

สื่อสารมวลชน:
ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา
.....

กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

..... คำนำในการพิมพ์

ความนึกคิดของคนไทยต่อคำว่า “ทฤษฎี” นั้นมีลักษณะกระอักกระอ่วนพอสมควร ในด้านหนึ่ง คนไทยยอมรับความสำคัญของทฤษฎี โดยที่อาจจะใช้คำอื่นๆ แทน เช่น หลักการ เหตุผล ฯลฯ แต่ทว่าก็หมายถึงทฤษฎีนั่นเอง การตระหนักถึงความสำคัญนั้น แสดงออกในความคิดที่ตำหนิว่า การทำอะไรในทางปฏิบัติที่สักแต่จะทำๆ โดยไม่รู้ต้นสายปลายเหตุและความเป็นมาเป็นไป เช่น การใช้คำว่า “ต๋อยแบบมวยวัด ที่ไม่มีหลัก” เป็นต้น

แต่ในอีกด้านหนึ่ง คนไทยก็ยังมีทัศนคติต่อต้านทฤษฎีผ่านทางคำพูดประเภทที่ว่า “ทฤษฎีจัด แต่ปฏิบัติไม่ได้” หรือที่รับรู้อย่างสามัญกว่านั้นหน่อยกว่า “ความรู้ (ทางทฤษฎีท่วมหัว) เอาตัว (ปฏิบัติ) ไม่รอด” เป็นต้น

อีกทัศนคติหนึ่งมักเป็นกับกลุ่มนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาโทมากเป็นพิเศษที่ในขั้นตอนของการเรียนนั้น จะต้องมีส่วนวาระโอกาสหนึ่งที่ต้อง “เผชิญหน้ากับทฤษฎี” ในระยะเฝ้าขนอย่างไม่มีทางหลบเลี่ยง คือในช่วงตอนของการเขียนวิทยานิพนธ์ที่ต้องมีบทที่ว่าด้วยทฤษฎี โดยส่วนใหญ่ นักศึกษามักมีอาการกลัวๆ เพราะรู้สึกทว่าทฤษฎีเป็นเรื่องที่ค่อนข้างศักดิ์สิทธิ์ (เพราะอ่านไม่ค่อยรู้เรื่อง) เป็นเรื่องที่ยากต่อการทำความเข้าใจ (เพราะเป็นความคิดแบบนามธรรม) บทสรุปของการเผชิญหน้ากันนั้น ส่วนใหญ่แล้ว นิสิตมักจะทำอัญเชิญทฤษฎีเอาไว้ในข้อสนมควรตามประเพณีพิธีกรรม (แล้วไม่ค่อยย้อนกลับมาเช่นไหว้อีกเลย)

ท่ามกลางความนึกคิดอันหลากหลายของคนไทยที่มีต่อทฤษฎีนี้ ผู้เขียนซึ่งมีภารกิจต้องรับผิดชอบสอนวิชา “ทฤษฎีสื่อสารมวลชน” แก่นักศึกษาปริญญาโทมารุ่นแล้วรุ่นเล่า ความนึกคิดดังกล่าวจึงเป็น “เรื่องจริงของจริง” ที่ต้องทำงานด้วยอย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ที่ผ่านมาให้บทเรียนแก่ผู้เขียนว่า “มิดที่จะคมนั้น มีแต่ต้องลงมือล้บเท่านั้น” ดังนั้น นิสิตปริญญาโทรุ่นแล้วรุ่นเล่า จึงเป็นเสมือนหีนลับมิดที่ดีสำหรับผู้เขียน สายตาที่แสดงความสงสัย คำถามที่จุดประเด็นใหม่ๆ คำอภิปรายแสดงความคิดเห็นที่เป็ดมมมองที่แตกต่างออกไปของพวกเขา ล้วนแล้วแต่ช่วยจัดคราบโคลจากสนิมของทฤษฎีไปได้ และยังช่วยให้การเรียนการสอนวิชาทฤษฎีนี้ ตื่นเต้นมีชีวิตชีวาอย่างน่าสนุกสนาน (อย่างน้อยก็เป็นความรู้สึกจากฝ่ายผู้สอน)

ท่ามกลางการพลิกแพลงกระบวนยุทธเพื่อเปิดจุดทะลุทะลวงความเข้าใจของนักศึกษานั้น ผู้เขียนได้เลือกเอากรอบแนวคิด 2 แนวมาใช้ แนวทางแรกคือแนวทางประวัติศาสตร์ อันได้แก่การเดินเรื่องราวของทฤษฎีตามอายุของการถือกำเนิดโดยคาดหวังให้ผู้เรียนได้มองเห็นความต่อเนื่องและการปะทะกันทางความคิดแบบต่างๆ ท่ามกลางบริบททางสังคมในแต่ละยุคสมัย และอีกแนวทางหนึ่ง คือการใช้กรอบของแบบจำลองของกระบวนการสื่อสารที่ผู้คนในแวดวงสื่อจะเข้าใจได้ง่าย คือ S-M-C-R และนำเสนอโดยใช้กลยุทธ์ของเทพเพลงที่รวมเอาเพลงยอดฮิตมาบรรจุไว้ในฉบับเดียวกัน

ผู้เขียนคาดหวังว่า หนังสือเล่มนี้คงจะช่วยเพิ่มความหลากหลายทางทฤษฎีสื่อสารมวลชนได้บ้างพอสมควร

กาญจนา แก้วเทพ



สารบัญ

ชื่อสารมวชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา	หน้า
ตอนที่ 1 : แนวความคิดเบื้องต้น	5
บทที่ 1 : ที่มาแห่งความรู้	6
บทที่ 2 : ทฤษฎีสังคมศาสตร์และทฤษฎีสื่อสารมวลชน	20
บทที่ 3 : ประวัติและคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท	38
ตอนที่ 2 : ยุคแรกของทฤษฎีสื่อสารมวลชนอันทรงพลัง	61
บทที่ 4 : สังคมมวลชนและสื่อสารมวลชน	62
บทที่ 5 : ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory)	76
บทที่ 6 : ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน	88
บทที่ 7 : ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด	103
บทที่ 8 : ทฤษฎีวิพากษ์แห่งสื่อสารมวลชน	119
ตอนที่ 3 : ยุคที่สองแห่งการทดสอบพลังของสื่อมวลชน	140
บทที่ 9 : กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ	141
บทที่ 10 : ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม	163
บทที่ 11 : ทฤษฎีหน้าที่นิยม	182
ตอนที่ 4 : ยุคที่สาม - สองกระแสใหญ่ของทฤษฎีสื่อมวลชน	205
บทที่ 12 : ทฤษฎีผลกระทบของสื่อในระดับปานกลาง	206
บทที่ 13 : การสร้างความหมายทางสังคม	230
บทที่ 14 : ทฤษฎีการปลุกฝังความเป็นจริง	252



สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา **หน้า**

ตอนที่ 5 : การศึกษาสื่อตามองค์ประกอบการสื่อสาร **269**

บทที่ 15 : การวิเคราะห์ผู้รับสาร **270**

บทที่ 16 : การวิเคราะห์เนื้อหา **296**



ตอนที่ 1

แนวความคิดเบื้องต้น

บทที่ 1 ที่มาของความรู้

บทที่ 2 ทฤษฎีสังคมศาสตร์และทฤษฎีสื่อสารมวลชน

บทที่ 3 ประวัติและคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

.....

บทที่ 1
ที่มาของความรู้

.....

โปรดดูคำอธิบายที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย ต่อไปนี้

ผู้ชายเป็นข้างเท้าหน้า ผู้หญิงเป็นข้างหลัง.....

ผู้หญิงและชายเป็นเสมือนล้อ 2 ข้างของเกวียน.....

ชายเป็นแห หญิงเป็นช่อง ชายก่อ หญิงสาน.....

ผู้หญิง คือ ชายที่ทำบุญมาน้อยกว่า

ผู้ชาย คือ ผู้หญิงที่ได้วิวัฒนาการมาจนอยู่ในชั้นที่สูงกว่า

1. โลกแห่งความจริงและโลกแห่งความรู้ความคิด

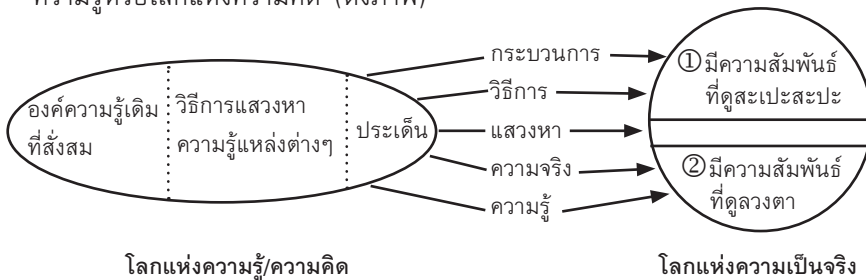
เนื่องจากเรื่องราวที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นเรื่องที่จะเกี่ยวกับ “ทฤษฎีสื่อสารมวลชน” ตามธรรมเนียมแล้ว ก็ต้องมีการทำความเข้าใจกันก่อนว่า คำกุญแจ (key word) ที่มีอยู่ 2 คำ คือ “ทฤษฎี” และ “สื่อสารมวลชน” นั้น ผู้เขียนหมายความว่าอะไร ในขั้นตอนนี้จะขอกล่าวถึงกุญแจดอกแรก คือ คำว่า “ทฤษฎี” เสียก่อน

วิธีการทำความเข้าใจกับคำว่า “ทฤษฎี” นั้น ในที่นี้จะทดลองใช้ 2 วิธีการ วิธีการแรกคือ “การพรรณนา” วิธีที่สองคือ “การอธิบาย”

วิธีพรรณนาว่าทฤษฎีคืออะไรนั้น แบบวิธีที่ง่ายที่สุดก็คือการให้คำนิยามของทฤษฎี เช่น

“ทฤษฎี” คือ ชุดของคำอธิบายที่จัดระเบียบเอาไว้อย่างดี คำอธิบายนั้นจะว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นปรากฏการณ์ในโลกธรรมชาติและโลกสังคม”

ส่วน**วิธีการอธิบาย** นั้นผู้เขียนจะสร้างภาพเปรียบเทียบว่าในโลกเรานั้นมีโลกอยู่ 2 โลก โลกส่วนแรกเป็นโลกแห่งความเป็นจริง อีกโลกหนึ่งเป็นโลกแห่งความรู้หรือโลกแห่งความคิด (ดังภาพ)



ที่มาของความรู้



ในโลกแห่งความรู้ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบ/ธาตุ/สรรพสิ่งต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน ดังที่แนวคิดด้านนิเวศน์วิทยาเคยกล่าวเอาไว้ว่า “เด็ดดอกไม้ดอกหนึ่งสะเทือนถึงดวงดาว” อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เรายังไม่รู้จักคือ “มีอะไรสัมพันธ์/ไม่สัมพันธ์กับอะไรบ้าง” และ “ความสัมพันธ์นั้นเป็นไปได้อย่างไร” ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่เรียกว่า “ความสัมพันธ์” (relationship) นั้น ในกรณีส่วนใหญ่ไม่ใช่สิ่งที่สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างจำนวนมากมายในทางวิทยาศาสตร์ธรรมชาติได้ยืนยันคำกล่าวข้างต้น เช่น อันที่จริงมีความสัมพันธ์ดำรงอยู่ระหว่างการขึ้นลงของน้ำในแม่น้ำกับการโคจรของดวงจันทร์ แต่ทว่าเมื่อองค์ความรู้เกี่ยวกับแรงดึงดูดของโลกยังไม่ก่อตัวขึ้นมา เราก็มักจะไม่เข้าใจถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว

ในอีกกรณีเป็นลักษณะความสัมพันธ์ลวง กล่าวคือ อันที่จริงไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งต่างๆ หากแต่ปรากฏการณ์ถูกรับรู้เสมือนว่ามีความสัมพันธ์ เช่น ถ้าทุกครั้งที่จะสอบ นาย ก. จะต้องไปบนบานศาลกล่าวอยู่เสมอ และก็ปรากฏว่าสอบได้ ดังนั้นจึงมีข้อสรุปว่า “การบนบานศาลกล่าวมีความสัมพันธ์กับการสอบได้” หรือตัวอย่างของคำกล่าวที่ว่า “มีลูกมากจะยากจน” ก็เคยถูกคัดค้านว่าเป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ลวงเช่นกัน

เรื่องของความสัมพันธ์ที่กล่าวมานี้เป็นประเด็นปัญหาอยู่เสมอในเรื่องของสื่อสารมวลชน เช่น คำถามที่ว่าปริมาณการดูหนังที่ใช้ความรุนแรงมากๆ จะมีผลทำให้เด็กๆ มีพฤติกรรมก้าวร้าวหรือไม่ การนำเสนอภาพลักษณ์ในทางเสียหายของพระภิกษุมีผลทำให้คนเสื่อมศรัทธาในศาสนา การใช้สื่อโฆษณาผลงานของนักการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพเป็นส่วนสำคัญของคะแนนเสียงเลือกตั้ง การรายงานข่าวด้านลบของรัฐมีผลต่อความมั่นคงของประเทศชาติ วิธีการรายงานข่าวตลาดหุ้นมีผลต่อจิตวิทยาของนักเล่นหุ้น เป็นต้น ตัวอย่างคำถามเหล่านี้ต้องการคำตอบยืนยันว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างสรรพสิ่งต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วหรือไม่ และถ้ามีจะอธิบายได้อย่างไร

บรรดาคำอธิบายหรือคำตอบของคำถามในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น จะสังกัดอยู่ในโลกแห่งความรู้ความคิด ซึ่งเป็นโลกที่นักคิด นักวิชาการ นักทฤษฎีทำงานอยู่เป็นอาชีพหลัก โดยกลุ่มที่พยายามค้นคว้าหาคำตอบเหล่านี้ จะมีวิธีการ/กระบวนการแสวงหารูปแบบความสัมพันธ์ต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริง หนึ่งในวิธีการเหล่านั้นก็คือ วิธีการที่เรียกว่า “การวิจัย” (research ซึ่งความหมายใน



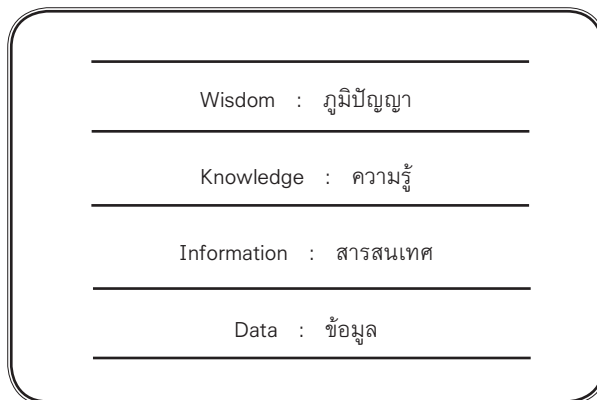
ภาษาอังกฤษก็คือ การแสวงหาครั้งแล้วครั้งเล่า)

สำหรับคำตอบ/คำอธิบายที่มาจากวิธีการแสวงหาความรู้นี้ เราอาจเรียกว่า “ทฤษฎี” ในความหมายกว้างๆเอาไว้ก่อน (รายละเอียดของคำตอบ/คำอธิบายนั้น ดูในตอนต่อไป) คุณสมบัติสำคัญของสิ่งที่เรียกว่า “ทฤษฎี” นี้มีอยู่หลายประการ หากทว่าคุณสมบัติประการหนึ่งอันเป็นคุณสมบัติที่จะขาดไม่ได้เลยก็คือ คำตอบจากทฤษฎีนั้นมีใช่ “สัจธรรมสูงสุด” (Absolute Truth) ดังนั้นคำตอบดังกล่าวจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ (changeable) ถูกทดสอบได้ ถูกทำซิง/ทำลาย/โค่นล้มได้ ฯลฯ ดังนั้นทุกทฤษฎีจึงต้องผนวกคุณสมบัติ 2 ประการเข้าไว้ในตัว คือ สามารถที่จะพิสูจน์ว่าไม่ถูกต้องได้ (Falsification) และสามารถพิสูจน์ว่าผิดพลาดได้ (Fallability) กระบวนการพิสูจน์ความไม่ถูกต้องและความผิดพลาดของทฤษฎี ก็คือ กระบวนการวิจัยอีกเช่นเดียวกัน

2. ระดับต่างๆ ของการพูดถึงความจริง (Fact)

ในการกล่าวถึง พูดถึง พรรณนา หรืออธิบายโลกที่เป็นจริงนั้น มีคำศัพท์ต่างๆ ที่ใช้บ่งบอกถึงโลกแห่งความเป็นจริงอยู่หลายคำ คำศัพท์เหล่านั้นมีน้ำหนัก (weight) มีคุณค่า (value) และมีนัยยะที่แตกต่างกันดังนี้

แผนผังแสดงระดับต่าง ๆ ของการอธิบายความเป็นจริง



หากเราอุปมาอุปมัยระดับของถ้อยคำที่ใช้กล่าวถึงโลกแห่งความจริงกับระดับของชั้นดินที่เรียงตัวเป็นชั้นๆ จากระดับที่มีความซับซ้อนน้อยที่สุด ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด ตรงไปตรงมาและตกผลึกน้อยที่สุด เราอาจจะวัดระดับของคำศัพท์เหล่านั้นได้ดังนี้

1. **ข้อมูล (Data)** เป็นถ้อยคำที่ใช้กล่าวถึง บอกเล่าถึงสภาพความเป็นจริงในระดับแรกสุด ข้อมูลจึงเป็นการบอกเล่าถึงความเป็นจริงอย่างตรงไปตรงมาตามที่ผู้สังเกต (Observer) ได้สัมผัสมา หากเปรียบกับอาหาร ข้อมูลก็เสมือนผักสดหรือเนื้อดิบที่ยังไม่ได้ปรุงแต่งเลย เช่น เวลานั้นกวีจียไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมา 30 คน แล้วถอดเทปออกมาพิมพ์แบบคำต่อคำ เป็นต้น

2. **สารสนเทศ (Information)** เป็นถ้อยคำที่กล่าวถึงความเป็นจริงในระดับที่สอง อันเกิดจากการนำเอา “ข้อมูล” มาผ่านกระบวนการ (processing) แบบใดแบบหนึ่ง เช่น การจัดระบบข้อมูล เช่น การนำเอาคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง 30 คน มาจำแนกเป็นหัวข้อย่อย ๆ แบ่งกลุ่มเป็นพวกที่เห็นด้วย/ต่อต้าน ฯลฯ

3. **ความรู้ (Knowledge)** เป็นถ้อยคำที่กล่าวถึงสภาพความจริงที่ก้าวขึ้นมาอีกระดับหนึ่งเป็นระดับที่สาม (ต่อเนื่องจากระดับสารสนเทศ) ถ้อยคำที่จะเรียกว่าเป็น “ความรู้” นั้นจะต้องเพิ่มเติมคุณสมบัติของสารสนเทศที่ต้องมาผ่านกระบวนการปรุงแต่ง/จัดระบบเพิ่มเติมดังนี้ คือ

- ต้องมีกระบวนการจัดระบบที่ประณีตมากยิ่งขึ้น เช่น มีการอ้างอิงกับข้อความที่อาจจะผ่านการพิสูจน์มาแล้ว มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นเหตุเป็นผลระหว่างสารสนเทศกันเอง

- ต้องมีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal order) ซึ่งหมายความว่าสามารถระบุได้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่มาก่อน (สาเหตุ) อะไรที่ตามมาทีหลัง (เป็นผล) กล่าวคือ มีลำดับของเวลา (Time-series)

- ต้องมีความสม่ำเสมอ (Regularity) กล่าวคือ ข้อความที่กล่าวถึงความเป็นจริงนั้น ต้องเป็นความจริงทุกๆ ไป ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะเป็นครั้งคราวหรือเป็นกรณียกเว้น

4. **ภูมิปัญญา (Wisdom)** เป็นถ้อยคำที่กล่าวถึงสภาพความเป็นจริงที่ผ่านการพิสูจน์มาแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า (มีมิติด้านกาลเวลา) จนสามารถตกผลึกเป็นถ้อยคำที่ยอมรับกันในกลุ่มคนทั่วไป ตัวอย่างเช่น หลักรัฐสงสารที่ว่า สรรพสิ่งทั้งหลาย

ย่อมมีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย เป็นคุณสมบัติ เป็นต้น

มีข้อสังเกตเล็กๆ เกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำที่เกี่ยวกับการกล่าวถึงความเป็นจริง ที่ได้กล่าวมาแล้วเพิ่มเติมว่า นอกจากคำที่ใช้จะมีน้ำหนัก คุณค่า และนัยยะแตกต่างกันแล้ว บรรดาคำศัพท์ (Technical Term) ในวิชาการสาขาสังคมศาสตร์ ยังต้องเผชิญกับปัญหาสำคัญประการหนึ่ง คือ คำศัพท์ที่ใช้ในวงวิชาการมีความเหมือนหรือคล้ายคลึงกับคำที่ใช้ในชีวิตประจำวันของหมู่ประชาชนทั่วไป หากทว่าความหมายที่อ้างอิงถึงนั้นแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น คำว่า “แรงจูงใจ ความคาดหวัง ทศนคติ การรับรู้ ฯลฯ” แม้แต่คำที่มีความหมายใกล้เคียงกันอย่างยิ่ง เช่น คำว่า “ความต้องการ” ที่แปลเป็นภาษาอังกฤษได้ 2 คำว่า “Want” และ “Need” ตัวอย่างประโยคที่ว่า “สิ่งที่คุณ want อาจจะไม่ใช้สิ่งที่คุณ need ก็ได้” หรือ “นี่เป็น real need แต่พวกเรากลับไม่รู้สึกรู้สีก (felt need)” เป็นต้น

3. ธรรมชาติและระดับของทฤษฎี

ดังที่ได้เกริ่นมาแล้วถึงคุณสมบัติบางประการที่จำเป็นอย่างยิ่งของคำอธิบายที่มีลักษณะเป็น “ทฤษฎี” ในที่นี้จะประมวลคุณสมบัติที่สำคัญๆ เพิ่มเติมของทฤษฎีดังต่อไปนี้

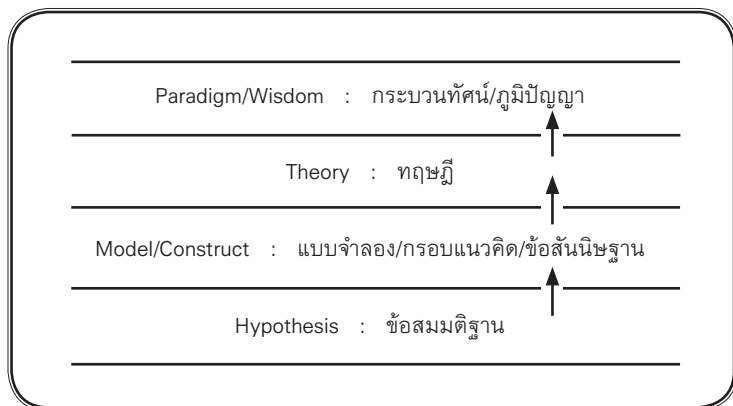
1. ทฤษฎีต้องมีลักษณะยื่นหยัดต่อการพิสูจน์
2. คำอธิบายของทฤษฎีต้องมีลักษณะน่าเชื่อถือ แม้ว่านักทฤษฎีที่ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีจะวิเคราะห์ความรู้มาจากประสบการณ์ส่วนตัว หากทว่าวิธีการแสวงหาความรู้นั้นต้องเป็นวิธีการที่ยอมรับกันในกลุ่มวิชาการว่าเป็นวิธีการที่มีความน่าเชื่อถือ และผลจากการค้นคว้าต้องมีความสม่าเสมอ แม้ว่าจะเป็นการศึกษาซ้ำโดยผู้อื่น
3. เป็นคำอธิบายที่มีลักษณะเที่ยงตรงและรัดกุม กล่าวคือ มีการนิยามแนวคิดที่เกี่ยวข้องอย่างรัดกุม
4. เป็นคำอธิบายที่มีเอกภาพไม่ใช่ลักษณะ “ห้วงมกฏทำยมังกร” กล่าวคือ มีโครงสร้างขององค์ความรู้ แม้ว่าจะมีหลายๆ แนวคิดในทฤษฎีเดียวกัน ก็ต้องมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ทฤษฎี Functionalism ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป



5. เป็นคำอธิบายที่มีพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ (Power of Explanation) ภายในขอบเขตที่ได้กำหนดเอาไว้ พลังในการอธิบายปรากฏการณ์นี้จะเป็นหลักประกันการยอมรับการดำรงอยู่ของทฤษฎีหนึ่งๆ ตัวอย่างเช่น แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎี Functionalism กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้ว สังคมจะมีเสถียรภาพและความมั่นคงเป็นอันดับหลัก ความไร้เสถียรภาพเป็นสภาวะชั่วคราว แต่ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 ประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อเมริกาและยุโรปมีความวุ่นวายในสังคมอย่างต่อเนื่องยาวนาน ชนิดที่ทฤษฎี Functionalism พลิกตำราหาคำอธิบายไม่ทันว่าให้เกิดอะไรขึ้น ความน่าเชื่อถือในทฤษฎีนี้จึงลดน้อยถอยลง เพราะระดับพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ในสังคมตกต่ำลง

ดังที่ได้กล่าวถึงระดับชั้นของถ้อยคำที่ใช้อธิบายสภาพความเป็นจริงไปแล้ว ในเรื่องของ “ทฤษฎี” ก็มีลำดับขั้นตอนของการพัฒนาคำอธิบายเช่นกัน ดังที่แสดงในแผนภาพ

แผนผังแสดงระดับต่าง ๆ ของคำอธิบายความเป็นจริง



ระดับของความรู้นั้นก็เปรียบเสมือนขั้นบันได ยิ่งมีการก่อตัวมาหลายขั้นก็ยิ่งแสดงว่าได้ผ่านกาลเวลามายาวนาน และย่อมมีความคงทนเนื่องจากทนทานต่อการเซาะกร่อน (คือการพิสูจน์ในกรณีของทฤษฎี)

ระดับของความรู้หรือการอธิบายความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์แบ่งได้เป็น 4 ชั้นเรียงลำดับจากชั้นล่างสุดไปถึงชั้นบนสุด ดังนี้



1. **ข้อสมมติฐาน (Hypothesis)** เป็นคำอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยมีเงื่อนไขเรื่องกาลและเทศะเข้ามาเกี่ยวข้อง (Time-Space bound) ตัวอย่างเช่น หากนักวิทยาศาสตร์ทำการสังเกตเห็นความสัมพันธ์ระหว่างน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยากับพระจันทร์ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ก็อาจจะตั้งข้อสมมติฐานว่า “มีความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สิ่งนี้ในกรณีของประเทศไทยในช่วงเวลานี้เท่านั้น” ข้อสรุปนี้อยู่ในระดับสมมติฐานเท่านั้น

2. **แบบจำลอง/กรอบความคิด/ข้อสันนิษฐาน** ได้แก่ ข้อสมมติฐานที่ผ่านการตรวจสอบและพิสูจน์มาในหลายกาลและหลายเทศะ จนสามารถสร้างข้อสรุปได้ว่า ความรู้เรื่องความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นจริงในทุกเงื่อนไข (อิสระจากกาลและเทศะ) เช่น พระจันทร์ (ไม่ว่าในที่ใดๆ) จะมีลักษณะขึ้นแรมที่สัมพันธ์กับการขึ้นลงของแม่น้ำไม่ว่าในที่ใดก็ตาม

3. **ทฤษฎี** เป็นคำอธิบายที่สูงขึ้นมากกว่าข้อสันนิษฐานซึ่งแม้ได้รับการพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์ในต่างกรรมต่างวาระ แต่ก็ยังเป็นเพียงข้อยืนยันว่า ระหว่างเหตุการณ์/ตัวแปร/ปัจจัย 2 อย่างขึ้นไป มีความสัมพันธ์กันเท่านั้น อันเป็นการตอบคำถามว่า “อะไรสัมพันธ์กับอะไร” หากทฤษฎีจะก้าวเลยไปกว่านั้นด้วยการตอบคำถามต่อไปอีกว่า “ทำไมจึงเกิดความสัมพันธ์ดังกล่าวขึ้นมาได้” และ “ความสัมพันธ์นั้นดำเนินไปได้อย่างไร”

ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว สมรรถนะของทฤษฎีหนึ่งจึงอยู่ที่พลังอำนาจในการอธิบายปรากฏการณ์ว่า “เพราะเหตุใดและเป็นไปได้อย่างไร” ที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์ต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

4. **กระบวนทัศน์/ภูมิปัญญา** เป็นระดับสูงสุดของความรู้ซึ่งยกระดับมาจากทฤษฎี หากทฤษฎีได้ผ่านช่วงกาลเวลาที่ยาวนาน จนสามารถตกผลึกเป็นระบบแม่บททางความคิดของความรู้ย่อยอื่นๆ ที่จะแตกตัวตามมา ตัวอย่างของกระบวนทัศน์ก็เช่นกัน ทัศนะที่มองว่าโลกเปรียบเสมือนเครื่องจักรขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยส่วนย่อยๆ ที่ทำงานประสานกันที่เรียกว่า Mechanistic Paradigm ของนิวตัน เป็นต้น

เมื่อเวลาที่นักวิชาการท่านหนึ่ง ๆ จะทำงานด้านวิชาการ เช่น การทำวิจัย สิ่งนี้นักวิชาการต้องการจะมีอยู่ 3 ส่วน คือ

1. **ต้องมีแนวคิดแม่บทหรือกระบวนทัศน์** โดยปกติมักจะแสดงตัวออกมาในรูปของสำนักคิดต่างๆ (School of Thought) เช่น จะพิจารณาปัญหาแบบแยกส่วน



หรือแบบองค์รวม จะพิจารณาการสื่อสารในนิยามแบบ Transmission Model หรือ Ritualistic Model คิดว่าการสื่อสารมวลชนทำงานได้อย่างมีอิสระ หรือต้องตกอยู่ภายใต้กรอบของแรงผลักดันจากปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น

2. ต้องมีแนวทางการศึกษา (Methodology approach) ต่อปัญหา/ปรากฏการณ์ที่เราสงสัย จะใช้วิธีการใดเข้าสู่ความเป็นจริง จะศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าวได้อย่างไร

3. ต้องมีเครื่องมือในการศึกษา (Artefact) เช่น ต้องมีประเด็นหรือต้องมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา และจะมีเครื่องมืออะไรบ้างในการเก็บรวบรวมความจริง

4. ประโยชน์และคู่มือในการใช้ทฤษฎี

4.1 ประโยชน์ของการใช้ทฤษฎี มีข้อสังเกตว่า ในงานวิจัยจำนวนมาก (โดยเฉพาะสำหรับนักวิจัยประเภท “มือใหม่หัดขับ”) ยังไม่ค่อยได้ใช้ทฤษฎีอย่างเต็มศักยภาพนัก ข้อเขียนในบททฤษฎีนั้น (หรือการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เคยทำมาแล้ว) มักจะมีฐานะเป็นเพียง “ไม้ประดับ” ที่ต้องมีเอาไว้ในงานวิจัยเพื่อให้ครบตามสูตรเท่านั้น อาการที่แสดงออกถึงการใช้ทฤษฎีอย่างไม่เต็มศักยภาพก็คือ ผู้อ่านงานวิจัยจะมองไม่เห็นความสัมพันธ์เลยว่ในส่วนอื่นๆ ของงานวิจัย เช่น การนำเข้าสู่ปัญหา การตั้งสมมติฐาน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การออกแบบเครื่องมือ โดยเฉพาะการอภิปรายผลนั้น มีบทบาทของทฤษฎีที่นำมาใช้เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง

อันที่จริง ทฤษฎีเป็นเสมือนกระดูกสันหลังของการทำวิจัยชิ้นหนึ่งๆ ทั้งนี้เพราะคำนิยามและคุณสมบัติของทฤษฎีที่ได้กล่าวตั้งแต่ต้นแล้วว่า ทฤษฎีก็คือ “งานวิจัยที่อาบนำร้อนมาก่อน ได้ผ่านการทดสอบมาแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า” และความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างทฤษฎีกับงานวิจัยครั้งใหญ่ๆ ก็คือ การตรวจสอบพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ของทฤษฎีนั่นเอง

ในที่นี้จะแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ทฤษฎีจะยื่นมือเข้ามาช่วยเหลืองานวิจัยชิ้นหนึ่งๆ ในทุกขั้นตอน ดังนี้

(1) ขั้นตอนการตั้งประเด็นปัญหา ข้อเท็จจริงประการหนึ่งในการทำวิจัยก็คือ นักวิจัยส่วนใหญ่จะเริ่มด้วยการมีความสนใจอย่างกว้างๆ มีประเด็นปัญหาที่ยังคลุมเครืออยู่ ดังนั้นผลจากการอ่านทฤษฎีต่างๆ จะช่วยจัดตีกรอบความคิดของ



ผู้วิจัย (frame) ให้มีวงแคบเข้ามาซึ่งหมายความว่า จะทำให้ภาพของประเด็นปัญหาชัดเจนขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรามีความสนใจในเรื่อง “ความเป็นตะวันตกในงานโฆษณาของไทย” หากเราลองสำรวจทฤษฎีที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมในสื่อมวลชนสัก 2 ค่ายใหญ่ๆ คือ ค่ายการครอบงำทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism) และค่ายการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (Intercultural Communication) แล้วได้ตัดสินใจเลือกถือทางใช้ทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่ง วิธีการตั้งปัญหาและแนวทางการทำวิจัยของเราก็จะชัดเจนขึ้น

(2) ทฤษฎีช่วยกำหนดขอบเขตสิ่งที่จะศึกษาให้เล็กลง จากตัวอย่างที่ยกไปข้างต้น แนวคิดเรื่อง “ความเป็นตะวันตก” เป็นแนวคิดกว้างๆ ที่จะต้องแปรลงมาเป็นนิยามศัพท์สำหรับปฏิบัติการ (Operational Definition) ซึ่งในขั้นตอนนี้ การอ่านทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทบทวนวรรณกรรมจะช่วยให้นักวิจัยมองเห็นว่า “ความเป็นตะวันตก” นั้น ประกอบด้วยมิติอะไรบ้าง (dimension) และมีวิธีการวัดตัวแปรต่างๆ ได้อย่างไร กล่าวโดยเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยได้ว่า นักวิจัยที่เห็น “ม้าทั้งตัว” แต่เวลาลงมือศึกษาจำเป็นต้องดึง “ขนม้า” ออกมาศึกษาเพียงเส้นเดียว ทฤษฎีจะมีบทบาทช่วยให้รู้ว่า “ขนเส้นใดที่คู่ควรกับการศึกษาเรื่องม้าอย่างแท้จริง”

(3) ทฤษฎีช่วยลดอคติในการออกแบบงานวิจัย ตัวอย่างเช่น การศึกษาเรื่อง “บทบาทหญิงชาย” (Gender issues) ซึ่งจากการอ่านทฤษฎีสตรีนิยม (Feminism) ผู้วิจัยย่อมทราบว่าเพศจะมีผลต่อการมองโลกและรับรู้เหตุการณ์อย่างแน่นอน ดังนั้นในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เลือกผู้ให้คะแนน (ในการวิเคราะห์เนื้อหา) จะต้องควบคุมปริมาณเพศให้สมดุลเพื่อควบคุมอคติทางเพศที่จะเกิดขึ้น

(4) ทฤษฎีมีส่วนช่วยอย่างมากในขั้นตอนของการตีความข้อมูล ตัวอย่างจากงานวิจัยเรื่อง “ความเป็นตะวันตกจากโฆษณาไทย” ผลจากการเก็บข้อมูลในส่วนของการสัมภาษณ์นักโฆษณาไทย ผู้วิจัยพบปรากฏการณ์ว่านักโฆษณาไทยมักจะชอบเปลี่ยนที่ทำงานอยู่เสมอ และเมื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ของโลกตะวันตก ก็พบว่านี่เป็นลักษณะพิเศษเฉพาะในสังคมไทย (ทั้งๆ ที่เป็นบริษัทโฆษณาเหมือนกัน) เพื่อค้นหาคำตอบเบื้องหลังลักษณะพิเศษดังกล่าว ผู้วิจัยอาจจะต้องไปทบทวนทฤษฎีองค์การทั้งที่เป็นแบบของตะวันตกและแบบของไทยเพื่อมาอธิบาย

(5) ทฤษฎีจะช่วยให้เห็นช่องว่างของความรู้ที่ยังมีอยู่ หลังจากที่ได้เก็บข้อมูล



มาทั้งหมดแล้ว ตัวอย่างเช่น งานสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง “สตรีกับสื่อมวลชนไทย” นักวิจัยพบว่า งานศึกษาวิจัยบทบาทของผู้หญิงในฐานะ “ผู้ส่งสาร” มีอยู่น้อยกว่า “ผู้รับสาร” จากทฤษฎีสตรีนิยมและทฤษฎีสื่อสารมวลชนจะให้คำอธิบายเบื้องหลังปรากฏการณ์ได้ว่า เมื่อฐานะของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนมีลักษณะ passive ส่วนผู้ส่งสารนั้นมีลักษณะ active ปริมาณการวิจัยจึงอธิบายว่า เมื่อคิดถึงผู้หญิงในสื่อมวลชน นักวิจัยยังคิดถึงฐานะที่ passive ของผู้หญิงมากกว่าฐานะที่ active ดังนั้นหากเรามีแนวทางจะส่งเสริมการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรีให้มากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีงานวิจัยที่ศึกษามิติที่ active ของผู้หญิงในสื่อมวลชนอันเป็นช่องว่างที่ขาดหายไป

4.2 *คู่มือการใช้ทฤษฎี* แม้ว่าทฤษฎีสื่อสารมวลชนจะมีคุณประโยชน์หลายประการที่ได้กล่าวมาแล้ว หากทว่าทฤษฎีก็มีสภาพเสมือนยานานหนึ่ง ที่หากไม่อ่านคู่มือการใช้ เช่น ไม่เขย่าขวดก่อนกินยา ก็อาจจะทำให้ตัวยาไม่สามารถออกฤทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในกรณีที่ย่ำแย่ไปกว่านั้น ก็คือการใช้ยาผิดประเภท เช่น เอายาทาภายนอกไปกิน หรือกินยาไม่ถูกกับโรค เป็นต้น

สำหรับการใช้ทฤษฎีสื่อมวลชนมาช่วยในงานวิจัย ในหลายกรณีก็มีอาการที่บ่งบอกว่าเป็นการใช้อย่างไม่ได้อ่านคู่มือการใช้ทฤษฎี ดังเช่นอาการที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วคือ นำเอาทฤษฎีมาใช้เพียงแค่ว่าเป็นไม้ประดับ หรืออาการที่แพร่ระบาดค่อนข้างมากอีกอาการหนึ่งก็คืออาการกลัวและเกร็งด้วยความเคารพนับถือในตัวทฤษฎี ดังนั้นเมื่อพบว่าผลการเก็บข้อมูลไม่เป็นไปตามที่ทฤษฎีกล่าวไว้ นักวิจัยก็มักจะมีอาการครั่นเนื้อครั่นตัว หลายรายพยายามจะปรับแต่งข้อมูลให้เข้ากับทฤษฎี ซึ่งเป็นโรคที่การแพทย์จีนเรียกว่า “โรคตัดเท้าให้เข้ากับเกือก”

เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากการนำทฤษฎีมาใช้ในงานวิจัย ดังที่กล่าวมา และเพื่อให้การใช้ทฤษฎีในงานวิจัยเป็นไปอย่างสร้างสรรค์เต็มศักยภาพของทฤษฎี มีข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับการใช้ทฤษฎีในงานวิจัยดังนี้

(1) อย่ายึดถือทฤษฎีประหนึ่งเป็นคัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์ที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้อาการยึดทฤษฎีเป็นคัมภีร์นั้นมักมีสาเหตุมาจากความหวาดกลัวในความซับซ้อนของคำอธิบายของทฤษฎีที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม มีคำอธิบายที่ลุ่มลึกหลายชั้น ทำให้ดูขลังและศักดิ์สิทธิ์ อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาถึงคุณสมบัติของทฤษฎี



มาแล้วว่า ทุกทฤษฎีต้องสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีความไม่ถูกต้องและสามารถ
 ผิดพลาดได้

(2) อย่าเกาะติดทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งเป็นสรณะด้วยความชื่นชอบเป็น
 ส่วนตัว หากทว่าควรที่จะสนใจความหลากหลายของทฤษฎี และหลังจากที่ได้
 สืบหาปัญหาที่จะวิจัยอย่างละเอียดพอสมควรแล้ว สถานการณ์ที่เป็นจริงของ
 ปัญหาจะช่วยกำหนดแนวทางคร่าว ๆ ว่า เราควรจะใช้ทฤษฎีใดจึงจะสมควร
 และเหมาะสม ตัวอย่างเช่น หากนักวิจัยต้องการศึกษาการทำงานของสถานีโทรทัศน์
 ที่รัฐทั้งเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ การใช้ทฤษฎี Functionalism/Pluralism ที่
 ค่อนข้างเชื่อในเสรีภาพและอิสระของผู้ทำงานสื่อก็น่าจะเหมาะสมเท่ากับทฤษฎี
 Political Economy ที่เชื่อว่านักสื่อมวลชนจะต้องทำงานภายใต้กรอบต่างๆ แต่
 หากย้ายประเด็นปัญหามาเป็นกรณีการวิจัยเรื่องการทำนิตยสารของเอกชนหรือการ
 ผลิตสื่อทางเลือก (Alternative Media) ทฤษฎีแรกก็น่าจะเหมาะสมกว่าทฤษฎีหลัง
 เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะได้มีการสำรวจทฤษฎีเอาไว้หลายๆ ทฤษฎี แต่ใน
 ขั้นตอนสุดท้าย นักวิจัยก็ต้องตัดสินใจว่าจะเลือกเอาทฤษฎีอะไรมาใช้เป็นไฟส่อง
 ทางในการเดินทางเข้าถ้ำปัญหาวิจัยของตน สิ่งที่ไม่ควรทำคือ การอัญเชิญทฤษฎี
 ทั้งหลายที่มีอยู่ในสากลโลกมาไว้ในงานวิจัยทั้งหมด (ยกเว้นงานวิจัยที่ต้องการ
 ทดสอบว่าทฤษฎีใดจะใช้อธิบายได้จริง) อันแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่ไม่มีจุดยืน
 ทางทฤษฎีของนักวิจัย (โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยประเภทที่อยู่ในระดับของการ
 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร)

(3) เนื่องจากทฤษฎีบางทฤษฎีที่มีขนาดใหญ่ครอบคลุมการอธิบายหลาย
 ด้าน แต่หากหัวข้อการวิจัยของเราเป็นหัวข้อเล็กๆ ก็ไม่จำเป็นต้องนำเอาทฤษฎีนั้น
 มาใช้ทั้งกระปิ ผู้วิจัยสามารถที่จะเลือกตัดเย็บเอาแต่ส่วนเสี้ยวของทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 ชองกับงานวิจัยของเราเท่านั้น ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีหน้าที่ของสื่อมวลชนของ
 H. Lasswell ได้ระบุเอาไว้หลายหน้าที่ แต่งานวิจัยของเราจะศึกษาเรื่อง “รายการ
 ศิลปวัฒนธรรมทำหน้าที่ถ่ายทอดทางวัฒนธรรมได้อย่างไร” เราก็สามารถตัดเย็บ
 แต่เฉพาะหน้าที่นี้ออกมาเท่านั้น

ในทางตรงกันข้าม ในการตอบคำถามประเด็นวิจัยอาจจะต้องอาศัย
 ความช่วยเหลือจากหลายๆ ทฤษฎี ซึ่งนักวิจัยก็จำเป็นต้องตัดเย็บส่วนเสี้ยวของ

ทฤษฎีเหล่านั้นให้เข้ากับประเด็นของเรา อุปมาอุปมัยเหมือนกับนักวิจัยต้องการจะตัดเย็บเสื้อสักตัวหนึ่งที่ต้องใช้ผ้าหลายประเภทจากม้วนผ้าใหญ่ๆ หากเรานำผ้าทั้งม้วนหลายๆ ม้วนมาต่อๆ กัน (ซึ่งหลายครั้งก็ไม่ได้เย็บต่อกันด้วยซั้) เราก็คงไม่ได้เสื้อใส่อย่างแน่นอน สิ่งที่ต้องทำก็คือ ตัดผ้าออกมาจากแต่ละม้วนผ้าให้เข้ากับเสื้อที่จะตัด แล้วนำผ้าแต่ละชิ้นมาเย็บต่อกันเข้าให้เป็นรูปร่าง โดยที่ศูนย์กลางแห่งความสนใจของเราต้องเป็น “ตัวเสื้อ” ซึ่งได้แก่ประเด็นปัญหาวิจัยนั่นเอง

(4) ก่อนที่จะนำแต่ละทฤษฎีมาใช้ ต้องรู้ “ข้อตกลงเบื้องต้นหรือความเชื่อเบื้องต้น” ของทฤษฎีเสียก่อน เช่น ทฤษฎี Bullet Theory เป็นทฤษฎีที่เชื่อในอำนาจของสื่อมวลชนที่เหมาะสมจะใช้กับงานวิจัยที่ต้องการวิจัยประสิทธิภาพของสื่อ Uses & Gratification & Approach เป็นแนวการศึกษาที่เชื่อเรื่องการเลือกรับสื่อของผู้รับสารโดยไม่เชื่อว่าสื่อมีพลังมากมาย Agenda setting เป็นแนวคิดที่เชื่อในอำนาจของสื่อในระดับปานกลาง เป็นต้น การเข้าใจถึงความเชื่อเบื้องต้นของแต่ละทฤษฎีจะช่วยป้องกันการหยิบยมาใช้อย่างผิดชานาน

(5) ในการวิจัยนั้นผู้วิจัยต้องสร้าง “คำนิยามเชิงปฏิบัติการ” (Operational Definition) และควรตรวจสอบว่านิยามดังกล่าวสอดคล้องกับนิยามของทฤษฎีที่จะนำมาใช้หรือเปล่า ตัวอย่างเช่น ในทฤษฎี Functionalism ฉบับของ Lasswell นั้น การทำหน้าที่ของสื่อ่นั้นมีเป้าหมายต่อสังคม แต่ถ้าเป็นฉบับของ Blumler จะมองการทำหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคล ฉะนั้นเราต้องถามตัวเองก่อนว่า คำนิยามเชิงปฏิบัติการของคำว่า “หน้าที่” ในงานวิจัยของเราเป็นฉบับไหน Socrates ได้เคยสรุปบทเรียนที่สำคัญให้แก่นักสื่อสารมวลชนมาไว้เมื่อ 2000 ปีที่แล้วว่าการที่คนเราพูดจากรู้เรื่องตั้งแต่ต้นจนจบนั้น ก็เพราะเริ่มตั้งแต่แรกนั้น คู่สนทนาได้มีคำนิยามในสิ่งที่พูดถึงตรงกันและยังคงตรงกันมาตลอดจนถึงตอนจบ

(6) ในกรณีที่มีการนำเอาทฤษฎีมาช่วยในการตั้งสมมติฐานนั้น หลังจากเก็บข้อมูลและพิสูจน์แล้วว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน (ที่สร้างตามทฤษฎี) นักวิจัยมือใหม่หลายคนอาจจะรู้สึกไม่สบายใจที่ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐาน และส่วนใหญ่ก็จะเจียบเจยต่อความไม่สอดคล้องดังกล่าว (ทั้งๆ ที่ในตอนตั้งสมมติฐานได้เขียนอ้างเหตุผลไว้มากมายชวนให้น่าเชื่อถือ)

การที่ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานอาจจะเกิดมาจาก 2 สาเหตุ สาเหตุแรกคือ ข้อผิดพลาดในการวัด เช่น เขียนแบบสอบถามไม่กระจ่าง

เลือกกลุ่มตัวอย่างไม่ครอบคลุม ฯลฯ และหากตรวจสอบแล้ว ผลการวิจัยของเรา
ไม่ได้เกิดมาจากสาเหตุข้อแรกนี้ สาเหตุข้อที่สองก็คือ ในโลกแห่งความเป็นจริง
ไม่มีความสัมพันธ์จริงๆ ระหว่างตัวแปรที่เรากำลังศึกษาและผู้วิจัยต้องพยายาม
อธิบายตั้งข้อสงสัยต่อไป มีข้อสังเกตว่า ในงานค้นพบใหม่ๆ มักจะเกิดมาจาก
การที่ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานทั้งสิ้น ดังนั้น การพบผลที่ไม่ยืนยัน
สมมติฐานก็ถือได้ว่า "เป็นการค้นพบอย่างหนึ่งเช่นกัน"

.....



บทที่ 2

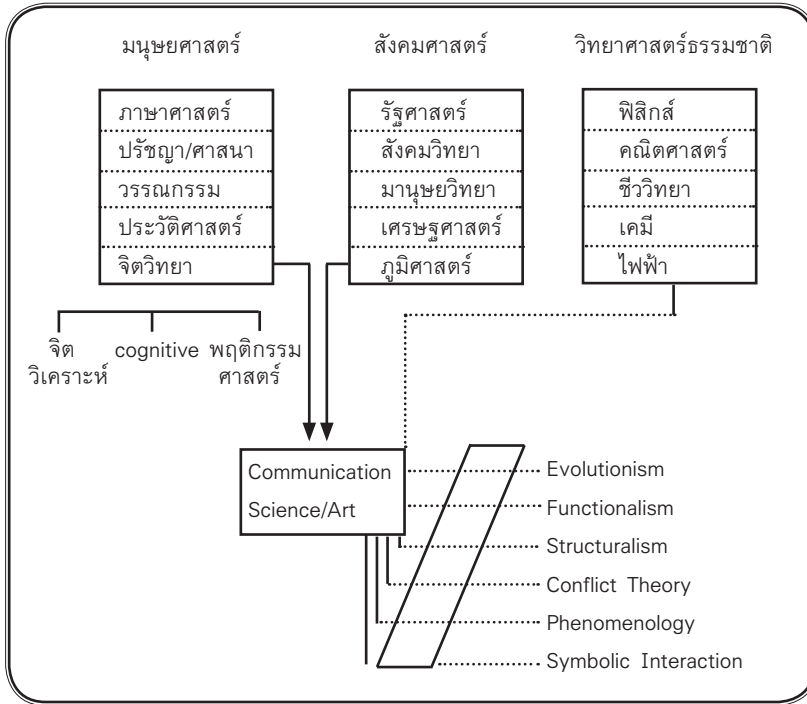
ทฤษฎีสังคมศาสตร์และทฤษฎีสื่อสารมวลชน



เนื่องจากทฤษฎีสื่อสารมวลชนเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เพิ่งถือกำเนิดเป็นตัวตนในศตวรรษนี้เอง โดยที่ก่อนหน้านี้ มีองค์ความรู้จากสาขาวิชาอื่นๆ ที่ก่อตัวเป็นรูปร่างดำรงอยู่แล้ว เช่นสาขาวิชาที่เก่าแก่ที่สุดคือ ปรัชญา ศาสนา วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ต่อมาที่มีอายุกลางแก่กลางใหม่คือ วิทยาศาสตร์ ธรรมชาติ และที่ตามมาล่าสุด คือ สังคมศาสตร์สาขาต่างๆ ในขณะที่เป็นองค์ความรู้ที่เกิดมาทีหลัง จึงเป็นธรรมดาของหลักการแห่งความรู้โดยทั่วไปที่ว่า ความรู้ที่เกิดใหม่ย่อมมีสายใยเชื่อมโยงอยู่กับฐานความรู้เก่า ดังนั้น เนื้อหาที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ จึงจะเป็นการสานิตเบื้องต้นถึงความเกี่ยวโยงระหว่างทฤษฎีรุ่นพี่คือทฤษฎีสังคมศาสตร์ และทฤษฎีรุ่นน้องคือทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยจะแสดงออกให้เห็นในรูปแบบของการจัดจำแนกประเภทของทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ โดยที่เกณฑ์เหล่านี้ก็เกิดมาจาก “ประเด็นคำถามหรือข้อถกเถียงต้น” ของทฤษฎีรุ่นพี่ที่มีมา

1. การใช้เกณฑ์ “สายบรรพบุรุษ” เป็นตัวจัดประเภท

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าทฤษฎีสื่อสารมวลชนเป็นทฤษฎีใหม่ที่เกิดขึ้นทีหลัง ดังนั้นแนวคิดของทฤษฎีจึงมักได้รับอิทธิพลมาบ้างน้อยบ้างจากบรรพบุรุษทางวิชาการที่เคยมีมาก่อนหน้านั้น ดังที่แสดงในแผนภาพต่อไปนี้



หากเราแบ่งสาขาวิชาทั้งหมดออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ สาขามนุษยศาสตร์ ที่มุ่งเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับตนเอง (เช่น วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา จิตวิทยา) สาขาสังคมศาสตร์ที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์คนอื่น ๆ (เช่น สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์) และสาขาวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ ที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ (เช่น เคมี ฟิสิกส์ ไฟฟ้า คณิตศาสตร์) สาขาวิชาทั้ง 3 ด้านนี้เป็นบรรพบุรุษที่ให้เกิดแก่ทฤษฎีสื่อสารมวลชนแบบต่างๆ

DeFleur & Ball - Rokeach (1989) ให้ภาพประวัติศาสตร์การก่อตัวของทฤษฎีสื่อสารมวลชนเอาไว้ว่า ในช่วง ค.ศ.1920 นั้น เริ่มมีนักวิชาการสาขาอื่น ๆ เช่น นักรัฐศาสตร์ นักจิตวิทยา นักสังคมวิทยาแล้ว แต่ยังไม่มีการมี “นักสื่อสารมวลชน” แม้ว่านักวิชาการเหล่านี้จะแวะเวียนเข้ามาศึกษาบางอย่างที่ใช้สื่อมวลชนเป็นวัตถุดิบ หากทว่าความสนใจของพวกเขาที่ยึดเอาคำถามหลักในสาขาวิชาของตัวเองเป็นตัวตั้ง เช่น สื่อมวลชนก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรม (นักสังคมวิทยา)

สื่อมีผลต่อการปกครองระบบประชาธิปไตย (นักรัฐศาสตร์) ฯลฯ และเมื่อแวะเข้ามาปฏิบัติภารกิจของตนเสร็จสิ้นแล้ว ก็ลาจากไป อย่างไรก็ตาม นักวิชาการเหล่านี้ก็ได้ทิ้งองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชนเอาไว้พอสมควร

ต้องรอจนกระทั่งกลุ่มบุคคลเช่น H. Lasswell หรือ W.Schramm ซึ่งก็มาจากสาขาวิชาอื่น แต่เมื่อแวะเข้ามาในวงวิชาการสื่อสารมวลชนแล้ว ก็ได้จากไป เช่นคนอื่น หากแต่ได้ลงหลักปักฐานอยู่ในแวดวงนี้ จนกระทั่งเรื่องสื่อสารมวลชนได้ยกฐานะขึ้นมาเป็น “ศาสตร์ที่อิสระ” ของตนเอง อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีร่องรอยของบรรดาสาขานี้ที่เป็นบรรพบุรุษติดมาด้วย เช่น

(1) จากสาขาวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ กรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ “Mathematical Theory of Communication” ของ Shannon and Weaver ที่ได้ประยุกต์เอาแบบจำลองด้านวิทยาศาสตร์ธรรมชาติ (กระแสไฟฟ้า พลังงานกล พลังงานเสียง) มาใช้อธิบายกับกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม มีข้อคิดเห็นโดยทั่วไปว่า ระหว่างสิ่งอื่นๆ ในธรรมชาติ (ทั้งที่มีและไร้ชีวิต) มีความแตกต่างจากมนุษย์อยู่ค่อนข้างมาก อะไรที่ใช้อธิบายได้กับก้อนหิน คอมพิวเตอร์ และหนูทดลองจึงไม่อาจนำมาใช้อธิบายกับมนุษย์ได้ทั้งหมด

(2) จากสาขาสังคมศาสตร์ เป็นสาขาที่นำมาใช้กับสื่อมวลชนได้ค่อนข้างมากเพราะความใกล้ชิดด้านองค์ความรู้ประการหนึ่ง (เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน) นอกจากนั้น นักวิชาการรุ่นบุกเบิกของสื่อมวลชนก็มาจากสายสังคมศาสตร์เป็นส่วนมาก เช่น H. Lasswell มาจากสายรัฐศาสตร์

ในสาขาสังคมศาสตร์ เช่น สังคมวิทยามีการแบ่งแยกย่อยออกเป็นสำนักคิดต่างๆ ดังนั้น เมื่อทฤษฎีสื่อสารมวลชนรับมรดกทางความคิดมาจากสาขาวิชาเหล่านี้ จึงรับเอานักคิดติดมาด้วย ตัวอย่างเช่น

ทฤษฎี Evolutionism ที่มีรากฐานมาจากทฤษฎีวิวัฒนาการของสิ่งที่มีชีวิตจากระดับขั้นต่ำสู่ระดับขั้นสูง วิวัฒนาการนี้ประกอบไปด้วยคุณลักษณะสำคัญคือมีการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไป และค่อนข้างเป็นไปเองตามธรรมชาติ (gradual change) สิ่งที่เปลี่ยนแปลงมาในขั้นสูงมัก “ดีกว่า ซับซ้อนกว่า” ในขั้นก่อน ทฤษฎีนี้มักถูกนำมาใช้ในการอธิบายบทบาทของสื่อมวลชน (ซึ่งมีระดับสูงกว่า) กับบรรดาสื่อพื้นบ้านหรือสื่อตามประเพณี (ที่มีระดับต่ำกว่า)



ทฤษฎี Functionalism เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นมาจาก Evolutionism กล่าวคือไม่เชื่อว่าสังคมใด สิ่งที่มีชีวิต หรือสถาบันใดจะวิวัฒนาการมาแล้วมีลักษณะที่เหนือกว่าหรือดีเด่นกว่าระดับแรกๆ หากแต่เชื่อว่าทุก organism (ทุกระบบ) จะประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยๆ ที่ต่างทำหน้าที่ของตนเองเพื่อให้ส่วนรวมทั้งหมดดำรงอยู่ได้อย่างมีเสถียรภาพ (stability) ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้มากในเรื่องพันธกิจของสื่อมวลชน

ทฤษฎี Structuralism ทฤษฎีนี้พัฒนามาจาก Functionalism อีกทอดหนึ่ง โดยเห็นว่าการศึกษารื่อง “หน้าที่” นั้นเป็นภาวะชั่วคราว เพราะหน้าที่เป็นคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นสิ่งที่ควรจะศึกษาน่าจะเป็น “โครงสร้าง” (structure) ของสิ่งที่จะศึกษาเพราะมีลักษณะคงทนถาวรกว่า ตัวอย่างเช่น การศึกษาโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ การเมือง ของสถาบันสื่อมวลชน จะช่วยให้เข้าใจกิจกรรมต่างๆ ของสื่อมวลชนได้

ทฤษฎี Conflict สมมติฐานของ Conflict theory นั้นแตกต่างโดยสิ้นเชิงจาก 3 ทฤษฎีแรกที่กล่าวมา เนื่องจาก Conflict theory ไม่ได้เห็นว่บรรดากองค์ประกอบย่อยๆ ของสังคมหรือสถาบันนั้นจะทำหน้าที่เพื่อช่วยธำรงรักษาระบบทั้งหมดอย่างร่วมแรงร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวกัน ในทางตรงกันข้าม ทฤษฎี Conflict กลับเห็นว่า ภาวะเบื้องต้นของสังคมก่อตัวขึ้นมาบนความขัดแย้ง และจะดำเนินการพัฒนาไปบนความขัดแย้งเช่นเดียวกัน เมื่อนำทฤษฎีนี้มาใช้อธิบายกับเรื่องสื่อมวลชน (ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักคิดสาย Political Economy) ก็จะเน้นให้เห็นการทำงานบนความขัดแย้งของสถาบันสื่อมวลชน และมุ่งเน้นลักษณะที่เปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต (dynamic change)

ทฤษฎี Phenomenology ทฤษฎีนี้เป็นบทกลับของทฤษฎี Structuralism ที่ว่า การพยายามเข้าใจสังคมอย่างถ่องแท้และถึงที่สุดนั้น ไม่อาจทำได้ด้วยการศึกษา “โครงสร้าง” หากแต่ต้องศึกษา “ปรากฏการณ์ทางสังคม” (social phenomena) คือเหตุการณ์ที่แสดงตัวออกมา รวมทั้งต้องเน้นการรับรู้ความหมายของปรากฏการณ์นั้นจากตัวสมาชิกในสังคมนั้น (meaning) ตัวอย่างเช่น หากจะทำความเข้าใจเรื่องสื่อมวลชนไทย นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนจะต้องให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ที่คนไทยชอบอ่านนวนิยายจากหน้าหนังสือพิมพ์พร้อมๆ กับดูละครโทรทัศน์ มากกว่าที่จะอ่านจากตัวนวนิยายต้นฉบับ คนไทยให้คำอธิบาย



(เช่นตัวคนอ่านเอง) ต่อการกระทำดังกล่าวอย่างไร ทฤษฎีนี้เป็นต้นกำเนิดของกลุ่ม Semiology ในการวิเคราะห์เนื้อหาและแนวคิดเรื่อง Social Construction of Reality

ทฤษฎี Symbolic Interaction ทฤษฎีนี้มีสมมติฐานต่อแนวคิดเรื่อง “สังคม” แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ กล่าวคือเห็นว่าสังคมประกอบขึ้นด้วยตาข่ายแห่งความสัมพันธ์ระหว่างคน (Network of Interaction) เช่นความสัมพันธ์ระหว่าง พ่อ-แม่ พ่อ-ลูก ครู-ศิษย์ นายจ้าง-ลูกจ้าง ฯลฯ ความสัมพันธ์นี้จะมีลักษณะ 2 ชั้น ชั้นแรกเป็นตัวการกระทำจริงๆ (action) อีกชั้นหนึ่งเป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic) เช่น เวลาที่ลูกศิษย์ยกมือไหว้อาจารย์จะมีความสัมพันธ์ทั้ง 2 ชั้น ดำเนินอยู่ควบคู่กัน นักทฤษฎีกลุ่มนี้จะให้ความสนใจกับความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์เป็นพิเศษ แนวทางการศึกษาสื่อสารมวลชนในระยะหลังๆ ที่หันมาเน้นเรื่องระบบความหมายและรหัส (Encoding & Decoding System) ก็ได้รับอิทธิพลมาจากสำนักคิดนี้

(3) จากสาขามนุษยศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับตนเอง เช่น การหาความหมายของชีวิต (ศาสนา) มิติด้านความงาม และสุนทรีย์ (ศิลปะและวรรณกรรม) สาขาวิชาที่สื่อสารมวลชนได้อ้างอิงมากที่สุดคือ สาขาวิชาจิตวิทยา

ประวัติศาสตร์ของจิตวิทยาได้พัฒนาตนเอง แยกออกเป็น 3 สำนักคิดคือ

ทฤษฎี Psychoanalysis (จิตวิเคราะห์) เป็นความพยายามยุคแรกของนักวิชาการเช่น Sigmund Freud ที่พยายามทำความเข้าใจกับกระบวนการทำงานของจิต (Mental process) ด้วยการวิเคราะห์แยกแยะจิตของมนุษย์ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้ถูกนำมาใช้ในสื่อมวลชนอย่างมากในเรื่องสัญลักษณ์ทางเพศและความก้าวร้าวของมนุษย์ที่สื่อมีบทบาทในการช่วยกระตุ้นหรือช่วยระบายสัญลักษณ์ดังกล่าว

ทฤษฎี Behaviorism (พฤติกรรมศาสตร์) เป็นทฤษฎีที่ปฏิเสธ Psychoanalysis เนื่องจากเห็นว่า “จิตเป็นสิ่งที่ลึกลับ จับต้องและพิสูจน์ได้ยากทำให้ขาดลักษณะการศึกษาที่เป็นวิทยาศาสตร์” ทฤษฎีนี้จึงหันมาให้ความสนใจกับ “พฤติกรรม” ซึ่งเป็นสิ่งที่มองเห็นสังเกตได้ ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้มากในสื่อมวลชน



เช่น ทฤษฎี Social Learning อิทธิพลของสื่อที่มีต่อทัศนคติและการกระทำของคนตามหลักการให้รางวัลและการลงโทษ (Reinforcement)

ทฤษฎี Cognitivism ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่อยู่กึ่งกลางระหว่าง Psychoanalysis (ซึ่งอยู่ลึกเกินไป) และ Behaviorism (ซึ่งอยู่ตื้นเกินไป) โดยเห็นว่าแม้ว่ามนุษย์จะมีการแสดงพฤติกรรมออกมาให้สังเกตเห็นได้คล้ายกับสัตว์ แต่ทว่าสิ่งที่แตกต่างออกไปก็คือ พฤติกรรมนั้นมาจากความเข้าใจ (Cognition) ของมนุษย์ ความเข้าใจนี้เปรียบเหมือน “กล่องดำ” ของมนุษย์แต่ละคน ในระยะหลังๆ ทฤษฎีสื่อมวลชนที่เน้นบทบาทของสื่อในการสร้างความเข้าใจ เช่น Agenda Setting ได้อาศัยแนวคิดทฤษฎี Cognitivism เป็นส่วนใหญ่

จากตัวอย่างสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ที่ได้กล่าวไปนี้ DeFleur & Ball - Rokeach (1989) ได้นำมาเป็นเกณฑ์จัดแบ่งแนวทางในการศึกษาสื่อมวลชนออกเป็น 3 แนวทางคือ

(1) Structural Approach ได้แก่แนวทางที่เน้นการศึกษาโครงสร้างต่างๆ ของสังคม ของสถาบัน ของสื่อมวลชน ขององค์กร ฯลฯ

(2) Behaviorism Approach ได้แก่แนวทางที่เน้นด้านกิจกรรมของสื่อไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมของฝ่ายผู้ผลิต กิจกรรมของฝ่ายผู้รับสาร ฯลฯ

(3) Culturalism Approach แนวทางนี้จะพิจารณาว่าสื่อมวลชนเป็นสถาบันด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรม ทั้งในเรื่องการสร้าง ความหมาย วิถีคิด องค์ความรู้ และแนวทางการปฏิบัติของคนและสังคม

สำหรับข้อสรุปในการจัดแบ่งประเภททฤษฎีตามสายบรรพบุรุษนี้มีข้อคิดอยู่ 2 ประการคือ

- เอกลักษณะของวิชาการด้านสื่อมวลชน คือ มีลักษณะสหสาขาหรือ ข้ามสาขาได้ (Interdisciplinary) เนื่องจากถือกำเนิดมาจากหลายสาขาวิชาดังที่กล่าวมาแล้ว ในขณะที่ไม่มีเส้นกั้นพรมแดนของสาขาวิชา สิ่งที่สื่อมวลชนให้ความสนใจประกอบติดต่อย่างต่อเนื่องก็คือ “ตัวแปร” ที่ต้องการศึกษา

- ในขณะที่เป็นสาขาวิชาน้องใหม่ที่หยิบยืมแนวคิดและแนวทางมากมายมาจากสาขาวิชารุ่นพ่อและรุ่นพี่ นักวิชาการสาขาสื่อมวลชนก็ต้องถามตัวเองอยู่บ่อยๆ ว่า ลักษณะเฉพาะตัวของสาขาสื่อสารมวลชน นั้นอยู่ที่ไหน



2. การใช้เกณฑ์เรื่อง “ระดับ” เป็นตัวจัดประเภท

การใช้เกณฑ์เรื่อง “ระดับ” (level) ในการจัดประเภททฤษฎีหรือจุดยืนที่จะศึกษานั้นยังมีแยกย่อยออกไปอีกหลายแบบ การจัดประเภทแบบนี้อาจจะช่วยในเรื่องการคัดเลือกทฤษฎีที่จะนำมาใช้ให้เหมาะกับหัวข้อประเด็นที่จะศึกษาตัวอย่างเช่น

1. การใช้ระดับของต้นกำเนิดทฤษฎีเป็นเกณฑ์ McQuail (1983) เสนอว่าสำหรับแหล่งความรู้ที่ก่อตัวมาเป็นทฤษฎีสื่อสารมวลชนนั้นมีที่มาจาก 3 แหล่งกำเนิดคือ ความรู้ที่มาจาก

ทฤษฎีเชิงสามัญสำนึก ได้แก่ความรู้ที่มาจากประสบการณ์โดยตรง เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ก็จะสร้างทฤษฎีที่เกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ขึ้นมา (เช่น ในคอลัมน์ซุบซิบ ต้องเป็นเรื่องจริงพอกับข่าว) ความรู้ในระดับนี้มีลักษณะขาดความถูกต้องแม่นยำ (เพราะไม่ผ่านกระบวนการตรวจสอบ) แต่ก็มึลักษณะแพร่หลายและยังเป็นบันไดขั้นแรกที่จะนำไปสู่แหล่งความรู้ที่สูงขึ้นมา

ทฤษฎีจากการปฏิบัติ เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นในหมู่คนทำงานด้านสื่อที่ได้คลุกคลีมาเป็นเวลายาวนาน ทำให้เกิด “องค์ความรู้” บางอย่าง ในชีวิตประจำวัน เราอาจได้ยินคำประเภท “จุมูกแบบนักข่าว” “สัญชาตญาณของช่างภาพ” “ไหวพริบของพิธีกร” ฯลฯ เหล่านี้เป็นตัวอย่างของทฤษฎีที่เกิดมาจากการปฏิบัติงานของผู้ทำงานสื่อ ถึงแม้ว่าเจ้าของทฤษฎีจะไม่ได้ตั้งใจ ไม่ได้ไตร่ตรองมาก่อน หรือไม่อาจจะอธิบายหลักการและกระบวนการทำงานของตนได้อย่างเป็นระบบระเบียบก็ตาม องค์ความรู้ที่มาจากการปฏิบัตินี้มักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการทำงานด้านสื่อให้มีประสิทธิภาพ การทำให้ผู้รับสารพึงพอใจ ฯลฯ ความรู้ในระดับนี้สามารถเป็นวัตถุดิบให้กับกรก่อตัวของทฤษฎีในระดับต่อไป ตัวอย่างเช่น บรรดางานวิจัยที่วิเคราะห์หลักการรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผล เป็นต้น

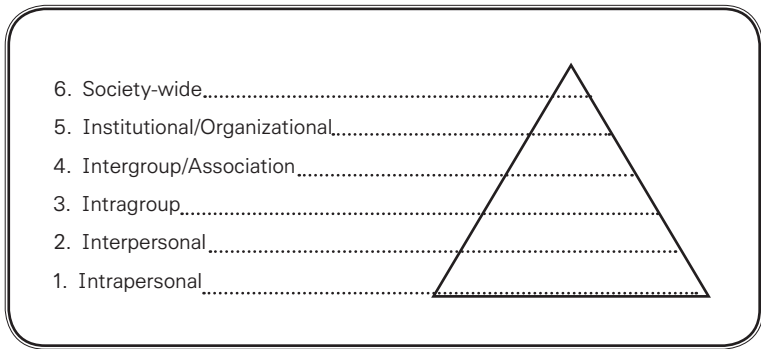
ทฤษฎีเชิงวิทยาศาสตร์ ความรู้ในระดับสุดท้ายนี้เป็นผลิตผลความรู้ (product) ที่มาจากกระบวนการแสวงหาความรู้ (process) ที่ยอมรับกันในห้องชนวิชาการ คือ การศึกษาอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ การเฝ้าสังเกตอย่างเป็นระบบ มีระเบียบวิธีการศึกษาที่แน่ชัด สามารถทดสอบกับหลักฐานที่เป็นจริงได้ เนื้อหาที่จะกล่าวถึงในตอนต่อไป นี้ จะให้ความสนใจกับทฤษฎีในเชิงวิทยาศาสตร์นี้



อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งความเป็นจริงทั้งของฝ่ายนักสื่อสารมวลชนและฝ่ายผู้รับสาร เราก็มักไม่อาจจะละเลยแหล่งความรู้ทั้ง 2 แห่งที่ได้กล่าวมาได้ และประเด็นที่น่าสนใจคือ ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งความรู้ทั้งสามทั้งในเชิงที่ส่งเสริมหรือขัดแย้งกัน

2. การใช้ระดับ Communication process เป็นเกณฑ์

McQuail (1987) แสดงให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารนั้นเกิดขึ้นในระดับต่างๆ กัน ดังนั้นทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นในระดับต่างๆ กันนี้จึงมีคำอธิบายที่แตกต่างกันไปด้วย



(2.1) Intrapersonal ในระดับนี้จะเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการ processing information เช่น ความเข้าใจ การระลึกจดจำได้ การตีความข้อมูล ซึ่งมักจะใช้มากในการศึกษาเรื่องการรับรู้ข่าวสาร

(2.2) Interpersonal ปัญหาการวิจัยในระดับนี้ จะเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น บทสนทนาระหว่างพิธีกรกับแขกรับเชิญในรายการทอล์กโชว์ แบบแผนเรื่องปฏิสัมพันธ์ รูปแบบความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด/เป็นกันเอง การควบคุมและการจัดลำดับชั้น เป็นต้น

(2.3) Intragroup จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับ Interpersonal แต่ก็ได้เพิ่มเติมมิติของ “ความเป็นกลุ่ม” เข้าไปมากขึ้น เช่น ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน Conformity ความจงรักภักดีต่อกลุ่ม เป็นต้น

(2.4) Intergroup มีลักษณะบางอย่างที่คล้ายกับระดับ 2 และ 3 หากทว่า ได้เพิ่มความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในองค์กรที่เป็นทางการ การควบคุมและ



การเน้นเรื่องประสิทธิภาพของการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสารก็จะมีมากขึ้น เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร การให้ข้อมูลของบริษัทลูกค้าต่อบริษัทตัวแทนโฆษณา เป็นต้น

(2.5) Institutional/organization เป็นระดับที่สูงขึ้นมากกว่าระดับกลุ่ม เช่น การศึกษาสถาบันหนังสือพิมพ์โดยรวม หรือการศึกษาระบบการเมืองกับบทบาทของสื่อมวลชน การใช้ข่าวสารของสถาบันธุรกิจ เป็นต้น

(2.6) Society - Wide เป็นคุณลักษณะเฉพาะของการสื่อสารมวลชนที่สามารถครอบคลุมได้ทั่วทั้งระดับสังคม ซึ่งแน่นอนว่าย่อมมีขอบเขตที่รวมเอาระดับแรกๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

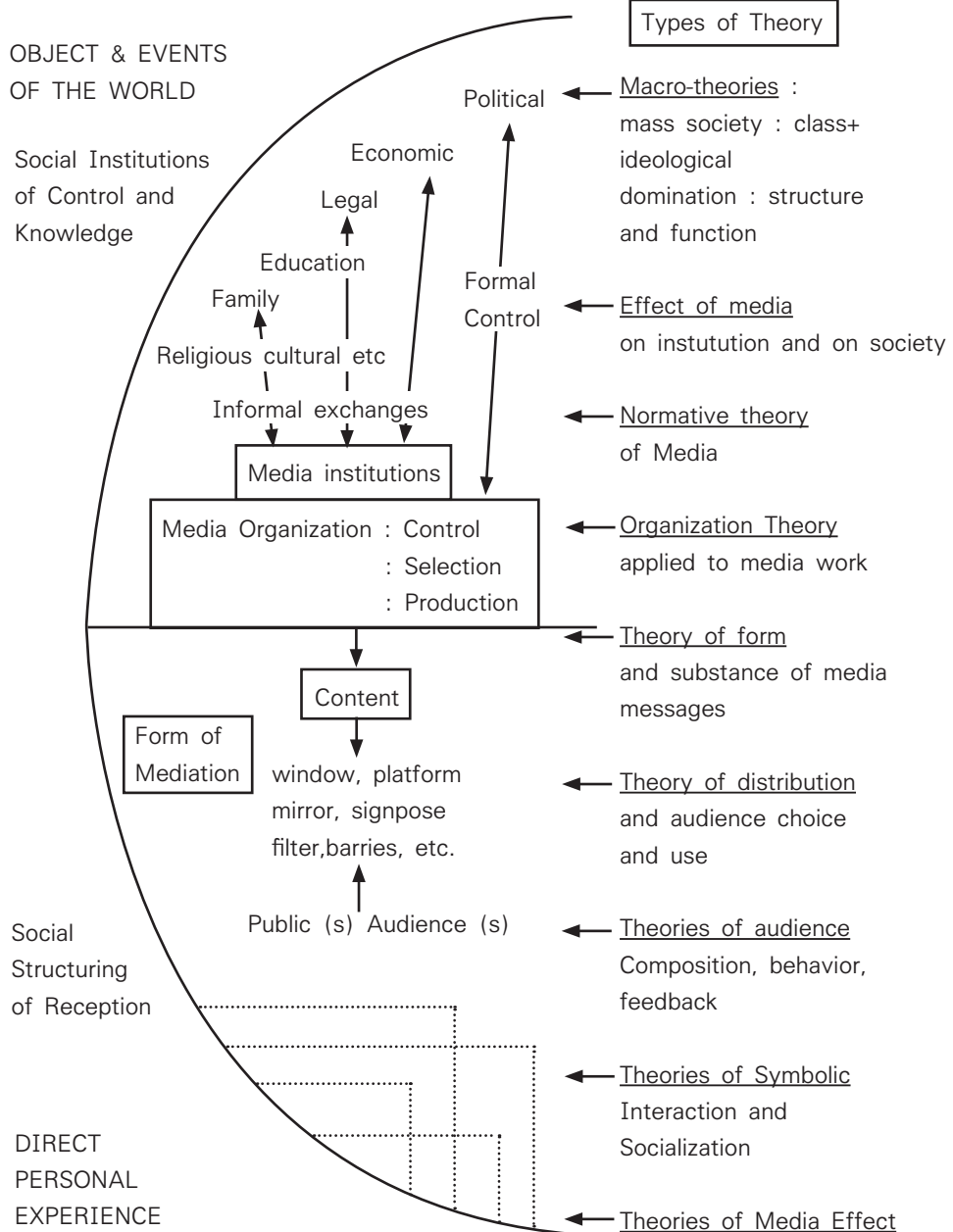
การจัดแบ่งประเภทดังกล่าวนี้ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่จะแข่งวัดกับผู้ศึกษาให้เล่นรายการ “จับคู่” ให้ถูกต้องอย่างไม่ผิดพลาด เพราะอันที่จริงแล้วระดับต่างๆ นั้น ก็มีความเหลื่อมล้ำซ้ำซ้อนกันอยู่พอสมควร เพียงแต่ว่าการจัดแบ่งลำดับชั้นจะแสดงให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารนั้นกำลังเกิดขึ้นอยู่ตรงไหนบ้าง และจะเป็นข้อเตือนใจผู้ศึกษาว่า ทฤษฎีในแต่ละระดับนั้นมีความหมายแตกต่างกัน เช่น การให้สัมภาษณ์ของแหล่งข่าวต่อนักหนังสือพิมพ์ (โดยที่ทั้งสองคนเป็นเพื่อนกัน) ย่อมมีความแตกต่างระหว่างการพูดคุยกันฉันท์มิตรสหายระหว่างเขาทั้งสอง เป็นต้น

3. การใช้เกณฑ์เรื่อง “ความเป็นสื่อกลาง” (Mediation) เป็นตัวจัด

McQuail (1987) ได้ใช้เกณฑ์พิจารณาฐานะของสื่อมวลชนว่าเป็นสื่อกลางแบบต่างๆ ระหว่างการรับรู้ของปัจเจก - สังคมกับโลกที่เป็นจริง เช่น สื่อทำหน้าที่เป็นหน้าต่าง (Window) เป็นผู้ตีความ (Interpreter) เป็นพาหะนำพาข้อมูล (platform/carrier) เป็นข้อต่อเชื่อมโยง (interactive link) เป็นป้ายสัญญาณ (signpost) เป็นเครื่องกรอง (filter) เป็นกระจก (mirror) หรือเป็นฉากกั้น (screen/barrier) ซึ่งการใช้คำเรียกภาวะที่เป็นสื่อกลางที่แตกต่างกันของสื่อมวลชนนี้บ่งบอกถึงการปฏิบัติกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

จากภาวะการเป็นสื่อกลางที่ต่างกันอย่างนี้ McQuail (1987) ได้นำมาจัดระดับทฤษฎีที่จะใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนดังตัวอย่างที่แสดงในแผนภาพ

Mediation diagram and types of Theory



เมื่อพิจารณาแผนภาพตามแนวตั้งจะแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นโลกแห่งความเป็นจริง ส่วนที่เป็นสื่อมวลชน และส่วนที่เป็นทฤษฎีที่จะใช้ศึกษา และหากพิจารณาแผนภาพตามแนวนอนอาจจะแบ่งได้เป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ

(1) ส่วนที่เป็นมหภาค เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโลกที่เป็นจริง สื่อมวลชนและทฤษฎีที่จะใช้ศึกษาในระดับมหภาค ในปริมณฑลนี้ ประเด็นในการศึกษาก็เช่นระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศาสนา ครอบครัว ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับสถาบันสื่อมวลชนโดยรวมอย่างไรบ้าง เช่น เป็นความสัมพันธ์แบบหนุนช่วยซึ่งกันและกันอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การรณรงค์เรื่องครอบครัวผ่านสื่อมวลชนจะมีผลช่วยให้สถาบันครอบครัวแข็งแกร่งได้อย่างไร (Informal exchange) หรืออาจจะเป็นความสัมพันธ์ในเชิงควบคุมซึ่งกันและกันอย่างเป็นทางการ (Formal control) เช่น กฎหมายที่กำหนดปริมาณการโฆษณาสินค้า เป็นต้น

กลุ่มทฤษฎีที่จัดอยู่ในระดับมหภาคนี้ มีอยู่ 3 - 4 ทฤษฎี คือ

- Mass Society & Mass Media เป็นทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสังคมที่มีชนชั้นหรือสังคมมวลชน สังคมที่มีการครอบงำทางอุดมการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่มีต่อการกำหนดโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชน เช่น โครงสร้างความเป็นเจ้าของโดยรัฐหรือเอกชนมีผลต่อโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดอย่างไร

- Effect of Media on Institutions & on Society เป็นทฤษฎีที่สนใจเรื่องผลกระทบของสื่อที่มีต่อสถาบันหรือสังคมโดยรวม เช่น การเกิดขึ้นของโทรศัพท์มือถือมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงสถาบันธุรกิจหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างไรบ้าง การศึกษาผลกระทบในระดับนี้จะมุ่งเน้นผลกระทบที่เกิดต่อระดับสถาบันสังคมหรือสังคมโดยรวม

- Normative Theory of Media เป็นกลุ่มทฤษฎีที่กล่าวถึงภารกิจหรือพันธกิจที่สื่อ "พึงหรือควร" กระทำต่อสังคม ซึ่งมีลักษณะเชิงอุดมคติทั้งนี้เพื่อเป็นกลไกในการควบคุมแบบใช้ศีลธรรมหรือจรรยาบรรณต่อสื่อ (ดูรายละเอียดในหัวข้อต่อไป) เช่น สื่อควรมีบทบาทในการช่วยพัฒนาระบบประชาธิปไตย สื่อควรมีภารกิจในการสืบทอดวัฒนธรรมและปลูกสำนึกแห่งชาติ เป็นต้น

(2) ทฤษฎีระดับองค์กร ในขณะที่กลุ่มทฤษฎีในระดับแรกจะพิจารณาสื่อมวลชนในลักษณะภาพรวมและค่อนข้างเป็นนามธรรม ทฤษฎีในส่วนที่ 2 นี้



จะศึกษาสื่อในลักษณะที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น กล่าวคืออาจจะศึกษาสถาบันสื่อมวลชนเฉพาะอย่าง (เช่น สถาบันสื่อโทรทัศน์ สถาบันโฆษณา) หรือศึกษาเจาะลงไปที่ตัวองค์กรสื่อแต่ละองค์กรเลย เช่นศึกษาหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในระบับนี้จะเป็นการนำเอาทฤษฎีองค์กรเข้ามาประยุกต์ใช้กับงานสื่อมวลชน โดยคำนึงถึงสภาพความเป็นจริงขององค์กรสื่อ เช่น ลักษณะที่เป็น bureaucracy บวกผสมกับลักษณะที่ต้องการความแปลกใหม่สร้างสรรค์ขององค์กรสื่อ เป็นต้น ประเด็นสำคัญในการศึกษาขององค์กรสื่อก็คือ กระบวนการควบคุม (control) กระบวนการคัดเลือก (selection) และกระบวนการผลิต (production) ในมิติต่างๆ รวมทั้งปัจจัยที่เข้ามามีผลต่อกระบวนการนี้

(3) การศึกษาเรื่องเนื้อหาสารและช่องทางการเผยแพร่ สำหรับเรื่องเนื้อหาสารนั้น ในระดับนี้จะต้องใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบและสาระที่มีอยู่ในเนื้อหาสาร ซึ่งมีอยู่ในหลายๆรูปแบบ (ดังจะได้ดูรายละเอียดต่อไป) และยังคงเกี่ยวข้องอยู่กับรูปแบบต่างๆในการเป็น “สื่อกลาง” ของสื่อมวลชนดังที่กล่าวมาแล้ว เช่นถ้าสื่อทำหน้าที่เป็น “กระบอก” ก็คงจะสะท้อนโลกที่เป็นจริง ถ้าสื่อเป็น “หน้าต่าง” ก็ต้องมีเนื้อหาสาระที่เปิดโลกให้กว้างขึ้นกว่าโลกที่เป็นจริงของผู้รับสาร และหากสื่อจะทำหน้าที่เป็น “ตะเกียง” ก็อาจจะต้องส่องทางให้เห็นสิ่งที่ยังไม่ได้อยู่ในการรับรู้ของผู้รับสาร เป็นต้น

ในส่วนของทฤษฎีเกี่ยวกับช่องทางของการเผยแพร่นั้น อาจจะศึกษาได้ทั้งจากฝ่ายผู้ผลิตสื่อและฝ่ายผู้รับสาร ตัวอย่างของฝ่ายผู้ผลิตสื่อ ก็เช่นการเลือกรูปแบบรายการที่จะนำเสนอ การเลือกช่วงเวลา การเลือกช่องสถานี การเลือกวางแผงหนังสือ ฯลฯ ในส่วนของผู้รับสารก็คือการศึกษาโอกาสในการเลือกรับสื่อและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

(4) การศึกษาผู้รับสาร มีกลุ่มทฤษฎีหลายกลุ่มที่อยู่ภายในปริมณฑลของการศึกษาผู้รับสาร เช่น

- ทฤษฎีองค์ประกอบพฤติกรรมและการป้อนผลกลับ (feedback) ของผู้รับสาร ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาวิจัยที่คนทั่วไปค่อนข้างจะคุ้นเคย เช่นการสำรวจความนิยมรายการ (rating) การศึกษาว่ากลุ่มผู้เปิดรับฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่งมีองค์ประกอบทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมอย่างไร (ดูรายละเอียดในบทต่อไป)



- ทฤษฎี Symbolic Interaction & Socialization เป็นทฤษฎีที่อาศัยรากฐานมาจากทฤษฎีสังคมวิทยาสำนัก Symbolic Interaction ที่ได้กล่าวมาแล้ว การศึกษาในแนวนี้อาจจะสนใจว่า ผู้รับสารได้ใช้สื่อในเชิงสัญลักษณ์อย่างไร เช่น การที่วัยรุ่นเขียนนิยายสารแต่ละเล่มนั้นมีความหมายว่าอย่างไร นอกจากนั้นก็จะมีมุมมองฐานะของผู้รับสารที่เข้าไปใช้สื่อว่าได้เข้าไปสู่กระบวนการอบรมบ่มเพาะทางสังคมอย่างหนึ่ง เช่น การอ่านการ์ตูนของเด็กๆ จะมีผลต่อการหล่อหลอมจริยธรรมของเด็กอย่างไรบ้าง

- ทฤษฎีผลกระทบจากสื่อ ทฤษฎีนี้จะสนใจผลอันเกิดขึ้นจากการกระทำของสื่อเช่นกัน แต่จะมุ่งให้ความสนใจเป็นพิเศษสำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นโดยตรงต่อระดับปัจเจกบุคคล (ซึ่งจะมีผลให้การออกแบบงานศึกษาวิจัยต้องใช้วิธีการทดลองหรือกึ่งทดลองเป็นหลัก)

4. การใช้เกณฑ์เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม(สื่อ)กับสังคม”

Rosengren (1981) ได้จัดแบ่งกลุ่มทฤษฎีสื่อมวลชนโดยใช้คำถามหลักที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม” ว่า “ใครมีอิทธิพลต่อใคร” “โครงสร้างสังคมมีอิทธิพลต่อสื่อ” หรือ “สื่อมีอิทธิพลต่อโครงสร้างสังคม” จากคำถามดังกล่าวนี้สามารถจัดเป็นตารางของคู่ความสัมพันธ์ได้ดังนี้

		โครงสร้างสังคมมีอิทธิพลต่อสื่อ	
		มี	ไม่มี
สื่อมีอิทธิพลต่อ	มี	Interdependence	Idealism
โครงสร้างสังคม	ไม่มี	Materialism	Autonomy

(1) Interdependence ได้แก่กลุ่มทฤษฎีที่มองเห็นว่าทั้งสื่อและโครงสร้างสังคมต่างมีอิทธิพลต่อกันและกัน ตัวอย่างที่เห็นได้งายที่สุดก็คือ การขยายตัวของโครงสร้างธุรกิจของไทย มีอิทธิพลทำให้เกิดสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ตอบสนองความต้องการข่าวสารด้านธุรกิจอย่างมาก (เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจ รายงานข่าวหุ้น ฯลฯ) ในทางกลับกัน บรรดาสื่อที่เกิดขึ้นใหม่ๆ เหล่านี้ก็มีอิทธิพลย้อนกลับไปมีผลต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของโครงสร้างธุรกิจเช่นกัน



(2) Idealism กลุ่มทฤษฎีนี้จะเห็นว่าโครงสร้างสังคมมิได้มีอิทธิพลต่อตัวสื่อ หากทว่าสื่อต่างหากที่ทำหน้าที่เป็น “ตัวขับเคลื่อนตัวแรก” (Prime mover) ต่อโครงสร้างสังคม แนวคิดเบื้องหลังกลุ่มทฤษฎีนี้ก็คือการเชื่อในพลังศักยภาพของสื่อ ตัวอย่างของกลุ่มทฤษฎีที่มีแนวคิดพื้นฐานแบบ Idealism นี้ก็เช่น

- ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมระดับบุคคล (Individual value change)
- ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา ที่พิจารณาว่าสื่อเป็น “เครื่องยนต์แห่งการเปลี่ยนแปลง” (Engine of change)
- ทฤษฎี Technological Determinism เป็นกลุ่มที่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงในตัวเทคโนโลยีการสื่อสารทุกครั้ง จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

- Cultivation Theory เป็นกลุ่มทฤษฎีที่เชื่อว่า สื่อมีอิทธิพลในการ(เลือก)สร้างโลกทางสังคมที่แวดล้อมตัวคนและหล่อหลอม (ติดตั้งโปรแกรม) ใ้บุคคลเป็นไปตามที่สื่อสร้างขึ้นมา

- Cultural Imperialism เป็นกลุ่มที่มีแนวการวิเคราะห์ระดับโลกและพิจารณาว่าสื่อมวลชนเป็นกลไกสำคัญในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและค่านิยมต่างๆ ของท้องถิ่นโลกที่สามให้เป็นไปตามแบบของโลกตะวันตก

(3) Materialism แนวคิดพื้นฐานของกลุ่มทฤษฎีนี้ก็คือ สื่อไม่ได้มีอิทธิพลในการกำหนดโครงสร้างสังคม ในทางตรงกันข้าม โครงสร้างสังคมต่างหากที่มีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบโนมมพรณของสื่อ โดยที่เหตุผลเบื้องหลังกลุ่มทฤษฎีก็คือในฐานะที่สื่อเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม ก็ย่อมถูกกำหนดจากโครงสร้างสังคม ตัวอย่างกลุ่ม Materialism ก็เช่น

- กลุ่มทฤษฎีสายสังคมวิทยา (Main Sociological Tradition) ที่เชื่อว่าปัจเจกบุคคลก็ดี วัฒนธรรมก็ดี ย่อมถูกกำหนดมาจากโครงสร้างของสังคม

- กลุ่ม Classical Marxism และ Political Economic Media Theory ยุคใหม่ กลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่าในสังคม มีกลุ่มคนที่ได้เปรียบและเสียเปรียบที่ขัดแย้งและต่อสู้กัน สื่อมวลชนนับเป็นกลไก/อาวุธอย่างหนึ่งในการต่อสู้นี้ ดังนั้นสื่อจึงต้องถูกกำหนดจากกลุ่มคนที่จะเข้ามาใช้สื่อ

- กลุ่ม Dependency Theory of Development เป็นแนวคิดที่คล้ายคลึงกับกลุ่ม Cultural Imperialism หากทว่ามีจุดเน้นที่แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มนี้วิจารณ์



ทฤษฎีการพัฒนาที่เชื่อว่าสื่อเป็นตัวนำการพัฒนาไปสู่โลกที่สามว่า แท้จริงแล้วสื่อเป็นตัวการนำการพึ่งพาโดยเฉพาะด้านโครงสร้างเศรษฐกิจและการเมือง ดังนั้นหากจะมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของสื่อก็ต้องเปลี่ยนโครงสร้างของสังคมและของสื่อเสียก่อน

(4) Autonomy แนวคิดพื้นฐานของกลุ่มนี้คือ เราไม่อาจจะทำนายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับโครงสร้างสังคมอย่างแน่นอนได้ ทั้งนี้เนื่องจากในแต่ละมิติต่างมีพัฒนาการที่เป็นอิสระของตัวเองและไม่จำเป็นต้องขึ้นต่อหรือมีอิทธิพลต่อกันและกันเสมอไป

5. การแบ่งโดยใช้เกณฑ์ 2 คู่: conflict V.S. consensus และฐานะของสื่อเป็นตัวแบ่ง

McQuail (1994) ได้เสนอให้ใช้เกณฑ์ 2 คู่ เป็นตัวจัดประเภททฤษฎีสื่อที่มีอยู่ค่อนข้างมากให้มาอยู่ในกรอบเดียวกัน เกณฑ์ทั้ง 2 คู่ นั้น ก็เป็นเกณฑ์ที่มักถูกใช้ตั้งเป็นคำถามหลักที่ยังไม่มีคำตอบตายตัวแน่ชัดในเรื่องสื่อมวลชน

(ก) Conflict V.S. Consensus ในการตอบคำถามเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสังคมนั้น นักทฤษฎีต่างค่ายต่างสำนักต่างมีแนวคิดพื้นฐานต่อสถานะของสังคมและภาระหน้าที่ของสื่อแตกต่างกัน เช่น

- กลุ่ม Conflict เช่นกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) มีความเห็นว่าเป็นพื้นฐาน โดยเฉพาะระหว่างกลุ่ม “ผู้มีมาก” “ผู้น้อย” และ “ผู้ไม่มี” ดังนั้นสื่อมวลชนจึงต้องเข้าร่วมขบวนการต่อสู้ แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มผู้มีมากก็จะมีอำนาจและอภิสิทธิ์ในการครอบครองและใช้งานสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

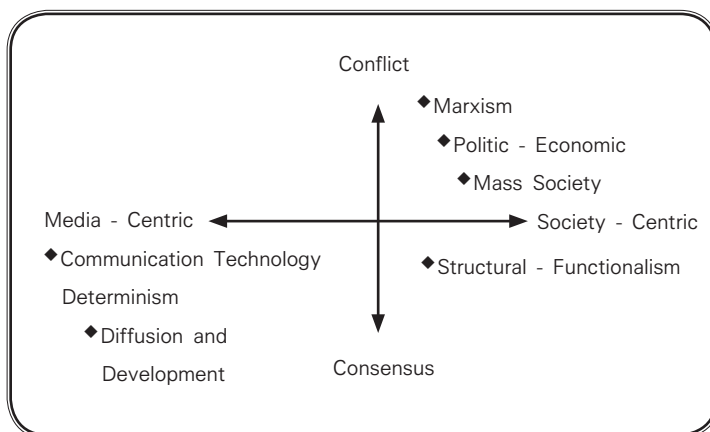
- กลุ่ม Consensus ในทางตรงกันข้ามกับกลุ่ม Conflict กลุ่ม Consensus กลับเห็นว่า สังคมประกอบด้วยกลุ่มคนที่หลากหลาย (Pluralistic view of society) และคนแต่ละกลุ่มต่างก็มีโอกาสที่เท่าเทียมกันที่จะเข้าใช้สื่อได้อย่างมีอิสระเสรี (Liberal) ภายใต้กลไกการแข่งขันทางการตลาดที่จะทำให้ผลลัพธ์ที่ออกมาสมดุล (Equilibrium) และน่าพึงพอใจ

(ข) Media - Centric V.S. Society - Centric เป็นแนวคิดที่คล้ายคลึงกับแบบจำลองของ Rosengren ที่กล่าวมาแล้ว คือการให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์ที่



“ตัวสื่อ” หรือ “สังคม” โดยมองว่าสื่อเป็น “ผู้หล่อหลอม” (Moulder) หรือเป็นเพียง “กระจก” (Mirror) ของสังคมเท่านั้น

จากเกณฑ์ทั้ง 2 คู่นี้ McQuail ได้จัดวางสถานะของทฤษฎีต่างๆ เอาไว้ในตำแหน่งแห่งที่ดังนี้



(1) Conflict / Society - Centric ได้แก่กลุ่มทฤษฎี Marxism Political - Economic และ Mass Society ที่มองว่าสังคมมีความขัดแย้ง และมองว่าโครงสร้างสังคมเป็นตัวกำหนดทิศทางของสื่อสารมวลชน ผู้ที่ใช้การวิเคราะห์แนวนี้จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจกับโครงสร้างและบริบทที่ขัดแย้งกันของสังคมเป็นพิเศษ

(2) Consensus/Society-Centric ได้แก่กลุ่มทฤษฎี Structural-Functionlism ที่เห็นว่าสังคมมีความหลากหลายและสื่อมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเห็นพ้องต้องกันให้เกิดขึ้น โดยบทบาทหน้าที่และโครงสร้างของสื่อ นั้น จะถูกกำหนดมาจากสังคมเช่นกัน

(3) Consensus / Media - Centric กลุ่มทฤษฎีเช่น Communication Technology Determinism และ Diffusion & Development มีจุดร่วมกันตรงที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อมากเป็นพิเศษ และมองว่าสื่อสามารถจะสร้างสมานฉันท์ (Solidarity) และการเห็นพ้องต้องกันให้เกิดขึ้นในสังคมที่หลากหลายได้



เอกสารอ้างอิง

1. DeFleur, M. & Ball - Rokeach, S. (1989)
Theories of Mass Communication (5 ed), Longman.
2. McQuail, D. (1983)
Mass Communication Theory (1 ed), Sage Publications.
3. McQuail, D. (1989)
Mass Communication Theory (2 ed), Sage Publications.
4. McQuail, D. (1994)
Mass Communication Theory (3 ed), Sage Publications.
5. Rosengren, K.E. (1981)
Advances in Content Analysis, Sage Publications.



บทที่ 3

ประวัติและคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท



1. คำนิยามของสื่อมวลชน

มักมีความขัดแย้งกันอยู่เสมอในการให้คำนิยามว่า “อะไรคือสื่อสารมวลชน” ตัวอย่างเช่น

“หากมีนิตยสาร ตีพิมพ์ เพียง 500 เล่ม แล้วอาจจะขายได้สัก 200 เล่ม แต่เราก็มักจะจัดว่า นิตยสารเล่มนี้เป็นสื่อมวลชน”

“มีการเล่นลิเกที่มีคนดูนับเป็นพันๆ คน แต่ในกรณีนี้ เราจะไม่จัดเป็นสื่อมวลชน เนื่องจากไม่ได้ผ่านตัวสื่อกลาง”

“มีการส่งจดหมายลูกโซ่ที่เขียนเป็นหมิ่นๆ ฉบับ ผ่านตัวสื่อกลาง คือ กระดาษและคนส่ง แต่ในกรณีนี้ เราก็มองว่าเป็นสื่อมวลชนเช่นเดียวกันเนื่องจากไม่ระบุตัวผู้ส่ง”

ตัวอย่างที่ยกมากล่าวนี้ แสดงให้เห็นความลักลั่นของการใช้เกณฑ์ต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นคุณสมบัติของสื่อมวลชน เช่น ต้องผ่านสื่อกลาง (ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว มักจะหมายถึงสื่อกลางที่เป็นสื่อสมัยใหม่ 4-5 ประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์) ปริมาณผู้รับสารต้องมีจำนวนมาก (คุณสมบัติข้อนี้อาจจะมีความสำคัญในอันดับรองลงมา) ต้องใช้เทคโนโลยีในการผลิต (ซึ่งสื่อประเภทอื่นๆ ก็อาจจะมี) เป็นต้น

McQuail (1994) ได้หลีกเลี่ยงที่จะให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนคืออะไร โดยได้ใช้คำนิยามในลักษณะกว้างขวาง (รวมพวกที่คลุมเครือเข้ามาด้วย) และใช้ในลักษณะที่ยอมรับกันโดยปริยาย หากแต่ได้นำเสนอ “คุณลักษณะใหม่ๆ” (new attribute) ที่คิดว่าเป็นที่ยอมรับร่วมกันว่าสื่อมวลชนน่าจะมีคุณสมบัติเหล่านี้คือ

- เป็นแหล่งพลังอำนาจ (Power resource) เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลในการควบคุมและถ่ายทอดข่าวสารต่างๆ ของสังคม
- เป็นปริมาตร (location) ของชีวิตสาธารณะ ทั้งระดับชาติและสากล
- เป็นต้นกำเนิด (source) ของบรรดาคำนิยามและภาพลักษณ์ต่างๆ ของความเป็นจริงทางสังคม รวมทั้งเป็นอาณาบริเวณที่วัฒนธรรมและค่านิยมต่างๆ จะถูกสร้างสรรค์และธำรงรักษาเอาไว้
- เป็นกฎ ไปสู่ความมีชื่อเสียงและเกียรติยศในสังคมวงกว้าง
- เป็นต้นกำเนิดของการกำหนดระเบียบระเบียบของสังคม เป็นผู้ชี้ว่าอะไรคือสิ่งที่ผิดธรรมดา และอะไรที่ผิดแปลกต่างออกไป



และเพิ่มเติมจากที่กล่าวมานี้ ในโลกที่เป็นจริง ปัจจุบันสื่อมวลชนยังเป็นศูนย์กลางแห่งกิจกรรมที่ผู้คนสมัยใหม่ใช้ในยามว่างและเป็นแอ่งแห่งความเพลิดเพลินบันเทิงใจนานาประการ ซึ่งนับว่าเป็นส่วนเสี้ยวที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชีวิตของผู้คนในโลกสมัยใหม่ และยังมีผลสืบเนื่องไปถึงบรรดาธุรกิจและเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

2. เกณฑ์การศึกษาประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชน

จากโฉมหน้าของสื่อมวลชน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงที่มีอยู่อย่างรวดเร็วในปัจจุบันนี้ เราอาจจะสัมผัสได้กับ “จังหวะแห่งการเปลี่ยนแปลง” ของสื่อสมัยใหม่ แต่ความจริงแล้ว การเปลี่ยนแปลงของสื่อได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ครั้งอดีต หากเราย้อนกลับไปดูอัตราความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติตามที่ เฟรเดริก วิลเลียมส์ (1982) ได้รวบรวมเอาไว้

ตารางแสดง

ช่วงสำคัญในการสื่อสารของมนุษย์

35,000 ปี ก่อนคริสตศักราช	ยุคมนุษย์ยุโรปก่อนประวัติศาสตร์คาดว่าเกิดภาษา
22,000 ปีก่อนคริสตศักราช	ภาพเขียนในถ้ำก่อนยุคประวัติศาสตร์
4,000 ปีก่อนคริสตศักราช	การเขียนแบบซูมีเรียบบนแผ่นอิฐ
3,000 ปีก่อนคริสตศักราช	การเขียนแบบอียิปต์โบราณ
1,800 ปีก่อนคริสตศักราช	อักษรฟินิเชีย
1,000 ปีก่อนคริสตศักราช	อักษรกรีกยุคต้น
600 ปีก่อนคริสตศักราช	ลายสือละตินแรกเริ่มสุด
450 ปีก่อนคริสตศักราช	ชาวกรีกใช้นกพิราบสื่อสาร
130 ปีก่อนคริสตศักราช	สร้างหอสมุดอเล็กซานเดรีย
ค.ศ.350	หนังสือเข้ามาแทนที่ม้วนกระดาษ
ค.ศ.600	พิมพ์หนังสือในประเทศจีน
ค.ศ.676	ชาวอาหรับและชาวเปอร์เซียใช้กระดาษและหมึก

ประวัติและคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท



- ค.ศ.1200 ใช้กระดาษและศิลปะการใช้หมึกในยุโรป
- ค.ศ.1453 พิมพ์คัมภีร์ไบเบิลด้วยระบบกูเตนเบิร์ก
- ค.ศ.1562 หนังสือพิมพ์รายเดือนฉบับแรกในอิตาลี
- ค.ศ.1594 นิตยสารฉบับแรกในเยอรมัน
- ค.ศ.1639 เครื่องพิมพ์เครื่องแรกในอเมริกาเหนือ
- ค.ศ.1642 เบลส ปาสคาล พัฒนาเครื่องคิดเลขยุคแรก
- ค.ศ.1709 กฎหมายลิขสิทธิ์ในอังกฤษ
- ค.ศ.1791 แก้วรัฐธรรมนูญสหรัฐฯครั้งแรก
- ค.ศ.1819 เดวิด นาเปียร์ ประดิษฐ์แท่นพิมพ์แบบนอน
- ค.ศ.1827 ภาพถ่ายบนแผ่นโลหะ
- ค.ศ.1830 ประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ไอน้ำแบบโคนิค
- ค.ศ.1834 ชาลส์ แบบ์เบจ ทำ "เครื่องวิเคราะห์" ใช้หลักของคอมพิวเตอร์
- ค.ศ.1835 แซมมวล มอร์ส นำโทรเลขเข้ามาใช้
- ค.ศ.1846 เครื่องพิมพ์แบบเบา พิมพ์ด้วยความเร็วสูง
- ค.ศ.1855 เดวิด ฮิวส์ ผลิตโทรพิมพ์
- ค.ศ.1866 วางเคเบิลข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกเสร็จ
- ค.ศ.1876 อเล็กซานเดอร์ เกรแฮม เบลล์ ประดิษฐ์เครื่องโทรศัพท์
- ค.ศ.1888 พิสูจน์พบคลื่นวิทยุ
- ค.ศ.1895 กุกลีเอลโม มาร์โคนี สร้างวิทยุโทรเลข
- ค.ศ.1895 ออกัสต์และหลุยส์ ลูมิเอร์ ผลิตกล้องถ่ายภาพยนตร์
- ค.ศ.1900 ถ่ายทอดคำพูดผ่านคลื่นวิทยุ
- ค.ศ.1912 ภาพยนตร์เป็นธุรกิจใหญ่
- ค.ศ.1920 คาดว่าจะมีโทรทัศน์ในบ้านเกิดขึ้น
- ค.ศ.1927 บริษัทอเมริกัน เทเลโฟน แอนด์ เทเลกราฟคอมปะนี นำทีวีออกแสดง
- ค.ศ.1936 ออกนิตยสารไลฟ์
- ค.ศ.1942 คอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ชุดแรกในสหรัฐฯ



- ค.ศ.1946 เซสเตอร์ คาร์ลสัน ประดิษฐ์เครื่องถ่ายสำเนา
- ค.ศ.1947 ห้องทดลองของบริษัทเบลล์ คิดค้นทรานซิสเตอร์
- ค.ศ.1949 คอมพิวเตอร์เก็บโปรแกรมเครื่องแรก
- ค.ศ.1951 เริ่มรู้จักทีวีสีในสหรัฐ
- ค.ศ.1957 รัสเซียปล่อยดาวเทียมสปุตนิกดวงแรกจากโลก
- ค.ศ.1958 การบันทึกเสียงระบบสเตอริโอโฟนิค
- ค.ศ.1961 นำโทรศัพท์กดปุ่มเข้ามาใช้
- ค.ศ.1962 สหรัฐปล่อยดาวเทียมเทลสตาร์
- ค.ศ.1968 นำเครื่องบันทึกวิดีโอกระเป่าหิ้วเข้ามาใช้
- ค.ศ.1970 ใช้ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ ชิพ กันอย่างแพร่หลาย
- ค.ศ.1975 สร้างจอทีวีติดกำแพง
- ค.ศ.1975 ตอนนีพัฒนาได้สูงมากทางด้านการถ่ายทอดสัญญาณ
อ็อปติคัล
- ค.ศ.1976 ทีวีคอมพิวเตอร์เกมวางตลาดแพร่หลายเป็นครั้งแรก
- ค.ศ.1978 ทดลองวางตลาดระบบวีดีโอดีสก์
- ค.ศ.1979 นำทีวีระบบ 3 มิติออกแสดง
- ค.ศ.1980 คอมพิวเตอร์ประจำบ้านราคาต่ำกว่า 500 เหรียญ
- ค.ศ.1980 ความก้าวหน้าใหม่ทางวิทยาศาสตร์ทางด้านการ
ถ่ายภาพอวกาศ
- ค.ศ.1981 ระบบวีดีโอดีสก์ 2 ทางวางตลาดทั่วไป
- ค.ศ.1981 กระสวยอวกาศ “โคลัมเบีย” เดินทางสำเร็จภารกิจ
- ค.ศ.1982 กลุ่มประชาคมยุโรปส่งดาวเทียมมากมาย
- ค.ศ.1982 ความก้าวหน้าครั้งใหญ่ในการทำโทรศัพท์ระบบดิจิทัล

จากตารางที่นำเสนอมา จะเห็นได้ว่าช่วงห่างของการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารได้หดสั้นเข้าทุกที จากยุคแรกที่มีช่วงห่างนับเป็นหมื่นปี ลดลงมาเป็นช่วงพันปีในช่วงของยุคการใช้กระดาษ ในช่วงของโทรเลขเริ่มลดลงมาเป็นร้อยปี และกลายเป็นทศวรรษในยุคของวิทยุ ในยุคหลังๆ ของสื่อ ตัวเลขของช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงนับเป็นเพียงเลขหลักเดียวเท่านั้น แนวโน้มที่ช่วงห่างดังกล่าว



จะแคบเข้าทุกทีนี่คงจะดำเนินต่อไป และนักอนาคตวิทยาบางท่านได้ตั้งคำถามว่า อัตราเร็วในการปรับตัวของมนุษย์จะดำเนินต่อไปอย่างไรจนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงของสื่อหรือไม่ หากไม่ทัน อะไรจะเกิดขึ้น

ในการวิเคราะห์ความเป็นมาของสื่อมวลชน McQuail (1987) ได้เสนอให้พิจารณาองค์ประกอบ 4 ประการที่เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของสื่อมวลชน คือ

- (1) ตัวเทคโนโลยี
- (2) สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองที่เป็นบริบทในขณะนั้น
- (3) ภารกิจที่สื่อได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติเพื่อตอบสนองกับความจำเป็นของสังคม

(4) ประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อ ไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจ องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มผู้บริโภคสื่อ องค์กรประชาชน องค์กรสตรี ฯลฯ

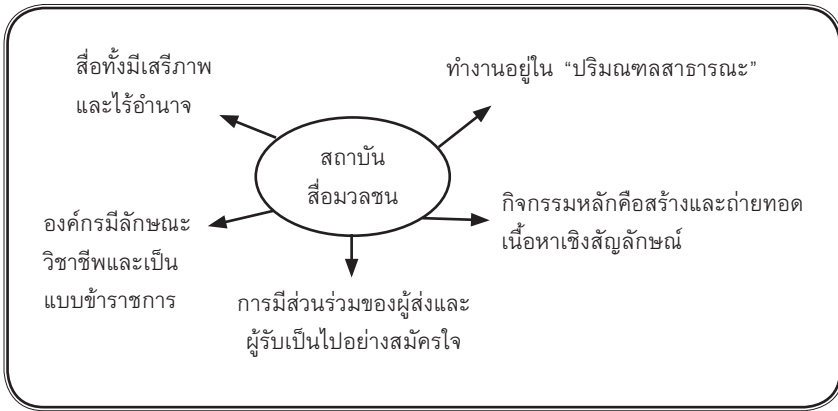
ปัจจัยเหล่านี้อาจทำหน้าที่เป็นตัวผลักดันกิจกรรมของสื่อ เป็นตัวกำหนดทิศทาง เป็นปัจจัยเร่งความเจริญก้าวหน้า หรือในทางตรงกันข้าม อาจเป็นปัจจัยที่ปัดป้องสื่อมวลชนชนิดใดชนิดหนึ่งก็เป็นได้

ในการพิจารณาประวัติความเป็นมาของสื่อแต่ละประเภทในตอนต่อไปนี้ เราจะสกัดเอาคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของสื่อแต่ละประเภท โดยใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบทั้ง 4 ประการที่กล่าวมานี้เป็นเกณฑ์การพิจารณา

3. คุณลักษณะของสถาบันสื่อมวลชน

เมื่อเวลาที่เราใช้คำว่า “สถาบันสื่อมวลชน” นั้น มักมีนัยยะในทางที่เป็นนามธรรมและมีขอบเขตกว้างขวาง กล่าวคือ จะรวมเอาสื่อทุกประเภท (สิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ) ที่อยู่ในทุกองค์กรและรวมกิจกรรมทุกอย่างของสื่อ ในตัวสถาบันสื่อมวลชนนี้จะมีมิติทั้งด้านที่คงที่และด้านที่เปลี่ยนแปลง ตัวอย่างเช่น แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจะดำเนินไปอย่างไม่หยุดยั้ง แต่ทว่าภารกิจหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ก็ยังคงเป็นเช่นเดิม เป็นต้น

คุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ของสถาบันสื่อมวลชน มีดังที่แสดงอยู่ในภาพ



- การทำงานอยู่ในปริมนทลสาธารณะ มีนัยยะว่า สถาบันนี้จะเปิดกว้างสำหรับผู้ส่งและผู้รับสารทุกคน เรื่องราวของสื่อมวลชนจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับส่วนร่วม สื่อต้องเปิดเผยให้มีการตรวจสอบได้ (accountability) และต้องทำงานโดยมีกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับจากสังคม

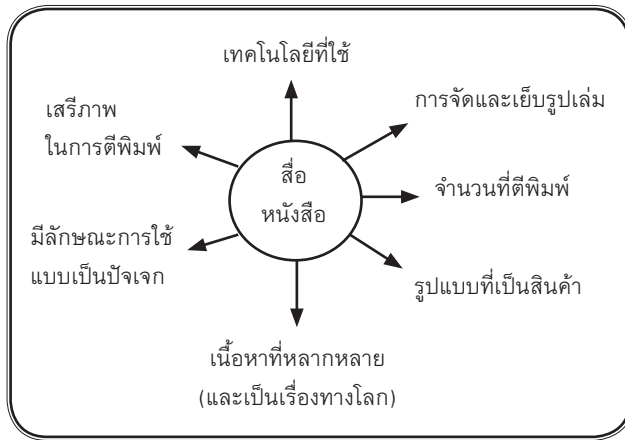
- สื่อมีทั้งเสรีภาพแต่ไร้อำนาจ เนื่องจากสื่อทำงานในนามของสมาชิกของชุมชน/สังคม ดังนั้น สื่อจึงสามารถมีเสรีภาพทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับสถาบันอื่นๆ แล้ว สื่อจะมี "อำนาจ" อย่างตรงๆ และเป็นรูปธรรมน้อยกว่า (เช่น สถาบันกฎหมาย)

4. คุณลักษณะของสื่อหนังสือ (Book Medium)

แม้ว่าประวัติศาสตร์ของสื่อสมัยใหม่จะเริ่มเปิดฉากด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นช่วงยุคสมัยของการปฏิวัติการสื่อสารได้ยุคหนึ่ง แต่ทว่าในแง่สื่อที่เป็นการเขียนนั้นได้เริ่มต้นมาเป็นเวลานานแล้ว (written media) และได้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อพัฒนาการของมนุษยชาติ ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือบรรดาคำสั่งสอนที่ออกมาจากปากของศาสดาทั้งหลาย หากไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรเอาไว้ ก็คงไม่อาจมั่นใจได้ว่า ศาสนาต่าง ๆ นั้นจะมีความยั่งยืนยาวนาน หรือจะยังคงคำสอนที่เชื่อตรงต่อเจตนารมณ์ของศาสดาได้หรือไม่

ประวัติและคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

อย่างไรก็ตาม ประวัติศาสตร์ของสื่อหนังสือในฐานะสื่อมวลชนสมัยใหม่ ก็มีจุดที่แตกต่างไปจากยุคสมัยของการบันทึกพระไตรปิฎกหรือพระคัมภีร์ไบเบิล ในหลายประการดังแผนภาพนี้



• เทคโนโลยีที่ใช้พิมพ์หนังสือยุคใหม่ จะใช้แทนพิมพ์แบบหมุนได้ (Movable Type) ที่ทำให้พิมพ์ได้อย่างรวดเร็ว ในปริมาณที่มากขึ้นกว่าสมัยก่อน รวมทั้งมีการค้นพบเทคนิคในการเย็บเล่ม (Bound pager) ทำให้หนังสือเปลี่ยนภาพลักษณ์จากการที่เคยเป็น “สื่อของชนชั้นที่มีอภิสิทธิ์” (วิธีเขียนและอ่านหนังสือ) มาเป็น “สื่อของมวลชน” มากขึ้น และกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง อันจะส่งผลไปถึงการให้คำตอบแทนแก่ผู้เขียนด้วย

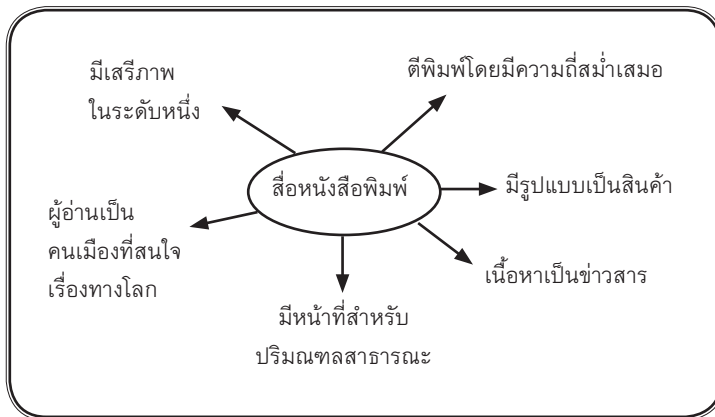
• เนื้อหาที่หลากหลาย ในยุคก่อนหน้านี้นั้น ขอบเขตของเนื้อหาหนังสือจะมีอยู่อย่างจำกัด ส่วนใหญ่แล้ว จะเป็นเนื้อหาด้านศาสนา หรือศิลปะวรรณกรรม หากทว่าเนื้อหาของหนังสือยุคใหม่จะมีความหลากหลายอย่างมาก มีลักษณะเป็นเรื่องทางโลกมากขึ้น (secular) มีลักษณะที่นำมาใช้งานได้ (practical) เช่น หนังสือคู่มือแนะนำความรู้แบบต่าง ๆ และมีลักษณะแพร่หลาย ใกล้ชิดกับชีวิตที่เป็นจริง (popular) ซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ภาษาด้วย เช่น เปลี่ยนจากการเขียนด้วยร้อยกรองมาเป็นร้อยแก้ว เป็นต้น

เนื่องจากกิจกรรมการอ่านและการเขียนหนังสือ นั้น เป็นกิจกรรมที่มีลักษณะส่วนตัว (individualized) ดังนั้น กิจกรรมนี้จึงเพิ่มลักษณะปัจเจกนิยม

ให้มากขึ้นในสังคม (individualism) ในฝ่ายผู้ผลิตจากแต่เดิมที่อภิสิทธิ์ในการส่งสารสู่สาธารณชนนั้น ยังคงจำกัดอยู่ในชนชั้นนำเท่านั้น ช่วงเวลาของการเกิดหนังสือยุคใหม่จึงควบคู่ไปกับการเรียกร้องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการตีพิมพ์จากชนชั้นต่าง ๆ ในสังคมไปพร้อม ๆ กัน

5. คุณลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์ (Newspaper Medium)

หลังจากมีการประดิษฐ์การพิมพ์แล้วถึง 200 ปี เราจึงได้เห็นการถือกำเนิดขึ้นมาของสื่อที่เรียกว่า "หนังสือพิมพ์" ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่แยกออกจากใบปลิว แผ่นประกาศ หรือจดหมายข่าวที่เคยมีในโลกตะวันตกเมื่อศตวรรษที่ 16 และ 17 คุณลักษณะที่สำคัญของหนังสือพิมพ์มีดังนี้



- **เอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์** คำว่า "Journal" มีรากศัพท์มาจากคำว่า "กิจวัตรประจำวัน" ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การตีพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ จะต้องใช้เวลาที่สม่ำเสมอ เป็นสินค้าที่ต้องซื้อขาย มีเป้าหมายหลายอย่างในตัว (เสนอข่าว ชุดคู้ย ชี้แนะ ให้การศึกษา ฯลฯ) และต้องมีลักษณะเปิดเผย (ไม่ใช่จดหมายปิดผนึกหรือบัตรสนเท่ห์)

- **หน้าที่ทางการเมืองของหนังสือพิมพ์** หนังสือพิมพ์ถือกำเนิดขึ้นมาในสังคมโดยได้รับมอบหมายให้เป็นสื่อที่มีภารกิจในการต่อต้านอำนาจของผู้ปกครองและบรรดาความไม่ถูกต้องชอบธรรมต่าง ๆ (แม้จนกระทั่งปัจจุบัน รอยสลักแห่ง

พันธกิจดังกล่าว ก็ยังไม่อาจลบล้างไปจากสื่อประเภทนี้) เมื่อมีหน้าที่พื้นฐานดังกล่าว หนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่ถูกผู้มีอำนาจตอบโต้ด้วยการพยายามควบคุมโดยใช้กลไกต่างๆ ในประวัติศาสตร์หน้าแรกๆ จะเป็นการใช้ความรุนแรง แต่ในปัจจุบัน ก็เปลี่ยนมาเป็นมาตรการทางกฎหมายและการเงินแทน

- หน้าที่โดยทั่วไปในยุคแรก มีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นสากลว่า รูปแบบแรกของหนังสือพิมพ์จะเป็นการทำหน้าที่เสริมบริการไปรษณีย์ และเป็นเรื่องของการส่งข่าวเกี่ยวกับการค้าต่างประเทศ เช่น บางกอกรีคอร์เดอร์ของหมอบรัดเลย์ ก็ลงข่าวตารางเวลาเรือสินค้าเข้าออก นอกจากนั้น ยังเป็นการขยายปริมาณตลาดสาธารณะของชนชั้นสูงและชั้นนำในสังคมให้ขยายกว้างยิ่งขึ้น เช่น การนำเอาเรื่องของเจ้านาย รัฐบาล นักการทูต พ่อค้าใหญ่ ๆ มาลงเป็นข่าว เป็นต้น

- การวิเคราะห์มิติด้านวัฒนธรรมของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นรูปแบบที่แปลกใหม่จากวัฒนธรรมการสื่อสารที่เคยมีมา เนื่องจากลักษณะใหม่ ๆ เช่น สร้างความเป็นปัจเจกอย่างมาก มีเนื้อหาที่เป็นเรื่องจริง (reality orientation) เน้นการนำไปใช้ประโยชน์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทางโลก (มิใช่ทางธรรม) ลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับความต้องการของคนกลุ่มใหม่ที่ก่อตัวขึ้นมา คือ คนที่อยู่ในเมืองเป็นพ่อค้า ชนชั้นกลาง ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนี้ก็คือหนังสือพิมพ์ก่อให้เกิด กลุ่มสาธารณะ (reading public) ที่มีการรวมกลุ่มกันด้วยการอ่านหนังสือพิมพ์และมีความสนใจในข่าวสารการบ้านการเมือง

- การวิเคราะห์มิติด้านเศรษฐกิจ-การเมืองของหนังสือพิมพ์ ในยุคแรกหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นมักมีลักษณะ “อิงกับการเมือง” (party - political paper) เช่น มีสายสัมพันธ์โยงใยกับพรรคการเมืองหรือนักการเมือง แต่ปัจจุบันนี้ลักษณะเช่นนี้เริ่มจางหายไปเกือบหมดแล้ว

ตอนปลายศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นช่วงยุคทองที่สุดของหนังสือพิมพ์ ได้เกิดหนังสือพิมพ์ที่เรียกว่า “prestige press” คือหนังสือพิมพ์ที่แยกตัวออกจากรัฐและกลุ่มผลประโยชน์ทั้งปวง โดยถือเอาภารกิจและความรับผิดชอบของการเป็นสื่อแห่งสังคมเป็นหลักการพื้นฐาน ปัจจุบันนี้ ในแต่ละประเทศก็ยังคงมีหนังสือพิมพ์ประเภทนี้อยู่

ในยุคปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์จะก้าวเข้าสู่การเป็นธุรกิจที่ต้องคิดถึงเรื่องการค้าและการสร้างกำไรที่ไม่ได้มาจากรายงานผู้อ่าน หากแต่มาจากการ



ลงโฆษณา ซึ่งจะได้มากน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนคนอ่าน นี่จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องขยายกลุ่มผู้อ่านและพลอยมีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหา กล่าวคือมีเนื้อหาแบบเบา ๆ มีบันเทิงมาก เน้นข่าวแบบที่ผู้คนสนใจ (human interest) แม้ว่าจะไม่ค่อยมีสาระและประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านระดับล่างที่เป็นคนกลุ่มใหญ่ (ตามความเข้าใจของสื่อมวลชน)

6. คุณลักษณะของสื่อภาพยนตร์ (Film Medium)

ประวัติศาสตร์ของสื่อภาพยนตร์เริ่มต้นในศตวรรษที่ 19 เมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานชานาจากชนบทมารวมตัวกันเป็นกลุ่มคนงานในเมืองอุตสาหกรรมใหญ่ๆ อันที่จริงภาพยนตร์นั้นเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ในแง่ตัวสื่อและกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เท่านั้น หากทว่าสื่อใหม่ตัวนี้ ได้หยิบยืมองค์ประกอบทางศิลปะที่เคยมีอยู่ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการแสดงจากละครเวที วิธีเล่าเรื่องจากนวนิยาย เพลงและดนตรีจากเพลงพื้นบ้าน ฯลฯ มาใช้เป็นส่วนใหญ่ (ภาพยนตร์จึงได้รับฉายานามว่า “ศิลปะแขนงที่เจ็ด”)

• หน้าที่พื้นฐานของภาพยนตร์

สื่อชนิดใหม่นี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมคือกลุ่มคนชั้นล่างจำนวนมากที่มารวมตัวอยู่ในเมือง และถูกตัดขาดจากศิลปะรูปแบบความบันเทิงดั้งเดิมของตน ภาพยนตร์จึงเป็นสื่อที่คนส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์เพื่อ ความบันเทิง ในยามว่าง และมีลักษณะการใช้เป็น ครอบครัว กล่าวคือ กิจกรรมการดูหนังในระยะเริ่มแรกนั้น เป็นโอกาสที่ทั้งครอบครัวจะออกไปพักผ่อนร่วมกัน (น่าสังเกตว่า คุณสมบัตินี้ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในปัจจุบัน เพราะการไปดูหนัง กลายเป็นการไปดูกับกลุ่มเพื่อนของวัยรุ่น) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาพยนตร์จะมีเป้าหมายโดยพื้นฐานในเรื่องความบันเทิง แต่ทว่าก็ยังมีการนำภาพยนตร์ไปใช้เพื่อเป้าหมายอย่างอื่นๆ เช่นกัน

• หน้าที่ด้านการโฆษณาชวนเชื่อของภาพยนตร์

เมื่อสื่อภาพยนตร์ถือกำเนิดขึ้นมา แม้ว่าหน้าที่พื้นฐานจะเป็นไปเพื่อความบันเทิงดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ศักยภาพของภาพยนตร์ก็ได้หยุดยั้งอยู่เพียงเท่านั้น เนื่องจากภาพยนตร์ได้ถูกนำมาใช้เพื่อการโน้มน้าวชักชวนที่เคลือบผสมความบันเทิงไว้ด้วย เริ่มตั้งแต่ประสบการณ์ของประเทศรัสเซียหลังจากการ



เปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็นระบอบสังคมนิยมในปี 1910 ตลอดมาจนกระทั่งถึงสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2 นอกจากโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเป้าหมายทางการเมืองแล้ว ยังมีการนำมาใช้โฆษณาชวนเชื่อทางด้านธุรกิจการค้าที่ในสังคมไทยคุ้นเคยกับ “หนังชายยา” ศักยภาพในการโน้มน้าวของสื่อภาพยนตร์นั้น เกิดเนื่องมาจากคุณสมบัติที่ “ดูเหมือนจริง เร้าอารมณ์ มีการเล่าเรื่องชวนให้ติดตาม เผยแพร่ได้ง่าย บรรยากาศการดูชมเป็นที่น่าอภิรมย์” เป็นต้น

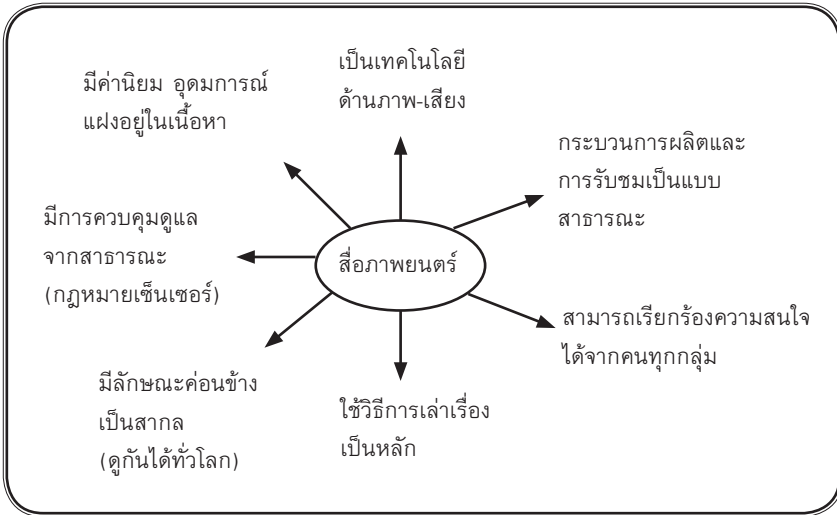
• สิ่งประกอบข้างเคียงของสื่อภาพยนตร์

สื่อภาพยนตร์มีลักษณะพิเศษมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ คือ มีสำนักวิชาการที่ทำการศึกษาสื่อชนิดนี้อย่างมากมาย มีกลุ่มวิจารณ์ภาพยนตร์และมีประเพณีในการวิจารณ์ภาพยนตร์เกิดตามมาอย่างเห็นได้ชัดจนกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์

นอกจากจะมีประเภทของภาพยนตร์ที่ให้ความบันเทิงแล้ว ยังมีการก่อตัวขึ้นของภาพยนตร์พิเศษอีกชนิดหนึ่งที่เรียกว่า ภาพยนตร์สารคดีบันทึกความเคลื่อนไหวของสังคม (Social documentary film) ซึ่งนับว่ามีคุณูปการอย่างยิ่งต่อการเห็นภาพประวัติศาสตร์ในอดีตอย่างมีชีวิตชีวา

• พัฒนาการของภาพลักษณ์

เนื่องจากสื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีแหล่งรายได้โดยตรงจากผู้ชม ดังนั้นสภาวะเศรษฐกิจของสังคมจึงเป็นตัวกำหนดความรุ่งเรืองและความเสื่อมโทรมของภาพยนตร์อย่างมากและมีผลทำให้ภาพยนตร์ต้องหันหน้ามามองความต้องการของตลาดอยู่เกือบตลอดเวลา ปัจจัยตัวนี้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพลักษณ์ของตัวภาพยนตร์ จากที่เคยถูกรับรู้ว่าเป็นศิลปะแขนงที่เจิด” กลายมาเป็น “ภาพยนตร์ที่น่าขยะแขยง (ประเภทก๊ินซากศพ) น่าเกลียดน่ากลัวหรือโป้เปลือยอย่างไร้รสนิยม” อันเป็นสูตรหนึ่งที่ค่อนข้างจะทำเงินแต่ก็ทำลายภาพลักษณ์อันงดงามของภาพยนตร์ไปพร้อม ๆ กัน



สืบเนื่องมาจากคุณสมบัติข้อแรกคือเป็นเทคโนโลยีที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้ภาพยนตร์สามารถเรียกความสนใจจากคนดูได้ทุกกลุ่ม และมีลักษณะค่อนข้างสากล (ดูจาก action) รวมทั้งมีอิทธิพลอย่างสูงในการหล่อหลอมอุดมการณ์ค่านิยมโดยเฉพาะเมื่อใช้วิธีการเล่าเรื่องมาประกอบ (หนึ่งก็คือการเล่าเรื่องด้วยภาพ) และอาจจะเนื่องมาจากศักยภาพดังกล่าว ทำให้สังคมต้องมีการเข้มงวดต่อการเผยแพร่สื่อดังกล่าวต่อสาธารณะอย่างมากเป็นเงาตามตัว

7. คุณลักษณะของสื่อกระจายเสียงและภาพ (Broadcasting)

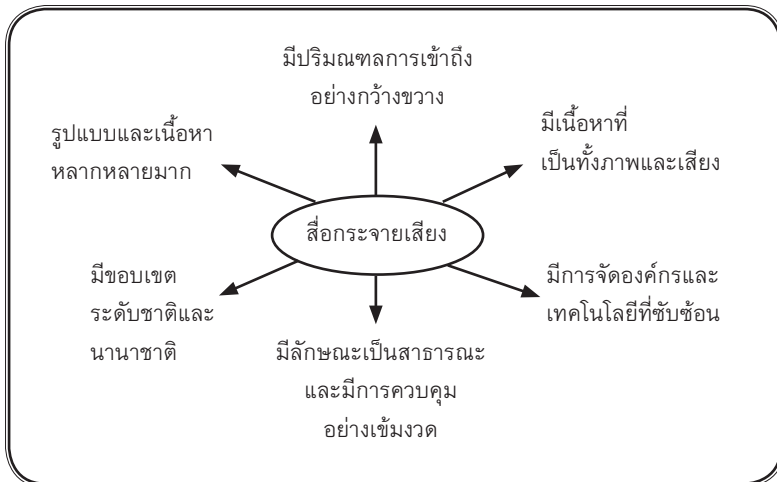
สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีอายุยังไม่ถึง 100 ปี (วิทยุ 70 ปี โทรทัศน์ 40 ปี) และแม้ว่าสื่อทั้งสองชนิดนี้จะใหม่มากในแง่ตัวสื่อ หากทว่า R. Williams นักทฤษฎีด้านวัฒนธรรมศึกษากลับเห็นว่า ในแง่เนื้อหาสาระแล้ว สื่อวิทยุและโทรทัศน์เกือบไม่ได้สร้างเนื้อหาอะไรใหม่ ๆ เลย นอกจากหยิบยืมของเก่าเกือบทั้งหมดจากสื่อที่เคยมีอยู่มาตกแต่งเสียใหม่ให้เข้ากับ “วัฒนธรรมของวิทยุและโทรทัศน์”

ลักษณะเด่น ๆ ของสื่อกระจายเสียงและภาพ มีดังนี้

- ความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในสื่อกระจายเสียง คือ การสามารถสังเกตได้โดยตรง มีการถ่ายทอดและรับสารได้เกือบจะในเวลาเดียวกับที่เหตุการณ์เกิดขึ้น

- การควบคุม เมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ แล้ว สื่อประเภทนี้จะถูกควบคุม / กำกับ / ดูแล / จากกลุ่มผู้มีอำนาจค่อนข้างสูง ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากหลายเหตุผล เช่น ความจำเป็นทางเทคนิค (คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้ามีจำนวนจำกัด) ผลประโยชน์ของรัฐ การแข่งขันทางธุรกิจ ทางเลือกของประชาชน หรือจากวัฒนธรรมประเพณี (เช่น การจัดรายการเพศศึกษาทางวิทยุและโทรทัศน์เป็นไปได้ยากในสังคมไทย)

- แบบแผนการกระจาย สื่อกระจายเสียงมีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีคุณสมบัติที่จะเป็น “สากล / international” ได้ง่ายกว่าหนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์ และเนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่สมดุลของโลก ทำให้แบบแผนธุรกิจการกระจายเสียงจะเป็นการไหลจากประเทศศูนย์กลาง (เช่น อเมริกา ยุโรป) มาสู่ประเทศชายขอบ (เช่น โลกที่สาม) ในระดับประเทศเองก็เช่นเดียวกัน คือกระจุกตัวอยู่ในเมืองหลวงก่อนแล้วจึงกระจายออกไปยังชนบทอย่างไรก็ตาม สื่อกระจายเสียงก็มีบทบาทอย่างมากในการสร้างความรู้สึกร่วมกันของประชาชนในประเทศเดียวกัน และความรู้สึก “ชาตินิยม” ได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และเนื่องจากอิทธิพลทางการเมืองของสื่อกระจายเสียง ทำให้สื่อชนิดนี้ต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้มีอำนาจดั่งที่กล่าวมาแล้ว และมีอิสระเสรีภาพน้อยกว่าหนังสือพิมพ์





8. สื่อเพลงที่ได้รับการบันทึก (recorded music media)

ดนตรีและเพลงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสื่อมวลชนสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นตัวเพลงที่ฟังเพื่อความบันเทิง หรือการนำเอาเพลงไปใช้ประกอบสิ่งอื่น ๆ แม้กระนั้น ก็ยังมีความสนใจที่จะศึกษาสื่อประเภทนี้ไม่มากนัก

การบันทึกเสียงเพลงลงวัสดุต่าง ๆ (เช่น ไม้ไผ่ กระดาษ แผ่นเสียง เทป ฯลฯ) มีประวัติศาสตร์เริ่มต้นเมื่อประมาณปี ค.ศ.1880 และได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในเวลาต่อมา ความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วนี้เกิดขึ้นเนื่องจากมีพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้สื่อเสียงเพลงรองรับอยู่แล้วในสังคม

ก่อนหน้าที่จะมีการบันทึกเสียง การสร้างเสียงเพลงนั้นจะมีลักษณะ “สร้างเสียงเพลงด้วยตัวเอง” (private music - making) เช่น ในตะวันตก จะมีเครื่องเล่นดนตรี เช่น เปียโนสำหรับผู้หญิง ไวโอลินสำหรับผู้ชาย ในประเทศไทย ก็มี ซอ ซึง พิณพาทย์ ฯลฯ สำหรับเอาไว้เล่นดนตรีฟังกันเองในครอบครัว ในขั้นต่อมาได้มีการประดิษฐ์หีบเสียงที่เอาจะเอาไม้ไผ่มาเจาะรูบันทึกเสียง แล้วเล่นด้วยเครื่องมือที่ใช้มือ ประดิษฐ์กรรมใหม่เช่นนี้ได้ถูกนำมาแทนที่การสร้างเสียงเพลงด้วยตนเอง และมีผลให้เพลงหลาย ๆ ประเภทสามารถเข้าถึงคนจำนวนมากที่อยู่ต่างสถานที่กันได้อยู่ตลอดเวลา

ในลำดับต่อมาได้เริ่มมีการบันทึกเสียงเพลงลงวัสดุแบบใหม่ๆ เช่น แผ่นเสียง ที่ยังคงถูกนำไปใช้ในการฟังในบรรยากาศแบบเดิม เช่น ตามงานเลี้ยงเต้นรำ การจัดงานสังสรรค์ตามบ้าน งานสวนสนุกตามวัด ฯลฯ การใช้แผ่นเสียงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้เมื่อเกิดวิทยุกระจายเสียง ซึ่งมีผลทำให้ขอบเขตของการกระจายเสียงนั้นกว้างขวางออกไปมากยิ่งขึ้นกว่ายุคสมัยของหีบเสียง

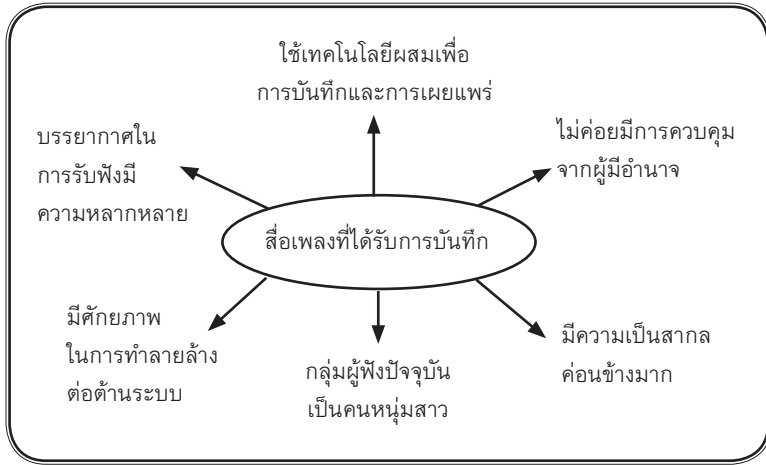
- การเปลี่ยนแปลงปริมณฑลของการฟังเพลง หากพิจารณาดูพัฒนาการการเปลี่ยนแปลงของเรื่องเพลงทั้งด้านเทคโนโลยีและรูปแบบการใช้ จะเห็นยุคสมัยคร่าว ๆ ได้ดังนี้





จากยุคแรกที่คนเล่นและคนฟังดนตรีจะอยู่ใกล้ชิดกัน เริ่มแปรเปลี่ยนมาเป็นการฟังเพลงโดยผ่านตัวสื่อกลางคือแผ่นเสียงในยุคที่ 2 และจบท้ายด้วยการฟังเพลงเป็นส่วนตัว ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีการประดิษฐ์เครื่องรับวิทยุทรานซิสเตอร์ที่มีราคาถูกลง มีขนาดเล็ก พกพาไปได้สะดวก (และเป็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้นเมื่อกลายเป็น walkman) ในยุคสุดท้ายนี้ นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเทคโนโลยีและแบบแผนการเปิดรับสื่อแล้ว ยังมีการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของผู้รับสารและผู้ผลิตอีกด้วย กลุ่มผู้ฟังเพลงกลุ่มใหญ่ในยุคปัจจุบัน คือ กลุ่มคนหนุ่มสาวและวัยรุ่น ในขณะที่คนรุ่นอื่น ๆ เริ่มถอยห่างออกไป ในด้านผู้ผลิต ได้แปรเปลี่ยนจากการผลิตของตัวศิลปินผู้สร้างเสียงเพลงมาเป็นรูปแบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีศิลปินเป็นหน่วยเล็ก ๆ หน่วยหนึ่งเท่านั้น

• การวิเคราะห์บทบาทของเพลงที่เกี่ยวข้องกับสังคม ในฐานะของเพลงที่เคยมีมาในสังคมมิได้ถูกจำกัดอยู่เพียงเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงเท่านั้น เพลงเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งในพิธีกรรมทางศาสนา เป็นส่วนสำคัญในการทำสงครามและการชุมนุมทางการเมือง เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตการทำมาหากิน ฯลฯ ดังนั้น บทบาทหน้าที่เดิม ๆ ที่เคยมีอยู่ก็ได้ทิ้งร่องรอยเอาไว้อย่างต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงยุคสมัยของบทเพลงในปัจจุบัน ดังนั้น เพลงจึงมีความเกี่ยวข้องกับการแสวงหาอุดมคติ เกี่ยวข้องกับเรื่องการเมือง (เช่น เพลงเพื่อชีวิต) เกี่ยวข้องกับลัทธิความเชื่อบางอย่าง (เช่น พวกลัทธิแสวงหาความสุขในชีวิต (Hedonism) ที่ใช้ยาเสพติด) โยงใยอยู่กับความรุนแรง (การตีกันของวัยรุ่นในคอนเสิร์ตเพลงร็อก) การใช้เพลงเพื่อต่อต้านสังคม (เช่น พวกเฮพปีเมทัล) ดังนั้น ในการวิเคราะห์เรื่องเพลง จึงสามารถศึกษาให้กว้างขวางไปถึงความหมายทางสังคมด้วย



9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ (New electronic media)

มีการขนานนามสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ว่า "Telematic media" เนื่องจากที่มาของชื่อตัวล่าสุดนี้เกิดมาจากการผสมผสาน "ระบบโทรคมนาคม" เข้ากับ "ระบบสารสนเทศ" จุดเริ่มต้นของสื่อใหม่นี้เกิดขึ้นในราว ๆ ทศวรรษ 1970 โดยมีลักษณะที่สำคัญ คือ การรวมเอาหน่วยแสดงผลที่เป็นภาพ (เช่น จอโทรทัศน์) เข้ากับระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์

- ส่วนผสมทางเทคโนโลยี ประกอบด้วยหลายส่วนผสม เช่น
 - 1) ระบบแพร่กระจาย (transmission) โดยผ่านสายเคเบิลหรือดาวเทียม
 - 2) ย่อขนาดให้เล็กลงมาก เช่น ขนาดของแผ่นดิสก์ที่ใช้เก็บข้อมูล
 - 3) การเก็บและการเรียกสารสนเทศมาใช้
 - 4) การแสดงผล (ใช้การผสมผสานทั้ง text และกราฟฟิก)
 - 5) การควบคุมโดยคอมพิวเตอร์

• ลักษณะสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ อันเป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับสื่อเก่า ๆ คือ

- 1) กระจายอำนาจ (decentralization) การผลิตและการให้บริการ ไม่ถูกผูกขาดและควบคุมจากฝ่ายผู้ส่งสาร

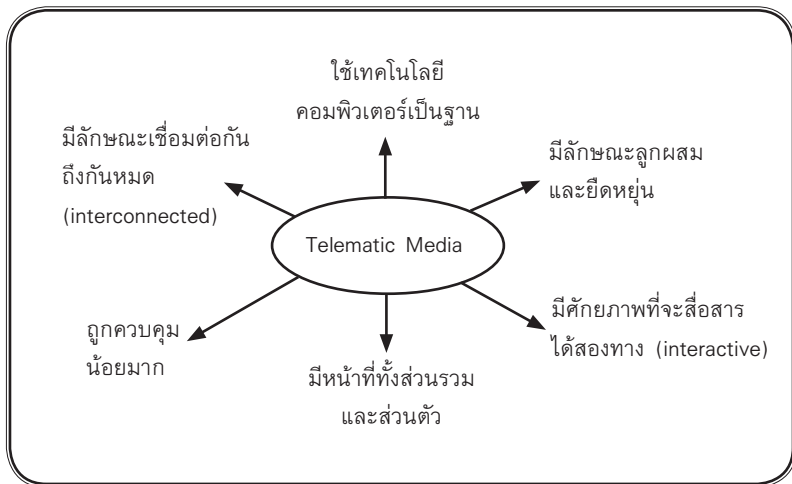
2) มีสมรรถนะสูง (high capacity) เช่น เคเบิลและดาวเทียม สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสารได้มาก พร้อมทั้งย่นระยะทางและเวลา

3) ลักษณะ interactivity ผู้รับสารสามารถจะป้อนกลับปฏิกิริยาไปยังผู้ส่ง สามารถเลือกติดต่อกับผู้รับสารด้วยกันได้โดยตรง

4) รูปแบบของการใช้ เนื้อหาและประเภทรายการทำได้อย่างหลากหลายมาก

• ลักษณะความเป็นลูกผสม (Hybrid medium) สื่อใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นนี้อาจถือได้ว่าเป็นลูกผสมจากสื่อที่มีอยู่เดิม เช่น Home video นี่ก็คือ ลูกผสมระหว่างโทรทัศน์กับภาพยนตร์ที่ทำให้รูปแบบการใช้มีลักษณะยืดหยุ่นมากขึ้น

ลักษณะความเป็นลูกผสมดังกล่าวส่งผลต่อเนื่องมาถึงการทำการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบการผลิต การกระจาย และรูปแบบพื้นฐานของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ตัวอย่างเช่น เรื่องการผลิต ก็ไม่จำเป็นต้องเป็นผลงานขององค์กรหรือบริษัทใหญ่ ๆ เท่านั้น หรืองานของนักข่าวและนักเขียนที่นับวันยิ่งจำเป็นต้องพึ่งพาการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น เป็นต้น





10. เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สื่อ

นอกเหนือจากการวิเคราะห์คุณลักษณะต่าง ๆ ของสื่อแต่ละชนิดที่กล่าวมาแล้ว ยังอาจจะมีการนำเอาแนวคิดหรือเกณฑ์ (categories) บางอย่างมาใช้ในการวิเคราะห์สื่อหลาย ๆ ประเภทได้ ดังตัวอย่างเช่น

(i) Convergence v.s. Fragmentation

แนวคิดทั้งสองนี้ เป็นแนวคิดที่มีลักษณะตรงกันข้ามกัน แต่สามารถเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันได้

- Convergence เป็นปรากฏการณ์ด้านที่มีการโน้มเข้าหากันของสื่อ ไม่ว่าจะเป็นการโน้มในด้านใดก็ตาม เช่น ด้านการเป็นเจ้าของและเงินทุน เช่น บริษัทผลิตสื่อหลาย ๆ บริษัทมารวมกัน หรือบริษัทที่เคยผลิตเทปเพลงอย่างเดียวได้หันไปสร้างภาพยนตร์และพิมพ์หนังสือ หรือการโน้มเข้าหากันในเรื่องเผยแพร่ (distribution) ตัวอย่างเช่น การมีโรงหนังในเครือ รวมทั้งการโน้มเข้าหากันในแง่เนื้อหาเดียวกันที่ถ่ายทอดผ่านหลายช่องทาง เช่น เรื่องราวเดียวกันของละครโทรทัศน์ นวนิยายรวมเล่ม นวนิยายที่ตีพิมพ์เป็นตอน ๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

- Fragmentation (segmentation) ในอีกด้านหนึ่งก็กลับมีปรากฏการณ์ของการแยกแยะจำแนกประเภทมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น นิตยสารที่เคยอ่านกันได้ทั้งครอบครัวก็จะแยกแยะออกเป็น นิตยสารผู้หญิง นิตยสารผู้ชาย นิตยสารเด็ก นิตยสารสำหรับผู้อาวุโส แม้แต่นิตยสารผู้หญิงก็ยังแยกออกเป็นอีกหลายระดับ หลายรสนิยม เช่นเดียวกับรายการ format station ในวิทยุ หรือรายการผู้หญิงในโทรทัศน์ เป็นต้น

(ii) Freedom v.s. Control

การศึกษาแนวคิดทั้ง 2 นี้ มีอยู่มานานแล้วในประเด็นการศึกษาเรื่องสื่อมวลชน เริ่มตั้งแต่ประวัติศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ และถึงแม้จะมีการยอมรับกันอย่างค่อนข้างเป็นปริยายว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุหรือโทรทัศน์นั้น ไม่อาจจะมีเสรีภาพได้มากเท่ากับหนังสือพิมพ์ แต่ทว่า คำตอบก็ไม่ได้จบลงอย่างง่าย ๆ เพราะในเกือบทุกประเทศได้มีความพยายามในการเคลื่อนไหวที่จะตั้งโทรทัศน์เสรีของภาคเอกชน (Independent TV.) ขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา

ปัญหาเรื่องเสรีภาพและการควบคุมจะปะทุความสำคัญขึ้นมา



อีกครั้งหนึ่งเมื่อเกิดสื่อแบบใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตที่นานาประเทศกำลังปวดหัวอยู่กับปัญหาเรื่องการแพร่ภาพลามกทางสื่อชนิดนี้ และกำลังมีความพยายามที่จะหาทางควบคุมสื่อชนิดนี้ผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น มาตรการทางเทคนิค มาตรการทางกฎหมาย การกระตุ้นความรับผิดชอบของผู้ให้บริการ และการรู้เท่าทันของผู้ใช้ (Media Literacy)

การวิเคราะห์เรื่องการควบคุมสื่อ (ซึ่งเป็นเหรียญอีกด้านหนึ่งของเสรีภาพของสื่อ) นั้น อาจจะมีมิติย่อย ๆ ดังนี้

- ประเภทของการควบคุม
 - ควบคุมด้านเนื้อหาโดยเฟ่งเล็งในด้านการเมือง
 - ควบคุมเนื้อหาโดยเฟ่งเล็งในเรื่องวัฒนธรรมและศีลธรรม
 - ควบคุมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเหตุผลทางเทคนิค
 - ควบคุมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเหตุผลทางธุรกิจ
- เงื่อนไขที่เข้ามาเกี่ยวข้อง
 - ศักยภาพทางการเมืองในสื่อที่เพิ่มการทำหายอำนาจมากขึ้น
 - สื่อสร้างผลกระทบต่อด้านศีลธรรม วัฒนธรรม และความรู้สึกรักของผู้คนได้มากขึ้น
 - มีความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มการควบคุมให้มากขึ้น
 - มีแรงจูงใจด้านธุรกิจที่จะให้ควบคุมมากขึ้น

(iii) ประเด็นเรื่องการใช้และการรับสาร (Use & reception)

การศึกษาเรื่องการใช้และการรับสารของผู้รับสารนั้น มีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในทางทฤษฎีและในโลกแห่งความเป็นจริงอยู่ตลอดเวลา ในโลกทางทฤษฎีเราอาจจะระบุว่าหนังสือพิมพ์มีหน้าที่ให้ข่าวสารและรายงานเพื่อสอดส่องเหตุการณ์ แต่ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้อ่านอาจจะซื้อหนังสือพิมพ์มาเพื่อตามอ่านนวนิยายจากละครโทรทัศน์ (ใช้เพื่อความบันเทิง) เราอาจเป็นคู่มือการซื้อของ (คู่มือผู้บริโภค) เท่า ๆ กับที่ใช้ติดตามข่าวสารของสังคม ในกรณีของสื่ออื่น ๆ เช่น นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ก็เช่นเดียวกัน

เกณฑ์พิจารณาที่จะใช้ในการวิเคราะห์เรื่องการใช้และการรับสารอาจมีดังนี้

- 1) เป็นการใช้ภายใน / ภายนอกบ้าน



- 2) เป็นการใช้แบบส่วนตัว / ใช้ร่วมกัน (ในกลุ่มเพื่อน / กลุ่มครอบครัว)
- 3) มีลักษณะ interactive หรือไม่
- (iv) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคม

เมื่อมองไปในอนาคตข้างหน้า ก็แน่ใจได้เลยว่า วันพรุ่งนี้จะต้องไม่เหมือนวันนี้อย่างแน่นอน และเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของสังคม ย่อมส่งผลสะท้อนมาถึงสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน แนวโน้มหลัก ๆ ของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่น่าสนใจก็เช่น

- เป็นสังคมข่าวสารมากขึ้น (Informatization) กล่าวคือในทุกมิติของชีวิตสังคมและชีวิตบุคคล ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ จะเรียกร้องต้องการข่าวสารมากขึ้น ไม่เพียงแต่ตลาดหุ้นหรือการเลือกตั้งแต่ละครั้งเท่านั้นที่ต้องการข่าวสาร แม้แต่เรื่องการเดินทางในชีวิตประจำวันทุกวันในกรุงเทพฯ การตัดสินใจจะซื้อน้ำกินสักหนึ่งขวดก็ยังต้องอาศัยข่าวสารอย่างพอเพียงเช่นกัน ในการนี้สื่อมวลชนจะเล่นบทบาทเป็นแหล่งข่าวสารแหล่งใหญ่และแหล่งสำคัญแห่งหนึ่ง (ทฤษฎี Media Dependency Theory จะให้รายละเอียดในเรื่องนี้)

- การแพร่ขยายของวัฒนธรรมแบบ“หลังสมัยใหม่” (Postmodern culture) ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1980 เรื่อยมาจนถึงทศวรรษ 1990 นี้ นักวิชาการจำนวนไม่น้อยเริ่มให้ความสนใจกับแนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรมหลังสมัยใหม่” ที่มีบางอย่างซึ่งคล้ายคลึงหรือมีจุดร่วมกับแนวคิดเรื่อง “สังคมข่าวสาร” อย่างไรก็ตาม คำอธิบายเรื่องวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่นี้ก็ยังคงคลุมเครือ ไม่ลงตัวและพิจารณาได้จากหลายแง่มุม

ในด้านการเมือง ยุคหลังสมัยใหม่อาจจะหมายถึงการจบสิ้นของยุค Enlightenment (ที่เคยเชื่อว่ามนุษย์จะบรรลุจุดสุดยอดด้านภูมิปัญญาและการใช้เหตุผล) การถึงทางตันของความก้าวหน้าทางวัตถุ ความเชื่อในเรื่องความเสมอภาค ความชอบธรรมของระบบเหตุผลและการนำเอาองค์รูปแบบข้าราชการมาทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ในยุคสมัยต่อไป ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะถูกแทนที่ด้วยโฉมหน้าใหม่และความคิดใหม่ทั้งหมด

ในด้านปรัชญาทางสังคมและวัฒนธรรม แนวคิดหลังสมัยใหม่คือการล้มล้างวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่หยุดนิ่งและมีลำดับขั้น ไม่มีศิลปะ วรรณกรรม วัฒนธรรมที่เป็นมาตรฐานหรือแบบฉบับอีกต่อไป รูปแบบใหม่ของศิลปวัฒนธรรม



ในอนาคต คือ ศิลปะที่อยู่กับปัจจุบันเพียงชั่วคราว ฐวาวบฉวฉว (ความเป็นอมตะไม่มีความหมาย) และสัมพันธ์กับอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าจะต้องใช้เหตุผลคิดเอา สำหรับสื่อมวลชน สื่อภาพและเสียงจะอยู่เหนือสื่อสิ่งพิมพ์ แพ้ชั้นปัจจุบันจะอยู่เหนือประเพณี

- การเพิ่มลักษณะปัจเจกภาพ (Individuation) คุณค่าของ “ปัจเจกภาพ” และ “ระบบตลาดเสรี” จะเริ่มเป็นแนวคิดที่ชัดเจนกว่าที่เป็นมาในอดีต ในขณะที่แนวคิดเรื่อง “ชนชั้น” เริ่มมีความหมายน้อยลงภายใต้ระบบประชาธิปไตยทางการเมืองและทางวัฒนธรรม และเมื่อสังคมเคลื่อนเข้าสู่โครงสร้างอาชีพแบบบริการมากขึ้น (แม้ว่าจะมีคนยากจนทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ดำรงอยู่ก็ตาม) ในขณะที่การคำนึงถึงคุณค่าของ “ปัจเจกภาพ” มีมากขึ้น อันมีนัยยะไปในทางบวก ก็มีความเห็นในอีกทางหนึ่งว่า แนวคิดดังกล่าวได้ส่งผลในทางลบเช่นกัน เช่น สมานฉันท์ทางสังคมมีน้อยลง ทุกคนเห็นแต่ตัวเองมากขึ้น ขาดสายใยระหว่างกลุ่มคนเกิดความรุนแรงระหว่างบุคคล (เช่น อาชญากรรม) และความไม่สงบสุขทางจิตใจและทางสังคมหลายประการตามมา

- การเพิ่มลักษณะความเป็นสากล (Internationalization) นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา การค้าและอุตสาหกรรมเริ่มมีลักษณะข้ามชาติมากยิ่งขึ้น ผลที่ต่อเนื่องตามมา คือการร่วมมือกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมระหว่างชาติต่าง ๆ มีมากขึ้น “รัฐชาติ” เริ่มหมดความหมาย และจำต้องขึ้นต่อกระแสและทิศทางของสังคมโลกเป็นส่วนใหญ่



เอกสารอ้างอิง

- (1) เฟรเดอริค วิลเลียมส์ (1982) ผู้แต่ง
ปฏิบัติการสื่อสาร (สุรัตน์ นุ่มนนท์ แปลจาก The Communication
Revolutions) สำนักพิมพ์บรรณกิจ
- (2) McQuail, D. (1987)
Mass Communication Theory : An Introduction (2 ed)
Sage Publications.
- (3) McQuail , D. (1994)
Mass Communication Theory : An Introduction (3 ed)
Sage Publications.

ตอนที่ 2

ยุคแรกของทฤษฎีสื่อสารมวลชนอันทรงพลัง

.....

บทที่ 4 สังคมมวลชนและสื่อมวลชน

(Mass Society and Mass Media)

บทที่ 5 Magic Bullet Theory

บทที่ 6 ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

(Normative Theories of Media Performance)

บทที่ 7 ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด

(Communication Technology Determinism)

บทที่ 8 ทฤษฎีวิพากษ์แห่งสื่อมวลชน

(Critical Theories of Media)



บทที่ 4
สังคมมวลชนและสื่อสารมวลชน
(Mass Society and Mass Media)



Baran S.J + Davis D.K. (1995) ได้แบ่งยุคสมัยของพัฒนาการของการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนออกเป็น 3 ยุคใหญ่ ๆ คือ

ยุคแรก : ยุคที่เชื่อในพลังของสื่อ (All Power Media)

ยุคที่สอง : ยุคที่เชื่อว่าสื่อมีผลกระทบอย่างจำกัด (Powerful media put to the test)

ยุคที่สาม: ยุครื้อฟื้นความเชื่อเรื่องผลกระทบของสื่อในทัศนะใหม่

สำหรับกลุ่มทฤษฎีที่จะกล่าวถึงในช่วงแรก ๆ นี้ จะเป็นกลุ่มทฤษฎีที่สังกัดอยู่ในแนวคิดของยุคแรก คือ ยุคที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ กลุ่มทฤษฎีนี้มีอยู่หลายทฤษฎี เช่น

- ทฤษฎีสังคมมวลชนและสื่อมวลชน
- ทฤษฎีลูกกระสุนปืน / เข็มฉีดยา (Magic Bullet Theory)
- ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theories)
- ทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism)

ในบทนี้ จะนำเสนอรายละเอียดเรื่อง ทฤษฎีสังคมมวลชนและสื่อมวลชนเป็นอันดับแรก

1. ทัศนะของนักวิชาการรุ่นคลาสสิกต่อสังคมมวลชน (Mass Society)

กลุ่มนักวิชาการที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้จุดประกายความคิดเรื่องสังคมมวลชนมีอยู่ 2 ท่าน คือ Ferdinand Tonnies นักสังคมวิทยาชาวเยอรมัน และ Emile Durkheim นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส

ในปลายศตวรรษที่ 19 Tonnies ได้เริ่มเห็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเยอรมันที่เกิดการจัดรูปแบบองค์กรใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประเทศในยุโรปหลายประเทศเริ่มมีการพัฒนาสังคมแบบใหม่ คือเป็นสังคมอุตสาหกรรม (Industrialization) และเป็นสังคมเมือง (Urbanization) อันมีผลทำให้บุคคลมีความรู้สึกและมีวิถีชีวิตที่เป็นปัจเจกนิยมมากยิ่งขึ้น (Individualism)

ในประเทศเยอรมันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่ง Tonnies ได้แบ่งประเภทของสังคมที่มีอยู่ออกเป็น 2 แบบ คือ สังคมชนบท (Gemeinschaft)

และสังคมเมือง (Gesellschaft) คุณลักษณะของสังคมทั้ง 2 แบบ มีความแตกต่างกันแบบคนละขั้ว คือ

สังคมชนบท มีลักษณะสำคัญคือ

- ผู้คนผูกพันกันด้วยสายใยทางสังคม (Social bonds) เช่น ครอบครัว ญาติ เพื่อน ศาสนา การปฏิบัติตามบทบาทอย่างเข้มงวดในรูปแบบของธรรมเนียมประเพณี
- สถาบันพื้นฐานของสังคมมีอิทธิพลต่อปัจเจกอย่างมาก (เช่น บ้าน วัด)
- สมาชิกถือว่ากลุ่มมีความสำคัญกว่าปัจเจก

สังคมเมือง มีลักษณะที่สำคัญคือ

- สายใยทางสังคมที่จะผูกพันคนมีความเปราะบาง คนมาอยู่รวมกันเป็นหมู่คณะด้วยเหตุผลมากกว่าประเพณี เช่น เมื่อสมัครเข้าทำงาน ก็ทำงานตามสัญญาที่ร่างไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและเป็นที่ไปด้วยความสมัครใจของปัจเจกเอง ไม่เกี่ยวข้องกับครอบครัว (ตัวอย่างของการเลือกคู่ครองแต่งงานเป็นกรณีให้เห็นได้ชัดเจนที่สุด)

- ปัจเจกบุคคลตัดสินใจด้วยตนเองและรับผิดชอบตัวเอง

(น่าสังเกตว่า ในขณะที่มีสังคมทั้ง 2 แบบเกิดขึ้นนั้น Tonnie's ค่อนข้างจะนิยมชมชอบสังคมแบบชนบท และติดจะรังเกียจสังคมเมืองที่เขาคิดว่าเป็นตัวการนำไปให้เกิดปัญหาสังคมหลาย ๆ อย่างตามมา)

ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากสังคมชนบทที่มีอยู่เดิมมาเป็นสังคมเมืองแบบใหม่นั้น สื่อมวลชนมีส่วนเกี่ยวข้องอยู่อย่างมาก เพราะสื่อมวลชนเป็นตัวเร่งการทำลายสังคมชนบทให้มาเป็นสังคมเมือง (หรือสังคมมวลชน) ทั้งนี้อาจจะเห็นประจักษ์พยานได้อย่างชัดเจนว่า ในกระบวนการพัฒนาชนบทให้เป็นเมืองนั้น (Urbanization) สถาบันที่เป็น**ตัวบ่งชี้** (Indicator) และ**ตัวผลักดัน** ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงก็คือ สื่อมวลชน ด้วยวิธีการอันหลากหลาย เช่น การนำเสนอภาพของสังคมเมืองที่น่าพึงปรารถนาให้เด็กและเยาวชนจากชนบทมุ่งหน้าเข้ามาหางานทำในเมือง การสร้างภาพลักษณ์ว่าเมืองมี “ความเจริญ” มากกว่าบ้านนอกคอกนา รวมทั้งเมื่อมีการนำสื่อมวลชนเข้าไปในชนบท เช่น โทรทัศน์ สื่อใหม่นี้

จะเข้าแทนที่ความสัมพันธ์เดิม ๆ ของผู้คน (ติดตามดูละครโทรทัศน์แทนที่จะไปนั่งคุยกันรอบกองไฟ) สถาบันใหม่นี้เริ่มเซาะกร่อนฐานอำนาจของสถาบันเดิม ๆ เช่น ครอบครัว ศาสนา ผู้นำชุมชน ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เด็กวัยรุ่นจะเชื่อฟังคำสั่งสอนของ DJ มากกว่าพ่อแม่ เป็นต้น

ส่วนในฝรั่งเศสที่เกิดปรากฏการณ์ทางสังคมคล้ายคลึงกับเยอรมัน ก็มีนักวิชาการรุ่นใกล้เคียงกับ Tonnies คือ E. Durkheim ที่ใช้วิธีการแบ่งสังคมออกเป็น 2 ชั้นเช่นกัน หากทว่ามีวิธีการตีความที่แตกต่างจาก Tonnies โดยสิ้นเชิง

Durkheim ตีความสังคมชนบทว่า เป็นเสมือนเครื่องจักรชิ้นหนึ่งที่มีระบบระเบียบและมีความคงทน ประชาชนเปรียบเสมือนชิ้นส่วนย่อย ๆ ที่มีรูปร่างเหมือนกันซึ่งถูกบังคับให้ต้องทำตามบทบาทที่มีอยู่ตามธรรมเนียมประเพณี ดังนั้นสายใยที่ร้อยคนเหล่านี้จึงเรียกว่า “สมานฉันท์แบบกลไก” (Mechanical Solidarity)

ในขณะที่สังคมสมัยใหม่นั้นเปรียบเสมือน “ร่างกาย” มิใช่เครื่องจักรรูปร่างของสังคมดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาที่ผ่านไป จากเป็นเด็กสู่วัยรุ่นและก็สู่นู๋สาว ร่างกายของมนุษย์ประกอบด้วยอวัยวะต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ทั้งการทำหน้าที่และรูปร่าง เมื่อสังคมใหญ่เปลี่ยนไป ส่วนประกอบย่อย ๆ นั้นก็จะเปลี่ยนตามไปเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ทุกส่วนต่างต้องพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ร่างกายโดยรวมมีชีวิตอยู่ได้ คุณลักษณะที่แตกต่างอีกประการหนึ่งก็คือร่างกายที่เป็นอินทรีย์ที่มีชีวิตนั้น ย่อมถูกเชื้อโรคทำลาย แต่ทว่ามนุษย์หรือสัตว์ต่างรู้จักใช้มันสมองที่จะป้องกันหรือเยียวยาได้ สายใยที่ร้อยรัดส่วนย่อย ๆ ของสังคมจึงเรียก “สมานฉันท์แบบอินทรีย์” (Organic Solidarity)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า คุณลักษณะพื้นฐานที่ทำให้สังคมเมืองและชนบทแตกต่างกันก็คือ

- ลักษณะความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialization) ที่สังคมเมืองจะมีมากกว่าสังคมชนบท
- การแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) ในชนบท ทุกคนทำงานทุกอย่างเหมือนกันหมด แต่ในสังคมเมือง มีการแบ่งงานกันทำอย่างสูง
- ลักษณะที่ต้องพึ่งพากัน (Interdependence) เนื่องจากในชนบททุกคนทำทุกอย่างได้ด้วยตัวเอง จึงไม่มีความจำเป็นอย่างแท้จริงที่จะต้องพึ่งพากัน (ที่ทำอยู่ก็เพราะธรรมเนียมประเพณี) แต่สำหรับสังคมเมือง เป็นความจำเป็น



อย่างแท้จริงที่ต้องขึ้นต่อกันและกัน เพราะทุกคนทำทุกอย่างไม่ได้ด้วยตัวเอง

จากทัศนะดังกล่าว Durkheim จึงค่อนข้างจะชื่นชมสังคมเมืองมากกว่าสังคมชนบท เนื่องจากเป็นสังคมที่มีความก้าวหน้ามากกว่าสังคมชนบท ถึงแม้ในหนังสือเล่มหลัง ๆ ของเขาจะกล่าวถึงอาการเจ็บป่วยทางสังคม เช่น การฆ่าตัวตาย การเสื่อมโทรมทางศีลธรรมและความเห็นแก่ตัวที่เพิ่มมากขึ้นของคน แต่เขาก็เห็นว่าพยาธิสภาพดังกล่าวสามารถแก้ไขได้โดยอาศัยความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์

ทัศนะที่ชื่นชมสังคมเมืองแบบ Durkheim นั้น มักสะท้อนอยู่ในแนวคิดของนักสื่อสารมวลชนที่คาดหวังให้สื่อมวลชน (ซึ่งเป็นสื่อประจำสังคมเมือง) ทำหน้าที่ช่วยสร้างสรรค์ค่านิยมและความเป็นปึกแผ่นให้แก่สังคมในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง หรือวัฒนธรรมก็ตาม

2. ลักษณะของสังคมมวลชน

จากทัศนะของนักวิชาการรุ่นคลาสสิก ปัจจุบันเราสามารถประมวลคุณลักษณะของสังคมมวลชนได้ดังนี้

- ด้านเศรษฐกิจ มีระบบการผลิต การกระจาย และการบริโภคแบบอุตสาหกรรมและการผลิตแบบมวลชน (Mass Production) ลักษณะการแข่งขันระหว่างธุรกิจต่าง ๆ (หรือกลุ่มทุนกลุ่มต่าง ๆ) อันเป็นสิ่งที่เกิดควบคู่กับระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

- ด้านการเมือง แต่เดิมระบบการเมืองของสังคมนั้นเป็นระบบการเมืองของชนชั้นนำหรือการเมืองของราชสำนัก (Elite Politic) กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองนั้น เกิดอยู่ในวงเวียนของผู้ปกครองเท่านั้น โดยประชาชนมีบทบาทในการมีส่วนร่วมน้อยมาก (เป็นเพียงไพร่ฟ้าข้าแผ่นดินเท่านั้น) แต่ในสังคมมวลชนระบบการเมืองจะเปลี่ยนมาเป็น “การเมืองแบบมวลชน” (Mass Politic) ที่มีความหมายว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องการบริหารการเมือง (public affairs) ที่รู้จักกันในนามของ “ประชาธิปไตย”

- ด้านวัฒนธรรม แต่เดิมนั้น ในสังคมจะมีวัฒนธรรมอยู่ 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) ซึ่งมีลักษณะประณีต งดงาม มีสุนทรียะ และเป็นมาตรฐานของสังคม และวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Culture) ซึ่งมีลักษณะเรียบง่าย สอดคล้องกับสภาพชีวิตที่เป็นจริงของประชาชนในชนบท



ในยุคของสังคมมวลชน วัฒนธรรมทั้งสองประเภทจะโน้มเข้าหากัน โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกระทำการ สื่อสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ จะนำเอาเนื้อหาและรูปแบบของวัฒนธรรมทั้งสอง ประเภทมาสร้างชิ้นใหม่ (reproduce) หรือมาเผยแพร่ถ่ายทอด ตัวอย่างเช่น การนำเอาเพลงคลาสสิกมาอัดแผ่นเสียง การถ่ายทอดโขนจากกรมศิลปากรผ่าน โทรทัศน์ การนำเอาหมอลำมาใส่ดรัมเบตเพลง เป็นต้น วัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ เรียกว่า “วัฒนธรรมมวลชน” (Mass Culture) หรือ “วัฒนธรรมประชานิยม” (Popular Culture)

คุณสมบัติที่สำคัญ ๆ ของวัฒนธรรมมวลชน ก็คือ

- มีการผลิตแบบอุตสาหกรรมครั้งละมาก ๆ (Mass Production) หรือที่เรียกว่า อุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry)
- มีการแบ่งงานกันทำในหมู่ผู้ผลิตอย่างมาก (Division of Labour) เช่น ในการทำเทปเพลงชุดหนึ่ง จะมีการแบ่งงานกันทำ 6 - 7 ฝ่าย เป็นต้น
- เป้าหมายของการผลิตคือ หวังขายเอากำไร (Profit - Oriented) อันเป็นลักษณะที่แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมทั้งสองประเภทที่เคยมีมา
- มีการจัดระบบการเผยแพร่และการบริโภคของผู้บริโภควัฒนธรรม เช่น มีการโฆษณาส่งเสริมการขาย เป็นต้น

หลังจากที่ได้เกิดปรากฏการณ์วัฒนธรรมมวลชนที่มีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางและเป็นตัวการที่สำคัญ ได้มีนักวิชาการกลุ่มต่าง ๆ ที่แสดงทัศนะเกี่ยวกับวัฒนธรรมมวลชนเอาไว้ในหลายแง่มุม ตัวอย่างเช่น

ในด้านบวก การมีวัฒนธรรมมวลชนเป็นโอกาสให้มีการเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างกว้างขวางและแพร่หลายในหมู่คนทุกชั้น ตัวอย่างเช่น เพลงคลาสสิกนั้นแต่เดิมผู้ที่จะมีโอกาสได้ชื่นชมก็มีแต่บรรดาเจ้านายและชนชั้นสูงที่อยู่ในราชสำนักเท่านั้น แต่ทว่าเมื่อได้มีการนำมาอัดเป็นแผ่นเสียง ก็ทำให้คนชั้นกลางได้มีโอกาสรับฟังบ้าง และเมื่อวิทยุได้นำเอาแผ่นเสียงดังกล่าวไปเปิด ก็ทำให้คนทุกชนชั้นได้รู้จักกับเพลงคลาสสิกที่งดงาม กระบวนการนี้จึงเป็นการสร้างประชาธิปไตยทางวัฒนธรรมที่สำคัญ (Democratization of Culture)

ในด้านลบ มีการวิพากษ์วิจารณ์วัฒนธรรมมวลชนในด้านลบอย่างมาก ทั้งในแง่ตัววัฒนธรรมเอง ทั้งในแง่ตัวสื่อมวลชน และที่มาจากทุกแง่ทุกมุม



ตัวอย่างเช่น

- การทำลายคุณค่าของวัฒนธรรมชั้นสูงที่เคยมีอยู่ เนื่องจากวัฒนธรรมมวลชนมีการผลิตอย่างมาก ในเวลารวดเร็ว และมุ่งให้คนทุกระดับชั้นเข้าถึง ดังนั้นคุณค่าด้านสุนทรีย์และความวิจิตรอลังการที่เคยมีอยู่จึงลดต่ำหรือสูญหายไป
- เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อมวลชน คือ การมีเป้าหมายที่หวังกำไรเป็นหลัก ดังนั้นสิ่งที่สื่อมวลชนเอามานำเสนอ จึงนำเอาแต่สิ่งที่สร้างหรือกระตุ้นกิเลสของประชาชนให้เพิ่มขยายมากขึ้น ความชั่วร้ายในจิตใจประชาชน (โลก โกรธ หลง) จึงแผ่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และปะทุออกมาเป็นปัญหาต่าง ๆ ของสังคม เช่น อาชญากรรม ยาเสพติด โสเภณี ฯลฯ
- ยิ่งนับวันอิทธิพลของสื่อมวลชนก็จะมีต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสถาบันอื่น ๆ ในสังคมที่เคยเป็นแหล่งข้อมูลหรือเบ้าหลอมบ่มเพาะประชาชนเริ่มอ่อนกำลังลง หรืออาจจะหมดความหมายไปเลย เช่น พ่อแม่ ครู พระสงฆ์ ฯลฯ ทำให้ขาดคู่แข่งชั้นด้านข้อมูล และสื่อมวลชนสามารถจะผูกขาดการเป็นแหล่งข้อมูลของสังคมอยู่ได้เพียงสถาบันเดียว
- ผลจากการที่มีการผูกขาดด้านแหล่งข้อมูลในสังคม คือ สื่อมวลชนและโดยส่วนใหญ่แล้ว ทัศนคติเรื่องต่าง ๆ ของสื่อมวลชนมักมีทิศทางไปในทางเดียวกัน สภาพสังคมเช่นนี้ ทำให้เกิดอาการขาด “ความหลากหลายทางความคิด” ประชาชนคิดและมองเรื่องต่าง ๆ เป็นอย่างเดียวกันหมด และหากผู้มีอำนาจสามารถยึดกุมสื่อมวลชนได้ นี่ก็จะเป็นทางนำสังคมไปสู่สภาวะของการเป็น “สังคมที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จ” (Totalitarian)

3. นานาทัศนะต่อ “มวลชน” (Mass)

ทั้งใน “สังคมมวลชน” “วัฒนธรรมมวลชน” และ “สื่อมวลชน” ล้วนมีองค์ประกอบย่อยที่สำคัญคือ “มวลชน” (Mass) ดังนั้นการที่นักวิชาการแต่ละท่านแต่ละสำนัก จะมีทัศนะต่อแนวคิดทั้ง 3 ออกไปด้านใดนั้น จึงเริ่มต้นตั้งแต่คำถามที่ว่านักวิชาการท่านนั้นมีแนวคิดต่อ “มวลชน” อย่างไร

ในยุคสมัยคลาสสิกเมื่อเกิดสังคมที่ประกอบด้วย “มวลชน” เป็นส่วนใหญ่ เช่น เมืองอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ ในประเทศอังกฤษ คุณสมบัติประการหนึ่งของมวลชนที่นักวิชาการทุกค่ายยอมรับก็คือ มวลชนเป็นกลุ่มคนที่มีความมากมาย



ในเชิงปริมาณ หากทว่าในเชิงคุณภาพแล้ว ยังมีข้อถกเถียงกันอยู่ว่าคุณภาพที่แท้จริงของมวลชนเป็นอย่างไร

นักวิชาการที่สังกัดกลุ่มชนชั้นสูงย่อมใช้ทัศนะแบบเจ้าขุนมูลนายมองดูกรรมกรผู้ใช้แรงงานที่ทำงานอยู่ตามโรงงานอุตสาหกรรมด้วยความรู้สึกเหยียดหยามอันเป็นความรู้สึกอย่างเดิม ๆ เช่นครั้งอดีต ในอีกด้านหนึ่ง กลุ่มนักวิชาการที่มองไปข้างหน้าและมองการเคลื่อนที่ไปของสังคม เช่น J.S.Mills ผู้ทำงานในวงการหนังสือพิมพ์ K.Marx ผู้ศึกษาปรัชญาสังคม นักวิชาการกลุ่มหลังนี้มีความเห็นว่า ในอนาคต การตัดสินใจทางการเมืองจะต้องอยู่ในมือของ “มวลชน” อย่างไรก็ตามนักวิชาการเหล่านี้ต่างยอมรับว่าคุณภาพของมวลชนที่จะแบกรับภารกิจในการตัดสินใจอนาคตของประเทศชาตินั้น ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ ดังนั้น J.S.Mills จึงมีข้อเสนอว่า มีสถาบันสังคมที่สำคัญ 2 สถาบัน คือ สถาบันการศึกษาและสถาบันสื่อมวลชนที่จะต้องทำหน้าที่ให้การศึกษายกระดับมวลชนขึ้นมา และนี่เป็นต้นกำเนิดแนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อมวลชน

ในยุคสมัยใหม่ อาจจะแยกกลุ่มทัศนะของนักวิชาการที่มีต่อแนวคิดเรื่อง “มวลชน” และ “สื่อมวลชน” ออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

(1) กลุ่มทัศนะแบบชนชั้นสูง (Elitist) กลุ่มแรกที่เริ่มวิจารณ์ “มวลชน” และ “สื่อมวลชน” คือ กลุ่มอนุรักษนิยมในประเทศอังกฤษที่เริ่มมองเห็นปรากฏการณ์การเฟื่องฟูของสื่อมวลชน เช่น นวนิยาย หนังสือพิมพ์ และนิตยสารในราว ๆ กลางศตวรรษที่ 19 พื้นฐานในการวิจารณ์ดังกล่าว มาจาก 2 แนวทาง คือ

- แนวทางแรก กลุ่มอนุรักษนิยมได้ให้คำนิยามของคำว่า “วัฒนธรรม” เอาไว้ว่าเป็นของสูง เป็นสิ่งที่ดีที่สุดในที่มนุษย์เคยคิดเคยพูดมา เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมในส่วนที่เกิดมาจากสื่อมวลชนซึ่งป้อนให้แก่มวลชนนั้น จึงมีลักษณะโน้ม “วัฒนธรรม” ให้ตกต่ำลงมา เพราะมวลชนเป็นกลุ่มคนชั้นล่างที่มีรสนิยมต่ำอยู่แล้ว ประจักษ์พยานที่ยังคงอยู่ก็คือ การตั้งฉายาบรรดาสื่อสมัยใหม่ เช่น Penny press , Nickel magazine, Dime novel (หนังสือพิมพ์เล่มละบาท นิตยสารเล่มละสลึง นวนิยายสิบสตางค์) อันเป็นทัศนะที่เหยียดหยาม “สื่อ” ที่ “มวลชน” กำลังใช้อยู่

- อีกแนวทางหนึ่งเกิดมาจากการกระทำของสื่อมวลชนเองด้วย เนื่องจากงานสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์มีกรอบการทำงานที่จำกัด เช่น เวลา ดังที่ได้รับ



ชื่อเล่นว่าเป็น “วรรณกรรมเร่ร่อน” การเขียนต้องมีลักษณะใสสีใสไขเพื่อกระตุ้นความสนใจคนอ่าน จนกระทั่งอาจเกินเลยออกไปเป็นการปั่นน้ำให้เป็นตัวที่เรียกว่า “หนังสือพิมพ์เหลือง” (Yellow Journalism) การเปลี่ยนแปลงทางภาษาที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็คือ ในขณะที่หนังสือของผู้ตีชั้นสูงของอังกฤษ จะใช้การเขียนแบบ “ร้อยกรอง” แต่หนังสือพิมพ์จะใช้ภาษาที่เป็น “ร้อยแก้ว”

แม้ว่าในระยะแรกๆ กลุ่มชนชั้นสูงจะต่อต้านมวลชนและสื่อมวลชนอย่างรุนแรง แต่จากพัฒนาการของสังคมที่คลี่คลายไป ในท้ายที่สุด ชนชั้นสูงก็ต้องยอมรับว่ามวลชนจะกลายเป็นแหล่งพลังอำนาจของสังคมเช่นเดียวกับสื่อมวลชน ดังนั้นจึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงท่าทีมาเป็นการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนว่าสื่อมวลชนจะต้องไม่ทำงานไปตามหลักธุรกิจหรือกลไกของตลาด ต้องไม่มุ่งตอบสนองความต้องการของมวลชน (ซึ่งไร้สาระ ฉาบฉวย รสนิยมต่ำ) หากทว่าสื่อมวลชนจะต้องมีลักษณะ “อยู่น่า” และ “บินสูง” กว่ามวลชน กล่าวคือต้องมีหน้าที่ยกระดับวัฒนธรรมของมวลชนให้สูงขึ้นมา แนวคิดดังกล่าวแสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมในปรัชญาของวิทยุกระจายเสียง BBC ของอังกฤษ

(2) กลุ่มที่มองเห็นการใช้อำนาจแบบเบ็ดเสร็จ (Totalitarian) นักวิชาการที่เริ่มนำเสนอแนวคิดแบบที่สองนี้ คือ กลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัยแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศเยอรมันที่มีประสบการณ์ชีวิตอยู่ในช่วงนาซีเรืองอำนาจ และได้สัมผัสกับข้อเท็จจริงที่ว่า กลุ่มนาซีได้ใช้สื่อมวลชนเพื่อการควบคุมมวลชนให้คิดและกระทำตามผู้ปกครองประเทศได้อย่างไร

นักวิชาการสำนักแฟรงค์เฟิร์ตให้คำอธิบายว่า มวลชนเยอรมันได้กลายเป็นกลุ่มคนที่ถูกผู้ปกครอง (นาซี) หลอกลงได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากพวกเขาถูกทำให้กลายเป็นปัจเจกบุคคลที่กระจัดกระจาย (atomized individual) ไร้ญาติขาดมิตรที่จะเป็นแหล่งตรวจสอบข้อมูล นอกจากนี้จะต้องขึ้นต่อสื่อมวลชนและบุคคลที่อยู่ในสื่อ เช่น ผู้นำประเทศ ดารา นักร้อง นักแสดง ฯลฯ และเนื่องจากสื่อมวลชนมีลักษณะการเร้าอารมณ์สูง ทำให้มวลชนที่มีสภาพเหมือนแกะมารวมกันเป็นฝูงอย่างไม่มีสายสัมพันธ์ต่อกัน มีลักษณะที่ถูกเร้าอารมณ์ได้โดยง่ายปราศจากการฝึกฝนให้รู้จักคิดใช้เหตุผลไตร่ตรอง

นักวิชาการกลุ่มนี้จึงให้ข้อสรุปว่า ด้วยอำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีอย่างมากมายชนิดที่สื่ออื่น ๆ ที่เคยมีมาก่อนหน้าไม่เคยมี เช่น สามารถเข้าถึง



คนจำนวนมากมายมหาศาลในเวลาเดียวกัน สามารถสร้างผลกระทบได้โดยตรง และฉับพลัน ทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นเครื่องมือชั้นพิเศษที่กลุ่มผู้ปกครองประเทศสามารถนำมาใช้เพื่อสถาปนาสังคมที่มีการใช้อำนาจแบบเบ็ดเสร็จ และนี่เป็นจุดที่อันตรายที่สุดของสื่อมวลชนดังที่แสดงออกในงานภาพยนตร์ของ G.Orwell ในเรื่อง 1984 (เป็นหนังสือที่เขียนในปี 1948 เมื่อฮิตเลอร์ครองอำนาจ) ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สื่อมวลชน คือ (โทรทัศน์) จะกลายเป็น “ลูฟพี่ใหญ่” (Big Brother) ที่ควบคุมอิสระเสรีภาพทางความคิดของคนในสังคมทั้งหมด

ในขั้นต่อมา ได้มีผู้คัดค้านแนวคิดที่มีต่อมวลชนและโดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดที่มีต่อสื่อมวลชนของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตนี้ โดยมีข้อเสนอว่า หากบรรดาสถาบันเก่า ๆ ของสังคมเสื่อมสลายหรือหมดความหมายไปแล้ว สื่อมวลชนในฐานะสถาบันใหม่ของสังคมก็ควรที่จะเข้าทำหน้าที่ทดแทนสถาบันเก่า ๆ เหล่านั้น ดังนั้น สื่อมวลชนจึงควรเป็นเพื่อนบ้านที่ไว้ใจได้ เป็นพ่อแม่ เป็นครู เป็นเพื่อน เป็นพระ ฯลฯ กล่าวคือ เป็นที่พึ่งสุดท้ายของประชาชน

นอกจากนั้น ยังมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า คำว่า “สถาบันสื่อมวลชน” นั้น มิได้มีลักษณะเป็นเอกภาพแบบเดียวกันหมด ดังนั้น แม้ว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่ อาจจะถูกฮิตเลอร์หรือผู้มีอำนาจนำเอาไปใช้เป็นเครื่องมือ แต่ก็มีหลักฐานมากมายทางประวัติศาสตร์ที่พบว่าสื่อมวลชนบางส่วนไม่ได้ยอมสยบให้แก่เผด็จการและได้ต่อสู้มาโดยตลอด ดังนั้นข้อสรุปของสำนักแฟรงค์เฟิร์ตจึงไม่อาจนำมาสรุปรวมได้

(3) กลุ่ม Pluralistic - Liberal กลุ่มนี้มีทัศนะพื้นฐานที่มอง “มวลชน” ในด้านบวก โดยผู้ที่มาจุดประกายความคิดได้แก่ Montesquier ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้เป็นทูตจากฝรั่งเศสไปประจำอยู่ในอเมริกา เมื่อ Montesquier ได้เห็นรูปแบบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่มีมวลชนเป็นผู้มีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเต็มที่แล้ว เขาก็มีความรู้สึกชื่นชมมาก และทำนายว่ารูปแบบดังกล่าวจะเป็นรูปแบบหลักสำหรับทุกสังคมในอนาคต อย่างไรก็ตาม เขาก็อยอมรับว่ามวลชนนั้นยังขาดคุณภาพ จึงจำเป็นต้องอาศัยระบบการศึกษาและสถาบันสื่อมวลชนในการยกระดับคุณภาพของมวลชน

กลุ่มนักวิชาการอเมริกัน เช่น E.Shils + D.Bells เป็นผู้ที่สานต่อแนวคิดดังกล่าว กล่าวคือ นักวิชาการกลุ่มนี้จะมองพลังมวลชนในแง่บวก โดยถือว่าจุดอ่อนที่เห็นอยู่ของมวลชนนั้นเป็นเพียงระยะผ่านชั่วคราวเท่านั้น หลังจากนี้



มวลชนมีวุฒิภาวะเต็มที่แล้ว ข้อต่อทั้งหลายก็จะหายไป มวลชนจะกลายเป็นกลุ่มที่เอาการเอางานในสังคม (active) มีความรู้เท่าทันเหตุการณ์ และตัดสินใจบนข้อมูลอย่างมีเหตุผล

ส่วนสังคมมวลชนนั้นจะเป็นสังคมที่มีความเสมอภาคเป็นหลักในทุกด้าน และมีความยุติธรรมเสมอภาคมากกว่าทุกสังคมที่มนุษยชาติเคยมีมา เช่น สถาบันสื่อมวลชนจะเป็นเวทีที่เปิดให้กลุ่มคนที่หลากหลายจากทุกกลุ่มได้เข้าไปมีส่วนร่วม (นี่เป็นที่มาของคำว่า “Pluralistic”) และสื่อมวลชนเองก็จะเป็นสถาบันที่มีเสรีภาพที่จะดำเนินการตามหลักการประชาธิปไตยแบบเสรีนิยม

แม้ว่าทั้ง 3 กลุ่มนักคิดที่กล่าวมานี้ จะมีทัศนะที่แตกต่างกันในเรื่องท่าทีและการประเมิน “มวลชน” และ “สื่อมวลชน” หากทว่าจุดร่วมที่ทั้ง 3 กลุ่มต่างมีเหมือนกันก็คือ ความเชื่อในพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อมวลชน ที่อาจจะถูกนำไปใช้ในทางบวกหรือทางลบก็ตาม และนี่คือตัวอย่างของกลุ่มทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful media) ที่ให้คำอธิบายพื้นฐานว่า เมื่อบริบทของสังคมได้กลายเป็น “สังคมมวลชน” ไปแล้ว สื่อสำหรับสังคมประเภทนี้ย่อมเป็น “สื่อมวลชน” นั่นเอง

4. ความรุ่งเรืองและความเสื่อมทรุดของทฤษฎีสังคมมวลชน

ทฤษฎีสังคมมวลชนและสื่อสารมวลชนถือเป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในยุคแรก ๆ และได้ผ่านยุคสมัยแห่งความรุ่งเรืองและความเสื่อมทรุดมาเป็นระยะ ๆ โดยมีตัวแปรต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การปฏิบัติงานของตัวสื่อเอง ยุคที่มีการแข่งขันอย่างเลือดเข้าตา ยุคที่สื่อมวลชนมีวุฒิภาวะแล้ว ฯลฯ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ยุคแรก เริ่มเมื่อกลางศตวรรษที่ 19 ในยุคสมัยนี้ ระบบสังคมที่สื่อมวลชนชนิดแรก คือ หนังสือพิมพ์ถือกำเนิดขึ้นมานั้น ยังเป็นสังคมแบบศักดินา (Feudal) ที่มีลำดับชั้น มีอภิสิทธิ์ทางสังคมที่แตกต่างกันอย่างมาก ดังนั้นภารกิจพื้นฐานของสื่อมวลชนเช่นหนังสือพิมพ์จึงเป็นการต่อสู้เพื่อให้ได้อิสระเสรีภาพทางความคิด ความเสมอภาคทางชนชั้น และความยุติธรรมในสังคม (ทุกวันนี้ ยังปรากฏรอยสลักดังกล่าวในสถาบันหนังสือพิมพ์ แม้ว่าอาจจะเจือจางไป) ภาพลักษณ์ของคนในวงการสื่อ จึงเป็นเสมือนวีรบุรุษของสังคม สถานภาพของ



สื่อมวลชนจึงค่อนข้างมีเกียรติภูมิ อยู่แถวหน้าเพื่อนำมวลชนไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ในช่วงเวลานี้ภาพลักษณ์ของสื่อมวลชนในสังคมมวลชนเป็นไปในทางบวกอย่างมาก

ยุคที่สอง สำหรับในสังคมสมัยใหม่มาก ๆ เช่น อเมริกา ซึ่งไม่มีอุปสรรคด้านชนชั้นของอิทธิพลเก่า หากว่ามีปัจจัยใหม่คือ การแข่งขันกันทางธุรกิจอย่างรุนแรง Baran & Davis (1995) ได้หยิบยกกรณีของ William Randolph Hearst (ที่เติบโตมาในวงการหนังสือพิมพ์พร้อม ๆ กับ Pulitzer) มาแสดงให้เห็นภาพโดยทั่วไปของสื่อมวลชนในขณะนั้น Hearst มีชื่อเสียงในฐานะนักหนังสือพิมพ์ที่ชอบไปกว้านซื้อหนังสือพิมพ์ที่กิจการล้มละลายแล้วนำมาปรับปรุงด้วยวิธีการรายงานข่าวแบบใส่สีใส่ไข่ พาดหัวให้ตื่นเต้นหรือหวา ใช้ภาพที่เร้าอารมณ์ อันมีผลทำให้หนังสือพิมพ์ของเขาขายดีอย่างมาก อย่างไรก็ตาม จากปัจจัยการแข่งขันกันอย่างดุเดือดของธุรกิจสื่อมวลชน ก็ทำให้เรื่องความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและต่อสังคมหย่อนยานลงไป จนมีผลทำให้ภาพลักษณ์และสง่าราศีของสื่อมวลชนหมองมัวไป

ยุคที่สาม ในยุคนี้ เริ่มมีการตั้งคำถามกับสื่อมวลชนว่า เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนสมควรที่จะมีบทบาทอะไรบ้าง เนื่องจากคำถามเก่า ๆ เกี่ยวกับเรื่อง **อิสระเสรีภาพ** ของสื่อมวลชนนั้นได้คลี่คลายไปแล้ว และกลายมาเป็นคำถามใหม่ในเรื่อง **ความรับผิดชอบต่อ** ของสื่อมวลชน (การคลี่คลายนี้จะเห็นได้อย่างชัดเจนในการเกิดทฤษฎี Normative ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป) สำหรับการประเมินบทบาทของสื่อมวลชนนั้น นักทฤษฎียังไม่สามารถจะให้คำตอบที่แน่นอนลงไปได้ เพราะมีบางกรณีที่สื่อมวลชนได้แสดงบทบาทในทางบวกมาก เช่น การโน้มน้าวให้ประชาชนอเมริกันหันมาต่อต้านสงครามเวียดนาม แต่ในบางกรณีสื่อมวลชนก็ทำอะไรไม่ได้มากหรือบางกรณีสื่อมวลชนกลับเป็นผู้สร้างประชามติอย่างผิด ๆ

ยุคที่สี่ ในยุคนี้บริบททางสังคมเริ่มเปลี่ยนแปลงไป บรรดานักวิชาการสายประวัติศาสตร์สื่อมวลชน เริ่มหันกลับไปตรวจสอบบทบาทของสื่อมวลชนที่เคยมีมาในอดีต และลงความเห็นว่า มีหลายกรณีที่เดียวที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลในการชักนำหายนะมาสู่สังคม เช่น หนังสือพิมพ์ของ Hearst มีส่วนกระตุ้นให้เกิดสงครามระหว่างอเมริกาและสเปน สื่อมวลชนมีส่วนสร้างบรรยากาศให้มีการตัดสินใจทิ้งระเบิดปรมาณูที่อิโรชิมา เป็นต้น ในอีกด้านหนึ่ง สภาพการ



แข่งขันอย่างดุเดือดได้จบสิ้นลงด้วยการมีผู้ที่ชนะอยู่เพียงไม่กี่ราย และสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ก็เข้าสู่ยุคผูกขาด ในยุคที่ผูกขาดนี้ ในอีกด้านหนึ่งยังหมายถึง ความมีเสถียรภาพและมีวุฒิภาวะของหนังสือพิมพ์อีกด้วย หนังสือพิมพ์จึงได้เริ่ม “กวาดบ้าน” และจัดแถวของตัวเอง เช่น Pulitzer ได้ตั้งรางวัลแก่นักข่าวดีเด่น เช่นเดียวกับ Hearst ที่ได้ตั้งมูลนิธิส่งเสริมหนังสือพิมพ์ขึ้นมา มีการกำหนด หลักเกณฑ์ร่วมกันในการทำงานหนังสือพิมพ์ที่เรียกว่า “Canon of Journalism” ที่ยึดหลักการสำคัญว่าหัวใจของการรายงานข่าวก็คือ ต้องเป็นเรื่องจริงเท่านั้น

ยุคที่ห้า ในกลางศตวรรษที่ 20 เริ่มมีการเจริญเติบโตของสื่อใหม่ ๆ เช่น วิทยุและโทรทัศน์ที่มีที่ท้าวว่าจะมีอิทธิพลที่มาแรงกว่าหนังสือพิมพ์ ดังนั้น ในวงวิชาการจึงเริ่มมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของสื่อตัวใหม่ ๆ เหล่านี้ นอกจากนี้ ประเด็นในเรื่องอำนาจอิทธิพลของสื่อก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเรื่องการเมือง ระดับชาติ เรื่องสงคราม การเลือกตั้ง กลายมาเป็นเรื่องของสังคม วัฒนธรรม ชีวิตครอบครัว ชีวิตประจำวัน ฯลฯ ตามลักษณะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มี ลักษณะเป็นสื่อใช้ในบ้านและเป็นเรื่องราวในบ้าน (domestic media) ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่องผลกระทบของการมีโทรทัศน์จะทำให้ครอบครัวแบบไหน (เช่น ครอบครัวเดี่ยว / ครอบครัวขยาย) มีการใช้เวลาภายในหมู่สมาชิกครอบครัว มากขึ้น หรือน้อยลง เป็นต้น

ความสนใจเรื่องอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีในสังคมมวลชน ยังคงมีความสำคัญในวงการศึกษามาจนถึงกลางศตวรรษที่ 20 นี้ จึงค่อย ๆ เปิดทางให้ทฤษฎีใหม่ ๆ เข้ามา อย่างไรก็ตาม งานวิจัยถึงผลกระทบที่อาจมีของ สื่อ นั้น ยังคงมีความสำคัญในระดับขอขาดขาดตายสำหรับสื่อมวลชน ทั้งนี้ เนื่องจากในบรรยากาศของประเทศตะวันตก เช่น อเมริกา จะมีการออกกฎหมาย ควบคุมสื่อมวลชนโดยอาศัยผลจากการศึกษาวิจัยเป็นหลัก ฉะนั้น ทั้งสื่อมวลชนเอง และทั้งรัฐ / สังคม จึงเอาจริงเอาจังกับการศึกษาวิจัยทฤษฎีเรื่องผลกระทบของสื่อ ที่มีในสังคมสมัยใหม่อยู่ตลอดเวลา



เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S. & Davis , D. (1995)
Mass Communication Theory, Wadsworth Publishing Company
2. DeFluer, M. & S.Ball - Rokeach (1989)
Theories of Mass Communication (5 ed) , Longman.
3. กาญจนา แก้วเทพ (2529)
“สังคมมวลชน วัฒนธรรมมวลชน และการสื่อสารมวลชน” วารสาร
นิเทศศาสตร์ ปีที่ 7 : 2529 (ภาคปลาย), คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทที่ 5

Magic Bullet Theory



1. บริบทของทฤษฎี Magic Bullet

หนึ่งในทฤษฎีสื่อสารมวลชนในยุคแรกที่เชื่อในเรื่องพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อได้แก่ทฤษฎีที่รู้จักกันในหลายชื่อ เช่น ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory) ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodemic Theory) Transmission Belt Theory (ชื่อเหล่านี้ล้นแล้วแต่มาตั้งภายหลังทั้งสิ้น) ต้นกำเนิดของทฤษฎีกระสุนปืนนั้นมาจากภาคปฏิบัติการพิเศษชนิดหนึ่งที่เรียกว่า "การโฆษณาชวนเชื่อ" (Propaganda) ในบริบทพิเศษช่วงหนึ่งของสังคมตะวันตก

การโฆษณาชวนเชื่อซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวขนาดใหญ่ (Persuasive Communication) เกิดมาจากสภาวะที่เป็นจริงในช่วงทศวรรษแรกของศตวรรษที่ 20 นี้ ในช่วงเวลาดังกล่าว ประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและอเมริกากำลังเผชิญหน้ากับสภาวะแบบใหม่ คือ สงครามโลกครั้งที่ 1 ซึ่งเป็นสงครามแบบที่ไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ เนื่องจากสงครามที่เคยเกิดมาก่อนหน้านั้น ล้วนแล้วแต่เป็นสงครามเฉพาะภายในหมู่ทหารเท่านั้น พลเรือนจะไม่มีบทบาทเกี่ยวข้องด้วยเลย หากทว่าในสงครามโลกนั้น ประชาชนทุกคนของประเทศที่เข้าร่วมสงครามจะต้องมีส่วนร่วมไปในทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น ส่งกำลังบำรุง ส่งเงินไปช่วยรบ ให้กำลังใจ เป็นสหายหาข่าว ฯลฯ งานทั้งหมดนี้ส่วนใหญ่เป็นงานอาสาสมัคร

แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง สังคมในประเทศยุโรปและอเมริกาเริ่มกลายเป็นสังคมที่มวลชนอยู่กันอย่างแตกแยกเป็นปัจเจก (atomized mass) มิใช่เป็นสังคมเผ่าหรือชุมชนหมู่บ้านที่หัวหน้าเผ่าจะใช้วิธีปลุกใจให้ทุกคนในเผ่าเข้าร่วมรบด้วยการตีกลองหรือทำพิธีกรรมเต้นรอบกองไฟต่อไปได้อีกแล้ว ดังนั้น ผู้นำประเทศจึงหันมาหาสื่อที่เป็นหลักของสังคมมวลชน คือ สื่อมวลชน และได้นำมาพัฒนากลยุทธ์ต่าง ๆ ในการปลุกเร้าโฆษณาชวนเชื่อให้ประชาชนทุกคนเห็นด้วยและให้ความร่วมมือในการทำสงคราม

2. พัฒนาการของการโฆษณาชวนเชื่อ

เนื่องจากทฤษฎีกระสุนปืนถือกำเนิดมาจากภาคปฏิบัติการของการโฆษณาชวนเชื่อ ดังนั้นจึงควรที่จะทำความเข้าใจกับการโฆษณาชวนเชื่อเสียก่อน การโฆษณาชวนเชื่อมิใช่ผลิตรกรรมของสหรัฐอเมริกาอย่างที่มักจะเข้าใจกัน



หากทว่าปฏิบัติการดังกล่าวมีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 6 โดยกลุ่มของพระสงฆ์คาทอลิกคณะเยซุอิตชื่อ The Society for the Propagation of The Faith ในขณะนั้นความหมายของคำว่า “Propagation” หมายถึงการใช้ การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความเชื่อและความคาดหวังของผู้ที่สื่อสาร เป้าหมายของ นักโฆษณาชวนเชื่อคือการเปลี่ยนการกระทำของผู้คน และเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังกล่าว ในเบื้องต้น นักโฆษณาจะต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ประชาชนรับรู้ ตัวเองและรับรู้โลกเสียก่อน ในการนี้เครื่องมือการสื่อสารทุกชนิดจะถูกนำมาใช้ รวมทั้งวิทยุและภาพยนตร์ สื่อตัวใหม่ที่เกิดมาในช่วงทศวรรษ 1930

จากการโฆษณาชวนเชื่อของยุคแรกที่เคยใช้ในแวดวงศาสนา แนวคิด ดังกล่าวได้เริ่มมาเพื่อฟุ้งอีกครึ่งหนึ่งในช่วงสงครามโลกดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ประเทศต่าง ๆ ที่เข้าร่วมสงครามต่างได้ค้นคิดกลยุทธ์และวิธีการนำสื่อมาใช้ในการ โฆษณาชวนเชื่อให้แยบยลยิ่งขึ้น และเนื่องจากความหลากหลายของการ โฆษณาชวนเชื่อที่เกิดขึ้นในช่วงสงคราม ทำให้นักทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อได้จำแนก ประเภทของการโฆษณาชวนเชื่อออกเป็น 3 แบบ คือ แบบสีขาว สีดำ และสีเทา การโฆษณาชวนเชื่อแบบสีดาก็คือ การโฆษณาแบบที่ตั้งใจจะใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อการโกหกหลอกลวงเป็นการเฉพาะ เช่น ในกรณีการโฆษณาของพวกนาซี ส่วนการโฆษณาชวนเชื่อแบบสีขาว คือการโฆษณาที่ตั้งใจจะขจัดการเผยแพร่ ความคิดและข้อมูลที่เป็นอันตราย รวมทั้งการใส่ข้อมูลด้านบวกเพื่อเบนความสนใจ ของประชาชนออกไปจากเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นอยู่ ส่วนการโฆษณาแบบ สีเทาที่รวมเอาทั้งการเผยแพร่ข้อมูลและแนวคิดที่อาจจะมิทั้งจริงและลวงปน ๆ กันไป อย่างไรก็ตาม เมื่อนำเอาหลักการนี้มาตัดสินใจว่าจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ ชั้นดีหรือชั้นเลวแล้วก็ยากที่จะกระทำได้ เพราะหากการโฆษณาชวนเชื่อ นั้น ให้ผลประโยชน์แก่ฝ่ายของผู้ตัดสิน ก็น่าจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อสีขาวอย่าง แน่นนอน หรือพูดอย่างง่าย ๆ ว่าการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายเราย่อมมาจาก เจตนาดี (ไม่ว่าจะพูดจริงหรือโกหกก็ตาม) ส่วนการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่าย ตรงข้ามย่อมเป็นสีดำ (ไม่ว่าจะพูดจริงหรือโกหกก็ตามเช่นกัน)

ในช่วงระหว่างสงครามโลกระหว่างฝ่ายพันธมิตรกับฝ่ายอักษะ ผลงานโฆษณาชวนเชื่อจากฝ่ายพันธมิตรที่แสดงออกมามีลักษณะเด่นชัด ภาพลักษณ์ของฝ่ายสหรัฐก็คือ ผู้รักสัจจะความยุติธรรม และเสรีภาพ (ตามแบบ



อเมริกันสไตล์) ส่วนภาพลักษณ์ของฝ่ายอักษะก็จะมีลักษณะตรงกันข้ามคือ หลอกลวง ขั้วร้าย ขอบกตคนให้เป็นทาสแบบลัทธิอำนาจสมบูรณ์เบ็ดเสร็จ (Totalitarianism) แน่แน่นอนว่า งานโฆษณาของฝ่ายนาซีและคอมมิวนิสต์ย่อม เป็นไปในอีกแบบหนึ่ง และสำหรับการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายนาซีที่ปลูกฝัง คนเยอรมันทั่วประเทศให้เกลียดชังชาวยิวในฐานะผู้ที่จะมาทำลายเผ่าพันธุ์อารยัน อันสูงส่งของเยอรมันนั้น ฝ่ายนาซีได้ใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการควบคุม และเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อรวมทั้งการกระทำของประชาชนเยอรมัน

ในยุคที่สามของพัฒนาการของการโฆษณาชวนเชื่อ แม้ว่าสงครามโลก ครั้งที่ 1 จะจบสิ้นลงแล้ว หากว่าการใช้การโฆษณาชวนเชื่อกลับไม่สิ้นสุดตาม ไปด้วย แต่กลับมีบทบาทขยายตัวต่อไปอีก โดยเฉพาะในสังคมอเมริกันและยุโรป ในครั้งนี้ วิทยุและภาพยนตร์ สื่อตัวใหม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ ทางการเมืองระหว่างค่าย/พรรคการเมืองต่าง ๆ ตัวอย่างเช่นในสหรัฐที่มีการ ต่อสู้ทางการเมืองอย่างเข้มข้นระหว่างปีกของพรรคการเมืองขนาดใหญ่ที่อยู่ใน อำนาจกับพรรคการเมืองเล็ก ๆ ที่พยายามท้าทายอำนาจที่มีอยู่ ในขณะที่วิทยุ และภาพยนตร์ตกอยู่ในการควบคุมของฝ่ายที่มีอำนาจ ปีกของกลุ่มผู้ท้าทายก็ จำเป็นต้องหันมาใช้สื่อแบบเก่า ๆ เช่น โบปลิว โปสเตอร์ และการชุมนุมประท้วง อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์ความเป็นจริงในสังคมเอื้ออำนวย (เช่น เศรษฐกิจ ตกต่ำ เงินเฟ้อ ภาวะว่างงาน) แม้แต่การใช้สื่อแบบโบราณนี้ก็ยังสามารถให้ผลที่มี ประสิทธิภาพไม่แพ้สื่อใหม่ ๆ ที่มีขนาดใหญ่เช่นกัน

ด้วยความสามารถของบรรดากลุ่มผู้ท้าทายทั้งหลาย ทำให้ผู้ปกครอง ในอเมริกาเริ่มวิตกกังวลในงานโฆษณาชวนเชื่อของกลุ่มต่อต้านอำนาจ และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเห็นการขยายตัวของอิทธิพลความคิดสังคมนิยมและ คอมมิวนิสต์ในยุโรปที่ไม่เพียงแต่มีอิทธิพลในระดับความคิดเท่านั้น หากแต่ยัง สามารถเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างพลิกฟ้าคว่ำแผ่นดินได้อีกด้วย ดังนั้นกลุ่มผู้ ปกครองอเมริกันจึงเริ่มให้เงินสนับสนุนนักวิชาการตามมหาวิทยาลัย ให้ทำการ วิจัยศึกษาวิธีการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อให้ได้คำตอบที่แท้จริงอันจะนำมาสู่การวางแผน เพื่อตอบโต้หรือควบคุม ด้วยเหตุนี้ ความเข้าใจต่อเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ อย่างเป็นทางการโดยระบบระเบียบด้วยวิธีการศึกษาที่เป็นวิทยาศาสตร์จึงก่อตัวขึ้นในวงวิชาการ และในเวลาเดียวกัน ก็ก่อให้เกิดการโต้แย้งกันบนพื้นฐานทางวิชาการมากขึ้น



กว่าเดิมที่การโฆษณาชวนเชื่อจะตกอยู่ในบริบททางการเมืองอยู่ตลอดเวลา

3. ความเชื่อบางประการของการโฆษณาชวนเชื่อ

เนื่องจากทฤษฎีกระสุนปืนนั้นก่อตัวมาจากการโฆษณาชวนเชื่อ ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงรับเอาความเชื่อพื้นฐานบางประการมาจากการโฆษณาชวนเชื่อ เช่น

(3.1) โดยพื้นฐานแล้ว นักโฆษณาชวนเชื่อในฐานะผู้ส่งสารจะมีทัศนคติแบบ “ผู้ที่เหนือกว่า” (elitist) ถือตัวว่าเป็นผู้ที่ “มีความเข้าใจดีกว่า” (paternalistic) กว่าผู้รับสารของตน พวกเขามีความเชื่อว่า ประชาชนผู้รับสารต้องการการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ความเชื่อ และการกระทำเพื่อผลประโยชน์ของผู้รับสารเอง มิใช่เพื่อผลประโยชน์ของฝ่ายนักโฆษณา ทัศนศึกษดังกล่าวก็เป็นทัศนคติเดียวกับกลุ่ม Impact Theory ด้านสื่อมวลชนนั่นเอง

(3.2) หากจำเป็นต้องมีการนำเอาการโกหก หลอกลวง บิดเบือนข้อมูล มาใช้เป็นกลยุทธ์การโฆษณาชวนเชื่อแล้ว นักโฆษณาชวนเชื่อจะให้เหตุผลว่าทั้งหมดนั้นต้องทำไปเนื่องมาจากความจำเป็นเพราะลักษณะที่อ่อนด้อยของ ฝ่ายประชาชนผู้รับสาร ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนนั้นมีลักษณะไร้เหตุผล ไร้การศึกษา หรือไร้ซึ่งความสนใจในการคิดพิจารณาไตร่ตรอง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องล่อลวงใช้กำลังบังคับ หรือล่อหลอกให้เรียนรู้กับข้อมูลที่ผิดพลาด เหตุผลง่าย ๆ สนับสนุนความชอบธรรมของนักโฆษณาชวนเชื่อก็คือ ถ้าประชาชนรู้จักคิดรู้จักใช้เหตุผลได้เอง เราก็ไม่ต้องอธิบายทุกอย่างให้ฟัง พวกเขาก็จะเข้าใจได้เอง แต่ส่วนใหญ่แล้ว ทุกอย่างมิได้เป็นเช่นนั้น (เป็นทัศนคติที่มองผู้รับสารแบบเด็ก ๆ ที่ต้องมีการล่อหลอกให้เห็นคล้ายตาม) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเวลาที่ประชาชนเข้ามาสู่แวดวงของการเมือง พวกเขาก็จะมีลักษณะเหมือนเด็ก ๆ ที่ไม่รู้จักรับฟังคำอธิบายที่มีเหตุมีผล

(3.3) นักโฆษณาชวนเชื่อมีเหตุผลที่รองรับหลักการที่ว่า “ต้องเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายเราเท่านั้น และต้องปิดกั้นข่าวสารของฝ่ายตรงข้าม” ทั้งนี้เนื่องจากพวกเขาเชื่อว่า โดยทั่วไปแล้วประชาชนนั้นจะถูกหลอกลวงได้โดยง่ายจะตกเป็นเหยื่อของคนทีฉลาดกว่า ดังนั้นจึงไม่อาจอนุญาตให้ประชาชนรับฟังข่าวสารของทั้งสองฝ่ายได้ เพราะความสับสนจะเกิดตามมา

(3.4) หลักการพื้นฐานที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการปฏิบัติงานของนัก



โฆษณาชวนเชื่อก็คือ “หากมีเป้าหมายที่ถูกต้องแล้ว วิธีการที่จะบรรลุนั้นจะเป็นอะไรก็ได้ ไม่ว่าจะ เป็นวิธีการที่ถูกต้องหรือไม่ก็ตาม (The end justifies The means) ดังนั้น วิธีการพูดความจริงเพียงครั้งเดียว วิธีการโกหกอย่างตรง ๆ จึงเป็นทั้งวิธีการที่ถูกต้องและจำเป็น ที่จะต้องนำมาใช้ เพื่อให้ประชาชนยกเลิกความคิดที่ผิดพลาดและรับแนวคิดใหม่ที่นักโฆษณาย้ายทอดให้

นักโฆษณาชวนเชื่อจะไม่ลังเลใจเลยที่จะใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า การเผยแพร่ข่าวสารที่ผิด ๆ (disinformation) ที่อาจจะบิดเบือนความจริง หรือปั้นแต่งข้อมูลขึ้นมาเองเพื่อที่จะสร้างความเสียหายให้แก่ฝ่ายตรงข้าม และโดยทั่วไป จะมีการปกปิดแหล่งข่าวที่เผยแพร่ข้อมูลจอมปลอมเหล่านี้มิให้สาวมาถึงตัวนักโฆษณาชวนเชื่อได้

4. เนื้อหาและบริบททางสังคมของทฤษฎีกระสุนปืน

จากที่ได้กล่าวมาจากข้างต้นถึงภาคปฏิบัติการของการโฆษณาชวนเชื่อในช่วงเวลาสงครามและยังคงมีหลักฐานสนับสนุนอีกหลายประการที่ต่อเนื่องมาจนถึงในช่วงเวลาที่สังคมอยู่ในภาวะปกติ (ดังจะได้กล่าวต่อไป) บริบทของปรากฏการณ์ที่เป็นจริงในสังคมนี้ช่วยตอกย้ำความเชื่อที่ว่าในการโน้มน้าวความคิดเห็น ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารนั้น สื่อมวลชนเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวดังกล่าว

ดังนั้น เนื้อหาสาระที่สำคัญของทฤษฎีกระสุนปืน ก็คือ ทักษะที่มีความเชื่อถือในศักยภาพของสื่อมวลชนที่ว่า จะสามารถฉีดยา “เนื้อหาข่าวสารแบบหนึ่ง” (เป็นลูกกระสุนหรือตัวยาในเข็ม) เข้าไปยังกลุ่มผู้รับสารทุกกลุ่ม ซึ่งเปิดรับสารด้วยวิธีการเดียวกันและสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างฉับพลัน และโดยตรงอย่าง ที่ผู้ส่งสารตั้งใจเอาไว้

ถึงแม้ว่า ในยุคสมัยปัจจุบัน เราอาจจะมองดูว่า ความเชื่อดังกล่าวนี้น่าจะไร้เดียงสาและง่ายจนหยาบ (Simplistic) ก็ตาม แต่หากว่าเมื่อนึกย้อนกลับไปถึงยุคสมัยที่ทฤษฎีกระสุนปืนก่อตัวขึ้นมานั้น เราก็จะพบว่า มีบริบททางสังคมหลายประการที่โน้มน้าวให้ผู้คนเกิดความเชื่อถือในพลังอำนาจของสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่เพิ่งเริ่มปรากฏโฉมขึ้นมา ตัวอย่างเช่น

(4.1) ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ทั้งฝ่ายพันธมิตรและฝ่าย



นาซีต่างก็ใช้สื่อมวลชนแบบต่าง ๆ ในการทำสงครามโฆษณาชวนเชื่ออย่างได้ผล อิตเลอร์ประสบความสำเร็จอย่างมากในการใช้สื่อวิทยุปลุกกระตมความร่วมมือของประชาชนเยอรมัน เช่นเดียวกับที่สหรัฐใช้ภาพยนตร์ปลุกเร้าให้คนหนุ่มอเมริกันกระโดดเข้าร่วมสงครามด้วยการสมัครเข้าเป็นทหาร

(4.2) ในกรณีของสหภาพรัสเซีย ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมจากระบบที่เคยปกครองด้วยพระเจ้าซาร์มาเป็นระบบสังคมนิยม อันถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกฟ้าคว่ำแผ่นดิน พรรคบอลเชวิคของรัสเซียได้ใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความคิดของประชาชน (ซึ่งยอมเปลี่ยนแปลงช้ากว่าสภาพความเป็นจริง) ให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม

(4.3) ในสหรัฐอเมริกา ระหว่างทศวรรษ 1920 มูลนิธิ Payne ได้ให้เงินสนับสนุนการวิจัยขนาดใหญ่เพื่อตรวจสอบว่าภาพยนตร์ สื่อตัวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในกลางทศวรรษ 1920 นั้น (ครอบคลุมนับล้านของคอนอเมริกาณดูหนังทุกสัปดาห์ เด็กอเมริกันอายุต่ำกว่า 14 ปี จำนวน 45 ล้านคน รวมอยู่ในกลุ่มผู้ชมนั้น) ได้สร้างผลกระทบอะไรให้แก่เด็ก ๆ บ้าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความวิตกกังวลของสังคมที่มีต่ออิทธิพลของสื่อมวลชนแบบใหม่

(4.4) มีเหตุการณ์ที่น่าตื่นตระหนกอีกครั้งหนึ่งเกี่ยวกับอิทธิพลที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน รวดเร็วและโดยตรงจากสื่อวิทยุ เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม ในปี ค.ศ.1938 Orson Welles นักจัดรายการวิทยุต้องการจะเล่นตลกในวันดังกล่าว จึงทำละครวิทยุเรื่อง The Invasion From Mars ที่มีเรื่องราวว่าด้วยมนุษย์จากดาวอังคารมาบุกโลก Welles ได้ใช้เทคนิครูปแบบการอ่านข่าวมาเป็นไตเติ้ลของละคร ซึ่งมีผลทำให้ประชาชนผู้ฟังตกอกตกใจอย่างมาก เพราะคิดว่าเป็นเรื่องจริง และมีปฏิกิริยาตอบโต้อย่างซุลมุนุ่นวาย เหตุการณ์ครั้งนี้ได้ช่วยตอกย้ำทัศนะที่เชื่อว่าสื่อมวลชนสามารถสร้างผลกระทบอย่างมหาศาลให้แก่ผู้รับสารได้ อย่างไรก็ตาม ในระยะเวลาต่อ ๆ มา ผลจากการวิจัยหลาย ๆ ชิ้น ที่พยายามพิสูจน์ขอบเขตของศักยภาพของสื่อมวลชน และปรากฏการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะได้ปรับเปลี่ยนทัศนะเรื่องผลกระทบอันมหาศาลของสื่อไป ดังจะได้กล่าวถึงในทฤษฎีต่อ ๆ ไป



5. ทฤษฎีสังคมศาสตร์ที่หนุนหลังการโฆษณาชวนเชื่อ

Baran + Davis (1995) วิเคราะห์ว่าทฤษฎีเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อในช่วงทศวรรษ 1930 นั้นมีทฤษฎีหนุนหลังอยู่ 3 ทฤษฎี คือ Behaviorism Freudianism และ Magic Bullet Theory โดยที่แต่ละทฤษฎีมีสาระที่สำคัญ ๆ ดังนี้

(5.1) Behaviorism ทฤษฎีนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Stimulus - Response Theory (หรือ S - R Theory) ที่มี John B. Watson เป็นผู้นำเสนอแนวคิด Watson เป็นนักจิตวิทยาทดลองที่ทำการศึกษามาจากการทดลองกับสัตว์เป็นส่วนใหญ่ แต่เขาก็กล่าวว่า หลักเรื่องสิ่งเร้า - การตอบสนองที่พบในกรณีของสัตว์นั้น สามารถนำมาใช้อธิบายกับมนุษย์ได้เช่นกัน กล่าวคือ พฤติกรรมการกระทำของมนุษย์นั้นมีอะไรเลยนอกจากเป็นเพียงปฏิกิริยาตอบสนองที่ถูกวางเงื่อนไข (conditioned response) ให้มีต่อสิ่งเร้า/สิ่งแวดล้อมภายนอก แนวคิดพื้นฐานของสำนักคิดนี้จะยกเลิกการให้ความสนใจกับกระบวนการทางจิต (Mental Process) เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลึกลับจับต้องไม่ได้ (จิตเป็น Material ที่พวกจิตวิเคราะห์สนใจวิเคราะห์ศึกษา) และหันมาศึกษาค้นคว้าแต่สิ่งที่สังเกตเห็นได้เท่านั้น คือ พฤติกรรมที่แสดงออกมาของบุคคล กับสิ่งเร้าที่เป็นปัจจัยภายนอกเท่านั้นด้วยการให้ความสนใจศึกษาความเกี่ยวโยง (Associations) ระหว่างสิ่งเร้าแบบต่าง ๆ กับพฤติกรรมหลาย ๆ แบบของมนุษย์ นักวิชาการกลุ่มนี้กล่าวว่า นี่เป็นหนทางที่จะนำไปสู่ความเข้าใจเรื่องสาเหตุแห่งการกระทำของมนุษย์ได้อย่างแท้จริง

ในการประยุกต์เอาแนวความคิดของสำนัก Behaviorism มาใช้ในเรื่องสื่อสารมวลชน นักทฤษฎีสื่อมวลชนจะพิจารณาว่า ตัวสื่อ่นั้นจะทำหน้าที่เป็นประจูดสิ่งเร้าภายนอก (Stimulus) ที่สามารถจะกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองแบบต่าง ๆ ได้ ดังเช่น เมื่อมีการฉายหนังโฆษณาชวนเชื่อของนาซีให้ประชาชนเยอรมันชม โดยที่คาดหวังว่า หลังจากการดูหนังแล้ว ผู้ชมจะเกิดปฏิกิริยาชิงชังและต่อต้านชาวยิวตามที่ได้แสดงอยู่ในเนื้อหาของภาพยนตร์ดังกล่าว เป็นต้น

(5.2) Freudianism ผู้นำของสำนัก Freudianism คือ S. Freud นั้นมีทัศนะต่อเรื่องการกระทำของมนุษย์ที่แตกต่างไปจากสำนัก Behaviorism ทั้งนี้เนื่องจากประสบการณ์การสร้างสรรค์ทฤษฎีของ Freud นั้น เกิดมาจากการรักษาอาการทางจิตของผู้ป่วยซึ่งได้แสดงการกระทำหลายอย่างที่ลึกลับแล้วแต่เป็น "การกระทำที่ไร้เหตุผลทั้งสิ้น" (Irrational Behavior) จากการสังเกตและเก็บข้อมูล



จากหลายกรณีศึกษา Freud ได้วาดภาพร่างของกระบวนการทำงานทางจิตของมนุษย์ว่าประกอบด้วย 3 ระบบ คือ Id ซึ่งเป็นตัวแทนของสัญชาตญาณที่เป็นความต้องการที่ไร้เหตุผลของมนุษย์ Superego ซึ่งเป็นตัวแทนของกฎระเบียบทางสังคม และ Ego ซึ่งเป็นผู้ประสานความต้องการระหว่าง 2 ฝ่าย

นักทฤษฎีด้านการโฆษณาชวนเชื่อได้นำเอาทฤษฎี Freudian มาใช้อธิบายผลในทางลบที่เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชนว่า งานโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้ให้ได้ผลนั้นก็คือ งานโฆษณาที่สามารถจะกระตุ้นพลังจาก Id ให้ตื่นตัวขึ้นมาจน Ego ไม่อาจจะควบคุมได้ ดังเช่นกรณีของประชาชนเยอรมันที่เคยได้รับการยกย่องว่าเป็นชนชาติที่มีอารยธรรมและวัฒนธรรมอันสูงส่ง (มี Superego ที่เข้มแข็ง) แต่ทว่า เมื่อสื่อมวลชนถูกใช้ให้พุ่งเป้าไปที่การกระตุ้น Id ของประชาชนในช่วงนาซีเรืองอำนาจ Ego ของชนชาตินี้ก็ล้มสลาย และ Superego ก็หมดพลังอำนาจไปโดยสิ้นเชิง การกระทำของประชาชนจึงอยู่ภายใต้แรงผลักดันของ Id ล้วน ๆ อันเป็นสัญชาตญาณดิบดั้งเดิมของมนุษย์

(5.3) Magic Bullet Theories ทฤษฎีกระสุนปืนนั้น มีวิวัฒนาการมาในตัวเองเป็นหลายช่วง ดังนี้

ยุคแรก (ทศวรรษ 1920) เป็นยุคทฤษฎีกระสุนปืนที่ใช้คำอธิบายแบบง่าย ๆ ที่ว่าข่าวสารจากสื่อมวลชน จะวิ่งเข้าทะลุทะลวงความคิดและจิตใจของผู้รับสาร ประดุจลูกกระสุนที่วิ่งออกจากตัวปืนแล้วพุ่งเข้าสู่เป้า จากคำอธิบายของสำนัก Behaviorism นักทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อคิดว่าผู้ส่งสารสามารถจะสร้างความเกี่ยวโยงระหว่างข่าวสารของฝ่ายเรา (สิ่งเร้าที่ดี) เข้ากับปฏิกิริยาตอบสนองในด้านบวก เช่น ความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดี และในทางตรงกันข้ามก็สร้างความเชื่อมโยงระหว่างข่าวสารของศัตรูเข้ากับปฏิกิริยาซึ่งซึ่ง เกลียดกลัวและต่อต้านของประชาชนได้ โดยทั่ว ๆ ไป ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีอำนาจที่จะใช้เหตุผลต้านทานพลังของกระสุนข่าวสารดังกล่าวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากข่าวสารนั้นถูกออกแบบมาให้เจาะทะลุผ่านเกราะระบบของจิตสำนึกของบุคคล (Consciousness) เข้าสู่ระดับชั้นในของจิต คือ จิตใต้สำนึก (Subconsciousness) ผู้รับสารก็จะยิ่งหมดหนทางที่จะปกป้องตนเองได้

ทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อของ Lasswell Lasswell ได้ปฏิเสธเนื้อหาและวิธีการอธิบายเรื่องทฤษฎีกระสุนปืนอย่างแบบง่าย ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยที่



เขาเห็นว่า เนื้อหาของทฤษฎีดังกล่าวมุ่งให้ความสนใจกับภาวะที่ไร้เหตุผลและอ่อนแอต่อการโน้มน้าวของ ผู้รับสาร มากกว่าที่จะให้ความสนใจกับการออกแบบ เนื้อหาและวิธีการส่งข่าวสาร เขาอธิบายต่อไปว่า ในเงื่อนไขที่เกิดภาวะสงครามหรือภาวะเศรษฐกิจตกต่ำนั้น สภาพทางจิตใจของประชาชนจะเสียสมดุลและโดยเฉพาะภายใต้เงื่อนไขดังกล่าวเท่านั้นที่ประชาชนจะถูกโน้มน้าวให้คล้อยตามอย่างไร้เหตุผล แต่ทว่าสภาวะเช่นนั้นมิใช่สภาวะโดยทั่วไปหรือเป็นลักษณะทั่วไปของผู้รับสารในสถานการณ์อื่น ๆ

ดังนั้นหากเป็นกรณีที่เป็นเงื่อนไขปกติธรรมดา Lasswell มีความเห็นว่า ผู้สื่อสารจำเป็นต้องรู้จักการวางแผนกลยุทธ์การรณรงค์ที่ให้ผลระยะยาวและมีการเตรียมการอย่างดีไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้สัญลักษณ์ที่จะสามารถเชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับ กระบวนการนี้จะเป็น “การอบรมบ่มเพาะ” (Cultivation) มากกว่าอาการทะลุทะลวงแบบฉับพลันของลูกกระสุน และหากกลยุทธ์การปลูกฝังนั้นทำงานได้ผลก็จะเกิดการสร้างสิ่งที่เรียกว่า “สัญลักษณ์ร่วมขึ้นมา” (collective/master symbols) ในกรณีนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะขาดเสียมิได้คือการใช้เวลาสั่งสมอย่างต่อเนื่องยาวนานและการเลือกใช้สื่อหลาย ๆ ประเภทประกอบเข้าด้วยกัน ตัวอย่างที่เขายกมาก็คือ การมองเห็นธงชาติสหรัฐนั้น มิใช่เกิดมาจากสัญลักษณ์ของตัวธงเท่านั้น หากแต่จะต้องประกอบกับสื่อสัญลักษณ์อื่นๆ เช่น ภาพเหตุการณ์ เพลง อากัปกริยาของคนซักรัง ฯลฯ Lasswell ตบท้ายยืนยันแนวคิดของเขาที่ว่า เรื่องการโฆษณาไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ อย่างที่นักทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อยุคแรก ๆ กล่าวเอาไว้ เพราะแม้ว่าจะมีประจักษ์พยานว่ามีการใช้สื่อโฆษณาชวนเชื่อที่ประสบความสำเร็จอย่างมากมาย แต่แท้จริงแล้วในกรณีที่พบกับความล้มเหลวนั้นมีมากกว่า (หากแต่ขาดการอ้างอิงกล่าวถึง) และแม้แต่ในกรณีของฮิตเลอร์ที่ดูเหมือนว่าจะประสบความสำเร็จอย่างยิ่งก็ตาม Lasswell ก็ยังคงข้องใจมีความเห็นว่า ฮิตเลอร์นั้นเป็นเพียง “ศิลปินที่ชั่วร้าย” (Evil Artist) มากกว่าจะเป็น “นักวิทยาศาสตร์” อันหมายความว่า ความสำเร็จของฮิตเลอร์นั้นมิได้เกิดมาจากพื้นฐานที่เข้าใจเรื่องการโฆษณาชวนเชื่ออย่างแท้จริง หากแต่ได้ผลเพราะจังหวะและโอกาสเอื้ออำนวยมากกว่า

ทฤษฎีเรื่องการสร้างประชาคมของ W. Lippmann Lippman ก็เป็นนักสื่อมวลชนอีกท่านหนึ่งที่มีความข้องใจในศักยภาพของผู้รับสารว่าสามารถจะ



ตัดสินใจจากข้อมูลที่ได้รับบนหลักคิดที่มีเหตุผล ตามหลักการที่ระบบประชาธิปไตย อ้างอิงไว้ได้หรือไม่ ทั้งนี้เพราะจากประสบการณ์ด้านวิชาชีพในฐานะนักข่าวของ หนังสือพิมพ์ New York Times ได้ให้บทเรียนแก่เขาว่า “โลกที่อยู่ภายนอก กับโลกที่อยู่ในหัวสมองของประชาชนนั้น มีช่องว่างระหว่างกันอย่างไม้อาจจะ หลีกเลี่ยงได้” ไม่ว่าสื่อมวลชนที่กำลังทำงานอยู่จะพยายามมีความรับผิดชอบต่อ วิชาชีพมากสักเพียงใดก็ตาม

ดังนั้น Lippmann จึงมีความเชื่อที่คล้ายคลึงกับ Lasswell ที่ว่า ประชาชน มักจะต้องตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อ จึงควรที่จะมีกลไกช่วยปกป้อง ประชาชนในแง่มุมมองดังกล่าว และเขาไม่เชื่อว่า หากปล่อยให้สื่อมวลชนมีการควบคุม กันเองตามลำพัง จะเป็นหลักประกันที่เพียงพอ ดังนั้นเขาจึงเสนอให้มืองค์กร กึ่งราชการที่ประกอบด้วยนักวิชาการที่จะศึกษาวิจัยประเด็นเรื่องผลกระทบจาก สื่อมวลชนอย่างเป็นทางการ เพื่อช่วยให้ข้อเสนอแนะสำหรับประกอบการ ดำเนินงานของสื่อมวลชน

ปฏิกริยาคัดค้านทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อ ทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อของ Lasswell และ Lippmann ที่ให้ทั้งคำอธิบายรวมทั้งข้อเสนอแนะในภาคปฏิบัติการ ด้วยนั้นได้ก่อให้เกิดการอภิปรายอย่างกว้างขวางในวงการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในแวดวงการเมืองของอเมริกัน ทั้งนี้เพราะหากว่าคำอธิบายของ Lasswell & Lippmann เป็นจริงที่ว่า ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกผู้แทนของตนเพื่อไป บริหารกิจการสาธารณะนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อได้ โดยง่าย นี่ก็หมายความว่า หลักการพื้นฐานของระบบประชาธิปไตยโดยรวม ทั้งหมดได้พังทลายลงโดยสิ้นเชิง

John Dewey ผู้เป็นทั้งนักปรัชญาและนักการศึกษาได้คัดค้านทัศนะ ของ Lasswell + Lippmann โดยเฉพาะส่วนที่เป็นข้อเสนอแนะในภาคปฏิบัติ ที่ว่า ในการปกป้องมวลชนให้รอดพ้นจากการเป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อ นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยนักวิชาการผู้ยึดมั่นและเกาะติดอยู่กับผลงานศึกษาวิจัยอย่าง เทียงตรง ในฐานะนักการศึกษาที่เชื่อมั่นในศักยภาพของการศึกษา Dewey เห็นว่าประชาชนไม่ควรที่จะต้องมียุติคนอื่นมาคอยช่วยทำหน้าที่เป็น “องค์กรพิทักษ์ การโฆษณาชวนเชื่อ” ให้ หากทว่าประชาชนควรที่จะติดตั้งกลไกป้องกันตนเอง มากกว่า และหากว่าสื่อมวลชนจะช่วยทำหน้าที่สอนให้ประชาชนรู้จักต่อต้านการ



โฆษณาชวนเชื่อแล้ว ต่อไปประชาชนก็จะดูแลตัวเองได้

ในการนี้ Dewey ได้นำเสนอหน้าที่บทบาทของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนจะต้องไม่เพียงเล่นบทบาทเป็นผู้รายงานข่าวสารเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นเท่านั้น หากทว่าจะต้องแสดงบทบาทเป็น “ครูใหญ่” ที่ให้การศึกษาแก่สาธารณชนด้วย ในการแสดงบทบาทนี้ แทนที่สื่อมวลชนจะรายงานแต่กิจกรรมหรือเหตุการณ์ (action) ที่เกิดขึ้นอย่างกระจัดกระจาย สื่อกลับจะต้องนำเสนอวิคิดและปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังเหตุการณ์เหล่านี้ สื่อจะต้องสอนวิคิดที่ก่อปรไปด้วยลักษณะวิพากษ์วิจารณ์ พร้อมทั้งชี้แนะให้ประชาชนรู้จักอภิปรายภายในประเด็นที่มีความสำคัญในสังคม

J. Carey (1989) แสดงความเห็นว่ แนวคิดของ Dewey นั้นยังคงได้รับการขานรับต่อมาโดยทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies theories) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนองแนวคิดที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับชุมชน นั้น ถือได้ว่าเป็นแนวความคิดใหม่ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะในขณะที่ Lasswell + Lippmann ต่างมองเห็นสื่อในฐานะ “คนนอกของชุมชน” ที่ทำหน้าที่กระจายข่าวสารมายังกลุ่มผู้รับที่อยู่กันอย่างกระจัดกระจาย Dewey กลับเสนอว่า สื่อมวลชนสามารถจะเข้าไปผนวกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและควรจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการสานสายใยสัมพันธ์ของชุมชน รวมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์และส่งเสริมให้เกิดเวทีเสรีทางความคิดตามที่ระบอบประชาธิปไตยจะพึงมี ทัศนะดังกล่าวของ Dewey แม้ว่าจะยังคงมีจุดร่วมกับนักคิดคนอื่น ๆ ที่เชื่อในพลังอันมหาศาลของสื่อมวลชน แต่ทว่าก็ได้แปรเปลี่ยนสัมเสียงจากที่เคยมองสื่อในด้านลบมาเป็นด้านที่ตรงกันข้ามคือเป็นด้านบวกอย่างเต็มที่

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S.J. & Davis , D.K., (1995)
Mass Communication Theory, Wadsworth Publishing Company.
2. Carey , J. (1989)
Communication as Culture : Essay on Media and Society,
Winchester : Unwin Hyman
3. DeFleur , M. & Ball-Rokeach , S. (1989)
Theories of Mass Communication (5ed), Longman.



บทที่ 6

ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

(Normative Theories of Media Performance)



1. ทฤษฎี Normative คืออะไร (ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ)

หากมีการตั้งคำถามว่า ระหว่าง “สื่อมวลชน” กับ “สังคม” นั้น มีสายใยสัมพันธ์อะไรระหว่าง 2 สิ่งนี้ คำตอบที่ได้อาจจะมีความหมายซึ่งล้นแล้วแต่สะท้อนให้เห็นกรอบแนวคิดเบื้องหลังคำตอบทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น

- สื่อมวลชนเป็น “ผลผลิต” ของสังคม เพราะฉะนั้น “สังคมแบบไหน หนังสือพิมพ์ก็เป็นแบบนั้น”

- สื่อมวลชนเป็น “ภาพสะท้อน” ของสังคม ดังนั้น “เสรีภาพของสื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องสะท้อนเสรีภาพของประชาชน”

- สื่อมวลชนเป็น “สถาบันแห่งชาติ” ที่จะต้องมีส่วนในการสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจ การเมือง และสืบทอดวัฒนธรรมของชาติ

- สื่อมวลชนเป็น “ผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ของชาติ” ดังนั้นสื่อมวลชนจะต้องไม่ลงข่าวที่ทำลายความมั่นคงของชาติ

- สื่อมวลชนเป็น “ผู้รับผิดชอบต่อความเจริญก้าวหน้าของผู้คนในสังคม” ดังนั้น รายการโทรทัศน์เป็นอย่างไร คนดูก็เป็นอย่างนั้น ฯลฯ

ในการตอบคำถามเรื่องความสัมพันธ์/สายใยเชื่อมโยงระหว่างสื่อมวลชนกับสังคมนั้น มีวิธีการตอบคำถามได้จากหลายทฤษฎี และหนึ่งในทฤษฎีเหล่านั้นก็คือทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนที่พยายามนำเสนอว่า “สื่อมวลชนควรจะหรือถูกคาดหวังให้ปฏิบัติงานอะไรบ้าง”

ในขั้นตอนของการศึกษาการทำหน้าที่ของสื่อตามแนวทางของทฤษฎีบรรทัดฐานนั้นจะมีอยู่ 2 ระดับคือ

(1) ระดับโครงสร้าง (Structure) : จะเป็นการตรวจสอบบรรทัดฐานในเชิงโครงสร้างของสื่อมวลชน เช่น สื่อมวลชนมีเสรีภาพจากรัฐหรือไม่ มีหลายช่องทางสำหรับการเสนอข่าวสารหรือไม่ การเสนอข่าวสารเป็นไปอย่างมีหลักประกันเรื่องเสรีภาพหรือเปล่า เป็นต้น

(2) ระดับการปฏิบัติงาน (Performance) : จะเป็นการตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงานจริงของสื่อ ซึ่งอาจจะเป็นการทำงานในระดับขององค์กรของสื่อระดับตัวบุคคล โดยอาจจะพิจารณาว่า ตัวบุคคลหรือองค์กรเหล่านี้ทำงานอย่างมีกฎระเบียบ มีแนวทางด้านวิชาชีพ มีจรรยาบรรณเป็นกรอบกำหนดหรือไม่



ลักษณะหลักโดยทั่วไปของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ นั้นจะเกี่ยวข้องกับ เรื่องการควบคุม (control) การปกป้อง (protection) หรือการกำกับดูแล (regulation) กระบวนการทำงานของสื่อมวลชน โดยอาศัยกลไกแบบต่างๆ เช่น กฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์กรของผู้รับสาร ฯลฯ ซึ่งแม้ในการดำเนินงานจริง ๆ จะไม่มีสื่อมวลชนใดที่สามารถจะทำตามหลักการที่ “ควรจะ” และดูเป็นอุดมคติเช่นนั้นได้ทั้งหมด หากทว่าความสำคัญของทฤษฎีบรรทัดฐานนั้น ก็มีได้อยู่ที่ว่า สื่อจะสามารถทำตามอุดมคติได้จริงหรือไม่ แต่สถานการณ์ของ ทฤษฎีนี้มีความสำคัญในฐานะ “อุดมคติ” ที่จะคอยเหนี่ยวนำให้มีการทำงานของสื่อ จมดิ่งตกต่ำลงไปหรือเบี่ยงเบนออกจากไปจากบรรทัดฐานเนื่องจากแรงผลักดัน ต่างๆ แนวคิดของทฤษฎีบรรทัดฐานจะเป็นส่วนผสมที่สำคัญในยามที่จะมีการ พิจารณาออกกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ นโยบายการใช้สื่อหรือการร่างจรรยาบรรณ ของสื่อ

ในภาคปฏิบัติการ เราอาจจะเห็นคำถามรูปธรรมที่ทฤษฎีบรรทัดฐาน ของสื่อจะจุดประเด็นมาให้สาธารณชนและสื่อมวลชนพิจารณาหาคำตอบ เช่น

- สื่อมวลชนควรจะทำอะไรให้มากกว่าการขายเนื้อหาที่ให้กำไรแก่องค์กร สื่อเท่านั้นหรือไม่ (แนวคิดเรื่องการคืนกำไรให้แก่สังคม)
- ในบางเงื่อนไขที่จำเป็นต้องมีการให้บริการสาธารณะที่ไม่ทำกำไรให้แก่ หน่วยงาน สื่อจะทำหรือไม่
- สื่อได้มีส่วนในการเข้าร่วมแก้ไขปัญหาสังคมอย่างไรบ้าง
- สื่อได้ทำหน้าที่เป็น “สุนัขเฝ้าบ้าน” (Watchdog) เพื่อติดตามผลงาน ของรัฐหรือดูแลผลประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภคหรือไม่
- ในยามที่สังคมมีวิกฤต สื่อเรียกร้องตัวเองให้ทำอะไรบ้างในสถานการณ์ ดังกล่าว ฯลฯ

และเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าสังคมแต่ละสังคมที่มีปรัชญา สังคม ระบบการเมือง ความเชื่อเกี่ยวกับมนุษย์และสังคมแตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนด ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อในแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัยย่อมแตกต่างกันไปตาม ลักษณะของสังคมดังที่จะได้แสดงให้เห็นต่อไป



2. ประเภทของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนมีความผูกพันโยงเกี่ยวกับสภาพสังคมที่มีอยู่ ดังนั้น เมื่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องแปรเปลี่ยนไป ทฤษฎีบรรทัดฐานก็ย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมีดังนี้

- สภาพความเป็นจริงของสังคม ในศตวรรษที่ 17 ของยุโรปกับศตวรรษที่ 20 ของสหรัฐอเมริกา ย่อมมีสภาพสังคมที่แตกต่างกัน และแม้จะเป็นศตวรรษที่ 20 เหมือนกัน แต่สังคมอเมริกาและสังคมโลกที่สามก็ยังคงแตกต่างกันอยู่ดี

- พัฒนาการของสื่อ ในศตวรรษที่ 17 มีแต่เฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์เท่านั้น ดังนั้น บรรทัดฐานที่ก่อตัวขึ้นมา ก็จะครอบคลุมเฉพาะตัวสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ไม่อาจจะขยายการอธิบายมาถึงสื่อใหม่ ๆ เช่นวิทยุและโทรทัศน์ได้ หรือแม้แต่ตัวหนังสือพิมพ์เอง จากอดีตและปัจจุบันก็มีโฉมหน้าที่แตกต่างกัน

- กลุ่มบุคคลที่สร้างสรรค์ทฤษฎี Baran & Davis (1995) เสนอว่า แหล่งกำเนิดของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมีมาจาก 3 แหล่งอย่างน้อย คือ จากผู้ที่กำลังปฏิบัติงานในสื่อ จากกลุ่มนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และจากทฤษฎีที่เคยมีมาก่อน ดังนั้น คุณลักษณะของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนจึงค่อนข้างมีความหลากหลาย

ในปี 1956 F.Siebert และคณะได้ประมวลทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายและจัดเป็นระบบตามลำดับเวลาที่เกิดของทฤษฎีดังนี้

(1) Authoritarian Theory (ทฤษฎีอำนาจนิยม)

ในศตวรรษที่ 16 เมื่อเกิดสื่อหนังสือพิมพ์และการพิมพ์แบบใหม่ ขณะนั้นสังคมยุโรปยังคงมีการปกครองด้วยระบบอำนาจนิยม (Authoritarian) เช่นระบบศักดินาที่กษัตริย์มีอำนาจสมบูรณ์เบ็ดเสร็จ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าหลักการแรกของบรรทัดฐานของสื่อสิ่งพิมพ์ ก็คือ หนังสือพิมพ์จะต้องสนับสนุนนโยบายของรัฐและจะต้องดำเนินการเพื่อรับใช้ความมั่นคงของรัฐ จากหลักการนี้เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามบรรทัดฐานดังกล่าว จึงมีการควบคุมหนังสือพิมพ์ด้วยกลไกต่างๆ เช่นการออกใบอนุญาตให้ตีพิมพ์ การเซ็นเซอร์โดยตรง



การควบคุมผ่านสมาคมวิชาชีพ ฯลฯ เพื่อป้องกันมิให้มีการวิพากษ์วิจารณ์รัฐ
ฐานะของหนังสือพิมพ์ในทฤษฎีบรรทัดฐานนี้ ก็คือ เป็นกลไกสนับสนุนนโยบาย
ของรัฐนั่นเอง

(2) Libertarian Theory (ทฤษฎีอิสรภาพนิยม)

หลังจากยุคสมัยภูมิปัญญา (Enlightenment) ที่เน้นหลักการเรื่องมนุษย์
รู้จักใช้เหตุผลและเรื่องสิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคน (Theories of
Rationalism & of natural rights) ก็เกิดทฤษฎีเรื่องเสรีภาพของสื่อมวลชนขึ้นมา
ต่อต้านทฤษฎีอำนาจนิยมที่มีอยู่ก่อน จากงานเขียนของนักคิดที่ก้าวหน้าหลาย
ท่าน เช่น Milton Locke และ Mill ที่เสนอหลักการว่า ภารกิจของหนังสือพิมพ์
คือการแสวงหาข้อเท็จจริง ตรวจสอบรัฐบาล และแจ้งข่าวสาร สร้างความบันเทิง
ในรูปของการขายให้แก่ประชาชน การควบคุมสื่อจึงเกิดมาจาก 2 วิธีทาง
ด้านแรกคือ กระบวนการตรวจสอบตัวเองในการแสวงหาข้อเท็จจริงและอีกด้าน
หนึ่ง คือ การมีทัศนคติที่หลากหลายในตลาดเสรีทางความคิด เมื่อมีกระบวนการ
ทั้ง 2 นี้ ผู้อ่านก็จะสามารถแยกเท็จออกจากจริงได้ ในอีกด้านหนึ่งก็อาจจะต้อง
มีการควบคุมด้านกฎหมายเอาไว้เป็นกติกาย่าง เช่น การป้องกันการทำลาย
ชื่อเสียงของผู้อื่น การตีพิมพ์ภาพลามกอนาจาร การเหยียดหยามศักดิ์ศรีของ
ผู้อื่น หรือการรายงานข่าวในช่วงเวลาสงคราม เป็นต้น

จากหลักการดังกล่าวมีนัยยะต่อเนื่องมาว่า สื่อมวลชนควรมีเอกชน
เป็นเจ้าของและสื่อจะต้องทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของรัฐไปพร้อมกับการทำ
หน้าที่ตอบสนองความต้องการอย่างอื่น ๆ ของสังคม

ทฤษฎี Libertarian ได้รับความนิยมอย่างมากในยุคของสื่อสิ่งพิมพ์และ
ประสบความสำเร็จในการเข้าแทนที่ทฤษฎีอำนาจนิยมในหลายประเทศทั้งใน
ยุโรปและอเมริกา ผลจากการใช้ทฤษฎี Libertarian ทำให้อุตสาหกรรมสื่อ
ขยายตัวอย่างกว้างขวาง และในเวลาเดียวกันก็ทำให้มิติเศรษฐกิจกลายเป็นสิ่งที่
มีความสำคัญต่อสื่อมวลชนมากขึ้นทุกที McQuail (1994) ตั้งข้อสังเกตว่า
มีการปะปนระหว่าง “เสรีภาพของหนังสือพิมพ์” (press freedom) กับ
“เสรีภาพในทรัพย์สิน” (property right) ซึ่งหมายความว่านายทุนมีสิทธิที่จะเป็น
เจ้าของหนังสือพิมพ์และใช้หนังสือพิมพ์โดยปราศจากการควบคุมจากภาครัฐ



ผลอันเป็นจริงที่เกิดขึ้นตามมาจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีอิสรภาพนิยมนี้ก็คือ บรรดาเจ้าของหนังสือพิมพ์รายใหญ่ได้เข้าซื้อกิจการของหนังสือพิมพ์รายย่อย จนในที่สุดก็เหลือหนังสือพิมพ์รายใหญ่ ๆ เพียงไม่กี่รายเท่านั้น ลักษณะการผูกขาดการเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์จึงเกิดขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ หลักประกันเรื่องความหลากหลายและการเป็นตลาดเสรีทางความคิดจะเป็นจริงไปได้หรือไม่ ดังนั้นจึงเริ่มมีนักคิดที่ตั้งคำถามและวิพากษ์วิจารณ์ประโยชน์ของการนำทฤษฎีอิสรภาพนิยมมาใช้ในสังคมประชาธิปไตย

นอกเหนือจากข้อวิจารณ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีการตั้งคำถามกับทฤษฎีอิสรภาพนิยมในด้านอื่น ๆ เช่น

- เนื่องจากทฤษฎีอิสรภาพนิยมเกิดขึ้นในช่วงเวลาของสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้นจึงมีคำถามว่า จะประยุกต์เอาหลักการของทฤษฎีดังกล่าวมาใช้กับสื่อกระจายเสียง เช่นวิทยุและโทรทัศน์ได้มากน้อยเพียงใด

- ทฤษฎีดังกล่าวได้วางหลักการเอาไว้ให้ครอบคลุมการปกป้อง“ความเชื่อและความคิดเห็น” ของปัจเจกบุคคลเป็นส่วนใหญ่ หากทว่าไม่ค่อยได้กล่าวถึงการตีพิมพ์เผยแพร่ถ่ายทอดในส่วนที่เป็น “ข่าวสาร/สารสนเทศ” ที่เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลหรือเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนบุคคลเท่าใดนัก

- โดยส่วนใหญ่ ทฤษฎีอิสรภาพนิยมจะพิทักษ์ปกป้องสิทธิของเจ้าของสื่อเป็นส่วนใหญ่ หากแต่ไม่ค่อยกล่าวถึงสิทธิที่จะตอบโต้หรือโต้แย้งของตัวบรรณาธิการ นักข่าว เยื่อหรือผู้อ่านเท่าใดนัก

- ถึงแม้ทฤษฎีนี้จะไม่ยอมรับการควบคุมสื่อมวลชนผ่านกลไกการบังคับด้านกฎหมาย หากทว่า ตัวทฤษฎีก็ได้ขยายขอบเขตไปถึงการปกป้องสื่อมวลชนจากแรงผลักดันอื่น ๆ ที่บีบบังคับสื่อมวลชนที่นอกเหนือไปจากกฎหมาย

(3) Social Responsibility Theory (ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม)

ผลพวงที่เกิดขึ้นจากการนำเอาทฤษฎีอิสรภาพนิยมมาใช้ รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนำมาสู่การทบทวนครั้งใหม่ว่า หากคนทุกคนมีเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็นในตลาดเสรีทางความคิดรวมทั้งสื่อมวลชนเองก็มีเสรีภาพดังกล่าวอย่างเต็มที่ แต่หากว่า สื่อมวลชนไม่ได้พัฒนาความรับผิดชอบต่อให้เติบโตมาพร้อม ๆ กับเสรีภาพ แล้วใครเล่าจะเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมดูแลสื่อได้ ดังนั้นจึง



ได้เกิดกระบวนการที่จะปรับปรุงทฤษฎีอิสรภาพนิยมเสียใหม่ให้รัดกุมยิ่งขึ้น รวมทั้งมีข้อเสนอใหม่ ๆ ว่า นอกเหนือจากเสรีภาพที่จะได้รับการประกันแล้ว สื่อมวลชนยังต้องได้รับมอบหมายให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย และกลุ่มผู้ที่จะมีบทบาทดูแลการทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อก็เช่น ความคิดเห็นของชุมชน กิจกรรมของผู้บริโภค จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และอื่น ๆ

กระแสการก่อตัวของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสื่อเริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ.1947 ในสหรัฐ เมื่อคณะกรรมการที่ทำงานเรื่องเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ (Commission on the Freedom of the Press) ได้จัดทำรายงานออกมา ในรายงานฉบับนี้ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า แม้ว่าเสรีภาพของสื่อเป็นสิ่งที่จะต้องได้รับการยืนยัน หากทว่าก็ต้องมีการเพิ่มเติมหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมลงไปด้วย ในหลักการดังกล่าวนี้ ได้ระบุข้อปฏิบัติสำคัญ ๆ ที่สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อพึงกระทำ เช่น

- จะต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นจริง อย่างละเอียดรอบด้าน และอย่างที่ตรวจสอบอย่างรอบคอบโดยพิจารณาดูบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้น

- สื่อมวลชนจะต้องสร้างเวทีแห่งการแสดงและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งเป็นช่องทางที่จะแสดงความคิดเห็นของสาธารณะ

- สื่อมวลชนต้องเป็นภาพตัวแทนของคนทุก ๆ กลุ่มในสังคม และจะต้องนำเสนอเป้าหมายและคุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน

McQuail (1994) ได้ระบุลักษณะสำคัญ ๆ ของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนดังนี้ คือ

- สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจอันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรจะเป็นมหาชน
- ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมา และสอดคล้องต้องกัน

- สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะอันหลากหลาย

- สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพภายใต้การควบคุมตัวเอง

- สื่อจะต้องปฏิบัติตามหลักจรรยาบรรณและมาตรฐานของวิชาชีพ

- ในบางสถานการณ์ สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของ

สื่อเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม



(4) Soviet-Totalitarian Theory

ในระหว่างที่ซีกโลกส่วนเสี้ยวหนึ่งกำลังมีการใช้ทฤษฎีอำนาจนิยมในการกำหนดมาตรฐานให้แก่สื่อมวลชน ในอีกซีกโลกหนึ่งมีบางประเทศได้เปลี่ยนแปลงการปกครองไปเป็นระบบสังคมนิยม และได้้นำเอาทฤษฎีโซเวียต-อำนาจเบ็ดเสร็จ (Soviet-Totalitarian Theory) มาใช้เป็นบรรทัดฐาน ทฤษฎีนี้มีแนวคิดพื้นฐานว่าหน้าที่เบื้องต้นของสื่อมวลชนก็คือการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ความสำเร็จและการดำรงอยู่ของระบบการปกครองแบบโซเวียต (สังคมนิยม) สื่อมวลชนจะต้องถูกควบคุมทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมืองจากรัฐบาล รวมทั้งต้องอยู่ภายใต้การสอดส่องดูแลจากรัฐในฐานะกลไกของรัฐอย่างหนึ่ง รัฐจึงต้องเป็นเจ้าของสื่อผู้ที่จะมีสิทธิ์ได้เข้าไปใช้สื่อก็มีเพียงสมาชิกพรรคผู้จงรักภักดีต่อแนวทางสังคมนิยมเท่านั้น สื่อมวลชนอาจจะวิพากษ์วิจารณ์กลยุทธ์การทำงานของพรรคได้ แต่เป้าหมายสูงสุดของระบบโซเวียตนั้นไม่อาจจะวิจารณ์ได้

เนื่องจากสถานการณ์ของประเทศสังคมนิยมหลายประเทศได้เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นทฤษฎี Soviet-Totalitarian ของสื่อก็ได้เกิดการปรับเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน เช่น ในทศวรรษ 1980 สาธารณรัฐสังคมนิยมจีนได้อนุญาตให้เอกชนเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ได้บ้าง ทางการเริ่มอนุญาตให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ตัวบุคคลหรือนโยบายระดับท้องถิ่นที่บ่อนทำลายนโยบายระดับชาติได้บ้าง

ส่วนในรัสเซีย หนังสือพิมพ์ของพรรคคอมมิวนิสต์รัสเซีย ชื่อ "Pravda" ได้เริ่มตีพิมพ์บทวิจารณ์การเมืองอิทธิพลของสมาชิกชั้นสูงของพรรค นิตยสารบางเล่มในรัสเซียเริ่มวิจารณ์แม้แต่ผู้นำเช่น นายมิกคาอิล กอร์บาชอฟ ในปี 1989 มีการผ่านกฎหมายที่อนุญาตให้พลเมืองหรือกลุ่มใดสามารถตีพิมพ์ได้โดยไม่ต้องมีการเซ็นเซอร์ล่วงหน้า ซึ่งนับว่าเป็นการขยายเสรีภาพของหนังสือพิมพ์อย่างสำคัญในรัสเซีย

ส่วนในประเทศยุโรปตะวันออก ได้มีการเคลื่อนไหวในทิศทางเดียวกัน เช่น ในปี 1989 ประเทศยุโรปตะวันออกที่มีการใช้การสื่อสารผ่านดาวเทียมได้ยกเลิกกฎหมายควบคุมหนังสือพิมพ์ และประชาชนในชาติเหล่านี้ก็ได้เรียนรู้ปัญหาที่แท้จริงของประเทศจากสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ เช่น ชาวฮังการีเรียนรู้ได้ว่าความยากจนที่ทางพรรคคอมมิวนิสต์เคยกล่าวอ้างว่าได้กำจัดอย่างถอนรากถอนโคนไปแล้วยังคงขยายตัวอย่างกว้างขวางตลอดช่วง 40 ปีที่เปลี่ยนแปลงการปกครองมา เป็นต้น

ตารางเปรียบเทียบทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบต่างๆ

	Authoritarian	Libertarian	Social Responsibility	Soviet-Totalitarian
ช่วงเวลาในการพัฒนา	ช่วงศตวรรษ 16-17 ใน อังกฤษและ ยังคงมีข้ออยู่ในบางประเทศจนถึง ปัจจุบัน	เกิดในอังกฤษหลังปี 1688 และใน อเมริกาเมื่อช่วงปลาย ในปัจจุบัน	เกิดในสหรัฐเมื่อศตวรรษ 20	เกิดในโซเวียตและมีใช้ในชาติ และอดีตยุคเนอติการ
แนวคิดเบื้องหลัง	ปรัชญาอำนาจสมบูรณเบ็ดเสร็จ ของศักดินา	ปรัชญาเรื่องเหตุผลนิยมและ สิทธิตามธรรมชาติของมนุษย์	Commission of Freedom of Press จรรยาบรรณของสื่อ	ลัทธิมาร์กซ์-เลนิน สถานะ
เป้าหมายหลักของสื่อ	สนับสนุนและเผยแพร่นโยบาย ของรัฐบาล	แจ้งข่าวให้ความบันเทิงพร้อมทั้ง ค้นหาข้อเท็จจริงและตรวจสอบ รัฐบาล	แจ้งข่าวให้ความบันเทิงและนำเอา ความขัดแย้งนำมาอภิปรายใน สาธารณะ	สนับสนุนความสำเร็และ ดำรงรักษาระบบสังคมนิยม
ใครมีสิทธิใช้สื่อ	ผู้ที่ได้รับพระบรมราชานุมัติ	ใครก็ตามที่มีฐานะเศรษฐกิจ เอื้ออำนวย	ใครก็ตามที่มีความคิดเห็นที่ ต้องการแสดงออก	สมาชิกพรรคที่มีความเชื่อสุดย ต่อพรรค
การควบคุมสื่อ	หน่วยงานรัฐ สมาคมวิชาชีพ ใช้การเซ็นเซอร์	ควบคุมตัวเองและภายนอกตลาด เสรีทางความคิด กฎหมาย	ควบคุมจากชุมชน สมาคมผู้บริโภค จรรยาบรรณวิชาชีพ	รัฐควบคุมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และตรวจตรา
ข้อห้าม	ห้ามวิจารณ์กลไกทางการเมือง และข้าราชการ	ห้ามลบลู่หล่มน้ประมาท ห้ามเผยแพร่สิ่งลามก การยุยงให้เกิดสงคราม	ห้ามลวงและบิดลิตลิวส่วนบุคคล และผลประโยชน์ส่วนรวม	ห้ามวิจารณ์เป้าหมายของพรรค
เจ้าของ	เอกชน/สาธารณะ	เอกชนเป็นหลัก	เอกชน (นอกจากกรณีพิเศษที่รัฐจะ เข้าเป็นเจ้าของเพื่อประโยชน์ ส่วนรวม)	สาธารณะ
เอกลักษณ์ที่แตกต่าง จากแบบอื่น	เป็นเครื่องมือสนับสนุนรัฐ แต่ไม่ จำเป็นว่ารัฐต้องเป็นเจ้าของ	เป็นเครื่องมือการตรวจสอบรัฐ และ ตอบสนองความต้องการของสังคม	สื่อต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม และถ้าไม่ปฏิบัติตาม ต้องมีองค์กร อันมาตรวจสอบ	รัฐเป็นเจ้าของ และสื่อต้องถูก ควบคุมในฐานะกลไกอย่างหนึ่ง

(5) Development Media Theory

จากเนื้อหาของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อทั้ง 4 ที่ได้กล่าวไปแล้ว จะเห็นข้อเท็จจริงประการหนึ่งว่า บริบททางสังคมของทฤษฎีทั้ง 4 นั้นล้วนเกิดมาจากสภาพความเป็นจริงของสังคมตะวันตกหรือสังคมแบบโซเวียต อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีประเทศอีกจำนวนมากที่มิได้มีสภาพสังคมเป็นแบบตะวันตกหรือรัสเซีย เช่น กลุ่มประเทศที่เรียกว่า “ประเทศโลกที่สาม” อันได้แก่ประเทศที่เพิ่งปลดแอกจากการตกเป็นอาณานิคมในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้น ภายใต้เงื่อนไขของประเทศเหล่านี้ เมื่อได้มีการประยุกต์ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเท่าที่มีอยู่ไปใช้ ก็ปรากฏว่าไม่อาจจะใช้ได้ อันเนื่องมาจากความแตกต่างของสภาพสังคม ดังนั้นจึงเกิดความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาทฤษฎีบรรทัดฐานแบบใหม่ที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของประเทศโลกที่สาม หนึ่งในทฤษฎีนั้นก็คือ “ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา” (Development Media Theory)

ต้นกำเนิดของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเริ่มขึ้นเมื่อคณะกรรมการศึกษาปัญหาเรื่องสื่อขององค์การยูเนสโก (UNESCO International Commission for the Study of Communication Problems) ได้จัดทำรายงานสำรวจปัญหาการใช้สื่อในประเทศกำลังพัฒนา (ค.ศ.1980) และพบข้อเท็จจริงสำคัญ ๆ ดังนี้

- ประเทศโลกที่สามยังขาดเงื่อนไขเอื้ออำนวยที่สำคัญต่อเรื่องสื่อมวลชน เช่น ขาดโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร (เช่น สายโทรศัพท์) ขาดทักษะด้านวิชาชีพ ขาดทรัพยากรที่จะนำมาใช้ในการผลิตงานสื่อ รวมทั้งยังขาดผู้รับสารที่สามารถจะรับสื่อได้ (เช่น ผู้รับสารยังไม่มีเครื่องรับโทรทัศน์) เป็นต้น
- ประเทศเหล่านี้ยังต้องพึ่งพาประเทศที่พัฒนาแล้วในด้านการสื่อสารเกือบจะทุกด้านไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี ผลิตงานสื่อทั้งด้านข่าวสารและความบันเทิง บุคลากร เครื่องมืออุปกรณ์ ฯลฯ
- การพัฒนาประเทศของโลกที่สามยังต้องมุ่งความสนใจต่อปัญหาเร่งด่วน เช่น การขจัดความยากจน เสถียรภาพทางการเมือง สาธารณสุขและการศึกษาของประชาชน ฯลฯ ที่สถาบันต่าง ๆ ในสังคม รวมทั้งสถาบันสื่อมวลชนจะต้องมีบทบาทในการเข้าร่วมแก้ไขปัญหาเร่งด่วนเหล่านี้
- บรรดาประเทศโลกที่สามหลายประเทศเริ่มคำนึงถึงปัญหาเรื่องเอกลักษณ์และผลประโยชน์ของประเทศในปริมนผลของการเมืองในระดับสากล



ถึงแม้ประเทศโลกที่สามส่วนใหญ่จะประยุกต์เอาหลักการบางส่วนของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมาใช้กับสถานการณ์ของตนเอง หากว่าการประยุกต์ใช้ดังกล่าวก็มีข้อควรคำนึงหลายประการ เช่น การคงอยู่ของสถาบันเก่าทางสังคมที่มีอยู่ (เช่น สถาบันพระมหากษัตริย์ ระบบอาวุโส) บทบาทด้านธุรกิจของสื่อที่จะช่วยกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจ ปัญหาเรื่องการพึ่งพิงด้านการสื่อสารจากต่างประเทศ รวมทั้งการใช้สื่อเพื่อการสร้างความมั่นคงและการพัฒนาประเทศภายใต้เงื่อนไขเหล่านี้ จึงจำเป็นต้องมีการดัดแปลงหลักการบางประการของทฤษฎีบรรทัดฐานเดิมๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อกล่าวถึงเรื่อง “เสรีภาพ” ในทฤษฎี Libertarian ในเงื่อนไขของโลกที่สามจำเป็นต้องเน้นถึง “เสรีภาพร่วม” มากกว่า “เสรีภาพของปัจเจกบุคคล” (Collective V.S. Individual freedom) เมื่อกล่าวถึงเรื่อง “ความรับผิดชอบ” ในทฤษฎี Social Responsibility ก็ต้องหมายถึงเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจและการสร้างชาติให้เป็นปึกแผ่น เป็นต้น

McQuail (1987) ได้ประมวลหน้าที่หลัก ๆ ของสื่อมวลชนที่พึงมีในเนื้อหาของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสังคมดังนี้

- สื่อมวลชนต้องยอมรับและเข้าร่วมดำเนินการในงานพัฒนาประเทศที่สอดคล้องกับแผนและนโยบายการพัฒนาสังคมโดยรวม
- เสรีภาพของสื่อมวลชนจะมีอยู่ได้ภายในขอบเขตที่กำหนดไว้ว่าจะต้องขึ้นอยู่กับลำดับความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจ และความต้องการการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของสังคม
- เนื้อหาของสื่อต้องให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่องวัฒนธรรมและภาษาของชาติ
- ข่าวและสารสนเทศของสื่อต้องให้ความสนใจอันดับแรกกับประเทศที่กำลังพัฒนาด้วยกันโดยเฉพาะประเทศที่อยู่ใกล้ชิดกันทางภูมิศาสตร์ การเมืองและวัฒนธรรม
- นักข่าวและนักสื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติงานทั้งการรวบรวมและการกระจายข่าวสารอย่างมีเสรีภาพไปพร้อม ๆ กับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม
- เพื่อผลประโยชน์ของการพัฒนาประเทศ รัฐมีสิทธิ์ที่จะเข้าแทรกแซงหรือควบคุมการทำงานของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะด้วยกลไกแบบต่าง ๆ เช่น การเซ็นเซอร์ การให้ทุนสนับสนุนหรือการเข้าควบคุมโดยตรง



(6) Democratic - Participant Media Theory

จุดกำเนิดของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อนี้ก็เกิดมาจากการยอมรับหลักการบางประการที่เคยมีอยู่ในทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อแบบเดิม ๆ แต่ได้พยายามนำเสนอหลักการใหม่บางประการเพื่อแก้ไขปัญหาความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการใช้ทฤษฎีแบบเดิม จุดเน้นที่สำคัญของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมของสื่อนี้ก็คือ

- การเน้นการสื่อสารในแนวนอน (horizontal) มากกว่าการสื่อสารแบบแนวตั้ง (vertical) โดยเฉพาะการสื่อสารแบบจากบนลงล่าง

- หลักการของทฤษฎีนี้พยายามที่จะต่อต้านปรากฏการณ์ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือการที่สื่อที่มีเอกชนเป็นเจ้าของมีลักษณะผูกขาด (monopolization) และมีการนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากเกินไป (commercialization) ในอีกด้านหนึ่งก็พยายามต่อต้านการใช้อำนาจของข้าราชการแบบรวมศูนย์อำนาจด้วย

ช่วงเวลาที่ทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมเกิดขึ้นนี้เป็นยุคสมัยที่สื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุและโทรทัศน์ได้เกิดขึ้นแล้ว ในขั้นแรกได้มีความคาดหวังกันว่า บรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้จะเอื้ออำนวยให้เกิดการมีส่วนร่วมด้านเศรษฐกิจและการเมืองของชาติจากประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เหมือนเช่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ได้ปฏิบัติภารกิจนี้มาแล้วเมื่อศตวรรษที่ 19 แต่แล้ว ผลลัพธ์ที่เป็นจริงก็มักสร้างความผิดหวังให้แก่ผู้ที่ตั้งความคาดหวังเอาไว้ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรที่ทำงานด้านสื่อกระจายเสียงนั้น มักจะวางตัวอยู่เหนือประชาชน (elitist) ทำตัวเป็นผู้ที่รู้ดีกว่า (paternalist) วางตัวใกล้ชิดกับศูนย์อำนาจ ทำงานไปตามกระแสกดดันทางการเมืองและเศรษฐกิจมากกว่าจะอยู่กับหลักการและมีลักษณะแข็งตัวมากเกินไป เป็นต้น

ฉะนั้นบรรดาทฤษฎีบรรทัดฐานเก่า ๆ ที่มีอยู่จึงสร้างข้อจำกัดขึ้นภายในตัวเอง เช่น ทฤษฎี Libertarian ได้สร้างช่องว่างให้ระบบธุรกิจเข้ามาครอบงำสื่อทฤษฎี Social Responsibility ก็เปิดโอกาสให้อำนาจรัฐเข้ามาควบคุมสื่อ การควบคุมตัวเองของสื่อและการเน้นเรื่องความเป็นมืออาชีพไม่สามารถช่วยให้สื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของคนทุก ๆ กลุ่มในสังคมได้

ดังนั้น ทางออกจากสภาวะการณดังกล่าวที่กลายมาเป็นจุดเน้นของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบเน้นการมีส่วนร่วมก็คือ ต้องหันกลับมาหาความต้องการ



ผลประโยชน์ และความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารทุก ๆ กลุ่ม ทฤษฎีนี้ปฏิเสธการสื่อสารที่เน้นความจำเป็นเรื่องรูปแบบรวมศูนย์ มีราคาแพง ต้องใช้มีอาชีพเท่านั้น เรื่องความเป็นกลางและถูกควบคุมโดยรัฐ และได้นำเสนอเรื่องความหลากหลายด้านการสื่อสาร โดยนำเสนอหลักการเรื่องสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่ต้องการ สิทธิที่จะตอบโต้ สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ในชุมชน กลุ่มผลประโยชน์ และวัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ การสื่อสารที่มีขนาดเล็กและมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมจะเห็นว่า เป็นสูตรผสมมาจากทฤษฎีที่หลากหลายมาก เช่น libertarianism utopianism socialism egalitarianism environmentalism และ localism ภายใต้หลักการเหล่านี้สถาบันสื่อมวลชนจะต้องเข้าร่วมกับชีวิตของประชาชนมากกว่าจะหมกมุ่นอยู่กับปัญหาเรื่องการควบคุมผู้รับสาร โดยเฉพาะสื่อใหม่ ๆ เช่น สื่อกระจายเสียงจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารให้มากกว่าที่เป็นอยู่

McQuail (1987) ได้ประมวลหน้าที่สำคัญ ๆ ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

- พลเมืองทุกคนและชนกลุ่มน้อยทุกกลุ่มมีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อมวลชนและมีสิทธิที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
- องค์กรของสื่อและเนื้อหาสื่อจะต้องไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
- สื่อจะต้องมีอยู่เพื่อประชาชนมิใช่เพื่อตัวองค์กรเอง มิใช่เพื่อนักวิชาชีพหรือบรรดาลูกค้า (ภาคธุรกิจ) ของสื่อ
- กลุ่ม องค์กร และชุมชนควรจะเป็นเจ้าของสื่อได้เอง
- สื่อขนาดเล็กที่มีลักษณะ interactive และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมย่อมดีกว่าสื่อขนาดใหญ่ที่ดำเนินการโดยนักสื่อมวลชนมืออาชีพ และเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว
- การสื่อสารนั้นมีความสำคัญมากเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ในมือของพวกนักวิชาชีพสื่อมวลชนเท่านั้น

ถึงแม้จะมีทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อให้เลือกใช้อย่างน้อยถึง 6 ทฤษฎีดังที่ได้กล่าวมาแล้วก็ตาม โดยที่ทฤษฎีใหม่ ๆ ต่างได้พยายามผนวกเอาหลักการที่มีประโยชน์และใช้การได้ของทฤษฎีเดิม ๆ รวมทั้งได้ปรับปรุงแก้ไขบางส่วนเพื่อ



ให้ตอบรับกับปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อตั้งคำถามและหาคำตอบที่เหมาะสมว่า “สื่อมวลชนควรจะทำและพึงมีหน้าที่อะไรต่อสังคมบ้าง” อย่างไรก็ตามเนื่องจากปรากฏการณ์ความเป็นจริงของสื่อมวลชนนั้นพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้น จึงเกิดข้อท้าทายใหม่ ๆ ต่อทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น

- ลักษณะรวมศูนย์ของสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วโลก การผูกขาดเป็นเจ้าของสื่อหลายๆ ชนิดของนายทุนเพียงไม่กี่ราย ลักษณะดังกล่าวทำลายความหลากหลายและความเป็นอิสระในเรื่องข่าวสารและความคิดเห็นอย่างยิ่ง

- ในเนื้อหาสื่อทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ โทรทัศน์ มีกระแสการเพิ่มสัดส่วนของเนื้อหาประเภทหือหว่า เร้าอารมณ์ ข่าวดูชบชบเรื่องส่วนตัวเป็นอย่างมาก

- มีการขยายอิทธิพลของบรรดาบรรษัทข้ามชาติด้านข่าวสารและความบันเทิงอย่างมากจนน่าจะเป็นอันตรายอย่างยิ่งต่อเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมหรือแม้แต่อธิปไตยทางการเมืองของประเทศต่าง ๆ

- อิทธิพลของโทรทัศน์ที่เพิ่มมากขึ้นในฐานะเป็นพลังทางสังคมที่เข้ามาเสริมหรือแทนที่บรรดาสถาบันทางสังคมที่เคยทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะหรือควบคุมสมาชิกในสังคมอย่างที่ไม่มืพลังอื่น ๆ จะต้านทานได้

- การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ด้านคอมพิวเตอร์ที่จะสร้างประเด็นเรื่องเสรีภาพและความเป็นส่วนตัวต่อไปในอนาคต (เช่น การเล่นเกมพนันหรือการดูภาพเปลือยทางอินเทอร์เน็ต)

ปรากฏการณ์ทั้งหมดนี้จะเป็นแรงผลักดันให้มีการแสวงหาทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S.J. & Davis, D.K. (1995)
Mass Communication Theory, Wadsworth Publishing Company.
2. McQuail, D. (1987)
Mass Communication Theory (2 ed), Sage Publications.
3. McQuail, D. (1994)
Mass Communication Theory (3 ed), Sage Publications.
4. Severin, W.J. & Tankard, J.W.
Communication Theories (3 ed), Longman.
5. Siebert, F.S, Peterson, T.B & Schramm, W (1956)
Four Theories of the Press, Urbana : University of Illinois Press.



บทที่ 7

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด
(Communication Technology Determinism)



ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด



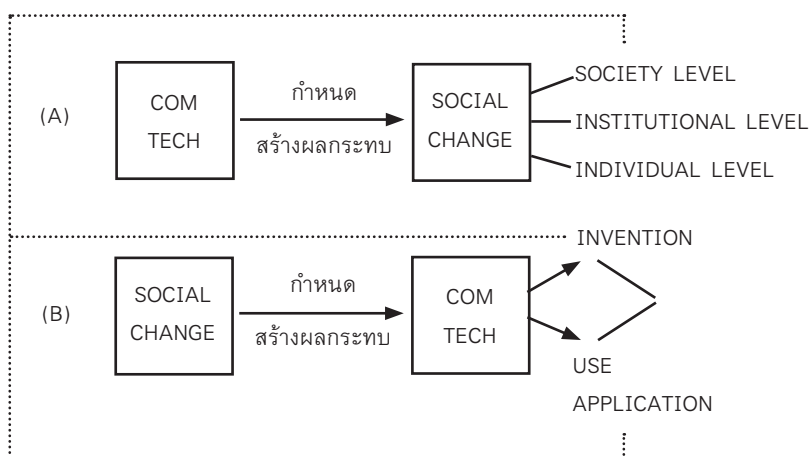
1. สถานะของกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

ความสนใจในการวิเคราะห์โดยพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้นจะมีอยู่ 2 มิติ มิติแรก คือ ความสนใจในพลังการผลิต (Productive force) ซึ่งสามารถแยกย่อยออกไปได้เป็น 2 มิติย่อย คือ พลังการผลิตในส่วนที่เป็นเทคโนโลยี และพลังการผลิตในส่วนที่เป็นแรงงานมนุษย์ นักวิเคราะห์ที่สนใจพลังการผลิตจะติดตามดูว่าในสังคมที่วิเคราะห์นั้น มีความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมากน้อยเพียงใด หรือแรงงานมีทักษะความรู้น้อยเพียงใด

อีกมิติหนึ่งจะสนใจในเรื่อง “ความสัมพันธ์ทางการผลิต” (Relation of Production) นักวิเคราะห์ในแนวทางนี้จะสนใจศึกษาปัญหาที่ว่า ในสังคมที่วิเคราะห์ ใครเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ใครมีอำนาจในการตัดสินใจแบ่งสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการผลิต ใครสามารถจะสะสมทุนและกำไร เป็นต้น

สำหรับกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ที่กำลังจะกล่าวถึงต่อไปนี้ จัดได้ว่าเป็นปีกหนึ่งของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจวิเคราะห์พลังการผลิตในส่วนเสียที่เป็นการก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในแวดวงสื่อสารมวลชน ก็จะหมายความถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งหลาย (Communication Technology)

แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมนั้น สามารถพิจารณาได้ใน 2 มุมมองตามแผนภูมิข้างล่างนี้



ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด



แนวคิดในแบบจำลอง (A) นั้น จะตั้งคำถามว่า เมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคลบ้าง แนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของกลุ่ม Technology Determinism โดยแท้ เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก (Prime Mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ

ส่วนแนวคิดในแบบจำลอง (B) นั้น จะตั้งคำถามในทางกลับกันว่า ภายใต้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอะไรบ้างที่จะเป็นตัวให้กำเนิดแก่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ แนวคิดที่สองนี้จะมองว่าเงื่อนไขสังคมนั้นจะเป็นตัวสาเหตุหลัก ส่วนการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นจะกลายมาเป็นผลลัพธ์ ทั้งนี้โดยที่หากแยกขั้นตอนของการพัฒนาเทคโนโลยีออกเป็น 2 จังหวะ คือ ขั้นตอนของการประดิษฐ์ค้นคว้าทดลอง ซึ่งมักเป็นงานของนักวิทยาศาสตร์หรือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กับขั้นตอนในการนำเอาผลงานทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในสังคมวงกว้าง ทั้งสองขั้นตอนนั้นต่างก็ถูกกำหนดมาจากความจำเป็น ความต้องการ และกฎระเบียบของสังคม ตัวอย่างเช่น ในสังคมที่มีอากาศหนาว ย่อมเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการค้นคิดเทคโนโลยีที่จะสร้างความอบอุ่นให้แก่ผู้คน ในเงื่อนไขของสงครามระหว่างค่ายอุดมการณ์ของโลก ทำให้เกิดแรงผลักดันให้เกิดการค้นคว้าเทคโนโลยีด้านอวกาศ เป็นต้น หรือในขั้นตอนของการนำมาประยุกต์ใช้นั้น จะเห็นตัวอย่างได้จากกรณีของสังคมจีนโบราณที่ได้ค้นพบการทำให้ระเบิดด้วยดินประสิวมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ได้มีการยับยั้งเรื่องการนำมาใช้ในสังคมหรือการค้นคว้าพัฒนาต่อไป เนื่องจากสังคมมีความเห็นว่า เทคโนโลยีเช่นนี้เป็นมหันตภัยต่อสันติสุขของมนุษย์ เป็นต้น

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในที่นี้เราจะให้ความสนใจกับกลุ่มนักทฤษฎีแนวเทคโนโลยีกำหนดซึ่ง D. McQuail (1994) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่น ๆ ของแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีนี้เอาไว้ดังนี้

- (1) เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
- (2) เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
- (3) ขั้นตอนของการผลิต และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด



(4) การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

สำหรับนักทฤษฎีในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่จะกล่าวถึงในตอนต่อไป นี้จะเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารที่สนใจการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคมและปัจเจกบุคคลในแง่ของเวลา (time) สถานที่ (space) และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบชีวิตประจำวัน

2. แนวคิดของ H. Innis แห่งสำนัก Toronto

กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจพลังการผลิตด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารในช่วงแรก ๆ เป็นนักวิชาการที่ทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัยแห่งเมืองโตรอนโต ประเทศแคนาดา นักคิดท่านแรกในกลุ่มนี้ คือ H. Innis ที่เริ่มเขียนผลงานสำคัญ ๆ ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เช่น หนังสือชื่อ Empire and Communications (1950) The Bias of Communication (1952) แนวคิดที่สำคัญของ Innis มีดังนี้

(2.1) Innis ได้ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างอารยธรรมของสังคมกับแบบวิถีของการสื่อสาร (modes of communication) ที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการเปลี่ยนเทคโนโลยีการบันทึกจาก “แผ่นหิน” มาเป็นการบันทึกบน “กระดาษปาปิรุส” อำนาจทางการเมืองและการปกครองก็ได้เปลี่ยนมือจากกษัตริย์มาเป็นกลุ่มพระและนักบวช หรือในกรณีของสังคมกรีกเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารยังเป็นระบบปากต่อปาก (Oral Communication) บวกผสมกับระบบตัวเขียนที่ยังไม่มีมาตรฐานแน่นอน และใช้การคัดลอก ทำให้พระและนักบวชสามารถผูกขาดระบบการอบรมบ่มเพาะสมาชิกในสังคมได้ แต่เมื่อเกิดระบบการพิมพ์จากกลุ่มสื่อมวลชน การผูกขาดนี้ก็ล่มสลายไป เป็นต้น

(2.2) Innis ยังได้พิสูจน์ให้เห็นอีกว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างแบบวิถีของการสื่อสารกับโครงสร้างอำนาจในสังคมด้วย (Structure of Power) จากการศึกษาประวัติศาสตร์การสื่อสารของสังคมโบราณ ในยุคก่อนจะมีการเขียน กลุ่มผู้ปกครองจะใช้การพูดเสวนา (Dialogue) เป็นรูปแบบหลักของวาทกรรมสาธารณะ (public discourse) และการแสดงอำนาจทางการเมือง (political authority) แต่หลังจากที่มีการก่อตั้งจักรวรรดิ (Empire) ขึ้นมา กลุ่มผู้ปกครองจะใช้รูปแบบ



การเขียน (Written) เป็นรูปแบบหลักในเรื่องการเมืองการปกครอง และเมื่อได้มีการค้นพบวัสดุใหม่คือ กระดาษที่มีน้ำหนักเบา ทำให้พกพาเคลื่อนย้ายได้ และยังมีความทนทาน บรรดาจักรวรรดิต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอียิปต์ กรีก โดยเฉพาะโรมันต่างสามารถขยายอำนาจการปกครองจากศูนย์กลางออกไปอย่างกว้างขวางได้ (ขยาย space) อันเนื่องมาจากวัฒนธรรมการเขียน การผลิตตัวอักษรแบบโรมัน การสร้างขนบ (tradition) วิธีการใช้เอกสารของทางการ การมีตราเครื่องหมายต่าง ๆ เป็นต้น

และเมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงปฏิวัติอีกครั้งหนึ่งจากการเขียนมาเป็นการพิมพ์ เทคนิคการพิมพ์ได้ส่งผลสะท้อนให้เกิดการทำทลายอำนาจของระบบราชการจากศูนย์กลางแบบจักรวรรดิ (Bureaucracy) เทคโนโลยีแบบใหม่นี้ได้โค่นล้มความคิดเรื่องจักรวรรดิ และสร้างแนวคิดใหม่เรื่อง "ชาติ" (nation) การส่งเสริมสิทธิส่วนบุคคลและลัทธิปัจเจกนิยม (Individualism) เพราะเมื่อมีการพิมพ์ ทุกคนก็มีโอกาสจะได้เป็นเจ้าของหนังสือต่าง ๆ ด้วยตนเองได้แล้ว

จากการศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์สังคมที่ผ่านมา Innis ได้ให้ข้อคิดใหม่ที่ได้เสริมแนวคิดเดิม ๆ ที่มีอยู่ว่า การควบคุมอำนาจของระบบจักรวรรดิ ตั้งแต่อดีต (อียิปต์ โรมัน) มาจนถึงสมัยปัจจุบันนั้น (อังกฤษ อเมริกา) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของกองทหารเท่านั้น หากทว่ายังขึ้นอยู่กับความมีประสิทธิภาพและอำนาจในการควบคุมระบบการสื่อสารอีกด้วย ด้วยเหตุนี้เมื่ออังกฤษจะสถาปนาตนเองขึ้นเป็นจักรวรรดิ อังกฤษจึงต้องดำเนินการให้ประสบความสำเร็จในการสร้างทางรถไฟ สร้างเครือข่ายของระบบโทรเลขและโทรศัพท์ให้ได้ เพราะมีแต่ต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น ชาติที่มีอำนาจจึงจะสามารถขยายแสนยานุภาพข้ามเขตแดน (space) ออกไปได้ และในท้ายที่สุด Innis ได้ให้ข้อสรุปว่า จากประวัติศาสตร์การสื่อสารที่ผ่านมาให้ข้อสรุปว่า ยิ่งระบบการสื่อสารขยายแควดวงกว้างขวางออกไปมากเท่าใด กลุ่มคนที่อยู่ขอบนอกของศูนย์กลางอำนาจ (Marginal) ก็จะถูกครอบงำมากยิ่งขึ้น

(2.3) ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้งและในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีนี้ก็มีความสัมพันธ์กับเรื่องอำนาจด้านการเมืองและการปกครองอย่างใกล้ชิด จึงเกิดคำถามว่า การเปลี่ยนแปลงด้าน



เทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจอย่างไรบ้าง Innis กล่าวว่า สิ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงเลยก็คือ ไม่ว่าการพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปเพียงใด แต่อำนาจในการใช้และควบคุมเทคโนโลยีนี้ก็ยังคงตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อยคือกลุ่มชนชั้นนำ (elite) เท่านั้น (อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงผลัดเปลี่ยนกันในระหว่างกลุ่มคนเล็ก ๆ กลุ่มนี้บ้าง แต่จะไม่เปลี่ยนมาอยู่ในมือของคนส่วนใหญ่) และคนกลุ่มน้อยเหล่านี้จะใช้อำนาจทางการเมืองควบคุมระบบการส่งข่าวสารความรู้ของสังคมเอาไว้ พร้อมทั้งปิดกั้นการแข่งขันจากระบบการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ เช่น การสื่อสารตามประเพณี สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ

(2.4) เมื่อเกิดการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ ๆ จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอำนาจทางสังคม แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การเปลี่ยนผ่านอำนาจนั้นยังไม่เป็นการเปลี่ยนผ่านระหว่างชนชั้น (จากชนชั้นบนไปสู่ชนชั้นล่าง) หากจะเป็นการผลัดเปลี่ยนระหว่างกลุ่มพวก (block) ภายในชนชั้นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น เมื่อรูปแบบเทคโนโลยีเป็นแบบรวมศูนย์ เช่น วิทยุและโทรทัศน์ อำนาจการควบคุมก็อาจจะอยู่ในมือของกลุ่มทหารหรือรัฐบาล แต่เมื่อเทคโนโลยีเป็นแบบกระจาย เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ โทรสาร อำนาจการควบคุมก็จะเปลี่ยนมือมาอยู่ในกลุ่มนักธุรกิจ เป็นต้น

(2.5) มิติของการเปลี่ยนแปลงที่ Innis เริ่มให้ความสนใจและ McLuhan ได้นำมาพัฒนาต่ออย่างกว้างขวาง คือมิติเรื่องกาละ (time) และเทศะ (space) Innis เสนอว่ารูปแบบเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละยุคจะเน้นหนักด้านกาละ และเทศะที่แตกต่างกัน รูปแบบเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคของกรีกจะเน้นความยั่งยืนยาวนานของกาลเวลา แต่ทว่าในยุคของโรมันจะเน้นการแผ่ขยายพื้นที่มากกว่า เราอาจจะนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการผลิตเพลงไทยดูบ้างก็ได้ กล่าวคือ การผลิตเพลงไทยสมัยก่อน ผู้ประพันธ์มักจะเน้นหนักด้านกาลเวลา คืออยากจะทำให้มีความเป็นอมตะ และในยุคใหม่นี้ จะเน้นหนักด้านพื้นที่ คือให้ฟังกันได้แพร่หลายอย่างรวดเร็วกว้างขวาง



3. แนวคิดของ McLuhan แห่งสำนัก Toronto

McLuhan เป็นนักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่ทำงานอยู่ในสำนักโทรอนโตเช่นเดียวกับ Innis แต่เป็นรุ่นหลัง McLuhan ได้นำเอาแนวคิดของ Innis มาสานต่อหลายประการ แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีความสนใจและแนวการวิเคราะห์ที่แตกต่างไปจาก Innis ด้วย

(3.1) ความแตกต่างประการแรกเลยก็คือ ท่าทีที่มีต่อเทคโนโลยี ในขณะที่ Innis ค่อนข้างจะมองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นเป็นกลไกประการหนึ่งที่ทำให้การเอารัดเอาเปรียบและการใช้อำนาจอย่างไม่เท่าเทียมในสังคม McLuhan กลับมองเห็นเทคโนโลยีการสื่อสารในแง่ชื่นชมยินดี เนื่องจากประทับใจว่าเทคโนโลยีดังกล่าวได้ช่วยขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป

(3.2) ความแตกต่างประการที่สองก็คือ หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในขณะที่ Innis สนใจการวิเคราะห์ระดับมหภาค (Macro) คือสังคม McLuhan กลับใส่ใจกับการวิเคราะห์ระดับจุลภาค (Micro) คือประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล

ประเด็นคำถามที่ McLuhan ต้องการหาคำตอบก็คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อกับประสบการณ์ด้านการผัสสะ (sense) ของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการเห็น การได้ยิน การสัมผัส ในกาลและเทศะต่าง ๆ อย่างไรบ้าง

(3.3) แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan ต่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of experience) เริ่มตั้งแต่จุดหมายที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบสื่อเสียง โทรทัศน์ทำให้มองเห็นได้ยิน (และเกือบจะสัมผัส) กับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว McLuhan กล่าวว่าโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมายจนราวกับว่าทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์นับเป็นหมื่น ๆ ไมล์ (space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (real time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการ



สื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว

(3.4) สำหรับความสนใจเรื่องสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์นั้น จุดเด่นของ McLuhan อยู่ที่ว่าเขาไม่สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์กับอะไร” (What we experience) แต่กลับสนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์อย่างไร” (How we experience) หากพูดในภาษาการสื่อสารก็คือ McLuhan ไม่ได้สนใจ “เนื้อหาของข่าวสาร” (content) หากแต่สนใจ “รูปแบบของสื่อ” (form/media) ดังที่อยู่ในข้อสรุปสั้น ๆ ของเขาที่ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว” (Medium is the Message) เนื่องจาก McLuhan คิดว่าเพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว

ตัวอย่างเช่น เมื่อรูปแบบหลักในการสื่อสารของมนุษย์อยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ ประสบการณ์ของมนุษย์ที่ต้องสัมผัสอยู่กับสื่อสิ่งพิมพ์จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- จะแยกตัวอย่างโดดเดี่ยว (isolate) ทั้งนี้เพราะกิจกรรมการอ่านหนังสือ จะต้องการความเป็นส่วนตัว อ่านคนเดียวเป็นส่วนใหญ่

- จะยังรักษาระยะห่างระหว่างตัวเองกับเรื่องที่อ่าน (Non-involving) ทั้งนี้เพราะรูปแบบการอ่าน (ประสบการณ์กับสื่อสิ่งพิมพ์) ผู้อ่านจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสาร ทำให้เรื่องราวในสื่อมีอำนาจโน้มน้าวผู้อ่านได้น้อยกว่า (โดยการเปรียบเทียบกับโทรทัศน์) เพราะเมื่อผู้อ่านรู้สึกว่าจะ “In” เข้าไปกับสาร ก็มีสิทธิจะถอยห่างออกมาใช้สติพิจารณาไตร่ตรองได้ตลอดเวลา

- การอ่านจะส่งเสริมวิถีคิดแบบมีเหตุมีผล (rational) เนื่องจากการอ่านมีช่วงเวลาให้หยุดคิด

- การอ่านจะส่งเสริมให้คนมีทัศนคติแบบปัจเจกบุคคลนิยม (individualistic) เป็นอิสระทางความคิด เป็นตัวของตัวเอง อันเป็นผลลัพธ์มาจาก “วิธีการ” (how) ที่คนสัมผัสกับรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว

ในทางตรงกันข้าม เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสื่อโทรทัศน์แล้ว จะเห็นได้เลยว่าประสบการณ์ของผู้รับสารที่สัมผัสกับสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะดังนี้

- จะมีลักษณะเอาตัวเข้ากับผูกพันกับเรื่องราวในสื่อสูงมาก (involving) ทั้ง ๆ ที่ตัวสื่ออาจจะไม่ได้ให้ข้อมูลต่าง ๆ มากมายนัก ทั้งนี้เพราะสื่อโทรทัศน์



เป็นสื่อที่ให้ภาพและเสียง ซึ่งเป็นรูปแบบสื่อที่ดึงดูดทั้งใจและ (คล้าย ๆ กับ) กายของผู้รับให้เข้าไปสังเกตในระยะใกล้ ๆ และกระตุ้นขีดมากยิ่งขึ้นทุกที มุมกล้องและระยะห่างของกล้องสามารถจะดูเอาผู้ชมให้ “In” เข้าไปอย่างผู้ชมอาจจะไม่รู้สึกรู้สีกตัวก็ได้ นอกจากนั้นช่วงเวลาของสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะต่อเนื่องและผู้ชมไม่ได้เป็นผู้ควบคุมการสื่อสาร (ต้องดูตามเวลาที่โทรทัศน์กำหนด) รวมทั้งไม่มีจังหวะให้หยุดคิดไตร่ตรองด้วย

- จากคุณสมบัติต่างๆ ของสื่อโทรทัศน์ที่ได้กล่าวมา จะทำให้ประสบการณ์ของผู้ชมมีลักษณะใช้อารมณ์มากกว่าใช้เหตุผล และไม่ค่อยมีเวลาคิดหน้าคิดหลัง (Less rational & Less calculate)

หากเรานำเอาแนวคิดของ McLuhan ที่ได้เคยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารของสื่อสิ่งพิมพ์ (typography) อันจะเป็นการขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปในรูปแบบใด (คิดในแง่มิติของกาลและเทศะดังได้กล่าวมาแล้ว) มาลองเปรียบเทียบกับสื่อคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน เราอาจจะได้เห็นแนวโน้มบางประการของประสบการณ์ของมนุษย์ในอนาคตดังนี้

แผนผังแสดงรูปแบบของการสื่อสารกับการขยายประสบการณ์ของมนุษย์

รูปแบบการสื่อสาร ของสื่อสิ่งพิมพ์	รูปแบบการสื่อสาร ของคอมพิวเตอร์
- ชาตินิยม (Nationalism)	- โลกาภิวัตน์ ไร้พรมแดน (Globalism)
- อุตสาหกรรมนิยม (Industrialism)	- สังคมข่าวสาร (Information Society)
- ตลาดแบบมวลชน (Mass Market)	- ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Segmentation)
- อ่านออกเขียนได้อย่างเป็นสากล (Universal Literacy)	- อ่านเขียนภาษาอังกฤษได้อย่าง เป็นสากล (English Literacy)
- มีการศึกษาในระบบ (Formal Education)	- มีการศึกษาแบบนอกระบบ (Informal Education)

4. E. Rogers : Soft Technology Determinism

E. Rogers ก็พิจารณาตนเองว่าในฐานะที่เป็นนักนิเทศศาสตร์ เขาเป็นนักคิดกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดอย่างแบบอ่อน ๆ เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากเขามีความคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม” กล่าวคือ Rogers เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ก็ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่น ๆ

คุณูปการที่ดีเด่นอย่างหนึ่งของ E. Rogers ก็คือเขาได้ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ ๆ (New Media) เช่น คอมพิวเตอร์ โดยเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิม ๆ ที่มีอยู่ คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน (ดูแผนภูมิประกอบ)

Rogers ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ

(1) ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้น คุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer-Conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

(2) ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้น รูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน จะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกัน ๆ กันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ยี่งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่นเครื่องออดิโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกรายการดูได้เอง (Pay per view) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตัวเองในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ไหนก็ได้ เป็นต้น

(3) ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่นลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาว ๆ ทีเดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วน ๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถจะแยกชื่อเป็นส่วน ๆ แล้วค่อย ๆ

แผนภูมิเปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ ของ E. Rogers

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (สื่อสารระหว่างบุคคลมีเครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน
1. การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับ 2-3 คน	จากผู้ส่งหลายคนสู่ผู้รับหลายคน	จากผู้ส่งคนเดียวสู่ผู้รับจำนวนมาก
2. ความรู้ที่แหล่งผู้ส่งมีต่อผู้รับสาร	ผู้ส่งมีความรู้ต่อผู้รับสารในฐานะปัจเจกคนหนึ่ง	ผู้ส่งมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับสารเนื่องจากระบบ interactive	ผู้รับสารที่ทำงานอยู่ในองค์กรสื่อแทบจะไม่มีความรู้เรื่องผู้รับสารเลย
3. การแบ่งประเภทผู้รับสาร	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกันจะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)
4. ระดับของการตอบโต้ (interactivity)	สูง	สูง	ต่ำ
5. ปฏิกริยาป้อนกลับ	มีมากและฉับพลัน	มีบ้างแต่ก็ยังมีความจำกัด อาจจะฉับพลันหรือต้องรอ	มีข้อจำกัดมากและล่าช้ามาก
6. ศักยภาพที่จะเก็บรักษาข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก	บางสื่ออาจจะต่ำ เช่นวิทยุ แต่บางสื่อก็สูง
7. ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่องสังคม - อารมณ์	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์ แต่จะเน้นเรื่องการทำงาน	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์
8. ลักษณะอวัจนภาษา	มีการใช้อวัจนภาษาอย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้มีการใช้อวัจนภาษาค่อนข้างมาก	สื่อมวลชนประเภทที่มองเห็นภาพจะมีการใช้อวัจนภาษามาก แต่ถ้าเป็นสื่อเสียงอย่างเดียวก็จะมี
9. การควบคุมการไหลของการสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายสามารถควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่าเทียมกัน	ผู้รับสารไม่สามารถจะควบคุมการสื่อสารได้
10. ลักษณะความเป็นส่วนตัว	ต่ำ	ตามปกติต่ำ	สูง

มาประกอบ มาเพิ่มเติมภายหลังได้ นอกจากนั้นยังหมายความถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย

Rogers กล่าวเสริมว่า ลักษณะทั้ง 3 ประการนี้จะมีความหมายที่เปลี่ยนไปในสังคมที่เรียกว่าสังคมข่าวสาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่เด่น ๆ อยู่ 2 ประการคือ

(ก) กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสินค้าประเภท “บริการ” จะมีความสำคัญมากกว่ากิจกรรมการผลิต เพราะฉะนั้น ในการขายอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ เพียงการขายตัวสินค้าที่เป็นอุปกรณ์ ยังไม่สำคัญเท่ากับบริการต่าง ๆ ที่จะให้หลังการขายแล้ว

(ข) ในสังคมเช่นนี้ ข่าวสารจะกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่าแทนเงินทุน และเครื่องจักรดังเช่นสมัยก่อน เพราะฉะนั้น บุคลากรที่ทำงานกับข่าวสารหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับข่าวสารก็จะกลายเป็นส่วนเสี้ยวที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของสังคม

5. เทคโนโลยีและอุดมการณ์

A. Gouldner เป็นนักสังคมวิทยาที่เชื่อในเรื่องพลังของเทคโนโลยีเช่นกัน และได้อธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงประวัติศาสตร์ด้านการเมืองนั้น เกิดมาจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารเช่นกัน

Gouldner ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับอุดมการณ์ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงบางประการที่น่าสนใจในสังคมปัจจุบัน กล่าวคือ ในช่วงศตวรรษที่ 18-19 เนื่องจากการเกิดสื่อมวลชนแบบใหม่ คือสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้เกิดอุดมการณ์ใหม่ ๆ เช่น การใช้เหตุใช้ผล (เพื่อจะล้มล้างวิธีการปฏิบัติตามกฎประเพณีเดิม ๆ) อุดมการณ์เสรีนิยม อุดมการณ์ปัจเจกชนนิยม อุดมการณ์สิทธิตามธรรมชาติและสิทธิส่วนบุคคล เป็นต้น

แต่ทว่าในยุคของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะโทรทัศน์จะเป็นการย้อนกลับมาของการใช้สัญลักษณ์แบบ icon (icon symbolic) คือการใช้ภาพซึ่ง Gouldner วิเคราะห์ว่าจะมีผลต่อเนื้อหาทำให้เรื่อง “อุดมการณ์” มีลักษณะลดน้อยลงเพราะมองเห็นภาพ และโดยเฉพาะเมื่อยุคคอมพิวเตอร์และระบบข่าว



สารสนเทศมาถึง ก็ไม่มีชาติใดสามารถปกครองอยู่ได้ด้วยอุดมการณ์และการโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้น เพราะประชาชนจะเรียกร้องข้อมูลข้อเท็จจริงมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงเกิดปรากฏการณ์ทางสังคมว่า บรรดาชาติต่าง ๆ ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างกันต่างก็หันมาคบค้าทำมาหากินกันโดยไม่เกี่ยงงอนเรื่องความแตกต่างทางอุดมการณ์อีกต่อไป

6. กลุ่มนักคิดที่เน้นรูปแบบของเทคโนโลยี

Altheide & Snow เป็นนักนิเทศศาสตร์อีก 2 ท่านที่มีความสนใจในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารเช่นกัน หากทว่าทั้ง 2 ท่านนี้ให้ความสนใจกับรูปแบบ (Formats) ของการสื่อสารที่แยกย่อยออกไปได้เป็นหลายมิติ ดังนี้คือ

(1) รูปแบบของผัสสะแห่งประสบการณ์ (Sense of experience) อันได้แก่การวิเคราะห์ว่ารูปแบบของสื่อแต่ละชนิดจะสร้างประสบการณ์แบบใดให้แก่ผู้รับสาร (คล้ายกับแนวคิดของ McLuhan) เช่น เมื่อผู้รับสารเปิดรับฟังเสียงเพลงจากวิทยุ ประสบการณ์จากสื่อเสียงจะเป็นแบบหนึ่ง จินตนาการจากการฟังจะเป็นแบบหนึ่ง แต่เมื่อเพลงนั้นถูกนำไปร้องในรูปแบบของมิวสิควิดีโอ รูปแบบประสบการณ์ก็จะกลายเป็นสื่อภาพและเสียงไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ผัสสะแห่งประสบการณ์ยังหมายความว่า รูปแบบของสื่อมันได้ดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมหรือผูกพันมากน้อยเพียงใด (involvement/participation)

(2) รูปแบบของเนื้อหา Altheide & Snow ได้แบ่งประเภทของรูปแบบของเนื้อหา (ซึ่งไม่ได้หมายความว่า เป็นเนื้อหาอะไร แต่เป็นเนื้อหาอย่างไร) เป็นแบบต่าง ๆ เช่น เป็นเนื้อหาประเภทสมจริงหรือจินตนาการ (realism/fantasy) มีความหมายหลากหลายอย่างไร (polysemy) รูปแบบของเนื้อหาเป็นแบบเปิดหรือปิด (open/closed content) กล่าวคือเปิดโอกาสให้ผู้รับได้ตีความอย่างหลากหลายหรือกำหนดความหมายที่แน่นอนเอาไว้เลย

(3) รูปแบบการใช้รหัส ได้แก่การวิเคราะห์รูปแบบของสื่อที่ถูกนำมาใช้ว่าข่าวสารและความหมายที่อยู่ในสารนั้น ถูกใส่รหัสมากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น มีการใช้ภาพหรือใช้ตัวอักษรหรือใช้เสียงบรรยาย ในกรณีของการใช้ภาพ ถ้าใช้ภาพถ่ายเฉย ๆ กับการใช้ภาพถ่ายแล้วมีคำบรรยายประกอบภาพอยู่ข้างใต้ ก็หมายความว่าในกรณีหลังจะมีการใช้รหัสมากกว่ากรณีแรก เป็นต้น



(4) รูปแบบของบริบทของการใช้สื่อ (Context of use) เนื่องจากบริบทของการใช้สื่อเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นมิติของกาลหรือเทศะก็ตาม เช่น การใช้สื่ออยู่ที่บ้าน (คอมพิวเตอร์) กับการใช้สื่ออยู่นอกบ้าน (การไปดูหนัง) การใช้สื่อแบบปัจเจก (อ่านหนังสือ) กับการใช้สื่อแบบกลุ่ม (ดูโทรทัศน์ร่วมกับครอบครัว) เป็นต้น ดังนั้นจึงควรสนใจบริบทของการสื่อสารในฐานะประสบการณ์แบบต่าง ๆ ของมนุษย์

(5) รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร ในแง่นี้ Altheide & Snow จะสนใจว่า รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่ง-ผู้รับ จะเป็นแบบการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) ซึ่งหมายความว่า ผู้ส่งจะเป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสาร หรือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) เช่น ลักษณะตอบโต้กันได้ (interactive) ของสื่อสมัยใหม่ ซึ่งสันนิษฐานว่าบุคคล 2 ฝ่ายในกระบวนการสื่อสารจะผลัดเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้รับและผู้ส่งพร้อมทั้งสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้ค่อนข้างเท่าเทียมกัน

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S.J. & Davis, D.K. (1995)
Mass Communication Theory, Wadsworth publishing Comp.
2. Brody , C.W. (1990)
Communication Tomorrow, Praeger.
3. DeFleur , M.L + Ball-Rokeach , S.J. (1989).
Theories of Mass Communication. (5ed) , Longman.
4. Inglis, F. (1990)
Media Theory, Basil Blackwell.
5. McQuail, D. (1994)
Mass Communication Theory. (3ed) , Sage.



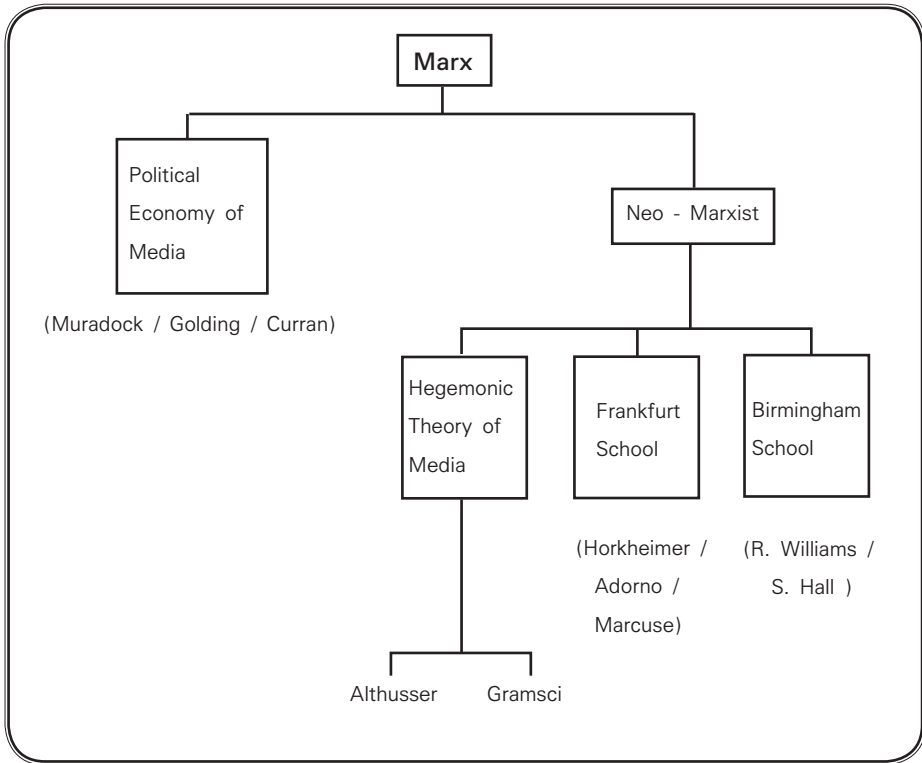
บทที่ 8
ทฤษฎีวิพากษ์แห่งสื่อมวลชน
(Critical Theories of Media)



1. ขอบเขตของทฤษฎีวิพากษ์

คำว่า “ทฤษฎีวิพากษ์” (Critical Theories) เป็นชื่อของสำนักคิดทางวิชาการสำนักหนึ่งที่มีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 และได้พัฒนาคลี่คลายเปลี่ยนแปลงมาเป็นอย่างมาก ภายในกลุ่มยังมีการแตกกลุ่มออกเป็นค่ายเล็กค่ายน้อย (ดังที่จะได้กล่าวถึงค่ายที่มีความสำคัญในวงการศึกษาสื่อมวลชน) สำหรับชื่อของสำนักคิดนี้อาจจะรู้จักในนามอื่น ๆ อีก เช่น แนวคิดแบบ Marxist แนวคิดแบบเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) เป็นต้น อันที่จริง สำนักทฤษฎีวิพากษ์นั้นเป็นแนวการศึกษาที่ถูกนำไปใช้ในสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น ปรัชญาสังคม เศรษฐศาสตร์ รัฐศาสตร์ มานุษยวิทยา ฯลฯ ดังนั้นสำหรับแนวคิดของทฤษฎีวิพากษ์ที่จะกล่าวถึงต่อไปจะจำกัดวงอยู่แต่แนวคิดและนักคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขานิติศาสตร์เท่านั้น

เพื่อช่วยให้เห็นภาพของพัฒนาการของทฤษฎีวิพากษ์ที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน ผู้เขียนขอนำเสนอแผนผังพัฒนาการทางทฤษฎีวิพากษ์จากอดีตถึงปัจจุบันดังนี้



แผนผังแสดงพัฒนาการของทฤษฎีวิพากษ์ที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน

แนวความคิดเรื่องการวิพากษ์ปรากฏการณ์ทางสังคมเริ่มต้นจาก K. Marx ผู้เป็นทั้งนักปรัชญาสังคม นักวิชาการของขบวนการแรงงาน และนักหนังสือพิมพ์ในศตวรรษที่ 19 และเป็นผู้วางรากฐานที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์สังคมที่รู้จักกันในนามต่อมาว่า “ลัทธิมาร์กซ์” หรือ “วิธีการแบบ Marxist” หลังจากผ่านยุคสมัยของ Marx ได้มีการแบ่งค่ายในกลุ่ม Marxists ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. กลุ่ม Political Economy of Media : แนวคิดหลักของกลุ่มนี้คือ สืบทอดประเพณีของ Marx ที่ให้น้ำหนักความสำคัญแก่การวิเคราะห์มิติเศรษฐกิจ-การเมืองเป็นหลัก เพราะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ของสังคม โดยถือว่ามิติเรื่องความคิด จิตสำนึก อุดมการณ์นั้นเป็นสิ่งที่ต้องต่อเนื่องตามมา ในฐานะที่เป็นโครงสร้างส่วนบน (Superstructure)

2. กลุ่ม Neo Marxist กลุ่มนี้จะทำการพัฒนาทฤษฎีแนวคิดของ Marx โดยจะเน้นความสำคัญในการวิเคราะห์มิติด้านวัฒนธรรม ความคิด อุดมการณ์ เป็นหลักมากกว่าเรื่องโครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง เพราะเล็งเห็นถึงอิทธิพลของโครงสร้างส่วนบนที่สามารถบำรุงรักษาและให้ความชอบธรรมระบบที่กำลังเป็นอยู่ (reproduction) รวมทั้งยังมั่นใจว่า หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนของโครงสร้างส่วนบนนี้ การเปลี่ยนแปลงสังคมโดยรวมจะเป็นไปไม่ได้

ในกลุ่ม Neo - Marxist นี้ยังแยกออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ๆ คือ

2.1 Hegemonic Theory of Media มีนักคิดที่สำคัญ 2 ท่านคือ L.Althusser และ A.Gramsci ที่ได้สาธิตวิธีการวิเคราะห์หลักโลกสังคม เช่น โรงเรียน และสื่อมวลชนอันเป็นกลไกที่ทำงานด้านวัฒนธรรมและความคิด

2.2 Frankfurt School เป็นกลุ่มนักวิชาการเยอรมันในมหาวิทยาลัย Frankfurt ที่มีชีวิตอยู่ในช่วงนาซีเรืองอำนาจ และได้ประจักษ์ถึงพลังอำนาจของสื่อมวลชนที่เป็นตัวอย่างของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Culture Industry) ในโลกสมัยใหม่ นักคิดเด่น ๆ ในสำนักนี้ได้แก่ Horkheimer Adorno Marcuse เป็นต้น

2.3 Birmingham School เป็นกลุ่มที่ถูกเรียกว่า Critical Cultural Study เนื่องจากเป็นนักวิชาการในมหาวิทยาลัย Birmingham ประเทศอังกฤษที่มีความสนใจในการวิเคราะห์วัฒนธรรมด้วยทัศนคติเชิงวิพากษ์ นักคิดในสำนักนี้เริ่มมาจาก R. Williams และ S. Hall (ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมเป็นคนแรก) ให้ความสนใจกับการศึกษาสื่อมวลชนในแง่มุมมองของวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก

จากนี้จะได้กล่าวถึงรายละเอียดของแต่ละกลุ่มย่อย ๆ ต่อไป

2. แนวคิดของ Marx ต่อสื่อมวลชน

(1) แนวคิดหลักของ Marx Baran & Davis (1995) จัดว่าทฤษฎีของ Marx นั้นอาจจะถือได้ว่าเป็นหนึ่งในแนวคิดของกลุ่ม Mass Society Theory โดยที่ Marx ได้มองเห็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมยุโรปในศตวรรษที่ 19 ว่าได้กลายเป็นสังคมมวลชนไปแล้ว อย่างไรก็ตาม ในปรากฏการณ์ของสังคมมวลชน (ซึ่ง Marx เรียกว่าเป็นสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม) Marx ได้มองเห็น “ลักษณะชนชั้น” (Class) ซึ่งเขาเห็นว่าเป็นต้นตอของปัญหาทั้งหมดที่ติดตามมาจากเกณฑ์เรื่อง “ชนชั้น” ที่ Marx ได้ใช้เกณฑ์ทางเศรษฐกิจเป็นตัววัด กล่าวคือชนชั้นที่มีอำนาจจะเข้าครอบครองเป็นเจ้าของทุนและปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เมื่อควบคุมปัจจัยด้านเศรษฐกิจได้แล้ว ชนชั้นนี้ก็จะเข้าครอบงำปัจจัยด้านการเมือง วัฒนธรรม อุดมการณ์ รวมทั้งสื่อมวลชนด้วย

ในส่วนของที่เกี่ยวกับ “วัฒนธรรม” (ซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนนั้น) Marx ได้ใช้คำว่า “อุดมการณ์” (ideology) ซึ่งเขาเปรียบเสมือนว่าเป็น “ยาเสพติด” ชนิดหนึ่งที่ชนชั้นคนงาน/คนยากจนเสพเข้าไปแล้วทำให้มองไม่เห็นการเอารัดเอาเปรียบ กลับคิดว่าความยากจนนั้นเป็นเรื่องตามธรรมชาติ หรือเป็นเวรกรรม ดังนั้นการแก้ปัญหาเรื่องชนชั้น จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงมิติทางเศรษฐกิจเสียก่อน (เปลี่ยนรูปแบบการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต) แล้วต่อจากนั้น การเปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม ความคิดจิตสำนึก อุดมการณ์ก็จะตามมา และเนื่องจากกลุ่มคนที่มีผลประโยชน์จะไม่ยอมสูญเสียอำนาจและความมั่งคั่งอย่างง่ายดาย การปฏิวัติที่มีความรุนแรงจึงเป็นหนทางที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

(2) แนวคิดต่อสื่อมวลชน ในยุคสมัยของ Marx นั้น สื่อมวลชนที่เป็นหลักก็คือหนังสือพิมพ์ ดังนั้นสื่อที่ Marx กล่าวถึงก็คือสื่อหนังสือพิมพ์นั่นเอง Marx มองว่าหนังสือพิมพ์ดำเนินการไปตามหลักของระบบทุนนิยม ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง “พลังการผลิต” (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยี แรงงาน) และ “ความสัมพันธ์ทางการผลิต” (นายทุนเป็นเจ้าของ คนงานเป็นลูกจ้าง) เจ้าของหนังสือพิมพ์จะเป็นนายทุนเสมอไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติหรือนานาชาติก็ตาม คนกลุ่มนี้เข้ามาทำหนังสือพิมพ์เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางชนชั้นของตนเองด้วยวิธีการ 2 ด้าน คือ เปรียบแรงงานลูกจ้างและเอากำไรจากผู้บริโภค



และตามหลักของแนวคิดพื้นฐานที่ได้กล่าวมาแล้ว เมื่อนายทุนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตหนังสือพิมพ์ ก็ย่อมสามารถควบคุมการผลิตความคิดที่อยู่ในเนื้อหาสื่อได้ด้วย ในแง่หนังสือหนังสือพิมพ์จึงเป็นเครื่องมือเผยแพร่อุดมการณ์และค่านิยมของผู้ปกครอง (นายทุน) ให้แก่คนอื่น ๆ ในสังคม (รวมทั้งชนชั้นคนงาน) และปฏิเสธความคิดที่แตกต่างออกไป ผลจากการควบคุมกลไกทางความคิดดังกล่าว ทำให้คนงานลืมนึกที่จะคิดถึงผลประโยชน์ของตน และกลับใช้ชีวิตเพื่อรักษาผลประโยชน์ของนายทุนแทน

(3) **เกณฑ์การวิเคราะห์** จากแนวคิด 2 ประการที่กล่าวมา ทำให้เกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ของ Marx (ซึ่งสาณาศิษย์รุ่นหลังจะใช้สืบต่อมา) จึงจะเป็นเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

- แนวคิดเรื่อง “อำนาจ” (power) เป็นหัวใจของการวิเคราะห์ของ Marx ไม่ว่าอำนาจนั้นจะมาจากแหล่งพลังใดก็ตาม โดยเฉพาะอำนาจที่มาจากความเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต

- Marx พยายามจะเชื่อมโยงการเป็นเจ้าของปัจจัยทางเศรษฐกิจ เข้ากับรูปแบบการกระจายข่าวสารที่ให้ความชอบธรรมแก่ความคิดและค่านิยมของผู้ปกครอง ความเชื่อมโยงดังกล่าวนี้ยังพบได้อยู่เสมอเมื่อมีการวิจัยสื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน เช่นมีข้อมูลที่พบเสมอว่าลักษณะการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตสื่อมีลักษณะรวมศูนย์มากยิ่งขึ้นทุกที ส่วนในด้านเนื้อหาของสื่อนั้นก็มัลักษณะอนุรักษ์มากยิ่งขึ้นทุกทีเป็นเงาตามตัวมาเช่นกัน

3. แนวคิดของกลุ่ม Political Economy of Media

กลุ่ม Political Economy of Media เป็นกลุ่มที่ยึดมั่นตามหลักการวิเคราะห์ของ Marx โดยนำได้มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนดังนี้ คือ

(1) **มีแนวคิดหลัก (concepts) อยู่ 3 แนวคิด** ที่กลุ่มนี้พยายามหาความเกี่ยวข้องกันคือ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อมวลชน และเนื้อหา/ผลผลิตของสื่อมวลชน ดังนั้นคำตอบสำคัญ ๆ สำหรับการวิจัยจะเกี่ยวข้องอยู่กับการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวกับสื่อและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Ownership) ระบบการควบคุมสื่อด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและการเมือง ระบบตลาดของสื่อ เป็นต้น



(2) ในการศึกษาาระบบสื่อมวลชนนั้น กลุ่ม Political Economy เสนอว่า จะต้องวิเคราะห์ให้เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมอยู่เสมอ เพราะเราไม่อาจจะเข้าใจสื่อ ผลผลิตของสื่อ และเนื้อหาของสื่อเลย หากไม่ได้พิจารณาสื่อเช่นเดียวกับสายตาของนายทุนที่มองว่า สื่อเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ที่ทำการผลิตไปเพื่อขายหวังผลกำไร ผลกำไรนั้นนอกจากจะมาจากอุตสาหกรรมสื่อโดยตรงแล้ว ยังอาจจะมาจากอุตสาหกรรมข้างเคียง เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ น้ำมัน เป็นต้น และหากเมื่อใดที่มีการผูกขาดทั้งแนวนอนและแนวตั้ง เมื่อนั้น การสะสมผลกำไรของอุตสาหกรรมนี้ก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

(3) การวิเคราะห์ระดับของเนื้อหา นั้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า ส่วนหนึ่งของเนื้อหาจะถูกกำหนดมาจากระบบตลาด (อาจจะเป็นผู้รับสารส่วนหนึ่ง) และอีกส่วนหนึ่งจะถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุน หรือผู้ตัดสินใจระดับนโยบาย ดังนั้น ตัวอย่างปัญหาคำถามการวิจัยของกลุ่ม Political Economy จึงเป็นการตั้งข้อสงสัยว่า “เพราะเหตุใดจึงมีรายการเพียงบางประเภทเท่านั้นที่อยู่ติดอันดับช่วงเวลา prime time อยู่ตลอดเวลา อะไรเป็นปัจจัยกำหนดที่สำคัญที่สุดของปรากฏการณ์ เป็นต้น

(4) การวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น จากสภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมนั้น กลุ่ม Political Economy ได้ทำนายว่าผลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ คือ

- สื่อที่ดำเนินการอย่างเป็นอิสระจากระบบทุน (ไม่หวังกำไร) หรือจากนายทุนจะล้มหายตายจากไป สื่อที่ต้องการจะเอาชีวิตรอดอยู่ต่อไป จะทำงานอย่างมีอิสระน้อยลงทุกที
- จะเกิดการรวมศูนย์ของตลาดในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการรวมศูนย์ของทุน การกระจุกตัวของสื่อในตลาดผู้บริโภค
- ผู้ทำงานสื่อจะต้องใช้กลยุทธ์การผลิตที่ลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด เช่น การนำเอาละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่เคยสร้างมาแล้วจนผู้ชมรู้จักกันอย่างดี มาสร้างใหม่อย่างซ้ำซาก ทำให้ไม่มีใครกล้าแหวกตลาดหรือทวนกระแสออกไป สุนทรีย์และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์กลายเป็นสิ่งที่หาได้ยาก
- มีการลดการลงทุนในสาขาที่ทำกำไรให้น้อย เช่น การทำรายการสารคดีดี ๆ ทางโทรทัศน์จะลดน้อยลง นายทุนทุกรายจะแห่กันไปผลิตรายการเกมโชว์



ละคร ที่ให้กำไรงาม ผลที่เกิดตามมาก็คือ กลุ่มผู้ชมที่มีอำนาจการซื้อน้อยหรือ
ไม่มีการซื้อ เช่น เด็ก คนแก่ จะกลายเป็นกลุ่มคนที่ไม่มีผลงานสื่อสำหรับตนเอง

- เนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะไม่สมดุลทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อเอาใจ
เจ้าของทุน ซึ่งมักเป็นผู้ที่มีอำนาจทางการเมือง

(5) ประเด็นที่ศึกษา นักวิชาการคนสำคัญ ๆ ในกลุ่มนี้ เช่น P.Golding
G.Murdock J.Curran ได้สาธิตให้เห็นประเด็นที่กลุ่ม Political Economy มักจะ
ให้ความสนใจวิเคราะห์ เช่น

- โครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อประเภทต่าง ๆ
- วิธีการทำงานทางการตลาดของสื่อ ซึ่งเป็นไปตามกลไกของตลาดสินค้า
อื่น ๆ เช่น ต้องทำกำไร ต้องให้ได้สัดส่วนในตลาดเพิ่มขึ้น ต้องขยายตลาด
ต้องสร้างตลาดใหม่ ๆ เป็นต้น

- ปรากฏการณ์การผูกขาดสื่อมวลชน การกระจุกตัวของสื่อมวลชน เช่น
ในตลาดผู้อ่านหนังสือพิมพ์ จะมีปริมาณหนังสือพิมพ์บางฉบับที่ครองตลาดผู้อ่าน
จำนวนมาก เจ้าของทุนคนเดียวสามารถครอบครองสื่อหลายประเภท (สิ่งพิมพ์
วิทยุ โทรทัศน์) ตัวอย่างในระดับสากลก็เช่น สำนักข่าวต่างประเทศระดับโลก
ที่มีเพียง 5 แห่งเท่านั้นที่เป็นผู้ขายข่าวรายใหญ่ เป็นต้น

มีข้อน่าสังเกตว่า จุดแข็งอย่างยิ่งของสำนัก Political Economy นี้ก็คือ
เมื่อเทียบกับทฤษฎีวิพากษ์กลุ่มอื่น ๆ แล้ว กลุ่มนี้มีหลักทฤษฎีที่เอื้อต่อการทำ
วิจัยได้ง่ายกว่า เพราะตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวแปรที่มองเห็นจับต้องได้
นอกจากนั้น เมื่อทำวิจัยครั้งใดก็มักจะได้ผลยืนยันสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่ที่
ตอกย้ำถึงพลังทางเศรษฐกิจที่แผ่อิทธิพลในสถาบันสื่อมวลชน

- ทัศนะแนวใหม่ต่อผู้รับสาร ทัศนะล่าสุดของกลุ่ม Political Economy
ที่ได้พัฒนาต่อมาก็คือ แนวคิดเรื่อง “ผู้รับสาร” ในขณะที่สื่อสมัยใหม่ เช่น วิทยุ
โทรทัศน์ หรือนิตยสารนั้น มักจะไม่ได้มีหลักประกันความอยู่รอดอยู่ที่ตลาดผู้อ่าน
แต่กลับอยู่ที่พื้นที่โฆษณาสินค้ามากกว่า เนื่องจากสังคมทุนนิยมปัจจุบันเป็นสังคม
ที่สามารถผลิตได้มากกว่าที่ประชาชนต้องการ ดังนั้นจึงต้องมีการเร่งทั้งปริมาณ
และคุณภาพการบริโภคของประชาชน ในการนี้ สื่อจึงทำหน้าที่ผลิต “ผู้รับสาร”
ให้กลายเป็น “สินค้า” (กล่าวคือปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับ
สินค้าอื่น ๆ ที่ได้ผลิตขึ้นมาแล้ว) แล้วขายให้แก่ธุรกิจโฆษณา ด้วยเหตุนี้



รายการสื่อที่มีผู้รับสารจำนวนมาก (แปลว่ามีสินค้าผู้รับสารมาก) จึงมีราคาขายสูงกว่ารายการที่มีผู้รับชมน้อย เป็นต้น

(6) การทำนายแนวโน้มของสื่อมวลชน กลุ่ม Political Economy ได้ทำนายว่าแนวโน้มของสื่อมวลชนที่จะเกิดขึ้นต่อไปก็คือ

- อำนาจของการเป็นเจ้าของสื่อ (ownership) จะตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ทั้งในขอบเขตของประเทศและระดับโลก ซึ่งเป็นแนวโน้มเดียวกับการกระจุกตัวและรวมศูนย์ของทุนทุกประเภท
- มิติด้านเศรษฐกิจของข่าวสาร จะเพิ่มความสำคัญมากขึ้นในระดับโลก ทั้งนี้เนื่องจากมีการรวมตัวกันระหว่างธุรกิจโทรคมนาคมกับธุรกิจการกระจายเสียง
- การควบคุมจากภาครัฐจะมีน้อยลง ดังจะเห็นได้จากแนวคิดเรื่อง “การผ่อนคลายการควบคุม” (Deregulation) การแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้เป็นเอกชน (Privatization) หรือการอนุญาตให้มีวิทยุ / โทรทัศน์เสิร์ชที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ (Liberalization) เป็นต้น

4. แนวคิดของสำนัก Frankfurt

(1) รากฐานทางความคิด ในการทำความเข้าใจกับแนวคิดของสำนัก Frankfurt นั้นจำเป็นต้องสวายย้อนไปถึงบรรยากาศและบริบททางสังคมในช่วงระหว่างกลางศตวรรษที่ 19 ซึ่งกำลังมีการเปลี่ยนแปลงสังคมจากแบบเดิมมาเป็นสังคมมวลชน (ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว) ในขณะนั้นมีกลุ่มนักวิพากษ์สังคมกลุ่มสำคัญในประเทศอังกฤษ เช่น F.R. Leavis ที่ได้เริ่มวิพากษ์วิจารณ์ความตกต่ำลงของวรรณกรรมในสังคม (แม้ว่ากลุ่มนี้จะใช้ท่วงทำนองที่มองมาจากจุดยืนของนักอนุรักษ์นิยมชั้นสูงก็ตาม) การวิพากษ์วิจารณ์งานศิลปะวัฒนธรรมดังกล่าวได้รับการสืบทอดต่อมายังนักวิชาการรุ่นที่สองเช่น R. Hoggart และ R. Williams แต่ทว่ามีลักษณะก้าวหน้ามากขึ้น และมองไปจากจุดยืนของคนชั้นล่างมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิดที่สำคัญของการวิพากษ์วิจารณ์ดังกล่าวก็คือในสังคมมวลชนได้มีการทำให้ “วัฒนธรรม” แปรสภาพมาเป็น “สินค้า” (Commoditization of Culture) กล่าวคือ มีการผลิตวัฒนธรรมเพื่อเป้าหมายการขายหวังเอากำไรเป็นสำคัญ การกระทำดังกล่าวเป็นตัวอย่างทำลายคุณค่าทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสุนทรียะ ด้านคุณค่า ด้านการใช้ประโยชน์ที่เคยมีอยู่ใน



วัฒนธรรมให้หมดไป ทำให้แม้จะมีปริมาณวัฒนธรรมอย่างมากมาย แต่ก็กลับทำให้คุณภาพของวัฒนธรรมตกต่ำเสื่อมทรามลง

กลุ่มคนที่กลายเป็นเหยื่อที่ต้องเสพยาวัฒนธรรมอันต่ำทรามนี้ ก็คือ กลุ่มคนยากจนในเมือง คนงานกรรมกรผู้ใช้แรงงาน ซึ่งทำให้พวกเขาต้องกลายเป็นคนที่มี “รสนิยมต่ำ” ไปโดยปริยาย ในการสร้างสรรค์ “วัฒนธรรมมวลชน” (Mass Culture) นี้มีสื่อมวลชนเป็นตัวการสำคัญ ซึ่งในกระบวนการสร้างวัฒนธรรมนั่นเอง สื่อมวลชนก็ได้ก่อร่าง “วัฒนธรรมของสื่อ” ขึ้นมาพร้อม ๆ กัน (Media Culture) (เช่น ค่านิยมในการทำงาน ธรรมเนียมปฏิบัติ) ด้วยเหตุนี้เมื่อมีการตั้งคำถามกับ “คุณภาพของวัฒนธรรมมวลชน” จึงเกิดการตั้งคำถามกับ “คุณภาพของวัฒนธรรมของสื่อ” ไปพร้อม ๆ กัน

จากรากฐานและกระแสแนวคิดดังกล่าวเป็นจุดร่วมสำหรับการก่อตัวของสำนัก Frankfurt อันเป็นกลุ่มนักคิดในประเทศเยอรมัน

(2) ทฤษฎีที่มาจากประสบการณ์ คำว่า “วิพากษ์” (Critical) นั้นถือกำเนิดมาจากนักวิชาการเยอรมันกลุ่มหนึ่งที่ทำงานร่วมกัน ณ มหาวิทยาลัย Frankfurt ในช่วงนาซีเรืองอำนาจ ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น กำลังมีการเผชิญหน้ากันระหว่างพรรคการเมืองใหญ่ 2 พรรคในเยอรมันคือ พรรคสังคมนิยมประชาธิปไตยที่เน้นนโยบายการยกระดับเศรษฐกิจของชีวิตคนงาน กับพรรคชาตินิยมของฮิตเลอร์ที่เน้นการปลุกระดมเรื่องอุดมการณ์ชาตินิยมอันรุ่งเรืองและความบริสุทธิ์ของชนชาติเยอรมัน โดยอาศัยสื่อมวลชนสมัยใหม่ เป็นที่นำแปลกใจว่า ทั้ง ๆ ที่ประชาชนคนงานเยอรมันในช่วงเวลานั้นกำลังมีชีวิตอยู่ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างรุนแรง แต่ข้อเสนอของพรรคสังคมนิยมประชาธิปไตยกลับต้องพ่ายแพ้หลักทางให้แก่พรรคชาตินิยมที่จับใจมวลชนมากกว่า

นักคิดจากสำนัก Frankfurt วิเคราะห์ความล้มเหลวของพรรคการเมืองปีกก้าวหน้าว่าเป็นเพราะการมองข้ามความสำคัญของมิติด้านความคิดจิตสำนึกและอุดมการณ์ โดยคิดว่ามนุษย์จะต้องมีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจอยู่เสมอซึ่งไม่เป็นจริงในกรณีดังกล่าวมา ทั้งนี้เนื่องจากอุดมการณ์ของฝ่ายชนชั้นปกครองที่เผยแพร่ผ่านกลไกสื่อมวลชนสมัยใหม่อย่างได้ผลได้เข้าครอบงำระบบความคิดของชนชั้นคนงานจนยอมถูกดูดซับเข้ามาอยู่ในระบบทุนนิยมและเดินไปตามเส้นทางของกลุ่มนาซี



จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้นักวิชาการสำนัก Frankfurt เห็นว่าจำเป็นที่จะต้องหวนกลับมาให้ความสำคัญกับการศึกษามิติด้านวัฒนธรรม ความคิดจิตสำนึกและอุดมการณ์อย่างลึกซึ้งมากขึ้นโดยเฉพาะวัฒนธรรมในสังคมยุคใหม่ที่เรียกว่า “วัฒนธรรมมวลชน” (Mass Culture) ที่มีสื่อมวลชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

(3) แนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรมมวลชน” ในทัศนะของนักคิดสำนัก Frankfurt “วัฒนธรรมมวลชน” เป็นวัฒนธรรมที่มากขึ้นในยุคสมัยใหม่ที่มีการผลิตสินค้าบริการและความคิดเพื่อช่วยธำรงรักษาระบบทุนนิยมเอาไว้ ดังนั้น วัฒนธรรมมวลชนจึงมีคุณลักษณะเด่น ๆ หลายประการ ดังนี้

- เน้นการใช้เหตุผลเชิงเทคนิค (Technical Rationality)
- เน้นการบริโภคอย่างมาก ที่เรียกว่ามีลักษณะบริโภคนิยม กล่าวคือถือเอาการบริโภคเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับการดำรงอยู่และการมีชีวิตหล่อหลอมให้คนพอใจกับผลประโยชน์เฉพาะหน้าระยะสั้น โดยยอมสละสิ่งที่ดีกว่าในระยะยาว

- Adorno และ Horkheimer (1972) ได้โจมตีลักษณะของวัฒนธรรมมวลชนอย่างมาก เช่น การมีอยู่เพียงรูปแบบเดียว ลักษณะบูชาเทคนิค ข้ำชาควนเวียน เป็นศิลปะที่ใช้หลบหนีความเป็นจริง สร้างความต้องการอันจอมปลอม ลดทอนค่าปัจเจกบุคคลให้กลายเป็นเพียงลูกค้ำ และจัดทางเลือกอุดมการณ์แบบอื่น ๆ ออกไปหมด ด้วยการสร้างมายาคติว่าวัฒนธรรมที่มีอยู่นั้นเป็นวัฒนธรรมที่ดีที่สุดแล้วสำหรับทุกคนอย่างปราศจากขงชนชั้นใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง

(4) แนวคิดเรื่อง “สังคมมิติเดียว” (One-dimensional Society) Marcuse วิเคราะห์ว่า ลักษณะของวัฒนธรรมที่เคยมีมาก่อนหน้าวัฒนธรรมมวลชนนั้น จะมีลักษณะ 2 ด้านอยู่เสมอคือด้าน positive อันได้แก่ด้านที่ธำรงรักษาสืบทอดสังคมเอาไว้ และด้าน negative / critical อันได้แก่ด้านที่เน้นการพัฒนาเปลี่ยนแปลงสังคมให้เคลื่อนไหว เช่น วัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) นอกจากจะมุ่งสืบทอดวัฒนธรรมอันดีงามและประณีตแล้ว ก็ยังมุ่งยกระดับจิตใจของผู้คนในสังคมให้สูงขึ้น ส่วนวัฒนธรรมพื้นบ้านนั้น นอกจากจะมุ่งประโยชน์ในการรับใช้ชีวิตในแง่มุมต่าง ๆ เช่น อบรมสั่งสอน ให้ข้อคิด ให้ความเพลิดเพลิน ก็ยังมีลักษณะเสียดสีล้อเลียนตั้งคำถามกับความไร้สาระของมนุษย์อยู่เสมอ ๆ



แต่เมื่อวัฒนธรรมของสังคมถูกทำให้กลายเป็น “สินค้า” ดังที่กล่าวมาแล้ว มิติต่าง ๆ ของวัฒนธรรมก็ได้ถูกลดทอนให้เหลือแต่แง่มุมที่จะทำให้ “ขายได้” เท่านั้น วัฒนธรรมชั้นสูงถูกริดค้อนสมบัติอื่น ๆ ออกไปหมดจนเหลือแต่ความสวยงามเท่านั้น วัฒนธรรมพื้นบ้านก็เช่นเดียวกัน บรรดาหน้าที่อันหลากหลายถูกชำระล้างขัดเกลากออกไปหมด จนเหลือแต่ลักษณะการให้ความบันเทิงเท่านั้น ซึ่ง Marcuse ได้จัดแบบแผนสิ่งที่ถูกขจัดและสิ่งที่ถูกเก็บรักษาเอาไว้ว่า ส่วนที่จะสืบทอดสังคมให้เป็นอยู่เหมือนเดิม (positive / stability) จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ ส่วนมิติที่จะตั้งคำถามเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (negative / critical) นั้น จะถูกริดรอนออกไปจนหมด Marcuse จึงตั้งชื่อสังคมปัจจุบันว่าเป็น “สังคมมิติเดียว” และกล่าวว่ามนุษย์ที่มีชีวิตอยู่ภายในสังคมเช่นนี้ ก็จะกลายเป็นมนุษย์ผู้มีมิติเดียว (one - dimensional man) อันเป็นมนุษย์ผู้รู้จักแต่ “การยอมรับ” หากแต่ไม่รู้จักการสงสัยตั้งคำถาม

(5) ประเด็นและวิธีการศึกษา ตามปกติแนวคิดของสำนัก Frankfurt จะมีลักษณะร่วมกับทฤษฎีวิพากษ์แบบดั้งเดิมอยู่ประการหนึ่ง คือ มีลักษณะเป็น Grand Theory ที่ใช้การค้นคิด อภิปราย ได้เถียงเป็นวิธีการในการสร้างและปกป้องแนวคิดในทฤษฎี มากกว่าจะใช้วิธีการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical) (ลักษณะดังกล่าวค่อนข้างเป็นประเพณีของนักวิชาการในยุโรป) ดังนั้น ในช่วงประวัติศาสตร์ของกลุ่มนักวิชาการสำนัก Frankfurt (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวยิว) ในช่วงที่อยู่ในเยอรมัน ถึงแม้จะมีประเด็นคำถามทางวัฒนธรรมหลายประการ เช่น การวิเคราะห์ว่า ลัทธินาซีซึ่งได้พยายามนำเอาวัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Culture) มาใช้ แล้วต่อจากนั้น ก็นำเอาวัฒนธรรมชั้นสูงมาใช้ สำนัก Frankfurt ได้ตั้งคำถามว่า วัฒนธรรมพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมชั้นสูงแบบไหนที่อยู่ในมือของพวกนาซี แต่นักวิชาการในกลุ่มก็ยังไม่ได้ลงมือวิจัยอย่างเป็นระบบ เช่นที่นักวิจัยอเมริกันทำอยู่ในสหรัฐ

จนกระทั่งเมื่อนักคิดบางท่านของกลุ่มต้องอพยพลี้ภัยนาซีไปอยู่ในอเมริกา เช่น Adorno จึงเป็นโอกาสที่จะได้มีการประสานระหว่างแนวคิดใน Grand Theory กับวิธีการวิจัยเชิงประจักษ์ ปัญหานำการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านสื่อสารมวลชนก็คือ ประเด็นปัญหาที่ว่าบรรดาศิลปวัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) จะสามารถถ่ายทอดผ่านกลไกของสื่อสารมวลชน ซึ่งมีคุณสมบัติหลายประการที่



ขัดแย้งกับวัฒนธรรมชั้นสูงได้หรือไม่ เช่น เมื่อความประณีตต้องมาพบกับการทำงานในเวลาอันจำกัด เป็นต้น

5. แนวคิดของกลุ่ม Hegemonic Theory of Media

(1) แนวคิดหลัก มีนักคิดที่เป็นเสาหลัก 2 ท่านในกลุ่มทฤษฎี Hegemonic คือ L. Althusser นักปรัชญาชาวฝรั่งเศส และ A. Gramsci นักวิชาการชาวอิตาลีเรียนจตุรร่วมของนักคิดทั้ง 2 ท่านที่เป็นคุณลักษณะเด่นของกลุ่ม Neo-Marxist คือ การปฏิเสธความคิดที่ Marx เคยเสนอเอาไว้ว่า มิติหรือปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นจะเป็นตัวกำหนดมิติด้านอื่น ๆ เช่น การเมือง วัฒนธรรม ความคิด จิตสำนึก (ที่เรียกว่า Economic Determinism) ดังเช่นที่ Gramsci ได้ปฏิเสธหลักการที่ว่า ชนชั้นใดได้เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต (Means of Production) ก็จะได้ควบคุมปัจจัยในการผลิตความคิดจิตสำนึกและวัฒนธรรมไปโดยปริยาย (Means of Ideological Production) ส่วน L. Althusser ได้สาธิตวิเคราะห์ให้เห็นว่า มิติแต่ละด้านของสังคม ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม อุดมการณ์ สามารถที่จะพัฒนาไปได้อย่างมีอิสระในตัวเองในบางเงื่อนไข และไม่จำเป็นต้องขึ้นต่อกันเสมอไป

นอกจากจะปฏิเสธหลักการเรื่องเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดแล้ว Gramsci ยังเป็นนักวิชาการทฤษฎีวิพากษ์ที่ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ด้านวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม Gramsci ก็ได้ปฏิเสธคำนิยามของคำว่า “วัฒนธรรม” ที่นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์รุ่นโบราณเคยได้ให้ไว้ เช่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดีที่สุดของมนุษย์ที่เคยคิด/กระทำมา วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาอย่างหยุดนิ่ง การเน้นแต่ด้านคุณค่า/ค่านิยม (Value) ของวัฒนธรรม เป็นต้น โดยเขาได้นำเอามุมมองแบบทฤษฎีวิพากษ์ไปจับประเด็นวัฒนธรรม ทำให้มองเห็นว่า วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพลวัต (dynamic) ที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในสังคมหนึ่ง ๆ วัฒนธรรมมิได้มีอยู่เพียง “หนึ่งเดียว” เท่านั้น (ไม่ได้มี Culture) หากแต่มีอยู่ “หลาย ๆ วัฒนธรรม” (cultures) ที่ล้วนต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสังคมอยู่ตลอดเวลา และวัฒนธรรมไม่ได้เป็นเพียงคุณค่าเท่านั้น หากแต่วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ต้องมีการผลิต (Production) และต้องมีการผลิตซ้ำอย่างสม่ำเสมอ (reproduction) หากต้องการมีความอยู่รอดทางวัฒนธรรม แนวคิด



เรื่องวัฒนธรรมในแบบฉบับของ Gramsci นี้เป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ในรุ่นหลังต่อมา โดยเฉพาะกลุ่มที่ศึกษางานสื่อมวลชน อันเป็นรูปแบบวัฒนธรรมหลักของสังคมสมัยใหม่

(2) แนวคิดเรื่อง “Hegemony” คำศัพท์คำว่า “hegemony” นี้ Gramsci เป็นผู้ที่น่าเอามาใช้โดยได้ใช้ใน 2 ปริณทล คือ

(ก) Political hegemony อันหมายถึงความถึงการสถาปนาระบบการเมืองระบบหนึ่งให้กลายเป็นระบบหลักของสังคมเช่น ระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน (representative democracy) ก็จะใช้รูปแบบการเลือกตั้งตัวแทน สส.ผ่านพรรคการเมืองเป็นรูปแบบที่มีความชอบธรรม และปฏิเสธประชาธิปไตยในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ประชาธิปไตยโดยตรง (direct democracy) ด้วยเหตุนี้การรวมตัวของกลุ่มคนที่มีปัญหาแล้วมาชุมนุมเรียกร้องจะถูกต้องว่าไม่มีความชอบธรรม เป็นต้น

(ข) Cultural hegemony มีความหมายคล้ายกับ political hegemony แต่เปลี่ยนมิติมาเป็นด้านวัฒนธรรม อันหมายถึงการสถาปนาระบบคิด ระบบอุดมการณ์ ระบบวัฒนธรรมอันหนึ่งให้กลายเป็นระบบคิดหลักและวัฒนธรรมหลักของสังคม และกีดกันระบบคิดอื่น ๆ วัฒนธรรมแบบอื่น ๆ ให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่ชอบธรรมไป ตัวอย่างเช่น ระบบคิดอันหนึ่งที่ว่า “คนเราทุกคนย่อมเห็นแก่ตัวเองเป็นธรรมดา และเป็นธรรมชาติของมนุษย์” “คนที่มัวแต่เห็นแก่คนอื่นนั้นเป็นคนโง่” หรือ “เป็นกฎธรรมชาติที่ว่า ปลาใหญ่ย่อมกินปลาเล็ก คนโง่ย่อมเป็นเหยื่อของคนฉลาด” ในชีวิตประจำวันทุกวัน เราได้พบเห็นได้ยิน ได้ฟังบรรดาวาทกรรม (discourse) เหล่านี้เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ อยู่ครั้งแล้วครั้งเล่า ฉะนั้นในปริณทลของ Cultural hegemony โดยเฉพาะในวงการสื่อมวลชนนี้เองที่ Gramsci ให้ความสนใจศึกษาเป็นพิเศษ

(3) การวิเคราะห์สื่อมวลชน Gramsci เสนอว่าการที่สังคมทุกวันนี้ยังสามารถสืบทอดตัวเองต่อไปได้ (reproduce) จำเป็นต้องอาศัยกลไกสังคมมาทำงานอารักขาเอาไว้ โดยที่กลไกนั้นสามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือกลไกด้านการปราบปราม (Repressive Apparatus) เช่น กฎหมาย ตำรวจ ศาล และกลไกด้านอุดมการณ์ (Ideological Apparatus) เช่น โรงเรียน ครอบครัว ศาสนา และสื่อมวลชน จากกลไกทั้ง 2 นี้ Gramsci ให้ความสนใจกับกลไกด้านอุดมการณ์มากกว่า เพราะเป็นกลไกที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ



ทำงานอยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน มีลักษณะเป็นไม้หนวมมากกว่าเป็นไม้แข็ง และทำให้ผู้คนสามารถยอมรับได้อย่างยินยอมพร้อมใจ (consent) ดังภาษิตที่ว่า “น้ำร้อนปลาเป็น น้ำเย็นปลาตาย”

ฉะนั้น เมื่อถามว่าการ hegemony ของสื่อมวลชนคืออะไร Gramsci จึงตอบว่า hegemony ของการสื่อสารมวลชน ก็คือการนำวัฒนธรรมของข่าวสารไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของข่าว ความบันเทิง เรื่องแต่ง ฯลฯ มาอ้างรักษาสภาพสังคมที่มีการแบ่งแยกและการครอบงำทางชนชั้นให้อยู่ยังคงกระพันตลอดไปนั่นเอง

กระบวนการทำงานของสื่อมวลชน ก็เป็นไปตามหลักการทำงานของกลไกด้านอุดมการณ์อื่น ๆ กล่าวคือ จะสอดแทรกความคิดต่าง ๆ ให้แทรกซึมอยู่ตามส่วนต่าง ๆ ของเนื้อหาสื่อไม่ว่าจะเป็นพาดหัวข่าว การบรรยายภาพ การให้สัมภาษณ์ในข่าว ค่านิยมในรายการเกมโชว์ บทสนทนาหรือฉากของละครโทรทัศน์ ฯลฯ อันมีผลทำให้โครงสร้างอำนาจต่าง ๆ และค่านิยมดังกล่าวของสังคมดูเป็นธรรมชาติ (เป็นธรรมดาที่ผู้ชายจะต้องเป็นผู้นำ) สามารถยอมรับได้โดยปริยาย (ถ้าเป็นพระเอกก็ชมชื่อนางเอกได้) และดูเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ (เป็นคนรวยก็ทำอะไรไม่น่าเกลียด) เป็นต้น

กลยุทธ์ของการ hegemony ในสื่อมวลชนนั้น จะไม่ใช้อำนาจบังคับอย่างรุนแรง หากแต่จะใช้วิธีการนำเสนออย่าง “แบบที่ไม่ต้องมีการตั้งคำถามกันเลย” เพราะ “เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า” “เป็นที่รู้จักดีแล้วว่า” “รู้จักกันแล้วโดยปริยาย” ฯลฯ สำหรับพวกที่ไม่เห็นด้วยก็จะกลายเป็น “พวกผิดปกติ พวกเบี่ยงเบน พวกไม่ธรรมดา” ไป Gramsci มีความเห็นว่า การ hegemony ทางด้านวาทกรรม (discourse) ที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนนั้น น่าจะทรงพลังมากกว่าการ hegemony ทางด้านเศรษฐกิจหรือการเมืองเสียอีก เพราะข้อความที่ปรากฏในสื่อมวลชนนั้นเป็นการให้ค่านิยมสังคม ให้นิยามชีวิต ให้นิยามกลุ่มคน ให้นิยามเหตุการณ์ ฯลฯ ซึ่งในการนี้ แม้ตัวสื่อมวลชนเองอาจจะไม่ได้เป็นผู้กระทำการโดยตรง หากทว่าในฐานะกลไกของสังคม สื่อมวลชนก็มักจะเปิดโอกาสให้ผู้มีอำนาจทางสังคมเข้ามาใช้เป็นส่วนใหญ่

แม้ว่า Gramsci จะค้นคิดแนวคิดเรื่อง Hegemony ขึ้นมา แต่ทว่าเขาก็ได้สร้างแนวคิดนี้อย่างมีพลวัต กล่าวคือ เขาเห็นว่า ที่ได้มีการครอบงำ ที่นั่นก็ย่อมมีการต่อสู้ดิ้นรนอยู่เสมอ และเนื่องจาก Gramsci มีแนวทางแบบนักมนุษยนิยม



(Humanism) กล่าวคือ มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ ที่จะกระทำการเปลี่ยนแปลงชีวิตและโครงสร้างสังคมของตนเอง ดังนั้น Gramsci จึงสนใจวิเคราะห์กระบวนการต่อสู้และต่อต้านการครอบงำอยู่เสมอ สนามรบทางวัฒนธรรมจึงเป็นสมรภูมิที่ไม่เคยร้างราการต่อสู้ แนวคิดดังกล่าวเป็นแนวทางหลักสำหรับกลุ่มวัฒนธรรมศึกษารุ่นต่อ ๆ มา

6. แนวคิดของสำนัก Birmingham

(1) การก่อตัวและพัฒนาการ ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 กลุ่ม Neo-Marxist กลุ่มใหม่ล่าสุดได้รวมตัวเกาะกลุ่มขึ้น โดยก่อตั้งเป็นศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัยที่มหาวิทยาลัย Birmingham (Centre for Contemporary Cultural Studies) ทำการศึกษาวิจัยปัญหาด้านวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นหลัก โดยได้ใช้แนวทางทฤษฎีวิพากษ์จากนักวิชาการรุ่นบรรพบุรุษ เช่น A. Gramsci R. Williams เป็นแนวทางพร้อมกับได้ประยุกต์เอาวิธีการศึกษาของแนวทางอื่น ๆ เข้ามาผสมผสานด้วย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการพัฒนาทฤษฎีวิพากษ์ออกไปอีกก้าวหนึ่งที่เรียกว่าเป็น Critical Cultural Studies

ในระยะแรก แนวทางการศึกษาของกลุ่มยังคงเน้นเรื่องการวิเคราะห์การครอบงำทางอุดมการณ์ โดยเฉพาะอุดมการณ์ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน แต่ทว่าในขั้นต่อมา สำนัก Birmingham ก็ได้เริ่มแปรเปลี่ยนทิศทางการศึกษาตัวสื่อมาเป็นการศึกษาประสบการณ์การใช้สื่อในชีวิตประจำวันของคนกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มชนชาติส่วนน้อย กลุ่มคนงาน ฯลฯ โดยมีทิศทางการศึกษาที่แน่ชัดว่า จะต้องใช้มุมมองในการศึกษา 2 ทิศทาง กล่าวคือมองจากมุมมองของการครอบงำได้ใช้กลไกวิธีการและกลยุทธ์อย่างไรในการผนวกเอาผู้คนกลุ่มต่าง ๆ เข้ามาอยู่ภายใต้การครอบงำอันเดียวกัน ในอีกทิศทางหนึ่งก็ต้องพิจารณาดูด้วยว่าคนกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้นได้คัดค้านต่อต้านการครอบงำดังกล่าวอย่างไรบ้าง (อันเป็นการสืบทอดประเพณีวิธีคิดของ A. Gramsci นั้นเอง)

(2) แนวคิดหลัก S. Hall ผู้อำนวยการศูนย์ฯ คนแรกได้ประมวลสรุปหลักการสำคัญ ๆ ของสำนัก Birmingham เอาไว้ว่า



• จากประเพณีของทฤษฎีวิพากษ์ที่มีการแบ่งโครงสร้างสังคมออกเป็นโครงสร้างส่วนล่างและส่วนบน รวมทั้งได้มีการถกเถียงกันมาโดยตลอดเวลว่า โครงสร้างส่วนใดจะกำหนดส่วนใด สำนัก Birmingham ได้ปฏิเสธวิธีการอธิบายสังคมโดยแบ่งแยกเป็นโครงสร้างส่วนต่าง ๆ ดังกล่าว

• ต่อแนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรม” สำนักนี้เห็นว่าจำเป็นต้องขยายแนวคิดด้านวัฒนธรรมออกไปให้กว้างขวางว่า ไม่จำเป็นที่จะต้องศึกษาแต่ “ตัวผลผลิตทางวัฒนธรรม” (product) เช่น วัตถุสิ่งของ (artifact) หรืออากัปกริยา ความประพฤติ (manner) หรือธรรมเนียมปฏิบัติเท่านั้น หากแต่ควรให้ความสนใจกับ “กระบวนการทางวัฒนธรรม” (cultural process) ซึ่งหมายถึงสิ่งอันเป็นปกติธรรมดาที่เราทำกันอยู่เป็นปกติวิสัย เช่น การทำอาหาร การ shopping การดูโทรทัศน์ ฯลฯ โดยวิเคราะห์ว่าในสิ่งที่เราสวมใส่ เราดู เรากิน ฯลฯ นั้น เราได้มองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับคนอื่นอย่างไร เช่น เมื่อเราเข้าไปเป็นแขกในบ้านคนอื่น เหตุใดเราจึงไม่กล้ายัดกุ่ม remote control ในระหว่างดูโทรทัศน์ เป็นต้น

• S. Hall นิยามว่า วัฒนธรรมนั้นเป็นทั้งวิถีทาง (means) และเป็นทั้ง ระบบคุณค่า (value system) ที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อจะใช้จัดการกับการดำรงอยู่ของพวกเขา เช่น ชาวบ้านไทยในอดีตพบว่า หากจะจัดการกับปัญหาการป้องกันรักษาต้นไม้ริมน้ำ ก็ต้องเลือกใช้วิถีทางการสร้างความเชื่อ เรื่องเทพดาอารักษ์หรือการบวชต้นไม้ มากกว่าจะใช้วิถีทางการออกกฎหมาย การฆ่าฟันคนที่ตัดต้นไม้ หรือการปรับเป็นตัวเงิน เป็นต้น

ดังนั้น วัตถุประสงค์ในการศึกษาของสำนัก Birmingham จึงเป็นวัฒนธรรมที่กำลังมีชีวิตอยู่ (lived culture) ตั้งแต่เรื่องสื่อสารมวลชนเรื่อยไปจนกระทั่งถึงเรื่องการเล่นกีฬา การเล่นการพนัน ซึ่งตามปกติมักจะไม่ใช่อยู่ในความสนใจของนักวัฒนธรรมเท่าใดนัก (เพราะกิจกรรมเหล่านี้อาจจะยังไม่มีผลกระทบใด ๆ) โดยสิ่งที่วิเคราะห์ก็คือ กระบวนการทางสังคม (Social process) (เช่นว่ามีใครเล่นกับใคร มีเป้าหมายทางสังคมอย่างไร มีกฎกติกาอย่างไร) คู่มือการปฏิบัติการ (practices) (เช่นว่า ใครต้องแสดง action อะไร มีบทสนทนาอย่างไร มีลำดับขั้นตอนอย่างไร) รวมทั้งดูความหมาย (meaning) ที่มีอยู่ในกิจกรรมดังกล่าว



(3) เป้าหมายของการศึกษา แม้ว่านักคิดในสำนักนี้จะมีความสนใจในประเด็นที่แตกต่างกัน เช่น บางท่านสนใจการวิเคราะห์การใช้สื่อของสตรี บางคนสนใจเรื่องเพลงต่อต้านสังคมของวัยรุ่น ฯลฯ แต่ทว่า เป้าหมายร่วมของสำนักก็คือ ต้องการทำความเข้าใจว่าในระบบใหญ่ นั้น สังคมทำงานอยู่ได้อย่างไร ในระดับที่ย่อยลงมา คือสถาบันต่าง ๆ ทำงานอยู่ได้อย่างไร และในระดับที่เล็กที่สุด คือในระดับปัจเจกบุคคลนั้น ชีวิตประจำวันของบุคคลถูก “สร้าง” (construct) ขึ้นมาได้อย่างไร เช่น ชีวิตคนแต่ละเพศ แต่ละวัย แต่ละฐานะ จะถูกกำหนดว่า ในช่วงเวลาใด จะต้องอยู่ที่ไหน กับใคร ต้องทำกิจกรรมอะไร มีเป้าหมายอย่างไร ได้ผลอะไร เป็นต้น ทั้งนี้ โดยอาศัยแนวคิดของ R. Williams ที่ให้ความสนใจกับการต่อสู้ทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันมาเป็นกรอบแนวคิด

เหตุผลเบื้องหลังที่ต้องตอบคำถามข้างต้นให้ได้นั้น เนื่องจากสำนักนี้มีความเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงสังคมไม่มีทางเป็นไปได้ หากผู้วิเคราะห์ขาดความเข้าใจว่า สังคมทำงานได้อย่างไร และมีใช้การทำงานในลักษณะที่เป็นหลักการอย่างเลื่อนลอย แต่ต้องเป็นการทำงานที่แสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมในชีวิตประจำวันของผู้คน

ในการวิเคราะห์สื่อมวลชนก็เช่นเดียวกันที่จะต้องใช้หลักการเดียวกันทั้งในส่วนของการวิเคราะห์ฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะที่สื่อมวลชนก็เป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

(4) วิธีการศึกษา ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของกลุ่ม Neo-Marxist คือการพัฒนาเทคนิควิธีการศึกษาให้สอดคล้องกับการพัฒนาแนวคิดที่ก้าวไป เช่น สำนัก Frankfurt ได้นำเอาวิธีการวิจัยเชิงประจักษ์ เช่น การสัมภาษณ์ การออกแบบสอบถาม มาใช้ในการศึกษา สำนัก Birmingham ก็เช่นเดียวกัน โดยได้นำเอาวิธีการแบบมนุษยศาสตร์แนวมนุษยนิยม เช่น การวิเคราะห์ด้วยบท (Textual analysis) และการวิจารณ์วรรณกรรม (Literary criticism) ที่กลุ่มศึกษาวรรณกรรมชั้นสูงเคยใช้อยู่มาวิเคราะห์วัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น เพลง ละคร ภาพยนตร์ ฯลฯ

อย่างไรก็ตามถึงแม้สำนัก Birmingham จะนำเอาวิธีการศึกษาดังกล่าวมาใช้ แต่ทว่าก็ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังทั้งจากกลุ่มวรรณกรรมวิจารณ์ และกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์แบบเดิม กล่าวคือ แนวทางของกลุ่มวรรณกรรมวิจารณ์นั้น



มักจะทำการวิเคราะห์ด้วยทเพื่อเล่นรายการทายใจผู้ส่งสารว่าต้องการจะบอกเล่าความนัยอะไรบ้างแก่ผู้รับสาร ในแง่นี้สำนัก Birmingham ได้เปลี่ยนจุดเน้นมาที่การทายใจผู้รับสารมากกว่าว่าจะสามารถรับสารได้อย่างไรบ้าง ส่วนแนวทางของกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์แบบเดิมนั้น มักจะพยายามให้นักวิจัยค้นหว่า “มีอุดมการณ์อะไรบ้างที่แฝงเร้นอยู่ในตัวบท” หากทว่าสำนัก Birmingham กลับสนใจว่า “ตัวบทนั้นจะถูกอ่าน (reading) อุดมการณ์ต่าง ๆ ออกมาอย่างไร”

กล่าวโดยสรุปก็คือสำนักนี้ไม่เชื่อว่า “อุดมการณ์ในงานสื่อมวลชนนั้นจะถูกนำไปป้อนใส่ปาก (give) ให้ผู้รับสาร แต่ทว่า อุดมการณ์นั้นเพียงแต่ถูกส่ง (send) ไปเท่านั้น ดังนั้นจึงสำคัญว่า ผู้รับสารจะรับอย่างไร รับอะไร รับแบบไหน” S. Hall ได้ทำให้แนวคิดดังกล่าวชัดเจนขึ้นในผลงานเรื่อง “การเข้ารหัสและถอดรหัส” (Encoding + Decoding) ที่เขากล่าวว่า ความหมายนั้นถูกสร้างขึ้นใน 2 ขั้นตอนที่เป็นอิสระจากกัน ในขั้นตอนแรก ความหมายถูกสร้างขึ้นในกระบวนการเข้ารหัสของผู้ส่งสารและในขั้นตอนที่สอง ความหมายจะถูกสร้างขึ้นอีกครั้งในกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสาร (ที่จะถอดตามสถานการณ์ทางสังคมและกรอบแห่งการตีความของผู้รับสารเอง)

จากแนวคิดของ Parkin (1972) นักสังคมวิทยาการเมือง S. Hall ได้อาศัยแนวคิดดังกล่าวมาจำแนกประเภทของการอ่านข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนว่า สามารถพบได้ 3 แบบ คือ

1. Dominant meaning ได้แก่วิธีการอ่านความหมายที่เป็นไปตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร หรือเรียกว่า Preferred reading
2. Negotiated meaning ได้แก่ความหมายที่ผู้รับสารเริ่มต่อรองโดยนำเอารอบแห่งการตีความหมายอันอื่น ๆ มาใช้ แต่ทว่ายังเป็นกรอบอีกแบบหนึ่งที่มีใช่เป็นการปฏิเสธโดยตรง เช่น เอรหัสด้านวิชาชีพ (professional code) มาอ้างอิงถึงความเป็นกลาง เป็นต้น วิธีการอ่านแบบนี้จึงเรียกว่า Alternative reading
3. Oppositional meaning หมายถึงความหมายที่ผู้ส่งสารไม่ได้ตั้งใจเข้ารหัส แต่ผู้รับสารได้อ่านระหว่างบรรทัด และได้ตีความในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับที่ผู้ส่งต้องการ



จากแนวคิดเบื้องหลังของสำนัก Birmingham ทำให้นักวิชาการในสำนักนี้ ในรุ่นหลัง ๆ จะเน้นวิธีการศึกษา 2 วิธีการประกอบกันคือ การวิเคราะห์ด้วบท และเนื้อหาโดยนักวิจัยกับการวิเคราะห์ผู้รับสารที่อ่านตัวบทนั้นแล้วนำมาเปรียบเทียบกันอยู่เสมอ

(5) เอกลักษณ์ของสำนัก Birmingham ในขณะที่สำนัก Birmingham ก็เป็นกลุ่มย่อยกลุ่มหนึ่งในทฤษฎีวิพากษ์ หากทว่าเอกลักษณ์ของสำนักนี้ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ เช่นสำนัก Frankfurt ก็คือ สำนัก Birmingham จะพิจารณาสื่อมวลชนในทางบวกมากยิ่งขึ้น และพยายามค้นหา**บทบาทที่สร้างสรรค์**ของสื่อมวลชนมากกว่าจะเฝ้ากันประณามว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงกลไกรับใช้กลุ่มผู้ปกครองและผู้มีอำนาจในสังคมเท่านั้น

ทัศนะในทางบวกของสำนัก Birmingham น่าจะมาจากรากฐานความคิดที่ว่าวัฒนธรรม/สื่อมวลชนนั้นมิใช่ของใครคนเดียว และแม้ว่าจะมีคนกลุ่มใดได้เข้าครอบครองเป็นเจ้าของ ก็มีได้หมายความว่าเรื่องราวจะจบลงเพียงนั้น ทั้งนี้เนื่องจากในเวทีทางวัฒนธรรม คนทุกกลุ่มจำเป็นต้องต่อสู้ ต้องช่วงชิง ต้องประนีประนอมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นหน้าที่ของนักวิเคราะห์จึงมิใช่การเกาะติดอยู่กับสูตรสำเร็จ หากทว่าต้องพยายามทำความเข้าใจกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

ด้วยเหตุนี้ วิธีการวิจัยของสำนัก Birmingham จึงมุ่งที่การมองหาแบบแผนทางเลือกและการตอบสนอง (pattern of choice & response) ที่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้มีโอกาสเข้าร่วมในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนตามฐานะ บทบาท และโอกาสที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นสำนัก Birmingham ยังสนใจประสบการณ์ที่ประชาชนพยายามจะนำเอาวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) เข้ามาประสานกับสื่อมวลชน เช่น การนั่งจับกลุ่มตามร้านกาแฟ (วัฒนธรรมแบบรอบกองไฟ) เพื่ออ่านหนังสือพิมพ์ การดูถ่ายทอดประชุมรัฐสภาจากโทรทัศน์ หรือการฟังหมอลำร่วมกันจากวิทยุ เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

1. กาญจนา แก้วเทพ (2527)
“พัฒนาการความคิดมาร์กซิสต์ในศตวรรษที่ 20 : สำนักแฟรงค์เฟิร์ต”
วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง ปีที่ 4 : 1 (ก.ย.2527) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
2. กาญจนา แก้วเทพ (2528)
วิพากษ์ลัทธิมาร์กซ์ : กลุ่มซ้ายใหม่ในฝรั่งเศส , สำนักพิมพ์ผลึก, กรุงเทพฯ.
3. กาญจนา แก้วเทพ (2529)
หลุย อัลดูแซร์ : อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ , สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
4. Baran, S.J. & Davis , D.K (1995)
Mass Communication Theory , Wadsworth Publishing Group.
5. McQuail , D. (1994)
Mass Communication Theory (3ed) , Sage Publications.
6. Parkin , F. (1972)
Class Inequality and Political Order , London : Paladin.

ตอนที่ 3

ยุคที่สองแห่งการทดสอบของสื่อมวลชน

.....

บทที่ 9 กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ
(Limited Effect Paradigm)

บทที่ 10 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม
(Social Learning Theory)

บทที่ 11 ทฤษฎีหน้าที่นิยม
(Functionalism)



บทที่ 9

กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ

(Limited Effect Paradigm)



.....
กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ



1. การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่

ในบทก่อน ๆ ที่ได้กล่าวถึงนั้น แม้ว่าจะมีเนื้อหาที่ประกอบด้วยหลากหลายทฤษฎี เช่น Mass Society Thoery / Magic Bullet Thoery หรือ Communication Technology Determinism ฯลฯ หากทว่าบรรดาทฤษฎีเหล่านี้ต่างก็มีจุดร่วมกันประการหนึ่ง คือ เป็นทฤษฎีที่ก่อตัวมาจากกระบวนทัศน์ (Paradigm) ที่เชื่อในพลังศักยภาพอันมหาศาลของสื่อที่สามารถจะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้รับสารให้เป็นไปตามเจตน์จำนงของผู้ส่งสาร

สำหรับในเนื้อหาที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะเริ่มเป็นการพลิกก้าวเข้าสู่กระบวนทัศน์ใหม่ที่แตกต่างไปจากกระบวนทัศน์เดิม กล่าวคือ เป็นกระบวนทัศน์ที่ไม่เชื่อว่าสื่อมีพลังอำนาจอย่างมหาศาลเช่นกระบวนทัศน์แรก หากแต่เชื่อว่าสื่อสามารถสร้างผลกระทบได้อย่างจำกัด กระบวนทัศน์นี้จึงมีชื่อว่า Limited Effect Paradigm ในกระบวนทัศน์ใหม่นี้ประกอบด้วยทฤษฎีหลายทฤษฎี เช่น Selective Perception of Audience / Social Learning Thoery หรือ Functionalism ที่จะได้กล่าวถึงรายละเอียดต่อไป

การทบทวนที่มาของ Magic Bullet Theory

เนื่องจากกระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อเป็นปฏิกิริยาตอบโต้กระบวนทัศน์ที่เชื่อในพลังของสื่อ ดังนั้นเราจะย้อนกลับไปทบทวนที่มาของ Magic Bullet Theory กันสักเล็กน้อย

ในช่วงปี ค.ศ.1920 เป็นยุคสมัยที่สื่อมวลชนสมัยใหม่ที่กำลังเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงคือสื่อภาพยนตร์ จากคุณลักษณะหลายประการของสื่อภาพยนตร์ที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น เป็นสื่อที่มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบ มีการเล่าเรื่อง ฯลฯ ทำให้ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีท่าทีว่าจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวผู้คนได้อย่างมาก ความเชื่อดังกล่าวถูกตอกย้ำจากประสบการณ์ของการใช้สื่อภาพยนตร์เพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดของประชาชนในประเทศรัสเซียที่ได้เปลี่ยนไปปกครองด้วยระบบสังคมนิยม หรือการใช้ภาพยนตร์เพื่อการทำสงครามโฆษณาชวนเชื่อในระหว่างสงครามโลก ครั้งที่ 1



DeFleur (1989) ระบุว่าแม้แต่ในช่วงเวลาปกติที่มีใช้ภาวะสงคราม สื่อภาพยนตร์ก็ยังคงเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เช่นในอเมริกา ภาพยนตร์เป็นรูปแบบหลักของความบันเทิงร่วมของครอบครัว จากการฉายหนังดูกันในห้องโถงเล็ก ๆ ในช่วงทศวรรษที่ 1920 ภาพยนตร์ได้เคลื่อนย้ายออกไปสู่โรงภาพยนตร์ขนาดกว้างขวาง ผู้คนได้เป็นร้อยคน รวมทั้งได้รับการตกแต่งประดับประดาอย่างสวยงาม ครอบครัวนับล้าน ๆ ได้ดูหนังกันทุกอาทิตย์ และในกลุ่มผู้ชมนี้ 45 ล้านคนเป็นเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปีลงมาที่ไปดูพร้อมกับพ่อแม่ จากปรากฏการณ์ทางสังคมดังกล่าว ช่วยให้สังคมตั้งคำถามขึ้นมาว่า ภาพยนตร์ที่ดู ๆ กันอย่างมากมานั้นมีผลและสร้างพิษภัยทางจิตใจให้แก่เด็ก ๆ บ้างหรือเปล่า

จากความวิตกกังวลดังกล่าวของกลุ่มผู้ปกครอง มูลนิธิ Payne ในสหรัฐ จึงได้จ้างนักวิจัย (ส่วนใหญ่เป็นนักจิตวิทยา เช่น Thurstone) มาทำโครงการวิจัยขนาดใหญ่เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพยนตร์ที่มีต่อเด็กและเยาวชน ผลการวิจัยในรอบแรกนั้นน่าประหลาดใจและในเวลาเดียวกันก็ดูเหมือนจะเพิ่มความวิตกกังวลที่มีอยู่ให้มากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า สื่อภาพยนตร์สามารถมีผลกระทบต่อโดยตรง ทันทีทันใดและอย่างกว้างขวางต่อเด็ก ๆ อย่างไรก็ตามเมื่อขอบเขตของการวิจัยขยายออกไปถึงสื่อมวลชนประเภทอื่น หรือกลุ่มผู้รับสารกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่เด็ก ผลการวิจัยที่พบก็ไม่อาจจะยืนยันพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อได้ ภาพรวมของงานวิจัยทั้งหมดจึงก่อให้เกิดการทบทวนแนวคิดเรื่องพลังอันมหาศาลของสื่อจากทฤษฎี Magic Bullet Theory จนกระทั่งในปี ค.ศ.1960 J.Klapper จึงได้มาประมวลสรุปผลการวิจัยทั้งหมดในรอบ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา และพิสูจน์ให้ข้อสรุปว่า “สื่อมวลชนมิใช่ปัจจัยตัวเดียว ทั้งไม่ใช่เป็นปัจจัยที่จำเป็น (necessary cause) และปัจจัยที่เพียงพอ (sufficient cause) ที่จะส่งผลกระทบต่อต่าง ๆ ต่อผู้รับสารได้ หากทว่าสื่อมวลชนจำเป็นต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ” อย่างไรก็ตามนี้ก็ได้หมายความว่า ผลการวิจัยของมูลนิธิ Payne นั้นผิดพลาดโดยสิ้นเชิง แต่น่าจะหมายความว่า ในโลกแห่งความเป็นจริงของแต่ละช่วงเวลา พลังของผลกระทบได้เปลี่ยนแปลงไปต่างหาก



2. ปรวิบททางสังคมที่เอื้ออำนวยต่อการเกิดกระบวนการทัศน์ใหม่

นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1940 เป็นต้นมา เริ่มมีงานวิจัยที่ตรวจสอบกระบวนการทัศน์เก่าเรื่องพลังอำนาจของสื่ออยู่หลายชิ้น ดังตัวอย่างงานวิจัย 4 ชิ้นที่ช่วยก่อร่างสร้างกระบวนการทัศน์ใหม่เรื่องผลอันจำกัดของสื่อ อันได้แก่

2.1 อิทธิพลของสื่อวิทยุ ในปี ค.ศ.1938 เมื่อวันฮาโลวีน (เป็นวันปล่อยผีของฝรั่ง) Orson Welles นักจัดรายการวิทยุหนุ่มอยากจะทำล้อเลียนกับกลุ่มผู้ฟังวิทยุ จึงได้นำเอาบทประพันธ์ของ H.G.Wells เรื่อง War of the Worlds มาแสดงเป็นละครวิทยุที่มีเรื่องราวการบุกโลกของมนุษย์ดาวอังคาร Welles ได้เริ่มเปิดฉากละครด้วยการใช้รูปแบบอ่านข่าวว่า “ขณะนี้กำลังมีมนุษย์ต่างดาวกำลังบุกเข้ามาใกล้เมือง New Jersey” แม้ว่าในระยะต่อมา คนฟังจะรับรู้ว่าเป็นเพียงละครวิทยุ แต่ทว่าก็หายไปเสียแล้ว เนื่องจากรูปแบบข่าวในตอนแรกได้ทำให้ผู้ฟังจำนวนมากเกิดความตกตื่นโกลาหลไปทั่ว

จากเหตุการณ์นี้ทำให้ดูเหมือนว่าสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น วิทยุช่วงมีอิทธิพลเสียเหลือเกินตามเนื้อหาทฤษฎีกระสุนปืน แม้เพียงละครวิทยุเรื่องเดียวยังสามารถส่งอิทธิพลได้ถึงเพียงนี้ หากเป็นการวางแผนโฆษณาอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ผลที่เกิดขึ้นจะมีมากมายสักเพียงใด อย่างไรก็ตาม นักวิจัยกลุ่มหนึ่งจากมหาวิทยาลัย Princeton เช่น Cantril Gaudet และ Herzog ก็ต้องการจะหาเหตุผลเบื้องหลังเหตุการณ์ดังกล่าวเพื่อจะตอบคำถามว่าทำไมรายการวิทยุของ Welles จึงได้มีอิทธิพลมากมายเพียงนั้น

แต่ทว่าเมื่อทำการศึกษาผลจากการวิจัยอย่างละเอียดกลับพบบางอย่างที่ไม่คาดเอาไว้ก่อนกล่าวคือ ปฏิกริยาของกลุ่มผู้ฟังกลับแบ่งออกไปเป็นหลายกลุ่มคือ

กลุ่ม 1 : เป็นกลุ่มคนที่ม่ปฏิกริยาโต้ตอบอย่างทันทีทันใดหลังจากที่ได้ฟังเรื่องราวเพียงตอนแรกของรายการ เนื่องจากเชื่อในสิ่งที่ได้จากวิทยุโดยปราศจากข้อสงสัย คนกลุ่มนี้บางคนไม่ได้หาวิธีการที่จะตรวจสอบข่าว หากแต่ได้ออกจากบ้านและแพร่กระจายข่าวให้แก่คนกลุ่มอื่น ๆ เช่นคนรู้จักหรือเพื่อนบ้าน (ในยุคสมัยที่เกิดเหตุการณ์ ยังไม่มีวิทยุที่พกพาได้เช่นทรานซิสเตอร์ รวมทั้งยังไม่มีวิทยุติดรถยนต์)



กลุ่ม 2 : ได้แก่กลุ่มคนที่ไม่ได้ฟังวิทยุ หากแต่ได้รับฟังจากเพื่อนบ้านที่มามอบ และคนกลุ่มนี้ก็เชื่อในข่าวสารที่มาจากเพื่อนบ้าน หลายคนไม่ได้คิดที่จะเปิดวิทยุเพื่อจะตรวจสอบข่าว

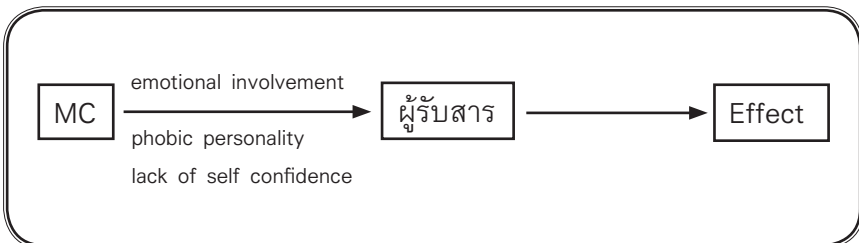
กลุ่ม 3 : เป็นกลุ่มที่มีความคิดและวิจารณ์ญาณในการไตร่ตรอง พวกนี้ จะทำการตรวจสอบความถูกต้องจากข่าวสาร พวกเขาจะเปิดวิทยุฟังตอนต่อไป และพบว่านี่เป็นเรื่องเล่นตลกในวันฮาโลวีนเท่านั้น

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ให้ข้อสรุปที่สำคัญเกี่ยวกับวิธีการทำการวิจัยว่า ระดับของการวิเคราะห์ (level of analysis) เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากการวิจัยของนักวิจัยจากมหาวิทยาลัย Princeton นี้ เป็นการวิเคราะห์ระดับจุลภาค (Micro level) เพื่อต้องการดูผลกระทบที่มีต่อปัจเจกบุคคล ซึ่งทำให้ได้ข้อสรุปที่แตกต่างออกไปจากเพียงทำการสังเกตแบบมหภาค (Macro level) ในระดับสังคม ซึ่งเห็นได้ว่าเป็นความวุ่นวายโกลาหลพอสมควร

ข้อสรุปที่น่าสนใจจากการวิจัยครั้งนี้มีหลายประการ เช่น

(i) ปัจเจกบุคคลได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนน้อยกว่าผู้ส่งสารที่เป็นผู้นำทางความคิด (opinion leader) เช่น พวกกลุ่มที่ 2 ที่ได้รับฟังข่าวสารจากเพื่อนบ้านและเชื่อทันที

(ii) การที่บุคคลจะได้รับผลกระทบมากน้อยจากสื่อมวลชนนั้น มีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องคือ “ลักษณะบุคลิกภาพของผู้รับสาร” เองว่า เป็นคนหัวอ่อนหรือเชื่อง่าย ชักลัว หรือไม่





(iii) สถานะของสื่อมวลชนในการสร้างผลกระทบนั้น สื่อมวลชนไม่ได้เป็นสาเหตุหลัก (cause) ของการก่อให้เกิดผลกระทบ หากแต่เป็นเพียงปัจจัยเสริมหรือตัวแปรแทรกเท่านั้น (intervening/reinforcement)

2.2 อิทธิพลจากกลุ่มแสงหาวิธีการวิจัยแบบใหม่ กลุ่มนักวิชาการกลุ่มนี้ไม่ได้มีความตั้งใจเบื้องต้นที่จะทำให้ทลายแนวคิดเรื่องพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อจากกลุ่ม Mass Society หรือ Magic Bullet Theory เพียงแต่มีความคิดเห็นต่อเรื่องวิธีการวิจัยของนักทฤษฎีเหล่านั้นว่ามีจุดอ่อนในแง่วิธีวิทยา (methodology) มากเกินไป เช่น กลุ่ม Mass Society Theory มักจะใช้การคาดคะเนเอา (Speculation) ส่วน Magic Bullet Theory ก็ไม่สามารถควบคุมตัวแปรได้ ดังนั้น ความสนใจของนักวิชาการกลุ่มนี้ เช่น Hovland จึงอยู่ที่ว่า จะต้องหาวิธีการวัดที่ดี (Method) จึงจะรู้คำตอบที่แน่นอนว่า สื่อมวลชนนั้นมีอำนาจจริงอย่างที่เชื่อกันหรือไม่ อย่างไรก็ตาม หลังจากเปลี่ยนวิธีการวัดจากแบบเก่ามาเป็นแบบใหม่ที่น่าเชื่อถือกว่าแล้ว ผลการวิจัยที่เป็นผลพลอยได้ก็มักจะสนับสนุนแนวคิดเรื่องพลังอันจำกัดของสื่อมากกว่า

Baren & Davis (1995) วิเคราะห์ว่ามีปัจจัยทั้งที่อยู่ในและอยู่รอบ ๆ วงวิชาการที่ทำให้กระบวนการทัศน์ใหม่ได้รับการยอมรับคือ

(i) ในขณะนั้นสาขาวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ และสังคมศาสตร์หลายสาขา เช่น การแพทย์ จิตวิทยา ฯลฯ ต่างค้นพบว่า หากมีการใช้วิธีการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical) เช่น วิธีการทดลอง (Experimental research) ในการวิจัย จะสามารถให้คำตอบที่ต้องการได้อย่างเด็ดขาดและเด่นชัด ทั้งนี้จากเนื่องจากการวิจัยเชิงทดลองเป็นการวิจัยที่ควบคุมตัวแปรแทรกซ้อนทั้งหลาย

นักวิชาการในสาขานิเทศศาสตร์จึงรับความคิดดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยด้านสื่อมวลชนเช่นกัน โดยเชื่อว่า ผลการวิจัยที่ออกมาจากวิธีการวิจัยเชิงทดลองเท่านั้นที่สามารถเชื่อถือได้ และหากผลการวิจัยดังกล่าวขัดแย้งกับทฤษฎีที่มีอยู่ ทฤษฎีนั้นก็จะต้องถูกตั้งคำถามในแง่ความน่าเชื่อถือ



(ii) นักวิชาการกลุ่มที่เกาะติดอยู่กับ Mass Society Theory จะถูกตีตราจากพวกนักวิจัยเชิงประจักษ์ว่า เป็นพวกที่ “ไม่เป็นวิทยาศาสตร์” เพราะแนวคิดและวิธีการที่ใช้สร้างทฤษฎีนั้นนำเอาสิ่งอื่น ๆ เข้ามาปะปน เช่น เอาสำนึกแบบนักมนุษยนิยม เอาอุดมการณ์ทางการเมือง เอาอคติจากประสบการณ์ส่วนตัวที่มีต่อสื่อมาใช้ในการแสวงหาความคิด นอกจากนั้นในศตวรรษที่ 50 และ 60 ในสถานการณ์ที่เป็นจริงของสังคม อิทธิพลของการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองก็หมดย้ายไปอย่างมาก Mass Society Theory จึงขาดรากฐานสภาพความเป็นจริงมารองรับ

(iii) แหล่งสนับสนุนเงินทุนการวิจัยเริ่มเปลี่ยนมือหรือขยายแวงดวงไปจากรัฐบาลและนักการเมืองมาเป็นบริษัทอุตสาหกรรมหรือธุรกิจเอกชนต่างๆ Lazarsfeld ได้นำเอาวิธีการสำรวจและการทดลองมาใช้ในงานวิจัยเรื่องการโฆษณา เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่องการโน้มน้าวใจของ Hovland ก็ถูกนำไปใช้ในเรื่องการตลาดและการโฆษณา Lazarsfeld ตั้งชื่อวิธีการวิจัยแนวทางนี้ว่า “การวิจัยเชิงบริหาร” (Administrative research) และได้จัดตั้งศูนย์วิจัยและฝึกอบรมนักวิจัยในแนวทางนี้ขึ้นที่มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ซึ่งได้กลายเป็นแบบอย่างให้แก่อื่นๆ

(iv) พัฒนาการของการวิจัยเชิงประจักษ์ได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากองค์กรทั้งรัฐและเอกชน ที่เด่นดังที่สุดก็คือมูลนิธิร็อกกี้เฟลเลอร์และมูลนิธิ National Science ทั้งนี้เนื่องจากงานสำรวจขนาดใหญ่ขึ้น จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างมหาศาลเช่นกัน

(v) หลังจากที่มีการวิจัยเชิงประจักษ์ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีพลังอำนาจอย่างมหาศาลและดูเหมือนตัวอันตรายที่น่าสะพรึงกลัวเช่นที่ Mass Society Theory เคยวาดภาพเอาไว้ บรรดาองค์กรธุรกิจสื่อหลายแห่งจึงเริ่มกล้าและเต็มใจที่จะให้เงินสนับสนุนการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์มากขึ้น เช่น CBS และ NBC ได้ตั้งแผนกวิจัยในองค์กรของตนขึ้นมาและหลังจากที่มีข้อพิสูจน์ว่าสื่อไม่มีภัยอันตรายแล้ว การควบคุมสื่อก็ผ่อนคลายลงไป และมีผลทำให้ธุรกิจสื่อเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นผลการวิจัยเชิงบริหารที่สามารถนำผลมาใช้ประโยชน์ในภาคปฏิบัติได้โดยง่ายก็มีส่วนสนับสนุนธุรกิจสื่ออย่างแข็งขันต่างฝ่ายจึงต่างเสริมความแข็งแกร่งให้แก่กันและกัน ตัวอย่างเช่น การทำโพลล์



ซึ่งเป็นเทคนิคใหม่ในการสำรวจประชามตินั้น มักจะถูกประชาชนตั้งข้อสงสัยว่า การซักถามคนเพียง 500 คน จะนำมาสรุปได้อย่างไร สื่อก็ได้ช่วยอธิบาย กระบวนการให้ฟังว่า ที่สามารถนำมาขยายสรุปได้ก็เพราะมีกระบวนการ “คัดเลือก สุ่มตัวอย่างอย่างเป็นวิทยาศาสตร์” นั่นเอง

2.3 อิทธิพลจากงานวิจัยเรื่องการเลือกตั้ง ในปี 1940 P.Lazarsfeld ได้ทำงานวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีที่เรียกว่า “มัชฌิมทฤษฎี” (Middle-range Theory) อันได้แก่ทฤษฎีที่เกิดมาจากการสังมองค์ความรู้จากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้น ปัญหาในการวิจัยก็คือข่าวสารจากสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งประธานาธิบดี ในปี 1940 วิธีการวิจัยที่ได้ออกแบบเอาไว้อย่างรัดกุมคือ การทดลองในสนาม (field experiment)

การวิจัยเริ่มจากการสัมภาษณ์สุ่มตัวอย่างจำนวน 3,000 คน จากประชากร 43,000 คน จากกลุ่มตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยได้เลือกมาอีก 600 คน เพื่อมาศึกษาแบบ Panel อันเป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเดิมในหลาย ๆ ช่วงเวลา โดยจะทำการสัมภาษณ์อย่างต่อเนื่องอีก 7 ครั้ง และเพื่อให้แน่ใจว่าผลจากการสัมภาษณ์บ่อย ๆ จะไม่เป็นตัวแปรที่เข้าไปเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทดลองสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาเป็นครั้ง ๆ อีก 600 คน ในทุก ๆ ครั้ง เพื่อเอาคำตอบจาก 2 กลุ่ม มาเปรียบเทียบกัน

ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย Lazarsfeld ให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ (จากข้อมูลที่เขาเปรียบเทียบเดือนต่อเดือน) และพบว่า มีแบบแผนการเปลี่ยนแปลงอยู่หลาย ๆ แบบ เช่น

1. กลุ่ม Early Decider ได้แก่กลุ่มที่ตัดสินใจแล้วไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีแต่ปักใจอยู่กับตัวเลือกเดิม
2. กลุ่ม Waverers ได้แก่กลุ่มที่เลือกแล้ว ต่อมาก็เริ่มอาการโลเลเปลี่ยนใจ แต่ในท้ายที่สุด ก็กลับมา “กินน้ำพริกถ้วยเก่า” คือย้อนกลับมาตัวเลือกเดิม
3. กลุ่ม Converts เป็นกลุ่มที่ตัดสินใจเลือกผู้สมัครคนหนึ่ง แต่เวลาไปลงคะแนนกลับลงให้อีกคนหนึ่ง (ที่เป็นฝ่ายตรงข้าม)
4. กลุ่ม Crystallizer เป็นกลุ่มที่ไม่ตัดสินใจเลือกใครเลยในช่วงแรก ๆ แต่ในตอนสุดท้ายก็ตัดสินใจเลือกไปหนึ่งคน



สำหรับคำตอบของปัญหาการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนนั้น ได้ผลที่ขัดแย้งกับ Mass Society Theory โดยตรง กล่าวคือ

(i) จากจำนวนคน 4 กลุ่มนั้น 53 % เป็นกลุ่ม Early deciders และ 28 % เป็นพวก Crystallizer ซึ่งหมายความว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่เลย แม้กระนั้น ก็ยังไม่พบผลการวิจัยยืนยันว่า สื่อมวลชนได้มีผลต่อกลุ่ม Weavers Converts หรือ Crystallizer เนื่องจากในกลุ่มพวกที่เปลี่ยนใจนี้ มีน้อยคนมากที่บอกว่าเปลี่ยนใจเพราะสื่อมวลชน แต่ส่วนใหญ่จะตอบว่าเปลี่ยนใจเพราะได้รับอิทธิพลจาก “คนอื่น” ส่วนใหญ่พวกนี้เป็นคนที่ไม่ค่อยสนใจการเมือง เพราะฉะนั้นจะตัดสินใจเลือกผู้สมัครตามอย่างคนใกล้ชิด

(ii) Lazarsfeld สรุปผลการวิจัยว่า จากข้อมูลที่พบแสดงว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้น มิใช่การมีอิทธิพลที่จะเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของบุคคลหากแต่เป็น

- ให้เหตุผลมากขึ้นที่จะสนับสนุนตัวเลือกที่ได้ตัดสินใจเลือกไว้แล้ว
- กระตุ้นให้ยึดมั่นอยู่กับตัวเลือกที่ได้เลือกหรือที่ตนเองเป็นพรรคพวก (เช่น พวกสังกัดพรรค)
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้ง เช่น ชื่อผู้สมัครของทุกพรรค

(iii) มีคำถามต่อมาว่า หากสื่อมวลชนไม่มีพลังในการเปลี่ยนแปลงความคิดของคนแล้ว บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นอะไรกันแน่ Lazarsfeld ได้ตอบคำถามดังกล่าวโดยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด และพบว่า เมื่อใช้เกณฑ์เรื่องปริมาณการใช้สื่อแล้ว จะสามารถแบ่งกลุ่มคนออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มใช้สื่ออย่างมาก (heavy users) และกลุ่มที่ใช้สื่อเพียงเล็กน้อย กลุ่มใช้สื่ออย่างมาคนั้นมักจะเป็นกลุ่ม Early decider และเป็นผู้ใช้สื่อที่เชี่ยวชาญ พวกเขาจะเปิดรับและเก็บรวบรวมข้อมูล รู้จักวิพากษ์วิจารณ์และจะเป็นกลุ่มที่ทำหน้าที่นำเอาข้อมูลต่าง ๆ ไปถ่ายทอด เผยแพร่และมีอิทธิพลต่อกลุ่มอื่น ๆ Lazarsfeld กล่าวว่า คนกลุ่มนี้ทำหน้าที่คล้ายเป็นนายทวารประตู (Gatekeeper) และทำหน้าที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่ใช้ข่าวสารข้อมูลสำหรับโน้มน้าวผู้อื่น

2.4 งานวิจัยเรื่อง Two - Step Flow Hypothesis ในชั้นต่อมา Lazarsfeld ต้องการจะศึกษาคุณสมบัติของผู้นำทางความคิดอย่างละเอียดต่อไปด้วยการวิจัยอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าจะใช้วิธีนึกคิดเอาเอง แต่ทว่าการวิจัยดังกล่าวจำเป็นต้องใช้งบประมาณอย่างมาก ดังนั้นเขาจึงหันไปหาแหล่งเงินทุนแบบใหม่ที่ไม่ค่อยปรากฏในประวัติศาสตร์ของแหล่งทุนวิจัย คือสำนักพิมพ์นิตยสารสำหรับผู้หญิง (ชื่อ McFadden Publications)

ในขณะนั้นมีความเชื่อทางการตลาดว่า แบบแผนการบริโภคนั้นเกิดจากการเลียนแบบกันตามลำดับชนชั้น กล่าวคือ ชนชั้นกลางก็คอยเลียนแบบรสนิยมของชนชั้นสูง ส่วนชนชั้นล่างก็คอยเดินตามรสนิยมของชนชั้นกลาง Lazarsfeld ได้วิจัยเพื่อทดสอบว่าความเชื่อดังกล่าวมีความจริงมากน้อยเพียงใด เขาได้ใช้วิธีการวิจัยแบบใหม่ที่เรียกว่า การสัมภาษณ์ด้วย Snow-ball Sampling technique นักวิจัยได้ถามกลุ่มสตรีคนแรกว่าได้รับอิทธิพลทางความคิดในเรื่องการซื้อของคูหนึ่ง แต่งตัว และการเมืองมาจากใคร แล้วก็ไล่สาวตามผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดนั้นไปเรื่อย ๆ บุคคลที่มีอิทธิพลนั้นก็คือ “ผู้นำทางความคิด” นั่นเอง

ในระหว่างนั้น E. Katz ได้พิมพ์หนังสือชื่อ *Personal Influence* ซึ่งได้นำเสนอสมมติฐานเรื่อง Two - step flow of information เมื่อทั้ง Katz & Lazarsfeld ได้มาทำงานร่วมกัน เขาทั้งสองก็ได้สรุปผลการวิจัยที่น่าประทับใจและลุ่มลึງความเชื่อเดิมได้ว่า ในทุกชนชั้น จะมี “ผู้นำทางความคิด” สังกัดประจำชนชั้นตนเอง (มิใช่เลียนแบบชนชั้นอื่น) บุคลิกของผู้นำทางความคิดจะแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ เช่น ใช้สื่อมากกว่าคนอื่น มีลักษณะกระตือรือร้นชอบสังคม แต่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมเหมือนกับคนอื่น ๆ

3. เนื้อหาของกระบวนการทัศนผลกระทบอันจำกัดของสื่อ

จากเหตุการณ์สำคัญ ๆ ทั้ง 4 เหตุการณ์อันเป็นผลงานวิจัยที่เกิดอยู่ในระหว่างช่วงปี ค.ศ.1945 - 1960 นำมาสู่ข้อสรุปของทฤษฎีใหม่ที่อาจจะเรียกว่า Indirect Effect Theory หรือ Limited Effect Theory ซึ่งในชื่อตนเองก็ได้บ่งบอกนัยยะและทิศทางของทฤษฎีนี้ที่มีใจความสำคัญ ๆ ว่า

(i) สื่อมวลชนนั้นแทบจะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจเจกบุคคล คนส่วนใหญ่จะมีบุคคลและกลุ่มแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นพ่อแม่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงานที่ทำหน้าที่คล้ายเป็นเกราะป้องกันกระสุนการโฆษณาของสื่อ คนเราไม่ได้เชื่อทุกอย่างที่เขาได้เห็นหรือได้ยินจากสื่อ หากแต่เขาจะนำไปพูดคุยปรึกษากับคนรอบข้าง สมมติฐานข้อนี้ขัดแย้งกับ Mass Society Theory ที่เชื่อว่า คนเรากลายเป็นปัจเจกที่ล่องลอยอย่างโดดเดี่ยวและง่ายต่อการถูกชักจูงครอบงำ

(ii) สื่อจะมีอิทธิพลแบบสองจังหวะ กล่าวคือ สื่อจะสำแดงพลังได้ก็ต่อเมื่อผู้นำทางความคิดของกลุ่มเป็นคนที่ไม่มีอิทธิพลต่อกลุ่ม (และต้องเห็นด้วยกับสื่อ) เนื่องจากคุณลักษณะของผู้นำทางความคิด เป็นคนที่ใช้สื่ออย่างวิพากษ์วิจารณ์ ดังนั้น สื่อจึงไม่อาจมีอิทธิพลต่อคนกลุ่มนี้ได้โดยตรง

(iii) สำหรับกลุ่มคนที่เป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะทางการรับรู้แล้ว หากพวกเขามีความเชื่อมั่นในพรรคการเมือง หรือศรัทธาแก่กล้าในศาสนาแล้ว สำหรับคนกลุ่มนี้ สื่อมวลชนแทบจะเอาชนะใจไม่ได้เลย พวกเขาจะกล้าที่จะปฏิเสธคัดค้านข่าวสารจากสื่อ และการเลือกใช้สื่อของคนกลุ่มนี้ก็จะเลือกใช้ตามความคิดเห็นที่มีอยู่ของเขามากกว่า

(iv) สำหรับกลุ่มบุคคลที่สื่อจะมีอิทธิพลมากขึ้นมักจะเป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น และตามปกติ เป็นกลุ่มคนที่ถูกตัดขาดออกจากอิทธิพลของคนกลุ่มอื่น กล่าวง่าย ๆ ก็คือจะมีพื้นที่ว่างของคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่เหลือรอดจากอิทธิพลของคนอื่นให้สื่อพอเก็บกวาดสำแดงอิทธิพลของสื่อได้บ้างเพียงเล็กน้อย

ถึงแม้ทฤษฎีผลกระทบอันจำกัดของสื่อจะก่อตัวมาจากงานวิจัยจำนวนไม่น้อยที่มีวิธีการวิจัยที่รัดกุม อันทำให้มีข้อสรุปที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามก็ยังมีข้อวิจารณ์ทฤษฎีผลอันจำกัดของสื่อไว้ในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

(i) ขีดจำกัดของวิธีการที่ใช้ศึกษา คือวิธีการสำรวจ (survey) นั้น ไม่สามารถจะวัดได้อย่างแท้จริงว่า ประชาชนได้ใช้สื่อในชีวิตประจำวันอย่างไรบ้าง เพราะการสำรวจสามารถวัดได้จะเป็นเพียงสิ่งที่ประชาชน รายงาน/ตอบว่า ได้ใช้สื่ออย่างไรเท่านั้น และผลจากการศึกษาที่ผ่านมา คนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการรับรู้สื่อที่ต่างกัน ดังนั้นผลจากการรายงานก็มักจะแตกต่างกันไปด้วย



(ii) วิธีการสำรวมนั้นจะได้ใช้เฉพาะกับการศึกษาแบบแผนการใช้สื่อมวลชนแบบต่างๆ ไปเท่านั้น แต่ไม่อาจจะวัดการใช้เนื้อหาเฉพาะ ๆ ของสื่อได้ ทำให้อิทธิพลของประเภทของเนื้อหาที่ถูกมองข้ามไป

(iii) การออกแบบงานวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ เช่น Lazarsfeld มักจะสร้างจุดอ่อนในตัวเองกล่าวคือ อิทธิพลของสื่อที่มักแปรตามลักษณะต่าง ๆ ของประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ แต่เมื่อใช้วิธีการทางสถิติควบคุมตัวแปรของประชากร ก็จะทำให้ไม่พบผลว่าสื่อมีอิทธิพล จึงเกิดคำถามว่าในโลกแห่งความจริง สื่อไม่มีอิทธิพล หรือเป็นเพราะวิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติที่ทำให้สื่อไม่มีอิทธิพลกันแน่

(iv) สำหรับสมมติฐานเรื่อง “การไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ” ในงานวิจัยชิ้นต่อไป มากก็ให้ผลที่แตกต่างออกไป เช่น อาจจะเป็นการไหลของข่าวสารแบบหลายจังหวะมากกว่าเพียงสองจังหวะ วิธีการไหลนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของข่าวสารและบริบททางสังคมในแต่ละแห่ง

(v) ถึงแม้วิธีการสำรวจจะเป็นวิธีการที่มีประโยชน์ในการศึกษาสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาเช่นในงานของ Lazarsfeld แต่วิธีการนี้ก็ค่อนข้างเป็นวิธีการวัดที่หยาบ ๆ เมื่อ Lazarsfeld ทำการสำรวจในแต่ละครั้งโดยทิ้งระยะเวลาให้ห่างกันครั้งละ 1 เดือน การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในระหว่าง 30 วัน (ซึ่งอาจจะเปลี่ยนไปเปลี่ยนมาหลายครั้งในช่วง 3-4 วัน หรือ 1 สัปดาห์ หรือวันต่อวัน) ก็จะไม่ได้ออกวัด

(vi) วิธีการสำรวมนั้นจะตัดตัวแปรบางตัวที่อาจมีความสำคัญออกไป ทั้งนี้เพราะการออกแบบการวิจัยแบบสำรวมนั้นจะมุ่งให้ความสนใจแต่เฉพาะตัวแปรบางตัวที่วัดได้ง่ายหรือแน่ใจว่าจะวัดได้อย่างแน่นอน ดังนั้นเทคนิคการเก็บข้อมูลแบบนี้จึงไม่อาจจะเข้าถึงตัวแปรที่วัดได้ยากซึ่งอาจจะเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญอย่างแท้จริง



4. ทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังกระบวนทัศน์ใหม่

จากเหตุการณ์สำคัญ ๆ ทั้ง 4 เหตุการณ์ที่เป็นกระแสซึ่งก่อตัวขึ้นมาและได้พิสูจน์ให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องอำนาจอันทรงพลังของสื่อตาม Magic Bullet Theory ที่กล่าวถึงการสร้างผลกระทบอย่างฉับพลัน อย่างโดยตรง และเป็นผลกระทบในรูปแบบเดียวกับผู้รับสารทุกคนนั้นใช้อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวไม่ได้ ในอีกด้านหนึ่ง ความก้าวหน้าจากวิชาการสาขาข้างเคียงกับนิเทศศาสตร์ คือ จิตวิทยาและสังคมวิทยาก็ได้เริ่มค้นพบลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะทางสังคมของมนุษย์ และดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า กระบวนทัศน์เรื่องผลอันจำกัดของสื่อ นั้น จะมีรากฐานทางทฤษฎีได้อย่างหนักแน่น ก็ต่อเมื่อได้มีการทบทวนหลังจากทฤษฎีจากสาขาวิชาการอื่น ๆ ในกรณีนี้ ข้อค้นพบจากวิชาจิตวิทยาและสังคมวิทยาจะเป็นแนวหลังของกระบวนทัศน์ใหม่นี้

DeFleur (1989) นำเสนอว่า ชุดของทฤษฎีทบทวนหลังกระบวนทัศน์ผลกระทบอันจำกัดของสื่อชุดหนึ่งรวมเรียกว่า Selective Influence Theories (การมีอิทธิพลอย่างจำแนก) ซึ่งประกอบด้วย 3 ทฤษฎีใหญ่ ๆ อันอาจจะนำมาอธิบายพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่มที่เกิดขึ้นจากอิทธิพลของสื่อมวลชนได้ดังนี้

1. Individual Difference Theory
2. Social Differentiation Theory
3. Social Relationships Theory

แม้ว่าทั้ง 3 ทฤษฎีจะมีเนื้อหาที่แตกต่างกัน (ดังจะได้กล่าวถึงรายละเอียดต่อไป) หากทว่า จุดร่วมที่เห็นตรงกันของทั้ง 3 ทฤษฎีนี้ ก็คือ กลุ่มผู้รับสารที่เป็นมวลชน (Mass) ของสื่อ นั้น ไม่ได้มีลักษณะเหมือนกันจนกระทั่งสื่อมวลชนสามารถสร้างผลกระทบในรูปแบบเดียวได้เหมือนกันหมด นอกจากนี้ มวลชนเหล่านี้ก็มีปัจเจกชนที่กระจัดกระจาย (atomized individual) อย่างที่ทฤษฎีพลังมหาศาลของสื่อเคยคาดคิดเอาไว้

1. Individual Difference Theory

ในต้นศตวรรษที่ 20 เริ่มมีการถกเถียงกันในเรื่องการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าเกิดมาจากปัจจัยด้านใดกันแน่ระหว่าง “ธรรมชาติกับการอบรมเลี้ยงดู” (Nature V.S. Nurture) นักจิตวิทยากลุ่มหนึ่งจะให้ความสนใจกับการก่อตัวเป็นบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันประจวบจุลฉับนี้



ของคนที่ไม่เคยเหมือนกันเลย แม้ว่าคนที่อยู่ในกลุ่มหรือสังคมเดียวกันจะมีลักษณะร่วมกันบางอย่างประการ แต่คนแต่ละคนก็จะมีเอกลักษณ์ที่เป็นหนึ่งเดียวของตนเองที่ไม่มีใครเหมือน (แม้จะเป็นคู่แฝดก็ตาม)

(i) ข้อถกเถียงเรื่องสัญชาตญาณกับการเรียนรู้ นักวิชาการในสาขาจิตวิทยาได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกคือกลุ่มที่เชื่อว่า พฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์นั้นก็เหมือนกับสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ กล่าวคือ เกิดมาจากสัญชาตญาณที่สืบทอดกันมาในเผ่าพันธุ์ของมนุษย์ เช่น การเดิน การกิน การหลับนอน ฯลฯ เพียงแต่อาจจะมาปรุงแต่งให้ดูประณีตมากขึ้น นักจิตวิทยากลุ่มนี้จะสนใจศึกษาทดลองด้านกายภาพและค้นหาสัญชาตญาณต่าง ๆ ของมนุษย์

ส่วนนักจิตวิทยาอีกกลุ่มหนึ่งกลับเชื่อว่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์นั้นเกิดมาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์แวดล้อม เพียงแต่เรายังไม่มีองค์ความรู้ที่แน่ชัดว่า สิ่งแวดล้อมแบบใดจะหล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้แบบไหนและด้วยกระบวนการอย่างไร ดังนั้นจึงเกิดจิตวิทยาสาขาใหม่ขึ้นมา คือ จิตวิทยาการเรียนรู้ (Psychology of Learning)

องค์ความรู้จากสาขาจิตวิทยาการเรียนรู้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อถูกพิจารณาว่า เป็นวิถีทางที่จะถ่ายทอดความคิดให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ที่เป็นผู้รับสารของสื่อ ความคิดที่รับเข้าไปนั้นจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน "องค์ประกอบทางจิต" ของมนุษย์ เช่น ความเข้าใจ ในขั้นต่อมาเมื่อความเข้าใจเปลี่ยนไป ผลที่จะเกิดขึ้นตามมาก็คือ พฤติกรรม/การกระทำก็น่าจะเปลี่ยนไปตามความเข้าใจด้วย

สำหรับวิธีการวิจัยที่ใช้ในเรื่องจิตวิทยาการเรียนรู้นั้นจะเป็นวิธีการใหม่คือวิธีการทดลองที่ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นทั้งคนและสัตว์ เช่น H.Ebbinghaus ทำการทดลองกับมนุษย์ในเรื่องวิธีการเรียนรู้และจดจำตัวอักษรที่ไร้ความหมาย มีผลงานวิจัยเด่น ๆ จากสาขาวิชานี้มากมาย เช่น E. Thorndike ค้นพบ Law of Effect ในการเรียนรู้ของมนุษย์ว่าเกิดจากการรู้ผลการกระทำของตัวเอง B. Skinner พัฒนาแนวคิดของ Thorndike ต่อมาเป็นเรื่อง **หลักการเสริมแรง (Reinforcement)** ส่วน Pavlov แห่งรัสเซียก็ค้นพบหลักเรื่องการเรียนรู้โดยการวางเงื่อนไข (Classical Conditioning) ข้อสรุปที่แน่นอนประการหนึ่งของผลงานวิจัยอันมากมายเหล่านี้ก็คือ การกระทำของมนุษย์นั้นส่วนใหญ่เกิดมาจากการจัดสภาพแวดล้อมให้เกิดการเรียนรู้ มิใช่มาจากสัญชาตญาณอย่างที่เคยเข้าใจกัน

กระบวนการค้นเรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ



(ii) แนวคิดเรื่อง “แรงจูงใจ” และ “ทัศนคติ”

หลังจากที่ไม่อาจใช้แนวคิดเรื่อง “สัญชาตญาณ” มาอธิบายการกระทำของมนุษย์ได้แล้ว ก็ได้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ในค่ายของ “การเรียนรู้” มาใช้อธิบายแทน เช่น แนวคิดเรื่อง “แรงจูงใจ” (motivation) และที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง แม้จนกระทั่งทุกวันนี้ก็คือ แนวคิดเรื่อง “ทัศนคติ” (Attitude) อันหมายถึงทิศทางและปริมาณของความชอบ-ไม่ชอบ การยอมรับ-การปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเรา แนวคิดเรื่อง “ทัศนคติ” ได้กลายมาเป็นหัวใจของการศึกษาค้นคว้าด้านสังคมศาสตร์ในเกือบทุกสาขา ซึ่ง DeFleur (1989) ได้ให้เหตุผลว่า น่าจะเนื่องมาจากปัจจัยเหล่านี้คือ

(i) มีการสร้างสเกลสำหรับวัดทัศนคติมากมายหลายประเภทขึ้นมาใช้ และกระบวนการสร้างสเกลวัดเหล่านี้ก็ไม่ยุ่งยากมากนัก

(ii) เครื่องมือวัดเหล่านี้สามารถนำมาใช้ได้อย่างสะดวกมากในการวิจัยเชิงสำรวจ ผลที่ได้มักก็เป็นตัวเลขที่นำมาใช้การวิเคราะห์ทางสถิติได้ทันที ในชั้นต่อมา การทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการดังกล่าวได้กลายเป็นแบบฉบับที่ยอมรับกันทางวิชาการ

(iii) เครื่องมือดังกล่าวเหมาะที่จะนำมาใช้ในการวิจัยเชิงทดลองที่ทดสอบกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลา “ก่อน” และ “หลัง” จากที่ใส่ตัวแปรที่ต้องการทดสอบว่าจะสร้างผลกระทบที่เปลี่ยนแปลงกลุ่มตัวอย่างได้หรือไม่

ด้วยเหตุผลทั้ง 3 ประการนี้ ในการวิจัยเรื่องสื่อมวลชนเองก็ได้้นำการวิจัยเรื่องทัศนคติเข้ามาใช้ด้วยอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีแนวคิดทางสื่อมวลชนบางอย่างที่รองรับแนวทางการวิจัยดังกล่าวคือ แนวคิดที่ว่า การสื่อสารในรูปแบบของการโน้มน้าวใจนั้นสามารถจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้ เช่น การทดลองเรื่องการใช้ภาพยนตร์เพื่อฝึกอบรมทหารในช่วงสงครามและโครงการวิจัยของมหาวิทยาลัย Yale ในเรื่อง “การสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ” ที่เน้นหนักในตัวแปรเรื่อง ลักษณะการเร้าความสนใจ (appeals) โครงสร้างของข่าวสาร (message structure) และสิ่งเร้าแบบต่าง ๆ ยิ่งกว่านั้นในขณะนั้นยังมีความเชื่อว่า “ทัศนคติ” และ “พฤติกรรม” นั้น เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด (หมายความว่า ถ้าทัศนคติเปลี่ยนไป พฤติกรรมก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย) อย่างไรก็ตาม การวิจัยที่ทดสอบความเชื่อดังกล่าวในช่วง

ทศวรรษ 1930-1960 ได้พิสูจน์แล้วว่า ตัวแปรทั้ง 2 นั้นแทบจะไม่มี ความเกี่ยวข้องกันเลย

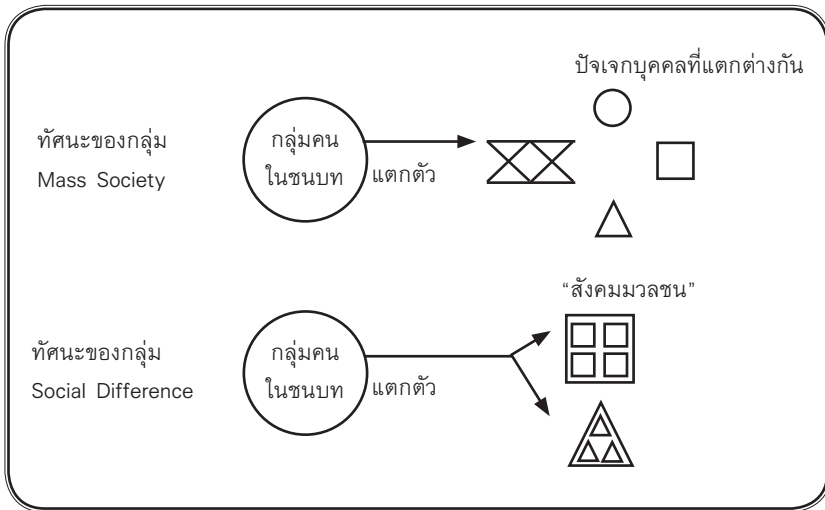
คุณูปการที่สำคัญของทฤษฎี Individual Difference ต่อทฤษฎีและการวิจัยด้านสื่อมวลชนก็คือการวางพื้นฐานความเข้าใจที่ว่า ลักษณะทางจิตวิทยาหรือโครงสร้างของความเข้าใจ (Cognitive Structure) ของปัจเจกจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความสนใจที่จะมีต่อสื่อ (ทั้งเนื้อหา/ประเด็น/การรับรู้) รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆ ที่บุคคลจะแสดงออกมาหลังจากเปิดรับสื่อแล้ว ความเข้าใจใหม่นี้ได้ช่วยเปลี่ยนแปลงแนวคิดเดิมของการสื่อสารมวลชนแบบเดิมที่พยายาม “ออกแบบสารอันเดียวให้เหมาะกับทุกคน” (One message fits for all) ว่าความพยายามดังกล่าวเป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้เพราะคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยด้านสื่อมวลชนจึงหันเหไปสู่ทิศทางใหม่ คือ การแสวงหากลยุทธ์แบบต่างๆ สำหรับคนกลุ่มต่างๆ ที่มีลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกัน (เช่น ความสนใจ ความต้องการ ค่านิยม ความเชื่อ และโครงสร้างของความเข้าใจ)

ในภาคการปฏิบัติ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ให้กำเนิดแก่นแนวคิดใหม่ในการใช้สื่อมวลชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ market segmentation ไม่ว่าเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ นั้นจะเป็นสินค้าตัวใหม่ นักการเมืองหน้าเก่า หรือแนวคิดด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็ตาม ผลที่เกิดขึ้นต่อเนื่องตามมาก็คือ จำเป็นต้องมีการทำการวิจัยตลาด (market research) ที่พยายามทำความเข้าใจลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (psycho-dynamic) เพื่อออกแบบสารให้สอดคล้องกับลักษณะดังกล่าว

2. Social Difference Theory

ควบคู่ไปกับการก่อตัวของทฤษฎี Individual Difference (ซึ่งมักจะอยู่ในแวดวงของวิชาจิตวิทยา) ในสาขาวิชาสังคมวิทยา ก็ได้มีงานศึกษาค้นคว้าที่ให้เกิดต่อแนวคิดใหม่ๆ เช่น ทฤษฎี Social Difference

ทฤษฎี Social Difference เกิดมาจากการปฏิเสธความเชื่อของนักทฤษฎีกลุ่ม Mass Society ที่เชื่อว่า ในสังคมเมืองนั้น ปัจเจกจะอยู่กันอย่างแตกแยกกระจัดกระจาย แต่ละคนต่างก็เป็นอะตอมตัวหนึ่ง ๆ ที่แตกตัวมาจากกลุ่มสังคมเดิมในชนบท นักทฤษฎีกลุ่ม Social Difference กลับมีความเห็นว่าปัจเจกบุคคลในเมืองนั้นมิได้มีลักษณะ “ต่างคนต่างก็เป็นหนึ่งที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง” หากทว่าพวกเขายังมี “ลักษณะร่วมที่เหมือนกันบางประการ” เช่น ถิ่นศาสนาเดียวกัน ชนชั้นเดียวกัน อยู่ละแวกเดียวกัน ฯลฯ หรืออาจเปรียบเทียบให้เห็นจากแผนภาพดังต่อไปนี้



จากแผนผังข้างบนนี้ได้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้คนจากสังคมชนบทที่เคยรวมกลุ่มกันและมีความละม้ายคล้ายคลึงกันเพราะเป็น “พวกเดียวกัน” เนื่องจากเป็นครอบครัวเดียวกัน เพื่อนกัน ถิ่นธรรมนิยมเดียวกัน คนบ้านเดียวกัน ฯลฯ เมื่อเปลี่ยนมาเป็นคนที่อยู่ในเมือง แม้ว่าลักษณะร่วมแบบเดิมจะหายไป แต่คนในเมืองก็ได้สร้างลักษณะร่วมแบบใหม่ขึ้นมาแทนที่ดังที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น เช่น มีวิถีชีวิตแบบชาวเมืองคล้ายกัน มีลักษณะทันสมัยคล้ายกัน มีอาชีพการงานที่คล้ายกัน เป็นต้น



ในส่วนของวิธีการวิจัยนั้น ได้มีการพัฒนาเทคนิคการสำรวจแบบใหม่ถึงแม้ว่าวิธีการสำรวจนั้นจะเป็นวิธีการเก่าแก่ที่เคยมีมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ (ที่ใช้การสำรวจประชากรเพื่อระดมข้อมูลและเงินทุนในการสร้างปิรามิด) แต่การสำรวจแบบใหม่นี้ ก็มีลักษณะที่แตกต่างจากการสำรวจแบบโบราณ อยู่ 2 ประการคือ

- (i) มีการใช้การสุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด
- (ii) ใช้การออกแบบการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบทำให้สามารถนำคำตอบที่ได้มาเปรียบเทียบกันได้

ผลจากการใช้วิธีการวิจัยดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาด้านสื่อมวลชนทำให้นำมาสู่ข้อสรุปได้ว่า “กลุ่มสังคมที่ต่างกันมีแบบแผนพฤติกรรมที่ต่างกัน” หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า “ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมบางประการร่วมกัน (social categories) จะมีการกระทำที่คล้ายคลึงเป็นแบบแผนเดียวกัน”

แนวคิดเรื่อง Social Difference ได้ให้แนวทางในการศึกษาสื่อมวลชนไว้หลายแนวทางเช่น

(i) การศึกษากลุ่มวัฒนธรรมย่อย (subculture) โดยอาศัยวิธีการศึกษาแบบมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation) ศึกษาบุคคลที่มีวัฒนธรรมย่อย เช่น ชาวสลัม กลุ่มรักร่วมเพศ กลุ่มอาชีพแพทย์ พวกติดยาเสพติด ฯลฯ โดยเฉพาะในส่วนที่มาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เพื่อดูว่าสื่อจะมีอิทธิพลต่อบุคคลกลุ่มย่อย ๆ เหล่านี้อย่างไร ผลการวิจัยที่ทำในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ค่อนข้างจะแสดงว่า คนในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ต่างกันมักจะมีการเลือกเนื้อหารวมทั้งการตีความหมายแตกต่างไปจากคนกลุ่มอื่น และยังมีทางเลือกจดจำและมีปฏิกิริยาตอบสนองที่ต่างออกไปด้วย

(ii) แนวทาง Uses and Gratifications Approach ผลต่อเนื้อหาของแนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual difference) และ ความแตกต่างทางสังคม (Social difference) มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนะเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “สื่อกับผู้รับสาร” ไปด้วย จาก Mass society และ Magic bullet theory ที่เคยเชื่อว่า ผู้รับสารนั้น passive ทฤษฎีใหม่นี้กลับเชื่อว่า “ผู้รับสารนั้นมีลักษณะ active ในการเลือกรับสื่อและสาร” ตัวอย่างของตัวแปร



เรื่องโครงสร้างความเข้าใจของคนและวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่ได้กล่าวถึงแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน งานวิจัยในแนวทางนี้จะเริ่มศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือ การฟังละครวิทยุ การอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังเพลงลูกทุ่งและเพลงสมัยนิยม การไปดูภาพยนตร์ เพื่อค้นหาคำตอบว่าประชาชนได้ให้เหตุผลว่าทำไมเขาจึงเลือกใช้สื่อเหล่านี้ (ดูความต้องการในการใช้สื่อ) และเขาได้รับอะไรเป็นรางวัลจากการใช้สื่อดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม หลังจากแนวทาง Uses and Gratifications Approach ได้ดำเนินการวิจัยมาสักช่วงเวลาหนึ่ง ก็มีข้อวิจารณ์แนวทางนี้ว่า นอกจากการทำ list คำตอบของกลุ่มตัวอย่างว่า พวกเขามีความต้องการอะไร และได้รับความพึงพอใจอะไรบ้างจากการใช้สื่อแต่ละชนิดแล้ว เราได้เรียนรู้อะไรเกี่ยวกับเรื่องสื่อมวลชนมากไปกว่านั้นหรือเปล่า

3. Social Relationships Theory การค้นพบแนวคิดเรื่อง Social Relationship Theory นั้น มีลักษณะเหมือนงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์หลาย ๆ ชิ้น คือ เป็นการค้นพบโดยความบังเอิญและเป็นการค้นพบจากนักวิชาการหลาย ๆ คน ที่ทำวิจัยในช่วงเวลาไล่เลี่ยกัน

งานวิจัยชิ้นแรกที่ได้กล่าวถึงไปแล้วก็คือ งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนในการตัดสินใจเลือกประธานาธิบดี เมื่อปี 1940 ของ Lazarsfeld ในการวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยไม่ได้มุ่งความสนใจมาที่ตัวแปรเรื่อง “ความสัมพันธ์ทางสังคม” (social relationship) เท่าใดนัก แต่แม้กระนั้น จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องการเปิดรับการสื่อสารทางการเมืองในช่วงเวลาเลือกตั้งก็มักจะได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารระหว่างบุคคล (พูดคุยกัน) มากกว่าเปิดรับจากสื่อมวลชนและยังพบอิทธิพลของ “กลุ่มปฐมภูมิ” (primary group) ซึ่งหมายถึง คนกลุ่มเล็ก ๆ ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมที่นักวิจัยคนต่อ ๆ มา เช่น E. Katz เรียกว่า “อิทธิพลจากบุคคล” (personal influence) และเขาได้ให้ความสนใจศึกษาต่อมาอย่างละเอียดยิ่งขึ้น

ข้อสรุปจากการวิจัยเรื่องการเลือกตั้งของ Lazarsfeld ให้ข้อค้นพบที่ชัดเจนว่ากลุ่มบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน และสื่อบุคคลระดับต่าง ๆ มีบทบาทในการนำข่าวสารจากสื่อมาเผยแพร่แก่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เปิดรับสื่อโดยตรง



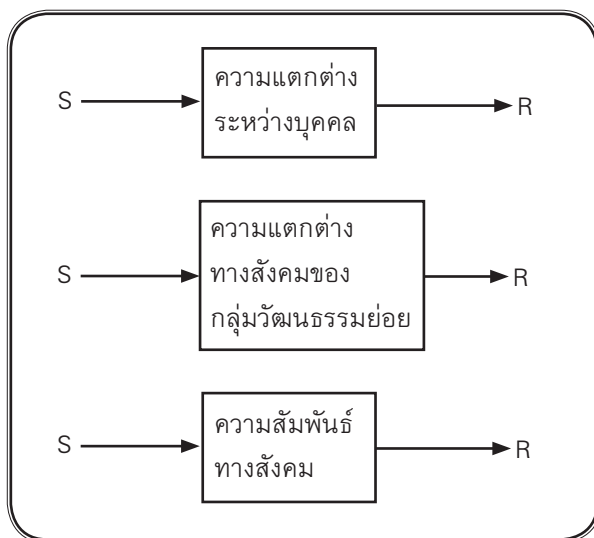
นี้จึงเกิดเป็นแบบจำลองเรื่องการไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ (Two-step Flow of Information) ที่ได้กล่าวไปแล้วคือ ในขั้นแรก ข่าวสารจะไหลจากสื่อมวลชนไปสู่ปัจเจกบางคนที่มีความคุ้นเคยกับสื่อมวลชน ในขั้นต่อมา บุคคลเหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลให้แก่ผู้รับสารที่ไม่ได้ติดต่อกับสื่อมวลชนโดยตรง กลุ่มบุคคลกลุ่มแรกนั้นเรียกว่า “ผู้นำทางความคิด” ที่ผลจากการศึกษาต่อ ๆ มาพบว่า พวกเขาไม่เพียงแต่เป็นตัวผ่านข่าวสารเท่านั้น แต่หลายครั้ง ผู้นำทางความคิดนี้ได้เล่นบทบาทเป็น “ผู้ตีความ” ข่าวสารนั้นด้วย ซึ่งหมายความว่าพวกเขาเป็นแหล่งข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในจังหวัดที่สองด้วย ส่วนระดับของอิทธิพลนั้นจะมีมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับ “ความสัมพันธ์ทางสังคม” ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น (ถ้ามีความสนิทสนมกันมาก มีความไว้วางเนื้อเชื่อใจกันมาก ก็น่าจะมามีอิทธิพลมาก)

จากแนวคิดเรื่องบทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคลและความสัมพันธ์ทางสังคมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการอธิบายอิทธิพลของสื่อมวลชน แนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำมาขยายในการศึกษาเรื่องอื่น ๆ เช่น ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการนำเอานวัตกรรมด้านการเกษตรมาใช้ในหมู่บ้าน ได้มีงานค้นคว้ามากขึ้นถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้นำทางความคิดในบริบททางสังคมแบบต่าง ๆ ต่อข่าวสารประเด็นต่าง ๆ หรือเรื่องตำแหน่งในวัฏจักรชีวิตของบุคคล (position in the life cycle) เช่น ถ้าเป็นเรื่องแฟชั่นแบบใหม่ ผู้นำทางความคิดน่าจะเป็นสาวโรงงานผู้ทันสมัย แต่ถ้าเป็นเรื่องการซื้อของใช้ในบ้าน ผู้นำทางความคิดก็น่าจะเป็นแม่บ้านผู้มีประสบการณ์มากกว่า เป็นต้น

5. บทสรุปกระบวนการทัศนเรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ

ข้อเสนอใหม่ของกระบวนการทัศนเรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ นั้นเกิดมาจากการขยายแบบจำลอง Stimulus-Response Theory ที่เคยหนุนหลังทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ หากทว่าได้นำมาอธิบายเพิ่มเติมว่าระหว่างตัวแปร S และ R นั้น ได้เกิดมีตัวแปรแทรกกลางขึ้นมา ทำให้อิทธิพลของสื่อไม่เป็นไปอย่างโดยตรง ฉับพลันและทรงพลัง หากแต่กลับกลายเป็นฝ่ายผู้รับสารที่ได้เลือกรับสื่อในขั้นตอนต่าง ๆ ตัวแปรแทรกกลางนั้นอาจมีดังนี้





เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวทำให้อิทธิพลของสื่อจะทำงานอยู่ภายใต้หลักการเลือก 4 หลักของผู้รับสาร คือ

1. หลักการเลือกให้ความสนใจ (Principle of selective attention) ดังที่กล่าวมาแล้วว่า คนแต่ละคนมีโครงสร้างความเข้าใจที่แตกต่างกัน จากโครงสร้างนี้ จะเกิดการสร้าง “เครื่องกรองทางจิตใจ” (Mental filters) เพื่อจะกรองข้อมูลข่าวสารจำนวนมากให้มีข่าวสารบางชิ้นเท่านั้นที่ผ่านเข้ามาสู่ปริมณฑลแห่งความสนใจของบุคคลได้ เราอาจนำเอาคำอธิบายดังกล่าวมาใช้กับตัวแปรเรื่องความแตกต่างทางสังคมหรือความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลได้เช่นเดียวกัน (เช่นสามีที่ต้องยอมนั่งดูละครโทรทัศน์เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับภรรยาเอาไว้ เป็นต้น)

2. หลักการเลือกการรับรู้ (Principle of selective perception) ก็เช่นเดียวกับหลักการข้อแรกคือ ความเข้าใจของแต่ละบุคคล ความแตกต่างของกลุ่มบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะมีผลต่อการเลือกรับรู้และเลือกตีความข่าวสาร (ที่แม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน) ให้มีความหมายแตกต่างกันออกไป เช่น เด็กวัยรุ่นนออาจตีความวิธีการแต่งกายและท่าเต้นของนักร้องวัยรุ่นนว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับการเป็นนักร้อง ในขณะที่ผู้ใหญ่อาจจะมองเห็นเรื่องเสียงร้องเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เป็นต้น

3. หลักการเลือกจดจำ (Principle of selective recall) ก็เช่นเดียวกับหลักการ 2 หลักการที่ได้กล่าวมาแล้ว สำหรับคนบางคน คนบางกลุ่ม คนที่มีความสัมพันธ์กันบางกลุ่ม เรื่องราวจากสื่อมวลชนบางเรื่องจะจดจำได้อย่างยาวนานมากกว่า หลักการเลือกจดจำนั้นมักจะเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานไปกับเรื่องการเลือกสนใจและเลือกรับรู้ที่เป็นขั้นตอนที่เกิดมาก่อน

4. หลักการเลือกปฏิบัติ (Principle of selective action) ในท้ายที่สุด คนทุกคนก็มิได้มีปฏิกริยาเป็นอย่างเดียวกันต่อข่าวสารชิ้นเดียวกัน นี่เป็นปรากฏการณ์ที่เราคุ้นชินกันอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน และการมีปฏิกริยาก็คือเป็นข้อขัดแย้งที่ต่อเนื่องมาจากการให้ความสนใจ การรับรู้และการจดจำอันเป็นหลักการ 3 ประการที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้น



เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S.J., & Davis, D.K. (1995)
Mass Communication Theory, Wadsworth Publishing Group.
2. DeFleur, M. & S. Ball-Rokeach (1989)
Theories of Mass Communication (5ed), Longman.
3. Klapper, J.T., (1960)
The Effects of Mass Communication, NY : Free Press.



บทที่ 10
ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม
(Social Learning Theory)





1. ที่มาของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

การนำเอาทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมซึ่งเป็นองค์ความรู้ในสังคมศาสตร์ สาขาต่าง ๆ มาใช้ในวงการวิจัยนิเทศศาสตร์นั้น จัดว่าเป็นกลุ่มทฤษฎีอีกกลุ่มหนึ่ง ที่อยู่ในยุคสมัยที่พยายามลดกระแสความเชื่อเรื่องอิทธิพลอันทรงพลังของ สื่อมวลชนลงไปเช่นกัน อย่างไรก็ตามเนื้อหาของบางส่วนของทฤษฎีการเรียนรู้ทาง สังคมนี้นี้ก็คัดค้านกลุ่มทฤษฎีกระบวนการทัศนเรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ ที่ได้กล่าวไปแล้วเช่นกัน

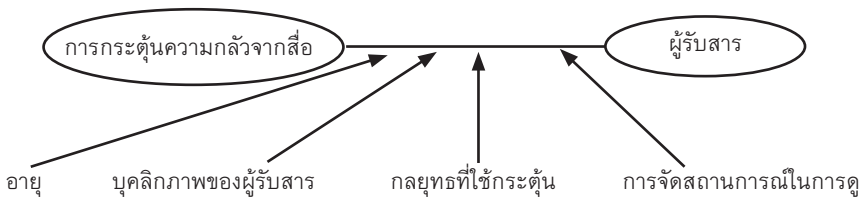
กระแสการก่อตัวของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเกิดมาจากปัจจัย 4-5 ประการเหล่านี้ คือ

(1) ยุคสมัยของโทรทัศน์และกระบวนการทัศนเรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ ในช่วงทศวรรษ 1960 ซึ่งเป็นยุคที่สื่อน้องใหม่ตัวล่าสุด คือ โทรทัศน์กำลัง แพร่ขยายและแพร่หลายเป็นที่นิยมอย่างมาก จากปรากฏการณ์ทางสังคมดังกล่าว ทำให้คำถามและการถกเถียงเรื่อง “สื่อมวลชนมีอิทธิพลอันทรงพลัง” หวนฟื้นคืน กลับมาใหม่ เนื่องจากอิทธิพลของโทรทัศน์ที่ยากจะทำให้ประชาชนคนธรรมดา ทั่วไปปฏิเสธได้ ลักษณะเนื้อหาที่สร้างความวิตกกังวลในหมู่ประชาชนทั่วไปก็คือ อิทธิพลจากเนื้อหาที่เต็มไปด้วยความรุนแรงในโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชน

ในอีกด้านหนึ่ง ในแวดวงวิชาการ งานวิจัยที่สนับสนุนกระบวนการทัศน เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อก็กำลังได้รับการยืนยันและยอมรับกันในหมู่ วงวิชาการ อย่างไรก็ตาม นอกแวดวงวิชาการแล้ว คนทั่วไปก็ยากที่จะทำให้ ยอมรับผลการวิจัยที่ขัดแย้งกับปรากฏการณ์ในชีวิตประจำวันได้

สภาพการณ์ดังกล่าว มีผลทำให้ต้องมีการกลับมาเปลี่ยนคำถามในการ ศึกษาวิจัยกันเสียใหม่ว่า จากคำถามเดิมที่เคยถามกันว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพล ต่อบุคคล / สังคมหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ก็ต้องเปลี่ยนมาเป็นคำถามใหม่ว่า “สื่อมวลชนมีอิทธิพลในรูปแบบไหน / และมีอะไรบ้างเป็นตัวแปรแทรก (intervening factors) ที่ทำให้อิทธิพลของสื่อมวลชนแปรเปลี่ยนไป” ตัวอย่างเช่น ในกรณี ของเรื่องการกระตุ้นความกลัวจากสื่อ ได้มีงานวิจัยที่เสนอว่ามีปัจจัยแทรกซ้อน อะไรบ้างตามผังภาพนี้





นอกจากนั้น ยังมีข้อสรุปของนักนิเทศศาสตร์อีกหลายท่านที่เข้าร่วมในงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้น เช่น W. Schramm (1961) ที่สรุปว่า โทรทัศน์นั้นเป็นเพียงปัจจัยเสริม (contributing factor) เท่านั้น หากแต่มีใช้สาเหตุหลัก (basic cause) ของการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวหรือพฤติกรรมต่อต้านสังคมแบบต่าง ๆ Klapper (1960) ได้ให้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกันว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นจะมีมากหรือน้อยก็ต่อเมื่อได้ทำงานร่วมกับสถาบันอื่น ๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน บรรยากาศทางสังคม ฯลฯ

(2) สถานภาพของวิธีการวิจัย ในช่วงทศวรรษ 1950-60 นั้น วิชาจิตวิทยา กำลังพยายามที่จะยกระดับสถานภาพวิชาของตนให้กลายเป็นวิทยาศาสตร์อย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น จึงได้มีการนำเอาวิธีการวิจัยที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนวิชาการ และเป็นวิธีการวิจัยที่ได้ผลลัพธ์ที่แน่นอนมาใช้

ในการนี้ วิธีการวิจัยเชิงทดลองเป็นวิธีการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้อย่างมาก วิธีการทดลองนั้นมีทั้งข้อเด่นและข้อด้อยในตัวเอง ข้อเด่นของวิธีการนี้ ก็คือสามารถควบคุมตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้อง ตัวแปรแทรกซ้อนหรือตัวแปรที่ไม่ต้องการวัดออกไปได้ แต่ข้อด้อยก็คือ ถ้าเป็นการทดลอง ผู้ศึกษาก็จะมองเห็นแต่ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่จะศึกษาเท่านั้น และจะมองข้ามตัวแปรอื่นที่อาจจะเกี่ยวข้องอย่างสำคัญไปเสีย ในทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ได้นำเอาวิธีการทดลองมาใช้อย่างมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยด้านสื่อมวลชนที่วางอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีนี้

นอกจากนั้น ยังได้มีการเปลี่ยนแปลง “สิ่งที่ต้องการวัด” จากความนิยมของวิชาจิตวิทยาที่มีอยู่ในขณะนั้น ซึ่งมุ่งสนใจที่จะศึกษาและวัด “ทัศนคติ” (ดังที่ได้กล่าวในบทที่ผ่านมา) นักวิชาการในกลุ่มนี้เริ่มจะเปลี่ยนหันมาศึกษาสิ่งที่วัดและ



มองเห็นได้จากภายนอกคือ “พฤติกรรมภายนอก” (overt behavior) แทนทัศนคติที่เป็นพฤติกรรมภายใน เช่น งานของ M.Fishbein (1967) ที่ศึกษาตัวแปรเรื่องความตั้งใจ (intention) และเป้าหมายของการกระทำ (goal) ที่จะกลายเป็นแรงกระตุ้นใจ (incentive) ให้คนทำพฤติกรรมออกมา

(3) ข้อเสนอเรื่องผลที่จะเกิดขึ้น ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมได้ตั้งคำถามใหม่ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นจะมีอยู่ในรูปแบบใด และบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนคืออะไรกันแน่ สำหรับในประเด็นนี้จุดยืนของทฤษฎีนี้ก็คือ จะมองอิทธิพลที่เกิดขึ้นในระยะยาว (Longterm - Effect) ที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชน และจะพิจารณาบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะตัวแทนแห่งการเรียนรู้ (Agent of socialization) ที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสิ่งต่างๆ ให้แก่สมาชิกในสังคม

(4) การแสวงหาคำอธิบายใหม่ในเรื่องผลของสื่อ นอกเหนือจากคำอธิบายเรื่องผลกระทบระยะยาวและตัวแปรแทรกระหว่างตัวสื่อกับปฏิกิริยาของผู้รับสารแล้ว ยังมีวิธีการที่จะหาคำอธิบายเรื่องผลกระทบและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในแบบอื่น ๆ เช่น งานของ E.Maccoby (1954) ที่อธิบายว่า สื่อมวลชนเป็นตัวจัดหาประสบการณ์ที่เป็นอิสระไปจากการถูกควบคุมแบบที่เด็กต้องเผชิญอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง ในโลกของสื่อ (เช่น โทรทัศน์ การ์ตูน) ได้เปิดโอกาสให้กับเด็ก ๆ ทดลองหาวิธีแก้ปัญหาได้หลาย ๆ วิธีโดยไม่ต้องถูกลงโทษหรือไม่เสี่ยงต่อการเจ็บตัว เหมือนอย่างที่เด็กจะต้องพบพานหากมาแสดงออกในโลกแห่งความเป็นจริง กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็น “ห้องทดลองในจินตนาการ” และนี่เป็นอีกหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

(5) การวิจารณ์กระบวนทัศน์ใหม่ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในยุคสมัยที่สองของการศึกษาสื่อมวลชนนั้น ได้เกิดกระบวนทัศน์ใหม่ ๆ เช่น กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อที่ได้ตั้งคำถามกับแนวคิดเรื่องพลังอันมหาศาลของสื่อ อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมก็ได้ตั้งคำถามและวิจารณ์กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อเช่นเดียวกันว่า ยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น เป็นกระบวนทัศน์ที่มุ่งวัดแต่ผลในระดับจุลภาค ระดับปัจเจกบุคคล และยังคงมุ่งดูผลกระทบระยะสั้น อยู่อย่างเดิม (ไม่แตกต่างจากกระบวนทัศน์แรก



แบบ Magic Bullet Theory) ทั้งนี้ เนื่องจากกระบวนทัศน์ใหม่นี้เกิดมาจากทฤษฎีด้านความเข้าใจทางจิตวิทยา (Cognitive Paradigm) ดังนั้น จึงออกแบบการวิจัยที่มุ่งแต่การเปลี่ยนแปลงด้านความเข้าใจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเท่านั้น

2. แนวคิดเรื่อง “การอบรมบ่มเพาะทางสังคม” (Socialization)

2.1 ความหมายของการอบรมบ่มเพาะ

ในทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม สื่อมวลชนจะได้รับมอบหมายบทบาทหลักให้เป็น “ผู้อบรมบ่มเพาะ” สมาชิกในสังคม แนวคิดเรื่อง “การอบรมบ่มเพาะ” นั้น เป็นแนวคิดที่ปรากฏอยู่ในสาขาวิชาการต่างๆ โดยได้ให้ความหมายเอาไว้ต่าง ๆ กัน เช่น

- ในสาขาวิชามนุษยวิทยา ได้ใช้คำว่า “Enculturation” ซึ่งหมายความว่า คนในแต่ละสังคมจะต้องซึมซับ (internalized) วัฒนธรรมที่เคยเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกตนเอง (ภาษา ประเพณี จังหวะเวลา ฯลฯ) เข้าไปในตนเอง (en=ซึมซาบเข้าไป + culture=วัฒนธรรม) ในแง่นี้ สื่อมวลชนก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้คนเห็นว่า วัฒนธรรมของชาตินั้น ๆ เป็นอย่างไรก่อนที่จะซึมซับเข้าไป (ในกรณีของผู้อพยพย้ายถิ่นจะเห็นได้ชัดเจนที่สุดว่า พวกเขาจะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากโทรทัศน์มากที่สุด)

- ในสาขาจิตวิทยา วิชาจิตวิทยามองว่า มนุษย์เกิดมามีแต่แรงขับเคลื่อนตามธรรมชาติ (drive) แต่เมื่อต้องมาอยู่ร่วมกันในสังคม ก็ต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (socialized) เพื่อกำหนดรูปแบบการแสดงออกในการตอบสนองแรงขับเคลื่อนตามธรรมชาติว่าทำอย่างไรจึงจะเหมาะสม เช่น เมื่อหิวก็ต้องทำมาหากิน เมื่อมีความต้องการทางเพศก็ต้องปลดปล่อยตามที่แต่ละสังคมอนุญาต กล่าวเปรียบเทียบได้ว่าเป็นการขีดเส้นให้คนเดินไปตามแถว ไม่แตกแถว ไม่นอกคอก ในแง่นี้ หน้าที่ของสื่อมวลชนก็คือการชี้แนะเส้นทางเหล่านี้

- ในสาขาสังคมวิทยา กระบวนการอบรมบ่มเพาะเป็นการเตรียมปัจเจกบุคคลให้พร้อมที่จะเข้ามาใช้ชีวิตร่วมอยู่ในกลุ่มด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่บุคคลต้องมีชีวิตร่วมอยู่จริง ๆ (เรียกว่า กลุ่มปฐมภูมิ) เช่น พ่อแม่ เพื่อน โรงเรียน ที่ทำงาน ฯลฯ หรือกลุ่มที่บุคคลไม่ได้มีชีวิตร่วมอยู่ด้วยตลอดเวลา แต่ทว่าจำเป็นต้องเกี่ยวข้องเป็นครั้งคราว เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร กองทัพ ฯลฯ



2.2 การพิจารณาสื่อมวลชนในฐานะ “ผู้อบรมบ่มเพาะ”

เพื่อทำความเข้าใจกับบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะ “ผู้อบรมบ่มเพาะ” เราอาจจะต้องย้อนกลับไปดูบทบาทของสถาบันอื่นๆ หรือกระบวนการอบรมบ่มเพาะที่เคยมีมาก่อนหน้าจะมีสื่อมวลชน ดังนี้

(i) ในยุคสมัยก่อน สังคมได้จัดวัฏจักรชีวิต (life cycle) ของคนเอาไว้ อย่างค่อนข้างแน่นอน ในการเปลี่ยนช่วงชีวิตแต่ละช่วง จะมีรอยต่อที่ชัดเจน ที่เรียกว่า “rite de passage” (เช่น มีการทำพิธีโกนจุกเพื่อประกาศว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว) ดังนั้นคนสมัยก่อนจึงไม่ค่อยมีความสับสนเมื่อต้องก้าวผ่านขั้นตอนแต่ละช่วงชีวิตที่สังคมได้ระบุแบบอย่างการบ่มเพาะเอาไว้ค่อนข้างแน่นอน และชัดเจน

(ii) แต่ในยุคสมัยปัจจุบันนั้น รอยต่อของช่วงเปลี่ยนผ่านในแต่ละช่วงชีวิตนั้นไม่ชัดเจน ประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ ก็จางหายไป ดังนั้น เด็กจึงไม่รู้ตัวว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่หรือยัง ผู้ใหญ่ก็ไม่รู้ว่าตัวเองเริ่มแก่เมื่อไหร่ ทำให้มีความสับสนที่จะปฏิบัติตนให้เหมาะกับแต่ละช่วงวัย

(iii) นอกจากนั้น ในสมัยโบราณ แหล่งข่าวสารที่จะเป็นผู้กำหนดการอบรมบ่มเพาะมีอยู่อย่างจำกัด เด็ก ๆ จะเชื่อฟังพ่อแม่เป็นหลักเพราะเป็นผู้ผูกขาดแหล่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ แต่ในยุคสมัยปัจจุบัน มีแหล่งข่าวข้อมูลมากมายที่แข่งขันกันให้ข่าวสารที่ขัดแย้งกัน (competitive source of knowledge) เช่น คำสอนของพ่อแม่และครูไม่ตรงกัน เด็ก ๆ ได้รับข่าวสารจากเพื่อนฝูงและสื่อมวลชนที่ขัดแย้งกับคำสอนของพ่อแม่ ฯลฯ ซึ่งช่วยเพิ่มภาวะสับสนแก่สมาชิกในสังคมมากขึ้นว่า ไม่รู้จะเชื่อฟังใครดี

(iv) แต่ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในเนื้อหา รูปแบบและสถาบันของการอบรมบ่มเพาะอย่างไรก็ตาม แต่ทว่าทุกสังคมก็ยังต้องการการอบรมบ่มเพาะแบบใดแบบหนึ่งอยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องมาจากความจำเป็นทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม ในระดับปัจเจก หากบุคคลใดไม่เรียนรู้ระเบียบกฎเกณฑ์ของสังคม คงจะเอาชีวิตอยู่รอดไม่ได้ในสังคมนั้น ส่วนความจำเป็นในระดับสังคมนั้น สังคมที่สามารถจะสืบทอดชีวิตตนเองไปได้อย่างปกติและยาวนาน จำเป็นต้องประสบความสำเร็จในการอบรมบ่มเพาะสมาชิกรุ่นแล้วรุ่นเล่า ดังนั้น ทั้ง ๆ ที่สมาชิกในแต่ละรุ่นวัยจะเกิดแก่เจ็บตาย แต่ทว่าสังคมนั้นจะดำรงคงอยู่ตลอดเวลา



(v) การอบรมบ่มเพาะสมาชิกใหม่ของสังคมให้เข้ามาใช้ภาษาร่วมของทั้งสังคม นับเป็นบันไดขั้นแรกของกระบวนการนี้ หากขั้นตอนนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี สมาชิกใหม่ก็จะสามารถใช้ทักษะทางการสื่อสารเป็นเครื่องนำทางไปสู่การเรียนรู้อย่างอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นค่านิยม การปฏิบัติตัว ความคาดหวังของคนอื่น ความรู้ ฯลฯ หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ผลสำเร็จของกระบวนการอบรมบ่มเพาะบุคคลนั้นจะปูทางให้แก่สิ่งต่าง ๆ ที่ตามมา เช่น

- การยอมรับหลายสิ่งหลายอย่างในสังคมโดยปริยาย (เช่น คนเราต้องมีรักเดียวใจเดียว)
- การยอมรับข้อตกลงบางอย่างของชีวิตสังคม (เช่น ผู้หญิงต้องดูแลลูก)
- การใช้เทคนิคต่างๆที่เป็นที่ยอมรับกันในสังคม (เช่น ยอมรับ การเลือกตั้งว่าเป็นเทคนิคทางการเมือง)

DeFleur (1989) มีทัศนะว่า ในการดำเนินการให้บรรลุกระบวนการดังกล่าวนั้น บรรดาผู้อบรมบ่มเพาะในบางสถาบันอาจจะรู้ตัวและมีความตั้งใจ (เช่น ครู พระ) แต่ก็มีหลายสถาบันที่ผู้อบรมบ่มเพาะอาจจะไม่ได้ตั้งใจและไม่รู้ตัว เช่น สื่อมวลชน ซึ่งยิ่งนับวันก็ยิ่งมีบทบาทในหน้าที่นี้มากยิ่งขึ้นทุกที (ในบางกรณีอาจจะล้ำหน้ามากกว่าสถาบันเดิม ๆ เสียอีก) อย่างไรก็ตาม บรรดา งานวิจัยด้านสื่อมวลชนที่มีในอดีตซึ่งเน้นแต่การออกแบบการวิจัยเพื่อดูความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ-ผลลัพธ์ (cause-effect relationship) หรือการมุ่งดูแต่ผลกระทบในระยะสั้นนั้น ไม่อาจจะช่วยให้ความเข้าใจเรื่องการทำหน้าที่เป็นผู้อบรมบ่มเพาะได้ เพราะกระบวนการดังกล่าวมิใช่ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ-ผลลัพธ์ และเป็นเรื่องผลกระทบในระยะยาว ดังนั้น เราจึงต้องการงานวิจัยแบบใหม่เพื่อทำความเข้าใจกับหน้าที่ใหม่ของสื่อมวลชน

ในขณะที่ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมนั้นมีหลายทฤษฎี ในส่วนที่เกี่ยวกับการเรียนรู้จากสื่อมวลชนนั้นจะมีอยู่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด คือ

1. การเลียนแบบ (Modeling)
 2. ทฤษฎีความคาดหวังทางสังคม (Social Expectation Theory)
- จากนี้จะพิจารณาทั้ง 2 ทฤษฎีอย่างละเอียด



3. ทฤษฎีการเลียนแบบ

จากการศึกษาของวิชาจิตวิทยาการทดลอง ได้ค้นพบถึงความสามารถในการเลียนแบบพฤติกรรมของสัตว์ ตัวอย่างเช่น เมื่อเวลาที่ลูกเปิดฝักตัวเองออกจากไข่ หากลูกเปิดถูกเลี้ยงดูจากนักจิตวิทยาตั้งแต่วัยเริ่มแรก (ฝักตัวออกจากไข่ก็เห็นหน้านักจิตวิทยาเป็นสิ่งแรก) จะปรากฏว่า ลูกเปิดจะพยายามเลียนแบบกิริยาท่าทางของนักจิตวิทยา หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ เช่น เรื่องแมคลีลูกหมาป่า ที่ลูกของมนุษย์แต่ถูกเลี้ยงดูจากกลุ่มหมาป่า ทำให้นักจิตวิทยาการเรียนรู้ได้เข้าใจว่า แม้แต่อกับกิริยาหลายอย่างของมนุษย์ที่เราเคยเข้าใจว่าเป็น “ธรรมชาติติดตัวมากับมนุษย์” เช่น การหยิบอาหารใส่ปากนั้น แท้จริงแล้วเป็นผลจากการเรียนรู้มากกว่า เพราะในกรณีของแมคลีนั้น จะมีท่าทางการกินอาหารด้วยการก้มลงไปแบบหมาป่า เนื่องจากเรียนรู้ด้วยการเลียนแบบกลุ่มหมาป่าที่แวดล้อมตนเองอยู่

(1) หลักของการเรียนรู้ด้วยการเลียนแบบนั้นเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น (observational learning) แล้วตนเองจึงเอามาทำตามอย่างที่เรียกว่า “เลียนแบบ” ในทางจิตวิทยาแยกการเลียนแบบออกเป็น 2 แบบ คือ

(i) Imitation เป็นการแสดงปฏิกริยาที่ออกมาเป็นกิริยาท่าทางอย่างตรงๆ (direct mechanical response of behavior) เช่น เวลาที่เด็ก ๆ เห็นมนุษย์อุลตราแมนทำท่ายกมือไขว่กันเพื่อแสดงอิทธิฤทธิ์ในการ์ตูนโทรทัศน์ เด็ก ๆ ก็แสดงออกับกิริยาท่าทางตาม การเลียนแบบชนิด imitation นี้ เป็นการเลียนแบบจากภายนอกและอยู่ในระดับผิวเผิน

(ii) Identification เป็นการเลียนแบบที่เน้นหนักไปในด้านจิตใจ โดยผู้เลียนแบบมีความต้องการบางอย่างทางจิตใจที่จะเป็นเหมือนตัวต้นแบบ และจะเลือกเอาคุณลักษณะบางประการ ของตัวต้นแบบมาเป็นของตน เช่น เวลาเด็ก ๆ เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาของเณรน้อยอีกคิวซัง ก็เลือกเอาคุณลักษณะในการแก้ปัญหาดังกล่าวมาเป็นของตน

ในระหว่างการเลียนแบบทั้ง 2 อย่างนี้ โดยทั่วไปแล้ว สาธารณชนมักจะให้ความสนใจกับการเลียนแบบประเภท imitation เช่น ความกังวลใจว่าลูกหลานดูหนังฝรั่งแล้วจะแสดงกิริยาท่าทางการแต่งกายตามดาราฝรั่ง แต่อันที่จริงแล้ว



อิทธิพลจากการเลียนแบบอย่าง imitation นั้นมีเพียงเล็กน้อยและเป็นเรื่องผิวเผิน (แต่ที่ได้รับความสนใจคงเป็นเพราะมองเห็น / สังเกตได้โดยง่าย) แต่ที่มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งคือ การเลียนแบบอย่าง identification ตัวอย่างเช่น การเลียนแบบฆาตกรที่มีการฆ่าคนอย่างต่อเนื่อง (Serial killer) เช่นที่ปรากฏในหนังเรื่อง Copycat เป็นต้น

(2) งานวิจัยเรื่องการเลียนแบบจากสื่อมวลชน

R. Zajonc (1954) ได้ศึกษาการเลียนแบบประเภท identification ของเด็ก ๆ อายุ 10 - 14 ปีจากวีรบุรุษจากละครวิทยุประเภทเรื่องยานอวกาศ เขาพบว่า เด็ก ๆ อาจจะเป็นอย่างตัวพระเอกในเรื่อง ไม่ว่าตัววีรบุรุษนั้นจะมีลักษณะ “ใช้อำนาจ” หรือ “แสงหามิตรภาพ” ก็ตาม อย่างไรก็ตาม Zajonc ก็ตั้งคำถามที่สรุปจากกรณีที่ศึกษาว่า หากเป็นกรณีที่วีรบุรุษนั้นเป็น “อาชญากร ที่ประสบความสำเร็จ” เด็ก ๆ จะเลียนแบบหรือไม่ หรือว่าเด็กจะเลือกเลียนแบบแต่ “วีรบุรุษ” ประเภทที่ไม่เบี่ยงเบนไปจากค่านิยมที่เด็กยึดถืออยู่แล้ว (เช่น ต้องเป็นตำรวจไม่ใช่ผู้ร้าย ต้องเป็นนักสืบ ไม่ใช่หัวขโมย) และหากเป็นในกรณีหลัง สำหรับเด็ก ๆ ที่เติบโตมาในสิ่งแวดล้อมที่ไม่เคยสอนให้เขามีค่านิยมดี ๆ ให้ยึดถือ (เช่น เด็กที่โตมาในหมู่อาชญากร) หรือเด็กที่ขาดแบบอย่างของผู้ใหญ่ดี ๆ ที่จะเลียนแบบ ก็อาจเป็นไปได้ว่า เด็กกลุ่มนี้将有ความเสี่ยงสูงมากที่จะได้รับอิทธิพลในทางที่ไม่พึงประสงค์จากสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้อข้องใจของ Zajonc นั้นมาตั้งคำถามในช่วงเวลาที่กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อกำลังแพร่หลาย ทำให้ผลการศึกษาเรื่องการเลียนแบบจากสื่อเวลานั้นมีน้ำหนักน่าเชื่อถือน้อยลงไป และคำถามที่ตั้งก็ไม่ค่อยได้รับความสนใจที่จะหาคำตอบจากวงวิชาการ

(3) ยุคสมัยแรกของการวิจัยเรื่องการเรียนรู้ด้วยการสังเกตและการเลียนแบบ

นักจิตวิทยาตั้งคำถามว่า คนเราทำพฤติกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำมาก่อนได้อย่างไร คำตอบที่เป็นสมมติฐานก็คือ ส่วนใหญ่แล้ว การทำพฤติกรรมใหม่ ๆ นั้นไม่ได้เกิดจากการลองผิดลองถูกด้วยตนเอง (Trial and Error) หากแต่เกิดมาจากการสังเกตการกระทำของคนอื่น แล้วก็นำมาทำตาม หากการกระทำนั้นได้แก้ปัญหาหรือใช้ได้อย่างบรรลุเป้าหมาย เราก็จะเก็บการกระทำนั้นเอาไว้



เป็นแบบแผนพฤติกรรมของเรา

N.Miller & J.Dollard (1941) เป็นนักจิตวิทยา 2 ท่านที่ได้นำเอาหลักการง่าย ๆ ของ S-R Theory มาอธิบายพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบอย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

* เริ่มต้น เมื่อผู้เรียนถูกกระตุ้นให้มี แรงจูงใจ ที่จะให้เรียนรู้ (เหมือนอย่างที่เราารู้สึกขาดน้ำและกระหายน้ำ)

* จากนั้น ก็จะมีสิ่งบอกแนะ (cues) หรือองค์ประกอบย่อยบางอย่างของพฤติกรรม (ที่กำลังจะเลียนแบบ) ผ่านเข้ามาในชีวิตให้ผู้เรียนได้พบเห็น

* เมื่อผู้เรียนได้ลงมือทำตามพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่าง ผลลัพธ์ที่ตามมา ก็คือ การได้รับรางวัล จากนั้นเขาจึงเรียนรู้พฤติกรรมนั้นเอาไว้

(4) ยุคสมัยที่สองของการวิจัยเรื่องการเลียนแบบ

ในงานของ N.Miller & J.Dollard นั้น แม้จะให้คำตอบที่ค่อนข้างแน่นอนว่า คนเรามีได้ทำพฤติกรรมใหม่ ๆ ด้วยการลองผิดลองถูก หากแต่ทำพฤติกรรมตามที่ตนเองได้มีโอกาสพบเห็น และเมื่อลงมือทำตาม ผลที่ตามมาก็คือ การได้รับรางวัล คำอธิบายดังกล่าวนี้ใช้ได้อย่างมากกับการเลียนแบบพฤติกรรมต่างๆ จากสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม ในอีก 2 ทศวรรษต่อมา Bandura (1977) ก็ได้นำเอาแนวคิดของ Miller & Dollard มาขยายต่อให้ละเอียดมากขึ้น

Bandura ยังคงใช้แนวคิดเดิมที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยการสังเกตและการเลียนแบบว่า คนเราได้เชื่อมโยงพฤติกรรมเก่าของตนเข้ากับพฤติกรรมใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะแบบอย่าง (Modeling) ที่ตนได้สังเกตเห็นได้อย่างไร อย่างไรก็ตาม แนวคิดที่ Bandura แยกย่อยต่อแยกออกไปจากของเดิมก็คือ ในขณะที่ Miller & Dollard เน้นการสังเกตลักษณะที่เป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของตัวต้นแบบ Bandura กลับเน้นไปที่ลักษณะเชิงสัญลักษณ์ (ความหมาย) ของตัวต้นแบบมากกว่า

เพราะฉะนั้น เวลาเด็ก ๆ ดูโทรทัศน์นั้น สิ่งที่ได้กั ๆ จะสังเกตเห็นจึงมิใช่อากัปกรณ์ทำทาง เท่านั้น แต่เป็น ภาพตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic representation) เช่น ภาพของกาไม่เอามือไขว้กันนั้น มิใช่เป็นเพียงการยกมือไขว้กันเท่านั้น หากทว่าเป็นการแสดงความหมายของ "ความเข้มแข็งหรือการใช้อำนาจ" (เมื่อเวลาที่เด็กเลียนแบบว่า ยามเผชิญหน้ากับศัตรู จึงอาจไม่



จำเป็นต้องเป็นการยกมือไหว้กัน แต่อาจจะใช้ท่าทางอะไรก็ได้ที่แทนความหมายของ “ความเข้มแข็ง”) เพราะฉะนั้น ในระหว่างที่ผู้รับสารสังเกตดาราคนโปรดในจอโทรทัศน์นั้น พวกเขาจะได้ “ข้อมูล” ต่าง ๆ ที่พวกเขาจะนำมาต่อเป็น “ภาพ” เพื่อนำเอาไปสร้างฐานความรู้เมื่อเขาต้องแสดงพฤติกรรมนั้นด้วยตัวเอง

(5) ขั้นตอนของการเรียนรู้ด้วยการสังเกตและการเลียนแบบ

ผลจากงานวิจัยเรื่องการเลียนแบบความรุนแรงในสื่อได้สาธิตให้เห็นกระบวนการและขั้นตอนประมาณ 5 - 6 ขั้นตอนให้ผู้เรียนรู้คนหนึ่ง ๆ จะได้รับพฤติกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมา ดังนี้

- ขั้นการสังเกตเห็น เจื่อนไซท์ที่จำเป็นประการแรกก็คือ ผู้เรียนรู้จะต้องมีโอกาสได้พบเห็น ได้สังเกต หรือได้รับสัมผัสกับตัวต้นแบบนั้นเสียก่อน ในขั้นตอนนี้ มีข้อเท็จจริงที่ว่า เนื่องจากมีสิ่งเร้าจำนวนมากมายแวดล้อมอยู่รอบ ๆ ตัวเรา ในขณะที่การรับรู้ของเรานั้นมีขอบเขตที่จำกัดมาก (เราไม่อาจจะมองเห็นภาพกว้างและภาพโฟกัสได้ในเวลาเดียวกัน) ดังนั้น เราจึงอาจที่จะพลาดการสังเกตสิ่งเร้าที่เป็นตัวต้นแบบนั้นไปได้โดยง่าย ในการนี้ สำหรับการประยุกต์หลักจิตวิทยาเรื่องการรับรู้จึงจำเป็นต้องสร้าง ความน่าสนใจ (attention) ให้เกิดแก่สิ่งเร้าที่เป็นตัวต้นแบบด้วยเทคนิคต่าง ๆ เช่น การเคลื่อนไหว (การทำไฟกระพริบ) การขจัดสิ่งเร้าตัวอื่น ๆ (เช่น การดับไฟบนเวทีแล้วฉายจับที่พระเอกคนเดียว)

- นอกเหนือจากคุณสมบัติด้านสิ่งเร้าแล้ว ในอีกด้านหนึ่ง การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อในด้านผู้เลียนแบบเองก็ต้องมี แรงจูงใจ หรือมี ความต้องการ ที่จะเลียนแบบด้วย ดังหลักเรื่อง identification ที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น คุณลักษณะบางประการของตัวต้นแบบจะต้อง “กระทบใจ” ของผู้ที่เลียนด้วย

- ผู้เรียนรู้จะต้องตระหนัก / เข้าใจ (realized) ว่า หากตนเองได้ทำตามตัวต้นแบบแล้ว จะมี ผลอะไรตามมาบ้าง ในขั้นตอนนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำของต้นแบบตั้งแต่ต้นจนจบจึงเป็นสิ่งจำเป็น (หากว่าหากไม่ยกมือไหว้แล้วปรากฏว่ายังรบแพ้อุลตราแมน ก็ไม่มีประโยชน์อะไรที่จะทำตาม เพราะผลลัพธ์สุดท้ายไม่เป็นรางวัลดังที่ใจหวัง)

- ผู้เรียนจะต้อง จดจำ (retention) องค์กรประกอบย่อย ๆ ของพฤติกรรมต้นแบบนั้นได้ และเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เป็นจริงก็ต้องสามารถสร้าง



พฤติกรรมขึ้นมาใหม่ (reproduce) ตามแบบอย่างที่เคยเห็นมาได้ นี่จึงทำให้เข้าใจได้ว่า เวลาที่เด็กผู้ชายได้ดูนักฟุตบอลคนโปรดยิงลูกด้วยเทคนิคใหม่ ๆ แล้วก็พากันวิ่งลงไปเล่นในสนาม (สร้างสถานการณ์ที่ต้องเผชิญ) และแสดงทำตามที่เพิ่งได้ดูมาหยก ๆ ทันที (เป็นการซ้อมความทรงจำให้ประทับแน่นกว่าปกติ)

- หลังจากที่ได้แสดง action นั้นไปแล้ว จะต้องได้รางวัลตามมา (ในเรื่องรางวัลนี้ ยังเป็นปัญหาถกเถียงว่า จำเป็นต้องเป็นรางวัลจากภายนอก เช่น ทำพฤติกรรมแล้วได้รับผลสำเร็จตามแบบอย่างของตัวต้นแบบ หรือเป็นรางวัลเชิงสัญลักษณ์ คือ เพียงแค่ได้ทำพฤติกรรมตามอย่างบุคคลที่ตนชื่นชอบ ก็เป็นรางวัลทางใจแล้ว)

พฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรงทางบวก จะกลายเป็นแบบแผนพฤติกรรมใหม่ประจำตัวบุคคลนั้น เมื่อจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับสิ่งเร้า โอกาสที่พฤติกรรมใหม่ถูกแสดงออกมา (probability) ก็จะมีสูงกว่าพฤติกรรมอื่น ๆ ทำให้กล่าวได้ว่า กระบวนการเรียนรู้ด้วยการสังเกตและเลียนแบบได้เกิดขึ้นอย่างครบขั้นตอนแล้ว

(6) การเลียนแบบผ่านสื่อมวลชน

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในขณะที่วิธีการเรียนรู้ของคนเรานั้น อาจะเกิดมาจากการเรียนรู้โดยตรงด้วยตนเอง และการเรียนรู้โดยการสังเกตผู้อื่นนั้น ในชีวิตจริงของมนุษย์ สัดส่วนของการเรียนรู้โดยตรงด้วยตนเองนั้นมีอยู่ไม่มากนัก เราไม่จำเป็นต้องยื่นมือเข้าไปจับไฟด้วยตนเองแล้วจึงจะรู้ว่าร้อน เราไม่จำเป็นต้องกระโดดลงไปจากตึกสูง เพื่อจะเรียนรู้ว่าการหาหนทางเป็นอย่างไร โดยส่วนใหญ่แล้ว การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการสังเกตสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว และสื่อมวลชนก็เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอย่างยิ่งในการให้แบบอย่างการเรียนรู้ จำนวนนับไม่ถ้วน ดังนั้นแม้ว่าสายสัมพันธ์เรื่องสิ่งเร้า - การตอบสนอง - การได้รางวัล อาจจะไม่ชัดเจนนัก ทั้งในเรื่องราวของตัวต้นแบบ (เราอาจจะไม่เห็นได้ชัดว่า การที่นางเอกเสียสละแบบนี้จะทำให้ได้อะไรขึ้นมา) และทั้งในด้าน ตัวผู้เรียนเอง (ดูหนังแบบนี้ไปแล้ว ไม่รู้จะได้อะไรขึ้นมา) แต่ทว่า การเรียนรู้ด้วยการสังเกตก็เกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา



Bandura (1971) ได้รวบรวมวิธีการที่การเรียนรู้ทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ โดยผ่านตัวแทนจากสื่อมวลชน เอาไว้เป็น 3 แบบ คือ

(i) Observation learning ผู้ที่เปิดรับสื่อทุกชนิดย่อมรู้จักแบบแผนใหม่ ๆ ของการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาจากการนำเสนอของสื่อ เราทุกคนรู้ว่าการยิงปืนจะต้องทำอย่างไร ทั้งๆ ที่ในชีวิตจริงอาจจะไม่เคยเห็นหรือจับปืนเลยก็ได้ เรารู้แม้กระทั่งว่าถ้าจะจีตัวประกันบนเครื่องบินจะต้องทำอย่างไร เพราะเราเคยดูหนังประเภทนี้มาหลายรอบแล้ว

(ii) Inhibitory Effects การที่ได้เห็นตัวตนแบบถูกลงโทษเนื่องจากการกระทำบางอย่าง จะช่วยลดแรงจูงใจของผู้เลียนแบบที่จะทำตามให้น้อยลง (คล้าย ๆ สำนวนของไทยที่ว่า “ฆ่าไก่ให้ลิงดู”) เนื่องจากผู้เรียนรู้จะรู้สึกคล้ายกับว่าตนเองได้ถูกลงโทษเช่นกัน มีผลจากการวิจัยเชิงทดลองแสดงให้เห็นว่า เมื่อดูหนังที่ลงโทษผู้ใช้ความรุนแรง พฤติกรรมที่ชอบสอดรู้สอดเห็นหรือพฤติกรรมต่อต้านสังคมทั้งหลาย ผู้ชมจะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวในชีวิตจริงน้อยลง (นี้อาจจะเป็นเหตุผลว่า เพราะเหตุใด บรรดาหนัง action ทั้งหลายจึงต้องลงโทษตัวร้ายในตอนจบ หรือละครโทรทัศน์ต้องมีแก่นเรื่องแบบทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว)

(iii) Disinhibitory Effects สำหรับสื่อมวลชนที่ให้แบบอย่างของตัวตนแบบที่ได้รับความนิยมเนื่องจากกล้าแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมห้ามปรามมิให้ฝ่าฝืน ก็สามารถทำให้ผู้ชมเลียนแบบกระทำพฤติกรรมสวนกระแสสังคมให้มากขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น พระเอกที่ใช้ความรุนแรงแบบชาติสม์สามารถทำให้ตัวละครหญิง (รวมทั้งนางเอก) มารูมรัก มีการวิจัยเชิงทดลอง พบว่า เมื่อนำเอาภาพยนตร์ที่มีเรื่องเกี่ยวกับความกล้าบ้าบิ่นที่ทำพฤติกรรมที่ตามปกติสังคมห้ามปรามมาให้กลุ่มตัวอย่างชมแล้ว จะมีผลทำให้ผู้ชมลดความกลัวหมอพิษ กลัวสัตว์เลื้อยคลาน (เช่น งู) และเพิ่มความก้าวร้าวมากขึ้น



4. ทฤษฎีความคาดหวังทางสังคม (Social Expectation Theory)

(1) ทั้ง ๆ ที่นักจิตวิทยาและนักสังคมวิทยาต่างมีความสนใจว่า ในขณะที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมอะไรออกมาบางอย่างนั้น มีกระบวนการภายในตัวมนุษย์ (inner process) อะไรบ้าง ที่ทำให้มนุษย์เลือกทำพฤติกรรมหนึ่งและไม่ทำอีก พฤติกรรมหนึ่ง ในการตอบปัญหานี้ นักจิตวิทยามักจะใช้หน่วยการวิเคราะห์เป็นระดับปัจเจกบุคคล ดังนั้น กระบวนการภายในของมนุษย์จึงเป็นเรื่องจิตใต้สำนึกบ้าง หลักการการได้รางวัลและการลงโทษบ้าง

แต่ทว่า นักสังคมวิทยากลับใช้มุมมองที่แตกต่างจากนักจิตวิทยา เพราะนักสังคมวิทยามีความเชื่อว่า มนุษย์มีธรรมชาติเป็น "สัตว์สังคม" ดังนั้น การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องหรือเกิดจากคนอื่น ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะในระดับปัจเจกบุคคลอื่น กลุ่ม หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ทางสังคม เช่น ธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ฯลฯ ดังนั้น นักสังคมวิทยาจึงมุ่งที่จะศึกษา ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ที่เกิดระหว่างคน 2 คนหรือหลายคน มากกว่าที่จะค้นหาความเข้าใจในระบบประสาทหรือโครงสร้างความเข้าใจของปัจเจก เช่นนักจิตวิทยา

(2) จากทัศนะของนักสังคมวิทยา แบบแผนของพฤติกรรมที่ยอมรับกันในสังคมจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของการแสดงออกของมนุษย์ โดยส่วนใหญ่แล้ว นักสังคมวิทยา เช่น C.H.Cooley กล่าวว่า "มนุษย์เรามักเลือกทำกิจกรรมที่เราคิดว่า คนอื่นคาดหวังว่าเราจะทำ" พูดย่าง ๆ ก็คือ คนเราคิดอยู่ตลอดเวลา "คนอื่นเขาจะคิด เขาจะมอง เขาจะว่าเราอย่างไร" แล้วก็ตัดสินใจทำพฤติกรรมไปตามความคาดหวังนั้น

นอกจากนั้น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มยังถูกจัดระบบจนเป็นกฎเกณฑ์ที่แน่นอน มีความคงที่และมีเสถียรภาพ ซึ่งหากปราศจากกฎเกณฑ์เหล่านี้ ชีวิตมนุษย์คงจะยุ่งเหยิงและชีวิตกลุ่มก็คงจะเป็นไปไม่ได้ ตัวอย่างเช่น ภายในห้องเรียนห้องหนึ่ง หากไม่มีแบบแผนความสัมพันธ์ที่แน่นอนว่า ครูจะต้องทำอย่างไร นักเรียนต้องทำอะไร ทุกอย่างไม่มีอะไรแน่นอน ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ ความวุ่นวายโกลาหลอย่างไม้อาจจะคาดการณ์ได้คงจะเกิดขึ้น และมนุษย์คงไม่อาจจะมีชีวิตอยู่ภายใต้สภาวะการณ์เช่นนั้น



แบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีกฎเกณฑ์เหล่านั้น นักสังคมวิทยาเรียกว่า “การจัดระเบียบทางสังคม” (social organization) สมาชิกทุกคนในกลุ่มจะถูกสอนให้รู้จักแบบแผนดังกล่าว เพื่อคาดการณ์การกระทำของคนอื่นและกำหนดทิศทางของการกระทำของตัวเองให้อยู่ในร่องในรอย

ขนาดและความซับซ้อนของการจัดระเบียบทางสังคมจะมีความแตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ครอบครัวที่มีคนเพียง 2 คน ไปจนถึงหน่วยงานรัฐบาลและประเทศชาติ ยิ่งองค์กรมีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนมากขึ้น กฎเกณฑ์ที่จะคาดหวังการกระทำของสมาชิกก็ยิ่งมีความเข้มงวด เช่น กฎหมายสำหรับประเทศย่อมเข้มงวดมากกว่าข้อสัญญาปากเปล่าระหว่างหนุ่มสาวคู่อึ่ง (ในระดับสังคมเรามักใช้คำว่า “โครงสร้างสังคม” แทนคำว่า “องค์กรทางสังคม”)

ในปี 1970 DeFleur ได้สร้างทฤษฎีที่เรียกว่า Cultural Norms Theory ที่ได้พัฒนาเป็น Social Expectation Theory ในลำดับต่อมา ในทฤษฎีนี้ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนเอาไว้ว่า

“การทำงานของสื่อมวลชนนั้น จะเลือกแนวคิดบางแนวเท่านั้นมาเป็นนำเสนอ หรือเลือกเน้นการกระทำบางอย่างมากกว่าบางอย่าง ผลจากการทำงานเช่นนั้น ทำให้ผู้รับสารค่อย ๆ เรียนรู้ว่าอะไรเป็นกฎกติกาทางสังคม และในการดำเนินชีวิต บุคคลก็จะนำสิ่งที่เรียนรู้ขึ้นมาเป็นแนวทางของตนเอง ดังนั้น สื่อจึงเท่ากับมีอิทธิพลโดยทางอ้อมต่อการกระทำของบุคคล” (เช่น ถ้าอยากร่ำรวยก็ต้องขยันทำงาน อย่าคดโกง ถ้าอยากเป็นนางเอก เป็นผู้หญิงดี ๆ ก็ไม่ควรล้าหน้าเรื่องเพศให้เกินงาม ฯลฯ)



(3) แนวคิดที่ใช้ในการอธิบายการจัดระเบียบทางสังคมมีอยู่ 4 แนวคิด คือ

(i) Norms เป็นกฎทั่ว ๆ ไปที่สมาชิกในกลุ่มต่างเข้าใจและปฏิบัติตาม norms ประกอบด้วยกิจกรรมนานาประเภท กินอาณาเขตตั้งแต่พิธีการอย่างง่าย ๆ (เช่น เวลาโทรศัพท์ควรทำอย่างไร) ไปจนกระทั่งถึงกิจกรรมประเภทที่ซับซ้อน เช่น ใครจะสามารถมีเพศสัมพันธ์กับใครได้ โดยส่วนใหญ่สมาชิกในกลุ่มจะซึมซับ norms ของกลุ่ม / สังคม เข้าไปไว้เป็น “แผนที่ในใจ” เพื่อกำหนดเส้นทางเดินของกิจกรรมของตนเอง

(ii) Roles ก็เป็นกฎประเภทหนึ่ง แต่ทว่าเป็นกฎที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดตำแหน่งของบุคคลในกลุ่มว่าต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง คุณสมบัติ 2 ประการของ roles ก็คือ จะมีกิจกรรมที่เฉพาะเจาะจง (specialization) และต้องเกี่ยวข้องกับบทบาทอื่น ๆ (interdependence) เช่น บทบาทของการเป็น “พ่อ” จะมีกิจกรรมเฉพาะ ๆ และเกี่ยวข้องกับลูก ๆ (ต้องเลี้ยงดูบุตร ต้องให้ความรักและการดูแลแก่บุตร) การเรียนรู้เรื่องบทบาทในสังคมนั้น จึงจำเป็นต้องรู้ทั้งบทบาทของตนเองและบทบาทของผู้อื่นเพื่อจะสอดประสานกิจกรรมของกลุ่มให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตัวอย่างของตำแหน่งต่าง ๆ ในการเล่นฟุตบอลเป็นกรณีให้เห็นได้ชัดเจนที่สุด

(iii) Ranking แนวคิดนี้เป็นเรื่องของการเรียงลำดับชั้นภายในกลุ่มว่า ตำแหน่งหนึ่งมีอำนาจหรือมีชื่อเสียงมากกว่าตำแหน่งอื่น ๆ อย่างไร การมีอำนาจในรูปแบบของ power หรือ authority (อำนาจเนื่องจากตำแหน่ง) หมายความว่า บุคคลที่มีอำนาจนั้น สามารถทำให้คนอื่น ๆ ที่อยู่ลำดับชั้นที่ต่ำกว่าต้องทำตามคำสั่งของเขาได้ อย่างไรก็ตาม อำนาจดังกล่าวจะใช้การได้ก็ต่อเมื่อทุกคนที่อยู่ในลำดับชั้นแห่งอำนาจนั้นตระหนักและยอมรับลำดับชั้นดังกล่าว

(iv) Sanctions เป็นกฎเกณฑ์ในการบริหารงานภายในกลุ่มเพื่อการควบคุมให้สังคมดำเนินการไปได้ ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงของมนุษย์ที่ว่า ที่ใดมีกฎเกณฑ์ ที่นั่นย่อมมีการละเมิดกฎเป็นอีกด้านของเหรียญ Sanctions จะมี 2 ลักษณะ คือ Sanctions ด้านลบ เป็นมาตรการลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน norms ไม่เล่นตามบทบาท (roles) ไม่รักษากฎกติกาของลำดับชั้นในกลุ่ม ส่วน Sanctions ด้านบวก ก็เป็นมาตรการให้รางวัลแก่ผู้ที่ปฏิบัติตามการจัดระเบียบของกลุ่ม/ สังคม



(4) สื่อมวลชนในฐานะแหล่งแสดงความคาดหวังของสังคม

เด็กวัยรุ่นที่อ่านหนังสือ ไปดูหนัง ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ ฯลฯ พวกเขาจะได้อรรถกัณฑ์อาชญากร ทีมศัลยแพทย์ผ่าตัด ชีวิตในภัตตาคารหรูหรา การทำงานของตำรวจ บรรยากาศในบ้านของมหาเศรษฐี ชีวิตหลังฉากของ วงดนตรีร็อก ฯลฯ และจากเรื่องราวเหล่านี้ พวกเขาก็จะได้เรียนรู้ว่า ถ้าเขา ใฝ่ฝันจะเป็นนักดำน้ำ เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นนักยิมนาสติก เป็นโค้ช ฟุตบอล ฯลฯ เขาจำเป็นต้องรู้ว่า บทบาท กฎเกณฑ์และพฤติกรรมอะไรบ้าง ที่สังคมคาดหวังว่าเขาจะต้องกระทำ นี่คือหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนในฐานะ แหล่งแสดงความคาดหวังของสังคม ซึ่งประกอบด้วยหลักการสำคัญดังนี้

- แบบแผนของการจัดระเบียบทางสังคมในรูปแบบของ norms roles ranking และ sanctions จะถูกถ่ายทอดเป็นภาพของกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านเนื้อหาของ สื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา

- ภาพของกลุ่มคนประเภทต่าง ๆ (ที่แสดง norms roles ฯลฯ) ที่ปรากฏในสื่อ นั้น อาจจะตรงกับความเป็นจริงหรืออาจจะผิดเพี้ยนจากความเป็นจริงก็ได้ เพราะฉะนั้น ภาพดังกล่าวจึงอาจจะน่าเชื่อถือหรืออาจจะพาหลงทางไปเลยก็ได้

- หากภาพที่แสดงนั้นเกี่ยวข้องกับความเป็นจริงของผู้ชม (เช่น ละคร ประเภทสอนใจพ่อ คนที่เป็นพ่อก็จะเกี่ยวข้อง) สมาชิกที่เป็นผู้ชมก็จะซึมซับ การให้คำนิยามที่แสดงอยู่ในสื่อ (คนเป็นพ่อควรทำอะไร) พวกเขาจะเริ่มเรียนรู้ แบบแผนของความคาดหวังของสังคม (sets of social expectations) ว่าบทบาทต่าง ๆ ทุกคนคาดหวังว่าจะต้องทำอะไรบ้าง (อย่างไรก็ตาม แม้จะเรียนรู้แล้ว แต่จะทำตามได้ที่สังคมคาดหวังเอาไว้หรือเปล่านั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง)

- การเรียนรู้ความคาดหวังนั้นเป็นส่วนสำคัญที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะต้อง ปลูกฝังความเข้าใจก่อนที่จะเข้าไปเป็นสมาชิกของกลุ่มนั้น เช่น คนหนุ่มสาวที่จะ รับประทานเป็นพ่อแม่คน จำเป็นต้องเรียนรู้ความคาดหวังของสังคมเสียก่อน

- ในคนทุกกลุ่มจะต้องเรียนรู้ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อกลุ่มของ ตัวเองและกลุ่มอื่น ๆ ด้วย (กลุ่มนักศึกษาต้องรู้ว่า สังคมคาดหวังอะไรจากกลุ่ม ของเรา และรู้ว่าสังคมคาดหวังอะไรจากกลุ่มรัฐบาล กลุ่มทหาร กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มคนงาน ฯลฯ) ความรู้ทั้งหมดนี้คือ ความรู้โดยทั่วไปเกี่ยวกับระเบียบของสังคม

• จากคำนิยามที่เรารู้มาจากสื่อต่าง ๆ ของสังคมจะทำหน้าที่เป็น “คู่มือกิจกรรม” ของคนในสังคม ซึ่งจะช่วยให้เรารู้ว่า เราควรจะทำปฏิบัติต่อคนอื่น (ตามบทบาทของเราและเขา) อย่างไร และได้คาดหวังด้วยว่า เขาเองก็ควรจะทำปฏิบัติต่อเราอย่างไรตามการจัดระเบียบของสังคม

เอกลักษณ์ของทฤษฎีความคาดหวังของสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนที่แตกต่างจากทฤษฎีการเรียนรู้หรือทฤษฎีความเข้าใจของมนุษย์ (Cognitive Theory) อาจเทียบได้เห็นได้ง่าย ๆ ดังนี้

Cognitve Theory	Social Expectation Theory
1. สื่อถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล	1. สื่อแสดงข้อมูลเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของสังคมที่สมาชิกจะต้องจดจำ
2. บั๊จเจกบุคคลจะจดจำข้อมูลนั้นไว้ในรูปของทัศนคติ ที่เป็นแรงขับเคลื่อนอยู่ภายในตัวบุคคล	2. การจดจำนั้นจะเป็นกำหนดทิศทางของการกระทำภายนอกของบุคคลโดยตรงเลย โดยไม่จำเป็นต้องไปคิดถึงเรื่องทัศนคติและแรงจูงใจภายในของบุคคลเลยเพราะกลไกการควบคุมนั้นมาจากแรงผลักดันจากภายนอก
3. ทัศนคติดังกล่าวจะเกี่ยวโยงอยู่กับแรงจูงใจ	
4. ทัศนคติจะเป็นตัวให้ทิศทางการกระทำภายนอกของบุคคล	

กล่าวโดยสรุปก็คือ ทฤษฎีความคาดหวังของสังคมถือว่า ความซับซ้อนในเรื่องการเกิดหรือการเปลี่ยนทัศนคติ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการกระทำของคน ระบบความเข้าใจของมนุษย์นั้น เป็นเรื่องที่ไม่จำเป็นต้องอธิบายให้ยุ่งยาก เพราะแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีที่คิดว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การกระทำของมนุษย์จึงเกิดจากแรงผลักดันจากข้างนอกของสังคม มิใช่เกิดมาจากปัจจัยภายในของมนุษย์แต่ละคน



เอกสารอ้างอิง

1. Bandura , A., (1971)
Psychological Modeling : Conflicting Theories ; Chicago :
Aldine Atherton.
2. Bandura , A., (1977)
Social Learning Theory , New Jersey : Prentice - Hall.
3. DeFleur , M.L.Ball-Rokeach , S. (1989)
Theories of Mass Communication (5 ed) New York :
Longman.
4. Fishbein , M. (ed) (1967)
Reading in Attitude Theory and Measurement ,
NY : John Wiley.
5. Klapper , J. (1960)
The Effects of Mass Communication , NY : Free Press.
6. Maccoby , E. (1954)
“ Why Do Children Watch Television ”,
Public Opinion Quartely ,18 : 239-244.
7. Miller , N.E.& Dollard, J. (1941)
Social Learning and Imitation , New Haven :
Yale University Press .
8. Schramm , W.et al (1966)
Television in the Lives of Our Children ,
Stanford CA : Standford University Press.
9. Zajonc , R. (1954)
“ Some Effects of the “ Space’ Serials ” ,
Public Opinion Quartely ,18 : 367-374.

.....

.....

บทที่ 11
ทฤษฎีหน้าที่นิยม
(Functionalism)

.....

1. ที่มาของสำนักหน้าที่นิยม

(1.1) ปริบททางสังคมวิชาการช่วงการก่อตัวของทฤษฎีหน้าที่นิยม

ดังที่ได้กล่าวมาในบทก่อน ๆ แล้วว่า ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 นั้น นับว่าเป็นยุคทองของกระบวนทัศน์ผลกระทบอันจำกัดของสื่อ (Limited Effect Paradigm) กระบวนทัศน์นี้ถูกนำไปใช้ในทุกระดับ ตั้งแต่เรื่องการเลือกตั้งทางการเมือง จนกระทั่งถึงเรื่องการขายยาเสพติด รวมทั้งมีงานวิจัยที่สนับสนุนอยู่หลายชิ้น เช่น งานวิจัยของ Schramm ในการทดลองนำหนังไปฉายให้ทหารอเมริกันดู และพบว่าไม่ค่อยมีผลกระทบมากนัก เช่นเดียวกับการศึกษาขนาดใหญ่ของทีเอ็มวีแชนแนล มหาวิทยาลัย Stanford (ช่วง 1958-1960) ที่ศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก ผลการวิจัยนั้นค่อนข้างให้ข้อสรุปที่บรรเทาความวิตกกังวลของพ่อแม่ชาวอเมริกันว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว เด็กส่วนมาก จะไม่ได้รับอิทธิพล (ไม่ว่าจะเป็นในทางดีหรือทางเสีย) จากโทรทัศน์เท่าใดนัก

ในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีกับงานวิจัยนั้น บรรดางานวิจัยที่สังกัดกระบวนทัศน์ผลกระทบอันจำกัดของสื่อ เช่น งานวิจัยของ Schramm นั้น จะมีลักษณะที่เด่นชัดประการหนึ่งคือ จะไม่พยายามยึดติดทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งเป็นสรณะ โดยหวังว่าการกระทำดังกล่าวจะป้องกันมิให้อิทธิพลจากทฤษฎีมาชี้นำหรือสร้างอคติให้เกิดขึ้นในการออกแบบงานวิจัย ดังนั้นนักวิจัยในกระบวนทัศน์ใหม่จึงวางแผนการดำเนินงานเอาไว้ว่า จะต้องทำวิจัยให้ได้ผลออกมาอย่างมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แล้วหลังจากนั้น จึงค่อยมีสถาบันทางทฤษฎีที่จะนำเอาอิฐหิน ดิน ปูน (ผลการวิจัยที่ศึกษามาได้) มาก่อสร้างเป็นตึกระฟ้าแห่งทฤษฎีขึ้นมา (เป็นวิธีวิทยาแบบ Inductive) อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ทำวิจัยมาแล้วนับเป็นพัน ๆ ชิ้น ก็ยังไม่ปรากฏว่าตึกระฟ้าแห่งทฤษฎีจะก่อตัวมาเป็นรูปทรงที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนเท่าใดนัก

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า ประเภทของทฤษฎีในด้านสังคมศาสตร์นั้นมีอยู่ 3 ระดับด้วยกันคือ

(i) Grand Theory ได้แก่ ทฤษฎีขนาดใหญ่ ๆ ที่มุ่งอธิบายทุกสิ่งทุกอย่างในสังคมพร้อม ๆ กัน ทฤษฎีประเภท Grand Theory นี้มักเป็นทฤษฎีของนักวิชาการรุ่นคลาสสิก เช่น Marx Weber ฯลฯ ทฤษฎีเช่นนี้มักไม่ทำพิสูจน์ด้วยงานวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical research) เพราะทำไม่ได้

เนื่องจากมีตัวแปรมากเกินไป แต่ใช้การอธิบายด้วยการสังเกตปรากฏการณ์ทางสังคมและคาดการณ์เอา (Speculative)

(ii) Middle - range Theory เป็นทฤษฎีระดับกลาง (จะกล่าวถึงรายละเอียดต่อไป)

(iii) Micro - Theory เป็นทฤษฎีระดับเล็กที่ครอบคลุมตัวแปรเพียง 2-3 ตัว

สำหรับทฤษฎีหน้าที่นิยมที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ จะมีความแตกต่างจากทฤษฎี Limited Effect หรือ Social Learning Theory ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว เนื่องจากคุณลักษณะที่สำคัญคือความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีและงานวิจัยที่ทฤษฎีกลุ่มนี้จะจัดวางตัวเองและมีเป้าหมายคือ สร้างมีชฉิมทฤษฎี (Middle - range Theory) ในการอธิบายเรื่องสื่อมวลชนขึ้นมา

(1.2) การก่อตัวของทฤษฎีหน้าที่นิยม

ในท่ามกลางบรรยากาศของกระบวนทัศน์ผลกระทบอันจำกัดของสื่อ นั้น ได้เกิดทฤษฎีหน้าที่ใหม่ที่เกิดมาจากรากฐานของทฤษฎีเก่า ผู้บุกเบิกทฤษฎีใหม่ก็คือ R. Merton ผู้เป็นศิษย์ของ T. Parson ปรมาจารย์ด้านสังคมวิทยาของอเมริกา เนื่องจาก T. Parson เองได้รับการอบรมมาเฉพาะมาจากนักทฤษฎียุโรปอันมีแนวทางแบบ Grand Theory (Parson เป็นลูกศิษย์ของ Weber และคุ้นเคยกับ Grand Theory ของ Marx/Weber และ Durkheim) ดังนั้นอิทธิพลจากอาจารย์จึงถ่ายทอดมาถึง Merton ผู้เป็นศิษย์ที่มีเป้าหมายจะเชื่อมประสาน Grand Theory ของบรรดาปรมาจารย์ด้านสังคมศาสตร์เข้ากับงานวิจัยแบบข้อมูลเช่นที่กลุ่มของ Schramm กำลังขมกเข้มนำเนินการอยู่ ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้จากการนี้ก็คือ Middle-range Theory ในด้านนิเทศศาสตร์

Merton ได้ระบุลักษณะสำคัญ ๆ ของ Middle - range Theory เอาไว้ว่า

(i) ทฤษฎีระดับกลางนี้ จะเลือกอธิบายบางปริมณฑลของสังคม หรือชุดของกิจกรรมบางชุดเท่านั้น ไม่ครอบคลุมจักรวาล โดยที่เนื้อหาของทฤษฎีนี้จะประกอบด้วยชุดของข้อสันนิษฐานบางชุด (Set of Assumptions) ที่ได้มาจากและได้รับการยืนยันจากงานวิจัยเชิงประจักษ์

(ii) อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีระดับกลางนี้ก็ไม่ต้องไม่ยืนอย่างโดดเดี่ยว หรือแยกขาดจากโครงข่ายของทฤษฎีอื่น ๆ แต่จะอธิบายอย่างสัมพันธ์กับทฤษฎีอื่น ๆ

(ดูตัวอย่างใน Theories of level of aspiration ที่จะกล่าวกันต่อไป)

(iii) ในอีกด้านหนึ่ง หลังจากที่ได้ข้อสรุปที่เป็นรูปธรรมมาจากงานวิจัยแล้ว ทฤษฎีกลุ่มนี้จะนำเอารูปธรรมเหล่านี้มาทำเป็นนามธรรม (abstraction) ให้สูงพอที่จะใช้อธิบายอย่างครอบคลุมพฤติกรรมทางสังคมและโครงสร้างสังคมแบบอื่น ๆ ด้วย

(iv) ทฤษฎีชนิดนี้จะต้องเชื่อมช่องว่างที่เคยมีอยู่ในงานวิชาการด้านสังคมศาสตร์ คือรอยแยกระหว่างปัญหาทางสังคมระดับย่อย ๆ (micro) ที่กระจัดกระจายกันอยู่คนละทิศละทาง

(v) ท่าทีของทฤษฎีระดับกลางนี้จะต้องยอมรับในสิ่งที่ยังไม่รู้ในบางระดับ แทนที่จะแสสร้งว่ามีความรู้ในเรื่องที่ความจริงแล้วยังไม่มีข้อเท็จจริงรองรับ เมื่อนำทฤษฎีระดับกลางนี้มาใช้ในเรื่องการศึกษาสื่อสารมวลชน ทฤษฎีนี้จะช่วยเชื่อมโยงงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคคลเข้ากับทัศนะกว้างๆ เกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนที่ต้องการจะสร้างเป็นองค์ความรู้โดยรวมขึ้นมา

Merton ได้สาธิตตัวอย่างการนำเอากระบวนการทัศน์ของหน้าที่นิยมมาใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมในหนังสือชื่อ Social Theory and Social Structure ที่มีหลักการสำคัญ ๆ ดังนี้ คือ

- ให้พิจารณาปรากฏการณ์ต่าง ๆ ของสังคม เช่น การใช้สื่อสารมวลชนเป็นวัตถุติบในการศึกษาที่เรียกว่า Social artifacts (ไม่ใช้การศึกษาตัวบุคคล) สิ่งที่ต้องการจะศึกษาก็คือหน้าที่ของปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้
- ในการวิเคราะห์แนวหน้าที่นิยมจะต้องมีความเป็นกลางเชิงคุณค่า (Value neutrality) ในทฤษฎีสังคมแบบโบราณ มักมีการพิจารณาส่วนต่าง ๆ ของสังคมว่า “ดี” หรือ “เลว” อย่างแบบสุดโต่ง เช่น Mass Society จะบอกว่า สื่อมวลชนเป็นสิ่งที่เลว เพราะมีลักษณะก้าวร้าวรุนแรง ทำให้ศีลธรรมเสื่อมโทรม ฯลฯ แต่สำนักหน้าที่นิยมจะปฏิเสธวิธีการเช่นนั้น และนำเสนอว่าการวิจัยด้านสื่อสารมวลชนควรจะศึกษา “การทำหน้าที่” (Functions) และ “การไม่ทำหน้าที่” หรือ “ทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย” (Dysfunction) ของสื่อมากกว่า เพราะนักวิชาการไม่มีหน้าที่ตัดสินโดยใช้คุณค่าเป็นเกณฑ์ แต่ควรจะค้นคว้าหาคำตอบว่า ปัจจุบันสื่อกำลังทำหน้าที่อะไรให้แก่สังคมมากกว่า



• จากการศึกษาสังคมย่อย ๆ ทฤษฎีหน้าที่ที่นิยมได้ให้คำอธิบายที่สามารถนำมาใช้กับสังคมใหญ่ ๆ ได้ว่า ทุกกิจกรรมและทุกปฏิบัติการในสังคมต่างเกี่ยวข้องกับโยงโยกัน และต่างทำหน้าที่เพื่อรักษาเสถียรภาพของสังคมโดยรวม ปฏิบัติการหรือกิจกรรมบางอย่างจะ “ทำหน้าที่” และกิจกรรมบางอย่างก็ “อาจจะไม่ทำหน้าที่หรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตราย” แต่ตราบใดที่ส่วนที่ทำหน้าที่ยังเป็นหลักอยู่ และส่วนที่เป็นอันตรายยังเป็นส่วนน้อย สังคมนั้นก็จะยัง “สมดุล” อยู่ได้ (เหมือนร่างกายของคนเรา แม้จะมีเชื้อโรคเข้าสู่ร่างกาย แต่ถ้าภูมิคุ้มกันของร่างกายเข้มแข็ง เราก็จะยังมีสุขภาพดีอยู่)

• นอกจากแนวคิดเรื่อง “การทำหน้าที่” และ “ไม่ทำหน้าที่” แล้ว Merton ยังได้แยกระหว่าง “หน้าที่ที่เปิดเผย” (Manifest functions) อันหมายถึงหน้าที่ที่ผู้กระทำมีความตั้งใจและเป็นหน้าที่ที่สังเกตเห็นได้ และ “หน้าที่ซ่อนเร้น” (Latent functions) อันเป็นหน้าที่ที่ผู้กระทำไม่ได้ตั้งใจ และสังเกตเห็นได้ยาก

2. ข้อตกลงเบื้องต้นและแนวคิดหลักของทฤษฎีหน้าที่นิยม

เนื่องจากทฤษฎีหน้าที่นิยมที่ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะที่ไม่แตกต่างไปจากทฤษฎีหน้าที่นิยมที่เป็นต้นฉบับ / แม่บทของวิชาสังคมศาสตร์ ดังนั้นเพื่อการทำความเข้าใจอย่างกระจ่าง จึงควรเข้าใจข้อตกลงเบื้องต้นและแนวคิดหลักสำคัญของทฤษฎีหน้าที่นิยมดังนี้ คือ

(i) ทฤษฎีหน้าที่นิยมมักเปรียบเทียบสังคมกับร่างกายของมนุษย์ โดยถือว่าร่างกายทั้งหมดเป็นระบบใหญ่ ระบบใหญ่นี้จะประกอบด้วยระบบย่อย ๆ (เช่น อวัยวะทั้ง 32) ซึ่งต่างต้องพึ่งพาอาศัยประสานงานกัน (Interdependence)

(ii) ระบบใหญ่จะต้องมีหน้าที่พื้นฐาน คือรักษาเสถียรภาพ (stability) ของทั้งระบบเอาไว้ หากระบบใหญ่สูญเสียการทำหน้าที่พื้นฐานนี้ ก็แปลว่าระบบทั้งระบบนั้นเป็นอันถึงแก่กาลอวสานทั้งระบบ

(iii) ทั้งระบบย่อยและระบบใหญ่ต่างก็มีความต้องการเฉพาะส่วน และความต้องการโดยรวม (คือการดำรงรักษาระบบ) ความต้องการเฉพาะส่วนและความต้องการโดยรวมนี้จะต้องสอดคล้องกัน หากขัดแย้งกันเอง ทั้งส่วนย่อยและส่วนรวมก็จะพังทลายทั้งคู่



(iv) เพื่อให้ระบบทั้งระบบมีความสมดุล ทุกส่วนจะต้องมีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ และเป็นหลักการเช่นเดียวกันว่า หน้าที่ย่อย ๆ ทั้งหมดต้องสอดประสานกันเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการเฉพาะส่วนและความต้องการโดยรวม (Harmony / Cohesive)

(v) หากระบบย่อย ๆ ทำหน้าที่ได้อย่างดี ระบบทั้งหมดก็จะมีเสถียรภาพ แต่หากมีระบบย่อยใดทำหน้าที่ไม่ดีหรือทำหน้าที่ที่เป็นอันตรายต่อส่วนรวม ก็จะลดระดับเสถียรภาพของทั้งระบบ

(vi) แบบแผนของกิจกรรม/ การกระทำที่จะทำหน้าที่ได้ดี จะต้องมีความคงทนพอสมควร (instituency) กล่าวคือ มิใช่การกระทำที่เป็นไปตามยถากรรมหรือเกิดอย่างบังเอิญ

(vii) การทำหน้าที่ต่าง ๆ ของระบบย่อย ๆ อาจจะแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือการทำหน้าที่อย่างเป็นประจำในภาวะปกติ (Routine) กับการทำหน้าที่พิเศษในการปรับตัว (Adaptive/ Adjust) ภายใต้ภาวะที่เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาส่วนรวมทั้งหมดเอาไว้

ส่วนหลักในการวิเคราะห์ของทฤษฎีหน้าที่นิยม จะมีหลักสำคัญ ๆ ดังนี้

(1) Self - regulation system ทฤษฎีหน้าที่นิยมมีแนวคิดเบื้องต้นว่า สิ่งใดก็ตามหากสามารถก่อตัวมาเป็น “ระบบ” ได้ แสดงว่าระบบนั้นจะต้องสร้างคุณสมบัติหรือมีการติดตั้งกลไกภายในของตัวเองบางประการ คุณสมบัตินั้นก็ คือ ต้องสามารถจัดการการดำเนินงานของระบบไปได้ด้วยตัวเอง (ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลใดคนหนึ่ง) และมีคุณสมบัติที่สามารถแก้ไขตัวเองได้ ระบบนี้เรียกว่า Self-regulation system หรือ Self-maintenance ระบบนี้เองที่ทำให้ชีวิตของระบบอยู่คงทนยืนยาวได้ แม้ว่าตัวบุคคลในแต่ละรุ่นจะเกิดแก่เจ็บตายไปรุ่นแล้วรุ่นเล่า ตัวอย่างเช่น ระบบของภาษาไทยที่คนไทยใช้พูดกันมาตั้งแต่สุโขทัย (เท่าที่ปรากฏหลักฐาน) ปัจจุบันแม้ว่าคนที่เคยพูดภาษาไทยเมื่อเป็นพัน ๆ ปี จะตายไปหมดแล้ว แต่ระบบของภาษาไทยก็ยังคงอยู่

(2) เอกลักษณะของทฤษฎีหน้าที่นิยมก็คือ ไม่ค่อยสนใจถามหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ (Causal Relationship) เช่นทฤษฎีอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว แต่กลับสนใจที่จะศึกษาว่าแต่ละระบบย่อยมีบทบาทและหน้าที่อะไร และปฏิบัติหน้าที่อย่างไร ความสำคัญของหน้าที่นั้นต่อระบบทั้งหมดเป็น



อย่างไร กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทฤษฎีหน้าที่นิยมไม่ค่อยสนใจตอบคำถามว่า “ทำไม” (Why) แต่สนใจตอบคำถามว่า “อย่างไร” (How) มากกว่า

(3) เวลาที่ลงมือศึกษาจริง ๆ ต้องแยกระหว่างบทบาทที่สังคมคาดหวัง หรือมอบหมายเอาไว้ให้ (Expected function) กับบทบาทที่กำลังทำงานอยู่จริง ๆ (Real function) ดังจะได้แสดงตัวอย่างของรายละเอียดในตอนต่อไป

(4) จุดอ่อนประการหนึ่งของการวิเคราะห์แบบหน้าที่นิยมก็คือ มักจะตอบคำถามไม่ได้ว่าอะไรเป็นหน้าที่ อะไรไม่ใช่หน้าที่ ตัวอย่างเช่นในกรณีของสังคมไทยที่มักมีการวิจารย์บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในช่วงที่กำลังจะมีการจัดตั้งรัฐบาลอยู่เสมอว่า “หนังสือพิมพ์มีหน้าที่จัดตั้งรัฐบาลหรือเปล่า” โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้แนวคิดคู่ระหว่าง function-dysfunction นั้นจะมีปัญหามากกว่ามองมาจากมุมมองของใคร นอกจากนั้นในการมอบหมายให้สถาบันหรือกลุ่มต่าง ๆ (ส่วนย่อย) ทำหน้าที่เพื่อรักษาระบบใหญ่ นั้น มีกรณีจำนวนมากที่บทบาทเหล่านั้นมีลักษณะขัดแย้งกันเอง เช่น เป็นนิสิตนักศึกษาควรศึกษาหาความรู้ ตั้งใจเรียน แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องรับผิดชอบต่อสังคม เรียนรู้และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของประเทศ หรือกรณีของผู้หญิงที่ต้องมาเป็นโสเภณี ก็ต้องเล่นบทบาทที่ขัดแย้งกันระหว่าง “การเป็นลูกกตัญญู” กับ “การเป็นผู้หญิงไทยที่ดี” เป็นต้น

ในตอนต่อไปจะนำเสนอแนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม จากทัศนะของนักทฤษฎีหน้าที่นิยม 4 ท่าน คือ

- (1) T. Parson
- (2) R. Merton
- (3) H. Lasswell & C. Wright.

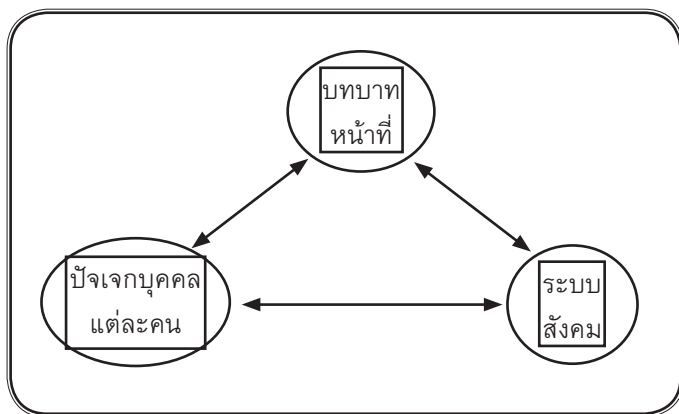
3. หน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคมจากทัศนะของ T. Parson

แนวคิดหลัก (key concept) ของ Parson ในทฤษฎีหน้าที่นิยมและการนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เรื่องสื่อมวลชน มีดังนี้

(i) ค่านิยามว่าด้วย “ระบบสังคม” (social system) Parson ได้ทำให้แนวคิดที่มีลักษณะนามธรรม เช่น “ระบบสังคม” ให้มีลักษณะเป็นรูปธรรม และสามารถนำมาวิจัยได้มากขึ้น (operationize) อันเป็นลักษณะสำคัญของทฤษฎีระดับกลาง



Parson เสนอว่า ในการศึกษาาระบบสังคมนั้น จะต้องดูจากการกระทำทางสังคมที่มีลักษณะต่อเนื่องกัน (continuing social action) ทั้งนี้เนื่องจาก “ระบบสังคม” นั้นไม่ใช่อะไรอื่นเลยนอกจาก “ระบบของกิจกรรมของปัจเจกบุคคล” และดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การกระทำของปัจเจกบุคคลนั้นจะเป็นไปตาม “บทบาทและระบบความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทต่าง ๆ” (role and constellation of roles) ดังนั้น Parson จึงสรุปความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้ง 3 ได้ดังนี้



ในขณะที่ “ระบบสังคม” เป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม แต่มีความต่อเนื่องยาวนาน ส่วน “ปัจเจกบุคคล” นั้นมีลักษณะเป็นรูปธรรมและมีลักษณะชั่วคราวชั่วคราว (คนแต่ละคนมีชีวิตอยู่ช่วงหนึ่งเท่านั้น) ดังนั้นแนวคิดเรื่อง “บทบาท” จึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่าง 2 แนวคิด ด้วยเหตุนี้ ในทฤษฎีหน้าที่นิยมจึงให้ความสนใจกับการทำกิจกรรม / การกระทำที่เป็นไปตามบทบาทของบุคคล กลุ่ม หรือสถาบันทางสังคม กล่าวง่าย ๆ ก็คือ “บทบาท” เป็นวัตถุประสงค์ที่เหมาะสมที่สุดในการใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาเพื่อโยงไปถึงแนวคิดอื่น

(ii) การจัดระบบของบทบาทในระบบของสังคม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงปรัชญาและแนวคิดพื้นฐานของสำนักหน้าที่นิยม ที่มองว่าทุกระบบจะถูกถือไว้เป็นระบบใหญ่ที่ภายในจะต้องประกอบด้วยระบบย่อย ๆ ระบบย่อย ๆ นี้จะต้องถูกมอบหมายบทบาทให้แสดงที่แตกต่างกัน ที่เรียกว่ามี Internal differentiation



หากเราลองนึกถึงการแสดงบนเวทีละครก็จะเห็นภาพชัดเจนขึ้นว่า ตัวละครทุกคนจะต้องมีบทบาทที่แตกต่างกัน ไม่มีละครเรื่องใดที่ตัวละครทุกตัวเป็นพระเอกทั้งหมด หรือนางเอกทั้งหมด แต่แม้ว่าจะได้รับมอบหมายให้มีบทบาทที่แตกต่างกัน (แบ่งงานกันทำ แบ่งกิจกรรมกันแสดง) แต่โดยภาพรวมทั้งหมดแล้ว บทบาททั้งหมดต้องประสานกัน (integration) ดังที่มีคำกล่าวว่า “ต้องรับต้องส่งบทกัน” หากระบบย่อย (ตัวละครแต่ละตัว) ต่างแสดงบทบาทกันตามใจชอบไม่รับไม่ส่งบทให้แก่กัน หรือเล่นบทที่ขัดแย้งกันเอง ระบบใหญ่ทั้งระบบ (ละครทั้งเรื่อง) ก็จะล่มสลาย หรือไม่บรรลุเป้าหมาย (คนดูไม่รู้เรื่อง)

ระบบใหญ่แต่ละระบบจะมีแบบแผนการจัดระบบของบทบาทที่เข้มงวดแตกต่างกัน เช่น การเล่นเพลงในวงดนตรีลูกทุ่ง อาจจะเรียกร้องการประสานงานระหว่างการเล่นบทบาทของดนตรีแต่ละชิ้นน้อยกว่าการเล่นดนตรีในวงซิมโฟนี หรือระบบการแสดงตลกจะเรียกร้องการรับมุขส่งมุขที่เข้มงวดกว่าการแสดงลิเกหรือละคร เป็นต้น

(iii) หน้าที่โดยพื้นฐานของการแสดงบทบาทของสถาบันสังคม เนื่องจากระบบสังคมเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องยาวนาน แต่ปัจเจกบุคคลนั้นจะเป็นสมาชิกหน้าใหม่หมุนเวียนเปลี่ยนกันมาเรื่อย ๆ ดังนั้นสังคมจึงจำเป็นต้องหากกลไกในการ “บอก” ปัจเจกบุคคลว่า จะอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างไรบ้าง ถ้าใครสวมบทบาทอะไรจะต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง กลไกเหล่านี้ถ้าจะมีทั้งแบบ “ไม้นวม” เป็นการอบรมสั่งสอน การให้รางวัลชมเชย การยกย่องสรรเสริญ และกลไกแบบ “ไม้แข็ง” ได้แก่การควบคุมทางสังคม (social control) การสร้างกฎหมาย คุกตะราง การลงโทษ การประณาม ฯลฯ

ในท่ามกลางกลไกเหล่านี้ สิ่งที T. Parson สนใจก็คือ สถาบันทางสังคมจะต้องทำหน้าที่ถ่ายทอดแบบแผนค่านิยมหลักของสังคมให้สมาชิกซึมซับเข้าไปในจิตใจ (internalization) กล่าวคือต้องทำให้สมาชิกทุกคนมี ค่านิยม ที่เห็นด้วยกับความเป็นไปของระบบ (ระเบียบกฎเกณฑ์) อย่าง เต็มใจ หากการทำหน้าที่พื้นฐานนี้ล้มเหลว กลไกอื่นๆ ของสังคมก็ไม่อาจจะรักษาระบบให้มีเสถียรภาพอยู่ได้

ยกตัวอย่างที่ง่ายที่สุด คือการขับรถบนท้องถนน กลไกที่เห็นได้ง่ายที่สุดในการรักษาระบบการขับรถบนถนนให้ดำเนินไปอย่างมีเสถียรภาพ คือ กฎจราจร



และตำรวจ อย่างไรก็ตาม Parson เห็นว่า ลำพังกลไกภายนอกนี้ไม่มีวันจะควบคุมการจรรยาบรรณจนให้เป็นไปด้วยดีได้ หากขาดการปลูกฝังให้คนขับรถทุกคน “เห็นดีเห็นงาม เห็นความจำเป็นของการมีกฎจราจร” หากคนขับรถขาดความเข้าใจว่า ถ้าเราไม่เคารพกฎจราจร จะเกิดอะไรกับระบบใหญ่ทั้งหมด ระบบต้องอัดฉีดความเข้าใจ การเห็นความจำเป็น และการเห็นคุณค่าของกฎจราจรให้ฝังเข้าอยู่ในจิตใจของคนขับรถและผู้ใช้ถนนทุกคน ซึ่งหากประสบความสำเร็จแล้ว แม้จะไม่มีตำรวจหรือไม่มีสัญญาณจราจร แต่หากมี “ใจแบบตำรวจจราจร” เสียแล้ว ระบบใหญ่ย่อมดำเนินไปได้

และการปลูกฝังอีกชั้นที่อยู่ลึกลงไปยิ่งกว่า “การปลูกฝังเรื่องกฎจราจร” ก็คือ “การปลูกฝังให้เห็นคุณค่าของชีวิตมนุษย์” ตัวอย่างเช่น คนขับรถที่มองเห็นสัญญาณไฟเขียวให้ไปได้แล้ว แต่ยังมีคนข้ามถนนตัดหน้ารถอยู่ หากใช้กฎจราจรคนขับรถก็สามารถจะออกรถไปได้เลย แต่โดยส่วนใหญ่ เนื่องจากการปลูกฝังให้เห็นคุณค่าชีวิตมนุษย์มักจะทำงานได้ผล เราจึงไม่เห็นการขับรถชนคนที่ทำผิดกฎจราจรอย่างตั้งใจ หน้าที่ในการปลูกฝังค่านิยมเหล่านี้เป็นบทบาทหลักประการหนึ่งของสถาบันสื่อมวลชน

(iv) Parson มีแนวคิดที่ทุกสังคมมีปัญหาต้องแก้ไขอยู่ 4 ประการ และสังคมได้มอบหมายสถาบันที่เกี่ยวข้องในการจัดการแก้ปัญหาแต่ละปัญหา (ในขณะนั้น Parson ยังไม่ได้ศึกษาสื่อมวลชนมากนัก จึงไม่ได้ระบุหน้าที่ของสื่อมวลชนเอาไว้อย่างชัดเจนนัก) ปัญหาทั้ง 4 ด้านที่ต้องการให้ระบบย่อยทำหน้าที่ มีดังนี้

1. Adaptive function ได้แก่หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการหาวิถีทาง (means) ที่จะปรับตัวให้เอาชีวิตรอดของสังคม สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือสถาบันทางเศรษฐกิจ

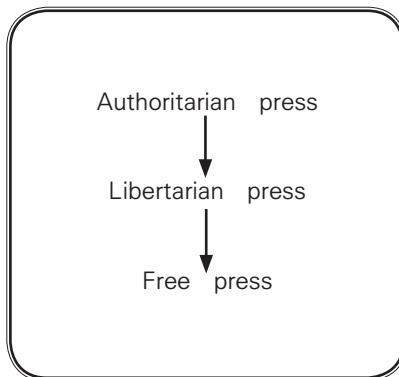
2. Goal attainment ได้แก่หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการปลูกฝังค่านิยม (Value) เพื่อให้สังคมได้บรรลุเป้าหมายของตนเอง สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือสถาบันด้านการศึกษา

3. Integrative function ได้แก่หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของระบบ (norms) สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้คือสถาบันกฎหมายและธรรมเนียมประเพณี

4. Latent pattern-Maintenance ได้แก่หน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการบำรุงรักษาระบบเอาไว้ให้ยืนยาว ซึ่งหน้าที่สำคัญที่ระบบจะต้องจัดการให้ได้ก็คือ ต้องสามารถจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในระบบ (tension-management system) สถาบันที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่นี้ก็คือรัฐบาล

ในการวิเคราะห์สถาบัน/องค์กรสื่อมวลชน เราอาจจะนำเอาแนวคิดดังกล่าวของ Parson มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ระบบย่อย ๆ และวิธีปฏิบัติตามบทบาทของแต่ละระบบได้

(v) ในส่วนที่เกี่ยวกับหน้าที่ - บทบาทของสถาบันสื่อมวลชนโดยเฉพาะนั้น Parson ยังไม่ได้มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการเฉพาะ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนประวัติศาสตร์ของสื่อมวลชนที่ผ่านมา ในทัศนะของทฤษฎีหน้าที่นิยมก็เห็นว่า สื่อมวลชนสามารถแสดงบทบาทที่กำหนดมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนี้



ในปี ค.ศ. 1972 Parson + White ได้ร่วมกันทำวิจัยเรื่อง “สื่อมวลชนและโครงสร้างทางสังคมอเมริกัน” โดยมีข้อสรุปคร่าว ๆ ที่น่าสนใจว่า ในกรณีของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีบทบาทและหน้าที่อย่างสำคัญในสังคมอเมริกันนั้น หน้าที่ในการสร้างความบันเทิงแบบระดับล่างนั้น สื่อโทรทัศน์สามารถเล่นบทบาทได้สำเร็จแล้ว ความคาดหวังในขั้นต่อไปคือ การเล่นบทบาทเป็นผู้สร้างความบันเทิงแบบมีคุณภาพในระดับสูงต่อไป

4. หน้าที่ของสื่อมวลชนจากทัศนะของ R. Merton

เราได้กล่าวถึงแนวคิดหลัก ๆ ที่ Merton ได้สร้างขึ้นมานำเอาทฤษฎีหน้าที่ที่นิยมมาใช้ในการวิจัย เช่น function / dysfunction / manifest function / latent function มาแล้ว ต่อจากนี้จะแสดงให้เห็นตัวอย่างของการนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเพื่อให้มองเห็นบทบาทของทฤษฎีในการวิจัยให้ชัดเจนขึ้น เช่น การใช้แนวคิดเรื่อง dysfunction มีนักวิจัยด้านนิเทศศาสตร์หลายท่าน โดยเฉพาะสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการได้นำเอาแนวคิดเรื่อง dysfunction ของ Merton มาใช้ในการอธิบายบทบาทของสื่อมวลชน ซึ่งเป็นผลกระทบทางวัฒนธรรมของโลกที่ 1 เมื่อถูกนำเข้ามาใช้ในโลภที่ 3 และก่อให้เกิดผลที่ตามมาอันไม่น่าพึงปรารถนาจาก dysfunction ของสื่อมวลชนนั้น เช่น

- การยกระดับความคาดหวัง (Raising expectation) มีข้อสังเกตว่า ก่อนที่จะมีการพัฒนาบรรดาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ฯลฯ ภาพเหล่านี้ได้มาปรากฏในสื่อมวลชนก่อนหน้าที่ของจริงจะเดินทางมาถึง ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่สื่อมวลชนในโลกตะวันตกนำเสนอแบบติดมาในเนื้อหาสื่อก็คือ “วิถีชีวิตที่ดี (แบบตะวันตก)” (good living) เช่น การกินอาหารร้อน อาบน้ำใช้สบู่ นั่งโต๊ะ นอนบนที่นอน ใส่รองเท้า ฯลฯ

อันที่จริง “วิถีชีวิตที่ดี” นี้ประกอบด้วยทั้งด้าน “วัตถุธรรม” (material) เช่น การนุ่งกางเกงยีนส์ การกินเหล้าฝรั่ง ฯลฯ และ “ค่านิยม” (value) เช่น เสรีภาพในชีวิต การเคารพต่อกฎหมาย ฯลฯ แต่เนื่องจากการรับเอามิติด้านวัตถุธรรมนั้นเป็นสิ่งที่ง่ายและรวดเร็วกว่า ดังนั้น การรับเอาความสะดวกสบายด้านวัตถุจึงเป็นทัพหน้าของชีวิตที่ดีแบบตะวันตกที่ถูกอัดฉีดเข้ามาในโลภที่ 3 ผ่านสื่อมวลชน มีงานวิจัยพบว่า หากไม่มีภาพของตู้เย็นที่แสดงอยู่ในหนัง Hollywood แล้ว คงต้องใช้เวลาประมาณ 20 ปี กว่าจะทำให้ชาวอินโดนีเซียรู้จักเข้าใจและยอมรับการใช้ตู้ใบใหญ่สีขาว ๆ ดังกล่าว ฉะนั้น บทบาทที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนในโลภที่ 3 ก็คือ การยกระดับความคาดหวังของประชาชนให้อยากมี “วิถีชีวิตที่ดีกว่าที่กำลังมีอยู่ในปัจจุบัน”



ตามหลักการของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศ หน้าที่ดังกล่าวเป็น function อย่างหนึ่งที่สื่อได้รับมอบหมายให้กระทำ โดยนักทฤษฎีคาดหวังว่า เมื่อกระตุ้นให้คนในโลกที่สามยกระดับความคาดหวังของตนแล้ว ก็จะเกิดความ คึกคักและมีชีวิตชีวาที่จะดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายย่อยๆ ของตนเองติดตามมา และหลังจากนั้น โดยภาพรวมสังคมทั้งสังคมก็จะพัฒนาดีขึ้นเป็นลำดับต่อไป

อย่างไรก็ตาม function ดังกล่าวนี้อาจจะกลายเป็น dysfunction ได้ ภายใต้อะไรต่าง ๆ ที่ควบคุมได้ยาก เช่น การเกิดความรู้สึกว่าถูกทอดทิ้ง โดยเปรียบเทียบ (Relative Deprivation) มีผลการทดลองเล็ก ๆ พบว่า ในขณะที่ทางการประกาศกับทหารทุกลำดับชั้นว่าจะมีการขึ้นเงินเดือนให้กับทุกคน แต่เมื่อทหารชั้นล่างพบว่าตัวเองได้เลื่อนเงินเดือนน้อยกว่าทหารระดับสูง ความไม่พอใจก็ขยายตัวไปทั่ว (ทั้ง ๆ ที่ความจริงได้ขึ้นเงินเดือน) ผลการทดลองนี้ สามารถนำเอามาใช้อธิบายปรากฏการณ์ในโลกที่ 3 ได้ว่า ในขณะที่การพัฒนา ได้ทำให้ ทุกคน มีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ทว่า “จังหวะเร็ว / ช้า หรือ มาก / น้อย” ของแต่ละคน / แต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ดังนั้นกลุ่มคนจนจึงมองเห็นว่า คนชั้นกลางหรือคนรวย มีสภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างมาก และ เร็ว กว่าตนเอง อย่างเปรียบเทียบกันไม่ได้ (สื่อมวลชนเองก็เป็นช่องทางในการเผยแพร่ให้เห็น ปรากฏการณ์) ดังนั้น ทั้ง ๆ ที่ใน ความเป็นจริง คนจนไม่ได้จนลงไปกว่าเดิม แต่ทว่าในความรู้สึกแล้ว คนจนจะรู้สึกว่า ตนเองจนลงกว่าเดิม (ที่จริงคือจนกว่า คนอื่นโดยเปรียบเทียบ) ผลที่เกิดตามมาจึงเป็นความรู้สึกคับข้องใจ (frustration) และรู้สึกว่าตนเองถูกทอดทิ้ง (โดยเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ)

D. Lerner ได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับ dysfunction ของสื่อมวลชนในโลก ที่ 3 ว่า หลังจากทีสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่กระตุ้นความต้องการและยกระดับความ คาดหวังของประชาชนในโลกที่ 3 แล้ว สังคมหรือสื่อมวลชนได้ตระหนักหรือเปล่า ว่ามีวิถีทาง (means) หรือมีความเป็นไปได้ใหม่ที่ความต้องการดังกล่าวจะตอบ สนองให้ได้ เพราะหากปราศจากวิถีทางหรือความเป็นไปได้แล้ว ผลลัพธ์ที่ เกิดขึ้นก็คือ เราจะไม่เพียงแต่มีคนยากจนเช่นเดิมนั่น (poverty) แต่ทว่าเรายัง จะมีคนที่รังเกียจความยากจนของตัวเอง (rejection of poverty) อันเป็นความ รู้สึกใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน สภาวะดังกล่าวทำให้เกิดความคับข้องใจแพร่หลายทั่วไป และตามสมมติฐานเรื่อง Frustration-Aggression (ความคับข้องใจเป็นสาเหตุ



นำไปสู่ความก้าวร้าว) ผลที่ตามมาอย่างจะหลีกเลี่ยงได้ยากก็คือ การเกิดความก้าวร้าวรุนแรงขึ้นในสังคม

Merton ได้ใช้คำศัพท์ของ Durkheim บรรยายสภาวะที่สังคมได้สร้างเป้าหมาย (goals) ให้แก่บุคคล แล้วก็ไม่ได้จัดหาวิถีทาง (means) ที่จะบรรลุเอาไว้ว่า ปัจเจกบุคคลจะเกิดสภาวะ Anomie ซึ่งเป็นสภาวะที่ลดเสถียรภาพของสังคม ดังนั้นบทบาทของสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์นั้นจึงทำหน้าที่ทั้ง function & dysfunction ไปพร้อม ๆ กัน คือ ยกระดับความคาดหวังและยกระดับความคับข้องใจไปพร้อม ๆ กัน

- จากความคับข้องใจสู่ความก้าวร้าว จากคำอธิบายที่ได้กล่าวมาแล้ว บทบาทของสื่อมวลชนในโลกที่ 3 จะเปลี่ยนแปลงระบบความคิดและความเชื่อบางอย่างให้แก่คนในสังคม เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับการปกครอง แต่เดิมคนในโลกที่ 3 มีความเชื่อว่า “มีผู้ปกครองแล้ว ๆ ยังดีกว่าไม่มีผู้ปกครองเลย” หรือ “อย่าทำตัวเป็นกบเขื่อนนาย” แต่จากบทบาทของการพัฒนาทางการเมืองของสื่อมวลชนได้เปลี่ยนความคิดว่า “บรรดาทุกทั้งหลายต้องหันแสวงหาข่าวสารความรู้ และต้องไปทำการเลือกตั้งทุกครั้งที่มี เพราะประชาชนมีสิทธิที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าเดิมได้ และมีสิทธิจะมีรัฐบาลที่ดีได้ด้วย”

หากทว่าเมื่อความเชื่อเปลี่ยนไป ความคาดหวังใหม่เกิดขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริงยังไม่เป็นไปตามที่คาดหวังและต้องการความคับข้องใจของประชาชนก็จะเกิดขึ้น (รวมทั้งกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมด้วย) ดังนั้นความก้าวร้าวรุนแรงในรูปแบบของการจลาจล การปฏิวัติ การลุกฮือ และการรัฐประหารจึงเป็นสิ่งที่ติดตามมา ดังที่มีคำกล่าวในเรื่องการสื่อสารและการพัฒนาว่าโลกตะวันตกตั้งใจจะส่งออกสินค้าที่ชื่อว่า “การพัฒนา” ผ่านสื่อมวลชนไปยังโลกที่ 3 แต่สินค้าที่ไปถึงปลายทางกลับกลายเป็น “การปฏิวัติ” แทน Lerner เรียกสภาวะดังกล่าวว่าเป็น “Breakdown theory”

- การเกิดสภาวะ Anomie Durkheim ต้นตำรับท่านหนึ่งของทฤษฎีหน้าที่นิยมเคยกล่าวเตือนไว้ว่า ในขณะที่สังคมเมืองเน้นระดับการแบ่งงานกันทำอันจะทำให้คนแต่ละคนแต่ละกลุ่มมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และทำงานแต่เฉพาะอย่างเท่านั้น สภาวะดังกล่าวจะทำให้คนต้องหันมาพึ่งพาอาศัยกันและมีความสมานฉันท์กันอย่างแนบแน่นราวกับเป็นร่างกายเดียวกัน (organic solidarity)



อย่างไรก็ตาม dysfunction ของการแบ่งงานกันทำก็คือ การแบ่งงานกันทำ มากเกินไปและทำแต่เฉพาะด้านมากเกินไป อาจทำให้เกิดสภาวะ Anomie ขึ้นมา ในสังคม สภาวะ Anomie นั้นเป็นปรากฏการณ์ที่คนในสังคมมีความรู้สึก แปรแยกต่อสังคม ไม่รู้ว่าชีวิตตนเองมีความหมายอะไร (meaningless) มอง ไม่เห็นว่าสิ่งที่ตนเองทำมีความเชื่อมโยงกับเป้าหมายโดยรวมอย่างไร หลายคน มีความรู้สึกสับสน รู้สึกว่างเปล่า ล่องลอย ฯลฯ

ภายใต้สภาวะที่เกิด Anomie นั้น ปัจเจกบุคคลจะแสดงการกระทำ ออกมาเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละสังคม หากว่าเป็นสังคมที่มี ระบบกฎหมายเข้มแข็ง กฎธรรมเนียมนิยามประเพณีเข้มงวด อาการ Anomie ก็ จะแสดงออกมาในรูปของการเป็นโรคจิต-โรคประสาท หรือการฆ่าตัวตายเพื่อ หลีกหนีไปจากสภาวะดังกล่าว (ตัวอย่างเช่น เวลาที่มีความผันผวนหรือความ ตกต่ำทางเศรษฐกิจมาก ๆ คนถูกปลดออกจากงานทั้ง ๆ ที่ไม่มีความผิด จะทำให้ คนเกิดความรู้สึกว่าไม่อาจจะควบคุมเป้าหมายทั้งชีวิตตนเองและสังคมได้) แต่ถ้า เป็นเงื่อนไขที่ระบบกฎหมายอ่อนแอ ระบบศีลธรรมหย่อนยาน สภาวะ Anomie นี้จะแสดงตัวออกมาเป็นการก่ออาชญากรรมต่าง ๆ ดังที่มีข้อสังเกตว่า การเกิด อาชญากรรมในประเทศกำลังพัฒนานั้น มักมิได้มีสาเหตุมาจากความยากจน หากแต่มีสาเหตุมาจากความอยากได้อะไรที่มีไม่อาจใช้เส้นทางปกติแสวงหาเอาได้ ในกระบวนการเกิดและการฉายภาพของ Anomie นั้น จะมีปรากฏอยู่ในเนื้อหา สื่อมวลชนอย่างมาก

• Function Equivalence จากที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชน ได้ทำหน้าที่แบบ dysfunction จนกระทั่งทำให้ประชาชนมีความคับข้องใจและ มีความก้าวร้าวเพิ่มมากขึ้นทุกที แต่กระนั้นก็ยังมีความเห็นว่า เพราะเหตุใดจึง ไม่เกิดการปฏิวัติขึ้นทุกวัน หรือความรุนแรงจึงไม่ปะทุออกมาทุกเมื่อ Merton ให้คำตอบในกรณีเช่นนี้ว่า เนื่องมาจากการทำหน้าที่อีกประเภทหนึ่งของสื่อ มวลชน เช่น

(1) หน้าที่พาผู้คนหลบหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง (Escapist) ตัวอย่าง ที่ยกมาเป็นแบบฉบับก็คือ ละครโทรทัศน์ประเภทซินเดอเรลล่า หรือเจ้าเงาะ แสนกลคนขยันที่มีชีวิตอย่างมั่งคั่งและแสนสุขในตอนท้าย เรื่องราวในสื่อแบบนี้ ช่วยเป็นน้ำทิพย์ประโลมใจให้คนยากจนรู้สึกสุขสมหวังได้เป็นระยะ ๆ



(2) หน้าที่ผ่อนคลายความตึงเครียด (Tension-relaxing) ตัวอย่างเช่น บรรดารายการตลกในโทรทัศน์ หรือรายการวิทยุที่ช่วยพุดคุยให้กำลังใจและเปิดเพลงให้ฟังท่ามกลางการจรรยาอันตืดขัด เป็นต้น

(3) หน้าที่สร้างสิ่งชดเชยหรือทดแทน (Compensation) ตัวอย่างเช่น การออกข่าวเด็กชายที่ยากจนแต่ยังคงมีความซื่อสัตย์อย่างน่ายกย่อง รายการระดมความช่วยเหลือในรูปแบบการกุศลที่คนรวยช่วยคนจน เป็นต้น

การทำหน้าที่เป็นลิ้นปิดเปิดนิรภัย (Safety-valve) ดังกล่าวนี้นี้ ทฤษฎีหน้าที่นิยมเรียกว่าเป็น Function Equivalence ซึ่งหมายความว่าในการบรรลุถึงเป้าหมายใหญ่ของสังคมนั้น สามารถตอบสนองได้ด้วยทำหน้าที่หลาย ๆ อย่างที่อาจใช้ทดแทนกันได้ เช่น เมื่อไม่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม ก็ใช้รูปแบบการกุศลเพื่อการแบ่งปัน เมื่อไม่อาจผ่าตัดปัญหาการจราจรได้ ก็ให้ยาบรรเทาปวดกินไปเป็นพัก ๆ เป็นต้น ด้วยการทำหน้าที่ดังกล่าว สังคมจะยังคงดำรงอยู่ได้ ในทุกสังคมตั้งแต่ครั้งอดีตได้พบหลักการของ Function Equivalence มาเป็นเวลานานแล้ว เพียงแต่ในยุคสมัยใหม่ สื่อมวลชนได้ก้าวเข้ามาทำหน้าที่ดังกล่าวนี้เป็นอย่างมาก

5. หน้าที่ของสื่อมวลชนจากทัศนะของ Lasswell & C Wright

ในปี 1948 H. Lasswell ที่มีภูมิหลังด้านการศึกษามาจากสาขา รัฐศาสตร์ได้ประมวลโครงสร้างและหน้าที่ของสื่อมวลชนเอาไว้อย่างเป็นระบบ (แต่ทว่าอย่างคร่าว ๆ) Lasswell ได้ประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีหน้าที่นิยมอย่างเต็มที่ เมื่อเขากล่าวว่าในการศึกษาหน้าที่ของสื่อมวลชน (ในฐานะระบบย่อย) นั้น จะพิจารณาแต่กิจกรรมของการสื่อสารตามลำพังเท่านั้นไม่ได้ หากแต่จะต้องพิจารณาอย่างสัมพันธ์กับกระบวนการทางสังคมทั้งหมด(ระบบใหญ่) นอกจากนั้น Lasswell ยังพิจารณาสถานะของสังคมปัจจุบันยุคที่มีสื่อมวลชน โดยวางเทียบกับสังคมที่มีมาในอดีตที่ยังไม่มีสื่อมวลชนและได้ข้อสรุปว่า บรรดาหน้าที่ต่าง ๆ ที่สื่อกำลังแสดงบทบาทอยู่นั้น ก็เป็นหน้าที่ที่เคยมีมาแล้วแต่ครั้งอดีต เพียงแต่เปลี่ยนตัว “คนเล่น” เท่านั้น



หน้าที่พื้นฐานของสถาบันสื่อมวลชนก็คงเป็นไปตามความต้องการของระบบสังคมใหญ่ คือ การธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคม ในการนี้ได้แบ่งเป็นหน้าที่ย่อย ๆ ดังนี้

(i) หน้าที่สอดส่องดูแล (Surveillance) เพื่อคอยตรวจตราติดตามเหตุการณ์ว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง และจะได้มีปฏิกิริยาตอบโต้อย่างถูกต้อง อันที่จริงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น มีทั้งเหตุการณ์ที่ดีและที่ร้าย แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว สื่อควรจะสอดส่องและรายงานเหตุการณ์ร้ายซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่บ่อนทำลายเสถียรภาพของสังคมเป็นหลัก จากเบื้องหลังที่มีความคิดดังกล่าวนี้เอง ทำให้ข่าวมักจะทำกับข่าวร้ายอยู่เสมอ

(ii) หน้าที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (Correlation) เป็นหน้าที่ที่มากขึ้นกว่าการรายงานข่าวคราวเฉย ๆ ด้วยการเพิ่มการตีความการให้คำอธิบายและชี้แนะ เพื่อให้ทุกส่วนเสี้ยวของสังคมที่สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงมีความเข้าใจและมีการกระทำเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

(iii) หน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม (Cultural Transmission) ในขณะที่หน้าที่สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวนั้น จะเน้นหนักในแง่ พื้นที่ (space) กล่าวคือ ไม่ว่าคนทุกกลุ่ม ทุกหนแห่งจะได้รับการชี้แนะให้มีความคิดเป็นเอกภาพเดียว (รวมใจเป็นหนึ่งเดียว) แต่ทว่าหน้าที่สุดท้ายนี้จะเน้นหนักในแง่ของ กาลเวลา (time) เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสมบัติส่วนรวมของสังคมที่จะต้องสืบทอดให้เกิดความต่อเนื่องยาวนานจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ในการนี้ สื่อมวลชนได้รับมอบหมายบทบาทให้ช่วยพิทักษ์รักษามรดกของสังคมให้มีความยั่งยืนต่อไปหลาย ๆ ชั่วอายุคน

จากกรอบพื้นฐานที่ Lasswell ได้วางเอาไว้นี้ C. Wright ได้นำมาขยายหน้าที่ย่อย ๆ ต่อมา (จนมีผู้ล้อเลียนว่า ในทุก version ที่พิมพ์หนังสือใหม่ C. Wright จะเพิ่มเติมหน้าที่ของสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา)

แผนผังของ C.Wright ที่จะได้แสดงต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นตัวอย่างทั้ง function และ dysfunction ของหน้าที่หลัก ๆ 4 ประการของสื่อมวลชน (C.Wright ได้เพิ่มหน้าที่ให้ความบันเทิงเข้าไปด้วย) และนอกจากนั้น เขายังได้แบ่งระดับของเป้าหมายที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ออกเป็น 4 ระดับ คือ



- (1) ระดับสังคม
- (2) ระดับปัจเจกบุคคล
- (3) ระดับกลุ่มย่อยในสังคม
- (4) ระดับวัฒนธรรม

1. กิจกรรมของสื่อมวลชน : การตรวจตราสอดส่องดูแล (การให้ข่าวสาร)

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
Functions	<ul style="list-style-type: none"> • การเตือนภัย : ภัยธรรมชาติ สงคราม ถูกโจมตี 	<ul style="list-style-type: none"> • การเตือนภัย 	<ul style="list-style-type: none"> • ใช้เป็นเครื่องมือ โดยให้ข่าวสารที่จะ ช่วยเสริมอำนาจ หรือสร้างภาระให้ แก่สังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยสร้างการ ติดต่อกันทาง วัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างความรู้สึก เสมอภาคเท่าเทียม 	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นเครื่องมือ ใช้งาน 	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นเครื่องมือ ค้นหาแหล่งความรู้ ที่จะแสดงพฤติกรรม ต่อต้านต่างๆ 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยพัฒนาการ เจริญเติบโต ทางวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นเครื่องมือ เช่น ข่าวเป็น เครื่องมือสำหรับ สถาบันเศรษฐกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมชื่อเสียง ให้แก่ผู้นำทาง ความคิด 	<ul style="list-style-type: none"> • จัดการกับมิติ สาธารณะ 	
	<ul style="list-style-type: none"> • ปลุกฝัง จริยธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> • ได้รับสถานภาพ ทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • แสวงหาความ ชอบธรรมและ สถานภาพ 	
	<ul style="list-style-type: none"> • ให้สถานภาพ แก่บุคคลในเรื่อง ประเด็น ทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ทราบกำหนด วาระสำคัญของ สังคม 		
	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดวาระ สำคัญๆ ของ สังคม 			

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
Dysfunctions	<ul style="list-style-type: none"> • ช่มชู้เสถียรภาพของสังคมที่มีอยู่ เช่น การรายงานข่าวของสังคมอื่นที่ดีกว่าของตนเอง การรายงานภาวะเสี่ยงจนเกิดการโกลาหล 	<ul style="list-style-type: none"> • เกิดความวิตกกังวล เกิดความรู้สึกเห็นแก่ตัวเอง ไม่รู้ร้อนรู้หนาวกับคนอื่น เสพย์ข่าวสารเหมือนยาเสพติด และมินชา (รับข่าวสารมากแต่ไม่รู้สึกระไร) 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่มชู้ผู้มีอำนาจด้วยการรายงานสถานการณ์ที่เป็นจริง เสนอคำโฆษณาของฝ่ายตรงข้าม 	<ul style="list-style-type: none"> • เปิดทางให้มีการรุกรานครอบงำทางวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายช่องว่างทางความรู้ 			

2. กิจกรรมของสื่อมวลชน : การเชื่อมประสานความเป็นหนึ่งเดียวกัน
(การเลือกบรรณาธิการข่าว / การตีความ / การชี้แนะ)

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
Functions	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยให้เกิดการระดมสรรพกำลังเพื่อเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตามที่สังคมต้องการ 	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มประสิทธิภาพของบุคคลจากความเข้าใจในข่าว 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยปกป้องอำนาจของกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> • ปกป้องการรุกรานทางวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • ชัดขวางสิ่งที่จะมาเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพของสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ป้องกันการถูกกระตุ้นเร้ามากเกินไป การกังวลเกินเหตุ การไม่รู้ร้อนรู้หนาวหรือการสนใจแต่ตนเอง 		

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยป้องกันการจลาจลที่วุ่นวายที่อาจจะเกิดขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดวาระที่สำคัญๆ ของสังคม 		
	<ul style="list-style-type: none"> • กำหนดวาระที่สำคัญๆ ของสังคม 			
Dysfunctions	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มการเห็นตามๆ กันในสังคม ไม่ยอมรับการวิจารณ์สังคมอันเท่ากับเป็นการปิดกั้นการเปลี่ยนแปลงของสังคม ส่งเสริมให้เกิดกระแสความเจียบังนทางสังคม 	<ul style="list-style-type: none"> • ทำให้ส่วนเสี้ยวที่วิพากษ์วิจารณ์สังคมท้อแท้ อ่อนแอ เพิ่มลักษณะเฉยชาของประชาชน 	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มความรับผิดชอบของกลุ่มย่อย 	<ul style="list-style-type: none"> • ปิดกั้นการเจริญเติบโตทางวัฒนธรรม

3. กิจกรรมของสื่อมวลชน : การอบรมบ่มเพาะ

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
Functions	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มแรงเกาะเกี่ยวทางสังคม ขยายพื้นฐานของการมีบรรทัดฐานร่วมกัน มีประสบการณ์ร่วมกันให้กว้างออกไป 	<ul style="list-style-type: none"> • ช่วยให้เกิดเอกภาพ สร้างโอกาสให้บุคคลได้เปิดรับและรับรู้บรรทัดฐานร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายอำนาจของกลุ่มเป็นอีกสถาบันหนึ่งที่ทำให้การอบรมบ่มเพาะสมาชิก 	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างมาตรฐานร่วมทางวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> • ลดสภาวะ anomie 	<ul style="list-style-type: none"> • ลดลักษณะพิเศษเฉพาะตัวให้น้อยลง 		<ul style="list-style-type: none"> • อารังรักษาค่านิยมดีทางวัฒนธรรม

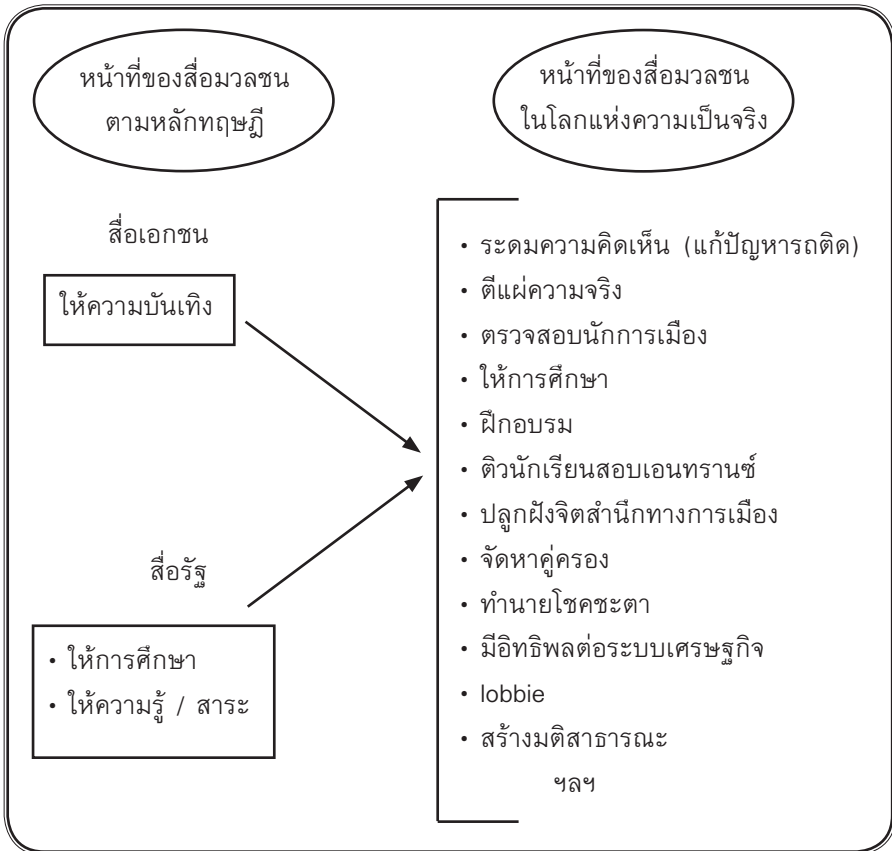
	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
	• ขยายขอบเขตการอบรมบ่มเพาะบุคคล แม้เขาจะออกจากสถานบันการศึกษาแล้ว	• ลดสภาวะ anomie		
Dysfunctions	• เพิ่มสภาพของสังคมมวลชนให้มากขึ้น	• ลดลักษณะส่วนตัวของแต่ละปัจเจกบุคคลให้กลายเป็นแบบเดียวกันหมด		• ลดความหลากหลายของวัฒนธรรมย่อย

4. กิจกรรมของสื่อมวลชน : การให้ความบันเทิง

	สังคม	ปัจเจกบุคคล	กลุ่มย่อย	วัฒนธรรม
Functions	• จัดหาการพักผ่อนสำหรับมวลชน	• ได้พักผ่อนหย่อนใจ	• ได้ขยายอำนาจได้ควบคุมชีวิตทางด้านของตนเอง (นอกเหนือการทำงาน)	
Dysfunctions	• เบื่อความสนใจของประชาชนจากกิจกรรมทางสังคมอย่างอื่น			• ลดคุณค่าทางสุนทรีย์
	• ปลุกฝังลักษณะยอมตามของมวลชน	• ลดระดับรสนิยมให้ต่ำลง		• สร้างมลภาวะทางวัฒนธรรม
		• ทำให้คนหลงหนีโลกแห่งความเป็นจริง		

6. บทสรุป : ต้องดูหน้าที่ที่เป็นจริงของสื่อมวลชน

จากทัศนะของนักทฤษฎีทั้ง 4 ท่านที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ จะเห็นว่าแนวทางเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสังคม บัณฑิตบุคคล กลุ่มย่อย หรือวัฒนธรรมก็ตาม อาจจะเป็นประโยชน์สำหรับเป็นแนวทางในการวิจัย อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีมา ก็ได้ให้ข้อเตือนใจแก่ผู้ศึกษาว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในแต่ละสังคม แต่ละบริบทแต่ละช่วงเวลานั้น มีความหลากหลายอย่างยิ่ง ดังนั้น ผู้วิจัยทุกท่านที่จะอาศัยทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นกรอบในการวิจัยจึงต้องเหลือพื้นที่เอาไว้สำหรับเปิดรับความเป็นจริงที่เคลื่อนไหวอย่างสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา ดังเช่นตัวอย่างในภาพ



เอกสารอ้างอิง

1. Baran , S.S. & Davis , D.K. (1995)
Mass Communication Theory , Wadsworth Publishing Group.
2. DeFleur , M.L. & Ball-Rokeach , S.J. (1989)
Theories of Mass Communication (5ed); longman.
3. Lasswell , H. (1949)
“The Structure and Function of Communication in Society” in
W.S.Schramm (ed) , Mass Communication, Urbana ,
Univ. of Illinois Press.
4. McQuail , D. (1994)
Mass Communication Theory (3ed) , Sage Publications.
5. Merton , R. (1949)
Social Theory and Social Structure, Glencoe, IL : Free Press.

ตอนที่ 4

ยุคที่สาม-สองกระแสใหญ่ของทฤษฎีสื่อสารมวลชน

.....

บทที่ 12 การเกิดของทฤษฎีผลของสื่อในระดับปานกลาง

(Emergence of Moderate Effects)

บทที่ 13 การสร้างความหมายทางสังคม

(Social Construction of Meaning)

บทที่ 14 ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง

(Cultivation Theory)



บทที่ 12
การเกิดของทฤษฎีผลของสื่อในระดับปานกลาง
Emergence of Moderate Effects



1. การฟื้นคืนชีพของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ

ในบทก่อนหน้านี เราได้กล่าวมาแล้วว่า ยุคสมัยของการศึกษาสื่อมวลชนนั้นอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่ คือ ยุคแรกที่มีความเชื่อในพลังอันมหาศาลของสื่อ (ประมาณ ค.ศ.1920-1960) ยุคสองที่เริ่มหันมาเชื่อว่าสื่อไม่มีพลังอย่างที่เคียดคิด แต่ทว่ามีผลกระทบอันจำกัดเท่านั้น (ประมาณช่วง ค.ศ.1960-1980) ในตอนต่อไป นี้ เรากำลังเดินทางเข้าสู่ยุคที่สาม ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 2 กระแสย่อยๆ คือ

กระแสแรกเป็นการย้อนกลับไปสู่ยุคแรก คือ การตรวจสอบว่าสื่อ นั้นยังคงทรงพลังใช่หรือไม่ และในเงื่อนไขใด ที่เรียกว่า Powerful Media Recovered

กระแสที่สองเป็นการหันไปสนทนาแบบต่อรองเกมท้าทายกับกระบวนทัศน์ผลกระทบอันจำกัดของสื่อในยุคสมัยที่สอง

แม้จะมีการแยกออกเป็นกระแสย่อย 2 กระแส หากทว่าจุดร่วมระหว่างกระแสทั้งสองก็คือ ความเชื่อมั่นในอำนาจ (ที่น่าจะมีอยู่ในระดับหนึ่งที่ไม่น้อยจนน่าดูแคลน) ของสื่อมวลชน

ต่อจากนี้ จะกล่าวถึง แนวคิดทฤษฎีในกระแสแรกเสียก่อน

มีบริบททางสังคมหลายประการที่ช่วยเอื้ออำนวยให้เกิดกระแสการทบทวนคำถามเก่าๆ ที่แตกต่างจากเวทีแห่งความสนใจของนักวิชาการในยุคสมัยที่สอง คือ สื่อมีอำนาจมากในระดับใดบ้าง บริบทดังกล่าวได้แก่

- ในยุคสมัยที่สามนี้ สื่อโทรทัศน์เข้าสู่ยุคสมัยของการแพร่หลายแล้ว (popularized) และเมื่อเทียบกับสื่อที่เคยมีมาก่อนหน้านั้น เราต้องยอมรับว่า สื่อโทรทัศน์นับเป็นสุดยอดของสื่อมวลชนที่ทรงพลังทีเดียว (มีทั้งภาพและเสียง เป็นสื่อใช้ในบ้านที่สะดวกต่อการเข้าถึง มีชั่วโมงถ่ายทอดยาวนาน วิธีการใช้ง่ายตายมาก ฯลฯ)

- ในชีวิตประจำวันของผู้คน สื่อโทรทัศน์ (รวมทั้งสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ) ได้แทรกตัวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอย่างแทบจะขาดเสียมิได้ ไม่ใช่เพียงแต่คนอังกฤษเท่านั้นที่กินกาแฟแก่ลมการอ่านหนังสือพิมพ์ตอนเช้า แต่ทว่าคนเกือบครึ่งโลกล้วนหลับตานอนได้เมื่อได้ปิดเครื่องรับโทรทัศน์ในยามค่ำคืนแล้วเท่านั้น

- ในประเทศที่มีการพัฒนาสังคมอย่างมาก ในทศวรรษ 1980 ประเทศเหล่านั้นเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมข่าวสารที่สื่อมวลชนเริ่มมีบทบาทเป็นยาดำสอดแทรก



ในทุกส่วนเสี้ยวของชีวิตสังคมและชีวิตผู้คน ประเทศอื่นๆ ก็ไล่ตามหลังมาในเส้นทางเดียวกัน

- สื่อมวลชนยุคใหม่ เช่น วิทยุและโทรทัศน์มีลักษณะเป็น “สื่อนานาชาติ” อย่างมาก เช่น มีการใช้ดาวเทียมถ่ายทอดข่าวสารผ่านโทรทัศน์ในเหตุการณ์สำคัญ ไปได้ทั่วโลก (เช่น ข่าวมุขย์ไปเหยียบดวงจันทร์) ดังนั้น อิทธิพลของสื่อจึงดูขยายอาณาเขตออกไปกว้างขวางมากขึ้น

จากบริบทที่กล่าวมานี้ Murphy (1977) จึงได้รวบรวมแนวคิดเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนในรูปแบบใหม่ๆ เอาไว้ว่าจะมีอะไรบ้าง เช่น

- Social Regulation สื่อมวลชนได้ช่วยสังคมแสดงออกซึ่งระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมต้องการให้ผู้คนได้มองเห็นและยอมรับอย่างเต็มที่ เช่น ในบรรดาคะครหรือภาพยนตร์ เมื่อมีผู้ทำผิดกฎหมาย ก็จะมีตำรวจมาจับกุม ผู้กระทำผิดไปขึ้นศาล ถูกลงโทษ เป็นต้น

- Status Conferral เป็นหน้าที่และศักยภาพของสื่อในการให้การรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติที่ดี หรือเป็นตัวแทนความคิดเห็นหรือเป็นตัวแทนของสถาบันต่างๆ เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม โทรทัศน์ก็จะเลือกนักวิชาการหรือบุคคลในวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับ (เพราะผลงานในอดีตของสื่อที่ “ปั้น” บุคคลเหล่านั้นขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับ) มาเป็นผู้แสดงทัศนะ เป็นต้น

- Agenda-Setting เป็นบทบาทของสื่อมวลชนในการจัดข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างมากมาเอาไว้ให้เป็นระบบระเบียบเพื่อพร้อมสำหรับการนำเสนอ ซึ่งในขั้นตอนของการนำเสนอ นั้น สื่อก็จะช่วยจัดวาระเรียงตามลำดับความสำคัญ เพื่อที่ประชาชนจะได้พูดถึง อภิปราย ถกเถียง และให้ความสนใจต่อประเด็นที่สื่อ “เลือกมานำเสนอ” อันก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้สื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชน “คิดแบบที่สื่อคิดได้” (think what) แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้ “คนคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อบอกได้” (think about) นอกจากนี้ ประชาชนยังเรียนรู้กฎกติกาต่างๆ ที่อยู่ใน “รูปแบบ” ของสื่อ เช่น อะไรที่พูดถึงมาก แปลว่า “สำคัญ” อะไรที่พูดถึงก่อน แปลว่า “สำคัญ” อะไรที่พาดหัวใหญ่ที่สุด แปลว่า “สำคัญที่สุด” เป็นต้น



- Narcotisation หมายถึง อิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชนที่เข้าครอบงำชีวิตประจำวันของคนทำให้คนใช้สื่ออย่างมาก ใช้อย่างเป็นประจําสม่ำเสมอราวกับยาเสพติด และหมดความสนใจกับสิ่งเร้าแบบอื่นๆ ในชีวิต เช่น ตัวอย่างชีวิตคนที่หมกมุ่นทั้งวันอยู่กับการอ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิตยสารกำลังภายใน ดูโทรทัศน์ เล่นเกมกด เล่นอินเทอร์เน็ต อ่านการ์ตูนญี่ปุ่น ฯลฯ จนมิติอื่นๆ ที่หลากหลายของชีวิตเลือนหายไป เช่น ไม่สนใจพูดคุยกับผู้คน ไม่สนใจกิจกรรมนอกบ้าน ไม่ไปหาเพื่อนฝูง ฯลฯ
- Surveillance เป็นบทบาทของสื่อที่คอยดูแลความเป็นไปต่างๆ ในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไปในทางร้ายหรือความผิดปกติ หน้าที่ดังกล่าวนี้มีอิทธิพลเพิ่มมากขึ้นในสังคมที่เป็นสังคมมวลชน สังคมขนาดใหญ่ สังคมที่มีอัตราการเสี่ยงสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว (สื่อต้องคอยรายงานวาระระดับสารตะกั่วในถนนถึงขีดอันตรายหรือยัง) หรือภัยจากมนุษย์ (เช่น การหลอกลวง การฆาตกรรม) รวมทั้งภัยจากโครงสร้างต่างๆ ของสังคม เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ด้วยเหตุนี้ เราจึงเห็นรายการโทรทัศน์ประเภท “เฉียด” “ตามล่าหาความจริง” “จับกระแสนั้น” “เจาะข่าวคดีดัง” ฯลฯ ที่มีอิทธิพลในการสอดส่องตรวจตราและรายงานข่าวให้คนในสังคมได้รับรู้
- Two-steps Flow of Information เป็นอิทธิพลทางอ้อมของสื่อที่แม้ว่าอาจจะทำหน้าที่ฉีดยาแบบทฤษฎี Hypodemic Theory แต่ทว่ายาที่ฉีดยานั้นจะยังเจาะไม่เข้าถึงตัวคนไข้โดยตรง เพราะจะต้องเผชิญกับ “หน้าด่านของมวลชน” หรือ “เกราะเครือข่ายทางสังคม” ที่เรียกว่า “ผู้นำทางความคิด” (Opinion Leaders) ในการนี้อิทธิพลของสื่อจะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของสื่อมวลชนในการประมอ กับแหล่งข่าวสารอื่นๆ ที่มวลชนมีไว้ใกล้ตัว
- Media Dependency เป็นอิทธิพลที่เกิดจากโครงสร้างสังคมแบบหนึ่งๆ อันจะทำให้บุคคลจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อมวลชนมากขึ้นน้อยแตกต่างกันออกไป (ดูรายละเอียดต่อไป)
- Spiral of silence เป็นอิทธิพลของสื่อที่คล้ายกับ Agenda-setting แต่ในขณะที่ Agenda-setting เป็นอิทธิพลระดับปัจเจกบุคคล Spiral of silence เป็นอิทธิพลที่จะกำหนดวาระให้แก่ระดับสังคม (ดูรายละเอียดต่อไป)



จากอิทธิพลหลายประเภทของสื่อมวลชนที่ Murphy ได้รวบรวมนี้ เราจะกล่าวถึงรายละเอียดของอิทธิพล 3 ประเภท คือ การกำหนดวาระ (Agenda-setting) การพึ่งพาสื่อ (Media Dependency) และปรากฏการณ์ วงเกลียวแห่งความเงียบงัน (Spiral of silence) เพื่อแสดงให้เห็นเนื้อหาบางส่วน และวิธีการของกลุ่มนักทฤษฎีที่ได้รับพื้นแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อในทัศนะใหม่ ขึ้นมาในยุคสมัยที่สามนี้

2. อิทธิพลของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระ (Agenda-setting)

2.1 พัฒนาการของแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระ

หากเราลองทบทวนดูว่าในรอบ 1-2 ปีที่ผ่านมา มีข่าวสำคัญ อะไรบ้าง ที่ผ่านเข้ามาในห้วงแห่งการรับรู้ของเรา เช่น ข่าวคลินตันลงเลือกตั้งประธานาธิบดี ครั้งที่สองและชนะ ข่าวประธานาธิบดีเฮลซินปวย ข่าวควีนอลิซาเบธมาเยือนไทย ข่าวเลดีไดอาน่าประสบอุบัติเหตุจนเสียชีวิต ฯลฯ เมื่อทบทวนแล้วเราก็จะพบว่า ข่าวเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นข่าวที่เผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆทั้งนั้น และอันที่จริงก็มีข่าวมากมายที่เผยแพร่ผ่านสื่อ แต่ที่เราจดจำข่าวเหล่านี้ได้ เนื่องจากข่าว เหล่านี้ล้วนถูกจัดอันดับจากสื่อว่าอยู่ในวาระข่าวที่สำคัญทั้งสิ้น กล่าวสรุปก็คือ สื่อนั้นสามารถมีอิทธิพลที่จะใช้วิธีการนำเสนอ (Display) ของตนทำให้สาธารณชน ต้องคิดถึง (think about) ต้อง “พูดถึง” (talk about) (รวมทั้งต้องระงับด้วย) ข่าวตามที่สื่อให้กำหนดวาระความสำคัญเอาไว้ให้

พัฒนาการของแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระของ สังคมนั้น อาจแบ่งได้เป็น 3 ยุค คือ

- **ยุคแรก** ในปีค.ศ.1922 W.Lippmann ผู้มีอาชีพเป็นนักหนังสือพิมพ์ ในยุคที่หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่แพร่หลายและมีราคาถูก (ที่เรียกว่า penny press) ประสบการณ์จากวิชาชีพอำนาจทำให้ Lippmann ตั้งข้อสังเกตในเรื่อง “มติสาธารณะ” (Public Opinion) ว่า “ส่วนใหญ่แล้วประชาชนมักไม่ได้พบและสัมผัสกับเหตุการณ์จริงๆ แต่พวกเขาจะมีปฏิกิริยาต่อ “ภาพของความเป็นจริงที่อยู่ในห้วงนึกคิด (หัวสมอง) มากกว่า” เขาอธิบายว่า ที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะในโลกแห่งความเป็นจริง ทุกอย่างล้วนซับซ้อนเกินไป ใหญ่โตเกินไป ดังนั้น ถ้าเราจำเป็นต้องเผชิญหน้า หรือต้องตอบโต้กับความเป็นจริงเหล่านั้น เราก็ต้องลดทอนหรือตกแต่งมันเสียใหม่



ให้ดูเรียบง่ายขึ้น เพื่อที่เราจะจัดการกับมันได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว Lippmann จึงได้ให้ข้อเสนอแนะที่เราได้กล่าวถึงไปแล้วก็คือ หากประชาชนกระทำการลดทอนความจริงให้เหลือแต่เรื่องที่เรียบง่ายแล้ว เราก็ไม่อาจจะปล่อยให้ประชาชนแสดงมติดต่อเรื่องสาธารณะตามลำพัง นอกจากจะต้องมีองค์กรที่ประกอบด้วยผู้รู้มาช่วยชี้นำประชาชน และจากข้อคิดเห็นของ Lippmann ตัวกลางที่ช่วยสร้างภาพในหัวสมอง (ให้ประชาชนเอาไว้อจัดการแทนของจริง) ก็คือสื่อมวลชนนั่นเอง

- ยุคที่สอง เป็นช่วงสมัย ค.ศ. 1940 ที่แนวคิดเรื่องอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อกำลังพุ่งขึ้นสู่ความนิยม แล้วก็มาตกต่ำลงในช่วงทศวรรษ 1960 เพื่อเปิดทางให้แก่กระบวนการค้นคว้าใหม่เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ แนวคิดเรื่องการสร้างภาพในหัวสมองของ Lippmann จึงเป็นเพียงทัศนะส่วนตัวที่ยังไม่มีงานวิจัยมารองรับ

- ยุคที่สาม ในระหว่างทศวรรษ 1960 เริ่มมีงานศึกษาวิจัยบางชิ้นที่ย้อนกลับไปสู่อิทธิพลของสื่อในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีใช้ลักษณะของกระสุนปืนและเข็มฉีดยา อันเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการรื้อฟื้นขึ้นใหม่ของแนวคิดเรื่องพลังของสื่อ แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระของสื่อก็เป็นแนวคิดหนึ่งที่เชื่อในพลังของสื่อ หากทว่ามีจุดต่างที่ไม่เหมือนทฤษฎี Magic Bullet คือ

- สื่ออาจจะไม่สามารถทำให้คนคิดตามเหมือนสื่อได้ (think what) แต่ก็ทำให้ครุ่นคิดเกี่ยวกับเรื่องที่สื่อชี้แนะวาระมาให้ได้ (think about)

- สื่ออาจจะไม่มีอิทธิพลที่จะปรับเปลี่ยนการกระทำของคนได้ (Performance) แต่สื่อสามารถจะดัดแปลงความเข้าใจ (Cognition) ของคนได้

สำหรับสถานภาพของแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระนั้น ยังอยู่ในระดับสมมติฐาน (Hypothesis) หรือข้อสันนิษฐาน (Proposition) เท่านั้น เพราะผลจากการวิจัยยังไม่อาจชี้ขาดหรือให้คำอธิบายที่กระจ่างชัดได้

2.2 คำอธิบายของแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระ

ในที่นี้จะนำเสนอผลของการวิจัยของนักนิเทศศาสตร์ 3 ท่านที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระ

(2.2.1) ทัศนะของ G.A.Lang & K.Lang

ในปี 1959 Lang & Lang ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนกับการตัดสินใจลงคะแนนเสียงของชาวอเมริกัน และได้ข้อสรุปจากการวิจัยของเขาว่า

การเกิดของทฤษฎีผลของสื่อในระดับปานกลาง



- สื่อมวลชนสามารถสร้าง “ความสนใจ” ของสาธารณะให้มีต่อประเด็นบางประเด็นได้ ตัวอย่างเช่น แนวคิดต่อเรื่องมีมนุษยชาติอยู่บนดาวอังคาร แนวคิดเรื่องโลกร้อนขึ้น ฯลฯ

- สื่อมวลชนสามารถสร้างสิ่งที่เรียกว่า “สาธารณะ” (public) ได้ ลักษณะของความเป็นสาธารณะ (เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่อง reading public) ก็คือ กลุ่มคนที่เปิดรับข่าวสารเรื่องเดียวกัน สนใจเหมือนกัน ไปไหนๆ ก็มีแต่ “คนพูดถึงเรื่องนี้” และอาจมีปฏิกิริยาตอบโต้ต่อประเด็นดังกล่าว

- สื่อมวลชนมีอิทธิพลในการเสนอแนะทั้ง “ประเด็น” และ “ตัวบุคคล” ให้คนสนใจได้ กล่าวคือสามารถนำเอาประเด็น/ตัวบุคคลมาวางอยู่ในวาระแห่งความสนใจของคนได้ เช่น การเสนอตัวบุคคลที่จะเป็นตัวเลือกทางการเมือง การเสนอ IMF มาเป็นตัวแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ เป็นต้น

- สาธารณะจะอ่าน “ระหว่างบรรทัด” ออกว่า ถ้าสื่อมวลชนเสนอเรื่องใดมาก ผู้รับสารก็ควรจะให้ความสนใจต่อเรื่องนั้น ควรจะมีอารมณ์ความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งต่อเรื่องนั้น และควรจะเกี่ยวข้อง (concern) กับเรื่องนั้นด้วย (เช่น การแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องการฆ่าข่มขืนเด็กเล็ก เป็นต้น)

(2.2.2) ทักษะของ Cohen

ในปี ค.ศ. 1963 Cohen เริ่มเขียนถึงทฤษฎีที่รู้จักในทุกวันนี้ว่า Agenda-Setting โดยมีเนื้อหาหลักๆ ว่า

- ในเรื่องของผลกระทบ (Effect) ของสื่อ นั้น ต้องมีการแยกแยะออกมาให้ชัดเจนว่าเป็นมิติด้านใด เราจึงจะสามารถให้คำตอบเรื่องมีผล/ไม่มีผลได้อย่างแน่นอน ต้องแยกมิติระหว่างความเข้าใจ (cognition) กับทัศนคติ (attitude) ออกจากกัน

- ในขณะที่มีแนวคิดเรื่องลำดับชั้นของผลกระทบของสื่อ (Hierarchy of Media Effect) เช่น สื่อจะสามารถสร้างผลกระทบให้เกิดต่อด้านความรู้/ความเข้าใจ (Knowledge/Cognition) ต่อทัศนคติ (Attitude) หรือต่อการกระทำ (Behavior/Performance) Cohen สรุปว่า สื่อมวลชนจะสามารถสร้างผลกระทบต่อด้านความรู้-ความเข้าใจได้ง่ายกว่าในด้านทัศนคติ

- การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของสื่อให้ข้อสรุปว่า สื่อไม่ลู่จะประสบความสำเร็จนักในการทำให้คนคิดตามเหมือนสื่อ หากแต่ว่ามักจะสามารถ



ความสำเร็จในการทำให้คิดถึงเรื่องที่ย่อยกมาพูดถึง

- ดังนั้น Cohen จึงสรุปว่า การที่คนเราจะเลือกรับรู้โลกอย่างไรนั้น มิได้ขึ้นอยู่กับความสนใจของคนแต่ละคนเท่านั้น หากแต่ยังขึ้นอยู่กับว่า บรรดา บรรณาธิการ นักเขียน ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์จะวาดแผนที่ประเด็นต่างๆ มานำเสนอภาพของโลกในแต่ละช่วงเวลามาให้ผู้อ่านเลือกอย่างไรบ้าง ข้อสรุปนี้ ดูเหมือนจะเป็นการพบกันครั้งทางระหว่าง Mass Society Theory กับ Limited Effect Paradigm

(2.2.3) ทักษะของ M. McCombs & D.Shaw

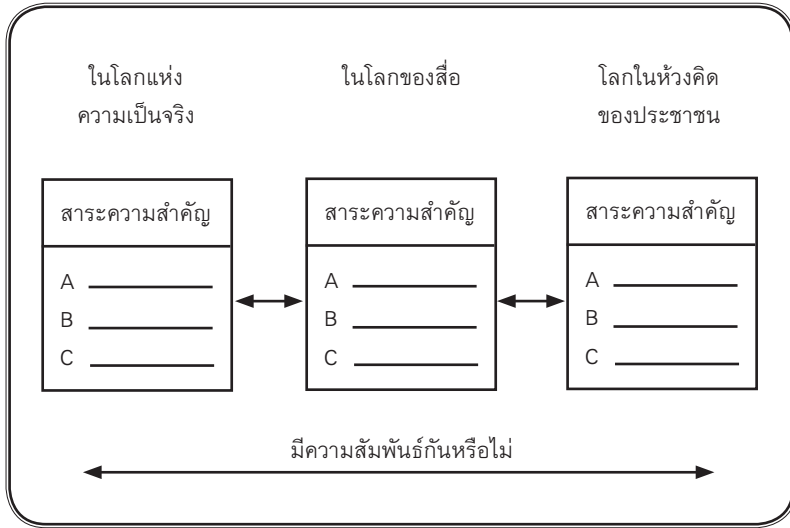
ในปี ค.ศ.1968 McCombs & Shaw ได้ลงมือพิสูจน์แนวคิดเรื่อง การกำหนดวาระของสื่อด้วยการวางแผนการวิจัยอย่างรอบคอบ

เขาตั้งสมมติฐานเอาไว้ 2 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับด้านผู้ส่งสารและผู้รับสารว่า

- ในด้านผู้ส่งสารนั้น จากการเลือกข่าว เลือกการนำเสนอ การบรรณาธิการ การทำงานของ Staff ในห้องข่าว การประกาศข่าว ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีส่วนสำคัญในการตกแต่งตามความเป็นจริงทางการเมืองทั้งสิ้น (เป็นแนวคิดเรื่อง Selection of Production นั่นเอง)

- ในด้านผู้รับสาร ผู้รับสารไม่เพียงแต่จะเรียนรู้ข่าวสารเท่านั้น หากแต่ยังเรียนรู้ “น้ำหนักความสำคัญของข่าวนั้น” จากปริมาณข่าวหรือสถานที่ตั้งของข่าว (อยู่หน้าไหน/มาก่อนหรือหลัง)

ในการวิจัยเรื่องกำหนดวาระนั้น มีปริมณฑล 3 ปริมณฑลที่เกี่ยวข้องโยงใยกันคือ การจัดวาระความสำคัญในโลกแห่งความเป็นจริง วาระความสำคัญในโลกของสื่อที่จะทราบได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา และวาระความสำคัญในโลกแห่งความคิดของผู้รับสารซึ่งจะทราบได้จากการสัมภาษณ์ คำถามในการวิจัยก็คือ มีความสัมพันธ์หรือไม่ระหว่างโลกทั้ง 3 นี้ และโลกไหนเป็นตัวกำหนดโลกอื่นๆ



McCombs & Shaw เลือกทำวิจัยในช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้งประธานาธิบดี ค.ศ.1968 ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 100 คน ที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะเลือกใคร ผู้วิจัยได้ขอให้กลุ่มตัวอย่างระบุประเด็นปัญหาสังคมที่เขาคิดว่ามีความสำคัญเร่งด่วนสำหรับการรณรงค์หาเสียง หลังจากนั้นก็วิเคราะห์เนื้อหาของข่าวโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทบรรณาธิการเพื่อดูการให้ลำดับความสำคัญ จากนั้นก็นำลำดับความสำคัญของประเด็นต่างๆ จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่งมาหาค่าสหสัมพันธ์กัน ผลการวิจัยพบค่าความสัมพันธ์ในระดับที่สูงมาก ซึ่งหมายความว่า ลำดับความสำคัญของประเด็นต่างๆ ที่ปรากฏในสื่อมวลชนจะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับประเด็นที่ประชาชนเห็นว่าสำคัญเช่นกัน

ผลจากการวิจัยชิ้นนี้แสดงทั้งจุดอ่อนและจุดแข็งของแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระ สำหรับจุดแข็งของงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างแน่นอระหว่างการรายงานข่าวของสื่อกับการจัดลำดับประเด็นสาธารณะของประชาชน แต่ทว่าจุดอ่อนที่สำคัญๆ ก็มีอยู่ 2 ประการ ประการแรกก็คือ การศึกษาครั้งนี้ สนใจเนื้อหาประเด็นข่าว และการจัดลำดับเรื่องการเลือกตั้งเท่านั้น แต่หากเป็นเนื้อหาอื่นและประเด็นอย่างอื่น ยังมีข้อสงสัยว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสรุปรวมได้หรือไม่

ส่วนจุดอ่อนประการที่สองก็คือ แม้ว่า McCombs & Shaw ตั้งใจตั้งประเด็นการวิจัยไว้ว่า สื่อนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชน ซึ่งเท่ากับเป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล (Causality) แต่ทว่าสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าสหสัมพันธ์นั้นไม่อาจจะระบุได้อย่างแน่ชัดว่า อะไรเป็นเหตุ อะไรเป็นผลกันแน่ สื่อเป็นสาเหตุและความสนใจของประชาชนเป็นผลลัพธ์ หรือว่าเป็นกรณีที่ตรงกันข้าม ดังที่นักหนังสือพิมพ์มักจะออกตัวอยู่เสมอว่า "เราลงข่าวเรื่องนี้ก็เพราะประชาชนให้ความสนใจ" นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า มีตัวแปรอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นตัวแปรแทรกอีกมากมาย

2.3 การวิจัยตัวแปรอื่นๆ ที่วาระเกี่ยวข้อง

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องการกำหนดวาระของสื่อ แม้จะมีผลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัว คือ วาระของสื่อ (Media Agenda) วาระของสาธารณะ (Public Agenda) และวาระที่ถูกกำหนดมาจากผู้มีอำนาจให้เป็นวาระของสังคม (Policy Agenda) แต่ทว่าคำถามที่ถามต่อมาก็คือ ใครเป็นผู้กำหนดใครดังที่ได้กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ยังมีคำถามเรื่องตัวแปรแทรก (intervening factor) ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง การวิจัยเรื่องการกำหนดวาระในชั้นต่อๆ มาจึงเป็นความพยายามที่จะตอบปัญหาดังกล่าว

งานวิจัยของ S.Iyengar & D.Kinder (1987) พยายามจะตอบคำถามเรื่องตัวแปรใดเป็นสาเหตุ ตัวแปรใดเป็นผลลัพธ์ด้วยการใช้วิธีการวิจัยแบบทดลองและค้นหาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง กลุ่มทดลองถูกถามให้ระบุประเด็นปัญหาที่สำคัญในทัศนะของพวกเขา ก่อนหน้าและหลังจากที่ได้เปิดรับข่าวประจำวันในช่วงเวลาเย็นจากสื่อมวลชน ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า

- หลังจากเปิดรับข่าวจากสื่อมวลชนแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะจัดลำดับของข่าวบางข่าวให้มีความสำคัญมากขึ้นกว่าในช่วงก่อนจะเปิดรับข่าว (และแตกต่างจากกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้เปิดรับ) กลุ่มตัวอย่างรายงานว่า ปัญหาบางปัญหา (ที่สื่อนำเสนอ) มีความสำคัญต่อประเทศชาติมาก สมควรได้รับการเอาใจใส่และรัฐบาลควรทำอะไรสักอย่าง

- ลักษณะของการนำเสนอ Iyengar & Kinder พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ (dramatic) มีผลทำให้อำนาจในการกำหนดวาระนั้นลดน้อยลง ทั้งนี้อาจจะเป็นไปได้ว่าการเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์นั้นจะต้องมุ่งเน้น



ที่ตัวบุคคลหรือตัวเหตุการณ์ มิใช่ตัวประเด็น (issues) ทำให้ความสำคัญของประเด็นพรั่มัวไป

- ตำแหน่งหน้าที่ของข่าว มีผลอย่างมากต่ออำนาจในการกำหนดวาระ ทั้งนี้อาจมีเหตุผลมาจาก 2 ประการคือ ประการแรก เป็นธรรมชาติของการรับรู้ที่คนเราจะมีความสนใจในระดับสูงเมื่อตอนเริ่มต้น ส่วนในตอนต่อๆ ไป ความสนใจก็จะลดระดับลงหรืออาจถูกขัดจังหวะความสนใจจากเหตุการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นการดูโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน ประการที่สอง ประชาชนได้เรียนรู้กฎกติกาการยาทของรหัสของข่าวแล้วว่า ข่าวในลำดับแรกเป็นเรื่องราวที่มีคุณค่าของข่าวมากที่สุดควรค่าแก่ความสนใจ

- Priming เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้รับสารทั่วไปที่แม้จะมีแรงจูงใจอย่างสูงมากในการเปิดรับข่าวสาร แต่ก็ไม่มีใครสามารถจะรับรู้เรื่องราวที่มีความซับซ้อน เช่น เศรษฐกิจหรือการเมืองโลกได้อย่างรอบด้าน ดังนั้น ผู้รับสารจึงมักเลือกรับรู้ “สิ่งที่เข้าใจได้ง่าย” มากกว่า งานวิจัยของ Iyengar & Kinder จึงพบว่า โทรทัศน์ได้ช่วย “เลาะเล็ม” (priming) เอาพวกข้อสรุปทางการเมืองหรือการตัดสินใจทางเลือกบางอย่างเท่านั้นมานำเสนอ โดยตัดทิ้งบรรดารายละเอียดอื่นๆ ออกไป เพื่อตัดเย็บให้เหมาะกับแบบแผนการรับรู้ของผู้รับสาร Iyengar ได้สรุปว่า ในขณะที่แนวคิดเรื่อง “การกำหนดวาระ” แสดงให้เห็นผลกระทบของเนื้อหาข่าวที่มีต่อการรับรู้ความสำคัญของประเด็นต่างๆ แนวคิดเรื่อง “priming” ก็ได้แสดงให้เห็นผลกระทบของเนื้อหาข่าวในการให้นำหนักต่อการตัดสินใจทางการเมืองแบบต่างๆ ของสื่อมวลชน

จากผลการวิจัยดังกล่าว Iyengar & Kinder ได้ให้ข้อสรุปสั้นๆเอาไว้ว่า อำนาจของข่าวโทรทัศน์รวมทั้งสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ นั้น ไม่ได้อยู่ที่ความสามารถในการโน้มน้าว หากแต่อยู่ที่การชี้้นำความสนใจของสาธารณะ (agenda - setting) และอยู่ที่การช่วยกำหนดเกณฑ์ประกอบการวินิจฉัยให้แก่สาธารณะ (priming)

ปัญหาที่ยังหลงเหลือ ถึงแม้จะมีงานวิจัยของ Iyengar & Kinder ที่ดูเหมือนจะมีนัยยะสรุปว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นสาเหตุและความสนใจของประชาชนนี้เป็นผลลัพธ์ อันหมายความว่าสื่อยังคงมีพลังในการสร้างผลกระทบบางอย่างแก่ผู้รับสารได้ แต่ทว่าข้อสรุปดังกล่าวก็ยังไม่ได้รับการยอมรับในทุกเงื่อนไขและ



ทุกกรณี ดังนั้นจึงยังคงมีข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะใหม่เกิดขึ้นอยู่เสมอเช่น

Davis & Robinson (1986) วิจารณ์ว่า งานวิจัยเรื่องการกำหนดวาระเท่าที่ทำมานั้นยังคงมองข้ามหรือละเลยประเด็นคำถามที่ละเอียดลงไปกว่าเรื่องการกำหนดวาระก็คือ สิ่งที่ประชาชนคิดว่าสำคัญนั้นเกี่ยวข้องกับคำถาม(ตัวแปร)ต่อไปหรือไม่

- เรื่องของใครจึงจะเป็นเรื่องสำคัญ (ตัวแปรเรื่องบุคคลที่เป็นข่าวเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่)
- เหตุการณ์สำคัญนั้นเกิดขึ้นที่ไหน (ตัวแปรเรื่องสถานที่ที่เป็นข่าวเกี่ยวข้องหรือไม่)
- ทำไม่เรื่องราวดังกล่าวจึงสำคัญ

Rogers & Dearing (1987) เสนอให้แยกแยะตัวแปร 3 ตัวออกจากกันให้เด่นชัด คือ

- (ก) ลำดับความสำคัญที่สื่อเป็นผู้จัด (Media Agenda)
- (ข) ลำดับความสำคัญที่สาธารณะเป็นผู้จัด (Public Agenda)
- (ค) ลำดับความสำคัญที่ผู้มีอำนาจเป็นผู้จัด (Policy Agenda)

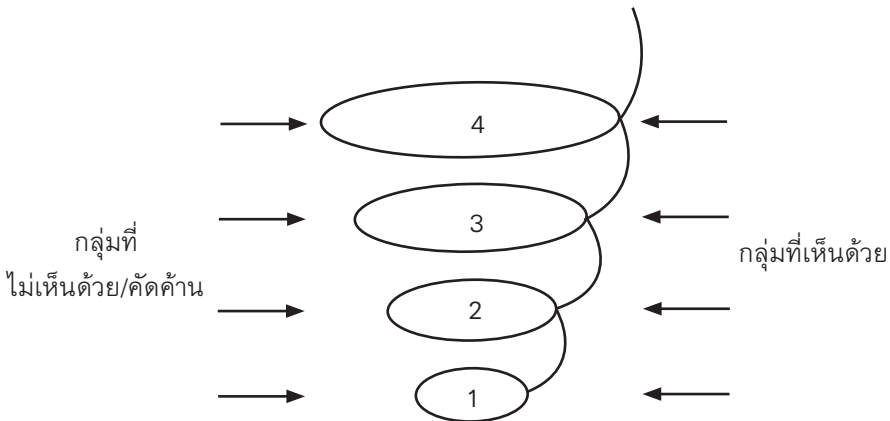
จากนั้นเขาก็เสนอว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 นี้มีลักษณะซับซ้อนและมีทิศทางที่แตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแต่ละตัวแปร เช่น คุณลักษณะเรื่อง “ความน่าเชื่อถือได้” ของตัวสื่อ คุณลักษณะเรื่อง “ประสบการณ์ส่วนตัว” ของสาธารณะ(ผู้รับสาร) หรือคุณลักษณะเรื่องอำนาจของผู้กำหนดนโยบาย รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับตัวสื่อมวลชน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้อาจจะทำให้การจัดวาระสำคัญในผู้รับสารอาจจะแตกต่างจากในสื่อ เพราะระบบคุณค่าของสาธารณะและสื่อเป็นคนละชุดกัน เป็นต้น

พลังของสื่อที่มีผลต่อระดับปัจเจกและระดับมหภาค งานวิจัยเรื่องการกำหนดวาระที่กล่าวมานั้นมักจะมุ่งดูผลกระทบของสื่อที่มีต่อระดับปัจเจกบุคคล แต่ K.Lang & G.Lang ได้เปิดแนวความสนใจใหม่ในเรื่องผลกระทบต่อระดับมหภาค/สังคม ที่เขาเรียกชื่อว่า “การสร้างวาระ” (Agenda-building) ซึ่งหมายความว่าถึงกระบวนการอันซับซ้อนที่ประเด็นหนึ่งๆ จะถูกสร้างให้มีความสำคัญในการกำหนดและวางแผนนโยบายออกมา (เช่นเรื่อง แร่งงานเด็ก การมี

ตำรวจหญิงเป็นผู้สอบสวนเรื่องการข่มขืน การใช้น้ำมันรั้สาร การประหัตพลิงงาน การแสดงทรัพย์สินของรัฐมนตรี ฯลฯ) ในกระบวนการนี้ K.Lang & G.Lang พบองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ส่วนคือ สื่อมวลชน รัฐบาล และประชาชน ต่างมีอิทธิพลต่อกันและกัน ดังปรากฏหลักฐานเมื่อเขาทำวิจัยกรณี Watergate

3. ปรากฏการณ์วงเกลียวแห่งความเงียบงัน (Spiral of silence)

มีปรากฏการณ์ที่มักเกิดขึ้นอยู่เป็นประจำที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับมติสาธารณะ (public opinion) เช่นในกรณีความขัดแย้งระหว่างสหรัฐกับอิรัก และมีการตัดสินใจว่า น่าจะต้องมีการทิ้งระเบิดสังฆอนอิรัก ในระยะแรกที่มีการเผยแพร่ข่าวนี้ในหมู่สาธารณชน ยังมีความคิดเห็นแบ่งเป็น 2 กระแส คือ กลุ่มที่เห็นด้วยและคัดค้าน อย่างไรก็ตาม หากเมื่อใดที่สื่อมวลชนทุกแขนงออกมาแสดงจุดยืนของตนในเชิงที่เห็นด้วย ปรากฏการณ์ที่จะเกิดตามมาก็คือ กลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยจะค่อยๆ ถอยร่นและเงียบลงไป ในขณะที่กลุ่มคนที่เห็นด้วย (เห็นเหมือนสื่อ) จะมีเสียงดังขึ้น และประสานกับเสียงของสื่อจนทำให้ดูเหมือนว่า นั่นเป็นความคิดเห็นของคนกลุ่มใหญ่แล้ว และยังพลอยทำให้เสียงของกลุ่มคัดค้านแผ่วเบาลงทุกที ดังที่อาจเขียนภาพเปรียบเทียบในรูปได้ดังนี้



จากภาพดังกล่าว ปรากฏการณ์นี้จึงถูกเรียกว่า “ปรากฏการณ์วงเกลียวแห่งความเงียบงัน” (Spiral of silence) ที่อาจจัดได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของอิทธิพลของสื่อในเรื่องการกำหนดวาระ (Agenda setting) ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว แต่ทว่าเป็นอิทธิพลที่มองเห็นได้ในระดับมหภาค/สังคม มากกว่าจะเป็นระดับบุคคล/ปัจเจก

3.1 Noelle-Neumann ผู้บุกเบิก

ในปี 1984 Noelle - Neumann ซึ่งทำงานเกี่ยวกับเรื่องประชามติ (public opinion) สังเกตเห็นปรากฏการณ์จากการทำงานหลายต่อหลายครั้งว่า เมื่อเวลาที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารใดๆ ออกไป ณ จุดปะทะที่ 1 ซึ่งสื่อได้แสดงจุดยืนที่จะสนับสนุนประเด็นดังกล่าว กลุ่มคนที่คัดค้านก็จะเริ่มลังเลที่จะแสดงทัศนะของตน อันอาจจะเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่นผู้คัดค้านรับรู้ว่าการคัดค้านที่สื่อแสดงออกมานั้นเป็นตัวแทนความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ (อาจจะไม่จริง) หรืออาจเป็นเพราะว่า วาระใดหรือข้อมูลใดที่สื่อไม่พูดถึงหรือไม่หยิบยกมากล่าวถึง (เช่น เหตุผลสนับสนุนการคัดค้าน) ประชาชนก็จะขาดข้อมูลที่จำเป็นต่อการคัดค้านของตน ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ กลุ่มที่คัดค้านจะเริ่มเงียบเสียงของตัวเองลงไป ในจุดปะทะที่ 2 จะมีแต่ทัศนะของกลุ่มที่เห็นด้วยและของสื่อ (ที่เห็นด้วยเช่นกัน) ที่แสดงออกอย่างมากมายจนราวกับเป็นเอกฉันท์ และมีผลทำให้ในจุดปะทะต่อไป (3/4) เสียงของฝ่ายค้านจะกลายเป็นเสียงส่วนน้อยลงไปทุกที (อันอาจเนื่องมาจากภายในกลุ่มคัดค้านก็ได้เปลี่ยนแปลงย้ายข้างไปอยู่กับเสียงข้างมากแล้ว)

3.2 คำอธิบาย E.Katz

สืบเนื่องมาจากงานของ Noelle-Neumann E.Katz (1983) ได้ประมวลขั้นตอนอย่างละเอียดของปรากฏการณ์วงเกลียวแห่งความเงียบงันเอาไว้ดังนี้

1. ณ จุดเริ่มต้น ปัจเจกบุคคลแต่ละคนจะมีความคิดเป็นของตัวเองที่หลากหลาย
2. แต่เนื่องจาก “ความกลัวที่จะถูกโดดเดี่ยว” ทำให้ปัจเจกยังไม่กล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมา หากเขาคิดว่าจะไม่มีความเห็นด้วย/สนับสนุนความคิดเห็นของเขา



3. บัจเจกจะเริ่มลองตรวจสอบดูว่ามีอะไรบ้างที่เป็นสัญญาณสนับสนุนความคิดเห็นของเขา

4. สื่อมวลชนเป็นแหล่งใหญ่ที่จะใช้อ้างอิงและหาข้อมูลว่าใครมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างในเรื่องนี้ มีใครสนับสนุนใครคัดค้าน แต่ละฝ่ายมีมากน้อยแค่ไหน

5. กลุ่มอ้างอิงกลุ่มอื่นๆ นอกเหนือจากบัจเจกก็ทำการตรวจสอบในลักษณะเดียวกัน

6. สื่อมวลชนมีแนวโน้มที่จะพูดประสานเป็นเสียงเดียวกัน

7. ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีแนวโน้มที่จะวาดภาพผิดๆ เกี่ยวกับการกระจายตัวของความคิดเห็นของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม กล่าวคือแทนที่สื่อจะเล่นบทบาทเป็นเวทีให้ทุกความคิดเห็นมีโอกาสมาเปิดตัว สื่อกลับนำเสนอเพียงบางความคิดเห็นเท่านั้น แต่สาธารณชนกลับรับรู้ไปว่า ความคิดเห็นนั้น (ความคิดเห็นของสื่อ) เป็นตัวแทนความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่

8. เมื่อรับรู้ผลว่า ความคิดเห็นของตนเอง (ซึ่งอาจจะเป็นความคิดเห็นส่วนใหญ่ด้วยซ้ำไปในบางกรณี) ไม่ค่อยมีคนสนับสนุน บัจเจกก็จะสูญเสียความมั่นใจและถอนตัวออกไปจากเวทีการแสดงความคิดเห็น ซึ่งเท่ากับเป็นการเร่งจังหวะวงเกลียวแห่งความเกลียดชังให้เพิ่มมากขึ้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้อาจจะไม่ได้เปลี่ยนความคิดไป แต่ทว่าจะหยุดเคลื่อนไหวเพื่อหาพรรคพวกสนับสนุนและยกเลิกการต่อสู้ทางความคิด

9. สังคมก็จะถูกรอบงำด้วยกระแสความคิดเพียงความคิดเดียวหรือสองสามความคิดเท่านั้น

จากการวิเคราะห์ขั้นตอนดังกล่าวทำให้ Katz สรุปว่า หากกรณีส่วนใหญ่เป็นดังที่วิเคราะห์ก็แสดงว่า ผลกระทบที่มีต่อระดับมหภาค/สังคมที่กล่าวมานี้ จะสะท้อนด้านที่มีเดิมของสื่อมวลชน ทั้งๆ ที่เรามีชีวิตอยู่ในสังคมประชาธิปไตยที่ทุกคนมีสิทธิแสดงความคิดเห็น แต่ทว่าสื่อมวลชนกลับมีบทบาทไม่ต่างไปจากสื่อบุคคล คือ กดเก็บความคิดเห็นอันหลากหลายและแตกต่าง และก่อให้เกิดภาวะเกลียดชังในกระแสการไหลของข่าวสาร อย่างไรก็ตามเนื่องจาก Katz เป็นนักทฤษฎีที่สังกัดอยู่แนวทาง Uses and Gratifications Approach ที่มองว่าผู้รับสารนั้นเลือกรับสารอย่าง Active อย่างเป็นทางการ ทำให้ Katz



ไม่ว่าจะตกลงปลงใจได้ว่า ข้อสังเกตของ Noelle - Neumann จะเป็นจริงในกรณีส่วนใหญ่ เขาเห็นว่าคำอธิบายของ Noelle - Neumann ก็คือ รูปโฉมใหม่ของ Mass Society theory ที่เคยถูกวิจารณ์มาแล้วในอดีตนั่นเอง

3.3 การวิเคราะห์ลักษณะอันทรงพลังของสื่อมวลชน

จากผลงานของ Noelle-Neumann McQuail ได้วิเคราะห์ห่าว่ามีตัวแปร 4 ตัว ที่เกี่ยวข้องกับอยู่ในทฤษฎีวงเกลียวแห่งความเจียบบังนี้คือ

- สื่อมวลชน
- การสื่อสารระหว่างบุคคลและความสัมพันธ์ทางสังคม
- การแสดงความคิดเห็นของปัจเจกบุคคลต่อสาธารณะ
- การรับรู้ของปัจเจกบุคคลต่อภาวะแวดล้อมในเรื่อง “บรรยากาศของความคิดเห็น” (คล้ายๆ กับการตรวจดูทิศทางลมว่ากระแสความคิดจะเคลื่อนไหวไปทางไหน)

หัวใจของปรากฏการณ์นี้เกิดเนื่องมาจากปัจจัย 2 ประการ ประการแรกคือ “ความกลัวที่จะถูกโดดเดี่ยวทางความคิด” ในประเด็นที่เป็นประเด็นสาธารณะ เพราะฉะนั้น ถ้าความคิดเห็นของตนเองตรงกับคนอื่นก็จะแสดงออกได้อย่างเต็มที่ แต่ถ้าคิดต่างออกไปแบบแคะดำก็ “เจียบเจย” ไว้ดีกว่า (พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง)

ประการที่สองก็คือบทบาทของสื่อมวลชน เนื่องจากปัจเจกบุคคลมีขีดจำกัดที่จะล่วงรู้ได้ว่าคนอื่นๆ กำลังคิดอะไรอยู่ ดังนั้นช่องทางเดียวที่จะใช้เป็นมาตรวัดความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ก็คือ ผ่านสื่อมวลชน ดังนั้น อะไรที่แสดงอยู่ในสื่อมวลชนจึงแสดงว่าสิ่งนั้นเป็นตัวแทนความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ สื่อมวลชนจึงมีบทบาทหน้าที่ซึ่งนำความคิดเห็นของสังคมไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม McQuail จึงกล่าวสรุปว่า ในการตัดสินใจประเด็นทางการเมืองแต่ละครั้ง แนวโน้มที่อนุรักษ์หรือที่ก้าวหน้าของสื่อมวลชนย่อมมีผลต่อประชาชนอย่างมาก

และเนื่องจากผลการวิจัยที่ศึกษาอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาเกือบหนึ่งทศวรรษทำให้ Noelle - Neumann สรุปอย่างมั่นใจว่า สื่อมวลชนมีพลังอำนาจมากพอสมควรทีเดียว และเห็นว่าบรรดากระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่ออันได้ประเมินพลังของสื่อมวลชนต่ำเกินไปว่าจะทำได้เพียงแค่ออกย้าสิ่งที่มืออยู่เท่านั้น Noelle - Neumann จึงได้นำเสนอสมมติฐานใหม่ว่าหากเมื่อใดที่โอกาส



ในการเลือกการรับรู้ (Selective Perception) ของประชาชนมีอยู่อย่างจำกัด เมื่อนั้นโอกาสที่สื่อมวลชนจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลก็มีมากขึ้น

Noelle - Neumann นำเอาสมมติฐานดังกล่าวมาขยายความต่อโดยทาบดูกับปรากฏการณ์ที่เป็นจริงและให้ข้อสรุปว่า ในสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน ทางเลือกในการรับรู้ของประชาชนนั้นจะมีอยู่อย่างจำกัดมาก ทั้งนี้เนื่องมาจาก ลักษณะการทำงาน 3 ประการของสื่อมวลชน คือ

1. Ubiquity ในทุกหนทุกแห่ง สื่อมวลชนจะมีบทบาทเป็นแหล่งข่าวสารที่พบได้ในทุกที่

2. Cumulation สื่อต่างๆ มีแนวโน้มที่จะเสนอเรื่องราวแบบซ้ำซาก มุมมองที่ใช้พิจารณาก็เหมือนๆ กัน ไม่ว่าใครจะเป็นบรรณาธิการ ไม่ว่าจะ เป็นสื่อประเภทไหน หรือไม่ว่าจะเป็นช่วงยุคสมัยไหน

3. Consonance ระบบค่านิยมของบรรดานักข่าวที่มีบทบาทสำคัญในการรายงานเนื้อหาข่าวของทุกสื่อจะมีลักษณะเหมือนกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัย 5-6 ประการนี้ คือ

- ทั้งความเชื่อและประสบการณ์ของนักข่าวทุกระดับ ทุกสาขา ที่มีต่อประเด็นสาธารณะในการเสนอทั้งเนื้อหาและวิธีการเสนอให้สาธารณะยอมรับนั้น จะเหมือนๆ กัน

- พวกนักข่าวมีแนวโน้มร่วมกันที่จะตอกย้ำความเชื่อและความคิดเห็นของตนเอง (เช่น เลือกเก็บเหตุการณ์ที่ตนเองคาดการณ์ถูกต้องเอาไว้ เลือกทิ้งเหตุการณ์ที่ตนเองผิดพลาด) รวมทั้งมีแนวโน้มที่จะแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของตนเองเหมาะสม การคาดการณ์ของตนเองถูกต้อง

- แหล่งข่าวสารที่บรรดานักข่าวใช้ต่างเป็นแหล่งเดียวกัน
- สื่อแต่ละสื่อต่างใช้กันและกันเป็นแหล่งอ้างอิง เช่น คนหนังสือพิมพ์ก็คอยดูข่าวโทรทัศน์ คนข่าวโทรทัศน์ช่องต่างๆก็ล้วนคอยดูข่าวช่องอื่นๆ นักข่าววิทยุก็อาศัยข่าวจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

- คนข่าวแต่ละคนต่างก็อยากได้การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและเจ้านาย ดังนั้นจึงพยายาม “อยู่ในแถว” มากกว่า “แตกแถว”

- ตามปกติกลุ่มนักข่าวจะเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกัน มีทัศนคติทางวิชาชีพที่ได้รับการหล่อหลอมมาจากเป้าหมายคล้ายคลึงกัน ดังนั้นทัศนคติของพวกเขาจึงคล้ายสิ่งๆ ที่ออกมาจากแบบพิมพ์เดียวกัน

การเกิดของทฤษฎีผลของสื่อในระดับปานกลาง



4. ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน (Media Dependency Theory)

เป้าหมายหลักของทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชนนั้น ก็เพื่อที่จะไขข้อข้องใจว่า เพราะเหตุใดในเงื่อนไขหนึ่ง สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลโดยตรงและอย่างมากต่อบุคคล แต่ทว่าในอีกเงื่อนไขหนึ่งก็มีอิทธิพลน้อยมากและเป็นอิทธิพลทางอ้อมๆ เท่านั้น เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ ทฤษฎีพึ่งพาสื่อมวลชนได้พยายามประสานคำอธิบายจากสำนักคิดทั้ง 5 สำนักที่เราได้กล่าวถึงมาแล้วเข้าด้วยกันคือ

1. Structural Functionalism ที่สนใจเรื่องเสถียรภาพของสังคม
2. Conflict Theory ที่เน้นความขัดแย้งอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคม
3. Evolution Theory ที่เน้นการปรับตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของการเปลี่ยนแปลง
4. Symbolic Interactionism ที่สนใจการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์
5. Cognitive Paradigm ที่ให้ความสนใจกับหน่วยการวิเคราะห์ระดับปัจเจกบุคคล ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจ ทศนคติ ค่านิยม และการกระทำของบุคคล

วิธีการสร้างทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ DeFleur & Ball-Rokeach ผู้บุกเบิกทฤษฎีนี้ได้อาศัยวิธีการทำงานสร้างทฤษฎีแบบนิเวศวิทยา กล่าวคือ ให้ความสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยเล็ก (บุคคล) หน่วยกลาง (สื่อมวลชน) และหน่วยใหญ่ (สังคม) ว่าความสัมพันธ์ในระดับต่างๆ นี้เป็นอย่างไร ร่วมมือหรือว่าขัดแย้ง เปลี่ยนแปลงหรือว่าหยุดนิ่ง ฯลฯ

ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานย่อยๆ เหล่านี้ ทำงานอยู่ระหว่างหลักการ 2 ด้าน คือ การมีเป้าหมาย (Goals) และการมีทรัพยากร (Resource) เช่น เป้าหมายของปัจเจก ของสื่อมวลชน และของสังคมมีอะไรบ้าง และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว แต่ละหน่วยย่อยมีทรัพยากรอะไรบ้างอยู่ในมือ

ในแง่นี้ สื่อมวลชนจะเป็นสถาบันที่มีทรัพยากรอยู่ 3 แหล่ง ที่จะเอื้ออำนวยให้หน่วยอื่นๆ (ทั้งปัจเจกและสังคม) มาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายของตนเองคือ

1. เป็นแหล่งทรัพยากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือสร้างข้อมูล
2. เป็นแหล่งจัดการแปรรูปข้อมูล (Information Processing)
3. เป็นแหล่งแพร่กระจายข่าวสารข้อมูล

เนื้อหาหลักของทฤษฎีฟังพาสื่อ มีสมมติฐาน 4 ข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา
ทฤษฎีฟังพาสื่อคือ

1. ลักษณะของโครงสร้างสังคมแต่ละแบบเป็นอย่างไร



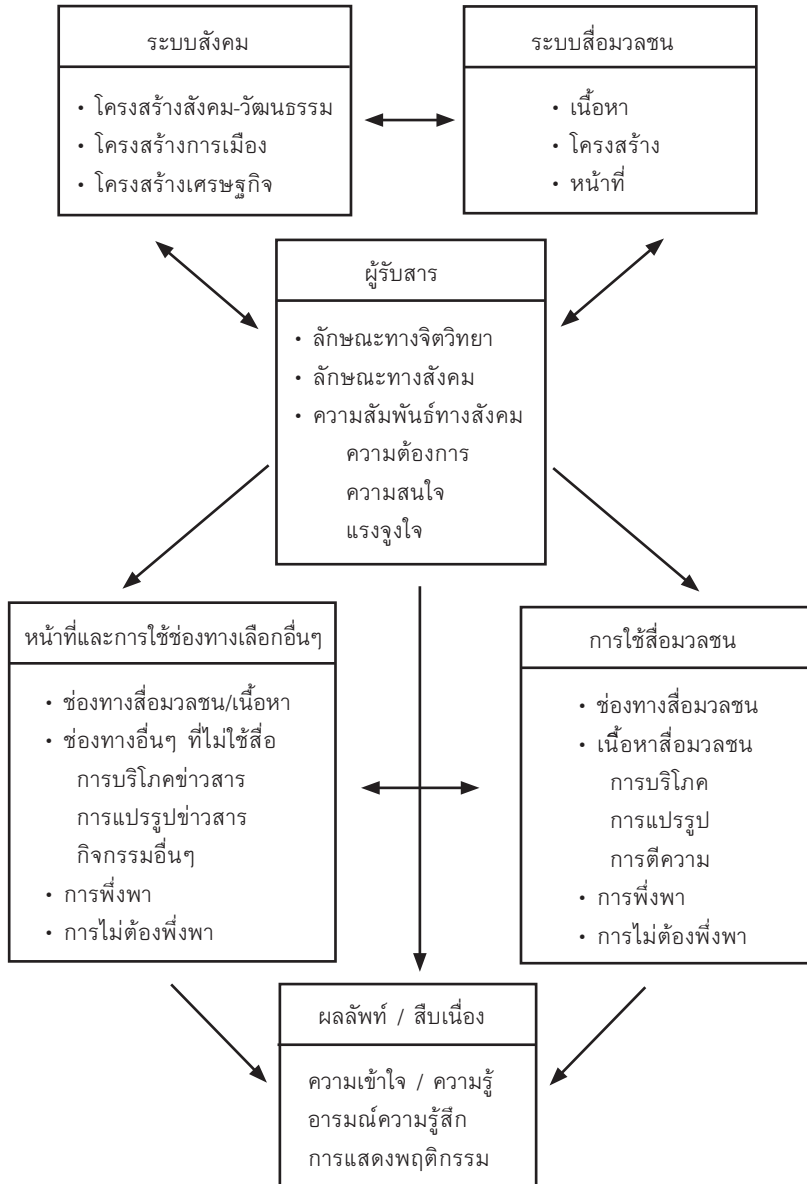
2. โครงสร้างดังกล่าวจะกำหนดให้สื่อมวลชนมีบทบาทต่อผู้รับสารมาก
น้อยแตกต่างกันไป



3. อันจะมีผลทำให้ผู้รับสารต้องฟังพาสื่อมากน้อยแตกต่างกันไป



4. และผลลัพธ์สุดท้ายก็คือจะตัดสินใจว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร
มากหรือน้อยแตกต่างกันไป



จากแผนผังดังกล่าวนี้ DeFleur & Ball - Rokeach ได้วิเคราะห์ข้อสรุปของทฤษฎีการฟังพาสื่อดังนี้

การเกิดของทฤษฎีผลของสื่อในระดับปานกลาง



ระดับที่ปัจเจกจะต้องพึ่งพาสื่อมวลชน จะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

- หน้าที่ในการนำข่าวสารมาให้ประชาชนนั้น สื่อทำได้อย่างมากและทำได้อย่างสำคัญมากน้อยเพียงใด (มองจากการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อในสังคม)

- ระดับของการเปลี่ยนแปลงและวิกฤตการณ์ของโครงสร้างสังคมมีมากน้อยเพียงใด เช่น ในช่วงเวลาที่มีภาวะวิกฤตต่างๆ เช่น มีภัยธรรมชาติ (แผ่นดินไหว น้ำท่วม) หรือหายนะต่างๆ (เช่น ช่วงสงคราม) ประชาชนต้องมีการพึ่งพาสื่อมากขึ้น จนกระทั่งข่าวสารเรื่องนั้นอาจจะครอบงำกระแสความสนใจของประชาชนไว้ได้ทั้งหมด ในกรณีเช่นนี้ หากช่องทางการใช้และการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนล้มเหลว (เช่น ไฟฟ้าในบ้านดับ รัฐบาลกั้นข่าวสาร) ประชาชนก็จะหันไปใช้ช่องทางทางเลือกอย่างอื่นๆ (เช่น โทรศัพท์ถามเพื่อนบ้าน)

นอกจากนั้นผลจากการวิจัยเรื่องการพึ่งพาสื่อของปัจเจกบุคคลยังพบว่า มีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ช่วงระยะ (When) ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว เหตุผลในการใช้สื่อ (Why) เช่น การใช้สื่อประเภทใดเป็นเครื่องมือสำคัญ หรือการใช้สื่อด้วยความเคยชิน และลักษณะข่าวสารของสื่อ (Media Messages) เช่น ข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นสามารถแสวงหาได้จากแหล่งข่าวทางเลือกอื่นๆ หรือเปล่า หากเป็นข่าวสารที่เกินขีดความสามารถของแหล่งข่าวอื่นๆ ในกรณีนี้ปัจเจกจะต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างมาก

กล่าวสำหรับโครงสร้างสังคมแบบอุตสาหกรรมนั้น ประชาชนมีความจำเป็นและมีความต้องการที่จะต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะสังคมอุตสาหกรรมนั้นมีลักษณะซับซ้อนมากกว่าสังคมเกษตรกรรม ดังนั้น ประชาชนจึงต้องการสื่อมวลชนมาช่วยทำหน้าที่หลายๆ อย่าง เช่น

- มาช่วยอธิบายเรื่องราวว่าโลกเราได้มีอะไรคืบหน้าไปบ้างแล้ว เช่น การรายงานข่าวเรื่องการโคลนนิ่ง เป็นต้น
- มาช่วยชี้นำผู้บริหาร ตัวอย่างเช่น บรรดาคำอธิบายให้ป้องกันสุขภาพอนามัยในช่วงเวลาที่เกิดโรคระบาด
- มาช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดอันเป็นผลสืบเนื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยากของสังคมอุตสาหกรรม



ตามปกติคนในสังคมอุตสาหกรรมทำความรู้จักโลกโดยมิได้ผ่านประสบการณ์โดยตรง (Direct experience) อยู่แล้ว หากแต่รู้จักโลกโดยผ่านสื่อ (Mass - Mediated experience) ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่เกือบจะรอบด้านในการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลก เช่น

- ช่วยให้ปัจเจกบุคคลเข้าใจโลก ช่วยในการอ่านความหมายของโลก (make sense) เช่น ด้วยการติดตามดูละครโทรทัศน์ไทย ช่วยให้คนต่างชาติ make sense กับสังคมไทยได้
- ช่วยให้คนรู้จักวิธีการแสดงออกอย่างมีความหมายต่อการเคลื่อนไหวของสังคมและโลกภายนอก เช่น รายงานจากข่าวพยากรณ์อากาศ ทำให้รู้ว่าควรเตรียมตัวอย่างไรบ้าง

• สื่อมวลชนเป็นตัวช่วยวางรูปแบบความคาดหวังของเรา (ในราชการไทยเราคาดหวังจากผู้นำทางการเมืองได้มากเท่ากับในอเมริกาหรือไม่) รวมทั้งช่วยลากเส้นขอบฟ้าแห่งจินตนาการของมนุษย์ด้วย เช่น เด็กที่อยู่ในสหรัฐอเมริกา ย่อมจินตนาการได้ว่าสักวันหนึ่งเขาอาจจะได้เป็นประธานาธิบดีหรือออกไปท่องอวกาศได้

• ระดับความต้องการกับการพึ่งพาสื่อ ตัวแปรตัวหนึ่งที่จะมีส่วนกำหนดระดับการพึ่งพาสื่อก็คือ ความต้องการของปัจเจกบุคคล หากบุคคลมีความต้องการข่าวสารอย่างมาก (ตัวอย่างเช่น คนที่มีอาชีพเล่นหุ้นกับชาวไร่ชาวนาย่อมมีความต้องการข่าวสารที่แตกต่างกัน) อัตราการพึ่งพาข่าวสารก็จะมียิ่งมีมากขึ้น และในกรณีเช่นนี้ ทั้งสื่อมวลชนและข่าวสารจะมีผลต่อบุคคลนั้นอย่างสูงตามไปด้วย ด้วยคำอธิบายเช่นนี้ เราจึงสามารถอธิบายในทางกลับกันได้ว่า มิใช่ปัจเจกบุคคลทุกคนจะต้องพึ่งพาสื่อหรือจะได้รับอิทธิพลจากสื่ออย่างเสมอหน้าทั่วกันและอย่างเสมอไปในทุกกรณี



เอกสารอ้างอิง

1. Cohen, B (1963)
The Press and Foreign Policy, Prinecton ,
NJ : Princeton University Press.
2. Davis , D.K. & Robinson , J.P. (1986)
“News Story Attributes & Comprehension”
in J.P.Robinson & M.Levy, The Main source . Bevery Hills : CA.
3. DeFleur , M. & S.Ball-Rokeach , s. (1989)
Theories of Mass Communication (5 ed) Longman.
4. Iyengar , s. & D.R.Kinder (1987)
News that Matters : Television and American Opinion ,
Chicago : Univ. of Chicago Press.
5. Katz , E. (1983)
“Publicity and Pluralistic Ignorance :
Note on the Spiral of Silence” in E. Wartella et al (eds)
Mass Communication Yearbook Vol 4 : Beverly Hillls.
6. Lang , K. & Lang , C.E. (1959)
“The Mass Media and Voting” in E.Burdick & A.J. Bredbeek (eds) ,
American Voting Behavior , Glencoe : Free Press
7. Murphy R.D (1977)
Mass Communication and Human Interaction ,
Houghton Mifflin Company.
8. McCombs , M.E.& D.L.Shaw (1972)
“The Agenda-Setting of Mass Media”
Public Opinion Quartely 36 : pp 176-187

9. Noelle - Neumann , E. (1984)

The Spiral of Silence , Chicago : Univ of Chicago Press.

10. Rogers,E.M. & Dearing , J.W. (1987)

“Agenda-setting research” in J.Anderson (ed)

Communication Yearbook 11 , pp 55-94



บทที่ 13

การสร้างความหมายทางสังคม
(Social Construction of Meaning)



1. มิติใหม่ของการศึกษาสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เชิงวัฒนธรรม

มีเรื่องเล่าว่า เมื่อสมเด็จพระนางเจ้าควีนอลิซาเบธที่ 2 ทราบว่าพระองค์จะได้สถาปนาเป็นกษัตริย์องค์ต่อไปของอังกฤษ พระมารดาของพระองค์ได้เขียนจดหมายอบรมพระธิดาว่าควรปฏิบัติตนอย่างไรบ้างในการเป็นกษัตริย์ และหนึ่งในข้อแนะนำหลายประการก็มีอยู่ข้อหนึ่งว่า

*“เมื่อเวลาเสด็จประพาสไปยังต่างประเทศ อย่าเพิ่งรีบ
เอาร่มตีหัวชายแปลกหน้าที่วิ่งมาที่รถพระที่นั่ง เพราะ
บางทีเขาอาจจะต้องการมาถวายของเท่านั้น แต่เขาอาจ
จะแต่งกายไม่สุภาพเรียบร้อยนัก”*

ข้อตักเตือนของพระมารดานี้เกิดขึ้นเนื่องจากตัวพระองค์เองก็เคยทำผิด เช่นนั้นมาแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากพระองค์ท่านเคยอ่านจากหนังสือหรือดูจากโทรทัศน์ถึงเรื่องราวที่มีชายแปลกหน้าที่ลอบเข้ามาทำร้ายผู้นำหรือประมุขของประเทศในขณะที่ย้ายมาต่างประเทศด้วยการวิ่งเข้ามาทำร้ายในระยะประชิดตัว

เหตุการณ์ตัวอย่างข้างต้นนี้คล้ายคลึงกับประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของพวกเราทุกคน กล่าวคือ ก่อนที่จะได้พานพบกับประสบการณ์ “ของจริงด้วยตนเอง” (Direct experience) นั้น พวกเรามักจะได้พบได้เห็นได้ฟังประสบการณ์ดังกล่าวผ่านจอโทรทัศน์ หน้าปัดวิทยุหรือหน้าหนังสือพิมพ์มาก่อนแล้ว (Mass-Mediated experience) การพบกับ “โลกในจอ” มาก่อน “โลกนอกจอ” ทำให้เรามีแนวโน้มที่มีปฏิกิริยาหรือตีความไปตามประสบการณ์ผ่านสื่อเป็นส่วนใหญ่

ตัวอย่างที่กล่าวมานี้จะเป็นเนื้อหาของการศึกษาสื่อมวลชนในมิติใหม่ที่แตกต่างจากมิติเดิม ๆ ที่เรียกว่า การศึกษาสื่อมวลชนในมิติทางวัฒนธรรม (Cultural Analysis of Media)



คุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ของการศึกษาสื่อในมิติใหม่จะมีดังนี้

(1) การเปลี่ยนแปลงคำถามหลักในการศึกษา ในขณะที่กลุ่มทฤษฎีที่เชื่อในพลังของสื่อ จะตั้งคำถามประเภทว่า “สื่อมวลชนมีผลกระทบอะไรบ้างต่อผู้รับสาร” หรือกลุ่มกระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อที่พยายามถามว่า “ประชาชนได้เข้ามาใช้สื่ออย่างไรนั้น” ในช่วงหลังจากสงครามโลกครั้งที่สองจบสิ้นลง คำอธิบายของ Mass Society และ Magic Bullet Theory ก็เสื่อมความนิยมตกตามไปด้วย ในขณะที่แนวทางแบบ Uses & Gratifications Approach ยังคงไม่มีคำอธิบายที่มากไปกว่าที่เสนอมานี้แล้ว ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น การวิเคราะห์สื่อมวลชนแนววัฒนธรรมก็ได้เปลี่ยนมุมมองใหม่มาที่ “การบริโภคสื่อมวลชน” (Media Consumption) และ “บทบาทของสื่อมวลชนในชีวิตประจำวัน”

(2) ตัวอย่างคำถามของการวิเคราะห์แบบวัฒนธรรมจะมุ่งดูวิถีชีวิตประจำวันของคน (way of life) ซึ่งในยุคปัจจุบันได้แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลาหลัก ๆ คือ ช่วงเวลาของการทำงาน และช่วงเวลาของการพักผ่อน ในแต่ละช่วงเวลานั้น สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสอดแทรกและสานร้อยเข้าไปในชีวิตประจำวันของบุคคลได้อย่างไรบ้าง

(3) นอกจากการศึกษา “สื่อ” ในแง่ “ตัวสื่อ” เองแล้ว การวิเคราะห์แนววัฒนธรรมยังอาจจะศึกษา “สื่อมวลชน” ใน “ฐานะผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม” อย่างหนึ่งด้วย เช่น การใช้สื่อมวลชนเป็นของขวัญแลกเปลี่ยนกัน (การซื้อเทปให้เป็นของขวัญวันเกิด) การใช้สื่อมวลชนเป็นแหล่งกำเนิดของการพูดคุยสนทนาในชีวิตประจำวัน (ตัวอย่างการวิพากษ์วิจารณ์ละครโทรทัศน์เป็นกรณีที่ชัดเจนที่สุด) การใช้สื่อเป็นตัวแทนทางสัญลักษณ์บางอย่าง (เช่น นักรุกก็จะต้องมีโทรศัพท์มือถือ) เป็นต้น

(4) การวิเคราะห์สื่อในแนววัฒนธรรมนั้น จะมองฐานะและบทบาทของสื่อมวลชนในด้านวัฒนธรรมมากกว่าทฤษฎีก่อน ๆ ที่ได้กล่าวมา กล่าวคือสื่อมวลชนมิใช่มีหน้าที่เป็นเพียง “ช่องทางหรือพาหะ” (channel) ในการเผยแพร่และถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากทว่าสื่อมวลชนเองจะเป็น “แหล่งกำเนิดในการสร้างสรรค์” (generator) วัฒนธรรมของสังคมเลยทีเดียว



2. สองกระแสของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัย (Cultural Studies of Media)

J. Carey (1987) ได้แบ่งประเภททฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

(i) กลุ่มวิวัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยแบบอเมริกัน มักเรียกย่อ ๆ ว่า “Cultural Studies”

(ii) กลุ่มวิวัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยแบบอังกฤษ มักเรียกว่า “Critical Cultural Studies”

อันที่จริงการใช้ชื่อประเทศมาเป็นป้ายยี่ห้อบอกกลุ่มศึกษานั้น เป็นเพียงการหมายถึงประเทศที่ให้กำเนิดของทฤษฎีเท่านั้น เนื่องจากในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ต่างก็เลือกรับแนวทฤษฎีกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดไปใช้ รวมทั้งยังมีข้อเท็จจริงที่ว่า ทั้งสองกลุ่มทฤษฎียังมีการแลกเปลี่ยนและหยิบยืมแนวคิดและแนววิเคราะห์ของอีกฝ่ายหนึ่งไปใช้ด้วย

2.1 จุดร่วมระหว่างสองแนวทาง

จุดร่วมระหว่างทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยของสื่อทั้ง 2 กลุ่มโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “วัฒนธรรม” และ “บทบาทของสื่อ” นั้น มีอยู่หลายประการ เช่น

(i) ทั้งสองกลุ่มเชื่อว่า สื่อมวลชนมีบทบาทอย่างสำคัญในการก่อรูปทางวัฒนธรรม และตัววัฒนธรรมนั่นเองก็เป็นหัวใจในการก่อรูปและแปลงรูปของโลกสังคม

(ii) ทั้งสองกลุ่มได้พัฒนาวิธีการศึกษาแบบใหม่ ๆ ในการศึกษาสำรวจอิทธิพลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรม ในแง่การศึกษาแนววัฒนธรรมมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากทฤษฎีทั้งหลายที่เราได้กล่าวถึงมาแล้ว กล่าวคือ ไม่จำกัดตัวเองอยู่กับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงประจักษ์และการใช้สถิติ หากทว่าได้นำเอาวิธีการวิจัยที่เรียกว่า “การวิจัยเชิงคุณภาพ” มาใช้อย่างกว้างขวาง แม้แต่วิธีการวิจัยที่ดูเหมือนจะไม่มีระบบระเบียบ (เช่น การสังเกต) หรือการวิจัยที่ใช้การสุ่มอย่างเจาะจง (Selective) เช่น การเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกบรรดา key informants ก็ได้ถูกนำมาใช้ด้วย ดังนั้นจึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อการศึกษาเปลี่ยนแปลงเกณฑ์ในการประเมินค่างานวิจัยและทฤษฎีใหม่อีกครั้งหนึ่ง



(iii) ทั้งสองกลุ่มเน้นความสำคัญของสื่อว่า มีบทบาทในการหล่อหลอม “ทัศนะ” ที่ประชาชนใช้ในการมองตัวเอง (ชีวิตทัศน์) และใช้ในการมองโลก (โลกทัศน์) นอกจากนั้นสื่อยังเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ผู้คนใช้เรียนรู้และใช้เป็นทางผ่านเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของสังคม

2.2 จุดต่างระหว่างสองแนวทาง

นอกเหนือจากจุดร่วม 3 ประการที่เหมือนกันแล้ว ทั้งสองกลุ่มทฤษฎีนั้นต่างก็มีเอกลักษณ์ที่เป็นจุดต่างของแต่ละทฤษฎีดังนี้

(i) กลุ่ม Cultural Analysis ค่อนข้างจะเน้นการศึกษาในระดับจุลภาค (micro) และอยู่นอกปริมณฑลทางการเมือง (apolitical) ในขณะที่กลุ่ม Critical Cultural Analysis จะเน้นการศึกษาระดับมหภาค และเกี่ยวข้องกับการเมือง-วัฒนธรรมอย่างเต็มที่

(ii) กลุ่ม Cultural Analysis จะเน้นแนวทางศึกษาที่พิจารณาว่าประชาชนได้ใช้สื่อเพื่อทำความเข้าใจและหาความหมาย (make sense) กับตัวเองและโลกแวดล้อมได้อย่างไร อันเป็นค่านิยมหนึ่งของคำว่า “วัฒนธรรม” ดังนั้นกลุ่มนี้จะสนใจผลสืบเนื่องที่เกิดจากการใช้สื่อในชีวิตประจำวันของคนธรรมดาสามัญ

ในทางตรงกันข้าม กลุ่ม Critical Cultural Analysis จะนิยามว่า “วัฒนธรรมคือสมรภูมิแห่งการสู้รบระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ” ดังนั้น กลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคมจึงพยายามสถาปนา “วัฒนธรรมของตน” และแพร่ขยายให้กลายเป็นวัฒนธรรมของคนทุกระดับชั้นและทุกกลุ่มที่เรียกว่า “Hegemonic Culture” (เช่น เป็นคนไทยต้องพูด ร ล ควบกล้ำให้ชัดเจน) ด้วยเหตุนี้ นักทฤษฎีกลุ่มนี้จึงสนใจที่จะศึกษาว่ากลุ่มชนชั้นนำได้เข้ามาใช้สื่อเพื่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างไรบ้าง ในเวลาเดียวกัน ก็สนใจว่า คนกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมก็ได้พยายามต่อสู้ในสมรภูมิแห่งนี้ เพื่อธำรงรักษาวัฒนธรรมของกลุ่มตนหรือแผ่ขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมของตนผ่านสื่ออย่างไรบ้าง

(iii) ในขณะที่กลุ่ม Cultural Analysis นั้นไม่มีลักษณะวิพากษ์วิจารณ์สื่อและวัฒนธรรมที่มีอยู่ ไม่ยุ่งกับการเมือง และไม่สนใจในเรื่องระดับนโยบาย คงให้ความสนใจแต่วัฒนธรรมในชีวิตประจำวันของประชาชน กลุ่ม Critical Cultural Analysis กลับมีลักษณะที่ตรงกันข้าม คือ ใช้ท่วงทำนองการวิพากษ์วิจารณ์สื่อและวัฒนธรรมที่มีอยู่ เชื่อมโยงการวิเคราะห์สื่อและวัฒนธรรมเข้ากับ



มิติการเมืองอยู่เสมอ และมีเป้าหมายโดยตรงที่จะเคลื่อนไหวในรูปแบบของ ขบวนการทางสังคมเพื่อปรับเปลี่ยนนโยบายทางสังคมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม

สำหรับในเนื้อหาต่อไปนี้จะพิจารณาแนวทางการศึกษาที่เรียกว่า Cultural Studies เป็นหลัก (ส่วน Critical Cultural Studies นั้น ได้นำเสนอ ไปบ้างแล้วในหัวข้อของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory)

2.3 แบบจำลองที่อยู่เบื้องหลัง

J. Carey ผู้นำของแนวทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศาสตร์ได้เปรียบเทียบ เอกลักษณะของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษากับกระบวนการอันจำกัดของสื่อว่า หัวใจของความแตกต่างนั้นอยู่ที่แบบจำลองที่อยู่เบื้องหลังแนวคิดทั้งหมด

กระบวนการอันจำกัดของสื่อยังคงใช้แบบจำลองที่เรียกว่า Transmissional Perspective ที่มองว่า การสื่อสารก็คือ กระบวนการถ่ายทอด ข่าวสารที่ถูกต้องจากแหล่งผู้ส่งที่มีอำนาจไปสู่ผู้รับสารที่ passive เป้าหมายหลักของการสื่อสารคือความต้องการที่จะควบคุมข่าวสารของฝ่ายผู้ส่ง ดังเช่นตัวอย่างของการโฆษณาทางการเมือง การรณรงค์ ตลอดจนการขายสินค้าต่าง ๆ

ในขณะที่ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศาสตร์จะวางอยู่บนแบบจำลองที่เรียกว่า "Ritualistic Perspective" แบบจำลองนี้ไม่ได้เน้นการขยายปริมาณของ ข่าวสารในแง่พื้นที่ (space) (จากผู้ส่งไปยังผู้รับ) แต่สนใจการธำรงรักษาสังคม ในแง่กาลเวลา (time) และไม่สนใจการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสาร หากแต่สนใจ เรื่องการมีความเชื่อความเข้าใจร่วมกันของทั้ง 2 ฝ่าย (shared belief) ในลักษณะของ "การจับเข้าด้วยกัน" ดังนั้นในทัศนะของนักทฤษฎีกลุ่มนี้ การสื่อสาร จึงเป็นกระบวนการทางสัญลักษณ์ที่ทำการสร้างสรรค์ ธำรงรักษา แก้ไขดัดแปลง และตกแต่งความเป็นจริงหนึ่ง ๆ ตัวอย่างเช่น การให้ข้อมูลขายรถยนต์คันหนึ่ง จึงไม่ได้เป็นเพียงเรื่องการบอกเล่าเรื่องยานพาหนะของการเดินทางเท่านั้น แต่อาจจะเป็นสัญลักษณ์แห่งพาหนะที่นำพามนุษยชาติไปสู่ความมีเสรี หรืออาจจะมี ความหมายในเชิงสัญลักษณ์แบบอื่น ๆ (แล้วแต่เนื้อหาของโฆษณา) โดย สัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นระบบความหมายและความเชื่อร่วมกันของทั้งฝ่ายผู้ส่ง และฝ่ายผู้รับ



Carey ค้นหารากฐานความเป็นมาของทัศนะแบบ Ritualistic perspective และพบว่ามียุคอยู่ในประเพณีของการวิจารณ์วรรณกรรม (Literary Criticism) นักวิชาการที่ได้ศึกษาวรรณคดีเรื่องสำคัญ ๆ ต่างยืนยันว่า วรรณคดีเหล่านั้นล้วนมีผลกระทบต่อผู้คนและสังคมอย่างกว้างไกล ลึกซึ้งและยาวนาน เช่น วรรณคดีของเซกสเปียร์ในโลกตะวันตก นิทานชาดกในกรณีของไทย เนื่องจากวรรณคดีเหล่านั้นมีส่วนสำคัญในการหล่อหลอมวัฒนธรรมของเรา จึงเท่ากับเป็นผู้สร้างบรรยากาศแวดล้อมชีวิตผู้คน ฉะนั้นแม้แต่ผู้ที่ไม่เคยอ่านหรือไม่เคยรู้จักได้อินชื่อวรรณคดีเหล่านั้น ก็ยังไม่อาจหลีกเลี่ยงไปจากบรรยากาศแวดล้อมทางวัฒนธรรมดังกล่าวได้ ทุกวันนี้ ร่องรอยดังกล่าวยังคงถูกถ่ายทอดผ่านสื่อในรูปแบบใหม่ ๆ (เช่น เรื่องราวของสองพี่น้องที่ตีข้าวต่างกันราวข้าวกับดำ เช่น นางอึ้งและนางเอื้อยยังคงมาปรากฏเป็นเค้าโครงเรื่องของละครโทรทัศน์ เรื่องแล้วเรื่องเล่า) อาศัยแนวทางจากประเพณีดังกล่าว กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเรื่องสื่อจึงไม่สนใจอิทธิพลโดยตรงและในระดับจุลภาค (ปัจเจกบุคคล) ของสื่อ หากแต่สนใจอิทธิพลในการสร้างบรรยากาศแวดล้อมทางวัฒนธรรมระดับมหภาคมากกว่า

ดังนั้น นับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 และ 1980 เป็นต้นมา นักทฤษฎีสื่อสารมวลชนบางท่านจึงเริ่มเปลี่ยนจุดยืนของการเกาะคานิยามแบบ Transmission model ที่เคยใช้ตั้งคำถามว่า “สื่อมวลชนมีผลกระทบอะไรบ้างต่อปัจเจกและสังคม” (ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวหรือการเรียนรู้ก็ตาม) หรือคำถามในทางย้อนกลับว่า “ประชาชนใช้สื่อทำอะไรบ้าง” มาเป็นแนวทางของคานิยามใหม่แบบ Ritualistic Model ด้วยการตั้งคำถามกว้าง ๆ ว่า วัฒนธรรมมีการจัดระบบตัวเองได้อย่างไร ประชาชนเข้ามาสัมผัสกับความหมายร่วมทางวัฒนธรรมนั้นได้อย่างไร (เช่น พอเห็นธงชาติไทยถูกชักขึ้นเสาในกีฬาโอลิมปิก ก็รู้สึกน้ำตาคลอ) ในกระบวนการทางวัฒนธรรมนี้ สื่อมวลชนมีบทบาทอะไรและอย่างไรบ้าง

จากนี้ จะยกตัวอย่างกลุ่มทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์และนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สื่อด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษา คือ

- (i) ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์
- (ii) การสร้างความหมายทางสังคมให้แก่ “ความเป็นจริง”



3. ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์

การวิเคราะห์สื่อในแนววัฒนธรรมนั้นได้เปลี่ยนทฤษฎีสังคมวิทยาที่เคยหันหลังงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์จากกลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการ หน้าที่นิยมหรือโครงสร้างนิยมมาเป็นกลุ่มทฤษฎีใหม่คือ ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม และทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interaction) ที่กำลังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์เริ่มก่อตัวในช่วงทศวรรษ 1920 โดยมี H. Blumler เป็นผู้ให้ชื่อทฤษฎี โดยมีความสนใจจะตอบคำถามว่า “คนเราเรียนรู้และใช้วัฒนธรรมได้อย่างไร” แต่ทว่าในการตอบคำถามนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้ได้ปฏิเสธคำอธิบายเรื่องการจับคู่วางเงื่อนไขแบบง่าย ๆ ของทฤษฎีจิตวิทยาแบบ S-R Conditioning โดยเสนอว่า ในระหว่างสิ่งเร้า (Stimulus) และ การตอบสนอง (Response) นั้น สำหรับมนุษย์แล้ว มีกระบวนการทางจิต (Mental process) เป็นตัวกลางอยู่ระหว่างนั้น (พูดง่าย ๆ ก็คือ ก่อนจะลงมือทำอะไรนั้น มนุษย์ได้คิด ได้รู้สึก ได้ให้ความหมาย ได้ตีความ ฯลฯ เสียก่อน) และนอกจากจะศึกษาตัวผู้เรียนรู้แล้ว บรรยากาศในการเรียนรู้ (Social Environment) ก็เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น การแสดงอาการโอบนเตียงนอน กลางถนน ในร้านอาหาร หน้าจอโทรทัศน์ของคน ๆ เดียวกัน ย่อมแตกต่างกันอย่างแน่นอน ดังนั้น การวิจัยที่กลุ่ม S-R Conditioning กระทำในห้องทดลองนั้น จะนำออกมากอธิบายขยายความถึงบรรยากาศนอกห้องทดลองได้มากน้อยเพียงใด

(1) นักคิดคนสำคัญของทฤษฎีสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์คือ George Herbert Mead ได้เริ่มต้นวิจารณ์นักจิตวิทยาทดลองว่า อย่างมีวิบัติเสียเวลาศึกษาหนูในห้องทดลองอยู่เลย แต่น่าจะหันมาศึกษาคนในสภาพการณ์จริง ๆ เลยจะดีกว่า โดยเฉพาะที่เขาสนใจคือ กิจกรรมการเล่นของคน คนเราเข้าใจหลักการเล่นเช่นกีฬาได้อย่างแท้จริง มิใช่ผ่านการอ่านหนังสืออย่างเดียว แต่ด้วยประสบการณ์ในสนาม ในระหว่างการเล่นฟุตบอล นักกีฬาแต่ละคนต้องกระทำ 2 อย่างไปพร้อม ๆ กัน คือต้องสอนคนอื่นว่า ต้องเล่นตามบทบาทในเกมส์อย่างไร พร้อมกับที่ต้องสอนและจัดระบบกิจกรรมของตัวเองให้เป็นไปตามบทบาทที่เราได้รับมอบหมาย (ในบางครั้ง เราจึงเห็นนักฟุตบอลบางคนจะชี้ตำแหน่งยืนหรือตะโกนบอกเพื่อนคนอื่น ๆ ว่า ต้องทำอะไร) ด้วยการลงสนามจริงเท่านั้นที่



นักกีฬาแต่ละคนจะเรียนรู้ “บทบาททางสังคม” (social roles) ว่าการเป็นกองหน้า กองหลัง กองกลาง ปีกขวา-ซ้าย ผู้รักษาประตู จะต้องทำกิจกรรมอะไร และต้องประสานสัมพันธ์กับคนอื่นอย่างไร ซึ่งคนเราเรียนรู้ได้ด้วย 3 กลยุทธ์คือ ทำการสังเกต (เวลาไปนั่งดู) ด้วยการเลียนแบบ และด้วยการมีปฏิสัมพันธ์จริง ๆ ภาพของการเล่นฟุตบอลเป็นทีมนั้นก็คือแบบจำลองของบรรดาปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ในสังคมนั่นเอง

(2) G.H. Mead. ไม่ค่อยเชื่อว่าการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคมนั้น จะมีเป้าหมายเพื่อการครอบงำหรือมีอิทธิพลเหนือคนอื่น (manipulate/dominate) เช่น คำถามเดิม ๆ ของกลุ่ม Impact Theory หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า คนเรา ไม่ได้ยอมอยู่ในสังคมเพราะสังคมได้ข่มขู่ครอบงำเรา Mead กลับสนใจว่า ตัวคนเองมีส่วนในการสร้างสรรค์และธำรงรักษาหน่วย/องค์กรสังคมได้อย่างไร หากกล่าวอุปมาอุปไมยก็คือ คนเรานั้นเปรียบเสมือนตัวตุ๊กตาก็ไม่ได้มีใครเอา ดาข่ายมาครอบคลุมตัวเรา แต่ตัวเราเองเป็นคนถักร้อยดาข่ายทางสังคมห่อหุ้ม ตัวเองต่างหาก การถักร้อยดาข่ายทางสังคมนี้เกิดขึ้นในระหว่างที่เราปฏิสัมพันธ์ (interaction) กับคนอื่น ๆ ในสังคมนั่นเอง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ เราจะค่อย ๆ ซึมซับ (internalize) ภาวะระเบียบของสังคมเข้าไปในตัวเราเอง และเราสามารถ ที่จะใช้ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้ได้อย่างอัตโนมัติ เช่น คนไทยเราไม่เคยต้องถามหรือ ถูถามหาคำอธิบาย/เหตุผลเลยว่า ทำไมเราจึงไม่เรียกชื่อแม่เราเฉย ๆ แบบที่เรา เรียกชื่อเพื่อน ทำไมต้องใส่เสื้อไปโรงเรียน หรือทำไมต้องไปโรงเรียน เพราะ ของเหล่านี้เป็นเรื่องสามัญสำนึก ใคร ๆ เขาก็ทำกัน เป็นเรื่องดีอยู่แล้วที่จะทำ ก็มีเหตุผลแล้วที่จะทำอย่างนั้น ฯลฯ นี่เป็นข้อยืนยันว่า พวกเราได้ซึมซับกฎ ระเบียบของสังคมเข้าไปในใจเต็มที่แล้วและมันจะทำหน้าที่เป็นปุ่มควบคุมการกระทำ ของเราในสังคมเมื่อเราแสดงบทบาทต่าง ๆ ในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

(3) ในการอธิบายกระบวนการอบรมบ่มเพาะมนุษย์ (Socialization) Mead ได้ประยุกต์เอาแนวคิดเรื่อง S-R Conditioning ที่ทดลองจากสัตว์มาอธิบาย อย่่างไรก็ตาม เขาก็ได้ตั้งคำถามว่า มีอะไรบ้างที่มนุษย์เราทำเกินกว่าสัตว์ หรือสัตว์ไม่ว่าจะทำได้ในกระบวนการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไข สิ่งที่มีมนุษย์ทำได้ มากกว่าสัตว์ ก็คือ การรับรู้สิ่งเร้าในลักษณะของสัญลักษณ์ (symbol) การ มองเห็น “แหวนวงหนึ่ง” จึงมิได้มีความหมายว่าเป็นเพียง “โลหะชิ้นหนึ่ง” เท่านั้น



หากแต่เป็น “เครื่องหมายแทนใจ” และการอ่านความหมายนี้ต้องขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมทางสังคมแต่ละแห่ง เช่นในชนเผ่าบางเผ่า “หมูอาจจะทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายแทนใจ” (ใช้หมูเป็นของหมันหมาย) ด้วยความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ ทำให้มนุษย์ปลดปล่อยการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไขให้เป็นอิสระจากกาลและเทศะ เช่น นำเอาสัญลักษณ์ข้ามน้ำข้ามทะเลไปได้ (เห็นธงชาติไทยที่ไหนก็เหมือนยกประเทศไทยมาไว้ที่นั่น) หรือทำให้หวนคิดย้อนกลับไปในอดีต (เช่นเวลาเอารูปเก่า ๆ มาดู) หรือมองไกลไปในอนาคต (เช่น มองเห็นชุดครุยปริญญาตั้งแต่เข้ามาเรียนอยู่ปีแรกในมหาวิทยาลัย)

จากแนวคิดเรื่อง “สัญลักษณ์” (ที่เป็นส่วนหนึ่งของชื่อทฤษฎี) Mead ได้ขยายแนวคิดนี้ต่อออกไปว่า คนเราใช้สัญลักษณ์นี้มาสร้างสิ่งสำคัญอีก 3 อย่าง คือ ประสพการณ์ของสำนึกส่วนตัว (ที่เรียกว่า “จิต”) สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตัวเอง (ที่เรียกว่า “ตัวตน”) และสร้างความรู้เกี่ยวกับสังคม ทั้ง “จิต” “ตัวตน” และ “สังคม” ที่คนแต่ละคนได้เก็บสัญลักษณ์เอาไว้เป็นฐานข้อมูลนั้นจะเป็นปุ่มควบคุมการกระทำทางสังคมของเรา แม้แต่เรื่องที่เล็ก ๆ น้อย ๆ และเรามักนึกว่า การกระทำดังกล่าวมีติดตัวมาเป็นธรรมชาติ เช่น การตัดสินใจว่าต้องมีฝุ่นในห้องขนาดไหนจึงจะถือว่า “สกปรก” นั้น คนที่เรียนรู้ “จิต” “ตัวตน” และ “สังคม” มาต่างกัน จะรับรู้ต่างกันอย่างมาก (มิติเรื่องเวลาก็เป็นอีกสิ่งที่เห็นได้ยาก อู้อยู่ที่อาศัยอยู่ในชนบทภาคเหนือคงไม่เข้าใจประโยคที่ว่า “บริหารเวลาเป็นนาฬิกา” อย่างแน่นอน)

(4) M. Solomon (1983) ได้สรุปงานของ Mead ในส่วนที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านสื่อมวลชนเอาไว้ดังนี้

- สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นจะถูกเรียนรู้ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ (ดังตัวอย่างการเล่นฟุตบอลที่กล่าวมาแล้ว) และสัญลักษณ์นี้จะมาทำหน้าที่เป็นตัวสื่อกลาง (Mediated) ในการกระทำทางสังคมของเรา
- คนที่อยู่ร่วมวัฒนธรรมเดียวกัน จะมี “ระบบการตีความหมายสัญลักษณ์ของสังคมร่วมกัน” (แม้ว่าจะไม่เหมือนกันทั้งหมดทีเดียว) ด้วยเหตุนี้ เราจึงสามารถทำนายพฤติกรรมของคนที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันได้ (เวลาคนไทยเรายิ้มให้คนไทยด้วยกัน แม้จะไม่รู้จักกัน เราก็สามารถจะทายได้ว่า อีกฝ่ายจะยิ้มตอบมา แต่ถ้าคนไทยไปยิ้มกับคนฝรั่งเศสที่ไม่รู้จักกัน เราไม่อาจจะทายได้ว่าอีกฝ่ายจะมีปฏิกิริยาอะไรตอบกลับมา)



- การให้นิยามว่า “ตัวตนของเรา” เป็นอย่างไรนั้น เกิดมาจากการกำหนดของแต่ละสังคม (เด็กที่อ่อนน้อม จะถูกกำหนดว่าเป็นเด็กดีในสังคมไทย แต่เป็นเด็กที่ซี้ซลัดในสังคมอเมริกัน) และ “ตัวตน” ของเรานั้นก็เกิดมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม หรือพูดให้ง่าย ๆ ก็คือ สิ่งแวดล้อมจะทำหน้าที่เป็นกระจกที่ส่องให้เห็นว่า “เราเป็นคนอย่างไร”

- ในแต่ละสังคม จะมีเอกลักษณ์ของตน (เช่น สังคมไทยเป็นแบบสบาย ๆ สังคมญี่ปุ่นสนใจมารยาททางสังคมที่เข้มงวด สังคมอเมริกันสนใจความตรงไปตรงมา) และเมื่อคนแต่ละคนยอมรับเอกลักษณ์ดังกล่าว เขาก็จะดำเนินการกระทำทางสังคมไปตามทิศทางของเอกลักษณ์นั้น

(5) จากหลักการของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์นั้น การสื่อสารได้เข้าไปมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง ในขั้นแรก คำนิยามของการสื่อสารเองก็โยงใยอยู่กับปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อยู่แล้ว เพราะพฤติกรรมการสื่อสารนั้นก็เป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ (การยกคิ้วหลีวตา ยกไหล่ แสยะยิ้ม) ที่ต้องใช้ระบบความหมายร่วมระหว่างคนที่เกี่ยวข้อง (การยกไหล่อาจจะเป็นเรื่องธรรมดาของคนอเมริกัน แต่เป็นกิริยาที่ไม่สุภาพสำหรับคนไทย) การสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ในแง่มุนดังนี้ คือ

- คนเราตีความและรับรู้โลกแวดล้อมโดยอาศัยการสื่อสาร กล่าวคือ การที่เราจะรู้จักส่วนเสี้ยวใดของโลกแบบไหน ก็ขึ้นอยู่กับว่า เราสื่อสาร (ได้ข้อมูล) เกี่ยวกับโลกส่วนเสี้ยวนั้นอย่างไร Faules & Alexander พูดถึงหน้าที่ดังกล่าวของการสื่อสารเอาไว้ว่า การสื่อสารช่วยให้ลดความไม่แน่นอนของโลกให้น้อยลงโดยไม่ต้องออกไปมีประสบการณ์ตรง เช่น เรารู้ว่าวันนี้ยังมีรถประจำทางแล่นอยู่จากรายงานการจราจรทางวิทยุ โดยยังไม่ต้องออกไปพบด้วยตนเอง

- การใช้การสื่อสารของเราในสถานการณ์ต่าง ๆ กันจะออกมาเป็นแบบไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับความเข้าใจต่อ 3 สิ่งที่ Mead ได้กล่าวเอาไว้ คือ จิต ตัวตน และสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดความคาดหวังของเรา เช่น หญิงสาวที่มีความมั่นใจในตนเอง และคิดว่าตัวเองมีรูปร่างที่งดงาม และสถานที่นั้นก็เป็นสระว่ายน้ำ ในกรณีเช่นนี้เธอก็จะสวมใส่ชุดว่ายน้ำเพื่อแสดงการสื่อสารกับคนอื่น ๆ ได้ และคาดหวังได้ว่าปฏิกริยาของคนอื่นจะเป็นอย่างไร



• การสื่อสารประกอบด้วยปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนหลายแบบ เช่น การทำกิจกรรม (action) การขึ้นต่อกันและกัน (interdependence) เช่น เขียนจดหมายโดยสอดซองติดสแตมป์ไปให้ด้วยเพื่อบังคับให้มีการตอบกลับอย่างอ้อม ๆ การมีอิทธิพลต่อกันและกัน (เช่น การทะเลาะกันของคนรักกันที่คำพูดของแต่ละฝ่ายจะมีผลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง) การมีความหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร รวมทั้งปริบทหรือสถานการณ์ที่กำลังเกิดการสื่อสาร

หากกล่าวโดยสรุป แนวคิดหลักในเรื่องการสื่อสารจากทัศนะของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากทฤษฎีกลุ่มอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาก็คือ ทฤษฎีนี้มองเรื่องการสื่อสารที่ลึกไปกว่าการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น เนื่องจากในกระบวนการนั้น ยังเป็นการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ระหว่างผู้ที่สื่อสาร นอกจากนี้ ทฤษฎีนี้ยังมองเรื่องการสื่อสารจากมุมที่กว้างกว่าตัวกระบวนการสื่อสาร โดยพิจารณาว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของสังคมที่ต้องอาศัยกฎระเบียบข้อตกลง วัฒนธรรมหรือรหัสร่วมของสังคม จึงจะสามารถดำเนินกิจกรรมดังกล่าวได้ และการสื่อสารก็ยังเป็นหนึ่งในท่ามกลางกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ของสังคมที่ทั้งถูกกำหนดมาจากกิจกรรมอื่น ๆ และทั้งที่สามารถไปกำหนดกิจกรรมอื่น ๆ ได้เช่นกัน

4. การสร้างความหมายทางสังคมให้แก่ “ความเป็นจริง”

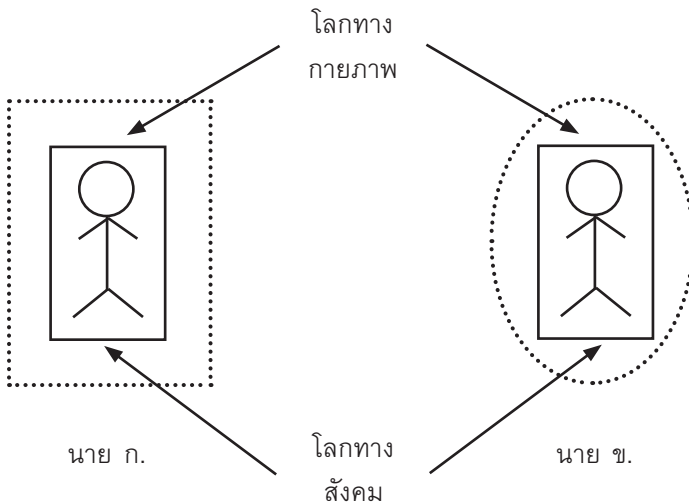
บรรดาทฤษฎีทั้งหลายที่ถือว่าใช้แนวทางวัฒนธรรมศึกษานั้น ไม่ว่าจะมีความอธิบายรายละเอียดอย่างอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไก็ตาม แต่ทว่า จุดร่วมกันที่เป็นประจักษ์หลักของกลุ่มทฤษฎีวัฒนธรรมก็คือ แนวคิดที่ว่า สิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้น มิใช่เป็นสิ่งที่มียอยู่แล้ว (given/outthere) แล้วรอให้นักวิชาการไปค้นพบแบบที่สำนักประจักษ์นิยมเชื่อถือ (Empiricism) ในทางตรงกันข้าม นักวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า “ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา (construct)”

และเมื่อเชื่อมโยงแนวคิดนี้มาที่เรื่องสื่อมวลชนโดยอาศัยแนวทางของทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว เราอาจจะอธิบายได้ว่า ในด้านสื่อมวลชน สิ่งที่เรียกว่า “ข่าว” นั้นมิใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ “ประกอบสร้าง” ความเป็นจริงจากเหตุการณ์นั้นขึ้นมา

ในขณะที่ตัวเหตุการณ์เองมีหลายมิติมาก ก็แล้วแต่นักข่าวแต่ละคนจะหยิบเอาเหตุการณ์นั้นมาประกอบสร้างเป็นข่าวอย่างไร เช่น กรณียานอวกาศ แชนแลนเจอร์ของสหรัฐเกิดระเบิดขึ้น นักข่าวปีกขวาและปีกซ้ายของสหรัฐย่อมสร้างข่าวต่างกัน และคงจะต่างจากการสร้างของสำนักข่าวทาสส์ของโซเวียตด้วย

ในส่วนของผู้รับสารนั้น แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคมก็ได้อาศัยทัศนะของ G.M.Mead ที่เห็นว่าผู้รับสารนั้นมีได้ถูก (passive) และนั่งรอตั้งรับให้สื่อมวลชนเป็นฝ่ายสร้างความเป็นจริงมารอบล้อมตัวเองอยู่ฝ่ายเดียว ในอีกด้านหนึ่ง ผู้รับสารจะมีลักษณะ active และได้ใช้เนื้อหาจากสื่อมวลชนมาสร้างสิ่งแวดล้อมของตัวเองเช่นกัน

เราอาจจะเปรียบเทียบแนวคิดเรื่องความเป็นจริงทางสังคมได้จากแผนภาพต่อไปนี้



แนวคิดนี้เริ่มจากคำอธิบายที่ว่ามนุษย์เรามีโลกแวดล้อมรอบตัวอยู่ 2 ระดับ ระดับแรกคือ โลกทางกายภาพ (Physical world) ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น พื้นดิน ท้องฟ้า แม่น้ำ ต้นไม้ ฯลฯ และระดับที่สองคือ โลกทางสังคม (Social world) ซึ่งเกิดจากการประกอบสร้าง (construct) ของสังคม โลกทางสังคมนี้อาจมีความหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นแต่ละยุคสมัย

ดังนั้น จึงมีบางกรณีที่แม้โลกทางกายภาพจะเป็นแบบเดิม เช่น นาย ก. และนาย ข. ต่างก็ยืนอยู่หน้าต้นไม้ใหญ่เหมือนกัน แต่ทว่าเนื่องจากโลกทางสังคมของ นาย ก. และนาย ข. แตกต่างกัน เช่น นาย ก. เป็นชาวกะเหรี่ยงที่มีโลกทางสังคมที่เชื่อว่า ในต้นไม้ใหญ่ ๆ จะมีเทวดาอารักษ์อาศัยอยู่ จากความเชื่อ (โลกทางสังคม) ดังกล่าว จะทำให้ นาย ก. จะยกไหวต้นไม้หรืออาจจะเอาผ้าแดงมาคาดไว้เพื่อห้ามการตัดต้นไม้ นั้น ในขณะที่ นาย ข. มีภูมิหลังเป็นเจ้าของโรงงานทำไม้ เมื่อเห็นต้นไม้ นั้น โลกทางสังคมที่แวดล้อมหลอหลอมก็จะทำให้คิดคำนวณว่า ต้นไม้ใหญ่ขนาดนี้จะตัดเลื่อยเป็นไม้กระดานได้สักกี่แผ่น เขตนี้เป็นของใคร จะไปขอสัมปทานมาได้อย่างไร เป็นต้น เช่นเดียวกับความคิดของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยที่มีต่อพระอาทิตย์พระจันทร์ดวงเดิม แต่โลกทางสังคมของคนแต่ละยุคได้แปรเปลี่ยนไป ความเป็นจริงเกี่ยวกับพระอาทิตย์พระจันทร์จึงถูกสร้างขึ้นและมีความหมายที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น แต่ละยุคสมัย

ในยุคปัจจุบันนี้สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความ เป็นจริงทางสังคมขึ้นมาแวดล้อมบุคคล แม้แต่ในกรณีที่บุคคลนั้นยังไม่เคยสัมผัส กับ “โลกทางกายภาพ” นั้นอย่างจริง ๆ เลย คนไทยจำนวนมากไม่เคยมีโลกแห่ง กายภาพที่เกี่ยวกับหิมะหรือการขึ้นเครื่องบินเลย แต่ก็มิโลกแห่งสังคมเกี่ยวกับ ความเป็นจริงทั้งสองเรื่องนั้นเป็นอย่างดีด้วยการทำงาน of สื่อมวลชน

จากนี้จะอธิบายแนวคิดเรื่องการสร้างความหมายทางสังคมให้แก่ความ เป็นจริงจาก 3 ทศนะ คือ

- 4.1 การอธิบายของภาษาศาสตร์ (Linguistic)
- 4.2 การอธิบายของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology)
- 4.3 การอธิบายแบบทฤษฎีสื่อมวลชน



4.1 การอธิบายของภาษาศาสตร์

(i) นักภาษาศาสตร์ที่สนใจความสัมพันธ์ระหว่างภาษา ความคิดและโลกทางสังคม เช่น Whorf & Sapir ได้นำเสนอแนวคิดสำคัญ ๆ เกี่ยวกับบทบาทของภาษากับความเป็นจริงว่า ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแนวคิด (concept) เกี่ยวกับความเป็นจริง ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ข้อเท็จจริงง่าย ๆ ที่ว่า เมื่อเราเห็นโลกทางกายภาพที่เป็นวัตถุรูปร่างสูง ๆ เต็บโตได้ มีส่วนที่เป็นสีเขียวและน้ำตาล มีส่วนที่กินได้ ฯลฯ เราก็จะใช้ “ภาษา” เรียกความเป็นจริงนี้ว่า “ต้นไม้” (ในภาษาไทย) ในครั้งต่อไป ถ้าเราจะ “คิดถึง” ความเป็นจริงนี้ เราก็จะคิดออกมาเป็น “ภาษา” ว่าต้นไม้ (คนเราต้องคิดเป็นภาษาเท่านั้น)

(ii) ผลงานศึกษาเปรียบเทียบอินเดียแดงหลายเผ่าของ Sapir พบว่าไม่เพียงแต่ภาษาของแต่ละเผ่าจะต่างกันเท่านั้น แต่การเข้าใจโลกวัตถุและโลกสังคมของแต่ละเผ่าก็จะแตกต่างกันไปตามภาษาที่ใช้ เช่น บางเผ่ามีความใส่ใจกับแมลง โลกสังคมแวดล้อมก็จะเกี่ยวข้องกับแมลง (พิธีกรรม คำพังเพย ธรรมเนียมประเพณี) ภาษาที่ใช้ก็จะเกี่ยวข้องกับแมลงอย่างมาก บางเผ่าสนใจดอกไม้ ก็จะมีภาษาไปอีกแบบหนึ่ง ดังที่น่าสังเกตว่า ภาษาไทยมีคำที่เกี่ยวข้องกับ “ใจ” และ “หน้า” อย่างมากเมื่อเทียบกับภาษาฝรั่ง ภาษาชาวเอสกีโมมีคำที่ใช้เรียกหิมะถึง 50 คำ ในขณะที่ภาษาไทยมีคำที่เกี่ยวข้องกับสีเขียวมากมาย

(iii) จากขั้นตอนแรกที่โลกกายภาพแตกต่างกัน ทำให้เกิดโลกทางสังคมและทำให้เกิดระบบภาษาที่ต่างกัน ในลำดับต่อมา จากการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน ก็จะเริ่มทำให้คนมีประสบการณ์กับความเป็นจริงต่างกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าภาษาทำหน้าที่เป็นกุญแจไขประตูไปสู่ความเป็นจริง คนไทยที่ใช้คำว่า “หน้า” และ “ใจ” อย่างมาก ดังนั้น เมื่อเวลาจะมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่น เราจึงต้องระมัดระวังความเป็นจริงเกี่ยวกับ “หน้า” และ “ใจ” เป็นอย่างมาก (ไม่พูดอะไรให้เสียใจหรือใจเสีย ไม่กระทำการหยามหน้าหน้าคนอื่น)

Sapir จึงกล่าวว่า เรามักพูดกันบ่อย ๆ ว่า “เพราะเราคิดเช่นนี้ เราจึงพูดออกมาอย่างที่คิด” แต่อันที่จริง เราอาจพูดได้อีกอย่างหนึ่งเช่นกันว่า “เพราะเราพูดเช่นนี้ (บ่อย ๆ) เราจึงคิดเช่นอย่างที่พูด” เมื่อคนไทยสมัยก่อนมีคำพูดติดปากว่า “ไม่เป็นไร เอ็นดูเป็น (ภาษาเหนือแปลว่า “สงสารเขา”) หรือ ขอสุมาเตอะ (ขอโทษเถอะ)” ในความคิดของเราก็จะซึมซับโลกทางสังคมเข้าไป



ตามภาษาที่พูด แต่ถ้าเราเริ่มพูดว่า “มองหน้ามีอะไรหรือเปล่า” “วอนวอนซะแล้ว” ในไม่ช้า โลกทางสังคมของเราก็คงเป็นเช่นที่เราพูดไปสักวันหนึ่ง

ในส่วนของเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ปัจจุบันนี้ คนส่วนใหญ่เปรียบเสมือนคนที่อยู่ในถ้ำ เราไม่ได้ออกไปเผชิญกับความเป็นจริงด้วยตัวเอง แต่ได้เห็นความจริงโดยมองดูภาพเงาที่ปรากฏบนผนังถ้ำ ซึ่งจะปรากฏภาพอย่างไรก็แล้วแต่รูปร่างของปากถ้ำ ผนังถ้ำนั้นเปรียบเสมือนกับจอโทรทัศน์นั่นเอง บรรดาภาษาต่าง ๆ ที่เราใช้พูดกันอยู่ทุกวัน ล้วนเกิดมาจากสื่อมวลชนเป็นแหล่งใหญ่ (ยิ่งศึกษาจากกรณีของเด็ก ๆ ที่กำลังเริ่มสะสมภาษาก็จะเห็นชัดยิ่งขึ้น เด็ก ๆ จะใช้ถ้อยคำ วิธีการเรียงประโยค วิธีการออกเสียงที่มาจากสื่อมวลชนแทบทั้งสิ้น) ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นตัวสร้างความหมายของโลกทางสังคมโดยผ่านกลไกทางภาษาดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

4.2 การอธิบายของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม

(i) นักทฤษฎีรุ่นแรก ๆ ของสำนักปรากฏการณ์นิยม เช่น A. Schutz สนใจคำถามหลัก 3 คำถาม คือ

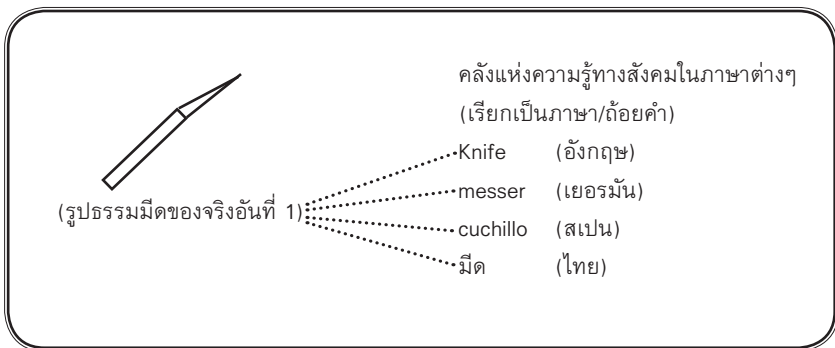
- คนเราสร้างความหมาย (make sense) กับโลกรอบตัวอย่างไร (ทำไมเราจึงรู้ว่าศักดิ์ศรีสำคัญกว่าเงิน หรือในทางตรงกันข้าม)
- คนเราก่อสร้าง / ดัดแปลง สร้างใหม่และรื้อซ่อม (construct / reconstruct / deconstruct) ชีวิตประจำวันของตนเองได้อย่างไร เนื่องจากนักปรากฏการณ์นิยมเห็นว่าวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมมากที่สุดก็คือ วิถีชีวิตประจำวัน (way of life) ของคนเรานั่นเอง ตัวอย่างง่าย ๆ ที่สุด คือ หลังจากผ่านชีวิตนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ได้ก่อสร้างวิธีการใช้ชีวิตประจำวันเอาไว้แบบหนึ่ง เมื่อเริ่มเข้าไปทำงานใหม่ ๆ เราได้รื้อวิธีการใช้ชีวิตประจำวันแบบนักศึกษา และสร้างวิถีชีวิตแบบคนทำงานบริษัทขึ้นมาใหม่ได้อย่างไร (ในตอนนี้เราสามารถศึกษาได้ว่าสื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างไร)
- คนเราสามารถทำอะไรไปได้โดยปริยาย โดยไม่ต้องหยุดคิดหรือหยุดตั้งคำถามได้อย่างไร ที่เรียกว่า Taken for granted เช่น เรารู้โดยปริยายว่า ขึ้นรถเมล์ก็ต้องจ่ายสตางค์ ถึงที่หมายก็ต้องลง เจ้าหน้าที่ดูค่าก็ต้องทำหน้าสลด เป็นต้น

คำตอบทั้ง 3 ข้อที่กล่าวมานี้ สำนักปรากฏการณ์นิยมตอบว่า ที่เราทำ
ได้ทั้งหมดนั้นก็เพราะเราแต่ละคนมี “คลังแห่งความรู้ทางสังคม” (Stock of
Social Knowledge) เอาไว้เป็นคู่มือ เมื่อเราเผชิญกับโลก เราจึงสามารถเปิด
คลังแห่งความรู้ของเราออกมาใช้ภายในพริบตาจนดูคล้ายทำได้โดยอัตโนมัติ

ชีวิตประจำวันทุกวันของเราเป็นคล้าย ๆ กับระบบคอมพิวเตอร์ ประสบ
การณ์ที่เราสัมผัสเป็นเสมือนกระบวนการป้อนข้อมูลเข้าไปใน CPU รูปธรรม
แต่ละครั้งที่ป้อนเข้าไปนั้นจะถูกจัดระบบไว้เป็นหมวดหมู่เหมือนการจัดแฟ้ม
ที่เรียกว่า typification เช่นเรามีแฟ้ม (typification) ว่า “ผู้หญิงเป็นอย่างไร”
เมื่อเราพบเจอ “รูปธรรมใหม่” อันใหม่เราก็จะนำเอา typification ของเรามาทาบแล้ว
“อ่าน” ออกมาว่า “รูปธรรมนี้เป็นหญิงใช่ไหม” (แต่แน่นอนว่ากระบวนการนี้จะ
เกิดอย่างรวดเร็วมาก จนดูคล้ายเป็นอัตโนมัติ) คลังแห่งความรู้ทางสังคมดังกล่าว
จะช่วยให้เราจัดระบบทุกอย่างในโลก (ออกเป็นผู้หญิง ผู้ชาย ไม่มีเพศ มีทั้ง
2 เพศ) และช่วยตีความรูปธรรมใหม่ ๆ ประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้ด้วย

(ii) จากการเริ่มต้นของ Schutz นักทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมรุ่นต่อ ๆ มา
ได้นำมาขยายมากขึ้นว่า ในคลังแห่งความรู้ทางสังคมของเรานั้น รูปธรรมที่จัด
หมวดหมู่แล้วจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของภาษา และการเรียนรู้ระหว่างภาษากับ
ความเป็นจริงจะเกิดในลักษณะการเชื่อมโยง (Correspondence) ซึ่งเป็นวิธีการ
พื้นฐานที่เราเรียนรู้ภาษา (เด็ก ๆ เริ่มเรียนภาษาด้วยการเชื่อมโยงกับวัตถุด้วย
การถามว่า “นี่เรียกว่าอะไร”)

ลองดูตัวอย่างนี้ประกอบ ดังนี้



ในครั้งต่อไป ถ้าเราเห็นมีดอันที่ 2/3/4 คนแต่ละชาติก็จะนำรูปธรรมใหม่ ๆ นี้มาหาความเชื่อมโยงกับคลังแห่งความรู้ของเรา ถ้าอ่านออกได้ คลังความรู้ของเราก็จะเก็บตัวอย่างรูปธรรมได้มากขึ้นเรื่อย ๆ

ในทำนองเดียวกัน ระหว่างภาษา (ระหว่างคลังแห่งความรู้) ก็อาจจะเชื่อมโยงกันได้ เช่น เวลาที่เราเรียนภาษาต่างประเทศ ก็คือ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคลังความรู้นั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ เวลาเราพบรูปธรรมใหม่ ๆ ที่ยังไม่มี “ภาษา” ใช้สร้างความเชื่อมโยง จึงเป็นการลำบากมากที่จะบรรจุเก็บเข้าไปในคลังแห่งความรู้ เช่น เมื่อคนไทยโบราณได้รู้จักกับปรากฏการณ์ที่มีแสงแปลก ๆ คล้าย ๆ แสงไฟที่เกิดมาจากก้อนเมฆ เรายังไม่รู้จะเก็บรูปธรรมดังกล่าวเข้าไปในคลังความรู้ได้อย่างไร จนกว่าจะมีการตั้งชื่อ (แฟ้ม) ปรากฏการณ์แบบนั้นว่า “ไฟฟ้า” และหลังจากนั้น คำ ๆ นี้ก็ได้ใช้ครอบคลุมปรากฏการณ์รูปธรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกันอีกมากมาย จากที่กล่าวมานี้จึงเห็นได้ว่า “ภาษา” มีบทบาทอย่างสำคัญมากในการสร้างคลังแห่งความรู้ทางสังคม สังคมที่มีการสร้างโลกทางสังคมอย่างกว้างขวางหรือลุ่มลึก จึงมองเห็นได้จากภาษาที่ใช้

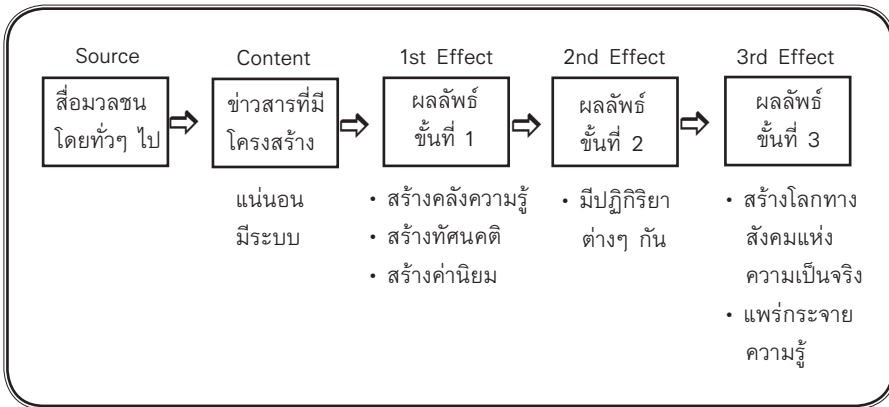
บงกช เศวตามร์ (2533) ได้ศึกษาคลังแห่งความรู้ทางสังคมที่บรรจุอยู่ในภาพยนตร์ไทยในหัวข้อที่ว่าด้วย “ผู้หญิง” เพื่อเปิดแฟ้มดูว่าในภาพยนตร์ไทยนั้นมีผู้หญิงแบบไหนบ้าง (ดู subcategories) ภาพยนตร์ไทยนิยามว่า “ผู้หญิงคืออะไร” (ข้างเท้าหลัง ผู้เสียสละ ผู้ดูแลครอบครัว ฯลฯ) “ผู้หญิงดี ๆ เป็นอย่างไร” “ความสุขของผู้หญิงคืออะไร” “ชะตากรรมของผู้หญิงคืออะไร” เป็นต้น

(iii) ในการเก็บความรู้ที่เกี่ยวกับ “วัตถุ” เอาไว้ในคลังแห่งความรู้นั้น นอกจากเราจะเก็บเอาไว้ในรูปของการเชื่อมโยงกับรูปธรรม เช่น เก็บคำว่า “มีด” เชื่อมโยงกับ “วัตถุรูปมีด” แล้ว เรายังอาจจะเก็บเอาไว้ในแง่ “ภาพตัวแทน” (representation) ซึ่งหมายความว่าตัววัตถุหรือเพียงส่วนเสี้ยวใดส่วนเสี้ยวหนึ่งของวัตถุ จะยืนอยู่แทนความหมายที่มากกว่าตัวเอง เช่น หากเราตื่นเข้ามาแล้วพบว่า มีมีดปักกระดาษเขียนข้อความบางอย่างอยู่บนโต๊ะทำงาน ในกรณีนี้มีดนั้นย่อมมีความหมายมากกว่าที่มันเคยมีมาแล้ว

ทุกวันนี้ เราพบตัวอย่างการประยุกต์ใช้เรื่องภาษาและคลังความรู้อยู่ในวงการสื่อสารมวลชนอยู่ตลอดเวลา เช่น กลยุทธ์ทางการโฆษณาที่เรียกว่า “Positioning” ก็คือการนำเอา “ความเป็นจริงรูปธรรมใหม่ ๆ” สอดแทรกเข้าไปในคลังความรู้ของคนในสังคม และหากจะให้ความเป็นจริงใหม่นี้มีที่ทางเกาะติดอยู่ได้ในคลังความรู้ของคน (ซึ่งมีเนื้อที่ว่างเหลืออยู่น้อยเต็มที) ก็จำเป็นต้องยึดโยงกับความเป็นจริงอื่น ๆ ที่เกาะติดแน่นอยู่แล้ว เช่นเดียวกับเวลาที่ทางบริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ๆ เช่น น้ำยาดับกลิ่นปาก ยาระงับกลิ่นตัว การสั่งซื้อของตรงจากโทรทัศน์ ฯลฯ ก็มีความจำเป็นจะต้องบรรจุความเป็นจริงเหล่านี้ให้เข้าไปอยู่ในคลังความรู้ของสังคม การสร้างภาษา เช่น ชื่อ คำขวัญ สโลแกน ฯลฯ จึงเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ดังหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้น

4.3 การอธิบายแบบทฤษฎีสื่อมวลชน

(i) หากนำแนวคิดเรื่องการสร้างความหมายทางสังคมมาอธิบายในด้านสื่อสารมวลชน อาจจะอธิบายได้ว่า การสร้างความหมายนั้นเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาวอย่างหนึ่ง



ภาพที่แสดงข้างบนนี้แสดงให้เห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างหลาย ๆ ชั้น ทั้งผลกระทบระยะสั้น (ขั้นแรก) ระยะกลาง (ขั้นที่สอง) และระยะยาว (ขั้นที่สาม) เช่น หลังจากรับข่าวสารไปแล้ว ผลกระทบระยะแรกก็คือการเก็บข้อมูลเข้าสู่คลังความรู้ สร้างทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ หลังจากนั้น ก็เป็นขั้นตอนที่มีปฏิภิกิริยา

ตอบสนอง และเมื่อเวลาค่อย ๆ ผ่านไป ข้อมูลข่าวสารที่สะสมกันมาก ๆ เข้า ก็จะถูกจัดระบบ และหล่อหลอมผู้รับสารจนกลายเป็นโลกแห่งความเป็นจริงที่ถูกสร้างเป็นขั้นตอนตามเนื้อหาทฤษฎีที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้น

(ii) จากแผ่นภาพข้างต้นนี้ จึงอาจสรุปเอกลักษณ์สำคัญของคำอธิบายเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนจากมุมมองของนักพัฒนาธรรมศึกษาได้ว่า ความคิดเห็นของนักทฤษฎีกลุ่มนี้ ไม่ได้หมกมุ่นอยู่กับคำถามที่ว่าสื่อมวลชนจะมีพลังอำนาจมากน้อยเพียงใด หากทว่ากลับสนใจที่จะตอบว่า ทุกครั้งที่สื่อมวลชนเผยแพร่ผลงานของตน ก็จะสร้างผลกระทบได้ในหลาย ๆ ระลอก (อาจจะกระทบฝั่งอย่างแรงหรือแผ่วเบาไปแล้วแต่) คือมีผลในหลายระยะ ทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว และส่วนที่นักพัฒนาธรรมศึกษาให้ความสนใจมากที่สุด คือ ผลระยะยาวที่เกิดจากการค่อย ๆ สั่งสมและตกตะกอนทีละเล็กทีละน้อยจนกระทั่งแข็งตัวกลายเป็นผลึกทางวัฒนธรรมของผู้คน

ดังนั้น เมื่อเวลาที่ผู้รับสารดูโทรทัศน์แต่ละชั่วโมง แต่ละวัน พวกเขาจึงไม่เพียงแต่จะได้รับ "สารสนเทศ" (information) เท่านั้น แต่พวกเขาายังค่อย ๆ เก็บสะสมภาพต่อของชีวิตแบบต่าง ๆ (picture of life) และได้รับแบบจำลองของพฤติกรรมแบบต่าง ๆ (model of behavior) ก่อนที่จะได้มีโอกาสไปสัมผัสกับประสบการณ์นั้นอย่างจริง ๆ

จากแนวคิดดังกล่าวก่อให้เกิดการศึกษาวิจัยด้านสื่อมวลชนทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาสารเพื่อตรวจหาว่า มีภาพของโลก ภาพของชีวิต และแบบอย่างพฤติกรรมอะไรบ้างบรรจุอยู่ภายใน รวมทั้งการศึกษาฝ่ายผู้รับสารว่าได้บทเรียนอะไรบ้างจากสื่อมวลชน มีงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า เด็ก ๆ ได้บทเรียนเกี่ยวกับชีวิตจากการเปิดรับสื่อมวลชน (ในสังคมไทยมีงานศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการเรียนรู้จริยธรรมมากเป็นพิเศษ) และเด็ก ๆ ได้นำมาเชื่อมโยงกับชีวิตจริงของตนเองอย่างไร

ส่วนผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา ก็พบอยู่เสมอว่า สื่อมวลชนได้นำเสนอภาพชีวิตและภาพของโลกที่สามารถจะหล่อหลอมความคาดหวัง (เด็ก ๆ จากชนบทคาดหวังจะเข้ามาหางานทำที่สุขสบายกว่า และได้เงินใช้เป็นประจำว่าการทำไร่ทำนา) และเป็นแรงบันดาลใจ (เมื่อสมรักษ์ คำสิงห์ ชกมวยชนะเลิศเหรียญทองโอลิมปิก ประกายแห่งความหวังของเด็กหนุ่มอีสานก็รุ่งโรจน์ขึ้นมาทันที)



การหล่อหลอมดังกล่าวครอบคลุมเกือบจะทุกมิติของชีวิตไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพ เพศ ทักษะทางการเมือง (ในรายการสนทนาทางโทรทัศน์ช่วงวันเด็ก พิธีกร ได้ให้เด็กแสดงความคิดเห็นว่าอยากจะเป็นนายกรัฐมนตรีเมืองไทยหรือไม่ ผลปรากฏว่า เด็กทุกคนพากันตอบปฏิเสธเป็นแถว) และอื่นๆ ที่เป็นวัฒนธรรมของสังคม

(iii) จากแนวคิดที่เชื่อว่า ในสังคมยุคปัจจุบันนี้ สื่อมวลชนเป็นสถาบันสำคัญที่จัดวางรูป (Structure) ความเป็นจริงทางสังคมรอบ ๆ ตัวเรา ทำให้มีการศึกษาว่า กรอบแห่งความเป็นจริงแบบไหนที่สื่อมวลชนได้วางล้อมรอบตัวคน เช่น เมื่อใช้เกณฑ์ว่า เนื้อหาของสื่อมวลชนจะมีลักษณะ “เห็นด้วยกับระเบียบสังคมที่มีอยู่” (pro-social) หรือมีลักษณะ “ชวนให้ต่อต้านสังคม” (anti-social) ผลจากการวิเคราะห์ทุกครั้งจะพบอยู่เสมอว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว สื่อจะนำเสนอเนื้อหาที่เห็นด้วยมากกว่าจะต่อต้านสังคม เพื่อสร้างความเป็นจริงว่า “ถึงจะมีข้อบกพร่องหรือปัญหาอะไร แต่สังคมนี้ก็ยังพอรับได้” นี่คือการอธิบายที่ว่าเพราะเหตุใด สังคมของเราจึงยังคงดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม นักทฤษฎีสำนักปรากฏการณ์นิยมก็ยังเปิดวงเล็บเอาไว้ว่า แม้สื่อจะนำเสนอเนื้อหาที่เห็นด้วยกับสังคม แต่ทางฝ่ายผู้รับสารก็ยังมีสิทธิที่จะเลือกตีความ หรือเลือกเอาแต่เฉพาะเนื้อหาส่วนที่ต่อต้านมาสร้างโลกแวดล้อมตัวเองได้

(iv) ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชน เช่น การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ มักจะพบว่า เนื้อหาที่ถูกใช้สร้างคลังแห่งความรู้ของคนในสังคมนั้น มักจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เริ่มตั้งแต่เรื่องที่จะนำมาเสนอมักจะเป็นเรื่องเดียวกัน ใช้แหล่งข่าวเดียวกัน เนื้อหาข่าวที่รายงานก็คล้าย ๆ กัน รวมทั้งวิธีการให้ข้อสรุปก็ยังคงคล้ายคลึงกันอีกด้วย ลักษณะเช่นนี้ ทำให้เกิดแบบแผนที่เป็นไปในทางเดียวกันหมด ที่เรียกว่ามีอคติเชิงโครงสร้าง (Structural bias)

และเมื่อวิเคราะห์เจาะลงไปหาปัจจัยที่ทำให้การสร้างคลังแห่งความรู้มีอคติเชิงโครงสร้างดังกล่าวจะพบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น

- แนวโน้มขององค์กรเอง (organization tendency) วิธีการจัดตั้งองค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบการแบ่งงานกันทำขององค์กรสื่อ จะมีแบบแผนหลัก ๆ ที่คล้ายกัน ดังนั้นกระบวนการทำงานและผลงานที่ออกมาจึงคล้ายกัน
- การฝึกฝนทางวิชาชีพ (occupational practice) เนื่องจากนักสื่อ



มวลชนมักจะได้รับบริการฝึกฝนทักษะมาจากสถาบันเดียวกันหรือสถาบันประเภทเดียวกัน และเมื่อมาปฏิบัติงานจริงก็ได้รับการฝึกฝนให้ปฏิบัติงานด้วยระบบที่คล้าย ๆ กัน เช่น สำหรับนักการเมืองจะมีวิธีการสัมภาษณ์อย่างไร เมื่อไปในงานสัมมนา ควรจะถ่ายภาพใคร จะมีวิธีการเขียนข่าวอย่างไร ฯลฯ ผลจากการผ่านการฝึกฝนทางวิชาชีพที่คล้ายคลึงกัน ทำให้ผลงานที่ออกมาไม่แตกต่างกันในองค์ประกอบใหญ่ ๆ

- การยึดถือค่านิยม กรอบความคิด และรูปแบบเดียวกัน เนื่องจากในการปฏิบัติงานสื่อมวลชน ซึ่งถือว่าเป็นวิชาชีพที่มีลักษณะลงตัวอย่างหนึ่ง ดังนั้นจึงได้มีการสลักบรรดาค่านิยม กรอบความคิด และรูปแบบที่แน่นอนเอาไว้ เช่น การทำข่าวจำเป็นต้องมีเกณฑ์ที่แน่นอนเรื่อง “คุณค่าของข่าว เรื่องความเป็นกลาง” รูปแบบรายการเกมโชว์ต้องมีพิธีกร มีการแข่งขัน มีของรางวัล เป็นต้น

- ขีดจำกัดด้านเทคโนโลยี (technological limitations) ระดับขีดความสามารถของเครื่องมือและข้อจำกัดด้านเทคนิคทำให้ทุกองค์กรที่ใช้เครื่องมือในระดับเดียวกัน ผลงานออกมาได้ในระดับใกล้เคียงกัน

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Baran, S.J. & Davis , D.K. (1995)
Mass Communication Theory , Wadsworth Publishing Company.
2. Carey , J. (1989)
Communication as Culture , Winchester : Unwin Hyman.
3. Solomon , M. (1983)
“The Role of Product as Social Stimuli : A Symbolic Interactionism Perspective , Journal of Communication Research, 10 : 319-329.
4. บงกช เสวตามร์ (2533)
“การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย : กรณีตัวละครหญิงที่เบี่ยงเบนพ.ศ.2528-2530”วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์จุฬาฯ.
5. ลิวอิส โคเซอร์ (เขียน) วารุณี ภูริสินสิทธิ์ (แปล) (2535)
แนวความคิดทฤษฎีของสังคมวิทยา ดอน ชาร์ลส์ คูลีย์ และยอร์จ เฮอร์เบิร์ต มี้ด สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การสร้าง ความหมายทางสังคม



บทที่ 14
ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง
(Cultivation Theory)



1. การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการสื่อสารสู่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

สำหรับเนื้อหาของทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริงจากสื่อ นั้น อาศัยพื้นฐานแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสาร) ที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (ในความหมายที่เฉพาะเจาะจงลงมาให้มากยิ่งขึ้น คือ วิถีชีวิต วิถีคิด และสำนึกร่วมของผู้คนในสังคม)

ตัวอย่างเช่น หากเราทบทวนพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงมาโดยตลอดในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ เริ่มจากการมีภาษาพูด แล้วก็เกิดการประดิษฐ์ตัวอักษรมาเป็นภาษาเขียน (ซึ่งนับว่าเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อที่ยิ่งใหญ่มาก) จากการเขียนอักษรได้ที่ละตัว พัฒนามาเป็นการพิมพ์อย่างรวดเร็วด้วยแท่นพิมพ์ซึ่งทำให้เขียนตัวอักษรได้ที่ละหลายร้อยตัว แล้วประวัติศาสตร์ก็พลิกโฉมหน้าอีกครั้งเมื่อมีการค้นพบการสื่อสารที่เป็นเสียงและภาพผ่านสื่อคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ในยุคของวิทยุโทรทัศน์ วิดีโอ (ประกอบ remote control) จนกระทั่งมาพลิกตัวอีกครั้งในยุคของคอมพิวเตอร์

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ส่งผลกระทบต่อหลายส่วนหลายระดับทางสังคม เช่น

1.1 ผลกระทบในระดับบุคคล ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วในงานของสำนักเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication Technology Determinism) แห่งโตรอนโตที่ได้สำรวจว่า การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารทุกครั้งจะมีผลต่อการขยายผัสสะ (sense) ของมนุษย์ในแง่การเป็นอิสระจากกาลและเทศะดังข้อเสนอของ McLuhan เช่น การเขียนจดหมายได้ทำให้การส่งข่าวสารของเราเอาชนะระยะทางได้ และเมื่อพัฒนามาเป็นโทรศัพท์ ก็สามารถเอาชนะทั้งระยะทางและกาลเวลาได้

ผลกระทบในระดับบุคคลนี้ นอกจากจะหมายความว่าในแง่ดีถึงการขยายผัสสะของมนุษย์แล้ว ยังมีความหมายในทางกลาง ๆ ว่า มนุษย์บางคนบางกลุ่มจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระบบการสื่อสารของตนเองไปด้วย ตัวอย่างเช่น ชาวอัฟริกันสมัยก่อนจะมีวิธีการพูดเพียง 2 - 3 ประโยคติด ๆ กัน หลังจากนั้น ก็จะหยุดพูดเพื่อให้คนอื่นพูดบ้าง แล้วตนเองก็จะเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายฟัง (เป็นรูปแบบ



ของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเสมอภาค) แต่หลังจากที่มีวิทยุเข้าไปในสังคม
 อัฟริกัน คนอัฟริกันก็ต้องปรับระบบการฟังของตัวเองให้สามารถรับฟังวิทยุที่พูด
 ทีละหลายสิบประโยคต่อเนื่องกันโดยไม่หยุดให้คนอื่นพูดบ้างเลย นอกจากนี้
 ผลกระทบระดับบุคคลนี้แล้ว คนอัฟริกันที่มีฐานะมั่งคั่งก็ยังคงต้องทนฟังวิทยุอยู่
 ตลอดเวลา (ทั้ง ๆ ที่ฟังไม่ค่อยรู้เรื่องหลังจาก 3 - 4 ประโยคผ่านไป) ทั้งนี้ เพื่อ
 เป็นเครื่องมือส่งเสริมสถานภาพอันสูงส่งของตนเองในยุคสมัยที่วิทยุยังเป็นของ
 หายากและมีราคาแพง (คนใช้คอมพิวเตอร์ไทยหลายคนก็อาจจะตกในสถานการณ์
 เดียวกับคนร่ำรวยอัฟริกัน)

1.2 ผลกระทบต่อวัฒนธรรมด้านข่าวสาร นอกจากการเปลี่ยนแปลง
 เทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวบุคคลแล้ว การเปลี่ยนแปลงนี้
 ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ในส่วนของวัฒนธรรมด้าน
 ข่าวสารด้วย ตัวอย่างเช่น การผลิตหนังสือพิมพ์ในยุคที่นักข่าวใช้เครื่องพิมพ์ดีด
 กับยุคที่ใช้คอมพิวเตอร์นั้น ทำให้กระบวนการส่งข่าวและบรรณาธิการข่าว
 แตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง เช่นเดียวกับด้านผู้อ่าน การอ่านหนังสือพิมพ์
 ที่เป็นสิ่งพิมพ์จะแตกต่างจากวัฒนธรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากจอ
 คอมพิวเตอร์ ดังนั้น ทุกครั้งที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะมีผลทำให้วัฒน
 ธรรมในเรื่องการเก็บรักษาข้อมูล การจัดระบบ การเรียกมาใช้ การเปลี่ยนแปลง
 และการถ่ายทอดข่าวสารความรู้ก็แปรเปลี่ยนตามไปด้วยทุกครั้ง

2. ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)

2.1 ที่มาของ Cultivation Theory เริ่มต้นในบรรยากาศของอเมริกา
 ในทศวรรษ 1960 - 1970 โดยนักทฤษฎีที่เป็นผู้บุกเบิกคือ George Gerbner
 ในขณะนั้น รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอความรุนแรงมีมากอย่างท่วมท้นในสหรัฐ
 จนกระทั่งกลายเป็นความวิตกกังวลของประชาชนอเมริกันว่า อิทธิพลจากความ
 รุนแรงจะมีผลกระทบในทางที่เป็นอันตรายต่อสังคม ดังนั้น รัฐบาลอเมริกัน
 จึงได้มีปฏิบัติการตอบสนองต่อความกังวลดังกล่าว โดยรัฐบาลของประธานาธิบดี
 Johnson ได้แต่งตั้งคณะกรรมการป้องกันความรุนแรง (Commission on Causes
 and Prevention of Violence) ขึ้นมา ปฏิกริยาที่สอง คือ สภาองเกรสได้อนุมัติ
 ให้มีการวิจัยขนาดใหญ่ ๆ เผยแพร่ผลงานในนามของ Surgeon General 's Report



ในงานวิจัยเรื่องความรุนแรงในโทรทัศน์ Gerbner ได้เป็นนักวิจัยที่ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์เพื่อดูปริมาณความรุนแรงที่ถูกนำเสนอผ่านกระบวนการต่าง ๆ การวิจัยในระยะแรก ๆ ไม่ได้มีแนวทางทฤษฎีอะไรขึ้นำเป็นแนวทาง เพราะคณะวิจัยมุ่งหวังเพียงแต่จะสำรวจเก็บปริมาณความรุนแรงที่ฉายผ่านโทรทัศน์เท่านั้น

ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความรุนแรงในโทรทัศน์นั้นมีมาก และความสนใจของสาธารณชนในเรื่องดังกล่าวก็ยังมีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น Gerbner และทีมวิจัยจึงเก็บข้อมูลสำรวจเป็นรายปีต่อเนื่องทุกปี ระหว่างทศวรรษ 1970 ถึง 1980 ที่เรียกว่าโครงการ Violence Profile ในขั้นต่อมา Gerbner และทีมจึงได้เริ่มนำเสนอกรอบทฤษฎีเพื่อใช้ในการอธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน และในระยะหลังนี้ เขาได้ขยายความสนใจออกไปให้กว้างขวางกว่าเดิม กล่าวคือ นอกจากจะสนใจเรื่องความรุนแรงแล้ว ยังได้ศึกษาพฤติกรรมรูปแบบอื่น ๆ ที่ปรากฏในโทรทัศน์อีกด้วย เนื่องจากงานวิจัยของ Gerbner ได้ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาว จึงทำให้ผลการวิจัยมีคุณค่าทางวิชาการเป็นอย่างมาก

2.2 ความสนใจในสื่อตัวใหม่ของสังคม : โทรทัศน์ อาจกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการปลูกฝังของสื่อ นั้น จัดได้ว่าอยู่ในกลุ่มนักคิดที่เชื่อว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นมีอยู่ในระดับหนึ่ง หากแต่มิใช่ผลกระทบในระยะสั้น เช่น Magic Bullet Theory ได้กล่าวเอาไว้ แต่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาว และเป็นผลมาจากการสั่งสมสื่อมวลชนที่ Cultivation Theory ให้ความสนใจมากที่สุด ก็คือ สื่อโทรทัศน์

ในช่วงปี ค.ศ.1970 Gerbner ผู้นำเสนอทฤษฎีนี้ให้ความสนใจที่จะศึกษาบทบาทของสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากเหตุผลที่ว่า

- ในช่วงเวลาดังกล่าว โทรทัศน์ได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางในชีวิตประจำวันของชาวอเมริกันเรียบร้อยแล้ว
- สื่อโทรทัศน์ได้สร้างสิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (หรือ “โลกทางสังคม” ในคำศัพท์ของกลุ่ม Social Construction of Reality) เกือบทั้งหมดของประชาชน
- โทรทัศน์เป็นตัวนำข่าวสารส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิตบุคคล และเป็นช่องทางหลักในการเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมากกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ประสบการณ์ตรง หรือการบอกเล่าจากผู้อื่น



2.3 ข้อค้นพบจากผลการวิจัย ความสนใจในงานวิจัยของ Cultivation Theory ก็เหมือนกับทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในการศึกษาเรื่องสื่อ คือ ความสนใจที่จะตอบปัญหาว่า ในขณะที่มีโลกแวดล้อมตัวบุคคลอยู่ 2 โลก คือ โลกที่เป็นจริง (real world) กับโลกที่ผ่านสื่อ (mass-mediated world) คนทั่วไปยึดถือเอาโลกใดเป็น “ความเป็นจริง” (reality) ของเขา

ตัวอย่างเช่น บรรยายภาสในสหรัฐ ช่วงทศวรรษ 1980 ผลจากงานวิจัยสำรวจและวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ของ Gerbner และคณะพบว่า จากตัวอย่างของปี ค.ศ.1986 ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ ช่วง primetime พบว่า ผู้ต้องสงสัยว่าจะกระทำความผิด 86% ไม่เคยต้องไปขึ้นศาลเลย ในขณะที่สถิติที่เป็นจริงรายงานว่า 80% ของผู้ต้องสงสัยที่ถูกจับกุมได้ต้องไปขึ้นศาล ตัวเลขใดที่แวดล้อมเป็นโลกแห่งความเป็นจริงอยู่รอบ ๆ ชาวอเมริกันกันแล้ว

หรือในกรณีตัวอย่างเรื่องความรุนแรง มีประเด็นปัญหาที่ตั้งขึ้นมาว่า “ภายในเวลา 1 อาทิตย์ ท่านคิดว่า โอกาสที่ตัวท่านจะต้องพบกับเหตุการณ์ที่รุนแรง มีสักประมาณเท่าใด 1 ใน 10 หรือ 1 ใน 100” ในการตอบคำถามนี้ หากดูจากสถิติที่เป็นจริงจะพบว่าคนอเมริกัน 100 คน มีโอกาสพบกับเหตุการณ์รุนแรงประมาณ 0.41 คน (เพียงครึ่งคนเท่านั้น หรือจาก 200 คนจะมี 1 คนเท่านั้นเจอเหตุการณ์รุนแรง) แต่หากตอบคำถามด้วยการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ช่วง primetime แล้วจะพบว่าตัวละครถึง 64% จะต้องมาเกี่ยวข้องกับเรื่องความรุนแรง Gerbner ให้ข้อสรุปสำหรับตัวเลขในปี 1982 ว่า อาชญากรรมในรายการโทรทัศน์จะมากกว่าเป็น 10 เท่าในโลก (เป็นอย่างน้อย)ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ในทุก ๆ ชั่วโมงจะต้องมีตัวละครหลัก ๆ ประมาณครึ่งหนึ่งที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการแสดงความรุนแรงทางกายภาพที่เห็นได้อย่างชัดเจนสัก 5-6 เหตุการณ์ แต่ประเด็นปัญหาที่สำคัญอยู่ที่ว่า ผู้ชมโทรทัศน์แบบต่าง ๆ (ทั้งที่ดูอย่างหนัก ที่เรียกว่า heavy viewer กับพวกที่ดูเพียงเล็กน้อย - light viewer) จะเชื่อถือสถิติที่เป็นจริงหรือเชื่อถือเหตุการณ์ในโทรทัศน์กันแน่

งานวิจัยของ Gerbner มีลักษณะเด่นตรงที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องระยะยาวเป็นเวลาถึง 20 ปีตั้งที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น จึงมีฐานข้อมูลที่กว้างขวางและมองเห็นภาพรวมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น Gerbner ยังได้



พยายามตอบคำถามโดยเชื่อมโยงภาพที่ได้ในระดับจุลภาค (Microscopic) คือ ข้อมูลรูปธรรมและบรรดาตัวเลขสถิติต่าง ๆ ที่เก็บมาได้ เข้ากับภาพรวมในระดับมหภาค (Macroscopic) คือ การนำเอาแนวคิดนามธรรม เช่น การอบรม บ่มเพาะมาใช้อธิบาย ด้วยความตั้งใจดังกล่าวของทีมนักศึกษา Gerbner และคณะ จึงไม่เพียงแต่จะค้นหาคำตอบอย่างง่าย ๆ มาอธิบายต่อคำถามที่ได้ตั้งขึ้นมาข้างต้น ว่า “ใครที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (กลุ่ม heavy user) ก็จะเชื่อตัวเลขในโทรทัศน์ มากกว่าคนที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า” เท่านั้น หากทว่าแง่มุมที่กลุ่ม Cultivation Theory สนใจก็คือ อิทธิพลและบทบาทของโทรทัศน์ที่ได้ทำหน้าที่ “ปลูกฝัง” หรือ “สร้างโลก” ที่แม้ว่าจะไม่ตรงกับ “โลกแห่งความเป็นจริง” ให้กลายเป็น “ความเป็นจริงของบุคคล” (อันมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกับแนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่ได้กล่าวมาในบทก่อนนี้) หลักการปลูกฝังความเป็นจริงนี้เป็นไปตามข้อเสนอที่ว่า “เพราะเราเชื่อว่า ‘มัน’ (โทรทัศน์) จริง มันก็เป็นจริง” (อันเป็นตรรกะที่สวนทางกับหลักการที่ว่า “เพราะว่ามันเป็นจริง เราจึงเชื่อว่า มันจริง”)

หากกล่าวโดยสรุป ขั้นตอนและวิธีการทำวิจัยของกลุ่ม Cultivation Theory จะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

(1) Message System Analysis : ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ เพื่อดูว่ามีภาพลักษณะอะไรปรากฏ มีประเด็นเรื่อง (Theme) อะไร มีค่านิยมอะไรที่ถูกนำเสนอผ่านบ่อยที่สุด

(2) Viewers' Social Realities : สำรวจโลกแห่งความเป็นจริงที่เป็นบริบทของผู้ชม เช่น อาชญากรรมในบริเวณนั้นมีมากน้อยเพียงใด โดยดูจากตัวบ่งชี้ (indicators) ตัวเลขสถิติต่าง ๆ

(3) Audience Survey : ทำการสำรวจผู้รับสารใน 2 มิติ คือ

(3.1) พฤติกรรมการดูชมโทรทัศน์ เพื่อนำมาจัดประเภทว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมแบบใด (ดูโทรทัศน์มากหรือน้อย)

(3.2) สำรวจ Mean World Index อันได้แก่ ทัศนะที่ผู้รับมีต่อชีวิตและโลก โดยใช้ตัวอย่างคำถาม 3 ข้อนี้

- คนเราส่วนใหญ่มักจะมองเห็น/สนใจ/มองหาแต่ผลประโยชน์ของตนเอง



- เราจะไว้วางใจในการติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์ / คนทั่วไป
มากนักไม่ได้
- คนส่วนใหญ่มักจะเอาใจเอาเปรียบเราเสมอถ้าเขามีโอกาส

(4) ทำการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ติดต่อโทรทัศน์แบบต่าง ๆ (เช่น กลุ่มที่ดูอย่างมากกับกลุ่มที่ดูเพียงเล็กน้อย) เพื่อดูว่า ชีวิตคนและโลกทัศน์ (สิ่งแวดล้อมทางสังคม) ของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ในส่วนที่เกี่ยวกับ Message System Analysis นั้น (การวิเคราะห์เนื้อหา) หลักการวิเคราะห์ของสำนัก Cultivation Theory นั้น มีวิธีการเฉพาะตัว เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีที่ว่า ตัวสารของโทรทัศน์นั้น ได้ถูกผลิตขึ้นมา จากสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมแต่ละแห่ง ดังนั้น ตัวสารนั้นเองก็ ทำหน้าที่เป็นประจักษ์ตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรมที่จะต้องวิเคราะห์ใน 4 มิติ คือ

(i) สิ่งที่ปรากฏ (Existence) คือ การหาคำตอบว่า สิ่งที่สื่อมวลชนได้นำเสนอปรากฏต่อสายตาผู้รับ คืออะไรบ้าง เป็นเนื้อหาอะไร และมีจำนวน มากน้อยบ่อยครั้งเพียงใดที่ถูกนำเสนอ คำถามนี้โดยส่วนใหญ่ การวิเคราะห์ เนื้อหาตามแบบประเพณี (Traditional Content Analysis) ที่ใช้วิธีการแจกนับ เนื้อหาที่ปรากฏมักกระทำอยู่แล้ว

(ii) การจัดลำดับความสำคัญ (Priority) ได้แก่ การตอบคำถามว่าใน บรรดาเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ นั้น เนื้อหาแบบใดที่สื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญ มากที่สุดหรือเป็นหลักของการนำเสนอ

(iii) การวิเคราะห์คุณค่า (Value) คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าซึ่ง แฝงเร้นอยู่ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบสารทางวัฒนธรรมนั้นมีอะไร ตัวอย่าง เช่น งานวิเคราะห์การตัดสินใจชดเชยงานที่เขียนโดยคุณประยูร จรรย์วรงค์ สุตริก จรรย์วรงค์ (2532) พบว่า คุณค่าที่บรรจุในการตัดสินใจนี้ คือ คุณค่า ในการพึ่งตนเอง ประหยัด ขยันหมั่นเพียร ไทยนิยม เป็นต้น

(iv) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relationships) คือ การหาความสัมพันธ์ ระหว่างส่วนต่าง ๆ ในตัวสารว่าอะไรสัมพันธ์กับอะไร และการวิเคราะห์ความหมาย ทางโครงสร้างของตัวสาร เช่น การวิเคราะห์ว่า กลวิธีต่อสู้ของผู้หญิงที่ดีที่สุด คือ การใช้ความอดทนและอดกลั้น ไม่ตอบโต้กับความชั่วร้ายจะเป็นกลวิธีที่พา ไปสู่ความสำเร็จมากที่สุด เป็นต้น

ทฤษฎีการปลูกฝังความเป็นจริง



จากการริเริ่มวิเคราะห์แต่เฉพาะประเด็นเรื่องความรุนแรง อาชญากรรม และระบบศาลยุติธรรมที่ปรากฏในโทรทัศน์ ในขั้นตอนมาโครงการของ Cultivation Theory ได้ขยายประเด็นศึกษาออกไปอีกมากมาย เช่น เรื่องบทบาททางเพศ ปัญหาเรื่องการสมรสและครอบครัว ความไร้สมรรถภาพทางกายภาพ (ความพิการทางกาย) สุขภาพ การดึงดูดความน่าสนใจ บทบาทของคนวัยต่าง ๆ วิทยาศาสตร์ การประสบความสำเร็จในการศึกษา การเมืองและศาสนา แต่ไม่ว่าจะขยายประเด็นออกไปอย่างไร ประเด็นคำถามที่ยังเป็นหัวใจของทฤษฎีที่ยังคงเป็นคำถามเดิม ก็คือ โทรทัศน์ได้มีบทบาทในการปลูกฝังทางวัฒนธรรม ด้วยการสร้างโลกทางวัฒนธรรม (ที่กลายมาเป็น “ความเป็นจริง”) ห่อหุ้มบุคคลในประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้นได้อย่างไร ผลจากการวิจัยที่ผ่านมา Gerbner ได้ให้สูตรสั้น ๆ สรุปข้อค้นพบว่า โทรทัศน์ได้มีบทบาทในลักษณะของ 3 B คือ

(i) **Blurring** กล่าวคือ โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ ลบภาพหรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมี (ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือเรียนรู้จากแหล่งอื่น ๆ ที่มีใช้สื่อ) ให้จางหายไป

(ii) **Blending** โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ ผสมความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์

(iii) **Bending** โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ โน้มให้โลกของคนเป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของโทรทัศน์เอง

2.4 จากโครงการ Violence Profile สู่ Cultural Indicators

ในการวิจัยของ Gerbner และคณะนั้น ยังมีผู้ตั้งคำถามกับวิธีการวิจัย และผลการวิจัยอยู่เสมอ (จะกล่าวถึงรายละเอียดต่อไป) เช่น การนิยามคำว่า “ความรุนแรงในโทรทัศน์” นั้นหมายความว่าอย่างไร เป็นความรุนแรงทางกายภาพ ทางวาจา หรือการกระทำ การใช้วาจาที่รุนแรงจะถือว่าเป็น “ความรุนแรง” หรือไม่ ถ้าเด็ก 2 คนเล่นชกต่อยกัน เราจะถือว่าเป็นความรุนแรงไหม เพราะเด็กผู้ชายก็ยอมเล่นชกต่อยกันอยู่แล้ว เป็นต้น

นอกจากคำถามเกี่ยวกับวิธีการวิจัย เช่นการนิยามศัพท์ดังกล่าวแล้วยังมีปัญหาเกี่ยวกับข้อสรุปของผลการวิจัย กล่าวคือ แม้ว่าผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นอย่างสม่าเสมอว่าในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์นั้นมีการนำเสนอภาพของความรุนแรงอย่างมากมาอยู่เป็นประจำ และเป็นภาพที่มากกว่าเหตุการณ์

ที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งอาจนำมาตีความหมายต่อไปได้ว่า สื่อมวลชน มิได้ทำหน้าที่เป็น “กระจกส่องสะท้อนความเป็นจริง” อย่างถูกต้อง หรือหากกล่าวให้รุนแรงกว่านั้นก็คือ “สื่อมิใช่กระจกส่องโลก หากแต่เป็นตัวโลกเสียเอง” อย่างไรก็ตาม ในทางตรงกันข้าม ก็ยังไม่มีข้อพิสูจน์ได้ว่า มีความสัมพันธ์ในลักษณะสาเหตุ-ผลลัพธ์ (Causal relationship) ระหว่างความรุนแรงในรายการโทรทัศน์กับพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงของคนดู กล่าวคือ ผลงานวิจัยของ Gerbner ไม่สามารถจะสรุปแบบฟันธงลงไปได้ว่า การดูรายการโทรทัศน์ที่ก้าวร้าวอย่างหนัก ได้ส่งเสริมให้ผู้ชมมีพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรงในชีวิตจริง

ต่อประเด็นคำถามดังกล่าว Gerbner ได้ให้คำอธิบายว่า แนวทางการศึกษาของเขานั้นได้ก้าวเลยไปกว่าประเด็นปัญหาแบบผลกระทบของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรม (ซึ่งเป็นประเด็นที่ตั้งเอาไว้ในระยะแรกของโครงการศึกษา) กล่าวคือ หลังจากที่ได้นำโครงการศึกษามาช่วงระยะเวลาหนึ่ง โครงการศึกษานี้ก็ได้ขยายแนวคิดการศึกษาออกไปจากเรื่อง “ผลกระทบ” ไปสู่การพิจารณาดู “บทบาทและหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของสื่อ” (role and symbolic functions) ที่ได้ถูกสร้างขึ้นในโลกแห่งรายการต่าง ๆ ในโทรทัศน์ เพราะฉะนั้นในชั้นหลัง ๆ แนวทางของโครงการศึกษาจึงได้ขยายไปสู่ความสนใจที่จะผนวกเอาการศึกษาตัวแปรเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่เป็นจริงของผู้ชมกับชีวิตทัศน์และโลกทัศน์ของผู้ชมเข้ามาเปรียบเทียบด้วย (ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว)

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1973 โครงการเก็บข้อมูลเรื่องความรุนแรงในสื่อจึงได้ขยายออกไปสู่โครงการ Cultural Indicators โดยมีเป้าหมายที่จะติดตามตรวจสอบเนื้อหาของรายการโทรทัศน์กับแนวคิดเรื่องความเป็นจริงทางสังคมที่ถูกสื่อปลูกฝังทั้งในกลุ่มเด็กและผู้ใหญ่อย่างสม่ำเสมอ ในโครงการนี้ ได้ขยายประเด็นการศึกษาเรื่องความรุนแรงเพียงอย่างเดียวที่เป็นจุดเริ่มต้นไปสู่ประเด็นด้านวัฒนธรรมอื่น ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ข้อตกลงเบื้องต้น 5 ประการของแนวคิดเรื่องตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรม (cultural indicators) มีดังนี้

(i) โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และเป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ และยังคงแตกต่างจากสื่อทั้งหมดที่เคยมีมาในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ กล่าวคือ

- ในแง่ปริมาณ ในช่วงปี 1970 ครอบครัวอเมริกันมากกว่า 98% มีโทรทัศน์ใช้แล้ว 1 เครื่องในบ้าน ตัวเลขดังกล่าวนี้ยังไม่มีสื่อมวลชนชนิดใดสามารถทำได้เช่นนี้

- ในแง่เงื่อนไขในการเข้าถึง โทรทัศน์แทบจะไม่มีข้อเรียกร้องทักษะพิเศษใด ๆ จากผู้ใช้เลย ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ เช่นที่หนังสือพิมพ์หรือหนังสือเล่มหรือนิตยสารเรียกร้องอยู่เสมอ

- ในแง่เศรษฐกิจ การชมโทรทัศน์ทุกครั้งไม่จำเป็นต้องควักกระเป๋าจ่ายเงินเหมือนการไปดูภาพยนตร์ โอกาสในการกดปุ่มโทรทัศน์จึงกระทำได้ง่ายกว่าอย่างมาก

- ในแง่คุณภาพของสื่อ โทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง จึงมีคุณภาพทั้งในแง่การจดจำข่าวสารข้อมูล การให้ความประทับใจและการโน้มน้าวได้ดีกว่าวิทยุอย่างเทียบกันไม่ได้

- ในการดูโทรทัศน์นั้น ผู้ชมไม่จำเป็นต้องเดินทางออกไปข้างนอก เหมือนการที่ต้องไปโบสถ์ / วัด ไปดูหนังหรือละครเวที

- เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ ที่เคยมีมา มีข้อที่น่าสังเกตว่า สำหรับเด็ก ๆ อาจจะได้รับการอบรมบ่มเพาะและปลูกฝังจากพ่อแม่หรือครูที่โรงเรียนมากกว่าอนึ่งจะเปิดรับสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือหรือภาพยนตร์ (หรืออย่างมากที่สุด ก็เปิดรับพร้อม ๆ กับการปลูกฝังของพ่อแม่) แต่ทว่าโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนชนิดแรกในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติที่มีโอกาสได้อบรมปลูกฝังเด็ก ๆ ตั้งแต่ระยะรุ่งอรุณของชีวิต (เด็ก ๆ เริ่มรู้จักดูโทรทัศน์ตั้งแต่ 1 - 2 ขวบแรก) และยังคงทำหน้าที่ปลูกฝังอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องไปจนกระทั่งถึงลมหายใจสุดท้ายของชีวิต โดยที่ยังไม่มีสถาบันแห่งการอบรมบ่มเพาะสถาบันใดมีศักยภาพที่จะกระทำได้เช่นนี้

(ii) เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่คนทุกเพศทุกวัย ทุกชนชั้น มีโอกาสเข้าถึง และมีโอกาสได้ใช้อย่างต่อเนื่องยาวนานดังที่ได้กล่าวมาแล้ว Gerbner และคณะจึงระบุว่า “โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ประจักษ์ชัดในการสร้างวัฒนธรรมหลักหรือส่วนกลางขึ้นมา” หากกล่าวในท่วงทำนองของแนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคมก็อาจจะพูดได้ว่า โทรทัศน์เป็นตัวถักสานแบบแผนหลักทางวัฒนธรรม (ทั้งความบันเทิงและข่าวสาร) ที่หล่อหลอมมวลชนอันมีลักษณะร้อยพ่อพันแม่



โดยเฉพาะคนกลุ่มใหญ่ของสังคมที่ในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมาอาจจะไม่เคยถูกดึงเข้ามาอยู่ในระบบการสื่อสารขนาดใหญ่ของสังคมเช่นนี้มาก่อน (ลองนึกดูถึงกรณีของเด็ก ๆ ชาวอีสาน ชาวเหนือ ชาวใต้ รวมทั้งชาวเขาที่กำลังนั่งดูการถ่ายทอดการแข่งขันฟุตบอลสดแข่งระหว่างทีมแมนยูไนเต็ดกับทีมลิเวอร์พูลก็คงช่วยให้เข้าใจข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้ได้ดีพอสมควร)

(iii) ความสนใจของนักทฤษฎีกลุ่ม Cultivation Theory นั้น มิได้เจาะจงอยู่ที่รายการเฉพาะ ๆ ของโทรทัศน์ หากทว่าสนใจที่ผลลัพธ์แบบเป็นภาพรวมหรือส่วนที่ตกผลึกหรือตกตะกอนมากกว่า ดังนั้น ในการศึกษา Gerbner และคณะจึงเห็นว่า นักวิเคราะห์จำเป็นต้องดูผลที่มาจากหลาย ๆ รายการรวมกัน มิใช่จากรายการใดรายการหนึ่ง

ส่วนในแง่ความเป็นจริงร่วมกัน (shared reality) ซึ่งกลายมาเป็นสำนึกร่วมโดยทั่วไปของผู้คนที่ถูกปลูกฝังจากโทรทัศน์นั้น จึงมีใช้เรื่องที่เป็น “ทัศนคติแบบเฉพาะ ๆ” หรือ “ความคิดเห็นที่เฉพาะเจาะจง” (เช่น ชอบนายกรัฐมนตรีคนไหน มีทัศนคติต่อหน้าหอมยี่ห้อต่าง ๆ อย่างไร) แต่ทว่า “ความเป็นจริงร่วมกัน” นั้น หมายถึงสิ่งที่เรียกว่า แบบแผนหลัก ๆ ทางวัฒนธรรม อันได้แก่ข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับ “ข้อเท็จจริงเรื่องชีวิต” และ “เกณฑ์มาตรฐานที่เราใช้วินิจฉัยเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ” ตัวอย่างเช่น ข้อตกลงเกี่ยวกับชีวิตที่ว่า “ชีวิตนี้เป็นทุกข์” “ชีวิตเป็นเรื่องชั่วคราวและระยะสั้น จึงควรหาความสุขใส่ตัวให้มากที่สุด” “หญิงกับชายแตกต่างกันอยู่แล้วโดยธรรมชาติ” “แม่หวังดีตั้งสงบเตรียมรบให้พร้อมสรรพ” “เราสามารถใช้สงครามที่เป็นธรรมเพื่อขจัดสงครามที่ไม่เป็นธรรมได้” “End สามารถ justify means ได้” เป็นต้น

(iv) เนื่องจากสถานีโทรทัศน์แต่ละเรื่องต่างผลิตรายการที่มุ่งกลุ่มเป้าหมาย (โดยรวม) ที่เป็นกลุ่มเดียวกัน และเนื่องจากเนื้อหาและรูปแบบในรายการโทรทัศน์นั้นมีลักษณะไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก เช่น ถ้าเป็นเกมโชว์ก็จะมีรูปแบบคล้าย ๆ กัน มีลักษณะวนเวียนและซ้ำ ๆ กัน เพียงแต่เปลี่ยนรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่านั้น ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงนำมาสู่ข้อตกลงเบื้องต้นประการที่ 4 ที่ว่า หน้าทีหลักทางวัฒนธรรมของโทรทัศน์ก็คือ การธำรงรักษาแบบแผนที่มีอยู่ของสังคมให้มีเสถียรภาพยั่งยืน และปลูกฝังความคิดที่จะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่อบรมสั่งสอน (Socialization) และปลูกฝังทาง



วัฒนธรรม (Enculturation) Gerbner ให้คำอธิบายเพิ่มเติมในรายละเอียดว่า เนื่องจากคนเรามีชีวิตอยู่ตามที่เขาถูกบอกเล่าให้มีชีวิตเช่นนั้น (we live in term of the stories we are told) รายการทุกรายการในโทรทัศน์ ไม่ว่าจะป็นข่าว ละครโฆษณาแล้วแต่เป็นการบอกเล่าเรื่องราวว่ามีอะไรอยู่บ้างในสังคม (what exists) สิ่งต่าง ๆ ทำงานได้อย่างไร (how it works) และเราจะต้องทำอะไรบ้าง (what to do) เช่น เศรษฐกิจแบบฟองสบู่กำลังมาเกิดในประเทศ เศรษฐกิจแบบนี้เกิดได้เพราะการลงทุนในกิจการที่ไม่มีผลผลิต และเราควรจะต้องช่วยชาติ ด้วยการเอาเงินดอลลาร์ไปแลก (โลกทัศน์ที่อยู่เบื้องหลังแนวคิดนี้ก็คือ ถ้าประชาชนทุกคนไม่ช่วยชาติ ชาติก็จะไปไม่รอด) เรื่องราวเช่นนี้ถูกบอกเล่าแก่คนทุกคน และตลอดเวลา

(v) Baran & Davis (1995) ตั้งข้อสังเกตว่า จากข้อตกลงเบื้องต้นประการที่ 4 นี้ ดูเหมือนว่า ได้มีการเคลื่อนย้ายค่านิยมของคำว่า “การสื่อสาร” ที่อยู่เบื้องหลังทฤษฎีนี้ โดยที่ค่านิยมที่บรรดา Impact Theory ใช้อยู่นั้นจะอ้างอิงถึงความหมายของการสื่อสารว่า เป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า Transmission Model ในกรณีนี้ ผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารจะปรากฏให้เห็นเป็นครั้ง ๆ เช่น ผู้รับสารได้เปิดรับหรือไม่ ผู้รับสารได้คิดเห็นเหมือนผู้ส่งสารหรือไม่ แต่สำหรับ Cultivation Theory นี้ ได้ใช้นิยมของคำว่า การสื่อสารในลักษณะของ Ritualistic model กล่าวคือ การดูโทรทัศน์นั้นจะคล้ายคลึงกับการไปวัดฟังเทศน์ ฟังธรรม โดยที่ผู้รับสารอาจจะไม่ได้รับเรื่องข้อมูลข่าวสารที่พระภิกษุเทศน์เป็นภาษาบาลีเลย หากทว่าหลังจากที่ฟังจบแล้วก็จะยกมือ “สาธุ” เห็นดีด้วย ด้วยพิธีกรรมการเข้าวัดวาตังกล่าวทำให้ผู้รับสารทั้งหลายกลายเป็น “พุทธศาสนิกชนที่ดี” และพุทธศาสนาก็จะอยู่คู่สังคมไทยตลอดไป นี่คือผลลัพธ์ด้านการอบรมปลูกฝังที่สื่อโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เสมือนการทำพิธีกรรมในสังคมแบบโบราณในอดีต

จากทัศนะแบบ Ritualistic model นี้ เป็นพื้นฐานข้อตกลงประการที่ 5 ของ Cultivation Theory ที่ว่า ผลกระทบอันเกิดจากการทำงานของโทรทัศน์ที่จะมองเห็นได้อย่างชัดเจน ที่จะสามารถวัดค่าออกมาได้ และเป็นผลที่จะอ้างว่ามาจากการทำงานของโทรทัศน์ล้วน ๆ เท่านั้น จะมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แน่แน่นอนว่า ข้อสรุปเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ตามมาอย่างมากมาย



และ Gerbner ได้ชี้แจงข้อสรุปดังกล่าว โดยเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยกับเรื่อง “ภูเขา น้ำแข็ง” ว่า ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สามารถจะทำให้ภูเขาน้ำแข็งละลายได้ เช่นเดียวกับผลลัพธ์การเลือกตั้งที่ฝ่าย ชัยชนะมีคะแนนเหนือกว่าเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่ก็ทำให้ผู้ชนะแตกต่างจาก ผู้แพ้ได้โดยสิ้นเชิง ผลอันเล็กน้อยของผลกระทบจะเกิดขึ้นอย่างเล็กน้อย แต่ทว่า เนื่องจาก ทิศทาง ของการเกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างสม่ำเสมอ (เช่นเดียวกับหยดน้ำที่หยดลงในทิศทางเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ สามารถจะเปลี่ยนรูปร่างของหินงอกหินย้อยได้ ฉันทก็ฉันทนั้น) จึงทำให้ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นมีความหมายอย่างยิ่ง ดังนั้น แม้ว่าการวัดผลกระทบ ของโทรทัศน์ต่อวัฒนธรรม ณ จุดใดจุดหนึ่ง จะเห็นผลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่ทว่าก็เป็น ผลที่เป็นจริงและมีความหมาย เนื่องจากการสั่งสมในระยะยาว (เหมือนการที่น้ำหยดลงหิน) ผลกระทบของโทรทัศน์ต่อจิตสำนึกร่วมของผู้คนนั้น ล้วนเป็นผลกระทบที่เป็นจริงและมีความสำคัญอย่างยิ่ง

2.5 โทรทัศน์ทำการปลูกฝังได้อย่างไร

ผลการวิจัยที่มาจากการเก็บข้อมูลระยะยาวของ Cultivation Theory มักจะให้ข้อสรุปว่า สื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์นั้นมีบทบาทในการปลูกฝังโลกที่เป็นจริงให้แก่บุคคล คำถามที่ยังหลงเหลือต่อไปก็คือ โทรทัศน์ทำเช่นนั้นได้อย่างไร ซึ่งคำตอบอาจจะมีดังนี้

(i) เนื่องจากธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์เองที่ McLuhan เคยกล่าวว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มามีบอ่ย มาแรง และมาเร็ว และลักษณะที่ซ้ำ ๆ กัน (repetition) ของโทรทัศน์เอง

(ii) ในอีกด้านหนึ่ง คำตอบนั้นอาจมาจากฝ่ายผู้รับสาร คือแบบแผน การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของผู้รับสารนั้น มักเป็นแบบไม่จำเพาะเจาะจง (Non-selective) กล่าวคือ จะเปิดดูทั้ง ๆ ที่ไม่ได้มีความตั้งใจจะเลือกดูรายการอะไรเป็นพิเศษ ลักษณะดังกล่าวทำให้อัตราการเปิดรับมีสูง หรืออาจเรียกว่า เป็นการดูแบบพิธีกรรมเพราะความคุ้นเคย (Ritual viewing) ดังที่ปรากฏในชีวิตประจำวันว่า คนเราส่วนใหญ่เมื่อเข้ามาในบ้านก็จะเปิดโทรทัศน์เอาไว้ และดูไปเรื่อย ๆ เพราะ ความเคยชิน

(iii) เหตุผลอีกประการหนึ่งมาจากธรรมชาติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของ



รายการโทรทัศน์ (Uniformity nature) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รายการข่าว เกมโชว์ สารคดี ไม่ว่าจะเป็นของช่องใด ยุคสมัยใด โดยหลักใหญ่ ๆ แล้วจะเป็นแบบแผนเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้น โลกที่โทรทัศน์สร้างมาห่อหุ้มตัวบุคคลจึง สัมผัสพอกพูนไปในทิศทางเดียวกัน

(iv) กลวิธีในการปลูกฝังนั้นอาจจะมี 2 แบบ แบบแรกเรียกว่า “แบบวิธีหลัก” (Mainstreaming) จะเป็นกรณีของพวกที่ใช้โทรทัศน์อย่างมาก (heavy users) ซึ่งแน่นอนว่า เมื่อคนกลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตนั่งเฝ้าจอ หน้าจอโทรทัศน์ พวกเขา ก็ย่อมได้รับข้อมูล แนวคิดและสัญลักษณ์จากโทรทัศน์ซึ่ง สามารถผูกขาดแหล่งข่าวสำหรับชีวิตคนกลุ่มนี้ได้ เช่น ถ้าเราเฝ้าดูแต่หนังประเภท court film จากโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นความไม่ยุติธรรม ความฉ้อฉล ช่องโหว่ของกฎหมาย การขายตัวของผู้พิพากษา ฯลฯ ที่ปรากฏอย่างต่อเนื่อง ในหนังเรื่องแล้วเรื่องเล่า โดยที่ชีวิตจริงของเราอาจไม่เคยต้องไปข้องแวะกับ กระบวนการศาลสถิตยยุติธรรมเลย คงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงได้ยากที่โลกแห่ง ความเป็นจริงในส่วนที่เกี่ยวกับระบบศาลของเราจะผิดแผกแตกต่างไปจากแนวคิด ที่ปรากฏในภาพยนตร์โทรทัศน์

แบบวิธีที่สองเรียกว่า “Resonance” ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ชมเลือกเอาแต่ เนื้อหาในโทรทัศน์เฉพาะส่วนเสี้ยวที่รองรับกับประสบการณ์ในชีวิตจริงของเขา เช่น คนที่เคยเห็นเพื่อนบ้านได้รับความอยุติธรรมจากระบบศาล ก็จะเลือกดูแต่ เนื้อหาที่ว่าด้วยความไม่ยุติธรรมของศาลจากรายการในโทรทัศน์ ดังนั้น จึงเท่ากับ เขาถูกปลูกฝังความเป็นจริงถึง 2 ชั้นทั้งจากประสบการณ์จริง (ที่จำกัด) และ ประสบการณ์ผ่านสื่อ (ที่เลือกรับมาเฉพาะส่วน)

(v) เหตุผลประการสุดท้ายก็คือ คุณสมบัติของโลกแห่งความเป็นจริง กับโลกที่ผ่านสื่อซึ่งเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของคน ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริง (real world) นั้น เป็นสิ่งที่อยู่ห่างไกลที่จะเข้าถึง เป็นโลกที่เต็มไปด้วยความสลับซับซ้อน แต่ในโลกของโทรทัศน์นั้นกลับเป็นโลกที่อยู่ใกล้ประชิด ติดตัว และเป็นโลกที่เรียบง่ายจึงสะดวกต่อการทำความเข้าใจ (simplified) (เราลองดูตัวอย่างหนังเรื่อง Apollo 13 ที่การแก้ปัญหาเรื่องยานอวกาศนั้นดูไม่ สลับซับซ้อนเท่าใดนัก) ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้คน (สมัครใจ) ถูกปลูกฝังและเรียนรู้จากโลกของโทรทัศน์มากกว่าจากโลกแห่งความเป็นจริง

3. ทศนะที่ได้แย้ง Cultivation Theory

จากเนื้อหา Cultivation Theory ที่ได้นำเสนอมานั้น มีข้อวิพากษ์วิจารณ์ ทฤษฎีดังกล่าวจากหลายแง่หลายมุม ดังที่จะได้ยกตัวอย่างมาแสดงดังนี้

(i) ข้อวิจารณ์ประกอบแรกคือ ลักษณะที่ไม่เข้ากันระหว่างประเด็น คำถามกับวิธีการที่ใช้แสวงหาคำตอบ เนื่องจากประเด็นคำถามของ Cultivation Theory เป็นคำถามขนาดใหญ่แนวมนุษยนิยม (การปลูกฝังโลกทางความคิด) แต่ทว่าวิธีการ ที่นำมาตอบคำถามนั้น กลับเป็นวิธีการแบบเดิม ๆ ทางสังคมศาสตร์ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ การสำรวจความคิดเห็นผู้รับสาร ฯลฯ ซึ่งมีลักษณะผิดแผกผิดตัวอย่างมาก หรือหากกล่าวให้เจาะจงไปยิ่งกว่านั้นก็คือ บรรดาเครื่องมือการวิจัยทั้งหลายของ Gerbner และคณะนั้นล้วนก่อตัวมาจาก Transmission Model (แบบจำลองการถ่ายทอดข่าวสาร) หากทว่าได้นำมาตอบคำถามที่มีพื้นฐานแบบ Ritualistic Model ที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบอันเป็น เรื่องการให้และตีความหมายแก่ชีวิตและโลก ซึ่งเกินเลยจากขีดความสามารถที่ เครื่องมือวัดของ Transmission Model จะตอบให้ได้

(ii) Newcomb ได้วิจารณ์สำนัก Cultivation Theory โดยใช้แนวคิด ต่อเนื่องเรื่อง “ประเด็นคำถามแบบมนุษยนิยม” (humanistic question) ว่า คำถามหลักของการวิเคราะห์แนวมนุษยนิยมคือ “ทั้งหมดนี้หมายความว่าอย่างไร” ซึ่งเมื่อ Gerbner นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาใช้ นั่น กลับเป็นการประยุกต์ใช้อย่าง ไม่ถูกต้อง ทั้งนี้ เพราะเมื่อเวลาโทรทัศน์นำเอาแนวคิดหรือสัญลักษณ์อะไรมาใช้ ถ่ายทอดเผยแพร่ นั่น ตัวโทรทัศน์เองมิได้เป็นตัวต้นฉบับในการสร้างความหมาย นั้น หากแต่แนวคิดและสัญลักษณ์นั้นถูกสร้างและมีมาก่อนหน้าในวัฒนธรรม อยู่แล้ว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ตั้งแต่โทรทัศน์ยังไม่ได้ถือกำเนิดขึ้นมา หรือ แม้จะไม่ต้องมีโทรทัศน์ ความคิดและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในสังคม - วัฒนธรรม ก็ถูกสร้างขึ้นมายุ่งแล้ว โทรทัศน์จึงเป็น “ผู้มาทีหลัง” มิใช่เป็นผู้ริเริ่มหรือผู้ให้กำเนิด ความหมายต่าง ๆ ในทางสัญลักษณ์ตามทัศนะของ Cultivation Theory

(iii) Newcomb ได้แสดงความเห็นต่อว่า ข้อบกพร่องอีกประการหนึ่ง ของ Cultivation Theory ก็คือการละเลยความหลากหลายของการจัดระบบ ความคิดและการแสดงออกซึ่งความคิดอันหลากหลายที่ปรากฏในโลกของ โทรทัศน์ ตัวอย่างเช่น แนวคิดและการแสดงออกซึ่ง “ความรุนแรง” นั้นมิได้

มีความหมายและความเข้าใจที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างที่ Cultural Indicators พยายามจะบอก ด้วยเหตุนี้ จึงมีข้อถกเถียงเสมอว่า “การกระทำแบบไหน ที่เรียกว่าเป็นความรุนแรงหรือไม่รุนแรง” เช่นการทำพิธีกรรมเข้าทรงแล้วตัดลิ้นตัวเองจะถือเป็นความรุนแรงหรือไม่ ก็พาล่อว่ากระทิงของสเปนเป็นความรุนแรงหรือไม่ เป็นต้น

(v) ข้อวิจารณ์ประการสุดท้ายต่อกลุ่ม Cultivation Theory ก็คือ การศึกษาของทฤษฎีนี้ไม่ได้เหลือพื้นที่การวิเคราะห์ไว้ให้ปัจเจกบุคคลที่ดูชมโทรทัศน์และตีความหมายแตกต่างไปจากที่ฝ่ายผู้ส่งสารได้ระบุความหมายมาแล้วเลย จนดูราวกับว่า จากการดูโทรทัศน์แบบเดียวกัน คนทุกคนจะถูกปลุกฝังด้วยแนวคิดอย่างเดียว ซึ่งทัศนะดังกล่าวเป็นการลดทอนลักษณะที่หลากหลายของมนุษย์ไปอย่างมาก

Gerbner และ Gross ได้แสดงทัศนะตอบโต้ข้อวิจารณ์ดังกล่าวว่า

(i) ต่อประเด็นที่ว่า แนวคิดและความหมายของสัญลักษณ์นั้นน่าจะสร้างมาจากที่อื่นแล้ว “ก่อนหรือนอกเหนือ”ไปจากโลกของโทรทัศน์ Gerbner กล่าวว่า “ชีวิตของผู้คนยุคสมัยนี้เกิดมาและเติบโตอยู่ในโลกแห่งสัญลักษณ์ที่มีในโทรทัศน์เป็น**สถาบันหลัก** ในการปลุกฝังแนวคิด ภาพลักษณ์ สัญลักษณ์ที่เป็นภาพที่แน่นอนอยู่แล้ว” ดังข้อมูลเรื่องความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ii) ส่วนเรื่องความหลากหลายที่มีอยู่ในรายการโทรทัศน์นั้น Gerbner เห็นว่า การวิเคราะห์ของ Cultivation Theory ไม่ได้มุ่งเจาะจงลงไปทีละรายละเอียดของรายการแต่ละรายการ หากแต่ได้พิจารณาหลักการทำงานและภาพรวมกว้าง ๆ ของการทำงานและการใช้โทรทัศน์ ซึ่งเราจะพบว่า มีแบบแผนที่เป็นหลักและเหมือน ๆ กันเป็นส่วนใหญ่

(iii) ในเรื่องความแตกต่างในการเปิดรับและเลือกตีความหมายของผู้ชมแต่ละคนนั้น Gerbner ตอบได้ว่า กลุ่ม Cultivation Theory ไม่ได้ตั้งใจที่จะตอบคำถามว่า ผู้ชมนั้นตีความหมายสิ่งที่คุณชมจากโทรทัศน์อย่างไร หากแต่สนใจว่า หากผู้ชมได้ดูรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารุนแรง ไม่ว่าจะตีความรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหารุนแรงนั้นอย่างไร ผลจากการดูชมนั้นได้ถูกนำมาสร้างเป็นโลกแห่งความเป็นจริงแวดล้อมตัวเขาเองต่างหาก



เอกสารอ้างอิง

1. Baran , S.S & Danis , D.K. (1995)
Mass Communication Theory , Wadsworth Publishing Group.
2. DeFleur , M.L & Ball - Rokeach , S.J. (1989)
Theories of Mass Communication . 5 th ed , Longman.
3. Signorielli N. & Morgan , M. (eds) (1990)
Cultivation Analysis , Sage Publications.
4. สุดรัก จรรย์วงษ์ (2512)
กลยุทธ์การสื่อสารของการ์ตูน “ขบวนการแก้จน”,
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5

การศึกษาสื่อตามองค์ประกอบการสื่อสาร

.....

บทที่ 15 การวิเคราะห์ผู้รับสาร
(Audience Analysis)

บทที่ 16 การวิเคราะห์เนื้อหา
(Content Analysis)



บทที่ 15
การวิเคราะห์ผู้รับสาร
(Audience Analysis)



1. ความหลากหลายของการวิเคราะห์ผู้รับสาร

ในบรรดาคำประกอบ 4 ประการของกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร (Sender) เนื้อหาสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Audience) นั้น องค์ประกอบ “ผู้รับสาร” เป็นองค์ประกอบที่ได้รับความสนใจในการศึกษาวิเคราะห์อย่างมากที่สุด ตั้งแต่ยุคแรกเริ่มมาจนถึงปัจจุบัน วิธีการวิเคราะห์ได้แปรเปลี่ยนไป รวมทั้งทัศนคติที่นักวิชาการมีต่อผู้รับสาร ก็ปรับเปลี่ยนไปในแต่ละยุคสมัย

เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับแนวทางต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่จะได้กล่าวถึงต่อไป ในที่นี้จะได้กล่าวถึงทัศนะต่าง ๆ ที่มีต่อ “ผู้รับสาร” เพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจต่อแนวการวิเคราะห์แบบต่าง ๆ ต่อไป

McQuail (1994) ได้แบ่งพัฒนาการของทัศนคติที่มีต่อผู้รับสารออกเป็น 4 แนวคิดใหญ่ ๆ ดังนี้

(1) ทัศนคติที่มองผู้รับสารเป็น “ผู้ดู ผู้ชม” (Spectators) แนวคิดนี้เป็นทัศนคติที่ตกค้างมาจากศิลปะการแสดงของสื่อพื้นบ้าน เช่น ลิเก ลำตัด โนห์รา ฯลฯ ในการละเล่นดังกล่าว จะประกอบด้วยฝ่ายผู้เล่น (ผู้ส่งสาร) และผู้ดู / ผู้ชม (spectators) ที่เข้าไปในสถานที่เดียวกันและช่วงเวลาเดียวกัน ความสัมพันธ์ด้านการสื่อสารระหว่างฝ่ายผู้แสดง (มหรสพหรือการปราศรัยหาเสียง) กับผู้ชมจะเป็นแบบการสื่อสารภายในกลุ่ม (Group Communication) โดยที่ทั้งสองฝ่ายต่างมีปฏิริยาตอบโต้ต่อกันและกัน (เช่น ถ้าพระเอกลิเกร้องกลอนเกี้ยวนางเอกได้ถูกใจผู้ชม ก็อาจจะมียืนตบมือหรือโห่ฮาแสดงความพอใจ) ในปัจจุบันนี้แม้ในแวดวงของการสื่อสารมวลชน เช่น โทรทัศน์ หรือวิทยุ เราก็คงอาจจะพบเห็น “ผู้ดู ผู้ชม” ดังที่กล่าวมานี้ปรากฏอยู่ในบางรายการ เช่น บรรดาผู้ชมในห้องส่งของรายการเกมโชว์ รายการตลก การถ่ายทอดการแสดงสดของวงดนตรีคอนเสิร์ต เป็นต้น

(2) ทัศนคติที่มองผู้รับสารเป็น “กลุ่มสาธารณะ” (Public) กลุ่มผู้รับสารแบบนี้เกิดขึ้นในยุคที่มีสื่อสิ่งพิมพ์ และได้เกิดกลุ่มผู้อ่านที่เรียกว่า “Reading Public” ซึ่งหมายถึงผู้รับสารที่ติดตามผลงานของนักเขียนหรือสื่อสิ่งพิมพ์บางชนิดอย่างจริงจังและสม่ำเสมอ และเนื่องจากในยุคของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์นั้น เป็นยุคที่สื่อมวลชนได้เข้าไปมีบทบาทเคลื่อนไหวร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคม



อย่างมาก ดังนั้น ผลจากการติดตามข่าวสาร ทำให้กลุ่มผู้อ่านเกิดการรวมตัวตามเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น อาชีพ รายได้ เพศ ความสนใจ ฯลฯ และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะที่เรียกว่าเป็น “กลุ่มสาธารณะ” ดังนั้น กลุ่มผู้รับสารในความหมายของ “กลุ่มสาธารณะ” จึงหมายถึงผู้รับสารที่หลังจากได้รับข่าวสารจากสื่อแล้ว จะเกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มพลังแบบต่าง ๆ และเข้าไปแสดงบทบาทในมิติสาธารณะ (เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ)

(3) ทัศนคติที่มองดูผู้รับสารเป็น “มวลชน” (Mass) มักเป็นทัศนคติส่วนใหญ่ที่นักสื่อสารมวลชน (โดยเฉพาะในยุคสมัยของวิทยุ โทรทัศน์) จะคิดถึงกลุ่มผู้รับสาร คำว่า “มวลชน” หมายถึงผู้รับสารที่มีลักษณะสำคัญ ๆ คือ

- เป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีปริมาณมาก
- เป็นกลุ่มที่อยู่กระจัดกระจายตามที่ต่าง ๆ ไม่ได้รวมอยู่ในที่เดียวกัน
- เป็นกลุ่มที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ต่างคนต่างอยู่ ไม่รู้จักกัน
- เป็นกลุ่มที่มีลักษณะหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นหลายเพศ หลายวัย

หลายอาชีพ

• เป็นกลุ่มที่มีลักษณะชั่วคราวชั่วคราว เช่น เกิดเป็น “มวลชน” ขึ้น เมื่อมีการรับสารจากสื่อเท่านั้น หลังจากการเปิดรับจบแล้ว ก็กระจัดกระจายออกไปอย่างเดิม

(4) ทัศนคติที่มองดูผู้รับสารเป็น “ตลาดหรือผู้บริโภค” (Market) เป็นความหมายสุดท้ายที่ได้เกิดขึ้น เมื่อพัฒนาการของการสื่อสารมวลชนได้กลายเป็นระบบธุรกิจอย่างเต็มตัวและมีการแข่งขันอย่างมาก ดังนั้น ผลผลิตของสื่อทุกชนิดจะมีสถานะเป็นสินค้าหรือบริการที่มีไว้จำหน่าย (ไม่ว่าจะเป็นแบบจำหน่ายอย่างทางตรงหรือทางอ้อม) ให้แก่กลุ่มผู้ชมบางกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อที่เรียกว่าเป็น “ผู้บริโภคหรือตลาด” และเนื่องจากในสภาวะปัจจุบัน ปริมาณด้านการผลิตสื่อ (ในด้าน supply) มีมากกว่าความสามารถที่จะบริโภค (ในด้าน demand) ของผู้บริโภค ดังนั้น ทิศทางของการผลิตสื่อจึงต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาดผู้ชมเป็นสำคัญ ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดคือ การทำ rating ของรายการโทรทัศน์ เป็นต้น



สำหรับแนวทางการวิเคราะห์ผู้รับสารที่จะได้กล่าวต่อไปนี้ จะแบ่งประเภทดังนี้

- (1) การแบ่งประเภทตามสำนักคิด (จัดประเภทโดย McQuail) แบ่งเป็น
 - (1.1) Structural Tradition
 - (1.2) Behaviorist Tradition
 - (1.3) Socio-Cultural Tradition
- (2) การแบ่งประเภทตามพัฒนาการ (Diachronic Analysis)
 - (2.1) Aristotle
 - (2.2) Magic Bullet Theory
 - (2.3) Limited Effect (Selective Perception)
 - (2.3.1) Grouplike
 - (2.3.2) Social Interaction
 - (2.4) Active Audience
 - (2.5) Uses & Gratifications Approach
- (3) การแบ่งประเภทเพื่อการวิจัย (Empirical Approach)
 - (3.1) Demographic / Socio - Economic Status
 - (3.2) Cultural Approach
 - (3.3) Uses & Gratifications Approach

2. การแบ่งประเภทการศึกษาผู้รับสารตามสำนักคิด

McQuail (1994) ได้แบ่งประเภทแนวทางการศึกษาผู้รับสารออกเป็น 3 สำนักคิดใหญ่ ๆ คือ

(1) Structural Tradition

เป็นวิธีการศึกษาผู้รับสารที่เก่าแก่วิธีหนึ่ง แนวทางการศึกษาผู้รับสารประกอบด้วย

- การศึกษาขนาด / ปริมาณ ของผู้รับสารที่สามารถจะเข้าถึงสื่อได้ การรู้ตัวเลขดังกล่าวเป็นประโยชน์สำหรับการบริหารจัดการสื่อ เช่น การคำนวณปริมาณที่จะตีพิมพ์หนังสือ เป็นต้น



- นอกเหนือจากจำนวนผู้รับสารแล้ว ข้อมูลที่ควรจะทราบต่อไปก็คือ องค์ประกอบทางสังคม ของผู้รับสาร (social composition) เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ ฯลฯ เพื่อตอบว่าผู้รับสารเป็นใคร
- นอกเหนือจากปริมาณและคุณสมบัติทางสังคมแล้ว การรู้จัก โครงสร้างของผู้รับสารอีกประการหนึ่งก็คือ การศึกษาความนิยม รสนิยม ความคิดเห็น และปฏิกิริยาของผู้รับสารต่อรายการต่าง ๆ

วิธีการศึกษาผู้รับสารด้วยแนวทาง Structural Tradition นี้ มักจะใช้วิธีการศึกษาวิจัยด้วยการสำรวจเป็นหลัก ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาผู้รับสารด้วยแนวการศึกษาเช่นนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านการตลาดในการจัดทำรายการแล้ว วิธีการเช่นนี้ก็ยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในทางวิชาการได้ด้วย เช่น การศึกษาระยะเวลาว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารของกลุ่มผู้ชมได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ รวมทั้งสามารถศึกษาแบบแผนการใช้สื่อ (Media Use) กับเงื่อนไขทางสังคมของผู้รับสารแต่ละกลุ่มได้อีกด้วย

(2) Behaviorist Tradition

เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่พอ ๆ กับวิธีการ Structural Tradition โดยส่วนใหญ่ วิธีการวิจัยที่เข้มงวดจะเป็นวิธีการทดลองหรือกึ่งทดลองที่นำมาจากวิชาจิตวิทยาทางสังคม โดยมีเป้าหมายพื้นฐานคือ การตอบปัญหำการวิจัยว่า อิทธิพลของเนื้อหาสารนั้นได้สร้างผลกระทบแก่พฤติกรรม ความคิดเห็น ทัศนคติ และค่านิยมของปัจเจกบุคคลมากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของมุลนิธ Payne ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของภาพยนตร์ที่มีต่อเด็ก เป็นต้น

และเนื่องจากกลุ่ม Behaviorist Tradition นี้ อาศัยแนวทางทางทฤษฎีจากวิชาจิตวิทยาสาขาพฤติกรรมนิยมที่รู้จักกันในนาม S-R Theory ดังนั้นประเด็นปัญหาวิจัยอีกแนวทางหนึ่งที่กลุ่ม Behaviorist สนใจ จึงได้แก่การตอบคำถามอีกประการหนึ่งที่ว่า คุณลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ฯลฯ อันเป็น คุณลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล มีส่วนในการเลือกใช้ การเลือกรับรู้ หรือพฤติกรรมการสื่อสารอย่างไรบ้าง

ถึงแม้ว่าเป้าหมาย ทฤษฎีและวิธีการที่นำมาใช้ของกลุ่ม Behaviorist จะมีอยู่อย่างค่อนข้างหลากหลายดังตัวอย่างที่ได้กล่าวไปแล้ว 2 แนว (ศึกษาผลกระทบและศึกษาพฤติกรรมการณ์เลือกใช้สื่อ) แต่ทว่าเอกลักษณ์ที่ทำให้แนวทาง



Behaviorist นี้แตกต่างจากแนว Structural Tradition ก็คือ ความเชื่อพื้นฐานในเรื่องคุณสมบัติของบุคคล ในขณะที่ Structural Tradition ให้ความสนใจกับปัจจัยสังคมที่อยู่นอกตัวบุคคล (Exogenous factors) เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ฯลฯ ว่าเป็นตัวกำหนดการกระทำของบุคคล แนวทาง Behaviorist Tradition กลับให้ความสนใจกับปัจจัยด้านจิตวิทยาที่อยู่ในตัวคน เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ ความสนใจ ความคาดหวัง ฯลฯ โดยเชื่อว่าปัจจัยภายในเหล่านี้ (Endogenous factors) เป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการทำพฤติกรรมของบุคคล

(3) Socio - Cultural Approach

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ว่าด้วยการวิเคราะห์สื่อด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษาว่า ข้อตกลงเบื้องต้นของแนวทางวัฒนธรรมศึกษานั้น จะให้ความสนใจต่อบทบาทของสื่อมวลชนในชีวิตประจำวันโดยถือว่า สื่อเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งในวิถีชีวิตของบุคคล ดังนั้น ในการศึกษาผู้รับสารจึงไม่อาจจะแยกศึกษาออกไปอย่างโดด ๆ ได้ หากแต่จะต้องศึกษาผู้รับสารอย่างสัมพันธ์กับตัวบท (text) ซึ่งหมายถึงเนื้อหาสารหรือตัวรายการประเภทต่าง ๆ การศึกษาผู้รับสารตามแนวทาง Socio - Cultural Approach จึงเป็นการศึกษาการรับสาร (reception analysis) ของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ โดยมีหลักการสำคัญ ๆ ดังนี้

- เนื้อหาสารหนึ่ง ๆ จะมีความหมายอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ “การอ่าน” (reading) ความหมายนั้นจากการรับรู้ของผู้รับสาร ดังนั้นความหมายของเนื้อหาสารจึงมิใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัวอยู่ในตัวสาร และไม่อาจจะกำหนดหรือคาดเดาล่วงหน้าได้ หากกล่าวให้ชัดเจนก็อาจจะพูดได้ว่า แนวทางของกลุ่มนี้เชื่อว่า “เนื้อหาของสารจะยังไม่มีมีความหมายใด ๆ จนกว่าจะมีผู้อ่าน”

- วิธีการใช้เนื้อหาสาร (ที่เรียกว่าพฤติกรรมการใช้สื่อ) เป็นปฏิบัติการทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าตัวบท (ละคร/หนังสือ/ข่าว/เกมโชว์) เรื่องเดียวกัน หากถูกนำไปใช้โดยปฏิบัติการทางสังคมของกลุ่มคนที่แตกต่างกัน ผลของการใช้ตัวบทดังกล่าวย่อมแตกต่างกัน (เช่น นักวิจารณ์ภาพยนตร์ กับคนดูหนังทั่ว ๆ ไป ย่อมมีปฏิบัติการทางสังคมในการดูหนังเรื่องหนึ่งแตกต่างกัน)

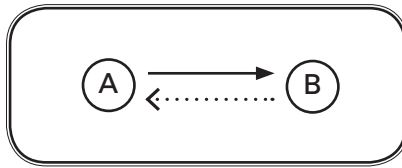
- กลุ่มผู้รับสารที่ใช้สื่อประเภทเดียวกัน (genres) ซึ่งจะมีประสบการณ์ร่วมกัน มีวิธีการคิด มีวิธีการใช้ภาษา (discourse) ที่คล้ายคลึงกัน มักจะมีวิธีการตีความหมายเนื้อหาสารและประสบการณ์กับสื่อคล้ายคลึงกัน

- Socio - Cultural Approach มีความเชื่อว่ากลุ่มผู้รับสารนั้น มิได้เปิดรับสารอย่าง passive อย่างไรก็ตาม ลักษณะที่ active ของผู้รับสารแต่ละคน ก็อาจจะแตกต่างกันไป บางคนอาจมีประสบการณ์ในการใช้สื่อมากกว่าบางคน หรือบางคนนั้นก็อาจจะ active มากกว่าคนอื่น ๆ

ส่วนวิธีการที่ใช้ในการศึกษานั้น มักจะเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการการศึกษาอย่างเจาะลึก เช่น วิธีการ Ethnography ที่สนใจความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของเนื้อหา รูปแบบการรับสาร รวมทั้งบริบทของการเปิดรับ

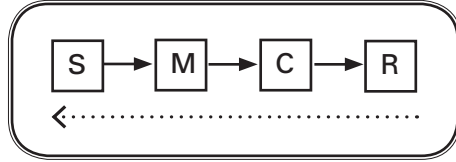
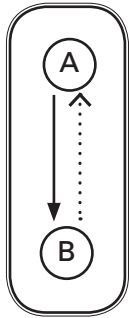
3. การแบ่งประเภทตามพัฒนาการ (Diachronic Analysis)

ก่อนจะกล่าวถึงพัฒนาการของการวิเคราะห์ผู้รับสาร จะขอทบทวนแบบจำลองของการสื่อสาร ซึ่งมีอยู่ 2 แกนใหญ่ ๆ คือ การวิเคราะห์ตามแนวนอน และการวิเคราะห์ตามแนวตั้งดังนี้



รูปที่ 1 : การสื่อสารตามแนวนอน

สำหรับการสื่อสารในความหมายของภาพที่ 1 นั้น เป็นการมองกระบวนการสื่อสารในแนวนอนที่ฐานะของผู้ส่งสาร (A) และผู้รับสาร (B) จะเสมอภาคกัน ต่างฝ่ายต่างผลัดกันสวมบทบาทผู้ส่งและผู้รับ เป้าหมายของการสื่อสารคือการสร้างความเข้าใจและความหมายร่วมกัน (shared meaning)



รูปที่ 2 : การสื่อสารตามแนวตั้ง

รูปที่ 3 : การสื่อสารมวลชน

สำหรับการสื่อสารในความหมายของภาพที่ 2 นั้น เป็นการสื่อสารตามแนวตั้งที่ผู้ส่งสาร A จะผูกขาดการเป็นผู้ส่ง และ B ก็จะมีฐานะเป็นผู้รับสารอยู่ตลอดเวลา อันเป็นสถานะที่ไม่เสมอภาคกัน เช่น การสั่งงานของเจ้านายต่อลูกน้อง ส่วนเป้าหมายของการสื่อสารนั้น หลังจากกระบวนการสื่อสารจบสิ้นแล้ว ฝ่ายผู้รับสารก็จะคิด รู้สึกหรือทำตามความต้องการของผู้ส่งสารเป็นหลักที่เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวหรือครอบงำ

(เป็นที่น่าสังเกตว่า การสื่อสารมวลชนนั้น แม้จะเขียนภาพแบบจำลองดูคล้ายเป็นการสื่อสารตามแนวนอน แต่โดยธรรมชาติแล้ว การสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารในแนวตั้ง เนื่องจากข่าวสารจะไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแบบทางเดียว)

จากแบบจำลองทั้งสอง สามารถแบ่งพัฒนาการของทัศนะที่มีต่อผู้รับสารได้ดังนี้

(1) ยุคสมัยของ Aristotle ความหมายของการสื่อสารในยุคนี้จะเน้นการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักจูงที่เรียกว่า "การใช้วาทศิลป์" (Rhetoric) โดยที่ผู้รับสารในขณะนั้นยังเป็นกลุ่มผู้ดู ผู้ชม (Spectator) เช่น ผู้ชมละคร กลุ่มคนที่มาฟังการปราศรัยทางการเมือง

แม้ว่า Aristotle จะให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์ผู้รับสาร แต่ก็กระทำเพียงเพื่อเป็นฐานความรู้ในการปรับแต่งผู้ส่งสารและตัวเนื้อหาสารให้เข้ากับผู้รับสาร จุดสนใจของวาทศิลป์จึงอยู่ที่การปรับปรุงความสามารถของผู้ส่งสารเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ความสนใจในการศึกษาผู้รับสารยังไม่มีสำคัญในตัวเอง

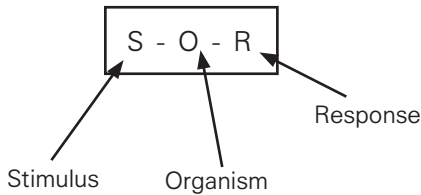
การวิเคราะห์ผู้รับสาร



(2) ยุค Magic Bullet Theory ในยุคนี้ถือเอาแบบจำลอง S-M-C-R เป็นหลัก ซึ่งอาจตีความได้ว่า ฐานะของผู้รับสารเริ่มขยับมามีความสำคัญมากขึ้น อย่างน้อยผู้รับสาร (Receiver) ก็ได้ถูกใช้เป็นตัววัดผลประสิทธิภาพของการส่งสารแต่ละครั้ง อย่างไรก็ตาม ทิศนะที่มองผู้รับสารในยุคนี้ จะถือว่า ผู้รับสารนั้นเปิดรับสารอย่าง passive

(3) ยุค Limited Effect Paradigm ในยุคนี้ มีผลจากการวิจัยใหม่ ๆ ที่พบว่าสื่อมวลชนนั้นมิได้มีอำนาจสร้างผลกระทบดังที่ต้องการได้ ทั้งนี้เนื่องจากในฝ่ายผู้รับสารนั้นมีปรากฏการณ์ของการเลือกรับสาร (Selective Perception) อันเนื่องมาจากเหตุผลที่ต่าง ๆ กันดังนี้

(i) ผู้รับสารแต่ละคนล้วนมีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ประยุกต์มาจากหลักของจิตวิทยาที่ว่าด้วยความแตกต่างระหว่างบุคคล



เมื่อตัวบุคคล (organism) ต่างกัน แม้สิ่งเร้าเดียวกันก็อาจทำให้เกิดปฏิกิริยา (response) ที่ต่างกันไปได้

(ii) เนื่องจากผู้รับสารในแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะทางสังคมแตกต่างกัน (Social categories) จึงมีแบบแผนการรับสารที่ต่างกัน เช่น คนที่มีอายุ เพศ วัย ฯลฯ ต่างกัน จะมีการเลือกรับสารต่างกัน ที่เรียกว่า “ความแตกต่างทางสังคม” (Social difference) อันเป็นแนวคิดที่ประยุกต์มาจากหลักด้านสังคมวิทยา ในเวลาเดียวกัน คนที่มีลักษณะทางสังคมเหมือนกัน (ที่เรียกว่า “Grouplike”) เช่น เป็นคนในอาชีพเดียวกัน ก็จะมีแบบแผนการใช้และการรับสารที่คล้ายคลึงกัน

(iii) เนื่องจากนักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า กลุ่มผู้รับสารมิได้มีลักษณะโดดเดี่ยวกระจัดกระจาย (atomized) ตามที่กลุ่ม Magic Bullet Theory คาดคิดไว้ หากทว่าผู้รับสารยังคงมีสายสัมพันธ์กับบุคคลแวดล้อม (มี Social interaction)



ดังนั้น ในการวิเคราะห์ผู้รับสารจึงต้องสนใจว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง) ได้เข้ามามีส่วนในการเปิดรับสารอย่างไร เช่น ผู้ชายบางคนต้องยอมนั่งดูละครโทรทัศน์ทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ แต่เพื่อใช้เวลาร่วมกับภรรยา และลูกสาว เป็นต้น

ในเวลาเดียวกัน นอกจากจะศึกษาว่าความสัมพันธ์ทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้องกับการเปิดรับสารอย่างไรแล้ว เรายังอาจจะสนใจต่อไปได้อีกว่า เหตุผลของการใช้สื่อนั้นคืออะไรบ้าง กล่าวคือ หลังจากเปิดรับสื่อแล้ว ผู้รับสารนำเอาเนื้อหาสารไปใช้ทำอะไร โดยเฉพาะในส่วนของการใช้ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น

- Socialiability คือการนำเอาสื่อไปเป็นเครื่องมือสร้างเสริมความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น นำเอาเนื้อหาละครไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยในกลุ่มเพื่อนฝูง
- Social Conformity เป็นการเปิดรับข่าวสารเพื่อจะนำไปใช้ให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคม เช่น ทราบข่าวว่าตำรวจจะเริ่มจับผู้ที่ไม่คาดเข็มขัดนิรภัยในระหว่างขับรถ ก็จะปฏิบัติตาม
- Avoidance / Social Isolation เป็นการใช้สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น พวกที่ชอบอยู่บ้านอ่านหนังสือเพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าสังคม
- Domination ได้แก่การใช้ข่าวสารเพื่อการครอบงำหรือเอาเปรียบผู้อื่น เช่น ผู้ที่ได้ข่าวว่าจะมีการตัดถนนผ่านเส้นทางใดก่อนคนอื่น ก็จะรีบไปซื้อที่ดินบริเวณนั้นเอาไว้เพื่อเก็งกำไร เป็นต้น
- Social Status ได้แก่การใช้ข่าวสารเพื่อรักษาสถานภาพทางสังคมของตนเอง ตัวอย่างเช่น บรรดาผู้นำในชุมชนจำเป็นต้องเป็นผู้นำในเรื่องการรู้เรื่องข่าวสารก่อนและมากกว่าคนอื่น
- Social Reference การใช้ข่าวสารเป็นแหล่งอ้างอิง เช่น การสำรวจว่าทัศนะของสื่อมวลชนต่อเรื่องรักเพศเดียวกัน (ชายรักชาย หญิงรักหญิง) เป็นอย่างไรบ้าง เพื่อใช้เป็นกรอบอ้างอิงความคิดเห็นของตนเอง

(4) ยุค Active audience เป็นยุคสมัยที่ต่อจากยุคที่ 3 ซึ่งผลจากการวิจัยส่วนใหญ่ที่เริ่มมองว่า กลุ่มผู้รับสารนั้น มิได้มีลักษณะเป็นเนื้อเดียวกัน (Homogeneous) หากทว่ามีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างระดับบุคคลหรือระดับกลุ่มก็ตาม ส่วนในยุคสมัยที่ 4 นั้น ได้เสริมเพิ่มเติมจากผลการวิจัยว่า นอกจากผู้รับสารจะ “แตกต่างกัน” แล้ว ผู้รับสารก็ยังมีลักษณะ “active” ในการรับสารอีกด้วยในทุกขั้นตอน นับตั้งแต่ขั้นตอนว่าจะเปิดรับหรือไม่ (เช่น วันนี้จะเดินออกไปที่แผงขายหนังสือพิมพ์หรือไม่ ถึงแม้เดินไปถึงแล้วจะหยิบหนังสือพิมพ์ขึ้นมาอ่านหรือเปล่า หยิบมาแล้วจะซื้อหรือเปล่านั้นก็เลือกซื้ออะไร จะเลือกปฏิบัติตามที่สื่อบอกเอาไว้หรือไม่

(5) ยุค Uses & Gratifications Approach เป็นพัฒนาการขั้นสูงสุดของแนวคิดที่ว่าผู้รับสารนั้นนอกจากจะ “แตกต่างกัน” อย่างมากแล้ว ก็ยังมีวิธีการใช้สื่อและสารอย่างมีเป้าหมายอย่าง active อย่างมากที่สุด (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

4. การแบ่งประเภทการศึกษาผู้รับสารเพื่อการวิจัย (Empirical Approach)

สำหรับการพิจารณาแบ่งประเภทการวิเคราะห์ผู้รับสารในตอนต่อไปนี้จะแบ่งโดยใช้แนวทางในการทำวิจัยของแต่ละกลุ่มเป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตามโดยส่วนใหญ่แล้ว เกณฑ์ที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังแต่ละแนวทางนั้น ก็จะวางอยู่บนทัศนคติต่อผู้รับสารที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว 2 ประการ คือ

(i) นักวิจัยนั้นมีทัศนะว่า “ผู้รับสารคือใคร” เป็นผู้ดู ผู้ชม (ที่ active) เป็นกลุ่มสาธารณะ (ที่นำสื่อไปใช้ในการสร้างพลังเพื่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ) เป็นกลุ่มมวลชนที่แตกแยกกระจัดกระจาย เป็นตลาดของผู้บริโภค (คนที่จะมีสื่อใช้ก็คือคนที่มีอำนาจการซื้อ)

(ii) นักวิจัยได้ยึดคำอธิบายว่า คนเราทำพฤติกรรมเนื่องมาจากมูลเหตุผลักดันแบบใด เช่น จากปัจจัยภายใน (Endogenous factor) อันเป็นคำอธิบายมาจากวิชาจิตวิทยา (เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง ทัศนคติ ความสนใจ ฯลฯ) หรือมาจากปัจจัยภายนอก (Exogenous factor) อันเป็น

คำอธิบายมาจากวิชาสังคมวิทยา (เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ฯลฯ) เป็นตัวกำหนดการเข้าถึงสื่อและการใช้สื่อ

ตัวอย่างง่าย ๆ ประกอบคำอธิบายที่จะแตกต่างกันเนื่องจากการใช้กรอบที่แตกต่างกันก็เช่น หากมีการตรวจสอบถามกลุ่มผู้รับสารสตรีแล้วพบว่าผู้รับสารกลุ่มนี้ชอบเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มากกว่าจะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ ส่วนในเรื่องประเภทรายการ กลุ่มผู้หญิงจะชอบดูละครมากกว่าดูข่าว และแม้จะดูข่าวบ้างก็ยังชอบดูข่าวเบา ๆ (เช่น ข่าวบันเทิง) มากกว่าข่าวหนัก เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมืองระหว่างประเทศ

จากผลการวิจัยดังกล่าว หากเราตีความด้วยปัจจัยภายใน เราก็คงจะอธิบายว่า โดยธรรมชาติ ผู้หญิงเป็นเพศที่ชอบเรื่องอะไรที่เบา ๆ ไม่ต้องเครียด ผู้หญิงมีทัศนคติที่ไม่ชอบเรื่องการเมืองเพราะรู้สึกว่าเป็นเรื่องสกปรกของการแย่งชิงอำนาจ เป็นต้น แต่หากตีความด้วยปัจจัยภายนอก เราก็คงต้องสำรวจดูว่าโอกาสในการเข้าถึงสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้หญิงมีมากหรือน้อย เช่น แม่บ้านที่ไม่มีเงินมากพอจะซื้อหาหนังสือพิมพ์มาอ่านได้ (ในขณะที่ผู้ชายที่ไม่มีเงินอาจจะออกไปอ่านในที่ทำงาน) โลกของผู้หญิงมีชีวิตอยู่แต่ภายในบ้านและขาดฐานความรู้เกี่ยวกับความเป็นไปของระบบเศรษฐกิจการเมืองที่เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นในการติดตามข่าวหนักระดับโลก เช่นเมื่อพูดชื่อนายยัตเซอร์ อาราฟัต ผู้นำปาเลสไตน์ ก็ต้องมีความรู้ว่า ความขัดแย้งระหว่างปาเลสไตน์กับอิสราเอลเป็นมาอย่างไร ซึ่งผู้หญิงจะมีไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องที่หากผู้หญิงจะดูข่าว ก็ต้องติดตามข่าวเบา ๆ ที่มีอยู่สั้นและไม่เรียกร้องฐานความรู้ในการติดตาม

จากแนวคิดเบื้องหลัง ที่ยกตัวอย่างนี้จะเป็นฐานคติที่อยู่เบื้องหลังวิธีการวิจัยผู้รับสารแบบต่าง ๆ ที่จะกล่าวถึงต่อไป คือ

(1) การใช้ปัจจัยด้านประชากรเป็นตัวแปร (Demographic Approach/SES)

วิธีการวิเคราะห์ผู้รับสารแบบนี้ เป็นวิธีการที่ใช้ในระยะเริ่มแรกและเป็นที่คุ้นเคยโดยทั่วไปเนื่องจากมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย วิธีนี้จะใช้ตัวแปรที่เป็นคุณสมบัติทางประชากรของผู้รับสาร คือ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ฯลฯ มาเป็นตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ว่า ในการเปิดรับและใช้สื่อของกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่ต่างกัน จะมีลักษณะเป็นอย่างไร



แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังของวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสารแบบนี้ คือหลักการที่ว่าคนเราทำพฤติกรรมตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogenous Factors) และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรจะทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น อากัปกริยาทำท่าเอียงอายจะดูน่ารักสำหรับหญิงสาว แต่ดูไม่สมวัยเลยสำหรับหญิงชรา เป็นต้น พฤติกรรมการรับสารและใช้สื่อซึ่งเป็นพฤติกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งก็เป็นไปตามหลักการดังกล่าว

มีตัวอย่างงานวิจัยมากมายที่ดำเนินการโดยใช้ปัจจัยด้านประชากรเป็นตัวแปรต้นและนำไปหาความสัมพันธ์กับตัวแปรด้านการสื่อสาร เช่น ข้อค้นพบว่า โดยทั่วไป ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ (เด็กเล็กต้องอยู่ในบ้าน วัยรุ่นอยู่กับกลุ่มเพื่อน / อยู่ในโรงเรียน ผู้ใหญ่อยู่นอกบ้าน / ที่ทำงาน ฯลฯ) แบบแผนการใช้เวลาเปลี่ยนไป (เด็กเล็กจะเล่นและว่างเป็นหลัก ผู้ใหญ่จะทำงานและมีเวลาว่างเพื่อจะเที่ยวเล่นเป็นส่วนน้อย) ลักษณะของกิจกรรมที่ทำ กลุ่มบุคคลที่แวดล้อมก็จะเปลี่ยนไปเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (lifecycle) ดังกล่าวจะมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น

- เด็กเล็ก จะใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่ และใช้เพื่อความบันเทิง
- วัยรุ่น จะใช้สื่อนอกบ้านและใช้สื่อพร้อมกลุ่ม (เช่น ภาพยนตร์) และใช้สื่อเพื่อความบันเทิง

- ผู้ใหญ่ จะใช้สื่อทั้งในและนอกบ้าน แต่จะมีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า
- คนชรา จะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกครั้งหนึ่ง แต่จะใช้เพื่อฆ่าเวลาหรือเป็นเพื่อนเป็นหลัก

ตัวแปรเรื่อง “การศึกษา” ก็มีส่วนสัมพันธ์อย่างมากกับแบบแผนการใช้สื่อ เช่น คนมีการศึกษาสูงมักใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนมีการศึกษาน้อย และมักใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการใช้งานมากกว่า เช่นเดียวกับตัวแปรเรื่อง “ฐานะทางเศรษฐกิจ” เนื่องจากมีสื่อหลายประเภทเป็นสื่อที่ต้องจ่ายเงินโดยตรง เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ ดังนั้นคนที่มีฐานะดีย่อมมีโอกาสที่จะ



เลือกใช้สื่อได้มากกว่า ส่วนตัวแปรเรื่อง “เพศ” นั้นก็แทบจะไม่ต้องพูดถึง เพราะเพียงแค่ทฤษฎีระดับสามัญสำนึก คนทั่วไปก็มองเห็นแล้วว่าผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่องการใช้สื่ออย่างเห็นได้ชัดเจน

(2) การวิเคราะห์เชิงวัฒนธรรม (Cultural Approach)

การวิเคราะห์ผู้รับสารในเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเริ่มด้วยการขยายขอบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารออกไปจากเดิมว่า โดยพื้นฐานแล้ว สื่อมวลชนจะมีหน้าที่ 2 ประการต่อวัฒนธรรมและผู้รับสาร คือ

- สื่อมวลชนจะช่วยเป็นผู้สืบทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมของสังคม ทั้งในแง่การส่งผ่านวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (generation to generation) และทั้งในแง่ที่แพร่หลายวัฒนธรรมของกลุ่มย่อยบางกลุ่มในสังคม ให้คนกลุ่มอื่น ๆ ได้รับรู้ เช่น เมื่อมีการนำการแสดงกันตรึม (วัฒนธรรมของชาวอีสานเชื้อสายเขมร) มาออกแพร่ภาพทางโทรทัศน์ คนภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ก็จะได้รู้จักวัฒนธรรมของคนกลุ่มนี้

- สื่อมวลชนเองจะเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมของสังคมนั้นเสียเอง ดังหลักการของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ถือสาน “โลกแห่งความหมาย” ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของความรู้ ความคิด อารมณ์ แห่งยุคสมัย แนวทางการประพฤติปฏิบัติให้ห่อหุ้มอยู่รอบ ๆ ตัวบุคคล และ กลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า “Culture we breathe”

สำหรับการพิจารณาสื่อมวลชนในแง่วัฒนธรรมนั้น แนวทางนี้กล่าวว่า ก่อนหน้าที่จะมีสื่อมวลชนนั้น ในสังคมจะมีวัฒนธรรมอยู่ 2 แบบที่แตกต่างกัน และผู้รับสารของสองวัฒนธรรมนั้นเป็นคนละกลุ่ม

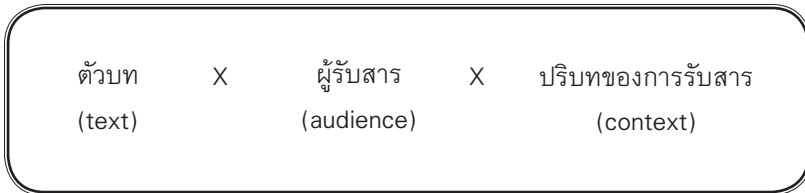
(i) วัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) เป็นวัฒนธรรมของชนชั้นนำในสังคม เนื่องจากลักษณะมั่งคั่งของชนชั้น วัฒนธรรมของชนชั้นสูงจึงมีลักษณะประณีตงดงาม กระบวนการผลิตเป็นไปด้วยความพิถีพิถันและเต็มไปด้วยสุนทรีย์ แต่วัฒนธรรมดังกล่าวไม่จำเป็นต้องมีประโยชน์ในการใช้งานแต่อย่างใด (ตัวอย่าง เช่นกับข้าวขาววง)

(ii) วัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Culture) เป็นวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในสังคม เนื่องจากคนส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาที่มีเกือบทั้งหมดไปในการทำมาหาเลี้ยงชีพ ดังนั้นวัฒนธรรมที่สร้างขึ้น จึงมีลักษณะรับใช้ชีวิต (เช่น เพลง

เด่นกำรำเกี่ยวกับก็เกิดมาจากการเกี่ยวข่วนั้นเอง) และเนื่องจากเวลาที่มีไม่มาก ในการผลิตวัฒนธรรม ดังนั้นวัฒนธรรมพื้นบ้านจึงมีลักษณะเรียบง่าย ไม่ประดิดประดอย แต่มีประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง (สั่งสอนศีลธรรม ชี้นำการปฏิบัติให้ข้อคิด ให้มีสติ) เป็นต้น

หลังจากที่เกิดสื่อมวลชนขึ้น วัฒนธรรมทั้งสองชนิดก็โน้มเข้าหากันและกลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่เรียกว่า วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) หรือวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวกลางผสมผสานวัฒนธรรมทั้ง 2 ที่เคยมีอยู่ เช่น การอัดเทปเพลงนั้น ก็จะอัดทั้งเพลงไทยเดิมจากโน้ตในวัง และเพลงลูกทุ่งของชาวบ้าน หรือกรณีตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ โทรทัศน์ ซึ่งคนจากทุกกลุ่มต่างก็ดูรายการประเภทเดียวกัน เหมือนกันหมด สื่อมวลชนจึงมีบทบาทในการสร้างกลุ่มผู้รับสารกลุ่มใหม่ที่มีลักษณะเป็นมวลชนที่มีความแตกต่างกันน้อยลงไปทุกที

สำหรับเอกลักษณ์ของการวิเคราะห์ผู้รับสารในเชิงวัฒนธรรมนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัวควบคู่กันไป คือ



ดังนั้น การวิเคราะห์ผู้รับสาร จึงต้องเริ่มจากการพิจารณาที่ตัวเนื้อหา/ตัวสื่อ (ที่ศัพท์ของแนวทางวัฒนธรรมเรียกว่า “ตัวบท”) ว่าจะมีผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อผู้รับสารอย่างไร และนอกจากนั้น ยังต้องพิจารณาบริบทของการรับสารนั้นประกอบด้วย (เช่นเป็นการดูโทรทัศน์กับใคร ที่ไหน เวลาใด) ตัวอย่างเช่น การศึกษาแบบแผนการเปิดรับรายการฟุตบอลโลกที่ถ่ายทอดทางโทรทัศน์ของผู้หญิงไทยในบริบทต่าง ๆ กัน เช่น ดูคนเดียวที่บ้าน ออกไปดูที่บ้านเพื่อน ออกไปดูใน Pub ฯลฯ เมื่อตัวแปรตัวใดตัวหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ก็จะส่งผลถึงตัวแปรตัวอื่น ๆ เสมอ

ส่วนกระบวนการรับรู้และตีความของผู้รับสารนั้น การวิเคราะห์เชิงวัฒนธรรมเห็นว่าประสบการณ์จากสื่อมวลชนนั้นเป็นประสบการณ์หนึ่งในท่ามกลางประสบการณ์ชีวิตด้านอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีการโยงใยประสบการณ์ทางวัฒนธรรมจากแง่มุมอื่นของชีวิตมาใช้ในการตีความผลงานจากสื่ออยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น เด็กจากครอบครัวที่มีความสุขในครอบครัวกับเด็กที่มาจากครอบครัวที่มีปัญหา ย่อมดูละครโทรทัศน์ประเภทที่แก้ปัญหาชีวิตครอบครัวอย่างแตกต่างกัน เป็นต้น

(3) แนวทางการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses & Gratifications Approach)

(3.1) อันที่จริงการวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น อาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่า แทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง”

เอกลักษณ์เด่น ๆ ของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร นั่นก็คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ “ตัวผู้รับ / ใช้สาร” (Media users) มากกว่า “ตัวสาร” (Media / content) โปรดสังเกตว่า แนวทางนี้ไม่ค่อยนิยมเรียกผู้รับสารว่า “audience / receiver” แต่มักจะเรียกว่า “users” อันมีนัยยะว่า ผู้รับสารนั้น เป็นฝ่ายกระทำในกระบวนการสื่อสาร มิใช่เป็นฝ่ายรองรับหรือตั้งรับ)

(3.2) แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อมีดังนี้

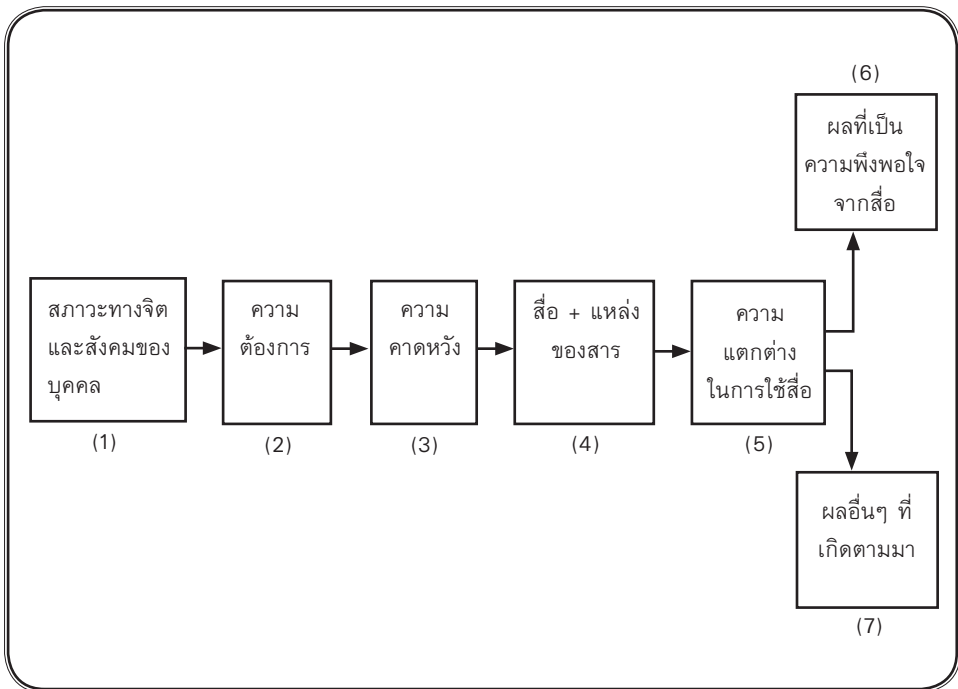
- โดยส่วนใหญ่ ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพ การงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ (เช่น รายงานพยากรณ์อากาศ)

- เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal - oriented activity)

- ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่ง ท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย (หลักการข้อนี้มีนัยยะที่ลดสถานะและความสำคัญของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลลงมา)

- สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

(3.3) จากหลักการทั้ง 4 ประการนี้ หากแปรรู้ออกมาเป็นกรอบของกระบวนการแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ก็จะได้ดังนี้



หากเราลองสมมติสถานการณ์การใช้สื่อ 2 สถานการณ์ของผู้หญิงคนหนึ่ง ในเงื่อนไขแรก จากอาชีพการงานที่ต้องการติดตามข่าวสาร (1) ทำให้เธอต้องการข่าวสารที่รวดเร็วและทันเวลา (2) เธอหวังว่า (3) จากการอ่านหนังสือพิมพ์ (4) ทุกเช้ารู้ จะทำให้เธอได้รับข่าวสาร แต่เธอคงจะไม่ได้รับข่าวสารดังกล่าวอย่างถูกต้องจากเพื่อนร่วมงาน (5) หลังจากที่เลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์แล้ว เธอก็ได้รับความพึงพอใจจากสื่อดังกล่าว (6) นอกจากนั้นผลจากการอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำยังช่วยทำให้เธอมีภาพลักษณ์ว่าเป็น “ผู้หญิงก้าวหน้าทันสมัย” อีกด้วย (7)

แต่หากสตรีท่านนี้เกิดมีปัญหาระหว่างการเลือกคู่ครอง (1) ที่เธอยังตัดสินใจไม่ได้ แต่เธอต้องการจะตัดสินใจให้จบเรื่อง (2) เธอก็จะรู้ว่าปัญหาดังกล่าว ไม่อาจจะคาดหวัง (3) คำแนะนำจากสื่อหนังสือพิมพ์ (4) ที่มีลักษณะเป็นมวลชน (แต่ปัญหาของเธอเป็นปัญหาเฉพาะบุคคล) และเนื่องจากเรื่องคู่ครองเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมีรายละเอียดมาก จึงคาดหวังข่าวสารแบบทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ไม่ได้ ในกรณีหลังนี้ เธอก็หันมาปรึกษากับเพื่อนร่วมงานแทน

(3.4) ในทางปฏิบัติ Katz (1973) ได้สร้างเครื่องมือวัดลักษณะการใช้สื่อที่ประยุกต์มาจากแบบจำลองดังกล่าวให้มีลักษณะใช้งานจริงได้มากขึ้น โดยใช้ตัวแปร 3 ตัวเป็นแกน ในแต่ละตัวแปรมีคุณลักษณะแยกย่อยออกไป และสามารถผสมเป็นสูตรเพื่อจัดแบบแผนการใช้สื่อของบุคคลดังนี้

- (1) Mode คือลักษณะของความ ต้องการ ประกอบด้วย
 - (1.ก) ต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - (1.ข) ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - (1.ค) ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)
- (2) Connection คือจุดประสงค์ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย
 - (2.ก) รับรู้ข่าวสารความรู้
 - (2.ข) เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
 - (2.ค) เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
 - (2.ง) เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์



(3) Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่าง ๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัวจนห่างออกไปเรื่อย ๆ ดังนี้

- (3.ก) ตนเอง
- (3.ข) ครอบครัว
- (3.ค) เพื่อนฝูง
- (3.ง) ชนบประเพณี ธรรมเนียม สังคม
- (3.จ) โลกกว้าง
- (3.ฉ) สิ่งอื่น ๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

หลังจากได้คำตอบจากการซักถามกลุ่มตัวอย่างมาแล้ว ผู้วิจัยก็จะมาจัดประเภทจากแกนทั้ง 3 นี้ เช่น

(1.ก) x (2.ก) x (3.จ) = กลุ่มตัวอย่างต้องการจะเปิดรับข่าวต่างประเทศมากขึ้น (1.ก) เพื่อหาข่าวสารความรู้ (2.ก) เกี่ยวกับโลกกว้าง (3.จ)

(3.5) ส่วนในเรื่องของการจัดแบบแผนเรื่องความพึงพอใจนั้น ได้มีนักวิชาการแนวทางนี้หลายท่านได้นำเสนอวิธีการจัดประเภทแบบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น Blumler McQuail และ Brown (1972) ได้จัดหมวดหมู่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคลตั้งที่ได้กล่าวมาแล้วออกมาเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ และภายในแต่ละกลุ่ม ก็อาจจะแยกย่อยออกไปอีก คือ

(i) ความเพลิดเพลิน (Diversio) ซึ่งจะแสดงออกในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจหรือเพื่อหลบหนีปัญหา ตัวอย่างของการดูภาพยนตร์ประเภทวิทยาศาสตร์แฟนตาซี (Sci-Fi) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจน

(ii) มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้อสื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในสังคม เช่น นั่งดูรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ร่วมกันทั้งครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากละครโทรทัศน์กับพูดคุยกับคนในที่ทำงาน

(iii) เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้อสื่อเพื่อต่อย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริม / สร้าง เอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ถ้าเป็นวัยรุ่น ก็ต้องดูรายการสอนภาษาอังกฤษแบบวัยรุ่นที่มีรูปแบบทันสมัย มีเนื้อหาสาระที่วัยรุ่นสนใจ ใช้พิธีกรขวัญใจวัยรุ่น เป็นต้น



(iv) ติดตามข่าวสาร (Surveillance) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่ออยู่แล้ว

เราอาจจะทำ List ประเภทของแรงจูงใจที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจ (ทั้งที่แสวงหา - gratification sought และความพึงพอใจที่ได้รับจริง - gratification gained) ได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่าง ๆ
- การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง
- การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง
- การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่
- การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเอง (และผู้อื่น)
- เพื่อจะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่น ๆ
- เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อจะหากิจกรรมอื่น ๆ มาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมแบบ “หัวอกเดียวกัน” หรือมี “เพื่อนร่วมทุกข์สุข” กับคนอื่น
- เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่น ๆ
- เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ
- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อปลดปล่อยทางอารมณ์
- เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

ฯลฯ

(4) แนวทางใหม่ ๆ ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

จากแบบการวิเคราะห์ผู้รับสารทั้ง 3 แบบ ในปัจจุบันได้มีการผสมผสานและพัฒนาปรับปรุง (modified) แบบแผนหลักเดิม ๆ เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจกลุ่มผู้รับสารของสื่อมวลชนมากยิ่งขึ้น ในที่นี้จะขอนำเสนอตัวอย่างการวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยแนวทางใหม่ ๆ ดังนี้



(4.1) การวิเคราะห์เรื่อง “วิถีชีวิต” (Lifestyle)

ผลจากการใช้ตัวแปรทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งประเภทของผู้รับสารนั้นได้ให้ข้อสรุปว่า ตัวแปรเหล่านี้ (ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก เน้นไปทางด้านสังคม) มีลักษณะกว้างขวางเกินไป และไม่ค่อยถูกนำมาใช้โดยสามารถให้คำอธิบายได้ว่า เพราะเหตุใด ปัจจัยภายนอกเหล่านี้จึงมีความสัมพันธ์กับแบบแผนการใช้สื่อและการรับสาร

ในเวลาเดียวกัน บรรดาตัวแปรด้านจิตวิทยาที่เป็นปัจจัยภายใน เช่น ทัศนคติ บุคลิกภาพ ลักษณะทางอารมณ์ แบบแผนวิถีคิด ฯลฯ แม้ว่าจะเป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับตัวแปรด้านการใช้สื่อ แต่ทว่าตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายในเหล่านี้ก็มีลักษณะ “ขาดที่มาที่ไป” เช่น ไม่ตอบคำถามว่า เพราะเหตุใด คน ๆ นี้จึงมีลักษณะทางอารมณ์เช่นนั้น

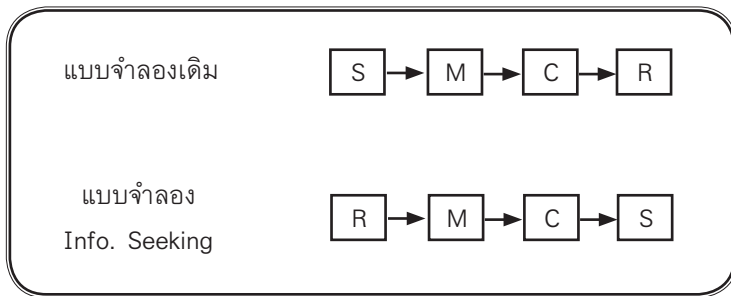
จากจุดแข็งและจุดอ่อนของตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านคุณสมบัติของประชากรทั้งภายนอกและภายในดังกล่าว ปัจจุบันจึงได้มีการพัฒนาตัวแปรใหม่ขึ้นมาที่เกิดมาจากการผสมผสานตัวแปรเดิมทั้ง 2 ประเภท ตัวแปรใหม่นี้ก็คือ “วิถีชีวิต” (Lifestyle) ที่ได้จัดแบ่งประเภทของบุคคลโดยใช้เกณฑ์เรื่อง รสนิยม (Taste) และความชื่นชอบในการเลือกใช้ชีวิตของบุคคล (ที่เป็นผลลัพธ์มาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางสังคมและคุณลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล)

แนวคิดเรื่อง “วิถีชีวิต” เริ่มต้นด้วยการพิจารณากิจกรรมในชีวิตประจำวันของบุคคล ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมหลัก ๆ คือ กิจกรรมการทำงาน และกิจกรรมการพักผ่อน ในแต่ละกิจกรรม สื่อจะเข้าไปมีบทบาทได้อย่างไร โดยที่แนวคิดนี้จะถือว่า ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมแบบใดก็ตาม ผู้รับสารมีความจำเป็นที่จะต้องบริโภคสื่อ (Media consumption) เช่น ต้องอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อดูราคาหุ้น หรือต้องดูหนังทางเคเบิลทีวีเพื่อการพักผ่อน และด้วยการเริ่มต้นจากแนวคิดดังกล่าว จึงได้มีการวิจัยเพื่อการพัฒนาแนวคิดดังกล่าวเพื่อหาแบบแผนในการใช้สื่อประกอบการดำเนินวิถีชีวิตประจำวันต่อไป เช่น การใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือหาเลี้ยงชีวิตประจำวัน (Instrumentality) การใช้สื่อเนื่องจากเป็นนิสัย (habitual) การใช้สื่อเพื่อจัดตารางเวลาของชีวิตประจำวัน การใช้สื่อเพื่อการบริโภค (เช่น ติดตามข่าวอาชญากรรมเพื่อตอบสนองความตื่นเต้นอยากรู้ อยากเห็น) เป็นต้น



(4.2) การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร (Information Acquisition)

จากสมมติฐานของกลุ่ม Uses and Gratifications Approach ที่ถือว่า
 ในกระบวนการของการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีบทบาทอย่าง active มากพอ ๆ กับ
 ผู้ส่งสาร เพราะผู้รับสารจะทำการรับสารอย่างตั้งใจและอย่างเลือกสรรในทุก
 ขั้นตอน แนวทางของกลุ่ม Uses and Gratifications ได้แตกแยกย่อย
 ออกมาอีกหลายกลุ่ม และกลุ่มที่อาจจะถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความเชื่อในลักษณะ
 active ของผู้รับสารอย่างมากที่สุดน่าจะเป็นกลุ่ม Information Acquisition/
 Seeking นี้เอง ทั้งนี้เนื่องจากข้อเสนอของกลุ่ม Information Acquisition นั้น
 ได้สลับลำดับที่ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในแบบจำลองดังนี้



แนวทางการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารเสนอว่าในการวิเคราะห์
 กระบวนการสื่อสารนั้น จะต้องไม่เริ่มต้นจาก “ผู้ส่งสาร” หากทว่าจะต้องเริ่มต้น
 พิจารณาจากฝ่าย “ผู้รับสาร” ทั้งนี้เนื่องจากสภาพข้อเท็จจริงปัจจุบันที่ว่า สังคม
 ยุคข่าวสารนั้น มีการผลิตข่าวสารต่าง ๆ ขึ้นมาอย่างมากมายเกินกว่าความ
 ต้องการและความสามารถในการเปิดรับข่าวสารจากทุกแหล่งและทุกประเภท
 ดังนั้น สถานะการณ์ที่ผู้รับสารต้องเผชิญหน้ากับการมีข่าวสารท่วมท้นล้นตัว
 ไปหมดเช่นนี้ จึงกลายมาเป็นความยุ่งยากที่จะค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความ
 ต้องการของตนได้อย่างง่าย ๆ และรวดเร็ว ดังนั้น ผู้รับสารในโลกสมัยใหม่
 จึงต้องพัฒนาทักษะในการแสวงหาข่าวสารขึ้นมา และนี่ควรเป็นประเด็นที่
 นักวิชาการน่าจะให้ความสนใจ

มีข้อสรุปหลายประการที่น่าสนใจจากผลการวิจัยของนักวิเคราะห์กลุ่มนี้ เช่น

(1) เนื่องจากข่าวสารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน ให้เป็นไปอย่างราบรื่น (คล้ายคลึงกับทัศนะของกลุ่ม Lifestyle) ดังนั้นในกรณีที่บุคคลต้องตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือต้องเปลี่ยนสภาวะแวดล้อม เช่นในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุต่าง ๆ หรือเวลาต้องโยกย้ายที่อยู่หรือที่ทำงาน ในกรณีดังกล่าวนี้ ผู้รับ (ใช้/แสวงหา) สารจะมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารมากกว่าปกติ ทั้งนี้เนื่องจากศักยภาพของข่าวสารที่จะช่วยลด “ความไม่แน่นอน” (Uncertainty) และช่วยให้ผู้ใช้สารสามารถควบคุมสถานการณ์ได้

(2) จากหลักการในข้อ (1) Atkin (1973) จึงให้ข้อสรุปว่า สำหรับบุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารอย่างกว้างขวาง และมีทักษะในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก (คือคนที่รู้ว่า ข้อมูลประเภทไหน จะต้องหาจากแหล่งข่าวไหน) ก็จะมีความรู้และเท่าทันสภาวะแวดล้อมมากขึ้น

(3) ส่วนกลยุทธ์ในการแสวงหาข่าวสารนั้น Schramm (1973) ได้กล่าวสรุปเป็นหลักเอาไว้ว่า ผู้ใช้สื่อจะใช้วิธีการที่ต้องใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Effort required) แต่ทว่า สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้ตั้งใจ (Expectation of Reward) ดังนั้นหากคนหนึ่งต้องการจะหาเบอร์โทรศัพท์ของเพื่อน แต่บังเอิญว่าที่บ้านไม่มีสมุดรายชื่อโทรศัพท์ และหากจำเป็นต้องใช้ ก็ต้องเดินออกจากบ้านไปเยี่ยมจากเพื่อนข้าง ๆ บ้าน และหลังจากได้สมุดรายชื่อมาแล้ว ก็ต้องเปิดหารายชื่ออีก ขั้นตอนที่กว่าจะได้ใช้สารนั้น ต้องผ่านช่องทางการสื่อสารหลายขั้นตอน ดังนั้น วิธีที่ง่ายกว่า ก็คือ โทรศัพท์ไปหา 13 ซึ่งจะบอกได้ทันที ในกรณีนี้บุคคลคนนี้น่าจะเลือกแบบแผนการแสวงหาข่าวสารอย่างที่ 2 อย่างไรก็ตาม การที่คนแต่ละคนจะต้องใช้ความพยายามมากหรือน้อยแค่ไหนนั้น ยังขึ้นอยู่กับทักษะความสามารถในการแสวงหาข่าวสารของเขาอีกด้วยเช่นกัน (เช่นต้องทราบข้อมูลว่า 13 เป็นหมายเลขที่สอบถามได้ เป็นต้น)

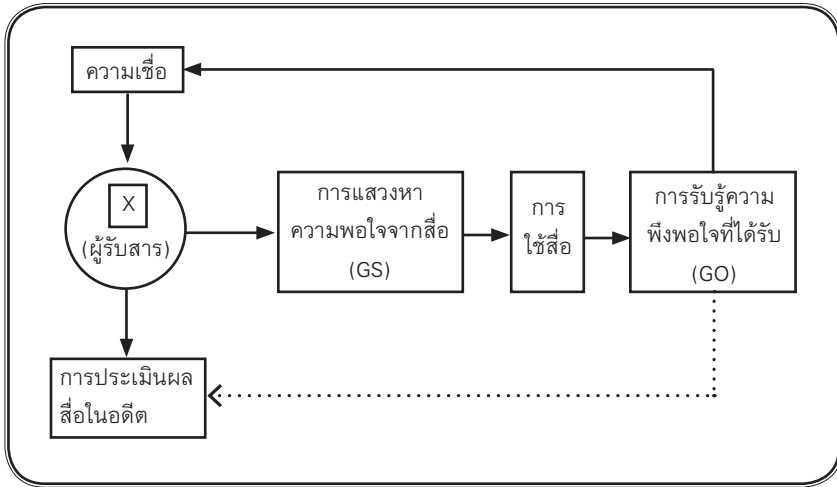
$$\begin{array}{l} \text{กลยุทธ์การแสวงหา} \\ \text{ข่าวสาร} \end{array} = \frac{\text{ใช้ความพยายามให้น้อยที่สุด}}{\text{ได้ผลใกล้เคียงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้}}$$

(4.3) Expectancy - Value Theory

เป็นอีกแนวคิดหนึ่ง que พัฒนามาจากแนวทาง Uses & Gratifications อย่างลุ่มลึกมากขึ้น โดยอาศัยแนวคิดที่ว่า บรรดาวิธีการวิจัยที่สังกัดแนวทาง Uses & Gratifications นั้น ได้มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ แรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัล/ผลทางบวกแก่ผู้รับสาร ในลักษณะใดบ้าง (ดูข่าวก็ได้รางวัลเป็น “ข้อมูล” ดูหนัง/ละครก็ได้รางวัลเป็น ความสนุกสนานบันเทิง) รางวัลที่เกิดตามมาจากกาใช้/เปิดรับสื่อ นั้น จะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า (value หรือเรียกเป็น ภาษาธรรมดาว่า “ความชอบเป็นส่วนตัว”) แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่า ข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อนจะอ่านข่าว หรือในกรณีโทรทัศน์อาจจะกดรีโมทคอนโทรลเปลี่ยนจากช่องที่กำลังมีข่าวไปสู่ ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications)

รางวัลทางใจนั้นอาจเกิดมาจากวิธีการใช้สื่อในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น ชื่นชอบโทรทัศน์แบบทั่ว ๆ ไป (เช่น ผู้รับสารที่ตอบว่า “ถ้ามีเวลาว่าง ก็จะไม่เลือกเปิดโทรทัศน์เป็นอันดับแรก”) หรืออาจจะเลือกใช้เฉพาะสื่อบางประเภท จนกระทั่งอาจมีความชอบที่เฉพาะเจาะจงเพียงบางรายการเท่านั้น และความพึงพอใจนี้ จะกลายเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับการคาดการณ์ที่จะเลือกสื่อต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต ความรู้ดังกล่าวจะถูกเก็บสะสมเพิ่มเติมเอาไว้ใน stock ข้อมูลที่เกี่ยวกับสื่อ ตัวอย่างเช่น ถ้าหากเราเคยชื่นชอบรายการทอล์กโชว์ที่มีพิธีกรท่านหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการ ในครั้งต่อ ๆ ไป หากพิธีกรท่านนี้ขยายไปจัดรายการอื่น ๆ เราก็จะใช้ฐานข้อมูลที่ว่า “สำหรับพิธีกรคนนี้แล้ว ไม่มีคำว่าผิดหวัง” (คาดการณ์ว่าจะให้ความพึงพอใจได้อย่างแน่นอน) ฐานความรู้ดังกล่าว จะช่วยให้เราตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อใหม่/อยู่ตลอดเวลา ในกรณีของการเลือกชมภาพยนตร์โดยดูจากผลงานในอดีตของผู้สร้าง นักแสดง หรือบริษัทผู้ผลิต ก็เป็นไปตามหลักการดังกล่าวเช่นกัน

Palmgreen & Rayburn (1985) ได้นำเอาแนวคิดข้างต้นนี้มาแสดงเป็นแบบจำลองเพื่อให้ดูง่ายขึ้น ดังนี้



Palmgreen & Rayburn อธิบายแผนภาพข้างต้นนี้ว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสาร (X) เกิดมาจากการทำงานผสมผสานระหว่างการรับรู้ว่าเขาจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อ และความชื่นชอบเป็นส่วนตัว (value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น เพราะฉะนั้นจึงไม่ค่อยสำคัญว่ารายการนั้นต้องเป็นสาระและมีประโยชน์จริงหรือไม่ เพราะหากผู้รับสารไม่รับรู้ถึงคุณค่าดังกล่าว สาระที่แท้จริงนั้นก็ไร้ค่า หรือไม่จำเป็นว่า ดาราหรือนักแสดงที่ประชาชนชื่นชอบ (ให้คุณค่า) จะต้องมีความสามารถในการแสดง เนื่องจากประชาชนไม่ได้คาดหวังสิ่งนี้จากดาราหรือนักแสดง (ประชาชนอาจจะคาดหวังการมีอุปนิสัยดีหรือเป็นลูกกตัญญูจากดารามากกว่า)

และในแบบจำลองนี้ Palmgreen & Rayburn ได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ (การแสวงหาความพึงพอใจ - Gratifications sought - GS) และ “ความพึงพอใจที่ได้รับจริง” (Gratifications obtained - GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง “ความพอใจที่เพิ่มขึ้น” หลังจากที่ได้อ่านสื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร (ใช้ที่ไรไม่เคยผิดหวัง) ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ

ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ก็จะมีผลทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนอกสนใจก็จะพลอยเพิ่มไปด้วย ในทำนองเดียวกันหากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน และปรากฏออกมาเป็นการที่ rating ตกลงหรืออัตราการขายสื่อลดลง หรือการหมุนไปคู่อื่นๆ แทนในกรณีของโทรทัศน์

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Atkin, C.K. (1972)
 “Anticipated Communication and Mass Communication Information Seeking” Public Opinion Quarterly , 36.
2. Katz, E. , Blumler J.G. & Gurevitch (1973)
 “Utilization of Mass Communication by the Individual”
 in Blumler. J.G. & Katz E (eds)
The Uses of Mass Communication Beverly Hills , Sage.
3. McQuail , D., J.G. Blumler & J.R. Brown (1972)
 “The Television Audience : A Revised Perspective” ,
Sociology of Mass Communication , Penguin.
4. McQuail , D. (1994)
Mass Communication Theory (3rd ed) , Sage.
5. Schramm , W. & W.E. Porter , (1973)
Men , Women , Messages and Media (2nd ed) ,
 NY : Harper & Row.
6. ยุบล เบญจรงค์กิจ (2538)
การวิเคราะห์ผู้รับสาร , คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

.....

บทที่ 16
การวิเคราะห์เนื้อหา
(Content Analysis)

.....

1. ทำไมจึงต้องมีการวิเคราะห์เนื้อหา

(i) สัญญาณหรือตัวบ่งชี้ที่สามารถแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดว่าสื่อมวลชนทำงานได้อย่างไรนั้น สามารถพิจารณาได้จาก “เนื้อหา” และ “ความหมาย” ที่ถูกถ่ายทอดและถูกเปิดรับผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ นั้นเอง การแยกแยะแนวคิดระหว่าง “เนื้อหา” (Message) และ “ความหมาย” (Meaning) นับว่าเป็นรอยแยกที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจาก “ตัวเนื้อหา” ที่อาจจะเป็นตัวอักษรที่มองเห็นจับต้องได้อยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพหรือเสียงที่มองเห็นได้ยินได้อยู่ในสื่อโทรทัศน์นั้น เป็นสิ่งที่สังเกตได้โดยง่ายและค่อนข้างมีลักษณะตายตัวแน่นอน ในขณะที่ “ตัวความหมาย” นั้นกลับเป็นสิ่งที่แฝงเร้นอยู่อย่างไม่อาจจะสังเกตได้โดยตรง และยังมีลักษณะที่ไม่หยุดนิ่งอีกด้วย ความหมายนั้นมักจะมีลักษณะหลากหลายและบ่อยครั้งที่อาจจะคลุมเครือ ดังนั้น ทั้งสองสิ่งนี้จึงมีลักษณะที่ต่างกันราวฟ้ากับด่า

บรรดาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหานี้ จะมีจุดเริ่มต้นมาจากรอยแยกดังกล่าว เราอาจให้ข้อสรุปหยาบ ๆ ไว้ ณ ที่นี้โดยอาศัยแนวคิดเรื่องความหมาย 2 แบบของการสื่อสารที่ได้กล่าวถึงไปแล้วคือ “การถ่ายทอดเนื้อหา” (Transmission Model) และ “การสร้างความหมายร่วม” (Ritualistic Model) ในขณะที่ Transmission Model นั้น จะเน้นการถ่ายทอด “เนื้อหา” (Message) และวิธีการที่ใช้วิจัยมักจะเป็นการแจกแจงนับเนื้อหาในแง่ปริมาณ (Quantitative Content Analysis) เพื่อตอบคำถามว่า ในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ ได้ถ่ายทอดข่าวสารออกไปเป็นปริมาณมากน้อยเพียงใด Ritualistic Model กลับให้ความสนใจกับเรื่อง “ความหมาย” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) เพื่อตอบคำถามว่า ในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ ได้มีการสร้าง การรับ การดัดแปลงความหมายอย่างไรบ้าง

(ii) พัฒนาการของการศึกษาเนื้อหาของสื่อ ความสนใจในเรื่องเนื้อหาของสื่อ นั้น เริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคแรก ๆ ที่อยู่ในกระแสความเชื่อว่าสื่อที่ทรงพลังต่อผู้รับสาร ความสนใจในเนื้อหาสารจะมีคำถามหลักอยู่ 2 ประการคือ ผลกระทบจากสื่อมีมากน้อยเพียงใด และลักษณะเนื้อหาแบบใดที่เรียกร้องความสนใจหรือสามารถโน้มน้าวผู้รับสารได้ แม้ว่าในขั้นแรกนั้น ความสนใจในการวิจัยจะมาจากผู้ปฏิบัติงานเป็นส่วนใหญ่ แต่ในขั้นต่อ ๆ มา ผลจากการวิจัย



ในบางประเด็นหัวข้อ เช่น เนื้อหาที่เป็นข้อมูลของรายการข่าว ภาพสะท้อนของอาชญากรรม ความรุนแรงและเพศในหนังและละคร การใช้สื่อเพื่อการโฆษณาทางการเมือง อคติทางเชื้อชาติ ฯลฯ ก็ได้ให้กำเนิดแก่ทฤษฎีการศึกษาเนื้อหาในเวลาต่อมา

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในท่ามกลางพัฒนาการที่ยาวนานหลายทศวรรษของการศึกษาเนื้อหานั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงทัศนะบางประการต่อการวิเคราะห์เนื้อหา เช่นเดียวกับเรื่องการศึกษาผู้รับสาร กล่าวคือ ในระยะแรก เป้าหมายหลักของการวิเคราะห์เนื้อหานั้น มักจะมุ่งแสวงหาเป้าหมาย ความคิด และค่านิยมของผู้สร้างสรรค์ เรียกว่าเป็น “รายการทนายใจเจ้าของบทประพันธ์” (อันน่าจะเป็นร่องรอยของวิธีการวิจารณ์วรรณกรรมที่มีความมุ่งหมายเช่นนี้) นอกจากนั้น หากเป็นการพิจารณาในฝ่ายผู้รับสาร ก็จะมองดูว่าเนื้อหาดังกล่าวสามารถทำให้ผู้รับสารสามารถรับความหมายที่ผู้ส่งใส่รหัสเอาไว้ในเนื้อหาได้หรือไม่

แต่ในระยะหลัง ๆ ความสนใจในการที่จะวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อทนายใจผู้ส่งสารดังเช่นในระยะแรกเริ่มลดน้อยถอยลงไป และได้มีเป้าหมายอื่น ๆ เสนอมาแทนที่ เช่น

- เกิดแนวความคิดที่ว่า เราสามารถจะวัด “ผลกระทบ” ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (ในยุคสมัยที่แนวคิดเรื่อง “ผลกระทบ” ของสื่อกำลังมาแรง)
- แนวคิดที่ว่า เนื้อหาของสื่อ นั้น สามารถจะเป็นพยานหลักฐานของวัฒนธรรมและสังคมที่สร้างเนื้อหานั้นขึ้นมาได้ เช่น การถือสายตระกูลเป็นสำคัญที่ปรากฏอยู่ในหนังจีนกำลังภายในนั้นก็ เป็นพยานอย่างดีสำหรับวัฒนธรรมของสังคมจีน
- อย่างไรก็ตาม มักมีคำถามอยู่เสมอว่า เนื้อหาของสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสภาพความเป็นจริงในสังคมได้มากน้อยเพียงใด กระจกบานนี้เป็นกระจกที่บิดเบี้ยวหรือเปล่า หรือ “ความเป็นจริง” นั้นเป็น “ความจริงใน version ของใคร”

ต่อจากนี้ จะนำเสนอแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาแบบต่าง ๆ ดังนี้

- (1) Cultural Approach
- (2) Semiology - Structuralism
- (3) Media as Communication Sciences



(4) Media Performance Discourse

(5) Critical Approaches

2. การวิเคราะห์เนื้อหาแนววัฒนธรรมศึกษา (Cultural Approach)

ที่มาของแนววัฒนธรรมศึกษาที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อ นั้นมาจากหลายแนวทางด้วยกัน เช่น การวิจารณ์วรรณกรรมแบบที่เคยกระทำกันมา การวิเคราะห์ด้านภาษาศาสตร์ การวิเคราะห์แบบสัญวิทยา รวมทั้งการวิเคราะห์แนวเศรษฐศาสตร์การเมือง สำหรับแนวคิดหลัก ๆ (key concepts) ของแนววัฒนธรรมศึกษามีดังนี้

1. ตัวบท (Text) คำว่า “ตัวบท” นี้ใช้ใน 2 ความหมาย คือ

(i) คำว่า “ตัวบท” นี้หมายถึงผลงานทุกชนิดของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นรายการทุกประเภทในโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

(ii) อีกความหมายหนึ่ง “ตัวบท” หมายถึงผลรวมที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง “เนื้อหา” กับ “ผู้อ่าน” ซึ่งหมายความว่า หนังสือเรื่องหนึ่งจะยังไม่เป็นกลายเป็นตัวบท จนกว่าจะมี “คนมาอ่าน” ดังเช่นที่ Fiske ได้สรุปไว้เป็นคำขวัญว่า “รายการนั้นสร้างโดยบริษัทผลิตสื่อ แต่ตัวบทนั้นสร้างโดยผู้อ่าน” เพราะฉะนั้นคำว่า “การผลิต” จึงมิได้ผูกขาดอยู่แต่ฝ่ายผู้ส่งเท่านั้น เพราะเป็นหน้าที่ของผู้รับที่จะ “ผลิตความหมายในขณะที่เปิดรับด้วย” (ภาษาของวัฒนธรรมศึกษา เรียกว่า “การอ่าน”)

เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิด “ตัวบท” และ “ความหมาย” ขึ้นมา ดังเช่นที่ไฉวงการนักประพันธ์เคยกล่าวไว้ว่า งานเขียนนั้นเมื่อขณะกำลังเขียนอยู่ ก็เป็นสมบัติของนักประพันธ์ แต่เมื่อตีพิมพ์เผยแพร่ออกไป ก็กลายเป็นสมบัติของทั้งสังคม” อันสอนนัยยะว่า ทุกคนสามารถเป็นเจ้าของได้ วิจารณ์ได้ และตีความหมายได้ ด้วยเหตุนี้การวิเคราะห์แนวนี้จึงเน้นหนักที่ขั้นตอนของการรับสารของผู้รับ มากกว่าจะดูขั้นตอนการผลิตหรือการค้นหาความหมายจากมุมมองของนักวิจัยฝ่ายเดียว

อีกทัศนะหนึ่งที่รองรับการวิเคราะห์แนววัฒนธรรมศึกษาก็คือ แนวคิดที่ว่าตัวบทหนึ่งของงานสื่อ นั้น ประกอบด้วย ความหมายที่หลากหลาย (Polysemic) ดังนั้นผู้อ่านแต่ละคนแต่ละกลุ่มจึงอาจจะ “อ่านความหมาย” ออกมาอย่าง



แตกต่างกัน และนี่เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของวัฒนธรรมสื่อประชานิยม กล่าวคือ ยิ่งมีความหมายหลากหลายมาก ยิ่งมีโอกาสจะเรียกความสนใจจากคนดูได้หลายกลุ่ม หลายชนชั้น หลายประเภทได้มากยิ่งขึ้น

2. การใส่รหัสอย่างหลากหลาย (Different Encoding) ทั้ง ๆ ที่ในตัวของหนึ่ง ๆ จะประกอบไปด้วยความหมายอันหลากหลายดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ทว่าโดยหลักการทั่วไป ในขั้นตอนของการผลิตนั้น ผู้ผลิตทุกคนย่อมจะต้องพยายามควบคุม จำกัดหรือชี้้นำให้ผู้รับสารมองเห็น “ความหมายเพียงอันหนึ่ง” ที่ผู้ส่งสารต้องการและหากผู้รับสารยอมถอยร่นตามนั้น ก็จะเรียกแบบแผนการอ่านรหัสแบบนี้ว่า “Preferred reading”

3. วิธีการอ่านอย่างหลากหลาย (Differential Reading) ในขณะที่เราได้กล่าวมาแล้วว่า “ตัวบท” นั้นจะเกิดขึ้นต้องมี “คนอ่าน” เท่านั้น ในทำนองกลับกัน ในขณะที่ฝ่ายผู้ส่งสารได้สร้างตัวบทขึ้นมาและได้พยายามควบคุม จำกัด และชี้้นำให้เกิดการอ่านความหมายแบบที่ผู้ส่งสารต้องการคือ “Preferred Reading” นั้น อาจกล่าวในทางกลับกันได้ว่า เมื่อมี “ตัวบท” เกิดขึ้น ผู้ผลิตก็ได้ “สร้างผู้อ่าน” ขึ้นมาเช่นเดียวกัน เช่น เวลาจะสร้างละครสักเรื่องหนึ่ง ฝ่ายผู้ผลิตก็ต้อง “คิดถึงกลุ่มผู้รับกลุ่มหนึ่งขึ้นมาในหัวสมอง” กลุ่มผู้ชมแบบนี้เรียกว่า “inscribed reader” อันหมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ผลิตคิดถึง ด้วยเหตุนี้ จึงมีนักวิเคราะห์บางท่านกล่าวว่า ในการวิเคราะห์ตัวบทนั้น เราอาจจะทำการย้อนศรเพื่อกลับมาดูว่า ผู้ผลิตคิดถึงผู้รับสารอย่างไรได้

ในระหว่างที่ผู้รับสารทำการ “อ่าน” สารอยู่นั้น อาจเกิดกระบวนการ “เรียกผู้รับสารเข้ามา” (Interpellation) เหมือนอย่างเช่นเวลาที่เราเดินไปตามท้องถนนแล้วได้ยินเสียงตำรวจเรียกให้หันมา ในเนื้อหาสารแบบโฆษณาจบบรรจุกระบวนการดังกล่าวนี้เอาไว้อย่างมาก ด้วยการใช้คำว่า “เรา” ซึ่งเท่ากับเป็นการร้องเรียกเชิญชวนให้ผู้อ่านไปร่วมแจมในภาพลักษณ์ของสินค้าหรือ presenter

4. การเชื่อมโยงระหว่างตัวบท (Intertextuality) เป็นที่น่าน่าสังเกตว่าเวลาที่โทรทัศน์ได้นำเสนอรายการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ในระหว่างละครก็จะมีโฆษณามาคั่น หรือก่อนหน้ารายการเกมโชว์ ก็มีรายการข่าวมาก่อน ดังนั้น ในขณะที่ผู้รับสารดูรายการเหล่านี้อย่างต่อเนื่องกัน ผู้รับสารอาจจะ “ข้ามพรมแดนเส้นกันระหว่างรายการต่าง ๆ” ด้วยการดูให้ “เป็นเรื่องเดียวกัน”



และนี่คือความหมายหนึ่งของคำว่า “Intertextuality”

ในฝ่ายของผู้ผลิตก็เช่นกัน อาจจะมีการนำตัวบทที่เคยนำเสนอในรูปแบบของภาพยนตร์มาสร้างเป็นละครโทรทัศน์ หรือที่นิยมมากที่สุดก็คือ จากนวนิยายไปเป็นละครโทรทัศน์นี่คือลักษณะ Intertextuality ที่เนื้อหา เรื่องราว จากสื่อประเภทหนึ่งได้ข้ามพรมแดนหรือเชื่อมโยงไปสู่สื่ออีกประเภทหนึ่ง (เป็นแนวคิดที่รู้จักในทางศิลปะว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กันและกัน”)

นอกจากนั้น Fiske ยังนำเสนอลักษณะของ Intertextuality ในระดับที่สาม (หลังจากข้ามจากสื่อแรกในระดับที่หนึ่งไปสู่สื่อหนึ่งในระดับที่สอง) อันเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้รับสารได้นำเอาเรื่องราวที่ดูชมจากสื่อไปผลิตซ้ำใหม่ (reproduce) ในรูปแบบของการพูดถึงหรือเขียนวิพากษ์วิจารณ์ การศึกษาผู้รับสารตามแนวทางนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยแบบ Ethnography ด้วยการสังเกตรับฟัง การเชื่อมโยงระหว่างตัวบทในระดับที่สาม ซึ่งเกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสารเพื่อเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากมุมมองของผู้รับสารได้อีกแนวทางหนึ่ง

5. การเล่าเรื่อง (Narrative) การศึกษาตัวบทในฐานะ “การเล่าเรื่อง” นั้นมีมาเป็นเวลานานแล้ว และแนวคิดเรื่อง “การเล่าเรื่อง” นั้นก็เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ เนื่องจากแนวคิดนี้สามารถครอบคลุมประเภทของเนื้อหาสื่อได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ละคร แม้แต่ข่าวหรือโฆษณา โดยทั่วไปแล้ว เนื้อหาส่วนใหญ่ของสื่อมักจะบอกเล่าเรื่องราวที่ค่อนข้างมีแบบแผนแน่นอนและคาดเดาตอนจบได้ (เช่น ธรรมะย่อมชนะอธรรม)

สำหรับหน้าที่หลักของการเล่าเรื่องนั้น ก็เพื่อช่วยให้ผู้รับสารสามารถสร้างความหมายด้วยการปะติดปะต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่ละส่วนเสี้ยวให้รวมเข้ามาเป็นเรื่องเดียวกันจนเข้าใจได้ ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบได้กับการเล่นรูปต่อ jigsaw ซึ่งเมื่อต่อชิ้นส่วนทุกชิ้นเข้าด้วยกันอย่างถูกต้องจนครบสมบูรณ์ ก็จะได้ความหมายออกว่าเป็นรูปร่างใด ดังนั้น ทั้ง ๆ ที่การดูละคร ข่าว หรือโฆษณานั้นล้วนแต่เป็นการนำเสนอเหตุการณ์ที่ละเหตุการณ์อย่างเป็นส่วนเสี้ยว แต่โดยอาศัยวิธีการเล่าเรื่องนี้เอง ทำให้ผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้ วิธีการทำงานของการเล่าเรื่องจึงมีอยู่ 2 วิธี คือ

(i) ด้วยการเชื่อมโยงการกระทำหรือเหตุการณ์เข้าด้วยกันตามลำดับเหตุการณ์หรือตามหลักเหตุผล



(ii) ด้วยการจัดหองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวบุคคล (ตัวละคร) และสถานที่ (ฉาก) ที่มีลักษณะแน่นอนและให้ผู้ชมจดจำได้โดยง่าย (ทุกครั้งที่ดีตภาพกลับมาที่บ้านนางเอก จะต้องเป็นบ้านหลังเดิม มิใช่เปลี่ยนฉากบ้านไปทุกครั้ง จะทำให้คนดูสับสน ปะติดปะต่อไม่ถูก)

วิธีการเล่าเรื่องที่อยู่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อมวลชนนั้นมียากฐานความเป็นมาจาก “วิธีการเล่านิทานแบบโบราณ” นั่นเอง เช่น รูปแบบของการเล่าข่าวอันมีองค์ประกอบหลัก ๆ คือ มีตัวละครเอก ตัวละครรอง มีลำดับขั้นตอน มีผู้ร้าย-พระเอก มีตอนเริ่มต้น กลาง ๆ เรื่องและตอนจบ มีจุดหักเหพลิกผัน และมีโครงเรื่องที่ผู้ชมคุ้นเคย อย่างไรก็ตาม เอกลักษณะสำคัญของการเล่าข่าวก็คือ วิธีการเรียงลำดับขั้นตอนการเล่านั้น ไม่จำเป็นต้องเดินตาม “กาลเวลา” (ซึ่งเป็นจุดเด่นของการเล่าเรื่องแบบทั่วไป) เนื่องจากการเล่าข่าวจะต้องให้ความสำคัญกับ “คุณค่าของข่าว” มากกว่าจะเดินตามกฎของการเล่าเรื่องแบบทั่วไป

เราอาจสรุปหลักการสำคัญ ๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหาแนววัฒนธรรมได้ดังนี้

- (1) ตัวบทนั้นจะถูกผลิตมาพร้อมกับผู้อ่าน (เมื่อมีการอ่านจึงมีตัวบท)
- (2) การใส่รหัสในตัวบทนั้นอาจมีได้อย่างหลากหลาย
- (3) ในแต่ละตัวบทนั้นบรรจุความหมายที่หลากหลาย (polysemic) จึงอ่านได้หลายความหมาย
- (4) ตัวบทต่าง ๆ มักจะเชื่อมโยงต่อกัน (Intertextuality)
- (5) ตัวบทจะใช้รูปแบบการเล่าเรื่องที่ต่าง ๆ กัน
- (6) ตัวบทนั้นอาจจะมีทั้งที่เป็นเรื่องจริงและเป็นเรื่องแต่งขึ้น (fiction)

3. การวิเคราะห์เนื้อหาตามทฤษฎีโครงสร้างนิยมและสัญวิทยา

3.1 พัฒนาการของการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีโครงสร้างนิยมนั้น มีต้นกำเนิดมาจากสาขาวิชาภาษาศาสตร์ โดยนักวิชาการสาขานี้ เช่น F.de Saussure (1915) และได้มาบวกผสมกับสาขาวิชามานุษยวิทยาเชิงโครงสร้าง (Structural Anthropology) ในเวลาต่อมา

คำว่า “โครงสร้าง” ที่ใช้ในด้านภาษาศาสตร์นั้น หมายความถึง “วิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นในตัวบท ไม่ว่าจะด้วยวิธีการเรียงลำดับที่ของคำ

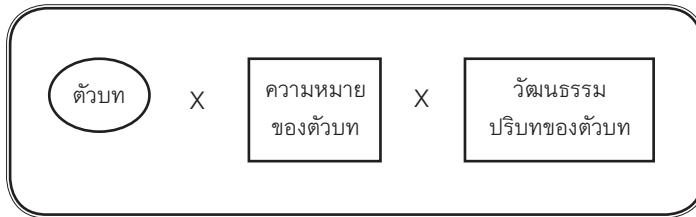


การใช้สัญลักษณ์แบบต่าง ๆ การเล่าเรื่อง โดยที่โครงสร้างดังกล่าวนั้น จะนำเอาองค์ประกอบย่อย ๆ (คำ/สัญลักษณ์ ตัวละคร ฉาก ฯลฯ) มารวมกันอย่างมีแบบแผนที่แน่นอน” เช่น ในภาษาไทย ประธานต้องมาก่อนกริยา หนึ่งผีแม่ภาคพระโขนง ต้องใช้ฉากตอนกลางคืน ต้องมีเสียงหมาหอนก่อน แล้วผีแม่ภาคจึงจะปรากฏตัว เป็นต้น โครงสร้างดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้ แต่นักวิเคราะห์มีหน้าที่ค้นหาเพื่อนำออกมาแสดงให้เห็น

แม้ว่าการวิเคราะห์ด้วยท/เนื้อหาสารแนวโครงสร้างนิยม จะมีต้นกำเนิดมาจากวิชาการด้านภาษาศาสตร์ แต่ทว่าการวิเคราะห์แนวนี้ ก็มีข้อแตกต่างจากภาษาศาสตร์อยู่ 2 ประการ คือ

(i) การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างนิยม ไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่ที่การวิเคราะห์ “ภาษา” เท่านั้น หากแต่ได้ขยายขอบเขตการศึกษาออกไปถึงวัตถุแทบทุกอย่างที่อยู่ใน “ระบบสัญลักษณ์” (Sign System) อันหมายถึงทุกอย่างที่มีความหมายแฝงฝังอยู่ในเนื้อใน เช่น แหวนแต่งงาน การกินอาหาร อาการเจ็บป่วย กล้ามเนื้อ ฯลฯ

(ii) ในการวิเคราะห์นั้น โครงสร้างนิยมมิได้ใจจดใจจ่ออยู่ที่ตัวบท เช่น วิชาภาษาศาสตร์ หากแต่จะให้ความสนใจกับความสัมพันธ์ระหว่างสามสิ่ง คือ

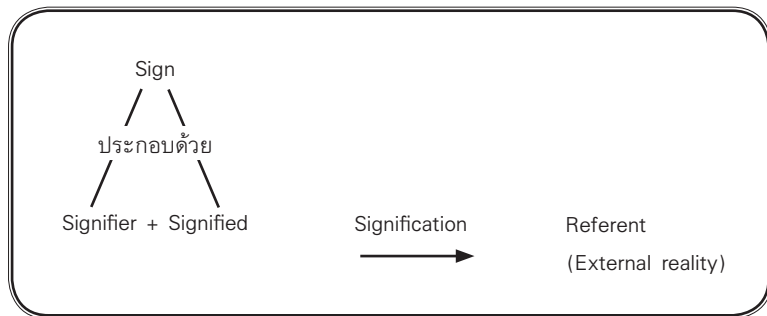



ซึ่งน่าจะหมายความว่า “ตัวบท” หนึ่ง ๆ จะถูกอ่านความหมายออกมาเป็นแบบใดนั้น จำเป็นต้องสัมพันธ์/ขึ้นอยู่กับริบท/วัฒนธรรมที่ตัวบทนั้นเกิดขึ้นมา เช่น ตัวบทเป็นที่ “หมู” อาจจะมี ความหมายว่า “เป็นอาหาร” ในวัฒนธรรมจีน มีความหมายว่า “เป็นอาหารไม่ได้” ในวัฒนธรรมมุสลิม และมีความหมายว่า “เป็นของหมั่น” ในวัฒนธรรมของชนเผ่าบางเผ่า


สำหรับสัญวิทยา นั้น เป็นสาขาย่อยสาขาหนึ่งของการวิเคราะห์แนว
โครงสร้างนิยม

(3.2) สัญวิทยา คือ ศาสตร์แห่งสัญญา (Science of Signs)

แนวคิดเรื่อง “สัญญา” ได้รับการอธิบายอย่างเป็นระบบโดย Saussure
ไว้ดังนี้คือ



เริ่มต้นจาก Sign (สัญญา) ซึ่งหมายถึง พาหะ (Vehicle) ที่จะบรรทุก
ความหมายไปยังที่ต่างๆ สัญญานี้ต้องมีลักษณะเป็นรูปธรรม/ ภาพภาพที่จับต้อง/
สัมผัสได้ เช่น เป็นรูปภาพ วัตถุ เสียง ฯลฯ เมื่อผู้รับสารได้สัมผัสสัญญา
ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยิน (หรือด้วยผัสสะอย่างอื่น ๆ) ก็จะทำให้เรา
“นึกถึง” (refer) วัตถุหรือความเป็นจริง เช่น เมื่อเรามองดูภาพเครื่องหมาย
 ในศูนย์การค้า เราก็จะทราบ ว่า สถานที่ที่เครื่องหมายนั้นอ้างถึง คือ
“ห้องน้ำ”

Saussure ตั้งชื่อองค์ประกอบที่เป็นรูปธรรม-กายภาพ (ถ้อยคำ ภาพ
เสียง) ว่า “ตัวหมาย” (Signifier) และใช้คำว่า “ตัวหมายถึง” (Signified)
ว่าหมายถึงภาพในห้วงความนึกคิดที่เกิดขึ้นเมื่อได้มองเห็นหรือได้ยินตัวหมาย
(เช่น เห็นรูป  ในความนึกคิดก็นึกถึงห้องน้ำ)

สายสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงนี้มีได้เกิดขึ้นอย่างเป็น
ธรรมชาติ (ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ ต้องมีประสบการณ์ จึงจะทราบว่า
เครื่องหมายต่าง ๆ แปลว่าอะไร) และความสัมพันธ์ดังกล่าวจะถูกกำหนดให้
แตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม และแต่ละยุคสมัย เครื่องหมาย ♀ และ ♂

อาจจะหมายถึงผู้หญิงและผู้ชายในสมมุติฐานของนักเรียนแพทย์ และเครื่องหมาย ♀ อาจจะหมายถึงขบวนการสิทธิสตรีในกลุ่มนักเฟมินิสต์ เป็นต้น

3.3 ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย

ต่อเนื่องจากเรื่องสายเชื่อมโยงระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงนั้นจะมีความหมายอยู่ 2 ระดับ ความหมายชั้นแรกเรียกว่า ความหมายโดยอรรถ (denotative meaning) อันเป็นความหมายที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระดับแรกระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึง เมื่อเรามองเห็นรูปเบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ บนหน้าปกเทป ความหมายแรกก็คือ เห็นภาพหน้าตาของเบิร์ดในห้วงความคิด

ส่วนความหมายโดยนัย (Connotative meaning) อันเป็นความหมายที่ถูกสร้างให้เชื่อมโยงลงไปอีกชั้นหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น รูปเบิร์ดนั้นอาจจะมี ความหมายไปถึง “นักร้องซูปเปอร์สตาร์ของไทย” “Entertainer อันดับหนึ่งบนเวทีคอนเสิร์ต” ฯลฯ และหากมีการนำรูปเบิร์ดไปวางเข้ากับเครื่องดื่มบางชนิด ความหมายโดยนัยนั้น ก็อาจจะถูกถ่ายทอดจากตัวหมาย “เบิร์ด” ไปสู่ตัวหมาย “เครื่องดื่ม” กล่าวคือ “Superstar จะดื่ม super softdrink” การที่จะถอดความหมายโดยนัยออกนั้น จำเป็นต้องมีความรู้ในระดับลึกซึ้งและกว้างขวาง หรืออาจจะต้องมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของแต่ละแห่ง เช่น ถ้าเห็น สีแดง-น้ำเงิน-ขาว (tricolour) ในยุโรปจะหมายถึงฝรั่งเศส ในขณะที่เขียว-แดง หมายถึงอิตาลี เป็นต้น

จากระดับของความหมายโดยนัยนี้ Barthes (1972) ได้ขยายความหมายโดยนัยที่อยู่ในระดับลึกอย่างมาก ที่เรียกว่า “มายาคติ” (Myth) มายาคติเป็นระบบความคิดที่มีอยู่ในแต่ละสังคม และเป็นความคิดที่มีการให้คุณค่าเป็นลำดับชั้นของแต่ละสังคม มายาคตินี้ถูกถ่ายทอดด้วยกระบวนการสื่อสารนี้เอง โดยส่วนใหญ่ มายาคติมักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับลักษณะประจำชาติ ความยิ่งใหญ่ของชาติ หรือทัศนะที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หรือธรรมชาติ (ความบริสุทธิ์ ความดีงาม ความมีน้ำใจ ความเป็นไท ฯลฯ) เราจะเห็นตัวอย่างของบรรดางานโฆษณาทั้งหลายที่สื่อสารอยู่บนมายาคติเหล่านี้ (เช่น “ความเป็นไทยคือความเป็นไท” เป็นต้น)

3.4 การใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสัญวิทยา การอ่านความหมายจากตัวบทด้วยวิธีการสัญวิทยานั้น มีความแตกต่างจากการอ่านความหมาย



ด้วยวิธีการด้านภาษาศาสตร์ ซึ่งอาจจะใช้วิธีการเปิดดูพจนานุกรมเพื่อ ดูความหมาย - คำแปลของคำแต่ละคำ หรือใช้วิธีการพลิกดูตำราไวยากรณ์ ของแต่ละภาษา แม้ว่าวิธีการทางสัตววิทยา จะมีเป้าหมายที่จะค้นหา “ไวยากรณ์ / กฎ / รหัส (codes)” ที่ควบคุมการสื่อความหมายของสัญญาณในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ไวยากรณ์ของหนังไทย รหัสที่ซ่อนเร้นอยู่ในโฆษณาเหล่าทางโทรทัศน์ แต่ทว่านักสัตววิทยาจะไม่มี “คู่มือไวยากรณ์หรือพจนานุกรมสำเร็จรูป” ติดตาม ให้เป็นคู่มือ หากทว่าผู้วิเคราะห์ต้องสร้างคู่มือและพจนานุกรมขึ้นมาเอง

นอกจากนั้น การวิเคราะห์ความหมายหรือรหัสที่ฝังอยู่ในเนื้อหาของ สัญญาณนั้น ยังไม่อาจทำได้ด้วยการซักถามความตั้งใจของผู้ส่งสาร ดังนั้นวิธีการ เดียวของสัตววิทยา คือการอ่านรหัสและความหมายที่อยู่ใน “ตัวบท” โดย พิจารณาให้สัมพันธ์กับ “บริบททางวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวบทนั้น” ทั้งนี้เนื่องมา จากหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ตัวบททุกตัวบทที่เป็นเนื้อหาของสื่อ มวลชนนั้น ไม่อาจจะแยกตัวออกมาเป็นอิสระจากวัฒนธรรมที่ตนเองสังกัดอยู่ได้ หากใช้สมุทธศาสตร์คนละเล่มกับวัฒนธรรมที่สังกัดอยู่ ผู้รับสารก็จะไม่เข้าใจ ความหมายอย่างแน่นอน ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น ถ้าเรานายภาพยนตร์ที่มีการ หมั้นหมายโดยใช้ แหวนหมั้น ให้แก่ผู้ชมที่อยู่ในวัฒนธรรมที่มีการ ใช้หมั้นเป็น ของหมั้น ผู้ชมย่อมไม่อาจจะถอดรหัสดังกล่าวได้ว่า action ของตัวละครแปลว่า อะไร เป็นต้น

ดังนั้น จึงกล่าวในอีกนัยหนึ่งได้ว่า การวิเคราะห์แนวสัตววิทยาก็คือ การค้นหา “ความหมายเชิงวัฒนธรรม (cultural meaning) ของเนื้อหาสื่อชิ้นนั้นเอง วิธีการทำงานนั้นอาจจะเริ่มตั้งแต่ดูว่า “ใครเป็นผู้สร้างสาร” (แต่มิได้ดูความตั้งใจ หากทว่า จะดูมิติทางวัฒนธรรมของผู้ส่ง) จากนั้นก็วิเคราะห์ระดับความหมายที่มี อยู่เป็นชั้น ๆ คือ ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัยในระดับที่ลึกซึ้ง ลงไปให้มากยิ่งขึ้นทุกที โดยพิจารณาควบคู่ไปกับลักษณะทางวัฒนธรรมที่ แวดล้อมตัวบทนั้นอยู่เสมอ (แต่ทว่ามิได้สนใจการอ่านของผู้รับสารเช่นแนว วัฒนธรรมศึกษา)



กล่าวโดยสรุปหลักการสำคัญ ๆ ของการวิเคราะห์แนวโครงสร้างนิยม และสัญวิทยา มีดังนี้

- (1) ตัวบททุกชนิด (หมายถึงวัตถุที่จะนำมาวิเคราะห์) จะถูกสร้างขึ้นตามวิธีการเดียวกับการสร้างภาษา
- (2) ความหมายในตัวบทจะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมระดับกว้างและกรอบอ้างอิงทางภาษา
- (3) ตัวบทจะเป็นภาพตัวแทนของกระบวนการสร้างความหมาย
- (4) ความหมายของตัวบทจะมีทั้งความหมายโดยอรรถ ความหมายโดยนัยและมายาคติ
- (5) ระบบสัญลักษณ์นั้น จะถูกถอดรหัสตามพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในสังคม

4. การพิจารณาสื่อจากทัศนะของศาสตร์แห่งการสื่อสาร (Communication Sciences)

4.1 การพิจารณาสื่อจากสาขาวิชาศาสตร์แห่งการสื่อสาร (Communication Sciences) นั้น จะมอง “เนื้อหาสาร” ว่าเป็น “ข่าวสารข้อมูล” โดยที่ทฤษฎีสารสนเทศ (information) นี้เริ่มต้นมาจากการงานของ Shannon & Weaver แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้วางอยู่บนคำนิยามการสื่อสารว่าเป็นการถ่ายทอดเผยแพร่ข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ (Transmission model) สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินการสื่อสารในแบบจำลองนี้จะดูจากประสิทธิภาพ (ปริมาณและค่าใช้จ่าย) และประสิทธิผล ในการบรรลุถึงเป้าหมายการสื่อสารที่ได้วางเอาไว้ แม้ว่าคำนิยามของการสื่อสารตามแนวทางนี้จะมีอยู่หลากหลาย แต่ที่วางจุดร่วมกันก็คือ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร คือ ความสามารถในการลดความไม่แน่นอน (reduce uncertainty)

สำหรับวัตถุที่จะใช้ในการศึกษานั้น แม้ว่าตัวชื่อทฤษฎีจะระบุว่า เป็นทฤษฎีสารสนเทศ (Information Theory) ซึ่งมักจะชวนให้นึกถึงรูปแบบของการสื่อสารประเภทข่าวหรือรูปแบบการสื่อสารที่มุ่งให้สารสนเทศอย่างอื่น ๆ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากคุณสมบัติของสารสนเทศว่าเป็นสิ่งที่ “สามารถจะลดความไม่แน่นอน” ลงได้แล้ว รูปแบบของ “ภาพถ่าย” ก็น่าจะเข้าข่ายการสื่อสารที่ให้ข้อมูลได้เช่นกัน (เช่น สำนวนที่รู้จักกันอย่างดีว่า “ชนะกันแบบ



ต้องถ่ายรูปรูปที่เส้นชัย”) แม้แต่การสื่อสารแบบเรื่องแต่งที่ถูกนำมาเล่นในรูปแบบของละครหรือภาพยนตร์ ก็อาจถือได้ว่าสามารถให้สารสนเทศได้เช่นกัน เช่น เวลาชมภาพยนตร์เรื่อง ดร.ชิวาโก ก็ได้ข้อมูลเรื่องวิธีการดำเนินชีวิตของชาวรัสเซีย เป็นต้น

4.2 มีตัวอย่าง 4 ตัวอย่างที่ทฤษฎีสารสนเทศได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อ คือ

- การวัดคุณลักษณะด้านสารสนเทศ (informativeness)
- การวัดความน่าอ่านหรือความยากง่ายในการอ่านอันเนื่องมาจากวิธีการเขียน (readability)

- ความหลากหลาย (diversity)
- การไหลของสารสนเทศ (information flow)
- (i) การวัดคุณลักษณะด้านสารสนเทศ สามารถทำได้หลายวิธี เช่น
 - วัดจำนวน / ปริมาณข้อเท็จจริง ที่มีอยู่ในเนื้อหา (โดยให้ค่านิยามก่อนว่า “ข้อเท็จจริง” นั้น จะหมายถึงอะไรบ้างแล้วแตงนั้บเอา)

- การวัดความหนาแน่น (density) ได้แก่การวัดสัดส่วนของประเด็นทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในเนื้อหาที่ศึกษา

- การวัดความกว้างขวาง (breadth) หมายถึงจำนวนของประเด็นต่าง ๆ ที่พบโดยดูเทียบกับสัดส่วนที่น่าจะเป็นไปได้ (เช่น จากเนื้อหาข่าวจำนวน 1 หน้า ควรจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ได้ว่ากี่ประเด็น แล้วจริง ๆ มีอยู่ที่ประเด็นคิดเป็นสัดส่วนเท่าใด)

- การวัดความลึกซึ้ง (depth) ได้แก่จำนวนของข้อเท็จจริงที่สามารถจะช่วยให้เข้าถึงเบื้องลึกของประเด็นต่าง ๆ ได้

(ii) การวัดความน่าอ่าน เป็นมิติเชิงคุณภาพอีกอย่างหนึ่งของข่าวสาร หลักการวัดนั้นวางอยู่บนแนวคิดที่ว่า “ชาวที่่านหรืออ่านได้ง่าย คือชาวที่มีลักษณะตอกย้าข้าทวนเนื่องจากชาวที่มีสารสนเทศไม่มากนักจะง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ

(iii) การวัดความหลากหลาย ในกรณีของรายงานข่าว การวัดความหลากหลายอาจจะเห็นได้ง่าย ๆ ตั้งแต่การพิจารณาดูว่า ในเนื้อหาของข่าวนั้นได้เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งฝ่ายเสนอและฝ่ายค้าน มาแสดงความคิดเห็น



หรือเปล่า ในงานวิจัยเพื่อวัดความหลากหลายบางชิ้น ได้ใช้วิธีคำนวณสัดส่วนระหว่าง “จำนวนของประเด็นหัวข้อเทียบกับปริมาณความถี่ที่แต่ละหัวข้อได้รับการนำเสนอ”

(iv) การไหลของสารสนเทศ มีวิธีการหลายวิธีการที่จะใช้วัดการไหลของสารสนเทศ และเพื่อหลายเป้าประสงค์ ตัวอย่างเช่น อาจจะมีการตั้งคำถามว่า การไหลของสารสนเทศนั้น เป็นไปแบบทางเดียวหรือสองทาง หรือมี “สารสนเทศอะไรบ้าง” ที่ไหลไปสู่ผู้รับสาร วิธีการหนึ่งที่ยอมรับใช้กัน คือการใช้ “ถ้อยคำ” เป็นหน่วยการวัด เช่น ระบุว่า “ประชาธิปไตย ความขยันขันแข็ง ความซื่อสัตย์ ฯลฯ” เพื่อจะสามารถวัดสารสนเทศที่อยู่ในสื่อทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นข่าว สารคดี เพลง ละคร เกมโชว์ ฯลฯ

เราอาจสรุปหลักการสำคัญ ๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยทฤษฎีสารสนเทศได้ดังนี้

- (1) การสื่อสารจะถูกนิยามว่า เป็นการถ่ายทอดสารสนเทศจากผู้ส่งไปยังผู้รับ (ที่เป็นปัจเจก)
- (2) เนื้อหาของสื่อก็คือ ตัวเนื้อหาของสารสนเทศนั้น
- (3) สารสนเทศที่มีคุณสมบัติสำคัญคือสามารถลดความไม่แน่นอนได้
- (4) คุณภาพของสารสนเทศและคุณลักษณะต่าง ๆ ของสารสนเทศนั้นสามารถจะวัดได้

5. การพิจารณาว่าทฤษฎีที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของสื่อ

การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อเพื่อจะประเมินผลไปถึงการปฏิบัติงานของสื่อ นั้น มีแนวทางที่ปฏิบัติกันมาเป็น 2 แนวทางใหญ่ ๆ คือ

(i) ใช้บรรทัดฐาน (Normative) บางประการเป็นเกณฑ์ในการวัด เช่น เนื้อหาของสื่อนั้นมีประโยชน์ต่อส่วนรวมหรือไม่

(ii) ใช้การวิเคราะห์กระบวนการทำงานของสื่อ (procedures) เพื่อตอบคำถามต่าง ๆ เช่น สื่อได้ทำหน้าที่อย่างเหมาะสมต่อสังคมหรือไม่

อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาเนื้อหาของสื่อเพื่อจะตอบคำถามทั้งสองประการข้างต้นนั้น ค่อนข้างจะเน้นหนักไปในทาง “มิติการเมืองที่ปรากฏในเนื้อหาของสื่อมวลชน” และอาจทำให้เหลื่อมล้ำกับแนวการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการทาง



เศรษฐศาสตร์การเมืองหรือทฤษฎีวิพากษ์ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่างแนวทางนี้กับแนวเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือ กลุ่มที่มุ่งวิเคราะห์การปฏิบัติงานของสื่อจะมุ่งความสนใจอยู่ที่ภายในตัวระบบสื่อเท่านั้น โดยไม่ได้ก้าวเลยออกไปถึงมิติด้านเศรษฐกิจการเมืองและวัฒนธรรมที่รอบล้อมตัวระบบนั้น ส่วนในการประเมินตัดสินวินิจฉัยนั้นก็จะใช้ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative Theory) เป็นหลัก

แนวคิด/เกณฑ์ที่จะนำมาใช้วิเคราะห์เนื้อหาของสื่อตามแนวทางนี้มีตัวอย่างดังนี้

(1) ความเป็นอิสระและมีเสรีภาพในการปฏิบัติงาน (Freedom & Independence)

จากประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสื่อมวลชนเองได้สลักแนวคิดเรื่องความเป็นอิสระและมีเสรีภาพในการคิดและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้นอยู่แล้ว ดังนั้นจึงมีความคิดที่อุดมคติว่า สื่อจะยังคงธำรงรักษาเอกลักษณ์สำคัญดังกล่าวนี้ไว้ ทั้ง ๆ ที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ทุกคนย่อมรู้แก่ใจว่า มีปัจจัยแวดล้อมและผลกีดกันการทำงานของสื่ออยู่มากมายเพียงใด อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์จริง ๆ รูปแบบสื่อแต่ละชนิดก็อาจจะมิอิสระจากการค้า การเมือง สังคม-วัฒนธรรมมากนัก้อยแตกต่างกัน เช่น รูปแบบโฆษณา คงแทบจะตัดขาดจากการค้าไม่ได้ ละครโทรทัศน์คงจะถูกควบคุมด้านการเมืองน้อยกว่าข่าว เป็นต้น

การวัดความเป็นอิสระของสื่อมวลชนโดยดูจากการปฏิบัติงานอาจจะดูได้จากการทำงานของบรรณาธิการ (editorial vigour) อันเป็นเครื่องหมายบ่งบอกความเป็นอิสระที่ดูได้จากหลาย ๆ กิจกรรม เช่น การแสดงความคิดเห็นที่แท้จริงของตนออกมาโดยเฉพาะในประเด็นที่มีความขัดแย้ง (ไม่ว่าตัวผู้เหนือความขัดแย้ง) ความเต็มใจที่จะรายงานความขัดแย้ง ไม่กลบเกลื่อนหรือหลีกเลี่ยง กล่าวที่จะติดตามนโยบายในลักษณะเชิงรุกจากฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยไม่รอแต่เอกสารที่หน่วยงานนั้น ๆ หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่งมาให้ลงเผยแพร่หรือถ้าเป็นผู้มีอำนาจบีบคั้นขอให้ข่าว ก็เชื่อถือไปเลยโดยไม่ตรวจสอบซ้ำ รวมทั้งวิธีการนำเสนอรายงานซึ่งนอกจากจะมีข้อเท็จจริงแล้ว ยังกล่าวถึงความและนำเสนอภูมิหลังของข้อเท็จจริงนั้นด้วย (โดยมีข้อแม้ว่าต้องแจกแจงให้ผู้อ่านเห็นอย่างชัดเจนว่า อะไรเป็นข้อเท็จจริง อะไรเป็นการตีความ) ตัวอย่างของ



การรายงานข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน (investigative report) เป็นรูปแบบหนึ่งที่บ่งบอกถึงความมีอิสระเสรีภาพของการทำงานของสื่อที่สามารถอ่านได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาร

นอกเหนือจากคามมีอิสระเสรีภาพที่อยู่ในรูปแบบของข่าวดังที่กล่าวมาแล้ว สำหรับในรูปแบบประเภทอื่นๆ ของสื่อ เช่น เพลง เกมโชว์ ละครโทรทัศน์ ฯลฯ ความเป็นอิสระนั้นอาจจะพิจารณาได้จากเกณฑ์อื่น ๆ เช่น ความสามารถที่จะริเริ่มบางอย่างที่แปลกใหม่ออกไป (innovation) และผู้อ่านไม่คาดคิดมาก่อน (unexpectedness) รูปแบบที่แหวกไปจากเดิม (Nonconformity) หรือรูปแบบการทดลอง (เช่น งานประพันธ์นวนิยายที่ทดลองเอารูปแบบทางวิชาการ เช่น การมีเชิงอรรถและบรรณานุกรมมาใช้) ตัวอย่างของสื่อที่มีเสรีภาพมากที่สุดก็คือ เนื้อหาของสื่อที่สร้างขึ้นโดยไม่คำนึงถึงรสนิยมของผู้ชม และไม่สนใจการตอบรับอย่างดีจากผู้ชม อย่างไรก็ตาม หากเป็นเนื้อหาสื่อที่มีผู้เผยแพร่เพียงคนกลุ่มเล็ก ๆ ก็ยังมีคำถามต่อไปว่า ผลงานนั้นจะยังคงถูกถือว่าเป็นสื่อมวลชนได้หรือไม่

(2) ความหลากหลายของเนื้อหา (Content Diversity)

หลังจากประเด็นเรื่องความเป็นอิสระแล้ว ก็ถึงประเด็นความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งเป็นเกณฑ์อีกตัวหนึ่งในการวัดการทำงานของสื่อ ในทางปฏิบัติคำว่า “ความหลากหลาย” นั้น หมายถึงว่าสื่อได้สร้างสรรค์ผลงานให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มหรือเปล่า กลุ่มผู้รับมีทางเลือกเนื้อหาหลาย ๆ ประเภทหลายรสนิยม หลากหลายในแง่ความน่าสนใจ เปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มได้แสดงความคิดเห็น หรือใช้แหล่งข่าวจากทุกมุมมองหรือเปล่า ไปจนกระทั่งถึงว่าเนื้อหาโดยรวมในสื่อ นั้น สะท้อนให้เห็นภาพความเป็นจริงทุกแง่มุมของสังคมหรือเปล่า ความหลากหลายของเนื้อหานั้น ควรจะใช้วัดจากรูปแบบรายการทุกประเภท ไม่ว่าจะข่าวสารหรือความบันเทิงก็ตาม

(3) เนื้อหานั้นสะท้อนความเป็นจริงหรือบิดเบือน (Reality reflection or distortion)

คุณสมบัตินี้ในการสะท้อนภาพของความเป็นจริงเป็นเกณฑ์อีกประการหนึ่งในการวัดเนื้อหาของสื่อที่บ่งบอกถึงวิธีการทำงานของสื่อได้ ในสามัญสำนึกของคนทั่วไป การสะท้อนหรือบิดเบือนความเป็นจริงนั้น จะเรียกว่าเป็น



“อคติของสื่อมวลชน” เช่น ในรายการข่าว มีการให้ภาพในทางลบต่อคนกลุ่มน้อย (เช่น แรงงานต่างชาติดอพยพ) การมองข้ามบทบาทของผู้หญิง หรือสร้างภาพผู้หญิงในข่าวอย่างผิด ๆ ในกรณีของข่าว เราอาจจะตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับอคติต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาประเภทข่าวสาร ได้ดังนี้

- เนื้อหาข่าวจะเน้นหนักข่าวของกลุ่มบุคคลที่อยู่ระดับสูงและข้าราชการ ทั้งในฐานะที่เป็นตัวเนื้อหาข่าวและเป็นแหล่งข่าว

- ข่าวจะให้ความสนใจกับสมาชิกของกลุ่มการเมืองและกลุ่มสังคมที่เป็นชนชั้นนำ

- ค่านิยมที่ถูกตอกย้ำ ได้แก่ค่านิยมที่สอนให้สนับสนุนและเชื่อฟังผู้มีอำนาจ โดยไม่นำเสนอค่านิยมที่ตั้งคำถามหรือท้าทาย

- ข่าวต่างประเทศของแต่ละประเทศจะเลือกเสนอประเทศที่อยู่ใกล้เคียงหรือมีฉะนั้นก็เป็นประเทศที่ร่ำรวยและมีอำนาจ

- ในเนื้อหาข่าวมักจะมีอคติแบบชาตินิยม หรือการถือเอาชาติตนเองเป็นศูนย์กลาง ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นข่าวหรือการแสดงความคิดเห็นก็ตาม

- ข่าวจะสะท้อนค่านิยมและโครงสร้างอำนาจแบบชายเป็นใหญ่ (เช่น การใช้ความรุนแรง ผู้ชายเป็นผู้นำการตัดสินใจ ฯลฯ)

- ภาพของคนกลุ่มน้อยจะถูกมองข้ามหรือมีฉะนั้นก็นำเสนอแบบมีอคติ

- ข่าวอาชญากรรมมักจะเสนอความรุนแรงเกินจริง และมักเน้นแต่อาชญากรรมที่เป็นเรื่องของบุคคล (personal crime) โดยไม่ได้รายงานโอกาสของความเสียหายที่เป็นจริงในสังคม

ส่วนในรายการประเภทบันเทิงนั้นจะพบอคติต่าง ๆ ที่ไม่สะท้อนภาพแห่งความเป็นจริง ดังนี้

- บรรดาอาชีพของตัวละครในละครโทรทัศน์ จะโน้มเอียงไปทางวิชาชีพชั้นสูง เช่น ผู้รักษากฎหมาย หมอ ทหาร วงการบันเทิง ฯลฯ

- ชนชาติส่วนน้อย มักจะถูกกำหนดให้เป็นตัวละครที่มีฐานะต่ำ เช่น คนต่างจังหวัดมักจะได้บทเป็นคนรับใช้

- ภาพของผู้หญิงมักจะถูกนำเสนอให้มีอาชีพที่ตายตัว หรือมีฉะนั้นก็เป็นแม่บ้าน โดยมีภาพลักษณ์ที่ passive และมักเป็นเพียงตัวประกอบ



- ความรุนแรงต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอในรายการบันเทิงมีลักษณะคล้ายรายการข่าว คือ ไม่สมจริง
- ละครหรือภาพยนตร์ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองหรือทางสังคม มีแนวโน้มจะถือห่างข้างค่านิยมหลักของสังคม หรือมีฉะนั้นก็พยายามเลี่ยงความขัดแย้ง
- เรื่องราวของบรรดากลุ่มรักร่วมเพศ มักจะถูกปิดกั้นมิให้นำเสนอหรือหากเสนอก็มักใช้ภาพแบบสรุปเหมารวม (stereotype) เช่น กระตู่กระตืดทำตัวไร้สาระ ชอบพูดพล่อย ๆ สนใจแต่เรื่องเพศ ฯลฯ

เราอาจสรุปหลักการสำคัญๆ ของการวิเคราะห์เนื้อหา โดยดูจากแนวทางการปฏิบัติงานของสื่อ ได้ดังนี้

- (1) การประเมินเนื้อหาของสื่อ นั้น กระทำได้โดยใช้เกณฑ์เรื่องบรรทัดฐานหน้าที่ของสื่อที่มีต่อสังคม
- (2) ตัวอย่างเกณฑ์ที่ถูกนำมาใช้คือ ความเป็นอิสระ ความหลากหลาย ความเป็นกลาง และความสามารถในการสะท้อนภาพแห่งความเป็นจริง
- (3) คุณลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นนี้สามารถตรวจวัดได้ในเนื้อหาสื่อ

6. การวิเคราะห์เนื้อหาจากมุมมองของทฤษฎีวิพากษ์

ความแตกต่างระหว่างทฤษฎีวิพากษ์กับแนวทางอื่น ๆ ที่ได้กล่าว ซึ่งแม้บางแนวทาง เช่น ทฤษฎีบรรทัดฐาน จะมีมุมมองที่วิพากษ์การทำงานของสื่อมวลชนคล้าย ๆ กัน แต่ทว่าในขณะที่แนวทางอื่น ๆ อาจจะวิจารณ์ว่า สื่อได้หลงลืมหรือละเลยการทำหน้าที่ต่าง ๆ ต่อสังคมไปนั้น ทฤษฎีวิพากษ์กลับจะกล่าวว่า หน้าที่ที่สื่อกำลังกระทำอยู่นี้ (เช่น เข้าข้างผู้มีอำนาจ ตอกย้ำค่านิยมที่มีอยู่ ไม่นำเสนอภาพคนกลุ่มน้อย) มิได้เกิดมาจากการหลงลืมหรือความบกพร่องในการปฏิบัติหน้าที่ หากแต่เป็นเพราะการออกแบบโครงสร้างและกลไกของสื่อได้กำหนดให้สื่อทำหน้าที่ดังกล่าวต่างหาก เนื่องจากสื่อเป็นเครื่องมือของกลุ่มผู้มีอำนาจ ก็ย่อมต้องทำหน้าที่รับใช้ผู้มีอำนาจอย่างแน่นอน

ในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์นี้ยังมีสาขาย่อย ๆ ที่ใช้ในการวิพากษ์สื่อ เช่น กลุ่มที่ใช้เกณฑ์เรื่องชนชั้นทางสังคม เพศ หรือเชื้อชาติ ที่จะยกตัวอย่างดังต่อไปนี้



(6.1) กลุ่มที่ใช้แนวทางเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบมาร์กซิสต์

เอกลักษณ์ของแนวทางนี้ คือการวิเคราะห์ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาสื่อกับความแตกต่างทางชนชั้นและความขัดแย้งทางชนชั้น สำหรับกลุ่มมาร์กซิสต์รุ่นคลาสสิกจะมีแนวคิดพื้นฐานว่า เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ นั้น จะเป็นไปตามความต้องการของชนชั้นผู้ปกครอง และถ่ายทอดให้ผู้รับสารที่เปิดรับอย่างไม่ได้วิพากษ์ (อย่างยอมรับ) แต่ในรุ่นต่อมาที่เรียกว่า พวกเขาใช้การตีความ (Hermeneutic) ได้เริ่มพูดถึงการเปลี่ยนแปลงด้านผู้รับสารว่า อาจจะตีความออกไปได้อย่างหลากหลาย นอกจากนั้น ยังนำเสนอแนวคิดใหม่ว่า เนื้อหาในสื่ออาจจะไม่จำเป็นต้องเป็น “สื่อกลางถ่ายทอดโครงสร้างอำนาจที่มีอยู่ในสังคม” (Mediating) เท่านั้น หากทว่าเป็น “ตัวสร้างความเป็นจริง” และ “สร้างเอกลักษณ์ของบุคคล” (ดังทัศนะของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์)

ประเภทรายการที่กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองนิยมใช้เป็นวัตถุศึกษาในการศึกษา คือ รายการข่าว ซึ่งเป็นแหล่งอันอุดมที่จะเพาะฝังอุดมการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ผลจากการวิเคราะห์ข่าว กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองให้ข้อสรุปบางประการว่า

- ข่าวจะทำหน้าที่ “ซ่อนเร้นปิดบังความเป็นจริงบางด้านเอาไว้” (Masking) เช่น ด้านการเอาเปรียบกันเองในสังคม (ระหว่างคนรวย-คนจน ชาย-หญิง เด็ก-ผู้ใหญ่ ฯลฯ) และนำเสนอให้ดูเสมือนว่า การเอาเปรียบกันนั้นเป็นเรื่องปกติตามธรรมชาติ
- ข่าวจะบั่นทอนความสนใจของประชาชนให้กระจัดกระจายเป็นเรื่อง ๆ ทำให้คนส่วนใหญ่มีความสนใจแตกต่างกันไปคนละทิศละทาง และไม่สามารถรวมศูนย์ความสนใจให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันได้
- ข่าวจะสร้าง “เอกลักษณ์จอมปลอมหรือความสามัคคีแบบจินตนาการ” ขึ้นมา เช่น ปลุกใจให้คนรวมกันด้วยแนวคิดเรื่องชุมชน ชาติ ฯลฯ เพื่อให้รังเกียจเดียดฉันท์หรือมีความรู้สึกเป็นศัตรูต่อคนอื่นที่แตกต่างออกไป ทั้ง ๆ ที่เป็นคนที่อยู่ในชนชั้นเดียวกัน เช่น คนงานไทยรังเกียจแรงงานพม่าที่มาแย่งงานทำ (ใช้เกณฑ์เรื่องชาติ) ผู้หญิงดี ๆ รังเกียจ ผู้หญิงโสเภณี เป็นต้น



(6.2) กลุ่มทวิพหุศาสตร์ทวิพหุชนิยามของสื่อ (Commercialism)

นักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มีชื่อเสียงรุ่นใหม่ท่านหนึ่งคือ Althusser ได้อธิบายวิธีการทำงานของ “อุดมการณ์” เอาไว้ว่า “อุดมการณ์จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกกับเงื่อนไขที่เป็นจริงของเขาในลักษณะจินตนาการขึ้นมา” (เช่น ในความเป็นจริง ปัจเจกต้องเป็นทาสของระบบค่าจ้าง แต่กลับคิดจินตนาการว่าตัวเองมีเสรีภาพจะเลือกเป็นลูกจ้างใครก็ได้) นอกจากนั้นอุดมการณ์จะสถาปนา “individual” ให้กลายเป็น “Subject” (หรือในภาษาชาวบ้านอาจจะหมายความว่า เป็น Somebody ที่เป็นผู้กระทำการต่าง ๆ) ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การถ่ายทอดเอาความหมายและแนวคิดต่าง ๆ จากประสบการณ์มนุษย์ เช่น ความงาม ความสำเร็จในชีวิต ความสุข ธรรมชาติ ฯลฯ เข้าไปฝังสติด้อยอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์สินค้า แล้วก็ให้ผลิตภัณฑ์นั้น “ร้องเรียก” (interpellation) เพื่อสถาปนา “ปัจเจกบุคคล” ให้กลายเป็น “Subject” ผู้เป็นเจ้าของประสบการณ์เหล่านั้น (ด้วยการเข้าประกบกับตัวผลิตภัณฑ์) ดังประโยคที่เราคุ้นหูประเภท “เพียงแต่ลูบไล้แปรง x อย่างบาง ๆ เท่านั้น ผิวหน้าคุณ ก็จะต้องงามเป็นธรรมชาติ”

การทำงานของอุดมการณ์ในระบบพหุชนิยามนั้น จะประสบความสำเร็จได้ด้วยการสถาปนาสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวคน แล้วก็บอกกับคนว่า “พวกเขาเป็นใคร” และ “พวกเขาต้องการอะไร” ตัวอย่างเช่น เมื่อ “ธรรมชาติ” ถูกพรากไปจากตัวมนุษย์ (สร้างสภาพแวดล้อม) ระบบพหุชนิยามก็นำเอา “ธรรมชาติไปทำเป็นสินค้า” (Commodification) แล้วก็บอกว่า “มนุษย์เราย่อมต้องการธรรมชาติ” จากนั้นจึงนำเอา “ธรรมชาติในรูปแบบของสินค้า” ย้อนกลับมาขายให้แก่เราอีกทอดหนึ่ง อีกกรณีหนึ่งที่เราเห็นได้อย่างชัดเจนก็คือ การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ให้แก่ความปวดหัวตัวร้อนไร้ความสุขให้แก่คนทำงาน ดังนั้นเมื่อว่างจากการทำงาน คนจึงหันเข้าหาสื่อบันเทิงซึ่งเปรียบเสมือน “ยาแก้ปวดหัว” (หรืออาจจะเทียบว่าเป็นยาฝิ่นบรรเทาความเจ็บปวด) หลังจากอาการปวดบรรเทาแล้ว ก็สามารถจะย้อนกลับเข้าไปในระบบการทำงานแบบเดิมได้

(6.3) การวิจารณ์โดยใช้ทัศนะสตรีนิยม (Gender - based critique)

การวิจารณ์เนื้อหาของสื่อโดยใช้ทัศนะแบบสตรีนิยมนั้นมีแนวทางย่อย ๆ แยกออกไปอีกหลายแนว แต่ทว่า ไม่ว่าจะเป็นแนวทางใดก็ตาม ในระยะเริ่มแรก



(ทศวรรษ 1970) จุดร่วมของแนวการวิเคราะห์แบบสตรีนิยมก็คือ การวิเคราะห์ว่า ภาพสะท้อนของสตรีในสื่อ่นั้นมีลักษณะหยุดนิ่งอยู่กับที่ มีลักษณะตายตัว มีอยู่ไม่กี่แบบ (Stereotype) มีภาพของผู้หญิงปรากฏน้อยกว่าความเป็นจริง และเป็นภาพที่ด้อยกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตามในระยะต่อมา ได้เริ่มมีการตั้งคำถามว่า นักสตรีนิยมจะมีส่วนร่วมเปลี่ยนแปลงภาพสะท้อนของผู้หญิงที่มีอยู่ในสื่อ (ให้มีเพิ่มมากขึ้น) หรือควรจะเป็นการเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์แบบถือเพศเป็นเครื่องตัดสินคน (sexist ideology) ที่บรรจอยู่ในเนื้อหาสื่อจะดีกว่า

ตัวอย่างของการวิเคราะห์อุดมการณ์ที่ถือเอาเพศเป็นเครื่องตัดสินคนในสังคมแบบถือชายเป็นใหญ่ ก็คือ อะไรที่เกี่ยวข้องกับผู้ชาย ก็จะมีคุณค่ามาก อะไรที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงก็จะมีค่าน้อย ดังนั้น เมื่อผู้ชายใช้ชีวิตทำกิจกรรมอยู่ในปริมนทลสาธารณะ (Public Sphere) เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สงคราม ธุรกิจ กีฬา ฯลฯ กิจกรรมที่ผู้ชายมีบทบาทเด่นกว่าในปริมนทลนี้ จึงมีคุณค่ามากกว่ากิจกรรมที่อยู่ในปริมนทลส่วนตัว (Domestic Sphere) เช่น การบ้านการครัว ชีวิตครอบครัว รักโรแมนติก การดูแลเด็ก ฯลฯ ซึ่งเป็นที่ทางของผู้หญิง ดังนั้น รายการละครโทรทัศน์ (ที่ผู้หญิงดู) จึงกลายเป็นรายการที่มีค่าน้อยกว่ารายการข่าว (ที่ผู้ชายดู)

ในการวิเคราะห์เนื้อหาสารตามแนวทางสตรีนิยมนั้น จะตั้งคำถามอย่างกว้าง ๆ เอาไว้ว่า ในวิธีการเล่าเรื่อง หรือผลจากการอ่านตัวบทนั้นได้ทำให้ผู้อ่านสตรีหล่อหลอมแนวคิดเกี่ยวกับ “ความเป็นหญิง” (Femininity) ขึ้นมาได้อย่างไร เช่น ความเป็นผู้หญิง หมายถึง ความอดทน รักเดียวใจเดียว เสียสละ อุทิศตนต่อผู้อื่น ชอบการประนีประนอม ไม่ชอบแข่งขันแย่งชิงอำนาจ ฯลฯ (เช่นเดียวกับการหล่อหลอม “ความเป็นชาย”)

พัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปอีกประการหนึ่งของการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีวิพากษ์แนวสตรีนิยมก็คือ ในระยะเริ่มแรก นักวิเคราะห์แนวทางนี้จะมุ่งไปที่จับผิดและประณามการนำเสนอภาพสตรีในด้านลบหรือในด้านที่ด้อยคุณค่าและไม่สมจริงที่ปรากฏในสื่อ แต่ในระยะเวลาต่อมา ขบวนการสตรีนิยมในสื่อก็ค้นพบว่า วิธีการและท่าทีดังกล่าวไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ มากนัก ดังนั้นในช่วงเวลาต่อมา นักวิเคราะห์จึงได้พลิกมุมมองใหม่ โดยเริ่มมองหา “จุดคานงัด” เพื่อการเปลี่ยนแปลง เช่น แม้แต่ในศิลปะน้ำเน่า เช่น



ละครโทรทัศน์นั้น จะมีแง่มุมที่ช่วยทำให้ผู้หญิงเข้าใจตนเองและปลดปล่อย
ตนเองได้อย่างไร (เป็นแนวทางกลั่นน้ำดีขึ้นมาจากน้ำเน่า) และพยายาม
นำเสนอ “ภาพของผู้หญิงในทางบวก” ให้เข้าไปสอดแทรกเสริมแทนที่ภาพด้านลบ
แบบเดิมๆ ให้เพิ่มมากขึ้น

.....

เอกสารอ้างอิง

1. Barthes, R. (1972)
Mythologies , London ; Jonathan Cape.
2. Hall , S. (1980)
“Coding and Encoding in the Television Discourse”
in S. Hall et al (eds.) , Culture, Media, Language ,
London : Hutchinson.
3. McQuail , D. (1994)
Mass Communication Theory. (3 rd. ed) , Sage Publications.