

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนที่มีผลต่อการเล่นพนันฟุตบอลใน
อำเภอเมืองเชียงใหม่ : กรณีศึกษาฟุตบอลโลกปี 2006 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวคิด
และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ทฤษฎีและแนวคิด

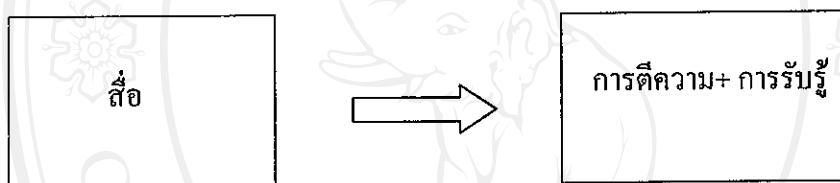
1. แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ (Perception)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัญลักษณ์ (Semiology)
 - 2.1 การวิเคราะห์ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย
3. แนวคิดเรื่องการเลือกสรรและเปิดรับสื่อ
4. แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ (Cognitive Theories)
5. นิยามของวิธีการอ่านสื่อและถอดรหัสสื่อ (Michael O'Shaughnessy, Jane Stadler)
6. ทฤษฎี Existential Analysis
7. บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสาร

1. แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ (Perception)

เป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อมรอบๆตัวเรา ส่วน
ความหมาย (Meaning) เป็นสิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมาย หรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง
คือ เราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไรขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้หรือตีความหมาย สิ่งนั้น
อย่างไร ในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้นเรากระทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของเรา
ประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และ ความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ

ยกตัวอย่าง เช่น นักศึกษา A ชอบทีมเชลซีและเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์กีฬาพบว่า พาดหัว
ข่าวหลักของหนังสือพิมพ์พาดหัวว่าหลักเอาไว้ว่า “พ่อบูลูนุ่มชอบกรูมกริม ต้องจิ้มไฉ้ใหญ่ ไป

ให้ไกลพีเอสวีตีไชล่เลย เหยยสิงห์บลู ตามบู๊ราชน ” นักศึกษา A ย่อมตีความดังที่เห็นของพาดหัวข่าวหลักหนังสือพิมพ์กีฬาโดยอาศัยประสบการณ์ การรับรู้และตีความหมายของพาดหัวข่าวหลักหนังสือพิมพ์กีฬาตามการรับรู้ โดยอาศัยประสบการณ์จากการดูฟุตบอลย่อมจะรู้ว่า ฟ่อนญู่มเป็นภาษาแทนสัญลักษณ์ของทีมบาร์เซโลน่าจากสเปน ไ้ญ่ใหญ่เป็นทีมอินเตอร์มิลานจากอิตาลี และเมื่อบวกกับคำว่าต้องจิม สื่อความหมายไปในทางบวกที่ว่าต้องเล่นทีมอินเตอร์มิลาน ไปให้ไกลพีเอสวี คำว่าพีเอสวีนั้นเป็นคำย่อของสโมสโรนโซเฟินจากฮอลแลนด์ ความหมายในแง่ลบของไปให้ไกลหมายถึง การที่เราไม่ควรแยแสหรือสนใจ เช่นเดียวกับ เหยยสิงห์บลู ซึ่งสิงห์บลูเป็นทีมเชลซีจากประเทศอังกฤษ เราสามารถทราบได้ทันทีว่าพาดหัวข่าวข้้นนี้มาจากการแข่งขันของฟุตบอลรายการใด



นอกเหนือจากนี้แล้ว ในส่วนของทฤษฎะการวิจารณ์ต่างๆที่ถูกวิจารณ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การขาดหายของบรรดาซูเปอร์สตาร์ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของบรรดาทฤษฎะของเกิทั้งหลาย เช่น หนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ 3 ตุลาคม 2548 คุณชญ นามปากกาของนักวิจารณ์ฟุตบอลชื่อดังจากหนังสือพิมพ์สตาร์ชอคเกอร์ได้วิจารณ์เอาไว้เกี่ยวกับ อาการบาดเจ็บของเรียรี่ อองรี และ อเล็กซานเดอร์ เคตส์ ซูเปอร์สตาร์ดังของทีมจากลอนดอน ประเทศอังกฤษส่งผลให้ประสิทธิภาพของทีมอ่อนลง และเมื่อมองภาพรวมกับ อัตราต่อรองส่งผลให้ทีมคู่แข่งมีภาษีดีกว่า การแสดงทฤษฎะครั้งนี้แน่นอนว่าผู้รับสารย่อมเกิดความเชื่อมั่นของผู้ส่งสาร เหตุผลแรกมาจากการขาดหายไปของซูเปอร์สตาร์ เหตุผลที่สองมาจากการเชื่อถือ เชื่อมั่นในนักวิจารณ์ เหตุผลข้อสุดท้ายมีการคาดคะเนของสกอร์ที่จะเกิดขึ้น เมื่อมองภาพรวมกับอัตราต่อรอง และทฤษฎะวิจารณ์ทำให้โอกาสการเล่นพนันฝ่ายตรงข้ามมากขึ้น และยังถ้าหากฟุตบอลคู่นี้มีการถ่ายทอดสดโอกาสการเล่นพนันฟุตบอลก็ยิ่งมีมากขึ้น ในศึกยูโร 2004 (การแข่งขันฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป) จากการสำรวจจากประชาชนในกรุงเทพพบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.88 ติดตามเฉพาะการแข่งขันฟุตบอลนัดที่สนใจ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.70 รับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลทุกนัด สังกะจากการถ่ายทอดสดกีฬาผ่านโทรทัศน์จะมีการสนับสนุนโฆษณาจากแวดวงธุรกิจหลายสาขาอาชีพ นายทุนต่างอยาก

เป็นสปอนเซอร์เพื่อที่จะโฆษณาสินค้าของตนเอง ละครโทรทัศน์ช่วงหลังข่าวบางที่ยังต้องหลีกเลี่ยง
 กับการถ่ายทอดสดกีฬา เพราะว่ามีสปอนเซอร์เข้ามา

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัญศาสตร์ (Semiology)

สัญชัญ หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้มีความหมายแทนของจริง ตัวจริง ในตัวบท หรือ
 ในบริบทหนึ่งๆ เช่น แหวนหมั้น เป็นสัญชัญแทนความหมายที่แสดงถึงความผูกพันระหว่างชาย
 และหญิงคู่หนึ่งในบริบทของสังคมตะวันตก และหากเปลี่ยนสัญชัญไปเป็นแหวนแต่งงาน ก็จะใช้
 แทนความหมายของความผูกพันที่สูง และลึกซึ้งกว่าการหมั้นหมาย ดังนั้นแหวนวงหนึ่งจะยังไม่
 สภาพหรือมีคุณสมบัติเป็นสัญชัญ หากว่าแหวนวงนั้นยังมีค่าและความหมายว่า เป็นแหวนวงหนึ่ง
 แต่เมื่อใดก็ตามถูกนำไปใช้ในสถานการณ์และบริบทจำเพาะหนึ่งๆ เช่น ถูกสวมในโบสถ์ต่อหน้า
 พระสงฆ์พิธี แหวนนั้นก็มีความหมายหลายประการ เช่น เป็นเครื่องผูกพันของคนสองคนให้เป็น
 หนึ่งเดียว เป็นการประกาศให้คนทั่วไปรับรู้ความเป็นหนึ่งนั้น เป็นความหมายแห่งชีวิตของ
 ครอบครัว สัญชัญที่เรารู้จักกันมากที่สุดก็คือภาษา ในแนวคิดด้านสื่อเราสามารถประยุกต์เอาแนวคิด
 ด้านสัญชัญวิทยามาตั้งคำถามในการศึกษาว่า มีสัญชัญอะไรประกอบอยู่บ้าง เช่น ภาพ ตัวหนังสือ
 ฉาก มุกตลก และสัญชัญเหล่านั้นทำงานสร้างความหมายอย่างไร¹

แบบจำลองของการสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องหมาย สามารถทำความเข้าใจได้ตามตัวอย่าง
 ข้างล่างนี้

→ → Sender Message / Sign System Receiver

สาร และ ความหมายสามารถสื่อสารได้ โดยผ่านเครื่องหมายต่างๆและระบบของเครื่อง
 หมาย เนื่องจากสัญชัญหนึ่งๆมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นตัวความหมาย Signifier และ
 ตัวหมายถึง Signified เช่น เมื่อเรายกมือพนมขึ้นนอก Signifier ก็จะมี ความหมายถึงการแสดง

1

ความเคารพ Signified การที่จะเปลี่ยนการใช้สัญลักษณ์จาก Icon Index มาเป็น Symbol ต้องมีเงื่อนไขภายในบริบทสังคมว่า ต้องมีการรับรู้ และ เข้าใจในสิ่งนั้นๆจึงจะสามารถถอดรหัสได้ สิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่เอื้ออำนวยให้กระบวนการส่ง และรับความหมายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ก็คือ ทั้งสองฝ่ายต้องมีรหัสอันเดียวกันยกตัวอย่าง เช่น อัตราต่อรองฟุตบอลได้แก่ ครึ่งลูกบวกลบครึ่งหนึ่งลูกควบลูกครึ่งลบสิบ ปป.ลบห้าสี่ การใส่รหัสของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารต้องผ่านการเรียนรู้จาก Icon Index และ Symbol โดย Code ของฟุตบอลจัดว่าเป็น Scientific Code ซึ่งมีลักษณะทางภาวะวิสัย โดยส่วนใหญ่ที่เรารู้จักคือ พวกเทคนิค Code เช่น สูตรผสมพืชชนิดใด พืชที่เราชนิดใด เครื่องหมายสัญญาณบนเครื่องบิน

มิติของสัญลักษณ์ที่เราควรให้ความสนใจ คือ มิติส่วนรวมที่เรียกว่าโดยในทุก Language โดยในทุก Language นั้นจะต้องมีไวยากรณ์เป็นรหัสควบคุมอยู่เสมอ เราจึงอาจวิเคราะห์ค้นหาว่าไวยากรณ์ของพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์คืออะไร ไม่ว่าจะเป็นจำนวนตัวอักษร วิธีเรียงประโยค คำประธาน กรรม กริยา ความหมายโดยอรรถ

2.1 การวิเคราะห์ความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย

2.1.1 ความหมายโดยอรรถ อันได้แก่ความหมายที่เข้ากันตามตัวอักษร เป็นความหมายที่เข้ากันโดยส่วนใหญ่ ตัวอย่างที่ชัดเจน คือ ความหมายที่ระบุในพจนานุกรม

2.1.2 ความหมายโดยนัย อันได้แก่ ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่มหรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะบุคคล สิ่งที่นักสัญลักษณ์วิทยาสนใจศึกษามากที่สุดก็คือ ความหมายโดยนัย เนื่องจากความหมายดังกล่าวมีความสำคัญกับบุคคลอย่างแท้จริงทั้งในแง่ของการรับรู้ การถอดรหัส การตีความหมาย และความหมายโดยนัยยังแปรเปลี่ยนไปได้อีกมากมาย แนวคิด²

3. แนวคิดเรื่องการเลือกสรรและเปิดรับสื่อ

ในการรับข่าวสารต่างๆผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการดังกล่าวประกอบไปด้วย

เลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเลือกเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ หลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับทัศนคติของตนก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ Cognitive Dissonance

การเลือกรับรู้หรือตีความ หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่น่าสนใจแล้วตีความตามปัจจัยที่สำคัญ คือ ความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ การคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์ และจิตใจ การเลือกจดจำ

การเลือกจดจำ หมายถึง บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆ ได้แก่ ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อนไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องมีการสื่อสารกับผู้อื่นเพื่อจะรับรู้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง นอกจากนี้อาจได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขสบายใจที่มีสาเหตุมาจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้นชี้นำ ซึ่งทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ³

อย่างไรก็ตามทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา ปัจจัยกำหนดก็คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคลมีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละบุคคลมีความแตกต่างเฉพาะตัว บุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาสืบเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยงดูที่ไม่เหมือนกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ความรู้สึกนึกคิด และการรับรู้ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะสังคม และจิตใจ ซึ่งเป็นตัวก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล เกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่นๆแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆกัน อันก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่นๆที่จะตาม มาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

การเปิดรับสารจากประวัติศาสตร์ของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นวนิยาย ผู้รับสารในฐานะสาธารณะ Public ที่จะมีผู้อ่านกลุ่มประจำอยู่กลุ่มหนึ่ง และหลังการรับข่าวสารแล้ว กลุ่มดังกล่าวจะมีการรวมตัวกันเพื่อเขามามีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ เช่น การชุมนุมดูการแข่งขันฟุตบอลวันแดงเดือดที่ห้างสรรพสินค้า จึงถือว่าเป็น Reading Public ซึ่งสื่อนี้จะไปทางด้านอำนาจ ปัจจุบันเราจะเห็นผู้รับสารในในฐานนี้ได้จากคอลัมน์ต่างๆ เช่น จดหมายจากผู้อ่าน

นอกเหนือจากนี้แล้วยังมีผู้รับสารในฐานะตลาดผู้บริโภค Market สื่อจะคำนึงผู้รับสารเป็นหลัก การเกิดของหนังสือพิมพ์ก็พัวพันเกิดมาจาก สื่อมวลชนเป็นสินค้าที่จะตอบสนองผู้บริโภค

4. แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้ (Cognitive Theories)

การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการทำให้มนุษย์ได้ประสบการณ์เพิ่ม หรือ เปลี่ยนแปลง ประสบการณ์ หรือ พฤติกรรมไปหลังจากที่บุคคลนั้น ได้มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมคนนั้นๆ ได้ เรียนรู้มากขึ้น มีประสบการณ์มากขึ้น มีข้อมูลมากขึ้น

ทฤษฎีการเรียนรู้มีข้อสมมติฐานว่ามีความสัมพันธ์ที่อธิบายได้ และ พยากรณ์ได้ระหว่าง สิ่งเร้า และการตอบสนอง สิ่งเร้าหมายถึง เหตุการณ์ หรือ สิ่งใดก็ตามที่รับรู้ได้โดยบุคคลในสถานการณ์ที่มีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ สารจัดเป็นสิ่งเร้าแหล่งสารจัดเป็นสิ่งเร้าตัวหนึ่งเช่นเดียวกับสถานการณ์ที่มีการสื่อสาร การตอบสนอง หมายถึง ปฏิบัติใดก็ตามที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารหลังจากรับรู้สิ่งเร้า ทฤษฎีได้กล่าวเอาไว้ว่าสื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารปัจเจกบุคคลจะจดจำข้อมูลนั้นไว้ในรูปทัศนคติที่เป็นแรงขับเคลื่อนภายในบุคคล ทัศนคติดังกล่าวจะเกี่ยวกับแรงจูงใจจะเป็นตัวกำหนดทิศทางภายนอกจากตัวบุคคล เปรียบเทียบได้กับสื่อไปสู่ผู้รับสารแรงขับเคลื่อนกับแรงจูงใจเป็นตัวกำหนดทิศทางการเล่นพนัน

5. นิยามของวิธีการอ่านสื่อและถอดรหัสสื่อ (Michael O'Shaughnessy, Jane Stadler)

ศัพท์คำว่า "อ่าน" (read) ได้ถูกนำมาใช้ เพื่ออ้างถึงกระบวนการเกี่ยวกับการตีความหรือ แปลความหมายทั้งหมด นับตั้งแต่การดู การกวาดตา การฟัง และรูปแบบอื่นๆ ทั้งหมดนี้สามารถถูกเรียกว่า "การอ่าน" (reading) ได้ทั้งสิ้น โดยคำว่า "ข้อมูล" (text) เราหมายถึงหน่วยข้อมูล (media item) อย่างเช่น ภาพถ่าย การโฆษณา ภาพยนตร์ นิตยสาร เว็บไซต์ รายการโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ บทความ และอื่นๆ ข้อมูล (text) จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกผลิตซ้ำได้ และ อยู่ในวิสัยที่จะนำมาวิเคราะห์ได้

การอ่าน และการถอดรหัส (decode) ข้อมูลอันหนึ่ง ก็คือการทำความเข้าใจเกี่ยวกับมันนั่นเอง โดยไม่สนใจว่ามันจะเป็นข้อเขียนจริงๆหรือไม่ก็ตาม ส่วนประกอบที่เป็นแกนกลางสำคัญของ "การศึกษาเรื่องสื่อ" ก็คือ การวิเคราะห์ข้อมูล (textual analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมันมีปัจจัยต่างๆสามประการที่ทับซ้อนกันอยู่ที่เราต้องพิจารณาถึง

1. ข้อมูลต่างๆ (texts) - การวิเคราะห์ข้อมูลตามสภาพที่เป็นอยู่และการสร้างมันขึ้นมา
2. บริบทต่างๆ (contexts) - ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ในบริบททางสังคมของมันเกี่ยวกับการแพร่หลาย
3. ผู้รับสื่อ (audiences) - ศึกษาเกี่ยวกับว่าผู้รับข้อมูลทั้งหลายใช้มันอย่างไรหรือเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลอย่างไรจริงๆ

แต่ละปัจจัยเหล่านี้จะมาช่วยในเรื่องการอ่าน ซึ่งเราสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ข้อมูลอันหนึ่งหมายถึง ยิ่งเรารู้เกี่ยวกับปัจจัยทั้งสามส่วนนี้ เราก็จะยิ่งอยู่ในตำแหน่งที่จะสถาปนาความหมายที่เป็นไปได้ในเชิงที่แตกต่างเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับข้อมูล และสามารถให้เหตุผลต่างๆหรืออธิบายสำหรับความหมายและการอ่านที่แตกต่างเหล่านี้

- การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) จะมองไปที่เรื่องของจำนวน ยกตัวอย่างเช่น มีผู้คนมากน้อยเพียงใดที่ดูรายการโทรทัศน์แต่ละรายการ การวิจัยเกี่ยวกับจำนวนคนดู หรือเรตติ้ง [ratings research] จะทำหน้าที่ให้ข้อมูลทางด้านนี้

- ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) จะถูกนำเข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้คนทั้งหลายว่า มีปฏิกิริยาโต้ตอบกับรายการใดรายการหนึ่งโดยเฉพาะอย่างไร ยกตัวอย่างเช่น จะมีการตั้งคำถามว่า ทำไมผู้ดูจึงชอบหรือไม่ชอบรายการนั้น แง่มุมของผู้ดูทั้งหลายที่โต้ตอบในเชิงบวกและลบกับรายการต่างๆ และพวกเขาดูมันอย่างตึงอกตึงใจ หรือมีสื่ออย่าง เช่น โทรทัศน์-วิทยุ เพื่อเป็นเพื่อนและเป็นม่านเสียงข้างหลัง (for the sake of companionship and background noise) การวิจัยเชิงคุณภาพจะจัดอยู่ในพื้นที่การศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ (reception studies area)

การวิเคราะห์สื่อในช่วงแรกเสนอว่า มีหนทางอยู่ 3 วิธีเกี่ยวกับการทำความเข้าใจความสัมพันธ์กันระหว่าง "สื่อ" กับ "ผู้รับสื่อ" ดังต่อไปนี้

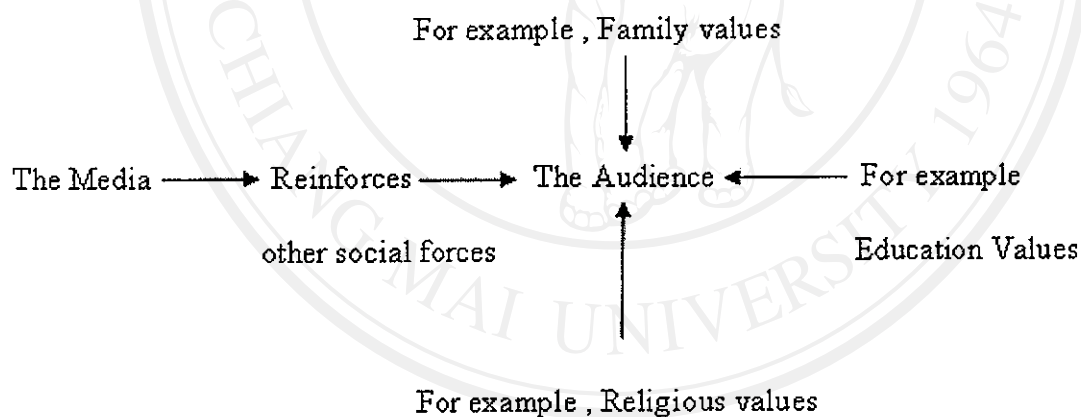
1. ผลที่ได้รับโดยตรง (Direct-effects)
2. การเพิ่มพลัง การหนุนเสริม (Reinforcement)
3. การใช้ และ ความพึงพอใจ (Uses-and-gratification)

1. ผลที่ได้รับโดยตรง (Direct-effects) ความเชื่อที่ว่าสื่อมีความสามารถเกี่ยวกับการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและความเชื่อของผู้คนอย่างถึงราก สำหรับขอบเขตนี้พวกมันจึงสามารถถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองแบบจำลองผลที่เกิดขึ้นโดยตรง (direct-effect model) เกี่ยวกับผู้รับสื่อ สันนิษฐานว่า บรรดาผู้บริโภคล้วนทั้งหลายยอมรับความหมายที่ตั้งใจ (intended meaning) ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงเป็นรหัส (encode) ในสารต่างๆที่สื่ออย่างค่อนข้างยอมจำนน และความสัมพันธ์อันนั้นระหว่างบรรดาผู้ผลิตสื่อและผู้บริโภคทั้งหลายเป็นสิ่งที่คาดการณ์หรือทำนายได้ และเป็นสิ่งซึ่งไม่สมมูล มันมีพลังอันหนึ่งของภาวะที่ไร้ดุลยภาพ นั่นคือบรรดาผู้ทำสื่อหรือสาร จะมีอำนาจมากในการควบคุมความหมายสื่อและการส่งผ่านถ่ายทอดของข้อมูล ส่วนใหญ่แล้วเป็นแบบทางเดียว โดยผู้รับสื่อมีการป้อนข้อมูลกลับหรือการใส่เข้าอย่างจำกัด ทศวรรษอันนี้เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1930s เมื่อสื่อต่างๆได้ถูกนำไปใช้โดยพวกนาซีในเยอรมัน โดยพรรคคอมมิวนิสต์ในสหภาพโซเวียต และโดยนักโฆษณาและพรรคการเมืองต่างๆในสหรัฐอเมริกา ทรรศนะนี้เสนอว่า ถ้าหากว่าคุณได้ควบคุมสื่อ คุณสามารถที่จะควบคุมจิตใจของผู้คนได้ รวมถึงความเชื่อ และการกระทำ อันนี้ขอให้พิจารณาถึงกระบวนการดังที่แสดงในแผนภาพข้างล่างนี้

all-powerful media → brainwashing → audience

สื่อที่ทรงพลังทั้งหมด → การล้างสมอง → ผู้รับสื่อ

2. การเพิ่มพลัง(การหนุนเสริม) (Reinforcement) แบบจำลองข้างล่างนี้ ได้มีการจัดเกลาความคิดที่ว่า สื่อก่อให้เกิดผลโดยตรง (direct-effect) ด้วยการเสนอว่าสื่อต่างๆทำหน้าที่เชื่อมโยงหรือสัมพันธ์กับพลังทางสังคมอื่นๆ มันส่งอิทธิพลต่อผู้คนเมื่อสารต่างๆของมันลงรอยกันกับ โอบายหรือความคิดต่างๆที่ได้รับการผลิตในที่ต่างๆของสังคม เช่น ผ่านการศึกษา ครอบครัว โบสถ์ และอื่นๆ การวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลซึ่งมีต่อผู้รับสื่อของ Paul Lazarsfeld เสนอว่า สื่อจะมีประสิทธิภาพมากเมื่อพวกมันทำหน้าที่หนุนเสริมความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมต่างๆที่มีอยู่ (Lazarsfeld 1949) ผลงานของ Lazarsfeld บ่งชี้ว่า บ่อยครั้งผู้คนมีแนวโน้มที่จะเมินเฉยไม่สนใจหรือต่อต้านข้อมูลซึ่งไม่ได้หนุนเสริมประสบการณ์และความคิดเห็นต่างๆของพวกเขาที่มีอยู่ แต่อย่างไรก็ตาม สื่อสามารถที่จะแสดงบทบาทสำคัญอันหนึ่งในการกระตุ้นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสารต่างๆได้หนุนเสริมความเชื่อทั้งหลายเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้รับ ซึ่งได้ส่งสารผ่านสื่อไปยังคนอื่นๆเข้าไปในปริภูมิของอิทธิพล และอื่นๆต่อไป



3. การใช้ และ ความพึงพอใจ (Uses-and-gratification) การใช้ และ ความพึงพอใจ (Uses-and-gratification) (Blumler and Katz 1974) การเข้าใจอันนี้เกี่ยวกับพลวัตของสื่อและสังคม (the media-society dynamic) ดังแผนภาพตัวอย่างข้างล่าง ซึ่งยอมรับว่า ผู้รับสื่ออาจบรรลุถึงความพึงพอใจจากการใช้สื่อในฐานะที่เป็นรูปแบบหนึ่งของความเป็นเพื่อน และพวกเขาไม่น่าจะได้รับการประสบการณ์ที่เป็นผลโดยตรงในการโต้ตอบกับเนื้อหาสื่อ แบบจำลองอันนี้มีนัยสำคัญสำหรับ การนำเอาแนวความคิดต่างๆเกี่ยวกับความพึงพอใจและความเต็มเต็มอารมณ์เข้ามาสู่การถกเถียงเกี่ยวกับสื่อต่างๆ ผู้รับสื่อทั้งหลายไม่เพียงเป็นผู้บริโภคที่ขอมจ้านน (passive consumers)

เท่านั้น และยังถูกอ้างอิงโดยผลิตผลต่างๆของสื่อด้วย แต่พวกเขาเป็นผู้มีส่วนร่วมในเชิงรุก (active participants) โดยการสร้างความหมายให้กับตัวของพวกเขาเอง การศึกษาในเชิงคุณภาพ นั้นบ่อยทีเดียว ได้ทำการศึกษาโดยผ่านงานชาติพันธุ์วิทยาซึ่งสำรวจถึงปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้รับสื่อ โดยผ่านการผสมผสานกับการสังเกตการณ์โดยตรง การสัมภาษณ์ และการวิจัย

Powerful audience → takes what it wants from the media → Media

ผู้รับสื่อที่มีอำนาจ → หยิบเอาสิ่งซึ่งเป็นที่ต้องการจากสื่อ → สื่อ

ผู้รับสื่อจำนวนมากต่างไม่มีใครล่วงรู้ถึงเจตนาหรือความตั้งใจของผู้ผลิตสื่อ โดยเฉพาะ เพราะความหมายต่างๆที่บรรดาผู้รับสื่อดึงมาจากข้อมูลต่างๆ ไม่จำเป็นต้องได้รับมาจาก หรือ กระทั่งสัมพันธ์กับความเข้าใจต่างๆเกี่ยวกับเจตนา หรือความตั้งใจทั้งหลายของบรรดาผู้ผลิตข้อมูล ทั้งหลาย

1. การวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนใหญ่จะโฟกัสลงไปยังปฏิบัติการเกี่ยวกับการนำเสนอ ซึ่งมีหลักฐานอยู่ในข้อมูลสื่อ และในเนื้อหาของภาพสื่อต่างๆและคำพูด ความหมายต่างๆเป็นสิ่งที่ไม่ อาจแบ่งแยกได้จากการตีความ นั่นคือ ความหมายจะไม่ถูกกระตุ้นจนกว่ามันจะได้รับการสกัดหรือ คั้นออกมาจากข้อมูลอันหนึ่ง ทั้งนี้เพราะความหมาย โดยสาระแล้ว เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเข้าใจ เจตนาหรือความตั้งใจที่ดีที่สุดในโลก และการเปลี่ยนเป็นรหัสอย่างระมัดระวังที่สุดและเปิดเผย เกี่ยวกับความหมาย โดยแท้จริงแล้วจะไม่มีใครมีความหมายใดๆเลยเว้นแต่ใครคนหนึ่งได้อ่านได้ดูและ ฟังข้อมูลนั้น และให้เหตุผลความสำคัญบางอย่างกับมัน มันคือการตีความที่ทำให้ข้อมูลนั้นมีชีวิต ขึ้นมา

2. ใจกลางข้อถกเถียงอันหนึ่งของงานเขียนนี้คือ ส่วนมากของสิ่งที่กระตุ้นผู้คนทั้งในส่วน ของอุดมคติและสุนทรียภาพนั้น มันดำรงอยู่ในระดับจิตไร้สำนึกที่สั่นคลอนเกี่ยวกับการมีอคติ ทางเพศ และอคติในเรื่องการเหยียดชนชาติ สิ่งเหล่านี้มันถูกฝังตรึงอยู่ลึกในวัฒนธรรมของเรา ซึ่ง เราได้เจริญเติบโตขึ้นมา ซึ่งพวกมันอาจกลายเป็นส่วนหนึ่งของจิตไร้สำนึกของพวกเราไป ดังนั้น มันจึงมีอิทธิพลต่อทั้งข้อมูลที่เราผลิตขึ้น และความเข้าใจของเราเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ที่เรา บริโภค

3. การศึกษาเรื่องสื่อ media studies จะไม่เพียงมองไปที่เจตนาหรือความตั้งใจของบรรดาผู้เขียนหรือผู้สร้างสรรค์เท่านั้น มันจะสนใจมองกว้างมากไปกว่านั้นมันได้ให้ความใส่ใจกับการที่ผู้คนทั้งหลายอ่านและเข้าใจข้อมูลต่างๆอย่างไร พวกเขาสำรวจข้อมูลทั้งหลายในบริบททางสังคมของพวกเขาทั้งหมดอย่างไร และ เนื่องจากอันนี้มันจึงมองไปที่ผู้รับสื่อต่างๆและสำรวจถึงความสัมพันธ์ระหว่างการผลิต การสื่อ การบริโภค และความหมายมากกว่าที่จะโฟกัสลงไปที่เจตนาหรือความตั้งใจของบรรดาผู้ผลิตข้อมูลสื่อเพียงลำพังเท่านั้น

4. ท้ายที่สุดข้อมูลสื่อเป็นจำนวนมาก คือ ผลิตที่ไม่ได้ทำขึ้นมาจากบุคคลคนเดียว แต่มันได้รับการสร้างขึ้นมาจากกลุ่มคนขนาดใหญ่ ซึ่งทำงานอยู่ในข้อจำกัดหรือการบีบบังคับของอุตสาหกรรมสื่อ เจตนาของปัจเจกบุคคลได้ถูกทำให้สูญไปในรูปแบบของการรวมตัวกันนี้ของการผลิต

6. ทฤษฎี Existential Analysis

ปัจจุบันปัญหาการพนันฟุตบอลเริ่มแผ่ขยายวงกว้างอยู่ในทุกสังคม นักจิตวิทยากล่าวเอาไว้ว่าพฤติกรรมกรรมการพนันฟุตบอลเป็นอาการทางจิตชนิดหนึ่ง แต่สามารถที่จะสลัดตัวของค่านิยมในสังคมใหม่ได้ตามทฤษฎีของ Rollo May ที่เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความสามารถที่จะเป็นคนที่ หรือ คนชั่วได้ May คิดว่ามนุษย์สามารถมีความฉลาดในการเลือก มีการไตร่ตรองอย่างดีเราจะไม่หลีกเลี่ยงความสลัดนี้ได้ แต่ถ้าถลำตัวเข้าไปทำอะไรไม่ดีแล้ว ก็ควรที่จะถอนตัวออกมาให้ทันเพื่อที่จะแก้ไขสถานการณ์ได้ สังคมมนุษย์มีจำนวนไม่น้อยที่ต้องอยู่ในภาวะลองผิดลองถูกอยู่ตลอดเวลา ยกตัวอย่างเช่น การเล่นพนันฟุตบอลไม่เพียงจะต้องเสียสุขภาพจิต ยังต้องเสียเงินเสียทองอีก และยังเสี่ยงต่อปัญหานานัปการ จึงได้แต่หวังเอาไว้ว่ามนุษย์สมัยใหม่ถ้าคิดจะทำอะไรก็ควรที่จะไตร่ตรองให้ดีก่อน จริงอยู่ว่าประสบการณ์ทำให้มนุษย์ฉลาดขึ้นได้ แต่ประสบการณ์บางอย่างก็แพงเหลือเกิน กว่าที่เราจะเรียนรู้ได้เราต้องเจ็บไปเยอะ ซึ่งไม่ควรจะเสี่ยงอย่างยิ่งถ้าไม่จำเป็น

การบำบัดจิตก็คือ ฆะตากรรม ซึ่งหมายถึงอิทธิพลภายนอกที่หล่อหลอมบุคลิกคน มนุษย์ต้องมีความรับผิดชอบที่จะต้องสร้างเอกลักษณ์ และ แนวทางในการมองโลกของตนเอง ในขณะที่

ต้องยอมรับอิทธิพลของชะตากรรม ซึ่งบางส่วนมนุษย์ก็สามารถควบคุมได้ แต่ก็มีส่วนหนึ่งที่มนุษย์ควบคุมไม่ได้⁶

7. บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสาร

จากแนวความคิดของวิลเบอร์ ชรามป์ และ ชูเมกเกอร์ซึ่งกล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อบุคคล และต่อสังคมซึ่งอาจนำมาเขียนในเชิงของวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการสื่อสารในตัวผู้ส่งสาร

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform) หรือการบอกให้รู้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะบอกเล่าหรือ แจ้งเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ได้รับรู้มาถ่ายทอดให้แก่ผู้รับสารได้ทราบ เช่น ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในการสื่อสารมวลชนในรายการโทรทัศน์

2. เพื่อให้การศึกษา (to teach or to educate) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะให้ผู้รับได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องบางเรื่อง หรือบางสิ่งบางอย่างตามที่ผู้ส่งสารต้องการซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องใช้ความพยายามในแง่ของการสื่อสารมากกว่าประเภทแรก

3. เพื่อชักจูงหรือโน้มน้าวใจ (to propose or to persuade) เป็นวัตถุประสงค์ที่เน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ หรือพฤติกรรมซึ่งโดยทั่วไปบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารลักษณะนี้จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการสื่อสารค่อนข้างสูง และจำเป็นต้องมีความตั้งใจอย่างมากเพื่อให้การสื่อสารครั้งนั้นบรรลุวัตถุประสงค์

4. เพื่อให้ความบันเทิง (to entertain) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจ มีอารมณ์ที่ดีและแจ่มใสเป็นการพักผ่อนหย่อนใจภายหลังเคร่งเครียดจากการทำงาน หรือ ครุ่นคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจนเกิดความหดหู่ ท้อแท้ใจซึ่งการสื่อสาร หรือความบันเทิงจะช่วยให้เกิดความสนุกสนานหรือผ่อนคลายความเครียดได้

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการสื่อสารในด้านผู้รับสาร

1. เพื่อทราบ (to know or to understand) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการจะทราบเรื่องราว หรือติดตามข้อมูลเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งที่มีผลกระทบต่อกัน

6. นพมาศ อึ้งพระ (ธีรเวทิน). 2546. ทฤษฎีบุคลิกภาพ และการปรับตัว. จุดขึ้นเรื่อง Existential – Analysis ของ May : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2546.

เอง และต่อสังคมเป็นการตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นอันเป็นความต้องการเชิงจิตวิทยา โดยทั่วไป

2. เพื่อเรียนรู้ (to learn) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการที่จะรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้วิชาการต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

3. เพื่อหาความพอใจ (to please or to enjoy) โดยปกติแล้วคนเราทุกคนต้องการมีชีวิตที่มีความสุข สนุกสนานรื่นรมย์และพยายามหลีกเลี่ยงสภาพในชีวิตจริงที่ยุ่งยาก วุ่นวายสับสนหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียด ดังนั้นคนเราโดยทั่วไปมักหาบุคคลที่มีอารมณ์ดีเพื่อพูดคุยหาความสนุกสนาน หรือดูรายการโทรทัศน์เพื่อผ่อนคลายความเครียดเหล่านั้น

4. เพื่อการตัดสินใจ (to decide) ในการตัดสินใจของคนเรามักจำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นจำเป็นต้องเป็นข้อมูลที่มีความละเอียด มีความลึกซึ้งและมีอิทธิพลมากพอที่จะชักจูงให้คนเราเกิดความเปลี่ยนแปลง หรือผลการตัดสินใจได้และเนื่องจากคนเราจะต้องตัดสินใจในเรื่องราวต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นคนเราจึงแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจให้มีความถูกต้อง⁷

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกียรติรัตน์ ทองผาย (2547) ได้วิจัยเรื่องการจัดการการพนัน : กรณีศึกษาการพนันฟุตบอลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าสาเหตุในการเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษา คือ ต้องการเงิน โดยมีปัจจัยทางสังคมได้แก่ กลุ่มเพื่อนที่ชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล ที่พักอาศัย สมาชิกในครอบครัว ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการเงิน ต้องการยอมรับจากสังคมหรือกลุ่มเพื่อน ความชอบในทีมหรือลีกของประเทศที่ชื่นชอบติดตามการถ่ายทอดสด ความคาดหวังที่จะเป็นผู้ชนะความตื่นเต้น ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเล่นพนันฟุตบอล คือ จากเพื่อน หนังสือพิมพ์กีฬา โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ผลเสียจากการเล่นพนันฟุตบอล คือ เสียทรัพย์ ผลเสียด้านการเรียน ผลเสียด้านสุขภาพ

⁷ กิตติมา สุรสนธิ. 2548. ความรู้ทางการสื่อสาร. บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสาร. หน้า 27 – 29. จามจุรีโปรดักท์.

จิราพร กณะกาศัย (2544) ได้วิจัยเรื่องการนำเสนอฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล พบว่าปัจจุบันสื่อได้พัฒนาการนำเสนอฟุตบอลต่างประเทศอย่างมีสีสันมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาที่มีส่วนเชื่อมโยงกับการพนันซึ่งพบมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ ส่วนโทรทัศน์มีอิทธิพลมากในการสร้างบรรยากาศการพนันจากการถ่ายทอดสด มีการแบ่งข้อมูลจากสื่อต่างๆ 3 ประเภท คือ 1 ข้อมูลที่นำไปเล่นพนันได้ทันที 2 ข้อมูลที่ต้องนำไปตีความก่อนเล่นพนัน 3 ข้อมูลที่ไม่สามารถเล่นพนันได้เลย โดยข้อมูลประเภทแรกได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ อัตราต่อรอง การทำนายผลการแข่งขัน และยังตั้งข้อสังเกตว่า สื่อกำลังทำหน้าที่ที่อาจเป็นอันตรายต่อสังคมอยู่

จูตินันท์ วัฒนสิน (2544) ได้วิจัยเรื่องคอลัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน และพฤติกรรมการพนันของผู้อ่าน จากการศึกษาพบว่าเพศของผู้อ่านมีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์ในการอ่านคอลัมน์ทายผลฟุตบอลในหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน การใช้ประโยชน์จากการอ่านคือนำข้อมูลไปพูดกับเพื่อน และข้อมูลในการตัดสินใจพนันฟุตบอล

จูติมาน มุทริกเวช (2541) ได้วิจัยเรื่องการศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น ผลการวิจัยพบว่ารายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือพรีเมียร์ลีกอังกฤษ รองลงมาคือ ฟุตบอลโลก และ กัลโชเซเรียอาตามลำดับ โดยจะเลือกชมเฉพาะนัดที่น่าสนใจ กลุ่มตัวอย่างติดตามชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศเพราะมีผู้เล่นหรือทีมที่ชอบชม กลุ่มตัวอย่างเล่นพนันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ รองลงมาคือ ฟุตบอลโลก และ กัลโชเซเรียอาตามลำดับ โดยเล่นพนันครั้งละ 500 บาท กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศข้อดี คือ ทำให้ทันเหตุการณ์ ข้อเสียคือเล่นการพนันวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้ ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมแรงงูใจ ทักษะคิดและการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศแตกต่างกัน

องอาจ ชัยเพชรโยธิน (2541) ได้วิจัยเรื่องการบังคับใช้กฎหมายการพนัน : ศึกษากรณีการพนันผลการแข่งขันฟุตบอล ผลการวิจัยพบว่าพัฒนาการทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้มีนักพนันจำนวนหนึ่ง เปิดโฮมเพจรับพนันผลการแข่งขันขึ้นในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งแพร่หลายไปทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน ทำให้เกิดช่องว่างในการบังคับใช้กฎหมายซึ่งปัญหาสำคัญเกิดจากตัวบทกฎหมายและองค์กรที่บังคับใช้กฎหมาย