

“ทฤษฎีการสร้างสาร” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์

หน่วยที่ 3, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549

หน่วยที่ 3 ทฤษฎีการสร้างสาร

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

ตอนที่ 3.1 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวคิดวิทยา

เรื่องที่ 3.1.1 ทฤษฎีคุณลักษณะและทฤษฎีสภาวะทางจิต

เรื่องที่ 3.1.2 ทฤษฎีคำอธิบายเรื่อง "กระบวนการ"

ตอนที่ 3.2 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวคิดวิทยาสังคม

เรื่องที่ 3.2.1 แนวคิดพื้นฐาน

เรื่องที่ 3.2.2 นักคิดรุ่นบุกเบิก: จอร์จ เฮร์เบิร์ต มิด และบลูมเมอร์

เรื่องที่ 3.2.3 สำนักนาฏกรรมนิยม

ตอนที่ 3.3 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวการประกอบสร้างความเป็นจริงนิยม

เรื่องที่ 3.3.1 แนวคิดพื้นฐาน

เรื่องที่ 3.3.2 แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง

ตอนที่ 3.4 การสร้างสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

เรื่องที่ 3.4.1 แนวคิดเบื้องต้น

เรื่องที่ 3.4.2 ขั้นตอนของการสร้างสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

หน่วยที่ 3 ทฤษฎีการสร้างสาร

ความนำ

ถึงแม้ว่า "สาร" (message/content) จะเป็นปัจจัยหนึ่งในสี่ขององค์ประกอบของการสื่อสาร S-M-C-R แต่ทว่าเนื่องจากองค์ประกอบทั้งสี่นี้ล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องโยงใยกัน ดังนั้น ในการพิจารณาเรื่องการสร้างสารจึงมีปัจจัย 6 ประการที่ต้องคำนึงถึงดังนี้

(1) **ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสาร** ซึ่งมีมิติอยู่หลายด้าน เริ่มตั้งแต่มิติด้านประชากรแบบทั่วไป เช่น เพศ อายุ วัย ชนชั้น ภูมิฐานะ ฯลฯ ไปจนกระทั่งถึงปัจจัยด้านจิตวิทยา จุดยืนทางการเมือง ปรัชญาต่อโลกและชีวิต ฯลฯ แน่นอนว่า ปัจจัยด้านผู้ส่งสารย่อมมีอิทธิพลตั้งแต่ขั้นตอนการเลือกที่จะผลิตสารอะไรไปจนกระทั่งถึงจะเสนอสารอย่างไร

(2) **ปัจจัยด้านผู้รับสาร** ในฐานะที่เป็นปัจจัยมนุษย์ที่อยู่ในกระบวนการสื่อสาร ปัจจัยด้านผู้รับสารก็มีมิติต่างๆ เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร ความสำคัญและบทบาทของผู้รับสารในกระบวนการสร้างสารจะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของการสร้างสาร รวมทั้งแนวคิดในการสร้างสารและทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อผู้รับสาร เช่นทัศนคติที่ว่าผู้รับสารรับสารอย่างตั้งรับ (passive) หรือผู้รับสารมีแบบแผนการเลือกรับสาร (active) เป็นต้น

(3) **ปัจจัยด้านสาร** เช่น ประเภทและธรรมชาติของสาร การสร้างสารแบบใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ย่อมมีวิธีการสร้างที่แตกต่างกัน หรือการใช้เกณฑ์อื่น ๆ ในการจำแนกประเภท เช่น เป็นเนื้อหาประเภทเรื่องจริง (factual) หรือประเภทเรื่องแต่ง (fictional)

(4) **ปัจจัยด้านสื่อ** ได้แก่ ประเภทของสื่อที่จะบรรจุข่าวสาร เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพและเสียง สื่อวัตถุ ฯลฯ

(5) **เป้าหมายของการสร้างสาร** ในการสื่อสารแต่ละครั้งย่อมมีเป้าหมายในการสื่อสาร และเป้าหมายดังกล่าวก็จะทยอยมาเป็นเป้าหมายของการสร้างสารและการเลือกใช้สื่อ เช่น เป้าหมายของสารที่ต้องการการปลุกเร้าอารมณ์ (emotional) สารที่ต้องการกระตุ้นให้เกิดการสนทนาโต้ตอบกัน สารที่ต้องการจัดการความขัดแย้ง ฯลฯ สารที่มีเป้าหมายแตกต่างกันจะมีเนื้อหา วิธีการจัดเรียงสาร วิธีการนำเสนอ รหัสที่ใช้ ฯลฯ ต่างกันไปด้วย

(6) **บริบทของการสื่อสาร** ได้แก่ บริบทที่มีการสื่อสารนั้นเกิดขึ้น ซึ่งอาจหมายถึงระดับของการสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในองค์กร ฯลฯ และในแต่ละระดับของการสื่อสารก็อาจจะมีประเภทย่อย ๆ ของบริบทของการสื่อสารซอยแยกแยะลงไปอีก เช่น การสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการในองค์กร ฯลฯ บริบทของการสื่อสารก็จะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เข้ามากำหนดกระบวนการสร้างสาร

จากปัจจัยทั้ง 6 ประการที่กล่าวมา หากเราพิจารณาองค์ประกอบของการสื่อสารตามแบบจำลอง S-M-C-R และใช้เกณฑ์เรื่อง "ปัจจัยที่เป็นมนุษย์" และ "ปัจจัยที่ไม่ใช่มนุษย์" มาแบ่งแยกองค์ประกอบทั้งสี่ เราก็จะแบ่งกลุ่มองค์ประกอบออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ **กลุ่มที่เป็นมนุษย์** คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร และ**กลุ่มที่ไม่ใช่มนุษย์** คือ สื่อและสาร ซึ่งในที่นี้จะให้ความสนใจกับองค์ประกอบที่เป็นตัวสารเป็นพิเศษ โดยจะประมวลแนวคิดของสำนักคิดต่าง ๆ ที่กล่าวถึง "สาร" (Theories of message) โดยเฉพาะในขั้นตอนของการสร้างสาร (message production)

ถึงแม้เราอาจจะให้ความสนใจในกระบวนการสร้างสารเป็นพิเศษดังที่กล่าวมาแล้ว แต่เราก็ไม่อาจจะปฏิเสธธรรมชาติที่แท้จริงของกระบวนการสื่อสารได้ว่า เรื่องของสารนั้นจะประกอบด้วย 2 ขั้นตอน และโยงใยอยู่กับปัจจัยมนุษย์ทั้ง 2 ฝ่ายคือผู้ส่งและผู้รับ ในขั้นตอนแรก ผู้ส่งสารจะเป็นฝ่ายสร้างสาร และในขั้นตอนที่สอง ผู้รับสารจะเป็นฝ่ายเปิดรับ รับรู้ ตีความ และมีปฏิกิริยาตอบโต้ ดังนั้น ทฤษฎีการสร้างสารจึงไม่อาจจะละเลยปัจจัยด้านผู้รับสารได้

ในการพิจารณาผู้ส่ง/ผู้รับที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสารนั้น อาจจะแยกตาม**หน่วยที่ศึกษา**ซึ่งทำให้เราสามารถจัดกลุ่มของทฤษฎีการสร้างสารได้ ดังนี้

(1) **ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวคิดจิตวิทยา** กลุ่มทฤษฎีนี้จะพิจารณาผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะ**ปัจเจกบุคคล** และจะอธิบายพฤติกรรมการสร้างสารและรับสารของบุคคลด้วยปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น ความรู้/ความเข้าใจ ทักษะ/อารมณ์ความรู้สึก การลงมือกระทำ บุคลิกภาพ แรงจูงใจ ฯลฯ ส่วนใหญ่แล้ว การอธิบายด้วยทฤษฎีจิตวิทยามักจะใช้ในการสื่อสารระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารสาธารณะ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สำหรับการสื่อสารระดับอื่น ๆ ก็อาจนำมาประยุกต์อธิบายใช้ได้เช่นกัน

(2) **ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวคิดจิตวิทยาสังคม** กลุ่มทฤษฎีนี้จะให้ความสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เข้ามามีผลต่อการสร้าง/รับสาร เช่น ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction)

(3) **ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวสังคม-วัฒนธรรม** สำหรับทฤษฎีกลุ่มนี้จะขยายภาพของหน่วยการวิเคราะห์ให้กว้างขวางออกไป โดยมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์

สังคม/วัฒนธรรม ดังนั้น การสร้าง/รับสารของปัจเจกบุคคลจึงมิได้เกิดขึ้นตามใจชอบ หากแต่ต้องดำเนินไปตามรหัสทางวัฒนธรรมที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา (construction) ให้มีความหมายเฉพาะๆ ในแต่ละสังคม ตัวอย่างทฤษฎีในกลุ่มนี้ คือ ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social construction of Reality)

(4) **ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม** แม้ว่าในระยะเริ่มแรก การแบ่งแยกบทบาทระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะเป็นไปอย่างแยกขาด กล่าวคือ ผู้ส่งเป็นคนสร้างสาร ผู้รับเป็นคนรับสาร แต่ในปัจจุบันนี้ เริ่มมีแนวคิดใหม่ว่า การแบ่งแยกบทบาทนั้นไม่จำเป็นต้องเด็ดขาด กล่าวคือ แม้จะเป็นขั้นตอนการสร้างสารก็สามารถจะเปิดให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมได้ ปัจจุบันนี้แนวคิดนี้กำลังอยู่ในขั้นตอนของการแสวงหาแนวทางอยู่ซึ่งเรียกว่า "แนวทางการสร้างสารแบบให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม" (audience-participation-based approach)

อนึ่ง ในการศึกษาทฤษฎีทั้งหลายนั้น ไม่ว่าจะมีความแตกต่างในเนื้อหาของแต่ละทฤษฎีอย่างไรก็ตาม แต่ก็มิจุดร่วมที่เป็นหลักเกณฑ์สำหรับการพิจารณาทุกทฤษฎีที่จะนำมาเสนอในตอนต่อไปดังนี้คือ

1. ทุกทฤษฎีจะประกอบด้วย "ข้อตกลงเบื้องต้น" (basic assumption) เช่น ความเชื่อว่าธรรมชาติของมนุษย์ดีหรือเลว สังคมเปลี่ยนแปลงไปเพราะความสามัคคีหรือความขัดแย้ง เป็นต้น
2. ทุกทฤษฎีจะมีองค์ประกอบพื้นฐาน (basic concept) เช่น ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของซิกมุนด์ فروยด์ ถือว่า โครงสร้างของจิตประกอบด้วย จิตสำนึก จิตใต้สำนึก จิตไร้สำนึก เป็นต้น
3. ทุกทฤษฎีจะมีวิธีการนำไปใช้ เช่น ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ فروยด์ จะเน้นการอธิบายระดับปัจเจกบุคคล เป็นต้น

ตอนที่ 2.1 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวจิตวิทยา

เรื่องที่ 2.1.1 ทฤษฎีคุณลักษณะและทฤษฎีสภาวะทางจิต

(1) แนวคิดหลักของ 2 ทฤษฎีจิตวิทยา

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ลักษณะเด่นของทฤษฎีด้านจิตวิทยาก็คือ การกำหนดหน่วยที่ศึกษาเป็นระดับปัจเจกบุคคล และให้ความสนใจกับปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เข้ามามีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร

ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีด้านจิตวิทยาในการให้คำอธิบายว่าเหตุใดคนเราจึงมีลักษณะที่

แตกต่างกัน (Individual difference) องค์ประกอบที่ทำให้คนเราแตกต่างกันนั้นจะมีที่มาจาก 3 ปัจจัย

- (1) ลักษณะทางสรีระ อันได้แก่ ขนาดและลักษณะของรูปร่างหน้าตา
- (2) ความรู้สึกที่มีต่อผู้อื่น เช่น รัก โกรธ กลัว
- (3) การเรียนรู้และประสบการณ์ที่มีต่อโลก ซึ่งจะเป็นแหล่งหล่อหลอมทัศนคติที่มีต่อโลกและชีวิต เช่น การเป็นคนมองโลกในแง่ดี/แง่ร้าย วิธีคิดที่ชีวิตนี้เป็นทุกข์หรือชีวิตคือการผจญภัยที่น่าตื่นเต้น ฯลฯ

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้เมื่อนำมาผสมผสานหลอมเป็นหนึ่งเดียว วิชาการด้านจิตวิทยาจะเรียกว่า "บุคลิกภาพ" และจากแนวคิดเรื่อง "บุคลิกภาพ" สาขาจิตวิทยาจะแยกศึกษาและให้คำอธิบายเรื่องบุคลิกภาพออกเป็น 2 แนวทาง คือ

(ก) **ทฤษฎีคำอธิบายเรื่องคุณลักษณะ (Trait Explanation Theory)** ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า สิ่งที่เราเรียกว่า "บุคลิกภาพ" นั้น จะเป็นสิ่งที่ค่อนข้างคงตัว ที่เรียกว่า "โครงสร้างบุคลิกภาพ" (Personality Structure) ซึ่งจะกลายเป็นคุณลักษณะประจำตัวบุคคลนั้นไปตลอดเวลา/ทุกสถานที่ เช่น เป็นคนมีลักษณะก้าวร้าว มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลสูง มีความยึดมั่นในความเห็นของตนเอง มีความเห็นแก่ตัวเป็นพื้นฐาน มีอุปนิสัยเจ้าระเบียบ เป็นคนที่ขี้กังวลกระวายน ฯลฯ

ทฤษฎีที่ใช้คำอธิบายเรื่องคุณลักษณะนี้จะพยายามศึกษาหรือหาวิธีวัดว่า โครงสร้างบุคลิกภาพของคนแต่ละคนมีคุณลักษณะอะไรบ้าง และวิธีการที่คุณลักษณะดังกล่าวได้เข้าไปสัมพันธ์กับคุณลักษณะอื่น ๆ และตัวแปรอื่น ๆ อย่างไร หากกล่าวเฉพาะในเรื่องการสร้างสาร เราก็อาจจะสนใจว่าคุณลักษณะของผู้ส่งสารนั้นได้เข้ามามีผลต่อการสร้างสารอย่างไร โดยที่ทฤษฎีนี้จะอธิบายว่า เมื่อเรามีบุคลิกภาพอย่างหนึ่ง เรามักมีแนวโน้มที่จะสร้างสารแบบหนึ่งเสมอ เช่น ถ้าเรามี**บุคลิกภาพ**แบบเคร่งครัดกับระเบียบ **เนื้อหาสาร**ที่เราจะสร้างก็เกี่ยวข้องกับการรักษาระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ การตอกย้ำกฎเกณฑ์ การตำหนิ-การลงโทษ ฯลฯ ส่วนรูปแบบการ**นำเสนอสาร** ก็จะเป็นแบบการใช้คำสั่ง (กับคู่สื่อสารที่มีฐานะต่ำกว่า) การบ่นว่า (กับคู่สื่อสารที่มีฐานะสูงกว่า) แต่ถ้าเรามีบุคลิกภาพแบบที่ชอบการโต้แย้ง ก็จะมีการสร้างเนื้อหาสารที่ไม่ใช้กฎระเบียบ แต่กลับชอบสร้างสารในลักษณะที่เปิดเผยท้าทายให้ได้แย้ง เช่น มีการลงท้ายด้วยการตั้งคำถามว่า "คุณเห็นด้วยกับที่ผมพูดไหม" เป็นต้น

(ข) **ทฤษฎีคำอธิบายเรื่องสภาวะทางจิต (State Explanation Theory)** กลุ่มทฤษฎีกลุ่มนี้จะเน้นที่ "สภาวะทางจิต" ของบุคคลที่ได้มีประสบการณ์สั่งสมมาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หากพิจารณาอย่างผิวเผินอาจจะเห็นว่า ทฤษฎีสภาวะทางจิตอาจจะคล้ายคลึงกับทฤษฎีคุณลักษณะ

ที่กล่าวมาข้างต้น แต่ทว่าความแตกต่างระหว่างทั้งสองทฤษฎีก็คือ ในขณะที่ทฤษฎีคุณลักษณะจะเน้นคุณลักษณะที่ค่อนข้าง**คงตัว**ของบุคลิกภาพ แต่ทว่าทฤษฎีสภาวะทางจิตจะเน้นลักษณะที่**ไม่คงที่** และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาของบุคลิกภาพ

อย่างไรก็ตาม ในการอธิบายความเชื่อมโยงมาถึงเรื่องการสร้างสรรค์ ทั้ง 2 ทฤษฎีต่างก็มีคำอธิบายที่คล้ายคลึงกัน คือมีความเชื่อว่า สภาวะทางจิตของผู้สร้างในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ จะส่งผลต่อการสร้างสรรค์ ดังเช่นตัวอย่างมากมาย เช่น

- ตลอดช่วงชีวิตของปีกัสโซ่จะมีบางช่วงเวลาที่มีชีวิตมีความสุขสดชื่นรื่นเริง ในยุคนั้นปีกัสโซ่ก็จะวาดภาพที่ใช้**สีชมพู**เป็นหลัก แต่ในบางช่วงเวลา เมื่อชีวิตของเขาต้องพบกับความทุกข์ระทม ปีกัสโซ่ก็จะใช้**สีฟ้า**วาดภาพเป็นส่วนใหญ่ สีที่ใช้นั้นมีความหมายสะท้อนถึงอารมณ์ความรู้สึกของศิลปินในแต่ละช่วงเวลา

- การแต่งกลอนของสุนทรภู่ก็เช่นเดียวกัน ในช่วงที่ชะตาชีวิตตกอับ ไม่เป็นที่โปรดปรานของพระเจ้าแผ่นดิน ต้องยากไร้จนไม่มีแม้แต่ที่จะซุกหัวนอน สภาวะทางจิตใจของสุนทรภู่ก็หดหู่ท้อแท้ใจ และบรรยายออกมาเป็นกลอนว่า "อนิจจาตัวเราก็อ่อนแอ ไม่มีที่พำนักจะอาศัย"

ปัจจุบันนี้ นักวิชาการที่ศึกษาทฤษฎีทั้งสองนี้มักจะไม่นิยามที่จะอธิบายว่า ทฤษฎีใดมีความเป็นจริงมากกว่ากัน เพราะเริ่มมีข้อสรุปว่า ทฤษฎีทั้งสองนั้นอาจจะต้องนำมาใช้อธิบายอย่างควบคู่กัน กล่าวคือ นักวิชาการควรที่จะศึกษาว่า ในสภาวะหนึ่ง ๆ ผู้สร้างที่กำลังสร้างสรรค์มี**คุณลักษณะ**อย่างไร และมี**สภาวะทางจิต**อย่างไร และสารชิ้นหนึ่งที่ถูกสร้างออกมาได้รับอิทธิพลทั้งคุณลักษณะและสภาวะทางจิตในสัดส่วนที่มากน้อยอย่างไร

(2) ตัวอย่างปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการสร้างสรรค์

จากทฤษฎีคุณลักษณะและทฤษฎีสภาวะทางจิตที่ได้กล่าวมาข้างต้น เราอาจจะสังเกตเห็นปรากฏการณ์ในชีวิตประจำวันที่สอดคล้องกับคำอธิบายของทฤษฎีดังกล่าว กล่าวคือ คุณลักษณะของบุคลิกภาพบางแบบจะมีผลต่อการสื่อสารอย่างชัดเจน เช่น คนที่มีบุคลิกภาพชอบแสดงออก (extrovert) ก็จะเป็นคนที่ชอบพูดคุยกับคนจำนวนมาก ๆ ชอบออกงานสังคม หากถูกขอร้องให้แสดงออกเช่น ร้องเพลง กล่าวสุนทรพจน์ ฯลฯ มักจะทำอย่างเต็มใจไม่อึดออด ในทางตรงกันข้าม คนที่มีบุคลิกภาพชอบเก็บตัว (introvert) ก็จะไม่ค่อยสูงส่งกับใคร ๆ (ไม่ชอบสื่อสาร) แม้อยู่ท่ามกลางคนหมู่มาก ก็จะเงียบขรึม ไม่ค่อยสื่อสาร เป็นต้น หรือตัวอย่างของศิลปินที่มีบุคลิกภาพแบบนับถือตนเอง (self esteem) มีความมั่นใจในตนเอง มองโลกในแง่ดี หากเป็นศิลปินวาดภาพก็จะมีลีลาการวาดแปร่งแบบมั่นใจเลย เป็นต้น

จากข้อสังเกตในชีวิตประจำวันดังกล่าว นักจิตวิทยาการสื่อสารได้นำเอาข้อสังเกตดังกล่าว มาศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีหลักฐานยืนยันได้อย่างแน่นอนว่า คุณลักษณะหรือสภาวะทางจิตแบบใดมีผลต่อแบบแผนการสื่อสารต่าง ๆ อย่างไร งานค้นคว้าวิจัยที่มีมากคืองานวิจัยที่เกี่ยวกับการโน้มน้าวใจกับคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ โคเฮน ในเรื่องบุคลิกภาพแบบนับถือตนเองกับการโน้มน้าวใจ โคเฮนพบว่า คนที่มีความนับถือตนเองต่ำจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่า ถ้าเขาตระหนักว่า แหล่งสารมีศักดิ์ศรีสูงกว่าและจะโน้มน้าวได้น้อยถ้าเขาเห็นว่า แหล่งสารมีศักดิ์ศรีต่ำกว่า ส่วนนักวิจัยอีกชุดหนึ่งสรุปว่า ผู้ที่มีความนับถือตนเองสูงจะถูกจูงใจจากสารที่มองโลกในแง่ดี ในขณะที่ผู้ที่มีความนับถือตนเองต่ำจะถูกโน้มน้าวใจด้วยสารที่มองโลกในแง่ร้ายและสารที่คุกคาม กล่าวโดยสรุปคือ ในการศึกษาเรื่องการสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจแก่กลุ่มคนที่มีระดับความนับถือตนเองแตกต่างกัน ตัวแปรเรื่องคุณลักษณะของบุคลิกภาพของผู้รับสารจำเป็นต้องเป็นตัวแปรที่ต้องคำนึงถึง (Cohen, 1959)

สำหรับตัวแปรเรื่อง "สภาวะทางจิต" ตัวอย่างที่จะยกมาให้พิจารณาในที่นี้คือเรื่อง "ความกระวนกระวายใจ" (anxiety) ซึ่งอาจแสดงออกได้โดยความรู้สึกเครียดและความกลัว ความรู้สึกไม่แน่ใจหรือความตื่นตระหนกต่อเหตุการณ์ที่ประสบในชีวิตประจำวัน มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า ถ้าใช้ตัวแปรเรื่อง "การกระตุ้นความกลัว" กับคนที่มีบุคลิกภาพความกระวนกระวายต่างกัน จะได้ผลดังนี้คือ ถ้ากระตุ้นด้วยความกลัวระดับสูงกับคนที่มีความกระวนกระวายมาก การโน้มน้าวใจจะเกิดขึ้นได้น้อยมาก แต่ถ้าใช้ความกลัวระดับต่ำมาโน้มน้าวใจ คนที่มีความกระวนกระวายมากและน้อยจะถูกโน้มน้าวใจไม่ต่างกัน แต่แนวโน้มในการรับสารจะเป็นไปในทางที่ปกป้องตนเอง เช่น คนที่มีเลือดบวก (แนวโน้มเป็นเอดส์) เมื่อได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคเอดส์ก็ยังไม่ฟังเพราะกลัวแต่กังวลหรือมีฉะนั้นก็จะหันหน้าเข้าสู่ทำนอง "สุนัขจวนตลอก" ซึ่งเป็นไปในทางปกป้องตนเอง คนที่มีความกระวนกระวายใจน้อยคือคนที่รู้สึกว่าโรคเอดส์เป็นเรื่องห่างไกลตนเอง เป็นต้น (คูอรรรอน, 2537)

จากนี้จะยกตัวอย่าง งานศึกษาเรื่องบุคลิกภาพกับการสื่อสารกับการสร้างสารที่แสดงให้เห็นปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เข้ามามีอิทธิพลต่อเรื่องการสร้างสาร

(3) บุคลิกภาพด้านการสื่อสาร

ในตอนทีกล่าวนำ เราได้กล่าวถึงคุณลักษณะและสภาวะทางจิตของบุคลิกภาพบางประการ มีผลต่อการสื่อสาร ในตอนนี้ เราจะกล่าวถึงคุณลักษณะและสภาวะทางจิตบางประการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง คือเรื่องบุคลิกภาพด้านการสื่อสาร บุคลิกภาพด้านการสื่อสารเหล่านี้ย่อมมีผลโดยตรงอย่างใกล้ชิดต่อกระบวนการสร้าง/รับสาร ตัวอย่างของบุคลิกภาพด้านการ

สื่อสารที่จะยกมามากล่าวนี้มี 5 ตัวอย่างคือ

- (1) ความกลัวการสื่อสาร (Communication Apprehension)
- (2) การปรับสารให้เข้ากับผู้รับสาร (Rhetorical Sensitivity)
- (3) ลีลาของผู้สื่อสาร (communicator style)
- (4) ความก้าวร้าว (Aggressiveness)
- (5) ทฤษฎีการอำพราง (Equivocation Theory)

(1) ความกลัวการสื่อสาร

มีบุคลิกภาพแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสื่อสารโดยเฉพาะกระบวนการสร้างสารโดยตรง คือ "ความกลัวที่จะต้องสื่อสาร" ซึ่งแมคครอสกี้ (J. McCrosky, 1984) ระบุว่าบุคลิกภาพเช่นนี้เป็นปัจจัยหลักต่อการสร้างสาร เราอาจพบเห็นบุคลิกภาพดังกล่าวในชีวิตประจำวัน เช่น เพื่อนของเราบางคนอาจจะใจสั้น เหงื่อแตกท่วมตัวเมื่อต้องออกไปเสนอรายงานหน้าชั้น หรือนักศึกษาปริญญาโทบางคนรู้สึกวิตกกังวลอย่างมากเมื่อต้องลงมือเขียนรายงานวิทยานิพนธ์ เป็นต้น

บุคลิกภาพแบบกลัวที่จะสื่อสารนี้อาจจะเป็น "คุณลักษณะ" หรืออาจจะเป็น "สภาวะทางจิต" ก็ได้ สำหรับบางคนอาจจะมีลักษณะ "กลัวที่จะต้องออกไปแสดงออกต่อหน้าคนหมู่มาก" (อาจพบได้ในผู้ที่สมัครมาเป็นนักแสดง) และมีความกลัวเช่นนั้นอยู่ตลอดเวลา ไม่เคยหายหวาดกลัว แต่สำหรับบางคน อาจจะเป็นเพียง "สภาวะทางจิต" กล่าวคือ มีความกลัวเฉพาะในบางสถานการณ์ เช่น ถ้าต้องพูดหน้าชั้นในห้องเรียน ก็อาจจะไม่กลัว จะกลัวหากต้องพูดกลางสนามฟุตบอล หรือจะกลัวเฉพาะในกรณีที่ต้องพูดกับใครบางคน แต่ไม่ได้กลัวที่จะพูดกับทุก ๆ คน

แมคครอสกี้และคณะได้ทำวิจัยเรื่องบุคลิกภาพแบบกลัวที่จะสื่อสาร และพบว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพเช่นนี้มักจะใช้วิธีการหลีกเลี่ยง/หลบหนีสถานการณ์ที่ตนเองต้องเป็นผู้ส่งสาร และเขาเห็นว่า สำหรับในบางกรณี ความกลัวที่จะสื่อสารนั้นถือว่าเป็นเรื่องปกติของคนทั่ว ๆ ไปที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์การสื่อสาร เช่นนักแสดงทุกคนก็ต้องตื่นกลัวบ้างเมื่อเริ่มแสดงเป็นครั้งแรก อย่างไรก็ตาม ถ้าระดับของความกลัวมีมากเกินไปจนควบคุมไม่ได้หรือกลัวอย่างสม่ำเสมออาจถือได้ว่าเป็นปัญหาทางจิตในการสื่อสารอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แมคครอสกี้ได้พบกรณีจากงานวิจัยที่ว่า มีสถานการณ์บังคับบางสถานการณ์ทำให้ผู้ที่มีบุคลิกภาพดังกล่าวเอาชนะความกลัวไปได้โดยมีแรงจูงใจและรางวัลมาเป็นสิ่งล่อใจ เช่น ต้องออกไปพูดหน้าชั้นเพื่อให้ได้คะแนน เป็นต้น

(2) การปรับสารให้เข้ากับผู้รับสาร

ฮาร์ท และคณะ (R. Hart et al, 1980) ได้ทำวิจัยเรื่องการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอันเนื่องมาจากการรู้จักก่อนไหวและสนใจที่จะปรับสารให้เหมาะกับผู้รับสาร เขาเสนอว่าในเรื่องการปรับสารนี้ จะมีคนอยู่ 3 ประเภทคือ

(1) กลุ่ม Nobel selves กลุ่มนี้จะสนใจแต่ความคิดเห็นของตนเอง ถือเอาทัศนคติของตนเองเป็นที่ตั้ง และไม่สนใจจะปรับสารให้เข้ากับผู้อื่น

(2) กลุ่ม Rhetorical reflectors กลุ่มนี้คือกลุ่มที่คอยแต่จะเออออห่อหมกไปตามคนอื่น อย่างขาดความเป็นตัวของตัวเอง

(3) กลุ่ม Rhetorically sensitive เป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางระหว่าง 2 กลุ่ม คือ เป็นกลุ่มที่ปรับสารให้เข้ากับผู้รับ แต่ยังคงความเป็นตัวของตัวเองเอาไว้

สำหรับบุคลิกภาพของกลุ่มที่สามนี้เกิดมาจากการตระหนักถึงตนเอง การตระหนักถึงผู้อื่น รวมทั้งการตระหนักถึงสถานการณ์ในแต่ละช่วงขณะ ฮาร์ทและคณะวิจัยเห็นว่า บุคลิกภาพแบบที่ 3 นี้จะมีรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า 2 แบบแรก เนื่องจากสามารถสร้างความเข้าใจและสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นได้จากทั้งสองฝ่าย คนที่มีบุคลิกภาพแบบที่สามนี้จึงมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับมนุษย์ว่า "คนเรานั้นมีหลายเหลี่ยมหลายมุม" สำหรับคนหนึ่ง เมื่ออยู่ในห้องเรียน เขาก็เป็นอาจารย์ แต่เมื่ออยู่ในงานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนฝูง เขาก็เป็นชายหนึ่งที่ร่าเริงสนุกสนาน และใน 2 สถานการณ์นี้ เขาย่อมไม่คาดหวังให้เขามีการสื่อสารแบบเดียวกัน

บุคลิกภาพแบบรู้จักปรับสารให้เข้ากับผู้รับสารจะช่วยให้เจ้าของบุคลิกภาพหลีกเลี่ยงวิธีการพูดแบบเดียวกันหมดกับทุกคน (เราอาจเคยได้ยินเรื่องล้อเลียนคนที่มีบุคลิกภาพแบบ noble selves เช่นกลุ่มครูหรือพยาบาลที่เป็นครู/พยาบาลตลอดเวลา ทั้งในห้องเรียน โรงพยาบาลที่บ้าน ร้านอาหาร ศูนย์การค้า สวนสาธารณะ ฯลฯ) การรู้จักปรับสารจะทำให้ผู้สร้างสารพยายามสร้างสมดุลระหว่างความสนใจของตัวเองกับความสนใจของผู้อื่นโดยจะปรับสารให้เข้ากับระดับ/อารมณ์และความเชื่อของผู้อื่น จะไม่มีลักษณะแบบ "ยืนกระต่ายขาเดียว" หรือ "เถียงหัวชนฝา" หากแต่จะรู้ว่าวิธีการที่จะพูดปฏิเสธหรือแสดงความไม่เห็นด้วยนั้น มีวิธีการพูดได้หลาย ๆ แบบ เช่น ปฏิเสธแบบอ้อม ๆ พูดแบบบัวไม่ให้ช้ำน้ำไม่ให้ขุ่น เป็นต้น

ผลจากการวิจัยของฮาร์ท พบว่า ในแต่ละคนจะมีบุคลิกภาพทั้ง 3 แบบที่กล่าวมาข้างต้นอย่างผสมผสานกันในตัว หากแต่อาจจะมีสัดส่วนของบุคลิกภาพแต่ละอย่างแตกต่างกัน ส่วนใดที่มีมากก็จะแสดงออกมาเป็นคุณลักษณะของคน ๆ นั้น และที่มาของบุคลิกภาพดังกล่าวเกิดมาจากการหล่อหลอมของสถาบันสังคมที่แวดล้อมตัวคน ๆ นั้น เช่น เป็นลูกนักการเมือง เติบโตมาในครอบครัวที่เคร่งศาสนา ถูกเลี้ยงดูมาในตระกูลที่เป็นครู เป็นต้น

(3) ลีลาของผู้สื่อสาร

ในขณะที่บุคลิกภาพของผู้ส่งสารบางคนอาจจะอ่อนไหวง่ายต่อการที่จะปรับให้เข้ากับผู้รับสาร ในอีกด้านหนึ่งก็มีแนวคิดที่ตรงกันข้ามว่า บัณฑิตบุคคลแต่ละคนต่างมีคุณลักษณะเด่นหรือมีลีลาในการสื่อสาร (communicator style) ที่เป็นรูปแบบเฉพาะตัว

นอร์ตัน (R, Norton, 1983) เสนอว่า ในการสื่อสารทุกครั้งนั้น ผู้ส่งสารจะส่งสาร 2 ระดับ ระดับแรกคือ การถ่ายทอดข่าวสาร แต่เราก็ไม่เพียงแต่จะถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น ในระดับที่สอง ผู้ส่งสารทุกคนยังมีแบบวิธี (form) ที่จะบอกเล่าข่าวสาร มีวิธีที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจและมีปฏิกิริยาตอบกลับในแบบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เวลาที่เราจะเล่าเรื่องประสบการณ์การไปพักร้อนของเราให้เพื่อนฟัง นอกจากจะบอกเล่าข้อมูลแล้วว่า เราไปที่ไหนกับใคร ทำอะไร พบเห็นอะไรบ้าง ฯลฯ ในวิธีการเล่านั้น ก็ยังมี "การให้สัญญาณ" ควบคู่ไปเป็นระยะ ๆ เช่น

- หากผู้เล่าต้องการให้ฟังอย่างตั้งใจ ก็อาจจะทำสัญญาณโดยทำสีหน้าเคร่งขรึม ใช้น้ำเสียงจริงจัง รวบเรียบ

- หากต้องการให้ฟังแบบสบาย ๆ อาจจะทำสัญญาณให้ผู้ฟังนอนฟัง ใช้น้ำเสียงแบบพรู ๆ เล่าไปเรื่อย ๆ หยุดพักระหว่างเล่า

- หากต้องการให้ผู้ฟังสนุกสนาน อาจจะเล่าไปหัวเราะคลอไปด้วย

บรรดาสัญญาณเหล่านี้ นอร์ตันเรียกว่า "ลีลาของสาร" (style message) ซึ่งจะมีผลต่อการกรอข่าวสาร การตีความ และความเข้าใจของผู้รับสาร การใช้ลีลาของสารนั้นอาจจะมีตั้งแต่ช่วงก่อน/ช่วงระหว่าง/และช่วงเวลาหลังการถ่ายทอดข่าวสาร เช่น

- ช่วงก่อนจะเล่าข่าวสาร ได้แก่ ตัวอย่างประโยคว่า
"นี่จะเล่าเรื่องไปพักร้อนให้ฟัง มีเรื่องตื่นเต้นมากเลย"

- ช่วงระหว่างเล่าข่าวสาร ได้แก่ ตัวอย่างประโยคว่า
"ที่เล่ามานี้ เรื่องจริงทั้งนั้นนะ"

- ช่วงหลังเล่าข่าวสาร ได้แก่ ตัวอย่างประโยคว่า
"ที่เล่ามาทั้งหมดนี้ ถ้าไม่เชื่อไปถามคนที่ไปด้วยกันได้"

ในบางกรณี ข่าวสารที่จะเล่ามีความสำคัญมากและผู้ส่งสารมีความตั้งใจที่จะถ่ายทอดอย่างมาก และหากผู้ส่งสารพบว่า ผู้รับมีปฏิกิริยาคลุมเครือ เช่น ไม่ค่อยตั้งใจฟัง หรือทำท่าไม่เชื่อถือเรื่องที่เล่า ผู้ส่งสารก็จำเป็นต้องปรับลีลาของสารให้เด่นชัดมากยิ่งขึ้น เช่น การเรียกลูก ๆ ให้มานั่งฟังใกล้ ๆ หรือการบอกล่วงหน้าไว้ว่า "เล่าให้ฟังแล้วเธอจะขนลุก" เป็นต้น

สำหรับผลที่เกิดขึ้นตามมาจากการใช้ลีลาของสารนั้น นอกจากจะมีผลต่อผู้รับสารดังที่กล่าวมาแล้ว ลีลาของสารยังอาจจะย้อนกลับมามีผลต่อผู้สร้าง/ส่งสารเองด้วย เช่น หากผู้ส่งสารใช้ลีลาแบบเดิมอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ ผู้ส่งสารนั้นก็จะได้รู้ว่าเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพเช่นนั้น ตัวอย่างในชีวิตประจำวัน ก็เช่นบรรดานักแสดงตลก เช่น ล้อต๊อก ซึ่งทุกครั้งที้ออกมาส่งสารก็ต้องเป็นเรื่องราวที่ตลกขบขัน สนุกสนาน ไม่จริงจัง ฯลฯ และเมื่อล้อต๊อกจะหันไปเล่นหนังชีวิตเศร้าเคล้าน้ำตา ผู้ชมก็ยังรู้สึกติดอยู่ กับลีลาของสารแบบเดิม เป็นต้น

สำหรับเรื่องลีลาของสารนั้น อาจจะมีได้เป็นประเด็นในระดับปัจเจกบุคคลเท่านั้น แต่อาจจะยกระดับขึ้นไปเป็นกลุ่มหรือสังคม-วัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น เราอาจจะสังเกตว่า "คนอเมริกันมีลีลาของการส่งสารแบบตรงไปตรงมา ชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงมีลีลาของการส่งสารแบบสุภาพอ่อนตน" เป็นต้น นอกจากนั้น นอร์ตันยังพบอีกว่า สำหรับคนบางคนอาจจะมีลีลาของสารแต่เพียงแบบเดียว แต่สำหรับคนบางคนอาจจะมีสูตรผสมผสานหลาย ๆ ลีลาเข้าด้วยกัน หรือมีการปรับเปลี่ยนลีลาไปตามบริบทของสถานการณ์

(4) ความก้าวร้าว

โดยทั่วไปมักเป็นข้อตกลงร่วมกันได้ว่า คำนิยามของความก้าวร้าวคือการใช้แรง/อำนาจในการผลักดันผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ยังเข้าใจกันผิดก็คือ ความก้าวร้าวนั้นมีแต่แง่ลบเท่านั้น เพราะในมุมมองทางวิชาการ ความก้าวร้าวจะมีทั้งในแง่ลบบวกและลบ ในด้านบวก ความก้าวร้าวสามารถจะถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงการสื่อสาร รวมทั้งสามารถสร้างเสริม/ขยายความสัมพันธ์ทางสังคม (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ส่วนในแง่ลบก็เป็นดังที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ คือ ความก้าวร้าวจะทำให้ผู้อื่นไม่พอใจและทำลายความสัมพันธ์

องค์ประกอบของความก้าวร้าวจะมีอยู่ 4 อย่าง โดยที่ 2 อย่างแรกจะมีลักษณะทางบวก ส่วนอีก 2 อย่างหลังจะมีลักษณะทางลบ อันได้แก่

- (i) ความมั่นใจ/การยืนยันสิทธิของตน (assertive)
- (ii) การโต้แย้ง (argumentativeness)
- (iii) ความรู้สึกเป็นศัตรู (hostility)
- (iv) ความก้าวร้าวทางวาจา (verbal aggressiveness)

(i) **ความมั่นใจ/การยืนยันสิทธิของตน** เป็นการใช้อำนาจหรือการขยายสิทธิ/ความคิดเห็นของตนเองโดยไม่ไปละเมิดสิทธิของคนอื่น เป็นการกระทำที่ตรงไปตรงมาเพื่อรักษาผลประโยชน์หรือความเป็นตัวของตัวเอง ความมั่นใจในตนเองจะเป็นสิ่งจำเป็นเมื่อต้องเป็นผู้นำ เมื่อเป็นผู้เริ่ม

การสนทนา เมื่อต้องปกป้องตนเอง หรือเมื่อต่อต้านการรุกรานของคนอื่นที่บีบคั้นให้เราเห็นคล้อย หรือทำตาม

(ii) **การโต้แย้ง** เป็นแนวโน้มที่จะเอาตัวเองเข้าไปร่วมในการถกเถียงเกี่ยวกับประเด็นที่ยังไม่มีข้อยุติ เป็นการสื่อสารเพื่อสนับสนุนความคิดบางอย่าง ปฏิเสธความคิดบางอย่าง ในแง่ของการสื่อสาร การโต้แย้งจะมีประโยชน์อย่างมากในการช่วยให้คนเกิดการเรียนรู้ ได้มองเห็นแง่มุมที่หลากหลายจากทัศนะของคนอื่น เป็นการสื่อสารที่เพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้โต้แย้ง รวมทั้งยังช่วยพัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร (ลองนึกถึงตัวอย่างของชมรมโต้วาทีในโรงเรียน)

(iii) **ความรู้สึกเป็นศัตรู** เป็นการแสดงความโกรธเกรี้ยว เราอาจจะมีอารมณ์มั่นใจในตนเองและมีการโต้แย้งโดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้สึกเป็นศัตรูพ่วงติดมาด้วยเสมอไป ความรู้สึกเป็นศัตรูเป็นความรู้สึกที่ปฏิเสธฝ่ายตรงข้าม รู้สึกหวาดระแวง

(iv) **ความก้าวร้าวทางวาจา** มักจะเกิดควบคู่กับความรู้สึกเป็นศัตรู เป็นแรงจูงใจที่จะพยายามทำร้ายผู้อื่นแต่ไม่ใช่การใช้กำลังทางกาย แต่เป็นการทำร้ายทางอารมณ์ มีความแตกต่างระหว่าง "การโต้แย้ง" กับ "ความก้าวร้าวทางวาจา" ก็คือ ในขณะที่การโต้แย้งนั้นเราจะมุ่ง**โจมตีที่ความคิด ความเชื่อโดยใช้เหตุผล** แต่การแสดงความก้าวร้าวทางวาจานั้นเราจะมุ่งโจมตีที่ตัว**บุคคล** ด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบต่าง ๆ เช่น เยาะเย้ย เสียดสี เหยียดหยาม ทำทนาย เป็นต้น

ความก้าวร้าวทั้ง 4 ลักษณะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในขณะที่ 2 ประโยชน์แรกนั้นเป็นแง่บวก แต่ 2 ลักษณะหลังนั้นเป็นแง่ลบ หากว่า วิธีการสื่อสารของผู้ส่งไม่สามารถกระทำใน 2 ลักษณะได้สำเร็จ ก็มักมีการเคลื่อนย้ายมาเป็น 2 ลักษณะหลัง เช่น ถ้าโต้แย้งด้วยเหตุผลแล้วควบคุมอารมณ์ไม่ได้ ก็จะเปลี่ยนมาเป็นการด่าทอ (ความก้าวร้าวทางวาจา) เป็นต้น เราจะพบการเคลื่อนย้ายระหว่างคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้ในกลุ่มผู้สร้างสาร เช่น การอภิปรายในสภา การเขียนคอลัมน์วิจารณ์ ฯลฯ

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเรื่องการแสดงออกของการสื่อสารแบบก้าวร้าว และได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจบางประการ เช่น ผู้สร้างสารที่มีลักษณะโต้แย้งบางคนอาจจะไม่ใช้รูปแบบการโต้แย้ง หากประเมินสถานการณ์ว่า ถึงจะได้เถียงไปก็เปล่าประโยชน์ หรือเมื่อมองเห็นว่า ไม่มีทางเอาชนะฝ่ายตรงข้าม หรือไม่เห็นประโยชน์ว่าจะเอาชนะไปทำไม ส่วนพวกที่มีความรู้สึกเป็นศัตรูอาจจะไม่แสดงการสื่อสารแบบเป็นศัตรูออกมาหากกำลังสื่อสารกับผู้ที่มีความเห็นอกว่า

(5) **ทฤษฎีการอำพราง** ทฤษฎีนี้วางอยู่บนข้อตกลงที่ว่า ในการสื่อสารแต่ละครั้งนั้น จะไม่ได้เกิดขึ้นจากคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้สร้างสารเสมอไป แต่มีบางเงื่อนไขที่การสื่อสารจะถูกกำหนดจากสภาวะทางจิต รวมทั้งปัจจัยภายนอกอีกด้วย

ตัวอย่างเช่น เมื่อหญิงสาวคนหนึ่งถามชายคนรักว่า ทรงผมใหม่ที่เธอไปตัดมาเป็นยังไง

บ้าง ในกรณีนี้ชายคนรักก็มีโอกาสที่จะเลือกคำตอบได้ 2 แบบแผนคือ การตอบไปตามความจริงที่ใจตนเองคิด กับการตอบเพื่อรักษาน้ำใจหรือรักษาน้ำหน้าของคู่สื่อสาร การตอบตามแบบแรกจะเป็นการตอบอย่างตรงไปตรงมา แต่การตอบแบบที่สองจะเป็นการตอบแบบอ้อม ๆ ที่เป็นรูปแบบที่ทฤษฎีการอำพรางสนใจ

ทฤษฎีการอำพรางจะวิเคราะห์องค์ประกอบของการพูดสนทนาว่ามีอยู่ 4 ส่วนคือ

(1) ฉัน/ (2) กำลังพูดบางอย่าง / (3) กับคุณ / (4) ในสภาพการณ์หนึ่ง

ในกรณีของการพูดอย่างตรงไปตรงมา องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนก็จะชัดเจน แต่ในกรณีของการสื่อสารแบบอ้อม ๆ ผู้สร้างสารอาจจะเลือก "พราง" องค์ประกอบตัวใดตัวหนึ่ง ลองดูตัวอย่างแพथที่กำลังจะบอกคนไข้ถึงผลของการตรวจเลือดหาเชื้อเอชไอวี. ซึ่งอาจจะมีการพรางได้ 4 แบบ เช่น

(1) การละ "ฉัน" โดยอาจเลี่ยงไปใช้เป็น "คนทั่วไป" เช่น หมอจะพูดว่า

“คนไข้ชอบตีตนไปก่อนไข้เวลามีใครบอกว่ามีเชื้อเอชไอวี”

(2) การเลี่ยง/ละ ประโยค "กำลังพูดบางอย่าง" เช่นหมอจะพูดว่า

“วันนี้ หมอก็จะตรวจหาเชื้ออย่างเคยนะ ทุกอย่างเหมือนทุกๆวัน”

(3) การทำให้ "กับคุณ" ไม่ชัดเจนโดยไม่ระบุ เช่นหมอจะพูดว่า

“เราทุกคนมีโอกาสที่จะมีเชื้อเอชไอวีกันทั้งนั้น”

(4) การทำให้สภาพการณ์เกิดความคลุมเครือ เช่นหมอจะพูดว่า

“การพบเชื้อเอชไอวีไม่ได้แปลว่า ต้องเป็นโรคเอดส์เสมอไปนะ”

การเลือกรูปแบบการสื่อสารแบบอำพรางนี้มักจะถูกนำมาใช้เมื่อเวลาที่ผู้สร้างสารตกอยู่ในภาวะ "กลืนไม่เข้าคายไม่ออก" ที่ผู้สร้างสารจะไม่พูดก็ได้ ไม่ได้ แต่ถ้าพูดตรง ๆ ออกไปก็ไม่ดี

เรื่องที่ 3.1.2 ทฤษฎีคำอธิบายเรื่อง "กระบวนการ" (Process Explanation Theory)

เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีคุณลักษณะและสภาวะทางจิตที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่า ทฤษฎีคุณลักษณะและสภาวะทางจิตนั้นจะพยายามแสวงหาว่า มีตัวแปร/ปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อ

กระบวนการสร้าง/รับข่าวสาร (what is) แต่ทว่าทฤษฎีคำอธิบายเรื่อง "กระบวนการ" จะสนใจเรื่อง "วิธีการ" ในการสื่อสาร คือ ต้องการจะตอบคำถามว่า คนเราส่งสารและรับข่าวสารอย่างไร (how to) พยายามทำความเข้าใจกับกลไกวิธีคิดและกระบวนการทำงานของจิต ตัวอย่างเช่น จะให้ความสนใจว่า วิธีการที่ข่าวสารถูกรับมาเป็นอย่างไร ข่าวสารถูกนำมาจัดระบบอย่างไร ใช้ความทรงจำเก็บบันทึกไว้ได้อย่างไร กระบวนการตัดสินใจเพื่อจะมีปฏิกิริยาตอบโต้เป็นอย่างไร

กล่าวเฉพาะในขั้นตอนของการสร้างสาร ทฤษฎี "กระบวนการ" จะพยายามอธิบายว่า กลไกอะไรที่ผู้ส่งสารใช้ในการผลิตสาร ใช้ในการถ่ายทอด/แพร่ข่าวสารเข้าไปในกระบวนการรับสารของผู้รับสาร ส่วนวิธีการศึกษากระบวนการนั้นมีหลายวิธี แต่วิธีการที่นิยมกันมากที่สุดคือ **"แนวทางการอธิบายด้วยทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์"** (cognitive tradition)

ทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์จะเน้นการศึกษาที่กระบวนการทางจิตที่เชื่อมต่อระหว่างสิ่งที่ถูกส่งเข้ามา (inputs) กับสิ่งที่ถูกส่งออกไป (outputs) หรือรอยเชื่อมต่อที่เกิดในจิตระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ในแง่ของการสร้างสาร เราอาจยกตัวอย่างได้ว่า เมื่อเจ้าฟ้ากุ้งซึ่งเป็นผู้ที่รักธรรมชาติ รักการท่องเที่ยวและรักวรรณศิลป์เสด็จประพาสชนบทและได้เห็นธรรมชาติที่งดงาม (สิ่งที่ถูกส่งเข้ามา) จึงเกิดแรงบันดาลใจให้สร้างสรรค์ และเขียนแสดงออกมาเป็นบทกวี (สิ่งที่ถูกส่งออกไป) เช่น บทเห่ชมนกบนต้น

รอนรอนสุริยไฉ่ อัศดงค์
เรื่อยเรื่อยลับเมรุลง คำแล้ว

.....

สำหรับทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์ มีข้อตกลงเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ

(1) **ผู้สื่อสารจะต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน หรือทราบว่าจะต้องสื่อสารเรื่องอะไร**
ตัวอย่างเช่น เจมส์ คาเมรอน ผู้สร้างหนังเรื่อง Titanic มีเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า ในฉากแรกของภาพยนตร์เรื่องนี้ จะต้องการส่งสารให้ผู้ชมทราบว่า เรื่องนี้ต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับเรือเดินทะเลขนาดใหญ่ที่ชื่อ Titanic ซึ่งประสบอุบัติเหตุจมลงใต้มหาสมุทร

(2) **ผู้ส่งสารจะต้องตัดสินใจเลือกองค์ประกอบของการสื่อสาร** เนื่องจากวิธีการที่จะสร้างสารให้บรรลุเป้าหมายนั้นสามารถทำได้หลายวิธีการ ตัวอย่างเดิมคือฉากแรกของ Titanic หากผู้สร้างต้องการที่จะส่งสารสื่อความหมายให้ผู้ชมทราบว่า เรื่องราวของเรือสำราญลำนี้เป็นโศกนาฏกรรม จากเป้าหมายดังกล่าว ผู้สร้างสารสามารถที่จะเลือกภาพและดนตรีประกอบได้มากมายหลายแบบ เช่น อาจเลือกภาพที่เรือกำลังชนน้ำแข็ง ภาพผู้คนอ่านข่าวเรือจมในหนังสือพิมพ์แล้วร้องไห้ ฯลฯ แต่ทว่า คาเมรอนได้เลือกภาพของเรือที่จมอยู่ใต้มหาสมุทรที่เงียบ

สงบเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเรือลำนี้คือสุสานขนาดใหญ่ใต้ท้องน้ำ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นโศกนาฏกรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นโศกนาฏกรรมที่เจ็บสงบ ปราศจากผู้คนที่มีชีวิต รวมทั้งดนตรีประกอบที่ใช้ซึ่งอาจเล่นด้วยเครื่องดนตรีหลายชนิด แต่ทว่าผู้สร้างสารก็เลือกที่จะใช้ "ขลุ่ย" ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีที่ให้ความรู้สึกเศร้าสร้อยและโหยหวน

(3) ทุกขั้นตอนของ "ระดับการคิด" จะมีกระบวนการทางจิตที่แปรมาเป็น "การลงมือกระทำ" ได้แก่ ขั้นตอนการเลือกสถานที่ถ่ายทำ สร้างฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก จัดเตรียมกล้อง เริ่มถ่ายภาพ เลือกมุมกล้องที่จะถ่าย ฯลฯ

สำหรับทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์จะศึกษาองค์ประกอบของระบบความเข้าใจ (cognition system) ซึ่งมีอยู่ 3 ส่วนคือ

(1) เนื้อหาของระบบความเข้าใจ (content of cognition) ส่วนนี้จะประกอบด้วยข้อมูล ความคิด ทศนคติ และแนวคิดต่าง ๆ ที่มนุษย์เราใช้เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์และวางแผนกิจกรรมต่อไป ตัวอย่างของเจมส์ คาเมรอน เมื่อจะลงมือสร้างภาพยนตร์เรื่อง Titanic ส่วนนี้ก็คือข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องเรือ Titanic

(2) โครงสร้างของระบบความเข้าใจ (structure of cognition system) ส่วนนี้ได้แก่วิธีการที่เราจะใช้จัดการกับเนื้อหาที่อยู่ในระบบความคิดของเราได้อย่างไร เช่น คาเมรอนอาจจะนั่งคิดวางแผนว่าจะจัดการเชื่อมโยงเรื่องโศกนาฏกรรมเรือล่มกับเรื่องรักพาฝันของหนุ่มสาวคู่หนึ่งได้อย่างไร

(3) กระบวนการ/การปฏิบัติการของความเข้าใจ (process or operation) ได้แก่องค์ประกอบที่จะจัดการกับความเข้าใจเพื่อการนำมาใช้จัดการสภาพความเป็นจริง หรือการลงมือกระทำด้วยความเข้าใจนั้น ซึ่งก็คือขั้นตอนการลงมือสร้างภาพยนตร์นั่นเอง

ในแนวทางการอธิบายด้วยทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์มีกลุ่มทฤษฎีย่อย ๆ หลายทฤษฎีในที่นี้จะยกตัวอย่างของทฤษฎีย่อย ดังนี้

(1) ทฤษฎีการปรับตัวให้เหมาะสม (Accommodation Theory)

จิลส์ และคณะ (H. Giles, 1991) สังเกตพฤติกรรมของผู้คนที่พูดคุยสนทนากัน และพบว่า บรรดาคู่สนทนาทั้งหลายมีแนวโน้มที่จะปรับพฤติกรรมการสื่อสารของตนเองให้เข้ากับคู่สนทนา เขาเรียกกระบวนการดังกล่าวว่า "การปรับตัวให้เหมาะสม"

สำหรับวิธีการหลัก ๆ ที่ใช้คือ การเลียนแบบการสื่อสารของคู่สนทนา (mimic) โดยต่างฝ่ายต่างพยายามเลียนแบบกันและกันด้วยวิธีการต่าง ๆ นานา เช่น พยายามปรับระดับเสียงให้อยู่ในระดับเดียวกับคู่สนทนา ปรับน้ำเสียงให้ดังค่อยเท่า ๆ กัน พูดด้วยความเร็วเท่า ๆ กัน

เลียนแบบอากัปกริยาของกันและกัน เลือกใช้คำศัพท์แบบเดียวกัน จนกระทั่งบางครั้งอาจจะทำจนเกินเลยไป ลองสังเกตดูกรณีที่แม่พูดคุยกับลูกน้อยวัย 3-4 เดือน ก็ให้เห็นกระบวนการปรับตัวให้เหมาะสม เช่น ฝ่ายแม่จะพูดแบบอ้อแอ้ พูดแต่เฉพาะคำบางคำ ทำท่าทางแบบเด็ก ๆ ใช้น้ำเสียงแบบเด็ก ๆ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาดูในรายละเอียด กระบวนการปรับตัวให้เหมาะสมจะแบ่งแยกออกได้เป็น 2 แบบ

- (ก) **แบบที่โน้มเข้าหากัน (convergence)** เป็นความพยายามที่จะปรับการสื่อสารเข้าหากัน ให้เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ดังกรณีที่กล่าวมาข้างต้น
- (ข) **แนวโน้มที่หนีห่างจากกัน (divergence)** เป็นความหมายที่จะปรับการสื่อสารเพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างคู่สื่อสาร เช่น การพูดประโยคนี้" นี่เป็นความเห็นส่วนตัวของผมนะ คุณอาจจะไม่เห็นด้วยก็ได้" เป็นต้น

ในพฤติกรรมกรรมการสื่อสารแต่ละแบบอาจจะเกิดกระบวนการทั้งสองแบบไปพร้อม ๆ กัน หรืออาจจะมีการใช้แนวโน้มแบบเข้าหาหรือถอยหนีห่างเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง แนวโน้มทั้งสองแบบนี้จะแสดงออกในทุกส่วนของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร เช่น การเน้นการใช้ระดับเสียงดังค่อย การใช้คำศัพท์ ไวยากรณ์ น้ำเสียงสูงต่ำ การแสดงท่าทาง เป็นต้น

หลักเกณฑ์ในการจะเลือกใช้แนวโน้มแบบเข้าหาหรือถอยห่างนั้นมักจะขึ้นอยู่กับระดับการยอมรับคู่สื่อสาร หากผู้ส่งสารมีการยอมรับคู่สื่อสาร ก็มักจะใช้แนวโน้มเข้าหากัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้มักเกิดขึ้นในการสนทนากลุ่ม หรือคนที่มีความสนใจร่วมกัน คนคุ้นเคยกัน แต่หากเป็นกรณีที่ตรงกันข้าม คือ การพูดคุยกับคนแปลกหน้า คนที่มีความสนใจต่างกัน เรามักจะมีแนวโน้มที่จะใช้การถอยห่าง ผลจากการใช้แนวโน้มเข้าหากันจะเพิ่มความแน่นแฟ้น ความเป็นปึกแผ่น ความผูกพัน และยังทำให้สามารถทำนายแนวโน้มต่อไปได้ว่า เรื่องราวของการสนทนาหรือการลงมือกระทำหลังจากจบการสื่อสารจะเป็นไปในทิศทางใด ในทางตรงกันข้าม แนวโน้มของการถอยหนีห่างก็จะส่งผลให้เกิดขึ้นในทิศทางตรงกันข้าม

การที่จะเลือกใช้แนวโน้มแบบเข้าหา นั้น จะขึ้นอยู่กับ **การประเมินสภาพการณ์ของผู้สื่อสาร** ผลจากการวิจัยพบว่า ในการสื่อสารระหว่างคนที่มีสถานภาพสูงและต่ำ ฝ่ายที่มีสถานภาพสูงจะพยายามพูดซ้ำ ๆ หรือใช้ประโยคง่าย ๆ กับคนที่มีสถานภาพต่ำกว่า ส่วนคนที่มีสถานภาพต่ำก็จะพยายามพูดให้เร็วขึ้น พยายามเลือกใช้ประโยคที่ซับซ้อนมากกว่าปกติ นี่ก็เป็นกรณีตัวอย่างของการโน้มเข้าหากัน

นอกเหนือจากการประเมินสถานการณ์ของการสื่อสารแล้ว **การรับรู้ว่าคุณสื่อสารของเราอยู่ในระดับใด**ก็เป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกแนวโน้มการปรับตัวที่จะนำมาใช้

ผลการวิจัยพบว่า ในบางครั้งการประเมินคู่สื่อสารนั้นอาจจะถูกต้อง แต่ในบางกรณีก็อาจจะเกิดลักษณะการสรุปเหมารวม (stereotype) ตัวอย่างเช่น ในการวิจัยพบว่า นางพยาบาลจะพูดกับคนไข้สูงอายุโดยใช้ภาษาพูดแบบเดียวกับที่พูดกับเด็ก ๆ โดยมีการรับรู้แบบสรุปเหมารวมว่า เป็นคนไข้ที่พูดไม่ค่อยรู้เรื่อง หรือการที่เรามักพูดกับคนตาบอดด้วยเสียงที่ดังกว่าปกติ เพราะรับรู้เหมารวมว่า "เป็นคนพิการ"

ตามปกติแล้ว คนเราส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะชอบการปรับตัวเข้าหากันมากกว่าการถอยหนีตั้งแต่เริ่มเลือกคู่สื่อสาร กล่าวคือ เราจะชอบสนทนากับผู้คนที่วัยเดียวกัน ชนชั้นเดียวกัน อาชีพเดียวกัน ความสนใจอย่างเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า เราจะไม่ชอบสื่อสารกับคนที่ "พูดกันคนละเรื่อง" หรือคอยขัดคอโต้แย้งอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อยกเว้นว่า หากเรารับรู้ว่าการปรับตัวของคู่สนทนา นั้นเป็นการล้อเลียนหรือประจบประแจง เราก็อาจจะไม่พอใจก็ได้

ถึงแม้การสื่อสารแบบโน้มเข้าหากันจะให้ผลทางด้านบวกดังที่กล่าวมาแล้ว แต่การใช้การสื่อสารแบบนี้ก็ต้องมีเงื่อนไขหรือต้องมีการแลกเปลี่ยนบางประการ เช่น หากจะใช้ก็ต้องมีความพยายามหรือมีความสามารถ หรือในบางกรณี เมื่อโน้มเข้าหาคนอื่นมากเกินไปก็จะสูญเสียอัตลักษณ์ของตนเองไปเลย ตัวอย่างเช่น การแสดงโนราซึ่งเป็นศิลปะท้องถิ่นทางใต้ที่ต้องร้องด้วยภาษาใต้ แต่เมื่อนำออกไปแสดงในภาคกลางอาจจะต้องพยายามโน้มเข้าหาผู้ชมด้วยการร้องเป็นภาษากลาง ซึ่งอาจจะทำให้สูญเสียอัตลักษณ์ของศิลปะภาคใต้ไป

ในบางกรณี เราอาจเห็นการใช้แนวโน้มแบบถอยหนีเพื่อเป็นเครื่องมือในการทำหายหรือปรับเปลี่ยนการสื่อสารของฝ่ายตรงข้าม เช่น เมื่อต้องสนทนากับคนที่พูดเร็ว เราก็พยายามจะพูดให้ช้า (สร้างความแตกต่าง) เพื่อดึงให้คู่สนทนาพูดช้า ๆ ตามเรา ปรากฏการณ์นี้เห็นได้มากเวลาที่คนไทยพูดภาษาอังกฤษไม่ค่อยใช้แนวโน้มการหนีออกห่างเพื่อปรับการสื่อสารของคู่สนทนาชาวต่างประเทศ

การศึกษาเรื่องกระบวนการปรับตัวให้เหมาะสมเป็นหัวข้อที่นักการสื่อสารให้ความสนใจมากเนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวพันไปถึงเรื่องการเกิดผลแบบใดแบบหนึ่ง กล่าวคือ อาจจะก่อให้เกิดในเรื่องอัตลักษณ์ทางสังคมหรือการสร้างภาพลักษณ์ ในทางตรงกันข้าม อาจจะส่งผลไปในการสร้างความรู้สึกละอายใจ เกิดความห่างเหินทางจิตใจ-สังคม-วัฒนธรรม และกระบวนการปรับตัวดังกล่าวเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าผู้สื่อสารจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม

(2) ทฤษฎีการเตรียมเนื้อหาสาระที่ให้ความเข้าใจ (Cognitive Message Preparation)

ทฤษฎีการเตรียมเนื้อหาสาระที่ให้ความเข้าใจนี้ก็เป็นทฤษฎีย่อยอีกทฤษฎีหนึ่งที่อยู่

ในกลุ่มทฤษฎีความเข้าใจ โดยเน้นเน้นรอยต่อระหว่าง "ความเข้าใจ" กับ "การลงมือปฏิบัติ" แนวคิดหลักของทฤษฎีนี้กล่าวว่า "ความเข้าใจเป็นเครื่องช่วยให้เราจัดระบบความรู้ของเราเมื่อลงมือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง รวมทั้งสภาพการสื่อสารด้วย กล่าวคือ ความเข้าใจจะช่วยให้เราตัดสินใจว่า จะทำอะไร/อย่างไร" รวมทั้ง "จะสื่อสาร/อะไร/อย่างไรด้วย"

ทฤษฎีการเตรียมเนื้อหาสาระที่ให้ความเข้าใจมีกลุ่มทฤษฎีย่อย ๆ อยู่ข้างในอีกหลายทฤษฎี ตัวอย่างทฤษฎีย่อยที่จะยกมาในที่นี้คือ **ทฤษฎีการกระทำ/การประกอบชุดของการกระทำ (Action-Assembly theory)**

สำหรับคำว่า "การกระทำ" (action) ในที่นี้นั้น จะหมายถึง "การกระทำการสื่อสาร" (communicative action) ซึ่งมองว่าการกระทำทุกอย่างนั้นล้วนเป็นการสื่อสารข่าวสารบางอย่าง อยู่เสมอ กรีน (J. Green, 1993) ให้คำอธิบาย "การกระทำการสื่อสาร" ว่า จะประกอบด้วย ความรู้อยู่ 2 ส่วนเสมอ คือ

- (ก) **ความรู้ที่เป็นเนื้อหา (content knowledge)** อันได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่จะลงมือทำ เช่น ถ้าเราจะแต่งบทกวี เราก็จะต้องมีความรู้ที่เราจะแต่งเรื่องอะไร (know about things)
- (ข) **ความรู้ที่เป็นกระบวนการ (procedural knowledge)** ได้แก่ความรู้ที่ว่า เราจะทำสิ่งนั้นได้อย่างไร (how to do things) เช่น อยากรู้ว่า เรียกว่า บทกวี กฎเกณฑ์ในการเขียนบทกวีมีอะไรบ้าง มีวิธีการแต่งอย่างไร ฯลฯ ความรู้ที่เป็นกระบวนการนี้ประกอบด้วยความรู้ที่ตระหนักรู้ว่า ถ้าเราลงมือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งลงไป จะเกิดผลตามมาอย่างไร ภายใต้สถานการณ์หนึ่ง ๆ ตัวอย่างเช่น เรารู้ว่า ถ้าเราจะแต่งบทกวีเมื่อเรากำลังมีอารมณ์ความรู้สึกกับเรื่องนั้น ๆ บทกวีจะออกมาเป็นอย่างไร แต่ถ้าเราต้องแต่งบทกวีตามที่ถูกสั่งมาภายใต้เวลาอันจำกัด บทกวีจะออกมาเป็นอย่างไร (ปรากฏการณ์เช่นนี้ บรรดาศิลปินหรือผู้ที่ต้องทำงานสร้างสรรค์ในระบบอุตสาหกรรมสื่อมวลชนจะต้องเผชิญอยู่ตลอดเวลา)

ความรู้ที่เป็นกระบวนการนี้จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ใน "บันทึกกระบวนการ" (procedural records) ในระบบความเข้าใจหรือความทรงจำของเรา ในบันทึกนั้นจะมีเนื้อหาความรู้ 3 ส่วนคือ

- (i) เนื้อหาเกี่ยวกับการกระทำแบบต่าง ๆ เช่น การเขียนเรียงความ การสอบสัมภาษณ์ เพื่อสมัครงาน การเขียนวิทยานิพนธ์ ฯลฯ

(ii) เนื้อหาเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่จะออกมา

(iii) เนื้อหาเกี่ยวกับสภาพการณ์ที่เหมาะสม เช่น ถ้าจะสอบสัมภาษณ์เพื่อสมัครงาน สภาพการณ์ของการสัมภาษณ์จะประกอบด้วยใครบ้าง ในสถานที่แบบไหน เวลาใด ช่วงเวลานานเท่าไร เป็นต้น

ความรู้ที่เรามีอยู่ในบันทึกกระบวนการนี้เองที่ทำให้เราสามารถจะคาดการณ์ได้ว่า จะทำอะไรได้ในอนาคต เพราะเราทราบมาแล้วว่า (หรือมีความเข้าใจว่า) ในอดีต เราได้เคยทำแบบนี้มาแล้ว ในสถานการณ์แบบหนึ่ง และได้ผลออกมาแบบไหน ตัวอย่างเช่น เราทราบว่า เวลาไปสอบสัมภาษณ์สมัครงาน เราต้องแต่งตัวให้เรียบร้อย เพราะคราวที่แล้ว เราตกสัมภาษณ์ เพราะแต่งตัวไม่เรียบร้อย เป็นต้น

ในระบบความรู้ที่เป็นกระบวนการนั้น เราจะมีความเข้าใจอย่างสมบูรณ์เมื่อเรามีเนื้อหาทั้ง 3 ส่วนครบครัน กล่าวคือ เราไม่เพียงแต่จะรู้เนื้อหาส่วนแรกว่า จะต้องทำอะไรเท่านั้น เช่น เรารู้ว่าเมื่อสายตาประสานกับคนแปลกหน้าในงานเลี้ยง/(สภาพการณ์) เราสามารถจะส่งยิ้มอย่างเป็นมิตร (การกระทำ) ไปให้ได้เพราะผลลัพธ์ที่จะตอบกลับมาก็คือการยิ้มทักทาย แต่หากสภาพการณ์เปลี่ยนไป เช่นเมื่อเราไปพบเห็นคนแปลกหน้าในกลางซอยเปลี่ยว เราจะไม่ใช้การกระทำแบบเดิม คือการส่งยิ้มให้ แต่จะเปลี่ยนการกระทำเป็นการรีบเดินหนี ไม่สบตา เป็นต้น

ส่วนเส้นทางของการได้ความรู้โดยเฉพาะส่วนที่เป็นกระบวนการนี้ อาจจะได้มาจากการประสบการณ์ตรงของเราเอง (direct experience) หรือได้มาจากการสังเกตการกระทำของผู้อื่น (observational learning) เช่น วิธีการที่ดาราละครโทรทัศน์ซึ่งใช้ชีวิตคลุกคลีอยู่กับการแสดงละครและได้สังเกตวิธีการกำกับการแสดงของผู้กำกับ ทำให้เข้าใจกระบวนการกำกับการแสดงเช่น การเรียกอารมณ์มาใช้ การระงับความตื่นเต้น การใช้น้ำเสียง การแสดงท่าทาง การบังคับสายตา ฯลฯ สักวันหนึ่งก็สามารถจะก้าวขึ้นมาเป็นผู้กำกับการแสดงได้

สำหรับแนวคิดเรื่อง "การประกอบชุดของการกระทำ" (Assembly) นั้นวางอยู่บนแนวคิดที่ว่า เวลาแสดงการกระทำอย่างหนึ่ง ๆ นั้น มักจะไม่ได้เกิดจากการกระทำเดี่ยว ๆ เพียงอย่างเดียว แต่มักจะเกิดจากการประกอบกรกระทำหลาย ๆ การกระทำเข้าเป็นชุด เช่น การทักทายกัน มักจะประกอบด้วยการกระทำย่อย ๆ อย่างน้อย 3 อย่างคือ ยิ้มให้ ก้มศีรษะ และเอ่ยคำพูดทักทาย ในชีวิตประจำวันของเราอาจจะมีชุดการกระทำบางชุดที่เราสามารถประกอบเข้าด้วยกันโดยแทบจะไม่ต้องคิดเลย ตัวอย่างเช่นการทักทายที่ยกมา แต่ก็มีกรกระทำบางชุดที่เราต้องใช้เวลาเรียนรู้เป็นพิเศษ และต้องคิดในการลงมือกระทำ ตัวอย่างเช่น ถ้าเราเพิ่งเคยได้รับเชิญไปเป็นประธานในพิธีเปิดงานเป็นครั้งแรกในชีวิต เราก็ต้องเรียนรู้ไปล่วงหน้าก่อนว่า จะต้องจุด

เขียนและรูปภาษาพระพุทธรูปอย่างไร จะต้องกราบกี่ครั้ง เป็นต้น

ในการวิเคราะห์ระบบความเข้าใจตามทฤษฎีการกระทำและการประกอบชุดของการกระทำนี้อาจแยกแยะองค์ประกอบของระบบความเข้าใจออกเป็นส่วนย่อย ๆ ดังนี้

(1) **ระบบอวัยวะรับสัมผัส-อวัยวะมอเตอร์ (sensorimotor)** เช่นจะใช้อวัยวะส่วนต่างๆ เปล่งเสียงออกมาอย่างไร ตามปกติ หากเราอยู่ในวัฒนธรรมของเรา เรามักจะไม่ค่อยตระหนักถึงระบบการทำงานของอวัยวะรับสัมผัส-มอเตอร์ แต่หากเราเปลี่ยนไปอยู่ในวัฒนธรรมอื่นๆ เราก็จะมีความรู้ตัวมากขึ้น เช่นเมื่อเด็กนักเรียนไทยไปเรียนในประเทศฝรั่งเศส และจำเป็นต้องเรียนการหัดออกเสียงที่ไม่มีอยู่ในภาษาไทย เราจะตระหนักถึงการทำงานของอวัยวะส่วนต่าง ๆ ในช่องปากทันที

(2) **โครงสร้างภาษา (sentence structure)** เป็นระดับความรู้เรื่องการใช้ภาษาที่เราเรียนในวิชาการใช้ภาษา เช่น ความหมายของคำศัพท์ ไวยากรณ์ การออกเสียง ฯลฯ

(3) **ความรู้ในทฤษฎีการกระทำ-การประกอบชุดของการกระทำ** ได้แก่ ความรู้ที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้น

(4) **กลยุทธ์โดยทั่วไปเพื่อจะทำการสื่อสารให้ชัดเจน** เช่น ในการเขียนจดหมายนัดหมายนั้น เราจะเลือกใช้ตัวอักษรพิเศษเพื่อเน้นวัน/เวลา/สถานที่นัดหมาย เป็นต้น

จุดเด่นของทฤษฎีการกระทำ-การประกอบชุดของการกระทำก็คือการเน้นว่า ลำพังเพียงแค่มีความรู้ความเข้าใจเท่านั้นยังไม่เพียงพอที่จะอธิบายได้ แต่ทฤษฎีนี้จะสนใจว่า คนเราจะดึงเอาความรู้ที่นั่นออกมาใช้ในการลงมือกระทำหรือจะจัดระบบความรู้ของตนเองได้อย่างไร เพราะช่องว่างระหว่าง "การมีความรู้" กับ "การนำความรู้มาใช้ลงมือกระทำ" นั้นยังมีระยะทางเหยียดยาว ดังนั้น แม้เราจะนั่งอ่านตำราวิธีการขับรถมาอย่างเข้าใจทะลุปรุโปร่ง ก็ได้หมายความว่า ครั้งแรกที่เรานั่งรถไปจับพวงมาลัยและสตาร์ทรถ เราจะขับรถได้ทันที

ในการประกอบชุดของการกระทำทุกครั้งจึงต้องใช้เวลาและความพยายามเสมอไม่ว่าจะเป็นชุดการกระทำแบบง่าย ๆ แบบที่คุ้นเคย หรือชุดการกระทำที่ยากเย็นหรือแปลกใหม่ เราอาจจะรู้สึกว่าการกระทำที่ต้องเขียนร่างสุนทรพจน์ซึ่งเป็นชุดการกระทำที่แปลกใหม่และไม่คุ้นเคย เราจำเป็นต้องใช้ความคิด ใช้เวลา และใช้ความพยายาม แต่ถ้าเป็นการเขียนจดหมายถึงเพื่อน เราสามารถทำได้โดยอัตโนมัติ แต่ความจริงแล้ว ชุดการกระทำทั้ง 2 ชุดต่างก็ต้องใช้เวลา ความคิด และความพยายามด้วยกันทั้งนั้น เพียงแต่แตกต่างกันที่ระดับความมากน้อยเท่านั้น เราจะตระหนักถึงการแปลความคิดความรู้ออกมาเป็นการกระทำว่าต้องอาศัยเวลาและความพยายามเมื่อเวลาที่นั่งฟังการพูดสนทนากัน และพบว่า คู่สนทนาจะพูดคำว่า "เอ้อ อ้า" เพราะยังนึกสิ่งที่จะพูดไม่ออก หรือคิดแล้วแต่ยังไม่รู้จะพูดออกมาอย่างไร จึงต้องหาเทคนิคการถ่วงเวลาเอาไว้ เป็นต้น

(3) ทฤษฎีการวางแผน (Planning Theory)

เบอร์เกอร์ (C. Berger, 1997) เป็นผู้นำเสนอแนวคิดหลักของทฤษฎีการวางแผนโดยเริ่มต้นจากแนวคิดที่ว่า การสื่อสารนั้นเป็นการกระทำที่มีเป้าหมายบางอย่าง เช่น ถ้าจะเขียนรายงาน ก็ต้องมีเป้าหมายว่า จะเขียนเพื่ออะไร (เช่น ส่งให้ครูเอาคะแนน ส่งไปลงหนังสือพิมพ์) และเมื่อมีเป้าหมายแล้ว ก็ต้องมีการวางแผนการกระทำเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายนั้น ในบรรดาเป้าหมายที่หลากหลายนั้น เบอร์เกอร์เห็นว่า เป้าหมายทางสังคมเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดเนื่องจากมนุษย์เราเป็นสัตว์สังคม

ในขณะที่การกระทำหนึ่งมักจะมีเป้าหมายหลายเป้าหมาย และเป้าหมายอันหลากหลายนี้จะเรียงตัวเป็นลำดับชั้น โดยอาจมีเป้าหมายใหญ่อยู่หนึ่งเป้าหมาย ซึ่งจะประกอบด้วยเป้าหมายย่อย ๆ อีกหลายเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น เมื่อชายหนุ่มคนหนึ่งเดินเข้าไปในงานเลี้ยงสังสรรค์ และพบว่า มีหญิงสาวคนหนึ่งที่สวยงาม เป้าหมายใหญ่ของเขาก็คือ อยากจะทำความรู้จักกับหญิงสาวที่น่าสนใจคนนี้ จากเป้าหมายใหญ่นี้ ชายหนุ่มผู้นี้จะต้องแตกออกมาเป็นเป้าหมายย่อย ๆ เช่น จะเดินเข้าไปหาด้วยวิธีไหนดี จะเริ่มต้นพูดประโยคแรกอย่างไร จะดึงการสนทนาให้ยาวนานออกไปได้อย่างไร เป็นต้น

ดังที่กล่าวมาข้างต้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายกับการวางแผนว่า เมื่อมีการกำหนดเป้าหมายแล้ว ก็ต้องมีการวางแผนเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น และหากเราตั้งคำถามว่า คำนิยามของคำว่า "การวางแผนคืออะไร" จากทัศนะของทฤษฎีการวางแผนจะให้นิยามที่ต่างไปจากคำนิยามที่เราเคยได้ยินจากสาขาวิชาอื่น ๆ เช่นการบริหารว่า การวางแผนเป็นการวาดภาพในความคิดถึงขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผู้กระทำการต้องเดินผ่านก่อนที่จะบรรลุเป้าหมาย (เราอาจจะคิดถึงการเล่นวิดีโอเกมที่ผู้เล่นจะต้องฝ่าข้ามด่านต่าง ๆ ก่อนจะถึงจุดหมายปลายทาง)

ทฤษฎีการวางแผนได้แยกแยะประเภทของการวางแผนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ประเภทแรก เป็นแผนเดิมหรือแผนสำเร็จรูป เนื่องจากในชีวิตของคนเราได้ผ่านการทำกิจกรรมบางอย่างมานับครั้งไม่ถ้วนแล้ว เราเคยพูดทักทายคนมาไม่รู้เท่าไร ในกรณีเช่นนี้ เรามักจะจัดเอาวิธีการที่เป็นแผนสำเร็จรูปหรือแผนที่เราเคยใช้มาแล้ว แผนสำเร็จรูปนี้จะฝังตัวอยู่ในความทรงจำระยะยาวของเรา

แต่ในบางกรณี เป้าหมายบางอย่างของเราเป็นเป้าหมายที่สดใหม่ที่เรายังไม่เคยทำกิจกรรมนั้นมาก่อน เช่น ชายผู้หนึ่งต้องการจะเอ่ยปากขอยืมเงินจากคุณป้าเพื่อไปผ่อนดาวน์บ้านที่ตนเองจะซื้อ กิจกรรมเช่นนี้ เขายังไม่เคยทำมาก่อนเลย ดังนั้น จึงไม่มีแผนสำเร็จรูปในความทรงจำของเขา เขาจึงต้องวางแผนขึ้นมาใหม่ว่า จะไปหาคุณป้าในวันไหน จะเริ่มต้นพูดอย่างไร ที่ไหน

ไปกับใคร เอาหลักฐานอะไรไปบ้าง ฯลฯ แผนใหม่ที่เขาร่างขึ้นมาจะมีทั้งบางส่วนของแผนเก่า ความรู้ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แผนอันใหม่นี้จะถูกบันทึกเก็บไว้ที่ความทรงจำปัจจุบัน

การให้เวลาและใช้ความพยายามที่จะร่างแผนใหม่นั้นจะมีมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด หากชายผู้นั้นมีความต้องการที่จะซื้อบ้านอย่างมาก เนื่องจากมีความใฝ่ฝันมานานแล้วที่จะมีบ้านเป็นของตัวเองสักหลังหนึ่ง เขาก็ต้องให้เวลาและใช้ความพยายามกับการวางแผนอย่างมาก

การที่จะสามารถวางแผนให้ได้ดังนั้นก็ เบร์เกอร์เสนอว่า ผู้วางแผนจะต้องมีความรู้ 2 ประเภท คือ **ความรู้เฉพาะเรื่อง** (specific domain knowledge) อันได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะวางแผน เช่น ความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน (เช่น ควรจะให้ดอกเบี้ยไหม เท่าไหร่ จะผ่อนใช้คืนอย่างไร) หรือความรู้เกี่ยวกับคุณบ้าน (มีอุปนิสัยอย่างไร มีทรัพย์สินสมบัติมากน้อยแค่ไหน) และ **ความรู้ทั่วไป** (general domain knowledge) อันได้แก่ ข้อมูลและความรู้ในการสื่อสาร เช่น จะโน้มน้าวจิตใจของผู้สูงอายุที่เป็นญาติได้อย่างไร ทฤษฎีการวางแผนทำนายว่า ถ้าผู้วางแผนมีความรู้ทั้งสองประเภทมากเท่าไร แผนที่วางมานั้นก็จะซับซ้อนมากขึ้นเท่านั้น และหากเพิ่มตัวแปรเรื่อง "แรงจูงใจ" ที่กล่าวมาแล้วควบคู่ไปด้วย ก็จะทำให้เพิ่มความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น หลายชายอาจจะต้องวางแผนไว้ล่วงหน้าว่า ถ้าคุณบ้านปฏิเสธอย่างเด็ดขาด จะพูดอย่างไร ถ้าคุณบ้านก็รับก็ปฏิเสธจะพูดอย่างไร คุณบ้านจะตั้งเงื่อนไขอะไรบ้าง จะต้องรองเงื่อนไขต่าง ๆ ได้อย่างไร เป็นต้น

ตอนที่ 3.2 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวคิดจิตวิทยาสังคม

ในขณะที่ทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่ได้กล่าวไปถึงแล้วนั้น หน่วยที่ใช้ในการศึกษาจะเป็น "ระดับปัจเจกบุคคล" ทฤษฎีด้านจิตวิทยาสังคมจะเริ่มขยายหน่วยของการศึกษาขึ้นมาให้เป็นเรื่องของปัจเจกกับกลุ่ม หรือเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกกับปัจเจก หรือปัจเจกกับกลุ่ม

สำหรับกลุ่มทฤษฎีที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในการศึกษาระดับจิตวิทยาสังคมและเป็นทฤษฎีที่ให้ความสนใจกับเรื่องของการสื่อสารอย่างมากที่สุดคือ กลุ่มทฤษฎีสถิติสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) ในที่นี้จะแนะนำให้นักศึกษาได้รู้จักกับแนวคิดพื้นฐานและนักวิชาการในสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์เพื่อทำความเข้าใจในลำดับต่อไป รวมทั้งจุดเน้นที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องของการสื่อสารและการสร้างสาร และท้ายที่สุดจะแนะนำทฤษฎีย่อยที่อยู่ในสำนักนี้คือทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงนาฏกรรม (Dramaturgical Interactionism) ของเคนเนธ เบิร์ก (Kenneth Burke) ที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องของการสร้างสารได้

(1) แนวคิดพื้นฐาน 6 ประการของสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ มีดังนี้

(i) คนเราจะตัดสินใจและลงมือกระทำตามที่รับรู้และเข้าใจสภาพการณ์ที่เขาค้นพบว่าตัวเองอยู่ในสภาพการณ์นั้น เช่นพระเอกละครโทรทัศน์ที่รู้ว่าตัวเองต่ำต้อย ก็จะหนีจากนางเอกผู้เป็นดอกฟ้าที่สูงส่งเพราะไม่คู่ควร เป็นต้น

(ii) สิ่งที่เราเรียกว่า "ชีวิตทางสังคม" นั้นประกอบด้วยกระบวนการทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คน มิใช่สิ่งที่แข็งตัวเป็นโครงสร้าง ดังนั้น กระบวนการนี้จึงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังประโยคที่เราเคยได้ยินกันว่า ไม่มีมิตรไม่มีศัตรูถาวรในวงการเมือง เป็นต้น

(iii) คนเราจะเข้าใจประสบการณ์ของเขาโดยผ่านระบบความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญลักษณ์ของกลุ่มประมุข และภาษาจะเป็นส่วนสำคัญของชีวิตของสังคม เช่น คนอิสานจะเข้าใจลูกไฟที่ลอยขึ้นมาจากแม่น้ำโขงในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 11 เป็นบั้งไฟพญานาค

(iv) โลกเราถูกประกอบขึ้นด้วยบรรดา "วัตถุทางสังคม" (social objects) ที่ถูกขนานนามและถูกกำหนดความหมายจากสังคม เช่นพระอาทิตย์ในสังคมญี่ปุ่นจะถูกกำหนดความหมายว่าเป็นเทพเจ้าบรรพบุรุษของชาวญี่ปุ่น

(v) การกระทำของคนเราขึ้นอยู่กับการตีความของเขา การตีความนี้เกิดขึ้นภายในสภาพการณ์ที่ทั้งวัตถุทางสังคมและการกระทำของมนุษย์จะถูกให้การนิยาม เช่น เวลาเกิดดาวหางโคจรเข้ามาใกล้โลก คนไทยจะถือว่าเป็นลางที่จะเกิดเหตุการณ์ร้ายๆ ในสังคม

(vi) ส่วน "ตัวตน/อัตตา" ของมนุษย์นั้นก็เหมือน "วัตถุทางสังคม" อย่างอื่น ๆ คือ ถูกกำหนดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เช่นเด็กที่บุคคลแวดล้อมพูดว่า เป็นเด็กหน้าตาน่าเอ็นดู ก็จะสร้างความคิดต่อตนเองว่าเป็นคนหน้าตาน่ารัก

หากกล่าวโดยสรุป สำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์จะเริ่มการอธิบาย "สังคม" จากหน่วยที่เล็กที่สุด กล่าวคือ สังคมเกิดขึ้นเมื่อบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาปฏิสัมพันธ์กัน แต่เนื่องจากปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์นั้นจะมีลักษณะพิเศษกว่าสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ คือมนุษย์ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กันเนื่องมาจากสัญชาตญาณเช่นสัตว์ หากแต่มนุษย์เป็นสัตว์ที่รู้จักใช้สัญลักษณ์ (symbol animal) ดังนั้น เมื่อมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กันด้วย "การยิ้ม" การยิ้มนั้นจึงเป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายอันหลากหลายแฝงอยู่ (ยิ้มด้วยมิตรไมตรี ยิ้มเยาะเย้ย ยิ้มเหยียดหยาม ฯลฯ) ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์จึงเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ จากปฏิกิริยาเชิงสัญลักษณ์ที่ละคู่ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกันเข้าเป็นตาข่ายโครงข่ายขนาดใหญ่ นั่นเองก็คือสังคมซึ่งเกิดมาจากความตั้งใจหรือการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้นๆ

ส่วนแนวคิดที่เกี่ยวกับ "การสื่อสาร" นั้น สำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อธิบายว่า การ

สื่อสารคือกระบวนการ 2 ชั้น ชั้นแรกคือการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคล และชั้นที่สองคือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารจึงเป็นทั้งเรื่องของ**สัญลักษณ์** (ที่ใช้เครื่องหมายทั้งที่เป็นคำพูดหรืออากัปกิริยา) และการมี**ปฏิสัมพันธ์**

ในการอธิบายเรื่องการสื่อสารกับปฏิสัมพันธ์นั้น ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์จะให้ความสนใจกับเรื่องการสื่อสารและความหมาย (meaning) โดยกล่าวว่า การสื่อสารและความหมายนั้นเป็นเรื่อง "ทางสังคม" ไม่ใช่เรื่องของ "ปัจเจก" เนื่องจากความหมายจะถูกสร้างขึ้นมาและธำรงรักษาเอาไว้ด้วยปฏิสัมพันธ์ของคนในกลุ่มสังคมนั้น ๆ เท่านั้น ตัวอย่างเช่น การจับมือทักทายกันจะไม่มี ความหมายอะไรเลยในสังคมชนเผ่าบางแห่งที่ไม่รู้จักการจับมือ หรือการเอามือมาชนกันจะมีความหมายเท่ากับ "การทักทายกัน" ก็แต่เฉพาะในชนเผ่าเมารีเท่านั้น เพราะฉะนั้น ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร (การเอามือมาชนกัน) จะถูกสร้าง ถูกเก็บรักษา หรือถูกเปลี่ยนแปลงไปตาม **ประเพณีของสังคม** (ที่รวมเอาการกำหนดบทบาท การสร้างบรรทัดฐาน การวางกฎระเบียบ) และในทางกลับกัน ประเพณีของสังคมก็จะเป็นตัวให้นิยามความเป็นจริงของวัฒนธรรมนั้น ๆ (กล่าวคือให้นิยามว่า การเอามือมาชนกันเป็นการทักทายระหว่างมิตรสหาย เป็นต้น)

ในการสร้างเนื้อหาสารขึ้นมาในกระบวนการสื่อสารนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจเรื่อง "ความหมาย" ที่ถูกกำหนดอยู่ในกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม และยังต้องคำนึงต่อไปว่า การสื่อด้วยสารนั้น ไม่เพียงแต่จะถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวพันกับการธำรงรักษา การกระชับ หรือในทางตรงข้ามเป็นการบั่นทอนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับอีกด้วย

(2) แนวคิดของนักวิชาการรุ่นบุกเบิก : จอร์จ เฮร์เบิร์ต มัด

เพื่อทำความเข้าใจเรื่องการสร้างสารจากทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ จำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจเบื้องต้นกับทัศนะของจอร์จ เฮร์เบิร์ต มัด (George Herbert Mead) ผู้วางรากฐานของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

(i) **ทัศนะต่อมนุษย์** ในชื่อของหนังสือของมัดเรื่อง Mind, Self and Society ได้สะท้อนให้เห็นทัศนะที่มัดมีต่อมนุษย์ได้ดีที่สุด มัดเห็นว่า มนุษย์มีองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้แตกต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ คือ มนุษย์มี "จิต" (mind) และมี "อัตตา/ตัวตน" (self) คุณลักษณะ 2 ประการนี้ทำให้มนุษย์เป็น "ผู้แสดงการกระทำ" (actors) มิใช่เป็นเพียงผู้ตอบสนองต่อการกระทำ (reactors) เท่านั้น กล่าวคือมัดมีความเชื่อว่า แม้นมนุษย์ต้องอยู่ภายใต้ประเพณีและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของสังคม แต่มนุษย์ก็อยู่อย่างเป็นผู้กระทำ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา

สำหรับส่วนที่เรียกว่า "จิต" นั้น มัดนิยามว่าเป็นกระบวนการที่คนเรามีปฏิสัมพันธ์กับตัวเอง ซึ่งเป็นความสามารถชนิดพิเศษของมนุษย์ และ "จิต" นี้เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับชีวิต

ความเป็นมนุษย์ ทั้งนี้เพราะ "จิต" มีบทบาทอยู่ในการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ เช่นเวลาที่เรารู้สึกว่า "คนเรามีจิต" นั้น หมายความว่า คนเราสามารถที่จะ "รับรู้หรือเลื่อนการกระทำที่ต้องการจะแสดงออกไปสักชั่วระยะหนึ่ง" เพื่อให้เวลาในช่วงขณะนั้นให้ความหมายต่อสิ่งเร้าอันใดอันหนึ่งอย่างมีสำนึก" ซึ่งมีใช้การตอบสนองแบบฉับพลัน (reflexive) เช่นเวลาที่เรามองเห็นเด็กตกลงไปในน้ำ ในช่วงเวลาสั้น ๆ นั้น "จิต" ของเราจะทำงานโดยเราอาจจะจินตนาการ/วาดภาพ/ขบคิดว่า หากลงมือกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งลงไป ผลลัพธ์จะออกมาในรูปแบบใดบ้าง เช่น ถ้าจะกระโดดลงไปช่วย ต้องถามตัวเองว่า เรารวายน้ำเป็นหรือเปล่า เรารวายน้ำแข็งหรือเปล่า ฯลฯ และหากมีเวลายาวนานพอ เราอาจจะมีการลองทดสอบดูว่า การกระทำอันนั้นเป็นทางเลือกที่มีโอกาสเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

สำหรับผู้ส่งสาร ในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งจัดเป็น "การกระทำอย่างหนึ่งของมนุษย์" ผู้ส่งสารจะใช้ "จิต" อยู่เสมอไม่ว่าจะมากหรือน้อย ไม่ว่าจะใช้เวลายาวนานหรือเพียงชั่วพริบตาก็ตาม กระบวนการสื่อสารของมนุษย์จึงมิใช่การเกิดปฏิกิริยาแบบฉับพลันโดยไม่ผ่านกระบวนการทำงานของจิต ในขณะที่หนูซึ่งวิ่งอยู่ในเขาวงกตใช้กระบวนการลองผิดลองถูกในการคลำหาทางออก มนุษย์เราสามารถที่จะคิดลองผิดลองถูกอยู่ในใจด้วยการใช้จินตนาการและการไตร่ตรอง ก่อนที่คน ๆ นั้นจะเริ่มต้นลงมือกระทำออกมาภายนอก

(ii) **การกระทำทางสังคม (social action)** หน่วยที่ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์สนใจศึกษาคือปฏิสัมพันธ์ที่เรียกว่า "การกระทำทางสังคม" การกระทำบางอย่างอาจจะมีช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เช่น การก้มลงผูกเชือกทรงเท้า หรือการกระทำบางอย่าง อาจจะกินระยะเวลายาวนาน เช่น การดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่วาดไว้ กระบวนการสื่อสาร เช่น การแต่งเพลง การวาดรูป การร่างสุนทรพจน์ การสร้างภาพยนตร์ การพูดโทรศัพท์ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นการกระทำทางสังคมทั้งสิ้น และตลอดชั่วชีวิตของมนุษย์ก็ล้วนแล้วแต่ประกอบไปด้วยการกระทำทางสังคมรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้

การกระทำทั้งหลายเริ่มต้นด้วย "แรงกระตุ้น" (impulse) ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ การตีความหมาย การนึกตรึกตรอง การคิดทบทวนซึ่งใจจะหวางทางเลือกหลาย ๆ ทาง และการมุ่งหวังที่จะบรรลุจุดหมายปลายทางที่ตั้งเอาไว้ จากรูปแบบพื้นฐานดังกล่าวนี้ การกระทำทางสังคมจะประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยคือ **หนึ่ง** การแสดงออกกับปฏิกิริยาทำทางที่เริ่มต้นจากคน ๆ หนึ่ง **สอง** การมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อออกกับปฏิกิริยานั้นจากอีกฝ่ายหนึ่ง (ไม่ว่าจะเปิดเผยหรือแฝงเร้นก็ตาม) และ **สาม** ท้ายสุดจะจบลงด้วยผลของการกระทำนั้นที่อาจจะรับรู้ได้จริงหรืออาจเกิดจากจินตนาการของทั้งสองฝ่าย

ลองดูตัวอย่างการกระทำทางสังคมที่เป็นการ "จี้ปล้น" เริ่มต้นด้วยขโมยจะแสดง

ท่าทางให้เหยื่อของตนรู้ว่าตัวเองต้องการอะไร ต่อจากนั้นเหยื่อก็ตอบสนองด้วยการหยิบเงินให้ นับตั้งแต่การแสดงท่าทางเริ่มต้นไปจนถึงการตอบสนอง ผลลัพธ์ก็คือ การจีปัดได้เกิดขึ้น เมื่อพิจารณากระบวนการทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ ต้องนับว่ากระบวนการสร้างสารนั้นจะถือว่าเป็นการกระทำทางสังคมเมื่อได้รับปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้รับสารจนกระทั่งถึงขั้นที่มีผลของการกระทำเกิดขึ้น

(iii) **การเกิดอัตตา/ตัวตน (self)** มีดอธิบายว่า เวลาที่เรากล่าวว่าคุณคนนั้นมี "อัตตา" จะหมายความว่า ปัจจุบันบุคคลนั้นสามารถกระทำการต่อตนเองได้เหมือนเช่นที่กระทำต่อคนอื่น เช่น ถ้าเรารู้สึกชื่นชอบคนอื่นได้ เราก็จะรู้สึกชื่นชอบต่อตัวเองได้ วิธีการแรกที่บุคคลจะสามารถมองเห็นตัวเองได้อย่างที่คนอื่นมองเห็นก็ด้วยการ**ผ่านการสวมบทบาท** (Role taking) และแน่นอนว่าการกระทำดังกล่าวจะดำเนินไปไม่ได้เลยหากปราศจากภาษา (เป็นสัญลักษณ์อันมีความหมาย) ด้วยการใช้นาฬิกาตัวเองช่วยให้เด็ก ๆ เรียนรู้เรื่องการตอบสนอง การมีความตั้งใจ และการให้นิยามคนอื่น ๆ

มีดแบ่งขั้นตอนการพัฒนาอัตตาออกเป็น 3 ระยะ

ระยะแรก: เป็นขั้นเตรียม (Preparatory stage) ได้แก่ ขั้นที่เด็กเลียนแบบผู้อื่นแบบเงาในกระจกเลียนแบบตัวจริงโดยยังไม่รู้ความหมายอะไรเลย

ระยะที่สอง: เป็นขั้นเล่น (Play stage) เป็นขั้นที่เด็ก ๆ จะเล่นสวมบทบาทของคนอื่นที่มีความหมายต่อตัวเด็ก โดยดูบุคคลนั้นท่ามกลางสภาพแวดล้อมอย่างแท้จริง เช่น เล่นเป็นพ่อ แม่ นางพยาบาล หมอ ตำรวจ ฯลฯ

ระยะที่สาม: เป็นขั้นเกม (Game stage) ในขั้นนี้ปัจเจกบุคคลจะเริ่มมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อคนอื่นหลาย ๆ คนด้วยวิธีการที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น ถ้าจะเล่นฟุตบอล ผู้เล่นแต่ละคนต้องรู้จักบทบาทของผู้เล่นทั้ง 11 ตัว และต้องปรับบทบาทตนเองให้เหมาะสมตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายมาจากการรับบทบาทตัวเอง เช่น เล่นบทเป็นลูก เล่นบทเป็นนักเรียน ทำให้เด็กสร้าง "อัตตา" ขึ้นมา

อัตตานี้จะมีโฉมหน้าแบบเหรียญ 2 ด้านที่ทำหน้าที่แตกต่างกัน ในภาษาอังกฤษ อัตตาจะมีทั้งที่เป็น "I" (เป็นผู้กระทำกริยา) และ "me" (เป็นผู้ถูกกระทำกริยา) ส่วนที่เป็น I นั้น เป็นแรงกระตุ้นเฉพาะของแต่ละบุคคล ไม่มีระบบไม่มีทิศทาง ไม่สามารถเดาทำนายได้ (ที่เราอาจใช้ภาษาไทยเทียบได้ว่า "ทำอะไรตามอำเภอใจ") แต่ส่วนที่เป็น "me" นั้นเป็นส่วนที่ถูกสังคม/คนอื่นจัดระบบมาให้ มีแบบแผนที่คาดเดาได้ มีลักษณะร่วม/เหมือนกับคนอื่น ๆ โดยทั่วไปแล้ว การกระทำทุกอย่างมักจะเริ่มต้นด้วย "I" ก่อน แล้วจึงค่อย ๆ ถูกควบคุมโดย "me" เช่นพฤติกรรมดื้อดึงของเด็กเล็กๆ แต่ก็โตขึ้นมาเป็นเด็กที่เรียบร้อยอยู่ในโอวาท I จะทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการทำความผิด ส่วน me นั้นจะให้ทิศทางและชี้แนะการทำความผิด

ถึงแม้เราจะมองเห็นขั้นตอนการพัฒนาอัตราทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ได้อย่างชัดเจนในเด็ก ๆ แต่อันที่จริงแล้ว ในทุกช่วงชีวิต เราก็คงใช้ขั้นตอนทั้ง 3 ขั้นตอนอยู่เสมอเมื่อเราต้องเปลี่ยนบทบาทใหม่ และเราจะมองเห็นเรื่องการพัฒนาอัตราดังกล่าวที่เข้ามาในเรื่องการสร้างสาร เช่น เมื่อนักแสดงต้องการจะเล่นสวมบทบาทเป็น "คนวิกลจริต" เขาก็ต้องเริ่มตั้งแต่นั้นที่หนึ่งได้มาเป็นลำดับ ความสมจริงสมจังในการสร้างสารขึ้นอยู่กับว่า ผู้สร้างสามารถพัฒนา "อัตรา" ขึ้นมาให้งถึงระดับระยะที่สามได้หรือไม่

(3) แนวคิดของนักวิชาการรุ่นสืบสาน: เฮอเบิร์ต บลูมเมอร์

บลูมเมอร์ (H. Blumer) ได้สานต่อแนวคิดของมิดในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

(1) การนิยามสถานการณ์ (Definition of situation) บลูมเมอร์เริ่มต้นแนวคิดของเขาด้วยการอธิบายว่า มนุษย์เราปฏิบัติต่อมนุษย์คนอื่นหรือสรรพสิ่งต่าง ๆ บนฐานแห่งความหมายที่เขาได้มอบความหมายดังกล่าวให้มนุษย์คนอื่น ๆ และสรรพสิ่งต่าง ๆ นั้น ฉะนั้นในตัวอย่างจากหนังสือ "15 คำเดือน 11" สำหรับคนอีสานแล้ว ลูกไฟที่ลอยขึ้นมาจากแม่น้ำโขงจะถูกมอบความหมายว่า "เป็นบั้งไฟของพญานาค" สำหรับนักวิทยาศาสตร์จะบอกว่าเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกิดจากการสะสมของซากพืชสัตว์ใต้แม่น้ำ สำหรับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะมอบความหมายว่า เป็นการยิงบั้งไฟของทางฝั่งลาว ฯลฯ หากเราถามว่า ความหมายอันไหนที่ถูกต้อง บลูมเมอร์จะตอบว่า ก็ต้องแล้วแต่ว่า "ถูกต้องในสายตาของใคร" และบลูมเมอร์เห็นว่า "อะไรก็ตาม ถ้าเราให้นิยามสิ่งนั้นว่า "จริง" สิ่งนั้นก็ "จริงสำหรับเรา" ลูกไฟนั้นคือบั้งไฟพญานาคอย่างจริงแท้แน่นอนในสายตาของคนเฒ่าคนแก่ชาวอีสาน

ฉะนั้น "ความเป็นจริง" จึงขึ้นอยู่กับกรณีนิยามสถานการณ์ (definition of situation) หากถามว่า การนอนบนเตียงตะปู้เป็น(ความจริง)อย่างไร สำหรับเราคนสมัยใหม่ คงจะนิยามสถานการณ์ดังกล่าวว่า เป็นความเจ็บปวดและควรหลีกเลี่ยง แต่สำหรับโยคีในประเทศอินเดีย จะนิยามว่า การกระทำได้กล่าวว่าเป็นการเข้าสู่สภาวะสูงสุดอันสมบูรณ์ ฯลฯ เรา จะเห็นความแตกต่างในการนิยามสถานการณ์ดังกล่าวได้จากนวนิยายที่มีชื่อเสียงของชาติ กอบจิตติ ในเรื่อง "คำพิพากษา" ซึ่งตัวละครแต่ละตัวต่างให้นิยามการกระทำของตัวละครเอกออกไปแตกต่างกัน ดังนั้นในการสร้างสารทุกครั้งในทัศนะของบลูมเมอร์จึงเป็นการให้การนิยามสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ ซึ่งจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเลือกถ้อยคำ (ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด คือการเลือกการพาดหัวข่าวหรือคำบรรยายใต้ภาพ การเลือกสีที่ใช้ การเลือกแสง การเลือกเสียงประกอบ ฯลฯ)

(2) ภาษา: ต้นกำเนิดของความหมาย

ข้อเสนอประการที่สองของบลูมเมอร์ก็คือ ความหมายนั้นมิได้บรรจุอยู่ในตัววัตถุ

หากแต่เกิดมาจาก**ปฏิสัมพันธ์ที่มนุษย์มีต่อมนุษย์**คนอื่นหรือสรรพสิ่งต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ความหมายของความศักดิ์สิทธิ์ไม่ได้อยู่ที่ว่า พระเครื่องนั้นจะทำด้วยวัสดุอะไร (ดินเผา พลาสติก เหล็ก ฯลฯ) หากแต่ขึ้นอยู่กับว่า คนๆนั้นมีความเชื่อเรื่องอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์หรือเปล่า สำหรับผู้ที่มีความเชื่อ วัสดุอะไรก็ยอมศักดิ์สิทธิ์ได้ทั้งนั้น แต่สำหรับผู้ที่ไม่เชื่อ วัสดุอะไรก็ไม่ศักดิ์สิทธิ์ทั้งนั้น และ**ความหมายนั้นจะเกิดท่ามกลางกระบวนการใช้ภาษา**ในระหว่างที่คนมีปฏิสัมพันธ์กัน นี่ก็คือความหมายที่ตรงตัวของชื่อสำนัก "ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์" เช่น การพูดถึงความศักดิ์สิทธิ์ การเล่าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่พุทธธานูปาได้สำแดง ฯลฯ

บลูมเมอร์สนใจการใช้ภาษาแบบพิเศษชนิดหนึ่งคือ "การขนานนาม/การตั้งชื่อ" (naming) ซึ่งเขากล่าวว่า การตั้งชื่อนี้เป็นพื้นฐานสำหรับสังคมมนุษย์เลยทีเดียว (ความสำคัญของการตั้งชื่อในวัฒนธรรมตะวันตกนั้น ปรากฏในพระคัมภีร์ไบเบิลที่พระเป็นเจ้าทรงตั้งชื่ออาดัม แล้วก็ให้อาดัมไปตั้งชื่อสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสวนเอเดน ในวัฒนธรรมตะวันออก เราก็ได้ให้ความสนใจกับการตั้งชื่อให้เป็นสิริมงคลแก่ชีวิตเช่นกัน) สำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์กล่าวถึงการตั้งชื่อบุคคล/สิ่งของ (เช่น นุญเกิด มารวย) เราสามารถระบุชื่อของ**กิจกรรม** (เช่น เมาเทียนเล่นไฟ) และเราสามารถอ้างอิงถึง**แนวคิดนามธรรม**ต่าง ๆ (เช่น ความคลั่งไคล้) และในการเรียนรู้ความหมายของชื่อที่ตั้ง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกระบุ ความหมายอ้างอิงของแนวคิดนามธรรมทั้งหลายนั้น เราต้องเรียนรู้จากการสื่อสาร (พูดคุย/ซักถาม/ฟังคำอธิบาย...) กล่าวคือด้วยการมีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์กับคนอื่น ๆ นั่นเอง

ความสำคัญของการขนานนาม/ตั้งชื่อนั้นมีอย่างสูงมากในทัศนะของสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ ชื่อที่ถูกขนานนามนั้นไม่เพียงแต่เอาไว้ใช้เรียกขานเท่านั้น หากแต่ชื่อดังกล่าวยังเป็นตัวกำหนด "ขอบเขตแห่งการรู้" (extent of knowing) ของเรามากด้วย เราจะพบปรากฏการณ์นี้ในบรรดาละครย้อนยุคทั้งหลาย เมื่อเวลาที่ตัวละครจากยุคสมัยใหม่พกพาชื่อต่างๆ เข้าไปในสังคมอีกยุคหนึ่ง และพบว่า**ขอบเขตของการรู้**ของคนยุคก่อนจะไม่สามารถครอบคลุมบรรดาชื่อของบุคคล/กิจกรรม/แนวคิดนามธรรมต่าง ๆ (เช่น คนสมัยอยุธยาจะไม่เข้าใจคำว่า "สิทธิสตรี อาชญากรรมเศรษฐกิจ" ฯลฯ) ฉะนั้นการตั้งชื่อจึงบ่งบอกการดำรงอยู่ของสิ่งนั้น ๆ และการรู้จักสิ่งนั้นๆ เมื่อครั้งที่สังคมไทยนำเอาประดิษฐกรรมแบบใหม่ที่มีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมข้างในมีหลอดและสายไฟ สามารถเปิดแล้วมีเสียงดังออกมา แต่สังคมไทยยังไม่มีชื่อเรียกของสิ่งนั้น และจำเป็นต้อง "ตั้งชื่อ" สิ่งนั้นว่า "วิทยุ" ซึ่งแสดงว่ามีสิ่งนั้นได้มาดำรงอยู่ในสังคมไทยแล้ว การตระหนักถึงความสำคัญของการตั้งชื่อนั้นจะมีอยู่ในกลุ่มผู้สร้างสารที่ต้องทำงานกับการตั้งชื่อ เช่น ผู้ที่ตั้งชื่อภาพยนตร์ พระที่รับตั้งชื่อบุคคล ฯลฯ

จากแนวคิดที่ว่า ภาษาเป็นตัววาดขอบเขตการรับรู้ของคนเรานำมาสู่คำอธิบายที่ว่า **เส้นขอบฟ้าทางความคิดของคนเรา** (horizon of idea) จะกว้างแคบเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับขอบเขตของภาษาที่เราใช้ หรืออาจกล่าวได้ว่า ภาษาไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้สื่อสารเท่านั้น หากทว่าภาษายังเป็น**ตัวจัดวางระบบการคิด**ของเราอีกด้วย ตัวอย่างเช่นนิทานเรื่องเล่าต่อไปนี้

"พ่อและลูกชายขับรถออกไปดูฟุตบอลด้วยกัน ซากลับ รถบังเอิญเครื่องดับตรงทางผ่านรางรถไฟ ในขณะนั้นมีรถไฟกำลังแล่นผ่านมา ผู้เป็นพ่อซึ่งเป็นคนขับพยายามที่จะสตาร์ทรถแต่ไม่สำเร็จ รถไฟพุ่งเข้าชนกลางตัวรถ ในระหว่างที่รถพยาบาลพาสองพ่อลูกที่ได้รับบาดเจ็บมาโรงพยาบาล ผู้เป็นพ่อเสียชีวิตระหว่างทาง เมื่อมาถึงโรงพยาบาล ศัลยแพทย์ผ่าตัดที่จะรักษา ลูกชายที่ได้รับอุบัติเหตุรีบเดินออกมารับคนเจ็บที่รถ แต่เมื่อเห็นคนเจ็บ ศัลยแพทย์ก็พูดขึ้นว่า "หมอผ่าตัดคนไข้คนนี้ไม่ได้ เขาเป็นลูกชายหมอ"

ทำไมเหตุการณ์นี้จึงเกิดขึ้นได้ เราคงต้องใช้เวลาคิดสักครู่หนึ่งจึงจะคิดออกว่า เนื่องจากศัลยแพทย์ผ่าตัดนั้นเป็นผู้หญิงและเป็นแม่ของลูกชายที่บาดเจ็บ แต่ในการรับฟังครั้งแรก เราอาจจะงงงวยอยู่ชั่วครู่ เพราะคำว่า "ศัลยแพทย์ผ่าตัด" นั้นมักจะวางเส้นขอบฟ้าทางความคิดของเราว่า "น่าจะเป็นผู้ชาย"

อย่างไรก็ตาม จากแนวคิดพื้นฐานเบื้องต้นของสำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อว่า มนุษย์มีจิต มีอัตตา มีความสามารถที่จะเป็นผู้กระทำการได้ ดังนั้น "เส้นขอบฟ้าทางความคิด" นั้น จึงขยายขยายอยู่ได้เสมอ ในการสื่อสารแต่ละครั้งจึงอาจจะมีศักยภาพ 2 ด้าน ในด้านหนึ่งคือการสื่อสารภายใต้กรอบของเส้นขอบฟ้าเดิม และอีกด้านหนึ่งคือการขยายเส้นขอบฟ้าให้กว้างออกไป (หรือในทางตรงกันข้าม หดเส้นขอบฟ้าให้แคบเข้ามา)

(4) สำนักนาฏกรรมนิยมของเคนเนธ เบิร์ก (Dramatism: Kenneth Burke)

ในขณะที่สำนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นั้นมีกลุ่มย่อย ๆ อยู่ภายในหลากหลายกลุ่ม กลุ่มที่มีชื่อเสียงและให้ความสนใจกับเรื่องการสื่อสารอย่างมากที่สุดก็คือสำนักนาฏกรรมนิยม (Dramatism) และนักวิชาการที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของสำนักนี้ก็คือ เคนเนธ เบิร์ก ที่เป็นทั้งนักวิชาการ อาจารย์ นักวิจารณ์วรรณกรรมและงานศิลปะอื่นๆ เบิร์กเป็นนักวิชาการที่มีอิทธิพลต่อนักวิชาการในยุโรปในศตวรรษที่ 20 นี้เป็นอย่างมากเนื่องจากเขาได้เขียนงานเป็นจำนวนมากและยาวนานประมาณกว่า 50 ปี ตั้งแต่ช่วงปี 1931-1989 ในที่นี้ ขอแนะนำแนวคิดของเบิร์กที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเรื่องการสื่อสารพอสังเขปดังนี้

(1) **"ชีวิตนี้คือละคร"** เราอาจจะเคยได้ยินคำอุปมาอุปไมยที่มาจากเชคสเปียร์ว่า "โลกนี้คือละคร" หรือ "ชีวิตนี้เปรียบเสมือนละคร" (Life is like a drama) แต่สำหรับเบิร์กแล้ว "ชีวิตนี้ไม่

เพียงแค่" **เปรียบเทียบ** "ละคร" เท่านั้น หากแต่ "ชีวิตนี้คือละคร" เลยทีเดียว เมื่อเรากำลังทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน นี่ก็ไม่ต่างไปจากตัวละครที่กำลังแสดงบทบาทต่าง ๆ เพราะชีวิตคนจริง ๆ ก็เปรียบเสมือนตัวละครที่กำลังโลดแล่นมีชีวิตอยู่บนเวที และกำลังแสดงบทบาทต่าง ๆ ด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

(2) "**การกระทำ**" v.s. "**การเคลื่อนไหว**" เมื่อชีวิตเป็นละคร ตัวคนก็คือตัวละคร และสิ่งที่สำคัญ of ตัวละครก็คือ "การกระทำ" เบิร์กจึงเห็นว่า แนวคิดเรื่อง "การกระทำ" เป็นแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนาฏกรรม เบิร์กแยกแยะระหว่าง "การกระทำ" (act) กับ "การเคลื่อนไหว" (motion) เขากล่าวว่า วัตถุและสัตว์ทุกชนิดในจักรวาลล้วนมีการ**เคลื่อนไหว** หากมีแต่มนุษย์เท่านั้นที่มีการ**กระทำ** ซึ่งหมายความว่า การกระทำนั้นประกอบไปด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมายและเป็นไปอย่าง**สมัครใจ**ของปัจเจกบุคคล (มาจากแรงดันภายในไม่ใช่แรงผลักดันจากภายนอก) ทฤษฎีนาฏกรรมจึงต้องการจะศึกษาการกระทำในแง่ของความหมายดังกล่าว (กล่าวคือ การกระทำนั้นมีความหมายอะไรอยู่เบื้องหลัง)

และจากแนวคิดเรื่อง "แรงจูงใจที่สมัครใจ" ของมนุษย์นี้เอง ทำให้เบิร์กมีความสนใจในเรื่อง "แรงจูงใจ" (motive) ของมนุษย์เจ้าของการกระทำมากที่สุด (ในภาษาพุทธศาสนาอาจจะเรียกว่า "เจตนา") ด้วยข้อคิดเรื่อง "แรงจูงใจ" นี้เองที่ทำให้ทฤษฎีนาฏกรรมแยกแยะระหว่าง "ผู้แนะนำภาพยนตร์" กับ "นักวิจารณ์ภาพยนตร์" สำหรับผู้แนะนำภาพยนตร์อาจจะเล่าเรื่องย่อวิจารณ์การแสดง ฉาก เพลงประกอบ รวมทั้งชี้แนะว่าควรไปดูหนังเรื่องนั้น ๆ หรือไม่ หากแต่นักวิจารณ์ภาพยนตร์จะต้องพูดถึงแรงจูงใจของผู้สร้างว่าเพราะเหตุใดเขาจึงเลือกฉากเช่นนั้น เขาต้องการจะสื่อความหมายอะไรออกมา ทำไมผู้สร้างตั้งชื่อหนัง ตั้งชื่อตัวละครของเขาเช่นนั้น (เช่น ปอบ หวิด สยอง/ไอเคเบตง ฯลฯ) การกระทำทั้งหมดของผู้สร้างนั้น ล้วนแต่มีแรงจูงใจที่จะสื่อความหมายบางอย่างออกมา แนวคิดเรื่อง "แรงจูงใจ" นี้เป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารในทัศนะของเบิร์ก

(3) **มนุษย์เป็นสัตว์ใช้สัญลักษณ์** เมื่อเปรียบเทียบกับสัตว์ ดวงจันทร์ก็ย่อมเป็นความเป็นจริงชนิดที่เป็นดวงจันทร์เท่านั้น แต่สำหรับมนุษย์ "ดวงจันทร์เป็นความเป็นจริงได้มากมายหลายอย่าง" ดวงจันทร์เป็นดาวเคราะห์ที่ไม่มีแสงดวงหนึ่งในสายตาของนักดาราศาสตร์ ดวงจันทร์เป็นเทพเจ้าสำหรับคนจีนที่ต้องไหว้พระจันทร์ ดวงจันทร์เป็นดวงหน้าของสตรีอันเป็นที่รักสำหรับกวี ฯลฯ ฉะนั้น คนเราจึงกรองความจริงโดยผ่านม่านแห่งสัญลักษณ์ทั้งหลาย (ดาราศาสตร์/เทพเจ้า/ผู้หญิง ฯลฯ) และคนเราไม่เคยเข้าประชิดติดตัว "ความเป็นจริง" โดยตรงแบบไม่ผ่านม่านแห่งสัญลักษณ์นี้เลย ซึ่งม่านที่เป็นรูปธรรมที่สุดก็คือภาษา

แต่นอกเหนือจากหน้าที่ของสัญลักษณ์ที่เป็นม่านกั้นระหว่างมนุษย์กับความเป็นจริง

แล้ว เบิร์กยังเห็นว่า ภาษายังมีหน้าที่อย่างอื่น ๆ และที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วก็คือ ภาษาเป็น**เครื่องมือของการกระทำ** ทั้งนี้เพราะในการกระทำกิจกรรมทางสังคมนั้น มนุษย์มักไม่ได้ทำตามลำพัง แต่ต้องการความร่วมมือจากเพื่อนมนุษย์คนอื่น ๆ เขาจึงใช้ภาษาเป็นเครื่องมือเพื่อการนี้ ตัวอย่างที่เด่นชัดที่สุดคือนักฟุตบอลในขณะที่กำลังเล่น พวกเขาจะพากันส่งเสียงบอกเพื่อนฝูงให้กระทำการต่าง ๆ เพื่อให้การเล่นสมานเป็นแบบแผนเดียวกัน

เบิร์กมีความเห็นต่อภาษาของมนุษย์ว่า ภาษามนุษย์จะต้องมีมิติด้านอารมณ์เข้าไปสอดแทรกร่วมด้วยอยู่เสมอ ไม่มีคำๆใดที่เปล่งออกมาอย่างไรอารมณ์ ด้วยเหตุนี้ ในภาษาของมนุษย์จึงปรากฏทัศนคติ การตัดสินใจ และความรู้สึกเจ็บปวดยุ่เสมอ นอกจากนั้น ภาษาก็ยังมีลักษณะของการถูกเลือกอยู่เสมอโดยนำเสนอได้แต่เพียงแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของความเป็นจริง และจำเป็นต้องละเลยแง่มุมอื่น ๆ ดังตัวอย่างเช่นพระจันทร์ที่กล่าวมาข้างต้น ฉะนั้นในขณะที่หน้าที่ประการหนึ่งของภาษาก็คือการช่วยให้เราประหยัดเวลา (ลองนึกว่า ถ้าไม่มีคำว่า "พระจันทร์" มาใช้ เราคงใช้เวลาอันยาวนานกว่าจะเล่าถึงสิ่งนี้ได้) แต่ในเวลาเดียวกันภาษาก็อาจจะสร้างความคลุมเครือให้เกิดขึ้นอยู่ได้ตลอดเวลา ยิ่งกว่านั้นภาษายังมีลักษณะเป็น**รูปแบบ**เพราะจะต้องถูกใช้ตามแบบแผนที่แน่นอนอันใดอันหนึ่งเสมอ รูปแบบที่ชัดเจนที่สุดก็คือคำศัพท์และไวยากรณ์นั่นเอง

(4) หากปราศจาก "identification" ก็ไม่มีการโน้มน้าว (persuasion)

จากงานเขียนของอริสโตเติลเรื่อง "Rhetoric" แนวคิดสำคัญในหนังสือเล่มนี้ก็คือการโน้มน้าวใจ (persuasion) เบิร์กกล่าวว่า สำหรับคำว่า "rhetoric" แบบเก่าก็คือการโน้มน้าวใจ และสำหรับ rhetoric แบบใหม่ก็คือ การเกิดความรู้สึก/ความเข้าใจร่วมกัน - ที่เขาใช้ภาษาอังกฤษว่า identification - ซึ่งอาจจะมิติด้านจิตวิทยาเช่นระดับจิตไร้สำนึกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

เบิร์กอธิบายแนวคิดเรื่อง identification ด้วยคำว่า "substance" ซึ่งหมายความว่า ลักษณะทุกอย่างของผู้คนไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางกายภาพ ความเฉลียวฉลาด อาชีพ ภูมิหลัง บุคลิกภาพ ความเชื่อ และค่านิยม ถ้าหากผู้ส่งสารและผู้รับสารมี substance ที่คล้ายคลึงกันมาก โอกาสที่จะเกิด identification ก็จะมีมาก ที่เบิร์กเรียกว่า consubstantiality (เบิร์กเลือกใช้คำศัพท์ทางศาสนา) ในด้านนิเทศศาสตร์เราอาจจะรู้จักแนวคิดที่ระบุถึงความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เรียกว่า homophily

การ identification นี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง กล่าวคือ ยิ่งมีการสื่อสารกันมากขึ้น การ identification ก็จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และเมื่อ identification เพิ่มขึ้น ความหมายร่วมก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ความเข้าใจที่มีต่อกันและกันนี้จะปรับปรุงขึ้นเรื่อยๆ เป็นวงเลี้ยว ดังข้อสรุปที่ว่า "พูดกันมากขึ้น เข้าใจ(ร่วมกัน)มากขึ้น" นั่นเอง การเกิดความรู้สึก/

ความเข้าใจร่วมกันนั้นอาจจะมีที่มาจากหลายทาง เช่น **ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางวัตถุ**เกิดขึ้นได้เพราะการใช้สินค้าชนิดเดียวกันหรือการเป็นเจ้าของวัตถุชนิดเดียวกัน (ตัวอย่างเช่น ชมรมคนรักรถไฟ) ส่วนการ**เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางความคิด**ก็เป็นผลมาจากความคิดทัศนคติ ความรู้สึก และค่านิยม ส่วนการ**เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันด้านรูปแบบ**เป็นผลมาจากแบบแผนหรือการจัดระเบียบของกิจกรรมการกระทำบางอย่างเอาไว้อย่างแน่นนอน เช่น เมื่อคนไทย 2 คนถูกแนะนำให้อัดใจกัน คนที่อ่อนอาวุโสกว่าหรือมีสถานภาพต่ำกว่าจะยกมือขึ้นไหว้ก่อน และอีกฝ่ายหนึ่งก็จะไหว้ตอบ เมื่อทั้งสองฝ่ายกระทำกิจกรรมตามแบบแผนดังกล่าว ความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกันก็จะบังเกิดขึ้น

จากมุมมองของ”ผู้รับสาร” การเกิด identification อาจะเกิดมาจากด้าน**เนื้อหา**ของสาร (เช่น เห็นด้วยกับเนื้อหาที่พูด) หรืออาจะเกิดมาจาก**ลีลาของสาร**ได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น พระที่เทศน์เก่งๆนั้น จะเทศน์ได้ราบกับได้เข้าไปนั่งอยู่ในจิตใจหรือไปยืนอยู่ที่เดียวกับญาติโยม ทำให้ช่องว่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารหดหายไปเลย ความรู้สึก identification ก็ะเกิดขึ้น

5.วิธีการวิเคราะห์ : ห้าเหลี่ยมแห่งนาฏกรรม(dramatistic pentad)

เบิร์กกล่าวว่ “การโน้มน้าว”คือความพยายามของผู้ส่งสารที่จะทำให้ผู้รับสารยอมรับว่า ทัศนะของผู้ส่งสารนั้นเป็นความจริง เครื่องมือที่จะช่วยการวิเคราะห์ว่า ผู้ส่งสารทำเช่นนั้นได้อย่างไร ก็คือ วิธีการที่เรียกว่า “ห้าเหลี่ยมแห่งนาฏกรรม”ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ คือ การกระทำ(acts) ฉาก(scene) ตัวผู้กระทำ(agent) เครื่องมือสำหรับกระทำ(agency) และเป้าประสงค์(purpose)

- **การกระทำ (act)** ได้แก่กิจกรรมที่ผู้กระทำดำเนินการอยู่ ในแง่นี้ ผู้วิเคราะห์จะดูว่า อะไรบ้างที่ผู้กระทำแสดงออกมา อะไรบ้างที่สำเร็จลุล่วงไปแล้ว

- **ฉาก (scene)**อันหมายถึงสภาพการณ์หรือสภาพเหตุการณ์ในขณะที่การกระทำนั้นดำเนินไปจนลุล่วงแล้ว “ฉาก”หมายรวมถึงสภาพการณ์ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่การกระทำนั้นได้เกิดขึ้น

- **ตัวผู้กระทำ(agent)** อันหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับปัจเจกบุคคลนั้น สาระของตัวผู้กระทำนี้ ครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นตัวเขาเอง ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ บุคลิกภาพ ความประพฤติ และคุณสมบัติอื่นๆ

- **เครื่องมือสำหรับกระทำ(agency)** ซึ่งหมายถึงวิธีการหรือเครื่องมือที่ตัวผู้กระทำใช้ในการดำเนินกิจกรรม agency นี้อาจจะหมายถึงช่องทางของการสื่อสาร เครื่องมือ

สถาบัน ยุทธศาสตร์หรือข่าวสารก็ได้

- **เป้าหมาย/เป้าประสงค์** (purpose) ซึ่งเป็นเหตุผลสำหรับการกระทำครั้งนั้นๆ

ลองดูตัวอย่างต่อไปนี้จะประกอบความเข้าใจ สมมติว่า เราต้องการจะเขียนบทความส่งครูในวิชาทฤษฎีการสื่อสาร ประการแรก เราในฐานะ “ตัวผู้กระทำ” จะต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปเสนอแก่ครู ส่วนนี้เรียกว่า “การกระทำ” ส่วนวิชาเรียนของเรา มหาวิทยาลัย ห้องสมุด โต๊ะเก้าอี้ ห้องเรียน บรรยากาศทางสังคมในโรงเรียน และอื่นๆ เป็นตัวสร้าง “ฉาก” รูปแบบของการทำบทความนั้นเป็น “เครื่องมือของการกระทำ” และในการเขียนบทความขึ้นนี้ เราคงจะมี “เป้าหมาย” อยู่หลายๆประการ ซึ่งคงจะรวมเอาเป้าหมายทั่วไปอันหนึ่งเอาไว้ด้วย คือความหวังว่า จะได้คะแนนดี ๆ

ตอนที่ 2.3 ทฤษฎีการสร้างสารตามแนวการประกอบสร้างความเป็นจริงนิยม

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในการศึกษาทฤษฎีนั้น เราจะพิจารณา “ข้อตกลงเบื้องต้น” และ “แนวคิดเบื้องต้น” สำหรับในตอน ที่ 2.3 นี้ จึงจะเสนอเนื้อหาที่เป็นคำอธิบายข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม และหลังจากนั้น จะยกตัวอย่าง “แนวคิดเบื้องต้น” ของทฤษฎีนี้ คือ “แนวคิดการเล่าเรื่อง”

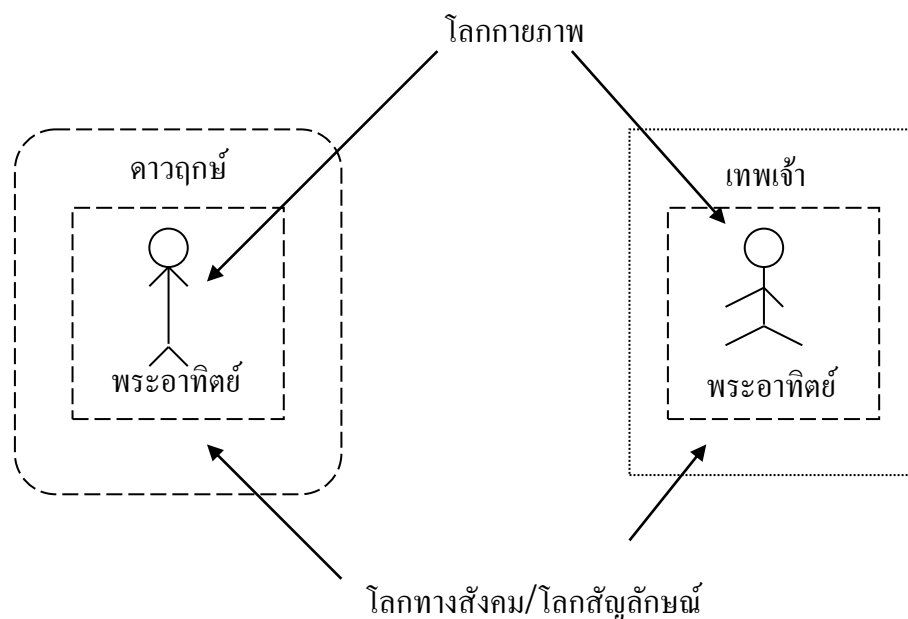
(1) ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม

ในปัจจุบันมีกลุ่มทฤษฎีด้านสังคมวิทยาอยู่กลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า กลุ่มประกอบสร้างความเป็นจริงนิยม (Constructionism) โดยที่แนวคิดสำคัญของนักวิชาการในกลุ่มนี้ปรากฏอยู่ในหนังสือเรื่อง *The Social Construction of Reality* ของปีเตอร์ เบอร์กเกอร์ และโทมัส ลูกมานน์ (P. Berger & T. Lukemann)

ทัศนะสำคัญของสำนักประกอบสร้างความเป็นจริงนิยมจะกล่าวว่า สิ่งที่เราเรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้น มิได้ดำรงอยู่ด้วยตัวเอง (given) หากแต่เกิดขึ้นจากการถูกประกอบสร้าง (constructed) ตัวอย่างเช่น หากเราถามว่า “ความเป็นจริงเกี่ยวกับพระอาทิตย์” เป็นอย่างไร หรือหากพูดด้วยภาษาชาวบ้านว่า “เรารู้ว่าพระอาทิตย์คืออะไร พระอาทิตย์มีความหมายว่าอะไรสำหรับเรา” คำตอบดังกล่าวนี้จะขึ้นอยู่กับว่า ในสังคมนั้น ๆ วัฒนธรรมในที่นั้นได้ประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับ “พระอาทิตย์” ว่าอย่างไร พระอาทิตย์อาจจะถูกรับรู้ว่าเป็นดาวฤกษ์ดวงหนึ่งในระบบสุริยะจักรวาล พระอาทิตย์เป็นเทพเจ้าองค์หนึ่งในท่ามกลางเทพเจ้าองค์อื่น ๆ พระอาทิตย์เป็นต้นกำเนิดบรรพบุรุษของเรา ฯลฯ

เมื่อแต่ละสังคมแต่ละวัฒนธรรมได้ประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับสรรพสิ่งต่างๆ

เอาไว้แล้ว ก็ถ่ายทอดความเป็นจริงดังกล่าวให้กลายเป็น "โลกทางสังคม" (social world) หรือ "โลกสัญลักษณ์" (symbolic world) รอบ ๆ ตัวสมาชิกในสังคม สมาชิกในสังคมนั้นจึง "มองผ่าน ได้ยิน สัมผัส" สรรพสิ่งต่าง ๆ ที่แวดล้อมโดยทะลุผ่านโลกทางสังคม/โลกสัญลักษณ์นั้น หรือกล่าวให้ง่ายขึ้นว่า มนุษย์ทุกคนจะมีโลกที่แวดล้อมตัวเองอยู่ 2 โลก คือ **โลกทางกายภาพ** (ที่อาจจะเหมือนกัน) และ **โลกทางสังคม** ดังแสดงในแผนภาพ



โลกทางสังคมถูกประกอบสร้างขึ้นได้อย่างไร

เราคงเคยได้ยินประโยคที่ว่า.....

"ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์"

"การแก้แค้นเป็นประดู่ของหวาน"

"ชีวิตไม่สิ้นต้องดิ้นไป"

"บุญคุณต้องทดแทน ความแค้นต้องชำระ"

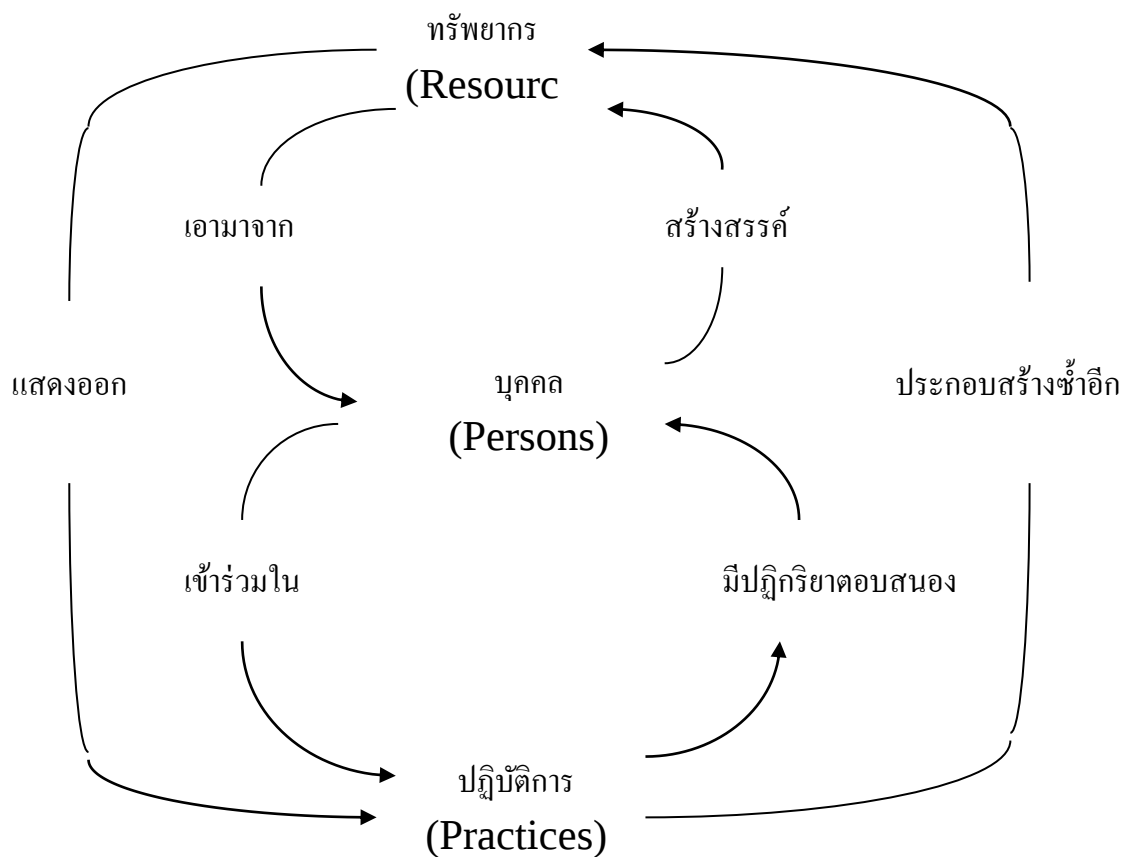
ฯลฯ

ประโยคที่กล่าวมาแล้วแสดงให้เห็นการประกอบสร้างความหมายเกี่ยวกับความเป็นจริง นานาชนิดไม่ว่าจะเป็น "ความรัก การแก้แค้น ชีวิต บุญคุณ" ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นจริง เหล่านี้ได้ถูกประกอบสร้างขึ้น และมนุษย์ที่ใช้ชีวิตอยู่ในโลกทางสังคมแบบดังกล่าวก็จะเข้าใจและ

รับรู้ความเป็นจริงในลักษณะดังกล่าวนั้น

แล้วมนุษย์เราถูกประกอบสร้างโลกทางสังคมขึ้นมาได้อย่างไร ในการนี้ทฤษฎีการประกอบสร้างจะอธิบายว่า โลกทางสังคมของคนเรานั้นถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากการที่เราได้เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (social interaction) กับคนอื่น ๆ โดยผ่านการสื่อสาร นั่นเอง การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้างโลกทางสังคมของคนเรา

บาร์เน็ต เพียร์ส (B. Pearce, 1989) สร้างแบบจำลองที่ช่วยอธิบายกระบวนการประกอบสร้างความเป็นจริงดังแผนภาพต่อไปนี้



จากวงจรรอบนอก เราจะเห็นองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้

- **ทรัพยากร (Resource)** เป็นสิ่งที่เราได้มาและสั่งสมจากประสบการณ์ชีวิต อันอาจจะประกอบด้วย ความคิด ค่านิยม เรื่องราว สัญลักษณ์ ความหมาย สถาบัน และทุกอย่างที่จะถูกนำมาใช้ประกอบสร้างความเป็นจริง ทรัพยากรนี้เป็นสิ่งที่เราจะใช้ร่วมกับคนอื่น ๆ และจะนำเข้าไปประกอบสร้างโดยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม

● **ปฏิบัติการ (practices)** คือวิธีการที่เราลงมือการกระทำ ซึ่งอาจจะเป็นพฤติกรรม การกระทำ และรูปแบบการแสดงออก

ทั้งทรัพยากรและปฏิบัตินั้นเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ทรัพยากรจะถูกสร้างจาก ปฏิบัติการ และปฏิบัติการจะออกมาเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับทรัพยากรนั่นเอง และวงจรนี้จะ หมุนรอบไปมาเช่นนั้น

จากวงจรรอบใน ทั้งทรัพยากรและปฏิบัติการจะต้องกระทำผ่าน**บุคคล** (person) ซึ่ง หมายถึงคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เมื่อเวลาที่เรามีปฏิบัติการ เราก็จะสร้าง**ทรัพยากรอันใหม่** ขึ้นมา หรือมิฉะนั้นก็อาจจะตอกย้ำ**ทรัพยากรอันเก่า** ตัวอย่างเช่นทรัพยากรที่เป็นความเชื่อใน โชคชะตา เมื่อเรายื่นมือให้หมอดูตรวจดวงชะตาของเรา (ปฏิบัติการ) เราก็อาจจะสร้างความเชื่อ ใหม่ในเรื่องโชคชะตาหรืออาจจะตอกย้ำความเชื่อเดิมของเรา ในเวลาเดียวกัน การที่เรา (person) จะไป**ปฏิบัติการ**กับใคร ก็ขึ้นอยู่กับว่า เรามี**บทบาท** (ทรัพยากร) เป็นอะไร ถ้าเราทำหน้าที่เป็น นางพยาบาล เราก็ต้องพบกับคนไข้ และปฏิบัติการที่เราจะต้องมีก็ต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเจ็บ ไข้ได้ป่วย

ลองนำเอาตัวอย่างการวิเคราะห์แบบการสื่อสารเพื่อการประกอบสร้างความเป็นจริงมา ดูปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเช่น การเล่นเทนนิส การเล่นเทนนิสนั้นเป็นโลกแห่งสังคม เป็นโลกแห่ง สถานที่ โลกแห่งเวลา เป็นเครื่องมือ ความสามารถ อุปนิสัย ช่วงเวลา ทักษะ และวิธีการ สำหรับคนที่เล่นเทนนิส (**บุคคล**) จะต้อง**มีทรัพยากร**ต่าง ๆ เหล่านี้ เช่น

- จะคิดว่า เทนนิสคืออะไร
- มีทัศนคติว่าไม่ตีเทนนิสที่ดี ๆ คืออะไร
- จะเล่นสนามไหนดี
- จะเล่นยังงัย กับใคร

ฯลฯ

และการเล่นเทนนิสนั้นไม่อาจจะทำได้อย่างโดดเดี่ยว แต่เป็นปฏิบัติการทางสังคมที่ต้อง ดำเนินการร่วมกับคนอื่น ๆ ดังนั้นความรู้/ทรัพยากรเกี่ยวกับเทนนิสจึงขึ้นอยู่กับ**การกระทำ**และ ประสบการณ์การตีเทนนิสที่เคยมีมาในอดีต เพราะฉะนั้น สิ่งที่เรา "รู้" เกี่ยวกับเทนนิสและสิ่งที่เรา "ทำ" นั้นจะโยงใยกันอย่างใกล้ชิด รวมทั้งมี "ลักษณะที่เป็นสังคม" ซึ่งหมายความว่า ความรู้และ การกระทำนั้นเราจะได้มาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

สำหรับกระบวนการสื่อสารหรือกลไกต่าง ๆ ด้านการสื่อสารที่ใช้ในการประกอบสร้าง ความเป็นจริงนั้น มีหลายกระบวนการและหลายกลไก เช่น การให้คำนิยาม การพรรณนา และ

กระบวนการที่สำคัญมากกระบวนการหนึ่งคือ **การเล่าเรื่อง** (Narration) ที่เราจะศึกษาในรายละเอียดต่อไป

(2)แนวคิดเรื่อง" การเล่าเรื่อง" (Narration)

ลองดูตัวอย่างเรื่องเล่าต่อไปนี้สักหน่อย

พ่อกับลูกชายมนุษย์กินคน 2 คน กำลังออกล่าหาเหยื่อมาทำอาหารเย็นให้แม่ที่อยู่ที่บ้าน ทั้งสองคนได้เจอแม่ชื้ออายุสัก 80 ปีอยู่กลางป่า

ลูกชาย ... "เราจับยายคนนี้นำไปทำอาหารไหม"

พ่อ ... "ไม่เอาหรอก เธอผอมเกินกว่าจะทำอาหารงานเลี้ยงเย็นนี้"

สักครู่ต่อมา ทั้งคู่ก็พบนักล่าสัตว์รูปร่างอ้วนเทอะทะ

ลูกชาย ... "แล้วคนนี้จะพ่อ น่าจะมีเนื้อมากพอนะ"

พ่อ ... "อย่าเลย ดูลิมีแต่ไขมันทั้งนั้น หมู่นี้พ่อต้องระวังคอเรสเตอรอลหน่อย"

อีกครู่ใหญ่ ๆ ต่อมา ทั้งคู่ก็พบสาวสวยนางหนึ่งกำลังเปลือยกายอาบน้ำอยู่กลางลำธาร

ลูกชาย ... "พ่อ แม่นางคนนี้กำลังดีเลยนะ เนื้อก็มากกำลังดี ไขมันก็ไม่มี เราจับตัวเธอไปต้มกันเถอะ"

พ่อ... "ใช่เราจะจับตัวเธอไปที่เฒ่าของเราแต่เราจะต้มแม่แกกินเป็นอาหารเย็นแทน"

จากเรื่องเล่านี้ เราคงสรุปได้ว่า การเล่าเรื่องนั้นสามารถจะสร้างภาพลักษณ์ของคุณพ่อนักกินคนได้หลายแบบ เช่น เป็นมนุษย์กับคนที่เลือกกินอย่างมาก เป็นผู้ระมัดระวังสุขภาพ และเจ้าชู้ไม่ไฉไล่น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดมาจากการประกอบสร้างของกระบวนการสื่อสารที่เราเรียกว่า "การเล่าเรื่อง" นั่นเอง

สำหรับเรื่อง "การเล่าเรื่อง" นี้ วอลเตอร์ ฟิชเชอร์ (W. Fisher, 1987) เป็นนักวิชาการที่สนใจเรื่องการเล่าเรื่องเป็นพิเศษ ในที่นี้จึงจะเสนอแนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องของฟิชเชอร์พอสังเขปดังนี้

(i) มนุษย์เราเป็น**สัตว์ที่เล่าเรื่อง** ในขณะที่นักวิชาการสาขาต่าง ๆ พยายามที่จะตั้งคำถามว่า แก่นแท้แห่งความเป็นมนุษย์คืออะไรกันแน่ คำตอบที่เรา มักจะได้ยินก็คือ มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่มีเหตุผล (rational being) หรือเป็นสัตว์ที่อยากรู้อยากเห็น (curious being) หรือแม้แต่เป็นสัตว์ที่รู้จักใช้สัญลักษณ์ (symbol using being) แต่สำหรับในทัศนะของฟิชเชอร์แล้ว ถึงแม้เขาจะ

ไม่ปฏิเสธคุณสมบัติที่เป็นแก่นแท้อื่น ๆ แต่เขาก็เห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดก็คือ มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่เล่าเรื่อง (narrative being) การเล่าเรื่องเป็นคุณสมบัติที่พื้นฐานกว่าคุณสมบัติอื่น ๆ ของความเป็นมนุษย์

จากคุณสมบัติดังกล่าวทำให้มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่เล่าเรื่องที่ผ่านเข้ามาเป็นประสบการณ์และเข้ามาสัมผัสกับชีวิตของเรา จนดูคล้าย ๆ ชีวิตของเราก็คือเรื่องราวที่มีตัวละคร มีเหตุการณ์ที่ดำเนินต่อเนื่องกันไป มีความขัดแย้ง มีการเริ่มต้น การพัฒนาคลี่คลายและมีจุดจบ

ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติทุกหนทุกแห่ง เราจะพบการเล่าเรื่องที่เป็นส่วนเลี้ยวหนึ่งนับตั้งแต่มนุษย์ก่อร่างสร้างสังคมขึ้นมา ในสังคมตะวันตก เราพบเรื่องเล่าอาดัมกับอีฟที่เป็นมนุษย์คู่แรกของโลกที่ถูกขับไล่ออกจากสวนสวรรค์ เช่นเดียวกับเรื่องที่เล่าถึงต้นกำเนิดของมนุษย์ที่ออกมาจากน้ำเต้าปุงของชนชาติไท ฯลฯ

การเล่าเรื่องและเรื่องที่เล่าเหล่านั้นทำหน้าที่ต่าง ๆ มากมาย เช่น

- เรื่องเล่าในสังคมโบราณที่มักจะพบในเรื่องศาสนาและพิธีกรรม ทุกครั้งที่มนุษย์เกิดข้อสงสัย ผู้สืบทอดศาสนาก็จะนำเอาเรื่องต่าง ๆ มาเล่าให้สาวกฟัง เช่น บรรดาชาดกต่าง ๆ ฉะนั้น หน้าที่ของเรื่องเล่าเหล่านี้ก็เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกยึดมั่นศรัทธากับคำสั่งสอนของศาสนา

- เรื่องเล่าที่เกี่ยวกับต้นกำเนิดของมนุษย์นั้นช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน มีต้นกำเนิดมาจากที่เดียวกัน

- เรื่องเล่าจำนวนมากให้คำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ คนไทยสมัยโบราณอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดแผ่นดินไหวจากเรื่องเล่าของปลาอานนท์ที่พลิกตัว เป็นต้น

- เรื่องเล่าสามารถประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้คน สิ่งของ สถานที่ การกระทำ ฯลฯ ดังตัวอย่างมนุษย์กินคนที่ได้เล่าไปแล้ว

(ii) กระบวนทัศน์แห่งการเล่าเรื่อง

ในช่วงปี 1984 บรรยายภาศในแวดวงวิชาการจะมี "กระบวนทัศน์เชิงเหตุผล" (Rationality paradigm) เป็นกระบวนทัศน์กระแสหลัก กระบวนทัศน์นี้จะมองว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่ใช้เหตุผล ใช้ตรรกะในการคิดและตัดสินใจ การพิสูจน์ความเป็นจริงจึงต้องใช้หลักฐานมาพิสูจน์ กระบวนทัศน์นี้ใช้กันเป็นหลักในศาสตร์แบบหนัก ๆ เช่น กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และแผ่ขยายอิทธิพลเข้ามาในศาสตร์เบา ๆ ทั้งหลาย เช่น สังคมศาสตร์ แม้แต่มนุษยศาสตร์

ฟิชเชอร์ได้พยายามนำเสนอ "กระบวนทัศน์แห่งการเล่าเรื่อง" เพื่อมาคานสมดุลกับกระบวนทัศน์เชิงเหตุผล ด้วยการนำเสนอว่า มนุษย์เรานั้นเป็นสัตว์ที่มีประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม และมีการเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาหรือการสื่อสารในเรื่องอะไร ก็ล้วนแล้วแต่เป็น "การเล่าเรื่อง" ทั้งสิ้น ไม่ยกเว้นแม้แต่ในศาสตร์แบบหนัก ๆ ที่กล่าวมา ถึงแม้ว่าวิธีการเล่าเรื่องในแต่ละ

ศาสตร์จะแตกต่างกันออกไปก็ตาม แต่หากที่ใดที่มนุษย์ ที่นั้นย่อมมีการเล่าเรื่อง

เพื่อความกระจ่างชัดร่วมกัน พิชเชอร์ได้ให้คำนิยามคำว่า "กระบวนทัศน์แห่งการเล่าเรื่อง" ในทัศนะของเขา ดังนี้

คำว่า "การเล่าเรื่อง" เป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นการพูด/หรือการกระทำก็ตามที่มีลำดับขั้นตอน และมีความหมายสำหรับผู้มีชีวิตอยู่หรืออาศัยอยู่ในเรื่องเล่า นั้นไม่ว่าผู้อาศัยนั้นจะเป็นผู้สร้างเรื่องเล่า หรือเป็นผู้ฟัง ผู้ตีความเรื่องเล่านั้นก็ตาม ทั้งนี้ **หน้าที่**ของข่าวสารจากเรื่องเล่านั้นก็จะเป็นตัวกำหนดวิถีทางที่เราจะมีชีวิตอยู่ในเรื่องเล่าของเรานั้นเอง ในบทสรุปภาษาอังกฤษที่ว่า We live on the story we are told.

พิชเชอร์เสริมว่า จากคำนิยามดังกล่าวจะเห็นว่า ข่าวสารทุกชนิดหากมีคุณลักษณะตรงตามที่ระบุมาข้างต้น ก็จัดว่าเป็น "เรื่องเล่า" ทั้งสิ้น โดยไม่จำเป็นจะต้องไปจำกัดขอบเขตอยู่ที่ **"รูปแบบ"** ของเรื่องเล่าเท่านั้น เพราะฉะนั้น ในขณะที่ "นวนิยาย" เรื่องหนึ่งอาจมีรูปแบบที่เห็นได้โดยง่ายว่าเป็นเรื่องเล่า "การอธิบายการทดลองทางวิทยาศาสตร์" ก็เป็นเรื่องเล่าเช่นเดียวกัน แม้ว่าจะมีรูปแบบที่ซ่อนเร้นมากกว่า

ส่วนคำว่า **"กระบวนทัศน์"** นั้นหมายถึงกรอบแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เป็นหลักในการรับรู้สรรพสิ่งต่าง ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากพิชเชอร์มีทัศนะพื้นฐานร่วมกับนักวิชาการสำนักประกอบสร้างนิยมโดยทั่วไปที่เชื่อว่า "ความหมายนั้นไม่ได้อยู่ที่ตัววัตถุ หากแต่อยู่ที่ความคิดและความเข้าใจของผู้รับรู้" กรอบแนวคิดดังกล่าวจะให้คำอธิบายเกี่ยวกับการสร้าง การประกอบ การปรับตัว การนำเสนอ รวมทั้งการรับข่าวสารเชิงสัญลักษณ์ของแต่ละคน/แต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น จากวัตถุที่เป็นเหล่าที่ถูกกินหมดไปแล้วครึ่งขวด สำหรับผู้ที่มีกรอบแนวคิดมองโลกในแง่ร้าย ก็จะมองแต่ "เหล่าที่หมดไปแล้วครึ่งขวด" ส่วนคนที่มีกรอบแนวคิดมองโลกในแง่ดี ก็จะมองเห็น "เหล่าที่ยังเหลืออีกครึ่งขวด" เป็นต้น

เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน พิชเชอร์ได้ทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะของกระบวนทัศน์เชิงเหตุผลและกระบวนทัศน์การเล่าเรื่องดังนี้

- **คุณลักษณะของกระบวนทัศน์เชิงเหตุผล**

- (1) มีความเชื่อว่า คนเราโดยสสารหรือโดยพื้นฐานแล้วเป็นสัตว์ที่ใช้เหตุใช้ผล
- (2) มนุษย์เราตัดสินใจบนพื้นฐานของการโต้แย้งถกเถียง
- (3) ประเภทของการพูด (เช่นพูดแบบวิทยาศาสตร์ พูดแบบนักกฎหมาย ฯลฯ) เป็นตัวกำหนดวิธีการโต้แย้งของเรา

(4) การมีเหตุมีผลจะถูกตัดสินว่า "เรารู้มากเพียงใด" และเราจะโต้แย้งให้ได้ดีได้นานเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเหตุผลที่เรานำมาใช้ (ตัวอย่างของทนายความที่จะทำงานใน

ศาลเป็นรูปแบบที่ชัดเจนที่สุด)

(5) โลกเราเป็นชุดแห่งปริศนาที่ผู้กร้อยไว้ด้วยเหตุผล ดังนั้น หากเราจะทำความเข้าใจกับโลก ก็มีแต่ต้องเอาเหตุผลเข้าไปแก้ไขปริศนาเหล่านั้นเท่านั้น

หากเรานำคุณลักษณะทั้ง 5 ประการนั้นมาวิเคราะห์เรื่องราวของนางโมรา พระจันทโครพ และโจรป่า เรื่องราวดังกล่าวนั้นก็คงเป็นเรื่องที่น่าหวัระอย่างยิ่ง การตัดสินใจของนางโมราที่ยืนดาบให้โจรที่หล่อเหลาสู้พระจันทโครพก็ไม่ได้ เพิ่งจะมารู้จักเห็นหน้า ฯลฯ เป็นเรื่องที่ยธิบายไม่ได้เลยด้วยตรรกะเชิงเหตุผล

และคงจะน่าหวัระตั้งแต่คำสั่งของพระฤาษีที่ห้ามเปิดผอบกลางป่า เพราะจะเกิดเหตุร้าย และเป็นเรื่องเหลวไหลถ้าเราอธิบายว่า เรื่องราวทั้งหมดเกิดขึ้นเพราะการที่ศิษย์ไม่เชื่อฟังคำสั่งสอนของพระอาจารย์

อย่างไรก็ตาม พิชเชอร์เห็นว่า เหตุผลที่เรื่องราวในชาดก นิทานพื้นบ้าน ตลอดจนจนถึงโฆษณาทางโทรทัศน์ (ที่อาจจะดูเหลือเชื่อยิ่งกว่าชาดก) ไม่สามารถจะวิเคราะห์ได้ด้วยกระบวนการทัศน์เชิงเหตุผลนั้น ก็เนื่องมาจากข้อจำกัดของตัวกระบวนการทัศน์เอง มิใช่ข้อจำกัดของวัตถุดิบที่จะศึกษา บรรดาเรื่องราวที่กล่าวมานั้นจะไม่เป็นสิ่งที่น่าหวัระหรือน่างุนงงเลยหากใช้กระบวนการทัศน์การเล่าเรื่องที่มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้เข้าไปวิเคราะห์

- (1) มนุษย์เราเป็นนักเล่าเรื่อง
- (2) มนุษย์เราตัดสินใจบน "เหตุผลที่ดีๆ"
- (3) ประวัติศาสตร์ ชีวประวัติชีวิตของเรา วัฒนธรรม และตัวละครจะเป็นตัวกำหนดให้เราว่า "เหตุผลที่ดีๆ" นั้นคืออะไร
- (4) เกณฑ์ที่จะใช้ตัดสินใจ "เหตุผลเชิงการเล่าเรื่อง" (narrative rationality) ว่าเรื่องเล่านั้นมี "เหตุผลที่ดี" หรือไม่มี 2 เกณฑ์คือ ความสอดคล้องต้องกัน (coherence) และ "ความน่าเชื่อถือ" (fidelity) ของเรื่อง

(5) โลกของเราเป็นชุดของเรื่องราวที่เราเลือกสรร และเราก็เลือกสรรสร้างสรรชีวิตของเราครั้งแล้วครั้งเล่าตามเรื่องที่เราได้รับฟังมา

ผลกระทบที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์/กรอบความคิดจากกระบวนการทัศน์เชิงเหตุผลมาสู่กระบวนการทัศน์การเล่าเรื่องจะมีอย่างมหาศาล เช่น

- ในกระบวนการทัศน์เชิงเหตุผล คุณค่า (value) นั้นถือเป็นสิ่งไร้สาระ เป็นเรื่องการใช้อารมณ์มาตัดสินใจ แต่ในกระบวนการทัศน์การเล่าเรื่อง อารมณ์กลับเป็นส่วนสำคัญที่สุด เสมือนเป็นหัวใจของเรื่อง

- ในกระบวนการทัศน์เชิงเหตุผล สุนทรียะเป็นเรื่องนอกสายตา ไม่เกี่ยวข้อง

(เพราะฉะนั้นในศาล แม้เรื่องราวของจำเลยจะน่าเวทนาเพียงใด ก็ไม่เกี่ยวข้องกับคำพิพากษา) แต่ในกระบวนการตัดสินเชิงการเล่าเรื่อง สไตล์ (style) และความมั่งคั่งนั้นถือเป็นเส้นทางหลักที่จะลากจูงคนฟัง/คนดูให้ก้าวผ่านเข้ามาในประตูของเรื่องที่กำลังเล่า

และที่อาจจะถือว่าการเปลี่ยนแปลงระดับข้ามจากปากฝั่งหนึ่งไปยังอีกฝั่งหนึ่งเลยก็คือ การตอบคำถามว่า **"ใครควรจะเป็นคนประเมินค่าคุณภาพของการสื่อสารนั้น"** ในกระบวนการตัดสินเชิงเหตุผลนั้นได้มอบอำนาจอธิปไตยให้แก่บรรดา**ผู้เชี่ยวชาญ**ที่จะสามารถจะนำเสนอข้อโต้แย้งได้อย่างชาญฉลาด (ตัวอย่างเช่นบรรดานักวิจารณ์ภาพยนตร์) แต่กระบวนการเล่าเรื่องจะนำเสนอว่า บรรดา**ผู้คนธรรมดา**เดินดินกินข้าวแกงนี้แหละจะเป็นผู้ประเมินค่าว่า เรื่องราวอันใดบ้างที่น่ารับฟังอย่างยิ่ง (ตัวอย่างเช่น บรรดาคอลัมนิสต์โทรทัศน์ทั้งหลาย)

(iii) เกณฑ์วัดคุณภาพของการเล่าเรื่อง

ฟิชเชอร์กล่าวว่า แม้ว่าเรื่องราวทุกอย่างจะเป็นเรื่องเล่า แต่ก็ใช่ว่าเรื่องเล่าทุกเรื่องจะเป็นเรื่องเล่าที่ดี และแม้ว่าเราจะได้กล่าวไปแล้วว่า การประเมินค่าของเรื่องเล่านั้นไม่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญที่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอน หากแต่ผู้คนธรรมดาสามัญก็สามารถจะประเมินค่าของเรื่องเล่าได้ หากทว่าฟิชเชอร์ก็สรุปว่า ผู้คนธรรมดา มักจะประเมินค่าว่าเรื่องเล่าใดจะดีหรือแย่จากเกณฑ์มาตรฐานชุดเดียวกัน โดยมีเกณฑ์ใหญ่ ๆ 2 เกณฑ์คือ ความกลมกลืน/สอดคล้องกัน (Coherence) และความน่าเชื่อถือ (fidelity)

(ก) **ความกลมกลืน** ได้แก่ โอกาสที่เรื่องดังกล่าวจะเป็นไปได้จากทัศนะของผู้ฟัง อันเนื่องมาจากการผูกโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ของเรื่องเล่านั้นมีความกลมกลืนสอดคล้องกันอย่างเหมาะสมหรือไม่ ตัวอย่างเช่น เรื่องราวของนางมโนราห์ ที่ในชั้นเริ่มแรก เธอยอมถอดปีกหางก็เพราะความรัก แต่ในสุดท้ายเพื่อความอยู่รอด เธอก็ต้องใช้ความเฉลียวฉลาดเอาปีกหางของเธอลี้นมา เป็นต้น เราจะวิเคราะห์ว่า ตัวละครและเหตุการณ์มีการผูกโยงเป็นเรื่องเดียวกันหรือเปล่า เช่น ตัวอย่างพระสุธน-มโนราห์ที่เล่ามา

เรื่องราวที่จะผูกโยงกันอย่างดีนั้น จะต้องเป็นเรื่องเล่าที่ผู้เล่าไม่ได้โยนรายละเอียดที่สำคัญ ๆ ทิ้งไประหว่างทางหรือละเลยการตีความอื่น ๆ ที่อาจเป็นไปได้ เช่น พระอภัยมณีกินอยู่กับผีเสื้อสมุทรมาเป็นเวลานาน เพราะเหตุใดวันหนึ่งพระอภัยมณีจึงต้องการจะหลบหนีออกมา ความต้องการนั้นเพิ่งเกิดขึ้น หรือมีความต้องการหนีตลอดเวลา แต่ไม่มีโอกาสเป็นต้น

นอกจากนั้น ความกลมกลืน/สอดคล้องของเรื่องยังอาจจะเกิดมาจากความสม่ำเสมอในการกระทำของตัวละคร ซึ่งจะวัดได้จากคนดู/คนฟังว่า สามารถจะทำนายพฤติกรรมของตัวละครได้ไหม เราพบเห็นตัวอย่างการเล่าเรื่องที่ดีไม่กลมกลืน เช่น ตัวผู้ร้ายที่ร้ายกาจอย่าง

สุดขีดมาตั้งแต่ต้นจนถึงตอนใกล้จบ แล้วก็เกิดพลิกผันกลายเป็นผู้ร้ายกลับใจขึ้นมาเฉย ๆ อย่างไร้เหตุผล แรงจูงใจ ความคิดและการกระทำที่เสมอดันเสมอปลายของตัวละคร หรือหากจะมีการแปลเปลี่ยนไปก็ควรต้องมีเหตุผลรองรับอย่างเพียงพอ เป็นมิติหนึ่งที่ใช้วัดความกลมกลืนของเรื่องเล่า

(ข) **ความน่าเชื่อถือ** ความน่าเชื่อถือของเรื่องเล่าเป็นคุณภาพของเรื่องเล่าที่มีการใช้ถ้อยคำที่สามารถจะกระตุกเส้นสายแห่งชีวิตผู้ฟังให้ตื่นขึ้นมาได้ เรื่องเล่าที่น่าเชื่อถือคือเรื่องเล่าที่ผู้ฟังจะวางใจหรือพูดออกมาว่า "โอ้โฮ โชว์เลย" หรือ "ถ้าให้เราเล่าเรื่องของเราก็จะเป็นแบบนี้แหละ" เนื่องจากเรื่องเล่าดังกล่าว "ตรงกับประสบการณ์ของผู้ฟัง ตัวอย่างเช่น สามัญผู้แสบดีเมื่อฟังเรื่องพระจันทร์โครพก็จะบอกว่ามีความเป็นไปได้ที่จะมีผู้หญิงแบบนางโมราเพราะเขาเจอมากับตัวเอง

ฟิชเชอร์ผู้เขียนหนังสือเรื่อง Human Communication as Narration และใช้ชื่อเรื่องว่า "Philosophy of Reason, Value and Action" ซึ่งในชื่อเรื่องนั่นเองที่บ่งบอกถึงทัศนะบางอย่างของฟิชเชอร์เอง ฟิชเชอร์เชื่อว่า เรื่องที่น่าเชื่อจะทำให้ "ตรรกะ" ของเหตุผลที่ดี ๆ (logic of good reasons) ที่ช่วยชี้แนวทางเดินไปสู่อนาคตของมนุษย์เรา เช่น เวลาเราดูหนังเรื่อง "The Lord of the Ring" เราก็จะมีความเชื่อว่า มนุษย์แต่ละคนล้วนมีทั้งความอ่อนแอและความเข้มแข็งในตัวเอง เราจึงต้องมีกัลยาณมิตรคอยดักเตือนกัน

และหากเรื่องเล่านั้นมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็จะถูกดึงให้เข้าไปผูกติดกับเรื่องเล่านั้น เช่นเวลาที่เราเสียใจเมื่อตัวละครเอกของเรื่องต้องตาย (เช่น โกอโบริ พระเอกในเรื่อง "คู่กรรม") และโดยส่วนใหญ่แล้ว แม่เหล็กอันใหญ่ในเรื่องเล่าที่ดึงดูดเราเข้าไปติดกับก็คือ **ตัวละคร** ซึ่งเป็นตัวแทนของคุณค่า/คุณธรรมบางอย่างที่เรา "อยากจะเป็น" ในขณะที่โกโบริเป็นตัวแทนของชายชาติทหารที่มีความรักหลาย ๆ แบบซึ่งขัดแย้งกัน อังศุมาลินก็เช่นเดียวกัน เกณฑ์ตัดสิน "ตรรกะของเหตุผลที่ดีๆ" สำหรับเรื่องเล่าจึงมิใช่เรื่องการใช้เหตุผลแบบที่กระบวนการทัศน์เชิงเหตุผลระบุเอาไว้ หากแต่หมายถึง "คุณค่า/คุณธรรมที่บรรจุอยู่ในเรื่องเล่าซึ่งวิธีการเล่าเรื่องนั้นมักจะบรรยายว่า การทำตามคุณค่า/คุณธรรมหลาย ๆ อย่างพร้อม ๆ กันนั้นไม่ใช่เป็นเรื่องง่ายเลยสำหรับตัวละคร ทำให้วิธีการเล่าแบบนั้นจะไม่น่าเชื่อถือเล่าในเมื่อชีวิตของผู้ฟังก็มีชะตากรรมเดียวกับตัวละครนั่นเอง

ฟิชเชอร์สรุปว่า สำหรับเรื่องเล่าที่มีเนื้อในเป็นเรื่องของสัจธรรมบางอย่างของชีวิต (เช่น ชีวิตผู้คนที่เริ่มต้นและจุดจบ มีทุกข์สุขเคล้าระคนกันไป รวมทั้งเป็นเรื่องที่ "เป็นมนุษย์จริงๆ" (ไม่ใช่เรื่องของอุดมคติมากเกินไป) มักจะเป็นเรื่องที่จับใจผู้คนเพราะคุณลักษณะที่ "น่าเชื่อถือจนดูประหนึ่งว่าเป็นเรื่องจริง" ตัวอย่างของบรรดาตัวละครในแฮรี่ พอตเตอร์ทุกตัว ทำให้เราเชื่อได้ว่ามีผู้คนที่มิเลือนเนื้อชีวิตชีวาเป็นแบบนั้นจริงๆ

การรู้เกณฑ์ทั้ง 2 อย่างของฟิชเชอร์ในเรื่องการเล่าเรื่องนั้น จะมีประโยชน์มากในการสร้างสารที่มีประสิทธิภาพให้ดึงดูดใจผู้รับสาร

(iv) องค์ประกอบของการเล่าเรื่อง

ในภาคปฏิบัติการเมื่อเราเริ่มลงมือจะสร้างสารตามหลักของการเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะ เป็นเนื้อหาเรื่องราวแบบใด นับตั้งแต่ละคร นวนิยาย ข่าว การทดลองทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ องค์ประกอบที่เราต้องคำนึงถึงจะมีดังนี้คือ (เรื่องเล่าแต่ละเรื่องอาจไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ ทุกอย่างที่จะกล่าวมานี้อย่างครบถ้วน)

(1) **ช่วงเวลา (time)** ได้แก่ ระยะเวลาที่เหตุการณ์ที่เกิดเรื่องเล่าขึ้น ช่วงเวลาจะเป็น ตัวกำหนดเบื้องต้นที่สำคัญต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ต่อมาอีกมาก เพราะ"กาลเวลา" เป็น ปัจจัยพื้นฐานของเหตุการณ์ เช่น ถ้าเราสร้างละครยุคสมัยรัชกาลที่ 5 ฉากบ้านเรือนก็จะถูกบังคับ เลยว่าจะต้องเป็นแบบใด การแต่งกาย คำพูด การกระทำ ความนึกคิดของตัวละครก็เช่นเดียวกัน

(2) **สถานที่ (location)** ได้แก่ สถานที่ที่เหตุการณ์ได้เกิดขึ้น สถานที่เป็นตัวกำหนด เบื้องต้นตัวที่สองเนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานรองต่อจากกาลเวลา และสถานที่จะเป็นตัวกำหนด การกระทำของเหตุการณ์และตัวละครด้วย เช่น ถ้าเป็นฉากในศูนย์การค้าก็คงเป็นเรื่องยากที่ตัว ละครจะเดินเปลือยกายเข้าไปในสถานที่แบบนั้น

(3) **ตัวเอกฝ่ายชาย/พระเอก (hero)** ได้แก่ ตัวละครฝ่ายชายที่เป็นตัวนำของเรื่อง ในการสร้างสารของเรื่องราวแต่ละชนิดจะมี "ตัวนำฝ่ายชาย" ที่เป็นตัวบังคับว่าควรจะเป็นแบบใด เช่น พระเอกหนึ่งความบอยจะต้องยังป็นแมน มีจิตใจรักความยุติธรรม ไม่ยิงคนข้างหลังเด็ดขาด เป็นต้น

วิธีการสร้างตัวละครที่เป็นตัวนำฝ่ายชายนั้นยังมีได้อีกหลายประเภท เช่น

- Seeking hero ได้แก่ พระเอกที่ถูกส่งไปค้นหาบางสิ่งบางอย่าง เช่น ต้องไปหา รหัสลับของฝ่ายตรงข้าม ต้องคลี่คลายปมปริศนาบางชนิด เป็นต้น
- Victimed hero ได้แก่ พระเอกที่ถูกกลั่นแกล้งใส่ร้าย และต้องพิสูจน์ตัวเอง
- Righteous hero ได้แก่ พระเอกที่มีคุณธรรมอย่างสูงสุด

(4) **ตัวเอกฝ่ายหญิง/นางเอก (heroine)** ได้แก่ ตัวละครฝ่ายหญิงที่เป็นตัวเอกของ เรื่อง เช่นเดียวกับพระเอก ในประเภทของเรื่องราวแต่ละชนิด มักจะมีสูตรแบบฉบับ ในยุคสมัยหนึ่ง นางเอกละครโทรทัศน์ไทยจะต้องเป็นหญิงสาวสวย มีจิตใจเมตตากรุณา ให้อภัยแก่ศัตรู ไม่เสียตัว ให้แก่ใคร เป็นต้น

(5) **ผู้ร้าย (villian)** ได้แก่ ตัวละครที่มีการกระทำที่ยืนอยู่ตรงกันข้ามกับพระเอก-นางเอก โดยทั่วไปแล้ว ผู้ร้ายมักจะถูกสร้างให้มีลักษณะแบบขาว-ดำคนละขั้วกับพระเอก-นางเอก และเป็นคู่อริขัดแย้งที่ทำให้เรื่องราวดำเนินไป

(6) **ตัวรอง (second character)** ในเรื่องเล่าแต่ละเรื่อง มักจะไม่มีเพียงตัวละคร 3

ชุดที่กล่าวมาข้างต้น เพราะจะทำให้การดำเนินเรื่องราวเป็นไปอย่างจำกัด ดังนั้น โดยทั่วไปแล้ว มักจะมีตัวละครที่อาจเป็นตัวเสริมของฝ่ายพระเอก-นางเอก หรือฝ่ายผู้ร้ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (helper) หรืออาจทำหน้าที่เป็นตัวละครที่ทำให้เรื่องราวดำเนินต่อไปได้ (dispatcher) เช่น ผู้กำความลับต้นกำเนิดของนางเอกเอาไว้ เป็นต้น

(7) **แก่นเรื่อง (themes)** เป็นประเด็นที่เป็นปมสำคัญ ๆ ที่เรื่องราวนั้นต้องการจะนำเสนอ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ชุดเปาบุ้นจิ้น มีแก่นเรื่องสำคัญ คือการสร้างความยุติธรรมด้วยกระบวนการทางกฎหมาย แก่นเรื่องมีหลายชนิด เช่น เป็นเรื่องเกี่ยวกับอุดมคติ ศีลธรรม ความรัก ความดี-ความชั่วของมนุษย์ การตั้งคำถามกับคุณค่าต่าง ๆ เป็นต้น

(8) **เค้าโครงเรื่อง (plot)** ได้แก่ วิธีการดำเนินเรื่องราวของเรื่องเล่าแต่ละประเภท เช่น ในหนังสือความบอย พระเอกมักจะต้องมีการฝึกในการรื้อฟื้นระเบียบของกฎหมาย

โดยส่วนใหญ่ ขั้นตอนของวิธีการเล่าเรื่องโดยทั่วไปมักจะแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ

(i) **การเริ่มเรื่อง (exposition)** เป็นจุดเริ่มต้นเพื่อชักจูงความสนใจของผู้ชมให้ติดตามต่อไป ซึ่งอาจจะใช้กลยุทธ์การเริ่มเรื่องได้หลาย ๆ แบบ เช่น แนะนำตัวละคร แนะนำฉาก เปิดประเด็นขัดแย้ง ฯลฯ

(ii) **การพัฒนาเหตุการณ์ (rising action)** เป็นขั้นตอนที่เรื่องราวเริ่มดำเนินไปมากขึ้น ความขัดแย้งเริ่มทวีความรุนแรงหรือเข้มข้นขึ้น ตัวละครเริ่มลำบากใจมากขึ้น ฯลฯ

(iii) **ขั้นภาวะวิกฤติ (climax)** เป็นขั้นตอนที่ความขัดแย้งพุ่งขึ้นสูงสุดและถึงจุดแตกหัก ตัวละครอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

(iv) **ขั้นภาวะคลี่คลาย (falling action)** เป็นขั้นตอนหลังจากที่จุดวิกฤติได้ผ่านพ้นไป อันเนื่องมาจากปัญหาความยุ่งยากหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ได้เปิดเผยหรือแก้ไขได้

(v) **ขั้นตอนยุติเรื่องราว (ending)** เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่เรื่องราวได้จบสิ้นลง โดยอาจจะมีจุดจบได้หลาย ๆ แบบ เช่น อาจจะจบอย่างมีความสุข อย่างสูญเสีย หรืออย่างมีปริศนาคาใจ เป็นต้น

(9) **ความขัดแย้ง (conflict)** ในเรื่องเล่าทุกชนิดมักจะต้องมีปมขัดแย้งแฝงอยู่ในเรื่อง อาจจะเป็นปมใหญ่หรือเล็ก เปิดเผยหรือซ่อนเร้น ซึ่งอาจจะจำแนกได้เป็นหลายประเภท เช่น

- ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ เช่น บรรดาหนังชุดหายนะชุดต่าง ๆ หรือรายงานข่าวเรื่องภัยพิบัติตามธรรมชาติ

- ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน ซึ่งเป็นแก่นเรื่องหลักของข่าวละครโทรทัศน์ เกมโชว์ ฯลฯ

- ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น บรรดาหนังผีทั้งหลาย

- ความขัดแย้งภายในจิตใจของมนุษย์เอง

(10) **เครื่องแต่งกาย (costumes)** การแต่งกายของตัวละครเป็นภาษาอวัจนะ (non-verbal) ที่จะอธิบายหรือบ่งบอกความหมายของเรื่องราว เช่น รายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่พบศพที่ถูกนำมาทิ้งไว้ หากเครื่องแต่งงานของศพเป็นชุดนักเรียน ก็พอที่จะทำให้คาดเดาได้ว่าผู้ตายเป็นใคร เป็นต้น

(11) **ยานพาหนะ (locomotion)** ในเรื่องราวของภาพยนตร์ ละคร ข่าว สารคดี หรือสื่อประเภทใดก็ตาม มักจะขาดองค์ประกอบที่เป็นยานพาหนะให้ขับเคลื่อนไม่ได้ ยานพาหนะก็เป็นอวัจนภาษาเช่นเดียวกับเครื่องแต่งกาย

(12) **อาวุธ (weaponry)** อาวุธที่ใช้ในเนื้อหา/เรื่องราวของสื่อแต่ละประเภคนั้นจะมีบทบาทเช่นเดียวกับเครื่องแต่งกายและยานพาหนะ กล่าวคือเป็นส่วนประกอบของตัวละครและเรื่องที่จะต้องมีความเหมาะสมเฉพาะ ๆ เช่น ปืนเป็นอาวุธที่สำคัญของหนังคาวบอยและหนังสายลับ คำว่า "อาวุธ" นี้อาจจะมีความหมายเป็นรูปธรรมที่หมายถึงเครื่องมือที่ใช้ทำอันตรายได้ หรืออาจจะมีความหมายกว้างขวางถึงนามธรรม เช่น มีคำพูดเป็นอาวุธ เช่น ในบรรดาละครโทรทัศน์แนวรักพาด้น เป็นต้น

(13) **จุดยืนของผู้เล่าเรื่อง (Narrator's standpoint)** ในขณะที่ยังประกอบทั้ง 12 ประการที่ได้กล่าวมานั้นถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบภายในของเรื่องเล่า แต่ทว่าการประกอบสร้างความจริงของเรื่องเล่านั้นจะมีปัจจัยที่สำคัญมากอีกประการหนึ่งคือ จุดยืนของผู้เล่าเรื่อง โดยเริ่มจากความเข้าใจง่าย ๆ โดยทั่วไปว่า ผู้เล่าเรื่องมีทัศนคติอย่างไรต่อเรื่องที่เล่า เช่น ชอบ/ไม่ชอบ เห็นด้วย/คัดค้าน ฯลฯ แน่นอนว่าทัศนคติของผู้เล่าเรื่องย่อมจะมีผลต่อวิธีการเลือกส่วนเลี้ยวต่าง ๆ มาเล่าอย่างแน่นอน

นอกเหนือจากทัศนคติของผู้เล่าเรื่องแล้ว ในศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องยังมีการแบ่งผู้เล่าเรื่องออกตาม**จุดยืนของการเล่า** ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 4 แบบคือ

(i) **ผู้เล่าที่มองไปจากมุมมองของบุรุษที่หนึ่ง (The first person narrator)** เป็นวิธีการเล่าเรื่องที่ผู้เล่าวางตัวเองเข้าไปกับตัวเอกของเรื่อง การเล่าเรื่องแบบนี้มักจะได้นิยามว่า "ผม" หรือ "ฉัน" ปรากฏอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้เล่าเรื่องเป็นเจ้าของเรื่องเอง ดังนั้น วิธีการเล่าเรื่องแบบนี้จึงมีข้อเด่นตรงที่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์ ผู้ฟังได้ล่วงรู้ถึงความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครเอก แต่ทว่าข้อด้อยก็คืออาจจะมีความอคติเจือปนอยู่

(ii) **ผู้เล่ามองไปจากมุมมองของบุรุษที่สาม (The third-person narrator)** ได้แก่ การที่ผู้เล่าเรื่องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงอยู่กับตัวละครเอก ผู้เล่าเรื่องจึงเล่าเรื่องเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวเอก (ไม่ใช่เรื่องของผู้เล่าโดยตรง) วิธีการเล่าเรื่องแบบนี้ผู้เล่าจะไม่ล่วงรู้ถึงสิ่งที่อยู่

ภายในของตัวละคร

(iii) การเล่าเรื่องจากมุมมองที่เป็นกลาง (The objective) เป็นการเล่าเรื่องที่ไม่ปรากฏตัวผู้เล่าในลักษณะบุคคล แต่เป็นการเล่าจากมุมมองคนวงนอกที่สังเกตและรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และปล่อยให้ผู้ชมตัดสินใจเอง ตัวอย่างเช่นวิธีการเล่าเรื่องของภาพยนตร์สารคดี ข้อเด่นของวิธีการเล่าเรื่องแบบนี้ก็คือมีความเป็นกลาง มีอคติน้อยลง แต่ข้อด้อยก็คือ ผู้เล่าจะไม่สามารถช่วยให้ผู้ชมเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของตัวละครได้อย่างลึกซึ้ง

(iv) การเล่าเรื่องแบบผู้รอบรู้ไปหมดทุกอย่าง (The omniscient) วิธีการเล่าเรื่องแบบนี้อาจจะมีจุดร่วมกันทั้ง 3 วิธีที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยที่ผู้เล่าอาจจะเคลื่อนย้ายจุดยืนไปเรื่อย ๆ เป็นบุรุษที่หนึ่ง บุรุษที่สาม หรือมุมมองที่เป็นกลาง แต่ลักษณะพิเศษก็คือ ผู้เล่าจะมีลักษณะหยั่งรู้ไปหมดทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นความนึกคิด แรงจูงใจ ความรู้สึกของตัวละคร ซึ่งจะอธิบายให้ผู้ชมได้ล่วงรู้ได้หมด

ตอนที่ 2.4 การสร้างสารแนวเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (audience-participation-based-approach)

ในขณะที่ทฤษฎีการสร้างสารที่กล่าวมาใน 3 ตอนแรกนั้น แม้จะมีแนวทางและระดับของการสร้างสารที่มาจากสำนักคิดและทฤษฎีที่แตกต่างกัน เช่น มาจากสาขาวิชาจิตวิทยา จิตวิทยา สังคม สังคมวิทยา หรือเป็นการสื่อสารระดับปัจเจก ระดับระหว่างบุคคล ระดับกลุ่มและระดับสังคม แต่ทว่าจุดร่วมประการหนึ่งของทฤษฎีการสร้างสารของทั้ง 3 ตอนแรกก็คือ จะเน้นหนักในเชิงทฤษฎี

ข้อแตกต่างจากการสร้างสารแนวเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารนั้น มีความแตกต่างจาก 3 ตอนแรกตรงที่ว่า การสร้างสารในแนวสุดท้ายนี้ไม่ได้เน้นหนักเรื่องการโต้แย้งทางทฤษฎี แต่เป็นแนวคิดที่มุ่งการนำมาใช้ในภาคปฏิบัติการ ที่มาของแนวคิดการสร้างสารแนวนี้มักจะถูกทดลองใช้กันอยู่ในแวดวงของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นส่วนใหญ่

อันที่จริง การมีส่วนร่วมของผู้รับสารในการสื่อสารนั้น ได้มีปรากฏอยู่บ้างแล้ว เช่นการมีปฏิริยาตอบโต้ต่อเนื้อหา เช่น คนที่ไปดูคอนเสิร์ตจะยกมือขวาตามที่นักร้องบอก แต่ทว่า เนื้อหาที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะขยายขอบเขตของการมีส่วนร่วมของผู้รับสารให้เข้ามาในระดับของกระบวนการสร้างสาร ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนก่อน/ระหว่าง/หลังของกระบวนการผลิตสาร

(1) ที่มาของแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม

นับตั้งแต่ปี ค.ศ.1970 เป็นต้นมา ในหมู่นักพัฒนามักจะมีข้อสรุปบทเรียนจากการพัฒนาในรอบเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมาว่า การที่การทำโครงการพัฒนาไม่ค่อยได้ผลนั้น เนื่องมาจากการขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People participation)

ในด้านการสื่อสาร เราก็อาจจะตั้งคำถามเลียนแบบนักพัฒนาได้ในทำนองเดียวกันว่า เพราะเหตุใด ในการเลือกสื่อหรือสร้างสารเพื่อถ่ายทอดนั้น ไม่ว่าจะใช้เทคโนโลยีและกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีสักเพียงใด ก็มักไม่ได้ผลตามที่ต้องการ

เบลลา โมดี (B. Mody, 1991) เคยตอบว่า สาเหตุที่ทำให้การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จทั้ง ๆ ที่มีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทันสมัยแล้วนั้น น่าจะเนื่องมาจากรูปแบบและโครงสร้างของการสื่อสารนั้นยังไม่เปลี่ยนโฉมหน้าไป การสื่อสารส่วนใหญ่ยังมีหน้าตาแบบมีลำดับชั้น **ผู้ส่งสาร** อยู่ในสถานภาพที่เหนือกว่า มีความรู้มากกว่า มีความเข้าใจดีกว่า แล้วก็ถ่ายทอดข่าวสารลงไปหาผู้รับสารที่อยู่ข้างล่าง หรือมิฉะนั้นก็เป็นการสื่อสารที่ถูกควบคุมจากส่วนกลาง ซึ่งมีความรู้/ความเข้าใจที่ถูกต้องกว่า แล้วกระจายออกไปสู่ส่วนของชายขอบ นอกจากนั้น บรรดา**ผู้ส่งสาร**ซึ่งมักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพด้านการสื่อสารยังมักจะเปิดหูรับฟังแต่ความประสงค์ของหน่วยงานรัฐบาลหรือธุรกิจโฆษณามากกว่าจะเงี่ยหูรับฟังความต้องการของประชาชนผู้รับสาร ดังนั้น บรรดากลยุทธ์ทั้งหลายที่ถูกนำมาใช้เพื่อการโน้มน้าวใจผู้รับสารนั้น จึงมีอยู่กลยุทธ์หนึ่งที่ถูกมองข้ามไป คือกลยุทธ์การดึงผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร (audience-participation-base approach)

โมดีตั้งคำถามในแง่ปรัชญาทางการเมืองว่า ในขณะที่นักนิเทศศาสตร์พัฒนาการต้องการที่จะใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างพลเมืองที่มีจิตสำนึกแบบประชาธิปไตย แต่ตัวเครื่องมือการสื่อสารนั้นเองกลับไม่มีลักษณะประชาธิปไตย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่ง-ผู้รับไม่มีลักษณะเสมอภาคเคียงบ่าเคียงไหล่กัน" แล้ว "เราจะทำอะไรแก่ใครในสิ่งที่เราไม่มีได้หรือ"

(2) แนวทางการสร้างสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารคืออะไร

แนวทางการสร้างสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารก็คือ วิธีการสร้างสารที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เข้ามามีฐานะเป็น "ผู้ส่งสาร" หรือเป็น "แหล่งข่าวสาร" ได้พอๆกับการมีฐานะเป็นผู้รับสาร

การที่จะใช้แนวทางดังกล่าวนี้ได้จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าของรูปแบบการสื่อสารที่มีอยู่เช่น

- เปลี่ยนจากการสื่อสารแบบทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร มาเป็นการสื่อสารสองทาง

- เปลี่ยนจากการพูดทางเดียวจากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยที่แต่ละฝ่ายเล่นบทบาท "ผู้ส่ง" และ "ผู้รับ" อย่างตายตัว มาเป็นการสลับกันเล่นบทบาทเป็นผู้ส่งบ้างเป็นผู้รับบ้างอย่างไม่ตายตัว

- เปลี่ยนจากการที่ผู้รับสารจะเป็นฝ่ายรองรับข่าวสารอยู่ฝ่ายเดียว มาเป็นการที่ตัวแทนบางคนในกลุ่มผู้รับสารจะสามารถเข้ากับฝ่ายผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารได้ เป็นต้น

มีนิทานตลกที่มาจากเรื่องจริงที่เล่ากันอยู่ในหมู่นักสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น

"การถ่ายภาพขนาดใหญ่แบบ close-up ของตัวยุงที่เป็นพาหะนำโรคมาเลเรียที่ปรากฏในภาพยนตร์ณรงค์เรื่องการป้องกันมาเลเรีย แต่ทว่าเมื่อภาพยนตร์ดังกล่าวออกฉายสู่สายตาของชาวบ้าน ชาวบ้านก็ดูไม่รู้ว่า "สัตว์ที่ปรากฏในหนังนั้นคือยุง" ชาวบ้านพูดคุยกันว่า ในแถบหมู่บ้านของตนไม่เคยมียุงตัวใหญขนาดเท่าที่เห็นในหนังเลย เพราะฉะนั้น พวกเขาไม่มีอะไรต้องกังวลเกี่ยวกับโรคมาเลเรีย ทำไมเรื่องนี้จึงเกิดขึ้น เรื่องนี้เกิดขึ้นก็เพราะฝ่ายผู้ผลิตสร้างหนังตามหลักการและเทคนิคที่เขาถุกอบรมมา แต่ไม่ได้สร้างจากฐานความเข้าใจและการรับรู้ของชาวบ้าน"

เรื่องตลกหรือความล้มเหลวแบบนี้ น่าจะหลีกเลี่ยงได้ ถ้าเพียงแต่ผู้รับสารจะได้มี "โอกาส" บอกผู้ส่งว่า "เนื้อหาอะไรบ้างที่ควรสื่อสาร และควรจะสื่อสารอย่างไร" โอกาสดังกล่าวนี้ อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) เช่นเมื่อผู้ผลิตมีการไปเยี่ยมเยียนผู้รับสารบางคน หากผู้วางแผนสร้างภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ไปพูดคุยกับชาวบ้านที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์การดูหนังมาก่อน (ยังใหม่ต่อสื่อ) ผู้ผลิตก็จะได้ทราบว่า ชาวบ้านยังไม่มีเส้นแบ่งกันระหว่าง "ภาพยนตร์" กับ "ความเป็นจริง" และผู้ผลิตอาจจะต้องผนวกเอา "สภาพที่ไม่มีเส้นแบ่งกัน" นั้นเข้ามาเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่ง หรือโอกาสที่อาจจะเกิดขึ้นก็เช่นช่วง "ระหว่างการผลิต" (mid-production) ซึ่งหากผู้รับสารได้มีโอกาสทดสอบสตอรี่บอร์ด (ภาพวาดร่างฉากแต่ละฉากที่จะถ่ายทำ) ผู้ผลิตก็จะรู้ล่วงหน้าก่อนว่า การถ่ายภาพระยะใกล้/ไกล การตัดภาพกลับไปกลับมา ต้องใช้อย่างระมัดระวังอย่างไร

แต่หากทางฝ่ายผู้ผลิตเนื้อหาข่าวสารไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจเรื่องสื่อ วิธีการรับรู้สาร ฯลฯ แล้วเราทำการสร้างเนื้อหาสารเผยแพร่ออกไป นี่ก็คงเปรียบเสมือนกับเราเป็นหมอที่สามารถสั่งยาได้โดยที่ยังไม่ต้องลงมือตรวจอาการคนไข้เลย นั่นเอง

อันที่จริง ประสบการณ์ในชีวิตทุกวันก็สอนเราว่า เราจะเข้าใจคนอื่น ๆ ไม่ได้เลย หากเราไม่มีโอกาสได้พูดคุยกับเขาอย่างต่อเนื่อง เราต้องเก็บข้อมูลจากคู่สนทนาของเรามาก่อน เราต้องเอาเนื้อหาสารที่เราต้องการนำเสนอมาวางทาบ จากนั้นเราจึงจะตัดสินใจได้อย่างถูกต้องว่า เราจะ

เลือกสร้างสารแบบไหนเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน เกิดความหมายที่ร่วมกัน (shared meaning) ระหว่างเรากับคู่สนทนา

ฮาร์เบอร์มาส (Habermas) เคยกล่าวว่า สิ่งที่เราเรียกว่า "ความเข้าใจ" นั้นจะเกิดขึ้นได้จากปฏิสัมพันธ์ที่ทุกฝ่ายที่สื่อสารมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกันในการอธิบาย การตีความ การให้เหตุผลโดยปราศจากความกลัว / ความรุนแรง / การห้ามปรามปิดกั้น การแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ภายใต้สภาพการณ์บริบทการสื่อสารแบบนี้เท่านั้นที่การเห็นพ้องต้องกันจะเกิดขึ้นอย่างแท้จริง จากคำกล่าวของฮาเบอร์มาสหากนำมาประยุกต์ใช้กับเรื่องการสร้างสาร ก็อาจจะต้องกล่าวว่า ต้องใช้แนวทางที่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสารเท่านั้น การสร้างความเห็นพ้องต้องกันที่เราเรียกว่า "ความเข้าใจร่วมกัน" ระหว่างฝ่ายผู้ส่งและผู้รับจึงจะเกิดขึ้นได้

(3) ข้อตกลงเบื้องต้นในการนำผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วม

(3.1) ความเชื่อที่ว่า "ความหมายนั้นอยู่ที่ผู้รับสาร" ในการวิเคราะห์ผู้รับสารนั้น ในฐานะผู้สร้างสาร เราอาจจะพบว่าผู้รับสารของเรามีความแตกต่างกันในเชิงอายุ เพศ วัย สถานะทางเศรษฐกิจสังคม ฯลฯ แต่ท่ามกลางความแตกต่างนี้ พวกเรามีสิ่งหนึ่งที่เหมือนกัน และเสมอภาคเท่าเทียมกัน คือ **พวกเขาเป็นผู้ให้ความหมายของเนื้อหาข่าวสาร** และนี่เป็นข้อตกลงเบื้องต้นที่ผู้ส่งสารที่จะใช้แนวทางการนำผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสารจะต้องยอมรับเสียก่อน

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ถึงแม้เราจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ก้าวล้ำนำสมัยในกระบวนการสร้างสารสักเพียงใดก็ตาม เช่น การมีเครื่องมือที่วาดรูปการ์ตูนให้เคลื่อนไหวได้อย่างเหมือนมนุษย์จริง ๆ แต่เครื่องมือเหล่านั้นก็ไม่สามารถจะรับประกันได้ว่า ผู้รับสารจะเข้าใจความหมายร่วมกันที่ผู้ส่งต้องการให้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านั้นไม่สามารถจะนำมาทดแทนการพูดคุยเสวนาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ดังนั้น มีแต่ผู้ผลิตเนื้อหาจะต้องจัดสรรเวลาและงบประมาณที่จะพูดคุยกับผู้รับสารเพื่อจะเอาข้อมูลมาวางแผนการสร้างเนื้อหา และในการนี้ "ผู้ผลิตจะต้องฟังก่อนจะพูด(ส่งสาร)"

ในภาคปฏิบัติที่เป็นจริง แน่นอนว่า เราคงไม่สามารถที่จะเข้าถึงผู้รับสารทุกคนได้ และที่จริงก็ไม่จำเป็นต้องเข้าถึงทุกคน เพราะในหมู่รับสารก็จะมีคนบางคนเท่านั้นที่สามารถจะเป็นแหล่งข้อมูลของผู้ส่งได้ คนบางคนกลุ่มนี้มีความสามารถที่จะบอกผู้ผลิตได้ว่า พวกเขาต้องการจะเห็นอะไร ได้ยินอะไร ในรูปแบบไหน ฯลฯ และเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตเนื้อหาที่จะค้นหาคนบางคนกลุ่มนี้ให้พบและติดต่อกับพวกเขา

(3.2) ผู้รับสารไม่เคยว่างเปล่า ไม่ว่าเรื่องราวที่ฝ่ายผู้ผลิตจะนำเสนอว่ามันจะใหม่

แปลกแหวกแนวเพียงใดก็ตาม แต่ผู้ผลิตก็ต้องตระหนักว่า ในฐานะความรู้และความเข้าใจของผู้รับสารนั้นไม่เคยว่างเปล่า หากแต่ภายในนั้นได้มีเรื่องราวต่าง ๆ ที่อาจจะเป็นเรื่องเดียวกันกับที่ฝ่ายผู้ผลิตจะนำเสนอ หรือหากไม่ใช่เรื่องเดียวกันก็อาจจะคล้ายคลึงกันบ้าง เชื่อมโยงกันบ้าง

คงจะมีรูปแบบความเกี่ยวโยงหลายแบบระหว่างเนื้อหาใหม่และผู้ผลิตจะส่งไปกับเนื้อหาเก่าที่ผู้รับสารมีอยู่ เช่น

กรณีที่ (1) เนื้อหาใหม่นั้นเป็นเนื้อหาที่แปลกใหม่จริง ๆ จนผู้รับสารมองไม่เห็นความเกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาเก่าที่มีอยู่ แต่โอกาสเช่นนี้น่าจะมีน้อยมาก

กรณีที่ (2) เนื้อหาใหม่ที่ใส่เข้าไปนั้น เป็นเนื้อหาที่มีความหมายสอดคล้องกับเนื้อหาเก่าที่มีอยู่ ในกรณีนี้ การสร้างความหมายร่วมระหว่างผู้ส่งกับผู้รับน่าจะมีเป็นไปได้ไม่ยากนัก

กรณีที่ (3) เนื้อหาใหม่ที่ใส่เข้าไปมีความหมายที่แตกต่างหรือขัดแย้งโดยสิ้นเชิงกับเนื้อหาเก่าที่มีอยู่ ในกรณีนี้ ต้องมีกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีเยี่ยมในการสร้างความหมายร่วมให้เกิดขึ้น

พิจารณาในแง่ความไม่ว่างเปล่าในหมู่ผู้รับสาร ทำให้เราน่าจะได้ข้อสรุปว่า ทุกครั้งที่มีการสร้างสาร และเผยแพร่สารนั้น เราอาจจะมั่นใจได้ว่า ข่าวสารได้ถูกเผยแพร่ไปแล้ว หากแต่ **"ความเข้าใจ"** นั้นจะได้กระจายตามไปด้วยหรือไม่ ยังไม่อาจจะรับประกันได้ เพราะข่าวสารใหม่ที่ถูกส่งไปอาจจะเป็นกรณีที่ 2 และ 3 ที่กล่าวมาข้างต้น

(3.3) กระบวนการนำผู้รับสารกลับเข้ามาในกระบวนการสร้างสาร

ในหลายขั้นตอนของกระบวนการผลิต/สร้างสาร ผู้ส่งสารสามารถจะนำเอา "ผู้รับสารบางคน" ให้เข้ามาเป็น "หุ้นส่วน" (partner) ได้ เช่นในช่วงก่อนการผลิต (pre-production) หรือระหว่างการผลิต และเมื่อมีการนำผู้รับสารเข้าร่วมในกระบวนการผลิตแล้วนั้น ต่อจากนั้นผลงานเนื้อหาที่ออกมาจะดีหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับคุณภาพหรือประสิทธิภาพในการฟังของผู้ส่งสาร (จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าทักษะการฟังนี้ยังมีอยู่น้อยในหมู่ผู้ผลิต)

การตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องรับฟังผู้รับสารบางคนให้มากขึ้นนั้นน่าจะเกิดมาจากความเข้าใจของผู้ผลิต/ผู้ส่งสารที่ว่า แม้ว่า ผู้ส่งสารจะสามารถควบคุมการแพร่กระจายถ่ายทอดข่าวสารได้ก็ตาม แต่ทว่าผู้ส่งสารก็ไม่อาจจะควบคุมได้ว่า "ข่าวสารเหล่านั้นจะสามารถสื่อสารได้จริง ๆ มากน้อยเพียงใด" เนื่องจากเป็นฝ่ายผู้รับสารต่างหากที่จะเป็นคนกำหนดและให้คำตอบต่อคำถามดังกล่าว ฉะนั้น ยิ่งหากผู้ส่งสารสามารถใช้ข้อมูลที่สอดคล้องกับผู้รับสาร ใช้ภาษาของผู้รับสาร พูดให้ตรงใจผู้รับสารได้มากเท่าใด โอกาสที่ข่าวสารจะสื่อสารได้ก็จะมีสูงมากขึ้น แต่การที่จะทำเช่นนั้นได้ผู้ส่งสารก็ต้องเป็นผู้รับฟังที่ดีเยี่ยมเสียก่อน

ตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้านเกษตรของไทยจำนวนมากให้ข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการสื่อสารที่ตรงกันว่า ชาวบ้านไม่ชอบมาอบรมหรือมาประชุมที่ทางราชการจัดให้ ส่วนหนึ่งก็มาจากปัจจัยด้านเนื้อหาของที่ประชุมซึ่งมักจะเน้นเรื่องทางวิชาการมากกว่าการให้คำแนะนำเพื่อนำไปปฏิบัติ รวมทั้งภาษาที่ฟังแล้วไม่เข้าใจ เช่น การอบรมเรื่องสารเคมีเจ้าหน้าที่มักใช้คำศัพท์วิชาการที่เกินความสามารถที่เกษตรกรจะจดจำได้ เช่นคำว่า ระดับเศรษฐกิจ ศัตรูธรรมชาติ และชื่อสารเคมี เป็นต้น (จินตนา, 2528)

(4) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่ผู้ผลิตสารต้องคำนึงถึง

ตามปกติก่อนที่จะทำการผลิตเนื้อหาสารนั้น โดยทั่วไปก็จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารอยู่แล้ว และยิ่งหากตั้งเป้าหมายที่จะให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสาร จำเป็นดังกล่าวก็ยิ่งต้องเพิ่มขึ้นหลายเท่า ปัจจัยที่ผู้ผลิตต้องทราบเกี่ยวกับผู้รับสารมีดังนี้

- (4.1) การเปิดรับด้านกายภาพของผู้รับสาร
- (4.2) ลักษณะอ่อนไหวเชิงสังคม-วัฒนธรรมของประเด็นและรูปแบบการนำเสนอ
- (4.3) ความเหมาะสมทางการเมืองของเนื้อหา
- (4.4) ความสอดคล้องด้านเศรษฐกิจของผู้รับสาร
- (4.5) ความสอดคล้องด้านจิตวิทยาของผู้รับสาร

(4.1) การเปิดรับด้านกายภาพของผู้รับสาร

ความรู้เกี่ยวกับผู้รับสารในด้านการเปิดรับทางกายภาพ ได้แก่ การตอบคำถามต่อไปนี

- กลุ่มผู้รับสารเปิดรับสื่ออะไรบ้าง ในช่วงเวลาไหน
- สื่ออะไรบ้างที่เข้าถึงผู้รับสารจริง ๆ และมีผลต่อการใช้ของผู้รับสารจริง ๆ ในแต่ละ

ช่วงเวลา แบบแผนการเปิดรับ/การใช้สื่อของผู้รับสารนั้นบางครั้งอาจจะซับซ้อนกว่าที่ฝ่ายผู้ผลิตเคยคาดคิดเอาไว้ เช่น งานวิจัยเรื่องการตัดสินใจปลูกถั่วเหลืองของเกษตรกร อ.แมริม จ.เชียงใหม่ นั้นพบว่า ในขั้นตอนของการตัดสินใจและสนใจนั้น เกษตรกรจะเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนบ้านและญาติพี่น้อง ในขั้นตอนของการตั้งใจว่าจะลงมือทำหรือไม่ เกษตรกรจะใช้เวลาเยี่ยมชมแปลงสาธิตหรือแปลงปลูกของเพื่อนบ้าน ในขั้นกำลังลงมือทำ แหล่งข่าวสารสำคัญจะกลายเป็นพ่อค้าผลิตภัณฑ์เคมีและวัสดุอุปกรณ์เพื่อการเกษตร ส่วนในขั้นตอนการยอมรับสุดท้าย แหล่งข่าวสารจะมาจากผลการลงมือปฏิบัติของตนเองและประสบการณ์ของคนอื่น (กิตติพล, 2512)

- กลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจจะส่งสารให้เข้าถึงจริง ๆ คือใคร

- กลุ่มเป้าหมายมีงบประมาณที่จะใช้เพื่อติดตามข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด
- แบบแผนการส่งสารเหมาะสมกับผู้รับสารหรือเปล่า

ข้อมูลจากผู้รับสารดังกล่าวนี้ จะช่วยตอบคำถามแก่ผู้ผลิตสารว่า จะตัดสินใจสื่อสารอะไร อย่างไร จะผสมผสานช่องทางต่าง ๆ อย่างไร เพื่อให้แน่ใจว่าข่าวสารนั้นจะเข้าถึงผู้รับสารในเชิงกายภาพได้จริง ๆ

(4.2) ลักษณะอ่อนไหวเชิงสังคม-วัฒนธรรมของประเด็นและรูปแบบการนำเสนอ

สำหรับข้อมูลจากเรื่องลักษณะอ่อนไหวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของประเด็นและรูปแบบการนำเสนอนี้ จะเป็นเครื่องช่วยการตัดสินใจของผู้ผลิตเช่นเดียวกันว่าควรเลือกประเด็นอะไร นำเสนอแบบไหน ช่องทางแบบไหนเพื่อจะสื่อสาร ในสังคมไทยมีตัวอย่างมากมายที่มีเนื้อหาสารที่กระทบความอ่อนไหวเชิงสังคม-วัฒนธรรมจนกระทั่งไม่สามารถเผยแพร่ต่อสาธารณะได้ ตัวอย่างเช่น การโฆษณาเครื่องปรับอากาศที่ใช้ถ้อยคำโฆษณาโดยหยิบเอาความหมายหลายนัยของคำว่า "แอร์" มาใช้ว่า "นอนกับแอร์" ซึ่งความตั้งใจของผู้ส่งสาร คำว่า "แอร์นี้น่าจะอยากให้หมายแอร์คอนดิชัน" แต่เนื่องจากในเนื้อหานี้ให้นักบินเป็นผู้พูด ความหมายของแอร์จึงกลับส่อไปว่าจะเป็น "แอร์โฮสเตส" มากกว่า และทำให้กลุ่มแอร์โฮสเตสประท้วงจนต้องถอดโฆษณาออก เช่นเดียวกับโฆษณาที่ล้อเลียนคนต๊าย ละครที่ล้อเลียนชาวเขา สปอทโฆษณาที่หมิ่นเหม่ต่อการล้อเลียนศาสนา เป็นต้น

(4.3) ความเหมาะสมทางการเมืองของเนื้อหา ในแต่ละสังคมหรือในคนแต่ละกลุ่มมีลักษณะทางการเมืองหรือมีวัฒนธรรมทางการเมืองที่แตกต่างกัน มิติทางการเมืองนี้จะแสดงตัวออกมาให้เห็นอย่างชัดเจนมากขึ้น สำหรับการสร้างเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับการเมืองโดยตรง เช่น รายการข่าว รายการวิเคราะห์ข่าว รายการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง ซึ่งอาจจะใช้รูปแบบทั้งที่เป็นจริงเป็นจังหรือในกรณีของสังคมไทย มักจะมีรายการแสดงปฏิกิริยาต่อการเมืองด้วยรูปแบบการนำเสนอแบบเบา ๆ เช่น การล้อเลียนหรือการวาดเป็นรูปการ์ตูน

(4.4) ความสอดคล้องด้านเศรษฐกิจของผู้รับสาร เป็นการพิจารณาจับคู่ระหว่างเนื้อหาที่ส่งไปเพื่อการโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจกับฐานะทางเศรษฐกิจของผู้รับสาร เนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจเป็นเงื่อนไขสำคัญในการแปรความคิดและทัศนคติไปสู่การลงมือกระทำจริง ตัวอย่างเช่นเมื่อมีการให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการปลูกข้าวโพดพันธุ์ใหม่ด้วยวิธีการนำเสนอแบบต่างๆ แล้ว ทั้งการประชุม การดูแปลงสาธิต ฯลฯ แต่กลับพบว่าเกษตรกรไม่สามารถจะนำไปปฏิบัติตามได้ เนื่องจากไม่มีเงินทุนที่จะซื้อเมล็ดพันธุ์หรือปุ๋ยที่ต้องใช้ รวมทั้งต้องเป็นการเสี่ยงที่จะเปลี่ยนมาใช้นวัตกรรมแบบใหม่นี้ด้วย (สมศักดิ์, 2526)

(4.5) ความสอดคล้องด้านจิตวิทยาของผู้รับสาร ตัวแปรด้านจิตวิทยาเช่น ความ

ต้องการทางจิตใจ อารมณ์ความรู้สึก แรงจูงใจ ความปรารถนาและความคาดหวัง ความเชื่อมั่น ศรัทธา ความไว้วางใจ ฯลฯ เป็นตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา และในทางปฏิบัติ ผู้ที่มีประสบการณ์สูงในการสร้างสารมักจะเรียนรู้มิติด้านจิตวิทยาของผู้รับสาร ได้จากผลการทำงานอย่างต่อเนื่องยาวนานของตนเอง ตัวอย่างเช่น บรรดาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่อยู่ในวงการมานาน ๆ จะมีความรอบรู้ว่า ต้องใช้ฉากแบบไหน ตัวละครใด บทสนทนาแบบไหน หรือการกระทำของตัวละครใดจะต้องยืดให้มีความยาวเพื่อตรึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม เป็นต้น หรือตัวอย่างในชีวิตที่เป็นจริง วรรณพร เนตรอำนวย (2527) ศึกษาพบว่า กลุ่มคนงานไทยที่กำลังจะเดินทางไปทำงานในตะวันออกกลางเลือกที่จะแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานโดยใช้ **สื่อบุคคล** (ซึ่งอาจจะเป็นนายหน้า เพื่อนญาติ คนที่เคยไปทำงานจนต่างประเทศมาแล้ว) ที่ตนเองรู้จักคุ้นเคย และมีความไว้วางใจ (หรือรู้สึกสะดวกใจ) มากกว่าที่จะหาข่าวสารจาก **สื่อองค์กร** เช่น กรมแรงงาน ปรากฏการณ์นี้คงต้องอธิบายด้วยปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้รับสาร

(5) 11 ขั้นตอนของการสร้างสารแบบเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

เพื่อเป็นการสรุปแนวคิดที่ผ่านมาให้เป็นรูปธรรมสำหรับการปฏิบัติการ จะนำเสนอแนวคิดดังกล่าวเป็นขั้นตอนสำหรับการลงมือปฏิบัติการดังนี้

(5.1) **เรียนรู้ทุกอย่างที่เกี่ยวกับประเด็นเนื้อหา** ขั้นตอนนี้เป็นเรื่องที่ผู้สร้างสารทุกคนต้องกระทำอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นวิธีการสร้างสารแบบใดก็ตาม ประเด็นเนื้อหาที่เราจะสร้างนี้ ในบางกรณีอาจจะเป็นประเด็นที่เราเลือกเอง แต่ก็มีบางครั้งที่ถูกกำหนดมาจากผู้อื่น และอาจมีบางประเด็นที่เรามีความรอบรู้อย่างดี บางเรื่องก็ตรงกันข้าม แต่ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม เราต้องแน่ใจว่า “ข้อเท็จจริงที่เรามีนั้นมีความถูกต้อง” หากปราศจากความแน่ใจ ก็ต้องมีวิธีการตรวจสอบด้วยวิธีการต่าง ๆ นอกจากนั้นต้องแน่ใจว่า เราในฐานะผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจเรื่องราวนั้นก่อนเป็นอันดับแรก เพราะหากผู้ส่งเองยังไม่เข้าใจเรื่องราวแล้วนั้น โอกาสที่จะหวังให้ผู้รับสารเข้าใจนั้นก็คงจะเกิดขึ้นไม่ได้

(5.2) **สังเกตวิถีคิด ค่านิยมและวิถีชีวิตของกลุ่มผู้รับสาร "กลุ่มต่างๆ"** เพื่อช่วยตัดสินใจว่า เราจะสื่อสารอย่างไร ในที่นี้ขอขีดเส้นใต้คำว่า “กลุ่มต่าง ๆ” เพื่อเจาะจงให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนที่มีอายุ เพศ ชนชั้น ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิหลัง ท้องถิ่น ศาสนา จุดยืนทางการเมือง ฯลฯ ที่แตกต่างกัน

และนอกจากวิถีคิดค่านิยมและวิถีชีวิตโดยทั่วไปของผู้รับสารแล้ว ผู้ผลิตยังต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การสื่อสารของกลุ่มผู้รับสารกลุ่มนั้นดังที่กล่าวมาแล้ว เช่น ประเภทของสื่อที่พวกเขาใช้ ความบ่อยครั้งของการใช้สื่อ จะใช้กลยุทธ์อะไรในการดึงดูดใจ ฯลฯ ฉะนั้น หาก

เราต้องสร้างเนื้อหาสาระเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมให้แก่กลุ่มวัยรุ่น เนื้อหาที่จะผลิตก็ต้องแตกต่างจากเนื้อหาที่จะสร้างให้แก่กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้ใหญ่หรือกลุ่มผู้อาวุโส ฯลฯ

(5.3) หาวิธีการที่จะเสวนา (dialogue) ในสิ่งที่คนแต่ละกลุ่มรู้จัก/เข้าใจ รู้สึกและรู้ที่จะกระทำอยู่แล้ว งานในขั้นตอนนี้จะมี 2 ส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ การเจาะหากกลุ่มคนบางคนที่หมู้ผู้รับสารที่เราจะพูดคุยด้วย กับเรื่องราวที่เราจะไปพูดคุยด้วย

มีข้อน่าสังเกตว่า มักมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมในเรื่องประเภทของความรู้ระหว่างฝ่ายผู้ผลิต/นักวิชาการ/กับความรู้ที่ชาวบ้านมี ในขณะที่ฝ่ายผู้ผลิตหรือนักวิชาการมักจะมีความรู้ที่เป็นแนวคิด/วิชาการ/หรือความรู้เชิงเทคนิค ความรู้ที่ชาวบ้านมีนั้น มักเป็นแบบทั่วๆไปที่มาจากประสบการณ์ในชีวิตของเขาที่เรียกว่า “ความรู้แบบสามัญ” (indigenous knowledge) เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับวิธีการที่ประชาชนใช้ในการจัดการแก้ปัญหาของเขา เช่น แม่ที่ต้องเลี้ยงลูก 10 คน เด็กชายพวงมาลัยที่ต้องเอาชีวิตรอดบนท้องถนน ฯลฯ เมื่อเวลาเราสร้างสาร เราต้องคำนึงว่า จะนำเอาความรู้แบบวิชาการหรือเทคนิคเข้าไป “แทนที่” ความรู้สามัญเหล่านั้นไม่ได้ หากแต่ต้อง “เริ่มต้น” จากความรู้สามัญดังกล่าว และนี่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับผู้รับสารที่ฝ่ายผู้ผลิตสารจะต้องเสวนาด้วย

(5.4) เขียนวัตถุประสงค์/เป้าหมาย/เป้าประสงค์ของการผลิตสารให้ชัดเจน เมื่อเวลาที่เราสำรวจสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ เราจะพบช่องว่างระหว่าง “สิ่งที่เป็นอยู่” กับ “สิ่งที่เราอยากให้เป็น” ช่องว่างนั้นแหละคือวัตถุประสงค์/เป้าหมายของการสร้างสารของเราที่จะต้องแต่งเติมให้เต็ม หากแต่วัตถุประสงค์/เป้าหมายดังกล่าวนี้จะต้องเขียนออกมาอย่างชัดเจนและการครอบคลุมประเด็นเหล่านี้

- ต้องการจะให้ผลกระทบอะไรบ้างต่อผู้รับสาร
- จะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบไหน ผ่านช่องทางอะไร
- จะวัดผลกระทบได้อย่างไร

(5.5) ลงมือเลือกช่องทางและวางแผนเรื่องความถี่ในการสื่อสาร ในการเลือกช่องทางและวางแผนเรื่องความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น มีข้อคำนึงจากทั้ง 2 ด้านคือ ทั้งด้านผู้รับสาร และผู้ส่งสาร

ในฝ่ายของผู้รับสาร ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า นอกจากจะต้องหมายถึงความสนใจและความสอดคล้องต้องใจในเรื่อง “สาร” แล้ว เรายังต้องทราบถึงแบบแผนเฉพาะๆในเรื่อง “การใช้สื่อ” ของคนแต่ละกลุ่มอีกด้วย ผู้รับสารบางกลุ่มมีรูปแบบวิถีชีวิตที่ทำให้ต้องสนใจสื่อสิ่งพิมพ์บางชนิด เช่น กลุ่มแม่บ้านที่อ่านนิตยสาร บางกลุ่มใช้แต่วิทยุ เช่น กลุ่มเกษตรกรที่ทำงานในไร่นา บางกลุ่มต้องเป็นสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหว เช่น กลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

และนอกเหนือจากแบบแผนเฉพาะ ๆ ของการใช้สื่อในหมู่ผู้รับสารแล้ว ในฝ่ายของผู้ผลิตก็มีแบบแผนการใช้สื่อแบบเฉพาะ ๆ เช่นกัน ตัวอย่างเช่น ความชำนาญเฉพาะบางสื่อของฝ่ายผู้ผลิต นักสร้างภาพยนตร์บางคนอาจจะถนัดแก่การใช้มุกกลิ้งและวิธีการเล่าเรื่องแบบหนังที่มีระยะเวลาต่อเนื่อง 2 ชั่วโมง แต่ไม่ถนัดที่จะสร้างละครโทรทัศน์ที่มี 30 ตอนและจบเป็นตอน ๆ เป็นต้น

ในการสำรวจเพื่อจะเลือกและวางแผนเรื่องช่องทางนั้น ข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิตต้องการก็คือในชุมชนหนึ่ง ๆ จะได้ข่าวสารแบบเฉพาะ ๆ เรื่องอะไรจากช่องทาง/สื่ออะไร สำหรับคำว่า "ช่องทาง/สื่อ" นี้ จำเป็นต้องขยายขอบเขตให้กว้างขวางออกไปให้ครอบคลุมทุกสื่อโดยไม่จำกัดอยู่เพียงแต่สื่อมวลชนเท่านั้น เพราะในชีวิตที่เป็นจริง ประชาชนเปิดรับสื่อจากแหล่งข่าวสารที่หลากหลายมาก เช่น สภาภาพ วัด กลุ่มเล่นการพนัน ร้านค้า ร้านตัดผม ฯลฯ ข้อมูลที่ได้มานั้น จะช่วยในการตัดสินใจเลือกกว่า เราจะใช้ช่องทาง/สื่ออะไร หรือเราอาจจะต้องวางแผนผสมผสานสื่อหลาย ๆ ประเภทให้สอดคล้องกับแบบแผนการใช้สื่อของประชาชนดังตัวอย่างเรื่องการปลูกถั่วเหลืองของเกษตรกรที่ได้กล่าวมาแล้ว

(5.6) **ออกแบบกลยุทธ์การสร้างสารให้สร้างสรรค์เพื่อสอดคล้องความหมายที่ต้องการสื่อ** ในที่นี้คงไม่อาจจะกล่าวถึงบรรดากลยุทธ์การสื่อสารแบบต่าง ๆ ได้ แต่ในการใช้การสร้างสารแบบมีเน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสารนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตสารมักจะนั่งทำงานอยู่ในห้องทำงาน (จึงมักมองไม่เห็นชีวิตที่เป็นจริงของผู้รับสาร) และมักจะคิดถึงแต่ปัญหาเชิงเทคนิค โดยจะลืมหูลืมตาตัวเองบ่อย ๆ ว่า "จะสื่อสารอย่างไร"

ความหมายของคำว่า "จะสื่อสารอย่างไร" นั้นหมายความว่า เมื่อเรามีภาพของ**ผู้รับสารกลุ่มเฉพาะ**ที่อยู่ในสมองแล้ว เราจะต้องตอบคำถามว่า

- จะใช้รูปแบบอะไรจึงจะดึงดูดใจผู้รับสารกลุ่มเฉพาะกลุ่มนี้
- จะเหนี่ยวนำความสนใจของผู้รับสารให้อยู่กับข่าวสารของเราตั้งแต่ต้นจนจบได้

อย่างไร

- จะมีอะไรเป็นหลักประกันว่าผู้รับสารจะเข้าใจความหมายที่เราต้องการ

ตัวอย่างเช่น ในการสร้างสารที่เป็น "เนื้อหาความรู้" หากกลุ่มผู้รับสารเป็นกลุ่มชาวบ้าน บางทีการใช้จุดดึงดูดใจ (appeal) ด้านอารมณ์หรือใช้ตัวบุคคลอาจจะทำงานได้ดีกว่าการใช้เหตุผล เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การตอบคำถามนั้นก็ต้องมาจากการวิจัยสำรวจความเป็นจริง มิใช่การคาดคะเนเอาเองของผู้สร้างสาร

(5.7) **เขียนคุณลักษณะเฉพาะ ๆ ของทุก ๆ ข่าวสาร/เนื้อหาออกมา** ในขั้นตอนที่ต่อจากเรื่องของ "สื่อ" ก็มาถึงเรื่องของ "สาร" แนวคิดที่ต้องการเน้นย้ำในที่นี้ก็คือ "คุณลักษณะ

เฉพาะ" ของข่าวสาร หากลองคิดเปรียบเทียบเวลาที่เราต้องการจะสั่งซื้อเครื่องใช้อุปกรณในสำนักงานเช่นคอมพิวเตอร์ เราจะต้องมี specification (ที่เรียกย่อ ๆ ว่า "spec") เราควรนำเอาแนวคิดนั้นมาใช้ในการสร้างสรรค์ คือการเขียน spec ของเนื้อหาที่เราต้องการผลิตออกมา

ใน spec นั้น ควรจะบรรยายเป้าหมาย เนื้อหา รูปแบบที่ควรใช้ เนื้อหาย่อ ๆ โดยตอบคำถามเช่น

- ตัวสาร/เนื้อหานั้นต้องการจะบอกอะไร
- จะใช้เนื้อหาแบบไหนมากน้อยเพียงใด
- จะจัดแต่งเนื้อหาอย่างไรเพื่อให้แน่ใจว่าผู้รับสารจะสนใจและเข้าใจ

หลังจากการเขียนเอกสารที่ระบุ spec ต่าง ๆ ของเนื้อหาสารเหล่านี้แล้ว ต้องเอาเอกสารนี้มาพูดคุยถกเถียงกันในทีมงานผลิตเพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน/จุดแข็งของแนวทางที่ใช้ก่อนที่จะลงมือทำการผลิตจริงๆ

(5.8) การทดสอบกลยุทธ์ที่เลือกแล้วกับกลุ่มผู้รับสาร ดังที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า เราคงเปิดโอกาสให้ผู้รับสาร**ทุกคน** เข้ามามีส่วนร่วมในเนื้อหาไม่ได้ แต่เราก็คงเลือก "ผู้รับสารกลุ่มเล็ก ๆ" กลุ่มหนึ่งให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ได้ และขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกเริ่มที่ผู้รับสารกลุ่มหลัก ๆ นี้จะก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ โดยผู้ผลิตจะลองทดสอบกลยุทธ์การสื่อสารที่ได้เลือกแล้วกับกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเล็ก ๆ นี้เพื่อจะดูว่าเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นมีความเหมาะสมไหม

แง่มุมที่จะทดสอบนั้น คือองค์ประกอบทั้งหมดของเนื้อหาสาร เช่น ทดสอบตั้งแต่แนวคิด วิธีการเค้าโครงเรื่อง ตัวละคร ฉาก การติดต่อ เรียงประกอบ ฯลฯ เพื่อจะตอบคำถามต่างๆ ดังนี้ เช่น

- เนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้นไปกันได้กับความ**สนใจ**ของผู้รับสารไหม
- วิธีนำเสนอ นั้นช่วยให้ผู้รับสาร**เข้าใจ**เป้าหมายของเนื้อหาหรือไม่
- มีความ**แปลกใหม่**ไหมในทัศนะของผู้รับสาร
- ผู้รับสารสามารถนำเอาเนื้อหาสารไปใช้**ประโยชน์**ได้จริงไหม
- เนื้อหาสารมีความ**น่าเชื่อถือ**ไหมในสายตาของผู้รับสาร

(5.9) **ปรับปรุงเนื้อหาให้เข้ากับผลการทดสอบรอบแรก** หลังจากที่มีการทดสอบเนื้อหาสารกับกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งแล้ว จำเป็นต้องนำเอาผลจากการทดสอบนั้นมาปรับปรุงเนื้อหา หากขาดการดำเนินการในขั้นที่ 9 นี้ ทั้ง 8 ขั้นตอนที่ทำมาแต่แรกก็ถือว่าเปล่าประโยชน์

การทดสอบผลงานกับกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเล็ก ๆ นั้นอาจจะให้คำตอบทั้งแบบทั่ว ๆ ไป และแบบเฉพาะเจาะจงดังนี้

- คำตอบแบบทั่ว ๆ ไป ก็เช่น

- อาจจะบอกว่าวัตถุประสงค์/เป้าหมายที่ทางผู้ผลิตตั้งเอาไว้มันสูงเกินไป สำหรับกลุ่มเป้าหมาย
- อาจจะบ่งชี้ว่า รูปแบบการนำเสนอดังกล่าวไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งใจ
- อาจจะชี้ให้เห็นว่า เนื้อหาที่นำเสนอไปนั้นมีความซับซ้อนและยากเกินกว่าที่จะทำความเข้าใจได้

- ในส่วนที่เป็นคำตอบเฉพาะเกี่ยวกับความเข้าใจนั้น ผลการทดสอบอาจจะบอกว่า

- ผู้รับสารไม่สามารถจะเข้าใจคำศัพท์สำคัญ ๆ ที่เราใช้ (ผู้ผลิตสามารถจะหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นในงานวิจัยเรื่องการอบรมสารเคมีให้เกษตรกรที่กล่าวมาข้างต้นได้)
- ผู้รับสารอาจจะไม่ชอบไตเติ้ล / เพลง / ฉาก/หรืออย่างอื่น ๆ
- บรรดาข้อเสนอแนะต่างๆของผู้เชี่ยวชาญนั้นอาจจะจะเป็นสิ่งที่ผู้รับสารให้ความคิดเห็นว่าจะไม่อาจจะปฏิบัติตามได้เพราะขาดเงื่อนไขต่างๆ

บรรดาข้อมูลที่เป็นทั้งคำตอบทั่วไป และคำตอบเฉพาะเหล่านั้นสามารถจะเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตสารทราบว่าจะต้องปรับปรุงเนื้อหาต่อไป

(5.10) การติดตามดูผลในแง่การเข้าถึง/ความสนใจ/ความเข้าใจ และระดับการนำไปใช้ หลังจากส่งสารไปแล้ว ผู้ผลิตจำเป็นต้องไปติดตามดูผลที่เกิดขึ้นเพื่อตอบใจพท์ว่า สื่อและสารที่เราเลือกใช้นั้นทำงานได้ผลตามที่ต้องการหรือไม่ สำหรับขั้นตอนของการติดตามผลก็จะไล่เรียงไปตามลำดับของตรรกะ คือ

- ต้องแน่ใจว่าข่าวสารนั้นจะเข้าถึงอย่างแน่นอน มีข้อพิสูจน์ว่าผู้รับสารได้อ่าน ได้ฟัง ได้เห็น ก่อนจะไปถึงขั้นตอนของ **ความสนใจ** ตามด้วย **ความเข้าใจ** และ **ระดับการใช้งาน**

(5.11) **ขั้นการประเมินผล** ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นว่าการสื่อสารนั้นได้บรรลุเป้าหมายด้านความรู้ ทักษะคิด และการลงมือปฏิบัติหรือไม่ก็ตามการประเมินผลนั้น ถึงแม้จะเป็นขั้นตอนสุดท้ายแต่ก็เป็นขั้นตอนที่จำเป็นอย่างยิ่ง (แต่มักเป็นขั้นตอนที่เรามักจะมองข้ามไป) เนื่องจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- ในงานรณรงค์นั้น การสื่อสารจะมีฐานะเป็นเพียง "วิถีทาง" เท่านั้น แต่การพัฒนาต่างหากที่เป็น "เป้าหมาย" ฉะนั้นถึงแม้การสื่อสารอาจจะประสบความสำเร็จ แต่หากเป้าหมายของการรณรงค์ไม่บรรลุ ก็คงจะถือว่าประสบความสำเร็จไม่ได้

- หรืออาจมีกรณีที่มีการสื่อสารนั้นใช้ได้ผลในที่หนึ่ง แต่อาจจะล้มเหลวในที่หนึ่ง จึงทำให้เกิดคำถามว่า เป็นเพราะเหตุใด

- การประเมินผลนั้นจะช่วยในการตัดสินใจสำหรับอนาคตว่า การรณรงค์เป็นวิธีการที่ดีที่สุดหรือไม่ หรือควรใช้การสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ หรือยังควรจะใช้สื่อมวลชนต่อไปอีกไหม เป็นต้น

ในการดำเนินการตามขั้นตอนทั้ง 11 ขั้นตอนนี้ ควรจะมีการเยี่ยมเยียนผู้รับสารสัก 2 ครั้ง และควรมีการวางแผนการเยี่ยมผู้รับสารเอาไว้เป็นส่วนหนึ่ง ในระหว่างกระบวนการผลิตสารทั้งหมด การเยี่ยมเยียนผู้รับสารนั้นควรทำในช่วงตอนแรกที่จะมีการประเมินความต้องการของผู้รับสารเพื่อตอบคำถามว่า ผู้ผลิตควรจะพูดอะไรและพูดอย่างไร และอีกช่วงเวลาหนึ่งที่เราจะไปก็คือในช่วงที่มีการร่างแนวคิด ร่างบทสคริปต์ หรือร่างสตอรี่บอร์ดเสร็จเรียบร้อยแล้วเพื่อทำการทดสอบ ร่างเนื้อหาที่มีอยู่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กิตติพล สุวรรณ (2533)

“ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกถั่วเหลืองที่มีต่อแหล่งและประเภทข่าวสารในการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลือง เขต อ.แมริม จ.เชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

กาญจนา แก้วเทพ (2542)

การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กาญจนา แก้วเทพ (2543)

สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

จินตนา สุนทรโรทก (2528)

“การรับข่าวสารความรู้ ทศนคติ การใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูข้าวของเกษตรกรในโครงการ
พยากรณ์และเตือนการระบาดของศัตรูข้าว จ.ชัยนาท “ วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วรรณพร เนตรอำนาจ (2527)

“ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงาน
ต่างประเทศ:ศึกษาเฉพาะคนงานที่จะเดินทางไปทำงานในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมศักดิ์ พงษ์หาญยุทธ (2536)

“เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
ของผู้ยอมรับข่าวโพตพันธุ์สุวรรณ1ใน อ.บางระกำ จ.พิษณุโลก “วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อรวรรณ ปิณฑนโหวาท (2537)

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Berger,C.R. (1997)

Planning, Strategic Interaction , Erlbaum : New Jersey.

Cohen,A.R. (1959)

“Some Implications of Self-esteem for Social Influence “in I.L.Janis & C.I Hovland
(eds) Personality and Persuasibility ,New Haven :Yale University Press.

Fisher,W. (1987)

Human Communication as Narration ,Columbia , University of South Carolina Press.

Giles,H. et al (eds) (1991)

Contents of Accommodation : Development in Applied Sociolinguistic, Cambridge University Press.

Green,J.O. (1993)

“An Action Assembly Perspective on Social Skill” Communication Theory 3:26-49.

Griffin,E.(1997)

A First Look at Communication Thoery, McGraw-Hill Companies Inc.

Hart,P.R. et al (1980)

“Attitudes toward Communication and the Assessment of Rhetorical Sensitivity”
Communication Monographs 47 : 1-29.

Littlejohn,S.W. (1999)

Theories of Human Communication , Wadsworth Publishing Company.

McCroskey,J.C.(1984)

The Communication Apprehension Perspective” in Avoiding Communication :Shyness Reticence and Communication Apprehension, J.A.Daly&J.C. McCroskey(eds), Sage Publications.

Mody,B.(1991)

Designing Message for Development Communication, Sage Publications.

Norton,R.(1983)

Communicator Style: Theory, Application and Measures, Sage Publications.

Pearce, W.R. (1989)

Communication and Human Condition, Carbondale: Southern Illinois University Press.