่องลึกลับ (magic) ในภาคปฏิบัติ อาจจะมีคำสั่งสอนหญิงสาวจากพ่อแม่ว่า ถ้าหากเป็นผู้ชายที่เธอรักแล้ว ทุกอย่างก็จะเป็นไปอย่างเป็น**ธรรมชาติ**และมีความสุข (naturalising sex) แต่สำหรับนิตยสารทางเพศอาจจะสอนว่า "เพศเป็นเรื่องที่เราต้อง**เรียนรู้** ต้องเรียนว่าจะต้องทำอย่างไรจึงจะเหมาะสม (denaturalising sex) อันเป็นลักษณะของสังคมสมัยใหม่ที่มีการควบคุมเรื่องเพศธรรมเช่นเดียวกับที่มีการควบคุมแรงงาน

ผลการวิเคราะห์นิตยสารวัยรุ่นดังกล่าวโดยดูเรื่อง "เพศธรรม" เป็นหลักนั้น ผู้วิจัยพบว่าได้มีการช่วงชิงโดยรื้อถอนความหมายเก่า ๆ (deconstruction) และการให้ความหมายใหม่ไปพร้อม ๆ กัน Jackie ได้ให้รูปแบบใหม่ด้านความประพฤติทางเพศแก่สาววัยรุ่น เช่น

- เสนอให้ผู้หญิงมีความกล้าหาญทางเพศ กล้ามีความสุขทางเพศ
- ให้ความรู้และให้ความมั่นใจทางเพศ
- เสนอให้ถอยห่างหรือยกเลิกความเชื่อหรือบรรทัดฐานแบบเดิม ๆ
- เสนอให้มีสมานฉันท์ระหว่างผู้หญิงเพื่อพูดคุยเรื่องเพศ
- เสนอให้ผู้หญิงขยายโอกาสที่จะเป็น "ผู้หญิงที่แท้จริง"

เป็นต้น

5. แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนจากทัศนะของสตรีนิยม

มีวิธีการหลายแบบที่จะแบ่งแนวทางการศึกษาสื่อมวลชนจากทัศนะแบบสตรีนิยม เช่น อาจจะแบ่งโดยใช้สำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมเป็นตัวตั้ง เพื่อศึกษาว่า ในแต่ละกลุ่มนั้นให้ความสนใจกับประเด็นอะไร และมีวิธีการศึกษาอย่างไร หรืออาจจะแบ่งโดยใช้วิธีการเอาองค์ประกอบของสื่อมวลชนเป็นตัวตั้ง เช่น แบ่งเป็นผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหาสาร และช่องทาง/ประเภทของสื่อ เป็นต้น

ในที่นี้ จะแบ่งโดยใช้วิธีการเอาองค์ประกอบของสื่อมวลชนเป็นตัวตั้ง และจะแสดงให้เห็นว่า ในแต่ละองค์ประกอบนั้น กลุ่มสตรีนิยมแต่ละกลุ่มให้ความสนใจกับประเด็นอะไร มีวิธีการศึกษาอย่างไรบ้าง แนวทางการศึกษาอาจแบ่งได้เป็น 4 หัวข้อดังนี้

(5.1) การศึกษาภาพลักษณ์ (image) ภาพตัวแทน (representation) สัญญะ (sign) ซึ่งเทียบได้กับการศึกษาตัวเนื้อหาสาระของสื่อเป็นหลัก

(5.2) การศึกษาประเภทของสื่อ (Media/Genre Study) ซึ่งอาจเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ หรือภายในสื่อประเภทเดียวกัน แต่เปรียบเทียบระหว่างประเภทรายการ เช่น ในการศึกษาข่าวโทรทัศน์กับละครโทรทัศน์

(5.3) การศึกษาผู้รับสาร (Audience study) ซึ่งมีแนวทางต่าง ๆ กันไปตามสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยม

(5.4) การศึกษาผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสื่อมวลชน (Sender study) ได้แก่การศึกษาบุคลากรที่ทำงานอยู่ในแวดวงสื่อมวลชน รวมทั้งผู้ที่ทำงานอยู่ในสถาบันการผลิตบุคลากรเหล่านี้ด้วย

(5.1) การศึกษาภาพลักษณ์ ภาพตัวแทน/สัญญะ

(5.1.1) การศึกษาภาพลักษณ์ในเชิงปริมาณ

งานศึกษาเรื่อง "ภาพลักษณ์" (image) และ "ภาพตัวแทน" (representation) เป็นแนวทางงานวิจัยที่กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมให้ความสนใจอย่างมาก ตัวอย่างเช่น งานของ Noreene Z. Janus เรื่อง "Researches on Sex-roles in the Mass Media" (ดูใน Baehr & Gray 1996) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า แนวคิดเบื้องหลังของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม คือแนวคิดที่ว่า "ภาพลักษณ์" ที่ถูกนำเสนอในสื่อโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเรื่อง "บทบาททางเพศ" (Sex-Role) นั้น จะทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะ (Sex-role socialization) สมาชิกเพศต่าง ๆ ในสังคม จะทำหน้าที่เป็น **ตัวแบบ** (Role-Model) ให้เด็กเลียนแบบหรือเอาอย่าง รวมทั้งภาพลักษณ์ดังกล่าวควรจะสอดคล้องและสะท้อนสภาพความเป็นจริง อาศัยหลักแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมจึงมักจะทำการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณของภาพของผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏในสื่อมวลชน ตัวอย่างเช่นผลจากการวิเคราะห์รายการประเภทต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ที่ Janus ได้ยกมากล่าวถึง

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาโดยทั่วไปพบว่า

- **ในแง่ปริมาณของการปรากฏตัว** ในรายการเกือบทุกประเภท ผู้ชายจะปรากฏตัวบ่อยครั้งมากกว่าผู้หญิง ยกเว้นรายการละครโทรทัศน์ที่ปริมาณการปรากฏตัวจะใกล้เคียงกัน
- **พฤติกรรมแบบใดที่แต่ละเพศแสดงออก**

ในชิ้นงานโฆษณา ผู้หญิงจะทำความสะอาดบ้าน ทำครัว ซักผ้า ทำอาหาร ในขณะที่ผู้ชายจะออกคำสั่งหรือให้คำแนะนำ

สำหรับรายการทั่วๆไป ผู้ชายจะพูดคุยเรื่องเช่น เศรษฐกิจ การเมือง ผู้หญิงจะพูดคุยเรื่องชีวิตรัก สุขภาพอนามัยและงานบ้าน

- **สินค้าที่เกี่ยวข้องกับแต่ละเพศ**

ในชิ้นงานโฆษณา ผู้หญิงจะปรากฏตัวในสินค้าที่เกี่ยวกับการทำความสะอาด อาหาร เครื่องใช้ภายในบ้าน ผู้ชายจะโฆษณาสินค้าประเภทรถยนต์ ท่องเที่ยว ธนาคาร อุตสาหกรรมบันเทิง บุหรี่และเหล้า

- **บุคลิกที่ถูกนำเสนอ**

ผู้ชายจะมีลักษณะก้าวร้าว แข่งขัน ชอบผจญภัย มีความรู้ กล้าหาญ ใช้เหตุผลและไม่ค่อยอดกลั้น ส่วนผู้หญิงจะอ่อนแอ เจ้าอารมณ์ ไม่ค่อยฉลาดแต่น่ารักน่าเอ็นดู

จากตัวอย่างผลการวิจัยภาพลักษณ์ของผู้หญิง/ผู้ชายที่ถูกนำเสนอในเรื่อง (ที่ไม่ค่อยจะเปลี่ยนแปลงหรือมีความแตกต่างออกไปจากนี้มากนัก) G. Tuchman (1996) สรุปว่า

(1) ภาพลักษณ์ดังกล่าวบ่งบอกนัยยะว่า ผู้หญิงมีอำนาจน้อยกว่าผู้ชาย

(2) ภาพลักษณ์ดังกล่าวผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริงอย่างมาก

(3) ภาพลักษณ์ดังกล่าวจะทำให้ผู้หญิงขาดตัวแบบที่เหมาะสมที่จะเจริญรอยตาม

(4) ภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นอุปสรรคสำหรับการพัฒนาศักยภาพของสตรี เนื่องจากทำให้ผู้หญิงรู้สึกขาดอำนาจในตัวเอง และเท่ากับสื่อได้บ่อนทำลายผู้หญิงเชิงสัญญะ (symbolic annihilation by media)

(5) หากใช้แนวคิดของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อมาตีความ ไม่ว่าในโลกแห่งความจริงจะมีผู้หญิงบางคนได้เปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใดก็ตาม แต่หากในโลกของจอโทรทัศน์ยังคงมัดตราสังตรึงผู้หญิงอยู่กับภาพลักษณ์แบบเก่าๆแล้ว ผู้หญิงส่วนใหญ่ก็จะยังคงถูกปลูกฝังจากผู้หญิงคนที่อยู่ในจอโทรทัศน์มากกว่า

จากผลการวิจัยดังกล่าว ข้อเสนอของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมที่มีต่อสื่อมวลชนจึงมีดังต่อไปนี้

- ให้นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มีอาชีพหลากหลายเช่นเดียวกับผู้ชาย
- ในชิ้นงานโฆษณา ให้เสนอผู้หญิง/ผู้ชายในสินค้าประเภทเดียวกัน

- ให้เรื่องสัดส่วนระหว่างอาชีพและชีวิตส่วนตัวของผู้หญิงมีปริมาณเช่นเดียวกับผู้ชาย
- ในงานโฆษณา การใช้เสียง voice-over (ซึ่งแสดงสัญญะทางอำนาจ) ให้ใช้เสียงผู้หญิงมากเท่าๆ กับเสียงผู้ชาย

ข้อเสนอเหล่านี้วางอยู่บนหลักการ 2 ประการคือ ให้ใช้หลัก "ความเท่าเทียมกันในภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสื่อ" (Equal basis) เหมือนเรื่องความเท่าเทียมในเรื่องค่าจ้างแรงงานและสิทธิในการออกเสียง และให้เติม "ความเป็นผู้ชาย" (maleness) เข้าไปในภาพลักษณ์ของผู้หญิงให้มากขึ้น

มีข้อวิจารณ์เกี่ยวกับวิธีการศึกษาภาพลักษณ์เชิงปริมาณในหลายแง่มุมทั้งด้านตัววิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และวิธีการตีความข้อมูล คือ

- **วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ** เป็นวิธีการวัดที่มีปัญหาในตัวเองหลายประการคือ
  - ♦ การแยกหน่วยที่จะวัดออกมาจากส่วนอื่นๆ
  - ♦ การนับปริมาณเพียงอย่างเดียว และทุกครั้งจะนับด้วยหน่วยที่เท่าๆ กัน
  - ♦ มองเห็นแต่ภาพลักษณ์ที่หยุดนิ่ง มองไม่เห็นด้านที่เปลี่ยนแปลง
  - ♦ การไม่ได้แยกระหว่าง**รูปแบบ** (form) กับ**เนื้อหา**ออกจากกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อเห็นภาพผู้หญิงในโฆษณานั้น อาจจะปรากฏในรูปแบบของชุดว่ายน้ำ/เป็นพนักงานขายของ/เป็นทหาร/ฯลฯ แต่การวิจัยเนื้อหาเชิงปริมาณ จะนับเป็นประเภทเดียวกันหมด
  - ♦ การวิจัยเช่นนี้จะดูได้เพียงเนื้อหาที่ปรากฏเท่านั้น (manifest content)
  - ♦ วิธีการดูผู้หญิงจะมองเห็นในลักษณะแบบรวม ๆ ไม่ได้แยกชนชั้น/เชื้อชาติ/ฯลฯ
- **การตีความ** ข้อวิจารณ์เกี่ยวกับวิธีการตีความการศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็คือ
  - ♦ การศึกษานั้นจะพิจารณาแต่ "ตัวสื่อ" แต่ไม่เชื่อมโยงไปถึงโครงสร้างสังคม ทำให้ขาดการตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใด ภาพลักษณ์ของผู้หญิงจึงเป็นอยู่เช่นนั้นอย่างไม่เปลี่ยนแปลง

♦ แม้ว่าผลการวิจัยจะพิสูจน์ว่า ผู้หญิงถูกใช้เป็น "วัตถุทางเพศ" เพื่อผลประโยชน์ของระบบทุนนิยม แต่ทว่ากลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็มองข้ามไป เนื่องจากความเชื่อพื้นฐานที่ว่า สามารถจะสร้างความเท่าเทียมระหว่างหญิงชายให้เกิดขึ้นได้ภายใต้ระบบ (ทุนนิยม) ที่มีอยู่ ในขณะที่แนวคิดนี้ให้ความสนใจแต่เรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ผู้หญิง" กับ "ผู้ชาย" แต่กลับลืมความสัมพันธ์ระหว่าง "ผู้หญิง" กับ "ระบบทุนนิยม"

♦ หากการที่ภาพลักษณ์ดังกล่าวดำรงอยู่ก็เพื่อผลประโยชน์ของระบบทุนนิยมแล้ว ข้อเรียกร้องของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็เพียงฝันค้างตอนกลางวันเท่านั้น

(5.1.2) การศึกษา "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่ยังอยู่ในเนื้อหาสื่อมวลชน

ในการวิเคราะห์ตัวบท (อันได้แก่ผลงานต่าง ๆ ของสื่อมวลชน) นั้น Rakow (1986) ให้ข้อคิดว่า ไม่มีประโยชน์ที่จะไปเรียกร้องให้ตัวบทดังกล่าวสะท้อนภาพความเป็นจริงหรือนำเสนอภาพลักษณ์ของหญิง/ชายบนพื้นฐานที่เสมอภาคกัน เพราะข้อเรียกร้องดังกล่าวขัดแย้งกับหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน คือการทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ (ideological apparatus) ของสังคม สิ่งที่กลุ่มสตรีนิยมควรจะกระทำน่าจะเป็นการตรวจสอบบรรดา "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่มีอยู่ในผลงานเหล่านี้ว่ามีอะไรบ้าง มีกลไกและกระบวนการสร้างอย่างไร และทำการต่อสู้ในระดับของอุดมการณ์มากกว่า

ในที่นี้จะยกตัวอย่างการวิเคราะห์ "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่มีอยู่ในผลงานของสื่อมวลชน รวมทั้งกลไกและวิธีการสร้างอุดมการณ์เหล่านั้น ประเภทของสื่อที่มีงานศึกษาเรื่องอุดมการณ์ทางเพศมากที่สุดคือ งานโฆษณา (ดู Lazier & Kendrick, 1989)

โดยรูปแบบแล้วงานโฆษณาในโทรทัศน์นั้นมีความยาวเพียง 15-30 วินาที และถูกนำเสนอโดยคั่นอยู่ตามรายการต่าง ๆ มีเป้าหมายเพียงเพื่อแนะนำและชักชวนให้ซื้อสินค้าเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง หากเราหยิบตัวเลขอุตสาหกรรมโฆษณาในแต่ละปีที่มีนับพัน ๆ ล้านดอลลาร์หรือตัวเลขที่คนทั่วไปดูโฆษณาวันๆหนึ่งประมาณ 1,800 ครั้ง (จากสื่อทุกประเภทในสหรัฐ) รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่า โฆษณาเป็นรูปแบบที่เข้มข้นสุดยอดของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว คุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้ทำให้งานโฆษณาเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมและอุดมสมบูรณ์อย่างยิ่งสำหรับการลงเมล็ดเพาะปลูก “อุดมการณ์ทางเพศ”

กลไกในการสร้างอุดมการณ์ทางเพศในงานโฆษณานั้นกระทำผ่านการใช้ “ภาพลักษณ์แบบฉบับตายตัว” (stereotype image) แนวคิดเรื่อง “แบบฉบับตายตัว” นั้น เกิดมาจากข้อสังเกตของ W. Lippmann (1922) ที่ว่า งานสื่อสารมวลชนนั้นเป็นงานที่กระทำในเวลาและพื้นที่อันจำกัด ทำให้เกิดวิธีการ “ประหยัดความพยายาม”

(Economy of effect) ทั้งจากฝ่ายผู้ผลิตและฝ่ายผู้รับสาร ในด้านผู้ผลิตต้องนำเสนออย่างกระชับที่สุด ในเวลาที่รวดเร็วที่สุด ส่วนด้านผู้รับสารนั้นก็ต้องใช้เวลาและความพยายามให้น้อยที่สุดในการตีความ วิธีที่จะประหยัดความพยายามจากทั้งสองฝ่ายทำให้เกิดวิธีการใช้ “แบบฉบับตายตัว” ซึ่งง่ายต่อทั้งผู้ส่งและผู้รับ ด้วยเหตุนี้ ถ้าต้องการจะแสดงความน่าสงสารก็ต้องเป็นคนแก่ ความไร้เดียงสาก็ต้องเด็ก ความอ่อนแอก็ต้องผู้หญิง ฯลฯ

ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เอง เมื่อมีการวิจัยภาพโฆษณาผู้หญิงในช่วงทศวรรษ 1970จึงพบว่าภาพลักษณ์ของผู้หญิงในโฆษณาในสื่อทั้งหมดผลิตออกได้เหมือนกับราวกับแกะออกมาจากพิมพ์เดียวกัน ทั้ง ๆ ที่งานโฆษณาเป็นงานสร้างสรรค์ แต่ภาพของผู้หญิงจะถูกนำเสนอให้อยู่ที่บ้าน พึ่งพาผู้ชาย ไม่ตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ และน้อยมากที่จะปรากฏอาชีพ แม้ว่าในโลกแห่งความจริง ช่วงทศวรรษ 1970 ผู้หญิงในสหรัฐได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก แต่ทว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในโฆษณายังคงสนิทติดทนนานเช่นเดิม ในช่วงปีค.ศ.1989 มีการทำวิจัยซ้ำใหม่อีกครั้ง ผลการวิจัยพบว่า ภาพแบบเดิมยังคงดำรงอยู่ สิ่งที่เปลี่ยนไปก็คือ อาจมีภาพใหม่ ๆ เกิดแซมขึ้นมาบ้าง เช่น เจ้าสาว คนรับใช้ นักแสดง นักเต้นรำ ด้วยความจำเป็นที่จะต้องใช้กลไก "แบบฉบับตายตัว" เพื่อการประหยัดความพยายามจากทั้งสองฝ่ายนั่นเอง ที่ทำให้โฆษณาไม่สามารถจะสลัดตัวเองให้ก้าวพ้นออกไปจากกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ผู้หญิง/ผู้ชายแบบเดิม ๆ ได้ โฆษณาไม่เพียงแต่ไม่สามารถจะทำหน้าที่ "นำหน้า" ความเป็นจริงได้เท่านั้น แม้แต่จะก้าวตาม "ความเป็นจริงทางสังคม" ให้ทันก็ยังเป็นเรื่องยาก และนี่คือการออกแบบกลไกของสังคมที่ทำหน้าที่ผลิตอุดมการณ์ทางเพศแบบเก่าๆ อยู่เสมอ

(5.1.3) กระบวนการทำให้ผู้หญิงอ่อนแอทางสัญญะ งานวิเคราะห์ที่มีชื่อเสียงอีกชิ้นหนึ่งคือ งานวิเคราะห์เพศสภาวะในโฆษณาของ E. Goffman (1979) นักสังคมวิทยาสายปรากฏการณ์นิยมที่มีชื่อเสียง Goffman วิเคราะห์วิธีการที่งานโฆษณาทำให้ผู้หญิงดูอ่อนแอด้วยการใช้สัญญะ (sign) ต่าง ๆ ดังนี้

- การใช้ขนาดเป็นสัญญะ (size) ในภาพโฆษณา ผู้หญิงจะดูตัวเตี้ยกว่า ตัวเล็กกว่าผู้ชายอยู่เสมอ ขนาดที่เล็กกว่ามีความหมายโดยนัยว่าอ่อนแอกว่า
- การแสดงอาการจับต้องตัวเอง หรือการสัมผัสอย่างแผ่วเบาแบบผู้หญิง (feminine touch) อาการลูบไล้ตัวเองหรือลูบไล้คนอื่น/สิ่งอื่น ๆ อย่างแผ่วเบานั้น เป็นลักษณะของผู้หญิงที่แสดงความอ่อนโยนและหมายรวมไปถึงความอ่อนแอด้วย

- การจัดลำดับหน้าที่ (function ranking) ได้แก่การแสดงบทบาทของผู้หญิงเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต่ำกว่าผู้ชาย เช่น รับคำสั่ง (เลขานุการ) สร้างความพอใจให้คนอื่น (แม่บ้าน) เป็นต้น
- การปรากฏตัวในฉากที่เป็นบ้าน (family scene) ปริมณฑลของบ้านมีความหมายเชิงสัญญะที่บ่งบอกความรัก ความอบอุ่น และปราศจากการใช้อำนาจ
- การทำให้ผู้หญิงอยู่ในฐานะเป็นรอง (situalization of subordination) เช่นการถ่ายผู้หญิงในท่านอน การทรงตัวที่ไม่มั่นคง การยิ้มแบบเหรอหรา การยืนหรือนั่งในตำแหน่งที่ต่ำกว่าผู้ชาย
- การไม่อยู่ในตำแหน่งศูนย์กลาง (licensed withdrawal) เช่น การนำผู้หญิงมาเป็นส่วนประกอบ การถูกจ้องมองดูในระยะไกล ๆ เป็นต้น

ทั้งหมดนี้คือการให้คำนิยามว่า "ความเป็นหญิง (femininity) เท่ากับความอ่อนแอนั่นเอง

(5.1.4) การสร้างมายาคติเกี่ยวกับ "ความงาม"

"ความงาม" ก็เหมือนความเป็นจริงอย่างอื่น ๆ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างขึ้นจากการทำงานของสื่อมวลชน มีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างมายาคติเกี่ยวกับ "ขนาดของรูปร่าง" ที่เปลี่ยนแปลงจากทศวรรษ 1950 ที่ยังเน้นรูปร่างแบบ "เนื้อ นม ไข่" มาเป็นรูปร่าง "แบบผอมบาง" ด้วยการสร้างอุดมการณ์ว่า "ความผอมเท่านั้นที่น่าชื่นชม ความอ้วนล้วนน่าชิงชัง" (Thin is in, fat is out)

มีงานวิจัยวัดขนาดรูปร่างของนางแบบในงานโฆษณาและพบข้อยืนยันอย่างชัดเจนว่า รูปร่างของนางแบบในช่วงทศวรรษ 1970/1980 ผอมกว่านางแบบในช่วงทศวรรษ 1950/60 อย่างมาก เกือบกล่าวได้ว่า ไม่มีนางแบบอ้วนเลยในช่วงสองทศวรรษหลัง

นอกจากนั้นยังมีวาทกรรม (discourse) หรือปฏิบัติการที่เป็นจริงทางสังคมที่แสดงให้เห็นว่า "นางแบบผอม/หรือสาวผอมจะดูมีเสน่ห์ดึงดูดใจมากกว่า และประสบความสำเร็จมากกว่า" (เราคงจำข่าวคราวของนางงามจักรวาลที่อ้วนท้วนขึ้นอย่างมากหลังจากได้รับตำแหน่งและถูกขู่ว่าจะถอดออกจากตำแหน่งถ้ายังคงอ้วนอยู่ต่อไป)

ในปี 1986 Silverstein (1986) สำรวจภาพเปรียบเทียบระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในงานโฆษณา และพบว่าโดยเฉลี่ยผู้ชายจะอ้วนกว่าผู้หญิง และเมื่อศึกษาจากผู้รับสาร

ก็พบว่า ผู้หญิงได้รับข่าวสารเรื่องการรักษาทรวดทรงให้ดูผอม (ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร การออกกำลัง การเข้าคอร์สลดความอ้วน ฯลฯ) มากกว่าผู้ชาย

อุดมการณ์เรื่อง "ความผอมเท่ากับความสวย" ที่ทำงานผ่านสื่อมวลชนนั้นน่าจะมีผลกระทบอย่างแท้จริงต่อผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริง เนื่องจากในช่วงทศวรรษ 1970/1980 ผู้หญิงอเมริกันมีปัญหาเรื่องแบบแผนการกินอาหารที่ผิดปกติอย่างมาก อันมีสาเหตุหลักมาจากความต้องการที่จะมีรูปร่างที่ผอมแบบนางแบบนั่นเอง และแม้แต่เมื่อผอมแล้ว ผู้หญิงเหล่านี้ก็เป็นคนผอมที่มีสุขภาพเสื่อมโทรม นี่เป็นข้อยืนยันว่า สื่อมวลชนได้สร้างมายาคติเกี่ยวกับ "รูปร่างในอุดมคติ" ของผู้หญิงว่า "ต้องผอมเท่านั้น" จึงจะสวย ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงชนชาติใด ผิวสีอะไรก็ตาม

(5.1.5) มายาคติเกี่ยวกับ "เพศนิยม" Butler & Paisley (1980) ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารหลาย ๆ ประเภท เช่น Ms (นิตยสารแบบสตรีนิยม)/Playboy/Time/Newsweek ในช่วง 1 ปี เพื่อวิเคราะห์หาว่ามีอุดมการณ์ "เพศนิยม" (sexist ideology) อะไรบ้าง ปรากฏอยู่ในนิตยสารเหล่านี้ ผลการวิจัยพบว่ามีระดับ "เพศนิยม" อยู่ 5 ระดับดังนี้

(1) put her down เป็นระดับอุดมการณ์ที่เห็นผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศที่มีไว้เพื่อความต้องการทางเพศเป็นหลัก (27%)

(2) keep her in her place เป็นอุดมการณ์ที่กำหนดให้ผู้หญิงอยู่ในที่ที่เธอควรจะอยู่ เช่น ในบ้าน ในครัว (48%)

(3) give her two places เริ่มเป็นอุดมการณ์ที่มองผู้หญิงใน 2 บทบาท ทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ (3%)

(4) acknowledge equality เริ่มแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสำคัญเท่าเทียมกับผู้ชาย ผู้หญิงมีบทบาทที่หลากหลายโดยไม่ต้องเกาะติดอยู่กับบทบาทแม่และเมียเท่านั้น (15%)

(5) Nonstereotypic แสดงความเป็นปัจเจกบุคคลอย่างแท้จริง ไม่ถูกตัดสินจากเพศ (11%)

ตัวเลขที่แสดงอยู่ในวงเล็บคือปริมาณสัดส่วนของแต่ละระดับ ซึ่งจะเห็นภาพรวมได้ว่า เพียงแค่ 2 ระดับแรก ก็มีปริมาณถึง 75% แล้ว ซึ่งหมายความว่า ในนิตยสารทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นนิตยสารเกี่ยวกับเพศที่เป็นคู่ที่ตรงกันข้ามเช่น Playboy หรือ Ms หรือนิตยสาร

ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ เช่น Time หรือ Newsweek ล้วนมีแนวทางเกี่ยวกับเพศนิยมไปในลักษณะเดียวกันทั้งนั้นคือ ค่อนไปทางลักษณะอนุรักษ์นิยม และทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ในการธำรงรักษาความคิดที่หยุดนิ่งเกี่ยวกับสตรีเอาไว้ในสังคม

(5.1.6) การตีความของกลุ่มสตรีนิยมแนว Pomo (ดูใน Agger, 1992)

สำหรับผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ภาพตัวแทนที่ปรากฏออกมาอย่างค่อนข้างเป็นรูปแบบเดียวกันและสม่ำเสมอ ว่า

- ผู้หญิงถูกนำเสนอเป็นวัตถุทางเพศ
- ผู้หญิงถูกนำเสนอในบ้าน
- ผู้หญิงถูกนำเสนอว่า "อ่อนแอ" เป็นเพศที่สอง
- ผู้หญิงจะเป็นผู้หญิงที่ดีได้ก็ต่อเมื่อมีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม (hetero-sexual) เท่านั้น

ฯลฯ

สำหรับภาพตัวแทนที่เป็นแบบฉบับดังกล่าวนี้ กลุ่มสตรีนิยมแนว Pomo เห็นว่า ภาพตัวแทนดังกล่าวนั้นก็คือ "ตัวบท" ที่ประกอบสร้าง "ความเป็นหญิง" ขึ้นมา (Gender construction) ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า จุดยืนของกลุ่ม Pomo ก็คือ ความเป็นจริงนั้นไม่มีอยู่ในตัวเอง หากแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาโดยการใช้เกณฑ์แบบต่าง ๆ แล้วนำมาจัดประเภทแบ่งแยก (classification) ตัวอย่างเช่น การใช้คะแนน IQ เป็นเกณฑ์ เพื่อแบ่งแยกคนโง่คนฉลาดออกจากกัน การลากเส้นกั้นพรมแดน (เกณฑ์) เพื่อแบ่งโลกออกเป็นประเทศต่าง ๆ เช่นเดียวกับการสร้างเกณฑ์เรื่อง "เพศ" ขึ้นมาแล้วแบ่งแยกผู้หญิง/ผู้ชายออกจากกัน (Gender Identity)

จากผลงานสื่อมวลชนที่วิเคราะห์ออกมานั้น จะเห็นได้ว่า การประกอบสร้าง "ผู้หญิง" ขึ้นมานั้น เป็นไปตามหลักของ "คู่ที่ตรงกันข้าม" (Binary Opposition) กล่าวคือ

"ผู้หญิง = ไม่ใช่ผู้ชาย"

และต้องประกอบสร้างให้ "ผู้หญิง" เท่ากับ "ไม่ใช่ผู้ชาย" เท่านั้น "ความเป็นชาย" จึงจะคงดำรงอยู่ได้และมีความหมาย เหมือนหลักการที่ว่า ถ้าไม่มี "ความชั่ว" ก็ไม่รู้ว่า "ความดี" คืออะไร การประกอบสร้างคุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้หญิงที่ปรากฏในผลงานของสื่อมวลชนจึงเกิดขึ้น "เพื่อ" ให้ความหมายของ "ความเป็นชาย" ชัดเจนขึ้น และเพื่อให้กระบวนการประกอบสร้างดังกล่าวได้ผลแน่นอน ก็มีการประกอบสร้างต่อไปว่า

"ผู้หญิงดีๆ = ผู้หญิงที่ไม่ใช่ผู้ชาย"
"ผู้หญิงเลวๆ = ผู้หญิงที่เหมือนผู้ชาย"

เพราะฉะนั้น คุณสมบัติของ "ผู้หญิงเลวๆ" ก็คือผู้หญิงที่ไม่ยอมเป็นไปตามคำนิยามของ "ความเป็นหญิง" เช่น ไม่ยอมแต่งงาน (สาวทึนทึก) ไม่เลี้ยงลูก ไม่ยอมมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชาย "ผู้หญิงเลวๆ" เหล่านี้จะถูกสร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นพวกเกลียดผู้ชาย ไม่รักเด็ก จิตใจแข็งกระด้าง ต่อต้านครอบครัว ฯลฯ โดยที่คุณลักษณะที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ก็คือคุณสมบัติของ "ความเป็นชาย" นั่นเอง ดังนั้น การเกิดขึ้นหรือการมีอยู่ของ "ผู้หญิงเลวๆ" จึงทำให้ความหมายของ "ความเป็นชาย" พร่ามัวหรือคลุมเครือไป (นี่น่าจะเป็นเหตุผลของกลุ่มผู้ชายที่ชิงชังขบวนการสตรีรักร่วมเพศ) และหากเราเข้าใจกระบวนการสร้างความหมายดังกล่าวแล้ว การเรียกร้องต่าง ๆ ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็เป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้

แนวทางการต่อสู้ของกลุ่มสตรีนิยมแนว Pomo Feminism จึงอยู่ที่การรื้อสร้าง (deconstruction) แล้วประกอบสร้างใหม่ (Reconstruction) และการกระทำดังกล่าวอาจจะไม่ได้ดำเนินอยู่ในระดับของ "กระบวนการสร้างตัวบท/การใช้รหัส ซึ่งเป็นกิจกรรมของฝ่ายผลิตเท่านั้น หากทว่าจะต้องดำเนินการใน "กระบวนการถอดรหัส/การอ่าน" ซึ่งเป็นกิจกรรมของฝ่ายผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น งานของ Fiske (1986) ที่ทดลองตีความละครโทรทัศน์แบบแนวใหม่ว่า ละครโทรทัศน์นั้นได้ผลิตวาทกรรมที่ตั้งคำถามกับอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่อยู่ตลอดเวลา (การรื้อสร้าง) และให้ความชอบธรรมกับคุณลักษณะของผู้หญิง สร้างคุณค่าในตัวเอง (self-esteem) กับผู้หญิงที่ใช้ชีวิตอยู่ในละคร และเป็นวิถีทางสร้างวัฒนธรรมแบบสตรีขึ้นมา (feminine culture) (การประกอบสร้างใหม่) วิธีการดังกล่าวเป็นการยกเลิกการให้คำนิยาม "ผู้หญิง" ที่ "ตรงข้าม" กับ "ผู้ชาย" (ตามหลัก either/or) "ผู้หญิงเป็นอีกอย่างหนึ่งที่อาจจะ**เหมือน**หรืออาจจะ**แตกต่าง**จากผู้ชาย" การต่อสู้ด้านการให้คำ

นิยามและการสร้างความหมายนั้นจะมีเป้าหมายเพื่อปลดปล่อย (liberate) ผู้หญิงออกจาก "อัตลักษณ์ทางเพศ" (Gender identity) แบบเดิม ๆ พร้อมทั้ง "เสริมพลัง" (empower) ให้กับ "ความเป็นหญิง" ในนิยามใหม่

(5.2) การศึกษาประเภทของสื่อกับเพศสภาวะ

ในองค์ประกอบทั้ง 4 อย่างของสื่อมวลชนที่แบ่งตามแนวคิดแบบคลาสสิกคือ S-M-C-R นั้น ความยากง่ายในการมองเห็นมิติของเพศสภาวะนั้นจะแตกต่างกัน เพศของ**ผู้รับสาร**นั้นดูเหมือนจะมองเห็นได้ง่ายที่สุด ลำดับต่อมาก็คือ เพศที่มองเห็นได้จาก**เนื้อหา** เช่น เรื่อง ภาพลักษณ์หรือภาพตัวแทนที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ในชั้นต่อมา ก็อาจจะเป็นเพศของ**ผู้ส่งสาร**และที่อาจจะมองเห็นได้ยากที่สุดก็คือ เพศของ **"ตัวสื่อ"** (Channel/Media) ตัวอย่างเช่น เราอาจจะไม่ค่อยนึกว่าหนังสือพิมพ์นั้นเป็นสื่อของผู้ชาย นิตยสารนั้นเป็นสื่อของผู้หญิง รายการวิเคราะห์ข่าวทางวิทยุนั้นเป็นของผู้ชาย รายการเกมโชว์เป็นของเพศใด? เป็นต้น แต่สำหรับกลุ่มสตรีนิยมแล้ว ประเภทของสื่อ (gender) แต่ละประเภท รายการโทรทัศน์แต่ละรายการ คอลัมน์แต่ละคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์/นิตยสาร เพลงแต่ละประเภท ล้วนแต่มี "ตราแห่งเพศสภาวะ" ติดเอาไว้ทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น งานศึกษาของ Cynthia M. Lont (1995) ที่ได้แบ่งหมวดหมู่ในหนังสือของเธอออกเป็น 7 ประเภท คือ

- หนังสือพิมพ์
- นิตยสารผู้หญิง
- โฆษณา
- รายการโทรทัศน์ช่วงเวลาทอง (prime-time)
- ข่าวโทรทัศน์
- ภาพยนตร์
- Rock Music และ Music TV.

สื่อทั้ง 7 ประเภทนี้มี "ความเป็นหญิง" และ "ความเป็นชาย" ที่แตกต่างกัน เราจะเลือกดูสื่อบางประเภทเป็นตัวอย่างดังนี้

(สำหรับประเภทสื่อที่ผู้หญิงใช้มากคือ คอลัมน์ตอบปัญหาหัวใจในสื่อสิ่งพิมพ์ โปรดดูกรณีของไทยใน วิจิตร, 2542)

(5.2.1) ตัวอย่างงานศึกษาสื่อผู้ชาย: หนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์มีประวัติความเป็นมาที่เป็นสื่อที่ผลิตโดยผู้ชาย อ่านโดยผู้ชาย และมีเนื้อหาที่ตอบสนองความสนใจของผู้ชาย คือเรื่องราวที่อยู่ในปริมณฑลสาธารณะ (public sphere) เช่น ข่าวสารการบ้านการเมืองเศรษฐกิจ ส่วนมิติที่เป็น "ผู้หญิง" ทั้งในแง่ผู้ผลิต ผู้อ่าน และเนื้อหานั้น เป็นส่วนที่เสริมเพิ่มเติมขึ้นมาในภายหลัง ดังนั้น ลักษณะส่วนใหญ่และสัดส่วนส่วนมากในหนังสือพิมพ์จึงยังคงเป็น "ผู้ชาย" อยู่

การวิจัยเรื่อง "เพศสภาวะ" ในหนังสือพิมพ์นั้นมักจะศึกษา "ลักษณะทางเพศ" และ "ความสำคัญ" ของแต่ละหน้า ดังที่ทราบกันว่า หน้า 1 เป็นหน้าที่มีความสำคัญมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ (พร้อมๆกับ "หน้าผู้หญิง" ที่มีความสำคัญน้อยมาก) ดังนั้น เมื่อวิเคราะห์ปริมาณข่าวและภาพผู้หญิง/ผู้ชายที่ปรากฏในหน้า 1 จึงพบว่า เป็นข่าวผู้ชาย 90% ในหน้า 1 และเป็นภาพของผู้หญิงเพียง 30% ในหน้า 1 กล่าวคือ ผู้ชายยังคงมีความสำคัญกว่าผู้หญิงเสมอในสายตาของหนังสือพิมพ์

ในอเมริกา ประวัติศาสตร์ของการเกิด "หน้าผู้หญิง" เริ่มมีขึ้นในค.ศ.1890 เมื่อมีผู้อ่านที่เป็นผู้หญิงเพิ่มมากขึ้น นโยบายเกี่ยวกับการจัดทำหน้าผู้หญิงก็คือ ให้เลือกเนื้อหาที่ผู้หญิงสนใจและต้องไม่ให้กระทบกระเทือนต่อการลงโฆษณา มีงานวิจัยจำนวนมากที่ยืนยันว่าภาพลักษณ์ของผู้หญิงใน "หน้าผู้หญิง" นั้น จะมีลักษณะเป็นด้านบวกอันตรงกันข้ามกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในหน้า 1 อย่างไรก็ตาม หน้าผู้หญิงนี้ก็ถูกโจมตีจากขบวนการสิทธิสตรีอย่างรุนแรงว่ามีแต่กลุ่มผู้หญิงเท่านั้นที่อ่านหน้านี้ และข่าวหนักๆที่เกี่ยวกับผู้หญิงซึ่งควรจะอยู่หน้า 1 ก็กลับถูกจัดมาไว้หน้าผู้หญิง ซึ่งเท่ากับ "หน้าผู้หญิง" กลายเป็นค่ายกักกันทั้งเนื้อหาและผู้อ่านสตรีไปโดยปริยาย

จากกระแสการถูกโจมตีดังกล่าว ทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับยกเลิกหน้าสตรีและเปลี่ยนไปเป็นหน้า "ชีวิตและสังคม" หรืออื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษ 1990 ได้มีการสำรวจพบว่า จำนวนผู้หญิงอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง ดังนั้นจึงได้มีการหันกลับมารื้อฟื้น "หน้าผู้หญิง" ขึ้นมาใหม่ แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาเสียใหม่ให้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการดูแลความงามและสุขภาพอนามัย (ในกรณีของไทย ไม่พบปัญหานี้เนื่องจากมีการนำเนื้อหาละครโทรทัศน์มาดึงดูดความสนใจของผู้อ่านสตรี) ผู้วิจัยเรื่องประวัติศาสตร์หน้าสตรีกล่าวว่า ปัญหาทั้งหมดที่กล่าวมานี้ไม่ใช่ปัญหาของผู้หญิง หากแต่เป็นปัญหาของ "สื่อหนังสือพิมพ์" ที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับผู้หญิง

(5.2.2) ตัวอย่างงานศึกษาสื่อผู้หญิง: ละครโทรทัศน์

การใช้แนวการวิเคราะห์เกี่ยวกับละครโทรทัศน์ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อของผู้หญิงนั้น สามารถจะใช้แนวคิด 3 แนวคิดคือ "ผู้รับสาร" (audience) "ตัวบท" (text) และ "บริบทการรับสาร" (context)

- **ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสาร**นั้น ที่กล่าวว่าละครโทรทัศน์เป็นสื่อของผู้หญิงนั้น ก็เนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์นั้นคือกลุ่มผู้หญิงเป็นหลัก แต่นอกจากผู้หญิงกับละครโทรทัศน์จะสัมพันธ์กันในแง่ของการเป็นผู้รับสารแล้ว ละครโทรทัศน์ยังเป็นกลไกในการประกอบสร้าง "feminine subject" (ตามแนวคิดของ Althusser) ขึ้นมาในสังคมแบบพ่อเป็นใหญ่อีกด้วย

- **ในส่วนที่เกี่ยวกับ "ตัวบท"** นั้น เนื้อหาส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์จะว่าด้วยเรื่องราวที่ผู้หญิงทั่วไปเผชิญหน้าอยู่ในชีวิตประจำวันส่วนหนึ่ง ได้แก่เรื่องภายในครอบครัว (family life) และเรื่องภายในบ้าน และเป็นสุนทรียะแบบผู้หญิง (women aesthetic) เช่นไม่เน้นความก้าวร้าว ไม่เน้น action ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัจจุบันละครโทรทัศน์ยังจำแนกแยกแยะออกไปเป็นอีกหลายประเภท (โดยเฉพาะในกรณีของสังคมไทย) จึงน่าสนใจว่า ตัวบทที่หลากหลายออกไปนี้ ผู้รับสารทั้งหญิงและชายมีการรับรู้อย่างไร

- **ในส่วนที่เกี่ยวกับ "บริบท"** นั้น C. Geraghty (1996) ให้ความสนใจเกี่ยวกับแนวคิดที่เรียกว่า "ที่ทางของผู้หญิง" (women's space) ในแง่นี้ ละครโทรทัศน์มีความแตกต่างจากรายการอื่น ๆ คือ จะถูกสอดนำเสนอเข้ามาในช่วงเวลาที่ผู้หญิง "ปลอดจากงานแล้ว" เพื่อให้เป็นเวลาของผู้หญิงอย่างแท้จริง ดังนั้น บริบทของละครโทรทัศน์จึงก่อให้เกิดรอยแยกระหว่าง "สาธารณะ/ส่วนตัว" (เวลาดูละครโทรทัศน์ถือเป็นโลกส่วนตัวของแม่บ้านแล้ว) ระหว่าง "เวลาทำงาน/เวลาว่าง" ระหว่าง "เหตุผล/อารมณ์" นี้จึงอาจจะคล้ายคลึงกับแนวคิดของ J. Radway (1984) ที่เสนอว่าการอ่านนวนิยายเป็นการปักเขตแดน "ที่ทางและเวลาสำหรับผู้หญิง" ที่ห้ามผู้อื่นเข้ามารบกวน

นอกจากนั้น บริบททางสังคมอันได้แก่ ภูมิหลังของผู้รับสารจะมีส่วนสัมพันธ์กับการอ่านความหมายจากตัวบทอย่างมาก (text/context relationship) ดังนั้น ละครโทรทัศน์ประเภทเมียหลวง/เมียน้อย ความกังวลใจที่ท้องโดยยังไม่แต่งงาน ฯลฯ ตัวบทเหล่านี้จะถูกอ่านอย่างมีความหมายก็ต่อเมื่อผู้รับสารมี "ต้นทุนทางวัฒนธรรม" (cultural capital) มากพอที่จะเข้าใจได้

อย่างไรก็ตาม C. Geraghty เสนอให้แยกแยะระหว่าง "ผู้หญิงที่มีอยู่ในตัวบท" (subject position) ที่ผู้ผลิต/ผู้สร้างละครโทรทัศน์คิดว่า "ผู้หญิงคงเป็นอย่างนั้น

อย่างนี้" กับ "ผู้หญิงที่มีอยู่จริง ๆ ในโลก" (social subject) ซึ่งมีภูมิหลังที่แตกต่างหลากหลายกันอย่างมาก บางคนมีฐานะเป็นเมีย แม่ วัยรุ่น ประกอบอาชีพ ฯลฯ และในขณะที่ social subject เหล่านี้กำลังจ้องมองดู subject position ในจอ พวกเธอก็อาจจะ identify ตัวเองอย่างอย่างแตกต่างกัน ผู้หญิงที่กำลังเป็นวัยรุ่นอาจจะไม่สามารถ identify กับ **ตำแหน่งเมียหลวง**ของนางเอก แต่อาจจะ Identify กับวิธี**การแต่งตัว**ของนางเอกก็ได้ ดังเช่นงานวิจัยของ Geraghty พบว่า ผู้รับสารผู้หญิงบางคนอาจจะเลือกเอารับเอาแต่ความบันเทิงจากละครโทรทัศน์ แต่ไม่เลือกรับเอาอุดมการณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในละครโทรทัศน์ติดมือมาด้วย

(5.2.3) การเปรียบเทียบสื่อภาพยนตร์/ละครโทรทัศน์/โฆษณา

ตัวอย่างงานศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสื่อจะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ประเภทของสื่อที่มี "เพศสภาวะ" แอบแฝงเร้นติดอยู่นั้น มีส่วนอย่างมากในการประกอบสร้างลักษณะทางวัฒนธรรมทางเพศในด้านต่าง ๆ ขึ้นมา

เมื่อเปรียบเทียบความสนใจในวงวิชาการระหว่างการศึกษาภาพยนตร์กับละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะการใช้แนวทางการวิเคราะห์แบบสตรีนิยมแล้ว จะพบว่าการศึกษาภาพยนตร์มากกว่าละครโทรทัศน์เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากภาพลักษณ์ของตัวสื่อเอง ในขณะที่ “ภาพยนตร์” ถูกรับรู้ว่าเป็น “ศิลปะแขนงหนึ่ง” มีคุณค่าเพียงพอที่จะศึกษาอย่างเป็นวิชาการ ละครโทรทัศน์กลับถูกมองดูว่าเป็นเพียงความบันเทิงที่วูบวาบฉาบฉวยไร้สาระ ดังนั้นในช่วงปี 1940-1970 จึงยังแทบจะไม่มีงานศึกษาละครโทรทัศน์อย่างเป็นวิชาการเลย แม้ว่าในช่วงปี 1970 แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนในอังกฤษเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการศึกษาผู้หญิงในสถาบัน (องค์กรผู้ผลิต) มาเป็นการอ่าน "ตัวบท" แต่ทว่าในขณะที่นักสตรีนิยมส่วนใหญ่จะดูหนัง แต่พวกเธอจะไม่ดูละครโทรทัศน์ (เพราะการดูละครน้ำเน่าจะขัดแย้งกับภาพลักษณ์ของการเป็นนักสตรีนิยม) ทั้ง ๆ ที่ภาพยนตร์นั้นเป็นสื่อของผู้ชาย และละครโทรทัศน์เป็นสื่อของผู้หญิง

ต้องรอจนกระทั่งถึงช่วงปี 1980 ที่สถานการณ์เริ่มเปลี่ยนแปลงไป อันอาจเนื่องมาจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์ในแนวทางสตรีนิยมได้พัฒนามาอย่างเต็มที่ระดับหนึ่ง ในเวลาเดียวกันอิทธิพลของโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งละครโทรทัศน์เริ่มแผ่กว้างอย่างเห็นได้ชัดเจน จึงเริ่มมีการโยกย้ายแบบวิธีในการวิเคราะห์ภาพยนตร์มาใช้กับละครโทรทัศน์บ้าง

อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่างสื่อทั้งสองประเภทก็มีอยู่ในหลายด้าน แม้ว่าหนังและละครโทรทัศน์จะมีจุดร่วมกันในแง่ที่ล้วนแต่เป็นเรื่องแต่ง (Fiction) ด้วยกันก็ได้ และต่างมีเป้าหมายที่จะให้ความบันเทิงเป็นหลัก หากทว่าจากจุดร่วมเพียง 2 ประการนี้ ในแง่ความแตกต่างแล้วมีมากกว่าจุดร่วมดังกล่าว

ข้อแตกต่างประการแรกที่ได้กล่าวไปแล้วก็คือ ในขณะที่ภาพยนตร์เป็นสื่อของผู้ชาย แต่ทว่าละครโทรทัศน์เป็นสื่อของผู้หญิง คุณลักษณะดังกล่าวมีผลทำให้เนื้อหาของสื่อทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกัน โลกของหนังจะเป็นโลกที่พาผู้ชมออกไปสู่โลกภายนอก (หรือบางทีก็นอกโลก) เป็นส่วนใหญ่ แต่โลกของละครโทรทัศน์จะวนเวียนกลับมาเข้าบ้านอยู่เสมอ นอกจากนั้นสุนทรียะของสื่อแต่ละประเภทก็จะเป็นสุนทรียะที่สอดคล้องกับเพศของสื่อ

C. Brunsdon (1981) วิเคราะห์วิธีการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ ฮอลลีวู้ดและพบว่า ใช้สูตรที่แตกต่างกัน ในขณะที่ภาพยนตร์จะเน้นความตื่นเต้น การเขย่าระทึกขวัญ การผูกเรื่องให้นำไปสู่จุดไคลแมกซ์แล้วก็คลี่คลายในตอนจบ ทั้งหมดนี้มักเป็นเหตุการณ์นอกบ้าน แต่ละครโทรทัศน์จะเน้นการสร้างข้อเห็นพ้องต้องกันทางจริยธรรม (moral consensus) ที่เกี่ยวกับชีวิตส่วนตัว (อย่าทำแท้ง อย่านอกใจ ต้องซื่อสัตย์ ฯลฯ) เป็นส่วนใหญ่

บริบทของการเปิดรับสารจากสื่อทั้ง 2 ประเภท ก็มีความแตกต่างกันอย่างมาก ในขณะที่ "การดูหนัง" นั้นมีลักษณะทางสังคมสูงมาก เนื่องจากผู้ชมจะต้องเดินทางออกจากบ้าน และจะต้องนั่งดูร่วมกับคนอื่น ๆ (public) หากทว่า "การดูโทรทัศน์" นั้น จะมีลักษณะสบายๆแบบเป็นส่วนตัวอยู่ในบ้านของตัวเอง (private/domestic) นอกเหนือจากบริบททางสังคมดังกล่าวแล้ว แม้แต่บริบททางกายภาพก็แตกต่างกัน ในโรงหนังนั้น จะดับไฟด้านผู้ชมและเปิดสว่างเฉพาะบนจอหนัง ลักษณะของการจัดบริบทดังกล่าว ทำให้ผู้ชมจำเป็นต้องตัดขาดความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ชมกันเอง (เพราะความมืดจะมองไม่เห็นกัน) และต้องจดจ่ออยู่กับความสว่างบนจอ กล่าวคือจะติดตามเรื่องราวในจออย่างต่อเนื่องและมีสมาธิ และหนังจะฉายอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีสิ่งอื่น ๆ มาคั่นเวลาอย่างน้อยเป็นเวลา 2 ชั่วโมง บริบทของการชมทั้งหมดนี้ (viewing context) จะทำให้ผู้ชมถูก "เรียก" (interpellate) ให้กลายเป็น "subject" ได้อย่างมากและลำ้ลึก เมื่อนั่งดูหนัง ผู้ชมจึงถูกดูดเข้าไปในเรื่องราวของจอหนังอย่างค่อนข้างซึมลึก

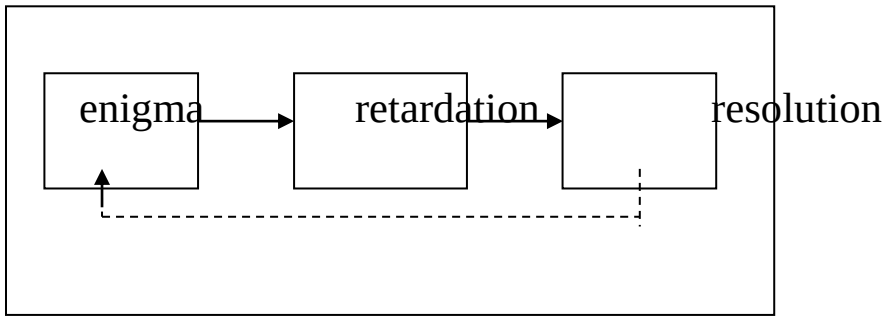
บริบทของการชมดังกล่าวแตกต่างจากบริบทของการดูโทรทัศน์อย่างมาก การดูโทรทัศน์ในบ้านมักจะมีความสว่างทั้งในจอและบริเวณคนดูอย่างใกล้เคียงกัน การนั่งชมกันหลายๆ คนในครอบครัวท่ามกลางความสว่างที่มองเห็นกัน ทำให้นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนบรรยายว่า การดูโทรทัศน์นั้นเป็นการยื้อแย่งระหว่าง "การถูกดึงเข้าไปหาจอโทรทัศน์และการถูกดึงออกมาจากจอโทรทัศน์" สลับกันไปมา และวิธีการนำเสนอของโทรทัศน์ก็จะถูกคั่นด้วยรายการต่าง ๆ โดยเฉพาะโฆษณา โดยที่แต่ละช่วงเวลาของการนำเสนอจะเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ

จากบริบทที่แตกต่างกันดังที่กล่าวมานี้ ในการวิเคราะห์ภาพยนตร์ นักสตรีนิยมมักจะใช้ทฤษฎีจิตวิเคราะห์มาอธิบายเรื่อง "การสร้างความเป็นตัวตนของสตรี" (Women Subjectivity) ได้อย่างเต็มที่ แต่ในกรณีของการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะมีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้หญิงมากกว่าภาพยนตร์เสียอีก แต่เนื่องจากบริบทที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความเป็นตัวตนดังกล่าว ทำให้นำเอาทฤษฎีจิตวิเคราะห์มาอธิบายใช้ไม่ค่อยได้เต็มที่

ตัวอย่างงานศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าสื่อประเภทที่ต่างกันจะมีผลต่อการสร้างเนื้อหาที่เกี่ยวกับเพศสภาวะที่แตกต่างกันไปด้วยได้แก่ งานวิจัยของ Flitterman-Lewis (1983) ที่เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของครอบครัวในชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์และในละครโทรทัศน์ ในขณะที่ครอบครัวในโฆษณานั้นจะเป็นครอบครัวที่มีลักษณะอุดมคติอย่างยิ่งเพราะจะเน้นความรักความอบอุ่นและความสุข แต่ทว่าในละครโทรทัศน์ ภาพของครอบครัวมักจะเป็นภาพที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง กล่าวคือ เป็นครอบครัวที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ รุมเร้าอยู่รอบตัว

(5.2.4) การศึกษาวิธีการเล่าเรื่องของสื่อแต่ละประเภท (Narrative)

วิธีการเล่าเรื่องเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภทอีกอย่างหนึ่ง ในที่นี้เราจะสนใจดูวิธีการเล่าเรื่องแบบผู้หญิงที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เป็นหลัก A. Kuhn, (1996) วิเคราะห์วิธีการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ว่าจะมีสูตรที่ตายตัวแน่นอนอยู่ 3 ขั้นตอนคือ



โดยเริ่มต้นของการสร้างปมปัญหา (enigma) หลังจากนั้นก็ลากปมดังกล่าวให้ยาวออกไป (retardation) จนกระทั่งคลี่คลายในที่สุด (resolution) หลังจากที่หมดปัญหาไปหนึ่งเปลาะ ปัญหาใหม่ก็จะเกิดขึ้นมา (enigma) แล้วก็เป็นไปตามวัฏจักรดังกล่าว ละครโทรทัศน์จึงมีวิธีการเล่าเรื่องที่ต่างจากภาพยนตร์ กล่าวคือ เรื่องราวดำเนินไปอย่างไม่รู้จบ ซึ่งเปรียบเสมือนกับจังหวะชีวิตงานบ้านของสตรีที่ไม่มีจบสิ้น ลักษณะแสวงหาความบันเทิงของผู้หญิงจึงแตกต่างจากผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายจะแยกเวลางาน/และเวลาว่างที่ใช้แสวงหาความบันเทิงออกจากกันได้อย่างชัดเจน แต่ผู้หญิงจะต้องแสวงหาความบันเทิงในระหว่างการทำงาน

นั้นเอง เพราะเวลาของผู้หญิงไม่สามารถจะแบ่งเป็นเวลาทำงาน/เวลาว่างที่แยกขาดจากกันได้ (ดู สมสุข, 2544)

หน้าที่โดยทั่วไปของกระบวนการเล่าเรื่องก็คือ การกระตุ้นความปรารถนาของผู้ชม (ในกรณีของละครโทรทัศน์คือผู้หญิง) และกระบวนการสร้างให้ผู้ชมเทียบตัวเอง (Identify) กับตัวละคร ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์ชุด "แม่ในอุดมคติ" ที่มีคุณลักษณะของแม่ที่เข้าใจลูก ๆ ในทุกเรื่องและพร้อมจะเข้าใจตลอดเวลา แม่ผู้อดกลั้นต่อความทุกข์ระทมทุกข์อย่าง และเสียสละต่อผู้อื่นอย่าง passive (ตัวอย่างแบบฉบับคือ "แม่เนียน" ในเรื่อง "อาญารัก") ลักษณะความอดทน/อดกลั้น และ passivity นี้ก็คือ คุณลักษณะสำคัญของ "ความเป็นหญิง" การที่ผู้ชมหญิงสามารถจะเข้าอกเข้าใจและเข้าถึงคุณลักษณะดังกล่าวได้ก็เพราะในชีวิตจริง ผู้ชมหญิงก็ต้องมีคุณสมบัติดังกล่าวนั้นเช่นกันและไม่ต่างไปจากตัวละคร วิธีการอธิบายเช่นนี้ข้ามพ้นไปจากเรื่องผลกระทบของสื่อมีต่อผู้ชม หากแต่เปลี่ยนเป็นการอธิบายว่า เนื่องจากประสบการณ์ของผู้ชมกับตัวละครมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ที่ภาษาไทยเรียกว่า "หัวอกลูกผู้หญิง") ทำให้ผู้ชมชื่นชอบหรือแม้แต่รื่นรมย์ต่อการเปิดรับสื่อประเภทนี้

เช่นเดียวกับในกรณีของนวนิยายที่เป็นสื่อสำหรับสตรีอีกประเภทหนึ่ง Modelski (1982) สรุปว่า งานเขียนที่เกี่ยวกับวิธีการเล่าเรื่องของผู้หญิงนั้นจะมีแบบฉบับอยู่ 3 แบบคือ

(i) dismissive → ยอมรับทุกอย่างที่เกิดขึ้น โดยปล่อยให้ผ่านเลยไป

(ii) hostility → แบบคู่รักคู่แค้น

(iii) mockery → แบบเยาะหยันขบขันตัวเอง เช่น บรรดาสาวเปิ่นทั้งหลาย

การที่ผู้หญิงชอบอ่านนวนิยายที่มีอยู่เพียง 3 สูตรของการเล่าเรื่องเช่นนี้ก็เนื่องมาจากคนอ่านเองก็มีความไม่พอใจในชีวิตเช่นเดียวกับตัวละคร (และแสดงออกมาในรูปแบบต่าง ๆ กัน 3 รูปแบบ) ดังเช่นที่ Marx เคยกล่าวถึงศาสนาว่า เป็นยาฝิ่นที่จำเป็นสำหรับความทุกข์ยากในชีวิตของคนจน ก็เช่นเดียวกับความทุกข์ทรมานจากความรักที่เกิดขึ้นของผู้หญิง นวนิยายเหล่านี้จึงเป็นเสมือนเสียงบอกเล่าถึงความทุกข์ที่แท้จริง พร้อมทั้งเป็นการประท้วงความทุกข์นั้นไปในตัว ดังนั้น ในขณะที่ Marx กล่าวสรุปว่า เราต้องไม่ประณาม "ยาฝิ่น" (ศาสนา) และ "ผู้เสพ" (คนจน) หากทว่าจะต้องกล่าวโทษสาเหตุแห่งความทุกข์ยากนั้น ต่างหาก Modelski ก็กล่าวเลียนแบบว่า เราไม่ควรจะประณามนวนิยายและผู้อ่าน แต่ควรจะประณามเงื่อนไขที่สร้างความทุกข์ระทมให้แก่ผู้หญิงมากกว่าเช่นกัน

(5.3) การศึกษาผู้รับสาร (audience study)

การศึกษาผู้รับสารเป็นหัวข้อที่งานวิชาการด้านสื่อมวลชนให้ความสนใจมาตั้งแต่เริ่มต้นสถาปนางานวิจัยในสาขาวิชานี้ และยังคงเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ตลอดเส้นทางอันยาวไกลของการศึกษาผู้รับสารนี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาและวิธีการศึกษาไปอย่างมากมาย

การศึกษาผู้รับสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศสภาวะนั้นจึงมีอย่างหลากหลายและแตกต่างตามกรอบแนวคิดพื้นฐานของกลุ่มสตรีนิยมในแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น

(5.3.1) การศึกษาผลกระทบของสื่อที่เกิดต่อผู้รับสารสตรี มักเป็นผลงานของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม ที่เชื่อในศักยภาพของสื่อมวลชนว่าสามารถจะหล่อหลอมบทบาททางเพศ (Sex-role socialization) โดยอาจจะศึกษาตั้งแต่ผลกระทบระยะสั้น (short-term effect) ผลกระทบแบบปานกลาง เช่น แนวคิดเรื่องอำนาจในการกำหนดวาระของสื่อ (Agenda-setting) ตัวอย่างเช่น สื่อสามารถทำให้ประเด็นเรื่อง "สิวบนใบหน้า" กลายเป็นเรื่องคอขายบาดตายได้สำหรับผู้หญิง หรือเรื่องผลกระทบระยะยาวเช่น แนวคิดของทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ สำหรับแนวทางการศึกษาผลกระทบดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้ว่าแม้จะมองเห็นว่า "ผู้รับสารเป็นผู้หญิง" แต่ทว่าก็ยังมักขาดคำอธิบายว่า "ความเป็นหญิง" (femininity) ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับผู้รับสารอย่างไร

(5.3.2) การศึกษาผู้รับสารด้วยแนวทาง Uses and Gratification Approach เป็นแนวทางการวิเคราะห์ที่ปฏิเสธอิทธิพลอันมหาศาลที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสารในทางตรงกันข้าม แนวคิดนี้กลับเชื่อว่าผู้รับสารเลือกเปิดรับ เลือกตีความ และเลือกนำเอาเนื้อหาจากสื่อไปใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคมของผู้รับสารเอง กล่าวคือเชื่อว่ากระบวนการรับสารนั้นเป็นไปอย่าง active

สำหรับงานวิจัยที่ใช้แนวทาง Uses & Gratification Approach นี้ มักจะเปรียบเทียบแบบแผนการใช้สื่อระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย เริ่มตั้งแต่

- ความถี่ในการเปิดรับ/ช่วงเวลาที่เปิดรับ
- ประเภทของสื่อที่เปิดรับ
- ประเภทของรายการที่เปิดรับ/ชื่นชอบ
- การนำประโยชน์จากสื่อไปใช้

- ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

แม้ว่างานวิจัยผู้รับสารด้วยแนวทาง Uses & Gratification Approach นี้จะเริ่มต้นจากสมมติฐานที่ว่า การเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ นั้น เกิดมาจากความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคมของผู้รับสาร แต่ทว่าก็มิได้ตั้งคำถามให้ไกลต่อไปอีกว่า "ความต้องการดังกล่าวนั้นถูกสร้างมาจากเงื่อนไขทางสังคมอะไรบ้าง" และจุดอ่อนอีกประการหนึ่งของแนวทางนี้ในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่อง "เพศสภาวะ" ก็คือ เนื่องจากการอธิบายเหตุผลของการเปิดรับสื่อนั้นมักจะอธิบายจากปัจจัยด้านจิตวิทยาอันเป็นปัจจัยภายใน (Endogeneous factor) มากกว่าปัจจัยด้านเงื่อนไขสภาพความจริงจากภายนอก (Exogeneous factor) เช่น การที่ผู้หญิงชอบดูข่าวบันเทิง และผู้ชายชอบดูข่าวการเมืองเศรษฐกิจ หากอธิบายด้วยปัจจัยภายในก็คือ ธรรมชาติของผู้หญิงมักจะชอบเรื่องเบา ๆ ไม่หนักสมอง ซึ่งเป็นคำอธิบายของปรัชญาแบบ Essentialism แต่หากอธิบายด้วยปัจจัยภายนอก การที่ผู้หญิงไม่สามารถจะติดตามข่าวเศรษฐกิจการเมืองได้ก็เนื่องจากชีวิตของผู้หญิงถูกจำกัดอยู่แต่ภายในบ้าน ทำให้ฐานความรู้ที่จะติดตามเรื่องราวดังกล่าวมีไม่เพียงพอ เป็นต้น

(5.3.3) การศึกษาความปรารถนาและความรื่นรมย์ของสตรี (Women Desire & Pleasure)

สำหรับการศึกษาสื่อมวลชนด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษานั้น จะใช้เกณฑ์แบบใหม่ๆ ที่มีรากฐานมาจากจิตวิเคราะห์เช่น เรื่องความปรารถนา (desire) และความรื่นรมย์ (pleasure) อันเกิดขึ้นเมื่อความปรารถนานั้นได้รับการตอบสนองมาวิเคราะห์ผลงานด้านสื่อมวลชน และเมื่อจับตาดูปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยแนวคิดดังกล่าว นักสตรีนิยมก็ต้องประหลาดใจว่า ใน 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมานี้ ทั้ง ๆ ที่กระแสสิทธิสตรีและขบวนการสตรีนิยมพุ่งขึ้นสู่ความสนใจของสาธารณชน แต่ในเวลาเดียวกันนวนิยายรักพาฝัน (romance) ก็ได้รับความนิยมอย่างสูงสุดเช่นกัน ทั้งๆที่ทั้งสองปรากฏการณ์ดูจะเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เพราะเหตุใดจึงเกิดปรากฏการณ์คู่ขนานเช่นนี้ได้

คำอธิบายประการหนึ่งก็คือ การที่นวนิยายรักพาฝันประสบความสำเร็จนั้นนอกเหนือไปจากเหตุผลจากปัจจัยภายนอก เช่น กระบวนการผลิตและการแพร่กระจายแล้ว ในตัวเนื้อหาของนวนิยายประเภทนี้คงต้องสามารถตอบสนองความปรารถนาบางอย่างของสตรี และมีพลังที่จะสร้างความรื่นรมย์ให้เกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม หลักการของวัฒนธรรมศึกษาก็ระบุว่าความปรารถนาและความรื่นรมย์นั้น มิใช่สิ่งที่สตรีมีติดตัวมาตามธรรมชาติ หากแต่ได้มาถูก

ประกอบสร้างขึ้นจากสังคมและวัฒนธรรมหนึ่ง ในขณะเดียวกัน หลังจากที่เสพนวนิยายเหล่านี้แล้ว สตรีในสังคมก็จะถูกสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ให้เป็น "ผู้ที่มีความปรารถนาและความรื่นรมย์แบบพาฝัน" เพื่อจะไปเสพนวนิยายเรื่องต่อ ๆ ไป วนเวียนไม่รู้จบอยู่เช่นนี้

เพื่อจะตอบคำถามดังกล่าวในชั้นต่อไปว่า ความปรารถนาอะไรและความรื่นรมย์แบบไหนที่สตรีถูกประกอบสร้างขึ้น Radway (1984) ได้ทำวิจัยเรื่อง "Reading the Romance" โดยศึกษากลุ่มผู้อ่านสตรีที่อ่านนวนิยายรักพาฝันเป็นประจำ 42 คน ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีที่แต่งงานแล้ว/และบางคนก็มีลูก คุณสมบัติที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่างก็คือต้องเป็นผู้อ่าน นวนิยายรักพาฝันแบบเป็นประจำ (เลือกจากลูกค้าของร้านขายหนังสือที่ผู้วิจัยรู้จัก) โดยผ่านประมาณ 1-15 เล่ม/สัปดาห์ และอ่านเป็นประจำทุกวัน โดยเฉลี่ย 11-15 ชั่วโมง/สัปดาห์ Radway ใช้วิธีการวิจัยหลายๆอย่างผสมผสานกัน เช่น สัมภาษณ์พูดคุยแบบไม่เป็นทางการเป็นรายบุคคล สนทนาร่วมกันเป็นกลุ่ม ตอบแบบสอบถาม ฯลฯ

ข้อค้นพบที่น่าสนใจมีดังนี้

- แบบแผนการอ่านของแฟนประจำนิยายรักพาฝันเหล่านี้เป็นมากไปกว่าการอ่านหนังสือแบบธรรมดา หากทว่าเป็นการอ่านที่เหมือนการประกอบพิธีกรรม (Ritualisitc) เช่นต้องอ่านเป็นประจำทุกวันเหมือนการสวดมนต์
- วิธีการอ่านนั้นจะต้องอ่านตอนจบเสียก่อน เนื่องจากความปรารถนาที่จะให้ทุกอย่างจบลงอย่างสุขนาฏกรรม (happy ending) เหมือนอย่างเดิมที่เคยเป็นมา ไม่มีการหักหลังผู้อ่านด้วยการจบอย่างพลิกความคาดหมาย ซึ่งก็เป็นลักษณะเหมือนพิธีกรรมที่ลงท้ายจะเหมือนเดิมทุกครั้ง
- ความปรารถนาและความรื่นรมย์ที่เกิดจากการอ่านนั้น เนื่องจากการอ่านได้ช่วยตอบสนอง "ปรัมปราคติทางวัฒนธรรม" (cultural myth) สำหรับผู้หญิง คือ การได้พบกับผู้ชายสักคนที่รัก ดูแลและทะนุถนอมเธออย่างแท้จริง (caring & nurturing male) และเธอก็จะมีความสุขที่ได้ตอบสนองด้วยการให้ความรักและการดูแลตอบแทนกลับคืน (reciprocal) เช่นเดียวกับเส้นทางของนางเอกที่แสวงหาพระเอกในเรื่องนวนิยาย

Radway วิเคราะห์ความปรารถนาและความรื่นรมย์ดังกล่าวด้วยการใช้ทฤษฎีจิตวิพากษ์แนวสตรีนิยม (Feminist Psychoanalysis) ของ Chodorow ที่อธิบายว่า เด็กๆทุกคนจะปรารถนาความรักและการดูแลห่วงใยจากแม่ (maternal care) แต่เนื่องจากเส้นทางการพัฒนาชีวิตทำให้ความปรารถนาดังกล่าวไม่ได้รับการตอบสนองอย่างแท้จริง

ดังนั้น บุคคลจึงต้องสร้างจินตนาการ (fantasy) ที่จะตอบสนองด้วยรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งอาจจะมี 3 วิธีการคือ

(1) การแสวงหาผู้หญิงคนอื่นมารักทดแทนแม่ (substitution) ได้แก่ การมีความรักร่วมเพศแบบหญิงรักหญิง (Lesbian) แต่ทว่ารูปแบบเช่นนี้มักจะถูกห้ามปรามจากสังคม

(2) การแสวงหาผู้ชายคนอื่นมารักชดเชยแทนแม่ (compensation) เช่น การมีสามี คู่รัก (หรือบางรายอาจจะหันไปติดพ่อ) แต่ผู้หญิงก็จะพบว่า ความรักและการดูแลเอาใจใส่จากคู่รักและสามีนั้นเป็นเรื่องชั่วครั้งคราว และจางหายไปตามกาลเวลา ทำให้ความปรารถนายังคงตกค้างอยู่

(3) การแสวงหารูปแบบอื่น ๆ เช่น การอ่านนวนิยายและสร้างจินตนาการโดยการ identify กับตัวนางเอกว่า จะได้พบผู้ชายที่รักและห่วงใยดูแลเธออย่างแท้จริง วิธีการนี้สังคมไม่ห้ามปรามและเป็นเรื่องที่ผู้หญิงควบคุมได้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ต่อไปว่า วิธีการแสวงหาความสุขแบบการอ่านนวนิยายที่ตัวนางเอกมีลักษณะ passive นั้น จะช่วยให้ผู้อ่านสตรีเกิดความรู้สึกรื่นรมย์อย่างปราศจากความรู้สึกผิด (guilt feeling) ทั้งนี้เนื่องจากความปรารถนาทางเพศนั้น เป็นบทบาทของฝ่ายชายที่เริ่มต้น และเป็นความรื่นรมย์ที่ย้อนถอยกลับไปสู่วัยเด็ก (regression) ที่ได้รับคำมั่นสัญญาว่า เธอจะมีความสุขอย่างแน่นอนหากพึ่งพิงใครสักคน (dependency) เหมือนระยะเวลาที่เด็กรู้สึกอบอุ่นปลอดภัยเมื่ออยู่ในครรภ์มารดา ซึ่งเรามักจะเห็นประโยคพรรณนาในนวนิยายประเภทที่ว่า "เธอรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย และเป็นสุขอย่างประหลาดในอ้อมอก/วงแขนของเขา" เป็นต้น

พลังดึงดูดของนวนิยายจึงอยู่ที่ว่ามีครบทั้ง 3 สูตรอยู่ในตัว (three-in-one) คือมีการปกป้องแบบพ่อ/การดูแลแบบแม่/และความรักอย่าง passive แบบลูก

กรณีการศึกษาความรื่นรมย์ของ/แบบสตรี (pleasure femininity) ที่น่าสนใจอีกกรณีหนึ่งคือ งานศึกษานิตยสารของ J. Winship (1987) ซึ่งผู้ศึกษากล่าวว่าในการศึกษาเรื่องสื่อกับสตรีนิยมนั้น หากมองข้ามเรื่องการศึกษานิตยสารแล้ว ก็เท่ากับละเลยผู้หญิงไปครึ่งโลก ทั้งนั้นเนื่องจากนิตยสารเป็นสื่อสำหรับสตรีอย่างแท้จริง

ในงานศึกษานิตยสารนี้ Winship เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ธรรมชาติของประเภทของสื่อนิตยสารอันมีกลุ่มคนที่ผู้ผลิตต้องเอาใจอยู่ 2 กลุ่ม คือ ผู้อ่านและผู้ลงโฆษณา

โดยที่ฝ่ายหลังๆ นั้นสามารถชี้เป็นชี้ตายนิตยสารได้มากกว่าฝ่ายแรก ดังนั้นเนื้อหาในนิตยสารจึงมักถูกกำหนดมาจากโฆษณามากกว่า

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาดูขั้นตอนที่นิตยสารได้แพร่กระจายไปถึงมือผู้อ่านแล้ว Winship ได้พบว่า ผู้อ่านสตรีได้ใช้ประโยชน์จากนิตยสารในหลายแง่มุมมาก ผู้หญิงอ่านนิตยสารทั้งเพื่อแสวงหาความบันเทิงและความรื่นรมย์ และทั้งเพื่อใช้ประโยชน์ด้านอื่น ๆ ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างบรรดางานโฆษณาที่มีอยู่จำนวนมากมายในนิตยสารผู้หญิง และกล่าวว่าผู้หญิงอ่านชิ้นงานโฆษณาเหล่านี้โดยไม่จำเป็นต้องคิดจะซื้อหรือถูกครอบงำให้หลงเชื่อคำโฆษณาดังกล่าว หากทว่าหน้าที่ของโฆษณาเหล่านี้คือ การให้ความรู้สึกรื่นเริงบันเทิงใจที่ได้สร้างความฝัน ได้สร้างความปรารถนาผ่านการบริโภค (ตัวอย่างจินตนาการที่ว่า "คุณจะเป็นอย่างนั้น อย่างนี้ ถ้าใช้...) การได้จินตนาการเป็น "ความรื่นรมย์ที่สำคัญแบบผู้หญิง" เช่นเดียวกับความรื่นรมย์ที่บรรดาเนื้อหาในนิตยสารได้แตะต้องชีวิตจริงของพวกเธอ เช่น "ปัญหาที่คุณแม่บ้านต้องพบอยู่ประจำก็คือ...."

นอกจากความรื่นรมย์ที่มาจาก 2 แหล่งความรู้สึกดังกล่าวแล้ว หน้าที่อีกประการที่นิตยสารผู้หญิงได้กระทำก็คือ "การสร้างความรู้สึกร่วมแบบในจินตนาการ" (fictional collectivism) ตัวอย่างเช่น **บทบรรณาธิการ**ที่จะผูกพันผู้อ่านกับหนังสือให้เกิดความรู้สึกแนบแน่นราวกับคนในครอบครัวเดียวกัน ("we" editor) ในกรณีของสังคมไทยมีการนับญาติกันระหว่างผู้อ่านกับบรรณาธิการอยู่เสมอ เช่นเดียวกับคอลัมน์จดหมายจากผู้อ่านที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน

ผู้วิจัยได้สรุปว่า ในการศึกษานิตยสารสตรีนั้น ผู้ศึกษาจำเป็นต้องใช้ทัศนะสองด้านในการศึกษา คือ การให้ความสนใจในหน้าที่และศักยภาพอันแท้จริงของตัวสื่อ และในเวลาเดียวกันก็ต้องวิจารณ์ขีดจำกัดของสื่อประเภทนี้ไปพร้อม ๆ กัน อย่างไรก็ตาม ทุกวันนี้ หน้าที่ที่สำคัญของนิตยสารสตรีก็คือ การเป็นคู่มือและให้ความรู้แก่ผู้หญิงว่าจะเอาชีวิตรอดได้อย่างไรในโลกที่มีแต่ระบบชายเป็นใหญ่นี้

(5.3.4) การศึกษากระบวนการ Identification

ในการศึกษาการบริโภคสื่อของสตรีนั้น แนวคิดด้านจิตวิเคราะห์และจิตวิทยาการเรียนรู้อีกแนวคิดหนึ่งที่ถูกหยิบยืมมาใช้วิเคราะห์คือ แนวคิดเรื่อง Identification อันหมายถึงความรู้สึกเลียนแบบทางจิตใจ ตัวอย่างเช่น เวลาที่เราดูหนังและเห็นตัวนางเอกกำลังตกอยู่ในอันตราย เราก็จะรู้สึกใจสั่นระทึกตามไปด้วยราวกับเหตุการณ์นั้นกำลังเกิดขึ้นกับตัวเราเอง

การ identification เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจนมากในการบริโภคสื่อของสตรีเช่น ในกรณีของละครโทรทัศน์

การศึกษาเรื่อง identification นั้น (ดู Geraghty, 1996) จะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ตัวบทก่อนว่าได้สร้างตัวละครประเภทใดแบบไหนให้ผู้ชมสตรีมาเลียนแบบ มีตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาภาพของตัวละครที่ถูกสร้างเป็นตัวแบบของ "แม่" ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในประวัติศาสตร์ เมื่อศตวรรษที่ 19 จนกระทั่งถึงปีค.ศ.1920 ภาพตัวละคร "แม่" ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้จะเป็นแม่ที่อุทิศตน เสียสละ ไม่สนใจความต้องการของตนเอง ไม่เรียกร้องลูก ฯลฯ และผู้อ่านหรือผู้ชมที่ได้ดูภาพแม่เช่นนี้ก็จะรู้สึก identify และมีความสุขใจ (รื่นรมย์) ที่ได้เห็น/หรือได้เป็นแม่แบบนี้ แต่ทว่าเมื่อปีค.ศ.1930 เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทำให้ผู้หญิงต้องออกไปทำงานนอกบ้าน และต้องทิ้งลูกไป ภาพแม่แบบเก่า ๆ ไม่อาจรักษาไว้ได้ และน่าสนใจว่าผู้หญิงในสังคม identify กับแม่แบบใหม่ (ถูกขนานนามว่า "แม่ที่หายไป") นี้อย่างไรบ้าง

มีงานวิจัยเปรียบเทียบของ "ผู้หญิง" ที่ถูกสร้างขึ้นมาในละครโทรทัศน์ของแต่ละวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกส่วนหนึ่ง รวมทั้งสภาพความเป็นจริงของผู้หญิงในแต่ละวัฒนธรรมได้ เช่น "แม่" ในละครโทรทัศน์ของอังกฤษพยายามที่จะต่อต้านแรงกดดันที่เรียกร้องให้แม่ต้องเป็นคนเสียสละ ไม่เห็นแก่ตัว แต่เห็นแก่ครอบครัว การต่อสู้นี้ได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนผู้หญิงด้วยกัน ส่วนในอเมริกา ละครโทรทัศน์ชุดที่โด่งดังเช่น Coronation Street นั้น มีภาพผู้หญิงที่หลากหลายให้เลือกเลียนแบบอย่างมาก ทั้งผู้หญิงที่เป็นแม่และเมียอย่าง passive ตามต้นฉบับดั้งเดิม ไปจนกระทั่งถึงผู้หญิงที่เป็นอิสระ เป็นฝ่ายเริ่มต้นความสัมพันธ์ทางเพศ ในอีกกรณีหนึ่งที่น่าสนใจศึกษาก็คือกรณีของภาพตัวแทนผู้หญิงที่แตกแถวออกไปจากเดิม เช่น ละครโทรทัศน์ชุดตำรวจหญิงเรื่อง Cogney & Lucy ที่โด่งดัง เนื่องจากมีตัวเอกเป็นตำรวจหญิง 2 คน คนหนึ่งมีลูกแล้ว (แต่ไม่มีสามี) อีกคนหนึ่งเป็นโสด ทั้งสองคนมีมิตรภาพแบบกัลยาณมิตร และต่างสนับสนุนซึ่งกันและกัน

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาเรื่อง identification นี้ Ien Ang (1985) ผู้ศึกษาเรื่อง Dallas ได้ให้ข้อเตือนใจว่า จะทำการวิเคราะห์แต่ด้านภาพตัวแทนในตัวบทไม่ได้ หากแต่จะต้องศึกษาจากด้านผู้รับสารประกอบด้วย และต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาว่า การ identification นั้นเป็น**กระบวนการเลือก** (Selective process) ตัวอย่างเช่นในเรื่อง Dallas นั้น ความรื่นรมย์ของผู้ชมสตรีบางคนอาจมาจากการ identify กับตัวละคร

เอกหญิงที่แม้จะมีปัญหาครอบครัวท่วมท้น แต่ผู้ชมไม่ได้ซึมซับลักษณะดังกล่าวนั้น หากแต่กลับเลือกดูว่าเป็นตัวละครที่ร่ำรวยและสุขสบายไม่ต้องตรากตรำทำงานบ้านเช่นผู้หญิงทั่วไป

สำหรับหน้าที่ของกระบวนการ identification กับตัวละครในเรื่องนี้ เริ่มต้นด้วยข้อเท็จจริงที่ว่า การที่ผู้ชมสตรีสามารถ identification กับตัวละครหญิงในเรื่องได้ ก็เนื่องจากทั้งเธอและตัวละครเหล่านั้นต่างมีประสบการณ์ร่วมกัน และมีความรู้สึกร่วมกัน (ตัวละครหญิงก็มีลักษณะชนชั้นผู้หญิงเช่นเดียวกัน) ดังนั้น หน้าที่ของบรรดาภาพตัวแทนในสื่อจึงไม่จำเป็นต้องเป็นแบบอย่างสำหรับ identification เสมอไป (เนื่องจากชีวิตทั้งคนดูและตัวละครต่างก็เหมือนกันและกันอยู่แล้ว จึงไม่มีความจำเป็นต้องเลียนแบบอะไร) ตามคำอธิบายของ Impact theory หากทว่าภาพในละครนั้นทำหน้าที่เป็นช่องทางสำหรับระบายความรู้สึกที่ซับซ้อน (expression of complex feeling) เกี่ยวกับความเป็นจริงของการเป็นแม่ เมีย ลูกสาว ฯลฯ มากกว่า

(5.3.5) การศึกษาเรื่อง "การจ้องมองดู" (Gazing)

เมื่อนักสตรีนิยมเช่น Laura Mulvey (1986) ประยุกต์เอาแนวคิดของจิตวิเคราะห์และแนวคิดเรื่องอำนาจของ Foucault ไปใช้ในการวิเคราะห์ผลงานประเภทหนึ่งของสื่อมวลชน คือภาพยนตร์นั้น เธอได้เขียนงานชื่อ "Visual Pleasure and Narrative Cinema" (1986) ที่มีชื่อเสียงมากเนื่องจากเป็นผลงานชิ้นแรก ๆ ที่ได้ศึกษาเรื่อง "การจ้องมองดู (gazing) และความรื่นรมย์ (pleasure) ตามแนวสตรีนิยม

Mulvey เริ่มต้นด้วยข้อเสนอที่ว่า จากแนวคิดของจิตวิเคราะห์ที่เสนอว่ามนุษย์มีสัญชาตญาณ 2 อย่างที่หากตอบสนองแล้วจะทำให้ ego มีความสุขคือ

- ความสุขที่ได้ "จ้องมองดูคนอื่น"
- ความสุขที่ได้มองดูตัวเอง (ego libido) เพื่อการสร้างอัตลักษณ์ (identity)

จากพื้นฐานแนวคิดดังกล่าว Mulvey ได้เสนอว่า ทุกวันนี้ กระบวนการไปชมภาพยนตร์นั้น เมื่อกระทำอยู่ภายใต้ระบบพ่อเป็นใหญ่ กระบวนการนี้ก็ได้ทำหน้าที่สร้าง/ผลิตและผลิตซ้ำวิธีการจ้องมองดูแบบผู้ชาย" (Male gazing) ให้เป็นวิธีการหลัก โดยไม่จำเป็นว่า เพศที่แท้จริงของผู้ดูจะเป็นเพศอะไร การจ้องมองดูแบบผู้ชายนั้นก่อให้เกิดความรื่นรมย์ขึ้นมา 2 แบบตามการตอบสนองสัญชาตญาณที่กล่าวมาแล้ว คือ

(1) Scopophilia: (ความรื่นรมย์จากการได้จ้องดูคนอื่น) การไปดูหนังนั้นไม่ได้เป็นเพียง "การดู" ให้รู้ว่าอะไรเป็นอะไรเท่านั้น หากทว่ายังก่อให้เกิด "ความสุข" จากการที่ได้ดูนั้นอีกด้วย ความสุขเช่นนี้จิตวิเคราะห์อธิบายว่าโยงใยกับเรื่องการกระตุ้นสัญชาตญาณทางเพศ และในบางครั้งก็มีลักษณะแบบก้าวร้าวเจือปนมาด้วย เช่น การจ้องดูแบบบังคับโดยการฝืนใจ "สิ่งที่ถูกดู" ตัวอย่างของการดูรูปโป๊เป็นกรณีที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด แต่กรณีอื่น ๆ ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากนี้มากนัก ในขณะที่พฤติกรรมการเจาะแอบดูคนตามห้องน้ำอาจจะถือได้ว่า "ผิดปกติ" แต่การไปดูหนังนั้นเป็นเรื่อง "ปกติ" ทว่าสัญชาตญาณที่อยู่เบื้องหลังทั้ง 2 กรณีนี้เป็นเรื่องเดียวกัน

(2) Narcissistic pleasure (ความรื่นรมย์ที่ได้ดูภาพของตัวเอง) ความรื่นรมย์แบบนี้เหมือนกับอาการหัวเราะชอบใจของเด็ก ๆ ที่มองเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในกรณีของภาพยนตร์นั้น ความสุขนั้นเกิดจากการที่เห็น "ตนเอง" (ในคราบของพระเอก/นางเอก) ที่ดูดีกว่าตัวจริง เช่น หล่อเหลา กล้าหาญ เสียสละ ซึ่งให้ความสุขใจเป็นอย่างยิ่ง

จากสัญชาตญาณและความรื่นรมย์ 2 แบบที่กล่าวมานี้ เมื่อมาแสดงออกในสังคมแบบพ่อเป็นใหญ่ การจ้องมองดูที่ตอบสนองสัญชาตญาณดังกล่าวก็กลับตอบสนองแต่ "ผู้ชาย" เท่านั้น เพราะผู้ชายจะเป็น "ผู้ที่มีโอกาสได้จ้องมองดู" ส่วนผู้หญิงจะเป็นเพียง "สิ่งที่ถูกจ้องดู" เท่านั้น แม้ผู้ชมจะเป็นผู้หญิง เธอก็ต้องสวมใส่ "วิธีการจ้องมองดูแบบผู้ชาย" เมื่อเธอไปดูหนัง ส่วนผู้หญิงที่อยู่ในจอหนังนั้นจะถูกจ้องมองดูจาก 3 ชั้นด้วยกันคือ

- ถูกจ้องมองดูจากกล้องถ่ายภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการจ้องมองของผู้ชาย
- ถูกจ้องมองดูจากพระเอก
- ถูกคนดูนอกจอจ้องมองดูเป็นขั้นสุดท้าย

Mulvey เสนอว่า นักสตรีนิยมที่ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนควรให้ความสนใจกับเรื่อง "การจ้องมองดู" เพราะ Foucault ได้กล่าวว่า "การจ้องมองดู" เป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ ในกรณีของหนังก็เป็นการใช้อำนาจที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิง ดังนั้น การต่อสู้ทางเพศจึงต้องเริ่มต้น ณ เวทีแห่งการจ้องมองดูด้วยเช่นกัน

(5.4) การศึกษาผู้ผลิตสตรี

เมื่อเปรียบเทียบหัวข้อ "การศึกษาผู้ผลิตสตรี" ในสื่อมวลชนแล้ว ประเด็นนี้จะมีการศึกษาน้อยกว่า 3 หัวข้อที่ได้กล่าวมาแล้วว่า โดยเฉพาะการศึกษาผู้รับสารซึ่งอาจตั้งเป็นข้อสังเกตก็ได้ว่า เนื่องจากฐานะผู้รับสารนั้น มีลักษณะ passive กว่าฐานะผู้ผลิต ดังนั้น เมื่อ

เราคิดถึง "ผู้หญิง" เรามักโน้มเอียงที่จะคิดถึงฐานะที่ passive มากกว่า active ของพวกเธอ

การศึกษาผู้ผลิตสตรีในสื่อมวลชนนั้นจะยกตัวอย่างแนวทางการศึกษา 3 หัวข้อคือ

(5.4.1) ลักษณะของการจ้างงาน

(5.4.2) ลักษณะของการประกอบอาชีพในภาคปฏิบัติ

(5.4.3) การฝึกอบรม/การให้การศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรด้านสื่อ

(5.4.1) การศึกษาโครงสร้างการจ้างงาน (ดู Baehr & Gray, 1996)

เนื่องมาจากอิทธิพลทางความคิดแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ว่า หากบุคคลใดได้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ก็จะมีอำนาจในการผลิตความคิดด้วย และเนื่องจากประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนเองเริ่มต้นจากการที่มีผู้ชายเป็นเจ้าของสื่อ และมีผู้ทำงานในสื่อเป็นผู้ชายส่วนใหญ่ ดังนั้น คำอธิบายส่วนหนึ่งต่อเรื่องการศึกษาภาพสะท้อนในด้านลบของสตรีที่ปรากฏในสื่อก็คือการที่มีผู้ชายทำงานอยู่เป็นส่วนใหญ่ในสื่อนั่นเอง

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว นักสตรีนิยมจึงมีข้อเสนอ 2 ประการคือ

ə จากภายในสื่อกระแสหลัก (Mainstream media) ในแง่ปริมาณต้องเพิ่มจำนวนปริมาณนักสื่อมวลชนสตรีให้มากขึ้น ในแง่คุณภาพต้องเพิ่มจำนวนผู้หญิงในระดับชั้นสูงของวิชาชีพ เช่น ระดับบริหาร นโยบาย และการตัดสินใจให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น หากผู้หญิงได้เป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ โอกาสที่ข่าวผู้หญิงจะได้ขึ้นหน้า 1 ที่มีความสำคัญก็จะมีมากขึ้น เป็นต้น

ə สร้างสื่อทางเลือกของผู้หญิงขึ้นมาเอง (Alternative media)

- **การเปลี่ยนแปลงในสื่อกระแสหลัก**

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้เกิดการสำรวจตัวเลขการจ้างงานผู้หญิง/ผู้ชายในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เพื่อติดตามความก้าวหน้า ตัวอย่างเช่น

♦ ในสหรัฐเมื่อปีค.ศ.1900 มีผู้หญิงทำงานอยู่ในวงการหนังสือพิมพ์ 10% กลุ่มนักหนังสือพิมพ์สตรีเหล่านี้ได้รวมตัวกันตั้งชมรมนักข่าวสตรีขึ้นมา

♦ ปี 1960-1970 จำนวนผู้หญิงเริ่มเพิ่มมากขึ้น ในสื่อบางประเภทเช่น นิตยสาร มีผู้หญิงทำงานมากกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ตำแหน่งงานของผู้หญิงยังอยู่ในลำดับชั้นล่างเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ในโลกแห่งความเป็นจริงมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงปริมาณที่เห็นได้อย่างชัดเจน แต่ทว่าภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อก็ยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังนั้นจึงได้มีการวิเคราะห์ต่อไปว่าเป็นเพราะเหตุใด และพบว่า อุปสรรคสำคัญที่ทำให้ปริมาณของผู้ผลิตสตรีไม่ส่งผลสะเทือนต่อการสร้างภาพลักษณ์หญิงชายก็คือ

- อุปสรรคเชิงโครงสร้าง เช่น ข้อจำกัดด้านการเงินของฝ่ายโฆษณาทำให้เปลี่ยนแปลงอะไรไม่ได้มากนัก ผู้หญิงยังก้าวขึ้นไประดับนโยบายและการบริหารไม่ได้ อุปสรรคจากครอบครัวทำให้โอกาสความก้าวหน้าทางวิชาชีพของผู้หญิงช้ากว่าหรือหยุดชะงัก
- อุปสรรคด้านวิชาชีพ เนื่องจากผู้ชายได้วางรหัสทางด้านวิชาชีพในการปฏิบัติงานเอาไว้หมดแล้ว ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานการทำงาน ลักษณะสุนทรียะ ฯลฯ ดังนั้น จึงมีผลการวิจัยที่ยืนยันว่า นักสื่อสารสตรีมีทัศนะที่ไม่แตกต่างจากนักสื่อสารบุรุษ แม้ว่าอาจจะมองเห็นประเด็นต่างกัน หากทว่าวิธีการนำเสนอที่ได้รับการฝึกอบรมและวัฒนธรรมของวิชาชีพทำให้ผลิตสารออกมาเป็นแบบเดียวกัน

- **การเปลี่ยนแปลงในสื่อทางเลือก**

ในขณะที่สื่อบางประเภทเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์มีกลุ่มสตรีบางกลุ่มเข้าไปเป็นผู้ผลิตทั้งหมด และสร้างกระแสสื่อทางเลือกแบบผู้หญิงขึ้นมาในโลกของสื่อแบบบุรุษ โทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมหาศาล กลับไม่ค่อยมี "ที่ว่าง" สำหรับให้ผู้หญิงได้ใช้เป็นสื่อทางเลือกมากนัก นอกจากนั้นในโทรทัศน์ยังมีการแบ่งงานกันทำตามเพศอย่างค่อนข้างมาก มีแต่บรรดาพวกรายการเบา ๆ และข่าวทั่วไปเท่านั้นที่จะมีผู้หญิงเป็นผู้ผลิต แต่ทว่ายังมีผู้กำกับรายการที่เป็นผู้หญิงน้อยมาก และผู้ผลิตรายการเป็นผู้ชายมากที่สุด ดังนั้นจึงได้มีการใช้กลยุทธ์แบ่งแยกอย่างสร้างสรรค์ (positive discrimination) คือให้โอกาสคนที่เสียเปรียบมากกว่าด้วยการทดลองเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงทัศนะในการมองโลกผ่านรายการโทรทัศน์ด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายการผู้หญิงที่เป็นนักสตรีนิยม 12 คน มาร่วมกันผลิตรายการเหตุการณ์ทั่วไป (current affairs) ชื่อ "Broadside"

จุดยืนที่ชัดเจนของผู้ผลิตรายการทั้ง 12 คนคือ จะต้องประสานความเป็นนักสตรีนิยมเข้ากับความเป็นมืออาชีพด้วย (Feminist professional) โดยต้องสามารถทำรายการให้คนทั่วๆไปสนใจและสนุกสนานกับรายการด้วย ทีมผู้ผลิตนี้ได้ทดลองวิธีการทำงานกลุ่มร่วมกันแบบผู้หญิง เช่น มีการเตรียมการประชุมอย่างมาก สร้างบรรยากาศหนุนช่วยซึ่งกันและกันในระหว่างการทำงาน นอกจากจะประชุมกันในที่ทำงานแล้ว ยังมีการเวียนไปประชุมตามบ้าน

ของสมาชิกในกลุ่ม และแลกเปลี่ยนปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรเนื่องจากความเป็นผู้หญิง ลักษณะสมานฉันท์ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ขาดหายไปในวงการทำงานแบบอุตสาหกรรม

ผลจากการผลิตรายการมาได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทีมผู้ผลิตสตรีก็ต้องพบกับอุปสรรคต่าง ๆ ไปทุกระดับ ตั้งแต่ระดับของการคัดเลือกเนื้อหา ทั้ง ๆ ที่มีความตั้งใจจะให้มีมุมมองแบบผู้หญิง แต่เนื่องจากเหตุการณ์ทั่วไปที่อยู่ในความสนใจของผู้คนมักหนีไม่พ้นเรื่องหายนะขนาดใหญ่ โดยเฉพาะประเด็นสงครามซึ่งเป็นเรื่องแบบผู้ชายโดยเฉพาะ ดังนั้นเนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการจึงยังคงเป็นเรื่องของสงคราม นอกจากนั้น ก็ยังพบปัญหาในเรื่องโครงสร้างอำนาจระหว่างบรรณาธิการกับคนทำงานที่มีลักษณะเป็นลำดับชั้น และไม่อาจสร้างความเสมอภาคในการตัดสินใจได้อย่างแท้จริง

ประสบการณ์จากการสร้างสื่อทางเลือกในปริมณฑลของรายการๆหนึ่ง ทำให้กลุ่มสตรีนิยมได้บทเรียนว่า การที่จะก้าวเข้าไปในวิชาชีพที่เป็น "อาณาเขตของผู้ชาย" นั้น "ผู้หญิง" จะถูกแปรสภาพให้กลายเป็น "นักวิชาชีพ (ซึ่งเท่ากับเป็น "ผู้ชาย") เพื่อรักษามาตรฐานวิชาชีพของผู้ชาย และเป็นการยากที่จะรักษา "ความเป็นผู้หญิง/เป็นสตรีนิยม" เอาไว้ภายใต้โครงสร้างแบบเดิมๆ ได้

(5.4.2) ลักษณะของการประกอบวิชาชีพในภาคปฏิบัติ

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ได้ศึกษาลงไปในภาคปฏิบัติว่า เมื่อผู้หญิงได้ก้าวเข้ามาในแวดวงวิชาชีพของผู้ชายนั้น จะมีกระบวนการอย่างไรบ้าง ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานของ P. Holland (1996) ในเรื่องการอ่านข่าวโทรทัศน์ของผู้หญิง ("when a woman reads news") มาเสนอในที่นี้

ในประวัติศาสตร์ของการอ่านข่าวโทรทัศน์ก็เหมือนกับประวัติศาสตร์หน้าแรกของสื่อมวลชนทุกแขนงคือ เปิดฉากด้วยผู้ชาย รหัสของการเป็น "ผู้อ่านข่าว" นั้นจะประกอบด้วยสัดส่วนใหญ่ ๆ 2 ประการ คือ "ภาพลักษณ์" อันได้แก่วิธีการที่จะถูกมองดูกับ "ถ้อยคำ" ได้แก่สิ่งที่จะพูด (เนื้อหาข่าว) ทั้งหมดนี้จะประกอบกันเพื่อนำไปสู่ความหมายของ "การมีความมั่นใจ" ในการใช้สัญญะตามรหัสดังกล่าวนั้น ไม่มีปัญหาสำหรับผู้ชาย (เพราะเป็นเพศที่สร้างรหัส) แต่มีปัญหามากสำหรับผู้หญิง

สำหรับผู้อ่านข่าวชาย ภาพลักษณ์ที่ประกอบด้วยการใส่สูท ผูกเน็คไท ศีรษะที่ตั้งตรง หัวไหล่ที่กว้างบึกบึนบ่งบอกถึงความหนักแน่น ยิ่งในกรณีที่เป็นผู้ชายสูงอายุ ผมหงอกเล็กน้อย ซึ่งแสดงถึงการผ่านโลกมามาก ดวงตาที่จ้องมองกล้องอย่างนิ่ง ๆ แบบเป็นฝ่ายควบคุมความสนใจของผู้ฟัง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนั้นลงตัวสมบูรณ์แล้ว ดังนั้นก็เหลือเพียงความน่าสนใจ

สำหรับเนื้อหาข่าวเท่านั้น กล่าวโดยสรุป สำหรับผู้อ่านข่าวชาย "ข่าวที่จะอ่าน" มีความสำคัญกว่า "ภาพของคนอ่าน"

แต่สำหรับในกรณีของผู้หญิง สิทธิที่ "ผู้หญิง" จะได้เป็นฝ่ายพูดในที่สาธารณะนั้นจะมาเกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ของเธออย่างมาก เพราะสำหรับผู้หญิงแล้ว รหัสของเธอไม่ใช่ศีรษะหรือไหล่ หากแต่เป็น “ใบหน้าและรูปร่าง" แต่ทว่า ใบหน้าที่ปรากฏในที่สาธารณะของผู้หญิงก็ไม่ได้มีเอาไว้สำหรับพูด หากแต่มีไว้สำหรับ "แต่งหน้า/แสดงความงดงาม/ให้ความสุขทางตาแก่ผู้พบเห็น" กล่าวโดยสรุปก็คือ ใบหน้าของผู้หญิงมีเอาไว้สำหรับ "จ้องดู" มิใช่เอาไว้ "ฟัง" และวิธีนั่งอ่านข่าวก็ทำให้รหัสสำคัญของผู้หญิงหายไป คือรูปร่าง ดังนั้น ในกรณีของผู้อ่านข่าวสตรี "ภาพลักษณ์ของคนอ่าน" จึงสำคัญพอ ๆ หรืออาจจะมากกว่า "เนื้อหาข่าว" ที่จะอ่าน

และดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงนั้นมิใช่เป็นภาพสะท้อนหรือภาพที่แท้จริงของผู้หญิง หากแต่เป็น "ภาพแห่งความปรารถนาที่เป็นไปไม่ได้ของผู้ชาย" (เช่นบรรดารูปร่างอุดมคติแบบผู้หญิงใน pin-ups ทั้งหลาย) ดังนั้น เราจึงไม่มีวันที่จะเห็นคนอ่านข่าวหญิงที่สูงอายุ มีผมหงอกประปราย มีกิริยาอาการที่เจนโลก และมีสายตาที่ควบคุมผู้ชมเหมือนกรณีของผู้อ่านข่าวชาย เพราะภาพดังกล่าวไม่เป็นที่พึงปรารถนาของผู้ชมชาย

และเนื่องจากลักษณะของรายการโทรทัศน์นั้นจะประกอบด้วยรายการหลาย ๆ ประเภท โดยที่รายการข่าวนั้นเป็นเพียงรายการหนึ่งที่รายล้อมด้วยรายการประเภทอื่น ๆ และในรายการประเภทอื่น ๆ นั้นก็จะมีการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงรวมอยู่ด้วย โดยทั่วไปภาพของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในรายการอื่น ๆ ที่มิใช่รายการข่าวจะถูกแสดงให้เห็นว่า มีลักษณะทางอารมณ์สูง เช่น ตัวละครหญิง (ซึ่งการแสดงอารมณ์เป็นของต้องห้ามสำหรับรายการข่าว) จะมองเห็นเรือนร่าง (เช่น ในโฆษณา) จะมองเห็นในบริบทที่เป็นส่วนตัว และเป็นที่ถูกดึงดูดใจทางเพศ ลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นของต้องห้ามสำหรับรายการข่าวทั้งสิ้น ดังนั้น ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่นั่งอ่านข่าวจึงมีลักษณะแปลกแยกและแตกต่างไปจากภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในรายการอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

นอกเหนือจากเรื่อง "ภาพ" แล้ว องค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของรายการอ่านข่าวก็คือ "เสียง" เช่นเดียวกับเรื่อง "ภาพ" เนื่องจาก "เสียง" ก็เป็นรหัสทางวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดเอาไว้เช่นเดียวกัน เสียงทุ้มๆห้าวๆ แบบผู้ชายจะถูกใส่ความหมายว่า "มีความน่าเชื่อถือ เป็นความจริง พูดในสิ่งที่มีสาระ" ในขณะที่เสียงแหลมเล็กของผู้หญิงจะถูกตีค่าให้ต่ำลงทางวัฒนธรรมว่า "มีไว้กรีดเสียงวี้ดว้ายกระตู้วู้ หรือซุบซิบนินทาเท่านั้น" ดังนั้น เสียงของผู้หญิงที่ใช้อ่านข่าวจึงต้องไม่ใช้เสียงที่แหลมเล็กแบบผู้หญิงโดยทั่วไป

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านข่าวกับเรื่องราวที่กำลังอ่าน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศนั้น ตามปกติจะปรากฏว่าผู้หญิงเป็นข่าวน้อยมากอยู่แล้ว เพราะผู้ที่จะเป็นข่าวนั้นมักจะเป็นนักการเมือง ทหารชั้นผู้ใหญ่ นายตำรวจระดับสูง นักการธนาคาร นักอุตสาหกรรม ผู้นำทางศาสนา ฯลฯ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ชายทั้งนั้น แม้แต่ผู้หญิงที่เป็น "ดาราประจำของข่าวโทรทัศน์" เช่น เจ้าหญิงไดอาน่าก็ยังมักถูกนำเสนอแบบ "ไม่มีเสียง" คงมีแต่ "ภาพสวย ๆ เอาไว้ให้ดูเท่านั้น" ดังนั้น สิ่งที่ **ผู้ประกาศข่าวสตรี**กำลังอ่านอยู่นั้น จึงเป็นเรื่องราวของ "ผู้ชาย" ที่ไกลตัวเธออย่างยิ่ง

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า ในการก้าวเข้ามาทำงานในแวดวงของ "ความเป็นชาย" นั้น ผู้ประกาศข่าวสตรีจะพบว่า มีความขัดแย้งดำรงอยู่ทั่วไประหว่าง "ความเป็นหญิง" กับ "ความเป็นข่าว" และหากผู้ประกาศข่าวหญิงจะคงสภาพการทำงานอยู่ในแวดวงนี้ให้ได้ เธอก็ต้องปฏิบัติตามสูตรรหัสที่ได้วางเอาไว้ เช่น ต้องทำผมให้เรียบร้อย ต้องแต่งหน้าให้ดูเคร่งขรึม ต้องแสดงภาพลักษณ์ของผู้ทรงความรู้ เอาจริงเอาจัง มีสาระ ต้องรักษาระดับเสียงให้เหมาะสม ฯลฯ ทั้งหมดนี้ทำให้เธอดูแตกต่างจาก "ผู้หญิงทั่วๆไป" แต่ในเวลาเดียวกัน เธอก็ไม่ใช่ "ผู้ชายทั่วๆ ไป" เธอจึงเป็นส่วนผสมแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในสื่อมวลชน

(5.4.3) การฝึกอบรม/การให้การศึกษาในการผลิตบุคลากรด้านสื่อมวลชน

เนื่องจากนักศึกษาด้านสื่อสารมวลชนในวันนี้ก็คือ นักวิชาชีพสื่อสารมวลชนในวันหน้า ดังนั้น จึงได้มีการศึกษามิติด้านผู้ผลิตอีกมิติหนึ่งคือ การศึกษาสถาบันที่ทำหน้าที่ผลิตบุคลากรด้านการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการศึกษาในมหาวิทยาลัย หรือการฝึกอบรมที่มีในวงวิชาชีพ เพื่อวิเคราะห์ว่าในกระบวนการผลิตบุคลากรดังกล่าวนั้น มีประเด็นเรื่องเพศสภาวะเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง และโดยทั่วไปแนวทางการศึกษาที่ใช้นั้น มักจะเป็นแนวคิดเรื่องความเสมอภาคเท่าเทียมในด้านโอกาส และการค้นหาอุปสรรคในการทำงานของผู้หญิงเมื่อเทียบกับผู้ชาย

ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัยในหัวข้อดังกล่าวนี้มานำเสนอพอสังเขป

Viswanath et al (1993) ทำวิจัยเรื่อง "Women in Mass Communication Education" ในปีค.ศ.1992 ซึ่งเป็นประเด็นที่เริ่มได้รับความสนใจมาตั้งแต่ในปีค.ศ.1972 เมื่อผู้หญิงเริ่มทะยอยเข้ามาในวงการสื่อมวลชนทุกระดับมากขึ้น ผู้วิจัยได้เลือกสอบถามบรรดาผู้มีอาชีพสอนหนังสือสาขาด้าน**สื่อมวลชน**ในสถาบันการศึกษาของสหรัฐจำนวน 1,967 คน จำนวนผู้ตอบเป็นชาย 72% และหญิง 28% ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าสามารถเป็นตัวแทนของภาพรวมได้ ปัญหานำการวิจัยที่สนใจก็คือ

- อาจารย์ผู้หญิงที่สอนด้านสื่อมวลชนมีสถานภาพทางวิชาชีพเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับอาจารย์ชาย
- สำรวจเงื่อนไขต่างๆ ในสถาบัน เช่น วิชาที่สอน ภาระงาน
- แบบแผนทางวิชาชีพ (career pattern) กับมิติอื่น ๆ ของชีวิต เช่น ครอบครัว ความก้าวหน้าทางวิชาชีพ ฯลฯ

ผลงานวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

- ในแง่ตำแหน่งงานและการเลื่อนลำดับชั้นเพื่อความก้าวหน้า อาจารย์ผู้หญิงในสาขาสื่อสารมวลชนก็เหมือนอาจารย์ผู้หญิงคนอื่น ๆ ในมหาวิทยาลัย กล่าวคือ มีตำแหน่งงานที่ต่ำกว่า และมีความก้าวหน้าทางวิชาชีพน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาดูในแง่แนวโน้มแล้ว ก็มีแนวโน้มที่ดีขึ้นเรื่อยๆ
- ค่าเฉลี่ยอายุของผู้หญิงและประสบการณ์ (จำนวนปี) ที่ทำงานจะมีน้อยกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม จำนวนอาจารย์ผู้หญิงจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งนี้เหตุผลสำคัญก็คือ ผู้หญิงมีโอกาสในการเข้าสู่วงวิชาชีพสื่อสารมวลชนน้อยกว่าผู้ชาย ดังนั้น การเข้าสู่สถาบันการศึกษาจึงเป็นทางเลือกทางหนึ่ง
- โดยทั่วไป ตำแหน่งงานของผู้หญิงจะอยู่ในระดับล่าง แม้ว่าแนวโน้มอาจารย์ผู้หญิงที่ก้าวเข้าสู่ตำแหน่งระดับสูงจะมีมากขึ้น แต่ทว่าก็ยังมีสัดส่วนน้อยกว่าผู้ชาย โดยส่วนใหญ่ผู้หญิงจะติดอยู่ที่ตำแหน่ง "รอง" หรือ "ผู้ช่วย" โดยไม่อาจก้าวขึ้นสู่จุดสูงสุดได้
- แม้ว่าภาระงานระหว่างผู้หญิงและผู้ชายจะไม่แตกต่างกัน แต่ทว่าค่าเฉลี่ยในแง่เงินเดือนของผู้หญิงกลับมีน้อยกว่าผู้ชาย ลักษณะงานที่ผู้หญิงทำมากกว่าผู้ชายก็คือ การให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา ซึ่งดูเหมือนว่าจะเป็นความถนัดของผู้หญิงที่ทำงานเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับผู้คน ในขณะที่อาจารย์ชายจะทำวิจัยมากกว่า

นอกจากผู้หญิงที่เป็นผู้สอนแล้ว L.A. Grunig (1993) ให้ความสนใจกับบุคลากรที่กำลังก้าวเข้ามาในวิชาชีพนี้คือ นักศึกษา Grunig เขียนบทความชื่อ "the Glass Ceiling Effect of Mass Communication Students" ที่เปิดเผยผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า ในโลกแห่งวิชาการนั้นยังมี "กำแพงที่มองไม่เห็น" ปิดกั้นโอกาสของนักศึกษาผู้หญิงอยู่ แม้ว่าปริมาณผู้หญิงที่ก้าวเข้ามาสู่สถาบันการศึกษาด้านสื่อมวลชนจะมีมากขึ้น เนื่องจากกระบวนการผ่านเข้าสู่สถาบันนั้นใช้เกณฑ์เรื่องความสามารถเป็นเกณฑ์หลัก แต่ทว่า

บรรดาเงื่อนไขต่าง ๆ ในสถาบันการศึกษาก็ยังให้รางวัลผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เริ่มตั้งแต่แนวคิดแบบ "ยึดติดอยู่กับเพศ" (Sex-Stereotyping) ที่ใช้แบ่งประเภทของงานสื่อมวลชน เช่น ผู้หญิงไม่เก่งเรื่องทางเทคนิค ถ่ายภาพไม่ได้ เหมาะที่จะเรียนประชาสัมพันธ์ ผู้หญิงทำงานเป็น creative โฆษณาไม่ได้ดีก็เพราะไม่ค่อยมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น

ในแต่ละสาขาของสื่อมวลชนจะมีความโน้มเอียงต่อเรื่องเพศมากน้อยแตกต่างกัน ยังคงมีอคติทางเพศที่ว่า งานหนังสือพิมพ์เป็นงานหนัก ต้องเสี่ยงภัย ผู้หญิงเรียนไปก็ทำงานได้ไม่ดี และยังมีปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิง-ผู้ชายเข้ามาเกี่ยวข้องในการทำงาน (เช่น แหล่งข่าวส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ทำให้เกิดปัญหาข้อครหาระหว่างนักข่าวหญิงกับแหล่งข่าวชายอยู่บ่อย ๆ)

และที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ แม้ว่านักศึกษาจะเป็นผู้หญิง แต่นักวิชาการด้านสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงอยู่ในตำราเรียน ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ชายทั้งสิ้น และวิธีเขียนตำราก็ยังคงแบบฉบับของผู้ชาย ทำให้ผู้หญิงขาด "ตัวแบบ" ที่จะใช้เป็นแบบอย่าง ดังนั้น Grunig จึงเสนอว่า ควรจะมีการปฏิวัติตำราเรียนด้านสื่อมวลชนเสียใหม่ และควรที่จะจัดให้มีการบรรจุวิชา "เพศสภาวะกับสื่อมวลชน" เอาไว้ในหลักสูตรด้วย

รูปแบบการฝึกอบรมอีกแบบหนึ่งคือ การฝึกอบรมในระหว่างการทำงาน (on-the-job training) ตัวอย่างเช่น ในวงการหนังสือพิมพ์ของอเมริกัน ผู้หญิงเริ่มเข้ามาทำงานหนังสือพิมพ์ในปริมาณที่มากจนเห็นได้ชัดในช่วงปีค.ศ.1960 อย่างไรก็ตาม ผู้หญิงก็ยังคงได้รับมอบหมายให้ทำข่าวประเภท "ข่าวเบา" มากกว่า "ข่าวหนัก" และไม่ค่อยถูกสอนให้เรียนรู้วิธีการเขียนข่าวเช่นเดียวกับที่นักข่าวชายรุ่นใหม่ได้รับโอกาสดังกล่าว (ในภาษาอังกฤษเรียกกระบวนการเช่นนี้ว่า old-boys network)

สำหรับวิธีเขียนข่าวนั้นก็มี "เพศของวิธีเขียน" ติดอยู่เช่นกัน ช่วงก่อนปี 1960 วิธีการเขียนข่าวจะเป็นแบบผู้ชายสูงมาก กล่าวคือ "ต้องเขียนแต่ข้อเท็จจริงเท่านั้น" (just the fact) ห้ามผู้เขียนเอาตัวเองเข้าไปผูกพันหรือใช้ถ้อยคำที่แสดงอารมณ์ ซึ่งหมายความว่า ผู้หญิงจะต้องใช้วิธีการเขียนแบบผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ วิธีการเขียนข่าวของหนังสือพิมพ์สหรัฐเปลี่ยนแปลงไป (อันอาจเนื่องมาจากอิทธิพลของวิธีเขียนแบบผู้หญิง) กล่าวคือ มีการเติมการวิเคราะห์และคำนึงถึงปัจจัยความเป็นมนุษย์มากขึ้น นอกจากจะมี "ข้อมูล" แล้ว ก็ยังมีการตีความข้อมูลให้มีความหมาย มีอารมณ์และก่อให้เกิดความคิดแก่ผู้อ่านด้วย แต่ถึงอย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากหน้าข่าวแล้ว สำหรับในหน้าคอลัมน์ต่างๆ ยังมีผู้หญิงน้อยคนมากที่จะได้เป็นเจ้าของคอลัมน์โดยเฉพาะคอลัมน์ทางการเมือง

บทที่ 14
วัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน

1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย
2. การศึกษาวัฒนธรรมย่อย
   (2.1) คำนิยามของวัฒนธรรมย่อย
   (2.2) สภาพปัจจุบันของ "วัฒนธรรมย่อย"
   (2.3) แนวทางการวิเคราะห์ "วัฒนธรรมย่อย"
   (2.4) มิติทางประวัติศาสตร์ของ "วัฒนธรรมย่อย"
3. แนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน
   (3.1) แนวทางโครงสร้างนิยม
   (3.2) แนวทางวัฒนธรรมนิยม
   (3.3) แนวทางการครอบงำและการต่อสู้การครอบงำทางวัฒนธรรม
   (3.4) แนวทางหน้าที่นิยมเชิงสังคม: การใช้สื่อเพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อย
   (3.5) แนวทางการใช้สื่อและความพึงพอใจ

บทที่ 14
วัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน
(Subculture and Media)

1. วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย

(i) ในการศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" (subculture) นั้น จำเป็นต้องถอยหลังย้อนกลับไปดูความหมายและการให้คำนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" ที่กล่าวมาข้างต้นเสียก่อน เนื่องจากการให้คำนิยาม "วัฒนธรรม" ในแบบต่างๆ กัน จะเป็นจุดเริ่มต้นของทิศทางในการศึกษา "วัฒนธรรมย่อย" (ดู Jakubowicz, 1984)

แต่ไม่ว่าการให้คำนิยามคำว่า "วัฒนธรรม" จะแตกต่างกันอย่างใดก็ตาม ในการศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" จำเป็นต้องมีข้อตกลงพื้นฐานร่วมกันประการหนึ่งคือ ในสังคมหนึ่ง ๆ นั้นมิได้ประกอบด้วย "วัฒนธรรมเพียงวัฒนธรรมเดียว" (**C**ulture-C ตัวใหญ่) หากทว่าประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มากกว่าหนึ่งวัฒนธรรมขึ้นไป (**c**ultures - มี c ตัวเล็กหลายตัว)

(ii) ประการที่สอง กลุ่มที่สนใจศึกษาวัฒนธรรมย่อยโดยส่วนใหญ่มักจะให้คำนิยามของวัฒนธรรมตามแบบมานุษยวิทยา (Anthropological) มากกว่าด้านสุนทรียะ (Aesthetic) กล่าวคือ พิจารณาว่าวัฒนธรรมเป็นวิถีการดำเนินชีวิต (way of life) มากกว่าเป็นสิ่งที่ดีงามที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมา (เน้น "ชีวิตวัฒนธรรม" มากกว่า "ศิลปวัฒนธรรม")

(iii) ประการที่สาม ในขณะที่วัฒนธรรมหลายๆ วัฒนธรรมย่อยอยู่ร่วมในสังคมหนึ่ง ๆ กลุ่มที่ศึกษาวัฒนธรรมย่อยมักจะให้ความสนใจกับ "ความขัดแย้ง" (conflict) ระหว่างวัฒนธรรมมากกว่าที่จะสนใจ "เอกภาพ" ระหว่างวัฒนธรรมย่อยเหล่านั้น เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นมิติที่แสดงให้เห็นผลประโยชน์และโครงสร้างอำนาจ (power structure) ที่แตกต่างกันของคนแต่ละกลุ่ม นักวิชาการบางกลุ่มเช่นสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ถึงกับเห็นว่า แม้แต่การสร้างแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" (subculture) ขึ้นมานั้นก็เป็น "การต่อสู้ทางวัฒนธรรม" รูปแบบหนึ่ง (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(iv) ประการที่สี่ สำหรับนักวิชาการบางกลุ่มได้ให้คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ว่าเป็นกระบวนการสร้างความหมายและสัญญะต่าง ๆ ของสังคม (Social construction of meaning) ดังนั้น การวิเคราะห์ "วัฒนธรรมย่อย" จึงหมายถึงการศึกษากระบวนการ

การผลิต กระจาย และการบริโภคสัญญะที่มีความหมายต่าง ๆ รวมทั้งหน้าที่ของกระบวนการทั้งหมดนั้น

(v) ประการที่ห้า สำหรับสังคมโดยทั่วไปที่มีอยู่ในโลกปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นสังคมที่มีความซับซ้อนทั้งในแง่กลุ่มประชากร ระบบเศรษฐกิจ-การเมือง ประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรม สังคมที่ซับซ้อนเช่นนี้จึงไม่ค่อยมีโครงสร้างสังคมที่มีลักษณะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หากแต่จะเป็นโครงสร้างเชิงซ้อน (heterogenous structure) ที่แต่ละส่วนเสี้ยวล้วนสะท้อนความต้องการและผลประโยชน์ของคนแต่ละกลุ่มในสังคม ธรรมชาติของบรรดาสถาบันสังคมต่างๆ รวมทั้งสื่อมวลชนก็เป็นไปตามหลักการดังกล่าวเช่นเดียวกัน

(vi) ประการสุดท้าย ในขณะที่สังคมประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยๆหลายๆ วัฒนธรรมนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก (Dominant culture) หรือความสัมพันธ์ในระหว่างวัฒนธรรมย่อยด้วยกันเองอาจจะมีได้หลากหลายรูปแบบ บางรูปแบบอาจจะเป็นการปะทะกันอย่างเปิดเผย (เช่นกรณีการสอนพุทธศาสนาหรือการบังคับให้มีการนำเอาพระพุทธรูปไปตั้งในโรงเรียนของชาวมุสลิม) บางรูปแบบอาจจะเป็นการอยู่ร่วมกันเฉยๆ (co-exist) บางรูปแบบวัฒนธรรมย่อยอาจจะพยายามต่อรองเพื่อให้ได้มี "พื้นที่สาธารณะ" ให้ตนเองได้แสดงออก (เช่น การต่อสู้ให้มีการถ่ายทอดกีฬาสำหรับคนพิการ) บางรูปแบบอาจจะเป็นการเข้าไปแทรกซึมจากภายในสถาบันหลักของสังคม ความหลากหลายของรูปแบบดังกล่าวเป็นสิ่งที่นักวิชาการจำเป็นต้องคำนึงถึง

2. การศึกษาวัฒนธรรมย่อย

(2.1) คำนิยามของ "วัฒนธรรมย่อย"

เช่นเดียวกับคำนิยามที่หลากหลายของคำว่า "วัฒนธรรม" คำนิยามของ "วัฒนธรรมย่อย" ก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(i) คำนิยามในความหมายกลางๆ

- วัฒนธรรมย่อย จัดเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของ "วัฒนธรรมชาติ" (national culture) ที่มีการสร้างภาพลักษณ์ ค่านิยม และพฤติกรรมเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างไปตามวัฒนธรรมชาติของคนส่วนใหญ่ ๆ (Brake, 1980)

● วัฒนธรรมย่อย เป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้ในการจัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (identity) วิธีการนี้เป็นปฏิบัติการที่กลุ่มดำเนินการอย่างมีความหมายและมีสำนึก ไม่ว่าจะเป็น "วัตถุ/ความสัมพันธ์/ระบบค่านิยม/ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา (what they produce) และวิธีการที่ผลิต (how they produce) ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม (Hall & Jefferson, 1976)

ตัวอย่างของวัฒนธรรมย่อยที่เห็นได้โดยง่ายคือ "อัตลักษณ์ทางชนชาติ" (Ethnic identity) ที่หมายถึงกลุ่มคนที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ในสังคมด้วยคุณลักษณะที่เป็นเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ศาสนา ภาษา เชื้อชาติ ชนชาติ ชุมชน ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ คุณลักษณะดังกล่าวนั้นในด้านหนึ่งได้ช่วยธำรงรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่มย่อยดังกล่าวเอาไว้ และในอีกด้านหนึ่งก็ทำให้แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ (other)

(ii) คำนิยามในโครงสร้างอำนาจ

● วัฒนธรรมย่อย มิใช่วัฒนธรรมที่ล่อยลอยอย่างไม่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่น ๆ แต่ทว่าวัฒนธรรมย่อยนั้นดำรงอยู่ในโครงสร้างลำดับชั้นของอำนาจที่แตกต่างกัน (hierarchical power structure) ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก ดังนั้น คำว่า "ย่อย" จึงหมายถึง "ย่อย/เล็ก/น้อยในแง่อำนาจ" ด้วย การมี "วัฒนธรรมย่อย" จึงหมายความถึงการใช้อำนาจการครอบงำ การเอาเปรียบ (Domination, exploitation, manipulation) ที่วัฒนธรรมหลักกระทำต่อวัฒนธรรมย่อย แต่ในอีกด้านหนึ่งก็หมายถึงการตอบโต้ การต่อรอง การมีปฏิกริยาของวัฒนธรรมย่อยที่มีต่อวัฒนธรรมหลักเพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดของวัฒนธรรมย่อยด้วย

● วัฒนธรรมย่อยเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของวัฒนธรรมทางชนชั้น (class culture) กล่าวคือในแต่ละชนชั้น อาจจะมีวัฒนธรรมย่อยซอยลงไปอีก (subclass culture) เช่น ในหมู่ชนชั้นคนงาน อาจจะมีลูกหลานที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็น "วัฒนธรรมวัยรุ่นของชนชั้นคนงาน" ในขณะที่ชนชั้นกลาง ก็มีลูกหลานที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็น "วัฒนธรรมวัยรุ่นของชนชั้นกลาง" การวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อยจึงต้องคำนึงถึงลักษณะทางชนชั้นด้วย

(2.2) สภาพการณ์ปัจจุบันของกลุ่มย่อย

สภาพความเป็นจริงในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะหลังจากยุคสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลงและติดตามมาด้วยยุคสงครามเย็นระหว่างโลกทุนนิยมเสรีและโลกคอมมิวนิสต์ จนกระทั่งโลกคอมมิวนิสต์สลายตัวในช่วงต้นทศวรรษ 1990 แต่ทว่าความขัดแย้งแบบใหม่ที่ปะทุขึ้นในโลกสาธารณะก็คือ ความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมย่อย เช่น สงครามในบอสเนียหรือศรีลังกาและที่

อื่นๆ ในอีกด้านหนึ่งเราก็จะเห็นปรากฏการณ์การอพยพโยกย้ายของผู้คนไปอยู่ตามที่ต่าง ๆ ที่เรียกว่า "diaspora" ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น ในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สามารถจะมีคอลัมน์คนไทยในต่างประเทศได้เกือบเต็มหนึ่งหน้า จึงอาจกล่าวได้ว่า โลกปัจจุบันเป็นโลกที่ประกอบไปด้วยวัฒนธรรมย่อยๆ มากมายและกลายเป็นปรากฏการณ์ใหม่ทางสังคม

มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่ให้คำอธิบายต่อการเกิดวัฒนธรรมย่อยๆ ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคดังนี้ (Anura, 1999)

- **ทฤษฎีมาร์กซิสม์ และนีโอ-มาร์กซิสม์** ทฤษฎีมาร์กซิสม์ยังคงอธิบายปรากฏการณ์เรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" โดยอาศัยแนวคิดเรื่อง "ชนชั้น" และ "การแบ่งงานกันทำ" เป็นเกณฑ์ กล่าวคือ วัฒนธรรมของกลุ่มชนย่อย ๆ นั้นก็คือ การแตกตัวของชนชั้นต่าง ๆ นั้นเองที่ถูกระบบการแบ่งงานที่มีลำดับชั้นเป็นตัวกำหนด ดังนั้นวัฒนธรรมกลุ่มย่อยของชนชาติผิวดำ (Black culture) ก็คือชนชั้นกรรมกรที่ถูกกำหนดให้ทำงานที่ต้องใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่

ส่วนกลุ่มนีโอ-มาร์กซิสม์ได้ขยายแนวการอธิบายเรื่องชนชั้นออกไปถึงภูมิหลังความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของลัทธิล่าอาณานิคมทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ (Neo-Imperialism) เนื่องจากการล่าอาณานิคมแบบเดิมที่บรรดาเจ้าอาณานิคมเช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ สเปน ฯลฯ ต่างไปครอบครองพื้นที่ในประเทศที่ตกเป็นอาณานิคม ทำให้ชนชาติต่างๆ ที่เคยเป็นอาณานิคมได้ติดตามกลับมาอยู่ในประเทศเจ้าอาณานิคมในรูปแบบของการแต่งงานบ้าง การมาทำงานบ้าง ฯลฯ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดการแบ่งงานกันทำระดับโลก บรรดาประชาชนที่เคยเป็นอาณานิคมก็อพยพเคลื่อนย้ายมาเป็นแรงงานราคาถูกในอุตสาหกรรมของประเทศเจ้าอาณานิคม ทำให้บรรดาประเทศที่เคยเป็นเจ้าอาณานิคมเหล่านี้กลายเป็นประเทศที่มีหลากหลายวัฒนธรรม (Multicultural society) (ในกรณีของไทยก็คือบรรดาลูกครึ่งฝรั่ง-ไทยที่เป็นผลพวงจากสงครามเวียดนาม) Homi Bhabha กล่าวว่า โลกยุคหลังอาณานิคมนั้นเป็นโลกของการอพยพเคลื่อนย้ายของผู้คนอย่างแท้จริง (Ethnoscape) ทำให้วัฒนธรรมทั่วโลกต้องปรับตัวใหม่ทั้งหมด (ในกรณีของประเทศอเมริกานั้น เริ่มก่อตัวด้วยผู้อพยพเลยทีเดียว สหรัฐจึงเป็นต้นกำเนิดของสังคมแบบวัฒนธรรมหลากหลาย)

- **ทฤษฎีการทำสังคมให้ทันสมัย (Modernisation)** ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่า เรื่องวัฒนธรรมย่อยหรือวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติ/เชื้อชาตินั้นเป็นปัญหาตกค้างของสังคมเก่า แต่ทว่าเมื่อสังคมทันสมัยมากขึ้น ปัญหาเหล่านี้จะสลายตัวไป เนื่องจากลักษณะสังคมที่ทันสมัยจะมีแนวโน้มเข้าสู่ความเป็นสากล ดังที่ปรากฏในข้อเท็จจริงว่า เมื่อชนชาติส่วนน้อยเช่น กลุ่มชาวเขา ชนพื้นเมืองมีความทันสมัยมากขึ้นก็จะถูกดูดกลืน (assimilation) หรือมิฉะนั้น

ก็มีการปรับตัวให้เหมือนวัฒนธรรมหลัก/สากลมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันคำอธิบายของทฤษฎีทำสังคมให้ทันสมัยนี้ได้รับการคัดค้านและมีข้อเท็จจริงที่ขัดแย้งกับคำอธิบายอย่างมาก เนื่องจากในด้านหนึ่ง ในขณะที่วัฒนธรรมย่อยบางส่วนเสื่อมวอาจจะสูญหายไป แต่ในอีกบางส่วนกลับขยายตัวมากขึ้น (แม้จะปรับเปลี่ยนไปก็ตาม) ตัวอย่างเช่น ปัจจุบัน สหประชาชาติต้องยอมรับเรื่องของสิทธิของชนชาติส่วนน้อย และมีการสร้างเครือข่ายทั่วโลก เป็นต้น

- **ทฤษฎีความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Pluralism)** ทฤษฎีนี้อธิบายว่าวัฒนธรรมย่อยนั้นไม่เพียงแต่ "แตกต่าง" ด้วยเกณฑ์ด้านเชื้อชาติ/ศาสนา ฯลฯ เท่านั้น แต่ทว่าความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลักนั้นยังมีลักษณะการครอบงำและเอาเปรียบกันอยู่ด้วย ดังนั้นในการศึกษาจึงต้องพิจารณาว่า แต่ละวัฒนธรรม (ทั้งหลัก/ย่อย) ใช้กลไก/สถาบันสังคมอะไรในการอยู่ร่วมกันหรือต่อสู้กัน และหากตราบใดที่วัฒนธรรมหลักยังคงใช้อำนาจครอบงำ/เอาเปรียบอยู่ ปัญหาที่วัฒนธรรมย่อยจะปะทุขึ้นมาเป็นระยะๆ ก็เป็นปรากฏการณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้
- **ทฤษฎีเรื่องระยะผ่าน (Transition Period)** อีกทฤษฎีหนึ่งที่มักจะอธิบายวัฒนธรรมย่อยว่า เกิดขึ้นเนื่องจากเป็นระยะผ่านของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ หรือบุคคลที่แตกแถวออกไปจากสังคมใหญ่ เช่น กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังเป็นวัยที่เปลี่ยนผ่านระหว่างชีวิตการเรียนไปสู่ชีวิตการเริ่มต้นทำงาน กลุ่มคนชราที่กำลังเปลี่ยนผ่านจากชีวิตทำงานไปสู่ชีวิตเกษียณ กลุ่มคนพิการ คนโรคเอดส์ เป็นต้น

(2.3) แนวทางการวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อย

การวิเคราะห์วัฒนธรรมย่อยมีได้หลายแนวทางโดยขึ้นอยู่กับคำนิยามของ "วัฒนธรรมย่อย" ที่กล่าวมาข้างต้น อย่างไรก็ตาม เราอาจจะแยกประเภทแนวทางการวิเคราะห์ออกไปเป็น 2 แบบใหญ่ๆคือ

- กลุ่มที่วิเคราะห์แต่เฉพาะลักษณะของวัฒนธรรมย่อยโดยไม่ได้ดูความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยนั้น ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของระบบวัฒนธรรมทั้งหมด กล่าวคือไม่ได้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก แนวทางการวิเคราะห์นี้จะศึกษารายละเอียดต่าง ๆ ของตัววัฒนธรรมย่อยนั้นเอง เช่น ภาษา พิธีกรรม การทำมาหากินของชนชาติส่วนน้อย เป็นต้น
- การวิเคราะห์ที่พิจารณาความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก เป็นแบบวิธีการหลักของสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) ในการวิเคราะห์แนวทางนี้มักจะต้องนำเอาเกณฑ์อย่างอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากเรื่องวัฒนธรรมย่อยมาพิจารณาประกอบด้วย

เกณฑ์ที่สำคัญก็คือ เกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" (class) หรือเกณฑ์เรื่อง "เพศ" ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Greenberg & Brand (1993) แสดงให้เห็นในกรณีของสื่อมวลชนว่า บทบาทของสื่อมวลชนที่เป็นสื่อของชนชั้นที่สังกัดวัฒนธรรมหลักจะทำหน้าที่ผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดการสร้างภาพของชนกลุ่มน้อยโดยใช้แนวคิดเรื่อง "เพศนิยม" (Sexist) หรือ "เชื้อชาติชาติ/พันธุ์นิยม" (racism) เป็นแนวทางในการนำเสนอ (ไม่ว่าจะโดยรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม) การใช้ภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype) เช่น ถ้าเป็นคนอีสานก็ต้องเป็นตัวตลก ต้องเป็นคนใช้ ฯลฯ ยังคงเป็นแบบวิธีหลักของสื่อมวลชนส่วนใหญ่ (ลองคิดถึงตัวอย่างโฆษณายาฉีดยุงที่มีคุณนายพูดกับคนใช้ คุณนายจะพูดภาษากลาง และคนใช้จะพูดภาษาอีสานเสมอ ในละครโทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน) สื่อมวลชนทำการแยกแยะวัฒนธรรมต่าง ๆ ในสังคมออกจากกันเพื่อสร้างความแตกต่างอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ในรายการ sit-com ของอเมริกา ถ้าเป็นเรื่องของครอบครัวคนขาว ก็จะไม่ค่อยมีตัวละครคนดำเข้ามาเกี่ยวข้อง (ลองดู sit-com เรื่อง Friends) หรือหากเป็นเรื่องของครอบครัวคนดำ ก็จะไม่มีคนขาวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน หรืองานศึกษากรณีของสิงคโปร์ (Anura, 1999) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของสื่อ ในกรณีของสังคมที่มีหลายเชื้อชาติเช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฯลฯ หากว่าเจ้าของสื่อเป็นชาวมาเลย์ ก็มีคำถามว่า วิธีการรายงานความขัดแย้งระหว่างเชื้อชาติ/ศาสนาจะถูกกำหนดจากเชื้อชาติของเจ้าของสื่อหรือไม่ เป็นต้น

สำหรับแนวทางการวิเคราะห์ในแบบหลังนี้ A. Jakubowicz, (1994) เสนอตัวอย่างคำถามที่จะใช้วิเคราะห์เรื่องวัฒนธรรมย่อย ดังนี้

- ขอบเขตของความหมายที่ให้นิยาม "วัฒนธรรมย่อย" นั้น มีอะไรบ้าง (ดูตัวอย่างต่อไป) เช่น ความหมายของ "คนผิวดำ" หมายความว่าอะไรได้บ้าง
- อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความหมายของวัฒนธรรมย่อยนั้นคืออะไร ใครเป็นผู้สร้าง
- กระบวนการสร้าง "วัฒนธรรมย่อย" ให้ดูเป็น "คนอื่น" (other/them) ที่ไม่ใช่ "พวกเรา" (self-us) เป็นอย่างไร เช่น กระบวนการสร้าง "ชาวเขา" ที่ไม่ใช่ "ชาวเรา"
- การครอบงำ "อัตลักษณ์" (Identity) นั้น มีกระบวนการดำเนินการอย่างไร เช่น "ชาวเขา" มีอัตลักษณ์ว่า "ผู้ตัดไม้ทำลายป่าด้วยการทำไร่เลื่อนลอย"
- โอกาสในการเปลี่ยนแปลงความหมายและอุดมการณ์นั้นมีหรือไม่ อย่างไร

(2.4) มิติทางประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมย่อย

นักวิชาการบางกลุ่มมีข้อเสนอว่า แนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" นั้นเพิ่งเป็นแนวคิดที่ถูก "ประกอบสร้าง" (construct) ขึ้นในช่วงของโลกยุคสมัยใหม่ (Modern World) เมื่อระบบทุนนิยมขยายตัวจากเมืองไปครอบงำชนบทในกรณีของประเทศเดียวกัน หรือขยายตัวจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งในรูปแบบของการล่าอาณานิคม

ดังนั้น เงื่อนไขแรกในการเกิด "วัฒนธรรมย่อย" (subculture) ก็เมื่อมีการทำลายโครงสร้างของสังคมชนบท เช่น ในด้านเศรษฐกิจ มีการทำให้ชาวนาสูญเสียที่ดิน และต้องอพยพเข้ามาอยู่ในเมือง ในด้านการเมือง มีการโอนอำนาจการตัดสินใจของชุมชนมาขึ้นกับศูนย์กลาง ในด้านวัฒนธรรม มีการแยกวัดออกจากระบบการให้การศึกษาและสถาปนาโรงเรียนขึ้นทำหน้าที่แทน จากเงื่อนไขเหล่านี้ทำให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่เคยอยู่ในชนบทกลายเป็น "วัฒนธรรมย่อย" ไม่ว่าคนกลุ่มนั้นจะยังคงอาศัยอยู่ในชนบทหรืออพยพเข้ามาอยู่ในเมืองก็ตาม

มีตัวอย่างงานศึกษาของ B. Waites (1982) ที่แสดงให้เห็นกระบวนการทำลายวัฒนธรรมที่เคยเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ในประเทศอังกฤษ เมื่อช่วงศตวรรษที่ 18-19 โดยการอาศัยกลไกต่าง ๆ ของสังคมรวมทั้งสถาบันสื่อมวลชน

- **การทำลายวัฒนธรรมการเล่นกีฬาเปื้อนเลือด** ในช่วงศตวรรษที่ 18 ในหมู่ประชาชนท้องถิ่นบางกลุ่มมีประเพณีการเล่นกีฬาที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น การวิ่งวัวชน หรือการเล่นชนไก่ที่ดูเป็นกีฬาที่ดุเดือดเลือดพล่านในสายตาของบุคคลภายนอกวัฒนธรรม แต่ทว่าคนในวัฒนธรรมนั้นเห็นว่าการต่อสู้ของสัตว์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น หนังสือพิมพ์อังกฤษ (ดำเนินการโดยชนชั้นกลาง) ได้โจมตีกีฬาเหล่านี้ว่า เป็น "กีฬาเปื้อนเลือด" (bloody sport) และรณรงค์ต่อต้านในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จดหมายถึงบรรณาธิการ บทความประจำ การก่อตั้งสมาคมคุ้มครองสัตว์ ฯลฯ ข้อกล่าวหาที่มีต่อกีฬาเหล่านี้ก็เช่น เป็นการกระทำที่ไร้มนุษยธรรม มนุษย์เป็นสัตว์ที่พัฒนามาประเสริฐสูงสุดกว่าสัตว์อื่น ๆ ไม่ควรส่งเสริมความรุนแรงดังกล่าว (คำอธิบายแบบวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ-ชีวภาพ)

▲ ข้ออ้างทางศาสนา กีฬาเปื้อนเลือดแบบนี้เป็นของพวกคนป่าเถื่อนที่ไร้อารยธรรม สำหรับคนที่มีศาสนาเช่นคริตชนไม่ควรกระทำ (ข้ออ้างทางศาสนานี้เป็นข้ออ้างที่สำคัญในการล่าอาณานิคม)

▲ คำอธิบายเชิงสังคม/จริยธรรม การเล่นกีฬาแบบเปื้อนเลือดดังกล่าวจะมีผลทำให้จิตใจ/ศีลธรรมคนตกต่ำลง เห็นความรุนแรงเป็นความสนุกสนาน และเมื่อฆ่าสัตว์ได้ง่าย ๆ ก็

พลอยทำให้ฆ่าคนได้อย่างเลือดเย็น รวมทั้งมีการเชื่อมโยง "การเพิ่มขึ้นของปัญหาอาชญากรรม" เข้ากับ "การเล่นกีฬาเหล่านี้"

▲ คำอธิบายเรื่องความเสื่อมโทรมทางสังคม ผลจากการหมกมุ่นเล่นกีฬาดังกล่าวที่มักมีการพนันขันต่อ ทำให้คนสูญเสียวินัยในตัวเอง เกียจคร้าน ไม่ทำการงาน มีผลทำให้ฐานะยากจน และก่อผลร้ายตามมาเป็นลำดับ เช่น ซ่องสุมกันก่ออาชญากรรม/ลักเล็กขโมยน้อย เป็นต้น

▲ ผลจากการรณรงค์ต่อต้านดังกล่าว กลไกสุดท้ายที่มีผลอย่างชะงักก็คือ การออกกฎหมายห้ามเล่นกีฬาประเภทดังกล่าว

- **การเล่นฟุตบอลของคนชั้นล่าง** งานค้นคว้าเรื่องการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ค้นพบว่า "กีฬาฟุตบอล" ในศตวรรษที่ 14-18 นั้น เป็น "กีฬาของคนชั้นล่าง" (ซึ่งแตกต่างจากการเล่นฟุตบอลในปัจจุบันที่กลายเป็นกีฬาของชนชั้นกลางไปแล้ว) และเนื่องจากความขาดแคลนของชนชั้นล่าง ดังนั้น คนงาน/คนชั้นล่างจึงรวมกลุ่มกันเล่นฟุตบอลตามท้องถนนบ้าง ตามหัวถนนบ้าง บริเวณสาธารณะต่าง ๆ ข้อหาต่อต้านการเล่นฟุตบอลของคนชั้นล่างก็คือ ทำให้เกะกะกีดขวางการเดินทางของผู้คนบนท้องถนน (เช่นเดียวกับข้อหาการจับหาบเร่แผงลอยในประเทศไทย) ทำความเดือดร้อนให้ผู้อยู่อาศัย (เมื่อลูกบอลกระเด็นไปถูกหน้าต่างบ้าน) ทำลายความสงบเรียบร้อยของสังคม (เช่นส่งเสียงเอะอะ) ฯลฯ จากบรรดาข้อหาต่าง ๆ ที่คนรวยกล่าวอ้างนี้ ทำให้มีการผลักดันกฎหมายให้มีการจับกุมและปรับผู้ที่ฝ่าฝืนการเล่นฟุตบอลตามท้องถนน อย่างไรก็ตาม ในกรณีของการเล่นฟุตบอลนี้ก็ยังแตกต่างไปจากการเล่นวิ่งชนวัวหรือการชนไก่ เนื่องจากคนชั้นสูงบางกลุ่มเห็นว่า กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่เสริมสร้างความเป็นลูกผู้ชายและฝึกความบึกบึนแบบคนอังกฤษ จึงมิได้มีการทำลายให้สิ้นซาก หากแต่ได้ดัดแปลงให้มี "อารยธรรม" มากขึ้น

นอกจากการเล่นกีฬาที่เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กล่าวมาแล้ว ก็ยังมีรูปแบบวัฒนธรรมแบบอื่น ๆ ที่ถูกขจัดให้หมดไป เช่น การชกมวยเพื่อกินเงินเดิมพัน (ในกรณีของไทยก็เช่นการเล่นแชร์ การเล่นการพนันในงานศพ) การทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นเหล่านี้มีปัจจัยเรื่อง "ชนชั้น" เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัด เช่น ข้ออ้างที่ว่าการฆ่าสัตว์เช่น การชนวัวหรือตีไก่นั้นเป็นความป่าเถื่อนโหดร้ายและต้องออกกฎหมายห้าม แต่ทว่าสำหรับกีฬาสำหรับชนชั้นกลางและชนชั้นสูงเช่น การล่ากระต่าย กวาง และสุนัขจิ้งจอกนั้นกลับถูกกฎหมายและถือว่าเป็น "กีฬาของสุภาพบุรุษ" เนื่องจากเหตุผลที่ว่า บุคคลที่จะทำการล่าสัตว์เหล่านี้นั้นได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี กระทำอย่าง

มีกฎกติกามารยาท และกระทำในขอบเขตที่เป็นส่วนตัว ทั้งหมดนั้นมีลักษณะตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมท้องถิ่นที่กล่าวมาข้างต้น

การทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยเฉพาะในด้านของรูปแบบการแสวงหาความเพลิดเพลินสนุกสนานนั้นเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นจากการสูญหายไปของวัฒนธรรมชนบท แต่เนื่องจากมนุษย์ต้องการการพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมเมืองพร้อม ๆ กับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนแบบใหม่ ๆ ในการให้ความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ จนกระทั่งถึงโทรทัศน์ การสูญสลายของวัฒนธรรมย่อยในแต่ละท้องถิ่นจึงเปิดทางสะดวกให้แก่การขยายตัวของสื่อบันเทิงรูปแบบใหม่ ๆ ที่เริ่มต้นจากในเมือง แล้วก็ค่อย ๆ แพร่ขยายเข้าไปในชนบท

นอกเหนือจากเงื่อนไขและกลไกที่ทำลายวัฒนธรรมย่อยในแต่ละชุมชนให้สูญสลายไปอย่างเห็นได้ชัดดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีกระบวนการอีกกระบวนการหนึ่งในการทำลายวัฒนธรรมย่อยที่เกิดขึ้นอย่างช้า ๆ คือ การดูดกลืนทางวัฒนธรรม (Assimilation) อันได้แก่การที่วัฒนธรรมย่อยถูกดูดกลืนเข้าไปในวัฒนธรรมหลัก เช่น

- เมื่อคนในวัฒนธรรมเดิมสูญเสียเงื่อนไขรองรับวัฒนธรรมเดิมก็จำเป็นต้องถูกดูดกลืนเข้าไปสู่วัฒนธรรมหลัก ตัวอย่างเช่น เด็กหนุ่มสาวจากชนบทที่อพยพเข้ามาทำงานในเมือง และไม่อาจหาความบันเทิงในรูปแบบเดิมของชนบทได้ ก็จำเป็นต้องถูกดูดกลืนให้ใช้รูปแบบความบันเทิงอย่างใหม่ ๆ ที่เป็นของวัฒนธรรมหลัก

- ผ่านกระบวนการแต่งงานกับคนในวัฒนธรรมหลัก เมื่อมีลูกหลานออกมามักจะถูกดูดกลืนไปเป็นคนในวัฒนธรรมหลักเนื่องจากมีสถานภาพที่ดีกว่า

- ผ่านกระบวนการทางกฎหมายหรือนโยบายของรัฐ เช่น กฎหมายที่ระบุให้โอนสัญชาติได้ หรือให้สัญชาติหากเกิดในแผ่นดินของประเทศนั้น ๆ หรือการเปลี่ยนจากการใช้แซ่มาเป็นนามสกุลในกรณีของคนจีนในประเทศไทย

- ผ่านกระบวนการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมด้วยการเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากภารกิจโดยทั่วไปของสื่อมวลชนคือ การสร้างความเป็นเอกภาพของชาติ ดังนั้น ในด้านหนึ่งก็เท่ากับสื่อต้องทำลายวัฒนธรรมของกลุ่มย่อยไปโดยปริยาย ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ภาษาที่ใช้ในรายการข่าว ทั้ง ๆ ที่สังคมมีภาษาที่หลากหลายของแต่ละท้องถิ่น แต่ทว่าในโทรทัศน์มักจะใช้ภาษากลางที่เป็นระดับชาติเพียงภาษาเดียว แม้จะเป็นรายการข่าวท้องถิ่น ก็ยังต้องใช้ภาษาของส่วนกลาง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม บทบาทของสื่อมวลชนในส่วนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยนี้ก็มีอยู่ 2 ด้านเสมอ ในด้านหนึ่ง สื่อจะมีบทบาทในการทำลายวัฒนธรรมย่อยเพื่อสถาปนาหรือเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่วัฒนธรรมหลัก แต่ในอีกด้านหนึ่ง สื่อก็อาจจะมีบทบาทช่วงส่งเสริมความเป็นปึกแผ่นของวัฒนธรรมย่อยๆ รูปธรรมที่เห็นได้ชัดเจนคือการมีสื่อของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเป็นของตนเอง เช่น กลุ่มคนไทยที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาจะมีการออกหนังสือพิมพ์ของตนเอง หรือกลุ่มศาสนานิกายต่าง ๆ ก็ล้วนผลิตสื่อของตนเอง ในสหรัฐอเมริกามีรายการโทรทัศน์บางช่องที่เกือบทุกรายการจะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนอเมริกันเชื้อสายสเปน (Hispanic) เป็นต้น การมีสื่อเฉพาะดังกล่าวช่วยธำรงรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมย่อย สร้างสำนึกและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางวงล้อมของวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ

3. แนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน

ตัวอย่างของแนวทางการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชนที่จะยกมากล่าวในที่นี้มี 5 แนวทางคือ

(3.1) แนวทางการศึกษาแบบโครงสร้างนิยม (Structuralist)

(3.2) แนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมนิยม (Culturalist)

(3.3) แนวทางการศึกษาแบบต่อสู้ทางวัฒนธรรม (Hegemony/Counter-Hegemony)

(3.4) แนวทางแบบหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) : การใช้สื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อย

(3.5) แนวทางการศึกษาแบบการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

(3.1) แนวทางการศึกษาแบบโครงสร้างนิยม (Structuralist)

แนวคิดหลักของกลุ่มโครงสร้างนิยมเกี่ยวข้องกับการให้คำอธิบายว่า บรรดาแนวคิดต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมนั้นล้วนแต่ถูกประกอบสร้างความหมายขึ้นมาจากปฏิบัติการต่าง ๆ ทางสังคม (Social construction of reality) ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยไม่ว่าจะเป็นเรื่องเชื้อชาติ (race) ชนชาติ (Ethnic) วัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth culture) จึงล้วนแล้วแต่ถูกประกอบสร้างความหมายขึ้นมาจากการทำงานของกลไกต่าง ๆ ทางสังคม เช่น โรงเรียน ศาสนา

และสื่อมวลชน ดังนั้น การทำความเข้าใจกับเรื่องความหมายจึงต้องทำการวิเคราะห์ "ตัวบท" (Text analysis) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างดังกล่าว (ดู Barker, 1999)

ในที่นี้ จะนำเสนอแนวคิดและตัวอย่างของวิธีการศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" ตามแนวทางของกลุ่มโครงสร้างสังคมนิยม ดังนี้คือ

(3.1.1) การสร้างภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype)

(3.1.2) กรณีตัวอย่างวัฒนธรรมย่อย 3 วัฒนธรรม

(ก) เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์นิยม (racism)

(ข) ชนชาตินิยม (ethnic)

(ค) วัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth culture)

(3.1.3) กลไกการใช้สื่อเพื่อการสร้างความหมายแก่วัฒนธรรมย่อยกลุ่มต่าง ๆ

(3.1.1) การสร้างภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype)

กลุ่มโครงสร้างนิยมมีจุดยืนพื้นฐานว่า บรรดาแนวคิดของวัฒนธรรมย่อย เช่น เชื้อชาติ ชนชาติ วัยรุ่น ฯลฯ เหล่านี้มิใช่เป็นปัญหาระดับปัจเจกบุคคล (กล่าวคือ มีคนบางคนเท่านั้นที่ชอบถือเรื่องผิวพรรณ เชื้อชาติ) รวมทั้งมิใช่เป็นปัญหาระดับจิตวิทยา หากทว่าเป็นปัญหาระดับโครงสร้างของสังคม (social structure) กล่าวคือ บรรดาแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยนั้น เป็นแนวคิดที่ถูกสังคมประกอบสร้างความหมายขึ้นมาทั้งสิ้น (social construction of meaning) ดังนั้น ความหมายที่ถูกประกอบสร้างนั้นจะแปรเปลี่ยนไปมาตามโครงสร้างอำนาจของกลุ่มคนที่สร้าง

ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่อง "ภาพของคนไทยเชื้อสายจีนในสื่อมวลชน" เช่น รายการละครโทรทัศน์ของไทย ในอดีต เมื่ออำนาจในสังคมของคนไทยเชื้อสายจีนยังมีอยู่น้อย ภาพของคนไทยเชื้อสายจีนก็จะดูตกต่ำทางวัฒนธรรม เช่น ถูกวาดภาพให้เป็นผู้ร้าย (ดร. จางซูเหลียงในหนังไทยเรื่อง "เล็บครุฑ") เป็นตัวตลก (เช่น กิมหงวนในนิยายของป.อินทปาลิต ชุด พล นิกร กิมหงวน) เป็นอาเสี่ยพุงพลุ้ย เป็นอาม้าอาชิ้ม ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม เมื่ออำนาจของคนไทยเชื้อสายจีนมีมากขึ้นในสังคมทั้งด้านอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมือง การสร้างความหมายของคนในวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป มีงานเขียนเกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนจีนในแง่ยกย่องทางวัฒนธรรมเผยแพร่ในวงกว้าง ในละครโทรทัศน์ "อาเสี่ย" เริ่มขยับฐานะขึ้นมาเป็นพระเอก (เช่นเรื่อง "หัวใจสองภาค") รวมทั้งมีละครโทรทัศน์จำนวนมากมายที่แสดงให้เห็นประวัติของตัวละครเอกเช่น พระเอกนางเอกว่าเป็นคนไทยเชื้อสายจีน รวมทั้งมีการแสดงลักษณะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของ

วัฒนธรรมย่อยในทางบวก เช่น ลอดลายมังกร กระท่อมไม้ไผ่ จนถึงเสน่ห์นางงิ้ว และหงส์เหนือมังกร เป็นต้น

การประกอบสร้างความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมย่อยจะเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่อง "ภาพฉบับตายตัว" (stereotype) R. Dyer (อ้างใน C. Barker, 1979) แยกแยะระหว่างคำว่า "ประเภท" (type) และคำว่า "ภาพแบบฉบับตายตัว" (stereotype) ว่ามีความแตกต่างกัน ในขณะที่ "ประเภท" นั้นเป็นวิธีการที่จำเป็นสำหรับใช้แยกแยะสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคนหรือสิ่งของ เพื่อการจัดหมวดหมู่ เช่น ของใช้ประเภทต่าง ๆ คนชาติต่าง ๆ ฯลฯ แต่ทว่า "ภาพแบบฉบับตายตัว" นั้น นอกจากจะเป็นการแยกประเภทแล้ว ยังทำการ "ลดทอน" (reduce) คุณสมบัติอันหลากหลายของสิ่ง/คนนั้นให้เหลือเพียงบางคุณสมบัติ (โดยส่วนใหญ่เหลือคุณสมบัติเป็นลบ) เช่น คนยิวขี้เหนียว คนจีนเห็นแก่ตัว คนเยอรมันเผด็จการ ฯลฯ และนำเสนอคุณสมบัติดังกล่าวให้เป็น "ภาพตัวแทน" (representation) ของคนกลุ่มนั้นทั้งหมด กลุ่มคนที่จะสร้าง "ภาพตัวแทน" นั้นจะทำให้คนกลุ่มอื่น ๆ (other) พวกอื่น ๆ/พวกเขา (them) แตกต่างไปจาก "พวกเรา" (self/us) และไม่เพียงแต่ "แตกต่าง" เท่านั้น หากทว่ายัง "ด้อยกว่า" (inferiority) พวกเราอีกด้วย ซึ่งการที่จะสามารถสร้างภาพแบบฉบับตายตัวดังกล่าวได้เช่นนี้ กลุ่ม "พวกเรา" ก็ต้องมีอำนาจในกระบวนการสร้างความหมายทางสังคมที่เหนือกว่า "คนกลุ่มอื่น/พวกเขา"

ตัวอย่างเช่น กระบวนการสร้างความหมายของแนวคิดเรื่อง "เชื้อชาติ" (race) ซึ่งมีรากฐานความเป็นมาจากแนวคิดของ Darwin ที่กล่าวถึงลำดับขั้นของวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต แนวคิดดังกล่าวถูกกลุ่ม Social Darwinism นำเอามาใช้อธิบายกับประเภทของคน โดยเลือกเพียงเกณฑ์เรื่อง "สีผิว" และนำมาเชื่อมโยงกับลำดับขั้นเรื่อง "ความสามารถ/ความเฉลียวฉลาด" ทำให้ได้ผลลัพธ์ว่า "คนผิวขาว-ฉลาดที่สุด คนผิวเหลือง-ฉลาดปานกลาง คนผิวดำ-ฉลาดน้อยที่สุด" นี่เป็นกระบวนการสร้างความหมายให้แก่สัญญะ (sign) "สีผิว" เพื่อให้ทุกครั้งเห็น "ตัวหมาย" (signifier) คือ "สีผิว" ก็ระลึกถึง "ตัวหมายถึง" (signified) คือ ความเฉลียวฉลาด

ภาพแบบฉบับตายตัวที่ปรากฏอยู่ตามกลไกต่าง ๆ ของสังคม เช่นผลงานสื่อนั้น ไม่เพียงแต่ "เป็นความจริงที่อยู่ในโลกของสื่อเท่านั้น" หากทว่ายังมีโลกที่เป็นจริงในสังคมรองรับ เช่น ในโลกแห่งการทำงาน คนผิวดำมักทำงานอยู่ในระดับชั้นล่าง อย่างไรก็ตาม นี่เป็นคำถามว่า "การสังกัดอยู่ในชนชั้นล่างของสังคมนั้นมีสาเหตุมาจาก "สีผิว" หรือมีสาเหตุมา

จากกลไกด้านเศรษฐกิจ-การเมือง-สังคมอย่างอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม อาจจะสรุปได้ว่า หากมีอคติเรื่องภาพตัวแทนปรากฏในสื่อ ก็เป็นเครื่องสะท้อนว่า มีอคติดำรงอยู่จริงในสังคม

สำหรับการแก้ปัญหาเรื่อง "ภาพแบบฉบับตายตัว" นั้น ยังเป็นข้อถกเถียงกันอยู่ นักวิชาการด้านสื่อมวลชนบางท่านเห็นว่า การใช้ภาพแบบฉบับตายตัวในสื่อนั้นเป็นเรื่องที่จำเป็นและหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากเวลาและพื้นที่ในสื่อมีอย่างจำกัด ดังนั้นภาพแบบฉบับตายตัวจึงเป็นเครื่องมือช่วยย่นย่อระยะเวลาในการใส่รหัสและถอดรหัสเพื่อลดทอนความซับซ้อนของโลกแห่งความเป็นจริงให้น้อยลง และคิดว่า ในตัวของ "ภาพแบบฉบับตายตัว" นั้นไม่เป็นปัญหาและไม่มีอันตราย หากทว่าขึ้นอยู่กับวิธีการเอา "ภาพแบบฉบับตายตัว" นั้นมาใช้ได้ให้ผลประโยชน์แก่ใครเป็นสำคัญ

ในอีกด้านหนึ่ง ในกรณีของประเทศอังกฤษในช่วงทศวรรษ 1960 หลังจากที่ได้งานวิจัยพิสูจน์เรื่องการสร้างภาพแบบฉบับตายตัวของคนผิวดำอย่างมากในสื่อมวลชนทุกประเภทและเป็นภาพที่ติดลบทั้งสิ้น ในช่วงทศวรรษที่ 1970-80 ได้มีการรณรงค์เรียกร้องให้มีการนำเสนอภาพด้านบวกของคนผิวดำในสื่อให้สมดุลกัน แต่มีข้อวิจารณ์ว่า ข้อเรียกร้องดังกล่าวมิได้วิเคราะห์สาเหตุว่า เพราะเหตุใดจึงต้องมีการสร้างภาพติดลบของคนผิวดำในสื่อ กระบวนการสร้างความหมายดังกล่าวให้ผลประโยชน์แก่ใคร อีกประการหนึ่งถึงแม้จะมีการสร้างภาพด้านบวก และลบให้สมดุลในสื่อ แต่ทว่าในโลกแห่งความจริง อคติเรื่องสีผิวหรือความเท่าเทียมด้านเศรษฐกิจ-การเมือง-สังคมของคนผิวดำจะมีเพิ่มมากขึ้นจริงหรือ นอกจากนั้นในกระบวนการศึกษาเรื่องการสร้างความหมายนั้นควรจะเจาะลึกลงไปถึงต้นตอของกระบวนการ คือในขั้นตอนของการผลิต เริ่มตั้งแต่ตัวผู้ผลิตเองได้ถูกหล่อหลอมให้มีแนวคิดเกี่ยวกับชนชาติ เชื้อชาติ วัยรุ่น วัยชรา ฯลฯ อย่างไร และมีกระบวนการแปรอัตลักษณ์ของคนกลุ่มต่าง ๆ ให้ออกมาเป็น "เนื้อหาสาร" อย่างไร เป็นต้น

(3.1.2) กรณีศึกษาตัวอย่าง 3 วัฒนธรรมย่อย

(ก) วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเชื้อชาติ (Racism)

Jakubowicz (1994) ให้นิยามคำว่า "เชื้อชาติ/เชื้อชาตินิยม" ว่า

- หมายถึงชุดของค่านิยมและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่สะท้อนให้เห็นความขัดแย้งด้านลักษณะทางกายภาพ (physic) เช่น รูปร่างหน้าตา สีผิว สีผม สีตา ลักษณะที่ปรากฏจากภายนอก รวมทั้งประวัติความเป็นมาของเชื้อชาตินั้น ๆ
- เป็นกรอบแนวคิดด้านความเข้าใจและด้านอุดมการณ์ที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับเชื้อชาติต่าง ๆ

- ในเวลาเดียวกัน เป็นวิธีการที่มีแนวโน้มที่จะปฏิเสธ "ความเป็นอื่น/คนอื่น" (otherness) ที่ไม่ใช่พวกเรา
- สร้างความพร้อมที่จะแปรค่านิยมดังกล่าวออกมาเป็นรูปธรรมการปฏิบัติการกระทำ การมีปฏิสัมพันธ์กับคนเชื้อชาติต่าง ๆ

และตามหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ลัทธิเชื้อชาตินิยมนั้นมิใช่ปัญหาระดับปัจเจกบุคคลหรือปัญหาด้านจิตวิทยา หากทว่าอาการถือเขาถือเราดังกล่าวนั้น เกิดมาจากการสร้างภาพตัวแทนที่มีลักษณะเป็นภาพแบบฉบับตายตัวที่ปรากฏอยู่ทั่วไปในวาทกรรม (discourse) ในการปฏิบัติการทางสังคม ในอัตวิสัยของผู้คน (ตัวอย่างง่าย ๆก็เช่น ถ้าหากเราเป็นผู้หญิงที่ต้องไปเดินคนเดียวอยู่ในสถานีรถไฟใต้ดินกลางกรุงนิวยอร์กในตอนดึก ๆ ถ้าเราเห็น "ผู้ชายนิโกร" กับ "ผู้ชายผิวขาว" ยืนอยู่ เราจะมีความโน้มเอียงทันทีที่จะรู้สึกกลัว "ผู้ชายนิโกร" มากกว่า "ผู้ชายผิวขาว") ดังนั้น ลัทธิเชื้อชาตินิยมที่ปรากฏอยู่ในผลงานสื่อมวลชนจึงเป็นภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมของลัทธิเชื้อชาตินิยมที่มีอยู่จริงในสังคม

กระบวนการสร้างภาพตัวแทนให้มีความหมายดังกล่าว (สำหรับกระบวนการที่เกิดจากการทำงานของสื่อนั้น จะดูรายละเอียดในตอนต่อไป) หลักการโดยทั่วไปก็คือ การทำให้ "ตนเอง" เป็นมาตรฐาน (standard) และทำให้ "คนอื่น" เป็นผู้เบี่ยงเบน (deviant) เนื่องจากลัทธิเชื้อชาตินิยมถูกสร้างมาจากคนผิวขาว ดังนั้น จึงมีแต่ "ความขาว" (whiteness) เท่านั้นที่เป็นมาตรฐาน ส่วนสีอื่น ๆ เช่น เหลือง หรือดำ ล้วนแต่เป็นสีที่เบี่ยงเบนออกไปจากมาตรฐาน และหลังจากนั้น ก็ดำเนินการควบคุมกระบวนการสร้างความหมายแก่ภาพตัวแทนเรื่อง "สีผิว" ดังกล่าวอย่างครบวงจร ตั้งแต่ควบคุมผู้ผลิต (การจ้างงานในวงการสื่อก็ต้องจ้างคนผิวขาวเป็นหลัก และเป็นคนผิวขาวที่เห็นด้วยกับเรื่องเชื้อชาตินิยม) กระบวนการสร้างเนื้อหา กระบวนการเผยแพร่ และกระบวนการบริโภค เป็นต้น (ดู Briggs & Cobley, 1998)

(ข) วัฒนธรรมย่อยกลุ่มชนชาติ (Ethnic)

ในขณะที่เรื่อง "เชื้อชาติ" เป็นการใช้คุณลักษณะทางร่างกาย เช่น สีผิว เป็นเกณฑ์ในการลดทอนและตัดสินกลุ่มคนในวัฒนธรรมย่อย แนวคิดเรื่อง "ชนชาติ" จะไม่ได้ใช้ลักษณะทางกายภาพดังกล่าว หากแต่จะใช้บรรดาคุณลักษณะอื่น ๆ เช่น กลุ่มคนที่มีบรรทัดฐานร่วมกัน (sharing norms) มีค่านิยม ความเชื่อ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม และมีธรรมเนียมปฏิบัติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอันมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์อย่างยาวนานที่ทำให้เห็นได้ว่า

มีลักษณะทาง "ชนชาติ" ที่แตกต่างไปจากคนกลุ่มใหญ่ของสังคม ทุกวันนี้ เราได้ยินข่าวสงครามระหว่างชนชาติต่าง ๆ เช่น เซอร์เบีย บอสเนีย โครเอเทีย หรือชาวไอริชในไอร์แลนเหนือ ชนชาติทมิฬที่ต่อสู้กับชนชาติสิงหลในศรีลังกา แม้แต่ชนชาติบาสก์ที่อยู่ระหว่างฝรั่งเศสและสเปน หรือชนชาติเบรอะตาญในฝรั่งเศส เป็นต้น (ดู Briggs & Cobley, 1998)

มีข้อน่าสังเกตว่า คำว่า "ชนชาติ" นั้นมักจะถูกพ่วงติดไปกับคำว่า "ส่วนน้อย" (Ethnic minority) ซึ่งอาจจะหมายความได้สองนัยคือ "ส่วนน้อย" ในแง่ปริมาณประชากร หรือส่วนน้อยในแง่ของอำนาจ และดูเหมือนว่า โดยทั่วไปแล้ว จะมีนัยยะในกรณีหลังมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากในบางสังคมที่กลุ่มผู้มีอำนาจอาจจะมีปริมาณประชากรเป็นชนชาติหนึ่งเพียงเล็กน้อย แต่มักไม่มีการเรียกขานกลุ่มผู้มีอำนาจดังกล่าวว่า เป็น "ชนชาติส่วนน้อย" (เช่น เมื่อแมนจูขึ้นปกครองประเทศจีน เป็นต้น) เรื่องของ "ชนชาติ" จึงเหมือนเรื่องของเชื้อชาติคือเป็นเรื่องของโครงสร้างอำนาจในการสร้างความหมาย

นอกจากนั้น ยังมีข้อน่าสังเกตว่า เมื่อมีกลุ่มคนผิวขาวชาวยุโรปอพยพไปตั้งถิ่นฐานอยู่นอกทวีปยุโรป เช่น ทวีปแอฟริกา ทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกาทั้งเหนือและใต้ ทั้ง ๆ ที่จำนวนประชากรของคนผิวขาวเหล่านี้มีเพียงเล็กน้อย หากทว่าเราจะไม่เคยได้ยินการเรียกขานกลุ่มคนผิวขาวดังกล่าวว่าเป็น "ชนชาติส่วนน้อย" เลย นี่ก็คงเป็นหลักการเดียวกับเรื่อง "เชื้อชาติ" กล่าวคือ "ความขาวนั้นเป็นมาตรฐาน/เป็นความปกติ" ส่วนคนชนชาติอื่น ๆ นั้นเป็นความเบี่ยงเบน/ผิดปกติ" ดังนั้นจึงมีแต่คนผิวขาวเท่านั้นที่ไม่ถูกเรียกว่า "ชนชาติ" ส่วนคนผิวสีอื่น ๆ ล้วนแต่เป็น "ชนชาติ" ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้ว มนุษย์ทุกคนล้วนแล้วแต่มี "ชนชาติ" ด้วยกันทั้งสิ้น ไม่มีใครที่ไม่มี "ชนชาติ" รวมทั้งไม่มีใคร "อยู่ตรงกลาง" ไม่มีใครอยู่ "ชายขอบ"

จากคำนิยามของ "ชนชาติ" ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าชนชาติจะมี "อัตลักษณ์" (Ethnic identity) ที่แยกออกจากคนอื่น ๆ ดังนั้นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนชาติ จึงเหมือนกับกระบวนการสร้างเอกภาพของชาติ กล่าวคือ ถูกประกอบสร้างผ่านการเล่าเรื่องบ้าง (Narration) ตัวอย่างเช่น บรรดาตำนานเรื่องต้นกำเนิดของชนเผ่า (เช่น คนญี่ปุ่นเชื่อว่าชนชาติของตนเกิดมาจากพระอาทิตย์) การใช้สัญลักษณ์ การประกอบพิธีกรรม การสร้างภาพลักษณ์ ฯลฯ ดังนั้น เวลาที่เรานั่งดูการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เราก็จะสามารถแยกแยะชนชาติต่าง ๆ ออกจากกันได้ เนื่องจากมีสัญญะต่าง ๆ ประกอบเต็มไปหมด เช่น ธงชาติ ภาษา รูปผู้นำ การแต่งกาย รอยยิ้ม เพลง ฯลฯ

ทั้งกระบวนการสร้างและกระบวนการทำลายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนชาติต่าง ๆ นั้นล้วนแล้วแต่มีสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างไม่อาจจะขาดได้ มีกรณีประวัติศาสตร์ที่เห็นได้อย่างชัดเจนในการสร้างสำนึกทางชนชาติโดยใช้สื่อมวลชน เช่น การใช้สื่อมวลชนของฮิตเลอร์ในการสร้างสำนึกของชนชาติ "อารยัน" เพื่อรวมความสามัคคีของคนเยอรมันให้เกิดความรู้สึก "พวกเรา" และต่อต้าน "พวกเขา" คือชาวยิว (รวมทั้งเพื่อกอบกู้ศักดิ์ศรีและความมั่นใจในชนชาติตนเองหลังจากพ่ายแพ้สงครามโลกครั้งที่ 1) สื่อมวลชนทุกประเภท เช่น โทรทัศน์มีบทบาทอย่างสำคัญในการฉาย/สร้างภาพชนชาติต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องโดยการใช้สัญญะต่าง ๆ แบบในพิธีกรรม (ritualized symbol) ที่มีอิทธิพลต่อจิตสำนึกของคนในชนชาติเดียวกัน ตัวอย่างเช่น เนื้อหาของเพลงชาติไทยที่เปิดอยู่ทุกวันในช่วงตอนเย็นของโทรทัศน์ทุกช่องก็คือการพรรณนาอัตลักษณ์ของชนชาติที่เรียกว่า "ไทย" นั่นเอง (เช่น ไทยนี้รักสงบ แต่ถึงรบไม่ขลาด เอกราชจะไม่ให้ใครย่ำยี)

(ค) วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัยรุ่น (Youth culture)

ในสำนักเบอร์มิงแฮม (BCS) มีนักวิชาการที่ศึกษา ""วัฒนธรรมวัยรุ่น" อยู่หลายท่าน แม้ว่าจะมีจุดร่วมในแง่แนวคิดพื้นฐานเหมือนกัน หากทว่าแต่ละท่านก็มีแนวทางในการศึกษาแตกต่างกัน สำหรับ Hebdige (1979) สนใจที่จะวิเคราะห์มิติของวัฒนธรรมที่เรียกว่า "ตัวบท" (text) ซึ่งอาจจะเป็นเสื้อผ้า การแต่งกาย การใช้สิ่งของ ฯลฯ และทำการวิเคราะห์ความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในตัวบทเหล่านี้ตามวิธีการของโครงสร้างนิยม และนอกเหนือจากการวิเคราะห์ "ตัวบท" แล้ว Hebdige ยังได้เชื่อมโยงระหว่าง "ตัวบท" ดังกล่าวกับเงื่อนไขความเป็นจริงของโครงสร้างสังคมไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ทางการผลิต (ฐานะทางชนชั้นของวัยรุ่น) การแบ่งช่วงเวลาทำงาน/เวลาว่างในการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นต้น

ข้อค้นพบในการศึกษาของ Hebdige (1979) มีดังนี้

- **ภาพตัวแทน** (representation) ของวัยรุ่นที่ถูกนำเสนอในสื่อมวลชน Hebdige พบว่า มีภาพตัวแทนหลัก ๆ อยู่ 2 ประเภท คือ

(i) ภาพของวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (Trouble makers) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1960 ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว มีกระแสการปฏิวัติของนักศึกษาเกิดขึ้นทั่วโลก โดยมีเป้าหมายที่จะเป็นกบฏและตั้งคำถามกับความหมายของชีวิตที่อยู่ในขณะนั้น เช่น ขบวนการ Hippy ในอเมริกา การยึดมหาวิทยาลัยของนักศึกษาในยุโรป ฯลฯ รูปแบบปฏิบัติการทางสังคมที่วัยรุ่นใช้มากที่สุดคือการแสดงดนตรี การเล่นคอนเสิร์ตเพื่อประท้วงสงครามและการเมือง ฯลฯ การปฏิวัติรูปแบบดนตรีแบบใหม่ๆ เริ่มตั้งแต่เอลวิส เพรสลีย์

จนกระทั่งถึงเดอะบิทเทิลส์ (The Beatles) ในช่วงเวลาดังกล่าว ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์จะสร้างภาพของวัยรุ่นเหล่านี้ว่า เป็นพวกชอบเล่นดนตรีแล้วตีกัน ชอบมั่วสุมกันข้างถนน แต่งตัวแบบบ้า ๆ บอ ๆ ทำร้ายตำรวจ ทำร้ายขว้างปาสิ่งของสาธารณะ ฯลฯ ภาพของวัยรุ่นที่สร้างความเดือดร้อนนี้ (ในกรณีของไทยก็คือ กลุ่มนักเรียนช่างกล) ถูกสร้างอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาโดยเฉพาะในประเภทรายการข่าว

(ii) ส่วนภาพประเภทที่สองก็คือ ภาพของวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนานร่าเริง (fun lover) ซึ่งเป็นภาพที่เกิดต่อมาในช่วงระยะเวลาหลัง ภาพแบบวัยรุ่นที่รักความสนุกสนานนี้มักถูกสร้างอยู่ในภาพยนตร์ประเภท Musical movie หรือในโฆษณาโทรทัศน์ วัยรุ่นในภาพแบบที่สองนี้จะเริ่มไม่ยุ่งกับการเมือง สนใจเรื่องรักๆใคร่ๆ แบบหวานแหวว เป็นวัยรุ่นที่ไม่มีอันตรายและไม่มีชนชั้น

- **ภาพของวัยรุ่นจะแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลา** ดังที่กล่าวมาแล้วว่าในช่วงปี 1960 วัยรุ่นได้เข้าไปเกี่ยวข้องทางสังคม-การเมือง ดังนั้น ภาพของวัยรุ่นจึงถูกวาดให้เป็นผู้สร้างความปั่นป่วนให้แก่สังคม สังคมได้ตอบโต้กระแสของวัยรุ่นทั้งในด้านการสร้างความหมายและด้านมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นจริง เช่น การลงโทษ การใช้สถาบันการศึกษา เป็นต้น

เมื่อถึงช่วง 1980 ภาพของวัยรุ่นหัวรุนแรงแบบปี 1960 ก็เริ่มเลือนหายไป และวัยรุ่นในช่วงนี้เริ่มหันมาสนใจการแต่งตัว การแสวงหาความสนุกสนานบันเทิง ฯลฯ การสร้างภาพของวัยรุ่นในสื่อมวลชนจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

- **ลักษณะความแตกต่างจากชนชั้น** แม้ว่า Hebdige จะศึกษาวัฒนธรรมย่อยของคนร่วมรุ่น (generation) เดียวกัน คือ วัยรุ่น และ Hebdige ได้ให้ความสนใจกับประเด็นเรื่อง "เชื้อชาติ" (race) มากหรือพอ ๆ กับเรื่อง "ชนชั้น" แต่ทว่าเขาก็ได้พบว่า แม้แต่ในวัยรุ่นกลุ่มเดียวกัน ก็ยังมีความแตกต่างทางชนชั้นดำรงอยู่ เช่น ในเรื่องของสไตล์

♦ **วัยรุ่นที่มาจากชนชั้นคนงาน** มักจะนิยมสไตล์ของ Skinhead (ตัดผมเกรียน) นิยมดนตรีแบบคนผิวดำ เช่น reggae ชอบการเต้นรำ ชอบทำกิจกรรมรวมหมู่ (collective) และมักล้มเหลวในการเรียน

♦ **วัยรุ่นที่มาจากชนชั้นกลาง** จะชอบการแต่งตัวอย่างมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว นิยมทำกิจกรรมส่วนตัว (individual) ชอบดนตรีแบบ underground (หาความแปลกใหม่) และแม้จะชอบการแต่งกายแบบ hippy แต่ก็ยังคงเรียนหนังสือได้ดีและประสบความสำเร็จด้านการเรียน

- **การศึกษาเรื่องสไตล์** ในการศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรมย่อยของกลุ่มวัยรุ่นนั้น" Hebdige (1979) เห็นว่า ลักษณะที่สำคัญที่สุดของวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวก็คือเรื่อง "สไตล์" ดังในหนังสือของเขาที่ชื่อ "Subculture: The Meaning of Style" โดยต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้าง (ใครเป็นผู้สร้าง) ความหมายของสไตล์ดังกล่าว

ตัวอย่างเช่น สำหรับวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นในช่วง 1970 ที่มีลักษณะเป็นพวก rock นั้น วัฒนธรรมดังกล่าวนั้นเกิดมาจากการสร้างของระบบการค้าธุรกิจที่นำเสนอรูปแบบการใช้เวลาว่างของวัยรุ่น (Commercialisation of Youth leisure) ดังนั้นสไตล์ของ rock ในช่วง 1970 จึงเป็นการสร้าง "มาจากข้างบน" ในช่วงทศวรรษ 1980 เกิดกระแสต่อต้านจากกลุ่มวัยรุ่นที่ ต้องการสร้างวัฒนธรรมของตนเอง "มาจากข้างล่าง" ในรูปแบบของ punk ความแตกต่างระหว่างที่มาของกระบวนการสร้างสไตล์นั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากท่าทีที่สังคมหลักมีต่อวัฒนธรรมวัยรุ่น หากเป็นกระแสที่สร้างมาจาก "ข้างบน" สังคมเช่นสื่อมวลชนจะส่งเสริม แต่หากเป็นกระแสที่สร้างมาจาก "ข้างล่าง" ท่าทีของสื่อมวลชนจะกล่าวหาโจมตี และหลังจากนั้น การใช้กำลัง/ความรุนแรงจากสถาบันของสังคมก็จะติดตามมา

Hebdige (1976b) ใช้วิธีการแบบสัญญะวิทยาเชิงสังคมในการวิเคราะห์สไตล์ของวัฒนธรรมวัยรุ่นที่สร้างมาจากกลุ่มวัยรุ่นเองเพื่อศึกษาการให้ความหมายและกระบวนการสร้าง เขาพบว่ากระบวนการสร้างนั้นใช้วิธีการที่เรียกว่า "Cut" n "Mix" ซึ่งเป็นวิธีการแบบยุคหลังสมัยใหม่ (post-modernizing) กล่าวคือ นำเอาสัญญะที่มีอยู่เดิมในสังคม เลือกตัดออกมา แล้วมาปะติดปะต่อใหม่ให้มีความหมายใหม่ เช่น mod, reggae หรือ punk นั้นก็นำเอาสัญญะต่างๆ ที่เคยมีในวัฒนธรรมในอดีต เช่น โรมานซ์ คลาสสิก gothic ฯลฯ (มีลักษณะ "หวนคิดถึงอดีต" (Nostagia) ไม่ว่าจะเสื้อผ้า ดนตรี เครื่องใช้ เครื่องประดับ วิถีชีวิต ฯลฯ โดยเลือกเฉือนและตัดออกเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย แล้วมาปะติดปะต่อใหม่ให้เกิดความหมายใหม่ ในการ "Cut" n "Mix" นี้มีลักษณะท้าทายความหมายของสัญญะซ่อนเร้นอยู่ เช่น การนำภาพของพระราชินีอังกฤษมาปะติดปะต่อกับภาพของโมนาลิซ่า แต่เปลี่ยนความหมายให้พระราชินีหลิ่วตาข้างหนึ่งเป็นการล้อเลียน หรือการนำธงชาติอังกฤษ (Union Jack) มาปะตรงก้นของกางเกงยีนส์ เป็นต้น

(3.1.3) กลไกการใช้สื่อเพื่อการสร้างความหมายวัฒนธรรมย่อย

มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้สื่อเพื่อสร้างความหมายแก่วัฒนธรรมย่อย เราจะเสนอ 2 ทฤษฎีที่อยู่คนละปลายขั้วคือ (ดู Briggs & Cobley, 1998)

(i) ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ทฤษฎีนี้จะอธิบายว่า บรรดาความหมายต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ "วัฒนธรรมย่อย" นั้น บรรดาผู้ผลิตจะสร้างขึ้นตามที่ผู้บริโภคต้องการ และสื่อก็ทำหน้าที่เป็นเพียงภาพสะท้อนของสังคมที่มีต่อวัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ เท่านั้น

(ii) ทฤษฎีมาร์กซิสม์ (Marxism) ทฤษฎีนี้จะอธิบายว่า เนื่องจากสังคมมีความขัดแย้งระหว่างชนชั้นที่ผสมผสานไปกับความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมหลักกับวัฒนธรรมย่อย และเนื่องจากกลุ่มผู้มีอำนาจด้านเศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรมหลักเป็นเจ้าของสื่อ ดังนั้นกลุ่มบุคคลเหล่านี้จึงใช้สื่อเพื่อสร้างความหมายของวัฒนธรรมย่อยให้ตอบสนองผลประโยชน์ของวัฒนธรรมหลัก (เท่ากับตอบสนองผลประโยชน์ของกลุ่มตนเอง) ตัวอย่างเช่น การสร้างภาพติดลบของวัยรุ่นที่เข้าไปสนใจการเมืองเพื่อการเปลี่ยนแปลงระบบที่ทำให้กระทบผลประโยชน์ของกลุ่มผู้มีอำนาจ (Status quo) ที่ได้กล่าวมาแล้ว

นอกเหนือจากทฤษฎีที่อยู่คนละปลายขั้วดังกล่าวแล้ว ในระหว่างกลางก็ยังมีทฤษฎีอื่น ๆ อีกหลายทฤษฎี เช่น ทฤษฎี Equal Opportunity ที่เสนอให้สื่อมวลชนยึดหลักการในการให้โอกาสคนทุกวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียมกันในเชิงปริมาณ และสร้างภาพของทุกวัฒนธรรมให้สมดุลทั้งด้านบวกและด้านลบ

สำหรับในที่นี้ จะทำการสำรวจผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นกลไกและกระบวนการสร้างความหมายแก่วัฒนธรรมย่อยเท่าที่เป็นอยู่ในสภาพความจริง ดังนี้

- **ปริมาณการนำเสนอที่ไม่สมดุล** เกณฑ์เรื่อง "วัฒนธรรมย่อย" ไม่ว่าจะเป็นเรื่องชนชาติ เชื้อชาติ วัย ก็คงคล้ายคลึงกับเกณฑ์เรื่อง "เพศ" (gender) ที่ได้กล่าวมาแล้วคือ มิติแรกที่มักจะพบเสมอจากการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณก็คือ การพบว่ามีปริมาณการนำเสนอ "วัฒนธรรมย่อย" **น้อยมาก** (underrepresent)" ปริมาณที่น้อยนั้นมีรหัสแห่งความหมายทางสังคมว่า "เป็นเรื่องที่ไม่สำคัญ ไม่ใช่เรื่องที่ต้องให้ความสนใจ"

ตัวอย่างเช่น (ดูใน Barker, 1999) ผลการสำรวจละครโทรทัศน์ในประเทศอังกฤษ ในช่วงปี 1960-1970 แทบจะไม่ปรากฏเรื่องราวของครอบครัวคนผิวดำเลยในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ หากเป็นเรื่องของครอบครัวคนดำที่แทรกเข้ามาเป็นครั้งคราว จะปรากฏว่า คนผิวดำจะคบหาสมาคมมีปฏิสัมพันธ์อยู่แต่ภายในหมู่คนดำเท่านั้น บรรดาภาพยนตร์ละครโทรทัศน์เรื่องดัง ๆ เช่น Coronation Street ตัวละครส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่เป็นคนชนชั้นคนงาน ผิวขาว มีความสัมพันธ์ต่างเพศ ทั้งๆที่ตัวเหตุการณ์ในเรื่องนั้นเกิดขึ้นในเมือง Manchester ซึ่งเป็นเมืองที่มีคนหลายกลุ่มวัฒนธรรมอาศัยอยู่ร่วมกัน (Multicultural

society) ภาพยนตร์โทรทัศน์เรื่องอื่น ๆ เช่น Dynasty, Dallas, Melrose Place ก็เช่นเดียวกัน (ในกรณีของไทย ทั้ง ๆ ที่คนอีสานเป็นคนกลุ่มที่มีปริมาณมากที่สุด แต่มีละครโทรทัศน์น้อยมากที่เป็นเรื่องราวของคนอีสาน)

- **การสร้างภาพลักษณ์ของอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อย** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การสร้างอัตลักษณ์ที่มีลักษณะ "เชื้อชาตินิยม" "ชนชาตินิยม" "วัยนิยม" "เพศนิยม" ฯลฯ กลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ก็คือ มีแต่ "อัตลักษณ์ของเรา" เท่านั้น ที่เป็นมาตรฐานและเป็นปกติ (Normal) ส่วน "อัตลักษณ์ของคนอื่น" นั้น ล้วนเบี่ยงเบนออกไปจากมาตรฐานในทางใดทางหนึ่งว่า ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนในอังกฤษพบว่า (ดูใน Briggs & Cobley, 1998)

  ♦ **อัตลักษณ์ของคนเอเชีย** ถูกสร้างว่าเป็นพวกที่มีวัฒนธรรมแข็งตัว ไม่ยืดหยุ่น (เช่น รักพวกพ้องพี่น้องมากไป) ขยันแบบบ้าเลือด เฉลียวฉลาดแบบแกมโกง ยึดติดกับประเพณี ไม่ยอมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมหลัก แต่ชอบแยกตัวไปสร้างวัฒนธรรมของตนเอง เช่น พ่อแม่ที่จัดการให้ลูกหลานแต่งงานกับคนชาติเดียวกัน มีร้านอาหารและร้านขายของทุกอย่างของตนเอง ไม่เรียนหรือไม่พูดภาษาของวัฒนธรรมหลัก เป็นต้น

  ♦ **อัตลักษณ์ของคนดำ** หากเป็นคนดำเมื่อครั้งอดีตหรือที่ยังอยู่ในชนบทก็จะมีลักษณะแบบทาส ป่าเถื่อน ใช้แต่แรงงาน ไม่รู้จักใช้สติปัญญา และหากเป็นคนผิวดำสมัยใหม่ที่เข้ามาอยู่ในเมือง ก็จะเป็นพวกสร้างความเดือดร้อน ไม่สามารถเอาดีด้านสติปัญญาได้ ความสามารถที่มีคือด้านกีฬาและดนตรี

- **การสร้างภาพลักษณ์ในสื่อประเภทต่าง ๆ** ดังตัวอย่างในกรณีของวัยรุ่นที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้น "ประเภทของสื่อ" เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์โทรทัศน์ ฯลฯ หรือ "ประเภทรายการ" เช่น เรื่องจริง (ข่าว, สารคดี) เรื่องแต่ง (ละคร ภาพยนตร์) เป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ ผลการวิจัยรายการโทรทัศน์ของออสเตรเลียซึ่งมีชนพื้นเมืองอาศัยอยู่ด้วยนั้น พบว่า จะมีแต่ในรายการประเภทข่าวสารข้อมูล (information program) เท่านั้นที่มีเรื่องราวของชนพื้นเมือง แต่ทว่าในรายการประเภทเรื่องแต่ง (fictional program) นั้นจะไม่ปรากฏเลย

D. Bogle (1973) วิเคราะห์ภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype) ของคนผิวดำที่ปรากฏในสื่อประเภทเรื่องแต่งคือภาพยนตร์ และพบว่ามีภาพแบบฉบับตายตัวอยู่ 5 แบบคือ

♦Toms เป็นภาพของคนดำที่เป็นคนดี มีลักษณะหัวอ่อน (submissive) และเป็นคนควบคุมอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างดี (stoic) (เหมือนตัวเอกในเรื่อง Uncle Tom Cabin)

♦ Coons เป็นภาพตัวตลกแบบเจ็บตัว (slapstick) ทำตัวไร้สาระไปวันๆ

♦ Tragic Mulattos เป็นภาพของผู้หญิงผิวสีดำที่สวย ดึงดูดใจทางเพศ มีเสน่ห์แบบลึกลับ (exotic)

♦Mammies เป็นภาพคนผิวดำที่เป็นคนรับใช้ ตัวใหญ่ แข็งแรง วางอำนาจ (bossy) แต่อุทิศตนให้กับเจ้านายผิวขาวอย่างเต็มที่

♦Bad Bucks เป็นภาพคนผิวดำตัวใหญ่ แข็งแรง ชอบใช้ความรุนแรง หมกมุ่นเรื่องเพศ

สำหรับเรื่องแต่งในสื่อโทรทัศน์ก็จะได้ภาพแบบฉบับตายตัวที่คล้ายคลึงกัน

- **การสร้างภาพให้เป็น "แพะรับบาป"** วิธีการที่ถูกนำมาใช้อย่างมาก คือการเชื่อมโยงระหว่างปัญหาต่าง ๆ ของสังคมเข้ากับการวิเคราะห์สาเหตุว่าเกิดมาจากคนในวัฒนธรรมย่อยที่เรียกว่า "การหาแพะรับบาป" ตัวอย่างเช่น

♦ในกรณีของประเทศอังกฤษ ในรายการสารคดีที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณประชากรคนผิวดำที่เพิ่มมากขึ้นทุกที ถูกเชื่อมโยงเข้ากับปัญหาการว่างงานของกรรมกรผิวขาวด้วยคำอธิบายที่ว่า คนผิวดำเหล่านี้มาแย่งงานทำและยอมรับค่าแรงที่ต่ำกว่า ทำให้นายจ้างนำมาใช้แทนแรงงานผิวขาว

♦การเชื่อมโยงระหว่างปัญหาทางสังคม เช่น การใช้ความรุนแรง ในวิธีการรายงานของสื่อ เมื่อผู้กระทำความผิดเป็นคนผิวดำ สื่อจะรายงานโดยใส่ "คุณสมบัติของเชื้อชาติ" เติมลงไปด้วย ในขณะที่ถ้าเป็น"คนผิวขาว" จะไม่ระบุเชื้อชาติ ทำให้เกิดความคิดโดยทั่วไปว่า เมื่อมีความรุนแรงเกิดขึ้น จะต้องเป็นคนผิวดำก่อขึ้นมา

♦ความเสื่อมโทรมทางศีลธรรม/วัฒนธรรม มักมีข้อกล่าวหาว่า การใช้ภาษาอังกฤษของคนผิวดำที่ผิดทั้งหลักไวยากรณ์และการออกเสียงทำให้มาตรฐานทางภาษาตกต่ำลง รวมทั้งการเสนอให้มีการแยกโรงเรียน แยกบาร์ ระหว่างคนผิวขาวและคนผิวดำ เป็นต้น

P. Gilroy (1987) ศึกษาภาพของคนผิวดำที่ถูกนำเสนอในรายการโทรทัศน์ของอังกฤษในช่วงทศวรรษ (1950-1970) พบว่า มีภาพแบบฉบับตายตัวอยู่ 3 แบบด้วยกันคือ

- คนดำเป็นตัวปัญหาของสังคมคนขาว ไม่ว่าจะเป็นอาชญากรรม วัฒนธรรมตกต่ำ และอื่น ๆ
- คนดำเป็นเสมือน "วัตถุของประวัติศาสตร์" (object of history) นับตั้งแต่ประวัติศาสตร์ของการเป็นทาส ทำให้เป็นคนที่ไม่รู้จักคิดด้วยตนเอง ไม่สามารถควบคุมชะตากรรมชะตาชีวิตตนเองได้
- คนดำเป็นเหยื่อของโชคร้ายต่าง ๆ เช่น ภัยพิบัติตามธรรมชาติ โรคร้าย ฯลฯ

และหากพิจารณาในแง่ช่วงเวลาก็จะพบว่าคนผิวดำถูกผูกติดเข้ากับปัญหาต่าง ๆ ของสังคมเป็นระยะ ๆ เช่น

- ช่วงปี 1950 คนดำถูกผูกติดกับปัญหาโสเภณีและการพนัน
- ช่วงปี 1960 ถูกนำเสนอว่าเป็นกลุ่มที่มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัยและสลัม
- ช่วงปี 1960-80 มีการทะลักของคนผิวดำเข้ามาในอังกฤษอย่างมาก ทำให้เกิดการกระพือข่าวว่าวัฒนธรรมต่างชาติจะมาทำลายวัฒนธรรมอังกฤษ วัยรุ่นผิวดำเกี่ยวข้องกับการค้ายาเสพติดและชอบก่อการจลาจลในเมืองต่าง ๆ

S. Hall (1992) กล่าวว่า การสร้างภาพแบบฉบับตายตัวดังที่กล่าวมานั้นถูกบรรจุอยู่ในโครงสร้างของวิธีการผลิตของโทรทัศน์เลยทีเดียว ตัวอย่างเช่น ในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นประกอบข่าว นักข่าวโทรทัศน์จะสัมภาษณ์ตำรวจ นักการเมือง ผู้พิพากษา (ซึ่งเป็นคนผิวขาวทั้งสิ้น) ผลจากการปฏิบัติการทางสังคมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทำให้คนทั่วไปเชื่อหรือตอกย้ำความเชื่อที่มีอยู่แล้วว่า ทุกครั้งที่มีอาชญากรรมเกิดขึ้น จะต้องเป็นฝีมือคนดำ และเมื่อฝ่ายปกครองบ้านเมืองเสนอให้มีการควบคุมให้มากขึ้น มีบทลงโทษที่รุนแรงขึ้น ฯลฯ ประชาชนโดยทั่วไปก็ยินดีและยอมรับการใช้ความรุนแรงของรัฐ โดยลืมไปว่า ตนเองก็ต้องได้รับผลจากความรุนแรงนั้นเช่นกัน

- **กระบวนการแบ่งแยก** (Binary Opposition) ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ลัทธิเชื้อชาตินิยม ชนชาตินิยม ฯลฯ ล้วนเกิดขึ้นจากการสร้างความรู้สึก "ถือเขา" (them) "ตัวเรา" (Us) อันได้แก่การแยกตนเอง (self) ออกจาก "คนอื่น" (other)

ขั้นตอนหลังจากการแยกแล้วก็คือการกำหนดคุณสมบัติทั้งหลายที่ดีกว่า เหนือกว่า มีคุณค่ากว่าให้สังกัดอยู่ "ข้างพวกเรา" ส่วนความต้อยต่ำทั้งหลายก็ให้สังกัดอยู่ "ข้างพวกเขา"

กลยุทธ์ดังกล่าวนี้เป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอในประวัติศาสตร์

♦ในยุคล่าอาณานิคม ประเด็นด้านศาสนาจะถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นเส้นแบ่งระหว่างพวกเรากับพวกเขา "พวกเขา" เป็นพวกที่ป่าเถื่อน นับถือผีสางนางไม้ หรือนับถือศาสนาอื่นที่ต้อยต่ำกว่า "พวกเรา" ที่นับถือคริสตศาสนา ดังนั้น จึงเป็น "ภารกิจของคนผิวขาวพวกเรา" ในฐานะวีรบุรุษที่จะต้องนำศาสนาคริสต์ไปเผยแพร่ และเปลี่ยนแปลงศาสนาของ "พวกเขา"

♦ในยุคที่ล่าเอาคนผิวดำมาเป็นทาส คนผิวดำก็ถูกสร้างภาพให้เป็น "หมู่ชนที่ยังดิบๆเถื่อนๆ" แบบธรรมชาติ (naturalness) จึงเหมาะสำหรับการทำงานหนักใช้แรงงาน ส่วนพวกเรา "คนผิวขาว" เป็นพวกที่มีอารยธรรม (civilized) จึงเหมาะที่จะเป็นนายควบคุม

♦ในยุคสมัยใหม่ ภาพใหม่ของคนผิวดำ-พวกเขา-ก็ถือพวกที่มีวัฒนธรรมแห่งความสนุกสนาน ชอบร้องเล่นเต้นรำ ไม่ชอบทำงาน ชีวิตมีแต่ความล้มเหลว ซึ่งตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมของพวกเรา-คนผิวขาว

S. Hall ได้ให้ข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า กระบวนการผลิตและเผยแพร่ภาพเหล่านี้ดำเนินอยู่ในปฏิบัติการทางสังคมที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น ภาพของคนดำที่ถูกนำไปเป็นภาพประกอบหีบห่อสินค้าต่าง ๆ (ยาสีฟัน สบู่ เครื่องดื่ม ฯลฯ) ซึ่งเท่ากับการสร้างและปลูกฝังอุดมการณ์เชิงชาตินิยม/ชนชาตินิยมให้แก่บรรดากลุ่มสตรีแม่บ้าน รวมทั้งคำโฆษณาประเภทที่เปรียบเทียบว่า "ใช้สบู่ซักคราบไคลที่เปื้อนดำ**สกปรก**ให้ขาว**สะอาด** เหมือนที่คนผิวขาวชำระล้างวัฒนธรรมอันสกปรกของคนผิวดำให้สะอาดขึ้น" เป็นต้น (ในกรณีของไทยอาจเทียบได้กับจมูกไม่มีดั้งหรือหน้าแบบเหลี่ยมของคนอีสาน)

● **การสร้างความหมายผ่านการใช้วาทกรรม (discourse)** Teun van Dijk (1991) พิสูจน์ว่าในกระบวนการสร้างความหมายที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยนั้นกระทำผ่านการใช้วาทกรรมเป็นอย่างมาก เนื่องจาก "ภาษา" นั้นไม่เคยเป็นกลาง หากแต่มีค่านิยม ความเชื่อ อุดมการณ์บรรจุอยู่ ดังนั้น วาทกรรมที่ใช้อยู่ในสื่อจึงมีส่วนสำคัญอย่างมากในการหล่อหลอมให้คนคิดต่อโลกที่เป็นอยู่

ในกรณีของเชื้อชาตินิยม van Dijk วิเคราะห์วิธีการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ และสรุปว่า อุดมการณ์และโครงสร้างการครอบงำความคิดเรื่องเชื้อชาตินิยมนั้นบรรจุอยู่ในหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวเกี่ยวกับการมีพฤติกรรมที่รุนแรงของคนดำจะถูกใส่สีสันให้เกินเลยกว่าความเป็นจริงหรือมากกว่ากรณีการใช้ความรุนแรงของคนผิวขาว van Dijk ได้ศึกษาวาทกรรมที่เกี่ยวกับเชื้อชาตินิยมที่ใช้ในสื่อมวลชนจากหลาย ๆ ประเทศในตะวันตก คือ อังกฤษ ยุโรป และอเมริกา และได้ข้อค้นพบร่วมกัน ดังนี้คือ

◆ในระบบการจ้างงาน (การผลิต) มีคนจากชนชาติของวัฒนธรรมย่อยเป็นผู้ทำงานในสื่อน้อยมาก

◆ในส่วนปริมาณเนื้อหา การรายงานข่าวของชนชาติวัฒนธรรมย่อยมีน้อยทั้งในแง่ความถี่และปริมาณพื้นที่ที่ให้ (size) ในแง่คุณภาพ จะให้ภาพทางลบโดยผูกติดกับอาชญากรรม ความรุนแรง การก่อจลาจล การสร้างปัญหาสังคม

◆มีลักษณะการรายงานแบบภาพแบบฉบับตายตัว ในกรณีที่ชนชาติวัฒนธรรมย่อยตกเป็นเหยื่อ จะตำหนิเหยื่อ

◆ปริมาณภาพในด้านบวกของวัฒนธรรมย่อยแทบจะไม่มี และไม่มีลักษณะให้ความสำคัญ

◆เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ชนชาติวัฒนธรรมย่อยสร้างปัญหา คนผิวขาวจะมีท่าทีที่เผชิญต่อปัญหาอย่างอดทน ให้ความเห็นใจและให้การสนับสนุน (แบบวีรบุรุษ)

◆ในกรณีที่มีคนขาวบางคนมีอคติทางเชื้อชาติก็จะมีการรายงานบ้าง แต่ทว่าได้แสดงให้เห็นว่า "เป็นเรื่องส่วนบุคคล" ส่วนอคติที่ได้ฝังอยู่ในโครงสร้างจะไม่มีการรายงานเลย

van Dijk ให้ข้อสรุปสอดคล้องกับนักวิชาการท่านอื่น ๆ ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนต่อกรณีเชื้อชาตินิยม/ชนชาตินิยมว่า สื่อได้ช่วยผลิต/ผลิตซ้ำสืบทอดอคติของคนผิวขาวที่มีต่อเรื่องสีผิว/ชนชาติส่วนน้อย ทำให้คนมีความคิดอ่านเหมือนเดิม และไม่เปลี่ยนแปลงภาพแบบฉบับตายตัวที่เคยมีในความคิดต่อ "คนอื่น" ไปเลย

● **กระบวนการดูดกลืน (assimilation) ผ่านสื่อ** (ดู Briggs & Cobley, 1998) เช่นเดียวกับกระบวนการดูดกลืนที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริงที่ได้กล่าวมาแล้ว ในสื่อเองก็มีกระบวนการดูดกลืนทางวัฒนธรรมด้วยการผนวกเอา "คนในกลุ่มวัฒนธรรมย่อย" ที่ทำตัว/มีค่านิยมตามที่วัฒนธรรมหลักต้องการเข้ามาเป็น "พวกเรา" หรือให้การยอมรับ โดยส่วนใหญ่แล้ว ประเภทของรายการโทรทัศน์ที่จะใช้กระบวนการดูดกลืนนี้มักจะ

เป็นรายการบันเทิง (Light entertainment) หรือรายการกีฬาที่ภาพของคนผิวดำจะได้รับการยอมรับ กรณีศึกษาที่มีการกล่าวขวัญถึงอย่างมากคือ sit-com ทางโทรทัศน์เรื่อง Cosby Show ซึ่งเป็นเรื่องที่มีคนผิวดำเป็นตัวละครเอก อย่างไรก็ตาม Cosby และคนผิวดำในเรื่องนี้ก็มีแต่สีผิวเท่านั้นที่เป็นคนดำ หากทว่าบรรดาความใฝ่ฝัน ค่านิยม วิถีชีวิต ฯลฯ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นแบบคนผิวขาวทั้งสิ้น เช่น มีความใฝ่ฝันจะมีชีวิตที่ดีแบบชนชั้นกลาง (ตัวละครเอก Cosby ก็เป็นคนชั้นกลางอยู่แล้ว) เน้นความซื่อสัตย์ การทำงานหนัก ความรับผิดชอบ รวมทั้งตัวละครคนผิวดำยังมีการวิเคราะห์ว่า "คนผิวดำยากจนก็เพราะเกียจคร้าน" เป็นต้น

(3.2) แนวทางการศึกษาแบบวัฒนธรรมนิยม (Culturalist)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า แม้แต่ในกลุ่มเบอร์มิงแฮม (BCS) ก็มีแนวทางในการศึกษาวัฒนธรรมของวัยรุ่นที่แตกต่างกันออกไป ในขณะที่ Hebdige สนใจวิเคราะห์ "ตัวบท" ด้วยแนวทางโครงสร้างนิยม P. Willis (1990) กลับสนใจสิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรมที่คนกำลังมีชีวิตอยู่" (lived culture) ที่เรียกว่าเป็นแนวทางแบบ "วัฒนธรรมนิยม"

Willis ผสมผสานแนวคิดด้านสังคมวิทยาของสำนักชิคาโก (Chicago) ที่ให้ความสนใจที่จะมองปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้ที่เสียเปรียบ (underdog perspective) และสนใจรูปแบบการต่อต้านสังคมที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน (Naturalist revolt) วิธีการศึกษาของ Willis คือ การลงไปคลุกคลีอยู่ในชีวิตจริงของกลุ่มตัวอย่าง (Ethnography) และเช่นเดียวกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในสำนักเบอร์มิงแฮม Willis ใช้ทัศนะการพิจารณาวัฒนธรรมอย่างเป็นประชาธิปไตยเสมอภาคเท่าเทียม ไม่มีวัฒนธรรมแบบ "สูง" (High culture) หรือ "ต่ำ" (Low culture) มีแต่ "วัฒนธรรมของใคร" เท่านั้น

ในการศึกษาวัฒนธรรมที่กำลังดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวันนั้น Willis เริ่มต้นด้วยภาพในระดับมหภาคที่ว่า สังคมได้มีการรับรู้วัยรุ่นที่เปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่น นักการตลาดในยุคก่อนจะสนใจวิเคราะห์ "ตลาดวัยรุ่น" โดยใช้เกณฑ์ด้านประชากรหรือตำแหน่งในกระบวนการผลิตของวัยรุ่น เช่น ลักษณะครอบครัว ชนชั้น รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพที่ทำงาน ฯลฯ เพื่อทำการผลิตสินค้าให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม แต่ปัจจุบันทัศนะดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงไป เกณฑ์ที่ใช้ดูวัยรุ่นในปัจจุบันคือ รสนิยมและอุปนิสัย (taste & habits) ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนในนิตยสารวัยรุ่น (ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น "lifestyle") เช่น กลุ่มรักเรียน กลุ่มชอบเที่ยว กลุ่มเล่นกีฬา ฯลฯ โดยเน้นเรื่อง "การบริโภค" เป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อผลิตสินค้าป้อนให้แก่

วัยรุ่นตามลักษณะการบริโภคของวัยรุ่นแต่ละกลุ่ม ดังนั้น การวิเคราะห์วัฒนธรรมจึงเคลื่อนย้ายความสนใจจากกระบวนการผลิตมาสู่กระบวนการบริโภค

ในอีกด้านหนึ่ง Willis ก็ให้ความสนใจการรับรู้จากคนวงใน (Insider's view) คือตัววัยรุ่นเองที่มีการรับรู้ต่อมิติต่าง ๆ ของสังคมดังนี้คือ

วัยรุ่นปัจจุบันเห็นว่า "ศิลปะเป็นตัวอักษรที่ตายแล้ว"

"การเมืองเป็นเรื่องน่าเบื่อหน่าย"

"สถาบันต่าง ๆ ของสังคม เช่น โรงเรียน ครอบครัว ฯลฯ มีแต่การครอบงำควบคุมวัยรุ่น"

ในบรรดาสถาบันต่าง ๆ นั้นวัยรุ่นไม่ได้มีส่วนในการร่วมกำหนดหรือควบคุมเลย กลับถูกกำหนดและควบคุม ดังนั้น ใน 3 ขั้นตอนของกระบวนการทางวัฒนธรรม คือ การผลิต การกระจายและการบริโภคนั้นคงมีแต่ปริมณฑลของการบริโภคเท่านั้นที่วัยรุ่นยังคงมีอิสระเสรีภาพที่จะต่อสู้/แปรเปลี่ยน ด้วยเหตุนี้ ในการบริโภควัฒนธรรม จึงพบว่าเป็นเวทีที่วัยรุ่นจะใช้ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเขาเอง โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการใช้เวลาว่าง (leisure time)

Willis ทำการสำรวจรูปแบบต่าง ๆ ของการใช้ผลิตกรรมทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นในช่วงเวลาทำงานและเวลาว่างของชีวิตประจำวัน ซึ่งจะมีวัฒนธรรมสื่อมวลชนเป็นรูปแบบหลัก Willis พบว่า วัฒนธรรมสื่อมวลชนเป็นทรัพยากรเชิงสัญญะที่เด็กวัยรุ่นใช้อย่างมาก และวิธีการใช้นั้นวัยรุ่นไม่เพียงแต่**เรียนรู้**รหัสของการใช้เท่านั้น (เช่น การต้องเปิดเพลงอย่างไร ฟังแบบไหน) หากทว่ายังเรียนรู้วิธีที่จะ "**เล่น**" กับรหัส เรียนรู้ที่จะ "ดัดแปลง" สุนทรียะต่าง ๆ ของรหัส Willis สรุปผลการศึกษาว่า เด็กวัยรุ่นเป็นกลุ่มคนที่ใช้สื่ออย่าง active เฉลียวฉลาดและซับซ้อนมากกว่าคนทุกกลุ่มในสังคม ตัวอย่างผลการวิจัยมีดังนี้

- **สื่อโทรทัศน์** เป็นสื่อที่วัยรุ่นใช้อย่างมากที่สุด รวมทั้งสื่ออื่น ๆ ที่คาบเกี่ยวกับโทรทัศน์ เช่น หนังสือที่เกี่ยวกับโทรทัศน์ วิดีโอ ฯลฯ Willis พบว่า วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่เข้าใจสื่อโทรทัศน์มากที่สุด (TV literate) มีการใช้โทรทัศน์อย่าง active สร้างสรรค์ และอ่านความหมายจากโทรทัศน์อย่างเป็นตัวของตัวเอง (และมักตรงกันข้ามกับผู้ใหญ่ที่ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นคาดคิดเอาไว้)

- **เพลง/วิทยุ** ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา วิทยุ-เพลงเป็นหัวใจของวัฒนธรรมวัยรุ่น Willis พบว่ามีความแตกต่างกันลงไปอีกในเรื่องรสนิยมการฟังเพลงของกลุ่มวัยรุ่นทั้งหมดและวัยรุ่นโดยทั่วไปมีความรู้ดีมากเกี่ยวกับเพลงที่ตนเองสนใจ วิธีการฟังวิทยุ/ฟังเพลงก็มีลักษณะ

สร้างสรรค์และมีเป้าหมายการใช้หลายอย่าง เช่น การขอเพลงจากรายการวิทยุและอัดเทปเอาไว้เป็นชุดเฉพาะของตัวเอง เป็นต้น

- **เสื้อผ้า** วัยรุ่นมีรูปแบบการใช้เสื้อผ้าอย่างสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับสื่อประเภทอื่น แต่ทว่าลักษณะของเสื้อผ้านั้น ยังสามารถดัดแปลงสุนทรียะได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ นอกจากนั้น เสื้อผ้ายังเกี่ยวข้องกับ "อัตลักษณ์" อย่างชัดเจนมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ อีกด้วย วัยรุ่นได้สร้างรหัสเฉพาะในเรื่องวัฒนธรรมแต่งกายของตนเองขึ้นมา เช่น การแยกแยะระหว่างชุดไปทำงาน/ชุดไปเที่ยว (ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมสายเดี่ยวของไทย)

- **การไปเที่ยว pub** ในแง่ความหมาย pub เป็นสถานที่แบ่งแยกระหว่าง "ความเป็นเด็ก" กับ "ความเป็นผู้ใหญ่" นอกจากนั้น pub ยังเป็น "เขตปลอดการควบคุมของพ่อแม่ ครู ฯลฯ" pub จึงมีความหมายถึงการผ่อนคลาย ความสนุกสนาน การหาความรื่นเริงใจ ไม่ว่าจะมาจากสัญญะต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของ pub เช่น การตกแต่งสถานที่ การมีเครื่องดนตรีชั้นดี การดื่มเหล้า ซึ่งสัญญะตัวสุดท้ายนี้มีความสำคัญสำหรับ "ความเป็นลูกผู้ชาย" อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป Willis มีความเห็นว่า ในปริมณฑลต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น วัยรุ่นได้ทำการตอบโต้การครอบงำของผู้ใหญ่ด้วยการสร้างสรรค์วัฒนธรรมโดยเฉพาะในขั้นตอนของการบริโภคด้วยการหยิบยืมเอาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมหลัก/วัฒนธรรมการค้า/อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม/มาสร้างอัตลักษณ์ให้แก่วัฒนธรรมย่อยของรุ่นวัยตนเอง ดังนั้นวัยรุ่นจึงเป็นกลุ่มที่มีความรู้เท่าทัน สามารถแยกแยะและสามารถดัดแปลง/ต่อรองกับวัฒนธรรมหลักเพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดวัฒนธรรมย่อยของตนเอง

(3.3) แนวทางการศึกษาแบบการครอบงำและการต่อสู้ทางวัฒนธรรม (Hegemony/ counter-hegemony)

(i) แนวคิดพื้นฐาน

......"เวลาผู้ใหญ่เต้นรำ เรียกว่า "สวยงาม"
เวลาวัยรุ่นเต้นรำ เรียกว่า "บ้าคลั่ง"
เวลาผู้ใหญ่ฟังเพลง เรียกว่า "มีสุนทรียะ"
เวลาวัยรุ่นฟังเพลง เรียกว่า "ไร้รสนิยม"
เวลาผู้ใหญ่ฆ่ากัน เรียกว่า "ทำสงคราม"
เวลาวัยรุ่นตีกัน เรียกว่า "ป่าเถื่อน"

การกระทำของ"ผู้ใหญ่" กับ "วัยรุ่น" ล้วนไม่แตกต่างกัน

มีแต่ "อำนาจในการนิยาม" เท่านั้นที่ทำให้ "ผู้ใหญ่" ดี และ "วัยรุ่น" เลว .....

แนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมวัยรุ่น" (Youth culture) มักจะถูกนิยามในทางลบทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัว ฟังเพลง เต้นรำ ฯลฯ และถูกนำเสนอให้กลายเป็น "ปัญหาของสังคม" ที่รู้จักกันว่า "ปัญหาวัยรุ่น" งานศึกษาของกลุ่มการครอบงำทางวัฒนธรรม (Hegemony) สนใจการประกอบการสร้าง (construction) การรื้อสร้าง (Deconstruction) และการสร้างขึ้นใหม่ (Reconstruction) ของแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรมวัยรุ่น" ดังกล่าว เพื่อที่จะตอบคำถามสำคัญ ๆ 2 ประการคือ

- การประกอบสร้างดังกล่าวเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางชนชั้นอย่างไร (เรากำลังพูดถึงวัยรุ่นชนชั้นไหน)
- วิธีการครอบงำ/การต่อต้านการครอบงำทางวัฒนธรรม (cultural hegemony) เป็นอย่างไรบ้าง

นักวิชาการที่สังกัดแนวทางนี้เช่น S. Hall (1976) P. Cohen (1972) เลือกช่วงเวลาศึกษาวัฒนธรรมวัยรุ่นอังกฤษในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยศึกษาทั้งผลงานจากสื่อมวลชนและมิติอื่น ๆ ของวัฒนธรรม เช่น การแต่งตัว การเล่นดนตรี ฯลฯ และได้กำหนดแนวทางศึกษาว่า ผู้ศึกษาจะต้องสลัดความคิดให้หลุดพ้นจากมายาคติเดิมที่ภาพของวัยรุ่นถูกสร้างขึ้นมาจากสายตาของผู้ใหญ่ทั้งสิ้น เป้าหมายของการศึกษาก็เพื่อจะวิเคราะห์ว่าบรรดาการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้อย่างผิวเผินเช่น การแต่งกาย แฟชั่นนั้นมีอะไรเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระยะยาวหรือไม่ อย่างไร

แนวคิดที่นำมาใช้คือแนวคิดเรื่องการครอบงำ/การต่อต้านการครอบงำทางวัฒนธรรม (hegemony/counter-hegemony) ของ A. Gramsci ซึ่ง S. Lukes (1974) ได้ให้คำนิยามของแนวคิดดังกล่าวให้ชัดเจนขึ้น **hegemony** หมายถึง อำนาจที่จะนิยามตนเอง/ที่จะก่อรูปความต้องการของตนเอง ที่จะป้องกันความขัดแย้งที่เกิดขึ้น หรือหากเกิดขึ้นแล้วก็มีอำนาจที่จะนำเสนอว่าวิธีแก้ไขความขัดแย้งของตนเองนั้นถูกต้องสมเหตุสมผล ส่วน**การต่อต้านการครอบงำ** (counter-hegemony) ก็คือการปฏิเสธอำนาจทั้งหมดที่กล่าวมานั้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า การต่อต้านการครอบงำของวัยรุ่นนั้นมิได้กระทำอยู่เพียงแค่ในระดับความคิดอุดมการณ์เท่านั้น หากแต่ได้ต่อสู้ช่วงชิงในสิ่งที่เป็นรูปธรรมอันต้องได้ที่เรียกว่า "พื้นที่ทางวัฒนธรรม" (cultural space) เช่น ช่วงในเวลาที่จะใช้สำหรับการพักผ่อน พื้นที่

ตามหัวถนน/ท้องถนน (เช่น แก๊งมอเตอร์ไซค์) สถานที่พบปะกันของวัยรุ่น (กรณีของไทยก็เช่น Centerpoint เป็นต้น)

(ii) บริบททางสังคม S. Hall & P. Cohen ได้เลือกช่วงเวลาในการวิจัยรูปแบบการต่อต้านทางวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น โดยเลือกช่วงเวลาหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงเวลาดังกล่าว บริบททางสังคมมีลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้คือ

- ความเจริญทางเทคโนโลยีทำให้ชีวิตประจำวันของวัยรุ่นมีเวลาว่างมากขึ้น รวมทั้งมีการขยายอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีกลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่น จึงอาจกล่าวได้ว่าความมั่งคั่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ วัยรุ่นเป็นวัยที่ได้ใช้ประโยชน์มากที่สุด
- มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุและโทรทัศน์อย่างมาก อุตสาหกรรมนี้ได้เริ่มเบนเข็มจากกลุ่มผู้ใหญ่ไปที่วัยรุ่น ทำให้เกิดวัฒนธรรมการเลียนแบบที่แพร่หลายไปในระดับชาติ (ตัวอย่างเช่น การเลียนแบบเอลวิส เพรสลีย์ The Beatles) วัยรุ่นจากทุกชนชั้นมีโอกาสเข้าร่วมในอุตสาหกรรมแบบวัฒนธรรมมวลชนของสื่อ
- ในบางครอบครัว ผลจากสงครามทำให้เด็กๆ เป็นกำพร้า ขาดพ่อหรือแม่ และเติบโตมาตามลำพังหรืออยู่กับญาติ
- การขยายตัวของระบบการศึกษาทำให้เด็กวัยรุ่นต้องอยู่ในโรงเรียนนานขึ้น และไม่ต้องมีชีวิตการทำงาน การอยู่รวมกันในโรงเรียนเป็นเงื่อนไขเอื้ออำนวยให้เกิดการรวมตัวทำกิจกรรมของวัยรุ่นได้โดยง่าย
- เกิดวัฒนธรรมการแต่งกาย/ฟังเพลงที่มีลักษณะเฉพาะของคนกลุ่มอายุหนึ่งคือวัยรุ่นที่มีอัตลักษณ์แตกต่างจากคนอายุรุ่นอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน วัฒนธรรมดังกล่าวไม่เคยมีมาก่อนในอดีต

กล่าวโดยสรุป มี keywords 3 คำที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของบริบททางสังคมในช่วงเวลาดังกล่าวคือ "ความมั่งคั่ง" (Affluence) "บริโภค" (consumer) และ "การกลายเป็นชนชั้นกลาง" (Embourgeoisement)

(iii) กลุ่มตัวอย่าง P.Cohen (1972) เลือกศึกษากลุ่มวัยรุ่นคนงานที่อาศัยอยู่บริเวณ East Enders ของกรุงลอนดอนโดยดูการเปลี่ยนแปลงของสังคมในบริเวณดังกล่าว บริบทก่อนหน้าที่จะมีการวางผังเมือง วิถีชีวิตของวัยรุ่นคนงานจะมีลักษณะสำคัญ ๆ คือ

- มีระบบครอบครัวและเครือญาติเป็นระบบเครือข่ายที่ให้การสนับสนุน
- ลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากที่อยู่อาศัยอยู่ติด ๆ กัน ดังนั้นจึงมีวัฒนธรรมของกลุ่มเพื่อนบ้าน มีการเยี่ยมเยียนไปมาหาสู่กัน มีการสนทนาพูดคุยใช้ชีวิตรวมกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

- มีการดำรงอยู่ของเศรษฐกิจท้องถิ่น (local economy) เช่น มีโรงงานเล็ก ๆ อยู่ในชุมชน มีตลาด มีการผลิตในชุมชน ทำให้วัยรุ่นทำงานเลี้ยงตัวได้ โดยไม่ต้องออกไปนอกชุมชน

ปัจจัยทั้งหมดนี้ช่วยรักษาความสนใจของวัยรุ่นให้อยู่ในชุมชน บริบทดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการวางผังเมืองใหม่ มีการรื้อถอนที่อยู่ที่เป็นแบบชุมชนแออัด (slum) แบบเดิม มีการสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ โยกย้ายโรงงาน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ปัจจัยทั้งสามที่กล่าวมาข้างต้นสูญสลายไปหมด

ต่อหน้าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คนแต่ละรุ่นในชุมชนมีปฏิกริยาตอบโต้ต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแตกต่างกัน กล่าวเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เพื่อตอบโต้การแตกแยกที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง วัยรุ่นได้สร้าง "วัฒนธรรมวัยรุ่น" ขึ้นมาเพื่อก่อให้เกิดการรวมกลุ่มแบบใหม่และแสดงให้เห็นว่าเป็นพวกเดียวกัน เช่น กลุ่ม Mod กลุ่ม Teds Skinhead ส่วนประกอบของวัฒนธรรมวัยรุ่นแบบใหม่นี้เกิดมาจากการผสมผสานวัฒนธรรมแบบคนงานที่เป็นของพ่อแม่ในบางส่วน บวกผสมกับวัฒนธรรมแบบ "แสวงหาความสุข" (Hedonistic) จากการบริโภคที่เป็นกระแสวัฒนธรรมใหม่ที่ไหลเข้ามา ดังนั้น วัฒนธรรมวัยรุ่นแบบใหม่จึงอาจจะแยกเป็น "เวลาทำงาน" ก็ทำอย่างจริงจังและหนักหน่วง (แบบพ่อแม่) แต่ "เวลาว่าง" ก็หาความสุขจากการบริโภคอย่างเต็มที่ แบบวัฒนธรรมบริโภคนิยม เป็นต้น

(iv) กลยุทธ์การต่อต้าน

P. Cohen วิเคราะห์กลยุทธการต่อสู้ทางวัฒนธรรมของวัยรุ่นว่ามีหลายรูปแบบ ทั้งรูปแบบการต่อต้าน (resistance) การต่อรอง (negotiation) หรือการยอมรับบางส่วน (accommodation) ที่ออกมาในรูปของแก๊งค์หัวถนน (street corner cult) กลุ่มใช้กำลัง แก๊งค์มอเตอร์ไซค์ กลุ่มเล่นดนตรี ฯลฯ ส่วนประกอบต่าง ๆ ของวัฒนธรรมวัยรุ่นได้ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ เช่น

- ประเด็นที่สนใจ (focal concern)
- วิธีใช้สิ่งของ (thing done)
- พิธีกรรมทางสังคม (social ritual)
- การรับรู้ การนำเสนอตัวเองในฐานะกลุ่ม
- การนำเอาวัตถุแบบเดิมมาใช้ในความหมายใหม่ เช่น กางเกงยีนส์ต้องฟอกสีให้ดูเก่าคร่ำคร่า

Cohen เรียกส่วนประกอบของวัฒนธรรมย่อยทั้งหมดนี้ว่า "สไตล์" (style) หรือ lifestyle ซึ่งมีลักษณะสำคัญ ๆ 3 ประการคือ

(1) ภาพลักษณ์ (Image) เช่น การปรากฏตัว การทำงาน การย้อมร่างกาย การแต่งตัว การใช้เครื่องประดับ ฯลฯ

(2) อากัปกิริยา (demeanor) เช่น การแสดงสีหน้า การเดิน

(3) การใช้ภาษาเฉพาะ (argot) เช่น มีถ้อยคำเฉพาะ มีวิธีพูดแบบเฉพาะ ๆ

ภายใต้องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ค่านิยมที่แฝงอยู่เบื้องหลังนี้จะต้องแตกต่างจากค่านิยมของวัฒนธรรมหลัก และยังต้องแตกต่างจากวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ (เช่น Skinhead ต้องต่างจาก Teds, Mods) ตัวอย่างเช่น ในขณะที่วัฒนธรรมหลักจะ "กลัวความตาย" พวกกลุ่มแก๊งค์มอเตอร์ไซค์กลับมีวัฒนธรรมที่ "ท้าทาย" หรือ "เล่น" กับความตาย เป็นต้น

(3.4) แนวทางการศึกษาการใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อย

แนวทางการศึกษาในหัวข้อนี้มีทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังคือ ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ที่ระบุว่า หน้าที่พื้นฐานประการหนึ่งของสื่อมวลชนคือการสร้างสรรค์ความเป็นปึกแผ่นระหว่างคนในสังคม ดังนั้นในขณะที่ในสังคมประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยๆ หลายๆวัฒนธรรม สื่อมวลชนก็มีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมเหล่านั้น

Eddie C.Y. Kuo (1999) ได้ศึกษาการทำหน้าที่ดังกล่าวในกรณีของสิงคโปร์เพื่อพิสูจน์ว่าบทบาทดังกล่าวมีความเป็นไปได้

(i) บริบทของประเทศสิงคโปร์ สิงคโปร์เป็นประเทศที่ประกอบด้วยคนจากหลายชนชาติ คือ จีน มาเลย์ อินเดีย และอื่น ๆ และเนื่องจากความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม หากขาดการจัดการที่ดีย่อมจะเกิดความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมได้โดยง่าย ดังนั้น รัฐบาลสิงคโปร์จึงได้สร้างกลไกต่าง ๆ ในการประสานความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมย่อยดังกล่าว

(ii) กลไกทางสังคมในการประสานความสัมพันธ์

- **ภาษา** เนื่องจากแต่ละชนชาติต่างมีภาษาของตัวเอง ดังนั้นรัฐบาลจึงจัดหาภาษาอื่นที่ไม่เป็นของชนชาติใดชนชาติหนึ่ง ในที่นี้คือ ภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาแรก/ภาษากลางของชาติ โดยแต่ละชนชาติจะมีภาษาแม่เป็นภาษาที่สอง ในโรงเรียน สถานที่ราชการ และสถานที่ทำงานจะต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ส่วนภาษาที่สองนั้นจะถ่ายทอดจากในครอบครัวหรือชุมชน

- **การสร้างที่อยู่อาศัย** ดังที่เราได้เห็นความสำคัญของ "บริเวณที่อยู่อาศัย/พื้นที่" มาแล้วว่า เป็นส่วนประกอบสำคัญของวัฒนธรรม ดังนั้น หากต้องการให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมก็ต้องมีการผสมผสานการอยู่ร่วมกันในบริเวณเดียวกัน ในการนี้ รัฐบาลได้จัดสร้างอาคารที่อยู่อาศัย และมีนโยบายให้คนจากหลาย ๆ เชื้อชาติมาอยู่รวมกัน

- **การนับถือศาสนา** ศาสนาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของวัฒนธรรมย่อย และมักเป็นข้ออ่อนที่ทำให้เกิดความขัดแย้ง ดังนั้น รัฐบาลจึงวางนโยบายให้ทุกศาสนามีความอดกลั้นต่อธรรมเนียมปฏิบัติของศาสนาอื่น ๆ และพร้อมกันนั้นก็มีมาตรการห้ามการเมืองเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับศาสนาอย่างเด็ดขาด

(iii) บทบาทของสื่อมวลชน มีระบบสื่อมวลชน 2 ระบบอยู่ในสิงคโปร์ ระบบแรกเป็นสื่อมวลชนระดับกลาง/ระดับชาติ อีกระบบหนึ่งเป็นสื่อมวลชนของแต่ละชนชาติ (Ethnic media) สำหรับสื่อมวลชนในระดับกลางนั้นดำเนินการโดยตัวแทนจากทุกชนชาติ ใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลาง ไม่เป็นของชนชาติใดชนชาติหนึ่ง (supra-ethnic) เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เนื้อหาและประเด็นอยู่ในขอบเขตของระดับชาติ ไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับผลประโยชน์ของแต่ละชนชาติ

ในทางตรงกัน สื่อของแต่ละชนชาติจะมีขอบเขตเนื้อหา และประเด็นอยู่ที่ผลประโยชน์ของแต่ละชนชาติ อย่างไรก็ตาม ได้มีข้อตกลงร่วมกันว่า หน้าที่ของสื่อแต่ละชนชาตินั้นจะต้องมีหน้าที่ 2 ด้านไปพร้อม ๆ กัน กล่าวในด้านหนึ่ง จะทำหน้าที่รักษาผลประโยชน์ของแต่ละชนชาติ แต่ในหน้าที่หนึ่งก็ต้องสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีงามระหว่างชนชาติด้วย ในแง่ช่องทางการสื่อสารจะมีการใช้ภาษาของแต่ละชนชาติเป็นหลัก

ผลการวิจัยสรุปว่า จากการจัดการกลไกทางสังคมหลาย ๆ แบบรวมทั้งสื่อมวลชนให้รักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างชนชาติต่าง ๆ นั้น ผลที่เกิดขึ้นก็เป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาล/สังคมได้ตั้งใจเอาไว้ โดยมีตัวบ่งชี้คือ เมื่อมีการสำรวจการคบหาสมาคมติดต่อระหว่างเพื่อนต่างชนชาติ จะพบว่ามีปริมาณมาก และทัศนคติระหว่างชนชาติก็เป็นไปในทางบวก ทั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่ากลยุทธ์ที่รัฐบาลได้นำมาใช้ก็คือ

- การสร้างความรู้สึก "พวกเรา" (us) ให้เกิดขึ้นภายในชาติ เช่น การตั้งเป้าหมายที่จะสร้างเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรืองร่วมกัน การสร้าง "ศัตรูร่วม/พวกเขา (them)" ว่าอยู่ภายนอกประเทศ

- รัฐบาลมีนโยบายที่ชัดเจนและดำเนินการตามนโยบายอย่างเข้มแข็ง การรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างชนชาติเป็นหนึ่งในห้าของความสำคัญอันดับแรกของรัฐบาล ดังนั้น ใน

การดำเนินการตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ส่วนที่เป็น "บริเวณที่อ่อนไหวมากที่สุด" คือสื่อของแต่ละชนชาตินั้น รัฐบาลจึงห้ามสื่อของชนชาติยุ่งเกี่ยวกับการเมืองอย่างเด็ดขาด นอกจากนั้นก็ฝึกอบรมให้บุคลากรที่ทำงานด้านสื่อมวลชนมีความอ่อนไหวต่อประเด็นเชื้อชาติอย่างสูง (Ethnic sensitivity)

(3.5) แนวทางการศึกษาสื่อกับวัฒนธรรมย่อยแบบ Uses & Gratification Approach

(i) การวิจัยเรื่องสื่อมวลชนกับผู้สูงอายุ

แนวทางการศึกษาแบบ "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ" (Uses & Gratifications Approach) จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของทฤษฎีหน้าที่นิยม หากแต่เป็นการพิจารณาหน้าที่จากมุมมองของปัจเจกบุคคล/ผู้ใช้สื่อเป็นหลัก (Individual Functionalism) ในที่นี้จะยกตัวอย่างการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับวัฒนธรรมย่อยตามแนวทางนี้โดยใช้กรณีศึกษาวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มคนแก่เป็นตัวอย่าง

มีข้อน่าสังเกตว่า ในขณะที่งานศึกษาเกี่ยวกับวัยรุ่นในฐานะวัฒนธรรมย่อยมีอยู่อย่างมากมายดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ทว่างานศึกษากลุ่มคนชราในฐานะวัฒนธรรมย่อยแทบจะไม่มีเลย ทั้ง ๆ ที่คนแก่ก็เป็นคนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีวัฒนธรรมย่อยแตกต่างไปจากคนกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากมีช่วงชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะรุ่น โดยเฉพาะกลุ่มคนแก่ในต่างประเทศที่ไปอยู่รวมกันในสถานที่เฉพาะ เช่น บ้านพักคนชราที่ไม่มีคนกลุ่มอื่นอยู่รวมด้วย

เมื่อเปรียบเทียบกลุ่มวัยรุ่นกับกลุ่มคนแก่กับสื่อมวลชนแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มคนแก่มีแง่มุมที่น่าสนใจศึกษาหลายแง่มุม กล่าวคือ ในขณะที่วัยรุ่นนั้นเกิดมาและเติบโตมาพร้อมกับสื่อมวลชน หากทว่า คนแก่นั้นมีชีวิตคาบเกี่ยวอยู่ระหว่าง 2 ช่วงคือ ช่วงก่อนมีและหลังจากมีสื่อมวลชนแล้ว ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มที่สามารถมองเห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน ดังที่ K. Riggs (1998) ที่ศึกษาเรื่องการใช้สื่อของคนชราสำรวจจากครอบครัวของตนเองว่า คุณปู่คุณย่าที่เคยมีกิจกรรมการไปวัด ทำกับข้าว คุยกับเพื่อนบ้าน ฯลฯ ในช่วงก่อนที่จะมีโทรทัศน์นั้น ได้พลิกผันชีวิตมาเป็นแฟนประจำของรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ อย่างเหนียวแน่น การดูโทรทัศน์ของคนแก่จึงเปรียบเสมือนกับ "เป็นพิธีกรรม" อย่างหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่แบบเดียวกับพิธีกรรมทางศาสนา คือการให้นิยามแก่ตนเอง (self-definition) การสร้างความรู้สึกและสำนึกถึงความมีระบบระเบียบของโลกและจักรวาล

(ii) มายาคติเกี่ยวกับคนแก่กับสื่อมวลชน (ดู Riggs, 1998)

มีมายาคติหลายประการที่ถูกสร้างขึ้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคนแก่กับสื่อมวลชน คือ

- "คนแก่" กับ "สื่อมวลชน" เป็นสิ่งที่ไปกันไม่ได้เพราะอยู่กันคนละขั้ว ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวแทนของความก้าวหน้า/ทันสมัย/อนาคต คนแก่กลับเป็นตัวแทนของความล้าหลังของอดีต
- เหตุผลในการใช้สื่อและวิธีการใช้สื่อของคนแก่นั้นเป็นไปอย่าง passive เช่น ใช้โทรทัศน์เป็นเพื่อนทดแทนคู่สมรสที่เสียชีวิตหรือลูกหลานที่แต่งงานไปแล้ว ใช้สื่อเพื่อหลีกหนีโลกแห่งความเป็นจริง (escapist) ใช้สื่อเพื่อสร้างความมั่นใจเปิดหูเปิดตาให้ก้าวทันโลกบ้าง
- ตามปกติสื่อมวลชนจะไม่สนใจกลุ่มคนแก่เนื่องจากเห็นว่าเป็นกลุ่มที่หมดกำลังซื้อแล้ว อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลังนี้ สื่อมวลชนเริ่มมองเห็นว่ากลุ่มคนแก่ก็เป็น "ตลาดเฉพาะ" (niche market) รวมทั้งมีการปรับตัวในกลุ่มคนแก่เองด้วย กล่าวคือคนแก่มีอายุยืนขึ้น มีสุขภาพดีขึ้น และยังมีกำลังซื้ออยู่ ดังนั้น ในชิ้นงานโฆษณาแบบใหม่ ๆ จึงเริ่มขายแนวคิดเรื่อง "ชีวิตคนแก่ที่กระฉับกระเฉง" เช่น คนแก่แต่งชุดกีฬา ใส่แว่นตาดำ นุ่งกางเกงยีนส์ ฯลฯ

จากบรรดามายาคติที่กล่าวมานี้ Riggs ได้ทำวิจัยเพื่อพิสูจน์ความผิดพลาดของมายาคติดังกล่าว ดังที่เธอตั้งชื่อหนังสือของเธอว่า "Mature Audience" และนำเสนอแนวคิดว่า บางทีวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มคนชราในการใช้สื่ออาจจะเป็นทางออก/คำตอบสำหรับคนทุกกลุ่มในสังคม

(iii) แนวทางการวิจัยภาพสะท้อนของคนแก่ในสื่อ

งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยของคนแก่รูปแบบแรกก็คือ การศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของคนแก่ในสื่อ อันเป็นกระบวนการสร้างความหมายของคนกลุ่มนี้ให้แก่สังคมโดยรวม ภาพของคนแก่ก็คงมีลักษณะร่วมกับคนในวัฒนธรรมย่อยอื่น ๆ เช่น คนผิวดำ ผู้หญิง คนพิการ ฯลฯ กล่าวคือ ในเชิงปริมาณแล้วมีจำนวนน้อยมาก ในแง่คุณภาพแล้วเป็นภาพที่ติดลบแทบทั้งสิ้น ในกรณีของโทรทัศน์อเมริกัน ภาพของคนแก่ในละครแบบ sit-com ทั้งหมดจะเห็นคนแก่เป็นคนที่จู้จี้ เจ้าอารมณ์ ขี้เหนียว เชื่อถือโชคลาง ขี้หลงขี้ลืม ทำตัวเปิ่นเป็นตัวตลก หรืออาจจะหมกมุ่นเรื่องเพศ (เป็นเฒ่าหัวงู) นานๆ ครั้งจึงจะมีภาพของคนแก่ที่ใจดีหรือทรงภูมิปัญญา ในรายการสารคดี คนแก่ก็มักจะตกเป็นเหยื่อที่น่าสงสาร (โดยเฉพาะถ้าเป็นคนแก่ผู้หญิง) (ตัวอย่างเช่นรายการที่บีบคั้นจิตใจของไทยก็เช่น "วงเวียนชีวิต")

Riggs ตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใดภาพสะท้อนของคนแก่จึงมีน้อยและติดลบเช่นนั้น และคำตอบประการหนึ่งก็คือ ภาพดังกล่าวสะท้อนย้อนกลับมาให้เห็นตัวผู้ผลิตภาพ (ที่เป็นหนุ่มสาว) ว่ามี "ความกลัวความชราอยู่ในจิตใจ" แต่ก็ขัดแย้งเพราะรู้ว่าเป็นภาวะที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อสรุปดังกล่าวก็มิได้มีลักษณะเป็นสากล หากทว่าแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม สำหรับบางสังคมที่ถือว่าคนแก่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า เช่น สังคมจีนคอมมิวนิสต์ที่สมาชิกพรรคที่มีอาวุโสน้อยที่สุดมีอายุราว ๆ 60 ปี เนื่องจากสังคมจีนถือว่า ผู้อาวุโสเป็นผู้ทรงความรู้ มีอำนาจ น่าเคารพยกย่อง ฯลฯ ดังนั้น "ความชรา" จึงเป็น "สัญญะ" แบบหนึ่งที่ถูกประกอบสร้างความหมายอย่างแตกต่างกันไปตามระบบค่านิยมของแต่ละวัฒนธรรม (สนใจกรณีของไทย โปรดดู ปานจักษ์, 2540)

(iv) แนวทางการวิจัยเรื่องการใช้สื่อของคนแก่

John Tulloch (1989) เป็นนักวิจัยคนแรก ๆ ที่เริ่มให้ความสนใจศึกษาเรื่องการใช้สื่อของคนชราโดยศึกษาจากพ่อแม่ที่เกษียณแล้วของตนเอง ข้อสรุปของ Tulloch ก็คือ นอกเหนือจากลักษณะของความแก่ชราแล้ว ยังมีตัวแปรอื่น ๆ เช่น ลักษณะส่วนตัว รูปแบบวิถีชีวิต เพศ ชนชั้น การศึกษา ที่เข้ามามีส่วนในการเลือก "ตัดเย็บ" เอาเนื้อหาจากสื่อโทรทัศน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน ในกรณีตัวอย่างของเพศ ในขณะที่คนแก่ผู้ชายจะสนใจรายการที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย (health program) ที่ว่าด้วยโรคเบาหวาน เนื่องจากตัวเองกำลังเป็นอยู่และดูในฐานะผู้ป่วย แต่ทว่าคนแก่ผู้หญิงจะสนใจดูว่าจะให้การดูแลผู้ป่วยโรคเบาหวาน(สามี)อย่างไร โดยดูในฐานะผู้ให้การดูแล (สนใจกรณีของไทย โปรดดู พรเพ็ญ, 2539)

Riggs พบเช่นเดียวกันว่า สำหรับญาติอาวุโสของตนเองที่มีการศึกษาน้อยจะมีการใช้โทรทัศน์อย่างมาก ดูเหมือนว่ากิจกรรมหลักในชีวิตก็คือการนั่งดูโทรทัศน์ ซึ่งตรงกันข้ามกับคนแก่ที่มีการศึกษาสูง (และมีฐานะดี) ที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์น้อยมาก หากแต่จะมีกิจกรรมอย่างอื่น ๆ เช่น เล่นกีฬา ท่องเที่ยว อ่านหนังสือ สังสรรค์ ฯลฯ ที่หลากหลายทำแทน

วิธีการใช้สื่อของคนแก่นั้นเป็นไปตามหลักการ active audience ของ Uses and Gratifications Approach ทุกประการ กล่าวคือ

- คนแก่จะเลือกเปิดรับอย่างมาก ตั้งแต่เลือกว่าจะเปิดโทรทัศน์เมื่อใด จะเลือกดูรายการอะไร
- ระหว่างการดูหรือหลังจากที่ดู คนแก่จะมีความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก
- มีการนำเอาเนื้อหาจากรายการหนึ่งไปเปรียบเทียบกับรายการอื่นๆ

- การใช้สื่อโทรทัศน์ มีลักษณะเชื่อมโยงกับกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ในชีวิต (เช่นเดียวกับที่วัยรุ่นใช้สื่อหลาย ๆ ชนิดประกอบกัน) เช่นนำเอาเนื้อหารายการท่องเที่ยวไปพูดคุยกันกับเพื่อนคนแก่ หรือสนทนาเกี่ยวกับลักษณะอาชีพต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์

- ลักษณะการตีความและการเลือกนำประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์ของคนแก่จะมีลักษณะ active และสร้างสรรค์มาก แม้แต่รายการที่คนกลุ่มอายุอื่น ๆ มองเห็นว่าไร้สาระ ตัวอย่างเช่น รายการเกมโชว์ชื่อ Wheel of Fortune (ที่อาศัยโชคเป็นหลักเหมือนรายการ**ประตูดวง**ของไทยในอดีต) แต่คนแก่จะให้สัมภาษณ์ว่า การดูรายการเกมโชว์จะทำให้สมองต้องขบคิด ทำให้หัวสมองตื่นตัวอยู่เสมอ เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์คนแก่ในเรื่องการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ว่า นอกเหนือจากเหตุผลที่ดูมานานจนติดเป็นนิสัยแล้ว ในละครโทรทัศน์ก็ยังมีแง่มุมหลายอย่างที่เอาไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ เช่น รู้วิธีการทางการแพทย์ในการดูแลหรือป้องกันโรคมะเร็งในลำไส้ เป็นต้น

ความสามารถที่คนแก่สามารถจะใช้สื่อได้อย่างรู้เท่าทัน อย่างที่ Riggs เรียกว่า "เป็นผู้ใช้สื่อที่มีวุฒิภาวะ" นั้น เช่น สามารถพูดคุยถึงสถานที่ที่เคยไปเที่ยวที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ความสามารถนี้เกิดขึ้นเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า คนแก่เป็นกลุ่มบุคคลที่ผ่านโลกมามาก มีประสบการณ์ชีวิตอันยาวนาน อันเป็นคุณสมบัติที่คนกลุ่มอื่น ๆ ขาดคุณลักษณะดังกล่าว

(v) แนวทางการวิจัยคนแก่กับสื่อแบบวัฒนธรรมศึกษา (cultural study)

การวิจัยแบบแนวทางวัฒนธรรมศึกษาก็คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไขสภาพเป็นจริงของผู้รับสารกับการเลือก "อ่าน" เนื้อหาสาระจากสื่อ Riggs ทำวิจัยคนแก่ที่อาศัยอยู่ในสถานสงเคราะห์คนชราเกี่ยวกับการดูรายการโทรทัศน์ทั้งแบบทั่ว ๆ ไป และดูบางรายการเป็นพิเศษ ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

- **เงื่อนไขการใช้โทรทัศน์** มีเหตุผลเบื้องหลังแตกต่างกันในการใช้โทรทัศน์ของคนชรา เช่น
  - ใช้โทรทัศน์เติมเวลาว่างที่มีอยู่
  - มุ่งเอาเนื้อหามาเป็นบทเรียนในชีวิต
  - แสวงหาความเพลิดเพลิน
  - เอาข้อมูลไปใช้ในการปรับตัวเองให้เข้ากับชุมชน เช่น ติดตามการแถลงนโยบายของผู้สมัครเลือกตั้งเพื่อประกอบการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

- มาจากเงื่อนไขทางกายภาพ เช่น สายตาไม่ดี อ่านหนังสือไม่ได้ ต้องใช้ดูโทรทัศน์แทน

- ใช้เพื่อพัฒนาสมองให้ว่องไว ขบคิดปัญหาต่าง ๆ (เช่น ชอบดูรายการปัญหาสิ่งแวดล้อมมาก) ทำให้ก้าวทันโลกกว้าง

- นำเอาเนื้อหาไปพูดคุยเพื่อการสังสรรค์ทางสังคมกับเพื่อนฝูง

- นำไปสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง (subjectivity) เช่นกรณีของคนแก่ผู้หญิงที่ให้สัมภาษณ์ว่า เมื่อสามียังมีชีวิตอยู่จะรอบรู้เรื่องการเมืองอย่างดี และเป็นผู้ให้คำแนะนำเรื่องการตัดสินใจเลือกตั้งแก่เธอ แต่เมื่อสามีเสียชีวิต ก็รู้สึกตัวเองว่าต้องขวนขวายหาความรู้เรื่องการบ้านการเมืองด้วยตัวเอง และเมื่อเริ่มดูรายการแบบผู้ชาย เช่น การเมือง กีฬา สารคดี ก็พบว่าเป็นความน่าสนใจแบบใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

- **การดูรายการเฉพาะต่าง ๆ** ผู้วิจัยได้ศึกษาเจาะลึกลงไปในรายการที่คนแก่ชอบดูมาก ๆ ซึ่งเป็นรายการละครชุดที่นำเอาเรื่องฆาตกรรมสืบสวนมาสร้างเป็นเนื้อหาชื่อ Murder, she writes" เป็นรายการที่มีลักษณะแบบสูตรสำเร็จมาก ซึ่งผู้วิจัยให้ข้อคิดว่าคนแก่ดูรายการดังกล่าวเหมือนการไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนา กล่าวคือ ทุกอย่างจะขึ้นต้น ดำเนินไป และลงท้ายเหมือนเดิม เนื้อหาของละครชุดนี้ก็คือ ตัวละครจะเผชิญกับปัญหาฆาตกรรม ปมต่าง ๆ จะขมวดเข้ามาหากัน แต่แล้วก็จะจบลงอย่างคลี่คลาย ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาในตัวบทกับสภาพชีวิตของคนแก่ว่า การที่ได้เห็นฆาตกรข่มขู่เหยื่อนั้น เปรียบเสมือนกับชีวิตที่เป็นเหยื่อของคนแก่ที่ถูกข่มขู่จากโลกภายนอก แต่ในท้ายที่สุดแล้ว ละครชุดนี้ก็จะช่วยตอกย้ำให้ความมั่นใจว่า "สุดท้ายแล้ว ชีวิตของเราก็จะมั่นคงสงบสุข"

สำหรับคนแก่กับรายการศาสนานั้น ในขณะที่วัฒนธรรมวัยรุ่นจะผูกพันกับดนตรีแบบ rock music ก็เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า "คนแก่จะหันหน้าเข้าวัด" ดังนั้น เมื่อคนแก่หันหน้าเข้าหาโทรทัศน์ คนแก่ก็คงจะชอบดูรายการศาสนาทางโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการจำนวนมากจึงมีความคิดแบบภาพตายตัวดังกล่าวว่า ถ้าจะสร้างรายการให้คนแก่ดูก็ต้องเป็นรายการธรรมะธรรมโม ความคิดดังกล่าวมีส่วนถูกต้องเพียงบางส่วน เพราะนอกเหนือจากรายการศาสนาแล้ว คนแก่ก็ยังชอบดูรายการอื่น ๆ ทั้งรายการที่มีสาระและรายการบันเทิง การที่คนแก่ชมดูรายการศาสนานั้นก็เพราะรายการดังกล่าวได้ช่วยให้คนแก่ปรับตัวให้เข้ากับความเสื่อมโทรมของร่างกาย แสวงหาความหมายในชีวิต และการเตรียมตัวเผชิญหน้ากับความตาย อย่างไรก็ตาม จากพื้นฐานความต้องการดังกล่าว คนแก่ก็สามารถจะเลือก "อ่าน" จากรายการอื่น ๆ ได้เช่นกัน เช่น คนแก่ให้สัมภาษณ์ว่า ชอบดูรายการละครโทรทัศน์ที่ตัวละครต้องต่อสู้กับชีวิต เป็นต้น

- **ทัศนะต่อตนเอง** Riggs ได้ค้นพบทัศนะที่คนแก่มีต่อตนเองที่ผิดไปจากที่ "คนวงนอก" รับรู้คนแก่ กล่าวคือ คนแก่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะให้สัมภาษณ์ว่า "ตนเองไม่ได้มีชีวิตอยู่กับ**อดีต** หากแต่อยู่กับ**ปัจจุบัน** ทัศนะต่อตนเองดังกล่าวมีผลอย่างมากต่อวัฒนธรรมการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เช่น สื่อโทรทัศน์ คนแก่วิจารณ์โทรทัศน์ว่า โดยทั่วไปแล้วคุณภาพของโทรทัศน์จะอยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม คนแก่ก็ยังพบว่า โทรทัศน์ก็ยังมีอะไรที่น่าสนใจ ถ้ารู้จักเลือกดูและเลือกนำมาใช้ประโยชน์ และสำหรับคนแก่แล้ว โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เป็นตำราบทเรียน หรือครูในโรงเรียนที่ทำให้คนแก่ได้เรียนรู้สิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ในโลกกว้างอยู่เสมอ ดังนั้น เราอาจสรุปได้ว่าในขณะที่ "โทรทัศน์ยังไม่ค่อยจะมีวุฒิภาวะนั้น แต่สำหรับผู้ชมที่เป็นกลุ่มคนแก่แล้ว ผู้ชมกลุ่มนี้เป็นคนดูที่มีวุฒิภาวะอย่างยิ่ง"

Riggs สรุปงานวิจัยของตนเองว่า คนแก่ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุใดล้วนใช้โทรทัศน์อย่างมีความคิด มีเป้าหมาย รู้เท่าทัน รู้จักตนเองและรู้จักโทรทัศน์ และกระหายที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากโทรทัศน์ Riggs พบว่า ในการสัมภาษณ์คนแก่นั้น แทบจะไม่พบบรรยากาศที่กลุ่มตัวอย่างไม่ตอบคำถาม หรือตอบว่า "ไม่รู้ ไม่ทราบ" เลย โดยทั่วไป แม้ว่าคนแก่จะมี "ความไม่พอใจ" ในคุณภาพของรายการโทรทัศน์ แต่ก็ไม่ได้แสดงความรู้สึก "โกรธขึ้ง" แบบ angry old person หากทว่ากลับใช้ท่าทีแบบ "รักษาระยะห่าง" (ที่คนรุ่นปัจจุบันอาจจะลืมท่าทีดังกล่าวไปแล้ว) Riggs ตั้งคำถามว่า ภูมิปัญญาของคนในวัฒนธรรมย่อยกลุ่มนี้ที่มีต่อสื่อโทรทัศน์นั้นมีในคนรุ่นอื่นมากน้อยเพียงใด

บทที่ 15
เวลา/พื้นที่ (Time and Space) กับสื่อมวลชน

1. บทนำ
2. การศึกษาเรื่องเวลา
   (2.1) "เวลา" ทัศนะจากแต่ละสาขาวิชาการ
   (2.2) การศึกษาเวลาในแง่มุมเชิงสังคม
3. การศึกษาเรื่องพื้นที่
   (3.1) ความหมายของพื้นที่
   (3.2) แนวทางการศึกษา "พื้นที่"
   (3.3) การศึกษาเรื่องสื่อกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas
   (3.4) การศึกษาเรื่องพื้นที่ส่วนตัว/ส่วนรวม : ทัศนะของกลุ่มสตรีนิยม
   (3.5) การประกอบสร้างทางสังคมของ "พื้นที่"
   (3.6) การเปิดปริมณฑลแบบใหม่ในโลกยุคสังคมข่าวสาร
4. การศึกษามิติเรื่องเวลาและพื้นที่จากทัศนะต่างๆ
   (4.1) การศึกษาเรื่องเวลาและพื้นที่จากทัศนะของ A. Giddens
   (4.2) การศึกษาเรื่องเวลา/พื้นที่ กับสื่อจากทัศนะของสำนักโตรอนโต
   (4.3) การศึกษาเรื่องเวลา/พื้นที่กับสื่อมวลชนจากทัศนะของสำนักสถานการณ์นิยม
5. มิติด้านเวลาและพื้นที่ในสื่อมวลชน
   (5.1) มิติด้านพื้นที่ของสื่อโทรทัศน์
   (5.2) มิติด้านเวลาของสื่อโทรทัศน์

บทที่ 15
เวลา/พื้นที่กับสื่อมวลชน

1. บทนำ

การศึกษาเรื่อง "เวลา" (Time) และ "พื้นที่" (space/place/sphere) ยังเป็นประเด็นที่ขาดหายไปอย่างมากในหน้าประวัติศาสตร์ของสาขาวิชาการต่าง ๆ ด้านสังคมศาสตร์ โดยส่วนใหญ่แล้ว ประเด็นทั้ง 2 นี้มักจะถูกศึกษาจาก 2 กลุ่มสาขาวิชา คือ วิชาปรัชญาในสาขามนุษยศาสตร์ และวิชาฟิสิกส์ในสาขาวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ความสนใจในการศึกษาเรื่อง "เวลา" และ "พื้นที่" เพิ่งจะเริ่มมีในวิชามนุษยวิทยาด้านวัฒนธรรม (cultural anthropology) เมื่อนักวิชาการด้านนี้ทำการศึกษาสังคมต่าง ๆ และค้นพบว่า มนุษย์ในแต่ละวัฒนธรรมมีความคิดและสำนึกเกี่ยวกับเวลาและพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีวิธีการจัดระบบและมีกฎระเบียบเกี่ยวกับเวลาและพื้นที่ที่ไม่เหมือนกัน จากจุดเริ่มต้นของข้อค้นพบดังกล่าว สาขาวิชาอื่น ๆ ในด้านสังคมศาสตร์ เช่น จิตวิทยาสังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ ฯลฯ จึงเริ่มให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าว

และเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง "เวลา" กับ "พื้นที่" แล้ว ก็ยังพบอีกว่า มีงานศึกษาเกี่ยวกับ "เวลา" ในแง่มุมทางสังคม/วัฒนธรรม มากกว่าเรื่อง "พื้นที่" (ยกเว้นวิชาภูมิศาสตร์) E. Soja (1989) ตั้งข้อสังเกตว่า แวดวงวิชาการด้านสังคมศาสตร์ไม่ได้ให้ความสนใจการศึกษาเรื่องพื้นที่มากนักทั้ง ๆ ที่ในช่วง 20-40 ปีที่ผ่านมานี้ มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและวัฒนธรรมที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพื้นที่ไปอย่างมาก และอันที่จริงการเปลี่ยนแปลงด้านพื้นที่ก็ได้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลานับตั้งแต่มีการเริ่มเดินเรือ ค้นคิดรถจักรยาน-รถยนต์ การวางสายโทรเลข/โทรศัพท์ มาจนกระทั่งถึงดาวเทียมในปัจจุบัน

ในด้านของสื่อมวลชน J. Meyrowitz (1985) ตั้งข้อสังเกตว่า งานศึกษาด้านสื่อมวลชนที่มีอย่างมากมายนั้นจะเป็นการศึกษาเรื่อง "ผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร" แต่ทว่า มิติของสื่อที่จะสร้างผลกระทบนั้น โดยส่วนใหญ่นักวิชาการจะมุ่งดูที่ "ตัวเนื้อหา" (message) มากกว่า "ตัวสื่อ" (media) คงมีแต่กลุ่มนักทฤษฎีที่ Meyrowitz เรียกว่า "กลุ่มนักทฤษฎีด้านตัวสื่อ" (Medium Theorist) เช่น กลุ่ม Communication Technology Determinism เช่น สำนัก Toronto (นักวิชาการที่เรารู้จักกันดีคือ H. Innis & M. McLuhan) ที่ให้ความสนใจเรื่องผลกระทบที่เกิดจากตัวสื่อ และในการวิเคราะห์ "ตัวสื่อ" นั้น มิติที่กลุ่ม Medium Theorist ให้ความสนใจอย่างมากก็คือมิติด้านเวลาและพื้นที่นี่เอง

เนื่องจากสถานภาพของประเด็นเรื่อง "เวลาและพื้นที่" กับ "สื่อมวลชน" ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นอย่างมาก ดังนั้น จึงยังคงมีประเด็นคำถามอีกมากมายที่รอคอยการศึกษาค้นคว้าจากผู้ที่สนใจ ในที่นี้จึงจะนำเสนอแนวทางการศึกษาประเด็นดังกล่าวเท่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้โดยคำนึงถึงสภาพความเป็นจริงที่ว่า มิติด้านเวลาและพื้นที่ของโลกปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก ดังเช่น แนวคิดเรื่องโลกาภิวัตน์ (globalisation) และในกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้ สื่อมวลชนเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อกระบวนการดังกล่าว ในขณะเดียวกัน ในตัวสื่อมวลชนเองก็มีมิติด้านเวลาและพื้นที่ที่เป็นของตัวเอง เช่น มีวัฒนธรรมการใช้พื้นที่อย่างแคบ ๆ บนหน้าหนังสือพิมพ์ มีวัฒนธรรมการใช้เวลาที่นับหน่วยเป็นวินาทีในโฆษณาทางโทรทัศน์ วัฒนธรรมการใช้พื้นที่และเวลาของสื่อมวลชนดังกล่าวทั้งในกระบวนการผลิต กระบวนการสร้างเนื้อหา กระบวนการแพร่กระจาย และกระบวนการบริโภคสื่อมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องอย่างไรกับวัฒนธรรมเกี่ยวกับพื้นที่และเวลาของสังคมโดยรวม

2. การศึกษาเรื่อง "เวลา"

(2.1) "เวลา" ทัศนะจากแต่ละสาขาวิชาการ

"เวลา" (time) เป็นมิติพื้นฐานอย่างหนึ่งควบคู่กับ "พื้นที่" (space) กล่าวคือ เราจะพูดถึงมนุษย์ สิ่งของ เหตุการณ์ แม้แต่ความคิดไม่ได้ ถ้าไม่ระบุ "เวลา" การพูดถึงเนื้อหาของสังคม/วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับ "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์" ก็ต้องมีมิติของกาลเวลาเช่นกัน ตัวอย่างในเรื่องคุณลักษณะของข่าวที่ถูกกำหนด keywords สำคัญ ๆ ว่า who what ... ก็ต้องมี "when" ซึ่งเป็นมิติของกาลเวลารวมอยู่เป็นองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่ง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเราพูดถึงเรื่อง "การเปลี่ยนแปลง" ก็ยิ่งหลีกเลี่ยงไม่พูดถึง "เวลา" ไม่ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดจากจุดหนึ่งของเวลาไปสู่อีกจุดหนึ่งของเวลา นอกจาก "เวลา" จะเป็นมิติพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงแล้ว ความคิดและวัฒนธรรมเกี่ยวกับ "เวลา" เองก็เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

ในทางสังคม มีข้อเท็จจริงพื้นฐานบางประการเกี่ยวกับ "เวลา" คือ เวลาทำให้เกิด "ปรากฏการณ์และเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม" ซึ่งเหตุการณ์และปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว จะถอยย้อนคืนกลับไม่ได้ ดังที่มีคำกล่าวว่า "เมื่อเรากระโดดลงไปในแม่น้ำแล้ว จะเอาประสบการณ์การโดดนั้นกลับคืนมาว่า "ไม่เคยโดด" ไม่ได้" หรือเมื่อวันหนึ่ง เราได้มีความรู้เรื่องอะไรแล้ว เราจะย้อนถอยกลับมาสู่สภาวะไม่รู้ไม่ได้ เนื่องจากเวลาได้ล่วงผ่านไปแล้ว เอากลับคืนมาไม่ได้

ข้อเท็จจริงประการที่สองเกี่ยวกับเวลาก็คือ เวลาเป็นสิ่งที่ไม่เคยหยุดนิ่งอยู่กับที่ และมีผลทำให้อย่างอื่น ๆ ไม่มีวันหยุดนิ่งตามไปด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า "เราไม่มีวันจะกระโดดลงไปในแม่น้ำ 2

ครั้งในที่เดิมได้" เมื่อเวลาเรากล่าวว่า "มีอะไรที่**หยุดนิ่ง**" คำว่า "หยุดนิ่ง" นั้น เป็น "ความคิด" ที่มนุษย์เรากำหนดขึ้นมาเป็นข้อตกลงร่วมกันเท่านั้น แต่ความเป็นจริง ไม่เคยมีอะไรที่หยุดนิ่ง

การศึกษา "เวลา" นั้นมีได้หลากหลายวิธีจากหลายสาขาวิชา เช่น การวัดความสั้น/ยาว การวัดความเร็ว/ช้า การแบ่งเป็นจังหวะ เช่น วัฏจักรของเศรษฐกิจระบบทุนนิยมที่มีช่วงเวลาขาขึ้น/ขาลง การแบ่งเวลานั้นใช้หน่วยอะไรเป็นเกณฑ์-ตัวเทียบ เช่น ชาวนาแบ่งเวลาออกตามฤดูกาล คนงานตามโรงงานแบ่งเวลาเป็นกะ (เข้ากะ/ออกกะ) ฯลฯ ก่อนหน้าศตวรรษที่ 14 มีวิธีการแบ่งหน่วยของเวลาโดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ แตกต่างกันไป แต่ทว่าในช่วงกลางศตวรรษที่ 14 เมื่อเริ่มมีการคิดนาฬิกาขึ้นมาใช้ และเริ่มแพร่หลายเมื่อมีนาฬิการาคาถูกจำหน่ายในตลาดสวิตเซอร์แลนด์เมื่อศตวรรษที่ 19 การแบ่งเทียบหน่วยเวลาแบบที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบันก็ถือกำเนิดขึ้น

นักวิชาการที่ให้ความสนใจเรื่องการศึกษา "เวลา" ในแง่มุมทางสังคมศาสตร์ เช่น Heidegger (1962) Bergson (1916) และ G.H. Mead (1959) ซึ่งมีแนวคิดคล้ายคลึงกันว่า เวลาเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม เหตุการณ์ และบทบาท ซึ่งมีลักษณะเป็นรูปธรรม มิใช่เป็น "สิ่งที่เป็นนามธรรม" ในยามที่เรากล่าวถึง "เวลาแบบที่เป็นนามธรรม" นั้น เป็นเพียง "วิธีการพูดเท่านั้น" (Manner of speaking) แต่ที่จริงแล้ว เวลาเป็นเรื่องที่เป็นรูปธรรม นอกจากนั้น นักคิดทั้ง 3 ท่านนี้ยังมีความคิดคล้ายคลึงกันว่า สิ่งที่จริงที่สุดก็คือ "เวลาที่เป็นปัจจุบัน" ในขณะที่เรา "เล่าเรื่องของอดีต" หรือ "ฉายภาพของอนาคต" นั้นเราก็ต้องกระทำใน "ปัจจุบัน" ทั้งสิ้น "ปัจจุบันจึงเป็นสิ่งที่จริงที่สุด" (คล้ายกับปรัชญาของพุทธศาสนาที่กล่าวว่า "ให้มีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน อดีตนั้นล่วงไปแล้ว อนาคตยังมาไม่ถึง มีแต่ปัจจุบันเท่านั้นที่เป็นจริง")

ในทางตรงกันข้าม นักสังคมวิทยาฝรั่งเศสเช่น Durkheim (1984) กลับเสนอว่า ในแง่มุมทางสังคมแล้ว นักวิชาการควรจะศึกษา "เวลา" ในแง่ที่เป็นนามธรรม ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าแม้ว่าคนสัตว์และสิ่งต่าง ๆ ในโลกจะมี "เวลาทางกายภาพ" อยู่ร่วมกัน แต่ทว่าก็มีมนุษย์เท่านั้นที่มีวิธีคิดเกี่ยวกับเวลาที่เป็น**นามธรรม** และเป็น***ส่วนรวม*** ที่เรียกว่า "เวลาเชิงสังคม" (social time) "เวลา" สำหรับมนุษย์ไม่ได้มีลักษณะเป็น "ธรรมชาติ" แต่ทว่าเป็น "สถาบันทางสังคม" ในแต่ละสังคมจึงมีการจัดระเบียบและสร้างวัฒนธรรมเกี่ยวกับเวลาที่แตกต่างกันเหมือนกับความแตกต่างของสถาบันทางสังคมอื่นๆ เช่น การแต่งงาน การปกครอง ศาสนา ฯลฯ

ณ จุดนี้ เราจึงเริ่มสรุปได้ว่า การศึกษาเรื่อง "เวลา" นั้นสามารถกระทำได้แตกต่างกันตามลักษณะของสาขาวิชาการ เช่น

- **ด้านวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า วิชาฟิสิกส์มักจะศึกษาเวลาในแง่มุมทางกายภาพ ด้วยการวัดปริมาณสั้นยาว ช้าเร็วของเวลา ที่เรียกว่า "**เวลาเชิงกายภาพ**" (Physical Time)

- **ด้านจิตวิทยา** จะศึกษาเวลาที่สัมพันธ์กับอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ เช่น เวลาที่มีความสุข เราจะรู้สึกว่าช่วงเวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ตรงกันข้ามเวลาที่ต้องรอคอย เราจะรู้สึกว่าเวลาผ่านไปอย่างเชื่องช้า เวลาในมิติเชิงจิตวิทยานี้เรียกว่าเป็น "**เวลาแห่งจิตใจ**" (inner time)

- **สำหรับด้านสังคมศาสตร์**นั้น อาจจะสนใจศึกษาเวลาในหลายแง่มุม เช่น เชิงสัญลักษณ์ การให้คุณค่า บทบาทของเวลา และท่าทีต่อเวลา (orientation) ที่คนแต่ละกลุ่มในแต่ละสังคมมีต่อเวลา เช่น คนบางกลุ่มเริ่มต้องมี "สำนึกเรื่องเวลา" อย่างสูงมาก เช่น คนทำงานในสื่อโทรทัศน์ นักบิน นักกีฬา นักแข่งรถ ฯลฯ ในขณะที่คนบางกลุ่มอาจไม่ต้องคิดเรื่องเวลามากนัก เช่น ชาวนา แม่บ้าน ฯลฯ หรือความแตกต่างในเรื่องแบบแผนการใช้เวลาของคนแต่ละชนชั้น เพศ อายุ รวมทั้งกระบวนการเปลี่ยนแปลงสำนึก/บทบาท/ท่าทีดังกล่าว ตัวอย่างเช่น เมื่อสื่อโทรทัศน์อันเป็นสื่อที่เข้มงวดเรื่องเวลาแพร่ภาพเข้าไปในสังคมเกษตรชนบทที่มีวัฒนธรรมทางเวลาที่แตกต่างออกไป ช่วงจังหวะแรกของการพบกันนั้น ชาวนาจะพบว่ารายการในโทรทัศน์มีจังหวะที่เร็วเกินกว่าที่จะติดตามดูทันได้ (เหมือนเช่นความรู้สึกเรื่องเวลาของแฟนละครโทรทัศน์ที่เปลี่ยนไปดูหนังจีนฮ่องกงยุคใหม่ จะรู้สึกว่าการดำเนินเรื่องเป็นไปอย่างรวดเร็ว) และในเวลาเดียวกัน ผลกระทบประการหนึ่งที่เกิดขึ้นก็คือ หน่วยเวลาของชาวนาจะต้องเริ่มเข้มงวดมากขึ้น เพราะถ้ากะเวลาไม่แม่นยำ อาจจะพลาดดูรายการข่าวที่มาอย่างตรงเวลาได้ เป็นต้น

(2.2) การศึกษาเวลาในแง่มุมเชิงสังคม

P. Sztompka (1994) ประมวลแนวทางการศึกษาเวลาในแง่มุมเชิงสังคมว่ามีดังนี้

(2.2.1) **การศึกษาระดับความสำนึกเรื่องเวลา** ได้แก่ ความสำนึกถึงการผ่านพ้นไปของกาลเวลา การมี/การหมด การขาดเวลา ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐ มีคำกล่าวว่า "เวลาเป็นเงินเป็นทอง" (Time is money syndrome) เพราะฉะนั้นคนอเมริกันจะมีสำนึกเรื่องเวลาสูงมาก จะไม่ปล่อยให้เวลาล่วงเลยไปเปล่าๆ ตรงกันข้ามในสังคมโบราณ จะไม่มีสำนึกเรื่องการผ่านพ้นไปของเวลา (Manana Syndrome) จะใช้ชีวิตแบบสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ เป็นต้น

มีตัวอย่างงานศึกษาเกี่ยวกับการเกิดสำนึกเกี่ยวกับเวลาที่เริ่มพัฒนามาเป็นระยะๆ พร้อมกับการก่อตัวของสังคมทุนนิยมในอังกฤษ ดังนี้คือ (ดู Turner, 1996)

- ศตวรรษที่ 16 ชีวิตประจำวันของคนอังกฤษยังคงผูกพันกับ**งาน**หรือ**กิจกรรมที่ทำ** (task-oriented) การแบ่งเวลาออกเป็นสัปดาห์/เดือน/ปี เป็นสิ่งที่ไม่มีความหมาย หากทว่าช่วงเวลาจะถูกแบ่งด้วยฤดูกาล งานวัด การติดตลาดนัด พิธีกรรมของวัด ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดการแบ่งช่วงเวลาของผู้คน

- ศตวรรษที่ 16-18 ในช่วง 3 ศตวรรษนี้เริ่มมีการค้นคิดนาฬิกาที่เริ่มมีใช้ตั้งแต่นาฬิกาหรือระฆังของชุมชน (ติดอยู่ตามโบสถ์ ใจกลางเมือง สถานที่ราชการ ฯลฯ) รวมทั้งเริ่มมีนาฬิกาส่วนตัวที่เริ่มใช้ในหมู่ชนชั้นสูงและกลาง พร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีด้านเวลาคือนาฬิกาก็เริ่มมีปฏิบัติการทางสังคมจากสถาบันอื่น ๆ เช่น โรงเรียนที่เริ่มฝึกหัดเด็ก ๆ จากชนชั้นสูงและชนชั้นกลางให้รู้จักการแบ่งเวลาออกเป็นส่วน ๆ และต้องทำกิจกรรมตามตารางเวลา คริสตศาสนาลัทธิ Puritan เริ่มแบ่งกำหนดการทำงานออกเป็นสัปดาห์ โดยแบ่งเป็นวันทำงาน 6 วัน วันหยุด 1 วัน ในด้านเศรษฐกิจเนื่องจากระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรา (cash economy) เริ่มแพร่หลาย เพราะฉะนั้นจึงเริ่มมีการคำนวณค่าจ้างแรงงานตามเวลาที่ทำ ในคำศัพท์ของชาวบ้านเริ่มมีคำว่า "มาให้ตรงเวลา" (punctuality) ใช้มากขึ้น

- ศตวรรษที่ 18 การแบ่งเวลายิ่งเป็นไปอย่างเข้มงวดมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในหมู่ชนชั้นสูง ซึ่งจะจัดเวลาว่างสำหรับหาความสำราญเอาไว้เป็นการเฉพาะ สถาบันสังคมต่าง ๆ เริ่มใช้เวลาตามนาฬิกาเป็นตัวกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ จนกระทั่งเมื่อมีข้อตกลงการตั้งเวลามาตรฐาน Greenwich Meantime ที่ทุกแห่งจะใช้เทียบเวลา กระบวนการนี้เรียกว่า "Normalisation of time" ก็เท่ากับเป็นการแยก "เวลา" ขาดออกจาก "กิจกรรม" โดยสิ้นเชิง และแทนที่ "กิจกรรม" จะเป็นตัวกำหนด "เวลา" เช่นในอดีต ก็กลับกลายเป็น "เวลา" ที่ไปกำหนด "กิจกรรม" แทน กระบวนการนี้เรียกว่า Neutralisation of time" ส่วนการแยกเวลาของสังคมออกจากการกำหนดกิจกรรมของศาสนามาเป็นเวลาตามนาฬิกานั้นเรียกว่า กระบวนการ "Secularization of time"

การเปลี่ยนแปลงสำนึกดังกล่าวมีผลกระทบมาถึงชีวิตทางสังคมทุกส่วนของผู้คน ตัวอย่างเช่น เกิดการนับอายุโดยใช้ตัวเลข (Numerical age) แต่เดิมนั้น การจัดว่า ใครจะเป็นคนแก่ แล้วจะใช้การดูจาก "ผมหงอก" แต่ในสังคมปัจจุบันจะใช้ "ตัวเลขอายุเกษียณ" (เช่น 60 ปี) มาเป็นมาตรฐาน และมีผลสืบเนื่องมาถึงการปลดออกจากงาน และอื่น ๆ

- **ความลึกของสำนึกเรื่องเวลา** ได้แก่ การสำนึกถึงเวลาในช่วงระยะเวลาลึกๆ หรือตื้นๆ เช่น การคิด เป็นวิธีคิดแบบ "มองการณ์ไกล" หรือคิดแบบ "วันต่อวัน" “ชั่วโมงต่อชั่วโมง" เป็นต้น

- **รูปแบบของเวลา** (Shape-form of time) รูปแบบของเวลาของคนในแต่ละวัฒนธรรมจะแตกต่างกันออกไป เช่น เป็นรูปแบบเส้นตรง (linear) หรือเป็นแบบวงเกลียว (cyclical) Mircea Eliade (1959) นักมานุษยวิทยากล่าวว่า คนที่อยู่ในสังคมเกษตรแบบโบราณจะมีวิธีคิดแบบวงเกลียว กล่าวคือ มีจุดเริ่มต้น มีตอนกลาง มีจุดสิ้นสุด แล้วก็มาเริ่มที่จุดเริ่มต้นกัน

ใหม่ ซ้ำซากหมุนเวียนเช่นกัน (อยู่ชั่วนาตาปี) วิธีคิดเรื่องเวลาเช่นนั้นเกิดมาจากการจำลองธรรมชาติของฤดูกาลที่สังคมเกษตรโบราณต้องยึดเป็นกรอบสำคัญในการดำรงชีวิต

ส่วนสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่มาพร้อมกับความเจริญทางวิทยาศาสตร์ในโลกตะวันตกนั้นจะมีวิธีคิดแบบเส้นตรง (linear) กล่าวคือ ชีวิตจะพุ่งไปข้างหน้าอยู่เรื่อย ๆ ไม่มีการย้อนถอยกลับมาอีก Bloch (1977) เสนอว่า วัฒนธรรมที่มีการคิดถึงรูปแบบของเวลาอย่างเส้นตรงนั้นจะเป็นวัฒนธรรมที่เน้นการผลิตสิ่งแปลกๆใหม่ๆ อยู่เสมอ เพราะ "วันนี้" ไม่เหมือน "เมื่อวาน" และ "พรุ่งนี้" ก็ต้องไม่เหมือน "วันนี้" (productivity) แต่สังคมที่มีรูปแบบการคิดอย่างวงเกลียวนั้นจะมุ่งหน้ารักษาสังคมแบบเดิม/โลกแบบเดิมเอาไว้

โดยทั่วไป รูปแบบของเวลาแบบเส้นตรงจะเข้าไปแทนที่วัฒนธรรมการคิดรูปแบบเวลาแบบวงเกลียว อย่างไรก็ตาม M. Eliade ก็เสนอว่า กระบวนการแทนที่นี้มักเป็นอย่างไม่สมบูรณ์ เพราะจะยังคงเหลือวิธีคิดแบบวงเกลียวตกค้างอยู่ และอาจจะทำให้มีรูปแบบการคิดแบบสลับไขว้กัน (zig-zag pattern) ระหว่างวิธีคิด 2 รูปแบบดังกล่าว

(2.2.2) **การศึกษาเรื่อง** Time perspective ได้แก่ วิธีการมองดูเวลาของคนในปัจจุบันซึ่งอาจจะมี 2 ทิศทางคือ การเหลียวหลังไปดูอดีต (Retrospective) หรือการแลไปข้างหน้า (prospective) วัฒนธรรมของทิศทางของเวลาดังกล่าวนั้น จะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมของบุคคลและค่านิยมของสังคม เช่น สังคมที่แลไปข้างหน้าจะให้ความสนใจกับเด็ก ๆ เพราะเด็ก ๆ คืออนาคตของสังคม ให้ความสนใจกับการวางแผน การคาดการณ์ ฯลฯ ในขณะที่สังคมแบบเหลียวหลังจะให้ความสนใจกับคนแก่ ความรู้สึกของผู้คนจะย้อนกลับไปหาประวัติศาสตร์และจุดเริ่มต้นของสังคม สนใจการเก็บมรดกเก่า ๆ ความทรงจำเก่า ๆ ของสังคม

Lowenthal (1985) ตั้งข้อสังเกตว่า นับตั้งแต่สังคมตะวันตกก้าวเข้าสู่ "โลกยุคสมัยใหม่" ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง Time perspective กล่าวคือ ในยุคก่อนสมัยใหม่ทิศทางของสังคมจะมุ่งย้อนกลับไปสู่อดีต อันจะเห็นได้จากความสนใจในการธำรงรักษาประเพณีปรัมปราคติ (myth) ต้นกำเนิดและประวัติศาสตร์ แต่ทว่าในยุคสมัยใหม่ อดีตจะไม่เป็นที่สนใจอีกต่อไปแล้ว แต่คนจะมุ่งแลไปยังอนาคตข้างหน้า ตัวอย่างที่เห็นได้ง่าย ๆ ก็เช่น บรรดาหนัง Sci-Fi วิธีการวิจัยที่ใช้การคาดเดาอนาคต การเกิดขึ้นของวิชาอนาคตวิทยา เป็นต้น ในกระบวนการเปลี่ยนภาพดังกล่าวนี้ สื่อมวลชนทุกแขนงมีบทบาทอย่างมากในการกลับทิศทางแห่งกระแสเวลาของผู้คน เช่น การให้ข้อมูลทำนายจำนวนประชากร การทำนายปริมาณทรัพยากรต่าง ๆ เป็นต้น การกลับทิศทางของกระแสเวลาดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกิจกรรม วิธีคิดของทั้งระดับบุคคลและระดับสังคมตามมา กล่าวคือทิศทางดังกล่าวจะมาเป็นตัวกำหนดการใช้ชีวิตในปัจจุบันของบุคคล เช่น ข้อมูลจำนวนประชากรล้นโลกทำให้ครอบครัวสมัยใหม่เริ่มลดจำนวนลูก

หรือไม่คิดจะมีลูกเลย ในระดับสังคมก็ต้องมีการเปลี่ยนแบบแผนวัฒนธรรมใหม่ทั้งหมด เช่น ค่านิยมการใช้รถคันใหญ่ ๆ ของคนอเมริกันต้องเปลี่ยนแปลงไป ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระบบการศึกษา ศาสนา (ที่กล่าวมาในหัวข้อแรก ๆ) ทั้งหมดนี้จะปรับเปลี่ยนไปหมด

(2.2.3) **การศึกษาเรื่องการกำหนดท่าทีต่ออนาคต** (Conceiving Time Future) (ดู Sztompka, 1994) เนื่องจากทุกสังคมมักจะคิดถึงอนาคต อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีวัฒนธรรมอย่างน้อย 2 แบบที่เกี่ยวกับการกำหนดท่าทีต่อเวลาในอนาคต

แบบแรกคือ การกำหนดท่าทีอย่าง passive ปล่อยให้อนาคตดำเนินไปตามยถากรรม (Fatalism) เนื่องจากพื้นฐานความคิดที่ว่า เราไม่สามารถจะควบคุมอนาคตได้ ตัวอย่างเช่น วิธีคิดที่ว่า “อะไรจะเกิดก็ต้องเกิด” (Whatever will be, will be) วัฒนธรรมแบบนี้ คนในสังคมจะใช้ความพยายามน้อยในการควบคุมอนาคต แต่ในเวลาเดียวกัน ลักษณะปล่อยวางดังกล่าวก็ทำให้คนมีความตึงเครียดน้อยไปพร้อม ๆ กัน (ไม่คาดหวัง ก็ไม่มีผิดหวัง) สิ่งที่คนในวัฒนธรรมแบบนี้จะตระเตรียมก็คือ การปรับตัวปรับใจให้เข้ากับอนาคตที่จะมา (ตัวอย่างที่ชัดเจนของไทยคือ งานโฆษณาขายสบู่ที่เตรียมสบู่เอาไว้เมื่อน้ำท่วมโลก เป็นต้น)

แบบที่สอง คือการกำหนดท่าทีอย่าง active พยายามควบคุมดัดแปลง วางแผนสำหรับอนาคตให้เป็นไปตามที่ต้องการ (Active Voluntaristic) เริ่มตั้งแต่ตัวอย่างของสังคมเผ่าในสมัยโบราณที่มีการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นภาพจำลองเล็ก ๆ ของความคาดหวังที่ต้องการจะให้เกิดเป็นจริงในอนาคต เนื่องจากความคิดที่ว่า การทำพิธีกรรมจะดลบันดาลให้อนาคตเป็นไปเช่นนั้น

S. Howell (1992) ศึกษาการกำหนดท่าทีของชนเผ่าในอินโดนีเซียที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากลักษณะการเลี้ยงชีพที่แตกต่างกัน ในเผ่า Lio เป็นชนเผ่าที่ทำการเพาะปลูก การจัดระเบียบทางสังคมของชนเผ่านี้จะมีระบบระเบียบที่แน่นอน มีระบบเครือญาติ มีการกำหนดคัดเลือกหัวหน้าเผ่าที่จะทำหน้าที่ทางพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อควบคุมอนาคต มีการกำหนดพฤติกรรมของคนด้วยความเชื่อว่า ถ้าสมาชิกในเผ่าทำพฤติกรรมอย่างถูกต้อง จะทำให้ฤดูกาลเป็นไปอย่างปกติ (คล้ายกับความคิดเรื่อง "การผิดผี" แล้วจะ "เกิดอาเพท" ของไทย) และมีการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ มากมาย เพื่อกำหนดอนาคต

ในทางตรงกันข้าม ชนเผ่า Chewong ที่หาเลี้ยงชีพด้วยการล่าสัตว์ จะมีการจัดระเบียบสังคมแบบหลวม ๆ ระบบเครือญาติไม่เคร่งครัด วิธีคิดจะสนใจแต่ปัญหาวัน-ต่อ-วันไม่ค่อยมีการประกอบพิธีกรรม นอกจากเวลามีวิกฤตกาล เช่น เกิดโรคภัยไข้เจ็บ ทั้งนี้เนื่องจากมีความเชื่อว่า อนาคตเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้

นอกเหนือจากรูปแบบที่แยกขาดออกเป็น 2 แบบแล้ว ในบางสังคมก็อาจจะมีการผสมผสานกัน ตัวอย่างเช่น Wallman (1992) ตีความว่ากิจกรรมการเดินทางจาริกแสวงบุญไปยังเมกกะของชาวมุสลิมว่า ในส่วนของอนาคตที่เป็นปัญหาว่า "ไปถึงเมกกะแล้วจะได้บุญจริงหรือไม่นั้น เป็นส่วนที่อยู่เหนือการควบคุมของมนุษย์ บังคับไม่ได้ แล้วแต่พระเจ้า" แต่ทว่าในส่วนของอนาคตที่มนุษย์ควบคุมได้คือ "การไปให้ถึง" อันเป็นตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับภาษิตของหนังจีนที่ว่า "มนุษย์เป็นผู้กระทำ ฟ้าดินเป็นผู้กำหนด" เป็นต้น

ในเรื่องความสามารถของมนุษย์ในการควบคุมเวลานั้น ยังมีวิธีคิดอีกแบบหนึ่งว่าในโลก**แห่งความเป็นจริง** มนุษย์จะต้องถูก "จับวาง" ให้อยู่ในช่วงเวลาใดช่วงเวลาเดียว (คือ ปัจจุบัน) จะไปอยู่ในหลาย ๆ เวลา คือ อดีต ปัจจุบัน และอนาคตพร้อม ๆ กันไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ในโลก**แห่งจินตนาการ** การเล่นเกมเรื่องเวลาจะยืดหยุ่นมากขึ้น ทั้งนี้เห็นได้จากบรรดานิทานตั้งแต่ครั้งอดีต มาจนกระทั่งถึงหนังฮอลลีวู้ดเรื่อง Back to the Future ที่เด็กผู้ชายย้อนกลับไปสู่**อดีต** และมีความสัมพันธ์ทางเพศกับผู้หญิงที่จะมาเป็นแม่ของตัวเองใน**ปัจจุบัน** หรือ Cyborg ที่มาจากอนาคตสู่ปัจจุบันเพื่อฆ่าผู้หญิงที่ยังไม่เกิดเพื่อป้องกันการทำลายโลก อย่างไรก็ตาม สำหรับการสร้างเรื่องราวให้สลับกันไปมาระหว่างอดีต/ปัจจุบัน/อนาคตนั้น ก็เป็นเรื่องน่าปวดหัวสำหรับคนที่อยู่ในวัฒนธรรมที่คิดเรื่องเวลาแบบเส้นตรงเท่านั้น เพราะว่าทั้ง 3 ช่วงเวลาต้องเรียงกันไปตามลำดับไหล่คืออดีตมาก่อนปัจจุบัน และปัจจุบันมาก่อนอนาคต แต่สำหรับคนที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ไม่ได้คิดแบบเส้นตรง จะไม่พบปัญหาปวดหัวเรื่องการสลับกันไปมาระหว่างช่วงเวลาทั้ง 3 เลย ตัวอย่างเช่น ในศตวรรษที่ 11-12 เมื่อจิตรกรชาวเวนิสต้องการจะวาดรูปพระแม่มารีอา เขาก็วาดให้หน้าตาและแต่งตัวเป็นแบบลูกสาวเจ้าของร้านขายของที่เห็นอยู่ในศตวรรษนั้น โดยไม่คิดว่าจะต้องไปค้นหาลักษณะของหน้าตาและเครื่องแต่งกายในยุคสมัยที่พระเยซูกำลังมีชีวิตอยู่จริง ๆ แต่อย่างใด ตัวอย่างการแสดงลิเกของไทย (รวมทั้งละครโทรทัศน์และหนังไทย) ก็อาจมีวิธีคิดที่ไม่ใช่เส้นตรงเช่นเดียวกัน

(2.2.4) **การศึกษาค่านิยมหลัก ๆ ของสังคมต่อเรื่องการเปลี่ยนแปลง** ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบคือ สังคมที่ชื่นชมต่อการเปลี่ยนแปลง (change) ความแปลกใหม่ (novelty) และความหน้าหน้า (progress) กับสังคมที่เน้น "ขอให้ทุกอย่างเหมือนเดิม" (similarity/conservation) (ดู Sztompka, 1994)

โดยส่วนใหญ่ พัฒนาการของสังคมจะเริ่มด้วยการมีค่านิยมแบบ "ขอให้ทุกอย่างเหมือนเดิม" โดยบางสังคมไม่มีแนวคิดเลยว่า อะไรจะดีขึ้น/อะไรจะเลวลงเมื่อกาลเวลาล่วงไป (ในสังคมแบบพุทธศาสนาอาจจะมีค่านิยมหลัก ๆ ที่ตรงกันข้ามกับเรื่องความก้าวหน้าว่า เมื่อเวลาล่วงไป ทุกอย่างจะเลวลง มนุษย์จะตัวเล็กลง พุทธศาสนาจะเสื่อมโทรมลง ฯลฯ) แต่เมื่อโลก

ตะวันตกได้ก้าวเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรมพร้อมกับการปฏิวัติภูมิปัญญาสู่ยุค Enlightenment แนวคิดเรื่อง "ความก้าวหน้า" ก็เกิดตามมา อย่างไรก็ตาม หลังจากผ่านสงครามโลกมา 2 ครั้ง ฐานความคิดเรื่องความก้าวหน้าได้เริ่มถูกสั่นคลอน และขบวนการที่เกิดควบคู่มากับความสั่นคลอนของความก้าวหน้าก็คือความวิตกกังวลเกี่ยวกับอนาคต ความกังวลต่ออนาคตกลายมาเป็นค่านิยมหลักของสังคม โดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้ป่าวประกาศความกังวลที่หมุนเวียนเปลี่ยนหน้ามาเยี่ยมเยียนกันเป็นระยะ ๆ เริ่มตั้งแต่สงครามนิวเคลียร์ มลพิษ สภาวะโลกร้อน โรคเอดส์ จนกระทั่งถึงการอดอยากระดับโลก และล่าสุดคือสะเก็ดดาวที่จะพุ่งชนโลก เป็นต้น ปัจจุบันดูเหมือนเรากำลังอยู่ในวัฒนธรรมด้านกลับของยุค Enlightenment ในสังคมข่าวสาร จึงเกิดรูปแบบค่านิยมใหม่ต่อการเปลี่ยนแปลง คือมองโลกในแง่ร้ายมากขึ้น (ย้อนกลับไปสู่วิธีคิดแบบพุทธศาสนา)

(2.2.5) การศึกษาเรื่องหน้าที่ของเวลาเชิงสังคม (Social Time)

จากแนวคิดด้านสังคมวิทยาที่ว่า "เวลา" เป็นสถาบันทางสังคม (social institution) อย่างหนึ่ง ดังนั้น เวลาก็ต้องถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ทำหน้าที่ (social function) ต่อสังคม (ตามทัศนะของทฤษฎีหน้าที่นิยม) หน้าที่ของเวลาเชิงสังคม มีดังนี้

(i) เป็นตัวกำหนดการทำกิจกรรมร่วมกัน ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดก็คือสื่อมวลชนทุกคนในสังคมรู้ว่า ช่วงเวลาใดที่จะมานั่งหน้าจอโทรทัศน์พร้อมกันเพื่อดูข่าวหรือละคร ทุกคนรู้ว่าหนังสือพิมพ์จะออกทุกวัน (คำว่าหนังสือพิมพ์ในภาษาอังกฤษ/ภาษาฝรั่งเศสจึงแปลว่า "รายวัน" (daily, journal)

(ii) เป็นตัวกำหนดการประสานงานกัน (Coordination) ตัวอย่างเช่น ตารางเวลาการทำงานของโทรทัศน์ ตารางสอนของโรงเรียน หมายกำหนดการต่างๆ

(iii) เป็นตัวกำหนดขั้นตอนของกิจกรรม (Sequency) ตัวอย่างเช่น การแต่งงานจะประกอบด้วยการหมั้นก่อนพิธีแต่ง แล้วจึงถึงการส่งตัว ฯลฯ ขั้นตอนเหล่านี้ต้องเป็นไปอย่างแน่นอน ปัจจุบันมีความสนใจว่า สื่อมวลชนได้เข้ามาเป็นตัวกำหนดตารางชีวิตประจำวันของผู้คนให้เป็นไปตามขั้นตอนต่าง ๆ เช่น เมื่อถึงเวลาต้องตื่นมาดูข่าว "รับอรุณ" เป็นต้น

(iv) เป็นตัวกำหนดทรัพยากร (resource) ของเวลาว่าจะมีให้มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น การระบุว่าห้องสมุดจะเปิดตั้งแต่กี่โมงถึงกี่โมง ในรายการโทรทัศน์ สถานีจะเป็นผู้กำหนดทรัพยากรเวลาว่า จะให้เวลานานมากน้อยเพียงใดแก่รายการต่าง ๆ

(v) เป็นตัวกำหนดหน่วยในการวัด เช่น หนังสือพิมพ์วัดหน่วยเป็นวัน โฆษณานับหน่วยเป็นวินาที ฯลฯ

(vi) เป็นตัวแยกแยะสัดส่วนระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ (differentiating) ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ ระบบ 3 แปดของชนชั้นคนงาน หรือการแบ่งเวลาระหว่างการใช้สื่อโทรทัศน์กับการ

อ่านหนังสือของเด็ก ๆ เป็นต้น

การทำหน้าที่ทางสังคมของเวลานี้มีลักษณะร่วมกับการทำหน้าที่ทางสังคมอย่างอื่น ๆ ดังที่ Merton (1984) กล่าวว่า จะมีความคาดหวังทางสังคมในหน้าที่ทั้ง 6 ประการที่กล่าวมา (socially expectation) ตัวอย่างในสื่อมวลชนจะเห็นได้อย่างชัดเจนสำหรับผู้ที่ทำหน้าที่จัดผังรายการที่จะต้องทราบถึงกฎระเบียบของความคาดหวังของสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับเวลา เช่น ช่วงเวลาก่อนจะเข้านอนก็ไม่ควรจะมีรายการเกมโชว์ที่ตื่นเต้นมากเกินไป รายการทำอาหารก็ไม่ควรจะไปอยู่ช่วงเวลาดึก และข่าวควรจะมีความยาว (duration) สักประมาณเท่าใด เป็นต้น

(2.2.6) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง clock time กับ social time

Sorokin และ Merton (1987) ได้แยกแยะเวลาออกเป็น 2 ประเภทคือ เวลาเชิงกายภาพที่วัดได้ด้วยนาฬิกา เรียกว่า "clock time" (เวลาตามนาฬิกา) และเวลาเชิงสังคม (social time) คือเวลาที่อยู่ในความคิดคำนึงของผู้คน หรือการให้คุณค่า การให้ความหมายและการใช้สัญญะของสังคมที่มีต่อเวลา รวมทั้งได้ศึกษาว่า ในแต่ละสังคมมีการจัดความสัมพันธ์ระหว่าง "เวลาตามนาฬิกา" กับ "เวลาเชิงสังคม" อย่างไร

ในสังคมเผ่าบางเผ่าเช่น Nuer ไม่เคยมีทัศนะต่อเวลาเชิงสังคมว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่า เป็นสิ่งที่ล่วงเลย เป็นสิ่งที่สูญเสีย หรือต้องประหยัดเวลา อันเป็นความคิดที่ตรงกันข้ามกับเวลาเชิงสังคมในยุคสมัยใหม่ นอกจากนั้น หน่วยการนับเวลาของสังคมแบบสมัยก่อนที่ยังไม่มีเวลาแบบนาฬิกาก็มักจะผูกติดอยู่กับกิจกรรม เช่น คนแก่ไทยในชนบทยังคงมีความคิดว่า วันเกิดของตนเองก็คือปีที่น้ำท่วม หน่วยการนับเวลาจึงมีความหลากหลาย ไม่เป็นมาตรฐาน ไม่แม่นยำ และผูกติดกับกิจกรรมหรือสิ่งอื่น ๆ เช่น โพล้เพล้ ชั่วหม้อข้าวเดือด ชั่วอึดใจพระพุทธ บ่ายแก่ ๆ แดดร่มลมตก ฯลฯ แม้แต่การแบ่งช่วงระยะเวลาเพื่อทำหน้าที่ทางสังคมก็แตกต่างกันไป ในสัปดาห์หนึ่งอาจจะมี 3-7 วัน เช่น ชนเผ่า Khasi จะนับช่วงเวลา 8 วันที่มีการติดตลาด เป็นต้น

สำหรับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างเวลาตามนาฬิกากับเวลาทางสังคมนั้น เผ่า Kabyle นำเอาเวลาเชิงสังคมมาต่อต้านเวลาตามนาฬิกา โดยมีทัศนะว่าเวลาตามนาฬิกาเป็นสิ่งที่ชั่วร้าย ดังนั้น ในสังคมนี้จึงมีวัฒนธรรมที่เกลียดชังการเร่งรีบ ไม่สนใจเรื่องเวลานัดหมาย ไม่กำหนดเวลากินอาหารที่แน่นอน เป็นต้น

แต่สำหรับสังคมสมัยใหม่ เวลาตามเข็มนาฬิกาได้กลายเป็นศูนย์กลางของการจัดระบบชีวิตทางสังคมทั้งหมด เวลาที่เคยเป็นกายภาพได้ถูกแปรสภาพให้กลายเป็นนามธรรมที่ไม่ต้องผูกติดกับเหตุการณ์หรือกิจกรรมเฉพาะ ๆ (เช่น เราบอกได้เลยว่า เราเกิดวันที่เท่าไหร่) เวลาถูกทำให้แบ่งแยกได้ และถูกทำให้วัดได้อย่างเป็นสากลทั่วโลก (แน่นอนว่า กระบวนการทำให้เวลา

ทั่วโลกถูกเทียบอย่างเป็นสากลนี้ต้องผ่านการต่อสู้ในประวัติศาสตร์มายาวนานพอสมควร) กระบวนการที่กล่าวมานี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากการประดิษฐ์นาฬิกาซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นผลิตกรรมของวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดในอารยธรรมของมนุษยชาติ

การแปรสภาพของเวลาเชิงสังคมให้กลายมาเป็นเวลาตามเข็มนาฬิกานั้นเกิดขึ้นในระบบอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลให้มนุษย์ถูกเปลี่ยนจากการผูกติดกับกิจกรรม มาเป็นการผูกติดกับเวลาดังที่ Marx (1976) ตั้งข้อสังเกตว่า "มนุษย์เรานั้นก็มิใช่อื่นไกลเลยนอกจากเป็นซากของเวลา (carcase of time) ชีวิตมนุษย์คือเวลาที่ผ่านเลย และในการวิเคราะห์การขูดรีดของระบบทุนนิยมนั้น Marx ก็ได้ใช้แนวคิดเรื่อง "เวลาแรงงาน" (labour time) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่นายทุนใช้ขูดรีดคนงานด้วยการจ่ายค่าแรงต่ำกว่าเวลาที่คนงานใช้ในการผลิตสินค้า

ผลสืบเนื่องจากการที่คนถูกเปลี่ยนจากการผูกติดกับ "กิจกรรม" มาเป็นการถูกผูกติดกับ "เวลา" ทำให้อัตวิสัย (subjectivity) ของคนสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การให้คุณค่าแก่ตัวเองก็อยู่ที่ว่า "ได้ทำให้อะไรให้เกิดประโยชน์ในขณะที่เวลาล่วงไปหรือเปล่า" ประสิทธิภาพของมนุษย์และเครื่องมือถูกกำหนดด้วย "การประหยัดเวลาได้มากที่สุด" "เวลาเป็นเงินเป็นทอง" การปล่อยให้เวลาผ่านไปเฉย ๆ โดยไม่ได้ทำกิจกรรมใดถูกถือว่าเป็นบาปทางศาสนา (ในลัทธิโปรเตสแต้นท์) การหล่อหลอมอัตวิสัยเพื่อผูกคนให้ติดเวลานี้กระทำผ่านกระบวนการอบรมบ่มเพาะทางสังคม เริ่มตั้งแต่บรรยากาศภายในบ้านที่มีเวลา "กินข้าว อาบน้ำ เข้านอน" จนกระทั่งถึงการเข้าโรงเรียนที่มีการแบ่งชั่วโมงเรียน รวมทั้งการแข่งขันกีฬาที่เกี่ยวข้องกับความเร็วทั้งหลาย เป็นต้น

ในสังคมสมัยใหม่ การแบ่งแยกเวลาถูกจัดทำอย่างเป็นระบบอย่างมาก มีการแบ่งแยก "เวลาทำงาน" (work time) และ "เวลาว่าง" (leisure) ออกจากกัน รวมทั้งมีการกำหนดกิจกรรมที่จะต้องทำในแต่ละช่วงเวลา แม้แต่ในช่วงเวลาที่เรียกว่า "เวลาว่าง" ก็ยังไม่ว่างจากการถูกจัดระบบ ในสังคมที่ทันสมัย ตารางเวลารถไฟ/รถประจำทางจะเป็นตัวจัดตารางชีวิตของผู้คน กล่าวโดยสรุปคือ "เวลา" ในสังคมสมัยใหม่จะถูกวางแผน ถูกคำนวณ ถูกแบ่งแยก และเป็นทรัพยากรที่มีค่า ประจักษ์พยานที่เห็นได้ชัดที่สุดคือการมีสมุดไดอารีสำหรับวางแผนและทำบันทึกประจำวัน

3. การศึกษาเรื่อง "พื้นที่"

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในแวดวงสังคมศาสตร์ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างการศึกษาเรื่อง "เวลา" กับ "พื้นที่" แล้ว การศึกษาเรื่อง "พื้นที่" จะถูกมองข้ามมากที่สุด ทั้ง ๆ ที่ในโลกแห่งความเป็นจริง มีการเปลี่ยนแปลงเรื่องพื้นที่มากที่สุด นอกจากจะได้รับความสนใจน้อยกว่าแล้ว

ความแตกต่างระหว่าง "เวลา" กับ "พื้นที่" อีกประการหนึ่งก็คือ ในขณะที่เวลาเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้/มองไม่เห็น แต่ทว่า "พื้นที่" นั้นมีลักษณะที่มองเห็นจับต้องได้เป็นรูปธรรม ดังนั้น ในส่วนที่เกี่ยวกับ "พื้นที่" นี้จึงมีขอบเขตความหมายที่กว้างขวาง ครอบคลุมตั้งแต่ระดับรูปธรรมไปจนถึงนามธรรมดังที่ปรากฏคำที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในหลาย ๆ ความหมาย เช่น area / space / place / sphere / boundaries / (พื้นที่/อาณาเขต/ปริมณฑล/เทศะ) (โปรดดู สุธาริน, 2540)

การศึกษาพื้นที่ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนอาจมีประเด็นดังต่อไปนี้

(3.1) ความหมายของพื้นที่

H. Lefebvre (1991) แบ่งความหมายของพื้นที่ออกเป็น 3 ระดับ

(1) Physical space ซึ่งหมายถึง พื้นที่ที่เป็นธรรมชาติด้านกายภาพ จักรวาล

(2) Mental space เป็นพื้นที่ตามทัศนะของนักปรัชญา และนักคณิตศาสตร์ ซึ่งหมายถึงการรับรู้พื้นที่ในทางจิตใจ เช่น ความรู้สึกผูกพันกับพื้นที่ ความรู้สึกสะดวกสบาย ฯลฯ

(3) Social Space & Social practice เป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นด้วยกิจกรรม/ปฏิบัติการ/โครงการต่าง ๆ การใช้สัญลักษณ์/การสร้าง utopia/รวมทั้งการทำให้เป็นปริมณฑล (sphere) ในความหมายสุดท้ายนี้จะครอบคลุมขอบเขตอย่างกว้างขวางนับตั้งแต่การใช้พื้นที่ในเมืองที่ทำให้เขตบางเขตกลายเป็นเขตธุรกิจ (เช่นบริเวณถนนสีลม) ทำให้ที่ดินมีมูลค่ามหาศาล ไปจนกระทั่งถึงอาณาบริเวณที่มีการไหลเวียนของข่าวสารข้อมูล เช่น ในจอโทรทัศน์ที่มีพื้นที่ทางกายภาพเพียงไม่กี่ตารางนิ้ว แต่ทว่าในแง่พื้นที่ทางสังคมแล้ว โทรทัศน์กินอาณาบริเวณกว้างขวางตั้งแต่พื้นที่ของอวัยวะภายในร่างกายของคนไปจนกระทั่งถึงจักรวาล

อาจกล่าวได้ว่า ทุกหนทุกแห่งในสังคม สามารถถูกประกอบสร้างขึ้นเป็น "พื้นที่ทางสังคม" (social space) ได้ทั้งสิ้น หากว่ามีปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ เกิดขึ้นในบริเวณดังกล่าว ด้วยเหตุนี้นักวิชาการเช่น M. Foucault จึงถือว่า "ร่างกายของคน" ก็เป็นพื้นที่อย่างหนึ่ง เนื่องจากมีการใช้อำนาจต่างๆ บนพื้นที่แห่งนี้ นับตั้งแต่การรัดเท้าให้เล็กของผู้หญิงจีนในสมัยโบราณ มาจนกระทั่งการบังคับให้ผู้หญิงสมัยใหม่มีรูปร่างที่ผอมสูง (แต่มีหน้าอกที่ใหญ่) ในปัจจุบัน

(3.2) แนวทางการศึกษา "พื้นที่"

A. Weber (1929) ให้แนวคิดว่า "พื้นที่" จะเกิดขึ้นได้อย่างไร ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาเรื่องพื้นที่ดังนี้

(1) วิธีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วน ๆ ตัวอย่างเช่น บริเวณภายในบ้าน สมัยก่อนภายใน

บ้านของคนไทยจะไม่มีการแบ่งกั้นเป็นห้องต่าง ๆ มากมายอย่างเช่นในปัจจุบัน เช่น ทุกคนจะนอนรวมกันในห้องเดียว บริเวณลาน/ชานบ้านจะใช้เป็นทั้งที่กินอาหาร รับแขก นั่งเล่น ฯลฯ แต่ปัจจุบันนี้ จะมีการแบ่งกั้นห้องออกเป็นส่วน ๆ การแบ่งกั้นดังกล่าวสะท้อนการเปลี่ยนแปลงในเรื่องวิธีคิดเกี่ยวกับการใช้พื้นที่ (เช่น คำกล่าวที่ว่า "ให้เป็นสัดเป็นส่วน") และในเวลาเดียวกันการอาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ก็จะส่งผลถึงการหล่อหลอมอัตวิสัยของบุคคล เช่น ความรู้สึกเป็นส่วนตัวจะเกิดขึ้นได้กับบุคคลที่มี "พื้นที่ส่วนตัว" เท่านั้น

(2) การกำหนดกิจกรรมที่กระทำได้ในพื้นที่ต่าง ๆ อันที่จริง เราคุ้นเคยกับปฏิบัติการทางสังคมดังกล่าวจนมองข้ามไป ตัวอย่างเช่น ในหนังผีแบบไทย ๆ เราจะเห็นหมอผีนำเอาสายสิญจ์มากั้นอาณาบริเวณที่ทำพิธี และกำหนดกิจกรรมของผู้เข้าร่วมพิธีว่า จะปลอดภัยเฉพาะเมื่ออยู่ในวงสายสิญจ์เท่านั้น การแบ่งบริเวณภายในบ้าน ในสำนักงาน ในสถานที่ราชการ ฯลฯ จะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมอยู่เสมอ เช่น คนไทยจะไม่สวมรองเท้านอนบนเตียง ไม่เปลี่ยนเสื้อผ้าในห้องรับแขก เป็นต้น

(3) การกำหนดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) ในทัศนะของนักสังคมศาสตร์เมื่อกล่าวถึงกฎระเบียบบรรทัดฐานต่าง ๆ ของสังคมนั้น ในแง่รูปธรรมแล้ว ก็คือการที่สมาชิกของสังคมรู้จักและเข้าใจว่า ในกาละ/เทศะอะไรจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างไร ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม สำหรับสังคมไทยแล้ว ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในรูปแบบของการจูบกันนั้น เป็นสิ่งห้ามกระทำในพื้นที่สาธารณะ แต่เป็นสิ่งที่พึงกระทำในสังคมฝรั่งเศส เมื่อกล้องโทรทัศน์ยังไม่จับภาพมาที่คนอ่านข่าว (ยังไม่เป็นพื้นที่สาธารณะ) ผู้ประกาศข่าวจะทำท่าทางแบบสบายๆ อย่างไรก็ได้ แต่ทว่าเมื่อกล้องหันมาจับภาพ (เปลี่ยนบริเวณดังกล่าวให้เป็นพื้นที่สาธารณะ) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกาศข่าวกับคนดูก็จะต้องเปลี่ยนไปทันที

(4) การศึกษาระยะห่างระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ ดังได้กล่าวมาบ้างแล้วในเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมว่า ในแต่ละสังคมได้กำหนดระยะห่างทั้งในแง่ "รูปธรรม" และในแง่ "นามธรรม" ระหว่างบุคคลในบทบาทต่าง ๆ เอาไว้ บางสังคมอนุญาตให้ "ผู้หญิง" และ "ผู้ชาย" ยืนใกล้ชิดกันได้ แต่ไม่อนุญาตระหว่าง "ผู้ชาย" กับ "ผู้ชาย" และเราคงเคยได้ยินการเปรียบเทียบว่า เลดี้ไดอาน่าให้ "ความใกล้ชิด" กับประชาชนอังกฤษมากกว่าพระราชวงศ์อังกฤษองค์อื่น ๆ ที่ "ห่างเหิน" จากประชาชน

(5) โอกาสของการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่ เช่น เมื่อมีการโยกย้ายจากพื้นที่เดิมไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น คนสลัมที่เคยอาศัยอยู่รวมกันในพื้นที่เปิดตามแนวนอน เมื่อต้องโยกย้ายขึ้นไปอาศัยอยู่ในห้องแฟลตที่เป็นพื้นที่ปิดตามแนวตั้ง การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพดังกล่าวว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านอื่น ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นด้านจิตใจ สังคม และวัฒนธรรม

เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเนื่องจากมี "แขกแปลกหน้า" ที่อาจจะเป็นผู้คน ห้างร้าน หรือแม้แต่โทรทัศน์เข้ามาในพื้นที่เดิม ตัวอย่างเช่น เมื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะอันมีขอบเขตกว้างขวางถูกนำเข้าไปสู่หมู่บ้านปิดที่ไม่ค่อยได้ติดต่อกับโลกภายนอก การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ดังกล่าว จะส่งผลสะเทือนถึงระบบหมู่บ้านทั้งระบบ เป็นต้น

จากแนวทางทั้ง 5 ประการนี้ A. Weber ได้ให้ตัวอย่างศึกษาเปรียบเทียบคนที่อยู่ในพื้นที่แบบเมืองและคนที่อยู่ในพื้นที่แบบชนบทว่า มีลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้คือ

- คนที่อยู่ในเมืองต้องมีลักษณะ "ยับยั้งชั่งใจ" (reserved) ไม่ว่าจะเป็นการคิด การพูด หรือการกระทำมากกว่าคนที่อยู่ในชนบท ทั้งนี้ เนื่องจากการที่อยู่ในพื้นที่ที่แคบ ๆ และแออัด จะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย แต่ในเวลาเดียวกัน ความสัมพันธ์แบบกระทบกระทั่งก็มีโอกาสเกิดขึ้นได้มากเช่นกัน (ตัวอย่างเช่น คนที่ไปดูหนัง ฟังคอนเสิร์ต อยู่ในโรงเรียน อยู่ในคุก ไปเที่ยวงานวัด ฯลฯ) ดังนั้น เพื่อลดการกระทบกระทั่งดังกล่าว บุคลิกของคนในเมืองจึงต้องยับยั้งชั่งใจมากกว่าคนในชนบท

- คนในเมืองจะมีเสรีภาพและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากขอบเขตของเมืองมีลักษณะกว้างขวางมากกว่า ในเวลาเดียวกัน มีการกั้นพื้นที่ให้เป็นบริเวณปิดมากกว่า ดังนั้นแม้แต่อยู่ในบ้านเดียวกัน สมาชิกในครอบครัวก็ยังสามารถเข้าอยู่ห้องส่วนตัว ซึ่งมีกฎว่าแม้แต่คนในบ้านก็เข้ามาไม่ได้ถ้าไม่เคาะประตูขออนุญาตก่อน

- เนื่องจากในเมืองประกอบด้วยผู้คนมากมายที่ต่างไม่รู้จักกัน และในเมืองมีระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรา (Money economy) และเป็นสังคมความรู้ (knowledge society) ดังนั้น "เงิน" และ "ความรู้" จึงเป็นเกณฑ์เพียง 2 อย่างที่คนในเมืองจะใช้ตัดสิน "แขกแปลกหน้า" ที่เข้ามาในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น คนขายของในร้านจะมองดูเครื่องแต่งกายของลูกค้าเพื่อตัดสินคุณค่าและฐานะ ทัศนคติต่อผู้คนและสิ่งของของคนในเมืองจึงถูกกำหนดจาก 2 เกณฑ์ดังกล่าว และมีผลมาถึงพื้นที่ด้วย เช่น ถ้าเรามีที่พักอาศัยอยู่แถว ๆ Fifth Avenue ในนิวยอร์ก ก็จะแสดงถึงคุณค่าของเราได้ระดับหนึ่ง หรือผู้หญิงไทยทุกคนอาจจะถูกเหมาว่าเป็นโสเภณีหากไปเดินบริเวณถนนพัฒนพงศ์ เป็นต้น

(3.3) การศึกษาเรื่องสื่อกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas (ดู กาญจนา, 2543)

J. Habermas เป็นนักวิชาการในสำนักแฟรงเฟิร์ตที่มีความสนใจเรื่องบทบาทของการสื่อสาร/สื่อมวลชนกับการสร้างพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญทางการเมืองระบอบประชาธิปไตย Habermas ศึกษาประวัติศาสตร์ของการเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะในยุโรปที่คลี่คลายจากความหมายรูปธรรมมาเป็นความหมายเชิงนามธรรม และพบว่า

ในสังคมศักดินาก่อนหน้าศตวรรษที่ 17-18 นั้น ในขณะที่มีสถาบันกษัตริย์และสถาบันศาสนาเท่านั้นที่มีอภิสิทธิ์ในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในทางการเมือง (public sphere in political society) ซึ่งหมายความว่า มีแต่สองชนชั้นนี้เท่านั้นที่มีอำนาจในการตัดสินใจกิจการสาธารณะต่าง ๆ แต่ทว่าเมื่อเริ่มช่วงปลายศตวรรษที่ 17 ต่อกับศตวรรษที่ 18 บรรดาชนชั้นกระฎุมพี (พ่อค้า ช่างฝีมือ) ก็ได้เริ่มสร้าง "พื้นที่สาธารณะ" แบบใหม่ขึ้นมา บรรดาพ่อค้า ช่างฝีมือและปัญญาชน รวมทั้งนักหนังสือพิมพ์จะมานัดพบกันตามร้านกาแฟ โรงเหล้า ห้องรับแขกในบ้าน และพูดคุยอภิปรายกันเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ของบ้านเมือง โดยมีหนังสือพิมพ์เป็นศูนย์กลางทั้งในแง่การกระจายข่าวสารและตีพิมพ์ข้อคิดเห็นจากการสนทนา พื้นที่สาธารณะดังกล่าวได้กลายเป็นพื้นที่ต่อสู้ทางการเมืองที่สำคัญยิ่งของชนชั้นกระฎุมพี จนกระทั่งชนชั้นกระฎุมพีสามารถช่วงชิงอำนาจทางการเมืองมาได้ และได้แปรเปลี่ยนความหมายของหน้าที่ทางการเมืองของพื้นที่สาธารณะให้กลายเป็นหน้าที่ทางเศรษฐกิจหรือทางสังคม/วัฒนธรรม เช่น กลายเป็นศูนย์การค้า สวนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ

ส่วนบทบาทของสื่อมวลชนเช่นหนังสือพิมพ์ก็เปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกัน จากที่เคยเป็นกองหน้าในการต่อสู้ทางการเมือง หนังสือพิมพ์ได้เปลี่ยนธรรมชาติของตนเองมาเป็นสถาบันเศรษฐกิจที่ถือเอาเป้าหมายการทำกำไรเป็นสำคัญ ส่วนสื่อประเภทใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น วิทยุและโทรทัศน์ก็ถูกมอบหมายให้ทำหน้าที่ด้านความบันเทิงเป็นหลักนับตั้งแต่ถือกำเนิดขึ้นมา ดังนั้น จึงยังคงเป็นประเด็นที่ท้าทายต่อไปในอนาคตว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการสร้างพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมเช่นที่เคยมีบทบาทในอดีตได้มากน้อยเพียงใด (สนใจกรณีของไทย โปรดดู พัสนัย, 2541)

(3.4) การศึกษาเรื่องพื้นที่ส่วนตัว/พื้นที่ส่วนรวม : ทัศนะของกลุ่มสตรีนิยม

กลุ่มสตรีนิยมที่ให้ความสนใจเรื่องโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพศ (Gender relationship) ได้จุดความสนใจเรื่องการแบ่งพื้นที่ของสังคมออกเป็น 2 ส่วน คือ พื้นที่ส่วนตัว (private sphere) อันมักได้แก่พื้นที่ในบริเวณบ้าน (domestic) และมีความหมายในแง่นามธรรมว่า เป็นเรื่องราว/กิจกรรมภายในครอบครัว กับพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ซึ่งนอกจากจะมีความหมายแบบรูปธรรมคือ บริเวณนอกบ้าน/ที่ทำงาน/ศาล/สวนสาธารณะ ฯลฯ ยังมีความหมายในแง่นามธรรมคือ เป็นเรื่องราว/กิจกรรมที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและการใช้อำนาจด้านเศรษฐกิจการเมืองระดับมหภาคของชุมชนหรือสังคม (ดูรายละเอียดใน กาญจนา, 2544)

กลุ่มสตรีนิยมค้นคว้าว่า ในแต่ละสังคม/แต่ละวัฒนธรรมมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพื้นที่ทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกันออกไป และกลายมาเป็นวัฒนธรรมของแต่ละสังคมที่จะ

กำหนดว่าจะให้คนเพศใด สังกัดอยู่ในพื้นที่แบบใด และทำกิจกรรมอะไรบ้าง อย่างไรก็ตาม หากเป็นสังคมแบบพ่อเป็นใหญ่แล้ว (Patriarchy) ไม่ว่าจะเป็นสังคมทาส สังคมศักดินาหรือทุนนิยม จะมีวัฒนธรรมการจัดวางเพศต่าง ๆ ไว้ในพื้นที่ทั้งสองประเภทที่เป็นแบบฉบับเดียวกัน คือ "ที่ของผู้หญิงจะอยู่ภายในบ้าน และที่ของผู้ชายจะอยู่นอกบ้าน" (Woman's place is at home, man's place is in public)

วัฒนธรรมการจัดแบ่งดังกล่าวเป็นรากฐานสำคัญของการธำรงรักษาความไม่เสมอภาคทางเพศเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า หลังจากที่ได้มีการแบ่งแยกเพศและพื้นที่ออกจากกันแล้ว พื้นที่สาธารณะก็จะเข้ามามีอำนาจควบคุมครอบงำเหนือพื้นที่ส่วนตัว ซึ่งเท่ากับเป็นช่องทางให้ผู้ชายใช้อำนาจควบคุมผู้หญิงนั่นเอง ตัวอย่างเช่น การตัดสินใจจะทำแท้งของผู้หญิง (เรื่องส่วนตัว) จะต้องเป็นไปตามกฎหมาย (สาธารณะ) เป็นต้น และสำหรับระบบทุนนิยมในปัจจุบัน ก็ยิ่งมีการแยกขาดระหว่างพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะมากยิ่งขึ้น โดยทำให้ผู้หญิงกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งมีหน้าที่อยู่แต่ภายในบ้านและสวมบทบาทเป็นแม่ เมีย และแม่บ้านเท่านั้น บรรดาอุดมการณ์ต่างๆ ของสังคมถูกประกอบสร้าง (construct) เพื่อตรึงผู้หญิงให้ติดแน่นอยู่กับบทบาทดังกล่าว นับตั้งแต่อุดมการณ์เรื่องชีวิตครอบครัวเป็นความรับผิดชอบของผู้หญิงดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ตลอดจนถึงอุดมการณ์ "การยึดถือลูกเป็นสรณะ" (child-oriented) ลัทธิแม่บ้านแบบอุดมคติ การเสียสละของผู้เป็นภรรยาเพื่อความสำเร็จในการงานของสามี ฯลฯ ในการปลูกฝังอุดมการณ์เหล่านี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างสูงมาก ดังที่เราจะเห็นได้ง่าย ๆ จากบรรดานิตยสารสำหรับแม่บ้าน รายการทำอาหารทางโทรทัศน์ รายการจิตวิทยาเด็กทางวิทยุ ฯลฯ

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแยกผู้หญิงออกจาก "โลกสาธารณะ" นั้น สร้างข้อจำกัดอย่างมากมายให้แก่ผู้หญิง เริ่มตั้งแต่การอยู่แต่ในพื้นที่แคบ ๆ เช่น ในบริเวณบ้าน มีผลพลอยทำให้ผู้หญิงมีความคิดเห็นที่คับแคบ ก้าวไม่ทันโลกภายนอก ขาดประสบการณ์ที่จะตัดสินใจในเรื่องสำคัญ ๆ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ดังกล่าวก็ได้เปลี่ยนแปลงไปเมื่อมีการพัฒนาสื่อสมัยใหม่เช่น วิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่นำเอา "โลกสาธารณะ" ในทางจินตนาการเข้าไปถึงภายใน "โลกส่วนตัว/ในบ้าน" โดยสภาพการณ์ทางกายภาพของผู้หญิงยังคงเหมือนเดิม วิทยุหรือโทรทัศน์จึงเป็นเสมือน "จุดนัดพบ" ระหว่าง "โลกสาธารณะ" และ "โลกส่วนตัว" สำหรับผู้หญิงและมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่กับเพศอีกครั้งหนึ่ง

(3.5) การประกอบสร้างทางสังคมของ "พื้นที่" (Social Construction of Space)

H. Lefebvre (1991) กล่าวว่า ทุกวันนี้เวลาเราพูดคำว่า "ห้อง" ในอพาร์ตเมนท์ คำว่า "หัวมุมถนน /กลางถนน" คำว่า "ตลาด" สิ่งที่เรากำลังกระทำอยู่ก็คือ "การแบ่งแยก/การแยกแยะ" พื้นที่

ที่เคยมีอยู่ในความจริง ให้แยกขาดออกจากกันในโลกทางความคิด/โลกทางสังคม การพูดของเราจึงมีค่าเท่ากับการเปลี่ยน "พื้นที่" (space) ให้กลายเป็น "พื้นที่ทางสังคม" (social space) เพราะบรรดาถ้อยคำที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ก็มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับคำโดยทั่วไป คือนอกจากจะทำให้ผู้ฟังรู้และเข้าใจแล้ว ยังมี "คุณค่า/ความหมาย" ติดมาด้วย เช่น เวลาเราพูดว่า "ทำตัวเหมือนเด็ก**ข้างถนน**" เป็นต้น นักวิชาการจึงควรให้ความสนใจว่า พื้นที่ต่าง ๆ ในสังคมถูกใส่รหัส (encode) เพื่อสร้างความหมายได้อย่างไร

H. Lefebvre จึงยืนยันว่า "พื้นที่" ไม่ได้เป็นเพียงลักษณะทางภูมิศาสตร์เฉย ๆ (passive geography) รวมทั้งมิได้มีลักษณะเป็นกลางด้วย (neutral) แต่ "พื้นที่" เป็นสมรภูมิแห่งการต่อสู้ของอำนาจต่าง ๆ ในสังคม (site of struggle) พื้นที่จะถูกผลิต (produce) และผลิตซ้ำ (reproduce) ให้กลายเป็น "พื้นที่ทางสังคม" แบบต่าง ๆ ตามแต่อำนาจของกลุ่มผู้สร้าง ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของนีรนุช (2540) ที่แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดในการศึกษาเรื่อง "สนามหลวง" ซึ่งโดยลักษณะทางกายภาพแล้ว อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปไม่มากนัก แต่ทว่าในแง่หน้าที่ทางสังคม-การเมือง-วัฒนธรรม สนามหลวงได้ถูกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จากสถานที่ที่เคยใช้ในงานพระราชพิธีต่าง ๆ ของพระมหากษัตริย์ กลายมาเป็นสถานที่จัดแสดงงานสินค้าเมื่อสังคมไทยมีลักษณะพาณิชย์นิยมมากขึ้น และกลายมาเป็นสถานที่จัดงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ "ความเป็นชาติ" เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองหลัง 2475 รวมทั้งกลายเป็นเวทีด้านการเมืองทั้งแบบรัฐสภาและแบบเผด็จการที่ใช้ปราบปรามประชาชนอย่างรุนแรงในประวัติศาสตร์การเมืองยุคใหม่

"พื้นที่ทางสังคม" จึงเป็นผลผลิตของสังคม/วัฒนธรรม (cultural/social product) ในแต่ละช่วงเวลา แต่ละยุคสมัย แต่ละวัฒนธรรม เป้าหมายของการประกอบสร้าง/ผลิต/ผลิตซ้ำพื้นที่ดังกล่าวก็เพื่อให้เป็นเครื่องมือของความคิด (ดังตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น) เป็นเครื่องมือของการใช้อำนาจ รวมทั้งเป็นเครื่องมือของการครอบงำและการควบคุม โดยที่ "พื้นที่" นั้นจะเป็นอะไรก็ได้ แม้แต่ร่างกายของมนุษย์ เราพบเห็นการประกอบสร้างพื้นที่อยู่ในชีวิตประจำวันจนชินชา เช่น หน้าประตูแห่งหนึ่ง ซึ่งยังคงเป็นพื้นที่ทางกายภาพ (ในระดับหนึ่ง) แต่เมื่อมีแผ่นป้ายไปปิดว่า "สถานที่ราชการ ผู้ไม่มีกิจห้ามเข้า" ปฏิบัติการทางสังคมดังกล่าวก็ก่อให้เกิดการใช้อำนาจขึ้นมาทันที เช่นเดียวกับป้าย “ห้ามเดินลัดสนาม” “ห้ามสูบบุหรี่" หรือแม้แต่การนำเอากรวยสีส้มไปวางกลางถนนเพื่อเปิดเพิ่มช่องทางให้รถวิ่งได้ เป็นต้น ปฏิบัติการทางสังคมทั้งหมดนี้ คือการสร้างพื้นที่ทางสังคมขึ้นมาทั้งสิ้น

ในท่ามกลางการปฏิบัติดังกล่าวนั้น สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในกระบวนการสร้าง "พื้นที่ทางกายภาพ" ให้กลายเป็น "พื้นที่ทางสังคม" เช่น บริเวณลานหน้าศูนย์การค้าที่จะจัดให้พื้นที่ว่างๆ กลายเป็นบริเวณที่ฉลอง Beer Festival เมื่อสื่อมวลชนไปถ่ายภาพดังกล่าวมา และ

ได้ประกอบสร้างความหมายใหม่ ๆ เช่น เป็นพื้นที่ที่มีความสนุกสนาน เป็นพื้นที่ทันสมัยแบบตะวันตก (เยอรมัน) ฯลฯ หรือการถ่ายภาพหน้าประตูพระราชวังของเจ้าหญิงไดอาน่าที่มีผู้คนเอาดอกไม้ไปวางแสดงความอาลัยในการจากไปของพระองค์ ก็ทำให้บริเวณดังกล่าวกลายเป็น "พื้นที่ทางสังคม" ขึ้นมา ความหมายดังกล่าวกลายเป็นที่รับรู้ทางสังคม และมีผลต่อเนื่องตามมาอย่างมากมาย เช่น การที่ต้องไปเที่ยวอนุสาวรีย์แห่งเสรีภาพเมื่อไปถึงนิวยอร์ก ต้องไปหอคอยไอเฟลเมื่อไปถึงปารีส ฯลฯ

จากแนวคิดเรื่องพื้นที่ทางสังคมนี้ Lefebvre แบ่ง "พื้นที่" ออกเป็น 3 ประเภทคือ

(1) Spatial Space หมายถึง ปฏิบัติการทางสังคมต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดให้อยู่ในพื้นที่ทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ของการทำงานกับพื้นที่ของเวลาว่าง ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางสังคมของบุคคล เช่น บ้านเป็นพื้นที่สำหรับกิจกรรมเวลาว่างสำหรับผู้ชาย แต่เป็นพื้นที่สำหรับกิจกรรมการทำงานสำหรับผู้หญิง ห้องสมุดเป็นพื้นที่สำหรับปฏิบัติการเก็บความรู้สำหรับอาจารย์ แต่เป็นพื้นที่เพื่อปฏิบัติการพบปะเพื่อนฝูงสำหรับนักศึกษา และเป็นพื้นที่เพื่อปฏิบัติการการใช้ระเบียบวินัยสำหรับบรรณารักษ์ ฯลฯ

(2) Representations of Space หมายถึง พื้นที่ที่มีอยู่ในความคิดของผู้คน (conceptualized space) เช่น นักวางผังเมือง สถาปนิก ฯลฯ เป็นพื้นที่ที่จะใช้ความรู้ความเข้าใจสำหรับการจัดการใช้ประโยชน์ในแง่มุมต่าง ๆ โดยพิจารณาจากส่วนประกอบของพื้นที่นี้เช่น เป็นที่ลุ่ม มีแสงสว่าง มีลมพัดผ่าน ฯลฯ

(3) Representational Space หมายถึง สัญญะ/รหัสต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ภูเขาสูง ๆ มีความหมายว่าเป็นที่อยู่ของเทพเจ้าสำหรับคนโบราณ พื้นที่ที่มีแสงสว่างมีความหมายถึงความอบอุ่น ความปลอดภัย ซึ่งตรงกันข้ามกับสถานที่ที่มืดทึบ การสร้างมายาคติเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ เช่น สลัม/ศูนย์การค้า/มหาวิทยาลัย ฯลฯ การสร้างความหมายของพื้นที่นี้จะมีการต่อสู้และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่น ชายหาดที่เคยเป็นบริเวณสำหรับรักษาโรค (Medical zone) ในอดีตก็เปลี่ยนมาเป็น บริเวณแห่งความเพลิดเพลิน (pleasure zone) ในปัจจุบัน ฯลฯ พื้นที่ในความหมายสุดท้ายนี้เกี่ยวข้องอย่างมากกับงานของสื่อมวลชน ทั้งในกระบวนการประกอบสร้างและในกระบวนการแปรเปลี่ยนความหมายของพื้นที่

(3.6) การเกิดปริมณฑลแบบใหม่ในโลกยุคสังคมข่าวสาร (Information Age)

การเปลี่ยนแปลงด้านพื้นที่ที่สำคัญในโลกยุคสังคมข่าวสารประการหนึ่งก็คือ การขยายพื้นที่สาธารณะในแง่ของข่าวสาร สินค้า ทุน วิถีชีวิต หรือแม้แต่ตัวคนเองออกไปในระดับโลกที่เรียกว่า ปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ (Globalization) ในช่วงศตวรรษที่ 16-17 ยังมีสังคมย่อย ๆ

จำนวนมากที่อยู่ห่างจากสังคมอื่น ๆ ในแง่พื้นที่และอยู่อย่างกระจัดกระจาย ปราศจากการติดต่อกันอย่างสม่ำเสมอ แต่ทว่าเมื่อต้นศตวรรษที่ 20 นี้ ก็เกือบจะไม่มีสังคมใดแล้วที่จะปิดตัวไม่ติดต่อกับโลกตะวันตก จากการที่สังคมท้องถิ่น (local society) ถูกดึงให้เข้ามาประสานกับโลกตะวันตก ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและโครงสร้างของสังคมท้องถิ่นอย่างมาก ดังที่เราเคยได้ยินอยู่ในชีวิตประจำวันว่า ทุกวันนี้ไม่ว่าจะคิดทำอะไร จะผลิตอะไร ทุกสังคมย่อยจะต้องคิดในระดับโลกอยู่เสมอ (think globally) เช่น การประกวดนางสาวไทย การค้นคิดพัฒนาพันธุ์ทุเรียน ฯลฯ

J. Urry (1996) วิเคราะห์ว่า ปรากฏการณ์การขยายพื้นที่สาธารณะออกไปในระดับโลกและการจัดแบ่งสรรพื้นที่ระดับโลกออกเป็นส่วนต่าง ๆ นั้น เกิดขึ้นได้เพราะเงื่อนไขปัจจัยหลายประการคือ

- ขีดความสามารถ (productivity) ในการผลิตอาหารของประเทศที่เจริญแล้วมีสูงขึ้นอย่างมาก เช่น ชาวนาอเมริกันคนเดียวสามารถปลูกข้าวเลี้ยงคนได้นับพันๆคน ดังนั้น จึงทำให้เกิดการโยกย้ายแรงงานชาวนาจากชนบทเข้ามาทำงานในเมืองในภาคอุตสาหกรรมและบริการที่ขยายตัวไปอย่างมาก
- การเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่สามารถแยกการใช้พื้นที่กับการบริหารจัดการออกจากกันได้ แต่เดิมนั้น โรงงานต้องกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่เดียวกันเพื่อการบริหารจัดการ แต่ปัจจุบันสาขาต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมสามารถขยายไปได้ในพื้นที่ต่าง ๆ และยังสามารถบริหารจัดการได้ (ตัวอย่างเช่น การมีบาร์โค้ดของสินค้าสามารถทำให้บริหารจัดการเรื่องการรู้ยอดขายและการเสริมสินค้าตามจุดขายต่าง ๆ ได้ตรงกับความต้องการของจำนวนผู้ซื้อ เป็นต้น)
- การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม ทำให้การไหลเวียนของข่าวสารในระดับโลกเป็นไปได้โดยง่าย ทั้งในปริมณฑลขนาดใหญ่ เช่น การดำเนินกิจการของบริษัทธุรกิจระดับโลก ทั้งในปริมณฑลขนาดเล็กส่วนตัว เช่น การเขียนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ในระดับโลกนี้ส่งผลสะเทือนต่อมิติด้านเวลาและพื้นที่อย่างมหาศาล แต่เดิมนั้น ระยะห่างระหว่างพื้นที่เป็นอุปสรรคประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเหลื่อมล้ำเรื่องเวลา ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น คนที่อยู่เชียงใหม่จะได้อ่านหนังสือพิมพ์จากกรุงเทพช้ากว่าคนที่กรุงเทพ แต่ปัจจุบันนี้คนทั่วโลกสามารถจะดูการถ่ายทอดพิธีเปิดกีฬาโอลิมปิก 2000 ในเวลาเดียวกับคนในสนามกีฬาเมืองซิดนีย์ ปัจจุบันนี้ระยะห่างระหว่างพื้นที่เกือบไม่มีความหมายในแง่ของเวลา หรืออาจจะเกิดปรากฏการณ์ที่ตรงกันข้าม เช่น คนไทยที่อยู่ในกรุงเทพแต่ไม่มีจานรับสัญญาณดาวเทียมอาจจะรู้เรื่องที่เกิดในกรุงเทพช้ากว่าคนไทยที่อยู่ในลอสแองเจลลิส แต่มีจาน

รับสัญญาณ เป็นต้น คำกล่าวว่า "ใกล้แสนใกล้ แต่กลับไกลแสนไกล" หรือในทางตรงกันข้าม จึงเป็นความจริงในโลกสมัยใหม่นี้ นอกจากนั้น ปรากฏการณ์ของโลกาภิวัตน์ก็ยังทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายพื้นที่ (Flow) ของทุกสิ่งทุกอย่าง เช่น เงินทุน/(ดังที่สังคมไทยได้รับประสบการณ์ตรงในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำปี 2540) ข้อมูลข่าวสาร/สินค้า/ภาพลักษณ์/รวมทั้งคนด้วย/ ฯลฯ ดังตัวอย่างโฆษณารถยนต์ยี่ห้อหนึ่งที่กล่าวว่า

"รถยนต์ X ถือกำเนิดในญี่ปุ่น
ไปได้รับการศึกษาในยุโรป
และกำลังเติบโตด้านยอดขายในนิวซีแลนด์"

ปัจจุบันนี้จึงเป็นเรื่องธรรมดามากที่เราจะได้เห็นประวัติชีวิตของคนสมัยใหม่ที่เกิดในประเทศ A เรียนประถมในประเทศ B เรียนมัธยมในประเทศ C จบมหาวิทยาลัยในประเทศ D เข้าทำงานครั้งแรกในประเทศ E และย้ายที่ทำงานไปเรื่อย ๆ เพื่อเลื่อนสถานภาพและเงินเดือน แต่งงานในประเทศ F และกลับมาตายในประเทศบ้านเกิดคือ A เป็นต้น

ถึงแม้จะมีแนวคิดว่าเมื่อ "ท้องถิ่น" มาพบกับ "สากล" (หมายถึงตะวันตก) when local meets global อิทธิพลจาก "สากล" จะครอบงำทำให้วัฒนธรรมทั่วโลกมีลักษณะเป็นแบบเดียวกัน/มีหน้าตาเหมือนกันไปหมด (unification/homogenization) ตัวอย่างเช่น ชายหาดของแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชายหาดแคลิฟอร์เนีย ริเวียร่า ฮาวาย ฟิจิ พัทยา ฯลฯ ก็มีหน้าตาละม้ายคล้ายคลึงกัน แต่ทว่า Hannerz (1989) คัดค้านว่า แนวคิดดังกล่าวนั้นหยาบเกินไปและไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เพราะปรากฏการณ์ที่เป็นจริงจะพบว่า เมื่อวัฒนธรรมสากล(ตะวันตก) เข้ามาพบกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นจะทำให้เกิดรูปแบบ "พื้นที่สาธารณะ" ได้ 4 แบบคือ

(i) Global homogenization Scenario เป็นรูปแบบที่วัฒนธรรมตะวันตกจะเป็นศูนย์กลางทุกๆ อย่าง ทุกอย่างเป็นมาตรฐานแบบฉบับเดียวกันหมด ในแง่นี้ "พื้นที่ทางกายภาพ" จะไม่มีความหมาย เช่น ฟาสฟู้ดของแมคโดนัลล์จะมีรสชาติเดียวกันทั่วโลก

(ii) Saturation Scenario ในรูปแบบนี้จะมีมิติเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย กล่าวคือ ท้องถิ่นจะค่อย ๆ ซึมซับเอาสากลเข้ามาทีละน้อย และในท้ายที่สุด ลักษณะท้องถิ่นจะจางหายไป ตัวอย่างเช่น การย้อมสีผ้าที่ค่อย ๆ เปลี่ยนจากสีแบบท้องถิ่นมาเป็นสีที่ตามใจตลาดสากล จนในท้ายที่สุดสีแบบท้องถิ่นจะหายไป ในรูปแบบนี้ แม้ว่าพื้นที่ทางกายภาพจะยังคงอยู่ (ผ้ายังคงขายอยู่ที่ตลาดท้องถิ่น) แต่ทว่าพื้นที่ทางสังคม/วัฒนธรรมได้หมดไปแล้ว (คล้ายกับแนวคิดของสำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม)

(iii) Peripheral Corruption Scenario ในการรับวัฒนธรรมจากสากลซึ่งมีระดับ

วัฒนธรรมหลายระดับ กับ high/middle/lowbrow นั้น ท้องถิ่นจะรับเอาแต่ lowbrow ไปโดยคัดทิ้งทั้งพวก high/middle brow ตัวอย่างเช่น ประเทศโลกที่สามที่ไม่รับเอาการวิจารณ์วรรณกรรมมาไว้ในหนังสือพิมพ์ คงมีแต่รูปโป๊เท่านั้น ไม่รับหนังคลาสสิกรับแต่พวกสยองขวัญ เลือกรับภาพยนตร์ชุด Dynasty มากกว่าละครของเช็คสเปียร์ และรับแต่เพลง Megadance มากกว่าบีโธเฟน เป็นต้น Hannerz วิเคราะห์ว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดมาจาก 2 ปัจจัยคือ การขาดการตระเตรียมพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่จะรองรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมชั้นดีของสากล และการที่วัฒนธรรมกลายเป็นเรื่องธุรกิจการค้าทำให้เกิดการยัดเยียดทางวัฒนธรรม (cultural dumping) อย่างไม่มีการจำแนกแยกแยะ

(iv) Maturation Scenario เป็นการพบกันระหว่างสากลกับท้องถิ่นในแบบสองทาง แบบแลกเปลี่ยนมากกว่าแบบครอบงำ (คล้ายกับแนวคิดของสำนักการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม) โดยทั้งสองจะมีทั้งการเลือกรับและเลือกปรับในส่วนของตน Hannerz เชื่อว่า วัฒนธรรมสากล (Global culture) สามารถจะกระตุ้นให้วัฒนธรรมท้องถิ่นเกิดการปรับตัวได้ แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นตัวกลางที่สำคัญก็คือ คนท้องถิ่นที่เป็นผู้ที่ทำงานผลิตวัฒนธรรม (local cultural entrepreneur) ซึ่งหมายถึงบุคลากรกลุ่มใหญ่ในสถาบันสื่อมวลชนนั่นเอง

ในประเด็นเรื่องพื้นที่แบบสากลและแบบท้องถิ่นนี้ Harvey (1989) เสนอว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นการขยายตัวของระบบทุนนิยมจากสากลเข้าไปในส่วนต่าง ๆ ของท้องถิ่นที่ยังไม่เป็นทุนนิยมนั่นเอง การขยายตัวนี้ได้ทำให้เกิดการหดตัวของเวลาและพื้นที่ของท้องถิ่น (time-space compression) อันเป็นลักษณะของระบบทุนนิยม ซึ่งอาจจะนำเสนอภายใต้คำขวัญว่า "ทันสมัย" (Modernization) เนื่องจากคำว่า "ทันสมัย" นั้นก็เป็นคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับมิติของเวลาและพื้นที่โดยตรง รถยนต์ที่ทันสมัยมากขึ้นก็คือ รถยนต์ที่วิ่งได้เร็วขึ้น เครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้นก็คือ เครื่องจักรที่มีขนาดเล็กลง/กินพื้นที่น้อยลง เป็นต้น และระบบทุนนิยมได้ใช้ "เวลา" และ "พื้นที่" เป็นเครื่องมือในการกรุยทางของระบบทุนนิยม เช่น เมื่อสินค้าชนิดใหม่เกิดขึ้นในสหรัฐ อีกเพียงวันหรือสองวัน สินค้านั้นก็จะมีทั่วโลก ตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ การฉายภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดพร้อมกันทั่วโลก สินค้าประเภทคอมพิวเตอร์นั้นขาย "ความรวดเร็ว" โดยเฉพาะเช่นเดียวกับแฟชั่นเสื้อผ้า การขยาย "เวลาแบบระบบทุนนิยมสากล" เข้าไปในท้องถิ่นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเวลาของท้องถิ่น เช่น วัฒนธรรมการรอคอยจะหายไป การผูกพันกันด้วยสัญญาแบบยาวนาน (เช่น ชีวิตคู่แบบชั่วฟ้าดินสลาย) จะเปลี่ยนมาเป็นสัญญาระยะสั้น ๆ (เวลาถูกบีบให้เล็กลง) หน่วยของเวลาเล็กลงอย่างมาก (คนที่อยู่ในสื่อมวลชนจะสัมผัสประสบการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด) ช่วงเวลาของการเป็นเด็กจะหดสั้นลง (เพียงแค่อายุ 11-12 ก็จะเป็นหนุ่มสาวแล้ว) ทั้งนี้ยังไม่ต้องกล่าวถึงความเร่งรีบในชีวิตประจำวันที่เป็นสิ่งผู้คนโดยทั่วไปที่เคยมีชีวิตอยู่ในสังคมยุคก่อนหน้า

ทุนนิยมจะเกิดความรู้สึกเปรียบเทียบได้โดยง่าย

สำหรับในส่วนที่เกี่ยวกับพื้นที่นั้น Harvey มีทัศนะว่า แม้ว่าโลกจะขยายออกเป็นสากลจนทำให้ดูเหมือนว่า "พื้นที่ของท้องถิ่น" สูญหายหรือหมดความสำคัญไปแล้ว แต่ทว่าไม่ได้หมายความว่า พื้นที่จะมีความสำคัญน้อยลง หากทว่าวิธีคิดเกี่ยวกับพื้นที่จะเปลี่ยนแปลงไป คนสมัยใหม่จะคิดถึงพื้นที่ในระดับโลกมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ทัศนะเรื่องนักร้องไทยต้อง "Go Inter" หรือการสร้างเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้ลงบันทึกของกินเนสก์บุ๊ก Harvey เสนอว่า ปรากฏการณ์ที่เป็นจริงนั้น แต่ละท้องถิ่นจะพยายามแข่งขันกันเพื่อให้มี "ความหมายและความสำคัญในระดับโลก" เช่น การแข่งกันเป็นเจ้าภาพรายการกีฬาระดับโลก การประกวดนางงาม และอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากการมีความหมายและความสำคัญดังกล่าวนั้นจะมีผลมาถึงด้านเศรษฐกิจการเมืองและสังคมวัฒนธรรม เช่น การดึงดูดนักลงทุน นักท่องเที่ยว นักอุตสาหกรรม ฯลฯ

4. การศึกษามิติเรื่องเวลาและพื้นที่จากทัศนะต่าง ๆ

(4.1) การศึกษามิติเวลาและพื้นที่ตามทัศนะของ A. Giddens

(i) มนุษย์กับเวลา/พื้นที่

A. Giddens (1991) เป็นนักสังคมวิทยาที่ให้ความสนใจในการศึกษาเรื่อง "เวลาและพื้นที่" ในแง่มุมของสังคมศาสตร์อย่างมาก Giddens มีทัศนะพื้นฐานว่า ลักษณะด้าน "เวลา" ของมนุษย์มีความแตกต่างจากสัตว์โลกอื่น ๆ อย่างมาก คือ

- มนุษย์เป็นสัตว์โลกชนิดเดียวที่มีชีวิตอยู่อย่างสำนึกถึง "การสิ้นสุด" เนื่องจากได้มองเห็นการตายของคนหรือสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ และยังสามารถสรุปรวม (generalize) ได้ว่า ตัวเองก็ต้องเป็นไปตามหลักของ "การเกิดแก่เจ็บตาย" เช่นเดียวกัน การสำนึกถึงการสิ้นสุดจะมีอิทธิพลต่อช่วงเวลาที่มีชีวิตอยู่
- มนุษย์มีความสามารถที่จะเปลี่ยนประสบการณ์ที่มีอยู่ในเวลาปัจจุบันให้อยู่ในรูปแบบของ**ความทรงจำ**ได้ กล่าวคือ นำเอาอดีตมาอยู่ในปัจจุบันได้
- มนุษย์ไม่เพียงแต่จะมีชีวิตอยู่ในกาลเวลาเท่านั้น หากทว่ายังสำนึกถึงการ "ล่วงเลยไป" ของเวลา ความสำนึกนี้ไม่ได้อยู่ในระดับบุคคลเท่านั้น หากทว่าได้ถูกประกอบสร้างให้กลายเป็น "สถาบันทางสังคม" เช่น การทำปฏิทิน การจัดงานฉลองช่วงเวลาต่าง ๆ การวางแผนงาน การกำหนดเส้นตาย ฯลฯ ประสบการณ์เกี่ยวกับเวลาของมนุษย์จะฝังอยู่ทั้งในระดับจิตสำนึกและจิตใต้สำนึกด้วย ดังเช่นที่นักจิตวิเคราะห์เชื่อว่า มนุษย์ไม่เคยลืมอะไรเลย เพียงแต่ประสบการณ์นั้นถูกฝังอยู่ในระดับจิตใต้สำนึกเท่านั้น เหมือนสิ่งของที่อยู่ในห้องที่ปิดประตูจึงทำให้

มองไม่เห็น ชีวิตของมนุษย์จึงเป็นส่วนผสมระหว่าง "อดีต" กับ "ปัจจุบัน" อยู่ตลอดเวลา

- การเคลื่อนไหวของปัจเจกบุคคลผ่านเวลา/พื้นที่ก็คือ การสลับกันระหว่าง "ภาวะของการปรากฏตัว" (present) กับ "ภาวะของการหายไป" (absent) เช่น ถ้าเราบอกว่า "เวลา 8 โมงเช้าเราอยู่ที่บ้าน 9 โมงเช้าเราอยู่ที่ทำงาน" ก็หมายถึงการปรากฏตัวและการหายไประหว่าง 2 สถานที่ใน 2 ช่วงเวลา บรรดาสื่อต่าง ๆ ที่ถูกค้นคิดขึ้นมาของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมหรือการสื่อสารล้วนแล้วก่อผลกระทบต่อการสลับกันของภาวะทั้งสองของมนุษย์อยู่ตลอดเวลา

- มนุษย์มีข้อจำกัดทางร่างกายหลายประการที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านเวลา/พื้นที่ คือ
  - ♦ ร่างการมนุษย์แบ่งแยกไม่ได้ จะปรากฏตัวได้ในแต่ละสถานที่ในแต่ละช่วงเวลาเดียวเท่านั้น
  - ♦ ช่วงเวลาที่จะมีชีวิตอยู่ในโลกมีอย่างจำกัด (scare resource)
  - ♦ ความสามารถที่จะทำกิจการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน ก็มีขีดจำกัด นอกจากนั้นยังมีกิจกรรมบางอย่างที่เป็น "กิจกรรมท่าบังคับ" ที่มนุษย์จะต้องทำในเวลา/พื้นที่หนึ่ง เช่น การนอนหลับ การขับถ่าย การกินอาหาร ฯลฯ
  - ♦ การเคลื่อนที่ไปในแต่ละพื้นที่ต้องใช้เวลาเสมอ อาจจะมากหรือน้อยตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี แต่ก็ต้อง "กินเวลาช่วงหนึ่ง"

(ii) บทบาทของเทคโนโลยีที่มีต่อเวลา/พื้นที่

- ผลกระทบด้านเทคโนโลยีที่มีต่อเวลาและพื้นที่ก็คือ การก่อให้เกิดการหดตัวของกาลเวลาและพื้นที่ (Compression of Time and Place) เช่น ในพื้นที่ที่มีระยะห่างเท่าเดิม แต่ทว่าเวลาที่ใช้เคลื่อนที่/เดินทางระหว่างพื้นที่นั้นกลับลดลงอย่างไม่น่าเชื่อ ตัวอย่างเช่น ระยะห่างระหว่างกรุงเทพ-เชียงใหม่ 700 กว่ากิโลเมตรที่ต้องใช้เวลาเดินทางนับแรมเดือนในสมัยรัชกาลที่ 5 ปัจจุบันสามารถลดลงมาเป็นเพียงไม่ถึงชั่วโมงโดยเครื่องบิน การอัดตัวของพื้นที่และเวลาดังกล่าวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสถาบันสังคมอื่น ๆ อย่างมากมาย ประเด็นที่นักสังคมศาสตร์สนใจศึกษาก็เช่น

- เมื่อเกิดการจัดแบ่งสัดส่วน (regionalization) ของพื้นที่ เช่น เมื่อเกิดการแบ่งกั้นห้องในบ้าน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านกาละ/เทศะอย่างไรบ้าง หรือการเกิดขึ้นของไฟฟ้าที่ทำให้ความแตกต่างระหว่าง "กลางวัน" กับ "กลางคืน" หดตัวน้อยลงและมีผลต่อการทำกิจกรรมอย่างไร

- การเกิดขึ้นของ "การปรากฏตัวแบบใหม่ที่แยกออกจากการปรากฏตัวทางกายภาพ" (present availability) ซึ่งเป็นยุคสมัยที่มีการแยกตัวระหว่างสื่อสำหรับการคมนาคม (รถไฟ รถยนต์ ม้า เกวียน เรือ ฯลฯ) กับสื่อสำหรับการสื่อสาร (โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ)

การแยกตัวดังกล่าว ทำให้การปรากฏตัว (present) ไม่จำเป็นต้องมี "กายภาพ" ไปประกอบอยู่ด้วยเสมอไป เช่น โทรศัพท์ที่ทำให้เรา "แสดงความคิดเห็นให้ปรากฏได้" โดยไม่ต้องไปปรากฏตัวด้วยตัวเอง

- ศักยภาพของสื่อสมัยใหม่ทำให้เกิดการแยกตัวของเวลา/พื้นที่ (time-space distanciation) กล่าวคือ การเกิดการแยกเวลาปัจจุบัน (present time) ออกจากพื้นที่/สถานที่ปัจจุบัน (present space) ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์บันทึกเหตุการณ์ที่นำเอาสถานที่ปัจจุบันมาเสนอได้แต่ไม่ใช่ช่วงเวลาปัจจุบันแล้ว

- การประชิดกันด้านเวลา/พื้นที่ (Time-space edge) ได้แก่ การศึกษาปรากฏการณ์ของการเผชิญหน้ากันระหว่างสังคมต่าง ๆ ที่มีระบบการจัดเวลา/พื้นที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อคนจากชนบทที่มีระบบการจัดเวลาทางสังคมแบบยืดหยุ่นเข้ามาทำงานเป็นคนงานในโรงงานที่มีระบบการจัดเวลาทางสังคมแบบตายตัว จะเกิดอะไรขึ้นในสถานการณ์ดังกล่าว หรือเมื่อคนในชนบทที่เคยอยู่ในพื้นที่ที่กว้างขวางต้องอพยพมาอยู่ในแฟลตในเมืองที่มีอาณาบริเวณคับแคบจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

- ระบบการเก็บอำนาจในส่วนที่เกี่ยวกับเวลา/พื้นที่ของสังคมนั้นเป็นอย่างไร (power container) ตัวอย่างเช่น สังคมแบบ oral culture จะอาศัยความทรงจำเป็นระบบการเก็บเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ในอดีต ผู้ที่มีความทรงจำดีหรือมีข้อมูลมากในระบบความทรงจำก็จะมีอำนาจในสังคม เช่น ผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ ในยุคของ written culture จะเก็บเวลาและพื้นที่เอาไว้ในรูปของการเขียน อำนาจของกลุ่มคนที่ผูกขาดการเขียน เช่น พระ ก็จะมีอำนาจในสังคม ส่วนพื้นที่จะถูกเก็บไว้ด้วยกำแพงที่กั้นระหว่างภายในปราสาท เมืองกับโลกภายนอกโดยมีทหารเป็นผู้รักษากำแพง ส่วนในระบบทุนนิยมปัจจุบัน จะเก็บเวลาและพื้นที่เอาไว้ในรูปสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และใช้เส้นกั้นอาณาเขตประเทศเป็นตัวเก็บอำนาจภายในพื้นที่

- ปรากฏการณ์ของการแยก "เวลา" ออกจาก "พื้นที่" ทำให้เกิดระบบ "ตัวแทนที่เป็นสัญลักษณ์" (Symbolic Token) และทำให้เกิดการแยกผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีความรู้ (expert) ออกจากผู้ที่กำลังปฏิบัติงานอยู่ (practitioner) เช่น แม่บ้านอาจจะมีความรู้ในการทำอาหารน้อยกว่าผู้เขียนตำราทำอาหารหรือนักโภชนาการ เป็นต้น

- ในระบบสังคมสมัยใหม่ "เวลาและพื้นที่" จะกลายเป็น "ทรัพยากรที่มีค่าอย่างมหาศาล" โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวแทนวัฒนธรรมด้านเวลาและพื้นที่ที่เห็นได้อย่างเด่นชัดที่สุด ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนทุกชนิดต้องทำงานใน "เวลาและพื้นที่อันจำกัด" ซึ่งต้องคำนวณการใช้ทรัพยากรดังกล่าวอย่างรอบคอบอยู่ตลอดเวลา และสำหรับชีวิตประจำวันของคนโดยทั่วไป อย่าง

น้อยก็ต้องมีการจัดระบบเวลา/พื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนคือ เวลาทำงาน/เวลาว่าง ที่จะมีความแตกต่างกันในแง่การใช้เวลา สถานที่ กิจการ เป้าหมาย ราวกับขาวกับดำ

(4.2) การศึกษาเรื่องเวลา/พื้นที่กับสื่อ : ทัศนะของสำนักโตรอนโต (Toronto)

(4.2.1) ประเภทของสื่อ

กลุ่มนักทฤษฎีที่มีความสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ กับมิติเรื่องเวลาและพื้นที่นั้น ได้แก่กลุ่มที่เรียกว่า "Media Theorist" นักคิดที่มีบทบาทสำคัญในเรื่องนี้ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการสำนักโตรอนโต 2 ท่านคือ H. Innis (1964) และ M. McLuhan (1964) แนวคิดหลักของกลุ่ม Media Theorists มีอยู่ 2 ประการคือ

(i) ในสื่อแต่ละประเภทต่างมีมิติด้านเวลาและพื้นที่ที่แตกต่างกัน ดังเช่น แนวคิดของ Innis ที่กล่าวถึง "ความโน้มเอียงในแง่เวลา/พื้นที่ของสื่อหรือการสื่อสารแต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องการพื้นที่ ในขณะที่โทรทัศน์/วิทยุเป็นสื่อที่ใช้เวลา เป็นต้น

ความโน้มเอียงของสื่อนั้นเกิดมาจากการควบคุมเวลาและพื้นที่ที่แตกต่างกัน เช่น

(ก) สื่อแบบ Time bias การสลักตัวอักษรลงบนแผ่นหินนั้น ต้องใช้เวลายาวนานอย่างมาก แต่เมื่อสลักลงไปแล้ว ก็จะมีความทนทานยาวนานเช่นกัน แผ่นหินที่หนักนั้นทำให้เคลื่อนย้ายได้ลำบาก ลักษณะของสื่อแบบนี้จึงเหมาะกับสังคมที่มีขนาดเล็ก (มีอาณาเขตแคบ) และจะเป็นสังคมที่มีความมั่นคงในแง่กาลเวลา

(ข) สื่อแบบ Space bias เมื่อโรมันค้นพบการผลิตกระดาษปาปิรุส (เรียนรู้จากอียิปต์) ซึ่งเป็นสื่อที่มีลักษณะเบา กินเวลาน้อยในการจารึก ความเบาของกระดาษทำให้เคลื่อนย้ายได้ในบริเวณที่กว้างขวาง และมีผลทำให้โรมันสามารถขยายอาณาจักรออกไป อย่างไรก็ตาม กระดาษปาปิรุสก็ทำให้สังคมโรมันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (ในแง่กาลเวลา)

(ii) สื่อแต่ละชนิดสามารถจะสร้างผลกระทบที่เกี่ยวกับ "เวลา" และพื้นที่ของบุคคลและสังคมให้เปลี่ยนแปลงไป แนวคิดดังกล่าวทำให้นักคิดกลุ่มนี้ถูกเรียกว่าเป็นพวก Communication Technology Determinism ตัวอย่างเช่น Innis เขียนผลงานเกี่ยวกับพัฒนาการของโครงสร้างทางอำนาจและวัฒนธรรมระดับมหภาค (Macro) ที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนประเภทของสื่อ ในขณะที่ McLuhan สนใจผลกระทบของสื่อในระดับจุลภาค (Micro) ที่มีต่อการขยายผัสสะ (sensory) และบุคลิกภาพของบุคคล

ผลงานที่สำคัญของ Innis ในการศึกษาพัฒนาการของสื่อในสังคมต่าง ๆ ที่เคยมีมาของมนุษยชาติได้นำมาสู่ข้อสรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสื่อกับโครงสร้าง

อำนาจของสังคม ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง "ตัวสื่อใหม่ ๆ" จะทำให้เกิดการทำลายโครงสร้างอำนาจแบบเดิม ๆ เช่น สื่อการพิมพ์ได้ทำลายการควบคุมของพระในยุคกลาง โดยที่**เนื้อหา** (message) ในไบเบิลนั้นยังคงเหมือนเดิมทุกประการ มีแต่**ตัวสื่อ**เท่านั้นที่เปลี่ยนไป นอกจากนั้นในตัวสื่อแต่ละประเภทก็เอื้ออำนวยต่อการควบคุมการใช้สื่อแตกต่างกัน สื่อที่มีอุปทานน้อย (demand) ลงรหัสได้ยาก เช่น การเขียนด้วยลายมือจะง่ายต่อการควบคุม (เช่น การเผาตำราของปัญญาชนที่ทำลายองค์ความรู้ของผู้รู้ได้อย่างมากในยุคสมัยจิ๋นซีฮ่องเต้ของจีน) แต่สื่อที่มีอุปทานมากและลงรหัสง่ายจะทำลายได้ยาก เช่น บรรดาผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่ (เช่นรูปเปลือยอนาจาร) เป็นต้น

(4.2.2) มิติด้านเวลา/พื้นที่ของวัฒนธรรมการพูด/การเขียน

H. Innis (1964) ศึกษาย้อนถอยกลับไปตั้งแต่ยุคสมัยของสังคมกรีก โดยที่ก่อนหน้านั้น สังคมกรีกเป็นสังคมที่มีวัฒนธรรมด้านการสื่อสารด้วยการพูด (oral culture) เป็นวัฒนธรรมหลัก (ดังที่กรีกมีการพัฒนาวิชาความรู้ด้านวาทศิลป์ การโต้แย้ง การโน้มน้าว ฯลฯ อย่างมาก) และเมื่อเกิดมีการประดิษฐ์วัฒนธรรมการสื่อสารแบบใหม่ คือ วัฒนธรรมการเขียน (Written culture) ขึ้นมา Plato ก็เป็นผู้นำในการต่อต้านวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ดังกล่าว โดยให้เหตุผลประกอบข้อเสียของวัฒนธรรมการเขียนดังนี้

- การเขียนจะทำให้ผู้เรียนลืมเลือนสิ่งที่เรียนไปหมด ทั้งนี้เพราะข้อมูลข่าวสารความรู้ที่เรียนจะไปอยู่ข้างนอกตัวบุคคล คือไปอยู่ในสมุด แทนที่จะอยู่ในหัวสมองของผู้เรียน ดังคำกล่าวที่ว่า "ถ้าให้จด ก็จะไม่จำ"
- คนเราจะเรียนรู้อย่างแท้จริงก็ต่อเมื่อการเขียนนั้นมิใช่การเขียนลงไปในสมุด หากทว่าจะต้องเป็น "จารึกลงไปในจิตใจ/จิตวิญญาณ" ของผู้เรียน ซึ่งต้องกระทำด้วยการพูดของครู และการฟังอย่างแท้จริงของผู้เรียน
- การเขียนจะทำให้ความรู้มีลักษณะตื้นเขินขึ้นทุกที ทั้งนี้เพราะผู้เรียนจะไม่ได้เรียนจาก "ตัวต้นฉบับความรู้คือครู" หากแต่ไปเรียนจาก "ภาพจำลองของครู" คือหนังสือที่เขียนซึ่งไม่อาจถ่ายทอดความรู้อย่างลึกซึ้งได้เท่ากับตัวต้นฉบับคือครูผู้สอน
- การเขียนทำให้เกิด "ผู้เชี่ยวชาญจอมปลอม" ที่ไม่ได้มีประสบการณ์ตรงของความรู้ เพียงแต่เป็นผู้ถ่ายทอดด้วยการเขียน
- การเขียนทำให้ผู้เรียนสามารถจะหลบหนีบรรยากาศของการเรียนรู้ได้ง่ายกว่าการพูด เพราะการพูดต้องอาศัยการพบกันซึ่ง ๆ กัน แต่การเขียนโดยเฉพาะการอ่านหนังสือแบบเงียบๆ และเป็นส่วนตัว (private) ทำให้ไม่สามารถรู้ได้เลยว่า ได้มีการเรียนรู้เกิดขึ้นหรือไม่

- Plato เสนอว่า หากต้องการให้สังคมกรีกมีประชาธิปไตยอย่างแท้จริงแล้ว จำเป็นต้องมีการจัด "พื้นที่สาธารณะ" (public sphere) และกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะนี้ก็คือ การพูดแสดงความคิดเห็น โดยการเขียนจะไม่ช่วยให้เกิดประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าจุดยืนของ Plato จะสนับสนุนวัฒนธรรมการพูดอย่างเต็มที่ นักทฤษฎีที่สนใจเรื่องสื่ออีกท่านหนึ่งคือ Walter Ong (1952) ได้แยกแยะให้เห็นว่าวัฒนธรรมการพูด (orality) ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาตินั้นมีอยู่ 2 แบบคือ

- primary orality เป็นการพูดแบบการสนทนาภายในกลุ่มหรือระหว่างบุคคลที่เรารู้จักกัน วัฒนธรรมการพูดแบบพื้นฐานนี้เกิดมาก่อนจะมีวัฒนธรรมการเขียน

- secondary orality เป็นการพูดที่นำเอาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ในสังคมที่มีวัฒนธรรมการเขียนแล้ว เช่น การพูดทางโทรศัพท์ การพูดทางโทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นการหวนกลับคืนมาใหม่ของวัฒนธรรมการพูด แต่การพูดแบบใหม่นี้ย่อมมีลักษณะบางประการที่แตกต่างไปจากแบบเดิม

สำหรับจุดยืนของ H. Innis เองก็เป็นเช่นเดียวกับ Plato กล่าวคือ สนับสนุนวัฒนธรรมการพูด เนื่องจาก Innis เห็นว่า มีแต่การพูดเท่านั้นที่เป็นแหล่งกำเนิดของบรรดาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งหลาย (speech is the agency of creative thought) การเขียนนั้นทำได้เพียง "ถ่ายทอด" เท่านั้น และที่สำคัญก็คือการพูดทำให้การผูกขาดการสื่อสารเป็นไปได้โดยยาก (ในสังคมเผด็จการที่ห้ามการเขียนจึงมักมีระบบข่าวลือปากต่อปาก) อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อที่น่าสังเกตว่า ทุกวันนี้แม้จะมีระบบสื่อมวลชนที่มีทั้งการพูดและการเขียนอย่างมากมายแพร่หลาย แต่ทว่าในสื่อมวลชนนั้นก็มีคนกลุ่มน้อยกลุ่มเดียวเท่านั้นที่เป็นผู้พูดและผู้เขียน ส่วนคนส่วนใหญ่นั้นได้แต่เป็น "ผู้อ่าน" และ "ผู้ฟัง" หรือเป็น "ผู้บริโภคการสื่อสาร" มากกว่าจะเป็น "ผู้สื่อสาร" จึงเกิดช่องว่างระหว่าง "ผู้ที่รู้ดีที่จะพูดและเขียน" กับ "คนส่วนใหญ่ที่ไม่รู้" Innis จึงกล่าวว่า การผลิตการสื่อสารแบบมวลชนรวมทั้งการสร้างมาตรฐานด้านการสื่อสารเป็นศัตรูของวัฒนธรรมตะวันตกและต้องส่งเสริมวัฒนธรรมการพูดของกลุ่มย่อยขึ้นมาให้หลากหลายเพื่อแก้ไขแนวโน้มดังกล่าว

จากทัศนะที่พิจารณา "วัฒนธรรมการพูด" และ "วัฒนธรรมการเขียน" ในลักษณะคู่ตรงกันข้ามกันดังกล่าว ยังมีทัศนะอีกแบบหนึ่งที่พิจารณาว่า การเข้ามาของสื่อแบบใหม่ไม่จำเป็นต้องเข้าแทนที่หรือทำลายสื่อแบบเก่า หากแต่อาจเป็นการมาเสริม ดังนั้นวัฒนธรรมการเขียนจึงไม่ได้เข้ามาทำลายวัฒนธรรมการพูด หากทว่าได้เปลี่ยนแปลง "หน้าที่" "ความสำคัญ" และ "ผลกระทบ" ของการพูด ตัวอย่างเช่น เมื่อมีโทรศัพท์เกิดขึ้น ก็อาจจะเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของจดหมายหรือปริมาณความถี่ของจดหมาย ฉะนั้นทุกครั้งที่มีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้น จึงมิได้หมายความ

ว่า จะเป็นการสร้างบรรยากาศแบบเก่าบวกกับสื่อใหม่ (old environment & new media) หากทว่าจะเป็นการสร้างสิ่งแวดล้อมใหม่เลยทีเดียว (new environment)

(4.2.3) เมื่อสื่อเปลี่ยน สิ่งอื่น ๆ ก็เปลี่ยนตามไป

Innis ได้เสนอว่า เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้สิ่งอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงไปด้วย ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๆ ได้แก่

- โครงสร้างความสนใจของผู้คนและสังคมจะเปลี่ยนไป โครงสร้างความสนใจนี้หมายถึง สิ่งที่คนสนใจจะขบคิด (what to think about)

- โครงสร้างสัญลักษณ์จะเปลี่ยนไป โครงสร้างสัญลักษณ์หมายถึง เครื่องมือที่คนจะใช้คิด (what to think with)

- ธรรมชาติของชุมชนจะเปลี่ยนไป ชุมชนจะเป็นอาณาบริเวณที่ความคิดจะพัฒนาขึ้นมา (area where thinking develops)

ตัวอย่างเช่น การเปรียบเทียบวัฒนธรรมที่ใช้สื่อด้านพื้นที่/วัฒนธรรมการเขียน และวัฒนธรรมที่ใช้สื่อด้านเวลา (วัฒนธรรมการพูด) จะมีลักษณะของมิติทั้ง 3 ที่กล่าวมาดังนี้

(ก) วัฒนธรรมที่ใช้สื่อด้านพื้นที่

- โครงสร้างความสนใจของผู้คนจะอยู่ที่เรื่องราวต่อไปนี้ ตัวอย่างเช่น บ้าน จัดสรร การเดินทาง การค้นพบ การเคลื่อนไหว การขยายตัว จักรวาล การควบคุมพื้นที่ เป็นต้น

- โครงสร้างสัญลักษณ์ จะเกี่ยวข้องกับฟิสิกส์ การเดินเรือ วิศวกรก่อสร้าง (civil engineer) ระบบราคาสิ่งของในที่ต่าง ๆ (ตลาดหุ้น) คณิตศาสตร์ ระบบข้าราชการ (การจัดพื้นที่ของผู้คน) วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ

- ธรรมชาติของชุมชน จากเรื่องสถานที่ (place) จะเปลี่ยนไปเป็นเรื่องพื้นที่ (space) ชุมชนจะสนใจเรื่องการเคลื่อนย้ายสถานที่ การก่อสร้าง และระยะทาง

(ข) วัฒนธรรมที่ใช้สื่อด้านเวลา

- **โครงสร้างความสนใจ**ของผู้คนจะอยู่ที่เรื่องเวลา ประวัติศาสตร์ ความต่อเนื่อง ความคงทนถาวร

- **โครงสร้างสัญลักษณ์** จะเป็นสัญญะที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมการพูด เกี่ยวกับปรัมปราคติ (myth) ของสังคม ศาสนา พิธีกรรม

- **ธรรมชาติชุมชน** จะสนใจการเกาะติดอยู่กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นเวลา

ยาวนาน ความผูกพันอันแน่นแฟ้นในชุมชน การมีประวัติศาสตร์ร่วมกัน

ในทุกวัฒนธรรมจะมีองค์ประกอบของสองวัฒนธรรมที่กล่าวมานี้ แต่ทว่าจะมีสัดส่วนมากน้อยแตกต่างกัน และมีความพยายามที่จะจัดการระบบวัฒนธรรมทั้งสองแบบให้มีแบบแผนต่าง ๆ นอกจากนั้น Innis ยังแสดงให้เห็นจากการศึกษาประวัติศาสตร์พัฒนาการของการสื่อสารว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมิติด้านเวลาหรือพื้นที่ของการสื่อสาร จะส่งผลกระทบถึงอีกมิติหนึ่ง และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างวิธีคิด ขอบเขตของความเป็นชาติ/กลุ่มชน/อาชีพ/ความเร็ว/การเคลื่อนย้าย/และอื่น ๆ ตามมา ดังตัวอย่างเช่น กรณีการอพยพของชาวยุโรปมายังทวีปอเมริกา Innis ได้แบ่งการสื่อสารออกเป็น 2 ด้านคือ ส่วนที่เกี่ยวกับการคมนาคม (Transportation) และการสื่อสาร (Communication) พัฒนาการของการสื่อสารทั้ง 2 ด้านนั้นดำเนินควบคู่กันมาโดยตลอด กล่าวคือ การอพยพของชาวยุโรปมายังทวีปใหม่นั้นมีความเป็นไปได้ ก็เนื่องมาจากการพัฒนาด้าน**การคมนาคม** อันได้แก่ การพัฒนาขีดความสามารถในการต่อเรือให้วิ่งได้เร็วและมีความทนทาน พร้อมกันนั้นก็ต้องมีการพัฒนาด้าน**การสื่อสาร**คือด้านการเขียนและการพิมพ์ไปพร้อม ๆ กัน

ก่อนหน้าที่จะมีการอพยพเดินทางขนานใหญ่นั้น แม้ว่าจะมีการเขียนเกิดขึ้นแล้ว แต่ทว่างานเขียนส่วนใหญ่ยังคงเป็นเรื่องราวของศาสนา (holy) และวรรณกรรม (literary) ทว่าเมื่อเริ่มมีการขยับขยายด้านพื้นที่ออกไปด้วยการสำรวจทางเรือ มิติของการเขียนจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงไป งานเขียนเริ่มถูกนำไปใช้ในเรื่องของบันทึกสงคราม การเก็บภาษี การเขียนบันทึกการเดินทาง การทหาร การนับจำนวนทาส การเก็บสถิติวัวควาย สัตว์เลี้ยง การบันทึกสถิติภัยพิบัติต่าง ๆ ฯลฯ กล่าวคือ งานเขียนเริ่มมีเนื้อหาทางโลก (secular) และเข้ามาเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ-การเมืองมากขึ้น ดังเช่นลักษณะของการเกิดหนังสือพิมพ์ในยุคแรก ๆ ก็เป็นเรื่องตารางการเข้า-ออกของเรือสินค้า

และเมื่อการเขียน (เป็นวัฒนธรรมการใช้สื่อด้านพื้นที่) ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเป็นรูปแบบการพิมพ์ ก็ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติอื่น ๆ ของสังคมตามมาอีกมากมายเช่น

- เกิดการรวมศูนย์ของความเป็นชาติ (Centrality of Nation) ซึ่งเป็นไปได้เนื่องจากการมีกฎหมายที่เป็นมาตรฐาน การเขียนที่เป็นมาตรฐาน ระบบการปกครองที่เป็นมาตรฐาน
- เกิดการกระจายตัวของพื้นที่การปกครอง (Decentralization) อันได้แก่ การปกครองสามารถแบ่งเป็นส่วน ๆ ได้ เช่น ในสมัยรัชกาลที่ 5 ของไทย หรือในระบบเศรษฐกิจห้างร้านต่าง ๆ สามารถไปตั้งสาขาในพื้นที่อื่น ๆ ได้
- H.J Chaytor (1966) เสนอแนวคิดว่า การพิมพ์ไม่ได้เป็นเพียงการเขียน

ด้วยเครื่องจักรเท่านั้น (mechanization of writing) หากทว่าการพิมพ์เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสไตล์การเขียนหนังสือ การสร้างความรู้สึก "เป็นเจ้าของผลงาน" (authorship) อันเป็นที่มาของแนวคิดเรื่องลิขสิทธิ์ ความรู้สึกเป็นชาติ รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างคำพูดกับความคิด (เนื่องจากตัวพิมพ์มีลักษณะเหมือนกันหมดและไม่ปรากฏภาพลักษณ์ของผู้เขียนเช่นที่ปรากฏในลายมือ)

(4.2.4) **มิติด้านการสื่อสารกับโครงสร้างอำนาจ**

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า แนวคิดที่เด่นที่สุดของ Innis คือการแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจในสังคมด้วยการศึกษาพัฒนาการที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ ตัวอย่างที่ใกล้ตัวที่สุดคือ เหตุการณ์ที่เกิดในโลกตะวันตกช่วง 2-3 ศตวรรษที่ผ่านมานี้เอง ในยุคก่อนหน้าการปฏิวัติในอเมริกา ระบบการสื่อสารโลกยังคงเป็นรูปแบบจักรวรรดินิยมอังกฤษกับบรรดาอาณานิคมของอังกฤษ รวมทั้งรัฐต่างๆ ในทวีปอเมริกาเหนือ ตัวอย่างเช่น ข่าวในหนังสือพิมพ์ของรัฐต่าง ๆ ในทวีปอเมริกาเหนือจะมาจากยุโรปเป็นส่วนใหญ่ เมืองต่างๆ ในสหรัฐจะถูกตัดขาดออกจากกัน และไปเชื่อมโยงกับเมืองหลวงของประเทศต่าง ๆ ในยุโรป โดยมีกรุงลอนดอนเป็นศูนย์กลางของข่าวสาร การที่ลอนดอนสามารถควบคุมเมืองต่าง ๆ ในทวีปอเมริกาได้นั้น ก็เนื่องจากความสามารถในการย่นระยะทางเดินเรือข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกได้นั่นเอง ทั้งระบบการคมนาคมและการสื่อสารจึงเป็นหัวใจของการควบคุมอำนาจที่มีเหนือพื้นที่ที่ไกลออกไป

แต่ทว่าหลังจากสงครามประกาศอิสรภาพของสหรัฐ (ค.ศ.1812) ได้เริ่มมีการปรับปรุงระบบการสื่อสาร/คมนาคมภายในทวีปอเมริกาเหนือเอง โดยเริ่มมีการรวมชาติระหว่างรัฐต่างๆ ที่อยู่ทางชีกฝั่งตะวันออกและตะวันตก นิวยอร์กเริ่มก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางแทนกรุงลอนดอนเนื่องจากการมีแม่น้ำและคลองต่าง ๆ เป็นเงื่อนไขสนับสนุน ในชั้นแรก การประสานพื้นที่ต่าง ๆ ให้ผนึกเข้ามาใกล้ชิดกันนั้นเริ่มจากด้านคมนาคม อันได้แก่ การเดินทางทางเรือ รถไฟ และถนน และในขั้นต่อมาก็เริ่มเป็นการพัฒนาด้านการสื่อสาร อันได้แก่ การวางสายโทรเลข โทรศัพท์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ การกระจายเสียง และเครื่องบิน พัฒนาการของการรวมชาติดังกล่าวนั้นได้ทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมของท้องถิ่นและภูมิภาคเพื่อแลกกับการ "สร้างวัฒนธรรมระดับชาติ" ขึ้นมา ร่องรอยดังกล่าวยังคงมองเห็นได้ชัดเจนจากรูปแบบข่าวสารและความบันเทิงที่จะมีลักษณะเป็นระดับชาติ โดยอาจจะมีลักษณะของท้องถิ่นเข้ามาเสริมเป็นครั้งคราว (ตัวอย่างเช่น เพลงลูกทุ่งของแต่ละภูมิภาค) ปรากฏการณ์การขยายตัวด้านพื้นที่โดยอาศัยการคมนาคมและการสื่อสารนี้มาเกิดขึ้นอีกครั้งในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง แต่ทว่าในครั้งนี้ได้

ขยายพื้นที่ออกไปจนกระทั่งถึงทั่วโลก ความจำเป็นในการขยายพื้นที่ด้านการสื่อสารและคมนาคมนั้นเป็นไปตามหลักเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยขนาด (Economic of scale) กล่าวคือ ยิ่งถ้าขยายพื้นที่ให้มากขึ้น ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยการผลิตก็จะลดลง

แต่ในอีกด้านหนึ่ง Innis ก็แสดงให้เห็นว่า ท่ามกลางการแผ่ขยายอำนาจควบคุมพื้นที่ดังกล่าวนี้ กระบวนการนี้มิได้ดำเนินไปอย่างราบรื่น หากทว่าฝ่ายที่ควบคุมจำต้องพบกับการต่อต้านจากวัฒนธรรมท้องถิ่นอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการพยายามเปลี่ยนระบบเวลาให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน หรือการใช้ระบบไปรษณีย์จากส่วนกลาง อย่างไรก็ตาม Innis ได้ให้ข้อสรุปในท้ายที่สุดว่า มีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นระหว่างการขยายพื้นที่ การคมนาคม/สื่อสาร และการใช้อำนาจควบคุม ในการศึกษาเรื่องโครงสร้างอำนาจและการสื่อสารจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องพื้นที่อย่างมาก ดังเช่น ในปัจจุบันนี้ สถาบันต่าง ๆ ของสังคมล้วนถูกเปลี่ยนแปลงให้ทำงานเกี่ยวกับเรื่อง "พื้นที่" ทั้งสิ้น เช่น เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยขนาด (Economy of scale) การวางผังเมือง การปกครองแบบแบ่งเขต การตลาด การกระจายเสียง ฯลฯ (สนใจกรณีของไทยโปรดดู รัตนา, 2541)

(4.3) การศึกษาเรื่องเวลา/สถานที่กับสื่อมวลชน:ทัศนะของสำนักสถานการณ์นิยม (Situationism)

นอกเหนือจากการศึกษาเรื่องเวลา/สถานที่จากทัศนะของกลุ่ม Medium Theorist แล้ว Meyrowitz (1985) ยังเสนอว่า เราอาจจะนำแนวคิดของกลุ่มสถานการณ์นิยม (Situationism) ที่มีนักวิชาการด้านสังคมวิทยาที่รู้จักกันดีคือ Erving Goffman (1963/1967) มาใช้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเวลา/พื้นที่กับสื่อมวลชนได้ กลุ่มสถานการณ์นิยมจัดเป็นกลุ่มย่อยของนักวิชาการด้านสังคมวิทยาที่อยู่ในสำนักปรากฏการณ์นิยมและปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) แนวทางการศึกษาของกลุ่มนี้จะสนใจหน่วยการวิเคราะห์ระดับจุลภาค (Micro level) ที่ว่าด้วย "ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล" (Interaction) อย่างไรก็ตาม ได้มีการประยุกต์เอาแนวคิดของกลุ่มสถานการณ์นิยมมาใช้กับการศึกษาสื่อมวลชนตามหัวข้อดังนี้คือ

(4.3.1) คำนิยามของคำว่า "สถานการณ์"

(4.3.2) แนวคิดเรื่อง "หน้าเวที" "หลังเวที"

(4.3.3) สื่อมวลชนกับแนวคิดเรื่อง "หน้า/หลังเวที"

(4.3.4) สื่อมวลชนกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในเรื่อง "เวลา/พื้นที่"

(4.3.5) บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างสมานฉันท์แบบจินตนาการ

(4.3.1) **คำนิยามของคำว่า "สถานการณ์"** (situation)

คำว่า "สถานการณ์" ในความหมายที่เป็นรูปธรรมที่สุดจะประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ ๆ ดังนี้คือ

- พื้นที่ (ที่ไหน)
- เวลา (เมื่อไหร่)
- ใคร (ผู้กระทำ)
- ทำอะไร (กิจกรรม)
- เกิดผลลัพธ์อะไร (เป้าหมาย/ผลที่เกิดขึ้น)

จากคุณลักษณะที่กล่าวมานี้จะเห็นว่า มิติด้านเวลาและพื้นที่จะเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของ "สถานการณ์" จากทัศนะพื้นฐานดังกล่าวนี้ สำนักสถานการณ์นิยมได้อธิบายว่ากิจกรรมของมนุษย์จะเป็นไปตามสถานการณ์ที่ถูกกำหนดด้วยกาละเทศะ เช่น การนั่งเงียบ ๆ (กิจกรรม) ในโบสถ์ (กาละเทศะ) จะเป็นเรื่องปกติ แต่หากเป็นการนั่งเงียบๆในระหว่างงานเลี้ยงอาหารค่ำ ก็จะกลายเป็นเรื่องผิดปกติผิดสถานการณ์ ดังนั้น "สถานการณ์" จึงมิใช่เรื่องการกระทำตามอำเภอใจหรือเป็นเรื่องส่วนตัวของบุคคล หากแต่เป็นเรื่องที่สังคมสร้างข้อตกลงในการยอมรับร่วมกัน ตัวอย่างเช่น การทำพิธีในคริสตศาสนาจะมีข้อตกลงว่าต้องเงียบ แต่ในการฟังพระสวดในพุทธศาสนา อาจจะคุยกันได้ เป็นต้น

"สถานการณ์" ตามการนิยามของสำนักสถานการณ์นิยมจึงประกอบด้วย

- บทบาท/กิจกรรมของแต่ละบุคคลที่จะกระทำไปตามบทบาทของตนเอง
- การให้คำนิยามว่า "กำลังเกิดอะไรขึ้นในขณะนั้น" ที่เรียกว่า "การนิยามสถานการณ์" (Definition of situation) เช่น เมื่อผู้ที่เป็นแขกโผล่หน้าเข้าไปในบ้าน และเห็นคนในบ้านกำลังร้องไห้อยู่ แขกก็ต้องนิยามว่า "มีเหตุการณ์ที่ไม่ดีเกิดขึ้น" เป็นต้น
- ในทุก ๆ สถานการณ์ จะต้องมี "การจัดลำดับวาระ (agenda) ว่าจะทำกิจกรรมอะไรก่อน/หลัง
- เมื่อบุคคลเปลี่ยนสถานการณ์ ก็จะเปลี่ยนแปลงบทบาทตามไปด้วยให้เข้ากับเวลาและสถานที่ การเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ การเปลี่ยนเครื่องแต่งกายรวมทั้งการเปลี่ยนบุคลิกภาพ สามีภรรยาที่อยู่ใน "สถานการณ์ที่บ้าน" จะมีบทบาทอย่างหนึ่ง คือเป็นสามีภรรยา แต่เมื่อเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่ทำงาน ก็ต้องเปลี่ยนบทบาทไปเป็น "เจ้านาย/ลูกน้อง" เป็นต้น
- นอกจาก "สถานการณ์" จะเป็นตัวเปลี่ยน "บทบาทของบุคคล" แล้ว "บุคคล" เองก็ยังสามารถจะเปลี่ยน "สถานการณ์" ได้ด้วย หากแต่อาจจะต้องค่อย ๆ กระทำอย่างค่อยเป็น

ค่อยไป ตัวอย่างเช่น เจ้านายที่เปลี่ยนบรรยากาศของที่ทำงานให้อบอุ่นเป็นกันเองเหมือนกับอยู่ภายในบ้าน เป็นต้น

- มีหลักการที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่าง "สถานการณ์" กับ "บทบาท" ว่า โดยทั่วไปแล้ว ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เรามักจะแสดง**บทบาท**ได้เพียงบทบาทเดียว และเป็นการยากที่จะเล่นหลาย ๆ บทบาทในสถานการณ์เดียว ตัวอย่างเช่น ผู้จัดการภัตตาคารจะพบว่าการไปนั่งกินอาหาร (ในบทบาทลูกค้า) ในภัตตาคารของตัวเองนั้นเป็นเรื่องยาก หรือหมอไม่อาจจะทำตัวพักผ่อนตามสบายได้หากว่ายังต้องอยู่ในบริเวณโรงพยาบาล เพราะ "ถ้าเป็นที่เก่า เวลาเดิม" ก็ยังต้อง "เล่นบทเดิมๆ" อยู่นั่นเอง (on their own time, own space, own role) เพราะฉะนั้น จะเป็นการง่ายกว่าถ้ามีการ "เปลี่ยนสถานการณ์" จะทำให้ "เปลี่ยนบทบาท" ได้ง่ายขึ้น (New situation, New behavior)

(4.3.2) แนวคิดเรื่อง "หน้าเวที" "หลังเวที"

จากแนวคิดเรื่อง "สถานการณ์" ที่เป็นเรื่องของสถานที่เฉพาะ/เวลาเฉพาะ/เกี่ยวข้องกับบุคคลเฉพาะๆ และมีกิจกรรมเฉพาะนั้น Goffman ได้นำแนวคิดเรื่อง "สถานการณ์" มาเปรียบเทียบกับ "การแสดงละคร" ที่มี "หน้าเวที" (On-Front stage) และ "หลังเวที" (Back stage) แต่ในขณะที่การแบ่ง "หน้าเวที" และ "หลังเวที" ในการแสดงละครนั้นจะใช้ลักษณะทางกายภาพเป็นตัวแบ่ง (Physical relation) ว่าพื้นที่ส่วนใดเป็น "หน้า" ส่วนใดเป็น "หลัง" หากทว่าในทางสังคมศาสตร์แล้ว Goffman เสนอว่า จะต้องใช้ "แบบแผนของข้อมูลข่าวสาร" (pattern of information) เป็นตัวแบ่ง

Goffman ยกตัวอย่างว่า ในภัตตาคารแห่งหนึ่ง สำหรับบริกรแล้ว บริเวณที่นั่งของลูกค้าจะเป็น "หน้าเวที" และบริเวณในห้องครัวจะเป็น "หลังเวที" แน่นอนว่า ในแต่ละพื้นที่นั้นจะต้องมี "บท" (Script) ให้บุคคลแสดงกิจกรรม ตัวอย่างเช่น ต่อหน้าแขก (หน้าเวที) บริการจะต้องนอบน้อมทุกอย่าง แต่เมื่อเดินเข้าไปในครัว (หลังเวที) ก็อาจจะด่าว่านินทาแขกต่าง ๆ นานา แต่สำหรับแขกในภัตตาคาร ถ้าหากเขาเดินเข้าไปในห้องครัว บริเวณห้องครัวก็จะกลายเป็น "หน้าเวที" สำหรับเขา เพราะเขาจะรู้ข้อมูลข่าวสารที่ห้องครัวน้อยกว่า หรือสำหรับผู้จัดการ บริเวณห้องครัวที่เคยเป็น "หลังเวที" สำหรับเขา แต่ถ้าเขาติด intercom หรือโทรทัศน์วงจรปิด บริเวณในห้องครัวก็จะกลายเป็น "หน้าเวที" ไป ตัวอย่างของพ่อแม่ที่โดยทางกายภาพแล้วกำลังอยู่ต่อหน้าลูก ๆ แต่ทว่าได้ใช้ภาษาพูดที่ลูก ๆ ไม่เข้าใจ ซึ่งทำให้บริเวณดังกล่าวกลายเป็น "หลังเวที" สำหรับเด็ก ๆ ไป เป็นต้น

นอกจากนั้น ในสาขาด้านจิตวิทยาสังคม Goffman ยังค้นพบความสัมพันธ์

ระหว่าง "พื้นที่" กับ "การสร้างความรู้สึกที่มีอัตลักษณ์ร่วมกัน/หรือความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน" กล่าวคือ ถ้าหากจับคนให้ไปอยู่รวมกันในที่แห่งหนึ่งในช่วงระยะเวลาที่แยกออกไปจาก "สถานการณ์ที่เคยชิน" การมีโอกาสได้ทำกิจกรรมร่วมกันภายในพื้นที่ร่วมกัน กล่าวคือ “มีสถานการณ์ร่วมกัน" จะทำให้เกิดความรู้สึก "พวกเรา" ขึ้นมา (together at a certain place, certain time create "weness feeling") บรรดาหนังพวกนักสืบสปายสายลับไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม จะมีเค้าโครงเรื่องที่คล้าย ๆ กัน คือพระเอกหนุ่มนางเอกสาว จะถูกมอบหมายให้ไปปฏิบัติภารกิจร่วมกัน จากการที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน หรือไม่ค่อยชอบหน้ากัน หลังจากผ่านพ้นสถานการณ์ร่วมกันแล้ว ก็จะเริ่มสนใจห่วงใย และรักกันในท้ายที่สุด หากนำประสบการณ์ดังกล่าวมาใช้กับสื่อมวลชนปัจจุบัน เราอาจจะคาดการณ์ได้ไหมว่า "การมามีสถานการณ์ร่วมกัน" โดยผ่านสื่อมวลชน (mass-mediate situation) เช่น การดูกีฬาฟุตบอลโลกร่วมกัน จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน เช่นเดียวกับ face-to-face situation

(4.3.3) "สื่อมวลชน" กับแนวคิดเรื่อง "หน้า/หลังเวที"

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า "การมีม่านกั้นเวที" ทำให้เกิดบริเวณ "หน้าและหลังเวที" ขึ้นมา ดังนั้น ถ้าเรารื้อกำแพงที่กั้นห้องต่าง ๆ ในบ้านออกหมด จนเหลือแต่พื้นที่โล่ง ๆ มองเห็นกันตลอด (transparency) ในสถานการณ์ดังกล่าว ก็เป็นการยากที่จะเปลี่ยนบทบาทไปตามสถานการณ์ในแต่ละห้อง (กิจกรรมในห้องน้ำจะลำบากที่สุด) เปรียบเทียบอุปมาอุปมัยกับการนำเอากล้องโทรทัศน์ไปถ่ายภาพต่าง ๆ ที่เคยถูกปิดกั้นด้วยระยะทางบ้าง ด้วยกำแพงบ้าง เช่น เมื่อมีการติดตั้งกล้องโทรทัศน์ในห้องประชุมรัฐสภา หรือการถ่ายทอดการทำพิธีศักดิ์สิทธิ์ที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่อง "ศาสนา" การที่ทุกอย่าง "มองเห็นอย่างทะลุปรุโปร่ง" ด้วยกล้องถ่ายภาพของสื่อมวลชนนั้น ทำให้หมดความเป็น "หน้า/หลังเวที" และเป็นการยากอย่างยิ่งที่จะแสดงบทบาทต่าง ๆ ตามกาละ/เทศะ กิจกรรมทั้งหมดจะย้ายจาก "หลังเวที" มาเป็น "หน้าเวที" ทั้งหมด เส้นกั้นระหว่างบริเวณส่วนตัว (private) และบริเวณส่วนรวม (public) เริ่มลางเลือนและจางหายไป ดังที่ Goffman ตั้งข้อสังเกตว่า ปัจจุบัน ประธานาธิบดีสหรัฐสามารถจะโชว์แผลผ่าตัด (ซึ่งควรจะเป็นสถานการณ์ส่วนตัว) ผ่านทางจอโทรทัศน์ (สถานการณ์ส่วนรวม) ราวกับคนดูเป็นเพื่อนสนิทของตนเอง เป็นต้น นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องพื้นที่กับสื่อมวลชนเองก็ตั้งข้อสังเกตว่า คนที่เติบโตมาในยุคที่มีโทรทัศน์จะสูญเสียลักษณะมารยาททางสังคม (etiquette) และการแสดงอากัปกิริยาโดยมีสำนึกเรื่องกาลเทศะ ทั้งนี้เนื่องจาก "ม่านกั้นเวที" ได้เลือนหายไป จึงเป็นเรื่องไม่น่าแปลกใจที่รายการสนทนาทางโทรทัศน์สามารถจะนำเอากางเกงชั้นในของดารามาถ่ายภาพระยะกระชั้นชิดได้อย่างไม่รู้สึกแปลกอะไร

(4.3.4) "สื่อมวลชน" กับผลกระทบที่เกิดขึ้นในเรื่อง "เวลาและพื้นที่"

Meyrowitz (1985) เสนอว่าในขณะที่ Goffman กล่าวถึง "สถานการณ์/ฉาก" (setting) ในแง่ "สถานที่" (place) นั้น ปัจจุบันเราอาจอุปมาอุปมัยได้ว่า "สื่อมวลชน" ได้ทำลายทั้งสถานการณ์ที่เป็นทางกายภาพ (สถานที่) และแม้แต่สถานการณ์ทางสังคมไปแล้ว (social situation) ตัวอย่างเช่น ปัจจุบัน คนอเมริกันบอกตัวเองได้ยากแล้ว มีภูมิลำเนาอยู่ที่ใด อันเป็นปรากฏการณ์ของ "คนไร้ราก" ที่มีอยู่ทั่วโลก เนื่องจาก “สถานการณ์/ฉากทางกายภาพ” ได้ถูกสื่อมวลชนแปลงให้เป็น "สถานการณ์/ฉากทางข้อมูลข่าวสาร" (ดังกรณีตัวอย่างเรื่องการติด intercom ที่ได้กล่าวมาข้างต้น) จอโทรทัศน์ทำหน้าที่เหมือนกับกำแพง/ม่านกั้นเวทีที่จะทำให้เหตุการณ์ต่าง ๆ กลายเป็น "หน้าหรือหลังเวที" ไปได้ Meyrowitz สรุปว่า เรากำลังอยู่ใน "วัฒนธรรมที่ปราศจากพื้นที่" (Placeless culture) เหมือนยุคพวกเร่ร่อน Nomad อีกครั้งหนึ่ง

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยน "ฉากทางกายภาพ" มาเป็น "ฉากข่าวสาร" ข้อมูลนี้มีอย่างมากมาย แต่เดิมนั้น คนแต่ละประเภท แต่ละอายุ แต่ละเพศ ฯลฯ จะมีประสบการณ์กับสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่นเด็ก ๆ จะอยู่ในห้องเรียน คนแก่อยู่ในวัด หนุ่มสาวอยู่ในดิสโกเธค ฯลฯ แม้ทว่าในโลกปัจจุบันที่มีโทรทัศน์ และคนส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับ "สถานการณ์ในจอโทรทัศน์" มากที่สุด โทรทัศน์ได้กวาดต้อนผู้คนจากหลายเพศ หลายอายุ ให้มาอยู่ใน "สถานการณ์/ฉากเดียวกัน" Meyrowitz ยืนยันว่า ผลกระทบของโทรทัศน์นั้น ไม่ใช่เรื่องของ "เนื้อหาสาร" หากแต่เป็น "สถานการณ์" ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องพื้นที่มากกว่า

ตัวอย่าง 3 ตัวอย่างที่ Meyrowitz ยกมาประกอบก็คือ (1) ช่องห่างระหว่างเด็ก/ผู้ใหญ่ (2) ผู้หญิง/ผู้ชาย (3) ผู้มีอำนาจ/ผู้น้อย จะเริ่มลางเลือนขึ้น ทุกวันนี้ เด็ก ๆ มีความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการบ้านการเมืองมากพอ ๆ กับผู้ใหญ่ แม้แต่เรื่องความรัก เรื่องเพศ เด็ก ๆ ก็เรียนรู้จากละครโทรทัศน์เท่าๆ กับผู้ใหญ่ การโฆษณาการใช้ผ้าอนามัย สารคดีชุดการคลอด ทำให้ผู้ชายที่ในชีวิตจริงไม่เคยต้องอยู่ใน "ฉาก" ดังกล่าวเลย ได้ล่วงรู้ถึงประสบการณ์ของผู้หญิง ข้อมูลที่เคยเป็นความลับของทางราชการถูกกล้องถ่ายโทรทัศน์ลักลอบถ่ายมาจนได้ (คงจำกรณีที่ ITV. ไปถ่ายการรีดไถของตำรวจบนท้องถนนได้) การที่ผู้รับสมัครเลือกตั้งต้องมาแถลงนโยบายหรือตอบคำถามสดๆ ของประชาชนที่โทรศัพท์มาในรายการโทรทัศน์ ก็ทำให้ช่องว่างระหว่างผู้มีอำนาจกับผู้น้อยแคบเข้ามา

กล่าวโดยสรุป ในยุคก่อนหน้าสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์ การมีสถานการณ์ร่วมกันนั้นต้องอาศัยการเดินทาง การเคลื่อนย้ายทางด้านกายภาพ แต่ทว่าในปัจจุบัน "สถานการณ์ทางกายภาพ" ได้ถูกเปลี่ยนมาเป็น "สถานการณ์ด้านข่าวสารข้อมูล" การถ่ายทอดสด

ตรงจากสถานที่เกิดเหตุการณ์โดยเห็นรายละเอียดทุกแง่ทุกมุม ทั้ง ๆ ที่ "ผู้ชม" ไม่ได้อยู่ร่วมในทางกายภาพกับเหตุการณ์นั้น แต่ผู้ชมโทรทัศน์ก็จะเอาใจช่วยคนที่อยู่ในเหตุการณ์ เช่นเดียวกับการเกิดรู้สึก "เป็นพวกเดียวกัน" ที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งหมดนี้ทำให้ต้องมีการปรับคำนิยาม (redefinition) คำว่า "ตำแหน่งทางสังคม" หรือ "สถานที่ทางสังคม" (Social Position/social place) ใหม่ทั้งหมด

(4.3.5) บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างสมานฉันท์แบบจินตนาการ (imagined community)

B. Anderson (1990) ในบทความชื่อ "Apprehension of Time" ได้แสดงให้เห็นว่า ในสังคมยุคใหม่ที่แนวคิดเรื่อง "ชาติ" (Nation) ได้ถูกประกอบสร้างขึ้นมาเพื่อให้เกิดความรู้สึกสมานฉันท์ในหมู่ผู้คน ซึ่งไม่อาจกระทำได้ด้วยการกั้นอาณาบริเวณของพื้นที่เท่านั้น (สิ่งที่จับต้องได้) หากทว่าความรู้สึกดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อต้องมีการสร้างภาพตัวแทน (representation) ในจินตนาการว่า กลุ่มคนดังกล่าวเป็นลูกหลานของอดีตร่วมกัน และมีชะตากรรมร่วมกัน (ความต่อเนื่องด้านกาลเวลา กระบวนการสร้างความรู้สึกสมานฉันท์ในจินตนาการดังกล่าวนั้นต้องอาศัย "ผลิตกรรมทางวัฒนธรรม" (cultural artefact) ที่เรียกว่า "สื่อมวลชน" (แต่ทว่าในแต่ละชาติก็อาจจะมีสไตล์การสร้างสรรค์แตกต่างกันไป)

กระบวนการสร้างจินตนาการดังกล่าวเริ่มเกิดขึ้นเมื่อความคิดเกี่ยวกับเรื่อง "เวลา" ของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในยุคกลางของยุโรป (ศตวรรษที่ 12) เวลาที่ผู้คนคิดถึงนั้นยังเป็น "เวลาแบบศาสนา" (Messaianist time) คือเวลาที่อดีต/ปัจจุบัน/อนาคตมาอยู่รวมกับในปัจจุบันทั้งหมด ดังตัวอย่างที่ยกมาแสดงให้เห็นว่า การวาดรูปเหตุการณ์พระเยซูถูกตรึงกางเขนและมีพระแม่มารีอาเดินตามไปดูนั้น ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในคริสตศตวรรษที่ 1 แต่ทว่าจิตรกรที่วาดภาพก็วาดโดยใช้ฉาก การแต่งกาย อากัปกิริยาของผู้คนในขณะนั้นเป็นตัวแบบโดยไม่มีความคำนึงว่าจะต้องถอยกลับไปใช้เหตุการณ์ในศตวรรษที่ 1 แต่อย่างใด คำศัพท์ที่ว่า "ในเวลาเดียวกัน" ของผู้คนในยุคนี้จึงไม่มีความหมายเท่าใดนัก เพราะทุกอย่างก็ "อยู่ในเวลาเดียวกันอยู่แล้ว" แต่หลังจากที่มีการค้นคิดนาฬิกาเกิดขึ้น ความคิดเกี่ยวกับเวลาของผู้คนได้แยกตัวออกมาเป็น "ความคิดเรื่องเวลาแบบทางโลก" (Secular time) เป็นเวลาทางกายภาพ (physical time) ตามเข็มนาฬิกา (clock time) ในยุคสมัยนี้ คำว่า "ในเวลาเดียวกัน" จึงเริ่มมีความหมายอย่างแท้จริงว่า "เป็นเวลาเดียวกันจริง ๆ ตามเข็มนาฬิกา"

B. Anderson ได้ยกตัวอย่างการสร้างสมานฉันท์หรือความเชื่อมโยงใน

จินตนาการโดยผ่านสื่อมวลชน โดยใช้กรณีตัวอย่างนวนิยายเรื่องหนึ่งที่มีตัวละครชาย A เป็นสามีของตัวละครหญิง B A กำลังเป็นชู้กับตัวละครหญิง C และ C มีคู่รักเป็นชาย D

เวลา	**ฉาก I**	**ฉาก II**	**ฉาก III**
	A ทะเลาะ กับ B	A โทรศัพท์หา C	D นั่งดื่มเหล้าที่บาร์
เหตุการณ์	C กับ D กำลังร่วมรักกัน	B ไปซื้อของในศูนย์การค้า	A กินอาหารกับ B ที่บ้าน
		D นั่งเล่นเกมไพ่	C กำลังนอนฝัน

จากตัวอย่าง เวลา/ฉาก/เหตุการณ์ที่ยกมาข้างต้นนี้ จะสังเกตได้ว่า ตัวละครชาย 2 ตัวก็คือ A กับ D และตัวละครหญิง 2 ตัวคือ B กับ C นั้นจะไม่เคยมีฉาก/เหตุการณ์ที่พบกันเลย แต่ทว่ามีอะไรเชื่อมโยงระหว่างตัวละคร 2 คู่นี้เล่า

B. Anderson ตอบว่า การเชื่อมโยงนั้น อาจเกิดขึ้นได้ 2 วิธีคือ

- ในฐานะที่เป็นคนในสังคมเดียวกัน ในชีวิตจริง ตัวละครทั้ง 4 ตัวอาจจะพบกันบนถนนในศูนย์การค้า หรือที่อื่น ๆ
- แต่ในลักษณะของนวนิยาย ตัวละครทั้ง 4 ตัวนั้น เชื่อมโยงอยู่ใน "จิตใจ/การรับรู้" ของคนอ่าน แม้ว่าตัวละครจริง ๆ จะไม่มีความสัมพันธ์พบปะหน้าตากัน แต่ทว่า "คนอ่าน" ที่มีสายตาเสมือน "พระเจ้า" ที่มองเห็นเหตุการณ์ทุกอย่าง และมองเห็น "สายสัมพันธ์เชื่อมโยง" ระหว่างตัวละครเหล่านี้ ผู้อ่านรับรู้ว่า "พวกเขาต่างอยู่ในเวลาเดียวกัน"

อุปมาอุปมัยเรื่องของนวนิยายที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นนี้ ก็เหมือนกับการสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์ คนไทยในปีพ.ศ.2540 นี้ ไม่เคยพบปะไม่เคยเห็นหน้าค่าตาของผู้คนในสมัยสุโขทัยหรืออยุธยา (เหมือนตัวละครทั้ง 4 ตัว) แต่คนไทยในปัจจุบันก็ยังแน่ใจว่า มีสุโขทัยอยู่อย่างแท้จริง และเกิดความรู้สึกผูกพันต่อเนื่องทางเวลา เหมือนกับความรู้สึกของคนอ่านนวนิยายที่มองเห็นสายเชื่อมโยงความสัมพันธ์และเกิดความรู้สึกต่อเนื่องทางเวลา Anderson สรุปว่าความรู้สึกผูกพันและต่อเนื่องด้านเวลาในจินตนาการนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งสื่อแต่ละแบบต่างก็มีสไตล์เฉพาะตัว เช่น

ในกรณีของนวนิยาย เนื่องจากนวนิยายเป็นสื่อที่ใช้ฉาก ใช้ตัวละคร ใช้คำพูดที่ร่วมสมัย (หรือแม้ไม่ "ร่วมสมัย" ก็ประกอบสร้าง "ให้ร่วมสมัยได้" เช่น คนอยุธยาก็เกล้าผมสูง แล้วฉีดสเปรย์ได้) ดังนั้น เมื่อมีฉากพรรณนาถึง "บ้านสีเขียวที่ตั้งอยู่บนถนนสาธร" ผู้อ่านก็จะเกิดสายสัมพันธ์เชื่อมโยงทันที เพราะตนเองรู้จักหรือเคยไปเดินอยู่บริเวณนั้น หากลองวิเคราะห์ดูนวนิยายที่เป็นเรื่องความรู้สึกรักชาติโดยเฉพาะ เช่น คู่กรรม หรือกาเหว่าที่บางเพลง จะพบว่าเป็นนวนิยาย

ที่ "พูดกับ" (address) ผู้อ่านอย่างตรงใจ ทำให้ต่อสายสัมพันธ์เชื่อมโยงได้ทันที

ส่วนในกรณีของหนังสือพิมพ์นั้น บนหน้าข่าวของหนังสือพิมพ์จะมีเหตุการณ์จากพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ความอดอยากในทวีปแอฟริกา/ปฏิวัติในอิหร่าน/ประกวดนางงามจักรวาลใน ไมอามี/...../แต่ทั้งๆ ที่เป็นเหตุการณ์ที่ขึ้น**คนละพื้นที่** แต่ทว่า คนอ่านก็รับรู้ว่านี่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใน**เวลาเดียวกัน**เนื่องจากการมีวันที่ระบุอย่างชัดเจนบนหน้าหนังสือพิมพ์ (และผู้อ่านได้เรียนรู้รหัสดังกล่าวแล้ว) นอกจากนั้น คนอ่านยังเรียนรู้รหัสเกี่ยวกับการปรากฏตัว (presence) และการหายไป (absence) ว่า แม้จะไม่มีข่าวความอดอยากในทวีปแอฟริกาปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า แม้ตัวละครตัวนี้จะหายไปแล้วจากสายตาคนอ่าน (จากหน้าหนังสือพิมพ์) แต่ทว่าตัวละครและกิจกรรมนั้นจะยังคงอยู่ (ในโลก) และอาจจะย้อนกลับมาปรากฏตัวอีกในวันใดวันหนึ่ง สื่อมวลชนได้วางพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการรับรู้เวลาและสถานที่อย่างมีความเชื่อมโยงกันทางจินตนาการของเรา (เราจะสังเกตเห็นว่าเด็ก ๆ ที่ยังไม่ได้เรียนรู้รหัสดังกล่าว จะมีความสับสนในเรื่องความเชื่อมโยงดังกล่าว) ความรู้สึกเรื่อง "ชาติ" ที่เป็นชุมชนในจินตนาการก็ได้รับการสร้างความเชื่อมโยงด้านเวลาและพื้นที่ขึ้นมาในลักษณะเดียวกัน ดังนั้น ปัจจุบันนี้ หนังสือพิมพ์และข่าวโทรทัศน์จึงทำหน้าที่เสมือนการสวดมนต์ตอนเช้า ที่เชื่อมโยงอดีตเข้ากับปัจจุบัน โดยให้ความมั่นใจแก่ผู้อ่าน/ผู้ชมว่า ไม่ว่าเวลา/สถานที่ของผู้ชม-ผู้อ่านจะอยู่ที่ไหน "โลกในจินตนาการ" (imagine world) จะยังคงมีราก (root) ที่ปักอยู่ในชีวิตประจำวันของเราอยู่เสมอ

5. มิติด้านเวลาและพื้นที่ในสื่อ

ในการศึกษาสื่อมวลชนโดยทั่วไปนั้น เรามักจะให้ความสนใจกับรูปแบบและเนื้อหา (form and content) ของสื่อ หากทว่าในการศึกษาเรื่องมิติด้านเวลาและพื้นที่ในสื่อนั้น เราจะต้องพิจารณาสิ่งที่เรียกว่า "เทคโนโลยีทางวัฒนธรรม" (cultural technology) ซึ่งก็คือมิติเวลา/พื้นที่ของสื่อนั่นเอง ที่สามารถไปกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของสื่อ รวมทั้งยังส่งผลไปถึงการก่อรูปของอัตวิสัย (subjectivity) ของบุคคล และทำหน้าที่ผลิตและผลิตซ้ำความสัมพันธ์ทางสังคมได้เช่นเดียวกับสถาบันสังคมอื่น ๆ ตัวอย่างของเทคโนโลยีทางวัฒนธรรมของสื่อก็เช่น การดูภาพยนตร์ S. Heath (1990) สรุปว่า เทคโนโลยีทางวัฒนธรรมของหนังนั้น จะมีการฉายภาพเป็นกรอบ ๆ บนจอขนาดใหญ่ ให้ความรู้สึกสมจริง ส่วนคนดูให้นั่งอยู่กับที่ โดยมีระยะห่างที่แน่นอนระหว่างภาพกับคนดู มีการปิดไฟด้านคนดู เปิดไฟเฉพาะบนจอ และช่วงความยาวของระยะเวลาที่ฉายก็ถูกกำหนดเอาไว้อย่างแน่นอน มิติเวลาและพื้นที่ของหนังที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ทำหน้าที่เป็น

ตัวกำกับความปรารถนาของผู้คน (social regulation of desire) เช่น ทำให้ต้องนั่งดู ห้ามยืนหรือนอนหรือเดินไปมา ต้องให้ความสนใจในช่วงเวลา 2-3 ชั่วโมง ฯลฯ เป็นต้น ในทางตรงกันข้าม โทรทัศน์เป็นสื่อจอเล็ก คนดูสามารถเคลื่อนไหวจัดระยะห่างไปมาเองได้ตามใจชอบ ในโทรทัศน์มีเรื่องราวทุกอย่างราวกับเป็น "ตลาดข่าวสารข้อมูลความบันเทิงของคนในสังคม" เรื่องราวในจอโทรทัศน์นั้น **ภาพลักษณ์**จะสำคัญกว่า**วิธีการเล่าเรื่อง** สุนทรียะด้านความบันเทิงจะเป็นหลัก และจะไม่มีอะไรลึกซึ้งเกินไปกว่าที่ปรากฏในจออีกแล้ว (No self beyond appearance) เวลาและพื้นที่ในจอโทรทัศน์จะหล่อหลอมผู้คนสมัยใหม่ให้มีลักษณะสนใจสิ่งที่ปรากฏออกมาในพื้นผิว (euphoric) ความสนใจแตกกระจายออกไปในหลาย ๆ เรื่อง และไม่ปะติดปะต่อกัน เหมือนกับรายการต่าง ๆ ในจอโทรทัศน์นั่นเอง (ดูโทรทัศน์นาน ๆ ก็กลายเป็น "โทรทัศน์" ไปเสียเอง)

(5.1) มิติด้านพื้นที่ของสื่อโทรทัศน์

R. Williams (1990) เสนอว่า มีแนวคิดต่อเรื่องบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อสังคมอยู่ 2 แนวคิดคือ

(i) Technology Determinism คือแนวคิดที่เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านอื่น ๆ ของบุคคลและสังคมอัน ได้แก่ทัศนะของสำนักโตรอนโต เป็นต้น

(ii) Symptomatic Technology แนวคิดนี้ยังคงเชื่อในอิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสารอยู่ หากทว่าได้ลดความสำคัญลงมา โดยเห็นว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารก็ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ

R. Williams เสนอว่า เขาไม่เห็นด้วยกับแนวคิดทั้งสองนี้ เนื่องจากทั้ง 2 แนวคิดยังคงพิจารณาว่า "สื่อ" เป็นสาเหตุ (cause) และ "สังคม" เป็นผลลัพธ์ (result/effect) โดยที่ Williams เห็นว่า การอธิบายแบบสาเหตุ/ผลลัพธ์ดังกล่าว (Causal) มีจุดอ่อนอยู่หลายประการ

R. Williams เสนอว่า เราจะต้องแยกขั้นตอนระหว่าง "การค้นคิดเทคโนโลยี" (invention) กับ "การนำเทคโนโลยีมาใช้" (use) ออกจากกัน ในกรณีของสื่อโทรทัศน์นั้น การค้นคิดและการค้นพบเทคโนโลยีอาจจะเป็นเรื่องบังเอิญ และเป็นความสนใจของนักวิทยาศาสตร์แต่ละท่าน แต่ทว่าในขั้นตอนของการนำมาใช้นั้นเป็นเรื่อง "สังคม" อย่างแน่นอน

ในการวิเคราะห์ขั้นตอนของการค้นคิดเทคโนโลยีนั้น Williams เสนอว่า เราจะมองการค้นคว้าเรื่องของโทรทัศน์อย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ หากแต่จะต้องพิจารณางานค้นคว้าทดลองดังกล่าวได้สืบทอดมาจากเทคโนโลยีอื่นๆ อยู่แล้ว (และแน่นอนว่า ย่อมมีการคาดการณ์ล่วงหน้าจากผลการใช้เทคโนโลยีชนิดที่มีมาล่วงหน้า เช่น วิทยุ)

ขั้นตอนของการเลือกนำโทรทัศน์มาใช้นั้นเกิดจาก**ความต้องการ**ของสังคมในขณะนั้น ในยุคที่เกิดสื่อโทรทัศน์ สังคมสมัยใหม่มีขนาดกว้างขวางใหญ่โต แต่ประชากรอยู่กันอย่างกระจัดกระจายตามแบบลักษณะของเมือง ดังนั้น ความต้องการประการหนึ่งของสังคมก็คือ ต้องใช้สื่อที่สามารถรวบรวมผู้คนที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ให้มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นี่เป็นเป้าหมายทางการเมืองที่ต้องการจะบริหารจัดการสังคมเมืองขนาดใหญ่ ๆ ด้วยเหตุนี้ ระบบการผลิตของโทรทัศน์จึงมีลักษณะรวมศูนย์อย่างมาก (centralized) ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารหรือความบันเทิงก็ตาม

แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ก็มีความต้องการของระบบทุนนิยมที่ต้องการจะแสวงหาผลกำไรจากสื่อชนิดใหม่นี้ การแสวงหาผลกำไรที่ดีที่สุดก็คือ ต้องทำให้หน่วยการบริโภคสื่อโทรทัศน์เป็นหน่วยปัจเจกบุคคลหรือหน่วยครอบครัวเพื่อการขายเครื่องรับให้ได้มากที่สุด ด้วยเหตุนี้โทรทัศน์จึงกลายเป็น "เครื่องจักรภายในบ้าน" (Machine for home) จากความต้องการทั้งสองด้านจึงทำให้โฉมหน้าของระบบสื่อโทรทัศน์มีการรวมศูนย์ในฝ่ายผู้ผลิต/ผู้ส่ง แต่มีการกระจายตัวในฝ่ายผู้รับเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม และหากเป็นสังคมอื่นๆ ที่มีความต้องการแตกต่างออกไปโฉมหน้าของระบบสื่อโทรทัศน์ก็จะเปลี่ยนแปลงไป ตัวอย่างเช่นในเยอรมันช่วงนาซีเรืองอำนาจ มีการรวมศูนย์ทั้งด้านผู้ผลิตและในด้านผู้รับก็เป็นแบบรวมกลุ่มกัน (public use) รวมทั้งเป็นการบังคับให้ต้องเปิดรับสื่อด้วย

ในขั้นตอนของการใช้เทคโนโลยีนั้น ยิ่งจำเป็นต้องวิเคราะห์เงื่อนไขที่ทำให้ขั้นตอนดังกล่าวเกิดขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น การจัดรูปแบบการบริโภคสื่อโทรทัศน์ให้เป็นแบบกระจายตัวนั้น มีเงื่อนไขที่เกิดขึ้นล่วงหน้ามาก่อนนั้น (precondition) ดังได้กล่าวมาบ้างแล้วในบทต้น ๆ คือ มีการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน (เช่น จักรเย็บผ้า วิทยุ หลอดไฟฟ้า เตารีด ฯลฯ) เพื่อให้ "บ้าน" แต่ละหลังสามารถอยู่ได้ตามลำพังส่วนตัว (self-sufficient, privatized home) ทำให้ "บ้าน" แยกตัวออกจากชุมชนหรือโลกภายนอกได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีเทคโนโลยีสำหรับเชื่อมต่อระหว่าง "บ้าน" กับ "โลกภายนอก" เช่น รถยนต์ ไปรษณีย์ โทรเลข ฯลฯ หากปราศจากเงื่อนไขรองรับดังกล่าวนั้น การนำสื่อโทรทัศน์มาใช้ในรูปแบบดังกล่าวย่อมเป็นไปไม่ได้

(5.2) มิติด้านเวลาของสื่อโทรทัศน์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ก่อนหน้าศตวรรษที่ 19 นั้น วัฒนธรรมหลักของสังคมยังเป็นวัฒนธรรมการพูดอยู่ (oral tradition) จนกระทั่งล่วงเข้าสู่ศตวรรษที่ 19 วัฒนธรรมการเขียนจึงได้ก้าวเข้ามาเป็นวัฒนธรรมหลักโดยมีสื่อมวลชนเช่นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นกลไกที่สำคัญ ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมการเขียนคือการใส่รหัสในรูปของตัวอักษรและเป็นการใช้เหตุผลเป็นสำคัญ (logic,

rational) วัฒนธรรมหลักในรูปการเขียนนี้ได้เปลี่ยนแปลงเวลาที่เคยถูกผูกติดอยู่กับกิจกรรมให้กลายมาเป็น "เวลาตามเข็มนาฬิกา" (clock culture) ตัวอย่างเช่น การลงวันที่ของหนังสือพิมพ์ได้ทำให้คนเกิดสำนึกเรื่องวัน/เดือน/ปีเป็นอย่างมาก เวลาตามนาฬิกาแพร่หลายในการเขียนทุก ๆ อย่างดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

แต่เมื่อล่วงเข้าสู่กลางศตวรรษที่ 20 เมื่อเกิดสื่อโทรทัศน์ขึ้น วัฒนธรรมหลักในด้านการสื่อสารของสังคมก็ได้แปรรูปเป็น "วัฒนธรรมของภาพและสุนทรียะทางอารมณ์" (visual & aesthetic culture) เวลาตามเข็มนาฬิกาได้แปรรูปอีกครั้งหนึ่งมาเป็น "เวลาแบบสำเร็จรูป" (instantaneous time) กล่าวคือ โทรทัศน์จะนำเอาเวลาทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นอดีต/ปัจจุบัน/อนาคต หรือเหตุการณ์จากดินแดนต่าง ๆ ที่อยู่คนละช่วงเวลา ทุกอย่างในที่ ๆ เวลาแตกต่างกันจะถูกนำมารวมกันในช่วงเวลาสั้น ๆ ของโทรทัศน์ที่เรียกว่าเป็น "วัฒนธรรมแบบสามนาที" (three-minute culture) และเพียงแค่กดปุ่มเท่านั้น เวลาทั้งหมดก็จะเลื่อนไหลเข้ามาสู่ "เวลาในชีวิตประจำวันของผู้ชม"

หากลองเปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ สถานที่ต่าง ๆ ที่ถูกนำมาอัดรวมอยู่ในกระป๋องโทรทัศน์ (time-space compression) เราก็จะพบว่าการมารวมกันนั้นเป็นแบบหัวมันฝรั่งที่อยู่ในถุงเดียวกันกล่าวคือไม่มีการเชื่อมร้อยต่อโยงกันแต่อย่างใด (ลองเปิดรายการข่าวดูจะเห็นได้ชัดเจนว่า เริ่มตั้งแต่ข่าวยิงกันตายในปาเลสไตน์ ต่อด้วยข่าวหมีแพนด้าออกลูก ตามด้วยข่าวอุบัติเหตุเครื่องบินตก ฯลฯ) ความสนใจของผู้ชมจึงกระโดดจาก "ช่วงเวลาหนึ่ง" ไปยัง "อีกช่วงเวลาหนึ่ง" ด้วยระยะเวลาสั้น ๆ เพียงไม่กี่นาทีหรือไม่กี่ชั่วโมง มิติด้านเวลาของโทรทัศน์เช่นนี้จะมีผลระยะยาวในการหล่อหลอม "มิติการรับรู้เวลา (ทางสังคม)" ของบุคคล กล่าวคือ คนที่ดูโทรทัศน์มาก ๆ จะมีช่วงความสนใจสั้น ๆ ไม่มีการติดตามเรื่องราวเดียวอย่างต่อเนื่องยาวนาน และสามารถอยู่กับเรื่องราวแบบคนละเรื่องเดียวกันได้โดยไม่รู้สึกขัดแย้ง คนที่ดูโทรทัศน์มาก ๆ จึงจะหันกลับไปทำกิจกรรมที่ต้องการช่วงเวลายาว ๆ เช่น การอ่านหนังสือที่มีเรื่องราวซับซ้อนไม่ได้ นอกจากนั้นเนื่องจากการดูโทรทัศน์เป็นช่วงเวลาส่วนตัว ดังนั้น ผู้ชมแต่ละคนก็จะเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะบางช่วงเวลา เลือกเก็บซ้ำบางช่วงเวลา เลือกแยกแยะ ฯลฯ ตามแบบฉบับของตัวเอง ลักษณะปัจเจกจึงมีอย่างสูง

บทที่ 1
การสำรวจความหมายของคำที่เกี่ยวข้อง

ภาษาอังกฤษ

Adorno. T. & Horkheimer. M (1995).

"Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (eds)., **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Agger, B. (1992).

Cultural Studies as Critical Theory. London: The Falmer Press.

Alassuutari, P. (1993).

Researching Culture. London: Sage Publications.

Barker Chris, (2000).

Cultural Studies: Theory and Practice. London: Sage Publications.

Benjamin, W. (1977).

"The Work of Art in an Age of Mechanical Reproduction", in J. Curran et al., **Mass Communication and Society**. London: Edward Arnold.

Bennett, T. (1998).

Culture : A Reformer Science. London: Sage Publications.

Blumler, H. (1939).

"The Mass, the Public and Public Opinion", in A.M. Lee (ed), **New Outlines of the Principle of Sociology**. New York: Barnes and Noble.

Bourdieu, P. (1973).

Outline of Theory of Practice. Cambridge: Cambridge University Press.

Boyd-Barrett, O. & Newbold, C. (1991).

Approaches to Media. London: Edward Arnold.

Carey, J. (1992).

Communication as Culture. London: Routledge.

Carey, J. (1995).

"Mass Communication and Cultural Studies" in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (ed) **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Cranny-Francis, A. (1994).

Popular Culture. Victoria, Australia: Deakin University Press.

Derrida, J. (1975).

"Différance" in A. Easthope & K. McGowan (eds), **A Critical and Cultural Theory Reader (1992)**. Buckingham: Open University Press.

Fiske, J. (1989).

Understanding Popular Culture. Boston: Unwin Hyman.

Harvey, D. (1989).

The Condition of Postmodernity. Oxford: Basil Blackwell.

Hinviman, Somsuk (1999).

"Journey to Modern Thailand: Westernisation, Television Advertising and Tensions in Everyday Life", Unpublished D. Phil Thesis, University of Sussex at Brighton.

Gans, H. (1974).

Popular Culture and High Culture. New York: Basic Book.

Gerbner, G. (1967).

"Mass Communication and Human Communication Theory". in F.E.X. Dance (ed) **Human Communication Theory**. New York: Holt, Rinehart and Winston.

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

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

Jenks, C. (1993).

Culture. London: Routledge.

Lasswell, H. (1948).

"The Structure and Function of Communication in Society" in L. Bryson (ed), **The Communication of Ideas**. New York: Harper.

Lewis, G. (1992).

"Who do you love?" in J. Lull (ed), **Popular Music and Communication**. London: Sage Publications.

Lull, J. (1999).

"Media, Communication, Culture. New York: Columbia University Press.

McGuigan, J. (1997).

Cultural Methodologies. London: Sage Publications.

McQuail, D. (1987).

Mass Communication Theory (2nd. ed.)**.** London: Sage Publications.

Mills, C.W (1956).

The Power Elite. New York: Oxford University Press.

Radway J. (1984).

Reading the Romance. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

S**C**hirato, T. & Yell, S. (2000).

Communication and Culture. London: Sage Publications.

Shils, E. (1995).

"Mass Society and Its Culture"**,** in O. Boyd-Barrett & C. Newbold **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Storey, J. (ed) (1996).

What is Cultural Studies. London: Edward Arnold.

Storey, J. (1996).

Cultural Studies and the Study of Popular Culture. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Strinati, D. (1995).

Popular Culture. London: Routledge.

Swingewood, A. (1977).

The Myth of Mass Culture. London: Macmillan.

Thompson, J.B. (1995).

"Mass Communication and Modern Culture", in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (eds), **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Volosinov, V.N. (1973).

Marxism and the Philosophy of Language. London: Seminar Press.

Williams, R. (1974).

Television, Technology and Cultural Form. London: Fontana.

Williams, R. (1976).

Keywords: A. Vocabulary of Culture and Society. London: Fontana.

Williams, R. (1994).

"The Analysis of Culture" in J. Storey. **Cultural Theory and Popular Culture**. Brighton: Harvester.

ภาษาไทย

กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ (2541).

"การโฆษณาที่อยู่อาศัย บทวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง" ใน**วิกฤติสื่อมวลชน** โครงการวิถีทรรศน์, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

กาญจนา แก้วเทพ (2530 ก.).

"นานาความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม", **ศิลปวัฒนธรรม** ปีที่ 8:3 (ม.ค. 2530).

กาญจนา แก้วเทพ (2530 ข.).

"สังคมมวลชน วัฒนธรรมมวลชน และการสื่อสารมวลชน", **วารสารนิเทศศาสตร์** เทอมปลาย ปี 2529, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2538).

การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.

กาญจนา แก้วเทพ (2541).

สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรงค์ศักดิ์ อัศวสกุลไกร (2541).

"การวิเคราะห์เนื้อหาโฆษณาสุราทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐพรรณ ศรีมุข (2541).

"การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุลีมาน นฤมล (2531).

นางงามตู้กระจก: การศึกษากระบวนการกลายเป็นหมอนวดไทย สถาบันไทยคดีศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สกลกานต์ อินทรไทร (2539).

"การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มเด็กปั๊มในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิญญา ศรีรัตนสมบุญ (2534).

"การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ชุด "คู่กรรม" ในการถ่ายทอดความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 2
พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ภาษาอังกฤษ

Carey. J.W. (1989).

Communication as Culture. London: Routledge.

Chartier, R. (1989).

"Texts, Printing and Reading", in Lynn Hunt (ed) **The New Cultural History**. Berkeley: University of California Press.

Chartier, R. (ed) (1989).

The Culture of Print. Cambridge: P**O**lity Press.

DeFleur, M.L. & Ball-Rokeach, S. (1989).

Theories of Mass Communication (5th ed.). New York: Longman.

Dominick. J.R. (1999).

The Dynamics of Mass Communication (6th ed.). New York: McGraw-Hill.

Eisenstein. E. (1978).

The Printing Press as an Agent of Change (2 vols). New York: Cambridge University Press.

Griffin. E. (1991).

A First Look at Communication Theory. New York: McGraw-Hill.

Grossberg L. et al (1998).

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

Halmos (ed) (1970).

Media Sociology. London: Constable.

Innis, H. (1950).

Empire and Communication. Oxford: Clarendon Press.

Leymore V.L. (1975).

Hidden Myth. London: Heinemann Educational Books.

McLuhan, M. (1962).

The Gutenberg Galaxy. Toronto: Toronto University Press.

McLuhan, M. (1964).

Understanding Media. New York: McGraw-Hill.

Ong, W.J. (1982).

Orality and Literacy: the Technologizing of the Word. London: Methuen.

Silverstone, R. (1981).

The Message of Television. London: Heineman Educational Books.

Smythe, D.W (1977).

"Communications: Blindspot of Western Marxism", **Canadian Journal of Political and Social Theory**: 1. (1977).

Williams, R. (1965).

The Long Revolution. Harmonsworth: Penguin.

Williams, R. (1973).

"Base and Superstructure in Marxist Cultural Theory", **New Left Review**. 82.

Williams, R. (1974).

Television: Technology and Cultural Form. London: Fontana.

Wilson, S.L. & Wilson, J.R. (1998).

Mass Media, Mass Culture. (4th ed.), New York: McGraw-Hill.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2539).

"ความหมายและนัยยะสำคัญของสังคมสารสนเทศ" ใน กาญจนา แก้วเทพ, **สื่อส่องวัฒนธรรม** มูลนิธิภูมิปัญญา, กรุงเทพมหานคร.

กาญจนา แก้วเทพ (2541).

การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฆัสรา ขมะวรรณ (2539).

"เทคโนโลยีและการบริหารงานด้านการสื่อสารในยุคสังคมข่าวสาร", **วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์** ปีที่ 18:1 (ก.ค.-ธ.ค. 2539): สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

บทที่ 3
ภาพรวมของสำนักคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาของสื่อ

ภาษาอังกฤษ

Adorno, T. (1991).

The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture. London:

Routledge.

Agger, B. (1992).

Cultural Studies and Critical Theory. London: The Falmer Press.

Allen, R.C. (1992).

Channels of Discourse: Reassembled. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

Althusser, L. (1971).

Lenin and Philosophy and Other Essays. London: Monthly Review Press.

Althusser, L. (1984).

Essays on Ideology. London: Verso.

Arnold, M. (1960).

Culture and Anarchy. London: Cambridge University Press.

Arnold, M. (1960).

Essays, Letters and Reviews. Cambridge: Harvard University Press.

Barker, Chris (1999).

Television, Globalization and Cultural Identities. Philadelphia: Open University Press.

Barthes, R. (1972).

Mythologies. London: Jonathan Cape.

Boyd-Barrett, O. (1995).

"The Political Economy Approach" in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (eds.), **Approaches to Media.** London: Edward Arnold.

Boyd-Barrett, O. (1995)

"Early Theories in Media Research" in **Approaches to Media.** London: Edward Arnold.

Casmir, F.L (ed) (1994).

Building Communication Theories: a Socio-cultural Approach. NJ: Lawrence Erlbaum Associates (LEA.).

Cranny-Francis, A. (1994).

Popular Culture. Victoria, Australia: Deakin University Press.

Deetz, S. (1973).

"Words Without Things: Towards a Social Phenomenology of Language", **Quarterly Journal of Speech** 59 (1973): 40-51.

DeFluer, M. & Ball-Rokeach, S. (1989).

Theories of Mass Communication (5th ed.) New York: Longman.

During, S. (ed) (1993).

The Cultural Studies Reader. London: Routledge.

Eco, U. (1977).

A Theory of Semiology. London: Macmillan.

Foucault, M. (1978).

The History of Sexuality (vol I)**.** New York: Pantheon.

_____ . (1980).

Power and Knowledge. New York: Pantheon.

_____. (1988).

Politics, Philosophy, Culture. London: Routledge.

Golding, P & Murdock, A. (eds) (1991).

The Political Economy of Media (vol I)**.** Chaltenham: Edward Elgar.

Gramsci, A. (1985).

Selections from Cultural Writings. D. Forgacs and G. Nowell-Smith (eds). London: Lawrence and Wishart.

Grossberg, L. et al (1998).

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

Habermas, J. (1989).

The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: MIT Press.

Halloran, J. D. (1995).

"The Context of Mass Communications Research"**,** in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (ed), **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Hebdige, D. (1979).

Subculture: The Meaning of Style. London: Methuen.

Jenks, C. (1993).

Culture. London: Routledge.

Kellner, D. (1989).

Critical Theory and Society. London: Routledge.

Leavis, F.R. (1979).

English Literature in Our Time and the University. Cambridge: Cambridge University Press.

Lefebvre, H. (1991).

Critique of Everyday Life vol 1**,** London: Verso.

Lévi-Strauss, C. (1973).

Structural Anthropology. London: Allen Lane.

Littlejohn, S.W. (1992).

Theories of Human Communication. (4th ed), CA: Wadsworth Publishing Company.

Lull, J. (1995).

Media, Communication, Culture. New York: Columbia University Press.

Macherey P. (1978).

A Theory of Literary Production. London: Routledge & Kegan Paul.

Metz, C. (1974).

Film Language. New York: Oxford University Press.

Mosco, V. (1995).

"The Political Economy Tradition of Communication Research", Centre for Mass Communications Research, University of Leicester.

O' Brien, P. (1989).

"M. Foucault's History of Culture", in L. Hunt, **The New Cultural History**. Berkeley: University of California Press.

O' Cornor, A. (ed)(1989).

Raymond Williams on Television. London: Routledge.

Saussure, F. de (1959).

Course in General Linguistics. New York: McGraw-Hill.

Schiller, H. I. (1969).

Mass Communications and American Empire. New York: A.M. Kelly.

Silverstone, R. (1981).

The Message of Television. London: Heinemann Educational Book.

Storey, J. (1993).

Cultural Theory and Popular Culture. Brighton: Harvester.

Storey, J. (1996).

Cultural Study and the Study of Popular Culture. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Strinati, D. (1995).

Popular Culture. London: Routledge.

Strinati, D. (1997).

"Post Modern and Popular Culture", in T. O' Sullivan & Fewkes, Y. (eds), **The Media Studies Reader**. London: Edward Arnold.

Williamson, J. (1978).

Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising. London: Marion Boyars.

Williams, R. (1981).

Culture. London: Fontana.

Williams R. (1994).

"The Analysis of Culture" in J. Storey, **Cultural Theory and Popular Culture**. Brighton: Harvester.

Wright, C.K. (1964).

"Functional Analysis in Mass Communication" in L.A. Dexter & D.M. White (eds), **People, Society and MaSS Communication**. New York: The Free Press.

Wright W. (1975).

Six GunS and Society: a Structural Study of the Western. Berkeley: University of California Press.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2526).

"ลัทธิมาร์กซ์ของกรัมชี" **วารสารธรรมศาสตร์**. 12:2 (มิ.ย. 2526).

กาญจนา แก้วเทพ (2527).

"พัฒนาการทางความคิดมาร์กซิสต์ในศตวรรษที่ 20: สำนักแฟรงเฟิร์ต" **วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง**, ปีที่ 4:1 (ก.ย. 2527), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2528).

วิพากษ์ลัทธิมาร์กซ์: กลุ่มซ้ายใหม่ในฝรั่งเศส สำนักพิมพ์ผลึก, กรุงเทพมหานคร.

กาญจนา แก้วเทพ (2529).

หลุยส์ อัลธูแซร์: อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ สถาบันวิจัยสังคม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2543).

"การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas" ใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่** คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารยา ถาวรวันชัย (2541).

"ภาพลักษณ์วีรบุรุษแบบ "ผู้ร้ายกลับใจ" ที่ปรากฏในสื่อมวลชน" ใน กาญจนา แก้วเทพ **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 4
สำนักหน้าที่นิยม
(Functionalism)

ภาษาอังกฤษ

Bagdikian, B.H. (1992).

The Media Monopoly. Boston: Beacon Press.

Bauer R.A (1964).

"The Obstinate Audience", **American Psychologist** 19: 319-28.

Berger, A.A. (1995).

Essentials of Mass Communication Theory. London: Sage Publications.

Blumler, J.G. & Katz, E. (eds.) (1974).

The Uses of Mass Communications. London: Sage Publications.

Carey J. (1992).

Communication as Culture. London: Routledge.

DeFleur, M. & Ball-Rokeach, S. (1989).

Theories of Mass Communication (5th ed.). New York: Longman.

Durkheim E. (1915).

The Elementary Forms of the Religious Life. London: Allen & Unwin.

Ferguson, M. (1983).

Forever Femine: Women's Magazines and the Cult of Femininity. London: Heinemann.

Fiske, J. & Hartley, J. (1971).

Reading Television. New York: Methuen.

Grossberg, L. et al (1998).

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

Jakobson R. (1958).

"Closing Statement: Linguistics and Poetics" in T.A. Sebeok (ed) (1960) **Style and Language**. Cambridge, Massachusette: MIT Press.

Kimball, P. (1963).

"New York Readers in a Newspaper Shutdown", **Columbia Journalism Review.** Fall, pp.47-56.

LaSswell, H.D. (1960).

"The Structure and Function of Communication in Society", in W. Schramm (ed), **Mass Communication**. Urbana: University of Illinois Press.

Lerner, D. (1960).

"Communication System and Social System" in W. Schramm (ed). **Mass Communication**. Urbana: University of Illinois Press.

MalinoWski, B. (1962).

Sex, Culture and Myth. New York: Harcourt, Brace and World.

McQuail, D. (1987).

Mass Communication Theory (2nd ed). London: Sage Publications.

Merton, R.K. (1967).

On Theoretical Sociology. New York: The Free Press.

Stephenson, W. (1967).

Play Theory of Mass Communication. Chicago: University of Chicago Press.

Thompson, J.B. (1989).

Ideology and Modern Culture. Cambridge: Polity Press.

Wright, C.R. (1964).

"Function Analysis and Mass Communication", in L.A. Dexter & D.M. White. (eds) **People, Society, and Mass Communication**. New York: The Free Press.

Wright, C.R. (1974).

"Functional Analysis in Mass Communication: Revisited" in J.A. Blumler & E. Katz (eds) **The Uses of Mass Communications**. London: Sage Publications.

Wright, C.R. (1995).

"Functional Analysis and Mass Communication Revisited" in O. Boyd-Barrett C. Newbold, (eds) **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

ภาษาไทย

ฐิติภา ลักษณพิสุทธ์ (2540).

"การใช้อุปมาโวหารในบทโฆษณา" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บงกช อักษรดี (2539).

"การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ" เรารักศิลปวัฒนธรรม "ทางสื่อโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณิภา นิยมไทย (2533).

"สังคมศาสตร์ปริทัศน์กับบทบาทในการพัฒนาภูมิปัญญาทางการเมืองในสังคมไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วราลี จิรชัยศรี (2541).

"แนวทางการส่งเสริมและปรับประสานสื่อนาฏศิลป์ผ่านสื่อโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัฒนี ภูวทิศ (2538).

"การวิเคราะห์บทบาทหนังสือพิมพ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระ พักตร์วัฒนการ (2541).

"บทบาทด้านสังคมประกิตของนักจัดรายการเพลงไทยสากล" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไศลทิพย์ จารุภูมิ (2535).

"การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สายชล บูรณกิจ (2541).

"บทบาทของเว็บไซท์ไทยในการบูรณาการประสานสังคม" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อภิญญา ศรีรัตนสมบุญ (2534).

"การวิเคราะห์บทละครโทรทัศน์ชุด "คู่กรรม" ในการถ่ายทอดความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 5
การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
(Intercultural Communication)

ภาษาอังกฤษ

Barnlund, D.C. (1989).

Communicative Styles of Japanese and American: Images and Realities. CA: Wadsworth Publishing Company.

Bartels, R. (1982).

"National Culture-Business Relations: United States and Japan Contrasted", **Management International Review,** 2.

Cryer, M. (1997).

Communication with People from Other Culture. New Zealand: Software Educational Resource.

Edelstein, A.S & Schulz, B.J (1964).

"The Leadership Role of Weekly Newspaper as Seen by Community Leaders"**,** in L.A. Dexter & D.M. White (eds), **People, Society and Mass Communications**. New York: The Free Press.

Gumperz J.J. (ed) (1982).

Language and Social Identity. New York: Cambridge University Press.

Hall, Edward T. (1959).

The Silent Language. New York: Anchor Books.

Hall, E.T. (1966).

The Hidden Dimension. New York: Anchor Press/Doubleday.

Hall, E.T. (1976).

Beyond Culture. New York: Anchor Books.

Hofstede, G. (1997).

Cultures and Organizations: Software of One Mind. New York: McGraw-Hill.

Ithiel de Sola Pool (1964).

"The Mass Media and Their Interpersonal Social Functions in the Process of Modernization" in L.A. Dexter & D.M. White (eds) **People, Society and Mass Communications**. New York: The Free Press.

Kellner, D. (1995).

Media Culture. London: Routledge.

Kim Young Yun & Gudykunst, W.B (1988).

Theories in Intercultural Communication. London: Sage Publications.

Leibes, T. & Katz. E. (1990).

The Export of Meaning: Cross-Cultural Reading of Dallas. New York: Oxford University Press.

Mead, G.H (1934).

Mind, Self and Society from the Standpoint of Social Behaviorist. Chicago: The University of Chicago Press.

Meletzke, G. (1976).

"Intercultural and International Communication", in Heinz-Dietrich Fischer & John Calhounn Merrill, (eds), **International and Intercultural Communication**. New York: Hastings House.

Morley, D. (1995).

Space in Identity. London: Routledge.

Mueller, B. (1996).

International Advertising: Communicating across Cultures. Belmont: Wadworth Publishing Company.

Murdock, G.P. (1945).

"The Common Denominator of Cultures", in R. Linton (ed) **The Science of Man in the World Crises**. New York: Columbia University Press.

O' Sullivan, K. (1994).

Understanding Ways: Communicating Between Culture. Sydney: Hale & Iremonger.

Rokeach, M. (1973).

The Nature of Human Value. New York: The Free Press.

Samovar, L.A. et al (eds) (1998).

Communication between Cultures (3rd ed). CA: Wadsworth Publishing Company.

Sapir, E. (1921).

An Introduction to the Study of Speech. New York: Harcourt, Brace and World.

Sarbaugh, L.E (1988).

Intercultural Communication. Transaction Publishing.

Steward, E.C. (1972).

American Cultural Patterns: A Cross Cultural Perspective. Pittsburgh: Intercultural Communications.

Tanno, D.V. & Gonzalez (ed) (1998).

Communication and Identity across Culture. London: Sage Publications.

Wen Shu Lee (1998).

"Patriotic Breeders or Colonized Culture", in D.V. Tanno & A. Gongalez, (eds), **Communication and Identity Across Cultures**. London: Sage Publications.

Whorf, B.E. (1956).

Language, Thought and Reality. Cambridge: MIT Press.

Wilson, R & Wimal (1996).

Global/Local: Cultural Production and The Transnational Imaginary. Durham: Duke University Press.

ภาษาไทย

จิตราภรณ์ วนัสพงศ์ (2539).

"ชาติพันธุ์นิยมในการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับประเทศลาวในหนังสือพิมพ์ไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธิดารัตน์ กนิษฐ์นาคะ (2541).

"บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการปรับตัวทางวัฒนธรรมของนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติ โครงการเอเอฟเอส", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย วินิจจะกูล (2539).

"ศึกษาเรื่องไทยในแดนเนรมิต" ใน **นวกรรมเชิงกระบวนทัศน์ด้านไทยศึกษา**, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2533).

"ลักษณะไทย: คืออะไร อย่างไร ทำไม" ใน **สมุดสังคมศาสตร์** ปีที่ 12: 3-4 (กพ.-กค. 2533) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

นงลักษณ์ ศรีอัษฎาพร เจริญงาม (2541).

"ความสามารถในการสื่อสาร: แนวคิดเชิงวัฒนธรรมในองค์กรไทย" ใน **โลกของสื่อ** 2 (ก.ค. 2541) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนกานต์ หงษ์กราย (2539).

"ทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้ทั่วโลก" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มลินี นิลมาลี (2540).

"การเปรียบเทียบลักษณะไทยและลักษณะตะวันตกจากสื่อนวนิยายและสื่อภาพยนตร์เรื่อง "กาเหว่าที่บางเพลง" และ Village of the Damned" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมตตา วิวัฒนานุกูล (2541).

"แนวทางการศึกษาการสื่อสารต่างวัฒนธรรม" ใน **โลกของสื่อ** 2 (ก.ค. 2541), คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริวรรณ ลอพันธ์ไพบูลย์ (2532).

“การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทจริยธรรมของตัวละครในระบบภาพยนตร์ชุดโทรทัศน์ไทย จีน และญี่ปุ่น" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณี เตชะวิรัชชนะ (2541).

"พฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานกับการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 6
สำนักจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม
(Cultural Imperialism)

ภาษาอังกฤษ

Ang, I. (1985).

Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination. London: Methuen.

Bagdikian, B.H. (1992).

The Media Monopoly. (4th. ed)**.** Boston: Beacon.

Curren, J. & Myung-Jin Park (ed) (2000).

De-westernizing Media Studies. London: Routledge.

DeFleur M.L. (1970).

Theories of Mass Communication. (2nd ed). New York: David Mckay.

Demers, D. (1999).

Global Media: Menace or Messiah. NJ: Hampton Press.

Dorfman, A. & Matterlart, A. (1975).

How to Read Donald Duck: Imperialist Ideology in the Disney Comic. New York: International General Editions.

Dowmunt, T. (ed). (1993).

Channels of Resistance. London: British Film Institute.

Featherstone, M. (1990) (ed).

Global Culture. London: Sage Publications.

Fejes, F. (1981).

"Media Imperialism: an Assessment", **Media, Culture & Society**. Vol 3 (3).

Hamelink C.J. (1994).

The Politics of World Communications. London: Sage Publications.

Hamelink, C. (1996).

World Communication. London: Zed Books.

Hamelink, C. (1997).

"MacBride with Hindsight", in P. Golding & P. Harris (eds). **Beyond Cultural Imperialism**. London: Sage Publications.

Galtung, J. & Vincent, R.C. (1992).

Global Glasnost. NJ: Hampton Press, Inc.

Garnham, N. (1990).

Capitalism, Communication: Global Culture and The Politics of Information. London: Sage Publications.

Gerbner, G. (1977). (ed)

Mass Media Policies in Changing Culture. New York: Wiley.

Gerbner, G., Mowlana, H. & Nordenstreng K. (eds) (1993).

The Global Media Debate. NJ: Ablex Publishing Corporation.

Golding, P. & Harris, P. (1997).

Beyond Cultural Imperialism. London: Sage Publications.

Katz, E & Liebes, T. (1985).

"Mutual Aid in the Decoding of Dallas", in P. Drummond and P. Paterson (eds), **Television in Transition**. London: British Film Institute.

Lee, Chin-Chuan (1979).

Media Imperialism Reconsidered. Beverly Hills: Sage.

MacBride, S. (1980).

Many Voices, One World. Report by the Internernational Commission for the Study of Communication Problems. Paris: UNESCO.

Mattelart, A. (1979).

Multinational Corporation and the Control of Culture. Brighton: Harvester Press.

Mattelart, A. et al (eds) (1984).

International Image Markets. London: Comedia.

Nordenstreng, K. & Schiller, H.I. (eds) (1993).

Beyond National Sovereignty: International Communication in 1990s. NJ: Ablex Publishing Corporation.

O' Sullivan, T. & Fewkes, Y. (1997) (eds).

The Media Studies Reader. London: Edward Arnold.

Read, H.W. (1976).

America's Mass Media Merchants. Baltimore: John Hopkins University Press.

Samarajiwa (1984).

"Third-World Entry to the World Market in News", **Media, Culture and Society**. Vol 6(2).

Schiller, H.I. (1970).

Mass Communication and American Empire. New York: M.E. Sharpe.

Schiller, H.I. (1976).

Communication and Culture Domination. New York: International Arts and Science Press.

Schiller, H.I. (1985).

"Electronic Information Flow : New Basic for Global Domination", in P. Drummond and R. Paterson (eds), **Television in Transition**. London: British Film Institute.

Servaes, J. & Lie, R. (eds).

Media and Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization. Leuvan: ACCO.

Sinclair, J. et al (eds) (1996).

New Patterns in Global Television. Oxford: Oxford. University Press.

Smith, A. (1980).

The Geopolitics of Information: the Western Culture Dominates the World. London: Faber.

Sreberny-Mohammadi, A. et al (eds) (1997).

Media in Global Context. London: Edward Arnold.

Tomlinson, J. (1991).

Cultural Imperalism. London: Pinter Publishers.

Tracey, M. (1985).

"The Poisoned Chalice? International Television and the Idea of Dominance" in **Daedalus** 114/4 : 17-56.

Tunstall, J. (1977).

The Media are American. London: Constable.

Varis, T. (1974).

"Global Traffic in Television", **Journal of Communication** 24, 102-109.

Wallerstein, I. (1974).

The Modern World System. New York: Academic Press.

Williams, R. (1974).

Television, Technology and Cultural Form. London: Fontana.

Williams, R. (1983).

Keywords. London: Fontana.

ภาษาไทย

ธงชัย วินิจจะกูล (2530).

"โรคาโลกาภิวัตน์" (กับภูมิคุ้มกันบกพร่อง)" **วารสารสังคมศาสตร์ทัศน์**, 18:1 (ก.ค.-ธ.ค. 2530) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2537).

ฐานันดรที่สี่: จากโลกถึงรัฐไทย โครงการจัดพิมพ์คบไฟ กรุงเทพมหานคร.

ปารณีย์ จันทรกุล (2540)

"การเสนอข่าวโลกตะวันตกและข่าวโลกตะวันออกของสำนักข่าวต่างประเทศ" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มงคล ปิยะทัสสกร (2542).

"โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรินทรา ไกยูรวงศ์ (2541). "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง" ใน กาญจนา แก้วเทพ **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันดี พรปฏิมากร (2534). "การไหลของภาพยนตร์ต่างประเทศของโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 7
สำนักการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ
(Cultivation Theory)

ภาษาอังกฤษ

Black, J. & Bryant, J. (eds) (1995). **Introduction to Communication** (4th ed). Brown & Benchmark Publishing.

Gerbner, G.R. & Gross, C. (1976). "The Scary World of TV's Heavy Viewer", **Psychology Today**. April.

Gerbner, G. (1977). "Violence in Television Drama" in G.A. Comstock & E.A. Rubinstein (eds), **Television and Social Behavior.** Vol I, Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office

Gerbner, G. (1977) (ed). **Mass Media Policies in Changing Culture.** New York: John Willy & Sons Inc.

Gerbner, G. (1978).

"Toward Cultural Indicator" in G. Gerbner et al (eds), **The Analysis of Communication Content**. New York: Robert E. Kreiger Publishing Company.

Gerbner, G. et al (1986).

"Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process" in J. Bryant & D. Zellmann, **Perspectives on Media Effects**. NJ: Erlbaum.

Gerbner, G. et al (eds) (1992).

Triumph of the Images. Colorado, Boulder: Westview Press.

Gerbner, G., Mowlana, H & Nordenstreng, K. (eds) (1993).

The Global Media Debate. New Jersey: Ablex Publishing.

Gerbner, G. (1995).

"Towards Cultural Indicators": The Analysis of Mass-Mediated Public Message Systems", in O. Boyd-Barrett & C.Newbold, **Approaches to Media**. London: Edward Arnold.

Griffin, C. (1991).

A First Look at Communication Theory. New York: McGraw-Hill Publishing.

Gunter, B. (1985).

Dimension of Television Violence. UK: Gower Publishing Company.

Hawkins, R.P. & Pingree, S. (1990).

"Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content", in N. Signorielli & M. Morgan (eds). **Cultivation Analysis**. London: Sage Publications.

Littlejohn, J.W. (1992)

Theories of Human Communication (4th ed). C.A: Wadsworth Publishing Company.

Lodziak, C. (1980).

The Power of Television. London: Frances Pinter.

McQuail, D. (1987).

Mass Communication Theory. (2nd ed)**.** London: Sage Publications.

Rosengren, K. (ed) (1994).

Media Effects and Beyond. London: Routledge.

Shanahan, J. (1999).

Television, Its Viewer, Cultivation Theory and Research. Cambridge: Cambridge University Press.

Signorielli, N. & Morgan, M. (1990).

Cultivation Analysis. London: Sage Publications.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2541)

สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535).

"อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาวรรณ ตันติเวชกุล (2543).

"การวิเคราะห์อิทธิพลภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา" **วารสารนิเทศศาสตร์** ปี 18:1 (ม.ค.-มี.ค. 2543) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์ (2539).

"บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุดรัก จรรยาวงษ์ (2532)

กลยุทธ์การสื่อสารของการ์ตูน"ขบวนการแก้จน" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 8
สำนักเบอร์มิงแฮม/วัฒนธรรมแบบอังกฤษ
(Birmingham School or British Cultural Studies)

ภาษาอังกฤษ

Agger, B. (1992).

Cultural studies as Critical Theory. London: The Falmer Press.

Althusser, L. (1984).

Essays in Ideology. London: British Film Institute.

Ang, I. (1985).

Watching Dallas. London: Methuen.

Barthes, R. (1973).

Mythologies. London: Granada.

Bennett, T. (1998).

Culture: A Reformer's Science. London: Sage Publications.

Bourdieu, P. (1984).

Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste. London: Routledge & Kegan Paul.

Bourdieu P. (1990).

In Other Words: Essays Towards a Reflexive Sociology. Cambridge: P**O**lity Press.

Bourdieu, P. (1991).

Language and Symbolic Power. Cambridge: P**O**lity Press.

Certeau, M. de (1984).

The Practice of Everyday Life. Berkeley: University of California University Press.

Cohen, P. (1980).

"Subcultural Conflict and Working-class Community", in S. Hall et al (eds) **Culture, Media, Language.** London: Hutchinson.

Curran J., Morley, D. & Walkerdine, W. (eds) (1996).

Cultural Studies and Communication. London: Edward Arnold.

Dyer, R. (1986).

Heavenly Bodies: Film Stars and Society. New York: St.Martin Press.

Fiske, J. (1992).

"British Cultural Studies and Television" in R.C. Allen (ed) **Channels of Discourse: Reassembled**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Foucault, M. (1974).

The Archeology of Knowledge. London: Tavistock.

Geraghty, C. & Lusted, D. (1998).

The Television Studies Book. London: Edward Arnold.

Gramsci, A. (1971).

Selections from the Prison Notebooks. London: Lawrence & Wishart.

Gramsci, A. (1985).

Selections from Cultural Writing. D. Forgaes & G. Nowell-Smith (eds) London: Lawrence & Wishart.

Griffin, E. (1991).

A First Look at Communication Theory. New York: McGraw-Hill.

Hall, S. (1992).

"Cultural Studies and Its Theoretical Legacies", in L. Grossberg, et al (eds), **Cultural Studies at Communication Theory**. London: Routledge.

Hall, S. & Whannel, P. (1964).

The Popular Arts. London: Hutchinson.

Hall, S. (1977).

"Culture, The Media and the Ideological Effect", in J. Curran et al (eds), **Mass Communication and Society**. London: Edward Arnold.

Hall, S. (1980).

"Cultural Studies and the Centre: Some Problematic and Problem", in **Culture, Media, Language**. the Centre for Comtemporary Cultural studies, University of Birmingham.

Hall, S. (1982).

"The Rediscovery of "ideology", in M. Gurevitch et al **Culture, Society and Media**. London: Macmillan.

Hall, S. (1999).

"Encoding/Decoding", in P. Morris & S. Thornham (eds), **Media studies: a Reader**. Edingburgh: Edinburgh University Press.

Hobson, D. (1982).

Crossroads-The Drama of a Soap Opera. London: Methuen.

Hoggart, R. (1967).

The Use of Literacy: Aspects of Working Class Life. London: Chatto & Windus.

Jenks, C. (1993).

Culture. London: Routledge.

Kellner, D. (1995).

Media Culture. London: Routledge.

Lacan, J. (1981).

Speech and Language in Psychoanalysis. Baltimore: John Hopkins University Press.

Lefort, C. (1986).

The Political Forms of Modern Society. Massachusette: MIT Press.

McGuigan, J. (1997).

Cultural Methodologies. London: Sage Publications.

McRobbie, A. (1981).

"Settling Accounts with Subcultures: A Feminist Critique", in T. Bennett et al (eds), **Culture, Ideology and Social Process**. London: Open University Press.

Morley, D. (1980).

The "Nationwide" Audience. London: British Film Institute.

Morley, D. (1992).

Television, Audience, and Cultural Studies. London: Routledge.

Sardar, P. & Loon, B.V. (1997).

Cultural Studies for Beginners. Icon Book Ltd.

Saussure, Ferdinand de (1966).

Course in General Linguistics. New York: McGraw-Hill.

Schirato, T. & Yell, S. (1996).

Communication and Cultural Literacy. London: Allen & Unwin.

Schirato, T. & Yell, S. (2000).

Communication and Culture London: Sage Publications.

Stanton, G. (1996).

"Ethnography, Anthropology and Cultural Studies", in J. Curran et al (eds) **Cultural studies and Communications**. London: Edward Arnold.

Stevenson, N. (1995).

Understanding Media Cultures. London: Sage Publications.

Storey, J. (1993).

Cultural Theory and Popular Culture. Brighton: Harvester.

Thompson, E.P (1963).

The Making of the English Working Class. London: Gollancz.

Turner, G. (1990).

British Cultural Studies. London: Unwin Hyman.

Williams, R. (1961).

The Long Revolution. Harmonsworth: Penguin.

Willis, P. (1977).

Learning to Labour-How Working-class Kids Act Working-class Jobs. Farnborough: Saxon House.

Willis, P. (1980).

"Notes on Method"**,** in S. Hall et al (eds), **Culture, Media, Language**. London: Hutchinson.

Wober, M. & Gunter, B. (1988).

Television and Social Control. Aveburg.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2541).

"การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์" คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิภาพรรณ สุขศิริ (2541).

"ทิศทางดูแลสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์" ใน กาญจนา แก้วเทพ **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 9
สื่อกับสถาบันครอบครัว

ภาษาอังกฤษ

Barrios, L. (1988).

"Television, Telenovelas, and Family Life in Venezuela" in J. Lull (ed), **World Families Watch Television**. London: Sage Publications.

Bryant, J. (ed) (1990).

Television and the American Family. NJ: Erlbaum.

de Gastono, G. et al (1996).

Screen Smart. Boston: Houghton Miflin, Co.

Duncan, P. & Janet, W. (eds) (1993).

Television and the Household. London: British Film Institute.

Geraghty, C. & Lusted, D. (1998).

The Television Studies Book. London: Edward Arnold.

Glennon, L.M. & Butsh, R. (1982).

"The Family as Portrayed on Television", in D. Pearl, et al (eds), **Television and Behavior**. Washington, D.C.: US Government Printing Office.

Gray, A. (1997).

"Technology in the Domestic Environment", in T.O' Sullivan & Y. Jewkes, **The Media Studies Reader**. London: Edward Arnold.

Hartley, J. (1998).

"Housing TV: Textual Tradition in Television and Cultural Studies", in G. Geraghty & D. Lusted (eds.)., **The Television Studies Book**. London: Edward Arnold.

Heide, J.M. (1995).

Television Culture and Women Lives. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Hirsch, E. (1998).

New Technologies and Domestic Consumption", in G. Geraghty & D. Lusted (eds), **The Television Studies Book**. London: Edward Arnold.

Huston, A.C. et al (1993).

Big World, Small Screen. University of Nebraska Press.

Huston, A.C. (1994).

Media, Family and Children. NJ: LEA.

Jensen, K.B. (1987).

"The Social Uses of News: A Qualitative Empirical Approach to the Reception of Television News", Paper presented to the International Communication Association, Montreal, cited in J. Lull (ed), **World Families Watch Television**. London: Sage Publications.

Lull J. (ed) (1988).

World Families watch Television. London: Sage Publications.

Mellencamp, P. (1990).

Logics of Television. London: British Film Institute.

Morley, D. (1980).

The Nationalwide Audience. London: British Film Institute.

Morley. D. (1986).

Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London: Comedia.

Morley, D. (1988).

"Domestic Relations: The Framework of Family Viewing in Great Britain", in J. Lull (ed), **World Families watch Television**. London: Sage Publications.

Morley, D. (1992).

Television, Audience and Cultural Studies. London: Routledge.

Radway, J. (1987).

Reading the Romance. London: Verso.

Sarett, C. (1981).

"Socialization Patterns and Preschool Children's Television and Film-related Play Behavior", Unpublished doctoral disSertation. University of Pennsylvania, cited in J. Lull (ed), **World Families Watch Television**. London: Sage Publications.

Silverstone, R. (1992).

Consuming Technologies Media and Information in Domestic Space. London: Routledge.

Sliverstone, R. (1994).

Television and Everyday Life. London: Routledge.

Taylor, E. (1987).

"TV Families: Three Generations of Packaged Dream", **Boston Review** 12(5).

Williams, T.M. (ed) (1986).

The Impact of Television: A Natural Experiment in Three Communities. New York: Academic Press.

Walker, J.R. & Ballany, R.V. (eds) (1993).

The Remote Control in the New Age of Television. London: Praeger.

Zillmann, D. et al (eds) (1994).

Media, Children and the Family. New Jersey:LEA.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2544).

"ผู้หญิง/ผู้ชาย: ที่บ้าน/ที่สาธารณะ) **สตรีศึกษา 2**, โครงการหนังสือเล่ม "ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ" คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) (กำลังจัดพิมพ์).

กำจร หลุยยะพงศ์ (2544).

"ครอบครัวกับความสัมพันธ์ที่ไม่มีวันแปรเปลี่ยน" **สตรีศึกษา 2** โครงการหนังสือเล่ม "ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ", คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) (กำลังจัดพิมพ์).

ขวัญใจ เจริญสุข (2539).

"การสื่อสารในครอบครัวกับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาต้นในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรณี จิตไพศาลวัฒนา (2537).

"ความคิดเห็นของคนรุ่นใหม่ต่อสถาบันครอบครัวที่ปรากฏในงานโฆษณาทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน (2544).

"ผู้หญิงกับการใช้เวลาว่าง" **สตรีศึกษา 2** โครงการหนังสือเล่ม "ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ" คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) (กำลังจัดพิมพ์)

อุษา สุกใส (2535).

"การนำเสนอลักษณะชีวิตจริงในงานสื่อมวลชน: ศึกษากรณีคู่สร้างคู่สม" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 10
สื่อกับสถาบันศาสนา

ภาษาอังกฤษ

Abelman, R & Hoover, S.M. (eds) (1990).

Religious Television: Controversies and Conclusion. New Jersey: Ablex.

Berger, P.L. (1967).

The Social Reality of Religion. London: Faber and Faber.

Boorstin, D.J. (1961).

The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. New York: Atheneum.

Carey, J.W. (1992).

Communication as Culture. London: Routledge.

Chris, A (ed) (1993).

Religion and the Media. Cardiff: University of Wales Press.

Durkheim, E. (1965).

The Elementary Form of the Religious Life. New York: Free Press.

Geertz, C. (1973).

The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books.

Gerbner, G. et al (1984).

Religion and Television. Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania.

Fore, W.F. (1993).

"The Religious Relevance of Television", in A. Chris (ed) **Religion and the Media**. Cardiff: University of Wales Press.

Hall, S. & Jefferson, T. (ed) (1976).

Resistance Through Rituals. Hutchinson University Press.

Hebdige, D. (1976).

"Ragge, Rastas and Rudies", in S. Hall et al (eds) **Resistance Through Rituals**. London: Hutchinson.

Hebdige, D. (1979).

Subculture: the Meaning of Style. London: Methuen.

Hoggart, R. (1958).

The Uses of Literacy. Harmonsworth: Penguin.

Hoover, S.M. (1988).

Mass Media Religion. London: Sage Publications.

Hoover, S.M. (1990).

TV Religion and Religious TV" in N. Signorielli & M. Morgan (eds) **Cultivation Analysis**. London: Sage Publications.

Hoover, S.M. & Lundby, K. (1997).

Rethinking Media, Religion and Culture. London: Sage Publications.

Hoover, S.M. (1998).

Religion in the News. London: Sage Publications.

Horsfield, P.G. (1984).

Religious Television: The American Experience. New York: Longman.

Hughes-Freland, F. & Mary, M. (1998).

Recasting Ritual. London: Routledge.

Lila Abu-Lughod (1997).

"Finding place of Islam" in Sreberny-Mohammadi et al (eds) **Media in Global Context**. London: Edward Arnold.

Littlejohn, S.W. (1992).

Theories of Human Communication. (4th ed). CA: Wadsworth Publishing Company.

Lundby K. (1997).

"The Web of Collective Representations" in S.M. Hoover, & K. Lundby, (1997), **Rethinking Media, Religion and Culture**. London: Sage Publications.

Murdock, G. (1997).

"The Re-Enchantment of the World: Religion and the Transformation of Modernity" in Hoover, S.M & Lundby, K. (1997), **Rethinking Media, Religion and Culture**. London: Sage Publications.

Parker E., Barry D, and Smythe D. (1955).

The Television-radio Audience and Religion. New York: Harper & Row.

Tester, K. (1994).

Media, Culture and Morality. London: Routledge.

Thompson, E.P. (1963).

The Making of the English Working Class. Harmonsworth: Penguin.

Turner C. (1982).

The Ritual Process. Cornell University Press.

Seiter E. et al (eds) (1989).

Remote Control: Television, Audience and Cultural Power. London: Routledge.

Stout, D.A. & Buddenbaum, J.M. (1996).

Religion and Mass Media. London: Sage Publications.

Weber, M. (1930/1958).

The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism. New York: Scribner.

Weber, M. (1964).

The Sociology of Religion. Boston: Beacon Press Paperback.

White, R.A (1997).

"Religion and Media in the Construction of Culture", in S.M. Hoover & K. Lundby (eds), **Rethinking Media, Religion and Culture**. London: Sage Publications.

Wuthnow, R. (1990).

"The Social Significant of Religious Television", in R. Abelman & S.M. Hoover (eds), **Religious Television: Controversies and Conclusion**. New Jersey: Ablex.

ภาษาไทย

ทวีวัฒน์ บุญฑริกวิวัฒน์ (2539).

"วิพากษ์นิยามแห่งยุคสมัย" **วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์,** 18:1 (ก.ค. 2539) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536).

หมายเหตุวัฒนธรรมร่วมสมัย สำนักพิมพ์แพรว, กรุงเทพมหานคร.

พวงทอง อังกาบ (2538).

"พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยุกติ มุกดาวิจิตร (2540).

"การสักการะบูชาพระบรมรูป ร.5" **วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์** 19:1 (ก.ค.-ธ.ค. 2540), สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

รัตนาวดี เทพช่วยสุข (2539).

"การรับรู้ของชาวพุทธต่อภาพลักษณ์ของพระสงฆ์กับการนำเสนอผ่านสื่อมวลชน" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วันทนา ต่อนิมิตรกุล (2538).

"การเปิดรับสื่อของไวยาวัจกรกับบทบาทในการสื่อสารระหว่างองค์กร" (เฉพาะกรณีวัดในกรุงเทพมหานคร) วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิชชุดา ปานกลาง (2539).

"การวิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่อง "ผี" ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง "แม่นาคพระโขนง" พ.ศ.2521-2532" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุทัศน์ โจทย์กระโทก (2539).

"ทัศนคติของพระสงฆ์ในกรุงเทพมหานครต่อการเสนอข่าวสารทางพระพุทธศาสนาของสื่อมวลชน" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรณี ฝูงวรรณลักษณ์ (2538).

"การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 11
สื่อกับสถาบันการศึกษา

ภาษาอังกฤษ

Alvardo Manuel E. et al (eds) (1993).

The Screen Education Reader. New York: Columbia University Press.

Apter, M.J. (1968).

The New Technology of Education. London: Macmillan.

Bandura, A. (1977).

Social Learning Theory. New Jersey: Prentice-Hall.

Barrett, E. (ed) (1992).

Sociomedia. Massachusetts: MIT University Press.

Bourdieu, P. & Passeron, J.-C.(1977).

Reproduction in Education, Society and Culture. London: Sage Publications.

Buckingham, D. (ed) (1990).

Watching Media Learning. Londond: The Falmer Press.

Buckingham, D. (1993).

Children Talking Television. London: The Falmer Press.

Buerkeel-Rochfuss, N.L. et al (1982).

"Learning about the Family from Television", **Journal of Communication** 32:3 (1982).

Cantor, J. (1996).

"Television and Children's Fear" in MacBeth, T.M (ed) **Turning into Young Viewers.** London: Sage Publications.

Comstock, G. et al (1978).

Television and Human Behavior. New York: Columbia University Press.

Connell, I. & Hurd, C.G. (1997).

"Higher Education, Training and Culture Industry" in T. O' Sullivan & Y. Jewkes Y. (eds) **The Media Studies Reader**. London: Edward Arnold.

Craggs, C. (1992).

Media Education. London: Routledge

Drummond, P. & Paterson, R. (1985).

Television in Transition. London: British Film Institute Publishing.

Elsaesser, T.E. (1994).

Writing for the Media. Amsterdam University Press.

Foreman, H.J. (1933).

Our Movie Made Children. New York: Macmillan.

Fraser, P. (1990).

"How Do Teachers and Students Talk about Television" in D. Buckingham (ed), **Watching Media Learning**. London: The Falmer Press.

Huston, A.C. et al (1992).

Big World Small Screen. University of Nebraska Press.

Huston, A.C. & Wright, J.C. (1996).

"Television and Socialization of Young Children", in MacBeth, T.M. **Turning into Young Viewers**. London: Sage Publications.

Jenkins, A. & Youngs, M. (1983).

"Geographical Education and Film", **Journal of Geography in Higher Education**. Vol 7:1.

Joli, J. (1990).

Redeeming Modernity. London: Sage Publications.

MacBeth, T.M. (ed) (1996).

Turning into Young Viewer. London: Sage Publications.

Masterman, L. (1985).

Teaching the Media. London: Routledge.

McCarthy, D.E. (1996).

Knowledge as Culture. London: London: Routledge.

McQuail, D. (1992).

Media Performance. London: Sage Publications.

Murdock, G. & Phelps, G. (1973).

Mass Media and the Secondary School. London: Macmillan.

Postman, N. (1971).

Teaching as a Subversive Activity. Harmondsworth, Penguin.

Schostak, J. (1993).

Dirty Marks: The Education of Self, Media and Popular Culture. London: Pluto Press.

Schramm, W. (1960).

The Impact of Educational Television. Urbana, University of Illinois Press.

Schramm, W.B. et al (1961).

Television in the Lives of Our Children. CA: Stanford University Press.

Selinger, M. & Pearson, J. (eds).

Telematics in Education. UK: Pergamon.

Shodle, D. (1994).

Media Education and (re)production of Culture. Westport.

Short, E. (1976).

Education in a Changing World. London: Pitman Publishing.

Skirrow, G. (1979).

"Education and Television: Theory and Practice", in C. Gardner (ed), **Media, Politic and Culture.** London: Macmillan.

Strange, N. (1998).

"Performance, Educate, Entertain: Ingredients of the Cooking Program Genre", in G. Geraghty and D. Lusted (eds) **The Television Studies Book**. London: Edward Arnold.

Strasburger, V.C. (1993).

Adolescents and the Media. London: Sage Publications.

Tyner, K (1998).

Literacy in a Digital World. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, (LEA).

Wright, C.R. (1975).

Mass Communication: a Sociological Perspective. New York: Random House.

Young, M.F.D (1971).

Knowledge and Control. London: Collier-Macmillan.

ภาษาไทย

บุญส่ง แก้วรากมุข (2533).

"ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการเอาเนื้อหาหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนชนก ทองทิพย์ (2540).

"ภาพลักษณ์ของครูไทยผ่านสื่อภาพยนตร์ที่คัดสรร" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 12
สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้าน

ภาษาอังกฤษ

Baktin, M. (1968).

Rabelais and His World. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press. (MIT).

Barthes, R. (1973).

Mythologies. London: Paladin.

Bateson, G. (1972).

Step to an Ecology of Mind. New York: Chandler.

Boeren, A. & Epskamp, K. (eds) (1992).

The Empowerment of Culture: Development Communication and Popular Media. CESO, the Netherlands.

Burns, T. (1969).

"Folklore in the Mass Media: Television", **Folklore Forum** 2(1969).

Denby, P. (1971).

"Folklore in the Media", **Folklore Forum** 4 (1971).

Dorson, R.M (1976).

Folklore and Fakelore. Massachusetts: Harvard University Press.

Dyer, R. (1993).

"Entertainment and Utopia", in S. During (ed) **The Cultural Studies: Reader**. London: Routledge.

Fiske, J. (1987).

Television Culture. London: Routledge.

Gardner, C. (ed) (1979).

Media, Politics and Culture. London: Macmillan Press.

Hidetoshi Kato (1977).

"Popular Culture", in D.Lerner & L.M. Nelson (eds), **Communication Research - a Half Century Appraisal**. Honolulu: The University Press of Hawaii.

Holy, L. et Stuchilik, M. (eds) (1981).

The structure of Folk Models. New York: Academic Press.

Kellner, D. (1982).

"TV., Ideology and Emancipatory Popular Culture", in H. Newcomb (ed), **Television: the Critical View**. New York: Oxford University Press.

Kidd, R. (1992).

"Popular Theatre and Theatre for Development", in A. Boeren & K. Epskamp (eds), The **Empowerment of Culture**. CESO, The Netherlands.

Lancaster, D. (1977).

"The Price of Progress in Thailand", in G. Gerbner (ed) **Mass Media Policies in Changing**. New York: John Wiley & Sons.

Lazarsfeld P. et al (1944).

The People's Choice. New York: Duell, Sloan & Pearce.

Lerner, D. & Nelson, L.M (eds) (1977).

Communication Research-a Half Century Appraisal. Honolulu: The University Press of Hawaii.

Lévi-Strauss C. (1973).

"From Cyclical Structure in Myth to Serial Drama in Modern Fiction", in E. Elizabeth & Tom Burns (eds) **Sociology of Literature and Drama**. Harmonsworth Penguin.

Mead, M. & Métrau R. (eds) (1953).

The Study of Culture at a Distance. Chicago: The University of Chicago Press.

Murdock, G. (1980).

"Radical Draman, Radical Theatre", **Media, Culture and Society** 2.

Patai, R. (1972).

Myth and Modern Man. New Jersy: Prentice-Hall.

Oepen, M. (1992).

"Traditional and Group Media Utiliztion in Indonesia"**,** in A. Boeren & K. Epskamp, (eds), **The Empowerment of Culture**. CESO, The Netherlands.

Ong, W. (1982).

Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London: Methuen.

Rawlence, C. (1979).

"Political Theatre and the Working Class", in C. Gardner (ed) **Media, Politics and Culture**. London: Macmillan Press.

Seal, G. (1989).

The Hidden Culture. Melbourne: Oxford University Press.

Singhal, A. & Rogers. E.M. (1999).

Entertainment Education. London: LEA.

Stallybrass, P. and White A. (1993).

"Bourgeois Hysteria and the Carnivalesque"**,** in S. During (ed), **The Cultural Studies: Readers**. London: Routledge.

Tannenbaum, P.H. (1980).

The Entertainment Functions of Television. New Jersey: LEA.

Williams, R. (1974).

Television, Technology and Cultural Form. London: Fontana.

Wilson, S.L, & Wilson, J.S. (1998).

Mass Media, Mass Culture. New York: McGraw-Hill.

ภาษาไทย

จิตตนา หนูณะ (2533).

"บทบาทและการเสื่อมสลายของรองเง็งตันหยง" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2536).

ท่องเที่ยวบุญบั้งไฟในอีสาน กรุงเทพ: สำนักพิมพ์มติชน.

ประยุทธ์ วรรณอุดม (2540).

"บทบาทและการดำเนินกลยุทธของสื่อมวลชนเพื่อการส่งเสริม "หมอลำ" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อินทิรา สุวรรณ (2540).

"บทบาทหนังตะลุงทางโทรทัศน์ในการถ่ายทอดความรู้" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทที่ 13
เพศสภาวะ (Gender) กับสื่อมวลชน

ภาษาอังกฤษ

Agger, B. (1992).

Culture Studies as Critical Theory. London: The Falmer Press.

Ang, I. (1985).

Watching Dallas. London: Methuen.

Aschur, C.L. (1976).

"Daytime Television: You'll Never Want to Leave Home", **Feminist Studies** 3, No.3/4 (Spring/Summer 1976).

Baehr, H. & Gray, A. (eds) (1996).

Turning It on: A Reader in Women and Media. London: Edward Arnold.

(de) Beauvoir, S. (1972).

The Second Sex. Harmondsworth: Penguin.

Bernard, J. (1987).

The Female World From a Global Prospective. Indiana: Indiana University Press.

Burnsdon, C. (1981).

"Crossroads: Notes on Soap Opera", **Screen** 22:4, 32-7.

Butler, M. & Paisley, W. (1980).

Women and the Mass Media: Source book for Research and Action. New York: Human Sciences Press.

Creedon, P.J. (1989) (ed).

Women in Mass Communication (2nd ed.). London; Sage Publications.

Elshtain, J.B (1981).

Public Men, Private Women. New Jersey: Princeton University Press.

Firestone, S. (1970).

The Dialectic of Sex. New York: Bantam Books.

Fiske, J. (1986).

"Television: Polysemy and Popularity", **Critical Studies in Mass Communication**. 3:4, 391-408.

Flitterman, S. (1983).

"The Real Soap Operas: TV. Commercials", in E.A. Kaplan (ed) **Regarding Television** - Critical Approaches. American Film Institute.

Frieden, B. (1963).

The Feminine Mystique. New York: Dell Books.

Frankin, S., Lury, C. & Stacey, J. (eds) (1991).

Off-Centre: Feminism and Cultural Studies. New York: Harper Collins Academic.

Geraghty, C. (1991).

Women and Soap Opera. Cambridge: Polity Press.

Geraghty, C. (1996).

"Women's space", in H. Baehr & A. Gray (eds), **Turn it on**. London: Edward Arnold.

Geraghty, C. (1996).

"Feminism and Media Consumption", in C.J. Curran, et al (eds) **Cultural Studies and** Communication. London: Edward Arnold.

Goffman, E. (1979).

Gender Advertisements. New York: Colophon.

Grunig, L.A. (1993).

"The Glass Ceiling Effect on Mass Communicate Students", in P.J. Creedon (ed), Women in Mass Communicat**ion**. (2nd ed). London: Sage Publications.

Hartmann, H. (ed) (1981).

Women and Revolution: The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism. London: Pluto Press.

Heide, M.J. (1951).

Television Culture and Women Lives. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

H**O**lland, P. (1996).

"When a Woman Reads the News", in H. Baehr & A. Gray (eds) **Turning it on**. London: Edward Arnold.

Jones, M. & Jones, E. (eds) (1999).

Mass Media. London: Macmillan.

Kaplan, E.A. (1992).

Feminist Criticism and Television" in R.A. Allen, (ed) **Channels of Discourse,** Reassembled. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Kuhn, A. (1996).

"Women's Genres", in H. Baehr, & A. Gray, (eds) **Turn it on**. London: Edward Arnold.

Lazier, Z. & Kendrick, A.C. (1989).

"Women in Advertisements", in P.J. Creedon, (ed). **Women on Mass Communication**. London: Sage Publications.

Lippman, W. (1922).

Public Opinion. New York: Free Press.

Lont, C. (1995).

Women and Media. CA: Wadsworth Publishing Company.

McRobbie A. (1996).

"More! New Sexualities in Girls and Woman's Magazines", in J. Curran et al (eds), Cultural Studies and Communications. London: Edward Arnold.

Meehan, D. (1983).

Ladies of the Evening. New Jersey: Scarecrow Press.

Mies M. (1986).

Patriarchy and Accumulation on a World Scale. London: Zed Books.

Mitchell, J. (1976).

Women's Estate. Harmonsworth: Penguin Books.

Modelski, T. (1982).

Loving with a Vengeance: Mass-produced Fantasies for Women. Hamden, CT: Archon Books.

Mulvey, L. (1988).

"Visual Pleasure in Narrative Cinema", in P. Rosen (ed) **Narrative, Apparatus, Ideology**. New York: Columbia University Press.

Oakley, A. (1974).

The Sociology of Housework. New York: Pantheon.

Ollenburger, J.C. & Moore, H.A. (1991).

A Sociology of Women. New Jersey: Prentice Hall.

Radway, J.A. (1984).

Reading the Romance. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Rakow, L.F. (1986).

"Rethinking Gender Research in Communication", **Journal of Communication** 36(4), 11-26.

Robinson, L. (1978).

"What's My Line? Telefiction and Women's Work", in **Sex, Class and Culture**. Bloomington: Indiana University Press.

Silverstein, B. et al (1986).

"The Role of Mass Media in Promoting a Thin Standard of Bodily Attractiveness for Women", Sex Roles 14 (9/10).

Storey, J. (1993).

Cultural Theory and Popular Culture. Brighton: Harvester.

Tuchman, G. (1978).

Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media. New York: Oxford University Press.

Tuchman, G. (1996).

"Women's Depiction by the Mass Media", in A. Baehr & A. Gray (eds) **Turning it on.** London: Edward Arnold.

Turner, S.B (1996).

Social Theory. Oxford: Blackwell.

Van Zoonen L. (1994).

Feminist Media Studies. London: Sage Publications.

Viswanath, K. et al. (1993).

"Women in Mass Communication Education", in P.J. Creedon (ed) **Women in Mass** Communication (2nd ed). London: Sage Publications.

Winship J. (1987).

Inside Women's Magazines. London: Pandora.

Women's Study Group, Centre for Contemporary Cultural Studies, (1978).

Women Take Issues. London: Hutchinson.

Wood, J.T. (1994).

Communication, Genders and Culture. CA: Wadsworth Publishing Company.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2537).

"ผู้หญิง(ใน)สาธารณะกับภารกิจของสื่อมวลชน" **วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์** 17:1 (ก.ค.-ธ.ค. 2537) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

กาญจนา แก้วเทพ (2543).

"การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย" รายงานการวิจัย คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ. (กสส.)

เชษฐา พวงหัตถ์ (2540).

"วรรณกรรมเรื่องเพศ: ปมปัญหาในประวัติศาสตร์ไทยยุคใหม่" **วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์** 19:1 (ก.ค.-ธ.ค. 2540) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

วิจิตร ว่องวารีทิพย์ (2542).

"บททดลองอ่านผ่านคอลัมน์ตอบปัญหาหัวใจ" **รัฐศาสตร์สาร** ปีที่ 21:2 (2542) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมสุข หินวิมาน (2544).

"ผู้หญิงกับการใช้เวลาว่าง" **สตรีศึกษา 2** โครงการหนังสือเล่ม "ผู้หญิงกับประเด็นต่าง ๆ" คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.)

บทที่ 14
วัฒนธรรมย่อยกับสื่อมวลชน

ภาษาอังกฤษ

Anura Goonasekara & Youichi Ito (1999).

Mass Media and Cultural Identity. London: Pluto Press.

Barker, C. (1989).

Television, Globalization and Cultural Identity. Buckingham: Open University Press.

Bogle, D. (1973).

Tom, Coons, Mulatoes, Mammies and Bucks: An Interpretative History of Blacks in American Films**.** New York: Viking Press.

Brake, M (1980).

The Sociology of Youth Culture and Youth Subculture. London: Routledge, Kegan & Paul.

Briggs, A. & Cobley P. (ed) 91998).

The Media: an Introduction. New York: Longman.

Cohen, P. (1972).

"Sub-Cultural Conflict and Working Class Community", Working papers CCCS, University of Birmingham.

During, S. (1993).

The Cultural Studies, Reader. London: Routledge.

Dyer, R. (1979).

Stars. London: British Film Institute.

Gelder, K. & Thornton, S. (ed) (1997).

The Subculture Reader London: Routledge.

Gilroy, P. (1987).

There ain't No Black in the Union Jack. London: Unwin Hyman.

Gramsci, A. (1971).

Selections from the Prison Notebooks. London: Lawrence & Wishart.

Greenberg, B. & Brand, J. (1993).

"Minorities and the Mass Media" in Bryant and Zillmann (eds) **Perspective on Media Effects.** New Jersey: LEA.

Hall, S. (1992).

"The Question of Cultural Identity", in S. Hall et al (eds) **Modernity and Its Futures.** Cambridge: Polity Press.

Hall, S. (1997).

Representation. London: Sage Publications.

Hall, S. & Jefferson, T. (eds) (1976).

Resistance through Ritual. London: Hutchinson University Library.

Hebdige, D. (1976).

"Ragge, Rastas and Rudies", in S. Hall et al (eds) **Resistance Through Rituals**. London: Hutchinson.

Hebdige, D. (1976b).

"The Meaning of Mod", in S. Hall et al (eds) **Resistance Through Ritual**. London: Hutchinson.

Hebdige, D. (1979).

Subculture: The Meaning of Style. London: Methuen.

Jakubowicz, A. et al (1984).

Racism, Ethnicity and the Media. London: Allen & Unwin Ltd.

Kuo, E.C.Y. (1999).

"The Role of the Media in the Management of Ethnic Relations", in Anura & Ito (eds) Mass Media and Cultural Identity. London: Pluto Press.

Lukes, S. (1974).

Power: a Radical View. London: Macmillan.

Malik, Sarita (1998).

"The Construction of Black and Asian Ethnicities in British Film and Television", in A. Briggs & P. Cobley, (eds) The Media. New York: Longman.

Mungham G. & Pearson, G. (eds) (1976).

Working Class Youth Culture. London: Routledge & Kegan Paul.

Perkin, T.E. (1979).

"Rethinking Stereotypes", in M. Barrett et al (eds) **Ideology and Cultural Production**. London: CroonHelm.

Riggs, K.E (1998).

Mature Audiences. New Jersey: Rutger University Press.

Tulloch, J. (1989).

"Approaching the Audience: the Elderly", in E. Seiter et al (eds) **Remote Control**. London: Routledge.

Van Dijk, T. (1991).

Racism and the Press. London: Routledge.

Waites, B. et al (eds) (1982).

Popular Culture: Past and Present.. UK: Open University Press.

Whyte, W.F. (1955).

Street Corner Society. Chicago: Chicago University Press.

Willis, P. (1990)

Common Culture. UK: Open University Press.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2539)

“ภาพของกลุ่มคนที่เคลื่อนไหวในละครโทรทัศน์ (พ.ศ.2533-2538)” เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ สมาคมประวัติศาสตร์ในพระบรมราชูปถัมภ์ฯ เรื่อง “สังคมไทยในรอบ 50 ปี: ภาพสะท้อนจากวรรณกรรมและศิลปการแสดง”, 13-14 มกราคม 2539.

พรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์ (2539).

"การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทย" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปานจักษ์ ทองปาน (2540)

"ภาพลักษณ์ของผู้สูงอายุในงานโฆษณาทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทที่ 15
กาละและเทศะกับสื่อมวลชน

ภาษาอังกฤษ

Anderson, B. (1990).

"Apprehension of Time", in T. Bennett, **Popular Culture**. London: Routledge.

Bennett, T. (1990).

Popular Fiction. London: Routledge.

Bergson, H. (1916).

Time and Freewill. London: Swan Sonnenschein.

Bloch, M. (1977).

"The Past and the Present in the Present", **Man** 12: 278-92.

Chaytor, H.J. (1966).

From Script to Print. London: Sidgwick & Jackson.

Crowley, D. & Heyer, P. (eds) (1999).

Communication in History (3rd ed), New York: Longman.

Dahlgren, P. (1995).

Television and the Public Sphere. London: Sage Publications.

Durkheim, E. (1984).

The Division of Labour in Society. London: Macmillan.

Eliade M. (1959).

Cosmos and History. New York: Harper & Row.

Giddens, A. (1991).

Modernity and Self Identity. Cambridge: Polity Press.

Goffman, E. (1963).

Behavior in Public Places. New York: Free Press.

Goffman, E. (1967).

Interaction Ritual. New York: Anchor.

Habermas, J. (1976).

Communication and the Evaluation of Society. London: Heinemann.

Habermas, J. (1989).

The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: Polity Press.

Hannerz, U. (1989).

"Notes on the Global Ecumene", **Public Culture**. 1/2, pp.61-75.

Harvey, D. (1989).

The Condition of Post modernity. Oxford: Blackwell.

Health, S. (1990).

"On Screen, In Frame: Film and Ideology", in T. Bennett, (ed), **Popular Fiction**. London: Routledge.

Heidegger, M. (1962).

Being and Time. Oxford: Blackwell.

Howell, S. (1992).

"Time Past, Time Present, Time Future: Contrasting Temporal Values in Two Southeast Asian Societies", in S. Wallman (ed) Contemporary Future: Perspective from Social Anthropology. London: Routledge.

Innis, H. (1964).

The Bias of communication. Toronto: University of Toronto Press.

Lash, S. & Urry, J. (1994).

Economic of Signs and Space. London: Sage Publications.

Lefebvre, H. (1991).

The Production of Space. Oxford: Blackwell.

Lowenthal, D. (1985).

The Past is a Foreign Country. Cambridge: Cambridge University Press.

Lury, C. (1993).

Cultural Right. London: Routledge.

Marx, K. & Engels, I. (1976).

Collected works vol 6. London: Lawrence & Wishart.

McLuhan, M. (1964).

Understanding Media. New York: McGraw-Hill.

Mead, G.H (1959).

The Philosophy of Present. La Salle: Open Court.

Merton, R.K. (1984).

"Socially Expected Durations", in W.W. Powell & R. Robbins (eds) **Conflict and** Consensus. New York: Free Press.

Meyrowitz, J. (1985).

No Sense of Place. Oxford: Oxford University Press.

Morley, D. & Robins, K. (1995).

Space of Identity. London: Routledge.

Ong, W. (1982).

Orality and Literacy. New York: Methuen.

Soja, E. (1989).

Postmodern Geographies. London: Verso.

Sorokin, P. & Merton, R. K (1937).

"Social Time: a Methodological and Functional analysis", **American Journal of Sociology** 67: 169-76.

Stevenson, N. (1995).

Understanding Media Cultures. London: Sage Publications.

Sztompka, P. (1994).

The Social of Social Change. Oxford: Blackwell.

Turner, B. (1996).

Social Theory. Oxford: Blackwell.

Urry J. (1996).

"Sociology of Time and Space", in B.S. Turner, (ed) **Social Theory**. Oxford: Blackwell Publisher, Ltd.

Wallman S. (ed).

Contemporary Futures. London: Routledge.

Weber, A. (1929).

Theory of Location of Industries. Chicago: Chicago University Press.

Williams, R. (1975).

Television: Technology and Cultural Form. New York: Schocken.

Williams, R. (1990).

"The Technology and the Society", in T. Bennett (ed). **Popular Fiction**. London: Routledge.

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2543).

"การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas" ใน กาญจนา แก้วเทพ กับคณะ **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2544).

"ผู้หญิง/ผู้ชาย: ที่บ้าน/ที่สาธารณะ" ใน **สตรีศึกษา 2: สตรีกับประเด็นต่างๆ** คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรี (กสส.).

นิธิ เอียวศรีวงศ์

พื้นที่ในคติไทย สำนักพิมพ์มติชน กรุงเทพมหานคร.

นีรนุช เรืองกิตติยศยิ่ง (2540).

"รูปแบบชีวิตเมืองหลวง: ศึกษาจากสนามหลวงในฐานะที่เป็นพื้นที่สาธารณะของเมือง" วิทยานิพนธ์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัสนัย นุตาลัย (2541).

"การเมืองของชนชั้นกลางกับการใช้สื่อมวลชน" ใน กาญจนา แก้วเทพ, **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนา ทิมเมือง (2541).

"บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเวทีสาธารณะในการหาเสียงเลือกตั้งทั่วไป 17 พ.ย. 2539" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุธาริน คูณผล (2540).

"บทสำรวจพื้นที่สาธารณะ" **วารสารรัฐศาสตร์สาร** 20:3 (2540) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.