

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การวิพากษ์วาทะผ่านแถลงการณ์ของกลุ่มอัล กออิดะห์ในเว็บไซต์สถานีข่าวตะวันตกและอาหรับ ผู้วิจัยได้รวบรวมกรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ศึกษา ลักษณะของข่าวสารที่มีอิทธิพลโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องสื่อโลก (Global Media)
2. แนวคิดเรื่องอินเทอร์เน็ตกับข่าวออนไลน์ (Internet and Online News)
3. แนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)
4. ทฤษฎีวาทวิพากษ์โดยอิงหลักของเคนเนธ เบิร์ก (Rhetorical Criticism on Burkean Approach)
5. ทฤษฎีการครอบครองความเป็นเจ้าของสื่อ (Hegemonic Theory of Media)
6. ทฤษฎีทางปรัชญาว่าด้วยศาสนาในบริบทการก่อการร้าย (The Philosophical Theory of Religion on Terrorism)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องสื่อโลก (Global Media)

มาร์ก ดี อัลลีย์น (Mark D. Alleyne) กล่าวว่า สื่อมวลชนทั่วโลกมีศักยภาพในการเสนอเนื้อหาแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเนื้อหาที่เกิดขึ้นในต่างประเทศที่มีสำนักข่าวต่างประเทศจำนวนน้อยที่มีทุน บุคลากร และเทคโนโลยีเพียงพอที่จะนำเสนอเนื้อหาในปริมาณมากได้อย่างมีคุณภาพ หากเปรียบเทียบความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาข่าวต่างประเทศของสื่อมวลชนทั่วโลกแล้ว ปริมาณและคุณภาพของข่าวระดับนานาชาติย่อมไม่เท่าเทียมกัน¹

โลกปัจจุบันมีบรรษัทสื่อข้ามชาติ (ที่มีการรวมกิจการระหว่างกลุ่มบริษัทที่ทำธุรกิจคล้ายกันหรือเป็นเจ้าของกิจการสื่อมากกว่าหนึ่งประเภท) เพียงไม่กี่บรรษัทที่มีบทบาทเผยแพร่

¹ ปาจริย์ สุวรรณกาญจน์, “อิทธิพลของสื่อโลกที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาสงครามอิรักของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 26.

ข่าวสารในโลก โดยบริษัทส่วนใหญ่เป็นของสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศมหาอำนาจและผู้นำทางเทคโนโลยีข่าวสารและการสื่อสาร อาทิ คอมพิวเตอร์ ดาวเทียม เครือข่ายเคเบิล ทำให้ระบบการเผยแพร่ข่าวสารสามารถสร้างความได้เปรียบในตลาดข่าวโลก เสริมสร้างคุณค่าทางการค้า และมีเครือข่ายครอบงำการผลิตและกระจายข่าวสารให้แก่ประชากรส่วนใหญ่ของโลก โดยเฉพาะในประเทศอุตสาหกรรมและชนชั้นกลาง ในขณะที่บริษัทขนาดเล็กจะสามารถหาจุดยืนในตลาดโลกดังกล่าวได้ยากมาก²

บทบาทในตลาดการสื่อสารของโลกของบริษัทใหญ่ๆ ที่เป็นรูปแบบการครอบงำด้านการสื่อสาร มีเงื่อนไขสำคัญอยู่ที่การควบคุมการผลิตสาระต่างๆ (ความบันเทิง ข่าวสาร) และช่องทางการกระจายข่าวสารเหล่านั้น ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย สื่อที่สำคัญที่สุดในบทบาทดังกล่าว ได้แก่ ภาพยนตร์และโทรทัศน์ ที่มีการครอบงำในลักษณะประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นผู้กระทำต่อประเทศกำลังพัฒนา เพราะกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาต้องพึ่งสื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งเทคโนโลยีและกระบวนการทางเทคนิคจากต่างประเทศจำนวนมาก³ โดยเฉพาะข่าวสารซึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อสื่อมวลชนอื่นๆ และประชากรโลก ซึ่งเป็นลักษณะของสื่อมวลชนที่เรียก **สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media)**

สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media)

รูปแบบของสื่อมวลชนกระแสหลักไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ในโลกปัจจุบันพบว่าเป็นองค์กรสื่อที่อยู่ในครอบครองของธุรกิจเอกชนจำนวนไม่กี่แห่งทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวหรือข่าวสารครอบคลุมไปทั่วโลก โดยที่บางแห่งเป็นเพียงสื่อในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ ในขณะที่บางแห่งก็มีความสำคัญในระดับนานาชาติ ซึ่งในกลุ่มหลังนี้นอกจากจะมีตลาดกลุ่มเป้าหมายที่เข้มแข็งภายในประเทศของตนแล้ว ยังมีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมข่าวสารข้อมูลในตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวสารเพื่อสนับสนุนและผดุงสังคมที่เป็นประชาธิปไตยที่สื่อเหล่านี้ได้กลายเป็นผู้จัดวาระข่าว รวมถึงกำหนดความเป็นจริงในความเข้าใจของผู้ชม จนกลายเป็นการครองความเป็นเจ้าอุดมการณ์และวัฒนธรรม

² Robert W. McChesney, "Global media: the nine firms that dominate the world." Extra!, <<http://www.fair.org/extra/9711/gmg.html>>, Nov/Dec 1997.

³ เฮอเบิร์ต ไอ ซิลเลอร์, การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม, แปลโดย อุดลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533), น. 95-97.

งานวิจัยชื่อ Deciding What's News ของเฮอร์เบิร์ต เจ. กานส์ (Herbert J. Kans) ชี้ให้เห็นว่าสื่อกระแสหลักในสหรัฐอเมริกาซึ่งมีอำนาจในการเผยแพร่ข่าวสารด้านการเมืองไปได้ทั่วโลกนั้นมีอิทธิพลต่อกระแสข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ทั้งในประเทศพัฒนาแล้ว ประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนาจำนวนมาก และส่งผลให้เกิดรูปแบบการควบคุมสื่อที่สหรัฐอเมริกากำหนดได้ว่าจะก็คือ “ความจริง” รวมถึงสามารถโน้มน้าวให้ประชาชนในประเทศต่างๆ คล้อยตามความต้องการของสื่อมวลชนหรือรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ง่ายขึ้น⁴

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา CBS และ NBC รวมถึงนิตยสารรายสัปดาห์ Newsweek และ Time โดยใช้วิธีร่วมสังเกตการณ์การทำงานของกองบรรณาธิการข่าวในสถานีโทรทัศน์ และการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร ซึ่งพบว่าการรายงานข่าวของสื่อมวลชนทั้ง 4 แห่งมักมีส่วนสัมพันธ์กับนโยบายทางการเมืองและการต่างประเทศของรัฐบาล ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในประเทศและทำให้เกิดการครอบงำสื่อมวลชนและประชาชนในประเทศอื่นๆ อีกจำนวนไม่น้อย

เฮอร์เบิร์ต ไอ. ชิลเลอร์ (Herbert I. Schiller) นักวิชาการสื่อสารชาวอเมริกัน อาร์มันด์ แมทเทลาร์ท (Armand Mattelart) และอีฟส์ อูด์ส์ (Yves Eudes) นักวิชาการสื่อสารชาวฝรั่งเศสได้ร่วมกันตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับ “การครอบงำสื่อโลกของสหรัฐอเมริกา” ว่าการกำหนดนโยบายของบรรษัทสื่อเอกชน รัฐบาลหรือกองทัพของสหรัฐอเมริกามีส่วนสนับสนุนให้เกิดการแทรกซึมและส่งเสริมการเผยแพร่แนวคิดและความนิยมแบบโลกตะวันตกไปกับข่าวสารในรูปแบบสื่อทางวัฒนธรรมต่างๆ ไปสู่ประเทศโลกที่สามและตลาดต่างประเทศ⁵

การที่สหรัฐอเมริกาพยายามเข้าไปมีอิทธิพลหรือครอบงำช่องว่างทางวัฒนธรรมและข่าวสารทั้งหมดให้ได้ เป็นแนวคิดพื้นฐานของการเชื่อมโยงระบบการสื่อสารสมัยใหม่กับระบบเศรษฐกิจทุนนิยมทั้งในระดับประเทศและระดับสากล กล่าวคือ สหรัฐอเมริกาหันมาใช้บรรษัทข้ามชาติซึ่งได้ชื่อว่าเป็นผู้จัดการระบบเศรษฐกิจโลกก็เพื่อแสวงหาตลาดที่มั่นคงและให้ผลกำไรสูงสุดเพื่อเหตุผลทางเศรษฐกิจในการครอบงำการผลิต การกระจายสินค้าและบริการต่างๆ ในตลาดทั่วโลกที่แทรกซึมไปพร้อมๆ กับการกระจายและการรุกของข่าวสารหรือสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ หนังสือ วิทยุโทรทัศน์ที่มีผลต่อจิตสำนึกทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคมอย่างลึก

⁴ Jaap van Ginneken, Understanding Global News: a critical introduction (London: Sage Publications, 1998), p. 26.

⁵ Ibid., p. 42.

เสียงไม่พ่น ดังที่หนังสือพิมพ์สแตนดาร์ด (Standard) ของลอนดอนชี้ว่า “การควบคุมการสื่อสารเท่ากับได้อำนาจในการสำรวจช่องทางการค้าของโลก...เกื้อหนุนกิจกรรมต่างๆ ที่อำนาจประโยชน์ต่อผู้ที่ควบคุมระบบอยู่”⁶

อย่างไรก็ดี การเผยแพร่ข่าวสารโลกของสหรัฐอเมริกาในปัจจุบันเกี่ยวข้องกับการเมืองระหว่างประเทศมากขึ้น อันเป็นผลจากนโยบายสงครามต่อต้านการก่อการร้ายของรัฐบาล ที่ไม่เพียงก่อให้เกิดการปะทะระหว่างรัฐมหาอำนาจกับกลุ่มก่อการร้ายติดอาวุธต่างๆ ทั่วโลกในสถานการณ์จริง แต่ยังเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างกลุ่มที่ขัดแย้งในพื้นที่ของสื่อมวลชน หรือสงครามเชิงสัญลักษณ์ เช่น นักการเมืองหรือผู้นำสหรัฐอเมริกาที่ประกาศแถลงการณ์ประณามผู้ก่อการร้าย การก่อเหตุระเบิดของกลุ่มก่อความไม่สงบ หรือการเดินขบวนประท้วงอย่างสันติของนักต่อต้านสงคราม

ในปัจจุบัน กระแสครอบงำข่าวสารทั่วโลกมักเกิดจากการดำเนินนโยบายข่าวของบรรษัทสื่อที่มีความสัมพันธ์การพึ่งพาทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเผยแพร่ข่าวสารด้านความมั่นคงที่สอดคล้องแนวคิดสนับสนุนความเป็นผู้นำโลกของประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา อันเป็นผลจากความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับรัฐบาล เช่น กิจการข่าวของรูเพิร์ต เมอร์ดอช (Rupert Murdoch's News Corporation) กับคำกล่าวที่ว่า “เมอร์ดอชมีทำเนียบขาวเป็นอาวุธลับ” และเครือข่ายข่าวเคเบิล (Cable News Network หรือ CNN) ของเอแอลโอ-ไทม์วอร์เนอร์ (ALO-Time Warner) ซึ่งวางตำแหน่งตัวเองเป็นสถานีข่าวโลก

ในขณะที่สื่อกระแสหลักของสหรัฐอเมริการายงานข่าวสารในประเด็นความมั่นคงเพื่อพยายามครอบงำความคิดของประชากรทั่วโลกในปัจจุบัน ก็มีสื่อนอกกระแสอีกจำนวนไม่น้อยหรือ **สื่อทางเลือก (Alternative Media)** ที่แม้จะมีศักยภาพเข้าถึงประชากรโลกได้น้อยกว่าหรือเป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเฉพาะกลุ่มในสังคม แต่ก็ได้รับการตอบรับอย่างมากมายจากประชาชนเพื่อต่อสู้ ต่อรอง และต่อต้าน “สื่อกระแสหลัก” โดยสื่อทางเลือกเหล่านี้กำลังก้าวขึ้นมาแข่งขันและสร้างความน่าสนใจด้วยการนำเสนอข่าวสารในมุมมองที่แตกต่างจนมีผลให้สื่อกระแสหลักหลายแห่งสูญเสียอำนาจการผูกขาดข่าวสาร

⁶ เฮอริเบิร์ต ไอ ซิลเลอร์, การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม, น. 36.

สื่อทางเลือก (Alternative Media)

แนวคิดเรื่องสื่อทางเลือก (Alternative Media)⁷ เริ่มต้นขึ้นในประเทศตะวันตกและแพร่ไปสู่ภูมิภาคอื่นๆ ในช่วงทศวรรษ 1970 ปัจจุบันมีสื่อทางเลือกเกิดขึ้นจำนวนไม่น้อยทั่วโลก เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตซึ่งขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีเครือข่ายมากมาย เนื่องจากสื่อกระแสหลักส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยกลุ่มทุนและรัฐบาลซึ่งทำให้เกิดการกระจุกตัวของสื่อและการครอบงำทางวัฒนธรรม รวมถึงไม่เพียงพอต่อการให้ข้อมูลข่าวสารแก่คนทุกกลุ่มในสังคม ดังที่จิม ไฮต์ทาวเวอร์ (Jim Hightower) กล่าวว่า “แหล่งข่าวและข้อมูลจากสื่อทางเลือกนั้นเจาะเข้าถึงกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมได้มากกว่าบรรษัทสื่อขนาดใหญ่”

การระบุนิยามของสื่อทางเลือกยังเป็นเรื่องที่มีการโต้แย้งกันมาก อาทิ คริส อัดตัน (Chris Atton) กล่าวว่า กรณีคณะกรรมการด้านสื่อในสหราชอาณาจักรให้นิยามสื่อสิ่งพิมพ์ทางเลือกว่าเกี่ยวข้องกับ “ความเห็นของชนกลุ่มน้อยในสังคม” ซึ่งเป็นการสรุปจากรูปแบบสื่อในท้องถิ่นชนบท เช่น การทำหนังสือพิมพ์ในต่างจังหวัด เป็นความหมายที่ไม่ถูกต้องนัก โดยอัดตันแย้งว่า กลุ่มรักร่วมเพศซึ่งมีจำนวนมากในสังคมก็ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ทางเลือก ฉะนั้น การนิยามสื่อทางเลือกจึงไม่สามารถสรุปจากสื่อของชนกลุ่มน้อยได้ในทุกกรณี

คลีเมนเซีย โรดริเกซ (Clemencia Rodríguez) แนะนำว่า ความหมายของสื่อทางเลือกน่าจะกำหนดจากวัตถุประสงค์ ผลกระทบและกระบวนการมากกว่าการเปรียบเทียบกับสื่อกระแสหลัก โดยน่าจะใช้ในความหมายว่าเป็น “สื่อของพลเมือง” (Citizens' media) ซึ่งกำหนดจากขั้นตอนการผลิตที่มีลักษณะเปิดกว้างและเป็นรูปแบบอาสาสมัคร รวมทั้งวัตถุประสงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และมีทิศทางการทำงานที่ไม่แสวงหากำไร

ทั้งนี้ ความหมายที่อธิบายถึงสื่อทางเลือกได้ง่ายที่สุดก็คือ สื่อที่อยู่ตรงข้ามกับสื่อกระแสหลักซึ่งมีการผลิตจำนวนมากและมีผู้บริโภคกันอย่างกว้างขวาง ในสถานะที่มีการแข่งขันกับสื่อกระแสหลัก สื่อทางเลือกจะนำเสนอมุมมองเนื้อหาที่แตกต่างและสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละชุมชน หรือสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งสื่อกระแสหลักไม่สามารถรองรับจุดมุ่งหมายเหล่านี้ได้ในบางครั้ง

⁷ Mitzi Waltz, Alternative and Activist Media (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005), pp. 1-3.

นอกจากนิยามของสื่อทางเลือกข้างต้น สุปัญญา กลางณรงค์ ศึกษาพบว่าขบวนการของสื่อทางเลือกเติบโตขึ้นเนื่องเพราะ⁸

1. การเกิดขึ้นของขบวนการทางสังคมใหม่ (new social movement) เช่น กลุ่มสิทธิสตรี ชาตินิยม ผู้อพยพ นักสิ่งแวดล้อม ขบวนการสันติภาพ กลุ่มสิทธิรกร่วมเพศ และกลุ่มต่อต้านการเหยียดสีผิว เป็นต้น ทั้งนี้ เนื่องจากเนื้อหาสาระหรือความคิดเห็น ความรู้สึกของกลุ่มดังกล่าวไม่ได้รับความสนใจ หรือมีพื้นที่ในสื่อกระแสหลัก และอาจจะถูกนำเสนอภาพให้บิดเบือนไป

2. ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบเก่า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มนักศึกษา นิสิตนักศึกษา สหภาพแรงงาน หรือขบวนการชาวนา ชาวไร่ คนในชนบท ที่ไม่ได้รับผลประโยชน์จากการรวมศูนย์อำนาจที่ส่วนกลาง และขบวนการคนจนที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายคนร่ำรวย เป็นต้น กลุ่มคนเหล่านี้ยังขาดพื้นที่ในการสื่อสารและสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก (freedom of expression) ในพื้นที่สาธารณะ (public sphere)

3. ความต้องการทางการเมืองในการมีสื่อทางเลือก เช่น กลุ่มชนพื้นเมืองในอเมริกาเหนือ กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก หรือกลุ่มชนชาวแอฟริกาที่อยู่ภายใต้การปกครองของหลายกลุ่ม โดยส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการมีสื่อใต้ดิน (underground) จากนั้นจึงพัฒนามาเป็นสื่อทางเลือก

การแสวงหาพื้นที่ในสื่อทางเลือกสอดคล้องกับทฤษฎีของเจอร์เก้น ฮาเบอรัสมาส (Jürgen Habermas) ที่วิพากษ์ว่าสื่อมวลชนควรมีบทบาทเป็นพื้นที่สาธารณะในการแสดงความคิดเห็นของคนกลุ่มต่างๆ ซึ่งแม้ว่าสื่อกระแสหลักในปัจจุบันจะจัดพื้นที่แสดงความคิดเห็นไว้ แต่ก็เหมือนการจัดฉากที่กำหนด “ผู้ชนะ” ไว้แล้ว เป็นกระบวนการที่นอม ชอมสกี (Noam Chomsky) เรียกว่า “ความยินยอมพร้อมใจที่สร้างขึ้น” (manufacturing consent) นอกจากนี้ แนวคิดสื่อทางเลือกยังใกล้เคียงแนวคิดเรื่องการต่อต้านการครอบครองความเป็นเจ้า (hegemony) ของกรัมสกี (A. Gramsci) โดยเป็นความพยายามที่จะปฏิเสธการครอบงำทางอุดมการณ์และวัฒนธรรมจากสื่อกระแสหลัก⁹

การมีสื่อทางเลือกที่หลากหลายจะไม่เพียงช่วยเปิดพื้นที่การสื่อสาร แสดงออกให้กับกลุ่มคนที่ไร้สิทธิไร้เสียงได้มีโอกาสได้มีพื้นที่ในการสื่อสารระหว่างกันเอง แต่ยังเปิดมิติข่าวสารในอีกหลายมุมมองให้กลุ่มอื่นๆ ในสังคมได้รับทราบและเข้าใจมากขึ้น เช่น กรณีของการก่อการร้ายใน

⁸ สุปัญญา กลางณรงค์, “สื่อชุมชน: คุณภาพแห่งการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคนและชุมชน,” ใน เอกสารการสัมมนาวิชาการประจำปี 2547 เรื่องเหลียวหลังแลหน้า: ยี่สิบปีเศรษฐกิจสังคมไทย, กลุ่มที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ, 2547), น. 2.

⁹ Mitzi Waltz, op.cit., footnote 7, p. 17.

ปัจจุบันที่สื่อตะวันตกมักนำเสนอเนื้อหาเชื่อมโยงกับโลกอาหรับ โดยชาวมุสลิมมองว่าเป็นเนื้อหาที่ปราศจากความรู้ความเข้าใจและไม่ยุติธรรม คือขาดความเข้าใจในหลักศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีและค่านิยม รวมทั้งยังอาจแสวงประโยชน์จากความไม่เท่าเทียมของกระแสการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างประโยชน์ต่อการทำสงครามของชาติตะวันตกอีกด้วย

เมื่อการรายงานข่าวของสื่อตะวันตกตอกย้ำ “ภาพลบ” ของโลกมุสลิมและชาวอาหรับ การพัฒนาสื่อสารมวลชนในกลุ่มประเทศอาหรับจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของตัวเองได้ เช่น สถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมอัล-จาซีเราะห์ (Al-Jazeera) ที่กรุงโดฮา กาตาร์ ซึ่งมีชื่อเสียงจากการออกอากาศคำสัมภาษณ์ของอูซามะห์ บิน ลาดิน แกนนำกลุ่มอัล กออิดะห์ และเป็นเพียงสื่อเดียวที่น่าเสนอ “ข่าวเจาะ” เกี่ยวกับรัฐบาลตอลิบานของอัฟกานิสถานอย่างต่อเนื่อง เปิดโอกาสให้ชาวโลกได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอีกด้านหนึ่ง ซึ่งอาจตรงกันข้ามกับสิ่งที่สื่อตะวันตกพยายามสร้างขึ้น

การศึกษาแนวคิดเรื่องสื่อโลกเป็นพื้นฐานการทำความเข้าใจลักษณะการรายงานข่าวของสื่อกระแสหลักและสื่อทางเลือกที่มีมุมมองแตกต่างกัน โดยเฉพาะในประเด็นของความมั่นคงและการก่อการร้าย ซึ่งมีทั้งการสอดแทรกแนวคิดสนับสนุนนโยบายสงครามของสหรัฐอเมริกาไปกับการไหลเวียนของข่าวสารทั่วโลก และการนำเสนอข่าวสารเปิดมุมมองของโลกมุสลิม ซึ่งถือเป็นการต่อสู้เพื่อครองความคิดคนในสังคมที่สอดคล้องกับทฤษฎีการครอบครองความเป็นเจ้าของสื่อที่ผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบการวิจัยเนื้อหาครั้งนี้ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

แนวคิดเรื่องอินเทอร์เน็ตกับข่าวออนไลน์ (Internet and Online News)

ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet)¹⁰ เกิดขึ้นและถูกพัฒนาในยุคทศวรรษที่ 60 (1960-1969) นับได้ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก การแลกเปลี่ยนข้อมูล การศึกษาค้นคว้าสามารถทำได้อย่างกว้างขวางและเป็นเสมือนโลกไร้พรมแดน ระบบนี้ได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับศูนย์คอมพิวเตอร์ทั่วโลก ทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในวงการศึกษา วิทยาศาสตร์ ธุรกิจ การเมือง และการสื่อสาร อีกรูปแบบหนึ่งของการให้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ World Wide Web (www) หรือนิยมเรียกสั้นๆ ว่า Web สามารถให้บริการข้อมูลได้ทั้งแบบข้อความ เสียง ภาพนิ่ง

¹⁰ ดรุณี หิรัญรักษ์, การสื่อสารมวลชนโลก (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 18-19.

และภาพเคลื่อนไหวต่างๆ รวมทั้งบริการด้านหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่ปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์

ในระยะแรก อินเทอร์เน็ตเป็นระบบที่ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารในภาวะสงคราม ตลอดจนมีไว้ใช้เฉพาะในเครือข่ายหน่วยงานของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา เช่น กระทรวงกลาโหม สถาบันวิจัยต่างๆ มหาวิทยาลัย องค์การนาซ่า รวมถึงหน่วยงานด้านพลังงานและวิทยาศาสตร์ ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 80 อินเทอร์เน็ตจึงแพร่ขยายไปสู่หน่วยงานเอกชน ห้องสมุด สถาบันการศึกษาทั่วโลก ตลอดจนประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ ในช่วงปลายปี 2535 มีผู้เป็นเจ้าของเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเกือบ 1 ล้านคน

บทบาทสำคัญของอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันไม่เพียงเป็นภาพตัวแทนของพื้นที่สาธารณะที่ตอบสนองความต้องการมีส่วนร่วมทางการเมืองและสังคมของประชาชนทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และนานาชาติ แต่ยังอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้หลากหลายรูปแบบ เช่น เว็บไซต์ส่วนบุคคลหรือขององค์กรต่างๆ จดหมายข่าว (Newsletter) อีเมล (E-mail) เวทีอภิปราย (Forum) การประชุมทางไกลระบบออนไลน์ (conferencing) จดหมายเวียนอิเล็กทรอนิกส์ (mailing lists) เว็บบอร์ดแสดงความเห็น (Webboard) เว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (search engine) ฐานข้อมูลต่างๆ รวมถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ข่าวออนไลน์ (Online News)

แอตคินสันและวอลท์แกน (S. Attkinson and D. R. Vaughan)¹¹ กล่าวว่า ในอดีต ผู้สื่อข่าวและนักเขียนต้องพึ่งพาแหล่งข้อมูลต่างๆ จำนวนมากเท่าที่รวบรวมได้เพื่อนำมาวิเคราะห์ข่าวหรือเขียนบทความ เช่น ข่าวตัดเก็บจากหนังสือพิมพ์ (Clippings) สมุดข่าวจากห้องสมุด แม้กระทั่งการโทรศัพท์ถึงหน่วยงานหรือการติดต่อผ่านเทเล็กซ์ ซึ่งนับเป็นปัญหายาก และทำให้เสียเวลาในการเดินทางและการเขียนข่าวแต่ละเรื่อง โดยเฉพาะห้องข่าวของหนังสือพิมพ์ต่างๆ ยังต้องจ่ายเงินเพื่อจ้างบรรณารักษ์ให้ช่วยค้นหาบทความจากหนังสือพิมพ์และไฟล์ข้อมูล อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายทศวรรษที่ 80 ห้องข่าวหลายแห่งได้เริ่มใช้ระบบคอมพิวเตอร์และระบบสายสื่อสารเพื่อรับส่งข้อมูลผ่านอุปกรณ์ที่สามารถส่งพิมพ์ รวมทั้งจัดเก็บข้อมูลลงในแผ่นงานไว้ใช้ในหน่วยงานเอง

¹¹ Sharyl Attkinson and Don R. Vaughan, Writing Right for Broadcast and Internet News (Boston: Allyn and Bacon, 2003), pp. 71-73.

เมื่อมีการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสื่อสารมวลชนจึงทำให้สะดวกมากขึ้น ไม่ที่จะเป็นการค้นหาข้อมูล ความคิดเห็น หนังสือพิมพ์ บทความ รวมถึงข้อมูลหน่วยงานต่างๆ ที่อยู่เบอร์โทรศัพท์ แผนที่ หรือแม้กระทั่งเว็บไซต์ส่วนบุคคล ซึ่งอินเทอร์เน็ตช่วยให้การเข้าถึงข้อมูลทั่วโลกทำได้ในระยะเวลาอันสั้น ความรวดเร็วของการค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทำให้ข่าวกลายเป็นเรื่องที่ตกยุคได้อย่างรวดเร็วมากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากผู้อ่านคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลที่สดใหม่ และทันเหตุการณ์ตลอด 24 ชั่วโมง

สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ในปัจจุบันเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยสร้างเป็นเว็บไซต์ข่าวประจำองค์กรที่ให้บริการข้อมูลข่าวเชิงลึก รวมถึงการวิเคราะห์ข่าวที่หลากหลาย และการเชื่อมโยงข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระบบอินเทอร์เน็ต สิ่งพิสูจน์ถึงความจำเป็นดังกล่าวคือ เมื่อเกิดเหตุวินาศกรรม 9/11 นอกจากสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุจะพยายามรายงานข่าวด่วนให้ได้มากที่สุด เครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็เป็นสื่อมวลชนอีกประเภทที่มีบทบาทในการรายงานข่าว รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวทั่วโลกสามารถโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นและร่วมแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับความสูญเสียในเหตุการณ์ได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ รูปแบบของข่าวสารในอินเทอร์เน็ตมีความเหมือนและแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ดังนี้

1. เว็บไซต์มีการพาดหัวข่าวด้วยภาพนิ่งและกราฟฟิกเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์
2. เว็บไซต์สามารถรายงานข่าวได้ทันเหตุการณ์เหมือนสื่อโทรทัศน์
3. เว็บไซต์นำเสนอเสียงและภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริงเช่นเดียวกับวิทยุและโทรทัศน์
4. เว็บไซต์สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาข่าวไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ ในระบบอินเทอร์เน็ตได้
5. ผู้สื่อข่าวในเว็บไซต์ไม่ถูกจำกัดเรื่องเวลาและเนื้อที่เขียนข่าวซึ่งต่างกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่มีเวลาและเนื้อที่เป็นตัวบังคับ
6. ข่าวในเว็บไซต์สามารถนำมาอ่านได้หลายครั้งเหมือนการอ่านหนังสือพิมพ์
7. ข่าวในเว็บไซต์สามารถเขียนด้วยภาษาต่างๆ ไม่ซับซ้อน หรือภาษาพูดได้มากกว่าการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์
8. เว็บไซต์มีรูปแบบการโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้ที่สามารถชมภาพฟังเสียง และอ่านข่าวได้ในเวลาเดียวกัน

แนวคิดเรื่องอินเทอร์เน็ตกับข่าวออนไลน์ที่ผู้วิจัยศึกษาไม่เพียงชี้ให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการอ่านข่าวหรือรับข้อมูลข่าวสารที่สนใจในสังคม แต่ยังพบว่า “ข่าวสาร” ซึ่งนำเสนอผ่านเว็บไซต์นั้นอาจมีส่วนช่วยให้ “อุดมการณ์” หรือ “การโฆษณาชวนเชื่อ” ของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาและกลุ่มอัล กอิดะห์ที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนนั้นจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น รวมถึงเป็นการครอบงำรูปแบบใหม่ที่มีอิทธิพลเหนือความคิดของผู้คนทั่วโลก โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาหรือสถานที่ ซึ่งเป็นมุมมองการใช้ประโยชน์จากข่าวเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้

แนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) มาจากภาษาละตินว่า Congregatio de propaganda fide หมายถึง “การมาประชุมกันเพื่อประกาศเผยแผ่ศรัทธา” ของกลุ่มพระสงฆ์คาทอลิกคณะเยซุอิตที่มีขึ้นตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความเชื่อและความคาดหวังให้ผู้สื่อสารเกิดความเลื่อมใสในศาสนาคริสต์ ซึ่งนับได้ว่าการโฆษณาชวนเชื่อในยุคแรกเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการจิตวิทยาเฉพาะในแวดวงศาสนา¹²

ต่อมาภายหลังปีค.ศ.1850 (พ.ศ.2393) แนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อจึงเริ่มนำไปใช้ในการเผยแพร่ทางการเมือง เสรีภาพ เชื้อชาติ จนกระทั่งได้รับความนิยมสูงสุดในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อฝ่ายนาซีใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการควบคุมและเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ รวมทั้งการกระทำของประชาชนเยอรมันให้เกลียดชังชาวยิวได้สำเร็จ ดังที่จอห์น บราวน์ (John Brown) ผู้ศึกษาการต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ พบว่าในภาวะสงคราม ความต้องการชัยชนะจะเป็นตัวผลักดันให้มีการใช้และยอมรับวิธีการโฆษณาชวนเชื่อ¹³

ทั้งนี้ การที่สังคมตะวันตกอยู่ในภาวะของการก่อการร้ายภายหลังเหตุการณ์วินาศกรรม 9/11 ทำให้การโฆษณาชวนเชื่อกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้สหรัฐอเมริกาโค่นล้มรัฐบาลตอลิบานในอัฟกานิสถานและรัฐบาลอิรักของประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู. บุช (Saddam Hussein) ได้สำเร็จ ซึ่งไม่เพียงเป็นการใช้วิธีโฆษณาชวนเชื่อแบบเดิมๆ เช่น การสร้างข่าวแล้วแจกจ่ายไปตามสื่อของรัฐบาลและของเอกชน แต่ยังประยุกต์การรวบรวม การผลิต และการแสวงประโยชน์จากข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หน่วยข่าวกรอง และข้อมูลฝ่ายทหารเข้าด้วยกัน ดังที่พันเอกเคนเนธ อัลลาร์ด

¹² นวล หิญาธิระนันท์, การโฆษณาชวนเชื่อและการต่อต้าน (เอกสาร 339/30, ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), น. 163.

¹³ Yahya R. Kamalipour and Nancy Snow, War, media and propaganda: a global perspective (Maryland: Rowman & Littlefield, 2004), p. 222.

(Colonel Kenneth Allard) ระบุว่า สงครามอิรักปี 2546 จะถูกจดจำว่าเป็นความขัดแย้งที่ข้อมูลข่าวสารมีบทบาทเต็มทีในการต่อสู้มากกว่าการใช้อาวุธสงครามใดๆ¹⁴

คนทั่วไปเข้าใจว่าสื่อมวลชนสหรัฐอเมริกา มีบทบาทโฆษณาชวนเชื่อจนทำชาวอเมริกันสนับสนุนสงครามในตะวันออกกลางได้สำเร็จ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ก่อการร้ายกับการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อก็เป็นสิ่งที่ดำเนินมาหลายทศวรรษ ดังที่โยนาห์ อเล็กซานเดอร์ (Yonah Alexander) กล่าวว่า อิทธิพลข่าวสารของกลุ่มก่อการร้ายที่เพิ่มขึ้นเกิดจากสื่อให้ความสนใจเหตุโจมตีต่างๆ แล้วทำให้เป็นประเด็นในสังคมผ่านการเผยแพร่ซ้ำแล้วซ้ำเล่า สื่อจึงเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อที่ช่วยให้ผู้ก่อการร้ายสามารถปรุงแต่งการโจมตี ควบคุมการประชาสัมพันธ์ มีกลุ่มผู้สนับสนุน รวมถึงเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การโจมตี¹⁵

ความหมายของการโฆษณาชวนเชื่อ

การโฆษณาชวนเชื่อ หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสาร ที่พยายามสร้างอิทธิพลเหนือความคิดเห็นและการกระทำของผู้อื่น โดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงของเนื้อหาข่าวสารที่โฆษณา (irrespective of the truth message) การโฆษณาชวนเชื่อมักถูกมองว่าเป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่ขาดความสุจริตใจ อาจมีการบิดเบือนความจริง (distortion) หลอกลวง (deceptive) และปิดบังอำพรางบางสิ่งบางอย่างไว้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้โฆษณาชวนเชื่อ หรือเพื่อให้ได้ผลประโยชน์บางประการตามที่ตนได้คาดการณ์หรือคาดหมายไว้ล่วงหน้าแล้ว¹⁶

ในทฤษฎีทางทหาร การโฆษณาชวนเชื่อถือว่าเป็นเครื่องมือหรือวิธีการหลักของการปฏิบัติการจิตวิทยาที่จะเผยแพร่เนื้อหาสาระไปสู่เป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดผลทางจิตวิทยาที่ต้องการ ดังนั้นความหมายของการโฆษณาชวนเชื่อทางทหารคือ ข่าวสาร ความคิดเห็น หลักนิยม หรือการจูงใจ

¹⁴ Ibid., pp. 8-9.

¹⁵ Bethami A. Dobkin, Tales of terror: television news and the construction of the terrorist threat (New York: Praeger, 1992), p. 18.

¹⁶ บุญรอด ศรีสมบัติ, “การโฆษณาชวนเชื่อ,” ใน เอกสารประกอบวิชาการปฏิบัติการจิตวิทยาสนับสนุนการปฏิบัติการพิเศษ, ชุดที่ 23 (กรุงเทพมหานคร: โรงเรียนเสนาธิการทหารบก, 2545), น. 59-60.

อย่างใดก็ตามที่เผยแพร่ออกไป เพื่อให้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น อารมณ์ ทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เผยแพร่ นั้น ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวว่า การโฆษณาชวนเชื่อเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวขนาดใหญ่ (Persuasive communication) โดยเฉพาะในช่วงสงครามซึ่งประเทศต่างๆ พยายามค้นคิดกลยุทธ์และวิธีการอย่างแยบยลเพื่อนำสื่อมาใช้ปลุกเร้าให้ประชาชนทุกคนเห็นด้วย และให้ความร่วมมือในการทำสงคราม¹⁷

ในทางสื่อสารมวลชน การโฆษณาชวนเชื่อเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกับการตรวจสอบเนื้อหา ซึ่งเป็นวิธีการเฉพาะที่รัฐบาลเผด็จการมักจะใช้บังคับให้สื่อทุกแขนงทำการโฆษณาหรือไม่โฆษณา บางประเด็นได้ อย่างไรก็ดี การโฆษณาชวนเชื่อและการตรวจสอบเนื้อหาในปัจจุบันเกี่ยวข้องกับอำนาจของรัฐบาลที่ใช้เพื่อสื่อสารข้อมูลบางประเด็นในปริมาณมากหรือน้อยให้กับประชาชน หรือแม้แต่แยกประเด็นที่ไม่ต้องการให้รับรู้ออกไป วิธีการเช่นนี้อาจเรียกว่าการจัดการข้อมูล/ข่าว (information/news management)¹⁸

นอกจากนี้ เอส ดับบลิว วิลเลียม แพททิส (S. W. William Pattis) นักวิชาชีพโฆษณา ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการโฆษณาในลักษณะที่แตกต่างกับคนอื่นว่าเป็น “การสื่อสารในรูปแบบใดๆ ซึ่งเจตนาที่จะกระตุ้นผู้มีศักยภาพในการซื้อ (potential buyer) และการส่งเสริมในด้านการจำหน่ายสินค้าและบริการ (promote the sales of a product) รวมทั้งการสร้างประชาคม การกระทำเพื่อก่อให้เกิดการสนับสนุนทางการเมือง (political support) การขายความคิดเห็นหรือเสนอความคิดเห็นหรือสาเหตุต่างๆ และการกระทำเพื่อให้ประชาชนเห็นคล้อยหรือปฏิบัติไปในแนวทางหนึ่งแนวทางใดที่ผู้โฆษณาประสงค์”¹⁹

แม้ว่าการโฆษณาชวนเชื่อจะนำมาใช้อธิบายถึงวิธีการเพื่อบรรลุผลประโยชน์ทางศาสนาการเมืองและการค้าเป็นส่วนใหญ่ แต่ในศตวรรษที่ 21 นิยามของการโฆษณาชวนเชื่อได้สร้างปรากฏการณ์ที่เป็นภัยคุกคามต่อความมั่นคงโลกอย่างยิ่ง เมื่อถูกนำไปเชื่อมโยงกับภัยก่อการร้ายหรือที่เรียกว่า “การก่อการร้ายในฐานะการโฆษณาชวนเชื่อ” (Terrorism as propaganda) ซึ่ง

¹⁷ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: เอดิชั่นเพรส โปรดักส์, 2543), น. 83.

¹⁸ Jaap van Ginneken, op.cit., footnote 4, p. 96.

¹⁹ บุญรอด ศรีสมบัติ, “การโฆษณาชวนเชื่อ,” น. 58-59.

เป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มก่อการร้ายกับสื่อมวลชนบนสมมติฐานที่ว่า การก่อเหตุโจมตีหรือข่าวสารของผู้ก่อการร้ายที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ เป็นรูปแบบของการโฆษณาชวนเชื่ออย่างหนึ่ง²⁰

ประเภทของการโฆษณาชวนเชื่อ

นักทฤษฎีโฆษณาชวนเชื่อจำแนกประเภทของการโฆษณาชวนเชื่อออกเป็น 3 แบบ คือ แบบสีดำ สีขาว และสีเทา²¹

1. การโฆษณาชวนเชื่อแบบสีดำ หมายถึง การโฆษณาแบบที่ตั้งใจจะใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อการโกหกหลอกลวงเป็นการเฉพาะ เช่น ในกรณีการโฆษณาของพวกนาซี
2. การโฆษณาชวนเชื่อแบบสีขาว หมายถึง การโฆษณาที่ตั้งใจจะจัดการเผยแพร่แนวคิดและข้อมูลที่เป็นอันตราย รวมทั้งการใส่ข้อมูลด้านบวกเพื่อเบนความสนใจของประชาชนออกไปจากเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นอยู่
3. การโฆษณาชวนเชื่อแบบสีเทา หมายถึง การรวมเอาทั้งการเผยแพร่ข้อมูลและแนวคิดที่อาจจะมีทั้งจริงและลวงปนๆ กันไป

การโฆษณาชวนเชื่ออาจจะทำกับคนในชาติของตัวเอง เพื่อจะได้สนับสนุนนโยบายของรัฐบาล หรือกับประชาชนในประเทศอื่นเพื่อให้มีความเชื่อในแนวทางที่ประเทศโฆษณาชวนเชื่อต้องการ การโฆษณาชวนเชื่อข้ามประเทศมักกระทำโดยประเทศใหญ่ๆ ทั้งสิ้น เช่น เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็มีเยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา การโฆษณาชวนเชื่อข้ามประเทศนี้ก็ถือเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้นโยบายของประเทศสำเร็จตามที่ตั้งจุดหมายไว้ เป็นต้นว่าการที่สหรัฐอเมริกาโฆษณาความชั่วร้ายของกลุ่มอัล กอิดะห์ก็เพื่อให้ประชาชนในประเทศต่างๆ เกลียดกลัวและจะได้อยู่เป็นพวกเดียวกับสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ วิธีการโฆษณาชวนเชื่อที่รัฐได้ใช้มาในอดีตจนถึงปัจจุบัน คือ²²

²⁰ "Terrorism as propaganda," SourceWatch, <http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Terrorism_as_propaganda>, 7 September 2006.

²¹ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 84.

²² บุญรอด ศรีสมบัติ, "การโฆษณาชวนเชื่อ," น. 57.

1. การให้ข้อเท็จจริง (News & Information) ออกมาในรูปของการรายงานข่าว
2. การบิดเบือนข่าวที่ได้เลือกสรรแล้ว (Distortion through Selection) โดยการตัดต่อเสริมแต่ง
3. การโกหก (False Propaganda) เทคนิคนี้ใช้ได้ผลแต่ต้องควบคู่ไปกับการกล่าวซ้ำแล้วซ้ำเล่าเพราะหลักความจริงมีอยู่ว่า “repetition makes belief”
4. การล้างสมอง (Thought Reform) หมายถึง วิธีการใส่ความคิดใหม่ๆ ให้กับบุคคลทั้งหลายที่ต้องการโฆษณาชวนเชื่อ อาจจะออกมาในรูปของการอบรม การสัมมนา เป็นต้น
5. การโฆษณาชวนเชื่อที่ซ่อนเร้น (Covert Propaganda) หมายความว่า การไม่ทำอย่างเปิดเผย แต่อาศัยวิธีการที่แยบยล เช่น การที่นักการเมืองในประเทศหนึ่งต้องการให้รัฐสภาของอีกประเทศหนึ่งผ่านกฎหมายว่าด้วยความช่วยเหลือที่จะให้กับประเทศของตน อาจจะลักลอบให้สินบนแก่ ส.ส.ของประเทศนั้น เพื่อจะได้อภิปรายในทางเอื้อประโยชน์ทำให้รัฐสภาผ่านร่างพระราชบัญญัติดังต้องการ
6. การอ้างเอาสิ่งดีงามอุดมคติมาเป็นเครื่องล่อ (Appeal to Idealism) เช่น การมีชีวิตที่ดีงามกว่าความยุติธรรมในสังคม

สื่อมวลชนกับการโฆษณาชวนเชื่อในยุคการก่อการร้าย

นอม ชอมสกี กล่าวว่า เนื่องจากประชาชนในสหรัฐอเมริกาไม่ยอมรับหน่วยงานโฆษณาชวนเชื่อของรัฐบาลอีกต่อไป เช่น กรณีสำนักสารณสัมพันธ (Office of Public Diplomacy) ของอดีตประธานาธิบดีโรนัลด์ เรแกน (Ronald Reagan) ซึ่งถูกประกาศว่าขัดต่อกฎหมาย แต่รัฐบาลก็สามารถลดเลี้ยวไปหาวิธีอื่นมาใช้แทนได้นั่นก็คือ บรรษัทสื่อข้ามชาติ ซึ่งเล่นบทบาทเป็นผู้ควบคุมความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนได้ โดยบรรษัทเหล่านี้มักมีสายสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับรัฐบาลมาจนกระทั่งปัจจุบัน²³

นั่นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมชาวอเมริกันจึงไม่รู้สึกแปลกใจในแถลงการณ์ประกาศสงครามโจมตีอัฟกานิสถานและอิรักของรัฐบาล เนื่องจากสื่อมวลชนในประเทศนำเสนอประเด็น

²³ “ภาษาชวนเชื่อ : Collateral Language บทสัมภาษณ์นอม ชอมสกี โดยเดวิด บาร์ชาเมียน,” แปลโดย ภัควดี วีระภาสพงษ์, มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน, <<http://www.midnightuniv.org/midnight2545/document95110.html>>, 23 มีนาคม 2549.

เรื่องสงครามต่อต้านการก่อการร้ายมาโดยตลอดนับตั้งแต่เกิดเหตุวินาศกรรม 9/11 เช่น สถานีโทรทัศน์ ABC เผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา “สงคราม” และ “การก่อการร้าย” จำนวน 86 เรื่อง ในขณะที่ สถานีโทรทัศน์ CBS นำเสนอ 96 เรื่อง สถานีโทรทัศน์ NBC จำนวน 133 เรื่อง เครือข่ายเคเบิลทีวี CNN สูงถึง 316 เรื่อง รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศที่ตีพิมพ์เรื่องราวที่มีเนื้อหาดังกล่าวไว้ถึง 5,814 หัวข้อ²⁴

การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อ ทั้งบทบาทผู้ประโคมโฆษณาชวนเชื่อ หรือทำหน้าที่กระจายข่าวที่มีต้นตอเป็นเจ้าหน้าที่รัฐบาลระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์การข่าวสมัยใหม่ที่เบน เฮช แบกดีเกียน (Ben H. Bagdikian) เคยกล่าวไว้ว่า “เมื่อประเทศเข้าสู่สงคราม องค์การข่าวชั้นนำก็ร่วมด้วยเช่นกัน” (when the country goes to war, so do the major news organizations)²⁵ ซึ่งพบว่าในช่วงแปดเดือนแรกหลังเกิดเหตุวินาศกรรม 9/11 สื่ออเมริกันค่อนข้างดำเนินนโยบายการข่าวตามที่กระทรวงกลาโหมกำหนด²⁶

อย่างไรก็ดี ไม่ใช่เพียงรัฐบาลสหรัฐอเมริกาเท่านั้นที่เห็นพลังของการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อมวลชน แต่ผู้ก่อการร้ายก็มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารและปฏิบัติการความรุนแรงต่างๆ ผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า “การโฆษณาชวนเชื่อทางพฤติกรรม” (propaganda of the deed) ซึ่งหมายถึงการโฆษณาชวนเชื่อยุทธวิธีการก่อการร้ายไปกับการรายงานข่าวเพื่อ 1) นำเสนอข่าวสารของผู้ก่อการร้ายต่อสาธารณชน 2) สร้างความชอบธรรมให้แก่วัตถุประสงค์การโจมตี และ 3) จัดหาข้อมูลด้านยุทธวิธีและยุทธศาสตร์การก่อการร้ายให้กับผู้ปฏิบัติการอื่นๆ²⁷

นอกจากนี้ การก่อเหตุโจมตีของกลุ่มก่อการร้ายนั้นถือเป็นรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองอย่างหนึ่งที่ดึงความสนใจของสื่อมวลชน ประชาชนและรัฐบาลได้ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ²⁸ ดังในแผนภูมิที่ 2.1

²⁴ Brigitte L. Nacos, Mass-mediated terrorism: the central role of the media in terrorism and counterterrorism (Maryland: Rowman & Littlefield, 2002), p. 146.

²⁵ Yahya R. Kamalipour and Nancy Snow, War, media and propaganda: a global perspective, op.cit., footnote 13, p. xii.

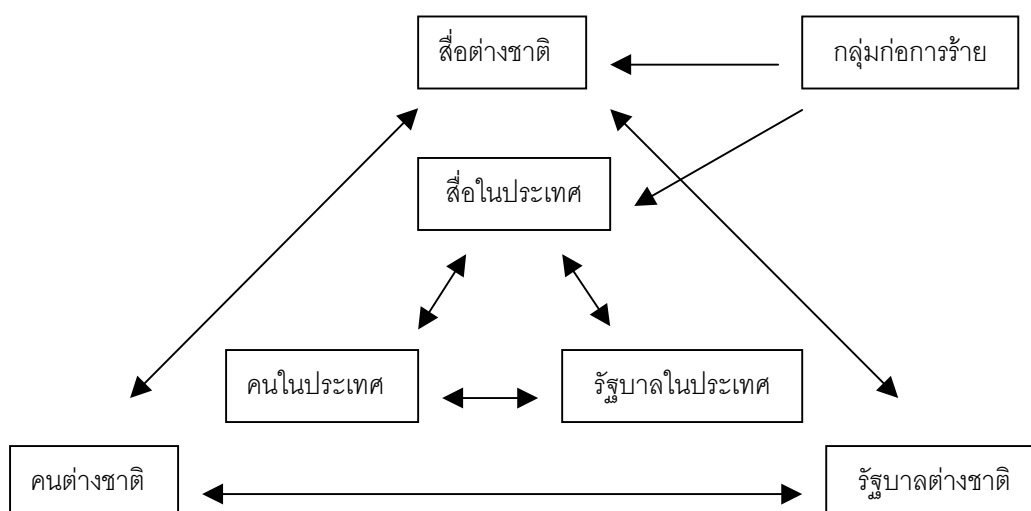
²⁶ Daya Kishan Thussu and Des Freedman, War and the media: reporting conflict 24/7 (London: Sage Publications, 2003), p. 250.

²⁷ Bethami A. Dobkin, op.cit., footnote 15, p. 18.

²⁸ Brigitte L. Nacos, op.cit., footnote 24, p. 12.

แผนภูมิที่ 2.1

แสดงโครงสร้างสามเหลี่ยมการสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มก่อการร้าย



โดนัลด์ รัมสเฟลด์ (Donald Rumsfeld) อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกาเคยยอมรับว่ารัฐบาลฝ่ายแพ้ในสงครามโศกนาฏกรรมเพื่อต่อต้านกลุ่มอัล กอิดะห์และกลุ่มมุสลิมติดอาวุธในตะวันออกกลาง เพราะไม่สามารถเอาชนะใจชาวมุสลิมให้หันมาสนับสนุนนโยบายสงครามต่อต้านการก่อการร้ายได้ ในขณะที่กลุ่มก่อการร้ายรู้จักทักษะการปรับตัวต่อสู้ในยุคการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อ ด้วยการระดมใส่ภาพลบของชาติตะวันตกผ่านสื่ออาหรับและเว็บไซต์สื่อทางเลือกต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตเพื่อทำให้ชาวมุสลิมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสหรัฐอเมริกา²⁹

ทั้งนี้ การโฆษณาชวนเชื่อเป็นแนวคิดหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ที่จะนำมาใช้เป็นกรอบพื้นฐานในการวิเคราะห์ “สาร” ของฝ่ายสหรัฐอเมริกาและกลุ่มอัล กอิดะห์ที่พยายามสร้างอิทธิพลเหนือความคิดของกลุ่มเป้าหมายในสังคมในภาวะสงครามก่อการร้าย โดยศึกษาผ่านเนื้อหาข่าวแถลงการณ์ระหว่างสื่อตะวันตกและสื่ออาหรับ ซึ่งแนวคิดการโฆษณาชวนเชื่อถูกนำมาใช้ร่วมกับการสร้าง “ตัวบท” ที่มีลักษณะเป็นการครอบงำความคิดโดยสื่อแต่ละฝ่าย

²⁹ “US 'losing media war to al-Qaeda',” BBC NEWS,

<<http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/americas/4725992.stm>>, 17 February 2006.

ทฤษฎีวาทวิพากษ์โดยอิงหลักของเคนเนธ เบิร์ก

(Rhetorical Criticism on Burkean Approach)

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท³⁰ นิยามวาทวิพากษ์ (Rhetorical Criticism) ว่าหมายถึงการพรรณนา ตีความ และประเมินสารขึ้นหนึ่งว่ามีศักยภาพในการสื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสารเพียงใด ซึ่งคำว่า Criticism หมายถึงการวิพากษ์ การพรรณนา การตีความ และการประเมิน และคำว่า Rhetorical หมายถึง การโน้มน้าวใจในสาร โดยการใช้สัญลักษณ์ (การพูด การเขียน และอวัจนภาษา) ทั้งนี้ ประเด็นที่เป็นหัวใจของการวิพากษ์คือพยายามเข้าใจแรงจูงใจและความตั้งใจของมนุษย์

ทฤษฎีวาทวิพากษ์โดยอิงหลักของเคนเนธ เบิร์ก (Kenneth Burke)³¹ เกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจหรือการใช้วาทศิลป์ (rhetoric) ของมนุษย์ ซึ่งอธิบายไว้ในหนังสือชื่อ A Rhetoric of Motives ว่าคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของวาทศิลป์ คือ การใช้คำของมนุษย์คนหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติหรือโน้มน้าวการกระทำของมนุษย์คนอื่นๆ การใช้วาทศิลป์ได้ฝังรากลึกในกระบวนการทางภาษาในการสร้างความเป็นจริง และเป็นเครื่องมือทางสัญลักษณ์ที่ชักจูงให้เกิดความร่วมมือจากกลุ่มคนซึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้กับสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดไป ไม่ว่าจะเป็นการเขียนหรือการพูด โดยเบิร์กเชื่อว่าที่ได้ก็ตามที่มีการจูงใจเกิดขึ้น ย่อมต้องมีวาทศิลป์ และที่ใดที่มีการใช้วาทศิลป์ ก็ย่อมมีจุดมุ่งหมายเกิดขึ้นด้วย โดยเฉพาะภารกิจสำคัญที่สุดของของวาทศิลป์ก็คือ การจัดการเกี่ยวกับความเชื่อของมนุษย์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเมือง

การทำงานของวาทศิลป์คือการระบุหรือนิยามคุณลักษณะของเรื่องราวหรือสถานการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของผู้ใช้วาทศิลป์ได้อย่างเหมาะสม โดยวาทศิลป์นั้นจะทำหน้าที่จับคู่เรื่องราว หลักการ หรือสถานการณ์ซึ่งเป็นที่โต้แย้งกันในสังคมให้เข้ากับชุดความหมายที่ผู้ใช้วาทศิลป์ต้องการ ซึ่งการจับคู่ดังกล่าวจะทำให้ผู้รับเกิดการเห็นพ้องกับความเห็นหรือข้อแนะนำของผู้สร้างความหมาย

ทั้งนี้ วาทศิลป์อาจปรากฏในรูปของภาษาที่เราใช้กันทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การอุปมาอุปไมย (metaphor) คำพูดที่แสดงความขัดแย้ง (paradox) คำตรงกันข้าม (reversal) คำย่อ

³⁰ อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, วาทวิพากษ์ตะวันตก (ค.ศ.1925-ปัจจุบัน) กับบริบทไทย (กรุงเทพมหานคร: ด้านสุทธาการพิมพ์, 2547), น. 4.

³¹ "Kenneth Burke," The Rhetorician Resource,
<http://www.rhetoricians.org/>, 5 September 2006.

(contraction) คำขยาย (expansion) และการลำดับเรื่อง (series) ซึ่งเบิร์กสนใจนำมาวิเคราะห์ในแง่ที่ว่าภาษาเหล่านี้เป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรม โดยเป็นการวิพากษ์รูปแบบของสารที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกของมนุษย์กับการใช้ภาษาและโครงสร้างของรูปแบบที่ดึงดูดใจ

เบิร์กมองว่าวาทศิลป์เป็นเครื่องมือของการโน้มน้าวใจ (persuasion) ที่เราอาจพบเจอในการส่งเสริมการขาย (sales promotion) การโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) การเกี้ยวพาราสี (courtship) มารยาททางสังคม (social etiquette) ไปจนถึงการศึกษา (education) โดยเป็นกระบวนการทำงานของภาษาที่สามารถทำให้ผู้คนในสังคมเกิดการรวมตัวกันหรือแบ่งแยกกันได้ ซึ่งการที่ภาษาหรือสัญลักษณ์นั้นทำให้ผู้คนมีความรู้สึกร่วมกันหรือการรับรู้ร่วมกันในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (shared meaning) เบิร์กเรียกกระบวนการนั้นว่า **การเทียบเคียง (identification)**

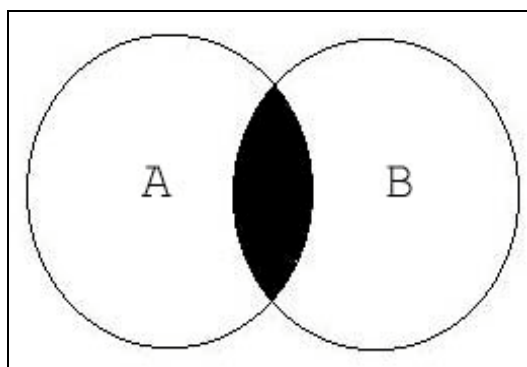
เบิร์กโยงเรื่องการเทียบเคียงเข้ากับเรื่องการมีลักษณะเหมือนกันหรือประสบการณ์ร่วม (consubstantiality) ซึ่งหมายถึงการเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหนึ่งกับคนอื่น ๆ ผ่านประสบการณ์หรือเป้าหมายร่วมกัน ตามที่ได้อธิบายไว้ในหนังสือ A Rhetoric of Motives ว่า

A ไม่เหมือนกับเพื่อนของเขาคือ B แต่ตราบเท่าที่ความสนใจของพวกเขามาบรรจบกัน A ก็จะถูกระบุว่าเหมือนกับ B หรือถ้า A สรุปเอาว่าพวกเขาเหมือนกัน หรือถูกโน้มน้าวให้เชื่อเช่นนั้น A ก็อาจแสดงตัวว่าเหมือนกับ B ได้แม้ว่าความสนใจของพวกเขาจะไม่ใช่แบบเดียวกัน ทั้งนี้ คนทั้งสองอาจถูกบ่งชี้เอกลักษณ์ภายใต้เงื่อนไขกฎเกณฑ์บางอย่างร่วมกัน โดยที่สามารถยอมรับในความแตกต่างของพวกเขาได้ ฉะนั้น การชี้เอกลักษณ์ของ A ว่าเหมือนกับ B ก็คือการทำให้ A เป็นคนๆ เดียวกับ B นั้นเอง³²

เบิร์กเชื่อว่าแก่น (substance) ของมนุษย์สองคนใดในโลก มักจะคาบเกี่ยวกันในระดับหนึ่ง ซึ่งแก่น (สีดำ) ที่คาบเกี่ยวกันระหว่าง A และ B เป็นผลมาจากการสื่อสาร ยิ่งสื่อสารมากเท่าใด ความหมายร่วมกันก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น อันจะส่งผลให้การเทียบเคียงเพิ่มมากขึ้น ดังในภาพที่ 2.1

³² Ibid.

ภาพที่ 2.1
แสดงแก่นที่คาบเกี่ยวของการสื่อสารระหว่างมนุษย์



เบิร์ก กล่าวว่าในการพูด ผู้พูด (โดยการสะท้อนทัศนคติออกมาในรูปของภาษาที่ใช้) อาจเสนอความคิด บุคคล หรือสถาบันที่ตนเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย และผู้ฟังอาจเห็นคล้ายตาม หรือปฏิเสธ แต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้ฟังยอมรับหรือไม่ยอมรับในสิ่งที่เดียวกันกับผู้พูด นั้นแสดงว่าการเทียบเคียงระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังได้เกิดขึ้นแล้ว และตัวภาษาของผู้พูดจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักวาทวิพากษ์ ทราบถึงความหมายร่วมกัน หรือการเทียบเคียงที่ผู้พูดต้องการให้เกิดมีขึ้น³³

ทั้งนี้ เบิร์กได้แบ่งเรื่องการเทียบเคียงออกเป็น 6 ลักษณะ³⁴ คือ

1. เป้าหมายหรือภูมิหลังร่วมกัน (common goals/background) ซึ่งมีบทบาทสูงทางด้านการเมืองตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน โดยเฉพาะในการปราศรัยและงานเขียนทางการเมืองต่างๆ ที่นักการเมืองมักนำประสบการณ์ (experience) ของตนมาถ่ายทอดเพื่อโน้มน้าวใจประชาชน เช่น เราอาจเคยได้ยินคำปราศรัยของนักการเมืองที่กล่าวกับเกษตรกรว่า “**ผมก็เคยเป็นเด็กในฟาร์มเหมือนกัน**” หรือกรณีของจอห์น เอฟ. เคนเนดี (John F. Kennedy) ที่กล่าวในการหาเสียงเลือกตั้ง

³³ พยุรี ชาญณรงค์, การวิเคราะห์และการวิจารณ์วาทะ (กรุงเทพมหานคร: โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530), น. 27-28.

³⁴ Katherine Heenan, “Kenneth Burke,” Arizona State University, <<http://www.public.asu.edu/~kheenan/courses/472/f02/burke2.htm>>, 14 October 2002, and Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, Theories of Human Communication (California: Thomson/Wadsworth, 2005), p. 112.

ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาว่าเข้าใจชาวอเมริกันเชื้อสายละตินดีเนื่องจากเคนเนดีนับถือนิกายโรมันคาทอลิกเช่นเดียวกับคนเหล่านั้น³⁵

2. ศัตรูหรือสิ่งท้าทายร่วมกัน (common enmity/challenge) ซึ่งเบิร์กเปรียบเทียบกรณีที่คนสองคนหรือคนหลายกลุ่มเผชิญกับชะตากรรมหรือปัญหาร่วมกัน และจำเป็นต้องกลายมาเป็นพันธมิตรกัน (แม้ว่าจะมีความแตกต่างในเรื่องความเชื่อ) ทั้งนี้ การเทียบเคียงประเภทนี้อาศัยการทำงานของภาษาและถ้อยคำที่เรียกว่า antithesis หมายถึง รูปประโยคหรือการพูดถึงสิ่งที่ขัดแย้งหรือเป็นขั้วตรงข้ามกันเพื่อให้ฟังแล้วเกิดความน่าทึ่ง เช่น การที่จอร์จ ดับเบิลยู บุช (George W. Bush) กล่าวว่า “...ความแตกต่างของสีผิวและปัญหาความยากจนที่ยังมีอยู่นั้นไม่ควรเป็นอุปสรรคขวางกั้นความเป็นเลิศหรือความสำเร็จทางการศึกษา” ซึ่งแสดงนัยของการร่วมต่อสู้ โดยบุชเลือกใช้คำว่า “ความแตกต่างของสีผิว” และ “ความยากจน” ซึ่งตรงข้ามกับ “ความเป็นเลิศ” และ “ความสำเร็จ” มาสร้างประโยคกระตุ้นความสนใจของผู้ฟัง³⁶

3. ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดยเป็นธรรมชาติ (unconscious association) เบิร์กกล่าวว่า การเทียบเคียงอย่างไม่ทันสังเกตนี้มักเกิดในสถานการณ์ธรรมดาในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การใช้คำศัพท์หรือภาษาทั่วไป เช่น คำว่า “พวกเรา” อาจชี้ให้เห็นเป็นนัยถึงความเหมือนกันระหว่างคนสองกลุ่มที่มีเป้าหมายแตกต่างกันได้ เช่น กรณีที่ผู้สมัครชิงตำแหน่งเลือกตั้งใช้สรรพนามแทนตัวว่า “เรา” เพื่อผูกพันตัวเองเข้ากับชาวบ้านในชุมชนต่างๆ ทั้งนี้ การเทียบเคียงประเภทนี้มักเป็นภาษาพูดหรือเขียนอย่างง่าย ๆ ที่ไม่จำเป็นต้องใช้คำศัพท์ที่ลึกซึ้งเช่นเดียวกับการวิพากษ์วิจารณ์ แต่ผู้พูดมักจะใช้วาทศิลป์ที่แฝงไหวพริบ(cunning) หรือมีนัย (subtler) คำศัพท์ที่ไม่ชี้เฉพาะเจาะจง หรือใช้คำธรรมดาๆ อย่างมีลูกเล่นเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกัน

4. ด้านวัตถุ (material identification) หมายถึง ความรู้สึก (to feel) ถึงการเป็นเจ้าของสินค้า (goods) ทรัพย์สินสมบัติ (properties) ร่วมกัน ซึ่งเกิดจากการได้รับบริการ (services) ตำแหน่ง (position) สถานภาพทางสังคม (status) สิทธิพลเมือง (citizenship) ความมีชื่อเสียง (reputation) ความรัก (love) และความคุ้นเคย (acquaintanceship) ระหว่างปัจเจกบุคคล เช่น การมีรถยนต์

³⁵ María E. Len-Ríos, “The Bush and Gore Presidential Campaign Web Sites: Identifying with Hispanic Voters during the 2000 Iowa Caucuses and New Hampshire Primary,” J&MC Quarterly Vol.79, No.4 (winter 2002): 889.

³⁶ Ibid., pp. 895-896.

ประเภทเดียวกัน การมีรสนิยมด้านเสื้อผ้าแบบเดียวกัน หรือในกรณีที่ได้ก็สาวเทียบเคียงการแต่งกาย การแต่งหน้าทำผมของตนเข้ากับลักษณะของนักร้องเพลงร็อกหญิงที่เป็นขวัญใจ เป็นต้น

5. ด้านอุดมคติ (idealistic identification) ซึ่งเกิดจากการมีแนวคิด ความรู้สึก ทัศนคติ ค่านิยมร่วมกัน เช่น การเป็นสมาชิกของโบสถ์ การสังกัดพรรคการเมืองเดียวกัน หรือการเป็นแฟนคลับของนักร้อง-ดารา

6. ด้านแบบแผนปฏิบัติ (formal identification) ที่เกิดจากข้อตกลง รูปแบบ หรือแบบแผนขององค์กรในสังคมที่มีกลุ่มคนยอมรับร่วมกัน เช่น เมื่อคนสองคนทักทายกันด้วยวิธีการจับมือ (handshaking) แบบตะวันตกหรือการไหว้แบบไทย วิธีการดังกล่าวได้สร้างการเทียบเคียงระหว่างคนสองคนขึ้น หรือในกรณีที่ผู้ชมยกมือขว้างตามจังหวะเพลงในคอนเสิร์ตเพลงร็อก

นอกจากนี้ การเทียบเคียงยังรวมถึงการใช้รูปภาพ (สัญลักษณ์) ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกันระหว่างผู้คนในสังคม เช่น การใช้ภาพของผู้สมัครเลือกตั้งที่กำลังทำงานร่วมกับชาวบ้านในชุมชนเป็นฉากหลังบนเวทีปราศรัย หรือรูปถ่ายในหนังสือพิมพ์ที่แสดงถึงกิจกรรมช่วงวันหยุดพักผ่อนต่างๆ ในครอบครัวของนักการเมืองเพื่อสนับสนุนแนวคิดการเป็นผู้นำหรือผู้แทนราษฎรที่เอาใจใส่ประชาชนเช่นเดียวกับการเป็นหัวหน้าครอบครัวที่ดี

ในการศึกษาแถลงการณ์ของกลุ่มอัล กอฮิดะห์ ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีวาทวิพากษ์โดยอิงหลักการเทียบเคียงของเบิร์กทั้ง 6 ลักษณะมาวิเคราะห์แถลงการณ์ เพื่อพยายามค้นหาทัศนคติที่อยู่เบื้องหลังการใช้ภาษาหรือสัญลักษณ์เพื่อให้เกิดกระบวนการโน้มน้าวใจผู้ฟัง นอกจากนี้ การเทียบเคียงลักษณะต่างๆ ก็จะทำให้เข้าใจจุดมุ่งหมายว่ากลุ่มอัล กอฮิดะห์ต้องการให้ผู้ฟังกระทำหรือไม่กระทำการสิ่งใดเพื่อแสดงว่าในท้ายที่สุดแล้วกลุ่มเป้าหมายได้ยอมรับแนวคิดของกลุ่มอัล กอฮิดะห์

ทฤษฎีการครอบครองความเป็นเจ้าของสื่อ (Hegemonic Theory of Media)

ทฤษฎีการครอบครองความเป็นเจ้าของสื่อ (Hegemonic Theory of Media) เป็นทฤษฎีวาทวิพากษ์ที่มีหลักการและวิธีการวิเคราะห์ในมิติด้านวัฒนธรรม ความคิด อุดมการณ์ ซึ่งมีประเด็นหลักที่ศึกษาคือการต่อสู้ด้านความคิดและอุดมการณ์ในสังคม โดยพิจารณาสื่อมวลชนในฐานะกลไกทางอุดมการณ์ (Ideological State Apparatus) หรือเป็นสนามของสงครามแย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์และวัฒนธรรม เนื่องจากสังคมประกอบขึ้นด้วยคนกลุ่มต่างๆ ชนชั้นต่างๆ ที่ล้วนมีความขัดแย้ง (Conflict & Contradiction) ดังนั้นคนแต่ละกลุ่มก็จะพยายามใช้กลไกทุกอย่างของ

สังคม รวมทั้งสื่อมวลชนเพื่อจัดการกับความขัดแย้งดังกล่าวเพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์แก่กลุ่มหรือชนชั้นของตนมากที่สุด

กรัมสกี (A. Gramsci) นักเศรษฐศาสตร์การเมืองชาวอิตาลีซึ่งเป็นเสาหลักในกลุ่มทฤษฎีการครอบครองความเป็นเจ้า (Hegemony) ที่พัฒนามาจากทฤษฎี Neo-Marxist ได้ปฏิเสธโครงสร้างสังคมที่นักทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy Theory) รุ่นแรกๆ เช่น มาร์กซ์ แองเกลส์ เลนิน และสตาลินสรุปไว้ว่าโครงสร้างชั้นล่าง (Infrastructure) หมายถึงเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างชั้นบน (Superstructure) คือการเมือง วัฒนธรรม ความคิด จิตสำนึก และอุดมการณ์ต่างๆ ที่เรียกว่า Economic Determinism โดยกรัมสกีเชื่อว่ามีหลายกรณีมากกว่าโครงสร้างส่วนบนในปริภูมิของประชาสังคม (Civil society) มีส่วนกำหนดโครงสร้างส่วนล่างได้³⁷

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ปรากฏในการศึกษาเรื่อง “ระบบโลกสมัยใหม่” ของอิมมานูเอล วอลเลอ์สไตน์ (Immanuel Wallerstein) ชี้ให้เห็นว่าระบบโลกสมัยใหม่ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ³⁸ ได้แก่

1. ตลาดเพียงตลาดเดียวซึ่งมีการกำหนดกำไรสูงสุด และเป็นตัวการตัดสินใจกรรมในการผลิตระยะยาว ระดับของความชำนาญพิเศษ รูปแบบการจ่ายค่าตอบแทน สินค้าและบริการ และประโยชน์ใช้สอยของประดิษฐ์กรรมทางเทคโนโลยี
2. โครงสร้างย่อยๆ จำนวนหนึ่งของรัฐ โครงสร้างเหล่านี้มีอำนาจแตกต่างกันไปในหลายระดับ (ทั้งภายในเขตแดนของรัฐนั่นเอง และโดยเปรียบเทียบกับรัฐอื่นๆ ในระบบโลก)
3. การแบ่งสับปันส่วนแรงงานส่วนเกินในลักษณะที่ก่อให้เกิดการขูดรีดถึง 3 ชั้น ไม่ใช่การขูดรีดเพียง 2 ชั้น

ระบบโลกสมัยใหม่ดังกล่าวก่อให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นมาจากระบบตลาดเพียงตลาดเดียวในระบบโลก เงื่อนไขและการผลิตถูกตัดสินในศูนย์กลางของตลาดดังกล่าวและกระจายออกสู่รอบนอก โดยที่รัฐเข้ามาแทรกแซงการดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของชนชั้นที่ได้เปรียบในสังคมภายในรัฐของตน เกิดโครงสร้างสังคมที่เชื่อว่ากลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มเจ้าของทุน หรือกลุ่มที่ได้เปรียบมีอภิสิทธิ์ในสังคมจะมีอำนาจในการครอบครองสื่อมวลชนซึ่งเป็นปัจจัยในการผลิตอย่างหนึ่ง (Means of Production) เช่น ข่าวสารส่วนใหญ่ถูกส่งออกไปในทิศทางเดียวจากศูนย์กลางของ

³⁷ กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541), น. 82-83.

³⁸ เฮอเบิร์ต ไอ ซิลเลอร์, การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม, น. 5-6.

ระบบไปยังภูมิภาครอบนอก โดยสามารถนำไปใช้ในการควบคุมความคิดจิตสำนึกและวัฒนธรรมของคนกลุ่มอื่นๆ ของสังคมไปโดยปริยาย (Means of Ideological Production) ซึ่งกรัมสกีได้พยายามค้นคว้าว่าผู้คนที่ถูกระบุว่าเป็น “กลุ่มอื่นๆ” ในสังคมได้พยายามต่อสู้ ดัดแปลง ต่อต้าน เปลี่ยนแปลงโครงสร้างดังกล่าวอย่างไร

ภาพสังคมตามแนวคิดของกรัมสกีจึงมีลักษณะเคลื่อนไหวเป็นพลวัตรตลอดเวลา กล่าวคือ ไม่มีคนกลุ่มใดจะสามารถยึดครองอำนาจการครอบงำได้โดยปราศจากการท้าทายจากกลุ่มอื่นๆ แม้แต่ในทางการเมืองและสถาบันสังคมก็จะมีตัวแทนจากกลุ่มต่างๆ เข้าไปช่วงชิงพื้นที่อยู่ตลอดเวลาเช่นกัน โดยเฉพาะพื้นที่ของสื่อมวลชนทุกแขนงก็จะพบตัวแทนจากกลุ่มสังคมต่างๆ พยายามเข้าใช้เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของตน³⁹

ทั้งนี้ กรัมสกีนำแนวคิดเรื่อง “การครอบครองความเป็นเจ้า” มาใช้ใน 2 มิติ คือ⁴⁰

1. Political hegemony หมายถึง การสถาปนาระบบการเมืองระบบหนึ่งให้กลายเป็นระบบหลักของสังคม และปฏิเธรบบการเมืองในรูปแบบอื่นๆ เช่น การใช้ระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน (representative democracy) ในหลายประเทศซึ่งมีการเลือกตั้งตัวแทนผ่านพรรคการเมืองถือเป็นเรื่องที่มีความชอบธรรม แต่การปกครองแบบเผด็จการในอิรักโดยประธานาธิบดีซัดดัม ฮุสเซนถือเป็นเรื่องไม่ชอบธรรม ซึ่งสหรัฐอเมริกาใช้เป็นเหตุผลหนึ่งในการทำสงครามอิรักเมื่อปี 2546 เพื่อปลดปล่อยเสรีภาพของประชาชนและสร้างเสถียรภาพให้อิรักพร้อมเป็นสังคมประชาธิปไตย

2. Cultural hegemony หมายถึง การสถาปนาระบบคิด อุดมการณ์ และวัฒนธรรมหนึ่งให้กลายมาเป็นระบบคิดหลักและวัฒนธรรมหลักของสังคม โดยกีดกันระบบคิดอื่นๆ และวัฒนธรรมอื่นๆ ให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่ชอบธรรมไป เช่น ความคิดกระแสหลักของสังคมอเมริกันเห็นว่าการทำสงครามอิรักของสหรัฐอเมริกาเป็นการปกป้องมนุษยชาติและสิทธิมนุษยชน ตามหลักการเสรีประชาธิปไตย ในขณะที่ความคิดกระแสทางเลือกของคนบางกลุ่มในสังคมมองว่า การทำสงครามของสหรัฐอเมริกาในอิรักก็คือการก่อการร้ายต่อชีวิตของชาวอิรักอีกจำนวนมาก

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวว่า ในขณะที่การต่อสู้กับการครอบครองความเป็นเจ้าทางการเมืองจำเป็นต้องอาศัยกลไกการปราบปราม (Repressive State Apparatus) เช่น อาวุธ กฎหมาย ศาล คุก เป็นแนวทางเคลื่อนไหวเพื่อชิงอำนาจรัฐ (War of Movement) ผ่านรูปแบบ

³⁹ กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย, น. 87-88.

⁴⁰ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 141-142.

การต่อสู้ครั้งใหญ่ๆ ที่มองเห็นได้ชัดเจน เช่น การเลือกตั้ง การอภิปรายไม่ไว้วางใจ การทำรัฐประหาร หรือสงครามกลางเมือง แต่กรัมชี้สนใจกลไกทางอุดมการณ์ (Ideological State Apparatus) เช่น การศึกษา ศาสนา และสื่อมวลชนมากกว่า โดยมองว่ามีการต่อสู้ย่อยๆ เพื่อแย่งชิงพื้นที่ทางความคิดของประชาชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา

กรัมอธิบายว่าในสังคมหนึ่งๆ วัฒนธรรมมีได้มีอยู่เพียง “หนึ่งเดียว” เท่านั้น หากแต่มีอยู่ “หลายๆ วัฒนธรรม” ที่ล้วนต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ในสังคมและจะอยู่รอดได้ด้วยการผลิต (production) และการผลิตซ้ำอย่างสม่ำเสมอ (reproduction) ซึ่งผลที่ได้ย่อมก่อให้เกิดการครอบงำด้านความคิดจิตสำนึกของคนในสังคมไปด้วย ฉะนั้น ฝ่ายที่ถูกครอบงำจึงพยายามต่อต้านหรือปฏิเสธการครอบงำนั้น โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการทำสงครามแย่งชิงพื้นที่ทางความคิดและพื้นที่ทางวัฒนธรรม (War of Position) ผ่านปฏิบัติการทางวาทกรรม (discourse practice) ไม่ว่าจะเป็นการให้คำอธิบาย การอบรมสั่งสอน การเผยแพร่แนวคิดผ่านสื่อต่างๆ การโฆษณาชวนเชื่อ ฯลฯ⁴¹

การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในฐานะกลไกทางอุดมการณ์ในปัจจุบันอยู่ในลักษณะของการนำวัฒนธรรมของข่าวสารไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของข่าว ความบันเทิง เรื่องแต่ง ฯลฯ มาอรรถาธิบายสภาพสังคมที่มีการแบ่งแยกและการครอบงำทางชนชั้นให้คงอยู่ตลอดไป โดยจะสอดแทรกความคิดต่างๆ ของเนื้อหาสื่อ เช่น การพาดหัวข่าว การบรรยายภาพ การให้สัมภาษณ์ในข่าว ค่านิยม บทสนทนาหรือฉากของละครโทรทัศน์ ซึ่งมีผลทำให้โครงสร้างอำนาจต่างๆ และค่านิยมดังกล่าวของสังคมดูเป็นธรรมชาติ สามารถยอมรับได้โดยปริยายและดูเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ โดยกระบวนการนี้ทำให้สื่อมวลชนถูกมองว่าเปิดโอกาสให้ผู้มีอำนาจทางสังคมเข้ามาใช้เป็นส่วนใหญ่ จนทำให้เกิดกระบวนการต่อสู้และต่อต้านอำนาจการครอบงำจากกลุ่มชนชั้นอื่นๆ ในสังคมอยู่เสมอ

ปฏิบัติการในการครอบครองความเป็นเจ้าไม่ว่าจะเป็นด้านปฏิบัติการทางวาทกรรมหรือด้านกิจกรรมที่นำเสนอผ่านสื่อ ล้วนแล้วแต่ต้องมีผู้คิดค้นวิธีการ แสวงหาเนื้อหา หรือเป็นผู้ลงมือปฏิบัติการเอง ที่เรียกว่า ปัญญาชน (Intellectual) ซึ่งกรัมชี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภท⁴² คือ

1. ปัญญาชนแบบดั้งเดิม (Traditional Intellectual) ได้แก่ นักคิดหรือนักถ่ายทอดเผยแพร่อุดมการณ์หลักของสังคม ได้แก่ นักคิดชั้นสูง ครูบาอาจารย์ พระสงฆ์ ปราชญ์ผู้รู้ ฯลฯ จะเป็น

⁴¹ กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย, น. 93.

⁴² เรื่องเดียวกัน, น. 94-95.

ผู้นำเอาอุดมการณ์ของชนชั้นนำมาอบรมสั่งสอนในลักษณะจากบนลงล่าง (Top-down Approach) ให้แก่ชนชั้นอื่น เช่น ความรู้เรื่องเทคโนโลยี การแพทย์แผนใหม่ วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

2. ปัญญาชนก้าวหน้า (Progressive Intellectual) ได้แก่ นักคิดที่นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่ล้ำหน้าไปกว่าอุดมการณ์ที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ พร้อมทั้งยังทำหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์เพื่อปฏิรูประบบคิดเดิมด้วย โดยปัญญาชนกลุ่มนี้อาจจะมาจากทุกกลุ่มสังคม ทำให้ชุดของค่านิยม (set of values) และแหล่งความคิด (resource) มีอย่างหลากหลาย รวมทั้งมีการสร้างสรรค์คำศัพท์ใหม่ เฉพาะๆ (dialect) เพื่อใช้สื่อความคิดของตนเอง

3. ปัญญาชนที่เป็นตัวแทนของชนชั้น (Organic Intellectual) เป็นกลุ่มผลประโยชน์กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเฉพาะ เช่น นักทฤษฎีของพรรคการเมือง นักวิชาการของสหภาพแรงงาน ทีมที่ปรึกษาของบริษัทธุรกิจ เป็นต้น การสร้างสรรค์แนวคิดและการเผยแพร่แนวคิดจะผูกติดกับการเคลื่อนไหวของกลุ่มหรือชนชั้นอย่างแนบแน่น และจะปรากฏอยู่ในพื้นที่ของสื่อมวลชนอยู่อย่างสม่ำเสมอเพราะเป็นกลไกในการต่อสู้ด้านแนวคิดและวัฒนธรรมในระดับสังคมวงกว้าง

สื่อมวลชน: พื้นที่ต่อสู้ของอุดมการณ์และวัฒนธรรม

การผลิตอุตสาหกรรมข่าวสารและความรู้ ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมสื่อสาร และธุรกิจออนไลน์ ก่อให้เกิดสินค้าทางวัฒนธรรมจำนวนมากซึ่งมีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องหมายทางอุดมการณ์ของระบบทุนนิยมโลกที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการสนับสนุนค่านิยมและศิลปวัฒนธรรมของระบบที่ดำรงอยู่⁴³ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในขณะนี้คือ สินค้าทางวัฒนธรรมและปริมาณข่าวสารที่มีแนวโน้มการผลิตมากขึ้นอีกในอนาคต กำลังตกอยู่ในการควบคุมของบรรษัทสื่อโลกเพียงไม่กี่แห่ง โดยมีรัฐบาลตะวันตกที่อาศัยความสัมพันธ์กับผู้บริหารระดับสูงขององค์กรสื่อพยายามแสวงประโยชน์จากการควบคุมสื่อมวลชนทั้งหลายนั้นเพื่อเป็นพื้นที่ต่อสู้และครอบงำอุดมการณ์และวัฒนธรรมทางการเมืองของประชาชนในประเทศ ตลอดจนทั่วโลก⁴⁴

⁴³ เฮอเบิร์ท ไอ ซิลเลอร์, การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม, น. 7.

⁴⁴ อนุช อาภาภิรม, การสื่อสาร ความพยายามแสวงหาสื่อเพื่อสาธารณะในโลกยุคไร้พรมแดน (กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2545), น. 11.

วิธีที่รัฐใช้เพื่อช่วงชิงพื้นที่ทางความคิดของคนในสังคมโดยผ่านสื่อมวลชนมักเป็นการเข้าแทรกแซงสื่อในหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น การใช้ความรุนแรง การใช้กฎหมาย กระบวนการยุติธรรม การโฆษณาชวนเชื่อ และสถาบันทางวัฒนธรรม เช่น ศาสนา การศึกษา นอกจากนี้ ยังมีแรงกดดันในการควบคุมข่าวสาร เช่น การระงับการเผยแพร่ การเตือน การออกคำสั่งไปยังเจ้าของสื่อ รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้บริหารสื่อ โดยอ้างว่าเพื่อรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์แห่งชาติ ดังเช่นสื่อตะวันตกในยุคสงครามต่อต้านการก่อการร้ายที่มักจะดำเนินไปตามทิศทางที่รัฐบาลกำหนด

กรณีที่ประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู บุชกล่าวคำปราศรัยเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2544 ว่า “เสรีภาพของเรากำลังถูกโจมตี บัดนี้ทุกชาติในทุกหนแห่งจะต้องตัดสินใจว่า จะเลือกอยู่กับเราหรือไม่ท่านก็อยู่ข้างผู้ก่อการร้าย” (You are either with us, or you are with the evil enemy) เป็นการครอบงำอุดมการณ์โลกเสรีผ่านพื้นที่ที่สื่อมวลชนสหรัฐอเมริกาที่ใช้ได้ผลกับชาวอเมริกันและประชาชนในอีกหลายประเทศที่เคยเกิดเหตุก่อการร้าย โดยสื่อให้เห็นว่าการก่อการร้ายคือการต่อต้าน “เสรีภาพ” และผู้ที่เลือกสนับสนุนกลุ่มอัล กอิดะห์นั้นก็ถูกเชื่อมโยงกับโลกมุสลิมไปโดยปริยาย⁴⁵

แม้รัฐบาลสหรัฐอเมริกาจะพยายามอาศัยสื่อมวลชนเพื่อต่อสู้ในการกำหนดจุดยืนและแย่งชิงพื้นที่เพื่อครองความคิดและจิตใจของประชาชนอเมริกันและทั่วโลกให้หันมาสนับสนุนอุดมการณ์ต่อต้านการก่อการร้ายอย่างเต็มที่ จนทำให้บทบาทสื่อมวลชนอเมริกันถูกมองว่าเป็นผู้สนับสนุนสงคราม แต่ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนอาหรับและสื่อทางเลือกอีกหลายแห่งก็กลายเป็นพื้นที่ที่กลุ่มอื่นๆ ในสังคมได้มีโอกาสใช้เพื่อต่อสู้ ต่อต้าน ปฏิเสธการครอบงำข่าวสารจากฝ่ายสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอัล-จาซีเราะห์ที่ถือเป็นสื่อมวลชนจากโลกอาหรับที่นำเสนอข่าวสารในมุมมองมุสลิมเพื่อต่อสู้ในภาวะที่สื่อตะวันตกครอบครองกระแสข่าวสารโลก

แนวคิดการทำสงครามข่าวสารในพื้นที่ของสื่อโลกเพื่อแย่งชิงความเป็นเจ้าของอุดมการณ์และวัฒนธรรม (Cultural hegemony) โดยเป็นการเผชิญหน้าระหว่างสื่อกระแสหลักของโลกตะวันตกซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา และสื่อทางเลือกของโลกอาหรับซึ่งต้องต่อสู้กันเพื่อแย่งชิงพื้นที่ทางความคิดของคนในสังคม (War of Position) ในการวิจัยนี้ จะถูกนำมาวิเคราะห์ผ่านข่าวแถลงการณ์ของกลุ่มอัล กอิดะห์ โดยใช้เกณฑ์การถอดเทรคความคิดผ่านพื้นที่ภาษาและสัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายในข่าว

⁴⁵ ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ อ้างถึงใน ศิโรตม์ คล้ามไพบูลย์, จักรวรรดินิยมกับการก่อการร้าย (กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2545), น. 20.

ทฤษฎีทางปรัชญาว่าด้วยศาสนาในบริบทการก่อการร้าย

(The Philosophical Theory of Religion on Terrorism)

นักวิชาการ สื่อมวลชน ตลอดจนหน่วยงานความมั่นคงของรัฐได้พยายามศึกษาทฤษฎีจำนวนมากเกี่ยวกับอุดมการณ์ขับเคลื่อนการก่อการร้ายที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม เพื่อนำมากำหนดนิยามของรูปแบบการก่อการร้ายในปัจจุบัน ทั้งนี้ การนิยามการก่อการร้ายในเวทีการประชุมว่าด้วยกฎหมายระหว่างประเทศเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี 2463 จนกระทั่งภายหลังเหตุการณ์วินาศกรรม 9/11 ได้ปรากฏนิยามมากกว่า 100 นิยาม ซึ่งมีข้อขัดแย้งสำคัญคือ การที่ประเทศหนึ่งมองว่าเป็นการก่อการร้าย แต่อีกประเทศมองว่าเป็นการต่อสู้เพื่ออิสรภาพ (freedom fighting) ซึ่งเกิดจากพื้นฐานมุมมองการก่อการร้ายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศาสนา⁴⁶

จอห์น เค. คูลีย์ (John K. Cooley) อดีตผู้สื่อข่าวของ ABC กล่าวว่า ผู้ก่อการร้ายในสายตาคนหนึ่ง คือ นักบวชดีลิตีร์ในสายตาอีกคนหนึ่ง นอกจากนี้ ผู้ที่มีความคิดนอกคอก ลบหลู่ศาสนาในสายตาคนหนึ่ง คือ นักต่อสู้เพื่อศาสนาอย่างแท้จริงในสายตาอีกคนหนึ่ง

ในขณะที่การศึกษาทฤษฎีทางด้านความยุติธรรมทางอาญา ด้านศาสนา-ปรัชญา ด้านเศรษฐศาสตร์ และด้านสังคมวิทยาต่างมุ่งอธิบายว่า “ทำไมจึงเกิดการก่อการร้าย” หรือ “อะไรเป็นสาเหตุของการก่อการร้าย” แต่ทฤษฎีที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของการก่อการร้ายในปัจจุบันได้ค่อนข้างใกล้เคียงที่สุดคือ ทฤษฎีทางปรัชญาว่าด้วยศาสนา (The Philosophical Theory of Religion)

ทฤษฎีทางปรัชญาว่าด้วยศาสนา⁴⁷

กลุ่มก่อการร้ายกว่าครึ่งหนึ่งในปัจจุบันล้วนเป็นกลุ่มที่มีแรงจูงใจทางศาสนาโดยเชื่อว่าพระเจ้ายอมรับการกระทำและมีบัญชาให้พวกตนกระทำการ ซึ่งเป็นเรื่องของการตีความคำสอนทางศาสนาไปในแนวทางการต่อสู้ (militant interpretation) เพราะประเพณีทางศาสนาส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ของความรุนแรงอยู่แล้ว (ความดีเอาชนะความชั่ว) และการทำลายล้างหรือการทำลาย

⁴⁶ ดลยา เทียนทอง อ้างถึงใน สุรชาติ บำรุงสุข, “การก่อการร้ายศึกษา,” จุลสารความมั่นคงศึกษา 3 (มีนาคม 2549):11.

⁴⁷ Thomas R. O'Connor อ้างถึงใน สุรชาติ บำรุงสุข, “การก่อการร้ายในศตวรรษที่ 21,” จุลสารความมั่นคงศึกษา 4 (เมษายน 2549):12-18.

ตนเอง (self-destruction) ถือเป็นแกนกลางของตรรกะเบื้องหลังการก่อการร้ายทางศาสนา ทั้งนี้ ศาสนามักจะอธิบายความชั่วร้ายที่เกิดขึ้นว่าเป็นการทดสอบศรัทธาของผู้นับถือ เป็นผลจากการตัดสินใจอิสระของมนุษย์ เป็นส่วนหนึ่งของแผนการของพระเจ้าหรือเป็นเครื่องมือที่สอนให้มนุษย์รู้ว่าอะไรผิดอะไรถูก ซึ่งผู้ก่อการร้ายมักใช้เหตุผลเหล่านี้เป็นเครื่องมืออธิบายพฤติกรรมของตน

รูปแบบของการก่อการร้ายทางศาสนาเริ่มต้นจากผู้นำทางจิตวิญญาณซึ่งเป็นที่พึ่งทางใจของผู้นับถือจะอ้างอิงคำสอนของตนกับคำสอนกระแสหลัก (mainstream) ทางศาสนา และมีการผสมผสานประเด็นทางการเมืองกับทางศาสนาเข้าด้วยกัน รวมทั้งบางส่วนของคำสอนซึ่งไม่ค่อยได้รับความสนใจหรือถูกลืมไปจะถูกนำมาฟื้นฟูให้มีความสำคัญใหม่อีกครั้ง โดยอ้างว่าเป็นส่วนสำคัญในประวัติศาสตร์ทางศาสนาที่ถูกกลบเกลืนหรือหลงลืมกันมานาน ซึ่งอาจเกิดจากผู้นำในประเทศและอิทธิพลจากภายนอก เช่น แนวคิดแยกศาสนาออกจากการเมือง หรือแนวคิดสมัยใหม่อื่นๆ

ส่วนผู้ปฏิบัติการจะเน้นการปฏิบัติบูชาโดยอุทิศตนทำงานให้แก่พระเจ้าหรือกระทำในนามของพระเจ้า โดยกลุ่มก่อการร้ายทางศาสนานิยมใช้ห้วงเวลาการไว้อาลัยหรือวันสำคัญของกลุ่ม เช่น วันครบรอบการเสียชีวิตของผู้อุทิศตน (martyr) เพื่อชักจูง (recruit) ผู้ที่มีความเชื่อให้เข้าร่วมขบวนการ หลังจากการชักจูงแล้วก็จะส่งไปศึกษาอบรม (reeducation) เพื่อเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับความดีและความชั่ว สิ่งใดที่เป็นของต่างชาติ ไม่เป็นศาสนา (secular) หรือเป็นสมัยใหม่จะถือว่าเป็นความชั่วทั้งหมด ส่วนสิ่งใดที่สนับสนุนการต่อสู้อย่างสูงสุดต่อศัตรู (รวมถึงการสังหารผู้บริสุทธิ) จะถือว่าเป็นความดี ทั้งนี้ การอุทิศตน (martyrdom) ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสำคัญของโฆษณาชวนเชื่อและชักจูงผู้เข้าร่วมขบวนการใหม่ๆ ต่อไปเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานทั้งหมดของความเชื่อของกลุ่ม หรืออาจเรียกว่ากระบวนการในการทำให้เป็นวีรบุรุษผู้อุทิศตน (process of martyrology)

การก่อการร้ายทางศาสนาเป็นการผสมผสานระหว่างลัทธิชาตินิยม (การเมือง) กับศาสนาเข้าด้วยกัน (Religious Nationalism) ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็นสองกลุ่มคือ 1) ศาสนาในฐานะเป็นเครื่องมือทางเชื้อชาติและ 2) ศาสนาในฐานะเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ ตัวอย่างเช่น การก่อการร้ายในไอร์แลนด์เหนือระหว่างกลุ่มโปรเตสแตนต์กับคาทอลิก ในกรณีนี้ศาสนาถือเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ (identity) ของเชื้อชาติ ขณะที่การปฏิวัติอิสลามในอิหร่านของอยาตุลเลาะห์ โคไมนี (Ayatollah Ruhollah Khomeini) ศาสนาถือเป็นอุดมการณ์ทางการเมืองซึ่งสามารถเลือกมาใช้ในการปกครองบ้านเมืองได้

หากพิจารณาในแง่จุดมุ่งหมายและวิธีปฏิบัติการ กลุ่มก่อการร้ายแต่ละกลุ่มก็อาจมีจุดมุ่งหมายทางศาสนาและทางโลกควบคู่กันไป ส่วนการปฏิบัติการก็อาจใช้ทั้งการก่อการร้ายและเจรจาแล้วแต่ความเหมาะสมของสถานการณ์ เช่น กลุ่มฮามาส (Hamas) ในปาเลสไตน์ซึ่งมีกองกำลัง

ติดอาวุธก่อเหตุโจมตีอิสราเอล อันเนื่องมาจากจุดประสงค์ทางการเมืองที่ถือเป็นด้านหนึ่งของแรงจูงใจทางศาสนา คือการปลดปล่อยดินแดนปาเลสไตน์จากการยึดครองของอิสราเอล แต่ขณะเดียวกันก็ให้บริการสังคมด้านการศึกษาและศาสนา เช่น สร้างโรงเรียนและโรงพยาบาล (เพื่อโฆษณาชวนเชื่อและสร้างฐานมวลชน) จึงถือได้ว่ากลุ่มฮามาสเป็นทั้งกลุ่มก่อการร้ายทางโลกและทางศาสนา

ภาวะที่ไม่สามารถแบ่งแยกมิติทางการเมืองและศาสนาออกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ทำให้การก่อการร้ายประเภทนี้สามารถแสดงออกได้ในสองรูปแบบคือ 1) การทำศาสนาให้เป็นการเมือง (politicization of religion) คือพยายามนำเอาวิธีการแก้ปัญหาแบบการเมือง โดยเฉพาะการใช้รูปแบบการก่อการร้ายมาแก้ปัญหาทางศาสนา และ 2) การทำการเมืองให้เป็นศาสนา (religionization of politics) คือพยายามนำเอาวิธีแก้ปัญหาทางศาสนาเป็นทางออกของปัญหาการเมือง (รูปแบบการก่อการร้าย) ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเอาคำสอนทางศาสนามาอธิบายสร้างความชอบธรรมในการใช้ความรุนแรง รวมทั้งใช้เป็นเครื่องดึงดูดสมาชิกและการสนับสนุน ตลอดจนใช้เป็นแรงจูงใจให้กับผู้ก่อการร้าย

การตีความคำสอนทางศาสนาในแนวทางการต่อสู้และการทำลายตนเองตามทฤษฎีทางปรัชญาว่าด้วยศาสนา นำมาใช้ทำความเข้าใจรูปแบบการเคลื่อนไหวของกลุ่มมุสลิมเคร่งศาสนาในปัจจุบันที่กระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกที่มีแรงบันดาลใจในการต่อสู้ที่มาจากพื้นฐานอุดมการณ์ความเชื่ออย่างเดียวกัน กล่าวคือ เป็นการต่อสู้เพื่อปกป้องศาสนาและโลกอาหรับจากผู้รุกราน (crusader) ซึ่งถูกบิดเบือนมาเป็นอุดมการณ์รุนแรงสุดโต่งของศาสนาอิสลามที่กลุ่มอัล กออิดะห์ ใช้โน้มน้าวให้เกิดการยอมรับในกลุ่มเป้าหมายมุสลิมทั้งหลาย โดยเน้นการเคลื่อนไหวทางการเมือง (การก่อการร้าย) ที่แอบอ้างหลักทางศาสนามาใช้ เช่น การชักจูงสมาชิกให้ทำระเบิดพลีชีพเพื่ออุทิศตนต่อพระเจ้า เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโลก

ปารณีย์ จันทกรุล⁴⁸ ศึกษาการเสนอข่าวโลกตะวันตกและข่าวโลกตะวันออกของสำนักข่าวต่างประเทศ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาการรายงานข่าวของสำนักข่าวตะวันตกคือ AFP และ Reuters และสำนักข่าวตะวันออกคือ Kyodo และ Xin Hua ที่นำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและอื่นๆ ของเยอรมนี อิตาลี สเปน อินโดนีเซีย ไทยและสิงคโปร์ และการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์ว่าสำนักข่าวตะวันตก ซึ่งเป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารระหว่างประเทศส่วนใหญ่เสนอข่าวประเทศตะวันออกในทิศทางลบมากกว่าเมื่อเสนอข่าวประเทศตะวันตกหรือไม่ และความแตกต่างนั้นเป็นผลจากอคติที่สำนักข่าวตะวันตกมีต่อประเทศตะวันออกหรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า สำนักข่าวตะวันตกโดยรวม รายงานข่าวในทิศทางลบมากกว่าสำนักข่าวตะวันออก แต่ไม่มีหลักฐานว่าสำนักข่าวเสนอข่าวอย่างมีอคติ นอกจากนี้ ความแตกต่างของการรายงานข่าวขึ้นอยู่กับความแตกต่างของสถานการณ์ในประเทศและระบบการเมืองของสำนักข่าวแต่ละแห่งมากกว่าความมีอคติ

ข้อสรุปเกี่ยวกับพื้นฐานการทำหน้าที่ผู้เผยแพร่ข่าวสารของสื่อโลกและทัศนคติที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการครอบงำความคิดเชิงบวกหรือลบในข่าวสารโลกดังกล่าว เป็นแนวทางที่ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ทำความเข้าใจในความแตกต่างของบทบาทหน้าที่ระหว่างสื่อตะวันตกและสื่ออาหรับในการทำหน้าที่ผลิตข่าวสารของฝ่ายสหรัฐอเมริกาและกลุ่มก่อการร้ายซึ่งน่าจะมีผลต่อการครอบงำได้เช่นเดียวกัน

เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์⁴⁹ ศึกษาความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) เพื่อ

⁴⁸ ปารณีย์ จันทกรุล, “การเสนอข่าวโลกตะวันตกและข่าวโลกตะวันออกของสำนักข่าวต่างประเทศ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. บทคัดย่อ.

⁴⁹ เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์, “ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545), น. บทคัดย่อ.

ศึกษาพฤติกรรมที่เปิดรับและความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อเนื้อหาทางวัฒนธรรม และการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความ คิดเห็นในทางลบต่อการครอบงำวัฒนธรรมอเมริกันไปทั่วโลก โดยมองว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็น สื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพและได้รับความนิยมจากผู้ชม แต่ก็เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมการครอบงำ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากกระแสโลกาภิวัตน์ โดยเยาวชนรุ่นหลังมักรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติด้าน ต่างๆ ทำให้เกิดการเลียนแบบที่ไม่เหมาะสมและเปลี่ยนแปลงประเพณีวัฒนธรรมไทย ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่ให้การยอมรับต่อวัฒนธรรมอเมริกันคิดว่าภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีความเหมาะสมในแง่ ของเนื้อหาที่เป็นเรื่องปกติในสังคมไทย รวมทั้งมีความหมาย ความสำคัญและมีประโยชน์

วิทยานิพนธ์ของเสริมสุข วงศ์วิวัฒน์แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลการครอบงำวัฒนธรรมที่สื่อ ตะวันตกมีต่อประเทศกำลังพัฒนา เช่น ไทย ซึ่งผลแห่งการครอบงำนั้แสดงออกในสองทางคือการ ตระหนักรู้แต่ยอมรับ โดยกลุ่มนี้จะมองว่าการครอบงำนั้เป็นสิ่งที่มิมีประโยชน์และยอมรับได้ ในขณะที่ อีกกลุ่มหนึ่งตระหนักรู้แต่ปฏิเสธ ซึ่งคนกลุ่มนี้จะแสดงออกโดยการวิพากษ์วิจารณ์ผลกระทบที่สื่อ ตะวันตกนั้นมิต่อวัฒนธรรมหรือค่านิยมของคนในประเทศ ซึ่งเป็นรูปแบบขั้นต้นของการปฏิเสธหรือ ต่อต้านการครอบงำนั้เอง ซึ่งในขั้นที่เป็นการต่อสู้ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมภาพยนตร์ ไทยหรือภาพยนตร์นอกกระแสอื่นๆ จากเอเชียมากขึ้น

ปาจารย์ สุวรรณกาญจน์⁵⁰ ศึกษาอิทธิพลของสื่อโลกที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาสงครามอิรัก ของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน โดยวิเคราะห์ความถี่และพื้นที่ (Content Analysis) ในการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบภาพข่าว ข่าว บทความ และบทบรรณาธิการ รวมทั้งแหล่งที่มาของการนำเสนอเนื้อหา สงครามอิรักในหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน 4 ฉบับ ผลการวิจัยพบว่า สหรัฐอเมริกาผู้เป็นเจ้าของสื่อโลก ใช้สื่อโลกเป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อของตน เพื่อสร้างวาระสาธารณะให้เกิดขึ้นตามที่ตน ต้องการ โดยหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณได้รับอิทธิพลจากสื่อโลกในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการ โฆษณาชวนเชื่อของสหรัฐอเมริกามากกว่าหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เชิง ปริมาณเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่น่าตื่นเต้นเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจ เรื่องราวที่น่าตื่นเต้น เราอารมณ์มากกว่าเนื้อหาที่เป็นข้อคิดที่ให้เหตุผลเชิงวิเคราะห์จะลึก

⁵⁰ ปาจารย์ สุวรรณกาญจน์, “อิทธิพลของสื่อโลกที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาสงครามอิรัก ของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

ผลการวิจัยที่ระบุว่าสหรัฐอเมริกาพยายามใช้สื่อมวลชนเพื่อมีอิทธิพลเหนือความคิดของบุคคล มีการใช้กลวิธีต่างๆ ของการโฆษณาชวนเชื่อทั้งการบิดเบือนข้อเท็จจริงเพื่อสร้างความชอบธรรมในการก่อสงครามอิรัก เป็นมุมมองที่ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลสหรัฐอเมริกาและสื่อในฐานะเครื่องมือในการครอบงำความคิดผ่านวัฒนธรรมข่าวสารได้ชัดเจนขึ้น ด้วยการทำสงครามข่าวสารเพื่อให้ชาวอเมริกันและคนทั่วโลกส่วนใหญ่รู้สึกรู้ว่าการก่อการร้ายเป็นปัญหาสำคัญ และมีผลให้นโยบายต่างประเทศของประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู บุชเป็นที่ยอมรับ จนนำไปสู่การสนับสนุนสงครามต่อต้านการก่อการร้ายทั่วโลก

วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิพากษ์วาทะ

พรพรม ทิพยมนตร์⁵¹ ศึกษาวาทวิเคราะห์บทละครของหลวงวิจิตรวาทการกับการสร้างค่านิยม ว่ากลยุทธใดสามารถโน้มน้าวใจในการสื่อสารผ่านบทละครในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ให้เป็นที่ระลึก จดจำของผู้รับสารในสมัยนั้นได้มากที่สุด โดยเป็นการวิเคราะห์โครงสร้างละครไทยด้วยการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกและการศึกษาเอกสารเพื่อดูบริบทที่มีผลต่อประดิษฐการ (invention) ในบทละคร แนวคิดและค่านิยมหลักในละครที่ได้รับความนิยมสูงสุด กระบวนการสร้างค่านิยมผ่านบทละครให้กับคนไทย รวมทั้งกลวิธีการสื่อสารผ่านค่านิยม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางบริบทที่มีผลต่อประดิษฐการในบทละครมากที่สุดคือ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง บทละครที่ได้รับความนิยมสูงสุดมีแนวคิดหลักในการปลูกฝังค่านิยมรักชาติ บทละครประสบความสำเร็จด้วยการสร้างความสะเทือนใจก่อน แล้วจึงตามด้วยสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการ หรือในบางเรื่องอาจใช้ความบันเทิงและเหตุผลเป็นตัวนำในการส่งสาร โดยสื่อสารค่านิยมเหล่านี้ผ่านฉากหน้ามาน บทสนทนา เนื้อเรื่อง บุคลิกของตัวละครและบทเพลงเป็นส่วนใหญ่ ผู้รับสารที่ได้ชมละครจะประทับใจและจดจำเพลงที่ใช้ประกอบละครได้มากที่สุด

อภิรดี ภู่อภิรมย์⁵² ศึกษาวาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ และวิเคราะห์เพลงที่มีวาทศิลป์ที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้ฟังจำนวน 114 เพลง ด้วยเกณฑ์ 5 ประการ

⁵¹ พรพรม ทิพยมนตร์, “วาทวิเคราะห์บทละครของหลวงวิจิตรวาทการกับการสร้างค่านิยม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ.

⁵² อภิรดี ภู่อภิรมย์, “วาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ.

ของวาทศาสตร์ (5 Canons) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1. การคิดค้นเนื้อหา ประกอบด้วยแนวคิดในการคิดเนื้อหาเพลง ประเภทของความคิดหลักในเพลง และระบบเหตุผลในเพลง 2. การจัดเรียบเรียงสาร ประกอบด้วยรูปแบบการเล่าเรื่อง ลักษณะการสัมผัสคำ การแบ่งท่อนทำนอง การซ้ำท่อนสลับ 3. ลีลาการใช้ภาษา ประกอบด้วยการใช้โครงสร้างแบบขนาน การซ้ำคำ การเปรียบเทียบและการใช้สัญลักษณ์ที่น่าสนใจ การสร้างให้คำหรือประโยคเด่นของเพลงให้เป็นที่ยึดจำโดยการซ้ำ การใช้ข้อความขัดแย้งและวิตกภาวะ และ 4. การส่งสาร ประกอบด้วยการใช้เสียงอย่างมีความหมาย เช่น การเลือกเน้นเสียงร้อง หรือเลือกใช้เครื่องดนตรีเพื่อสร้างอารมณ์ที่ต้องการให้กับเพลง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่จะทำให้เพลงน่าประทับใจไม่ใช่มีเพียงเนื้อเพลง ทำนองและดนตรีส่วนใดส่วนหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นภาพรวมที่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของเนื้อร้องกับทำนอง เนื้อร้องกับดนตรี ทำนองกับดนตรี และความสัมพันธ์ของทั้ง 3 ส่วนอีกด้วย

บุญชัย ศรีประดับ⁵³ ศึกษาการวิเคราะห์วาทศิลป์ในข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์รายวัน โดยเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากกรณีข่าวอาชญากรรม 9 เรื่องและการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่า ข่าวอาชญากรรมทั้ง 9 เหตุการณ์ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์มีแนวโน้มในการนำเสนอตามแนวคิดวาทศิลป์ในข่าว ทั้งในมุมการมีแกนของหัวข้อเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางโครงเรื่อง การกล่าวถึงบุคคลในข่าวคล้ายๆ กับตัวละครในนวนิยาย การกล่าวถึงบทสนทนา การกล่าวถึงมุมมองในการเล่า รวมถึงการเขียนถึงฉากและบรรยากาศในเหตุการณ์ได้อย่างมีอรรถรส ดังนั้น การอ่านข่าวก็เหมือนการอ่านนิยายเรื่องหนึ่ง รวมถึงการใช้ถ้อยคำที่มุ่งเน้นให้ภาพพจน์เร้าอารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านด้วย ซึ่งเป็นวิธีการที่นำมาใช้เพื่อเหตุผลความอยู่รอดทางธุรกิจ

อัญชลี ธีระเนตร⁵⁴ ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า โดยนำทฤษฎีกระบวนการทัศนคติการเล่าเรื่องและทฤษฎีสัญญาะวิทยามาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลจากพระไตรปิฎก ผลการวิจัยพบว่า

⁵³ บุญชัย ศรีประดับ, “การวิเคราะห์วาทศิลป์ในข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์รายวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ.

⁵⁴ อัญชลี ธีระเนตร, “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ.

1. การโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าจะเริ่มด้วยการเล่าเรื่องหรือเปรียบเทียบสิ่งใกล้ๆ ตัวผู้ฟังกับธรรมะที่จะสอน หรือสรุปประเด็นสำคัญไว้ในตอนต้นเรื่องซึ่งช่วยจูงใจผู้ฟังให้สนใจในเนื้อหาและมีวิธีการดำเนินเรื่องโดยการให้หลักฐานอ้างอิงคำสอนด้วยการอธิบายให้ละเอียด การพรรณนาขยายความ การบอกเล่าจากประสบการณ์ตรง การยกตัวอย่างและการเปรียบเทียบกับสิ่งใกล้ตัว ทำให้เห็นภาพชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือ

2. การยกตัวอย่างและการเปรียบเทียบจะใช้เรื่องเล่าที่เป็นเรื่องสั้นๆ ไม่ซับซ้อน เหตุการณ์ต่างๆ มีความสัมพันธ์กันตามหลักเหตุและผล สามารถติดตามและเห็นจริงได้

3. การยกตัวอย่างเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยในการอธิบายหัวข้อธรรมะซึ่งเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม โดยสิ่งที่นำมาเปรียบเป็นธรรมชาติที่อยู่รอบๆ ตัวมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์มาก่อน จึงสามารถสร้างมโนภาพตาม ตัวอย่างที่นำมาเปรียบเทียบและเข้าใจในหลักธรรมะนั้นง่ายขึ้น

4. การอธิบายธรรมะที่เป็นนามธรรมโดยใช้คำสั้นๆ ง่ายๆ และเป็นคำที่มีความหมายในตัวเองเป็นรูปธรรมซึ่งมีความสัมพันธ์กับวัตถุจริง ทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น

วิทยานิพนธ์ของพรพรม ทิพยมนตรี อภิรดี ภู่อภิรมย์ บุญชัย ศรีประดับ และอัญชลี ธีระเนตรชี้ให้เห็นแนวทางการวิพากษ์วาทะของไทยด้วยหลักที่น่าสนใจแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีกระบวนการทัศน์การเล่าเรื่อง ทฤษฎีสัญญาวิทยาหรือหลักวาทศาสตร์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยเหล่านี้มีจุดร่วมในประเด็นเดียวกันคือ สะท้อนถึงความสำคัญของการใช้วาทศิลป์และการโน้มน้าวชักจูงใจผ่านพื้นที่ภาษาที่สามารถสื่อความหมายให้ผู้ฟังหรือผู้อ่านเกิดการนิยมนิยม ยอมรับ จดจำ และเข้าใจได้ตรงกับสิ่งที่ผู้พูดหรือผู้เขียนต้องการ วาทศิลป์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างความหมายร่วมระหว่างมนุษย์ที่ครอบคลุมทั้งในด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิพากษ์วาทะโดยอิงหลักการเทียบเคียง

มาเรีย อี เลน-ริอส (María E. Len-Ríos)⁵⁵ ศึกษาเรื่องการเทียบเคียงระหว่างผู้รับสมัครเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาประจำปี 2543 กับกลุ่มผู้ลงคะแนนชาวอเมริกันเชื้อสายละตินในรัฐไอโอวาและนิวแฮมป์เชียร์ ผ่านเว็บไซต์ภาษาสเปนเพื่อรณรงค์การเลือกตั้งระหว่างจอร์จ ดับเบิลยู บุช และอัล กอร์ โดยเป็นการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ได้แก่ แลงการณ

⁵⁵ María E. Len-Ríos, op.cit., footnote 35, pp. 887-897.

นโยบายรณรงค์การเลือกตั้งในเว็บไซต์ของผู้สมัครซึ่งใช้การเทียบเคียง (identification) ตามทฤษฎีวาทวิทยาโดยอิงหลักของเคนเนธ เบิร์ก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ร่วมระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้งกับชาวอเมริกันเชื้อสายละตินผ่าน 1) ประสบการณ์ร่วมกัน 2) ศัตรูร่วมกัน และ 3) การใช้ข้อความอย่างมีไหวพริบหรือมีนัย

ผลการวิจัยพบว่า บุชใช้การเทียบเคียงโดยแบ่งชาวอเมริกันเชื้อสายละตินเป็นกลุ่มย่อยๆ เช่น เทียบเคียงด้านภูมิหลังกับชาวอเมริกันเชื้อสายเม็กซิกันในเท็กซัส การยกย่องวัฒนธรรมแบบละติน เทียบเคียงด้านศัตรูผ่านนโยบายร่วมกับชาวอเมริกันเชื้อสายคิวบาเพื่อต่อต้านการปกครองแบบเผด็จการของประธานาธิบดีฟิเดล คาสโตรแห่งคิวบา และการต่อต้านการเหยียดผิวและการแก้ปัญหาความยากจนเพื่อส่งเสริมการศึกษา

ในขณะที่กอร์เทียบเคียงกับชาวอเมริกันเชื้อสายละตินโดยไม่ได้เจาะจงความสัมพันธ์กับชุมชนใดเป็นพิเศษ เช่น เทียบเคียงด้านภูมิหลังกับครอบครัวชนชั้นกลางชาวอเมริกันเชื้อสายละตินส่วนใหญ่โดยใช้ภาพถ่ายครอบครัวมาเล่าเรื่อง หรือความสัมพันธ์โดยรวมกับกลุ่มผู้นำชาวอเมริกันเชื้อสายละตินในระดับกว้างๆ ส่วนการเทียบเคียงด้านอุปสรรค กอร์ได้ยกตัวอย่างการต่อสู้ในรัฐสภาให้ผ่านร่างกฎหมายประกันสุขภาพของเด็กชาวอเมริกันเชื้อสายละติน ทั้งนี้ บุชและกอร์ใช้คำว่า “พวกเรา” เพื่อผูกพันตนเองกับชาวอเมริกันเชื้อสายละตินทั้งหมด

มาร์เซลีน ธอมป์สัน (Marcelien Thompson) และแครอล แอล ธอมป์สัน (Carol L. Thompson)⁵⁶ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ทางเพศของนักร้องเพลงร็อกผ่านกรณีของเพลงและภาพลักษณ์ของนักร้องเพลงร็อกหญิงสตีวี นิกส์ (Stevie Nicks) ที่เป็นปัจจัยนำมาซึ่งความสำเร็จและการตกต่ำของอาชีพในระหว่างช่วงยุค 70-90 โดยเป็นการวิเคราะห์หัตถ์บท (Textual Analysis) หรือการสื่อความหมายผ่านเนื้อหาเพลงและภาพลักษณ์ด้วยหลักการเทียบเคียงของเบิร์กผ่าน 1) ด้านวัตถุ 2) ด้านอุดมคติ และ 3) ด้านแบบแผนปฏิบัติ

ผลการศึกษาพบว่า แฟนเพลงจะเทียบเคียงด้านวัตถุกับนิกส์จากเครื่องแต่งกายที่เหมือนตัวละครในเทพนิยาย (myth) ซึ่งแสดงออกถึงพลังแห่งเพศหญิงอย่างเด่นชัดผ่านภาพลักษณ์ที่บอบบาง โรแมนติกและสวยงาม ส่วนการเทียบเคียงด้านอุดมคติเกิดจากเนื้อเพลงที่มีลักษณะลึกลับแบบผู้หญิง

⁵⁶ Marcelien Thompson and Carol L. Thompson, “Changing Gender Images in Rock and Roll: An Analysis of the Songs and Image of Stevie Nicks,” American Communication Journal, <<http://acjournal.org/holdings/vol2/Iss1/essays/thompson.htm>>, January 2000.

และเป็นกึ่งเทพนิยาย ที่แฝงนัยของความหวัง ความเจ็บปวดและความฝัน รวมถึงการใช้เสียงเครื่องดนตรีที่ดูเหนือจริง ทั้งนี้ การทำงานของนิกรร่วมกับนักดนตรีผู้ชายในวงเป็นการสร้างแบบแผนปฏิบัติให้เป็นที่จดจำได้ของแฟนเพลง (เนื่องเพราะดนตรีร็อกยังเป็นเรื่องของเพศชาย) อย่างไรก็ตาม อายุที่เพิ่มขึ้นและร่างกายที่เปลี่ยนแปลงซึ่งมีผลต่อการแสดงเป็นปัจจัยให้การเทียบเคียงไม่อาจเกิดขึ้นได้

หลักการเทียบเคียงทั้ง 6 ลักษณะของเบิร์กที่ปรากฏในงานวิจัยของมาเรีย อี เลน-ริออส งานวิจัยของมาร์เซลีน ธอมป์สันและแคโรล แอล ธอมป์สัน จะเป็นหลักเดียวกับที่ผู้วิจัยนำมาประยุกต์เพื่อวิเคราะห์แถลงการณ์ของกลุ่มอัล กออิเดห์ และหาคำตอบว่ากลุ่มอัล กออิเดห์ใช้การเทียบเคียงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้สนับสนุนอุดมการณ์และแนวทางต่อสู้ของกลุ่มอย่างไร