

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการบริหารจัดการการจัดทำสัญลักษณ์เพื่อการคัดกรองรายการโทรทัศน์” ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิดในกระบวนการสื่อสาร
2. ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลและผลของการสื่อสารมวลชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อมวลชน
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินการทำงานของสื่อ
6. แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมของสื่อมวลชน
7. แนวคิดเรื่องการจัดประเภทรายการโทรทัศน์
8. แนวคิดการจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม (Classification)
9. งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการสื่อสารและแนวคิดในกระบวนการสื่อสาร

มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ได้กล่าวถึงโลกปัจจุบันว่ามีลักษณะเป็น “Global Village” เนื่องจากการมีสื่อเพื่อการสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งสามารถทำให้ประชาชนเป็นล้าน ๆ คน สามารถสัมผัสและเข้าใจในสิ่งที่ประเด็นร่วมกันในสังคม สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น สามารถเสนอข้อมูล และวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ เพื่อประชาชนผู้รับสารปลายทาง¹

สื่อมวลชนและระบบการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศทำให้มนุษย์สามารถสื่อสารและรับรู้เรื่องราวของกันและกันได้รวดเร็วและใกล้ชิดมากขึ้น ระบบการสื่อสารมวลชนโลกยังสามารถลดความแตกต่าง และความขัดแย้งกันระหว่างมนุษย์ได้ในหลาย ๆ ด้านอีกด้วย

¹Marshall McLuhan, อ้างถึงใน กาญจนา มีศิลปะวิทย์, ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: บริษัท เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, 2548), น. 41-42.

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร²

การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร ในขณะที่ผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารในแนวทางเดียวกัน

1. วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

1.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform) เป็นการบอกหรือแจ้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น อาจารย์แจ้งนักศึกษาถึงกำหนดการในงานรับมอบเกียรติบัตร สำหรับนักศึกษาที่ชนะเลิศการแข่งขันประกวดงานโฆษณา เป็นต้น

1.2 เพื่อให้ความรู้ (To Teach or to Educate) เป็นการให้ความรู้ ความเข้าใจ ในบางเรื่อง โดยวัตถุประสงค์ในข้อนี้จะใช้ความพยายามในการส่งสารมากกว่าการแจ้งเพื่อทราบ เช่น อาจารย์สอนวิชาคณิตศาสตร์ให้กับนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ เป็นต้น

1.3 เพื่อชักจูง (To Propose or to Persuade) เป็นการเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในเรื่องของความคิด ทศนคติ หรือพฤติกรรม ผู้ส่งสารจะต้องใช้ความพยายามในการสื่อสารสูง เช่น การใช้ภราดร ศรีชาพันธุ์ เป็นตัวแทนเยาวชน (Presenter) เพื่อโน้มน้าวใจวัยรุ่นให้หันมาเล่น กีฬาเพื่อต่อต้านยาเสพติด

1.4 เพื่อความบันเทิง (To Entertain) เป็นการให้ผู้รับสารเกิดความสนุกสนาน รื่นเริง ผ่อนคลาย เช่น คอลัมน์บันเทิงในหนังสือพิมพ์ นักแสดงตลก เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

2.1 เพื่อทราบ (To Understand) ผู้รับสารต้องการทราบเรื่องราวข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ประชาชนอ่านหนังสือพิมพ์ในตอนเช้าเพื่อรับรู้เรื่องราวของข่าว เป็นต้น

2.2 เพื่อเรียนรู้ (To Learn) ผู้รับสารต้องการที่จะรู้หรือเข้าใจในเรื่องราวทางวิชาการ หรือสิ่งที่ต้องการเรียนรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ เช่น แม่บ้านใช้เวลาว่างช่วงบ่ายเรียนรู้ การทำขนมจากโทรทัศน์ และสามารถนำไปประกอบอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ เป็นต้น

2.3 เพื่อการตัดสินใจ (To Decide) ผู้รับสารต้องการข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ในการ ตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นข้อมูลเชิงลึก เชิงกว้างและจะต้องมีมากพอ เช่น ลูกค้าตัดสินใจซื้อเครื่องซักผ้า เพราะการโฆษณาที่น่าสนใจ เป็นต้น

²เรื่องเดียวกัน, น. 21-22.

2.4 เพื่อหาความพอใจ (To Enjoy) ผู้รับสารปลายทางจะหาความพึงพอใจ ความสนุกสนาน เพื่อทำให้ชีวิตมีความสุข เช่น การที่คนชอบดูหนังตลก เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่กล่าวมาข้างต้น เป็นการพิจารณาตามเกณฑ์กว้าง ๆ ที่ทำให้การศึกษาเป็นรูปธรรมขึ้น เนื่องจากการสะท้อนให้เห็นความต้องการที่แฝงอยู่ในกระบวนการสื่อสารตลอดเวลา

ความสำคัญของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชนมีบทบาทสำคัญแทนที่การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (Face to Face Communication) และการสื่อสารแบบบอกปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) การสื่อสารมวลชนทำให้สามารถทำการสื่อสารกันได้โดยไม่ถูกจำกัดในเรื่องจำนวนคน เวลา และระยะทาง โดยประเด็นความสำคัญ คือ³

1. ความสำคัญต่อกระบวนการสังคม (Social Process) โดยการเสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่ส่งเสริม หรือสนับสนุนระบบสถาบันสังคมให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้ รวมทั้งสืบเสาะเบาะแสดูความไม่ดีไม่งามของสังคม พร้อมกับเสนอแนวทางแก้ไขที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

2. ความสำคัญต่อข่าวสารโดยการนำข่าวสารทุกประเภทมาถึงประชาชน เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (Information Society) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และเป็นข้อมูลในการวางแผนและประกอบการตัดสินใจ

3. ความสำคัญต่อวัฒนธรรม โดยการนำและถ่ายทอดวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในส่วนต่าง ๆ ของประเทศ ให้ปรากฏอย่างแพร่หลายให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้น และลดความขัดแย้งระหว่างกันได้

4. ความสำคัญต่อความเป็นสากลโดยการเผยแพร่ข่าวสารอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้ผู้คนจำนวนมาก สามารถรับรู้ข่าวสารได้พร้อม ๆ กัน (Globalization)

5. ความสำคัญต่อธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปสู่กลุ่มประชาชนผู้บริโภค

³ เรื่องเดียวกัน, น. 43-44.

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชน

ในกระบวนการสื่อสารมวลชน องค์การสื่อสารมวลชนในฐานะผู้ส่งสาร มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพและความสามารถทางความคิด และสติปัญญาของประชากรในประเทศทั้งในด้านศีลธรรม วัฒนธรรม วิชาการ และการพัฒนาต่าง ๆ วิลเบอร์ ชรัมม⁴ ได้สรุปแนวทางการปฏิบัติไว้ ดังนี้

1. เป็นยามตรวสอบ (The mass media as watchman) การให้ข่าวสารและอธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ อย่างทันเหตุการณ์
2. ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons) การนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ประชาชนรู้จัก สร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีรู้จักเข้าใจผู้อื่น
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) เป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้น่าสนใจเพื่อประชาชน
4. สร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspiration) เกิดความอยากอยู่ดีกินดีต้องการชีวิตที่ดีขึ้น
5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a climate for development) สร้างบรรยากาศในการกระตุ้นให้ประชาชนพัฒนาอย่างกว้างขวาง
6. ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติ และค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต้องอาศัยความเชื่อส่วนตัวและสื่อบุคคลด้วย
7. ส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channel) เพื่อให้ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไปถ่ายทอดอีกทอดหนึ่งเพื่อผลทางการตัดสินใจ
8. สามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) สื่อมวลชนสามารถยกย่องชมเชย อันเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับบุคคลได้
9. สามารถขยายนโยบายของรัฐบาล ให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broaden the policy dialogue) แผนหรือ

⁴W. Schramm, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 44-45

นโยบายการพัฒนาจะถูกถ่ายทอดออกไปอย่างกว้างขวาง ประชาชนสามารถเข้าใจและปฏิบัติงานได้โดยง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติตามบรรทัดฐานของสังคมได้ (The mass media can enforce social norms) สื่อมวลชนนำเสนอในสิ่งที่ถูกต้องเพื่อเป็นกรอบหรือบรรทัดฐานให้กับสังคม

11. ช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) เป็นการเสนอข้อมูลเพื่อส่งเสริมสิ่งที่ดี เช่น ความเป็นชาติ ความรักชาติ

12. สามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ยังไม่แน่ หรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held and slightly canalize stronger attitudes) การเสนอข้อมูลหรือแนวทางที่ดีกว่า จะมีเหตุผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติให้คล้อยตาม หรือมีทัศนคติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่ครู (The mass media as teachers) ทำหน้าที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวถึงบทบาทของนักสื่อสารมวลชนในฐานะผู้ส่งสาร ดังนี้⁵

1. บทบาทของผู้แจ้งข่าว (Messenger) เป็นการรายงานข่าวให้มวลชนผู้รับสารได้รับรู้ถึงสภาพปัจจุบันของสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. บทบาทของสุนัขเฝ้าประตู (Watchdog) ทำหน้าที่ในการสืบสวนและรายงานถึงสิ่งที่เป็นอันตรายต่อความมั่นคงทางร่างกาย เศรษฐกิจ หรือการเมืองให้ประชาชนทราบ

3. บทบาทของตัวกลาง (Intermediary) การเป็นตัวกลางระหว่างแหล่งข่าว (News Source) กับ มวลชนผู้รับข่าว (News Audience) และการเป็นตัวกลางระหว่างแหล่งข่าว (News Source) กับแหล่งข่าว (News Source)

4. บทบาทของตัวเชื่อม (Relay) แสดงบทบาทของตัวเชื่อมในกระบวนการสื่อสาร โดยการเชื่อมโยงระหว่างคนต่างอาชีพ ต่างวัฒนธรรม ต่างการศึกษา ฯลฯ เข้าด้วยกัน

5. บทบาทของผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) เป็นผู้ตัดสินใจว่าควรส่งข่าวใดไปยังผู้อ่าน ผู้ฟังหรือผู้ชม โดยจะทำการตรวจสอบข่าวสาร และพิจารณาว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารปลายทาง

ในการสื่อสารมวลชนปัจจุบัน จะพบว่ามีกฎระเบียบข้อตกลงต่าง ๆ มากมายที่เข้ามาเกี่ยวข้อง (Law and Convention) การรับรู้ของผู้เปิดรับสื่อจะสามารถวิเคราะห์ถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนได้ อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการอยู่ร่วมกันของสังคม

⁵ปรมะ สตะเวทิน, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 42-43.

การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

การสื่อสารเป็นการส่งผ่านข้อมูลหรือข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารปลายทาง บางครั้งเป็นการยากที่จะบอกว่าการสื่อสารประสบความสำเร็จหรือไม่ทั้ง ๆ ที่มีการส่งผ่านข้อมูล พฤติกรรมทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความสำคัญมากในการพัฒนาทางการสื่อสาร⁶

ลิตเติ้ลจอห์น (Littlejohn) ได้แสดงตารางความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนี้

ตารางที่ 2.1

พฤติกรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

พฤติกรรม ผู้รับสาร	พฤติกรรมผู้ส่งสาร		
	พฤติกรรมที่ไม่ตั้งใจส่งสาร	พฤติกรรมที่ตั้งใจส่งสาร	
	อาการ (Symptoms)	อวัจนะ (Nonverbal)	วัจนะ (Verbal)
ไม่รับสาร (Not Received)	1A การแสดงออกด้วย พฤติกรรมที่ไม่ได้ตั้งใจ ในการส่งสาร	2A การแสดงออกที่ไม่ใช้ ภาษาพูด และภาษา เขียนแต่ไม่ได้รับการ รับรู้จากผู้รับสาร	3A การแสดงการสื่อสาร ด้วยภาษาพูดหรือ ภาษาเขียน แต่ไม่ได้ รับการรับรู้จากผู้รับ สาร
รับสารปกติ (Received Incidentally)	1B การแสดงออกด้วย พฤติกรรมที่ส่งสารตามปกติ	2B การแสดงออกที่ไม่ใช้ ภาษาพูดหรือภาษา เขียน และผู้รับสาร เข้าใจในสารนั้น	3B การแสดงการสื่อสาร ด้วยภาษาพูดหรือ ภาษาเขียน และผู้รับ สารเข้าใจในสารนั้น โดยไม่ต้องตั้งใจที่จะ รับสารมากนัก

⁶ เรืองเดียวกัน, น. 22-23.

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

พฤติกรรม ผู้รับสาร	พฤติกรรมผู้ส่งสาร		
	พฤติกรรมที่ไม่ตั้งใจส่งสาร	พฤติกรรมที่ตั้งใจส่งสาร	
	อาการ (Symptoms)	อวัจนะ (Nonverbal)	วัจนะ (Verbal)
รับสารอย่างตั้งใจ (Attended To)	1C การแสดงออกด้วยความตั้งใจที่จะส่งสาร	2C การแสดงออกด้วยความตั้งใจสื่อสารโดยใช้สิ่งที่ไม่ใช่ภาษาพูดและภาษาเขียน และได้รับการตอบสนอง	3C การแสดงความตั้งใจในการสื่อสารด้วยภาษาพูดหรือภาษาเขียน โดยผู้รับสารตั้งใจที่จะรับสาร

จากตารางแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยพฤติกรรมผู้รับสาร (Receiver Behavior)

1. ไม่รับสาร (Not Received)
2. รับสารปกติ (Received Incidentally)
3. รับสารอย่างตั้งใจ (Attended To)

พฤติกรรมผู้ส่งสาร (Source Behavior) แบ่งเป็นพฤติกรรมที่ไม่ตั้งใจในการส่งสารโดยแสดงออกเป็นอาการ (Symptoms) แบ่งเป็น

1A. การแสดงออกด้วยพฤติกรรมที่ไม่ได้ตั้งใจในการสื่อสาร ซึ่งนักสื่อสารบางคนถือว่าการสื่อสารในบุคคลคนเดียว (Intrapersonal Communication)

1B. การแสดงออกด้วยพฤติกรรมส่งสารตามปกติ เช่น ฉันหาว เพื่อนจึงสรุปว่าฉันเหนื่อย ถึงแม้ว่าเพื่อนจะไม่ได้ตั้งใจในการรับการสื่อสารนั้น

1C. การแสดงออกด้วยความตั้งใจที่จะส่งสาร เช่น ฉันหาว เพื่อนจึงถามว่า “ฉันกำลังทำอะไรเธอเบื่อหรือเปล่า”

พฤติกรรมของผู้ส่งสารที่ตั้งใจส่งสารแบ่งเป็นอวัจนะและวัจนะ ดังนี้

2A. การแสดงออกที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนด้วยความตั้งใจ แต่ผู้รับสารไม่ได้รับรู้ เช่น ฉันโบกมือให้เพื่อน แต่เพื่อนไม่เห็นจึงไม่ได้ตอบสนอง

2B. การแสดงออกที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน และผู้รับสารเข้าใจในสารนั้น

2C. การแสดงออกด้วยความตั้งใจสื่อสาร โดยใช้สิ่งที่ไม่ใช่ภาษาพูดและภาษาเขียน และได้รับการตอบสนอง เช่น จับมือให้เพื่อน และเพื่อนมือตอบ

3A. การแสดงความตั้งใจสื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน แต่ไม่ได้รับการรับรู้จากผู้รับสาร

3B. การแสดงความตั้งใจสื่อสารด้วยภาษาพูดหรือภาษาเขียน และผู้รับสารเข้าใจในสารนั้น โดยไม่ต้องตั้งใจที่จะรับสารมากนัก

3C. การแสดงความตั้งใจในการสื่อสารด้วยภาษาพูดหรือภาษาเขียน โดยผู้รับสารตั้งใจที่จะรับสาร

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสารเกี่ยวพันกันอย่างมาก พฤติกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา สามารถตีความหมายได้ ดังนั้น ในแต่ละวันจะมีพฤติกรรมสื่อสารทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ทั้งที่เป็นวัจนะและอวัจนะเกิดขึ้นตลอดเวลา

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

(The Social Responsibility Theory)

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวางอันเนื่องมาจากรายงานของคณะกรรมการฮัทชินส์ (The Hutchins Commission) ซึ่งเป็นคณะกรรมการเสรีภาพสื่อมวลชน (The Commission on Freedom of The Press) ของสหรัฐอเมริกาที่สร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1942 โดยมี โรเบิร์ต เอ็ม ฮัทชินส์ (Robert M. Hutchins) เป็นประธาน อย่างไรก็ตามแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมได้ก่อตัวขึ้นก่อนหน้านี้นานแล้ว โดยบรรณาธิการและผู้พิมพ์หนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกา บุคคลเหล่านี้ได้ตระหนักว่าสถานการณ์ในศตวรรษที่ 20 ต้องการสื่อมวลชนรูปแบบใหม่ที่ต่างไปจากรูปแบบเสรีนิยมเดิม นั่นคือ สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ความคิดนี้ประจวบเหมาะกับการปฏิวัติของประชาชนต่อยุค “การปฏิวัติการสื่อสาร” (The Communication Revolution)⁷

⁷ ปรเม สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2546), น. 153-154.

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงจากทฤษฎีอิสรภาพนิยมมาสู่ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น สืบเนื่องมาจากการที่ทฤษฎีอิสรภาพนิยมไม่เคยรับรองว่า สาธารณชนมีสิทธิในการรับทราบ และไม่เคยกำหนดว่าเจ้าของหนังสือพิมพ์จะต้องมีความรับผิดชอบต่อต่าง ๆ ทางศีลธรรม⁸

สมมติฐานที่สำคัญของทฤษฎีสื่อสารมวลชนว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ถือว่าเสรีภาพย่อมมีพันธะต่าง ๆ ผูกพันอยู่ และหนังสือพิมพ์ซึ่งมีสถานะอภิสิทธิ์ในลักษณะการปกครองเราต้องมีพันธะที่จะมีความรับผิดชอบต่อสังคม ที่จะดำเนินการในหน้าที่สำคัญบางประการของสื่อสารมวลชนในสังคมปัจจุบัน ระบบอิสรภาพนิยมจะสามารถสนองความต้องการต่าง ๆ ของสังคมได้เพียงใด ขึ้นอยู่กับว่าหนังสือพิมพ์จะยอมรับรู้ว่าความรับผิดชอบต่อต่าง ๆ ของตนจะต้องเป็นรากฐานของนโยบายในการดำเนินงานของตนเพียงใด ถ้าหนังสือพิมพ์ไม่ยอมรับความรับผิดชอบต่อต่าง ๆ ของตนแล้ว ก็จะต้องมีองค์การอื่นมาดูแลให้หน้าที่สำคัญต่าง ๆ ของสื่อสารมวลชนดำเนินไปด้วยดี

หน้าที่ต่าง ๆ ของสื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีพื้นฐานเหมือนกับหน้าที่ต่าง ๆ ตามทฤษฎีอิสรภาพนิยมมี 6 ประการ คือ

1. สนับสนุนระบบการเมืองด้วยการเสนอข่าวสาร การอภิปราย และได้แย้งเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของส่วนรวม
2. เพิ่มพูนสติปัญญาของสาธารณชนเพื่อให้มีความสามารถปกครองตนเอง
3. ปกป้องสิทธิต่าง ๆ ของปัจเจกชนด้วยการทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมรัฐบาล
4. สนับสนุนระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ควรจัดให้ผู้ขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้มาพบกันด้วยการใช้สื่อในการโฆษณา
5. ให้ความบันเทิง
6. รักษาฐานในทางการเงินของตนเองให้มั่นคงพอที่จะได้เป็นเสรีจากความกดดันต่าง ๆ ของบรรดากลุ่มผลประโยชน์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตาม ยังมีการตีความหมายเกี่ยวกับหน้าที่ทั้ง 6 ประการของสื่อมวลชนในระบบอิสรภาพนิยม คือในทฤษฎีนี้มีการยอมรับบทบาทของหนังสือพิมพ์ในการสนับสนุนระบบการเมืองการเพิ่มพูนสติปัญญาของสาธารณชน และการปกป้องอิสรภาพต่าง ๆ ของปัจเจกชน ซึ่งในทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม ยังเห็นว่าหนังสือพิมพ์ยังบกพร่องในการปฏิบัติหน้าที่เหล่านี้อยู่ และ

⁸กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 116-118.

มองเห็นว่าหน้าที่ทั้ง 6 ประการนี้ เป็นหน้าที่ที่สื่อมวลชนจะต้องให้ความสนใจเท่า ๆ กัน แม้แต่หน้าที่ในการให้ความบันเทิง ความบันเทิงที่ให้นั้นจะต้องเป็นการบันเทิงที่ดีด้วย

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมีพื้นฐานของความคิด ซึ่งเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อสันนิษฐานเบื้องต้นบางประการของทฤษฎีอิสรภาพนิยม แนวความคิดเกี่ยวกับอิสรภาพตามทฤษฎีใหม่นี้มีลักษณะแตกต่างไปจากทฤษฎีเก่า ซึ่งยึดถือเพียงแต่คำว่า “เสรีภาพจาก (Freedom From)” กล่าวคือ เน้นความเป็นอิสระจากข้อจำกัดภายนอก ส่วนทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ตรงที่ความเป็น “เสรีภาพเพื่อ (Freedom For)” กล่าวคือ ความต้องการให้สื่อมวลชนมีสภาพพ้นไปจากการบีบบังคับ ความกดดันต่าง ๆ ในสังคม เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายต่าง ๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งลักษณะเช่นนี้หมายถึง สื่อมวลชนจะต้องมีความเข้มแข็งทางการเงิน ต้องมีอุปกรณ์เทคนิคต่าง ๆ ที่ทันสมัย สามารถเข้าถึงข่าวสารต่าง ๆ ได้ เพื่อสามารถคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนได้

กล่าวโดยสรุป ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้⁹

1. วิวัฒนาการ เริ่มในสหรัฐอเมริกาในศตวรรษที่ 20
2. ที่มา เริ่มจากข้อเขียนของดับเบิลยู อี ฮอกกิง (W.E. Hocking) คณะกรรมาธิการเสรีภาพสื่อมวลชน และผู้ประกอบวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน ตลอดจนจรรยาบรรณของสื่อมวลชน (Media Codes)
3. วัตถุประสงค์หลักของสื่อมวลชน เพื่อแจ้งข่าวสาร (Inform) ให้ความบันเทิง (Entertain) และขาย (Sell) เป้าหมายที่สำคัญคือ เพื่อทำให้ความขัดแย้งคลี่คลายไปโดยการแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกัน (Discussion)
4. ผู้มีสิทธิในการใช้สื่อมวลชน ใครก็ตามที่ต้องการจะทำการสื่อสารความคิดของตน
5. การควบคุมสื่อมวลชน กระทำโดยความเห็นของชุมชน (Community Opinion) ปฏิกริยาของผู้ซื้อ (Consumer Action) และจริยธรรมของวิชาชีพการสื่อสารมวลชน (Professional Ethics)
6. สิ่งที่สื่อมวลชนไม่อาจกระทำได้ การละเมิดอย่างร้ายแรงในสิทธิส่วนบุคคล และผลประโยชน์ที่สำคัญ ๆ ของสังคม

⁹ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, น. 154-155.

7. เจ้าของสื่อมวลชน โดยปกติแล้วเอกชนเป็นเจ้าของสื่อมวลชน แต่รัฐบาลก็อาจเข้ามาดำเนินการแทนได้ หากเห็นว่าเอกชนดำเนินการไม่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักประกันต่อบริการที่ประชาชนพึงได้รับ (To insure public service)

8. ลักษณะที่ต่างไปจากระบบอื่น ๆ สื่อมวลชนมีพันธะในอันที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ถ้าสื่อมวลชนไม่ปฏิบัติตามพันธะดังกล่าว ก็จะต้องมีคนควบคุมให้สื่อมวลชนปฏิบัติตามพันธะนั้น

อย่างไรก็ตามองค์การหลักที่ทำให้แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นรูปธรรมก็คือ คณะกรรมการเสรีภาพสื่อมวลชน ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้เสนอแนะการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ดังนี้¹⁰

1. สื่อมวลชนต้องเสนอ “รายงานที่เป็นจริง เข้าใจได้ และเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ประจำวันในลักษณะที่มีความหมายเป็นที่เข้าใจของประชาชน”
2. สื่อมวลชนควรจะทำหน้าที่เป็น “เวทีของการแลกเปลี่ยน การวิพากษ์วิจารณ์”
3. สื่อมวลชนควรจะให้ “ภาพที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ ที่ประกอบกันเป็นสังคม”
4. สื่อมวลชนควรจะช่วยในการ “นำเสนอและทำให้เป้าหมายและค่านิยมของสังคมชัดเจน”
5. สื่อมวลชนควรจะทำให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้อย่างเต็มที่”

คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าภารกิจที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน ก็คือการทำให้ความขัดแย้งในสังคม เปลี่ยนจากการใช้ความรุนแรงมาเป็นการใช้การโต้แย้งแสดงเหตุผลกัน

ลักษณะความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน

สื่อมวลชนในระบบประชาธิปไตยควรจะทำหน้าที่อย่างไรจึงจะถือว่ามีความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนต่อสังคมประกอบด้วยความเป็นอิสระ (Freedom) ในการปฏิบัติหน้าที่ การเสนอข่าวด้วยความจริงและความยุติธรรม (Truthfulness and Fairness) และความหลากหลายของรายการในการให้ความบันเทิง (Pluralism in Programming) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 190-200.

1. ความเป็นอิสระ (Freedom)

ความเป็นอิสระถือเป็นหัวใจของสังคมประชาธิปไตย ในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบในสังคมประชาธิปไตย สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องมีอิสระ ความเป็นอิสระของสื่อมวลชน ได้แก่

- ความเป็นอิสระที่จะรู้ (Freedom to know) เป็นสิทธิทางสังคมของคนทุกคน ในการที่จะรับข่าวสารเพื่อดำเนินการกับชีวิตของตนเอง และเข้าร่วมในการปกครองได้อย่างเฉลียวฉลาด เป็นสิทธิที่จะรู้ผ่านทางสื่อมวลชน

- ความเป็นอิสระที่จะบอก (Freedom to tell) เป็นสิทธิในการถ่ายทอดข่าวสารโดยอิสระ และได้แย้งแสดงความคิดเห็นได้โดยเปิดเผย เป็นสิทธิของประชาชนซึ่งแสดงออกทางสถาบันสื่อมวลชน

- ความเป็นอิสระในการค้นหาความจริง (Freedom to find out) เป็นสิทธิในการเข้าถึงแหล่งข่าวสารสาธารณะ (Sources of public information) เพราะไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถเข้าถึงแหล่งข่าวสารสาธารณะที่สำคัญ ๆ เช่น ผู้นำประเทศ การประชุมรัฐสภา ฯลฯ ได้ สิทธินี้จึงถูกมอบหมายให้แก่สื่อมวลชน

ดังนั้น สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบจึงต้องปกป้องความเป็นอิสระของตนจากการแทรกแซงของพลังอำนาจต่าง ๆ ดังนี้

ก. ความเป็นอิสระจากการควบคุมของรัฐบาล (Government Controls) รัฐบาลเป็นพลังอำนาจหนึ่งที่มีมักจะเข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานของสื่อมวลชนโดยใช้มาตรการควบคุมต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ มาตรการอันหนึ่งก็คือ กฎหมาย และมาตรการอื่น ๆ ได้แก่ การเซ็นเซอร์ การออกใบอนุญาต การไม่ให้ข่าวสาร ฯลฯ

อย่างไรก็ตามการเข้ามาควบคุมของรัฐบาลนั้น จะต้องกระทำเฉพาะในกรณีที่เป็นจำเป็น และเมื่อเป็นอันตรายต่อส่วนรวมเท่านั้น

ข. ความเป็นอิสระจากธุรกิจขนาดใหญ่ (Big Business) การสื่อสารมวลชนเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดใหญ่อื่น ๆ เช่น ธนาคาร บริษัทน้ำมัน บริษัทรถยนต์ ฯลฯ ธุรกิจขนาดใหญ่เหล่านี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในรูปของผู้ถือหุ้น ผู้ให้เงินกู้ หรือผู้ให้โฆษณาขนาดใหญ่

ค. ความเป็นอิสระจากเจ้าของหรือนายทุน (Owner) เจ้าของหรือนายทุนของสื่อมวลชนในรูปของการกำหนดนโยบายของสื่อมวลชน การกำหนดรูปแบบของสื่อมวลชน การบิดเบือนข่าวสาร การนำเสนอหรือไม่นำเสนอเรื่องบางเรื่องที่เป็นประโยชน์ หรือเป็นอันตรายต่อนายทุนแล้วแต่กรณี

อย่างไรก็ตามกิจการการสื่อสารมวลชนมีลักษณะ 2 ลักษณะในตัวเอง คือเป็นทั้งองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไรให้เจ้าของ และเป็นทั้งองค์การบริการสาธารณะเพื่อประชาชน แต่เนื่องจากสื่อมวลชนได้รับการคุ้มครองในเรื่องเสรีภาพ ตลอดจนได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและสังคม จึงเป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนและสังคมมากกว่าที่จะคำนึงถึงผลประโยชน์ของนายทุน

ง. ความเป็นอิสระจากผู้โฆษณา (Advertisers) รายได้สำคัญของสื่อมวลชนนั้น มาจากการโฆษณา หนังสือพิมพ์และนิตยสารมีรายได้ 2 ใน 3 จากการโฆษณา และเพียง 1 ใน 3 จากการขาย ในขณะที่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ดำเนินการแบบการค้า (Commercial) โดยเอกชนเพื่อแสวงหากำไรนั้น รายได้ทั้งหมดมาจากการโฆษณา เมื่อความอยู่รอดและสถานภาพทางเศรษฐกิจของสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการโฆษณาเป็นหลักแล้ว จึงเป็นไปได้ว่าผู้โฆษณาสินค้าจะเข้ามามีอิทธิพลไม่โดยตรงก็โดยอ้อม เหนือการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนผ่านทางนายทุนของสื่อมวลชน เช่น การต่อต้านหรือสนับสนุนเรื่องบางเรื่อง การโฆษณาแฝง (Disguised Advertising) ในรูปของข่าวหรือรายการบันเทิง ฯลฯ มาตรการของผู้โฆษณาก็คือ การงดโฆษณา หรือพูดว่าจะงดโฆษณา หากสื่อมวลชนไม่สนองความต้องการของผู้โฆษณา

2. ต้องไม่เสนอข่าวในลักษณะที่อาจทำให้เสียความยุติธรรมในการพิจารณาคดี (Fair Trial)

สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความยุติธรรมในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยุติธรรมที่บุคคลควรจะได้รับในกระบวนการยุติธรรม สื่อมวลชนจะต้องเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้ต้องหาด้วยความรอบคอบ ไม่วิพากษ์วิจารณ์ ไม่สอดใส่อารมณ์ หรือเขียนชักจูงใจจนอาจทำให้ผู้ต้องหาไม่ได้รับความยุติธรรม ตราบใดที่ศาลยังไม่มีคำพิพากษา ตราบนั้นผู้ต้องหายังไม่เป็นผู้ผิด สื่อมวลชนจึงไม่ควรด่วนพิพากษาเสียเอง

3. ต้องไม่เสนอเรื่องราวที่เป็นความลับของทางราชการ (Government Secrecy)

แม้สื่อมวลชนควรจะเป็นอิสระจากการแทรกแซงของรัฐบาล แต่ส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนก็คือ การไม่เสนอเรื่องราวที่อาจเป็นอันตรายต่อผลประโยชน์ของประเทศชาติส่วนรวม เป็นเรื่องราวที่เป็นความลับของทางราชการ ซึ่งได้แก่

ก. การประชุมลับ (Secret Meeting) การกระทำสิ่งหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นเรื่องลับก็คือการประชุมลับของหน่วยงานราชการต่าง ๆ การประชุมลับของสภา ฯลฯ

ข. ข้อมูลลับ (Secret Records) เช่น ข้อมูลทางทหาร การติดต่อทางการทูตระหว่างประเทศ การปฏิบัติงานของหน่วยข่าวกรองของทหาร พลเรือนและตำรวจ ฯลฯ

ค. การพิจารณาลับของศาล (Secret Judicial Proceedings) ในกรณีที่ศาลพิจารณาเรื่องราวบางเรื่องที่มีความสำคัญต่อประเทศชาติ หรือกระทบกระเทือนต่อสถาบันสำคัญของชาติ หรือบุคคลผู้เกี่ยวข้องเป็นบุคคลลักษณะพิเศษ เช่น เยาวชน ศาลอาจกำหนดให้มีการพิจารณาลับและห้ามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนได้

ง. ข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงของประเทศ (Security Information) เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ การปฏิบัติการทางทหาร ฯลฯ

4. ต้องเสนอข่าวด้วยความถูกต้อง (Accuracy)

การสื่อสารมวลชนเป็นการกระทำของมนุษย์ และความผิดพลาดของมนุษย์เป็นสิ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่กระนั้นก็ตาม ความถูกต้องก็ถือเป็นความรับผิดชอบอันแรกของสื่อมวลชน ความถูกต้องในที่นี้หมายความว่า ความตรงกับความเป็นจริงของเหตุการณ์ ดังนั้น ในการเสนอภาพ พาดหัวข่าว ตลอดจนเนื้อข่าวและการอ้างคำพูด (Quotations) จึงต้องเป็นจริงและมีความสอดคล้องกัน ปัญหาที่เรามักจะพบเสมอในหนังสือพิมพ์รายวันก็คือ การคาดเดาเอาเอง เช่น ข่าวการแต่งตั้งข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ทั้งทหาร ตำรวจ และพลเรือน การพาดหัวข่าวที่ไม่ตรงกับเนื้อข่าว ข่าวที่ไม่ตรงกับการให้สัมภาษณ์ของบุคคลต่าง ๆ ฯลฯ

นอกจากนั้นเมื่อมีความผิดพลาดในการเสนอข่าว สื่อมวลชนจะต้องแก้ไข (Correcting errors) ข่าวนั้นในรายละเอียดและทันที การแก้ไขก็ควรจะเป็นไปในลักษณะเดียวกับข่าวที่ผิดพลาด กล่าวคือ ถ้าข่าวผิด 1 ประโยค ก็แก้ไข 1 ประโยค ในหน้าเดียวกัน ในตำแหน่งเดียวกันกับข่าวที่ผิดพลาด

5. ต้องเสนอข่าวตรงไปตรงมา (Objectivity)

มาตรฐานอันหนึ่งของการปฏิบัติหน้าที่โดยความจริง (Truth) และยุติธรรม (Fairness) ในวงการสื่อสารมวลชนก็คือ การแยกระหว่างข่าว (News) กับความคิดเห็น (Opinion) เพราะทั้ง 2 ส่วนนี้ทำหน้าที่ต่างกัน ข่าวทำหน้าที่ในการรายงานสิ่งที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงของเหตุการณ์ ในขณะที่ความคิดเห็นทำหน้าที่ในการแสดงความรู้สึก และวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ที่เป็นข่าวรวม ทั้งให้ข้อเสนอแนะ

การเสนอข่าวของสื่อมวลชนจึงควรเป็นการเสนอไปตามข้อเท็จจริง ตรงไปตรงมา ไม่ตีความข่าว และไม่แสดงความคิดเห็นในข่าว รวมทั้งไม่สอดใส่อารมณ์ ไม่ระบายสี ไม่แต่งเติมจนทำให้ข่าวบิดเบือนไปจากความจริง

6. ต้องเสนอข่าวโดยเสมอภาค (Balance)

ความรับผิดชอบของสื่อมวลชนประการหนึ่งก็คือ การเสนอข่าวจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ขัดแย้งกัน (Controversy) ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม

สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ทุกกลุ่มทุกฝ่ายที่มีจุดยืนต่อการแก้ปัญหาเดียวกัน ควรจะได้รับการนำเสนอต่อประชาชนโดยเท่าเทียมกัน โดยเสมอภาคกัน ไม่เอนเอียงเข้าข้างใดข้างหนึ่ง หรือเสนอข่าวของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว

7. ต้องไม่แทรกแซงสิทธิส่วนบุคคล (Privacy)

บุคคลที่ตกเป็นข่าวในสื่อมวลชนเหมือนถูกพิพากษาโดยสื่อมวลชนจากข่าวและภาพที่สื่อมวลชนเสนอ จากการวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน การตกเป็นข่าวในสื่อมวลชนนั้น ทำให้สมาชิกคนอื่นในสังคมคิดว่าคน ๆ นั้นเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ เช่น เป็นคนดี คนไม่ดี คำปราศรัยของเขาดีหรือไม่ ควรชื่นชมหรือควรเยาะเย้ย

ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะต้องรายงานข่าวเกี่ยวกับการกระทำของบุคคลในข่าวด้วยความรอบคอบ บุคคลที่มักจะถูกแทรกแซงสิทธิส่วนบุคคลอยู่เสมอก็คือเจ้าหน้าที่ของรัฐ (Public Officials) ทั้งที่อยู่ในตำแหน่งและแข่งขันเพื่อดำรงตำแหน่งต่าง ๆ สื่อมวลชนจะต้องพิจารณาว่าเรื่องของบุคคลนั้น ๆ ควรจะเป็นข่าวหรือไม่ เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่ของบุคคลนั้น ๆ หรือไม่ เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของส่วนรวมหรือไม่ บุคคลอื่น ๆ ที่อาจถูกแทรกแซงสิทธิส่วนบุคคล ได้แก่ คนที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักกีฬา นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ แน่นอนว่าการกระทำหรือความสำเร็จของคนเหล่านี้ย่อมเป็นข่าว แต่สื่อมวลชนควรจะล่งล้ำเข้าไปในการเสนอเรื่องราวชีวิตส่วนตัวของเขาหรือไม่ คนอีกกลุ่มหนึ่งก็คือคนที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับข่าว แต่ต้องตกเป็นข่าวเพราะเกี่ยวข้องกับคนที่เป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเขาเป็นคนที่มีความเสี่ยง จึงต้องพลอยตกเป็นข่าวไปด้วย ซึ่งถือว่าเป็นการกระทำที่แทรกแซงความเป็นส่วนตัวของเขา

8. ต้องอ้างแหล่งที่มาของข่าวได้ (Using Sources Responsibility)

เป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะต้องสามารถระบุอย่างตรงไปตรงมาถึงแหล่งข่าวของตนได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างศรัทธาแก่ประชาชน อย่างไรก็ตามในการหาข่าวของสื่อมวลชนนั้น ในบางกรณีผู้ให้ข่าวอาจไม่ต้องการเปิดเผยตัว เพราะเกรงจะได้รับอันตราย ก็เป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะต้องรักษาความลับนี้ไว้ให้ได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่แหล่งข่าว เป็นที่ยอมรับกันว่าข่าวสำคัญ ๆ ที่ประชาชนได้รับทราบทุกวันนี้มาจากแหล่งข่าวที่ปกปิด หากปราศจากแหล่งข่าวเหล่านี้แล้วเราจะไม่มีโอกาสได้รับทราบข่าวสำคัญ ๆ เลย

9. ต้องเสนอรายการบันเทิงที่หลากหลาย (Pluralism in Programming)

ความรับผิดชอบด้านความบันเทิงของสื่อมวลชนก็คือ สื่อมวลชนควรมีความหลากหลาย (Pluralistic) ในการผลิตรายการต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของกลุ่มคนต่าง ๆ ในมวลชนผู้รับสาร เป็นลักษณะของความหลากหลายที่เป็นตัวแทน (Representative Diversity) วัฒนธรรมของทั้งชนกลุ่มใหญ่และชนกลุ่มน้อยในสังคม

เครื่องมือที่ทำให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบ¹¹

สังคมมีเครื่องมือหรือกลไก 3 ประการ ที่สามารถช่วยเสริมสร้างหรือกระตุ้นให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบ เครื่องมือทั้ง 3 ได้แก่

1. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลจะต้องปล่อยมือจากการสื่อสารมวลชน สิ่งที่เป็นความจำเป็นต่อการปกครองระบบประชาธิปไตยก็คือ การกระจายตัวของข่าวสารที่เสรี มีการแข่งขันกันระหว่างสื่อมวลชน คณะกรรมการสิทธิภาพสื่อมวลชนได้เสนอแนะให้รัฐบาล รักษาการแข่งขันระหว่างองค์กรสื่อมวลชนใหญ่ ๆ และเสนอแนะว่า ในกรณีที่จำเป็นรัฐบาลควรจะสนับสนุนสื่อมวลชนที่มีอยู่นอกจากนั้นรัฐบาลควรจะอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาใหม่ในการอุตสาหกรรมสื่อมวลชน

รัฐบาลควรจะเป็นเครื่องมือสุดท้ายในบรรดาเครื่องมือทั้ง 3 ที่จะเข้ามาดูแลให้สื่อมวลชนมีความรับผิดชอบต่อสังคม และควรจะเข้ามาก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนเป็นอันตรายต่อความสงบสุขของสังคมอย่างชัดเจนและทันที หรือเมื่อสื่อมวลชนไม่ปฏิบัติหน้าที่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังเช่นข้อเสนอแนะของกรรมการสิทธิภาพสื่อมวลชนที่เสนอแนะว่า “หากสื่อมวลชนของเอกชนไม่สามารถ หรือไม่เต็มใจที่จะเผยแพร่นโยบายและวัตถุประสงค์แห่งนโยบายของรัฐบาล รัฐบาลก็อาจใช้สื่อมวลชนของตนเองได้”

2. สื่อมวลชน (The Media)

ความรับผิดชอบต่อพื้นฐานของการสื่อสารมวลชนก็คือ การผลิตผลผลิตที่ยุติธรรมและเป็นจริงอย่างมีคุณภาพสูงสุด ซึ่งทำให้สื่อมวลชนต้องพัฒนาจิตสำนึกที่ลึกซึ้งและกว้างขวาง ถึงความต้องการและผลประโยชน์ของประชาชน มีวิธีการ 2 วิธีการที่สื่อมวลชนสามารถใช้ในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

2.1 การควบคุมตนเอง (Self-Regulation) จรรยาบรรณของสื่อมวลชน (Media codes) เป็นวิธีการแรกในการแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน จรรยาบรรณเกิดจากความตั้งใจของผู้ประกอบวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน ในอันที่จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และยุติธรรม จึงกำหนดเป็นหลักการไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ประกอบวิชาชีพ อย่างไรก็ตามการควบคุมตนเองโดยจรรยาบรรณก็มีข้อจำกัด กล่าวคือ จรรยาบรรณจะกำหนดวัตถุประสงค์และมาตรฐานของการปฏิบัติหน้าที่เอาไว้ แต่จรรยาบรรณจะไม่มีอำนาจ

¹¹ เรื่องเดียวกัน, น. 200.

หรือมาตรการในการควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ จรรยาบรรณจะเน้นถึงเสรีภาพและสถานภาพของสื่อมวลชนมากกว่าการพูดถึงการควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน

2.2 ความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) ความเป็นวิชาชีพเป็นวิธีการที่ 2 ของนักสื่อสารมวลชนในการแสดงความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ของตน เป็นจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบต่อของนักสื่อสารมวลชน การสร้างความเป็นวิชาชีพให้เกิดขึ้นในจิตสำนึกของนักสื่อสารมวลชนนั้น ใช้เวลานานกว่าจะส่งผลถึงความรับผิดชอบต่อของสื่อมวลชนโดยส่วนรวม โดยความหมายที่ยึดถือกัน การสื่อสารมวลชนไม่ใช่วิชาชีพดังเช่น กฎหมายหรือแพทย์ วิชาชีพ (A Profession) หมายความว่า อาชีพ (An Occupation) ที่กระทำงานบริการสาธารณะที่สำคัญ ๆ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการวิชาชีพจะเป็นนายจ้างของตนเอง (Self-employed) ผู้ประกอบวิชาชีพจะรักษาความลับของผู้ที่ตนให้บริการ ก่อนที่จะได้รับอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพได้ คนเหล่านี้จะต้องแสดงความรู้ความสามารถให้ประจักษ์แก่สมาคมวิชาชีพ จิตสำนึกของวิชาชีพจะแสดงไว้ในจรรยาบรรณของวิชาชีพ ผู้ประกอบวิชาชีพจะให้บริการแก่ประชาชนโดยไม่คำนึงถึงรายได้ที่จะได้รับ เช่น แพทย์ จะมีความสำนึกในวิชาชีพและหน้าที่ของคนด้วยการรักษาคนไข้ให้ดีที่สุดตามความรู้ความสามารถของตน แม้คนไข้จะไม่มีเงินค่ารักษาให้ก็ตาม

งานด้านสื่อมวลชนไม่ได้มีลักษณะเช่นที่ว่ามานี้เลย นักสื่อสารมวลชนเป็นลูกจ้าง การเข้าสู่อาชีพก็ไม่ได้เข้มงวดโดยการทดสอบความรู้ความสามารถเหมือนกรณีของแพทย์ และนักกฎหมาย

3. ประชาชน (The Public)

ปฏิกริยาของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความนิยมรายการ (Program Ratings) จดหมายถึง บรรณาธิการ (Letter to the Editor) การบอยคอต (Boycotts) ของผู้ชมภาพยนตร์ ปริมาณของผู้อ่าน (Percentages of Readership) ตลอดจนจำนวนจำหน่าย (Circulation figures) ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการนำเสนอของสื่อมวลชนทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่า ประชาชนเป็นผู้กำหนดการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน

3.1 ความรับผิดชอบต่อประการแรกของประชาชน ก็คือการทำตัวเองให้เป็นผู้รับสารที่ตื่นตัว และมีความรู้สึกรุนแรง (An alert, Discriminating audience) ด้วยการกระทำดังต่อไปนี้

ก. เราจะต้องพิจารณาว่าสื่อมวลชนควรจะให้อะไรแก่เรา เราจะต้องวิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนกับคนที่เราพบปะ

ข. ทำความรู้สึกรุนแรงของเราเกี่ยวกับสื่อมวลชนให้ปรากฏ ด้วยการเขียนจดหมายถึง บรรณาธิการ สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ เพื่อบอกให้นักสื่อสารมวลชนรู้ว่าสมาชิกของมวลชนผู้รับสารนั้นมีความรู้สึกอย่างไร

3.2 ความพยายามส่วนบุคคลตามวิธีการดังกล่าวข้างต้นนั้นสามารถได้รับการสนับสนุนโดยองค์กรต่าง ๆ เช่น ในสหรัฐอเมริกา องค์กร Action for Children's Television (ACT) และองค์กร The National Citizen's Committee for Broadcasting (NCCB) มีชื่อเสียงว่าเป็นองค์กรที่ช่วยยกระดับสื่อมวลชน องค์กร ACT เสนอให้มีการปรับปรุงคุณภาพของรายการเพื่อเด็ก องค์กร NCCB ช่วยกระตุ้นให้วงการโทรทัศน์พิจารณาเสนอรายการที่มีคุณภาพ ในช่วงที่มีคนดูมาก

3.3 การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสื่อมวลชนอีกวิธีการหนึ่ง ที่ประชาชนสามารถมีส่วนช่วยได้ก็คือ การให้การอุดหนุนทางการเงินแก่สื่อมวลชน การเสนอสิ่งที่ดีมีคุณภาพทางสื่อมวลชนนั้นจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูง วงการสื่อมวลชนเองอาจมีความต้องการเสนอสิ่งที่ดีมีคุณภาพ แต่ไม่สามารถแบกรับกับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงได้ เช่น สถานีวิทยุหรือโทรทัศน์สาธารณะ (Public Radio and Television Stations) สามารถที่จะนำเสนอรายการที่มีคุณภาพดีขึ้น มีชีวิตชีวาดีขึ้น หากประชาชนผลักดันให้รัฐบาลให้งบประมาณแก่สถานีเพิ่มมากขึ้น หรือประชาชนจ่ายเงินอุดหนุนให้แก่สถานี

3.4 ประชาชนต้องสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษา ซึ่งหมายความว่า ประชาชนจะต้องมีความรู้ ยิ่งประชาชนมีการศึกษาสูงเท่าไร สื่อมวลชนก็จะมีคุณภาพสูงขึ้นเท่านั้น การศึกษาของประชาชนกับคุณภาพของสื่อมวลชนจะต้องไปด้วยกัน สื่อมวลชนไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ห่างจากคุณภาพของมวลชนผู้รับสารของตนได้มากนัก

ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลและผลของการสื่อสารมวลชน

Cause-Intervening Process Effect¹²

Cause หมายถึง สารหรือเนื้อหาที่ส่งมาจากสื่อมวลชน อันเป็นสิ่งที่เข้าไปยังผู้รับสาร

Effect หมายถึง ปฏิกริยา หรือผลตอบสนองที่ผู้รับสารมีต่อสาร

Intervening Process หมายถึง กระบวนการแทรกซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผลของการสื่อสารอันได้แก่ ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล คือ การเลือกสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) ซึ่งความแตกต่างของบุคคลนี้ แคลปเปอร์ (Klapper) ได้สร้างเป็นทฤษฎีความแตกต่างของบุคคล (The Individual Differences Theory) โดยเสนอความคิดเพิ่มเติมว่า บุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรรของตนเอง (Selectivity Process) กล่าวคือ

¹²กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 127-130.

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว และจะเลือกสนใจ (Selective Attention) และเลือกรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้รับสาร รวมทั้งเลือกที่จะเก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดของผู้รับสารมากกว่าสารที่เขาไม่เห็นด้วย ดังนั้น ตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อบุคคลไปตามความแตกต่างของบุคคล ทั้งในเรื่องกระบวนการเลือกสาร และความคิดหรือทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) ของบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ

Catharsis Theory ทฤษฎีลดหรือทดแทนความก้าวร้าว

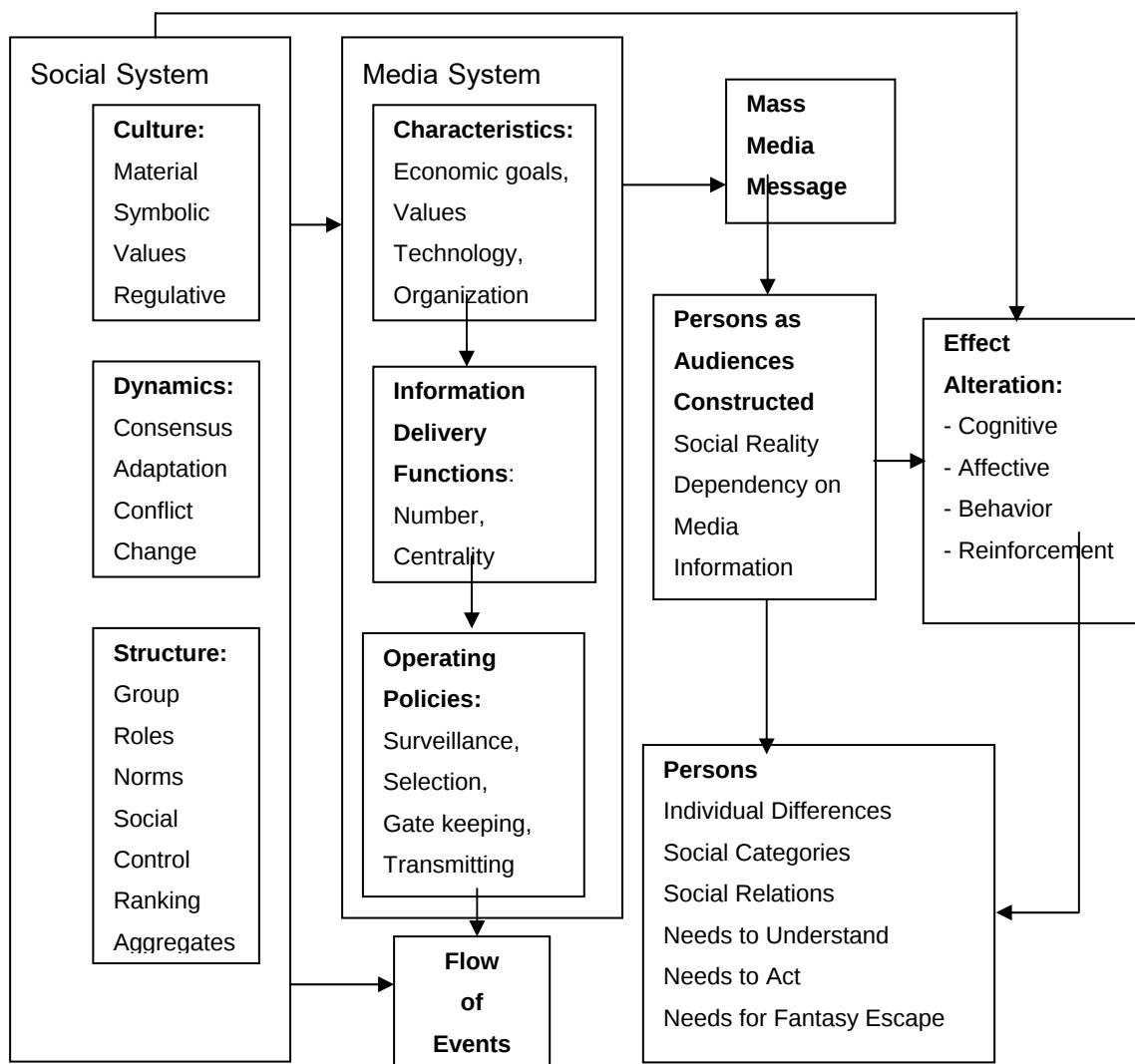
เป็นทฤษฎีที่มีข้อสมมติฐานที่ว่า การเปิดรับเนื้อหาที่มีความรุนแรงจากสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรทัศน์จะลดพฤติกรรมรุนแรงของบุคคลลงได้ เพราะจะช่วยลดความรู้สึกมุ่งร้ายเป็นศัตรูหรือความคับข้องใจที่เกิดจากความผิดหวังของบุคคลนั้น (Hostility or Frustration) และมีการศึกษาที่พบว่า บุคคลที่เป็นชนชั้นต่ำจะมีความต้องการลดความก้าวร้าวมากกว่าชนชั้นกลาง ทั้งนี้เพราะกระบวนการสังคมประกิต (Socialization) ในครอบครัวจะสอนให้เด็กในกลุ่มชนชั้นกลางมีความพร้อมที่จะควบคุมแรงกระตุ้นในเรื่องความก้าวร้าว แต่เด็กที่อยู่ในกลุ่มชนชั้นต่ำนั้น กระบวนการสังคมประกิตจะไม่อาจทำให้เด็กมีการพัฒนาภายในจิตใจสำหรับการควบคุมความก้าวร้าวได้ ดังนั้น การที่จะควบคุมความก้าวร้าวจึงต้องมาจากปัจจัยภายนอกซึ่งก็คือจากโทรทัศน์นั่นเอง ดังนั้น ตามทฤษฎีนี้เนื้อหาจากภาพยนตร์ที่มีความรุนแรงจะเป็นประโยชน์กับบุคคล เช่น ภาพยนตร์อาชญากรรม ภาพยนตร์สงครามจะช่วยให้บุคคลปลดปล่อยจิตใจในเรื่องความผิดหวัง ความโกรธแค้นที่เขาได้รับจากชีวิตประจำวันลงได้

Integrated Theory ทฤษฎีบูรณาการ

เป็นการเสนอทฤษฎีใหม่ที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลโดยละเอียดของ DeFleur and Rokeach ซึ่งแสดงแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1

แสดงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ในทฤษฎีบูรณาการของสื่อ



จากภาพแสดงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ คือ การกระจายของเหตุการณ์ต่าง ๆ (Flow of Events) จะมาจากระบบสังคม หรือระบบสังคมและวัฒนธรรม โดยระบบสังคมดังกล่าวจะประกอบด้วย

1. วัฒนธรรมที่มั่นคงทั้งในทางวัฒนธรรมด้านวัตถุ (Material Culture) กระบวนการทางสัญลักษณ์ (Symbolic Process) ค่านิยม (Values) และกลไกที่เป็นระเบียบกฎเกณฑ์ในสังคม (Regulative Mechanism)

2. กระบวนการทางวัฒนธรรมที่ไม่หยุดนิ่ง (Dynamic Process of Culture) ซึ่งประกอบด้วยแรงต้านความคงที่ของวัฒนธรรม เช่น การเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) การปรับตัว (Adaptation) การขัดแย้ง (Conflict) และการเปลี่ยนแปลง (Change)

3. โครงสร้างของระบบสังคม (Structure of the Societal System) ประกอบด้วยกลุ่มที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการพร้อมด้วยบทบาท (Roles) บรรทัดฐาน (Norms) การควบคุมทางสังคม (Social Control) วิธีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (Ranking) ตลอดจนการรวม (Aggregate) ลักษณะด้านภูมิหลัง (Demographics) ที่แตกต่างกันไว้ด้วย

ระบบทางสังคมนี้จะเป็นสิ่งที่กำหนดขอบเขตของระบบสื่อ (Media System) โดยมีผลกระทบต่อการกำหนด

1) คุณลักษณะของสื่อ (Media Characteristics) อันได้แก่ เป้าหมายในทางเศรษฐกิจ (Economic Goals) ค่านิยม การนำเทคโนโลยีสื่อมวลชนมาใช้ และการจัดรูปองค์การสื่อสารมวลชน

2) หน้าที่ในการแพร่ข่าวสาร (Information Delivery Functions) ทั้งในแง่ของปริมาณข่าวสาร (Number) และเป็นศูนย์กลางของการแพร่ข่าวสาร (Centrality)

3) นโยบายในการทำงาน (Operating Policies) ซึ่งได้แก่ การติดตามเหตุการณ์ (Surveillance) การเลือกเหตุการณ์มาเป็นข่าวสาร (Selection) การคัดเลือกข่าวสารบางเรื่องให้กับผู้รับสาร (Gate Keeping) และการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสาร (Transmitting)

นอกจากระบบสังคมจะมีผลต่อระบบสื่อมวลชนแล้ว ยังมีผลกระทบต่อบุคคลด้วย อันได้แก่ ความแตกต่างของบุคคล (Individual Differences) การเป็นสมาชิกใหม่ในลำดับชั้นทางสังคมต่าง ๆ (Social Categories) และการเข้าร่วมในความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations) นอกจากนี้ระบบสังคมยังสร้างความต้องการในตัวบุคคลด้วย ซึ่งทำให้สื่อมวลชนสามารถมีผลต่อบุคคลได้ ความต้องการนี้ได้แก่ ความต้องการความเข้าใจ (Needs to understand) ความต้องการแสดงออก (Needs to Act) และความต้องการหนีไปสู่โลกที่ไม่เป็นจริง (Needs for Fantasy Escape)

ส่วนระบบสื่อมวลชนจะรวมเอาเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากระบบสังคมและการกระทำของบุคคลเข้าไว้ โดยวิธีการทำงานจะเกิดจากคุณลักษณะของระบบสื่อมวลชนเอง ทั้งในด้านเป้าหมาย ค่านิยม เทคโนโลยีและตัวองค์กร และในอีกทางหนึ่งระบบสื่อมวลชนก็จะมีอิทธิพลต่อปริมาณข่าวสาร และเป็นศูนย์กลางในการแพร่กระจายข่าวสารด้วย กล่าวคือ การทำหน้าที่ติดตามเหตุการณ์ คัดเลือกเหตุการณ์เหล่านั้น และส่งข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทำให้การกระจายข่าวสารเพื่อไปยังผู้รับที่มีข้อจำกัด

หัวใจสำคัญของทฤษฎีบูรณาการของสื่อ ก็คือ บุคคลที่เป็นผู้รับสื่อมวลชนจะพบกับการจากสื่อ โดยบุคคลจะมีเงื่อนไขอยู่ 2 ประการ คือ ในลักษณะที่บุคคลมีอยู่ตามความเป็นจริงในสังคม (Social Realistic) และความต้องการอาศัยข่าวสารจากสื่อมวลชน (Dependency on Media Information) กล่าวคือ ลักษณะที่บุคคลมีอยู่ตามความเป็นจริงในสังคมนั้น เป็นผลผลิตมา

จากการที่บุคคลได้รับการอบรมสั่งสอนจากระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งมากำหนดโครงสร้างพฤติกรรมของเขา ส่วนความต้องการอาศัยข่าวสารจากสื่อมวลชนก็เป็นผลผลิตโดยธรรมชาติจากระบบสังคมและวัฒนธรรม การเป็นสมาชิกสังคม ความต้องการในเรื่องต่าง ๆ และความต้องการข่าวสารจากระบบสื่อมวลชน

ถ้าสารจากสื่อมวลชนไม่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร และถ้าลักษณะที่บุคคลมีอยู่ตามความเป็นจริงในสังคม สามารถตอบสนองความต้องการของเขาแล้ว การเปิดรับสื่อมวลชนจะมีผลต่อบุคคลเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีผลเลย

สารที่ส่งมาจากสื่อมวลชนจะเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อหรือแบบแผนพฤติกรรมที่มีอยู่แล้ว ในทางกลับกันถ้าบุคคลขาดความเป็นจริงในสังคมที่จะช่วยสนองความเข้าใจ ตอบสนองการแสดงออก และตอบสนองความต้องการหนีไปสู่โลกที่ไม่จริง และเมื่อบุคคลต้องอาศัยข่าวสารจากสื่อมวลชน ก็จะทำให้เกิดผลที่เป็นการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลนั้น ดังนั้น สารจากสื่อมวลชนอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแง่ของความคิด (Cognitive) อารมณ์ (Affective) และพฤติกรรม (Behavior) ดังอาจแสดงรายละเอียดได้ดังนี้¹³

1. ผลต่อความคิด (Cognitive Effects) เป็นผลที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล อันได้แก่ความคิดที่กำลังสับสน ทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม ซึ่งในด้านความคิดที่สับสนของบุคคลนั้น เกิดขึ้นจากการที่บุคคลได้รับข่าวสารไม่เพียงพอที่จะทำความเข้าใจกับเหตุการณ์ที่เกิดจากการไม่มีข่าวสารที่เหมาะสม พอจะตัดสินใจได้ว่าความหมายจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น ความหมายใดเป็นความหมายที่ถูกต้อง กล่าวคือมีความขัดแย้งต่อข่าวสารที่ได้รับนั่นเอง ซึ่งผลในเรื่องความคิดสับสนของบุคคลนี้สามารถแก้ไขได้โดยการให้ข่าวสารที่สมบูรณ์ เช่น การที่บุคคลได้รับข่าวสารในเรื่องของระบอบประชาธิปไตยไม่เพียงพอ และไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าระบอบประชาธิปไตยเป็นระบบการปกครองที่ดีที่สุดหรือไม่ ในกรณีนี้บุคคลจำเป็นต้องได้รับข่าวสารที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนไม่มีพลังในการกำหนดการตีความหมายในเรื่องต่าง ๆ ได้ สื่อมวลชนมีหน้าที่เพียงแต่ช่วยควบคุมข่าวสารและวิธีการที่จะแพร่ไปยังผู้รับสาร หรือทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) เท่านั้น ส่วนในกรณีของการสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) สื่อมวลชนจะช่วยให้ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับสารเตรียมพร้อมที่จะทำตัวเองให้ทันกับโลกแห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับการสร้างทัศนคติใหม่ การยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่หลังไหลเข้ามา อย่างไรก็ตามในแง่ของการรับรู้ข่าวสารนั้น นอกจากสื่อมวลชนจะเป็นตัวจุดประกายให้เกิดความสนใจแล้ว ปัจจัยที่สำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคคล ก็คือขอบเขตการเลือกสรรข่าวสารของ

¹³ เรื่องเดียวกัน, น. 130-135.

บุคคลนั่นเอง ดังนั้น ในการสื่อสารทุกครั้ง สิ่งที่มีผลต่อคนจะต้องทราบเป็นอันดับแรกคือ รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในตัวบุคคลอยู่แล้ว (Predisposition) อันได้แก่ การอบรมจากครอบครัว ทัศนคติดั้งเดิม ค่านิยม ฯลฯ ตลอดจนกระบวนการเลือกสารของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสนใจและการรับรู้ต่อข่าวสารได้

นอกจากสื่อมวลชนจะช่วยในด้านความคิดที่สับสน และการสร้างทัศนคติของบุคคลแล้ว บทบาทของสื่อมวลชนอีกประการหนึ่งก็คือ การกำหนดวาระ (Agenda-setting) ซึ่งหมายถึง การเลือกประเด็นข่าวสารบางประเด็นให้กับผู้รับสาร ซึ่งในปัจจุบันนี้บุคคลไม่มีเวลาที่จะสร้างทัศนคติและความเชื่อในทุกสิ่งทุกอย่าง บุคคลจึงเลือกประเด็นข่าวสารประเด็นเดียวกัน แต่บุคคลจะมีการตอบสนองกับประเด็นนั้นแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะความแตกต่างของบุคคล กล่าวคือบุคคลจะกำหนดวาระข่าวสารของเขาโดยสัมพันธ์กับภูมิหลังในกระบวนการสังคมประกิต ประสพการณ์และโครงสร้างทางบุคลิกภาพของเขา ดังนั้น สื่อมวลชนอาจมีบทบาทสำคัญในเชิงของการกำหนดวาระหากวาระที่สื่อมวลชนกำหนดนั้นเป็นวาระหรือประเด็นเดียวกันกับวาระที่บุคคลกำหนด

การขยายระบบความเชื่อ (Beliefs) ระบบความเชื่อของบุคคลประกอบด้วยความเชื่อในเรื่องต่าง ๆ อันได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา ครอบครัวของบุคคล ซึ่งประเภทของความเชื่อเหล่านี้จะมีผลต่อขอบเขตของกิจกรรมทางสังคมของบุคคล ขอบเขตของความเชื่อนั้นอาจขยายหรือเพิ่มปริมาณได้ตามปริมาณของข่าวสารและประสพการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับมา ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีบทบาทในการเพิ่มปริมาณความเชื่อได้ โดยการติดตามเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างสม่ำเสมอ

ค่านิยม (Values) เป็นความเชื่อขั้นพื้นฐานของบุคคลในเรื่องเป้าหมายที่พึงประสงค์ในสถานะที่เป็นอยู่ต่าง ๆ เช่น ความเสมอภาค อีสราภาพ การอยู่รอด ความซื่อสัตย์ และการให้อภัย เป็นต้น ซึ่งสื่อมวลชนจะมีบทบาทในการสร้างสิ่งเหล่านี้โดยผ่านกระบวนการทางจิตวิทยาภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกตัวบุคคล

2. ผลทางอารมณ์ (Affective Effects) กระบวนการทางอารมณ์เป็นเรื่องของความรู้สึกและอารมณ์ประเภทต่าง ๆ เช่น ความชอบ ไม่ชอบ ความกลัว ความเกลียด ความรัก เป็นต้น อิทธิพลของสารจากสื่อมวลชนที่มีต่อการตอบสนองทางความรู้สึกและอารมณ์ของผู้รับนั้นได้มีการศึกษาและสรุปไว้ดังนี้

ผลในเรื่องการไร้ความรู้สึก (Desensitization Effect) คือ กรณีที่ผู้เปิดรับสารจากสื่อมวลชนที่มีความรุนแรงเป็นเวลานาน จนไม่มีความรู้สึกเมื่อเผชิญกับความรุนแรงในชีวิตจริง เช่น การเสนอภาพคนที่ถูกทารุณกรรม ถูกยิงตาย หรือภาพสยดสยองจนคนดูรู้สึกชาชิน เมื่อพบกับเหตุการณ์ที่ปล้นในชีวิตจริง ก็อาจไม่มีความรู้สึกที่จะต้องความช่วยเหลือ เป็นต้น

ผลต่อความโกรธ การมุ่งร้ายและความผิดหวัง (Anger, Hostility and Frustration) มีการวิจัยบางเรื่องที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของเนื้อหาจากสื่อมวลชนว่า ถ้าเนื้อหาจากสื่อมวลชนประกอบด้วยอารมณ์ เช่น ความโกรธ ความมุ่งร้าย และความผิดหวังก็จะทำให้ความสามารถในการระงับอารมณ์ของบุคคลลดลง และอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการทะเลาะวิวาทในชีวิตจริงได้ อย่างไรก็ตามยังไม่มีผลการวิจัยในเรื่องนี้ที่ชัดเจนนัก

ผลในเรื่องจริยธรรมและความแปลกแยก (Morale and Alienation) เป็นผลที่เกิดขึ้นกับบุคคลทางด้านอารมณ์ประการสุดท้าย กล่าวคือความรู้สึกเกี่ยวกับการอยู่ร่วมที่ดี และความรู้สึกในความเป็นเรา เป็นสิ่งที่สนับสนุนจริยธรรมและต่อต้านความแปลกแยก ความรู้สึกทั้งสองประการนี้เกิดจากท้องค้ประกอบต่าง ๆ ในสังคม มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี โดยมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยธำรงรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ กล่าวคือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเสนอข่าวสารในทางบวกเกี่ยวกับกลุ่มและลำดับชั้นทางสังคมที่บุคคลเกี่ยวพันอยู่ เช่น สังคม ชุมชน อาชีพ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าข่าวสารจากสื่อมวลชนมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพในเรื่องของกลุ่มหรือความเป็นอยู่ในสังคม ก็จะเปลี่ยนแปลงจริยธรรมและระดับความแปลกแยกด้วย เช่น บุคคลได้ทราบข่าวสารในทางลบเกี่ยวกับความไม่ชอบธรรมในการบริหารประเทศ บุคคลจะมีระดับของความแปลกแยกจากสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่มากขึ้น เป็นต้น

3. ผลทางพฤติกรรม (Behavioral-Effects) เป็นการพิจารณาถึงผลของการสื่อสารในแง่ที่ทำให้เกิดกิจกรรม และไม่เกิดกิจกรรมภายหลังจากเกิดการสื่อสารแล้ว การทำให้เกิดกิจกรรมนั้น หมายถึง สภาวะที่ผู้รับสารกระทำบางสิ่งบางอย่างซึ่งไม่เคยทำ อันเป็นผลมาจากการรับสารผ่านสื่อมวลชน การทำให้เกิดกิจกรรมจึงเป็นจุดหมายของผลทางความคิดหรือผลทางอารมณ์ เช่น ในการกำหนดประเด็นหรือในการแก้ไขประเด็นปัญหา มีการศึกษาวิจัยมากมายที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับผลของเนื้อหาทางสื่อมวลชนที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคล เช่น งานศึกษาของ Stein และ Friedrich ที่พบว่าผู้ดูโทรทัศน์อาจเกิดการกระทำในการเข้าร่วม ทั้งพฤติกรรมที่สนับสนุนสังคม และพฤติกรรมที่เป็นปฏิปักษ์ต่อสังคม เช่น เด็กที่ดูรายการสำหรับเด็กจะเพิ่มระดับของกิจกรรมการร่วมมือกัน ส่วนเด็กที่ดูรายการเนื้อหาที่มีความรุนแรงจะเพิ่มระดับกิจกรรมที่ก้าวร้าว

ส่วนผลของสื่อมวลชนที่ไม่ก่อให้เกิดกิจกรรม (Deactivation) นั้นหมายถึง ผลที่เกิดจากการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนแล้วทำให้บุคคลไม่เกิดการกระทำ ซึ่งอาจเนื่องมาจากสารของสื่อมวลชน สร้างสภาวะทางอารมณ์ในเรื่องของความกลัว ความสับสน ความไม่แน่นอนให้เกิดขึ้น เช่น การประโคมข่าวในเรื่องสภาวะวิกฤตทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ ทำให้คนกลัวไม่กล้าลงทุน หรือเก็บออมทรัพย์สิน เป็นต้น

แนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชน

อิทธิพลของสื่อมวลชน (Effects of Mass Media) เดนนิส แมคเคเวล ให้คำจำกัดความว่าหมายถึง ผลจากการทำงานหรือจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน และผลจากการเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม วิธีการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับระดับการวิเคราะห์ทางสังคม อิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็นหลายประเภท ที่สำคัญ ได้แก่ อิทธิพลต่อการรับรู้ (Cognitive) อิทธิพลต่อทัศนคติ (Attitudinal of Affective) และอิทธิพลต่อพฤติกรรม (Behavior) อิทธิพลต่างจากประสิทธิผล (Effectiveness) ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร¹⁴

จากคำจำกัดความของแมคเคเวล จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. อิทธิพลที่เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจหรือเจตนา (Intended) ของผู้ส่งสาร

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ การโฆษณา ซึ่งผู้ส่งสารต้องการมีอิทธิพลในการจูงใจผู้รับสารให้ซื้อสินค้าที่ตนโฆษณา จึงมีการวางแผนการโฆษณา นับตั้งแต่แผนการสร้างสรรคงานโฆษณา การวางแผนผลิตงานโฆษณา การวางแผนซื้อสื่อโฆษณา เป็นต้น อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การที่สื่อมวลชนมีเจตนาที่หยิบยกประเด็นที่คิดว่าสำคัญและน่าสนใจในขณะนั้นมาเสนอเป็นประจำ (Agenda Setting) เพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อชุดคุ้ยการทุจริตในวงราชการ ออกมาตีแผ่ให้สาธารณชนได้รับทราบ ก็จะมีการหยิบยกประเด็นนี้ขึ้นมาเสนอทุกวัน และเป็น การเสนอในรูปแบบวิเคราะห์เจาะลึก จนกว่าผู้กระทำความผิดจะถูกลงโทษ เป็นต้น หรือในบางกรณีสื่อมวลชนต้องการสร้างสาธารณสมบัติ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นจากประชาชนในทางใดทางหนึ่ง อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อิทธิพลจากการวางแผน (Planned Effect)

2. อิทธิพลที่เกิดขึ้นด้วยความไม่ตั้งใจหรือไม่เจตนา (Unintended) ของผู้ส่งสาร

ตัวอย่างเช่น การเสนอข่าวของสื่อมวลชนเกี่ยวกับโจรชิงทรัพย์และทำร้ายร่างกายเจ้าทรัพย์อย่างโหดเหี้ยมบนสะพานลอย ทำให้ผู้รับสารเกิดความหวาดกลัว ไม่กล้าเดินบนสะพานลอย ยอมเสี่ยงภัยจากการข้ามถนน เป็นต้น ในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ สื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์รายงานข้อเท็จจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีเจตนาจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความหวาดกลัวแต่ประการใด แต่บางข่าวสารหรือบางสถานการณ์กลับมีอิทธิพลต่อความเชื่อและการรับรู้ของคนจำนวนมาก

¹⁴มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, เอกสารการสอนชุดวิชา ทฤษฎีและพฤติกรรม การสื่อสาร (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2547), น. 133-136.

เพราะไปสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้รับสารในขณะนั้น อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนาเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อิทธิพลที่ไม่มีการวางแผน (Unplanned Effect)

นอกจากแบ่งประเภทของอิทธิพล เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยเจตนาและอิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนาแล้ว นักวิชาการบางคนยังแบ่งเป็นอีกมิติหนึ่งคือ มิติของเวลาที่อิทธิพลเกิดขึ้นและคงอยู่ หรือเวลาที่มีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความเปลี่ยนแปลง โดยแบ่งเป็นอิทธิพลระยะสั้น (Short-term Effect) กับอิทธิพลระยะยาว (Long-term effect) ซึ่งอิทธิพลของสื่อมวลชนทั้ง 2 ประเภท คือ อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนาหรือโดยเจตนา กับระยะเวลาที่มีความสัมพันธ์กัน และนักวิชาการส่วนใหญ่จะศึกษาไปพร้อม ๆ กันทั้ง 2 ด้าน หรือ 2 มิติ ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2.2

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทและระยะเวลาของอิทธิพลสื่อมวลชน



จากแผนภาพจะเห็นว่า ด้านบนคือส่วนที่เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดจากการวางแผนหรือเกิดจากเจตนา ด้านซ้ายมือเป็นอิทธิพลที่ผู้วางแผนสามารถทำให้เกิดผลต่อผู้รับสารในระยะเวลาอันสั้น ส่วนด้านขวามือเป็นอิทธิพลที่ผู้วางแผนต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะเกิดผล ทางด้านล่างคือส่วนที่เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา ด้านซ้ายมือเป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นเองในระยะเวลาอันสั้น ส่วนด้านขวามือเป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการปลูกฝัง ต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง

สรุปได้ว่า อิทธิพลเป็นผลจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน อาจเกิดขึ้นโดยมีการวางแผนล่วงหน้าหรือไม่ก็ตาม อิทธิพลของสื่อมวลชนแสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจในการจูงใจผู้รับสารให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม อิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็นหลายระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร สถาบันสังคม และสังคมโดยรวม ส่วนผลกระทบนั้นเป็นผลที่ต่อเนื่องมาจากการมีอิทธิพลของสื่อมวลชน ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งอื่นตามมา อิทธิพลและผลกระทบมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และแยกออกจากกันได้ยาก จึงต้องมีการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ในการศึกษาของนักวิชาการยังพบว่า สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคมทั้งด้านบวกและด้านลบ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

อิทธิพลในด้านต่าง ๆ ของสื่อมวลชน¹⁵

1. อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน อิทธิพลประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คือ อิทธิพลต่อการซื้อของประชาชน บรรดาผู้โฆษณามีความเชื่อว่าการโฆษณานั้นช่วยให้การขายสินค้าและบริการดีขึ้น แต่ก็มีคำถามที่ยังหาคำตอบไม่ได้เกี่ยวกับโฆษณา นั่นก็คือการโฆษณาในวิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนในหนังสือพิมพ์นั้นช่วยให้ประชาชนตัดสินใจอย่างฉลาดหรือไม่ในการซื้อสินค้า การโฆษณาในสื่อมวลชนทำให้ประชาชนให้ความสนใจต่อสินค้าที่เลวที่สุด หรือสินค้าที่เป็นอันตรายมากกว่าที่จะให้ความสนใจต่อสินค้าที่ดีที่สุดหรือไม่ การโฆษณาสินค้าในสื่อมวลชนก่อนให้เกิดความฟุ้งเฟ้อหรือความทะเยอทะยานเกี่ยวกับฐานะทางสังคมของบุคคลหรือไม่

โรเบิร์ต เอ็น ซาร์นอฟฟ์ (Robert N. Sarnoff) ได้โต้แย้งว่าโทรทัศน์มีบทบาทที่สำคัญในการกระตุ้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมพลังให้แก่กระบวนการประชาธิปไตยในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี การเพิ่มหน่วยผลผลิตขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก และเมื่อต้องการให้ผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มขึ้น กอปรกับจำนวนของประชากรที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การกระตุ้นให้ประชาชนมีความต้องการเพิ่มขึ้นก็ควรจะทำต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งโดยการโฆษณา

2. อิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลทางการเมืองของสื่อมวลชนก็คือการเป็นผู้ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสนใจการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และส่งเสริมให้ประชาชนไปทำการออกเสียงเลือกตั้ง วิทยุและโทรทัศน์ปลุกให้ประชาชนหันมาสนใจการเมืองของประเทศ และการเมืองระหว่างประเทศ เป็นผู้เปิดเผยให้ทราบทัศนคติและการปฏิบัติงานของนักการเมือง ผู้บริหารและ

¹⁵ ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, น. 171-178.

ผู้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ของรัฐบาล ข่าวทางโทรทัศน์ทุกวันจะปรากฏให้เห็นบุคคลสำคัญ ๆ ทางการเมือง และบุคคลสำคัญ ๆ ของรัฐบาลประจำ

3. อิทธิพลต่อเด็ก ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย วิทญ์และโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อเด็กมากที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยพอสรุปได้ว่า อิทธิพลที่โทรทัศน์มีต่อเด็กนั้นมีดังต่อไปนี้

(1) อาจเพิ่มความตื่นตัวของเด็กให้ถึงจุด ๆ หนึ่ง ซึ่งจะทำให้เด็กติดความตื่นตัว และไม่ชอบดูรายการที่ไม่ตื่นตัว

(2) อาจสร้างนิสัยรุนแรงและก้าวร้าวให้แก่เด็กได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าความก้าวร้าวถูกกระตุ้นในเวลาต่อมา

(3) อาจทำให้เด็กรู้สึกลำบากในการที่จะอดใจรอสิ่งที่ปรารถนา

(4) เปิดโอกาสมากเกินไปที่จะทำให้เด็ก “หลีกหนี (Escape)” จากความกดดันทางสังคม ทำให้เด็กไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

(5) ทำให้เด็กเพิ่มแนวโน้มของการพอใจในอำนาจตามแบบของบุคคลผู้มีอำนาจที่ได้ดูจากทีวี

(6) อาจแทรกแซงการปฏิบัติในชีวิตจริงของเด็ก มีการพบว่าการดูทีวีทำให้ครอบครัวใกล้ชิดกัน แต่ก็ทำให้เกิดผลเสียต่อการอ่านหนังสือ การเล่น การพูดคุย การช่วยทำงานบ้าน และกิจกรรมอื่น ๆ ของเด็ก เพราะเด็กใช้เวลาในการดูทีวีจนไปเบียดบังเวลาในการอย่างอื่นในชีวิตประจำวัน

4. อิทธิพลต่อรสนิยม วิทญ์และโทรทัศน์ช่วยยกระดับรสนิยมของประชาชน ด้วยการนำศิลปะและดนตรีที่มีรสนิยมดีซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มคนชั้นสูงมาสู่ความนิยมของมวลชนโดยทั่วไป ศิลปะต่าง ๆ เหล่านี้รวมไปถึงเรื่องของสถาปัตยกรรม การตกแต่งบ้าน การแต่งกาย ภาษามารยาท ฯลฯ ในขณะที่เดียวกันได้มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่า คนได้หันมาสนใจอ่านสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระประเภทชีวประวัติ ประวัติศาสตร์ และสังคมศาสตร์มากขึ้น สื่อมวลชนทำให้วัฒนธรรมที่แสดงถึงรสนิยมที่ดี กลายมาเป็นวัฒนธรรมของมวลชน (Mass Culture)

5. อิทธิพลด้านความบันเทิง ความบันเทิงดูเหมือนจะเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของชีวิต ความบันเทิงช่วยให้จิตใจของคนพ้นจากปัญหาที่กดดัน บรรเทาความตึงเครียด รวมทั้ง มีผลต่าง ๆ ต่อร่างกายและจิตใจของคน สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความต้องการความบันเทิงของคน สื่อมวลชนเสนอความบันเทิงเพื่อทำให้แม่บ้านผ่อนคลายจากการเลี้ยงลูกและงานบ้าน ทำให้พ่อบ้านผ่อนคลายจากความเหน็ดเหนื่อยในการทำงาน ทำให้เด็กหยุดเล่นจากการเล่นที่ต้องออกเร่ร่อนแรงจนแทบไม่ได้พักผ่อน สื่อมวลชนจึงสร้างความสุขและความสบายใจให้แก่ประชาชนโดยผ่านความบันเทิง

6. อิทธิพลต่อความก้าวร้าวรุนแรง ความรุนแรงทางโทรทัศน์เป็นจุดถกเถียงกันมาตั้งแต่ตอนต้นของทศวรรษ 1950 นักวิจัยการสื่อสารมวลชนพบว่า ความรุนแรงทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความรุนแรงหรือความก้าวร้าวของผู้ชม 4 ประการ

(1) มีอิทธิพลต่อการเลียนแบบของผู้ชม กล่าวคือผู้ชมเกิดการเรียนรู้จากการสังเกต (Observational Learning) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ประชาชนเรียนรู้ที่จะเลียนแบบบทบาทและพฤติกรรมต่าง ๆ จากโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากพฤติกรรมนั้นเป็นพฤติกรรมที่สนองความพอใจของผู้ชม การเลียนแบบโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อทั้งเด็กและผู้ใหญ่เมื่อได้ดูการฆาตกรรม การกระทำอัตวินิบาตกรรม และการต่อสู้ต่าง ๆ เช่น มวย มวยปล้ำ ฯลฯ

(2) มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าเด็กซึ่งดูโทรทัศน์มาก ๆ มีแนวโน้มที่จะรับเอาพฤติกรรมที่ก้าวร้าวจากโทรทัศน์มากกว่าเด็กที่ดูโทรทัศน์น้อย

(3) มีอิทธิพลด้านการกระตุ้นทางกาย (Physiological Arousal) กล่าวคือเมื่อผู้ดูโทรทัศน์ถูกกระตุ้นโดยการสังเกตความรุนแรง ผู้ดูอาจจะหมดความรู้สึกทางอารมณ์เมื่อเวลาผ่านไปนาน ๆ แต่การกระตุ้นนี้จะนำไปสู่การกระทำที่รุนแรงในเวลาต่อมา

(4) ก่อให้เกิดกระบวนการของการอ้างความถูกต้อง (The Process of Justification) หลาย ๆ คนที่ได้ดูความรุนแรงทางโทรทัศน์อาจจะเข้าร่วมในพฤติกรรมรุนแรง หรือมีแนวโน้มที่ชอบความรุนแรงโดยถือเอาการกระทำทางโทรทัศน์เป็นแบบอย่างที่ถูกต้อง

7. อิทธิพลด้านการศึกษา ถ้าเรามองการศึกษาในมุมกว้างว่าการศึกษานั้นรวมถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่ทำให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มขึ้นแล้ว เราจะเห็นได้ว่าข่าวสารต่าง ๆ นั้นผ่านมาทางสื่อมวลชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวางไม่เฉพาะแต่รายการข่าวหรือรายการกิจกรรมสาธารณะเท่านั้น แม้แต่ในรายการบันเทิงก็ทำให้คนได้รับข่าวสารและความรู้เช่นกัน

นักวิจัยได้ศึกษาถึงอิทธิพลของรายการการศึกษาบางรายการโดยเฉพาะ เช่น รายการ “Sesame Street” ของโทรทัศน์สหรัฐอเมริกา การวิจัยเหล่านี้พบว่า เนื้อหาของรายการเหล่านี้สามารถช่วยเด็กเพิ่มพูนความสามารถทางด้านความคิดบางอย่าง เช่น การแก้ปัญหา การใช้เหตุผล ภาษา และทักษะทางคณิตศาสตร์ นอกจากนั้นรูปแบบของการนำเสนอยังสามารถพัฒนาจิตใจของเด็กได้

8. อิทธิพลต่อสังคม คำว่าสังคม (Socialization) มาจากภาษาอังกฤษว่า Socialization ซึ่งมีความหมายว่า การทำให้เหมาะกับสังคม ประชาชนต้องเผชิญกับคำถามว่าตนเป็นใคร สถานภาพของตนอยู่ตรงไหนของสังคม และควรจะแสดงพฤติกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสมในสังคม สื่อมวลชนสามารถให้คำตอบเหล่านี้ได้เช่นเดียวกับครอบครัวและโรงเรียน

นักวิจัยได้ศึกษาพบว่ารายการโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเอกลักษณ์ของบุคคล ภาพของบุคคลทั้งชายและหญิงที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ได้เป็นตัวอย่างลักษณะของผู้ชาย และผู้หญิง แก่คนดู

ปัญหาที่สำคัญของอิทธิพลของโทรทัศน์ก็คือ การสร้างการเรียนรู้ที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับ บทบาทและพฤติกรรมในสังคม เช่น การวิจัยบางชิ้นได้เปิดเผยว่า เด็กได้เรียนรู้ผิด ๆ จากทีวีเกี่ยวกับ ลักษณะที่แท้จริงของคนแก่ เมื่อได้ดูรายการเกี่ยวกับเรื่องที่เพ้อฝัน ไม่เป็นจริง อีกปัญหาหนึ่งก็คือ สิ่งที่เราเรียกกันว่า “การหายไป” ของวัยเด็ก (The “Disappearance” of the childhood) ซึ่งหมายถึงความถึง การกระทำที่เด็กในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพูด แต่งตัว และแสดงออกคล้ายกับผู้ใหญ่แทนที่จะทำ ตามวัยเด็ก ทำให้ความแตกต่างทางบทบาทของเด็กกับผู้ใหญ่ขาดหายไป ความขาดหายไปนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากเด็กมีโอกาสดำเนินถึงความคิดและข่าวสาร ซึ่งครั้งหนึ่งเคยถือว่าเป็นเรื่องของผู้ใหญ่ โดยอาศัยโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ

ในขณะเดียวกันโทรทัศน์ก็ได้ก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง เชื้อชาติภายในประเทศ การวิจัยเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์บางรายการ เช่น รายการ “Sesame Street” ของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นรายการที่สะท้อนภาพของเชื้อชาติและความสัมพันธ์ของเชื้อชาติ ได้แสดงให้เห็นว่าเด็กสามารถได้รับทัศนคติที่ดีต่อชนกลุ่มน้อย ส่วนเด็กชนกลุ่มน้อยก็เกิดความ เชื่อมั่นและภูมิใจในวัฒนธรรมของตน

นอกจากนี้นักวิจัยบางคนก็ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการส่งเสริมสังคม จากรายการที่เจตนาส่งเสริมสังคม เช่น รายการ “Mister Rogers’ Neighborhood” “Fat Albert” “Freestyle” พบว่ารายการเหล่านี้สามารถสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ดีและสร้างสรรค์สังคมได้

9. อิทธิพลต่อประชาชาติ การกระทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสารและ ความคิดเห็นแก่ประชาชน โดยการคัดเลือกของนักสื่อสารมวลชนในฐานะของผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) นั้นย่อมมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของบุคคลหรือประชาชาติของประชาชน

10. อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมทั้งทางบวกและทางลบ แต่ส่วนใหญ่มักจะกล่าวถึงในทางลบ และมักจะเน้นอิทธิพลของ สื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจสูง และเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร อิทธิพลที่ห้วนเกรงกันมากก็คือ อิทธิพลต่อเด็กและเยาวชน¹⁶

¹⁶มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, เอกสารการสอนชุดวิชา ทฤษฎีและพฤติกรรม การสื่อสาร, น. 152-154.

อิทธิพลในทางบวก แบ่งออกเป็น พฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวัน พฤติกรรมในทางสังคม และพฤติกรรมทางการเมืองของผู้รับสารแต่ละคน (Individual) ซึ่งเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นภายหลังจากการรับสารจากสื่อมวลชน

เป็นที่ทราบกันดีว่าในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นมีโอกาสเปิดรับสารจากสื่อมวลชนอยู่ตลอดเวลา เราสามารถฟังวิทยุกระจายเสียง ดูโทรทัศน์ หรืออ่านหนังสือได้ตลอด 24 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับว่าเราจะเลือกสื่อประเภทไหน เลือกเนื้อหาอย่างไร เลือกเวลาไหน ใช้เวลารับสื่อนานเท่าไร และมีความสนใจมากน้อยเพียงใด เมื่อเป็นดังนี้เราย่อมรับเอาเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาปฏิบัติหรือนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและความจำเป็นที่จะใช้ประโยชน์ของตนเอง ซึ่งมาจากแนวคิดที่เรียกว่า “การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน” (The Uses and The Gratifications Approach) เช่น ถ้าต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนอื่น และคาดหวังว่าสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการก็จะเลือกดูรายการข่าวโทรทัศน์ เลือกฟังข่าววิทยุ หรือเลือกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ ถ้าต้องการซื้อสินค้าก็รับสารโฆษณาจากสื่อมวลชน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ ถ้าต้องการพักผ่อน คลายเครียด ก็สามารถเปิดรับจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ถ้าหากต้องการหาแนวทางในการประกอบอาชีพหรือพัฒนาอาชีพเดิม หรือต้องการเสริมสร้างสุขภาพให้ดีขึ้นก็สามารถเปิดรับได้จากสื่อมวลชน ซึ่งมีรายการหรือเนื้อหาหลากหลายสามารถช่วยสนองความต้องการได้ เช่น รายการที่ให้ความรู้ทางด้านการเกษตร ซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง หรือรายการความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้คนเปลี่ยนทัศนคติจากการที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องตรวจสุขภาพได้เห็นความจำเป็น ซึ่งแสดงว่ามีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น

สำหรับพฤติกรรมทางสังคมนั้นในที่นี้หมายถึง การที่คนเราจะมีพฤติกรรมการปรับตัวเข้าสู่สังคม สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข เข้าใจบทบาทและวิถีชีวิตของคนอื่น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะได้รับอิทธิพลมาจากสื่อมวลชน ตัวอย่างเช่น การที่คนชนบทไม่เคยเข้ามาในกรุงเทพฯ แต่เขาก็ได้เห็นสภาพของกรุงเทพฯ จากสื่อมวลชนได้เห็นภาพสถานที่สำคัญ ๆ จากทางโทรทัศน์ เมื่อมีโอกาสเข้ามาในกรุงเทพฯ จะทำให้ทราบได้ทันทีว่าสถานที่นั้นคืออะไร ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวกรุงเทพฯ เป็นอย่างไร ทำให้สามารถปรับตัวได้เร็ว เป็นต้น

อิทธิพลในทางลบ ในวงวิชาการได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชนและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสนใจเนื้อหาความรุนแรงในสื่อมวลชนที่มีต่อความก้าวร้าวรุนแรงในสังคม จนถึงกับมีการตั้งคณะกรรมการระดับชาติขึ้นมาเพื่อศึกษาอิทธิพลของการเสนอเนื้อหาความรุนแรงทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่แพร่หลายไปสู่ประชาชนทุกหนแห่ง และมีผู้รับสารทุกเพศทุกวัย สามารถที่สนใจเรื่องนี้ก็

เนื่องจากตั้งแต่ ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา ได้มีเหตุร้ายแรงเกิดขึ้นเป็นที่สะเทือนขวัญคนทั่วโลก เช่น การเกิดอาชญากรรมของขบวนการเด็กและเยาวชนเป็นผู้ก่อขึ้น การที่เด็กนักเรียนชั้นประถมในสหรัฐอเมริกาใช้ปืนยิงครูและเพื่อนในโรงเรียนตายไปหลายคน ในประเทศไทยก็เกิดเหตุการณ์เด็กนักเรียนขโมยปืนพกไปยิงเพื่อนในโรงเรียนเช่นเดียวกัน เมื่อถูกจับเด็กจะสารภาพว่าได้เห็นแบบอย่างการกระทำเช่นนี้มาจากโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะเด็กและเยาวชนจะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการดูโทรทัศน์ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่โอกาสที่จะเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงจึงมีอยู่มาก

จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) ซึ่งเป็นหัวหน้าคณะวิจัยเกี่ยวกับความรุนแรงของเนื้อหาทางโทรทัศน์ได้พบว่า เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ให้ความรุนแรงมากกว่าในชีวิตจริง รายการโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกาในหนึ่งสัปดาห์มีเนื้อหาที่แสดงถึงความรุนแรงประมาณ 10 รายการ แต่ในชีวิตจริงคนเรามีโอกาสได้เห็นความโหดร้ายรุนแรงเพียง 1 ใน 100 ต่อปีเท่านั้น ดังนั้น เกร็บเนอร์จึงเชื่อว่า ผู้ดูโทรทัศน์มากเท่าไรยิ่งมีโอกาสดูพบเห็นรูปแบบความรุนแรงในโทรทัศน์มากขึ้นเท่านั้น จนอาจเกิดความเชื่อที่ปลุกฝังว่าสิ่งที่เห็นในโทรทัศน์ เช่น การฆ่า การทารุณ เป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง

มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่สนับสนุนความเชื่อที่ว่า เนื้อหาความรุนแรงในสื่อมวลชนมีผลต่อความก้าวร้าวรุนแรงในสื่อมวลชน มีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กและเยาวชน เช่น ทฤษฎีแรงกระตุ้น (Aggressive Stimulation Theory) ซึ่งเชื่อว่าการที่บุคคลเปิดรับสิ่งที่ก้าวร้าว เช่น รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือการ์ตูน หรือเรื่องราวในหนังสือต่าง ๆ อาจไปกระตุ้นหรือปลุกเร้าจิตใจหรือต่อมต่าง ๆ ในร่างกายจนถึงขั้นแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงได้ ตัวอย่างเช่น การดูภาพยนตร์เกี่ยวกับอาชญากรรมซึ่งแสดงวิธีการฆ่าอย่างโหดเหี้ยม ทำให้ผู้ดูโดยเฉพาะผู้ที่มีแนวโน้มเป็นคนก้าวร้าวรุนแรงอยู่แล้วแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวออกมาได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีอื่น ๆ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observation Learning Theory) ซึ่งกล่าวว่า คนทั่วไปสามารถเรียนรู้พฤติกรรมก้าวร้าวได้จากการสังเกตลักษณะความก้าวร้าวจากสื่อมวลชน เช่น สังเกตจากการแสดงอาการกรีดร้อง โวยวายของตัวอิจฉาในละครไทย และจะเก็บสะสมไว้จนสถานการณ์อำนวยจึงแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวนั้นออกมา

นอกจากจะศึกษาพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงซึ่งมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชนแล้ว ยังมีการศึกษาพบว่า ความรุนแรงในสื่อมวลชนทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าโลกนี้เต็มไปด้วยความรุนแรง ความขัดแย้ง ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การดิ้นรนต่อสู้ บางคนจะเกิดภาวะซึมเศร้า เกิดความกลัว ความวิตกกังวล และความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันในสังคม ทำให้อัตราการฆ่าตัวตายสูงขึ้น หรือบางครั้งก็เกิดหลบหนีสังคม หรือหลบหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง (Escape from the reality)

อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม ไม่ได้มีด้านบวกและด้านลบอย่างเดียว ในบางกรณีอาจมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบพร้อมกัน เช่น

1. การเปิดรับความบันเทิง ด้านบวกเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด มีความสุขจากการได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เกิดการสร้างสรรค์จินตนาการ แต่ผลด้านลบก็คือเสียเวลาในการทำงาน เสียสุขภาพ เช่น ขาดการออกกำลังกาย รับประทานอาหารไม่เป็นเวลา เพราะมัวสนใจเรื่องราวในโทรทัศน์ หรือเสียสายตาเพราะดูโทรทัศน์เป็นเวลานานติดต่อกัน บางรายการที่ทำให้เกิดความตื่นเต้น หัวใจ เช่น รายการกีฬา อาจทำให้ผู้ชมหัวใจวายตามที่เป็นข่าวอยู่เสมอ นอกจากนี้การเปิดรับรายการบันเทิงเป็นเวลานานยังทำให้เกิดความเฉื่อยชา ขาดความกระตือรือร้น ผันกลางวัน หรือสร้างวิมานในอากาศ

2. การเปิดรับสื่อมวลชนหลายประเภทและใช้เวลาอยู่กับสื่อมวลชนมากเกินไป หรือยึดถือสื่อมวลชนเป็นเพื่อน ถึงแม้ว่าจะทำให้เป็นคนรอบรู้ ทันสมัย ทันเหตุการณ์ แต่มีผลเสียคือขาดเพื่อน ขาดการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ กลายเป็นคนโดดเดี่ยวในสังคม

3. การเปิดรับสารโฆษณา ในทางบวกเป็นการให้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อ ทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายขึ้น แต่มีผลในทางลบคือทำให้เกิดความต้องการด้านวัตถุนิยม ไม่มีความเพียงพอในการดำเนินชีวิต เพราะการโฆษณาจะสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในระดับสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ถึงแม้ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อพฤติกรรมของผู้รับสารจะยังคงเป็นปัญหาที่ถกเถียงกันอยู่ก็ตาม แต่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่สำคัญของสังคม และมีความสัมพันธ์กับชีวิตประจำวันของคนเป็นจำนวนมาก เราจำเป็นต้องพึงพาอาศัยสื่อมวลชนและควรรู้จักใช้ในทางที่เกิดประโยชน์มากที่สุด เมื่อเป็นเช่นนี้สื่อมวลชนย่อมมีอิทธิพลและผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและต่อพฤติกรรมของคนเรา ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยแทรกซ้อนทางสังคมและจิตวิทยา เงื่อนไขเวลา และปัจจัยอื่น ๆ อีกมาก

แนวคิดเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชน

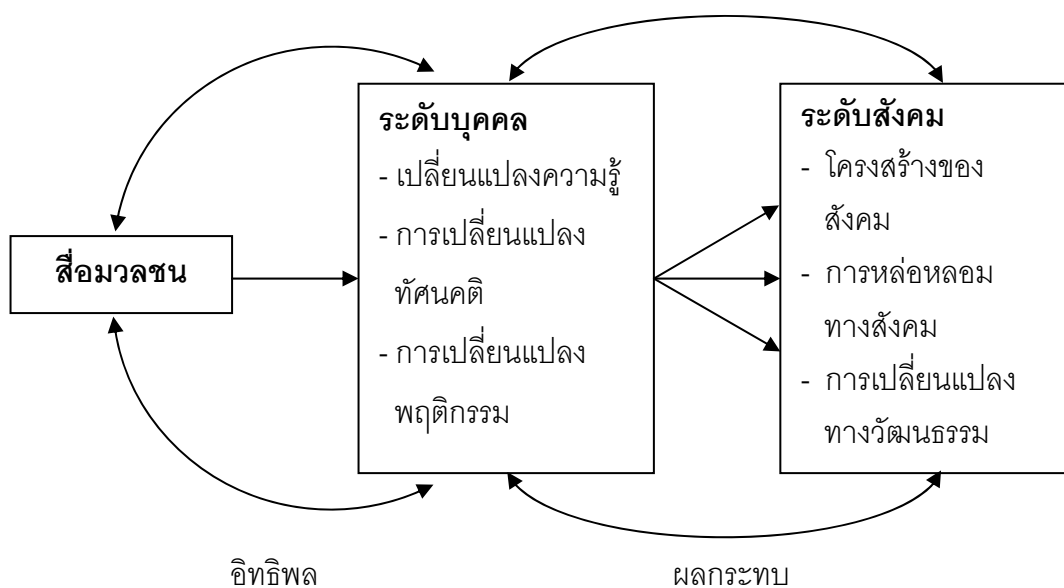
ผลกระทบ (Impact) หมายถึง ผลสืบเนื่องจากอิทธิพลของสื่อมวลชน การที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร จะส่งผลกระทบทั้งในระดับบุคคลและสังคม ตัวอย่างเช่น การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อมวลชน จะมีอิทธิพลทำให้ผู้รับสารทราบคุณสมบัติประโยชน์ของสินค้า มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า และตัดสินใจซื้อสินค้านั้น เมื่อซื้อสินค้ามาตามแรงจูงใจของสื่อมวลชน เช่น ชี้อรยนต์ ผลกระทบที่เกิดตามมาในทางบวกระดับบุคคลก็คือ

ทำให้เกิดความสะดวกรสบาย ปลอดภัยในการเดินทาง ระดับสังคมการโฆษณาทำให้รถยนต์ขายดี ทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต มีการจ้างแรงงานและส่งผลถึงความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย นอกจากผลกระทบในทางบวกแล้วยังมีผลกระทบในทางลบเกิดขึ้น ได้แก่ ทำให้เกิดค่านิยมฟุ่มเฟือย เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ส่วนข้อเสียในระดับสังคม เช่น ทำให้การจราจรติดขัด เผาผลาญน้ำมันทำให้เกิดมลภาวะ เป็นต้น ผลกระทบจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับบุคคลและสังคม มีทั้งทางบวกและทางลบ และทั้งโดยตรงและโดยอ้อม¹⁷

นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะพูดถึงสื่อมวลชนและผลกระทบในลักษณะรวม ๆ ไม่แยกอธิบาย และในบางครั้งก็จะใช้ในความหมายเดียวกัน และสามารถอธิบายภาพความสัมพันธ์ของอิทธิพลและผลกระทบได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.3

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน



¹⁷ เรื่องเดียวกัน, น. 135.

การแบ่งประเภทผลของการสื่อสารมวลชน¹⁸

1. แบ่งตามระยะเวลา เป็นการแบ่งผลของการสื่อสารโดยพิจารณาจากระยะเวลาที่ผลของการสื่อสารในครั้งนั้น ๆ ปรากฏอยู่ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1.1 ผลระยะสั้น (Short-term Effect) เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารเพียงระยะสั้น ๆ เช่น การห้ามสูบบุหรี่ในโรงพยาบาลนร

1.2 ผลระยะยาว (Long-term Effect) เป็นผลระยะยาวที่เกิดขึ้นเนื่องจากการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ให้คนไปทำหมัน หรือโครงการรณรงค์ให้คนเลิกสูบบุหรี่ ถ้าคนไปทำหมันหรือเลิกสูบบุหรี่ไปตลอด ก็จะทำให้เกิดผลระยะยาวขึ้น

2. แบ่งตามลักษณะของผลที่เกิดขึ้น แบ่งเป็น 2 ประเภท เป็นการแบ่งประเภทของผลของการสื่อสารโดยพิจารณาจากทิศทางของผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นว่า สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลจากการสื่อสารนั้นโดยตรงหรือไม่ใช่จากผลของการสื่อสารในครั้งนั้นโดยตรง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

2.1 ผลทางตรง (Direct Effect) เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในครั้งนั้นโดยตรง เช่น ครูสอนให้นักเรียนอ่านหนังสือออก เจ้าหน้าที่โครงการฝึกหัดให้แม่บ้านจักสานวัสดุเป็น เป็นต้น

2.2 ผลทางอ้อม (Indirect Effect) หรือผลแอบแฝง (Latent Effect) เป็นผลที่ไม่เกิดขึ้นโดยตรงจากการสื่อสารครั้งนั้น แต่เป็นผลกระทบอื่นที่ผู้ส่งสารไม่ได้คาดไว้จากการสื่อสาร เช่น การให้ข้อมูลในโครงการคุมกำเนิด มีผลทำให้เด็กสาวในสังคมปล่อยเนื้อปล่อยตัวมากยิ่งขึ้นหรือเด็กวัยรุ่นอาจเรียนรู้วิธีเสพยาเสพติดจากภาพยนตร์ในโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น

3. แบ่งตามความดีและไม่ดีของผลที่เกิดขึ้น เป็นการพิจารณาว่าผลของการสื่อสารในครั้งนั้น ๆ ก่อให้เกิดผลดีต่อบุคคลหรือต่อสังคมหรือไม่ หรืออีกแง่หนึ่งคือเป็นผลที่ทำให้ผู้ส่งสารบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งใจหรือไม่ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

3.1 ผลทางบวก (Positive Effect) ได้แก่ ผลการสื่อสารที่บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร เป็นผลที่ก่อให้เกิดผลดีทั้งต่อบุคคลและสังคม

3.2 ผลทางลบ (Negative Effect) ได้แก่ ผลของการสื่อสารที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และผลที่เกิดขึ้นนั้นก่อให้เกิดผลในทางที่ไม่ดีต่อบุคคลและต่อสังคม

¹⁸กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 124-125.

ผลกระทบของสื่อมวลชน¹⁹

ในการทำงานของสื่อมวลชน อาจก่อให้เกิดผลกระทบทั้งที่สื่อตั้งเป้าหมายไว้ (Intended Consequence) หรือที่ไม่ได้ตั้งใจ (Unintended Consequence) 4 ระดับ จากระดับย่อยไปสู่ระดับใหญ่คือ

1. ระดับปัจเจกบุคคล ผลกระทบที่เกิดกับปัจเจกบุคคล ได้แก่ ด้านความนึกคิด (Cognition) เช่น ความรู้ ความเห็นชอบ ด้านความรู้สึก (Affection) เช่น ทศนคติ ซึ่งหมายถึงความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และด้านพฤติกรรม (Behavior) เช่น การที่เด็กและเยาวชนรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป (Heavy user of Mass Media) จนทำให้ขาดการติดต่อกับบุคคลและโลกภายนอก และอาจนำไปสู่การถูกล่อลวงได้ง่าย
2. ระดับกลุ่มหรือองค์กร เช่น ดนตรีและรายการบันเทิงต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเด็กและวัยรุ่น หรือการโฆษณาโทรศัพท์มือถือทำให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานติดโทรศัพท์ และนิยมสื่อสารกันด้วยภาษาภาพผสมถ้อยคำสั้น ๆ
3. ระดับสถาบันทางสังคม เช่น การเสนอข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับพระสงฆ์น้อย ๆ ทำให้สถาบันศาสนาได้รับผลกระทบจนอาจนำไปสู่การปฏิรูปสถาบันสงฆ์
4. ระดับสังคมและวัฒนธรรม เช่น การจัดงานประกวดนางงามและการเสนอเป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่อง เป็นการตอกย้ำค่านิยมเกี่ยวกับผู้หญิงในเรื่องรูปเป็นทรัพย์ เรื่องผู้หญิงเป็นสินค้าทางเพศ เท่ากับเป็นการสนับสนุนให้ธำรงสภาพสังคมชายเป็นใหญ่ ค่านิยมการมีเมียน้อย การเที่ยวโสเภณี ไปจนถึงการใช้ความรุนแรงในครอบครัว

ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อสังคม

นักสังคมวิทยาได้ให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไว้หลายแนวทาง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสังคม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือสถาบันทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงของขนาดชุมชน ส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งของสังคม หรือรูปแบบการจัดระเบียบสังคม ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงแบบนี้ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงขนาดของครอบครัว

¹⁹อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สื่อสารมวลชนเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547), น. 558-559.

การเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจที่มีอยู่เดิม การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ และการเปลี่ยนแปลงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม²⁰

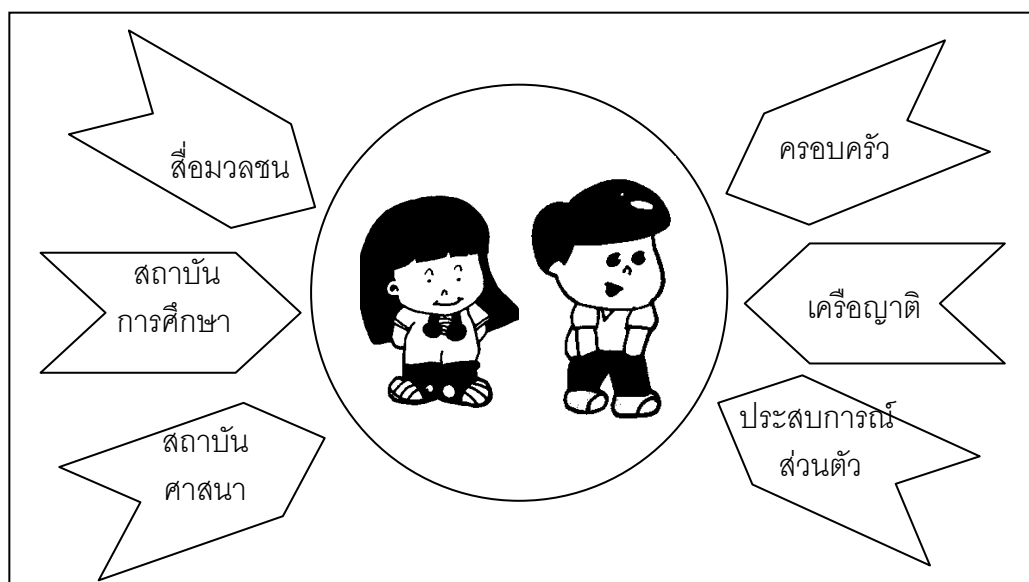
จากความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่กล่าวมาแล้วจะเห็นว่ามีขอบเขตกว้างขวาง แต่ในการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อมวลชนต่อสังคมส่วนใหญ่ จะศึกษาในเรื่องสื่อมวลชนกับการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ และการเปลี่ยนแปลงในด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องสื่อมวลชนกับกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม (Mass Media and Socialization) ซึ่งเป็นการศึกษาผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม

กระบวนการหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) หมายถึง กระบวนการหล่อหลอมความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของคนให้เป็นไปตามที่สังคมต้องการ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นกระบวนการเตรียมคนเข้าสู่สังคม มนุษย์มีความแตกต่างจากสัตว์อื่นตรงที่เมื่อแรกเกิดไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้เหมือนสัตว์ชนิดอื่น ต้องได้รับความช่วยเหลือจากพ่อแม่ เมื่อโตขึ้นก็ได้รับการสอนให้พูด อ่าน เขียน ให้ปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ดังนั้น กระบวนการหล่อหลอมทางสังคมจึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเฉพาะในสังคมมนุษย์เท่านั้น และเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่เกิดจนตาย เดิมผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมขัดเกลาสมาชิกในสังคม ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา เพราะเป็นสถาบันหลักที่มีหน้าที่อบรมสั่งสอนขัดเกลาให้สมาชิกครอบครัวและสมาชิกของสังคมรู้บทบาทหน้าที่ของตนเองและของบุคคลอื่น รู้จักการดำเนินชีวิตในสังคมนับตั้งแต่การกินอยู่ การพูดจา การแต่งกาย การแสดงท่าทาง ฯลฯ รวมทั้งปลูกฝังความเชื่อและค่านิยมของกลุ่มให้เด็กและเยาวชนตลอดมา นอกจากสถาบันหลักทั้ง 3 แล้ว ผู้มีบทบาทในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมยังมีเครือญาติ ประสพการณ์ส่วนบุคคล และสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งในปัจจุบันเชื่อว่าสถาบันสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญมากในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม

²⁰มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน, น. 157-160.

แผนภาพที่ 2.4

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม



สาเหตุที่สถาบันสื่อมวลชนมีบทบาทในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม และดูเหมือนว่าจะทวีความสำคัญมากขึ้น จนมีนักวิชาการหลายคนวิตกว่า สถาบันสื่อมวลชนจะทำหน้าที่หลักแทนสถาบันหลักที่มีอยู่เดิม ทั้งนี้เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ในการดำเนินชีวิตมากขึ้น บทบาทของสถาบันครอบครัวในเรื่องการอบรมสั่งสอนลูกเริ่มลดน้อยลง เพราะพ่อแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน เนื่องจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจ ลักษณะของครอบครัวในยุคปัจจุบันมักเป็นครอบครัวเดี่ยว ไม่มีปู่ย่า ตายาย ทำหน้าที่ช่วยอบรมสั่งสอนเช่นในอดีต ในด้านของสถาบันศาสนาก็เช่นเดียวกัน เมื่อพ่อแม่ไม่มีเวลาอยู่กับลูก จึงไม่มีเวลาพาลูกไปวัดเพื่อใกล้ชิดกับศาสนา ส่วนสถาบันการศึกษานั้นถึงแม้จะยังคงมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่อบรมสั่งสอนเด็กและเยาวชนอยู่ แต่เวลาที่เด็กอยู่ในโรงเรียนน้อยกว่าการที่อยู่ที่บ้าน และในโรงเรียนจะสอนในเรื่องวิชาการเป็นส่วนใหญ่ ประกอบกับปัจจุบันสื่อมวลชนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือภาพยนตร์ก็ดี มีจำนวนมากและแพร่หลายไปอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง มีรายการหลายรูปแบบ มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ จึงเป็นสื่อที่เด็กและเยาวชนให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง และมักใช้เวลาดูโทรทัศน์ติดต่อกันหลายชั่วโมงต่อวัน เนื้อหาของรายการไม่ว่าจะเป็นข่าว ความรู้ ความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การ์ตูน ละคร ดนตรี เกมโชว์ ล้วนแต่ปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยม รสนิยม และทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมบางอย่างให้แก่เด็กทั้งทางตรงและทางอ้อม ในความเป็น

จริงสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์จะมีประโยชน์ในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมอย่างมาก เพราะสามารถนำเอาประสบการณ์บางอย่างที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตจริงแม้แต่ พ่อ แม่ ครู หรือพระ ก็ไม่สามารถนำมาให้ได้ เด็กและเยาวชนจะเรียนรู้บทบาทของนายกรัฐมนตรีจากข่าว จากการสัมภาษณ์ ได้เรียนรู้ปัญหาของสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม เรียนรู้รสนิยมการแต่งกาย ความเป็นอยู่ของชาวตะวันตกจากภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่ดีถ้าหากเลือกเรียนรู้และจดจำในสิ่งที่มีคุณค่าแก่การดำรงชีวิต แต่ถ้าเลือกรับในสิ่งที่เป็นพิษเป็นภัย เช่น การเลียนแบบการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย นิยมสิ่งฟุ่มเฟือยตามที่ได้เห็นจากการโฆษณา หรือมีความเชื่อในคำสอนหรือปรัชญาที่ขัดต่อความเชื่อในสังคม เช่น สังคมไทยมีความเชื่อตามหลักศาสนาพุทธที่ถือว่าการให้อภัยเป็นคุณธรรมอันประเสริฐ แต่เด็กอาจเชื่อตามภาพยนตร์ต่างชาติที่ย้ำอยู่เสมอว่า “บุญคุณต้องทดแทนคั่นต้องชำระ” เป็นต้น ความเชื่อหรือพฤติกรรมที่เลียนแบบมาจากสื่อมวลชนนี้ ถ้าขยายตัวมากขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของสังคม โดยเริ่มต้นจากความสัมพันธ์ในสถาบันครอบครัว เช่น ลูกไม่เชื่อฟังคำสั่งสอนของพ่อแม่ และขยายไปถึงสถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนา และสถาบันอื่นในสังคมต่อไป เมื่อเป็นเช่นนี้โครงสร้างของสังคมก็จะเปลี่ยนรูปไปเป็นสังคมแบบใหม่ ซึ่งจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับสมาชิกในสังคม อย่างไรก็ตามการที่สื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์จะมีผลกระทบต่อกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมมากนักน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มาสนับสนุน ได้แก่

1. การเสนอรายการที่แสดงถึงความคิดและพฤติกรรมที่ซ้ำ ๆ กันทุกรายการ ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์เกือบทุกเรื่องจะเป็นแนวชิงรักหักสวาท อิจฉาริษยา หรือเกมโชว์มักเป็นการเปิดป้ายชิงรางวัล การชิงโชคจากชิ้นส่วนสินค้า การแสดงตลกของคณะตลกไม่กี่คณะ
2. เด็กใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากเกินไปจนไม่ทำกิจกรรมอื่น เช่น การเล่นกีฬา การอ่านหนังสือ หรือการสังสรรค์กับครอบครัว
3. เด็กขาดความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและบุคคลที่เป็นหลักในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม เช่น พ่อ แม่ ครู พระ และเพื่อน จึงไม่มีทางเลือกที่จะเชื่ออย่างอื่นนอกจากสิ่งที่สื่อมวลชนหรือโทรทัศน์นำเสนอ

ในสังคมไทยได้มีการศึกษาเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ของเด็กและเยาวชนไทย พบว่าเด็กไทยใช้เวลาดูโทรทัศน์วันละประมาณ 3-5 ชั่วโมง ซึ่งใช้เวลามากเกินไปมีผลทำให้มีสมาธิสั้น ขาดสติ และขาดความคิดสร้างสรรค์

นักวิชาการด้านการสื่อสารกลุ่มหนึ่งได้พยายามหาทางลดบทบาทของสื่อมวลชนในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม โดยการให้โทรทัศน์เสนอรายการสำหรับเด็กรวมทั้งรายการที่ให้สาระความรู้เพิ่มเติม ให้ลดสัดส่วนของรายการบันเทิงลงและห้ามเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับความ

รุนแรงเรื่องเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ ในเวลาที่เด็กและเยาวชนยังไม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ในประเทศไทยรัฐบาลมีนโยบายให้สถานีโทรทัศน์เสนอรายการสำหรับเด็ก ในช่วงเวลาดีเยี่ยม (Prime time) ซึ่งคือเวลาประมาณ 20.30 นาฬิกา เป็นเวลาที่สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่เสนอรายการสำหรับผู้ใหญ่ เช่น ละคร หรือรายการสนทนา สัมภาษณ์ และเป็นเวลาที่มีราคาแพงที่สุด แต่ปัญหาก็คือ ถ้าให้ทุกสถานีดำเนินการเหมือนกันหมด เด็กอาจหันไปหาสื่ออื่นซึ่งรัฐควบคุมได้ยาก เช่น อินเทอร์เน็ต วิดีทัศน์ วีซีดี และดีวีดี ซึ่งอาจมีความรุนแรงมากกว่า นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่เห็นด้วยกับแนวทางสกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชนโดยตรง เพราะมีความเป็นไปได้ยาก โดยเฉพาะในประเทศเสรีประชาธิปไตย เห็นว่าสิ่งที่ถูกต้องและน่าจะทำได้มากกว่าก็คือ การวางนโยบายที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางในการใช้สื่อมวลชนให้เป็นประโยชน์ในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมมากขึ้น โดยมี การศึกษาจิตวิทยาและพฤติกรรมของเด็กอย่างจริงจัง แล้วนำมาวางแผนในการผลิตรายการ และ ประการสำคัญต้องเร่งรัดพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในครอบครัว เพื่อให้การสื่อสารใน ครอบครัวมีบทบาทในกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมมากกว่าสื่อสารมวลชน

ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อวัฒนธรรม²¹

วัฒนธรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีความหมายกว้างขวางครอบคลุมทุกเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในสังคม ลักษณะสำคัญประการหนึ่งก็คือ วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลง และสามารถถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งได้ ซึ่งตรงกับหน้าที่ของการสื่อสารที่ลาสเวลล์ (Lasswell) กล่าวว่า “การสื่อสารมีหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมไปยังอนุชนรุ่นต่อไป” ดังนั้น การสื่อสารทั่วไปและการสื่อสารมวลชนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อวัฒนธรรมในทางบวก สื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง เนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมีความหลากหลาย และทุกเรื่องล้วนเกี่ยวพันกับวิถีชีวิตของคน สะท้อนให้เห็นสภาพของสังคมและวัฒนธรรมในแง่มุมต่าง ๆ เมื่อผู้รับสารเลือกรับสิ่งที่ดึงดูดเข้าไปในชีวิตประจำวันก็จะเกิดผลกระทบในทางบวก ซึ่งมีหลายประการ ได้แก่

1. สื่อมวลชนช่วยรักษาเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของสังคมให้ยั่งยืนและเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งสืบเนื่องกันไป ถ้าไม่

²¹ เรื่องเดียวกัน, น. 160-163.

มีสื่อมวลชนบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้ คนรุ่นหลังคงไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจศิลปวัฒนธรรม และความเป็นไปในอดีตอย่างถูกต้อง

2. สื่อมวลชนสะท้อนให้เห็นแบบแผน ขนบธรรมเนียมประเพณี ปทัสถาน และค่านิยมของคนในชาติ รวมทั้งวัฒนธรรมย่อย (Sub Culture) ของแต่ละท้องถิ่น เพื่อเกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เป็นการสร้างความเป็นปึกแผ่นในสังคมและประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน

3. สื่อมวลชนนำวัฒนธรรมของประเทศอื่นมาเผยแพร่ทำให้ได้เห็นวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนชาติอื่น ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างนานาชาติ และอาจนำเอาวัฒนธรรมที่ดีงามบางอย่างมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต

4. สื่อมวลชนช่วยในการเปลี่ยนแปลงประเพณีนิยมที่ล้าสมัยให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่า นำสมัย โดยการเสนอสิ่งใหม่ ทำให้ประเทศชาติเกิดการพัฒนา เพราะการที่ประเทศจะพัฒนาได้นั้นต้องมีการเปลี่ยนความเชื่อและวัฒนธรรมประเพณีที่ล้าสมัยไปสู่ความทันสมัย (Modernization)

5. สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่งานทางด้านศิลปะทุกแขนง ทำให้เกิดความซาบซึ้งและภาคภูมิใจในความเป็นชาติ นอกจากนี้ยังสร้างสรรค์งานด้านศิลปะ เช่น ศิลปะการแสดง การละคร การเขียน การพูด ซึ่งมีผู้เรียกว่าเป็นศิลปะแบบประชานิยม (Popular Arts) หรือเป็นศิลปะที่เข้าถึงมวลชนทั่วไป

6. สื่อมวลชนช่วยยกระดับบรรณนิยม ได้แก่ การนำเสนอสิ่งที่มีสาระ มีคุณค่าที่จะช่วยยกระดับความคิด จิตใจ และความเป็นอยู่ของคนในสังคมให้สูงขึ้น มีความนิยมในสิ่งที่ดีงาม ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การใช้ภาษา มารยาทในสังคม บุคลิกภาพ หรือศิลปะต่าง ๆ

7. สื่อมวลชนช่วยส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมโดยการยกย่องเชิดชูคนดี ปลุกฝังให้เชื่อในคำสอนของศาสนา เคารพกฎหมาย เคารพในสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น

ผลกระทบของสื่อมวลชนต่อวัฒนธรรมในทางลบ บ่อยครั้งที่การนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนก่อให้เกิดผลลบต่อวัฒนธรรม อาจเกิดขึ้นโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม เช่น การโฆษณาที่ส่งเสริมค่านิยมความฟุ้งเฟ้อ การเสนอภาพหรือเรื่องราวที่สื่อไปในทางยั่วยั่วทางเพศ การส่งเสริมความเชื่อที่มั่วยั่ว เชื่อในเรื่องไสยศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังถูกมองว่าเป็นผู้นำเอาวัฒนธรรมต่างชาติมาเผยแพร่ทำให้คนในชาติสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นประเด็นที่ประเทศต่าง ๆ กำลังหันวิตกกันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนากำลังหันมองว่ากระแสวัฒนธรรมจากสหรัฐอเมริกาและยุโรปจะไหลบ่าเข้ามาครอบงำวัฒนธรรมของชาติตน ทั้งนี้เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่สามารถติดต่อเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของโลกเข้าด้วยกัน ทำให้โลกมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือเรียกว่าโลกไร้พรมแดน หรือโลกาภิวัตน์

(Globalization) ประชาชนไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก และไม่ว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ใดก็สามารถรับรู้ข่าวสารได้ด้วยระยะเวลาที่รวดเร็ว นักวิชาการเช่น เฮร์เบิร์ต ชิลเลอร์ (Herbert Schiller) เชื่อว่าการสื่อสารระหว่างประเทศมีผลในทางลบ ก่อให้เกิดลัทธิจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism) โดยมองว่าสื่อมวลชนมีลักษณะเช่นเดียวกับนักล่าอาณานิคมของยุโรปในศตวรรษที่ 19 ที่ใช้อำนาจบีบบังคับให้ประเทศอาณานิคมยอมรับวัฒนธรรมของตน ผิดกันแต่ว่าประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรปตะวันตกในปัจจุบัน ใช้ผลประโยชน์เป็นเครื่องมือในการบีบบังคับแทนอาวุธ โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อประเทศอื่น และลัทธิจักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรมนี้สามารถแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การสื่อสารผ่านดาวเทียมหรือการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้น จึงมีความรุนแรงมากกว่าลัทธิจักรวรรดินิยมในอดีต เราจะเห็นว่าการไหลของข่าวสารในโลกปัจจุบันมีลักษณะเป็นการไหลทางเดียว จากประเทศมหาอำนาจไปยังประเทศที่ด้อยพัฒนาหรือประเทศในโลกที่สาม ประเทศเหล่านั้นจำเป็นต้องรับค่านิยมตะวันตกอย่างไม่สามารถต้านทานได้ สถานีโทรทัศน์ของประเทศโลกที่สามบางประเทศส่งซื้อรายการที่ออกอากาศแล้วในสหรัฐอเมริกามาฉายในประเทศของตน เพราะมีราคาถูกกว่าที่ผลิตเองในประเทศ นอกจากรายการโทรทัศน์แล้วยังมีภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ เพลง หนังสือ นิตยสาร การโฆษณา สิ่งเหล่านี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมอเมริกันที่แพร่ไปทั่วโลก แม้แต่ในประเทศจีนหรือประเทศญี่ปุ่นที่มีวัฒนธรรมแข็ง ในปัจจุบันก็ยังมีการยอมรับวัฒนธรรมตะวันตกอย่างมาก

ผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน จนรัฐบาลบางประเทศห้ามประชาชนรับข่าวสารจากต่างประเทศโดยตรง เช่น การติดตั้งจานรับดาวเทียมที่สามารถรับข่าวสารจากต่างประเทศโดยตรง ยกเว้นการถ่ายทอดโดยตรงของการของรัฐ ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้วัฒนธรรมของประเทศมหาอำนาจแพร่เข้ามาครอบงำวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

อย่างไรก็ตามผลกระทบของสื่อมวลชนต่อวัฒนธรรม มีทั้งผลในทางบวกและทางลบในเวลาเดียวกัน เช่น

1. การเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมจริยธรรม การยกย่องคนดี ยกย่องความซื่อสัตย์ดีแผ่ความชั่วร้ายในสังคม เป็นการยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็อาจเกิดผลในทางลบ คือเป็นการประจานบุคคลอื่น ทำให้เกิดความเสื่อมเสีย

2. การเสนอเนื้อหาที่ยกระดับสนิยมของผู้รับสาร เช่น รายการดนตรีคลาสสิก การเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนชั้นสูง แต่อาจเกิดผลในทางลบคือ ทำให้เกิดความหวังสูงดูหมิ่นคนอื่น เกิดการแบ่งแยกชนชั้นในสังคม

3. การเสนอวัฒนธรรมระหว่างเชื้อชาติ ทำให้มีความรู้เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น เกิดความเข้าใจระหว่างคนต่างวัฒนธรรม แต่ก็อาจก่อให้เกิดทัศนคติไม่ชอบหรือรังเกียจคนเชื้อชาติอื่น

4. การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออก เกิดผลดีคือทำให้กล้าคิด กล้าพูด กล้าทำ แต่ขณะเดียวกันอาจเกิดวัฒนธรรมต่อต้าน คัดค้านการดำเนินงานของรัฐจนกระทบต่อความมั่นคงของชาติ

ถ้าย้อนกลับไปศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสาร จะเห็นว่า นักวิชาการส่วนใหญ่มีความเชื่อว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลหรือผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับบุคคลและสังคม แต่จะมีอิทธิพลและผลกระทบมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น บุคลิกภาพและองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสาร เนื้อหาของสาร และช่องทางการสื่อสาร รวมทั้งสภาพแวดล้อมทางสังคม ดังนั้น ปัญหาเรื่องอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนจึงไม่ใช่ปัญหารุนแรงเกินกว่าที่จะแก้ไขได้ ถ้าหากรัฐบาลและเอกชนร่วมมือกันในการพัฒนาระบบการสื่อสารและพัฒนาคุณภาพด้านเนื้อหาของสื่อมวลชน ตลอดจนรณรงค์ให้คนในสังคมมีความสำนึกในวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ

แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อมวลชน

ในเรื่องของข้อจำกัดด้านการควบคุมสื่อมวลชน หากควบคุมมากก็ย่อมเป็นการจำกัดเสรีภาพของสื่อมวลชน แต่ทว่าการปฏิบัติหน้าที่หรือบทบาทของสื่อมวลชนอาจเกินเลยขอบเขตหน้าที่ที่พึงมีพึงเป็น ส่งผลให้ละเมิดต่อผู้อื่นหรือสถาบันอื่น อย่างไรก็ตามแนวคิดของการควบคุมสื่อมวลชนอาจมีได้หากไม่ขัดต่อเสรีภาพในการแสวงหาข่าวสาร หรือการใช้สิทธิในขอบเขตตามหน้าที่ที่จะเข้าถึงข่าวสารหรือข้อมูลทางราชการ นับว่าเป็นการเกื้อกูลหรือส่งเสริมหลักการของสื่อมวลชนที่สากลทั่วไปยอมรับได้²²

บทบาทของสื่อมวลชนจำเป็นต้องมีกลไกของสังคมเข้ามากำกับ ดังที่ วิลเบิร์ต ชแรมม์ นักทฤษฎีสื่อสารมวลชนกล่าวถึง กลไกที่สังคมอาจนำมาใช้เพื่อสนับสนุนและเตือนสื่อมวลชนให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบ ได้แก่

²²ชัยยุทธ อภินันท์ธรรม, “ปัญหาและแนวโน้มของการจำกัดระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 9-10.

1. กลไกรัฐบาลและกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ที่รัฐบาลออกมาเพื่อควบคุมสื่อมวลชน
2. กลไกสื่อมวลชนเอง ซึ่งอาจประกอบด้วยสื่อมวลชนที่ทำงานสื่อมวลชน สมาคมหรือองค์กรต่าง ๆ ของสื่อมวลชน
3. กลไกสาธารณชนหรือองค์กรซึ่งสมาคมสาธารณะจัดตั้งขึ้นมา ทั้งนี้รัฐบาลจะลดภาระดูแล หากระบบการสื่อสารดีมีความรับผิดชอบสูงของสื่อ และขแรมม์เห็นว่าการควบคุมตนเองของสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่ดีที่สุด กล่าวคือ มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ทำหน้าที่อย่างเหมาะสมในฐานะที่เป็นกลไกหนึ่งในงานสื่อสาร

การควบคุมสื่อมวลชน²³

องค์กรที่เข้ามามีบทบาททางการสื่อสารกับคนหมู่มากและจำเป็นต้องมีการควบคุมตามกฎหมายระบียบสังคม คือ การสื่อสารมวลชน การแบ่งระเบียบกฎเกณฑ์และขอบเขตทางการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท

1. การควบคุมอย่างเป็นทางการ หมายถึง การที่มีกฎระเบียบข้อบังคับ โดยมีรัฐบาลเป็นผู้กำหนดมีอยู่ 2 ลักษณะด้วยกันคือ

1.1 กฎหมายควบคุมนโยบาย วัตถุประสงค์และการดำเนินงานขององค์กร หรือสถาบันสื่อสารมวลชนที่จัดตั้งโดยกฎหมาย ตามบทบัญญัติของกฎหมาย

1.2 กฎหมายควบคุมคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน และกฎหมายควบคุมขั้นตอนในการขอประกอบวิชาชีพทางสื่อสารมวลชน ลักษณะของกฎหมายทั้ง 2 ชนิด

- รายการประเภทข่าว
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการของสถานี

2. การควบคุมอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง การที่กฎหมายไม่ได้มีการควบคุม เพราะมนุษย์เราต่างก็อยู่ในสังคมได้ด้วยข้อกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกภายในสังคม มีปัจจัยเข้ามากำหนดหลายประการ ได้แก่ วัฒนธรรม ทศนคติ ความเชื่อ ปัจจัยทางสังคม ได้เข้ามามีบทบาทในการควบคุมการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้แบ่งมาตรการควบคุมสื่อมวลชนเป็น 4 มาตรการ ดังนี้²⁴

²³กาญจนา มีศิลป์วิภักย์, ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 53.

²⁴ชัยยุทธ อภินันท์ธรรม, “ปัญหาและแนวโน้มของการจำกัดระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย,” น. 10-11.

1. มาตรการควบคุมตนเอง (Self Control) เป็นจิตสำนึกและความตระหนักในวงการสื่อมวลชนเอง ถึงบทบาทหน้าที่ที่เหมาะสมของสื่อมวลชนต่อสังคมโดยรวม ประกอบด้วย

1.1 จรรยาบรรณของสื่อมวลชน เป็นจริยธรรมของนักวารสารศาสตร์ หรือนักนิเทศศาสตร์ หรือนักการสื่อสารพึงปฏิบัติในฐานะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพ เช่น จรรยาบรรณของสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

1.2 สาขาวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ เช่น สภาการหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย สำหรับประเทศไทยยังไม่เป็นรูปเป็นร่าง เพียงแต่มีแนวคิดและการรณรงค์เพื่อจัดตั้งสภาการหนังสือพิมพ์ฯ ขึ้น

2. มาตรการควบคุมโดยสาธารณะ (Public Control) การควบคุมโดยสาธารณะ เช่น การควบคุมที่เกิดจากสาธารณชนนอกสื่อ แต่มีปฏิริยาต่อสื่อมวลชนในฐานะผู้ติดตาม แบ่งออกเป็น 5 แบบตามลักษณะของผู้รับสาร

2.1 การควบคุมโดยปัจเจกชน เช่น แสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.2 การควบคุมจากประชาชนผู้บริโภคสาร เช่น การงดเปิดรับสื่อมวลชน

2.3 การควบคุมจากกลุ่มผลประโยชน์ เช่น การรวมตัวเป็นกลุ่มผลประโยชน์เมื่อรายการต่าง ๆ จากสื่อก่อความรู้สึกที่ไม่ดี จึงรวมกันมีปฏิริยาตอบโต้สื่อมวลชน

2.4 การควบคุมตามมติมหาชน เช่น มหาชนไม่สนับสนุนรายการของสื่อ ดูได้จากยอดโฆษณาที่ต่ำลง

2.5 ระบบการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะสื่อมวลชนด้วยกัน

3. มาตรการในการควบคุมทางกฎหมาย (Legal Control) การควบคุมโดยอาศัยกระบวนการทางกฎหมายที่ศาลสถิตยุติธรรมเป็นผู้วินิจฉัย และผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นปัจเจกชน นักเขียน นักจัดรายการ บริษัทธุรกิจ สังคม รัฐบาล

4. มาตรการควบคุมทางการปกครอง (Public Control) การควบคุมด้วยการใช้การเมืองการบริหารโดยคณะบุคคลหรือหน่วยราชการ ขึ้นอยู่กับลักษณะการเมืองของรัฐบาล เช่น กระทรวงมหาดไทย

จาก 4 มาตรการข้างต้นพิจารณาถึงสิทธิในการรับรู้ข่าวสารทางราชการ หรือเสรีภาพของสื่อมวลชนจะเห็นได้ว่า ในมาตรการควบคุมตนเองมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสร้างจิตสำนึกและวินัยในวิชาชีพอย่างแท้จริง แต่ก็เป็นที่ยากที่จะสร้างจิตสำนึกและระเบียบวินัยในวิชาชีพขึ้นมาได้ เนื่องจากมีสิ่งแวดล้อม เช่น สาธารณชน กฎหมายของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนแผนนโยบายของรัฐบาล จึงทำให้มาตรการแรกไม่เป็นผลหรือยืดหยุ่นได้ในระยะสั้น หาก

สามารถดำเนินการได้มักจะล้มเหลวด้วยปัญหาข้อกฎหมายที่ไม่ถูกต้องและอำนาจทางการเมือง การปกครองที่สอดแทรกเข้ามา ส่วนมาตรการที่สองขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาของประชาชน พัฒนาการทางการเมือง การรวมตัวเพื่อสร้างพลังต่อสู้ความไม่ชอบธรรม หรือการโต้ตอบสื่อมวลชนที่ผิดจรรยาบรรณ ดังนั้น มาตรการข้างต้นจึงมีน้ำหนักที่แตกต่างกันอยู่ที่เวลา สถานการณ์การเมืองและเงื่อนไขทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามทั้งสี่มาตรการยังมีอยู่ในแวดวงเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทุกประเภทในประเทศไทย

แนวคิดเรื่องการเซ็นเซอร์ (Censorship)

คำว่า “เซ็นเซอร์” (Censor) เป็นคำที่มาจากภาษาละตินว่า Censere แปลว่า “ประการอย่างเป็นทางการ” หรือ “ประเมินค่า” มีอีกแหล่งระบุว่า เป็นคำที่มีความหมายหนึ่งคือหมายถึง “ประมาณการ” เมื่อคำนี้ใช้ในบริบทสังคมไทย มีความหมายหลายอย่าง ทั้งการถูกห้ามหรือถูกตัดทอน เช่น ภาพยนตร์ถูกเซ็นเซอร์ การตรวจพิจารณา เช่น จดหมายถูกเซ็นเซอร์ก่อนถูกส่งไปยังคนอ่าน และหมายถึง บุคคลผู้ทำหน้าที่ตรวจพิจารณา เช่น เซ็นเซอร์สั่งให้ลบเสียงถ้อยคำไม่สุภาพออกจากละครโทรทัศน์²⁵

ความหมายของคำว่า เซ็นเซอร์ จากพจนานุกรมชื่อ Macquarie Dictionary โดยได้บอกความหมายของเซ็นเซอร์ ไว้ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ตรวจพิจารณาหนังสือ บทละคร รายงานข่าว ภาพยนตร์ รายการวิทยุ เพื่อขจัดเนื้อหาที่ขัดกับศีลธรรม การเมือง การทหารหรือเหตุอื่น ๆ
2. บุคคลใดก็ตามผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบและสอดส่องดูแล การกระทำหรือศีลธรรมของผู้อื่น
3. นักวิจารณ์ที่คอยจับผิด หรือพวกที่ชอบจับผิด
4. เจ้าหน้าที่ของโรมันสองคนผู้ทำหน้าที่จดทะเบียนพลเมือง และดูแลเกี่ยวกับศีลธรรม
5. เป็นความหมายทางจิตวิเคราะห์ เป็นแรงผลักดันทางจิตที่ขจัดความคิดและความรู้สึกออกจากจิตสำนึก
6. ตรวจพิจารณาและกระทำแบบที่ผู้ตรวจพิจารณากระทำ
7. การลบทิ้งหรือทำให้หายไปในการเซ็นเซอร์

²⁵ กฤษดา เกิดดี, การเซ็นเซอร์ (Censorship) (กรุงเทพมหานคร: บริษัท จรัลสนิทวงศ์ การพิมพ์ จำกัด, 2548), น. 10-13.

คำว่า “การเซ็นเซอร์” (Censorship) ความหมายที่สันที่สุดของการเซ็นเซอร์คือ “การหยุดยั้งการสื่อสาร” จากความหมายสั้น ๆ นี้ นำไปสู่การหาความหมายที่มีการขยายความละเอียดมากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้ การเซ็นเซอร์รวมถึงการกระทำอย่างเป็นระบบเพื่อควบคุมความคิดและการสื่อสาร

การเซ็นเซอร์ คือ การควบคุมการสื่อสารของผู้คน รวมไปถึงการจำกัดการแสดงออกผ่านการตีพิมพ์ในหนังสือ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร จำกัดการแสดงออกผ่านทางภาพยนตร์ ละคร และโทรทัศน์ ตลอดจนถึงการสื่อสารผ่านทางวิทยุ ส่วนใหญ่แล้วการเซ็นเซอร์มักเป็นการปฏิบัติโดยรัฐบาล แต่บางครั้งกลุ่มพลังทางการเมือง และกลุ่มศาสนาก็เข้ามาบีบบังคับในการควบคุมการไหลของข้อมูลข่าวสาร

การเซ็นเซอร์ของไมเคิล สแคมเมลล์ (Michael Scammell) ผู้ทำหน้าที่บรรณาธิการ Index on Censorship ระหว่างปี ค.ศ. 1971-1980 โดยสแคมเมลล์ได้สรุปว่า การเซ็นเซอร์ สำหรับวัตถุประสงค์ในทางปฏิบัติทั้งหมดเป็นการควบคุมอย่างเป็นระบบต่อเนื่องหาทางการสื่อสารผ่านการสื่อสารทุกชนิดและผ่านทางสื่อทุกประเภท โดยอาจใช้วิธีการทางรัฐบาลหรือทางการ ทางศาล ทางการบริหาร ทางการเงิน หรือแม้แต่มาตรการทางกายภาพโดยความเห็นชอบของชนชั้นปกครองหรือชนชั้นนำ ทั้งนี้อาจมีการใช้ความรุนแรงหรือไม่ก็ได้ อาจเป็นการกระทำที่เบ็ดเสร็จหรือไม่เบ็ดเสร็จก็ได้ และอาจรวมหรือไม่รวมการโฆษณาชวนเชื่อก็ได้

สามารถสรุปได้ว่า การเซ็นเซอร์ คือ “การควบคุมและจำกัดการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกระดับ รวมถึงการกีดกัน ขัดขวาง และห้ามการสื่อสาร ตลอดจนความพยายามที่จะกั้นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร”

สิ่งหนึ่งซึ่งน่านำมาพิจารณาก็คือ ในการให้ความหมายข้างต้นมีการกล่าวถึงว่าการเซ็นเซอร์เป็นการควบคุมการสื่อสารทุกชนิดทุกระดับ แต่ก็มี ความพยายามที่จะขยายขอบเขตของการเซ็นเซอร์ให้กว้างไกลออกไปอีก โดยมีผู้นำเสนอแนวคิดว่าการเซ็นเซอร์นั้นไม่ใช่การควบคุม ศิลปะและความคิด แต่ยังหมายถึง ความพยายามที่จะเข้ามาควบคุมชีวิต

ปฐมบทการเซ็นเซอร์ในสังคมไทย²⁶

มีการบันทึกว่า การเซ็นเซอร์อย่างเป็นทางการเกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยกฎหมายเกี่ยวกับการพิมพ์ปี พ.ศ. 2462 เป็นกฎหมายเซ็นเซอร์ฉบับแรก ซึ่งการลงความเห็นดังกล่าวน่าจะ

²⁶ เรื่องเดียวกัน, น. 35-40.

จำกัดเฉพาะการเซ็นเซอร์สื่อ การสำรวจค้นหาต้นกำเนิดการเซ็นเซอร์ในบริบทสังคมไทย ต้องย้อนกลับไปไกลก่อนยุคที่จะมีสื่อสิ่งพิมพ์

การเซ็นเซอร์ในไทยนั้นไม่น่าจะแตกต่างไปจากการเซ็นเซอร์ที่เกิดขึ้นในสังคมอื่น และเป็นไปได้น่าจะได้อิทธิพลมาจากแหล่งอื่นด้วย เช่น จากอินเดีย และการเซ็นเซอร์น่าจะมีต้นกำเนิดในราชสำนัก โดยผู้ปกครองเป็นผู้เกี่ยวข้องกับการเซ็นเซอร์

ด้วยการขึ้นำของการศึกษาประวัติศาสตร์ไทยกระแสหลัก การสำรวจหาการเซ็นเซอร์ตั้งแต่สมัยสุโขทัย ซึ่งจากหลักฐานที่มียังไม่สามารถยืนยันได้อย่างแน่ชัดว่ามีการเซ็นเซอร์แบบใดแบบหนึ่งในสมัยสุโขทัย จากนั้นเมื่อศึกษาสมัยอยุธยา ก็พบว่าการเซ็นเซอร์เกิดขึ้นแล้ว

ในสมัยพระเจ้าอู่ทองได้มีการใช้กฎหมายเทียบบาล ซึ่งออกใช้ในปี 1903 เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทและอำนาจของผู้ปกครองอย่างชัดเจน ทำให้พอมองเห็นร่องรอยของการเซ็นเซอร์บ้าง เช่น การห้ามไม่ให้ขุนนางติดต่อสื่อสารกันก็คือการเซ็นเซอร์อย่างหนึ่ง ในกรณีราชคัพพนั้นเป็นการสร้างคำที่ใช้เฉพาะผู้ปกครอง และห้ามคนทั่วไปใช้นั้นหมายความว่า มีการห้ามทำการสื่อสารโดยใช้คำจำนวนหนึ่ง จึงอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการควบคุมจำกัดและปิดกั้นการสื่อสารในลักษณะหนึ่งนั่นเอง

การสำรวจการเซ็นเซอร์ยุคแรกในไทย อาจทำได้ในอีกมิติหนึ่งนั่นคือ สำรวจในด้านศิลปะและวรรณคดี โดยในด้านนี้มีงานเขียน 3 เล่ม ที่มีบทบาทสำคัญในการขึ้นำและให้หลักฐานที่เป็นประโยชน์ งานเขียนทั้ง 3 เล่ม ประกอบด้วย “สายธารวรรณกรรมเพื่อชีวิตของไทย” ของ เสถียร จันทิมาธร “ปากไก่และใบเรือ” และ “ประวัติศาสตร์รัตนโกสินทร์ในราชพงศาวดารอยุธยา” ของ นิธิ เอียวศรีวงศ์

เสถียร จันทิมาธร ได้ศึกษาวรรณคดีสมัยอยุธยา แล้วตั้งข้อสังเกตว่ากวีในสมัยนั้นมักเป็นกษัตริย์หรือเจ้านายชั้นสูง ในด้านรูปแบบการเขียนก็ใช้ภาษาที่ “แพรวพราวสูงศักดิ์ ห่างไกลจากภาษาของสามัญชน” ในขณะที่การเผยแพร่วรรณคดีก็มีอยู่ในวงจำกัด สามารถพิจารณาได้ว่าในแวดวงวรรณคดีก็มีการเซ็นเซอร์แล้ว โดยมีการควบคุมและปิดกั้นการสื่อสารอย่างน้อย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ผลิตสาร (ในที่นี้คือกวี ซึ่งจำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นสูง) ส่วนของสาร (ผ่านทางการใช้ภาษาที่ยากแก่การเข้าถึงของชาวบ้าน) และในส่วนของผู้รับสาร (ควบคุมการเผยแพร่ให้อยู่ในแวดวงจำกัด) ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีลักษณะเป็นการเซ็นเซอร์อย่างชัดเจน นอกจากนั้น การควบคุมดังกล่าวยังปรากฏลักษณะของการสร้างสภาวะการเป็นผู้นำหรือการครองความเป็นใหญ่ทางวัฒนธรรมอีกด้วย

จากตัวอย่างที่ได้บรรยายไป ทำให้พอจะสรุปได้ว่าการเซ็นเซอร์การสื่อสารอย่างเป็นทางการน่าจะมีมาตั้งแต่ต้นอยุธยาและสืบทอดมาถึงต้นรัตนโกสินทร์ โดยมีความคล้ายคลึงกันทั้งในแง่เป้าหมายและวิธีการ

เหตุผลของการเซ็นเซอร์²⁷

เหตุผล (Justifications) ในที่นี้ก็คือ เนื้อหาการสื่อสารหรือสิ่งใดก็ตามที่ถูกใช้เป็นเหตุผลเพื่อการเซ็นเซอร์ เหตุผลของการเซ็นเซอร์มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการเซ็นเซอร์ จนบางครั้งอาจกลายเป็นสิ่งเดียวกัน เช่น “เพื่อความมั่นคงของชาติ” เป็นวัตถุประสงค์ ส่วน “ความมั่นคงของชาติ” เป็นเหตุผล

เหตุผลของการเซ็นเซอร์การสื่อสารทุกประเภทสามารถสรุปได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลที่เป็นความลับ ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร บริษัท หรือหน่วยงานของรัฐ อาจจะเป็นข้อมูลที่เป็นความลับเป็นสิ่งที่ถูกควบคุมการเผยแพร่หรือการเข้าถึง หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นข้อมูลที่ถูกเซ็นเซอร์

2. ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย การผลิตซ้ำหรือการทำลอกเลียนแบบงานสื่อสารถือว่าผิดกฎหมายและถือว่าเป็นสิ่งต้องห้าม กล่าวอีกอย่างก็คือ การกระทำการใด ๆ ที่ละเมิดลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นสิ่งที่ต้องเซ็นเซอร์ การเซ็นเซอร์งานสื่อสารที่ละเมิดลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา อาจมีตั้งแต่การเซ็นเซอร์กระบวนการผลิต เช่น การห้ามถ่ายทำหรือบันทึกภาพของภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ หรือการเซ็นเซอร์การเผยแพร่ เช่น กวาดล้างจับกุมแหล่งจำหน่ายวีซีดีภาพยนตร์ที่ละเมิดลิขสิทธิ์

3. การทุจริต (Corruption) เป็นเหตุผลของการเซ็นเซอร์ที่พบได้เป็นประจำในงานสื่อสารผ่านทางสื่อหนังสือพิมพ์ เมื่อหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งต้องการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับการทุจริตของนักการเมือง ทางฝ่ายนักการเมืองผู้เสียผลประโยชน์จากข่าวที่จะเผยแพร่อาจพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อเซ็นเซอร์ไม่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทุจริตของตนเผยแพร่สู่สาธารณชน

4. ภาษาและการครอบงำทางวัฒนธรรม ในหลายประเทศภาษาถูกใช้เป็นเครื่องมือในการครอบงำทางวัฒนธรรม มีการกำหนดบังคับให้ใช้ภาษาใดภาษาหนึ่ง รวมถึงการบังคับให้ใช้วัฒนธรรมอย่างหนึ่งและห้ามวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่ง เช่น ในตุรกีมีการกำหนดบังคับห้ามใช้ภาษา

²⁷ เรื่องเดียวกัน, น. 45-55.

ของชนกลุ่มน้อยคือ ชาวเคิร์ด สื่อที่นำเสนอเนื้อหาที่สนับสนุนภาษาและวัฒนธรรมของชาวเคิร์ด จะต้องถูกลงโทษ

ตัวอย่างของคนไทยคือการพยายามสร้างภาษาไทยที่เป็นมาตรฐาน และไม่สนับสนุนให้ใช้ภาษาท้องถิ่นหรือภาษาของชนกลุ่มน้อยเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร นอกจากนั้นยังรวมถึงการบังคับทางด้านวัฒนธรรมด้วย

5. ความลำเอียงของสื่อ (Media Bias) หมายถึง การที่สื่อมีความลำเอียงในการนำเสนอข่าวสาร เพื่อตอบสนองต่อผลประโยชน์ของรัฐบาลบางประเทศหรือต่อผลประโยชน์ของบุคคลบางกลุ่ม และองค์กรบางองค์กร หรือแม้แต่ตอบสนองต่ออุดมการณ์บางอุดมการณ์ และด้วยความลำเอียงเช่นนั้นจึงมีผู้ที่คิดว่าจำเป็นต้องเซ็นเซอร์ข่าวสารที่ลำเอียง หรือเป็นผลมาจากความลำเอียง ตัวอย่างเช่น ในประเทศมาเลเซียยุคหนึ่ง รัฐบาลมาเลเซียเชื่อว่าประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างประเทศตะวันตก มักนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศโลกที่สามด้วยความลำเอียง การนำเสนอข่าวสารดังกล่าวจึงสมควรถูกเซ็นเซอร์

6. ความมั่นคงของชาติ ในแง่ความมั่นคงของชาติ (National Security) นั้นมีทั้งเป็นเหตุผลจริง ๆ และเหตุผลที่เป็นเพียงข้ออ้าง เหตุผลในด้านความมั่นคงอย่างแท้จริงก็คือ การที่ต้องควบคุมการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อมิให้ข่าวสารเกี่ยวกับความลับของประเทศเผยแพร่ไปยังฝ่ายที่จะได้ประโยชน์ซึ่งกระทบต่อความมั่นคง ด้วยความเชื่อที่ว่าถ้าหากปล่อยให้มีการเผยแพร่ข่าวสารอย่างเสรี อาจเป็นผลเสียหายร้ายแรงต่อความมั่นคง เช่น การเผยแพร่ความลับทางการทหาร

อีกเหตุผลหนึ่งซึ่งเป็นเพียงข้ออ้าง หรือเป็นเหมือนข้ออ้างก็คือ การที่รัฐเข้ามาควบคุมการสื่อสารด้วยการครอบครองสื่อบางประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง โดยอ้างเหตุผลเรื่องความมั่นคงในแง่นี้ เป็นเรื่องยากที่จะหาเหตุผลเชื่อมโยง เพื่ออธิบายว่าถ้าหากปล่อยให้ประชาชนแล้วจะกระทบความมั่นคงอย่างไร

7. การโฆษณาชวนเชื่อ การสื่อสารที่เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) คือ การนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ แนวคิดหรืออุดมการณ์บางอุดมการณ์ โดยอาจมีการนำเสนอข่าวสารที่มีการแต่งเติมหรือบิดเบือน งานสื่อสารที่มีลักษณะโฆษณาชวนเชื่อจึงเป็นเหตุผลหนึ่งซึ่งถูกใช้เพื่อการเซ็นเซอร์

8. แหล่งข่าว ในการนำเสนอข่าวสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอโดยสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งต้องนำเสนอข่าวที่อาศัยแหล่งข่าวเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เมื่อข่าวถูกตีพิมพ์เผยแพร่ชื่อของแหล่งข่าวมักถูกเซ็นเซอร์โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น เขียนเพียงคำว่า “แหล่งข่าวกล่าวว่า” หรือไม่ระบุว่า มีแหล่งข่าว (คือไม่มีการอ้างถึงเลย) เหตุผลสำคัญที่น่าจะทำให้ต้องเซ็นเซอร์ชื่อของแหล่งข่าวก็คือ

เหตุผลเรื่องความปลอดภัยและเหตุผลทางกฎหมาย ถ้าหากไม่เซ็นเซอร์ชื่อของแหล่งข่าว แหล่งข่าว อาจได้รับอันตรายหรือไม่ก็ถูกฟ้องดำเนินคดี

9. สาธารณสุข สาธารณสุขเป็นเหตุผลหนึ่งซึ่งถูกใช้เพื่อการเซ็นเซอร์การสื่อสารในหลายประเทศ กำหนดกฎเกณฑ์หรือข้อบังคับเพื่อควบคุมการสื่อสารก็เพื่อปกป้องสุขภาพของประชาชน ตัวอย่างที่ชัดเจน ได้แก่ การห้ามโฆษณาเผยแพร่ภาพหรือข้อความโฆษณาสินค้าประเภท บุหรี่และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

สำหรับประเทศไทยสาธารณสุขก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ใช้เพื่อการเซ็นเซอร์การโฆษณา สินค้าประเภทบุหรี่ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยอาจเซ็นเซอร์หลายระดับ เช่น ห้ามเผยแพร่ อย่างเด็ดขาด หรือเผยแพร่ได้ตามช่วงเวลาที่กำหนด

10. ศีลธรรม ศีลธรรมมีความหมายครอบคลุมถึงบรรทัดฐานและหลักแห่งความประพฤติ อันเป็นแบบอย่างที่ดี งานศิลปะหรืองานสื่อสารที่กระทบกับศีลธรรมอาจถูกเซ็นเซอร์ โดยหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย มักใช้คำว่าศีลธรรมอันดีของประชาชน เหตุผลทางด้านศีลธรรมในลักษณะที่เป็นรูปธรรม อาทิ งานสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาลามกอนาจารและภาพโป๊เปลือย จัดว่าเป็นเหตุผลย่อยที่ถูกใช้บ่อยครั้งในการเซ็นเซอร์ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการแสดงออกหรือนำเสนอเนื้อหาที่ขัดต่อศีลธรรม

กรณีที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ผิดศีลธรรม เช่น ภาพยนตร์บางเรื่องที่เล่าเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างแม่กับลูกชาย หรือพ่อกับลูกสาว แม้ไม่มีฉากโป๊เปลือยก็อาจถูกเซ็นเซอร์ด้วยเหตุผลทางศีลธรรม

เหตุผลทางด้านศีลธรรมยังรวมถึงการเซ็นเซอร์ถ้อยคำที่หยาบคาย หรือมีความหมายเกี่ยวกับเรื่องเพศหรืออวัยวะเพศ ตลอดจนครอบคลุมการสื่อสารลักษณะอื่น ๆ อีก เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Pink Flamingos ของ จอห์น วอเตอร์ส ถูกห้ามเผยแพร่ในบางรัฐในสหรัฐอเมริกา เหตุเพราะถูกพิจารณาว่าลามกอนาจาร หนึ่งในหลาย ๆ ฉากที่น่าจะทำให้ถูกเซ็นเซอร์ด้วยเหตุผลดังกล่าวก็คือ ฉากตัวละครกินอุจจาระสุนัข โดยภาพยนตร์นำเสนอให้เห็นว่าเป็นการกินอุจจาระสุนัขจริง ๆ

เหตุผลทางด้านศีลธรรมโดยเฉพาะในแง่ลามกอนาจาร และโป๊เปลือยเป็นเหตุผลที่ดูเหมือนว่าจะจะเป็นเหตุผลที่มีชื่อเสียงที่สุด และเป็นประเด็นที่ถูกนำมาวิพากษ์วิจารณ์มากที่สุดด้วย อาจเป็นไปได้ว่าการพิจารณาตัดสินว่าสิ่งใดลามกอนาจารหรือโป๊เปลือยนั้นเกี่ยวข้องกับบริบทที่หลากหลายและซับซ้อน

11. ความสงบเรียบร้อย ความสงบเรียบร้อยเป็นเหตุผลอีกข้อที่มีบทบาทสำคัญในการเซ็นเซอร์ งานสื่อสารใดที่ถูกพิจารณาว่าขัดต่อความสงบเรียบร้อยของสังคมมักถูกเซ็นเซอร์

12. การเหยียดผิว การเหยียดผิวเป็นอีกเหตุผลที่ใช้เพื่อการเซ็นเซอร์การสื่อสารที่มีลักษณะหรือมีท่าทีหรือส่งสัญญาณแสดงการดูถูกสีผิวและเชื้อชาติ การสื่อสารนั้นอาจถูกเซ็นเซอร์ในบางสังคม เช่น ในเยอรมนีหนังสือ Eye for an Eye ถูกห้ามไม่ให้เผยแพร่เพราะถูกมองว่ามีเนื้อหาต่อต้านบางเชื้อชาติ

13. การลบหลู่ศาสนา เหตุผลเรื่องการลบหลู่ศาสนาอาจแยกย่อยได้เป็น 2 ลักษณะ ลักษณะแรกเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ขัดกับหลักคำสอนของศาสนาหรือท้าทายคำสอนเดิมของศาสนา อีกลักษณะหนึ่ง ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาในลักษณะดูถูกหรือดูหมิ่น อาจดูหมิ่นคำสอนบุคคลในศาสนาหรือศาสดาของศาสนานั้น ๆ การเซ็นเซอร์หนังสืออย่าง The Satanic Verses และ The Last Temptation of Christ ในหลายประเทศ เป็นตัวอย่างของการเซ็นเซอร์ด้วยเหตุผลทางด้านศาสนา

14. สิทธิของผู้อื่น เสรีภาพของการสื่อสารและการแสดงออกอาจถูกควบคุม ถูกจำกัด หรือแม้แต่ถูกเซ็นเซอร์ ถ้าหากว่าการสื่อสารนั้นละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น การเซ็นเซอร์การสื่อสารอันเนื่องมาจากเหตุผลในแง่สิทธิส่วนบุคคลและความเป็นส่วนตัว เช่น การใช้แถบสีดำคาดบริเวณใบหน้าบุคคลที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ต้องหาในคดีฆาตกรรม เมื่อมีการลงภาพข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือการทำภาพให้ไม่ชัดในข่าวทางโทรทัศน์ หรือการใช้ชื่อสมมติ ทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างของการเซ็นเซอร์เพื่อปกป้องสิทธิของบุคคล

15. การดูหมิ่นทางเพศ การดูหมิ่นทางเพศหรือการเหยียดเพศที่ปรากฏในสื่อหรือการสื่อสารอาจถูกเซ็นเซอร์ได้ เช่น ในประเทศนิการากัวเคยมีการห้ามนำผู้หญิงมาเสนอเพื่อการค้าหรือในลักษณะที่เป็นวัตถุทางเพศ

16. สถานการณ์พิเศษ เช่น สภาวะสงครามหรือเหตุการณ์ฉุกเฉิน รัฐบาลอาจออกกฎหมายเพื่อควบคุมการนำเสนอข่าวสาร อย่างเช่น ในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง รัฐบาลอังกฤษตั้งกระทรวงข่าวสารเพื่อควบคุมการนำเสนอข่าวสารของสื่อ รวมทั้งเข้าไปแทรกแซงการสื่อสารบางประเภทที่รัฐบาลไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวในสถานการณ์ปกติ ช่วงนั้นทางการของอังกฤษได้แต่งตั้งให้มีตัวแทนของกระทรวงข่าวสารเข้าไปร่วมเป็นพนักงานตรวจพิจารณาภาพยนตร์ (British Board of Film Censors) โดยตัวแทนทั้งหมดเป็นทหาร ซึ่งตามสถานการณ์ปกติการตรวจพิจารณาภาพยนตร์เป็นหน้าที่ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่เกี่ยวกับรัฐบาล

ประเทศไทยก็เคยมีการนำสถานการณ์พิเศษมาใช้เพื่อควบคุมการนำเสนอข่าวสาร เช่น เมื่อมีการก่อรัฐประหาร และตัวอย่างล่าสุดก็คือ การประกาศใช้พระราชกำหนดบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ในกฎหมายดังกล่าวมีการระบุอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการควบคุมการนำเสนอข่าวสารของสื่อ

17. ความรุนแรง มีความหมายครอบคลุมถึงการนำเสนอภาพการสังหาร การกระทำที่ทำให้เกิดความสยดสยอง หรือการบรรยายกลวิธีในการก่ออาชญากรรมรุนแรงอย่างละเอียด ความรุนแรงเป็นเหตุผลที่อาจนำไปใช้ร่วมกับเหตุผลอื่น เช่น ความสงบเรียบร้อยและศีลธรรม ตัวอย่างเช่น การนำเสนอภาพการทารุณสัตว์เป็นไปได้อาจถูกเซ็นเซอร์ ทั้งในด้านศีลธรรมและความรุนแรง หรือการนำเสนอภาพประชาชนลุกขึ้นทำลายอาคารรัฐบาล ก็อาจถูกเซ็นเซอร์เพราะเหตุผลในเรื่องความรุนแรงและความสงบเรียบร้อย

นอกเหนือไปจากเหตุผลของการเซ็นเซอร์ที่กล่าวมาแล้ว ยังมีเหตุผลอื่น ๆ เช่น การวิจารณ์ผู้นำประเทศหรือรัฐบาลและสถาบันกษัตริย์ ตัวอย่างเช่น ในอิรักช่วงสมัยหนึ่ง ประธานาธิบดีเป็นบุคคลที่อยู่เหนือการวิพากษ์วิจารณ์ หรือสถาบันกษัตริย์ซึ่งเป็นเรื่องต้องห้ามหรือต้องนำเสนอข่าวสารด้วยความระมัดระวังอย่างยิ่ง อย่างเช่นในประเทศโมร็อกโก มีการยืนยันชัดเจนว่าสถาบันกษัตริย์เป็นสถาบันที่ห้ามวิพากษ์วิจารณ์ สำหรับประเทศไทย กรณีที่มีชื่อเสียงมากที่สุดน่าจะเป็นการห้ามฉายภาพยนตร์เรื่อง Anna and The King

การเซ็นเซอร์กับการควบคุม

ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างการเซ็นเซอร์กับการควบคุม สามารถนำเสนอความคิดได้ว่าการเซ็นเซอร์เหมือนกับการควบคุมในแง่วัตถุประสงค์แต่แตกต่างกันในแง่วิธีการ โดยการเซ็นเซอร์และการควบคุมมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์คือ ไม่ต้องการให้หนังสือ วารสาร ภาพยนตร์ รายการวิทยุและโทรทัศน์ได้ไปถึงผู้รับสารทั้งหมดหรือบางส่วน แต่สิ่งที่แตกต่างกันก็คือ การเซ็นเซอร์เป็นการห้ามที่เบ็ดเสร็จเด็ดขาด และมีบทลงโทษทางกฎหมาย แต่การควบคุมเป็นการใช้พลังกดดัน เช่น โดยกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วง ซึ่งการควบคุมดังกล่าวนี้ไม่ได้มีอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาด²⁸

สามารถยกตัวอย่างให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมได้ดังนี้ ตัวอย่างแรก เมื่อบิดามารดาห้ามหรือป้องกันไม่ให้ลูกอ่านหนังสือเล่มหนึ่ง (จะโดยสั่งห้ามหรือการนำหนังสือไปเก็บในที่มืดปิด) ถูกพิจารณาว่าเป็น “การควบคุม” ไม่ใช่ “การเซ็นเซอร์” แต่ถ้าหากว่าหนังสือเล่มนั้นถูกรัฐบาลสั่งห้ามจำหน่ายหรือทางการสั่งไม่ให้มีการส่งถึงมือผู้รับทางไปรษณีย์ เรียกว่าเป็นการเซ็นเซอร์ ตัวอย่างที่สอง เมื่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งห้ามไม่ให้ผู้นำคอมมิวนิสต์กล่าวปราศรัยกับกลุ่มนักศึกษาที่บริเวณมหาวิทยาลัย ก็เป็น “การควบคุม” โดยผู้นำคอมมิวนิสต์อาจไปพูดต่อหน้านักศึกษาที่

²⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 15-24.

สนใจนอกมหาวิทยาลัยได้ แต่ถ้าหากเมืองหรือรัฐหรือรัฐบาลกลางสั่งห้ามไม่ให้คนผู้นั้นกล่าวปราศรัยทุกแห่ง การห้ามดังกล่าวจึงจะเป็นการเซ็นเซอร์

จากกรณีตัวอย่างที่ยกมาแสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างกันระหว่างการเซ็นเซอร์กับการควบคุม โดยแสดงให้เห็นว่าการเซ็นเซอร์นั้นเบ็ดเสร็จเด็ดขาดกว่า และเป็นการปฏิบัติในระดับกว้างและอาจรวมถึงการกระทำอย่างเป็นทางการโดยมีอำนาจของทางการรองรับ การกระทำทั้งสองกรณีเป็นการเซ็นเซอร์ ทั้งการห้ามไม่ให้ลูกอ่านหนังสือหรือการไม่ให้ผู้นำคอมมิวนิสต์พูด ไม่สำคัญว่าจะห้ามโดยใครหรือใครเป็นผู้ห้ามก็สามารถเรียกได้ว่าเป็นการเซ็นเซอร์ โดยตามกรอบแนวคิดจากนิยามที่นำเสนอไปแล้ว การควบคุมการสื่อสารทุกอย่างเป็นการเซ็นเซอร์

จากตัวอย่างแรกไม่สำคัญว่าคนห้ามจะเป็นบิดามารดาผู้ปกครองหรือรัฐบาล แต่สิ่งสำคัญก็คือ เด็กคนหนึ่งถูกห้ามไม่ให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างหนึ่ง ซึ่งก็คือหนังสือ โดยในกรณีนี้มีการเซ็นเซอร์ 2 ลักษณะคือ เซ็นเซอร์หนังสือ คือการเซ็นเซอร์สาร และเซ็นเซอร์เด็ก คือเซ็นเซอร์ผู้รับสาร

อย่างไรก็ตามต้องยอมรับว่าการเซ็นเซอร์กับการควบคุมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันจนยากจะแยกออกได้ เมื่อมีการเซ็นเซอร์ เช่น การห้ามเผยแพร่สื่อลามกอนาจาร ห้ามเผยแพร่ภาพมิวสิกวิดีโอบางเพลง ก็อาจถูกเรียกว่าเป็นการควบคุม ไม่ใช่คำว่า การเซ็นเซอร์ แต่แท้ที่จริงแล้วมันคือการเซ็นเซอร์นั่นเอง

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการเซ็นเซอร์กับการควบคุม จะพบว่าทั้งสองอย่างมีความสัมพันธ์อันสำคัญยิ่ง การควบคุมเป็นวิธีการหรือเครื่องมืออย่างหนึ่งของการเซ็นเซอร์ และในขณะเดียวกันการควบคุมเป็นเป้าหมายของการเซ็นเซอร์ คือเซ็นเซอร์เพื่อให้สามารถควบคุมหรือเพื่อมีอำนาจในการควบคุม สรุปได้ว่าการควบคุมเป็นทั้งวิธีการ และเป้าหมายของการเซ็นเซอร์

การเซ็นเซอร์กับการคัดเลือก

ประเด็นการเซ็นเซอร์กับการคัดเลือก เป็นประเด็นเกี่ยวกับการควบคุมหนังสือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานทางด้านบรรณารักษ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจัดหาหนังสือและวารสารเข้าประจำห้องสมุด และอาจเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกหนังสือที่กระทำโดยผู้ปกครองซึ่งต้องการเลือกหนังสือให้บุตรหลาน เหตุที่ทำให้เกิดความพยายามที่จะแยกแยะความแตกต่างก็เพราะว่าการคัดเลือกกับการเซ็นเซอร์มีลักษณะใกล้เคียงกันมาก อย่างแรกก็คือ เป็นการเข้าไปควบคุมการไหลของข้อมูลข่าวสารเหมือนกัน โดยการคัดเลือกหนังสือก็เป็นเหมือนการดักกรองการไหลของข้อมูลข่าวสาร อย่างที่สองคือ การคัดเลือกหนังสือมีผลกระทบกับความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล

ข่าวสาร และอาจทำให้ผู้อ่านบางคนหรือจำนวนมากไม่สามารถอ่านหนังสือบางประเภทหรือบางเล่มได้ เพราะหนังสือบางเล่มเหล่านั้นไม่ถูกเลือกให้มาวางบนชั้นหนังสือในห้องสมุด

มีการแยกแยะความแตกต่างระหว่างการเซ็นเซอร์กับการคัดเลือกไว้ดังนี้

1. การคัดเลือกเป็นการกระทำที่เป็นโน้มน้าวไปในทางการให้เสรีภาพทางความคิด แต่การเซ็นเซอร์เป็นการกระทำที่ต้องการควบคุม
 2. การคัดเลือกมุ่งค้นหาคุณค่าของหนังสือด้วยความคิดที่เป็นบวก แต่การเซ็นเซอร์มุ่งเข้าหาหนังสือด้วยความคิดที่เป็นลบ
 3. ผู้ที่เป็นคนคัดเลือกต้องการปกป้องสิทธิของคนอ่าน แต่เซ็นเซอร์พยายามปกป้องตัวเองให้พ้นจากจินตนาการเพื่อผืนอันเนื่องจากผลของการอ่าน
 4. ผู้ที่คัดเลือกหนังสือมีความเชื่อมั่นในสติปัญญาของผู้อ่าน แต่เซ็นเซอร์เชื่อมั่นเฉพาะแต่ตัวเอง
 5. การคัดเลือกเป็นประชาธิปไตย แต่การเซ็นเซอร์นั้นเป็นอำนาจนิยม
- เมื่อพิจารณาดูแล้วสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การคัดเลือกเป็นสิ่งที่ดี และการเซ็นเซอร์เป็นสิ่งที่เลว

การเซ็นเซอร์ตัวเอง

เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาความหมายของคำว่าเซ็นเซอร์มีอยู่ข้อหนึ่ง ซึ่งบอกว่าเซ็นเซอร์เป็นความหมายทางจิตวิเคราะห์ จากจุดนี้ไปสู่การสำรวจความหมายอีกด้านหนึ่งของการเซ็นเซอร์นั่นคือ การเซ็นเซอร์ตัวเอง (Self-Censorship)

เซ็นเซอร์เป็นแรงผลักดันทางจิตที่ขจัดความคิดและความรู้สึกออกจากจิตสำนึก โดยในทางจิตวิเคราะห์นั้นมีความเชื่อว่าคนเราเซ็นเซอร์ตัวเองอยู่เป็นประจำไม่สามารถอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใด ตามทฤษฎีของฟรอยด์ จะมีกลไกทางจิตที่ช่วยจัดการกับความวิตกกังวลหรือความคิดคำนึงเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่ไม่พึงปรารถนาหรือไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม โดยกลไกตัวนี้เรียกว่า เซ็นเซอร์ (Censor)

การเซ็นเซอร์ตัวเองตามมุมมองของสแคมเมลล์เป็นกิจกรรมที่เป็นผลมาจากแรงกดดันภายนอกหรือการเซ็นเซอร์โดยองค์กรของรัฐ หรือองค์กรลักษณะอื่น ๆ เช่น นักหนังสือพิมพ์คนหนึ่งเลือกที่จะไม่นำเสนอเนื้อหาบางประเด็นเนื่องจากเกรงว่าจะมีปัญหาเกี่ยวกับทางฝ่ายเซ็นเซอร์ หรือแม้แต่กรณีนักเขียนคนหนึ่งยอมแก้ไขภาษา หรือปรับเปลี่ยนมุมมองบางประการให้สอดคล้องกับ

ผู้อ่านที่เป็นอนุรักษนิยม เพราะเกรงว่าจะมีผลกระทบกับแนวคิดของอนุรักษนิยม ทั้งสองตัวอย่างนี้ถือเป็นการเซ็นเซอร์ตัวเอง

อย่างไรก็ตามถ้าหากเป็นกรณีที่เป็นการทำหน้าที่ตามขั้นตอนในกองบรรณาธิการ โดยบรรณาธิการตรวจพิจารณาต้นฉบับ ซึ่งอาจจะมีบางตอนที่ต้องตัดทอนออกด้วยเหตุผลทางด้านเนื้อที่ หรือความไม่เหมาะสมอื่น ๆ กรณีอย่างนี้ไม่ถือว่าเป็นการเซ็นเซอร์ตัวเอง ตัวอย่างเช่น กรณีแรก คนดูยกมือปิดตาทุกครั้งให้เห็นภาพการฆ่าอย่างสยดสยอง หรือภาพปีศาจที่กำลังหลอกตัวละครในโรงภาพยนตร์สยองขวัญเพราะความหวาดกลัว กรณีนี้เป็นการกระทำที่ถือว่าไม่ใช่การเซ็นเซอร์ตัวเอง เพราะว่าไม่ได้เป็นการกระทำอันเนื่องมาจากแรงกดดันภายนอก

กรณีที่สอง การที่คนคนหนึ่งไม่ยอมกล่าวคำหยาบทั้ง ๆ ที่อยากจะกล่าว เพราะเกรงว่าถ้ากล่าวออกไปแล้วจะถูกมองว่าเป็นคนหยาบคายไร้การศึกษา กรณีนี้คน ๆ นั้นได้เซ็นเซอร์ตัวเองเป็นการกระทำเพราะแรงกดดันทางสังคม โดยเขาไม่กล้ากระทำเพราะแรงกดดันทางสังคม หรือแรงกดดันภายนอก

กรณีที่สาม การที่นักแสดงสตรีไทยจำนวนมากไม่ยอมเล่นบทโปเปลือยในภาพยนตร์ เพราะกลัวกระทบชื่อเสียง มองเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีนักแสดงสตรีไทยเซ็นเซอร์ตัวเองเพราะถูกกดดันด้วยค่านิยมเกี่ยวกับความเป็นหญิง

กล่าวโดยสรุปการเซ็นเซอร์ตัวเองเป็นรูปแบบหนึ่งของการเซ็นเซอร์ โดยคน ๆ หนึ่งไม่ยอมหรือไม่กล้าทำการสื่อสารหรือแสดงออกเพราะความเกรงกลัวต่อความเสี่ยงที่จะได้จากการเซ็นเซอร์ภายนอก อันอาจเป็นการเซ็นเซอร์โดยกฎหมาย องค์กร สถาบัน หรือกลุ่มพลัง การเซ็นเซอร์ตัวเองจึงเป็นการเซ็นเซอร์ที่เกี่ยวข้องกับการเซ็นเซอร์จากภายนอก

วิธีการเซ็นเซอร์ที่กระทำโดยรัฐและที่กระทำโดยองค์กรเอกชน

วิธีการเซ็นเซอร์แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การเซ็นเซอร์ที่รับผิดชอบโดยหน่วยงานของรัฐ และการเซ็นเซอร์ที่มีใช่เป็นการปฏิบัติโดยรัฐ²⁹

ประเภทแรกเป็นการเซ็นเซอร์โดยรัฐหรือหน่วยงานของรัฐ โดยรัฐหรือหน่วยงานของรัฐมีการกำหนดกฎระเบียบและขั้นตอนการเซ็นเซอร์ให้สื่อมวลชน หรือผู้ที่ทำการสื่อสารต้องปฏิบัติตาม เป็นการเซ็นเซอร์ที่พบได้ทั่วไปในประเทศเผด็จการและเผด็จการเบ็ดเสร็จ

²⁹ เรื่องเดียวกัน, น. 58-61.

ประเภทที่สองเป็นการเซ็นเซอร์โดยหน่วยงานหรือองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือการควบคุมตัวเองของสื่อ โดยสื่อมวลชนหรืออุตสาหกรรมของสื่อ โดยรัฐไม่เข้ามาเกี่ยวข้องยกเว้นแต่อาจมีบางกรณีทางรัฐอาจจะเข้ามาแทรกแซง เช่น ในสถานการณ์พิเศษ

วิธีการเซ็นเซอร์ที่บังคับโดยกฎหมายกับไม่บังคับโดยกฎหมาย

ตัวอย่างเช่น การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์โดยคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ในอังกฤษและสหรัฐอเมริกา เป็นการเซ็นเซอร์ที่ไม่มีกฎหมายรองรับ โดยทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์กำหนดกฎเกณฑ์ขึ้นมาเองไม่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย แต่ถ้าทางรัฐหรือผู้ชมเห็นว่าข้อกำหนดหรือการตรวจพิจารณาของทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่ถูกต้องก็สามารถใช้อำนาจตามกฎหมายได้ แต่โดยตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่มีอำนาจทางกฎหมาย

ส่วนการเซ็นเซอร์ที่มีกฎหมายรองรับและบังคับใช้ก็คือ การเซ็นเซอร์ตามข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ในประเทศไทยถือปฏิบัติตาม พ.ร.บ.ภาพยนตร์ปี พ.ศ. 2473

นอกจากนั้นอาจพบว่าการเซ็นเซอร์อีกแบบที่ไม่ใช้กฎหมายหรือกฎเกณฑ์ใด ๆ เลยในประเทศเผด็จการส่วนมากมักใช้วิธีการนี้ คืออาจมีกฎหมายบังคับใช้อยู่แต่ในการเซ็นเซอร์ไม่นำมาใช้หรือละเลยที่จะไม่ใช้ คือมีกฎหมายในทางทฤษฎีแต่นำมาใช้ในทางปฏิบัติ

การเซ็นเซอร์ที่มุ่งไปที่แต่ละส่วนของกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ส่วน ได้แก่ ผู้ผลิตสารหรือผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร โดยสามารถจำแนกประเภทการเซ็นเซอร์ตามองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน

การเซ็นเซอร์ผู้ผลิตสารหรือผู้ส่งสาร เป็นการเซ็นเซอร์ที่กระทำต่อผู้ผลิตสารหรือส่งสาร เช่น นักเขียนนักหนังสือพิมพ์ คนเขียนบทและผู้กำกับภาพยนตร์ โดยการเซ็นเซอร์อาจมีทั้งการตรวจพิจารณาหรือการสั่งห้าม

การเซ็นเซอร์สาร เป็นการเซ็นเซอร์ที่มุ่งกระทำต่อสารที่ผลิตขึ้น เช่น การตัดทอน ลบทิ้ง หรือห้ามซึ่งตัวสาร อาจจะเป็นหนังสือ บทความ บทละคร คำพูดหรือภาพยนตร์

การเซ็นเซอร์สื่อ การเซ็นเซอร์สื่อหมายถึง การจำกัด ควบคุมเฉพาะสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร เช่น การควบคุมสถานีส่งกระจายเสียง การส่งคลื่นรบกวนสัญญาณการสื่อสาร การจำกัดควบคุมทางด้านอุปกรณ์การผลิตสารหรือเครื่องมือที่ใช้

การเซ็นเซอร์ผู้รับสาร เป็นการเซ็นเซอร์ที่มุ่งกระทำต่อผู้รับสาร เช่น การห้ามอ่าน ห้ามฟัง ห้ามดู ห้ามเปิดรับสื่อ

อย่างไรก็ตาม การจำแนกตามกระบวนการสื่อสารมิได้แยกอย่างเด็ดขาด และมักมีผลกระทบถึงกันหรือมีลักษณะเกี่ยวข้องกัน อย่างเช่นเมื่อห้ามนักเขียนคนหนึ่งเขียนหนังสือก็เท่ากับทำให้ผู้อ่านไม่ได้อ่านหนังสือด้วย หรือทำการตัดทอนบางฉากบางตอนของภาพยนตร์ทิ้งไปก็เท่ากับทำให้ผู้ชมไม่สามารถเห็นฉากนั้น ๆ สองตัวอย่างนี้จึงเป็นการเซ็นเซอร์อย่างน้อย 2 ประเภท ตัวอย่างแรกคือการเซ็นเซอร์ผู้ผลิตสาร ซึ่งกระทบทำให้เกิดการเซ็นเซอร์ผู้รับสาร ตัวอย่างที่สองเป็นการเซ็นเซอร์สาร ซึ่งก็เป็นการเซ็นเซอร์ผู้รับสารด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินการทำงานของสื่อ (Media Performance Assessment)

Dennis McQuail ได้กล่าวถึงการแสวงหาเกณฑ์วัดคุณภาพของสื่อไว้ว่า มีนักวิจารณ์จำนวนมาต่างพยายามวางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพการทำงานของสื่อที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เนื่องจากในชีวิตประจำวันประชาชนมีการใช้สื่อมากขึ้น แนวโน้มการดำเนินงานโดยเอกชนและเป็นธุรกิจการค้าซึ่งลดการควบคุมจากประชาชน ทำให้เกิดคำถามต่อความรับผิดชอบของสื่อต่อสังคมจนกลายเป็นหัวข้อที่ถกเถียงกันมากขึ้น และนำไปสู่การแสวงหามาตรฐานที่ชัดเจนและความคาดหวังใหม่ ๆ³⁰

คำว่า การประเมินผลการทำงานของสื่อ (Performance Assessment) มีความหมายที่กว้างและยังไม่มีที่ชัดเจน ซึ่งอาจหมายถึง “อุตสาหกรรมสื่อประเมินตนเองในด้านความสำเร็จทางธุรกิจ การผลิต หรือผู้ชมผู้ฟัง” “การประเมินการทำงานตามนโยบายสาธารณะของสื่อ เช่น เรื่องการผูกขาดหรือมาตรฐานทางวัฒนธรรม” “การประเมินผลเชิงวิเคราะห์ในลักษณะหรือผลงานของสื่อ” หรือ “การประเมินความสำเร็จของการรณรงค์ เช่น การให้ข้อมูลข่าวสาร ชักจูงใจ การระดมพลังและอื่น ๆ”

ตามคำนิยาม คุณภาพของการทำงานของสื่อ นั้นสามารถประเมินได้ง่าย โดยพิจารณาที่เนื้อหาของสิ่งที่สื่อนำเสนอ แต่ตามหลักเหตุผลแล้วผลประโยชน์ของสาธารณะสามารถเกิดขึ้นได้

³⁰Dennis McQuail, 1992, อ้างถึงใน คันธียา วงศ์จันทา, “การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), น. 14-16.

ก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นเข้าถึงประชาชนทั่วไป และคาดว่าจะมีผลต่อชีวิตของประชาชน หมายความว่า เราจำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับผู้ชมมากขึ้นในด้านของการรับรู้ ซึ่งเราไม่สามารถคาดเดาได้ว่าสิ่งที่ผู้ชมรับรู้ หรือเข้าใจความหมายนั้นเป็นไปตามที่ผู้ส่งสารตั้งใจ เป็นการพิจารณาการทำงานของสื่อที่มุ่งเน้นไปในเรื่องการรับรู้และการตอบสนองของผู้ชมผู้ฟัง ซึ่งอาจใช้เป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จของการทำงาน รวมทั้งสามารถมุ่งไปสู่คุณภาพของการทำงานในเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

McQuail ได้กล่าวถึงทางเลือกของการประเมินคุณค่าการทำงานของสื่อไว้ดังนี้

1. การประเมินค่าในเรื่องของความเป็นมืออาชีพ/องค์กรสื่อ (The Professional/Organizational Assessment) ในเรื่องขององค์กรสื่อมีการศึกษาวิจัยกันมากอยู่แล้ว โดยเฉพาะผลจากความเป็นวิชาชีพมากขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น การวิจัยเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กรสื่อ บางครั้งก็มีผลตรงตามความสนใจของประชาชนมากขึ้น การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นก็จะนำไปสู่การวิจัยมากขึ้น โดยสื่ออื่น ๆ เองและจากประชาคมติ และถ้าสื่อมีการควบคุมตนเองมากขึ้นแทนที่การกำกับดูแลจากรัฐบาล ก็ยังจะมีการเรียกร้องให้สื่อมีความรับผิดชอบต่อมาตามด้วย

2. ความคิดเห็นของผู้ชม (Public Debate) ความคิดเรื่องผลประโยชน์สาธารณะนั้นมีการวิพากษ์วิจารณ์ถกเถียงกันในสังคมอย่างกว้างขวาง โดยพยายามทำให้เกิดนโยบายสาธารณะ และทำให้เรื่องคุณภาพและการทำงานของสื่อเป็นที่สนใจของประชาชน ผลที่จะได้รับจากการศึกษาการทำงานของสื่อคือ การได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นผลตอบกลับจากสาธารณชน เพื่อใช้เป็นทางเลือกในการกำหนดนโยบายต่อไป ซึ่งจะนำไปสู่สภาวะที่พึงปรารถนาและการทำงานที่เหมาะสม

3. มาตรฐานความเป็นต้นแบบ (The Standard of Originality) ได้แก่

- ความแปลกใหม่ในแง่ของการแสดงที่ปรากฏเป็นครั้งแรก
- มีข้อขัดแย้งและไม่ยึดติดแต่ของเก่า ๆ เนื้อหาใหม่ ๆ ที่ไม่ยึดติดกับแบบเดิม ๆ

สามารถเรียกได้ว่าเป็นต้นแบบคุณภาพของเนื้อหา ดูได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาหรือปฏิกิริยาของผู้ชมผู้ฟัง เช่น โทรศัพท์หรือเขียนจดหมายเข้ามาติชมในเรื่องต่าง ๆ และในมุมมองต่าง ๆ

- การดึงดูดในสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อไม่ให้เหมือนใครหรือซ้ำใคร

4. เกณฑ์ในเรื่องจริยธรรมทางสังคมหรือคุณค่าทางการเมือง (Criteria of Social Morality Political Value)

- การอ้างอิงความเป็นจริงในส่วนของแก่นเรื่องหรือฉากที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตหรือเหตุการณ์จริงของผู้ชม ถือว่ามีคุณค่าทางวัฒนธรรมแต่อาจถูกวิพากษ์วิจารณ์ได้

- ข้อผูกพันทางการเมืองหรือศีลธรรม เนื้อหาที่มีคุณค่าในทำนองการสั่งสอน การวิพากษ์วิจารณ์สังคมหรือการโฆษณาชวนเชื่ออาจถูกทดสอบแล้วแต่กรณี การตัดสินอาจดูจากความตั้งใจหรือด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่กำหนดไว้

- วัตถุประสงค์ในการสื่อสารดูจากเนื้อหาที่เป็น “สาร” ซึ่งถ่ายทอดจากประสบการณ์ อารมณ์ หรือมุมมองซึ่งอาจจะนำมาใช้ทดสอบเพื่อบ่งบอกถึงว่า ผลดีเพื่อไปสู่คนจำนวนมาก เป็น ตัวต้นแบบหรือเพื่อการพาณิชย์

- มีเนื้อหาส่งเสริมสังคม เป็นเนื้อหาทั่ว ๆ ไปรู้จักกันดี มีคุณค่าในด้านความ บันเทิงและไม่เป็นศิลปะที่หลอกลวง ช่วยเพิ่มจิตสำนึกทางสังคม

5. คุณค่าในการผลิตและคุณภาพทางวิชาชีพ (Production Values and Professional Quality)

- งบประมาณการผลิตโดยทั่วไปแล้วต้องมีการใช้จ่ายเงินในการผลิตเพื่อคุณภาพ ถึงแม้ว่าคุณภาพนั้นไม่จำเป็นต้องซื้อ แต่ก็สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีวัดคุณภาพได้

- มีความเป็นวิชาชีพหรือมีเทคนิคที่ดี การประเมินคุณภาพของการผลิตโดยตรง จะไม่รวมถึงเนื้อหา สามารถอ้างอิงได้จากการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญในทางวิชาชีพ และการประเมิน อย่างมีอิสระจากสื่ออื่น ๆ ที่ผ่านมาหรือการได้รับรางวัลต่าง ๆ

- ระดับของความเป็นดารา ความมีชื่อเสียงของศิลปิน ผู้กำกับ นักแสดงและอื่น ๆ ในทุกเนื้อหาทางวัฒนธรรม แม้ว่าจะยังไม่มีมีการรับรองในเรื่องคุณภาพ แต่ก็มีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ คุณภาพและประสบความสำเร็จต่อไป

6. ความสำเร็จเชิงพาณิชย์ (Commercial Criteria of Success) แม้ว่าจะมีความขัดแย้ง กันระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมและการค้า แต่หากพิจารณาในเรื่องของการประสบความสำเร็จ ในตลาด เช่น การเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง มีการผลิตซ้ำ มีการถูกอ้างถึงบ่อย ๆ ทำให้ผลผลิตของสื่อ นั้น มีความเด่นกว่าปกติและอาจกลายเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่า เป็นวัฒนธรรมที่มีฐานะและบ่งบอกถึงคุณภาพ ซึ่งดูได้ง่ายจากจำนวนยอดขาย การจัดอันดับเรตติ้ง การสำรวจความนิยมและอื่น ๆ นอกจากนี้ การวัดความสำเร็จยังดูได้จากคุณค่าของความเป็นอมตะหรือความสำเร็จที่มีต่อมาเรื่อย ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมของสื่อมวลชน

จรรยาบรรณของสื่อมวลชน หมายถึง หลักคุณธรรมของผู้ประกอบอาชีพนักสื่อสารมวลชน มารวมตัวกันเป็นสมาคมวิชาชีพ สร้างขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติแก่ผู้ประกอบ อาชีพนักสื่อสารมวลชนให้มีความรับผิดชอบ³¹

³¹ กาญจนา มีศิลป์วิภักย์, ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 48.

ที่มาของจรรยาบรรณสื่อมวลชน³²

สังคมประชาธิปไตย ระบบการค้าเสรี และทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของระบบสื่อมวลชน ล้วนแล้วแต่มองว่าการควบคุมที่มากเกินไปของรัฐบาลเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง ในบรรดาวิธีการที่ดีที่สุดวิธีการหนึ่งในการหลีกเลี่ยงการควบคุมของรัฐบาลก็คือการควบคุมตนเอง

เจ้าของสื่อมวลชนและนักสื่อสารมวลชนแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และป้องกันตนเองจากการควบคุมมากเกินไป โดยการจัดตั้งสมาคมวิชาชีพเพื่อควบคุมตนเอง (Self-policing Associations) และมีจรรยาบรรณ (Ethics Codes) เป็นเครื่องมือในการควบคุมตนเอง

อาจกล่าวได้ว่านักสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจริยธรรมตามจรรยาบรรณของวิชาชีพสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามจรรยาบรรณไม่ใช่กฎหมาย จึงไม่มีการกำหนดโทษ จรรยาบรรณจะให้หลักเกณฑ์ซึ่งชี้แนะให้ผู้ประกอบอาชีพการสื่อสารมวลชนตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับจริยธรรมได้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าการกระทำใดผิดหรือถูกดีหรือเลว รับผิดชอบต่อหรือไม่รับผิดชอบต่อ จรรยาบรรณหรือจริยธรรมจึงเป็นเรื่องของความสมัครใจ การปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณ การมีหรือไม่มีจริยธรรม จึงก่อให้เกิดผลแก่นักสื่อสารมวลชนเอง ใครปฏิบัติตามก็ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส ยกย่อง มีความรับผิดชอบต่อ ใครไม่ปฏิบัติตามก็ได้รับความรังเกียจ ดูแคลน ไม่เป็นที่ศรัทธาของประชาชนและไม่มีความรับผิดชอบต่อ

แต่กระนั้นก็ตาม เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นอาชีพเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อบุคคลและสังคม ดังนั้น วิชาชีพสื่อมวลชนจะเจริญก้าวหน้าเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่องจากคนในสังคมว่าเป็นอาชีพที่มีเกียรติ มีความรับผิดชอบต่อสังคม สมควรได้รับการปกป้องและสนับสนุนในเรื่องเสรีภาพ ก็ต่อเมื่อนักสื่อสารมวลชนโดยส่วนรวมมีจริยธรรมและปฏิบัติตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด

ความสำคัญของจรรยาบรรณสื่อมวลชน

การมีจรรยาบรรณกำกับความประพฤติของสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อทั้งวงการสื่อสารมวลชน ต่อทั้งนักสื่อสารมวลชน ต่อทั้งประชาชนและต่อสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

³² ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, น. 203-206.

1. เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม แม้จรรยาบรรณจะไม่มีบทลงโทษ แต่ผู้ฝ่าฝืนก็จะถูกลงโทษทางสังคมจากผู้ร่วมวิชาชีพ ในรูปของการไม่สมาคมด้วย การต่อต้าน การดูแคลน ฯลฯ ผู้ฝ่าฝืนจึงเปรียบเสมือนแกะดำของวงการสื่อสารมวลชน

2. ทำให้นักสื่อสารมวลชนและวิชาชีพสื่อมวลชนได้รับการยินยอมยกย่องให้เกียรติและศรัทธาจากประชาชน รวมทั้งประชาชนจะช่วยส่งเสริม และปกป้องเสรีภาพของสื่อมวลชน

3. ทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพการสื่อสารมวลชนเกิดความภาคภูมิใจในอาชีพของตน อันเป็นแรงจูงใจให้นักสื่อสารมวลชนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อเป็นนิสัย

4. เป็นเกราะป้องกันเสรีภาพของสื่อมวลชน เพราะหากสื่อมวลชนไม่ว่าจะโดยตัวบุคคลคือนักสื่อสารมวลชน หรือโดยสถาบันคือสถาบันสื่อมวลชน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความบริสุทธิ์ ยุติธรรม ถูกต้อง และมีจริยธรรม สร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนและสังคมแล้ว จะไม่มีผู้ใดกล้ากดขี่ บังคับ และควบคุมสื่อมวลชน โดยอ้างความไม่รับผิดชอบต่อสื่อมวลชนได้เลย

5. เป็นหลักประกันให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนักสื่อสารมวลชน ความมั่นใจของประชาชนต่อวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่งนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับการมีจรรยาบรรณควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพนั้น ๆ เช่น จรรยาแพทย์ที่ควบคุมความประพฤติของแพทย์ ทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติหน้าที่ของแพทย์ ว่ามีคุณธรรม การมีจรรยาบรรณของสื่อมวลชนจึงช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาชนได้ส่วนหนึ่ง

6. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและสังคม ในสังคมประชาธิปไตยการมีสื่อมวลชนที่มีจริยธรรมและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อจรรยาบรรณนั้น เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมเป็นอย่างยิ่ง ประชาชนอาศัยสื่อมวลชนเป็นที่พึ่งในเรื่องสิทธิที่จะรู้ (Right to Know) และสิทธิที่จะได้รับข่าวสารและความคิดเห็น (Right to Access) เพราะข่าวสารและความคิดเห็นเป็นหัวใจสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย

7. เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนา และความเจริญก้าวหน้าของวิชาชีพสื่อมวลชน ความเจริญก้าวหน้าของวิชาชีพย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของผู้ประกอบวิชาชีพ นักสื่อสารมวลชนที่มีจริยธรรม วิชาชีพสื่อมวลชนที่มีจรรยาบรรณกำกับความประพฤติของนักสื่อสารมวลชน ย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างนักสื่อสารมวลชนที่มีคุณภาพ ซึ่งจะเป็นกลไกที่นำไปสู่การพัฒนาวิชาชีพต่อไป

จรรยาบรรณของสื่อมวลชน³³

1. สื่อมวลชนจะต้องเสนอข่าวที่เป็นความจริงโดยไม่ปรุงแต่ง
2. สื่อมวลชนควรวางตัวเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
3. สื่อมวลชนควรนำเสนอค่านิยมของสังคมให้ชัดเจน
4. สื่อมวลชนไม่ควรเสนอข่าวที่เป็นความลับของทางราชการ
5. ถ้าสื่อมวลชนเสนอข่าวผิดพลาดต้องแก้ไขข่าวนั้นในทันที

ผู้ส่งสารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน ในฐานะของผู้ให้ข้อมูลจะต้องมีจรรยาบรรณสำหรับอาชีพ เพื่อสร้างความมั่นใจในกลุ่มร่วมวิชาชีพ และเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายปลายทาง (Mass) ด้วยเช่นกัน

จรรยาบรรณวิทยุโทรทัศน์³⁴

ในปี ค.ศ. 1978 สมาคมนักกระจายเสียงแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขจรรยาบรรณวิทยุโทรทัศน์เป็นฉบับที่ 20 จรรยาบรรณฉบับนี้มีสาระสำคัญดังนี้

ความรับผิดชอบของนักกระจายเสียง (Broadcasters' Responsibilities)

เกือบทุกบ้านของชาวอเมริกันเปิดดูโทรทัศน์ บ้านเหล่านี้มีทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทุกวัยทุกเชื้อชาติ ทุกอุดมการณ์และศาสนาและทุกระดับการศึกษา นักกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ต้องนำเอาความหลากหลายของมวลชนผู้รับสาร มาประกอบการพิจารณาในการจัดรายการสถานีวิทยุโทรทัศน์ของตน นักกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ทุกคนมีพันธะต่อความรับผิดชอบต่อวิชาชีพและการใช้ดุลยพินิจอย่างมีเหตุผลในการพัฒนา การผลิต และการเลือกรายการ

หลักควบคุมเนื้อหาของรายการ (Principles Governing Program Content)

เป้าหมายทั่วไป (General Goals) ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนสำคัญ วิทยุโทรทัศน์จึงควรใส่ใจในการที่จะส่งเสริมรายการใหม่ ๆ รายการที่แสดงให้เห็นถึงทักษะการสร้างสรรค์ระดับสูง รายการเกี่ยวกับศีลธรรมและปัญหาสังคมสำคัญ ๆ และแนวคิดที่ท้าทาย ตลอดจนเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโลกที่ผู้ชมอาศัยอยู่

³³ กาญจนา มีศิลป์วิภักย์, ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 48.

³⁴ ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี, น. 220.

รายการโทรทัศน์ไม่ควรเพียงแต่สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสถาบันต่าง ๆ ที่กำหนดค่านิยมและวัฒนธรรมของประชาชนเท่านั้น แต่ควรจะเปิดเผยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงสังคมซึ่งมีผลต่อชีวิตของประชาชนด้วย

จริยธรรม

จริยธรรม หมายถึง หลักการปฏิบัติของบุคคลในสังคมใดสังคมหนึ่ง หรือแขนงวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง ซึ่งจริยธรรมเป็นตัวกำหนดให้ผู้ส่งสารต้องมีความรับผิดชอบต่อการสื่อสาร ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น จริยธรรมนักสื่อสารประกอบด้วย

1. ความเคารพในวิชาชีพของตน ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในธรรมชาติวิชาชีพของตน เพื่อถ่ายทอดสารออกมาได้ตรงตามจุดมุ่งหมายของวิชาชีพตน
2. ความเคารพในสาธารณชน ผู้ส่งสารจำเป็นต้องระลึกลักษณะที่ตนส่งออกมานั้น จะเป็นที่ปรากฏแก่คนจำนวนมากที่มีความนึกคิด
3. ความเคารพในสังคม ผู้ส่งสารต้องเคารพรักษากฎเกณฑ์ของสังคม ไม่ทำลายกฎเกณฑ์ที่สังคมได้สร้างสมกันมานาน คือไม่เสนอข่าวสารที่เป็นผลร้ายทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. ต้องมีความเคารพในตนเอง ผู้ส่งสารควรจะมีเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อตนเอง โดยทำงานอย่างซื่อสัตย์สุจริตในงานที่ได้รับมอบหมาย

การควบคุมภายใน หมายถึง การดำเนินงานนโยบาย และกฎข้อบังคับในองค์กรทางการสื่อสารขององค์กรแต่ละองค์กร

การควบคุมภายนอก หมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคมในขณะนั้น การควบคุมภายนอกจะแสดงออกมาในรูปแบบของการใช้อิทธิพลหรืออำนาจให้สื่อมวลชนเสนอรูปแบบที่ตนต้องการ แต่การควบคุมภายนอกจะใช้อิทธิพลมาน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน

แนวคิดเรื่องการจัดประเภทรายการโทรทัศน์

มีหลากหลายวิธีการในการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา ซึ่งจำแนกวิธีการแบ่งประเภทรายการพอสังเขปออกได้เป็น³⁵

³⁵ เรื่องเดียวกัน, น. 16-20.

1. การแบ่งประเภทรายการตามลักษณะการออกอากาศ เป็นการแบ่งโดยพิจารณาจากเทคนิคการออกอากาศ มักใช้กับฝ่ายเทคนิค คือ แบ่งประเภทรายการออกเป็น รายการถ่ายทอดสด (Live) รายการบันทึกเทป (Recording) รายการถ่ายทอดสดเพื่อออกอากาศเป็นเทป (Live for Recording) เช่น การถ่ายทอดคอนเสิร์ตหรือเหตุการณ์ที่ไม่ต้องมีการตัดต่ออีก เป็นต้น

2. การแบ่งประเภทรายการตามลักษณะของงานประพันธ์ เป็นการแบ่งโดยพิจารณาจากที่มาของงาน 2 แบบ คือ งานที่มาจากนวนิยายหรือจากการจินตนาการ (Fiction) เช่น ละคร ภาพยนตร์ และงานที่มาจากเรื่องจริง (Non-Fiction) เช่น สารคดี รายการแนวเรื่องจริง เป็นต้น

3. การแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชม เป็นการแบ่งโดยพิจารณากลุ่มเป้าหมายของรายการ มักใช้กับงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาด เน้นใช้เพื่อนำเสนอขายโฆษณารายการ เช่น รายการสำหรับเด็ก รายการสำหรับเกษตรกร รายการสำหรับสตรี รายการสำหรับวัยรุ่น เป็นต้น

4. การแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มลักษณะรายการ เป็นการแบ่งโดยพิจารณานำเนื้อหารายการมาจัดกลุ่มเพื่อใช้ในการควบคุมการนำเสนอ สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่ถูกกำหนดสัดส่วนในการนำเสนอรายการของแต่ละกลุ่ม โดยปกติจะแบ่งออกเป็น กลุ่มรายการข่าวสาร กลุ่มรายการสาระประโยชน์ และกลุ่มรายการบันเทิง

ตัวอย่าง สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ถูกกำหนดโดยสำนักงานปลัดนายกรัฐมนตรี ซึ่งเป็นผู้ควบคุมให้นำเสนอรายการประเภทสาระประโยชน์ร้อยละ 70 รายการประเภทบันเทิงร้อยละ 30

5. การแบ่งประเภทรายการตามวัตถุประสงค์ของรายการ เป็นการแบ่งโดยการพิจารณาจากวัตถุประสงค์การนำเสนอรายการ ตามปกติมักใช้กับรายการที่มีข้อมูลเฉพาะด้าน และมีเป้าหมายเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น รายการที่ผลิตเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รายการเพื่อเผยแพร่ศาสนา รายการเพื่อการเผยแพร่ผลงานของพรรคการเมืองช่วงก่อนการเลือกตั้ง เป็นต้น

6. การแบ่งประเภทตามขอบเขตการรับชม เป็นการแบ่งโดยพิจารณาตามขอบเขตของการรับชมภายในประเทศ ส่วนมากใช้กับสถานีที่มีการแบ่งเขตการส่งสัญญาณ เช่น ในสหรัฐอเมริกา ส่วนในประเทศไทยเนื่องจากขนาดของประเทศไม่กว้างมาก สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่จึงไม่ได้ใช้การแบ่งประเภทนี้ ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ การแบ่งจะแยกออกเป็น

6.1 รายการท้องถิ่น (Local Program) คือ รายการที่รับได้เฉพาะภายในท้องถิ่นที่สถานีส่งตั้งอยู่ และออกอากาศเฉพาะในอาณาเขตที่อยู่ในรัศมีการออกอากาศของสถานี

6.2 รายการเครือข่าย (Network Program) คือ รายการที่ออกอากาศจากส่วนกลาง และส่งให้เครือข่ายรับสัญญาณ เพื่อออกอากาศในสถานีท้องถิ่นที่มีรัศมีของสัญญาณครอบคลุมอยู่ สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยใช้ระบบนี้เป็นหลัก

6.3 รายการซินดิเกต (Syndicated Program) ซึ่งสหรัฐอเมริกาเป็นต้นแบบ โดยปกติจะเป็นภาพยนตร์หรือเทปโทรทัศน์ ซึ่งผลิตโดยผู้ผลิตมืออาชีพ แล้วขายให้กับสถานีโทรทัศน์หรือผู้จัดรายการที่มีเวลาออกอากาศอยู่ตามสถานีท้องถิ่นต่าง ๆ อย่างเช่นในสหรัฐอเมริกา สำหรับประเทศไทยการที่สถานีโทรทัศน์จ้างผู้ผลิตรายการผลิตละครเพื่อออกอากาศในสถานีของตนเป็นหลัก อาจนับรวมอยู่ในประเภทรายการซินดิเกตได้

7. การแบ่งประเภทรายการตามรูปแบบการนำเสนอ เป็นการแบ่งโดยพิจารณาจัดกลุ่มรูปแบบการนำเสนอที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกันเข้าในประเภทเดียวกัน เป็นการแบ่งที่ใช้กันโดยทั่วไปในกลุ่มผู้จัดรายการ ผู้ผลิตรายการ และบริษัทวิทยุอัตรามุขรายการ ดังนั้น การแบ่งประเภทนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบรายการ ที่นักผลิตรายการสร้างสรรค์คิดรูปแบบขึ้นมาใหม่ในแต่ละยุคสมัย การแบ่งประเภทรายการตามรูปแบบการนำเสนออาจแบ่งออกได้เป็น

7.1 รายการละคร (Drama) นับเป็นรูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดมาโดยตลอด และนับเป็นรายการที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงสุด แต่ก็เป็นรายการที่สามารถสร้างอัตรากลุ่มผู้ชมได้สูงที่สุด และเป็นประเภทของรายการที่สามารถหารายได้ให้กับสถานีโทรทัศน์ได้มากที่สุดเช่นกัน ละครยังแบ่งวิธีการนำเสนอออกได้อีกตามแต่วิธีการนำเสนอที่รู้จักกันดี เช่น

1) ละครชุดเรื่องยาวหลายตอนจบ (Serials) ดำเนินเรื่องต่อเนื่องกันหลายตอน คล้ายกับละครประเภท Soap Opera ของสถานีในสหรัฐอเมริกา

2) ละครชวนหัวจบในตอน (Situation Comedies) โดยผู้เขียนบทจะผูกเรื่องราวจากสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งขึ้นมา แล้วผูกเรื่องให้มีอารมณ์ขัน ให้จบเรื่องในแต่ละตอน ปกติมักเป็นเรื่องในครอบครัว เพื่อน หรือที่ทำงาน ที่มีฉากจำกัด ถ่ายทำในสตูดิโอ มีผู้แสดงชุดเดียวกันในแต่ละตอน

3) ละครชุดเรื่องสั้น (Mini-Series) ขนาดไม่เกิน 10 ตอนจบ บางครั้งอาจใช้นวนิยายชื่อดัง หรืออาจเป็นเรื่องที่เขียนขึ้นใหม่มาทำละคร เช่น ละครอิงเรื่องจริงหรือประวัติศาสตร์ ละครแนวชีวิต ละครแนวตลก ละครแนวอาชญากรรมสืบสวนสอบสวน ละครแนวจินตนาการมหัศจรรย์ (Fantasy) ละครแนวพื้นบ้าน และวรรณคดี ละครแนวลึกลับหรือผี ละครแนวผจญภัย เป็นต้น

7.2 รายการข่าว ผู้จัดรายการมักจะแยกข่าวออกจากประเภทรายการทั่วไป เนื่องจากวิธีการผลิต วิธีการบริหารและจัดการ จะแยกออกไปจากการผลิตรายการปกติในสถานีโทรทัศน์ ฝ่ายข่าวจะแยกออกจากฝ่ายรายการ โดยมีบุคลากรและอุปกรณ์แยกออกไปต่างหาก ข่าวเป็นงานหลักที่สถานีโทรทัศน์จะต้องผลิตเองเพื่อแสดงถึงศักยภาพและอำนาจต่อรองของสถานและบุคลากรในสถานี สำหรับผู้ชมข่าวโทรทัศน์ รายการข่าว คือ แหล่งข้อมูลพื้นฐานของ

เหตุการณ์ในโลก ในประเทศ และในพื้นที่ที่เขาอยู่ ข่าว คือ การรายงานเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน และเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบ หรือเป็นที่ต้องการรู้ของคนส่วนใหญ่ รูปแบบการนำเสนอโดยมีผู้ประกาศข่าวอ่าน หรือรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในห้องส่งและจากสถานที่จริง โดยปกติข่าวจะต้องมีรูปแบบที่ทันสมัย มีการนำเสนอมากกว่า 1 ครั้งในแต่ละวัน ในการรายงานข่าวแต่ละครั้งรูปแบบของข่าวจะประกอบไปด้วย

- ข่าวเด่นประจำวัน ถือเป็นเหตุการณ์หลักที่เกิดขึ้นในวันนั้นที่คนส่วนใหญ่สนใจ หรือส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ที่ชมรายการ อาจเป็นเรื่องในประเทศ เรื่องต่างประเทศ เรื่องของบุคคล หรือสถานการณ์ต่าง ๆ

- ข่าวท้องถิ่น
- ข่าวการเมือง
- ข่าวเศรษฐกิจ
- ข่าวสังคม
- ข่าวอาชญากรรม
- ข่าวต่างประเทศ
- ข่าวกีฬา
- ข่าวนันทนาการ
- รายงานพิเศษ

นอกจากนั้นบางครั้งยังมีการแยกออกไปอีกเป็น ข่าวบริการธุรกิจ ข่าวพยากรณ์อากาศ ข่าวเกษตรกร ข่าวเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ความสำเร็จของการนำเสนอรายการข่าวมักขึ้นอยู่กับความเร็ว การเจาะลึก ความถูกต้องเที่ยงตรง และความเป็นกลางในการนำเสนอ นอกเหนือไปจากนั้นบุคลากรที่นำเสนอข่าวก็ถือเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จของการรายงานข่าว

7.3 รายการวิเคราะห์สถานการณ์ (Current Affairs) เป็นรายการที่ขยายผลมาจากข่าวหรือเหตุการณ์ที่อยู่ในกระแสสังคม ซึ่งผู้ชมต้องการรู้ข้อมูลที่มาของเหตุการณ์และแนวทางแก้ไข โดยนำผู้รู้และผู้เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูลต่าง ๆ ส่วนใหญ่การจัดรายการประเภทนี้ มักเน้นรูปแบบของสัมภาษณ์เนื่องจากการได้ข้อมูลจากแหล่งวิทยากรที่เป็นปฐมภูมิ คือจากผู้รู้และมีความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ โดยตรง ซึ่งจะทำให้เกิดความเชื่อถือมากขึ้น การจัดรายการประเภทนี้อาจเป็นรายการสดหรือบันทึกเทปก็ได้ แต่สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงก็คือต้องเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของผู้ชม ทันเหตุการณ์ และได้ข้อมูลครบถ้วน ในเวลาที่กำหนด ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะต้องเป็นผู้ที่ผู้ชมยอมรับ มีความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหาที่จะสัมภาษณ์ และสามารถควบคุมการ

ดำเนินรายการได้ดี ควบคุมผู้ให้สัมภาษณ์ให้ตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ได้ดี บางครั้งรายการประเภทนี้จะมีการสำรวจทัศนคติหรือความรู้สึกของผู้ชม หรือประชาชนที่มีต่อประเด็นที่น่าเสนอควบคู่ไปด้วย

7.4 รายการสารคดี หมายถึง รายการที่เสนอเรื่องราวเน้นเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง ธรรมชาติของสารคดีมีลักษณะที่ไม่อาจแต่งเติมให้สนุกเพลิดเพลินเกินไปกว่า “ความจริง” ได้ เนื่องจากนิยามของสารคดีคือ การถ่ายทอดความจริง การสร้างสรรค์งานสารคดี จึงหมายถึง การประมวลเอาศิลปะของการเล่าเรื่องมาใช้ชักชวนให้ผู้ชมคล้อยตาม และรู้สึกอยากติดตามด้วยความอยากรู้เรื่องราวที่ตนไม่เคยรู้มาก่อน สารคดีที่เห็นทางโทรทัศน์อยู่ทั่วไปจำแนกออกได้เป็น

1) สารคดีสั้น ส่วนใหญ่เป็นสารคดีความยาว 1-5 นาทีจบในตอน มีเนื้อหาเฉพาะด้าน เช่น สารคดีเกร็ดน่ารู้หมู่บ้าน สารคดีสำนักดีสังคมดี สารคดีกระจกหกด้าน เป็นต้น ส่วนใหญ่ทำเพื่อส่งเสริมการขายทางอ้อมให้กับสินค้าที่สนับสนุน โดยให้ความรู้ที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าหรือโครงการที่ผลิตภัณฑ์นั้นสนับสนุนอยู่

2) สารคดีชุดต่อเนื่อง โดยมีแนวทางของสารคดีที่ชัดเจน เช่น สารคดีชุด National Geographic ซึ่งนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติของโลก สารคดีชุด Wild Life นำเสนอเรื่องราวของชีวิตสัตว์ สารคดีชุด Beyond 2000 นำเสนอเรื่องราวของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น

3) สารคดีที่จัดทำขึ้นในวาระพิเศษ อาจทำขึ้นเพื่อการเฉลิมฉลอง หรือเพื่อการรณรงค์ทางสังคมทางการเมือง เช่น สารคดีเพื่อการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด สารคดีเพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการจัดทำสารคดีพิเศษต่าง ๆ เพื่อการถ่ายทอดเรื่องราวที่น่ารู้เฉพาะเรื่องที่เกิดขึ้นตามเหตุการณ์ เพื่อให้ข้อมูลกับประชาชนให้ลึกซึ้ง

7.5 รายการบันเทิง (Light Entertainment) มีหลากหลายรูปแบบในการจัดรายการบันเทิง รายการบันเทิง อาจแยกวิธีการนำเสนอออกได้เป็น

1) รายการวาไรตี้และสนทนาบันเทิง (Variety Show & Talk Show) เป็นรายการที่นำเสนอความบันเทิงในหลากหลายรูปแบบรวมกัน อาจมีการสัมภาษณ์ การแสดงดนตรี โดยมีผู้ดำเนินรายการที่สนุกสนาน จุดเด่นของการนำเสนอของรายการประเภทนี้คือ การเชิญแขกรับเชิญที่อยู่ในกระแสนิยมได้ก่อน หรือการเปิดประเด็นของคนดังที่ยังไม่เคยมีใครรู้ การแสดงความสามารถพิเศษ และการนำของพิเศษที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อนมาแสดง

2) รายการเกมส์โชว์ (Game Show) เป็นการจัดรายการในลักษณะของการแข่งขันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป โดยใช้ทักษะทางร่างกายและสติปัญญา ภายใต้กฎหรือกติกาเป็นเงื่อนไข นอกจากนั้นการแข่งขันเกมส์ยังอาจต้องอาศัยดวงช่วยในบางครั้ง เช่น การเปิดป้าย การหมุนวงล้อ เป็นต้น

3) รายการแนวเรื่องจริง (Reality Show) เป็นการนำเรื่องจริงที่เกิดขึ้น ทั้งเรื่องตลกขบขัน เรื่องน่าหวาดเสียว เรื่องเศร้า หรือสร้างสถานการณ์ให้เกิดขึ้นจริงมานำเสนอให้ผู้ชม รายการประเภทนี้ได้รับความนิยมเนื่องจากผู้ชม รายการประเภทนี้ได้รับความนิยมเนื่องจากผู้ชม จะมีส่วนร่วมไปด้วย ตัวอย่างรายการประเภทนี้ เช่น รายการเรื่องจริงผ่านจอ รายการคดีเด็ด รายการคน ค้น คน เป็นต้น

รายการบันเทิงดังกล่าวมักจะนำเสนอในช่วงหลัง 22.00 น. และมีการแข่งขันสูง

7.6 รายการเพลง (Music) รายการเพลงที่เห็นในโทรทัศน์ในปัจจุบัน อาจแบ่งได้เป็น

1) รายการคอนเสิร์ต เป็นการถ่ายทอดการแสดงคอนเสิร์ตของนักร้อง ที่มีผู้ชมเข้ามาชมจริง ๆ อาจเป็นการถ่ายทอดสดหรือเป็นการบันทึกเทปก็ได้ รายการประเภทนี้จะเน้นกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นในการชม ตัวอย่างเช่น รายการ 7 สี คอนเสิร์ต รายการลูกทุ่งเวทีไทย เป็นต้น

2) รายการที่จัดในห้องส่ง เป็นรายการเพลงที่บันทึกเทปในห้องส่งที่มีรูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไป อาจเป็นการแสดงประกอบเพลง ประกวดร้องเพลง การสัมภาษณ์ นักร้องพร้อมกับการร้องเพลง เป็นต้น

3) รายการมิวสิกวิดีโอ เป็นการจัดรายการโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการโฆษณาเพลง โดยมีเทปมิวสิกวิดีโอของแต่ละค่ายเพลงมาเปิดฉายให้ชม ส่วนใหญ่จะนำเสนอในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เวลาหลัก (Non Prime Time) เช่น เวลากลางวันหรือหลังเที่ยงคืน นอกจากนั้นเพลงอาจไปเป็นส่วนประกอบในรายการอื่นอีก เช่น ในรายการวาไรตี้หรือละคร

7.7 รายการเด็ก อาจนำเสนอในรูปแบบของการ์ตูน การตอบคำถาม การแข่งขัน เกมโชว์ การแสดงความสามารถพิเศษ การสอน หรือการแสดงโชว์ แล้วแต่เนื้อหาของรายการ ความยากของการผลิตรายการเด็กคือ ผู้ผลิตรายการจะต้องเข้าใจความรู้ ความสามารถ และความสนใจของเด็กในอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เพราะเด็กถือเป็นกลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อโทรทัศน์ได้ง่ายที่สุด

7.8 รายการภาพยนตร์ มีภาพยนตร์ 3 แบบที่นำมาเสนอออกอากาศทางโทรทัศน์ ได้แก่

1) ภาพยนตร์ที่ออกจากโรงภาพยนตร์ (Theatrical Feature Films) ซึ่งผลิตเพื่อการฉายทางโรงภาพยนตร์ จะผลิตเป็นระบบฟิล์ม

2) ภาพยนตร์ที่ผลิตเพื่อฉายทางโทรทัศน์ (Made for TV. Movies) มีรูปแบบคล้ายภาพยนตร์แต่ผลิตด้วยระบบวีดิทัศน์

3) ภาพยนตร์มินิซีรีส์ (Mini Series) คือ ภาพยนตร์ที่นำมาแบ่งการออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลายตอน

7.9 รายการกีฬา รายการกีฬาแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ รายการรายงานผลกีฬา และการถ่ายทอดการแข่งขันกีฬา รายการการรายงานผลกีฬามีรูปแบบคล้ายการรายงานข่าว พิธีกรจะอ่านผลการแข่งขัน ใครแพ้ ใครชนะ แข่งที่ไหน หรืออาจมีการสัมภาษณ์นักกีฬา ผู้จัดการทีมโค้ช ส่วนการถ่ายทอดกีฬา เป็นการถ่ายทอดสดการแข่งขันที่เกิดขึ้น เช่น การแข่งขันฟุตบอล เทนนิส โดยมีผู้บรรยายเกมการแข่งขัน

7.10 รายการเพื่อการศึกษา ในฐานะที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลที่สุด และเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โทรทัศน์จะเหมาะสมที่สุดที่จะเป็นสื่อที่ใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษา เพราะสามารถสื่อให้ผู้ชมทั่วประเทศได้รับชม ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ รับหน้าที่เป็นสื่อหลักในการถ่ายทอดรายการเพื่อการศึกษาให้กับผู้ชม รูปแบบของการเสนอรายการเพื่อการศึกษา มี 2 แบบหลัก คือ การเสนอการสอนแบบตรง หรือการบรรยายในลักษณะของห้องเรียน หรือห้องประชุม และการเสนอรูปแบบรายการเพื่อการศึกษา โดยใช้รูปแบบรายการต่าง ๆ ที่น่าสนใจมานำเสนอ อย่างไรก็ตาม ในหลักการสำคัญการใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา มี 3 ลักษณะด้วยกัน คือ การจัดรายการเพื่อการศึกษาในระบบ การจัดรายการเพื่อศึกษานอกระบบ และการจัดรายการเพื่อการศึกษาตามอัธยาศัย

นอกจากนี้ยังมีรายการพิเศษอื่น ๆ ที่จัดขึ้นในวาระต่าง ๆ เช่น รายการเพื่อการประกวด รายการเพื่อการแข่งขัน รายการเพื่อการเฉลิมฉลอง เป็นต้น

แนวความคิดจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม

(Classification)

การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม (Classification) เป็นแนวคิดร่วมกันของ กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ (กองงาน กกช.) กรมประชาสัมพันธ์ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานี ในการพัฒนาสื่อวิทยุโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมประโยชน์สาธารณะ³⁶

การดำเนินการในก้าวแรกเป็นการแสดงสัญลักษณ์เพื่อให้คำแนะนำกับผู้ชมว่า รายการที่นำเสนอผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์รายการนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับผู้ชมในช่วงอายุใด ซึ่งการให้

³⁶ฝ่ายพัฒนาหลักเกณฑ์ กลุ่มมาตรฐานวิชาชีพ กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์, คู่มือการจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม (กรุงเทพมหานคร: กรมประชาสัมพันธ์, ม.ป.ท.), น. 1-4.

คำแนะนำดังกล่าว ถือเป็นการส่งเสริมและพัฒนาระบบการกำกับดูแลตนเอง (Self-Regulation) ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจของสถานีวิทยุโทรทัศน์ ทั้งทางด้านการกำหนดแนวทางและดำเนินการร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

หลักการและแนวคิด

การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม หมายถึง การให้คำแนะนำกับผู้ชมรายการเกี่ยวกับการนำเสนอ ภาพ เสียง เนื้อหารายการ ส่วนของรายการ ทั้งที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยและจากต่างประเทศ ว่ามีความเหมาะสมกับผู้ชมรายการนั้น ๆ ในช่วงอายุใด ทั้งนี้ ไม่รวมโฆษณา บริการธุรกิจ และการประชาสัมพันธ์ โดยการดำเนินการดังกล่าวเป็นการให้คำแนะนำหรือแจ้งผู้ชมว่า รายการใดเป็นรายการที่ผลิตขึ้นสำหรับเด็ก ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการที่ดีสำหรับเด็ก หรือเป็นรายการเด็กสามารถดูได้ด้วยตัวเอง ผู้ใหญ่ไม่ต้องใช้เวลาอยู่ด้วย หรือเป็นรายการผู้ใหญ่/ผู้ปกครองควรให้คำแนะนำระหว่างชม หรือเป็นรายการที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็ก/เยาวชน

ประการสำคัญ สถานีวิทยุโทรทัศน์ต้องถือปฏิบัติตามกฎกระทรวงฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2537) ข้อ 16 กฎกระทรวงฉบับที่ 15 (พ.ศ. 2544) และกฎระเบียบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงดำเนินการจัดระดับความเหมาะสมของรายการที่ออกอากาศได้นั้นกับกลุ่มผู้ชม ซึ่งการทำให้ไม่ชัดเจนเพื่อปกปิดภาพที่ออกอากาศ (Blur) หรือการใช้โมเสก (Mosaic) ให้ถือว่ายังมีภาพนั้นปรากฏออกอากาศ และใช้ในการพิจารณาจัดระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชมด้วย

แนวทางในการจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม

สถานีวิทยุโทรทัศน์อาจจัดระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชมในทุกรายการที่สามารถออกอากาศได้ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 14 (พ.ศ. 2537) ข้อ 16 โดยในแต่ละตอน (Episode) ของรายการใดรายการหนึ่ง อาจจัดระดับแตกต่างกันได้ตามภาพ เสียง เนื้อหาของรายการในตอนนั้น ๆ

รายการที่ไม่ต้องมีการจัดระดับ ได้แก่

1. รายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงตามธรรมชาติ
2. รายการที่มีความยาวน้อยกว่า 15 นาที
3. รายการถ่ายทอดสดบางประเภท เช่น งานพระราชพิธี งานพิธี งานประชุมสัมมนาทางวิชาการ การแสดง/ดนตรี กีฬา เป็นต้น เนื่องจากมีการออกอากาศพร้อมหรือเกือบพร้อมกับการสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม รายการถ่ายทอดสดบางประเภทสามารถจัดระดับฯ ได้ โดย

พิจารณาจากประเด็น/บท ของรายการที่มีการวางแผนล่วงหน้าได้ เช่น รายการวิเคราะห์/สนทนาข่าว/สถานการณ์ทั่วไป รายการเพลง รายการ Reality Show เป็นต้น

ทั้งนี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของรายการแต่ละระดับอย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถนำเสนอเนื้อหา รูปแบบรายการ พฤติกรรม และองค์ประกอบในการผลิตรายการได้อย่างเหมาะสม แม้ว่าในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชมจะระบุกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ แต่กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มเป้าหมายอื่นก็สามารถชมรายการนั้น ๆ ได้ด้วย

ประเด็นของการพิจารณาระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม

การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์กับกลุ่มผู้ชม พิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความรุนแรงทางร่างกายและจิตใจ เรื่องทางเพศและการโป๊เปลือย ภาษาที่ก้าวร้าวหรือล่งละเมิดผู้อื่น สิ่งเสียดสีและขบขันเกินมา การต่อต้านหรือล่งละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

อนึ่ง เพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อประเด็นที่ใช้ในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม จึงมีคำอธิบายเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1. การพิจารณาระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม หากมีความไม่ชัดเจนให้ถือเจตนา/วัตถุประสงค์ของภาพ เสียง เนื้อหาเป็นหลัก เช่น ภาพแสดงการแต่งกายน้อยชิ้นและเห็นสัดส่วนของร่างกายในสารคดี ไม่ได้มีเจตนา/วัตถุประสงค์ไปในทางเพศ และการโป๊เปลือย ต่างกับภาพนักแสดงแต่งกายชุดว่ายน้ำน้อยชิ้นในละคร เป็นต้น

2. ความรุนแรงทาง “จิตใจ” อาจเกิดจากการทำให้เกิดความหดหู่ ความเศร้า ความบีบคั้น ความเครียด รวมตลอดถึง องค์ประกอบของรายการที่มุ่งให้ผู้ชมตกใจกลัว หรือความน่าเกลียด/สยดสยอง/ขยะแขยง

3. การต่อต้านหรือล่งละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล หมายรวมถึง การส่งเสริมหรือชักจูงให้เกิดการต่อต้านหรือล่งละเมิดบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทั้งทางด้านเชื้อชาติ สัญชาติ ชาติพันธุ์ เพศ ความสนใจทางเพศ อายุ ศาสนา หรือความบกพร่องทางร่างกาย/จิตใจ

การแสดงสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม

วิธีการแสดงสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม

สถานีวิทยุโทรทัศน์อาจแสดงสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชมได้ดังต่อไปนี้

1. แสดงสัญลักษณ์ก่อนรายการในทุกระดับ
2. แสดงสัญลักษณ์ระหว่างรายการในทุกระดับที่มุมซ้ายด้านล่างของจอภาพ
3. ขนาดและเวลาในการแสดงสัญลักษณ์ ให้สถานีพิจารณาตามความเหมาะสม

4. ใช้ตัวเลขไทยในการแสดงสัญลักษณ์ เช่น น๑๓ น๑๔ เป็นต้น

รายละเอียดสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม

สัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชมประกอบด้วยรูปภาพ สี และตัวอักษร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 2.5

สัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการกับกลุ่มผู้ชม



รายการสำหรับเด็ก (๒-๑๒ ปี)



รายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน
(๒-๖ ปี)



รายการทั่วไปเหมาะสมสำหรับผู้ชมทุกวัย



รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำ



รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำ
แก่ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า ๑๓ ปี



รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำ
แก่ผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า ๑๘ ปี



รายการเฉพาะ
ไม่เหมาะแก่เด็กและเยาวชน

งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการการจัดทำสัญลักษณ์เพื่อการคัดกรองรายการโทรทัศน์ ได้มีงานศึกษาบางชิ้นที่สามารถนำมาเปรียบเทียบและใช้อ้างอิงเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน และเป็นแนวทางในการศึกษาทั้งที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องการควบคุม และการจัดแบ่งผู้ชม ที่สามารถนำไปใช้กับการจัดการสัญลักษณ์เพื่อการคัดกรองรายการ ดังต่อไปนี้

คันธียา วงศ์จันทา³⁷ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัย 3 ประการซึ่งมีผลต่อกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ คือ สถานีโทรทัศน์ ผู้จัดละคร และผู้อุปถัมภ์รายการนั้น นโยบายของสถานีโทรทัศน์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อคุณภาพของละครโทรทัศน์ สำหรับเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์ทั้ง 11 เกณฑ์ที่พัฒนาขึ้น เกณฑ์ที่บ่งชี้คุณภาพของละครโทรทัศน์ที่ดีที่สุด คือ เกณฑ์ทางด้านความเป็นมืออาชีพของผู้จัดละครซึ่งมาจากการสังสมประสบการณ์ส่วนตัวและแบบองค์รวมในการผลิตละครโทรทัศน์ มากกว่าการเป็นผู้ที่เรียนจบโดยตรงทางด้านละคร และเกณฑ์เรื่องความประณีตและคุณภาพของกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์อันหมายถึง นโยบายการผลิตละคร การเลือกเรื่อง การคัดเลือกตัวแสดง ความพิถีพิถันในกระบวนการผลิต ความถูกต้องสมจริงและการเลือกเพลงประกอบของผู้จัดละคร ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะมีผลต่อคุณภาพของละครโทรทัศน์ที่ปรากฏออกมา

แสงดาว เสนาจักร³⁸ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดแบ่งประเภทผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษาข้อมูลเชิงเอกสารเกี่ยวกับความเป็นมาและรูปแบบการจัดแบ่งผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศต่าง ๆ ที่ศึกษาทั้ง 3 ประเทศ อันได้แก่ สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์นั้น ได้ผลสรุปดังนี้ ประเทศฟิลิปปินส์มีลักษณะคล้ายกันกับประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศสิงคโปร์ ในแง่ของการเริ่มต้นการควบคุมภาพยนตร์ด้วยวิธีการเซ็นเซอร์ (Censorship) ต่อมาภายหลังเนื่องมาจากความต้องการที่จะยกระดับและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำระบบที่เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับ

³⁷ คันธียา วงศ์จันทา, “การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์,” น. บทคัดย่อ.

³⁸ แสงดาว เสนาจักร, “การจัดแบ่งประเภทผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

โดยทั่วไปมาใช้ นั่นคือ การนำระบบการจัดแบ่งประเภทผู้ชมภาพยนตร์ (The Rating System) หรือการแบ่งอายุผู้ชมตามประเภทของภาพยนตร์มาใช้ สามารถนำมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย ในประเด็นของความแตกต่างได้ดังนี้ นับตั้งแต่มีการจัดฉายภาพยนตร์ขึ้นในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ที่เข้ามาควบคุมดูแลโดยตลอด ประเทศไทยมีการใช้ระบบเซ็นเซอร์ที่เข้มงวด มีกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 บังคับใช้มานานกว่า 72 ปี โดยภาคเอกชนมีความพยายามจะเปลี่ยนแปลงระบบการเซ็นเซอร์ในปัจจุบัน แล้วนำระบบการควบคุมด้วยการจัดแบ่งประเภทผู้ชมภาพยนตร์มาใช้แทน

ชัยยุทธ อภินันท์ธรรม³⁹ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัญหาและแนวโน้มของการจำกัดระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า เนื่องจากการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์เป็นการปิดกั้นสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน และทำให้เนื้อหาของภาพยนตร์ขาดความต่อเนื่อง ประกอบกับพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 ค่อนข้างที่จะไม่ทันสมัยและไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน จึงได้มีหลายฝ่ายเรียกร้องให้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 และเปลี่ยนจากการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์มาใช้ในการจำกัดระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์แทน

³⁹ชัยยุทธ อภินันท์ธรรม, “ปัญหาและแนวโน้มของการจำกัดระดับอายุผู้ชมภาพยนตร์ในประเทศไทย,” น. บทคัดย่อ.