สื่อกับการวิจัยวัฒนธรรม

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

สำหรับการสำรวจสถานภาพและแนวทางการวิจัยเรื่อง"สื่อกับการวิจัยวัฒนธรรม" ที่มีมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อที่จะมองไปถึงแนวทางและประเด็นการวิจัยในอนาคตนั้น หัวข้อที่ผู้เขียนขอนำเสนอในที่นี้จะมีดังนี้

1. การทบทวนเรื่องคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับคำนิยามของคำว่า "สื่อ"
2. การวิจัยวัฒนธรรมในแนวทางของกระบวนการผลิต/สร้างและการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม
3. ความสัมพันธ์สองชั้นระหว่างสื่อกับวัฒนธรรม
4. ทฤษฎี : แว่นส่องแนวทางการวิจัย
5. การวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อทั้ง 4ประเภทในมิติทางวัฒนธรรม

เอกสารประกอบการบรรยายในการสัมมนาวิชาการเรื่อง "มิติการวิจัยไทยศึกษาในอนาคต" สถาบันไทยศึกษาเพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏเลย โรงแรมแก่นอินน์ จ.ขอนแก่น
1-2 เมษายน 2543

1.การทบทวนคำนิยามคำว่า “วัฒนธรรม” กับ ”สื่อ”

คำนิยาม”วัฒนธรรม"

คำว่า ”วัฒนธรรม” นี้ได้มีการให้คำนิยามอย่างหลากหลายมากที่สุด จากการสำรวจครั้งล่าสุดมีถึง 256 นิยาม จากคำนิยามอันหลากหลายนี้ จะมีแนวทางการให้คำนิยาม ”วัฒนธรรม”อยู่ชุดหนึ่งที่จะเข้ามาสร้างปัญหาให้กับเรื่องการวิจัยสื่อกับวัฒนธรรม

หากนิยาม ”วัฒนธรรม” ในแนวทางที่หมายถึง ”ผลผลิตทางวัฒนธรรม” (cultural product) เช่น เครื่องแต่งกาย ประเพณี ข้าวของเครื่องใช้ ผลงานศิลปะ ฯลฯ การนิยามในแง่นี้มักจะเติมความหมายแถมท้ายมาด้วยว่า ผลผลิตทางวัฒนธรรมเหล่านี้จะต้องเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกแก่หลาน คำว่า ”มรดก”นั้น จะแนบเอา” ความเก่าแก่” ติดตัวเป็นคุณสมบัติตามมา การนิยามในลักษณะนี้ทำให้ผลผลิตจำนวนมหาศาลของสื่อสมัยใหม่ เช่นสื่อมวลชนที่กำลังดำเนินการผลิตอย่างเป็นอุตสาหกรรม เป็นล่ำเป็นสัน (culture industry) จะไม่ถูกนับว่าเป็น ”ผลผลิตทางวัฒนธรรม” เพราะขาดคุณสมบัติเรื่อง ”ความเก่าแก่” (งานของสื่อมวลชนเพิ่งสร้างเสร็จมาหมาดๆ)

และยิ่งหากเป้าหมายของการผลิตวัฒนธรรมของสื่อมวลชนมีแนวโน้มไปในทางพาณิชย์ธุรกิจ ซึ่งเบี่ยงเบนไปจากแนวทางเดิมของ ”ผลผลิตทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม” ก็จะยิ่งหมดสิทธิที่จะถูกนับเนื่องเป็นงานทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางวิชาการพอที่จะหยิบจับมาศึกษาค้นคว้าวิจัย

ด้วยเหตุนี้ วัฒนธรรมที่เรียกว่า วัฒนธรรมประชานิยมหรือวัฒนธรรมร่วมสมัย (popular culture) จึงมักไม่ค่อยถูกจัดอันดับขึ้นหิ้งทางการศึกษาแบบวิชาการเท่าใดนัก แต่ปัจจุบันนี้ ในแวดวงวิชาการตะวันตก เริ่มหันกลับมาทบทวนวัฒนธรรมที่สื่อมวลชนสร้างสรรค์ขึ้นมา และเริ่มให้ความสนใจไม่ว่าจะเป็นหนังฮอลลีวู้ด เพลงเดอะบีทเทิล ไล่ไปจนกระทั่งถึงวัฒนธรรมแมคโดนัลด์ และได้ทำการวิจัยศึกษาอย่างเป็นเรื่องเป็นราว

แต่หากมีการเปลี่ยนแปลงการให้คำนิยาม “วัฒนธรรม” มามุ่งดูที่ ”กระบวนการสร้าง/ผลิต - ผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (cultural production &reproduction) โดยไม่รังเกียจว่าจะเป็นของใหม่หรือของเก่า ไม่จำกัดว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่ทำมาขายหรือทำมาเพื่อแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่มก็ตาม หากใช้ในคำนิยามนี้ ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่ก็มีสิทธิจะไปต่อแถวขบวนการ “วัฒนธรรมศึกษา” กับคนอื่นเขาด้วย และในแง่มิติของกาลเวลา การศึกษาวัฒนธรรมก็จะมีทั้ง การเหลียวหลัง (มองดูอดีต) การแลหน้า (มองดูอนาคต) และการชายตาดูข้างๆ (ดูปัจจุบัน)อย่างรอบทิศ

คำนิยามของคำว่า “สื่อ”

เมื่อพูดถึงคำว่า”สื่อ”นั้น ปกติมักมีความเข้าใจกันในความหมายที่คับแคบว่า จะหมายถึงแต่ ”สื่อมวลชน” ที่เป็นสื่อน้องใหม่แต่มาแรง แต่ความจริงแล้ว สื่อมวลชนนั้นเพิ่งเป็นสื่อที่มีอายุยังเยาว์วัยนัก และก่อนหน้าที่จะสื่อมวลชนจะถือกำเนิดขึ้นมา สังคมก็ได้มีการใช้การสื่อสารของสังคมในรูปแบบต่างๆมากมาย เช่น สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อเฉพาะกิจต่างๆ (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ดังนั้น ในที่นี้ เมื่อกล่าวถึง “สื่อ” ผู้เขียนจะใช้ในความหมายที่กว้างขวางที่สุด คือครอบคลุมสื่อทุกประเภทของสังคม

2.การวิจัยวัฒนธรรมตามแนวทางกระบวนการสร้างวัฒนธรรม

การวิจัยวัฒนธรรมตามคำนิยามเรื่องกระบวนการสร้าง/ผลิต-ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดของสำนักคิดกลุ่มวัฒนธรรมนิยม (Culturalism) (ดูรายละเอียดใน กาญจนา แก้วเทพ สื่อส่องวัฒนธรรม) อันมีนักคิดคนสำคัญๆเช่น R.Williams แนวคิดพื้นฐานของสำนักนี้ได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ให้ความสนใจกับการผลิตสิ่งของและสินค้าในสังคม โดยเสนอว่า แม้แต่เรื่องวัฒนธรรมเองก็ต้องมีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกัน แนวทางในการวิเคราะห์วัฒนธรรมจึงต้องตั้งคำถามนำการศึกษาว่า วัฒนธรรมนั้น ใคร/สถาบันใดเป็นผู้ผลิต ผลิตโดยมีเป้าหมายอะไร ใช้อะไรเป็นวัตถุดิบ มีขั้นตอนและกระบวนการผลิตอย่างไร มีการแบ่งงานกันทำอย่างไร ผลิตแล้วใครเป็นผู้ใช้ ใช้ไปทำอะไร ใช้แล้วเกิดผลอะไรขึ้นมา ฯลฯ

และเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าในระบบทุนนิยม หากไม่มีกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมนั้นก็ย่อมสูญสลายหมดอายุขัยไป อย่างไรก็ตามในสังคมที่คนแต่ละกลุ่มมีโครงสร้างการใช้อำนาจในสังคมไม่เท่ากัน กลุ่มคนที่มีอำนาจมากกว่าย่อมมีโอกาสและเงื่อนไขที่มากกว่าและดีกว่าในการเลือกหยิบวัฒนธรรมมาผลิตซ้ำในversion ของตนเอง Williamsจึงกล่าวว่า ในแต่ละสังคมจึงมีประเพณีในการเลือกสรรวัฒนธรรมมาผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (Tradition of selection) ที่เป็นหลักอยู่ชุดหนึ่ง รวมทั้งมีการต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมด้วยการผลิตซ้ำวัฒนธรรมของกลุ่มตนให้มีโอกาสขึ้นเวทีสาธารณะให้มากที่สุด เพื่อทำให้วัฒนธรรมของกลุ่มตนกลายเป็น” วัฒนธรรมหลัก” (Dominant culture)ของทั่วทั้งสังคม

สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการศึกษาวิจัยของสำนักวัฒนธรรมนิยม คือวัฒนธรรมที่กำลังมีชีวิตชีวาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชน ที่เรียกว่า *lived culture* ดังนั้น วัฒนธรรมพุทธศาสนาจึงไม่ใช่ฉบับที่อยู่ในพระไตรปิฎก แต่เป็นฉบับที่ชาวบ้านกำลังนับถือกันอยู่จริงๆ กิจกรรมทางวัฒนธรรมทุกอย่างที่ประชาชนกำลังปฏิบัติอยู่ในชีวิตประจำวันทุกๆวัน ที่เรียกว่า “ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม รวมทั้งการให้ความหมาย(make sense)กับปฏิบัติการดังกล่าว (reception of culture in everyday life) จึงเป็นเนื้อหาที่สำนักนี้จะมุ่งให้ความสนใจ

เมื่อนำเอาแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมและการสร้าง/ผลิต-ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมมาใช้กับเรื่องสื่อมวลชนที่ปัจจุบันมีบทบาทอย่างยิ่งในชีวิตประจำวันของประชาชน เราอาจจะพบว่า การผลิตดังกล่าว ต้องทำให้ครบองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร และผู้รับสาร

ตัวอย่างเช่นสื่อพื้นบ้าน เช่น หมอลำจะต้องมีการสืบทอดด้านศิลปินผู้แต่ง ต้องมีการผลิตเนื้อหาออกมา และท้ายที่สุดคือต้องมีการผลิตผู้ฟังผู้ชมหมอลำด้วย

3.ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับวัฒนธรรม

หากเราใช้ทัศนะที่มองสื่อแยกออกจากวัฒนธรรม ก็มีคำถามว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัยนี้เป็นอย่างไร

ทัศนะแรกเป็นทัศนะที่คุ้นเคยกัน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับวัฒนธรรมก็คือ สื่อมีบทบาทที่จะช่วย “ถ่ายทอด” วัฒนธรรมให้แพร่หลายออกไป ตัวอย่างรูปธรรมที่เห็นกันอยู่ทุกวัน ก็คือ การถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในหน้าของสื่อ สื่อจะทำหน้าที่เป็นฤาษีส่งสาร เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่สื่อสารกัน

ในทัศนะที่สองจะก้าวลึกไปกว่าชั้นแรก โดยระบุว่า สื่อมิใช่จะเล่นบทบาทเป็น “ผู้ถ่ายทอด” (transmitter)เท่านั้นหากแต่จะทำหน้าที่เป็น ”ตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรม”(generator)เสียเอง แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อสื่อสมัยใหม่ได้สถาปนาตัวเองขึ้นมาเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมที่มีบทบาทสำคัญต่อความเป็นไปของสังคม และเข้ามามีส่วนในการสร้างสรรค์ชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนอย่างสูง ในกรณีของต่างประเทศ เมื่อคนจำนวนมากเริ่มใช้เวลากับโทรทัศน์มากกว่าเห็นหน้าพ่อแม่หรือไปโรงเรียนและเข้าวัด ก็ได้มีการขนานนามวัฒนธรรมเช่นนั้นว่า “วัฒนธรรมโทรทัศน์” (Television culture) ปัจจุบัน เรารู้จักแนวคิดนี้ในนามของ “สังคมข่าวสาร” (Information society) ซึ่งอาจจะถูกนิยามในแง่ของด้านเศรษฐกิจการเมืองอย่างมาก แต่ยังขาดแง่มุมทางวัฒนธรรม

ในความหมายชั้นที่สองนี้ สถาบันสื่อจึงเป็นสถาบันทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งในสังคมที่มีส่วนหล่อหลอมระบบความรู้ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก ระบบความเชื่อ วิถีการดำเนินชีวิต การจัดความสัมพันธ์กับผู้คน แนวทางการวิจัยเรื่องสื่อกับวัฒนธรรมในอนาคตจึงน่าที่จะขยายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับวัฒนธรรมมาในความหมายชั้นที่สองให้มากขึ้น กล่าวคือ พิจารณาว่าสื่อเป็นสถาบันหนึ่งในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของปัจจุบันและอนาคต เพื่อจะได้มีความเอาใจใส่และศึกษาค้นคว้าสถาบันน้องใหม่มาแรงนี้ในแง่มุมของวัฒนธรรมอย่างจริงจัง

ในอีกแง่มุมหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับวัฒนธรรมนั้นอาจจะพิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสมัยใหม่กับสถาบันทางสังคมที่มีหน้าที่ทางวัฒนธรรมมาก่อน คือ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันศาสนา

- สถาบันสื่อกับสถาบันครอบครัว

หัวข้อที่มีการศึกษาในต่างประเทศมักจะวิจัยหาความสัมพันธ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบระหว่างสถาบันสื่อมวลชนกับสถาบันครอบครัวเมื่อมองจากแง่มุมทางวัฒนธรรม ในด้านลบ สื่อสมัยใหม่เช่นวิดิโอเกมได้เข้ามาพรากเด็กๆออกไปจากการใช้เวลาอยู่ร่วมกับพ่อแม่ ในทำนองเดียวกัน พ่อแม่จำนวนมากก็ใช้ให้โทรทัศน์เลี้ยงลูกแทนตัวเอง นี้จึงเป็นคำถามร่วมสมัยว่า "ปัจจุบันนี้ ใครกำลังเลี้ยงลูกของเราอยู่" หากคำอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่กับสื่อมวลชนขัดแย้งกัน เด็กๆจะเชื่อใคร เป็นต้น

ส่วนความสัมพันธ์ในด้านบวกนั้น ตัวอย่างของการนั่งกินข้าวร่วมกันระหว่างพ่อแม่ลูกหน้าจอโทรทัศน์พร้อมทั้งพูดคุยกันไปด้วยอาจจะเป็นช่วงเวลาที่กระชับความสัมพันธ์ในครอบครัวให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น นอกจากนั้น ฐานความรู้ที่ขยายกว้างขวางขึ้นของเด็กๆที่เปิดรับสื่ออย่างมาก ในด้านหนึ่งก็ทำให้เด็กรุ่นใหม่ที่นอกจากฟันจะไม่ผุแล้ว หัวสมองก็ยังไม่กร่อนอีกด้วย แต่ในอีกด้านหนึ่ง ความรู้ของเด็กๆที่กว้างขวางมากเกินไปกว่าฐานความรู้ของพ่อแม่(ซึ่งมีเวลาดูโทรทัศน์น้อยกว่า) ก็อาจทำให้อำนาจของพ่อแม่ในฐานะผู้ที่อาบน้ำร้อนมาก่อนต้องสั่นสะเทือน

สำหรับการวิจัยในบ้านเรานั้น ยังไม่ค่อยมีการศึกษาความสัมพันธ์ในแง่มุมทางวัฒนธรรมระหว่างสองสถาบันในด้านบวกด้านลบดังที่กล่าวมา งานศึกษาที่มีอยู่บ้างจะเป็นเรื่องการศึกษาภาพสะท้อนของชีวิตครอบครัวที่มองผ่านสื่อมวลชน เช่น โฆษณาทางทีวี ภาพความแตกร้าวในครอบครัว ปัญหาเมียน้อยเมียหลวง การหย่าร้างที่เกือบกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดาไปเสียแล้ว ฯลฯ และนอกจากนั้นก็มีการศึกษาว่า ผู้ชมมีความคิดเห็นและมีความรู้สึกอย่างไรต่อภาพดังกล่าว ภาพนั้นใกล้เคียงกับที่บ้านของตัวเองหรือไม่ เป็นต้น

- *สถาบันสื่อกับสถาบันโรงเรียน*

มีแนวทางการวิจัยในลักษณะเดียวกัน คือการศึกษาความสัมพันธ์ทางลบระหว่างการใช้สื่อของเด็กกับผลการเรียน การที่สื่อโทรทัศน์มาแย่งชิงพื้นที่ในการเรียนรู้ไปจากโรงเรียน (เด็กชอบอ่านหนังสือการ์ตูนมากกว่าตำราเรียน) ส่วนความสัมพันธ์ในแง่บวกก็คือ เด็กๆได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆมากมายนอกรั้วของโรงเรียน หรือรูปแบบของการร่วมมือกันระหว่างกระทรวงศึกษากับค่ายเทปเพลงในการรณรงค์"โรงเรียนสีขาว" เป็นต้น

นอกจากนั้น ก็มีงานศึกษาภาพสะท้อนของแง่มุมต่างๆของสถาบันการศึกษาที่ปรากฏในสื่อ เช่นงานวิจัยเรื่องภาพของครูในหนังไทย การรักเรียนของนางเอกละครโทรทัศน์เรื่อง "นางเอกหลังบ้าน"ที่มุมานะทางการศึกษาด้วยการเข้าเรียนกศน. หรือภาพยนตร์ชุดชีวิตรักนักศึกษาตลอดจนข่าวเด็กอาชีวะตีกันที่เป็นภาพแบบฉบับ เป็นต้น

- สถาบันศาสนากับสถาบันสื่อ

ในขณะที่ระบบความเชื่อของไทยมีลักษณะ three in one คือมีทั้งผี พุทธและพราหมณ์ ก็จะปรากฏงานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับระบบความเชื่อทั้งสาม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า งานศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับศาสนายังมีไม่มากนัก (ดูรายละเอียดใน โลกของสื่อ ฉบับสื่อกับศาสนา) เช่น การวิจัยเรื่องผีมีอยู่เพียงเรื่องเดียว (เป็นการศึกษาภาพยนตร์เรื่องแม่นาคพระโขนงใน version ต่างๆ) ทั้งๆที่สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความมั่งคั่งสมบูรณ์ในเรื่องผีๆสางๆอย่างมาก

งานศึกษาเรื่องสื่อกับพุทธศาสนาจะมีทั้งด้านบวกและด้านลบเช่นกัน ด้านบวกก็เช่น การศึกษาวิธีการสื่อสารของพระนักพัฒนาซึ่งถือว่าเป็นสื่อบุคคล หรือการวิเคราะห์รายการที่พระพยอมแสดงธรรมทางโทรทัศน์สำหรับกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น ส่วนภาพทางด้านลบก็เช่นเมื่อหนังสือพิมพ์ลงข่าวพระมีเมีย พระโกงชาวบ้านมากๆ จะส่งผลให้พุทธศาสนิกชนเสื่อมศรัทธาในศาสนาหรือไม่ รวมทั้งเรื่องที่สื่อมวลชนลงโฆษณาพระเครื่องในลักษณะพุทธพานิชย์อย่างโจ่งแจ้งเป็นต้น

ส่วนความเชื่อในเรื่องพราหมณ์นั้นจะปรากฏออกมาในเรื่องของโหราศาสตร์ เช่นการวิเคราะห์คอลัมน์โหราศาสตร์ทางการเมืองที่มีในนิตยสารวิเคราะห์ข่าวการเมืองเกือบทุกเล่ม บรรดาความเชื่อถือเรื่องโชคลาง ฤกษ์ยามที่ปรากฏในงานโฆษณาทางโทรทัศน์หรือหนังไทยเป็นต้น

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันเก่าแก่ทั้งสามกับสถาบันรุ่นใหม่แบบสื่อมวลชนในแง่มุมทางวัฒนธรรมยังต้องการงานวิจัยอยู่อีกมาก

4.ทฤษฎี: แว่นส่องทางแก่งานวิจัย

ในการวิจัยเรื่องวัฒนธรรม โดยเฉพาะหากนับเอาว่าสื่อเป็นวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง การเข้าสู่ประเด็นวิจัยแบบใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับทฤษฎีที่นำมาใช้ซึ่งเปรียบเสมือนไฟฉายที่ส่องให้เห็นรูปภาพบนฝาผนังถ้ำ (ปัญหาการวิจัย) (ดูรายละเอียดใน สื่อส่องวัฒนธรรม)

ในที่นี้จะยกตัวอย่างทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยเรื่องสื่อกับวัฒนธรรมได้ดังนี้

1.***ทฤษฎีหน้าที่นิยม*** (Functionalism) ในเนื้อหาทฤษฎีนี้ได้ระบุหน้าที่ทั่วๆไปของสื่อมวลชนสมัยใหม่ว่า ต้องสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ส่วนหน้าที่ระยะยาวของสื่อนั้นจะอยู่ในสำนักย่อยของทฤษฎีนี้ เช่น *Cultivation Theory* ที่ระบุว่า ในสังคมสมัยใหม่ สื่อมวลชนได้กลายเป็นสถาบันหลักในการทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสมาชิกในสังคม

นอกจากหน้าที่หลักสองประการที่ได้กล่าวมาแล้ว ก็ยังอาจมีแนวคิดย่อยเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อกับวัฒนธรรม ซึ่งค่อนข้างวางอยู่บนฐานแนวคิดที่ว่า “สื่อเป็นตัวถ่ายทอดวัฒนธรรม” ดังนั้น

สื่อจึงเป็นสถานีกลางที่จะถ่ายทอดทั้งวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) วัฒนธรรมพื้นบ้าน(Folk culture) รวมทั้งวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง อันได้มาพบกันอย่างพร้อมหน้าพร้อมตาในหน้าของสื่อมวลชน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ยังไม่เคยมีมาในสังคมสมัยก่อนหน้านี้

อีกแนวคิดย่อยแนวหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม คือแนวคิดเรื่อง *การสื่อสารเพื่อการพัฒนา* ซึ่งเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของทฤษฎีหน้าที่นิยมที่ระบุว่า สื่อจะต้องทำหน้าที่ในการนำพาวัฒนธรรมแบบใหม่ๆ (เช่นวิธีคิดที่เป็นวิทยาศาสตร์) เข้ามาแทนที่วัฒนธรรมที่ล้าหลังของสังคมชนบท (เช่นการเชื่อถือโชคลาง) การสนใจความทันสมัยมากกว่ามรดกจากอดีต เป็นต้น อย่างไร ก็ตาม ในปัจจุบันนี้กำลังมีการวิพากษ์วิจารณ์ข้อตกลงเบื้องต้นของแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาฉบับเก่าที่วาดภาพเอาไว้ว่า วัฒนธรรมดั้งเดิมนั้นเป็นอุปสรรคสำคัญของการพัฒนา ของเก่าๆที่สังคมประเพณีมีอยู่นั้นเป็นเรื่องล้าหลังไม่เหมาะสมไปเสียหมดทุกอย่าง และของใหม่ก็ดีล้ำเลิศไปเสียทุกอย่างเช่นกัน ทุกวันนี้จึงกำลังอยู่ในช่วงเวลาของการกลับใจ กลับเนื้อกลับตัวของเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เสนอว่า การพัฒนานั้นน่าจะดำเนินไปบนรากฐานของวัฒนธรรมของแต่ละสังคม วัฒนธรรมเดิมมิใช่อุปสรรคหากแต่เป็นพลังในการขับเคลื่อนสังคม (สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ <u>การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน</u>)

2.*ทฤษฎีวัฒนธรรมนิยม* (Culturalism) ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วตอนต้นว่า สำนักวัฒนธรรมนิยมนั้นสนใจวัฒนธรรมที่กำลังดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้ที่กำลังใช้ชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมนั้น (ปลาคิดอย่างไรกับน้ำที่ว่ายอยู่) ทฤษฎีวัฒนธรรมนิยมจะสนใจกระบวนการสร้าง การเผยแพร่ การสร้างขึ้นมาใหม่ การดัดแปลง วัฒนธรรมต่างๆ (ในทางนิเทศศาสตร์เรียกแนวคิดการสร้างใหม่และดัดแปลงผลงานทางวัฒนธรรมนี้ว่า intertextuality เช่น การแปลงนิทานพื้นบ้านมาเป็นละครจักรๆวงศ์ๆในโทรทัศน์ หรือการนำเอานวนิยายมาสร้างเป็นภาพยนตร์

สำหรับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมนั้น จะมีอยู่ 2 หมวดหมู่ใหญ่ๆ คือ *วัตถุดิบที่เป็นรูปธรรม* เช่นใบตองที่มาใช้ทำบายศรี ฝ้ายที่มาใช้ทอผ้า ฟิลม์ที่มาใช้ถ่ายหนัง ฯลฯ และ*วัตถุดิบที่เป็นนามธรรม* อันได้แก่ความนึกคิด อารมณ์ความรู้สึก ระบบความเชื่อของผู้คนในสังคม เช่น คนไทยมีอารมณ์ที่สงสารคนถูกรังแกมาตั้งแต่ครั้งนางเอื้อยนางอี่ ดังนั้น พจมานจาก " บ้านทรายทอง " จึงเรียกคะแนนความสงสารได้เช่นกัน หรือระบบความเชื่อของคนไทยที่ต่างจากคนจีนที่ว่า “บุญคุณต้องทดแทน แต่ความแค้นต้องอโหสิ เป็นต้น

สำหรับปฏิบัติการทางวัฒนธรรมของสื่อมวลชนนั้น จะสนใจศึกษาการบริโภคสื่อของคนกลุ่มต่างๆ เช่นคนหนุ่มสาวกับผู้สูงอายุดูหนังเรื่อง Titanicกันอย่างไร ผู้หญิงผู้ชายดูละครโทรทัศน์กับดูถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างกันอย่างไร คนจีนกับคนไทยดูละครเรื่อง”สามี” “หงส์เหนือมังกร”ใน

แง่มุมไหนกันบ้าง เป็นต้น ในแง่มุมของหน้าที่ทางวัฒนธรรมนั้น สำนักวัฒนธรรมนิยมจะสนใจการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อต่อสู้รักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนแต่ละกลุ่ม เช่นคนอีสานไปถึงที่ไหน ก็ต้องกินข้าวเหนียวฟังหมอลำแม้จะอยู่ในสหรัฐ ฝรั่งเศส คานาดาก็ตาม

3.*ทฤษฎีการพบกันระหว่างวัฒนธรรม* สำนักนี้แบ่งออกเป็นหลายแนวคิดย่อย ตั้งแต่ พวกมองโลกในแง่ดีที่เห็นว่าการพบกันระหว่างวัฒนธรรมของชาติต่างๆนั้นเป็นโอกาสที่จะช่วยเพิ่มพูนความเข้าใจระหว่างประเทศต่างๆให้มากขึ้นโดย อาศัยการสื่อสารกันเป็นเครื่องมือ(Intercultural communication) อีกกลุ่มหนึ่งมองโลกในแง่ร้ายที่เห็นว่า ในการพบกันระหว่างชาติต่างๆนั้น จะเป็นไปตามหลัก “ปลาใหญ่ย่อมกินปลาเล็ก” กล่าวคือจะเกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมเกิดขึ้น โดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญเช่นกัน (Cultural Domination) เช่นถ้าวันรุ่นไทยดูหนังฝรั่งมากๆ ก็จะมีฝรั่งเป็นวีรบุรุษวีรสตรีในใจ การพบกันระหว่างวัฒนธรรมจากเมืองหลวงกับชนบทก็เป็นไปในลักษณาการเดียวกัน และเรื่องวัฒนธรรมนี้จะแยกไม่ออกจากเรื่องเศรษฐกิจการเมือง เพราะหากทำให้คนไทยมีค่านิยมการดื่มไวน์มากกว่ากระแช่ได้แล้ว ประเทศที่ปลูกองุ่นได้ดี มีองค์ความรู้เรื่องการบ่มไวน์อย่างลุ่มลึกย่อมค้าขายได้เปรียบอย่างแน่นอน

4.*ทฤษฎีสัญญะวิทยา* (Semiology) ในขณะที่มีการนิยามวัฒนธรรมแนวหนึ่งที่เห็นว่า หากวัฒนธรรมเปรียบเสมือนต้นไม้ ก็จะมีส่วนประกอบอยู่ 2 ส่วน คือส่วนที่เป็นต้น ดอกใบที่มองเห็นได้เพราะอยู่เหนือพื้นดิน ส่วนนี้เป็นส่วนที่เป็นรูปธรรม เช่น ข้าวของเครื่องใช้ หนังสือ เครื่องแต่งกาย ฯลฯ อีกส่วนหนึ่งเป็นส่วนรากที่มองไม่เห็นเพราะอยู่ให้ดิน ส่วนนี้เป็นส่วนที่เป็นความหมายต่างๆ (meaning) เช่นเวลาเรามองเห็นคนขับรถเอาพวงมาลัยที่เป็นรูปไซไปแขวนไว้หน้ารถ “ไซ” นั้นย่อมหมายถึง ”เครื่องหมายนำโชคชัย”มาให้ แนวทางการศึกษาที่เจาะลึกจากพื้นผิวลงไปสู่รากลึกดังกล่าวนี้ คือทฤษฎีสัญญะวิทยาที่สนใจเรื่องความหมายที่อยู่ในสัญญะต่างๆ โดยสนใจการเกิด การเติบโต การแปรเปลี่ยนและการสูญสลายไปของความหมายที่อยู่ในสัญญะต่างๆ
(สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่)

5.ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อทั้งสี่

ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การสื่อสารของสังคมนั้น จะหมายรวมถึงสื่อทั้ง 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ สื่อเหล่านี้ต่างมีบทบาทในการพัฒนาสังคมชนบทที่มากน้อยแตกต่างกัน (สนใจดู กาญจนา แก้วเทพ ,การสื่อสารเพื่อชุมชน 2543)

- *สื่อบุคคล* เป็นสื่อที่สำคัญมากสำหรับสังคมไทย ซึ่งมีทั้งสื่อบุคคลภายนอกและภายในชุมชน การวิจัยที่ผ่านมาจะสนใจคุณลักษณะของสื่อบุคคล เช่น ความน่าศรัทธา ความ

เชี่ยวชาญรอบรู้ ความสามารถในการสื่อสารถ่ายทอด รวมทั้งได้มีการนำสื่อบุคคลอันเป็นทรัพยากรที่มีค่าของสังคมมาใช้ในแง่มุมต่างๆ และการวิจัยส่วนใหญ่ก็มักแสวงหาแนวทางนำเอาสื่อบุคคลมาใช้แต่ทว่าไม่ค่อยศึกษาการทำนุบำรุงหรือการสืบทอด จึงน่าเกรงว่า ชะตากรรมของสื่อบุคคลจะเป็นไปในแบบเดียวกับป่าไม้และทรัพยากรอื่นๆเนื่องจากมีแต่ตัดมาใช้แต่ไม่ปลูกใหม่ไม่พัฒนา

- *สื่อพื้นบ้าน* มีขอบเขตกว้างขวางมาก นับตั้งแต่ศิลปะการแสดง ประเพณีพิธีกรรม การละเล่น ฯลฯ ข้อเด่นของสื่อพื้นบ้านคืออยู่กับชาวบ้านมานานจนคุ้นเคยกัน และไม่มีช่องว่างเรื่องการสื่อสาร การวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านก็เป็นไปในทำนองเดียวกับสื่อบุคคล คือมีการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ แต่ยังขาดการวิจัยเพื่อการพัฒนาสืบทอดตัวสื่อเอง

- *สื่อมวลชน* สื่อมวลชนมีลักษณะเป็นสื่อที่หากินในพื้นที่และเวลาอันจำกัด เพราะฉะนั้นจะมีบทบาทเต็มไม้เต็มมือกับการพัฒนาได้ยาก แต่ถ้าได้ทำ ก็จะมีคุณูปการอย่างมหาศาลเพราะคุณวิเศษของตัวสื่อเอง ในสถานการณ์ปัจจุบัน สื่อมวลชนกำลังเบียดแซงเข้าแทนที่สื่อประเภทอื่นๆ แต่หากเราใช้ทฤษฎีที่ว่า สื่อทุกชนิดก็เหมือนลงเรือลำเดียวกัน ถ้าล่มก็ล่มทั้งลำ ถ้ารอดก็รอดกันทั้งลำ ดังนั้นแนวทางการวิจัยที่ควรทำก็คือ สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการอุ้มชูสื่ออื่นๆ ได้อย่างไร

อีกแง่มุมหนึ่งของการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนที่มีแนวทางมาจากกลุ่มสำนักเทคโนโลยี่การสื่อสาร (Communication Technology) สำนักนี้มีนักคิดคนสำคัญๆเช่ น H.Innis M.McLuhan เจ้าของประโยคยอดฮิต “ Medium is the message” งานของInnis แสดงให้เห็นว่า ทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนตัวสื่อ เช่นเมื่อเปลี่ยนจากการบันทึกบนแผ่นหินมาเป็นกระดาษ อารยธรรม/วัฒนธรรมของสังคมและบุคลิกภาพของคนในสังคมจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังนั้นคนที่อ่านหนังสือพิมพ์จะมีลักษณะคิดหน้าคิดหลังมากกว่าคนดูโทรทัศน์ คนคบเพื่อนทางอินเตอร์เนตจะมีวิธีการคบเพื่อนที่แตกต่างไปจากการคบเพื่อนในโรงเรียนเดียวกัน (สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ <u>สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางศึกษา</u>)

- *สื่อเฉพาะกิจ* เป็นสื่อที่มีความเฉพาะอยู่ 2 ประการคือมีเป้าหมายเฉพาะกับมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ถ้าเป็นสื่อเฉพาะกิจแบบเดิมๆ ก็เหลื่อมอยู่กับสื่อประเพณี เช่นการละเล่นที่มีในเทศกาล ส่วนสื่อเฉพาะกิจสมัยใหม่ก็เช่นพวกหอกระจายข่าว เทปเสียง วิดิโอ แผ่นพับ จดหมายข่าว พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ หรือบรรดาสื่อกิจกรรมทั้งหลาย เช่น การจัดนิทรรศการ การแสดงผลงาน เป็นต้น

ปัจจุบัน มีการปะทะสังสรรค์ระหว่างสื่อทั้งสี่ประเภทที่เป็นไปตามธรรมชาติ แต่การปะทะสังสรรค์นี้ หากปล่อยให้เป็นตามธรรมชาติ ก็อาจจะสร้างความขัดแย้งเสียหายจนถึงขั้นล้มหายตาย

จากกันไปข้างหนึ่ง เช่นเมื่อระบบธุรกิจเทปเพลงเข้ามาข้องแวะกับหมอลำ ก็เกิดหมอลำพันธ์ใหม่คือ “หมอลำซิ่ง ที่รู้จักแต่ซิ่ง แต่ลำไม่เป็น” ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยว่าจะให้การปะทะนั้นสังสรรค์นั้นเป็นอย่างสร้างสรรค์และเอื้อเฟื้อแก่ทุกฝ่ายได้อย่างไร (ดูเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อพื้นบ้านกับสื่อมวลชนใน โลกของสื่อ ฉบับ วัฒนธรรม:สื่อสารเพื่อสานสร้าง)