



ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงความรับรู้ ความสนใจในข่าวสารทางการเมือง ตลอดจนสื่อ หรือตัวกระทำการที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้ใช้แรงงานด้วยเหตุนี้ การศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้เขียนจึงได้พยายามศึกษาทฤษฎีและแนวความคิดในการสื่อสาร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ตลอดจนเพื่อเปรียบเทียบผลงานการวิจัยที่ได้ออกมาแล้วจะช่วยสนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีดังกล่าว มากน้อยเพียงใด

ข่าวสาร

สตีเวน แชนฟี ได้ให้คำนิยามที่เฉพาะเจาะจงลงไปถึง "ข่าวสารการเมือง" โดยอาศัย แนวการวิเคราะห์ระบบของเดวิส อีสตัน ว่าเป็น "ความรู้ของสมาชิกในระบบการเมืองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ ในสภาวะของระบบในแง่ของการแบ่งสรรสิ่งที่มีคุณค่าในสังคม"¹ ซึ่งหมายถึง ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข้อเรียกร้องและการสนับสนุน ข้อคัดค้านใจที่ออกมาและเกี่ยวกับ กระบวนการเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลลัพธ์ออกมา

ในแง่ของการสื่อสาร ข่าวสารมีลักษณะเป็นสาร (message) อย่างหนึ่งที่ส่งมาตามสื่อต่าง ๆ ในรูปลักษณะของสัญลักษณ์หรือสัญญาณ (symbol or sign) ดังนั้น ข่าวสารจึงหมายถึง "เนื้อหา" ของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร² วิลเบอร์ ชรามม์ อธิบายว่าข่าวสาร หมายถึง เนื้อหาอะไรก็ได้ที่จะช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือจำนวนทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ³ ช่วยให้ผู้บุคคลสามารถสร้างภาพที่ชัดเจน ขยายภาพแวดล้อมที่เขาเกี่ยวข้องและช่วยกำหนดพฤติกรรมที่เขาควรจะทำในสถานการณ์นั้น ๆ

1 Steven Chaffee (ed.), Political Communication (Beverly Hills, California : Sage Publications, 1975), P.96.

2 Ibid., p. 8.

3 Wilbur Schramm and Donalds F. Roberts (eds.), The Process and Effects of Mass Communication (Urbana, Illinois : University of Illinois Press, 1971), P.13.

การที่บุคคลจะได้รับข่าวสาร หรือ ส่งข่าวสารไปยังผู้อื่นนั้นต้องเกี่ยวข้องกับ การสื่อสาร การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกนึกคิด ความเห็น และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน เอเวอ์เรทท์ โรเจอร์ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอด สารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยผ่านช่องทางซึ่งสามารถนำสารไปถึงผู้รับและยังเห็นว่า ประเด็นสำคัญ ของการสื่อสารอยู่ที่ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ถ้าคนเราไม่มีความสัมพันธ์กัน การสื่อสารย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ การสื่อสารเป็น "การแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคล... ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ ของมนุษย์" ชแรมม์เน้นด้วยว่า สิ่งสำคัญของการสื่อสารอยู่ที่การแลกเปลี่ยน "ข่าวสาร" ซึ่งมีความหมายกว้างขวาง ครอบคลุมตั้งแต่ข้อเท็จจริงไปถึงความคิดเห็นและสภาวะอารมณ์ของคน

การสื่อสาร

การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมของมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ที่อยู่ ร่วมกันจะพัฒนาวิธีการแบบแผนในการกระจายข้อมูลข่าวสาร มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ติดต่อกับคน อื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด ความเห็น และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ อธิบายความหมายของการสื่อสาร โดยแยกแยะให้เห็น องค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร โดยอยู่ในรูปของประโยคคำถามว่า "ใครบอกอะไร แก่ใคร โดยช่องทางไหน และมีผลอย่างไร"⁴ (Who Says What, in Which Channels, To Whom with What Effects?) ตามแนวความคิดนี้ การสื่อสารจะมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ แหล่งสาร (source หรือ who) สาร (message หรือ what) สื่อ (medium หรือ channel) ผู้รับสาร (receivers หรือ whom) และผลที่เกิดขึ้น (what effect)

4 Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society" in Bernard Berelson and Morris Janowitz (eds), Reader in Public Opinion and Communication (New York : Free Press, 1966), P.178 .

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ สามารถพิจารณาได้เสมือนระบบ ๗ หนึ่ง ดังนั้น ในฐานะที่เป็นระบบจึงประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร สาร ช่องทางสำหรับส่งสารหรือสื่อ และผู้รับสาร

1. แหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร (source) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือ ผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสาร สร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป

2. สาร (message) หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับ เป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (idea) หรือเรื่องราวใด ๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกริยาท่าทางก็ได้

ในการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของสาร จะพบว่ามีข้อพิจารณาที่เกี่ยวข้องอยู่สามประการ คือ รหัสหรือสัญลักษณ์ของสาร (message code หรือ symbol of signal) เนื้อหาของสาร (message content) และการกระทำข่าวสาร (message treatment) แต่ในความหมายทั่วไปที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารนั้นมักหมายถึง "เนื้อหาของสาร" มากกว่า เนื้อหาของสาร หมายถึงข้อความที่ผู้ส่งสารใช้เพื่อสื่อความหมายตามที่ต้องการ

3. ช่องทางสำหรับส่งสาร หรือ สื่อ (channel of medium) เป็นสิ่งที่จะนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษาเกี่ยวกับ "สื่อ" โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็นสองประเภท คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล อันทำให้เกิดลักษณะของการสื่อสารสองแบบ คือ การสื่อสารมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล

4. ผู้รับสาร (receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกันสามประการ คือ รับสาร ถอดรหัสจากสารเพื่อให้ได้ความหมายและโต้ตอบต่อความหมายบทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียว

นอกจากจะพิจารณาถึงการสื่อสารในแง่ของกระบวนการและองค์ประกอบแล้ว ลาสเวลล์ ยังได้พิจารณาในแง่ของบทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารอีกด้วย

ในการวิเคราะห์ของลาสเวลล์ ได้แยกหน้าที่ของการสื่อสารออกเป็นสามประเภท คือ⁵

1. หน้าที่ในการติดตามข่าวสาร และให้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมแก่ผู้รับสาร
2. หน้าที่ในการให้ความเห็นตอบโต้ต่อสิ่งที่เกิดขึ้น
3. หน้าที่ในการให้การศึกษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม

กล่าวอีกนัยหนึ่ง หน้าที่ทั้งสามที่ลาสเวลล์กล่าวถึง ก็คือ หน้าที่ด้านที่เป็นข่าวสารหน้าที่ด้านการให้ความเห็นหรือชักจูง และหน้าที่ด้านการศึกษา

1. หน้าที่ด้านที่เป็นข่าวสาร (Information Function) ได้แก่ การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือสิ่งแวดลอมทั่วไปให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ ลักษณะของสาร (message) ที่ส่งออกไปเป็นการบรรยายเหตุการณ์หรือ "ข้อเท็จจริง" (fact) แบบตรงไปตรงมาเพื่อให้ฝ่ายผู้รับสารสามารถรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถูกต้องตรงตามความเป็นจริง โดยหน้าที่แล้ว ผู้ส่งสารจะพยายามละเว้นการแทรกความเห็น หรือแปลความหมายลงไปในเรื่องข่าวสารนั้น

5 Lasswell, "The Structure and Function of Communication in a Society," P.181

สำหรับสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ หน้าที่ด้านข่าวสารได้แก่ การเสนอ "ข่าว" (news) ให้ประชาชนรับทราบ คำว่า "ข่าว" หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน ผู้ฟัง ข่าวเป็นวัตถุดิบสำคัญสำหรับสื่อมวลชนทุกประเภท ดังนั้น หน้าที่สำคัญเบื้องต้นของหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนทั่วไปจึงได้แก่ การเสนอข่าวสารนั่นเอง

หน้าที่การเสนอข่าวสารเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง จะสัมฤทธิ์ผลได้ต้องประกอบด้วย ขั้นตอนต่อไปนี้ คือ ข่าวสารนั้นต้องดึงดูดความสนใจ (attention) และเป็นที่ยอมรับ (acceptance) ของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังจะต้องง่ายแก่การแปลความหมาย (interpretation) และจดจำ (memory) เพื่อใช้อ้างอิงภายหลังด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเสนอข่าวสารให้ประชาชนรับทราบไม่ว่าทางสื่อมวลชน หรือสื่อประเภทอื่นมิใช่จะประสบผลง่ายดายตามที่คาดคิดทั่วไป เพียงลำพังตีพิมพ์ข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์เท่านั้นไม่ได้ประกันว่าประชาชนจะสามารถรับทราบข่าวสารที่ต้องการเสมอไปถ้าข่าวนั้นไม่เป็นที่สนใจ และยอมรับของผู้อ่าน การเสนอข่าวก็ไม่มีผลแต่ประการใด

2. หน้าที่ด้านการให้ความเห็นหรือการชักจูง (Opinion or Persuasion Function) ในทางตรงกันข้ามกับหน้าที่ด้านข่าวสารที่เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา หน้าที่ด้านการให้ความเห็นนั้นมุ่งให้คำอธิบายความหมาย หรือ เสนอความเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติ หรือพฤติกรรม การเสนอความเห็นนี้อาจเป็นไปในทำนองชักชวนให้ผู้รับสารคล้อยตาม หรือเป็นเพียงการเสนอแนะให้ผู้รับสารตัดสินใจเองก็ได้ เป้าหมายสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

สำหรับสื่อมวลชนนั้น หน้าที่ด้านการให้ความเห็นหรือการชักจูงจะปรากฏในรูปการเสนอ บทบรรณาธิการ บทความ สารคดี หรือบทวิจารณ์ต่าง ๆ มักมีคำกล่าวเสมอว่า สื่อมวลชนเป็นผู้นำทางความคิดเห็น หรือช่วยเร้าประชาชาติเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคม

กระบวนการชักจูงมีลักษณะคล้ายคลึงกับการเสนอข่าวสารที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ เริ่มจากการอธิบายข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้รับสารตระหนักหรือรับทราบถึงสภาวะสิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จากนั้นผู้รับสารจะพิจารณาทบทวนความต้องการ (needs) ตลอดจนความเชื่อและทัศนคติของตนเองว่าสอดคล้องกับเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างไร ในขณะที่เดียวกันก็จะหาวิธีสนองความต้องการ หรือพยายามปรับความเชื่อ ทัศนคติ หรือพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกัน เช่น การหาเสียงเลือกตั้ง นอกจากผู้สมัครรับเลือกตั้งจะพยายามอธิบายคุณสมบัติต่าง ๆ ของตัวเองและของพรรค เพื่อสร้างความสนใจและความต้องการของผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งแล้ว ในขณะเดียวกันจะต้องกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือและความต้องการใหม่ หรือไม่ก็เลิกความเชื่อถือเดิมแล้วหันมามีความต้องการอย่างใหม่ จากนั้นก็จะเสนอแนะว่าตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งเองจะสนองความต้องการนั้นได้อย่างไร

3. หน้าที่ด้านการให้สาระความรู้หรือการศึกษา (Instruction or Education Function) หน้าที่ด้านการให้สาระความรู้หรือการศึกษานี้คล้ายคลึงกันมากกับหน้าที่ด้านการให้ข่าวสารเพราะต่างก็มุ่งเสนอข้อเท็จจริง หรือสาระเรื่องราวที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับสารเพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน แต่มีข้อแตกต่างว่า หน้าที่ด้านการศึกษานี้เน้นการสร้างบรรยากาศหรือกิจกรรมการเรียนรู้ (learning activities) ให้เกิดกับผู้รับสาร มิใช่เพียงแต่เสนอรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา เช่น หน้าที่ด้านข่าวสารเท่านั้น

การสื่อสารมีผลโดยตรงต่อกระบวนการขั้นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลง และการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นั่นคือ การสื่อสารจะเป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ เพราะการสื่อสารมีอิทธิพลต่อความคิดของตน และมีผลต่อการกำหนดโลกทัศน์ของคน ในการวิเคราะห์ผลของการสื่อสาร มักแยกพิจารณาตามระดับหรือหน่วยของการวิเคราะห์ โดยอาจแยกเป็นระดับบุคคลกับระดับส่วนรวม

ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาคนั้น ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏออกมาในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของคนเกี่ยวกับประเด็นหัวข้อ หรือปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง ในระดับส่วนรวม ซึ่งถือว่าเป็นระดับมหภาค มีการวิจัยมุ่งเน้น "ผล" ของการสื่อสารกับปรากฏการณ์ทางสังคมอื่น ๆ เช่น ผลของการสื่อสารมวลชนกับสังคมมวลชน (mass

Society) และวัฒนธรรมมวลชน (mass culture) ปัญหาที่มีผู้ค้นคว้ามากโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา ก็คือ ผลของสื่อมวลชนกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม หรือการพัฒนา มีนักวิชาการที่มีชื่อเสียงหลายคนเสนอไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและหน้าที่ของสังคมและการพัฒนาประเทศนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากผลของการสื่อสาร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ การค้นคว้าเกี่ยวกับผลของการสื่อมวลชนกับระยะเวลาก่อน-หลังของการรับความคิด การรับเอาสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม (innovativeness) เป็นต้น

ในความคิดเห็นของลูเซียน พาย การสื่อสารเป็นโยงใยของสังคมมนุษย์ ถ้าสังคมเป็นร่างกายของคน การสื่อสารก็เหมือนโครงกระดูก⁶ สำหรับความคิดของคอสซ์ การสื่อสารก็เป็นเส้นใยประสาท ซึ่งสามารถเกี่ยวข้องกับทุกแง่มุมของชีวิตของบุคคลที่อยู่ในสังคม เพราะในสังคมจะมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญและการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของการติดต่อสัมพันธ์ของมนุษย์นั่นเอง

ดังนั้น กระบวนการทางการเมืองก็ย่อมมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการสื่อสารเช่นเดียวกับกระบวนการอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารจะมีบทบาทหน้าที่หลักในการถ่ายทอดความรู้และข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในระบบการเมือง การสื่อสารในลักษณะนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองนั่นเอง ซึ่งถ้าปราศจากการสื่อสารทางการเมืองแล้วก็จะไม่มีบุคคลเพียงไม่กี่คนที่เกี่ยวข้องโดยตรงเท่านั้นที่จะทราบถึงความเป็นไปในกระบวนการทางการเมือง ซึ่งความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระบบการเมืองนั้น จะช่วยให้ประชาชนสามารถตัดสินใจในประเด็นทางการเมืองต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและมีเหตุผล

6 Lucian W. Pye (ed), Communication and Political Development (Princeton, New Jersey : Princeton University Press, 1963), P.4.

ทิศทางของการสื่อสาร

ทิศทางของการสื่อสารประกอบด้วย การสื่อสารแบบทิศทางเดียว (one-way communication) และการสื่อสารแบบสองทิศทาง (two-way communication)

การสื่อสารแบบทิศทางเดียว เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ไต่ถามข้อสงสัย ทั้งไม่ได้เอาใจใส่ต่อการแสดงการย้อนกลับ (feedback) ของผู้รับสาร ส่วนการสื่อสารแบบสองทิศทางนั้น หมายถึง การสื่อสารที่ผู้รับสารสามารถไต่ถามข้อสงสัย และมีการย้อนกลับไปยังผู้ส่งสารได้

แนวความคิดดังกล่าวค่อนข้างเป็นที่ยอมรับ และมีผู้คิดเห็นที่คล้ายคลึงกัน เช่น เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา และคณะ กล่าวว่า "การติดต่อสื่อสารแบบทิศทางเดียวเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งข่าวสารส่งข่าวสารไปยังผู้รับ โดยไม่มีการป้อนผลกลับคืนมาให้ทราบหรือไม่เปิดโอกาสให้อีกฝ่ายหนึ่งทำการสื่อสารแลกเปลี่ยนกลับคืนมา รวมทั้งไม่สนใจต่อปฏิกิริยาที่จะกลับคืนมาปรับปรุงให้การติดต่อมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อใดก็ตามที่มีการติดต่อแล้วไม่มีการส่งข้อมูลกลับมาเราก็เรียกการติดต่อสื่อสารแบบนี้ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารแบบทิศทางเดียว ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบสองทิศทางนั้นจะมีการส่งผลย้อนกลับ (feedback) คืนมาทันทีระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร การส่งผลย้อนกลับนี้อาจทำได้หลายทาง เช่น ทางวาจา ข้อเขียน กริยาท่าทาง รูปร่าง ตัวเลข เป็นต้น และเนื่องจากการป้อนผลย้อนกลับทันที ทำให้กระบวนการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งทำให้ผลการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับข่าวสารดีขึ้น"

7 หลุยส์ จำปาเทศ, "การติดต่อสื่อสาร", ในกลุ่มสัมพันธ์ : ทฤษฎีและแนวปฏิบัติ เล่ม 1, ทิศนา ชนมณี บรรณาธิการ (กรุงเทพมหานคร : บุรพาศิลป์การพิมพ์, 2523) หน้า 81

8 เจริญศักดิ์ อึ้งเจริญวัฒนา สายนิล สมวารรถกุล และกัญญา วงษ์ศิริ หลักการประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523) หน้า 82, 83

ในการสื่อสาร การย้อนกลับของข่าวสารเป็นส่วนสำคัญต่อกระบวนการการสื่อสารเพราะ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า สารที่ผู้ส่งส่งไปนั้นถูกผู้รับสารตีความอย่างไร ตรงตามจุดมุ่งหมายของ ผู้ส่งสารตามต้องการหรือไม่ ดังนั้น การวิจัยปฏิกิริยาตอบสนองหรือการย้อนกลับนั้นเป็นสิ่งที่ จำเป็นมากสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะบุคคลบางกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่ากลุ่มอื่น บางกลุ่มก็มีการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง บุคคลเหล่านี้มีความต้องการข่าวสารและปัญหาแตกต่างกัน ในแต่ละช่วงเวลา เพราะฉะนั้น ข่าวสารและปัญหาจากผู้รับสารจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการ กำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมแก่ผู้รับสาร⁹

Harold J. Leavitt และ Ronald A.H. Mueller ได้ทำการทดลองดูความ แตกต่างระหว่างการให้ผู้รับสารมีการย้อนกลับของข่าวสารอย่างเสรี (free feedback) และ สถานการณ์ที่ผู้รับสารไม่มีการย้อนกลับ (no feedback) ผลปรากฏว่า

1. การย้อนกลับของข้อมูลทำให้วงจรของผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีความถูกต้องแม่นยำ มากยิ่งขึ้นในการถ่ายทอดข่าวสาร
2. การย้อนกลับของข้อมูลทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความมั่นใจในการสื่อสารมาก ยิ่งขึ้น
3. กระบวนการการย้อนกลับของข้อมูลอาจทำให้เสียเวลาบ้าง แต่ก็จะสูญเสียเวลาน้อยลงถ้าหากการสื่อสารมีความเข้าใจกันมากขึ้น
4. การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะได้รับการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

9 Wilbur Schramm, "How Communication Works," in Dimension of Communication, ed. Lee Richardson (Engwood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1969), P.18.

5. สถานการณ์ที่ไม่มีการย้อนกลับทำให้ผู้รับสารเกิดความไม่เป็นมิตรและไม่มั่นใจ หรือเกิดความไม่เชื่อมั่นเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังมีผลต่อความสัมพันธ์ของผู้ส่งสารกับผู้รับสารด้วย¹⁰

ผลจากการทดลองดังกล่าวพอสรุปได้ว่า การย้อนกลับโดยเสรีของการสื่อสารนั้นช่วยให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นด้วย

จึงเห็นได้ว่า การติดต่อสื่อสารแบบสองทิศทางซึ่งมีการย้อนกลับของผู้รับสารมีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารแบบทิศทางเดียว แต่เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีคุณลักษณะและขีดความสามารถที่ต่างกันไป ดังที่โรเจอร์ และสเวนนิ่ง (Rogers with Svening) ได้เปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของคุณลักษณะในการสื่อสารระหว่างการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า ทิศทางการไหลของข่าวสารจากการสื่อสารมวลชนจะเป็นแบบทิศทางเดียว และการป้อนกลับอยู่ในระดับต่ำ ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น การไหลของข่าวสารจะเป็นแบบสองทิศทาง และจะมีการย้อนกลับในระดับสูง¹¹

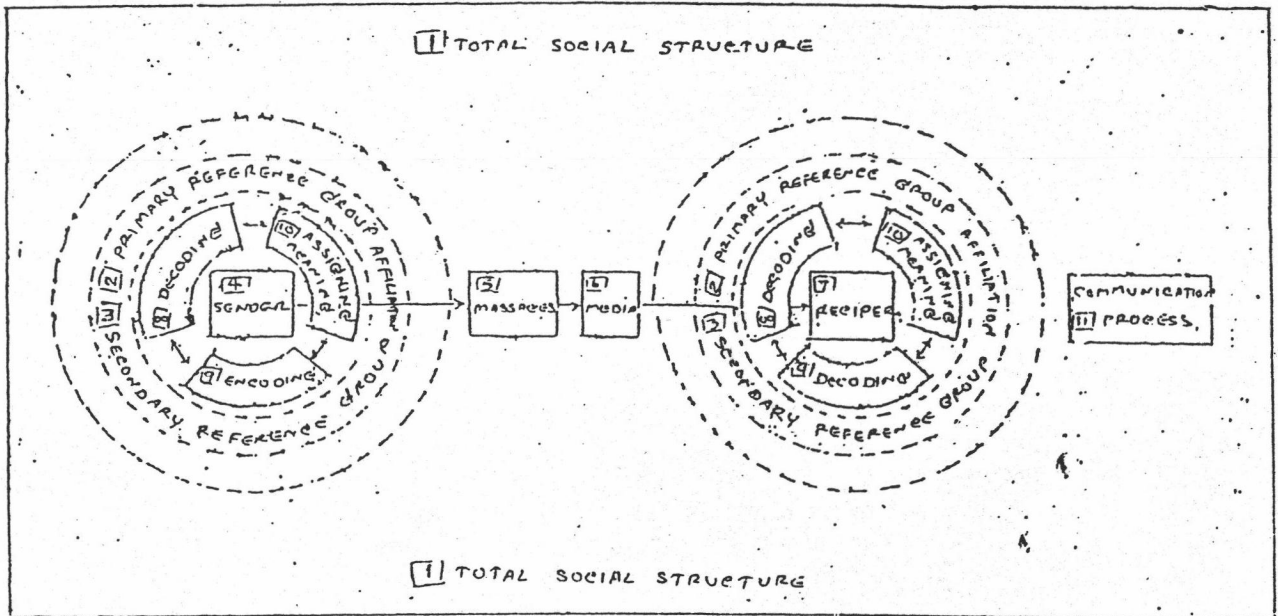
10 Harold J. Leavitt and Ronald A.H. Mueller, "Some Effects of Feedback on Communication," in Communication and Culture : Reading in the Code of Human Interaction, ed Alfred G. Smith (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1966), PP.352-353.

11 Everett M. Rogers with Lynne Svenning, Modernization among Peasants : The Impact of Communication (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1969) P.125.

ตามรูปแบบทฤษฎีการสื่อสาร (A Communication Theory Model) ของเอ็ดเวิร์ด เจ โรบินสัน (Edward J. Robinson) ดังแผนภูมิข้างล่างนี้

รูปแบบทฤษฎีการสื่อสาร

(A Communication Theory Model)



Source : Edward J. Robinson, Communication and Public Relations (Columbus, Charles E. Merrill Books, Inc., 1966), P. 122

12 ชลดา ปราชญานพร, "การวิจัยกับการสื่อสารในงานการประชาสัมพันธ์," อนสรณ์ 15 ปี นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ฤทธิศาสตร์ คอมพิวเตอร์กราฟิก, มปป)

1. โครงสร้างรวมของสังคม
2. อิทธิพลของกลุ่มบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว
3. อิทธิพลกลุ่มใกล้ชิดอันดับรอง เช่น เพื่อน ครู เจ้าหน้าที่ สมาคม สหภาพฯ
4. ผู้ส่งสาร
5. ข่าวสาร
6. สื่อ
7. ผู้รับสาร
8. ตีความ
9. ไร้อัฒิส
10. การใช้ความหมาย
11. กระบวนการสื่อสาร

จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญมี 4 องค์ประกอบคือ

1. ผู้ส่งสาร (Sender)
ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งรับผิดชอบต่อข่าวสารที่จะส่งออกไป
2. ข่าวสาร (Message)
ข่าวสาร หมายถึง สิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการที่จะส่งผ่านไปให้ผู้รับสาร อาจเป็นข้อความที่ประกอบขึ้นด้วยสิ่งใด ๆ ก็ได้ที่ผู้ส่งต้องการส่งให้ผู้รับ
3. สื่อ (นำสาร) (Media or Channel)
สื่อ (นำสาร) หมายถึง ตัวกลางทุกชนิดที่ใช้ส่งผ่านข่าวสาร ตัวกลางดังกล่าวหมายรวมถึงสื่อทุกชนิด เช่น สิ่งตีพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องบันทึกเสียง และอื่น ๆ ที่จะช่วยนำข่าวสารของผู้ส่งไปยังกลุ่มที่อาจจะเป็นผู้รับได้ ซึ่งการสื่อสารมีหลายประเภท เช่น การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intra-personal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Inter-personal Communication) การสื่อสารในองค์การ (Organization Communication) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม (Group Communication) การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นต้น ในการสื่อสารหลายประเภทนี้ Everett M. Rogers¹³ ได้แบ่งความสำคัญของการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน และเห็นว่าการสื่อสารทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่างกัน

13 Everett M. Rogers, Communication Strategies for Family Planning (New York : The Free Press, Macmillan Publishing Co., Inc. 1978), P.48 .

Rogers¹⁴ กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนมีความสำคัญในการให้ความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในการชักจูงให้สนใจและตัดสินใจยอมรับไปปฏิบัติ

4. ผู้รับสาร (Recipient)

ผู้รับสาร หมายถึง ผู้รับข่าวสารจากผู้ส่งสาร โดยทั่วไปมักได้แก่บุคคลคนเดียว เช่น ในการสื่อสารแบบพบหน้ากันโดยตรง (Face to Face) หรืออาจเป็นกลุ่มบุคคล เช่น ผู้ฟังวิทยุหรือคูโทรทัศน์

ช่องทางของการสื่อสารทางการเมือง

ในการศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงแบบแผนของการถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองของผู้ใช้แรงงานไทยว่า เป็นไปโดยผ่านช่องทางใด หรือสิ่งใด ดังนั้น ในส่วนนี้จะได้ให้ความสนใจกับการสื่อสารในแง่ของ "สื่อ" เป็นสำคัญ

การวิเคราะห์การสื่อสารในแง่ของช่องทางหรือสื่อนี้ อาจแยกประเภทการสื่อสารออกตามลำดับการวิเคราะห์เป็น การสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal) การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal) และการสื่อสารมวลชน (mass communication) ซึ่งในการศึกษานี้จะได้มุ่งพิจารณาถึงการสื่อสารสองประเภทหลัง ซึ่งมีอยู่ในสังคมของผู้ใช้แรงงานไทย

แตเน็ล เลิร์นเนอร์ ก็ได้แยกประเภทของการสื่อสารออกเป็นสองแบบคือ ระบบที่ใช้สื่อ (media system) และระบบการสื่อสารด้วยปากเปล่า (oral system) โดยชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างการสื่อสารทั้งสองระบบในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

14 Ibid., pp. 402-403.

การสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นแบบแผนการสื่อสารดั้งเดิมในสังคมมนุษย์ ก่อนหน้าที่จะมีระบบการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบการสื่อสารอย่างง่าย ๆ คือ การใช้ระบบการติดต่อสื่อสารด้วยปากเปล่า ในปัจจุบันแม้ว่าการสื่อสารมวลชนจะมีบทบาทมากขึ้นในการสื่อสาร แต่ก็ยังคงต้องยอมรับอยู่ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลยังมีความสำคัญ และมีบทบาทแฝงอยู่ในทุกสังคม ไม่ว่าจะเป็นสังคมสมัยใหม่หรือสังคมที่กำลังพัฒนา เพียงแต่จะมีอิทธิพลในระดับต่างกันไปตามนั้น

ความสนใจเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ เริ่มมาจากการศึกษาของ พลลาซาร์สเฟลด์ และคณะใน ค.ศ. 1940 พบว่า การตัดสินใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลส่วนบุคคล (personal influence) และการสื่อสารแบบตัวต่อตัวมากกว่าอิทธิพลจากสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังพบว่าประชาชนได้ใช้การพบปะพูดคุยเป็นการสื่อสารทางการเมืองมากกว่าการใช้การเปิดรับสื่อมวลชนถึงร้อยละ 10¹⁵ ลาซาร์สเฟลด์ ได้เสนอสมมติฐานว่าความคิดและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชนแทนที่จะเข้าถึงสาธารณชนทั่วไปโดยตรงจะลงไปถึงกลุ่มบุคคลที่สนใจหรือมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ โดยทางใดทางหนึ่งก่อน กลุ่มนี้จะเป็นผู้นำทางความคิดเห็นในสังคม (opinion leader) ข่าวสารจะส่งผ่านจากผู้นำทางความคิดเห็นเหล่านี้ไปยังคนอื่น ๆ ที่มีความสนใจน้อยกว่า สมมติฐานนี้ต่อมาเรียกว่าสมมติฐานการสื่อสารสองขั้นตอน (Hypothesis of two-step flow of communication) ซึ่งแนวความคิดที่สำคัญ คือ "ความคิดหรือข่าวสารใด ๆ มักจะผ่านจากวิทยุและหนังสือพิมพ์ไปยังผู้นำความคิดเห็น และจากผู้นำความคิดเห็นผ่านไปยังกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นน้อยกว่า"¹⁶

15 Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice : How the Voter Make up His Mind in a Presidential Campaign (New York : Columbia University Press, 1948) .

16 Ibid., p.151 .

แนวความคิดของนักวิชาการกลุ่มนี้เห็นว่า ประชาชนส่วนใหญ่จะได้รับอิทธิพลจากบุคคล ทั้งโดยตรงและโดยอ้อมมากกว่าที่จะได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนโดยตรง คาทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของบุคคลในการสื่อสารอย่างมาก "ก่อนที่จะทำความเข้าใจกับลักษณะการ เปิดรับและปฏิกิริยาต่อสื่อมวลชน จะต้องศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมด้านการติดต่อระหว่างบุคคลก่อน¹⁷ องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ ผู้นำทางความคิดเห็น สภาวะผู้นำทางความคิด เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มเล็ก ๆ เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน เท่านั้น หรือ บุคคลนั้นจะมีบทบาทในการเสนอความคิดเห็นของตนเองเกี่ยวกับข่าวสารนั้นด้วย ซึ่งเป็นการพยายาม โน้มน้าวความคิดเห็นของผู้รับสารให้คล้อยตามตนไปด้วย บุคคลในประเภทแรกนี้อาจเรียกว่า ผู้ส่ง ผ่านข่าวสาร (information transmitter) ส่วนในประเภทหลังจะเรียกว่า ผู้ส่งผ่านอิทธิพล ทางความคิดเห็น (influential) คาทซ์และลาซาร์สเฟลด์ เห็นว่า ผู้นำทางความคิดเห็นมีลักษณะ เป็นผู้ส่งผ่านอิทธิพลทางความคิดเห็นมากกว่าที่จะเป็นผู้ส่งผ่านข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียว

ประสิทธิภาพของสื่อระหว่างบุคคล

เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาสนองตอบ โดยปรกติเป็นการพูดที่ผู้พูดและผู้ฟังปรากฏตัวต่อหน้ากันเป็นการสื่อสาร แบบสองทาง จำนวนของผู้สนทนาติดต่อสื่อสารอาจจะมีจำนวน 2 หรือมากกว่านั้นหลักเกณฑ์ 3 ประการที่จะจัดการสื่อสารนั้นว่าเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลก็คือ

1. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะต้องอยู่ใกล้ชิดกัน
2. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร
3. สารที่สื่อกันนั้นประกอบด้วยวจนสารและอวจนสาร¹⁸

17 Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld, Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communications (Glencoe : Free Press, 1955), P.33.

18 ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ การสื่อสารระหว่างบุคคล (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526) หน้า 16.

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะให้ความสำคัญต่อผู้ส่งสารกับผู้รับสารมากกว่าอาศัยสิ่งอื่น

สื่อระหว่างบุคคลเหมาะสำหรับที่จะนำมาใช้ในการจูงใจและการตัดสินใจตามขั้นตอนแห่งการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้น เนื่องจาก สื่อระหว่างบุคคลทำหน้าที่ได้ดี สามารถชักจูงความคิดของกลุ่มเป้าหมายให้คล้อยตามความต้องการของนักส่งเสริมหรือนักพัฒนาได้¹⁹

Lazarsfeld และ Menzel ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อระหว่างบุคคลว่า

ก. การพูดคุยแบบเป็นกันเองและส่วนตัว ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง ผู้ฟังยอมรับฟังความคิดของผู้พูดง่ายขึ้น

ข. การสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face Communication) ทำให้ผู้พูดสามารถตัดแปลงเรื่องราวต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้

ค. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัลที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้²⁰

การสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์อีกลักษณะหนึ่งคือ ความสัมฤทธิ์ผลจากการสื่อสารไม่ใช่เกิดจากคุณลักษณะของผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว แต่แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายจะได้รับอิทธิพลจากการได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มและ

19 อติศักดิ์ ศรีสรณกิจ "การเผยแพร่วิทยการในการพัฒนาประชาชน" ในวารสารเกษตรศาสตร์ 25 (กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2523) : 42

20 Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel "Mass Media and Personal Influence" The Science of Human Communication ed. Wilbur Schramm. (New York : Basic Books, 1963), p.97.

จากการพบปะสังสรรค์ด้วยกัน ดังนั้น อิทธิพลจากการรวมกลุ่มของสมาชิกจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมขึ้น²¹

การสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชนเป็นพัฒนาการของการสื่อสาร เมื่อสังคมมีการขยายตัวมากขึ้น และมีความก้าวหน้าทางวิทยาการก็จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์สื่อสารที่สามารถส่งสารไปถึงมวลชนที่อยู่กระจัดกระจายทั่วไปได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

ระบบการสื่อสารมวลชน หมายถึง แบบแผนของการเชื่อมโยงต่อกัน (linkage pattern) จากผู้ส่งสารจำนวนน้อยไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก²² และในสังคมปัจจุบัน มนุษย์ในสังคมทุกคนก็ตกอยู่ใต้การแพร่กระจายของสื่อมวลชนเหล่านี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การสื่อสารมวลชนจะแตกต่างจากการสื่อสารระหว่างบุคคลในแง่ที่ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารจากแหล่งหนึ่งไปยังกลุ่มผู้รับสารจำนวนไม่มาก มีลักษณะเป็นการส่งผ่านแบบตัวต่อตัว และเป็นการส่วนตัว ส่วนการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารจากแหล่งเดียวไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่อยู่กระจัดกระจาย การส่งผ่านข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วกว่า แหล่งสารมีลักษณะเป็นองค์การและเป็นวิชาชีพ

21 Everett M. Roger with F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations : A Cross-Cultural Approach (New York : The Free Press, 1971, PP.210-212.

22 Ithiel De Sola Pool, "Communication System" in Ithiel De Sola Pool and Wilbur Schramm (eds), Handbook of Communication (Chicago : Rand McNally, 1973), P.5.

สื่อมวลชนสามารถมีบทบาทต่าง ๆ ต่อสังคมได้หลายด้าน ดังต่อไปนี้

1. บทบาทในการเสนอและถ่ายทอดข่าวสาร ลาสเวลล์ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารประการหนึ่ง คือ การสอดส่องและรายงานความเคลื่อนไหวและสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (surveillance)²³ สื่อมวลชนสามารถเสนอข่าวสารเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเพื่อให้ประชาชนได้นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์จะต้องเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในแต่ละสังคม

บุญเลิศ ศุกคิลิก เสนอว่า ในการพัฒนาระบบการเมือง สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับบทบาทในการชักจูงความคิดเห็นแต่เพียงอย่างเดียว ควรมุ่งเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและพัฒนาความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาทางการเมือง แทนที่จะมุ่งผลในระยะสั้นในการโน้มน้าวความคิดเห็นแต่เพียงอย่างเดียว

ในด้านการสื่อสารทางการเมืองก็อาจปรับใช้ความหมายของการกำหนดวาระได้ โดยถือว่าสื่อมวลชนทั้งหลายเป็นผู้กำหนดวาระเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหัวข้อทางการเมืองเอาไว้ ประชาชนผู้รับข่าวสารเปรียบเสมือนผู้เข้าร่วมการประชุมจึงย่อมจะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ตามวาระนั้น

ดังนั้น ระดับความรู้และความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ จะมีความสัมพันธ์กับการเลือกเสนอข่าวสารหัวข้อต่าง ๆ ในสื่อมวลชน ยิ่งสื่อมวลชนเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาใดมากเท่าใด ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นไปด้วย ถ้าพิจารณาในแง่ของการพัฒนาระบบประชาธิปไตย หากสื่อมวลชนเลือกเสนอประเด็นหรือปัญหาทางด้านการปกครองระบบประชาธิปไตยมากเท่าใด โอกาสที่ประชาชนจะรับทราบถึงเนื้อหาสาระของการปกครองในระบบนี้ก็จะมากยิ่งขึ้น ระดับความรู้และความเข้าใจต่อระบบประชาธิปไตยก็จะเพิ่มพูนขึ้นในระบบความคิดของประชาชน

23 Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," P.181.

2. บทบาทในการให้ความเห็นและชักจูง (persuasion) สื่อมวลชนนอกจากจะสามารถเสนอและถ่ายทอดข่าวสารและสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้รับสารได้ทราบว่า ในการถ่ายทอดข่าวสารนั้น สื่อมวลชนยังสามารถเสนอความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ ให้ผู้รับสารได้รับทราบไปด้วย

ตามแนวความคิดของนักวิชาการบางกลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อมวลชนและการพัฒนา ซึ่งถือว่าประชาชนในสังคมที่กำลังพัฒนานั้นมีความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมที่ล้าสมัย เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม จึงจำเป็นต้องทำให้ประชาชนเปลี่ยนมารับเอาความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมใหม่ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมวลชนเห็นว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่มีอำนาจการชักจูงโน้มน้าวใจ (persuasive power) อย่างมาก²⁴ หน้าที่สำคัญของสื่อมวลชนในการพัฒนาจึงอยู่ที่การชักจูงให้ประชาชนละทิ้งความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมแบบเก่า แล้วหันมารับเอาความเชื่อใหม่

3. บทบาทในการให้การเรียนรู้ทางการเมือง

ในการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการเมืองและการเรียนรู้ทางการเมือง สื่อมวลชนก็มีบทบาทในการเป็นตัวการ (agent) ของการเรียนรู้ทางการเมืองเช่นเดียวกับครอบครัว สถาบันการศึกษา กลุ่มเพื่อน ศาสนา ฯลฯ แต่มักจะจัดอยู่ในประเภทตัวการทุติยภูมิ คือ มีอิทธิพลในทางอ้อม และเป็นตัวการที่จะคอยช่วยเหลือการเรียนรู้ที่เริ่มมาจากในระดับครอบครัว และโรงเรียน

โจเซฟ แคลปเปอร์ เห็นว่าสื่อมวลชนมีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคมไม่มากนัก มักจะมีบทบาทเป็นการเสริมอิच्छาสัย (predisposition) และทัศนคติที่มีอยู่แล้ว อิทธิพลจากสื่อมวลชนโดยตรงนั้นมักถูกลบเลือนโดยอิทธิพลจากความสัมพันธ์ส่วนบุคคล (interpersonal influence)²⁵ นอกจากนี้ แคลปเปอร์เห็นว่าสื่อมวลชนน่าจะมีอิทธิพลต่อ

24 Ibid., P.43.

25 Joseph T. Klapper, The Effect of Mass Communication (New York : Free Press, 1960), P.195.

การเรียนรู้ทางการเมืองในแง่ของการให้ความรู้ทางการเมือง สร้างให้เกิดความสนใจต่อปัญหา สาธารณะมากกว่าที่มีผลต่อทัศนคติอย่างเฉพาะเจาะจงต่อปัญหาการเมืองที่ยังยากซับซ้อน

การเลือกใช้สื่อ (Selection and Use of Channel) เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดก็มีข้อจำกัดอยู่ในตัว ซึ่งมีความแตกต่างกัน จะต้องคำนึงถึงประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร หากเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการที่วางไว้ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาจเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก²⁶ ในการที่จะเลือกใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการ นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยจะต้องเข้าใจถึงสื่อต่าง ๆ ให้ดีเสียก่อน และจำเป็นต้องเรียนรู้ธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดเพื่อวางแผนในการใช้สื่อให้เหมาะสมที่สุด

จะสังเกตได้ว่า สื่อแต่ละชนิดไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อระหว่างบุคคล ต่างก็มีอิทธิพล ต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารมากน้อยแตกต่างกันออกไป Schramm เน้นว่า ถึงแม้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลมาก แต่สื่อมวลชนอย่างเดี่ยวไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ ดังนั้น การใช้สื่อหลาย ๆ ชนิดร่วมกันจะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้มากขึ้นในที่สุด

อิทธิพลและความน่าเชื่อถือของสื่อ

ในการเสนอข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ความน่าเชื่อถือของผู้รับสารในสายตาของผู้รับสาร เป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การสื่อสารได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ออพเพนไฮเมอร์ และ ปราฟดา (Oppenheimer and Pravda) กล่าวว่า บุคคลยิ่งน่าเชื่อถือมากเท่าใด การจูงใจยิ่งมีประสิทธิภาพ

26 Wilbur Schramm, "Channels and Audience" in Handbook of Communication, eds, Ithiel de Sola Pool, et al, (Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973), P.125.

มากขึ้นเท่านั้น²⁷ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือการที่ผู้รับสารเห็นว่าผู้ทำการติดต่อสื่อสารหรือแหล่งสารมีความน่าไว้วางใจ (Trustworthy) ความสามารถ (Competence) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หรือระดับความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการเผยแพร่ นั่นคือ ความน่าไว้วางใจซึ่งผู้ทำการสื่อสารได้รับจากผู้รับสาร

ฮอฟแลนด์ และ เคลลี (Hovland and Kelley) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคล และสรุปว่าความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

1. ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญ (Competence or Expertness) ซึ่งผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ความรอบรู้ในเรื่องเกี่ยวกับงานของตนเอง

2. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ ความจริงใจ และความซื่อสัตย์²⁸

คุณลักษณะที่ต่างกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจก่อให้เกิดทัศนคติในด้านความเชี่ยวชาญได้ เช่น อายุของผู้ส่งสารอาจเป็นตัวชี้ในด้านประสบการณ์ ตำแหน่งผู้นำกลุ่มอาจเป็นตัวชี้ในความสามารถของการดำเนินกิจกรรมทางสังคม และผู้ส่งสารที่มีคุณลักษณะคล้ายผู้รับสารอาจถูกมองว่ามีความสามารถความเชี่ยวชาญมากกว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะต่างไปจากผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะคนเรามักรู้สึกว่าคุณที่มีสถานภาพ คุณค่า ความสนใจ ความต้องการคล้ายคลึงกับตนจะมองทุก ๆ

27 Oppenheimer and Pravda, Quoted in Erwin P. Bettinghams, Persuasive Communication. (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1968) P.103 .

28 C.I. Hovland, I.L. Janis and H.H. Kelly, Communication and Persuasion (New Heaven, Connecticut : Yale University Press, 1953), PP. 19-53 .

อย่างและตัดสินใจทุกอย่างเป็นคล้ายคลึงกับตนด้วย²⁹ ซึ่งโรเจอร์ ก็มีความคิดคล้ายคลึงกันที่ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือการทำที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีคุณลักษณะที่เหมือนกัน (Homophily) ซึ่งจะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือที่สูงกว่า (ความน่าเชื่อถือหมายถึงขีดขั้นของผู้ส่งสารที่ได้รับการไว้วางใจและมีความรู้ความเชี่ยวชาญจากผู้รับสาร³⁰)

ดังนั้น การสื่อสารจะเป็นไปได้ต้องมีประสิทธิภาพถูกต้องตามจุดมุ่งหมายนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารน่าจะมีพื้นฐานความรู้ ความคิด ประสบการณ์ และทัศนคติจากสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน ผู้วิจัยคาดว่าสื่อระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแรงงานน่าจะมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดในการถ่ายทอดความรู้

โดยสรุปแล้ว แนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์สื่อทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของผู้ใช้แรงงานไทยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแนวความคิดที่สำคัญคือ แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งได้มีการจัดแบ่งสื่อไว้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ สื่อระหว่างบุคคลและสื่อสารมวลชน จะเห็นได้ว่า สื่อทั้ง 2 ประเภทนี้มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการส่งผ่านข่าวสาร ลักษณะข่าวสาร จำนวนผู้รับข่าวสาร รวมไปถึงความเชื่อถือของผู้รับสาร รวมทั้งแนวความคิดที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านประสบการณ์ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ของแต่ละบุคคลด้วย

29 Ibid, PP.21-22.

30 E.M. Rogers, Communication Strategies for Family Planning, (New York : The Free Press, 1973) P.59.