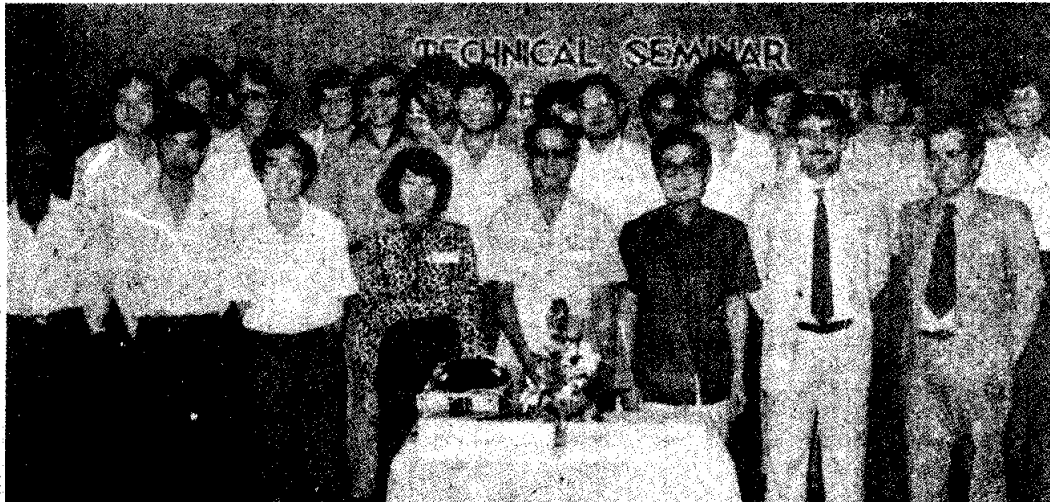


บทที่ ๓

การสื่อสาร และการสื่อสารมวลชน

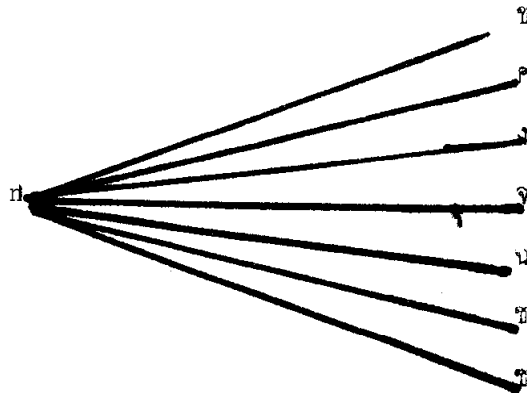


การสื่อความหมายและทฤษฎีสื่อความหมาย

การสื่อความหมาย หมายถึงการถ่ายทอดความรู้ซึ่งนึกคิด อารมณ์ ท่าทาง ตลอดจนข่าวสาร และสัญลักษณ์จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่งไปอีกหลายคน หรือจากบุคคลหลายคนไปยังบุคคลหลาย ๆ คน ดังตัวอย่างเช่น

1. จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ได้แก่การติดต่อโดยการพูดคุยกัน การโทรศัพท์ถึงกัน ตลอดจนการส่งจดหมายถึงกัน อาจแสดงด้วยรูปได้ดังนี้

2. จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหลายคน ได้แก่การบรรยายหน้าชั้นโดยครูคนเดียวและมีนักเรียนเป็นผู้ฟังหลายคน การบรรยายโดยวิทยากรในห้องประชุม และการออกรายการโดยวิทยากรคนเดียวทางวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งจะมีผู้รับรายการอยู่ทางบ้านหลายคน



3. จากบุคคลหลายคนไปยังบุคคลหลายคน ได้แก่การเล่นฟุตบอล การแสดงดนตรี ซึ่งประกอบด้วยคณะบุคคลทำงานหรือสื่อความหมายสอดคล้องกัน มีลักษณะเป็นทีมงาน การจัดรายการหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์ ก็มีลักษณะดังกล่าวนี้จะต้องทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการประสานงานซึ่งกันและกัน

โดยจะขาดบุคคลหนึ่งบุคคลใดไม่ได้ เพราะงานจะไม่สมบูรณ์อาจแสดงด้วยรูปได้ดังนี้

หลายคน _____ หลายคน _____

รูปแบบของทฤษฎีการสื่อความหมาย

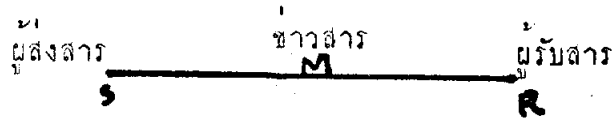
ในการสื่อความหมายนั้นนอกจากจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 สิ่ง คือ ผู้ส่งสาร เนื้อข่าวสาร และผู้รับสารแล้ว ยังมีรายละเอียดอื่น ๆ ที่พอสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นแหล่งข่าวสาร (Source) หมายถึง ผู้ที่มีข่าวสาร ข้อมูล หรือสัญญาณที่จะทำการส่งอยู่พร้อมแล้ว เช่น ครูที่จะสอนนักเรียน ผู้จัดการรายการโทรทัศน์ ผู้ที่จะพูดโทรทัศน์ พนักงานเคาะสัญญาณโทรเลข

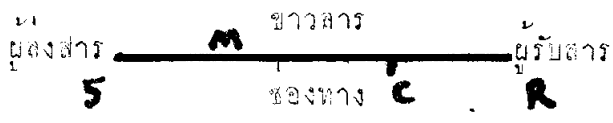
2. ผู้รับข่าวสาร (Receiver) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าจุดหมายปลายทาง (Destination) เป็นผู้ที่มีรับฟังข่าวสาร หรือรับข้อมูล หรือรับสัญญาณที่อีกฝ่ายหนึ่งส่งมา ตัวอย่างเช่น นักเรียนที่กำลังฟังคำบรรยายของครูในชั้นเรียน ผู้ดูโทรทัศน์ที่อยู่ที่บ้าน ผู้รับโทรทัศน์เพื่อรับทราบเนื้อข่าวที่อีกฝ่ายหนึ่งพูดแจ้งมา เป็นต้น

ผู้ส่งสาร _____ ผู้รับสาร

3. เมื่อมีการสื่อความหมายระหว่างกันก็จำเป็นจะต้องมีข่าวสาร (Message) หรือ (Information) ซึ่งอาจอยู่ในรูปของความรู้ของครูผู้สอนที่กำลังจะนำไปถ่ายทอดให้กับผู้เรียน เนื้อหาในรายการที่ตั้งไปทางโทรทัศน์ในรูปของคำพูด กิริยาท่าทาง การแสดงสีหน้า อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดที่จะถูกส่งไปให้ผู้ดูโทรทัศน์ที่บ้าน เนื้อข่าวที่ผู้พูดโทรทัศน์แจ้งให้ผู้รับฟังอีกฝ่ายหนึ่งได้รับทราบ



4. เมื่อเราจะส่งข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ส่งไปยังผู้รับนั้น ในการส่งเราสามารถเลือกเครื่องมือที่จะใช้ในการส่งอย่างเหมาะสมเพื่อให้ผู้รับทราบข่าวสาร หรือข้อมูลได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพมากที่สุด หากเป็นการติดต่อระหว่างบุคคลหนึ่งถึงอีกบุคคลหนึ่ง วิธีการที่ใช้นี้เราเรียกว่าช่องทาง (Channel) ซึ่งได้แก่ การส่งจดหมาย การโทรศัพท์ การไปพบปะด้วยตนเอง การปากข่าวเพื่อนไปบอก ฯลฯ เป็นต้น ดังแสดงความรู้รูปใต้ดังนี้



5. หากเป็นการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) อันหมายถึงการส่งข่าวสารไปสู่บุคคลจำนวนมาก ตัวช่องทางก็จะเปลี่ยนไป เครื่องมือเครื่องใช้ที่เหมาะสมสำหรับสหภาพเราเรียกว่า สื่อมวลชน (Mass Media) อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ใบปลิว สไลด์ และฟิล์มสตริป ภาพยนตร์ ฯลฯ เป็นต้น

6. เมื่อข่าวสารหรือข้อความที่ออกจากระทึงการถ่ายทอดอารมณ์ไปยังผู้รับสาร เป็นสิ่งที่คุณรับสารจะย่อมมีปฏิริยาสนองตอบส่งกลับมายังผู้ส่งสาร เราเรียกว่า ปฏิริยาโต้ตอบ (Feed back) หรือการแะรงโต้พราม (Interaction) ว่าผู้รับข่าวสารมีความรู้สึกอย่างไร เข้าใจหรือไม่ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ให้ความร่วมมือหรือไม่ โดยรูปแแล้วปฏิริยาโต้ตอบจะออกมาใน 3 ลักษณะคือ เห็นด้วย (Positive) ไม่เห็นด้วย (Negative) และวางตัวเป็นกลาง (Neutral)

7. ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้ส่งสารได้รับปฏิริยาโต้ตอบจากผู้รับสาร ตนก็จะ มีปฏิริยาโต้ตอบกลับไปด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งก็จะอยู่ในรูปเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และวางตัวเป็นกลาง

8. ในกรณีที่การติดต่อสื่อสารกำลังดำเนินไปเป็นอย่างดี เช่นครูกำลังสอนหนังสือให้นักเรียน ได้มีเสียงมอเตอร์ไซค์แล่นผ่านเสียงดังกลบเสียงครูที่กำลังสอน และดึงความสนใจของนักเรียนให้ออกไปจากเรื่องที่กำลังสอน สิ่งนี้เราเรียกว่าอุปสรรค (Barrier) หรือเสียงรบกวน (Noise) ทำให้การติดต่อสื่อสารล้มเหลว (Communication break down) อุปสรรคต่าง ๆ อาจแบ่งออกเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. อารมณ์ (Emotion) หากทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ในอารมณ์ปกติแจ่มใส การติดต่อสื่อสารก็จะเป็นไปอย่างดี หากทั้งคู่เกิดอารมณ์ขุ่นมัวซึ่งกันและกัน การติดต่อสื่อสารก็จะเปลี่ยนไป สมองของทั้งคู่ก็จะไม่รับเรื่องที่กำลังสื่อสารหรือรับน้อยลง

2. สภาพร่างกาย (Body structure) ผู้ที่มีสภาพร่างกายไม่ปกติ เช่น หูตึง หรือหูหนวก ตาสั้นหรือตาบอด สิ่งเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคทำให้การติดต่อสื่อสารไม่เป็นไปตามปกติเหมือนคนธรรมดาโดยทั่วไป

3. ภาษา (Language) เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยในการสื่อความหมาย การสื่อความหมายจะเป็นไปอย่างปกติก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารใช้ภาษาเดียวกัน ด้วยเหตุนี้การใช้อาจารย์คนไทยสอนวิชาการต่าง ๆ เป็นภาษาไทย ความเข้าใจของผู้เรียนจึงจะสมบูรณ์กว่าการใช้อาจารย์ต่างชาติ เพราะจะมีปัญหาในเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อความหมาย

4. พื้นความรู้ (Back ground) พื้นความรู้ของผู้รับสารมีผลต่อการสื่อความหมายเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ผู้ที่จะฟังคำบรรยายเกี่ยวกับวิชาในสาขาวิศวกรรมโยธา ก็ควรมีความรู้เกี่ยวกับการเขียนแบบ ลักษณะทางโครงสร้างขั้นพื้นฐาน และวิชาฟิสิกส์มาเป็นอย่างดี ถ้าหากผู้ที่มีความรู้ระดับ ม.ศ. 5 เข้าไปฟังคำบรรยายก็ไม่สามารถจะเข้าใจได้

5. สติปัญญา (Intelligence) ในผู้เรียนแต่ละคนจะมีระดับสติปัญญาแตกต่างกัน สติปัญญานี้จะมีผลต่อการแก้ปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนการเรียนรู้อันใด คนที่มีสติปัญญาดีกว่า เรียนรู้หรือการสื่อความหมายย่อมจะดีกว่าและรวดเร็วกว่าคนที่สติปัญญาไม่ดี

6. ความสนใจ (Interest) คนแต่ละคนจะมีความสนใจในเรื่องที่แตกต่างกัน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเรียน บางคนก็มีความสนใจในวิชาวิทยาศาสตร์ เพราะมีการทดลองมีการพิสูจน์ให้เห็นจริง ไม่ต้องท่องจำมากนัก เขาก็จะสามารถเรียนวิชาฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา ตลอดจนหมวดคณิตศาสตร์ได้ก็ แต่บางคนก็มีความสนใจในเรื่องโคลงกลอน การขีดเขียน และความเป็นไปเกี่ยวกับบ้านเมือง เขาก็จะถนัดที่จะเรียนวิชาในหมวดภาษาไทยและสังคมศึกษาได้ก็ ดังนั้นความสนใจจึงมีผลต่อการเรียนหรือการสื่อความหมายเป็นอย่างมาก

7. แนวความคิด (Idea) แนวความคิดก็มีผลต่อการสื่อความหมายเป็นอย่างมาก มีคำกล่าวว่าการพูดเรื่องใด ๆ ก็ตามหากท่านสามารถทำให้ผู้ฟังมีความคิดเห็นคล้อยตามท่านได้แต่แรกแล้ว โอกาสที่ผู้ฟังจะมีความคิดเห็นคล้อยตามในเรื่องที่ท่านพูดก็จะมีมาก โดยทั่วไปแล้วผู้ฟังโดยทั่วไปเมื่อฟังแล้วจะมีแนวความคิดเป็น 3 ลักษณะคือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และยังคงตัดสินใจหรืออยู่ตรงกลาง พวกไม่เห็นด้วยนั้นแก้ไขค่อนข้างยาก แต่พวกที่กำลังตัดสินใจนี้เรามีโอกาสให้มีความเห็นคล้อยตามได้ ซึ่งจะช่วยให้บรรยากาศในการพูดเป็นไปอย่างดี ฉะนั้นแนวความคิดของผู้ฟังจึงเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารควรจะต้องรับรู้ไว้ เพื่อที่จะเลือกประเด็นที่จะส่งเนื้อสารได้ถูกต้อง

สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการสื่อความหมาย

สิ่งที่จะมีผลต่อการสื่อความหมายให้ประสบผลสำเร็จหรือเป็นอุปสรรคนั้น อาจสรุปเป็นข้อ ๆ ได้ 5 ประการคือ

1. ในการสื่อความหมายจะต้องมีเนื้อหาที่แน่นอน และพยายามที่จะให้ผู้รับสารได้รับเนื้อหาหรือข่าวสารนั้น ๆ ได้ทราบอย่างชัดเจนว่าเนื้อหานั้นคืออะไร
2. พยายามคำนึงถึงอุปสรรคต่าง ๆ และหาวิธีที่จะขจัดอุปสรรคนั้น ๆ ออกไป เพื่อให้การสื่อความหมายนั้นดำเนินไปอย่างราบรื่น

3. คำนึงถึงว่าใครเป็นผู้รับวาร เพราะลักษณะของเนื้อหาหรือข่าวสาร ตลอดจนวิธีการถ่ายทอดจะต้องเหมาะสมกับลักษณะของผู้รับวารนั้น

4. คำนึงถึงเป้าหมายในการส่งข่าวสารหรือเนื้อหา ว่าเรามีความประสงค์ให้ผู้รับข่าวสารทำอะไรให้เรา ได้รับทราบความต้องการของเราเพียงอย่งเดียวหรือ ต้องการความร่วมมือในเรื่องนั้น ๆ ด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่จะต้องติดตามต่อไปว่าสามารถบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้หรือไม่

5. คำนึงถึงความสนใจของผู้รับด้วย เพราะการส่งสารหรือการพูดคุยในเรื่องที่ผู้รับพึงสนใจแล้ว การพูดคุยนั้นก็จะเป็นไปอย่างสนุกสนานและเป็นกันเอง

การสื่อความหมายในวิชาโสตทัศนศึกษา

ในการถ่ายทอดวิชาความรู้ให้กับนักเรียนนั้นเป็นการสื่อความหมายอย่างหนึ่ง โดยมีครูเป็นผู้ส่งสาร วิชาความรู้ที่จะถ่ายทอดเป็นเนื้อหาหรือข่าวสาร นักเรียนเป็นผู้รับสารมีวิธีสอนและโสตทัศนวัสดุอุปกรณ์เป็นสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดเป้าหมายสำคัญของการถ่ายทอดวิชา ความรู้คือเพื่อให้นักเรียนได้มีความเข้าใจในเนื้อหาวิชาให้มากที่สุด โดยสามารถจดจำเนื้อหาที่สอนได้สามารถนำไปใช้หรือไปประยุกต์ใช้ในเรื่องอื่น ๆ ที่ต้องการได้

วิชาโสตทัศนศึกษาเข้ามาเกี่ยวข้องกับ การสื่อความหมายก็ตรงที่ เป็นวิชาที่มุ่งที่จะศึกษาถึงวิธีการในการใช้โสตทัศนวัสดุเข้ามาประกอบการสอน โดยจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีในการสื่อความหมาย ด้รู้ว่าคนเราส่วนใหญ่แล้วการเรียนรู้ได้จากการมองเห็นและการได้ยิน หน้าที่ของครูก็จะต้องนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เข้ามาช่วยในการเรียน เช่น การนำประสบการณ์ภายนอกห้องเรียนเข้ามาสู่ห้องเรียน โดยการนำภาพยนตร์ สไลด์หรือฟิล์มสตริป เข้ามาฉายประกอบการสอนนำเอาเทปบันทึกเสียงเจ้าของภาษาจริง ๆ มาใช้ในการสอนภาษาต่างประเทศ มีการทำเป็นของจำลองย่อส่วนจากของจริง เพื่อให้ผู้เรียนได้มีประสบการณ์ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งการใช้โสตทัศนวัสดุอุปกรณ์จะเกิดผลดีได้นั้นผู้ใช้ควรจะต้องเข้าใจถึงทฤษฎีในการสื่อความหมายเป็นอย่างดีด้วย

การสื่อสารและการสื่อสารมวลชน

การสื่อสาร (COMMUNICATION) เป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในระดั้มต่างๆ ในสังคม นับตั้งแต่บุคคล ๒ คนขึ้นไป จนถึงการศึกษาสื่อสารภายในครอบครัว ชุมชน องค์กร สถาบัน ประเทศ และระหว่างประเทศ กระบวนการสื่อสารนี้มีลักษณะซับซ้อนและเกี่ยวโยงไปถึงกิจกรรมทุกประเภทภายในสังคม

การสื่อสารมีลักษณะเป็น "ศาสตร์" (SCIENCE) ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างและหน้าที่ของกิจการต่างๆ ในสังคมได้เป็นอย่างดี นักวิชาการและวิชาชีพทางด้านการศึกษาสื่อสารมวลชนนี้ควรจะได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างและกระบวนการของการสื่อสารในสังคมที่ตนอาศัยอยู่ให้ถ่องแท้ แต่อย่างไรก็ตามการสื่อสารก็สามารถมองได้จากหลายแง่มุมแล้วแต่วัตถุประสงค์และความสนใจของผู้ที่ศึกษา ได้มีผู้ที่พยายามอธิบายความหมายและปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารไว้มากมาย ทั้งในรูปขององค์ประกอบ โครงสร้าง และกระบวนการสื่อสาร ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดต่อไป

รากศัพท์ของคำว่า "การสื่อสาร"

การสื่อสารตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "COMMUNICATION" หรือการติดต่อมาจากคำในภาษาลาตินว่า "COMMUNIS" ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "COMMON" หมายถึงการร่วมกันหรือคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้หากแปลตามรากศัพท์แล้ว "COMMUNICATION" ก็มีความหมายถึง "กิจกรรมที่มุ่งสร้างความร่วมกันกัน หรือ ความคล้ายคลึงกัน ให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือ เป็นความพยายามที่มนุษย์ต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือแนวความคิดระหว่างกัน"

ได้มีผู้ที่พยายามค้นหาคำนิยามของการสื่อสารไว้มากมายด้วยกัน ซึ่งจะได้นำมากล่าวเป็นข้อๆ ดังต่อไปนี้

หนังสือพจนานุกรมฉบับภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัยออกฟอร์ดได้ให้คำจำกัดความของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารหมายถึง "การให้การนำหรือการแลกเปลี่ยนความคิด ความ

ความรู้และอื่นๆ ไม่ว่าจะโดยคำพูด การเขียน หรือสัญญาณ

ส่วนพหุภาษาของโคลัมเบีย (COLUMBIA ENCYCLOPEDIA) ได้ให้คำนิยามของคำว่า "การสื่อสาร" นั้นหมายถึง "การถ่ายทอดความคิดและสาร เป็นคำที่มีความหมายตรงกันข้ามกับคำว่า การขนส่ง ซึ่งหมายถึงการขนส่งสินค้าและบุคคล แบบของการสื่อสารเบื้องต้นได้แก่ สัญญาณที่ช่วยในการมองเห็นและเสียงที่ช่วยในการได้ยิน"

ส่วนชาร์ลส์ อี. ออสกู๊ด (CHARLES E. OSGOOD) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การสื่อสารนั้นหมายถึง "สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อระบบหนึ่งซึ่งเป็นแหล่งสาร มีอิทธิพลเหนืออีกระบบหนึ่งซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง โดยอาศัยวิธีการกลุ่มสัญญาณต่างๆ ที่สามารถส่งออกไปตามสื่อ"

คลูด ชานอนและวอร์เรน วีเวอร์ (CLAUDE SHANON AND WARREN WEAVER) การสื่อสารว่าหมายถึง "วิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งกระทบถึงจิตใจของอีกคนหนึ่ง ซึ่งนอกจากการพูดและการเขียนแล้ว ยังรวมถึงดนตรี ศิลปะ รูปภาพ โรงละคร ระบาย และบรรดาพฤติกรรมทั้งหมดของคนเรา ในบางกรณีอาจจะหมายถึง เครื่องกลไกอันหนึ่ง เช่น เครื่องเรคาร์ที่ทำหน้าที่คอยบอกตำแหน่ง เครื่องบิน ซึ่งสามารถติดต่อกับเครื่องเรคาร์อีกเครื่องหนึ่งซึ่งอยู่ที่ห้องบังคับการที่สนามบิน"

ชาร์ลส์ คูเลย์ (CHARLES COOLEY) ได้ให้คำนิยามของการสื่อสารไว้ว่าหมายถึง "กลไกที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในการดำรงชีวิตอยู่และก้าวหน้าออกไป หรืออีกนัยหนึ่งก็หมายถึงบรรดาสัญลักษณ์ของจิตใจทั้งหมด รวมทั้งวิถีทางที่จะถ่ายทอดและรักษาสัญลักษณ์นั้นๆ ไว้ด้วย"

วิลเบอร์ ชรามม์ (WILBUR SCHRAMM) ได้กล่าวว่าการสื่อสาร "เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคล... โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ของมนุษย์"

จะเห็นได้ว่าคำนิยามที่ให้ไว้ข้างบนนี้เลือกเน้นในเรื่อง "องค์ประกอบของการสื่อสาร" หรือประเด็นสำคัญของการสื่อสาร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทัศนะและวัตถุประสงค์ของผู้ที่ได้อ่านคำนิยามนั้นขึ้น แต่ละนิยามต่างก็มีจุดเด่นและข้อดีในตัวเอง

คำนิยามที่มาจากรากศัพท์ภาษาลาตินนั้น " COMMUNIS " นั่นที่เป้าหมาย (GOAL) หรือวัตถุประสงค์ (OBJECTIVE) ของการสื่อสาร คือการสร้างลักษณะ ความคล้ายคลึงกันหรือการร่วมกัน (COMMONNESS) ให้เกิดขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่ามีศัพท์อื่นอีกหลายคำที่มีความหมายใกล้เคียงและมักถือว่าเป็นเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น ความเข้าใจ (UNDERSTANDING) ความถูกต้อง (ACCURACY) การเห็นพ้องด้วย (AGREEMENT) ความสมดุล (BALANCE) และความสอดคล้อง (CONGRUENCY). เป็นต้น การให้นิยามการสื่อสารโดยยึดเอารากศัพท์จากภาษาลาตินเป็นหลักนี้ อาจจะช่วยให้มองเห็นภาพพจน์ของการสื่อสารว่ามีจุดมุ่งหมายเพื่ออะไร แต่ก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นได้เพราะไม่ทราบชัดถึงเป้าหมายที่แท้จริง นอกจากนี้นิยามดังกล่าวไม่พูดถึงองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารและวิธีการของการสื่อสารที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายที่ไฉ่ฉางไว้

จากคำนิยามในพจนานุกรมของออกฟอร์ดและพจนานุกรมของโคลัมเบียนั้น ได้เน้นที่การถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยแยกแยะข้อแตกต่างระหว่างการถ่ายทอดความคิด ความรู้ และสารฝ่ายหนึ่ง และการขนส่งวัตถุประสงค์ของ และสินค้าอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งฝ่ายหลังนี้เรียกว่าการขนส่ง

ส่วนคำนิยามของออกสจุก ซานอน และ วีเวอร์ นั้นเน้นความสำคัญที่ผลหรืออิทธิพลของการสื่อสาร จุดเด่นประการหนึ่งที่ซานอนและวีเวอร์ชี้ให้เห็นคือการสื่อสารนั้นเป็นผลของการติดต่อกันระหว่างจิตใจ หรือความรู้สึกนึกคิดของคนหนึ่งกับอีกคนหนึ่ง ดังนั้นถ้าจิตใจต่อจิตใจ หรือความรู้สึกสามารถส่งผลถึงกันได้ ก็ถือว่าการสื่อสารได้เกิดขึ้นแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่านิยามดังกล่าวจำกัดประเภทของสาร (MESSAGE) เพียงแต่สัญญาณ (SIGNALS) ที่ใช้เท่านั้น

คูเลย์และชราวมม์ ต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่า ประเด็นสำคัญของการสื่อสารนั้น อยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ถ้าหากคนเราไม่มีความสัมพันธ์กันการสื่อสารย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ ดังนั้นเมื่อพูดถึงการสื่อสารจึงหมายถึง "กิจกรรมหรือพฤติกรรมของมนุษย์อันสืบเนื่องมาจากความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน" ชราวมม์ได้เน้นด้วยว่า สารสำคัญของ การสื่อสารอยู่ที่การ

แลกเปลี่ยนข่าวสาร ซึ่งมีความหมายกว้างคลุมทั้งข่าวข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และ อารมณ์
ของคนเรา

นอกจากคำนิยามที่ให้ไว้เป็นตัวอย่างข้างต้นแล้ว ยังมีคำนิยามของ "การสื่อสาร"
อื่นๆ อีกมากมายที่นักวิชาการสาขาต่างๆ ได้คิดค้นขึ้น แต่ละนิยามต่างก็เลือกเน้นประเศินสำ-
คัญของการสื่อสารแตกต่างกันออกไป สุกแล้วแต่ความสนใจและวัตถุประสงค์ของคนที่ได้คิดคำ
นิยามขึ้นมา บ้างก็ไปตรงกับประเด็นที่ยกเป็นตัวอย่างมาแล้ว บ้างก็มีสาระปลี่ยนย่อยแตกต่าง
ออกไปอีก แต่ไม่ปรากฏว่ามีนิยามใดที่ครอบคลุมเอาประเด็นสำคัญของการสื่อสารไว้ทั้งหมด

ในการกำหนดนิยามของการสื่อสารจึง เป็นปัญหาที่น่าคิด ความจริงแล้วปัญหาการ
สร้างนิยามนี้ไ้มีมานานแล้วนับตั้งแต่กำเนิดของอารยธรรมสมัยใหม่ นับตั้งแต่สมัยพลาโต
(PLATO) อริสโตเติล (ARISTOTLE) ซีเซโร (CICERO) และนักปราชญ์ชาว
กรีกอื่นๆ ต่างก็ได้เคยศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการสื่อสารมาแล้วทั้งสิ้น โดยเรียกวิชานี้ว่าวิชา
"วาทนิเวศวิทยา" (RHETORIC) แต่การกำหนดคำจำกัดความโดยอาศัยวิธีทางวิทยาศาสตร์
เพิ่งมาเริ่มเมื่อประมาณ ค. ศ. ๑๙๔๐ นี้เอง ทราบเท่าทุกวันนี้ก็ยัง ไม่มีคำนิยามใดที่ดีว่าสมบูรณ์
และเป็นที่ยอมรับกันแพร่หลาย ทั้งในบรรดานักวิชาการและวิชาชีพ

จากคำนิยามการสื่อสารที่ไ้กล่าวไปแล้วนั้น มีอยู่บางประเด็นที่น่านำมาพิจารณา
ก่อนเพื่อช่วยให้เกิดความกระจ่างแจ้งและเข้าใจธรรมชาติของการสื่อสารไ้ง่ายเข้า ประ-
เด็นสำคัญอยู่ที่ส่วนประกอบเบื้องต้นของการสื่อสารในแง่ของพฤติกรรมมนุษย์ (HUMAN
BEHAVIOR) และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร (INFORMATION)



สิ่งที่สำคัญในการสื่อสารมวลชนคือ ความรวดเร็วและสะดวก

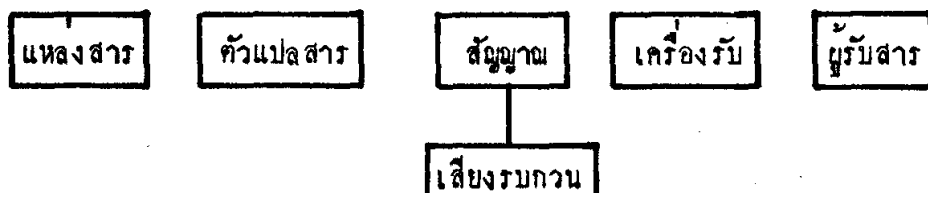
องค์ประกอบและโครงสร้างของการสื่อสาร

ได้มีการที่พยายามกำหนดโครงสร้างและองค์ประกอบของการสื่อสารมาแล้วตั้งแต่ในสมัยโบราณ เช่น อริสโตเติลได้เคยกำหนดไว้ว่า การสื่อสารค่านวาทศิลป์ (RHE TORIC) จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ ๓ ประการคือ ผู้พูด (SPEAKER) คำพูด (SPEECH) และผู้ฟัง (LISTENER)) ซึ่งจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทั้ง ๓ ของอริสโตเติลนั้นสามารถนำมาใช้ได้กับการสื่อสารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารตัวต่อตัว การสื่อสารในกลุ่มย่อย หรือการสื่อสารมวลชนก็ตาม ซึ่งปัจจุบันเรานำมาปรับปรุงเป็น ผู้ส่งสาร (COMMUNICATOR) หรือ SOURCE) สาร (MESSAGE)) และ ผู้รับสาร (RECIEVER หรือ DESTINATION

ส่วนชานอนและวีเวอร์ (๑๙๔๕) ซึ่งเป็นนักคำนวณและวิศวกรไฟฟ้าได้กำหนดองค์ประกอบของการสื่อสารไว้เป็น ๕ องค์ประกอบคือ

๑. แหล่งสาร (SOURCE) ๒. ทิวแปลสาร (TRANSMITTER)
๓. สัญญาณ (SIGNAL) ๔. เครื่องรับ (RECIEVER)
๕. ผู้รับสาร (DESTINATION) ๖. เสียงรบกวน (NOISE)

ซึ่งสามารถนำมาเขียนเป็นแผนผัง ได้ดังต่อไปนี้



ส่วน ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (HAROLD D. LASSWELL) (๑๙๗๑) ศาสตราจารย์ทางกฎหมายและการเมือง ได้ให้คำนิยามของคำว่า การสื่อสาร ซึ่งได้คลุมเอาองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญเอาไว้มากที่สุด ลาสเวลล์ได้กล่าวเป็นประโยคคำถามง่ายๆ ไว้ว่า ใคร (WHO) กล่าวอะไร (SAYS WHAT) ผ่านสื่อไหน (IN WHICH CHANNEL) แก่ใคร (TO WHOM) และ มีผลอย่างไร (WITH WHAT EFFECT)

คำนิยามของลาสเวลล์นี้นับได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารและใช้อ้างอิงอย่างแพร่หลาย องค์ประกอบต่างๆที่ลาสเวลล์หมายถึงในคำถามถามที่ไต่ถามมาแล้วเรียงตามลำดับ คือ

ใคร (WHO) มีความหมายเท่ากับ ผู้ส่งสาร (COMMUNICATOR หรือแหล่งสาร (SOURCE)

กล่าวอะไร (SAYS WHAT) มีความหมายเท่ากับ สาร (MESSAGE)

ผ่านสื่อไหน (IN WHAT CHANNEL) มีความหมายเท่ากับ สื่อกลาง (MEDIUM) หรือช่องทาง (CHANNEL)

แก่ใคร (TO WHOM) มีความหมายเท่ากับ เครื่องรับ (RECEIVER) หรือ ผู้รับ (DESTINATION)

มีผลอย่างไร (WITH WHAT EFFECT) มีความหมายเท่ากับ ผล (EFFECT)

ดังนั้นลาสเวลล์ได้เพิ่มองค์ประกอบการสื่อสารอีกสองอย่างคือ สื่อกลาง หรือ ช่องทาง และผล โดยเฉพาะผลนั้นลาสเวลล์ได้เน้นให้เห็นความสำคัญเป็นอย่างมาก

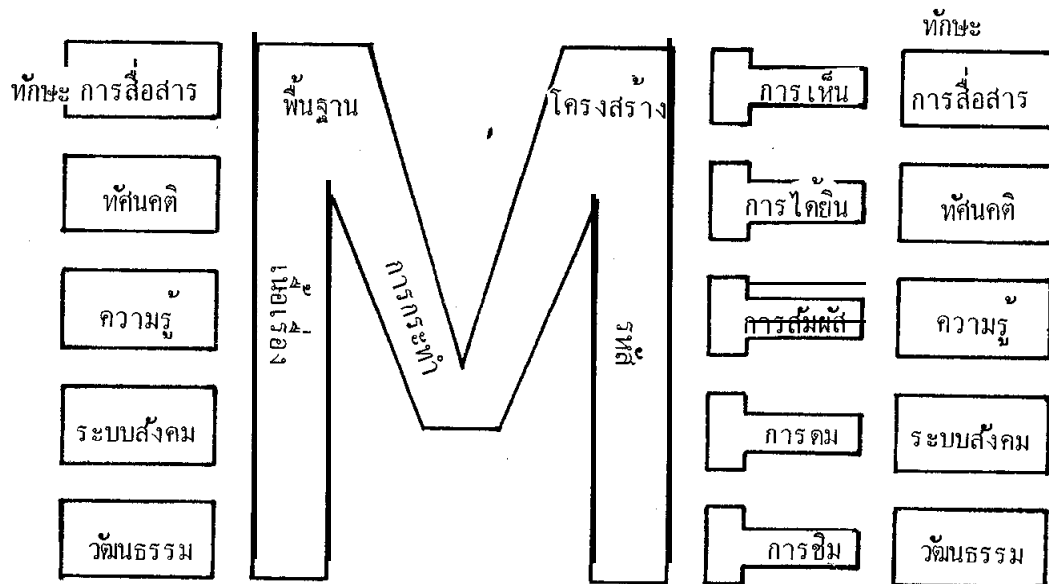
มีนักวิชาการอื่นอีกเป็นจำนวนมากที่ได้ให้คำนิยามการสื่อสาร สอดคล้องกับที่ลาสเวลล์คิดขึ้น บางคนพยายามขยายขอบเขตนิยามให้คลุมถึงองค์ประกอบมากขึ้น บุคคลสำคัญที่มีส่วนสร้างความก้าวหน้าในวงการศึกษานี้มากคือ เดวิด เค. เบอร์โล (DAVID K. BERLO) และ อีเวอเรทท์ เอ็ม. โรเจอร์ส (EVERETT M. ROGERS)

เบอร์โล (๑๙๖๐) ศาสตราจารย์ทางสื่อสารมวลชนที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน สหรัฐอเมริกา ได้เสนอว่าการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ ๖ อย่างด้วยกัน คือ

๑. แหล่งการสื่อสาร (COMMUNICATION SOURCE)
๒. ผู้ส่งรหัส (ENCODER)
๓. สาร (MESSAGE)
๔. ช่องทาง (CHANNEL)
๕. ผู้รับรหัส (DECODER)
๖. ผู้รับการสื่อสาร (COMMUNICATION RECEIVER)

คำนิยามขอเบอร์โลได้ชี้ให้เห็นองค์ประกอบเพิ่มเติมขึ้นอีก ๒ อย่างคือ ผู้ส่งรหัส และ ผู้รับรหัส คำทั้งสองนี้มีความหมายคล้ายคลึงกันกับองค์ประกอบที่แสนอนและวีเวอร์ เรียกว่า ตัวแปลสาร และ เครื่องรับ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากิจกรรมการสื่อสารทุกประเภทย่อมจะต้องประกอบด้วย การแปลรหัสไป-กลับ (ENCODE-DECODE) เสมอ ในการสื่อสารแบบตัวต่อตัวนั้นแหล่งสารและผู้ส่งรหัส ก็เป็นบุคคลเดียวกันด้วย ในกรณีเช่นนี้บุคคลที่จะทำหน้าที่ส่งสารจะต้องแปลความหมายข่าวสารออกเป็นรหัส เพื่อให้ผู้รับสารสามารถแปลรหัสกลับไปให้ความหมายที่ถูกต้องตรงกัน อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาโดยถ่วงแล้ว ไม่ว่าจะ เป็น "แหล่งสาร" หรือ "เครื่องรับ" ต่างก็ทำหน้าที่เป็นทั้ง "ผู้ส่งรหัส" และ "ผู้รับรหัส" ไปในตัวเหมือนกัน

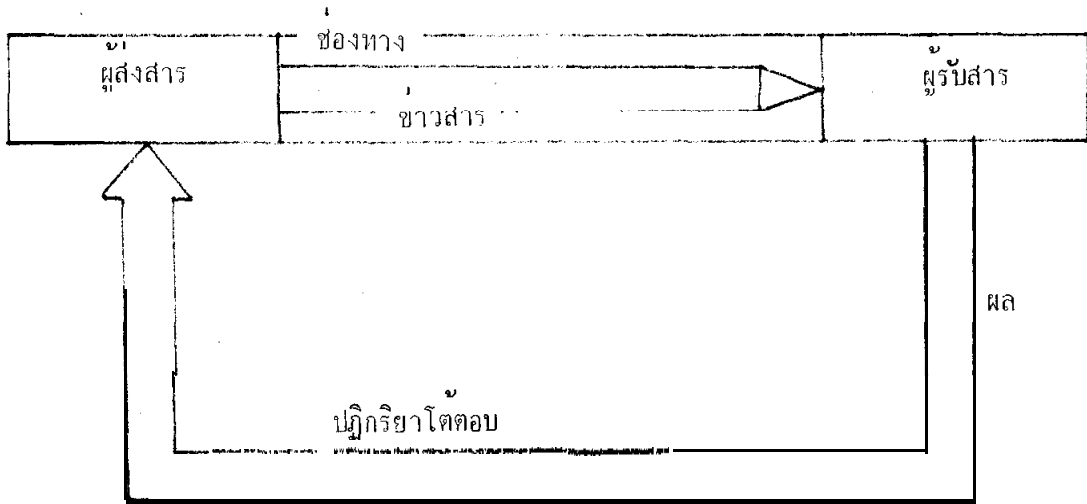
เบอร์โลได้สร้างแบบจำลองซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารไว้อย่างชัดเจน ในภาพจำลองของเบอร์โลได้รวมเอาทั้ง "ผู้ส่งรหัส" และ "ผู้รับรหัส" เข้าไว้ด้วยกันกับ "แหล่งสาร" และ "เครื่องรับ" ตามลำดับ แบบจำลองของเบอร์โลจึงประกอบด้วยองค์ประกอบ ๔ อย่างคือ (๑) แหล่งสาร (๒) สาร (๓) ช่องทาง (๔) เครื่องรับ แบบจำลองนี้นิยมเรียกกันแพร่หลายว่า "เอส-เอ็ม-ซี-อาร์" (S-M-C-R) ตามอักษรย่อของแต่ละตัว นอกจากนั้นเบอร์โลยังได้แยกแยะปัจจัยย่อยๆ ขององค์ประกอบทั้ง ๔ อย่างซึ่งต่างก็ช่วยให้การสื่อสารได้ผลสมบูรณ์มากขึ้น แบบจำลองจำลองของเบอร์โลแสดงได้ดังนี้





โรเจอร์ส(๑๙๖๕) ศาสตราจารย์ทางสังคมวิทยาและการสื่อสาร ได้ขยายแบบจำลองของ เบอร์โตลดูมไปถึงองค์ประกอบอื่นๆ เพิ่มเติม โรเจอร์สได้เน้นความสำคัญที่ "ผล" ของการสื่อสาร เช่นเดียวกับที่ลาสเวลล์ แบบจำลองของโรเจอร์สอาจเรียกย่อๆว่า

" S-M-C-R-E" ดังนั้นนิยามการสื่อสารตามทัศนะของโรเจอร์สและลาสเวลล์จึงมีองค์ประกอบที่เหมือนกันทุกประการ มาในระยะหลังๆ นี้โรเจอร์ส(๑๙๗๓) ได้ขยายองค์ประกอบของเขา "ปฏิกริยาโต้ตอบ"(FEEDBACK) เข้าไว้ด้วย ในขณะที่เดียวกันก็ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของปัจจัยสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENT) หรือสถานการณ์ (SITUATION) ซึ่งการสื่อสารเกิดขึ้นด้วย แบบจำลองของโรเจอร์สอาจแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



จากองค์ประกอบของการสื่อสารที่นักวิชาการได้แสดงเอาไว้ ตามที่ไกล่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้ จะเห็นได้ว่าสาระสำคัญของการสื่อสารนั้นน่าจะมียุ่องค์ประกอบที่สำคัญอยู่ ๖ อย่างด้วยกันคือ แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (SOURCE) สาร (MESSAGE) สื่อหรือช่องทาง (CHANNEL) ผู้รับสาร (RECIEVER) ผล (EFFECTS) และปฏิกิริยาโต้กลับ (Feed back) แต่ละองค์ประกอบมีสาระสำคัญที่พอจะอธิบายได้ดังนี้

๑. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร หมายถึงแหล่งกำเนิดของสาร หรือ ผู้ที่เลือกสารข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแล้วเป็นข่าวสารส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารนี้อาจจะเป็นบุคคลธรรมดาเพียงคนเดียว หรืออาจจะเป็นบุคคลหลายๆ คน ที่รวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น กลุ่มนักข่าวโทรทัศน์ กลุ่มนักข่าวหนังสือพิมพ์ กลุ่มผู้จัดรายการวิทยุ ฯลฯ หรืออาจจะมีลักษณะเป็นสถาบันหรือองค์การ เช่น สำนักงานหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ หรือ โรงถ่ายภาพยนตร์ เป็นต้น

การสื่อสารจะสามารถบรรลุเป้าหมายและเกิดผลดีไ้ไ้้นั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีทักษะ ทักษะคติ และ ความรู้ ในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และอยู่ในสถาบันที่มีระบบสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน

๒. สาร หมายถึงสิ่งเร้าหรือสาระเรื่องราวที่ถูกส่งออกไปจาก "ผู้ส่งสาร" ถึง "ผู้รับสาร" สิ่งที่เป็็น "สาร" นี้้อาจจะเป็นความคิด หรือเรื่องราวต่างๆ ที่ส่งผ่านไปตาม "สื่อ" สารนี้เราถือว่าเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากผู้ส่งสารในรูปที่สามารถส่ง ไปตามสื่อได้ ผลิตผลนี้อาจจะไ้้มาจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน หรือเกิดจากความคิดเห็นของเราเองก็ได้ ตัวอย่างเช่นในการพูด คำพูดนั้นถือว่าเป็น "สาร" ในการเขียนข้อความที่เขียนถือว่าเป็น "สาร" ในการวาดรูปภาพ ภาพที่วาดนั้นเราก้ถือว่าเป็นสาร หรือในการเสนอข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ ข่าวและข้อความที่เขียนอธิบายข่าวถือว่าเป็น "สาร"

ถ้าจะวิเคราะห์ห้องค์ประกอบของ "สาร" โดยทั่วไปแล้ว จะพบว่ามียู่ ๓ ประเด็นคือ สัญลักษณ์ของสาร เนื้อหาของสาร และ การเลือกจัดลำดับข่าวสาร องค์ประกอบ

ทั้งหมดนี้สามารถแยกออกได้ตามลักษณะของ ส่วนประกอบย่อย (ELEMENT) และโครงสร้าง (STRUCTURE) ตัวอย่าง เช่น สัญลักษณ์ของข่าวสาร ส่วนใหญ่ใด่แก่ภาษาซึ่งมีส่วนประกอบย่อยเป็นศัพท์ต่างๆ และมีโครงสร้างในการรวมศัพท์เหล่านี้เป็นวลีหรือเป็นประโยคที่มีความหมาย เช่นประโยค "ไม่มีการสื่อสารใคในโลกนี้ที่สมบูรณ์" ย่อมประกอบด้วยคำศัพท์และการรวมเอาศัพท์เข้าเป็นโครงสร้างรูปประโยค ภาษา ที่ใช้ทั้งหมดเป็นสัญลักษณ์ (ดูรายละเอียดได้จาก เบอร์โฮ, ๑๙๖๐)

คำว่า "สาร" ในความหมายที่ใช้ทั่วไปในการศึกษาคือสารนั้น มักหมายถึง "เนื้อหาข่าวสาร" มากกว่า โดยเนื้อหาของสารหมายถึง "ข้อความ" ที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายตามที่ต้องการ ทั้งนี้อาจรวมถึงข้อเสนอ บทสรุป และความเห็นต่างๆ ที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาในข่าวสารนั้นๆ ส่วนที่เกี่ยวกับสัญลักษณ์ของสารนั้น มักจะอ้างอิงบ่อยๆ ในการวิภาษานาของข่าวสาร การเลือกสรรข่าวสาร ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการบรรณาธิการข่าวสาร (EDITING) และการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งที่มีก่เกิดขึ้นอยู่เสมอ คือคนส่วนมากมักเข้าใจสับสนกันระหว่าง "สาร" กับ "สื่อ หรือ ช่องทาง" บางครั้งไม่สามารถมองเห็นข้อแตกต่างหรือแยกออกจากกันได้ แม้แต่กับการสื่อสารข้อความ เช่น มาร์แชลล์ แม็คลูฮัน (๑๙๖๔) ยังเสนอว่า "สื่อคือสาร" ความเข้าใจสับสนนั้นนอกจากจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อสารแล้ว อาจก่อให้เกิดปัญหายุ่งยากในสังคม ตัวอย่างที่มีก่อ้างอิงกันอยู่เสมอก็คือ ในค.ศ. ๑๙๓๘ รายการวิทยุของออร์สัน เวลส์ (ORSON WELLS) โค้ทคลองเสนอรายการวิทยุ โดยออกข่าวว่าชาวโลกพระอังคารไ้บุกเข้ามายังโลกของเรา ปรากฏว่าทำให้ชาวอเมริกันแตกตื่นโกลาหลหอบข่าวของหนีกระเจิงออกจากบ้านเพื่อหาที่หลบซ่อน

๓. สื่อหรือช่องทาง ในกระบวนการสื่อสาร คำว่า "สื่อ" หรือ "ช่องทาง" นั้นใช้ในความหมายที่แตกต่างกันมากมาย จนทำให้เข้าใจไขว้เขวได้ง่าย ฉะนั้นจากการใช้ทั่วไปแล้ว สื่อในทางการสื่อสารหมายถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

- ก. วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร
- ข. พาหนะที่นำข่าวสาร

ก. ทิวทัศน์พาหนะนั้นไป

ถ้าจะเปรียบ"สื่อ" นั้นก็เหมือนกับการโดยสารทางเรือแล้ว "วิธีการลงรหัส และถอดรหัสข่าวสาร" ก็คือ "โป๊ะ" หรือ "สะพาน" สำหรับที่จะลงเรือ "พาหนะที่นำข่าวสาร" ก็คือ "เรือ" และทิวทัศน์พาหนะนั้นไปก็คือ "น้ำ" นั่นเอง

ในกระบวนการสื่อสารมวลชนหรือการสื่อสารระหว่างมนุษย์โดยทั่วไป ส่วนมากมักเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารประเภทแรกคือ "การลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร" หรือ โปะเรือ หรือ"พาหนะที่นำข่าวสาร" หรือเรือ ส่วนสื่อประเภทที่สามคือทิวทัศน์พาหนะหรือน้ำ นั้น เป็นเรื่องของนักชีววิทยา นักเคมี นักฟิสิกส์ หรือวิศวกร ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนน้อยมาก

ในวงการวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนส่วนมากมักเกี่ยวข้องกับ เจาะสื่อประเภท "พาหนะนำข่าวสาร" หรือ "เรือ" ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า "สื่อมวลชน" (MASS MEDIA) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ และ ภาพยนตร์ แต่ก็ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก เช่น โทรทัศน์ โทรพิมพ์ โทรคมนาคม และ นิตรรศการต่างๆ บางครั้งมีผู้เรียกชื่อทั้งหมดดังกล่าวนี้ โดยรวมทั้งสื่อมวลชน ดังที่ไถ่กล่าวไปแล้วนั่นคือว่า "สื่อสาธารณะ" (PUBLIC MEDIA)

ในการวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับ "สื่อ" โดยทั่วไปมักจะแบ่งสื่อออกเป็น ๒ ประเภท คือ สื่อมวลชน และ สื่อระหว่างบุคคล หรือ สื่อตัวต่อตัว หรือถ้าจะถือเอาตามกำเนิดของข่าวสารเป็นเกณฑ์ มักแบ่งสื่อออกเป็น "สื่อประจำท้องถิ่น" และ "สื่อภายนอก"

เป็นที่น่าสังเกตว่าการค้นคว้าวิจัยทางสื่อสารมวลชน มีอยู่จำนวนไม่น้อยที่ได้จำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะ "สื่อมวลชน" เท่านั้น หากไต่ค้ำไปถึง "เนื้อหาข่าวสาร" และองค์ประกอบอย่างอื่นไม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งสื่อมวลชนมักใช้ เป็นเครื่องมือหรือเป็นกรณีของกระบวนการสื่อสารมวลชนทั้งหมด นับว่าเป็นขอบกรอบอย่างหนึ่งในการวิจัยสื่อสารมวลชนโดยทั่วไปแล้ว มักเรียกตัวแปรของสื่อมวลชนนี้ว่า "การเปิดรับสื่อมวลชน"

๔. ผู้รับสาร หมายถึงผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง อาจจะเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรือ อ่านข่าวสาร หรืออาจจะเป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น ผู้ที่กำลังดูฟุตบอล หรือฟังคำบรรยาย เป็นต้น หรือไม่ก็เป็น "มวลชน" (MASS AUDIENCE) เช่น ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ ผู้ที่กำลังดูโทรทัศน์ หรือผู้ที่กำลังฟังวิทยุ เป็นต้น

ในกระบวนการสื่อสารต่างๆ ไป ผู้รับสารจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นคนถอดรหัสข่าวสารที่ส่งมาจากแหล่งข่าวสารด้วย ทั้งนี้ "เครื่องรับสาร" กับ "ผู้รับรหัส" จึงมักเป็นบุคคลเดียวกัน อาจจะมีข้อยกเว้นในบางกรณีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารอาจจะไม่ได้รับสารโดยตนเอง หรือไม่สามารถถอดรหัสสารเองได้ ต้องอาศัยผู้อื่นที่ทำหน้าที่ "ผู้แปลรหัส" ให้ เช่นคนที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือหนังสือนั้นเป็นภาษาอื่น จำเป็นต้องให้ผู้อื่นทำหน้าที่อ่านหรือแปลให้ฟัง



ผู้รับสารที่ก็จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการสื่อความหมาย

๕. ผล คำว่า "ผลของการสื่อสาร" มีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมาก โดยทั่วไป "ผลของการสื่อสาร" หมายถึง "การเปลี่ยนแปลง" หรือ "ข้อแตกต่าง" ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับ ง่าย ๆ และสะดวกในการวิเคราะห์ ผลของการสื่อสารคือ แยกพิจารณาตามระดับหรือหน่วยของการวิเคราะห์โดยอาจแยกเป็น ระดับบุคคล หรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้

ในระดับบุคคลซึ่งนับเป็น "ระดับจุลภาค" (MICRO-INDIVIDUAL LEVEL) ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏออกมาในรูปของการ เปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของคนที่เกี่ยวกับประเด็นหัวข้อหรือปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลของการสื่อสารต่อการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนนั้น เป็นที่นิยมกันกว่าแพร่หลายมากในอดีต การค้นคว้าถึงผลของการสื่อสารต่อการ เปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลท่านองนี้ เป็นที่แพร่หลายในวงการต่างๆ มาช้านานแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ การสื่อสารวงการ เมือง และการสื่อสารนวงกรม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายก็คือการศึกษาถึงผลของการสื่อสารมวลชนต่อคุณลักษณะทางจิตวิทยาที่จะช่วยทำให้คนเป็นคนทันสมัย

ในระดับส่วนรวมซึ่งถือว่าเป็น "ระดับมหภาค" (MACRO-SOCIETAL OR AGGREGATE LEVEL) นั้น การค้นคว้าวิจัยส่วนมากมุ่งเน้น "ผล" ของการสื่อสาร กับ ปรากฏการณ์ทางสังคมอื่นๆ เช่น ผลของการสื่อสารมวลชนกับ "สังคมมวลชน" และ "วัฒนธรรมมวลชน" หรือ ผลของเนื้อหามวลชนกับระดับนิยมที่ต่ำของชนชน เป็นต้น ปัญหาที่มีผู้ค้นคว้ามากโดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ก็คือ ผลของสื่อมวลชนกับการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมหรือการพัฒนา ไคมีนักวิชาการที่มีชื่อเสียงหลายท่านได้เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงสังคมในค่านิยม โครงสร้างและหน้าที่ของบุคคลในสังคม ตลอดจนการพัฒนาประเทศนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากผลของการสื่อสาร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือการค้นคว้าเกี่ยวกับผลของ สื่อมวลชนกับระยะเวลาก่อนหลังของการรับความคิด การปฏิบัติ และ วัตถุประสงค์ใหม่ๆ หรือ นวงกรม

นอกจากนี้ไคมีนักวิชาการบางท่านได้เสนอแนะให้ค้นคว้าผลของการสื่อสารในระดับกลาง คือ "ระดับระหว่างบุคคล" INTER-PERSONAL LEVEL เพื่อเชื่อมโยงระหว่างระดับจุลภาคกับมหภาค นั่นคือให้พิจารณาถึงผลของการสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับบุคคลสองคน หรือสองกลุ่ม เหนือที่ผ่านมากการค้นคว้าส่วนใหญ่เป็นเรื่องของ "ความโน้มเอียงร่วม"

วัตถุประสงค์ประการสำคัญเพื่อวิเคราะห์ระบบความคิดของคนหรือกลุ่มคนสองฝ่ายเกี่ยวกับ
ปัญหาที่แย้งอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีความเห็นถูกต้องตรงกัน เข้าใจหรือเห็นพร้อมตรงกันและ
สอดคล้องกันหรือไม่

ในการพิจารณา "ผลของการสื่อสาร" ควรจะไล่ค่านึงถึงปัญหาค้นเวลาด้วย
โดยแยกออกเป็น "ผลระยะสั้น" และ "ผลระยะยาว" การวิจัยเท่าที่ผ่านมาส่วนมากมุ่งเน้น
เฉพาะผลของการสื่อสารระยะสั้น เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การรับรู้ไข้อยอมรับความ
คิด การปลูกฝังความเชื่อ เป็นต้น ส่วนผลระยะยาวนั้นถูกกละเลยมานานแล้วและขาดการค้น
คว้าที่เป็นระเบียบอย่างจริงจัง มีนักวิชาการหลายคนเชื่อว่าสื่อมวลชนสามารถมีผลอย่างมาก
ในระยะยาวนาน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือผลของสื่อมวลชนต่อการสร้าง "บรรยากาศของ
กระบวนการทันสมัย" ในประเทศที่กำลังพัฒนา ฉะนั้นจึงมีความเชื่อในระหว่างนักวิชาการว่า
สื่อมวลชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดีในกิจกรรมระยะยาว เช่น โครงการพัฒนา
ประเทศ และการฝึกหัดอบรมเยาวชนเกี่ยวกับการเมือง

ปัจจุบันมีวิจัยอีกอย่างหนึ่งที่ควรคำนึงถึง ในการวิเคราะห์ผลของการสื่อสาร
โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนก็คือ "ผลทางตรง" และ "ผลทางอ้อม" กล่าวคือการสื่อสาร
อาจจะก่อให้เกิดผลทางตรงต่อผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ทำให้คนไปลงคะแนนเสียง
มากขึ้น หรือการสื่อสารอาจจะก่อให้เกิดผลทางอ้อมโดยการผ่านตัวแปรอื่นๆ เช่น จากตัว
หนังสือพิมพ์ การอ่านหนังสือพิมพ์ทำให้คนมีความรู้มากขึ้น และความรู้ที่เพิ่มขึ้นมีส่วนช่วยให้
เขาคิดสนใจไปลงคะแนนเสียงมากตามไปด้วย เชื่อกันว่าสื่อมวลชนมีผลทางอ้อมอย่างมากต่อ
ประชาชนโดยทั่วไป เป็นที่น่าเสียดายที่การค้นคว้าส่วนมากล้มค่านึงถึงผลค่านึงไป

ข้อที่ควรตระหนักอีกประการหนึ่งในการศึกษาถึงผลของการสื่อสารก็คือ ระเบียบ
วิธีที่ไรในดารค้นคว้าวิจัย ถ้าหากมีความแตกต่างกันอาจจะมีผลทำให้การค้นคว้าแตกต่างกัน
ไปด้วย เท่าที่ผ่านมาระเบียบวิธีที่ไรในการวิจัยสื่อมวลชนและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของมวล
ชนส่วนมากเป็นการทดลองในห้องปฏิบัติการ และการสำรวจวิจัย (SAMPLE SURVEY)
ได้พบว่าผลที่ได้แตกต่างกันเกี่ยวกับผลของสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคตินั้น สืบเนื่องมาจากวิธีวิจัย
ทั้งสองนั้นเอง

มีข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับ การค้นคว้าวิจัยในวงการวารสารศาสตร์และสื่อมวลชนนั้น ส่วนมากมักเน้นหนักไปในทางคำ "ผล" ของสื่อมวลชน มากกว่าคำองค์ประกอบอื่นๆ เช่น ผู้ส่งสาร หรือ เนื้อหาของสาร ท้ายเหตุนี้เองจึงได้เกิดความไม่สมดุลย์ขึ้นในวงการวิจัยสื่อมวลชนในปัจจุบัน นับว่าเป็นข้อหาที่น่าเป็นห่วงอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักวิชาการ

๖. ปฏิภินยสนองคอบ หมายถึงวิธีการหรือภินยหาทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือ แสดงออกมาให้ผู้รับสาร ใ้รับทราบ ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากผลของข่าวสาร ปฏิภินยสนองคอบนี้แม้ว่าเป็นกลไกที่สำคัญ ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบข่าวสารที่ออกมา นั้น ใ้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงใด

ในกระบวนการสื่อสารในวงแคบ คือการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล โดยเป็นการสื่อสารตัวต่อตัวนั้นมักเกิดขึ้นในทันทีทันใด สามารถสังเกตได้จากลักษณะท่าทาง ถ้อยคำและภาษาของผู้รับสาร แต่ในกระบวนการสื่อสารมวลชนนั้น ปฏิภินยสนองคอบกลับกลายเป็นปรากฏการณ์ที่สลับซับซ้อนสังเกตได้ยาก ทั้งประเมินจากปฏิภินยและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง ปฏิภินยสนองคอบนี้มีไรจะเกิดขึ้นเฉพาะสิ่งที่ผู้รับสารคอบกลับ ไปยังผู้ส่งสารตัวต่อตัวเท่านั้น แต่อาจจะเกิดจากผู้รับสารถึงสื่อมวลชนซึ่งเป็นคนกลางในการเสนอข่าวสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รายงานการโทรทัศน์อาจไม่พอใจสถานีโทรทัศน์ที่มีรายการโฆษณาสินค้ามากเกินไป เลยมีเครื่องรับโทรทัศน์หรือหมุนไปดูรายการทางช่องอื่น หรือโทรทัศน์ไปถือว่าผู้จัดรายการก็ได้ นอกจากนี้ปฏิภินยสนองคอบอาจเกิดขึ้นจากสื่อมวลชนไปยังผู้ส่งสารก็ได้ เช่น ตัวอย่างแรกเจ้าหน้าที่จัดรายการทางโทรทัศน์อาจบอกเลิกสัญญาฉบับบริษัทการค้า ึงคโฆษณาสินค้าเพื่อเป็นการเอาใจหรือให้บริการแก่ประชาชนคนดูทั่วไปให้ดีขึ้น

ลักษณะของปฏิภินยสนองคอบนี้อาจเป็นไปโดยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ ตัวอย่างเช่นกรณีแรก ผู้อ่านที่ไม่เห็นด้วยกับบทความของหนังสือพิมพ์ที่เขียนขึ้น คนอ่านอาจจะเขียนจดหมายไปหักทวงได้ ตัวอย่างกรณีหลังอาจมีผู้ชมรายการภาพยนตร์โทรทัศน์ที่เบื่อ ดูรายการโฆษณาสินค้าไปควย แล้วคอบมาคคสนใจซื้อสินค้าที่โฆษณานั้น เนื่องจากเชื่อผลของการวิจัยเกี่ยวกับสินค้า

ปฏิภริยาสองทอบนี้มีลักษณะที่เป็นทั้งผลดีและผลเสีย ในการสื่อสารปฏิภริยาสองทอบส่วนมากมักเป็นผลดี เพราะทำให้ผู้สงสารสามารถประเมินค่าความสำเร็จของชาวที่ไ้ส่งออกไป นักสื่อสารส่วนมากมักต้องการปฏิภริยาสองทอบ อย่างไรก็ตามปฏิภริยาสองทอบนี้อาจหมายถึงผลเสียด้ยดี เหมือนดังที่เข้าใจกันใ้หมู่วิศวกร เช่น ในสถานการณ้ฉุกเฉิน รัฐบาลจะต้องระมัดระวังในการเสนอข่าวสารโดยสื่อมวลชน เพราะเกรงว่าอาจจะเกิดปฏิภริยาก็ไม่ใ้จากประชาชน

หน้าที่อีกอย่างหนึ่งของปฏิภริยาสองทอบก็คือ เป็นกลไกควบคุมของกระบวนการสื่อสาร โคนเฉพาะอย่างยิ่งปฏิภริยาก็เป็นผลเสียใ้เชิงลบ มีบทบาทสำคัญมากเพราะจะคอยแจ้งใ้ผู้สงสารไ้ทราบว่ากาการสงสารนั้นผิดพลาดล้มเหลวหรือบกพร่องแคใ้ไหน เพียงใ้ใด จะไ้หาทางปรับปรุงและแก้ไขใ้ดีขึ้น ส่วนปฏิภริยาสองทอบที่เป็นผลเชิงบวกไม่เกี่ยวข้องเท่าใ้ใด



การสื่อสารที่ใ้จะต้องเป็นขบวนการสองทาง

ความหมายของคำว่า "กระบวนการ"

"กระบวนการ" หมายถึงปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาหรือกิจกรรมที่ต่อเนื่องกัน ตามความหมายนี้มีคำอยู่ ๒ คำที่แสดงลักษณะสำคัญของกระบวนการ คือการเปลี่ยนแปลง (CHANGE) และ การต่อเนื่อง (CONTINUE) ทั้งนี้ไม่ว่าเหตุการณ์ใดก็ตามที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อเนื่องกันไป อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการทางสังคมอย่างหนึ่ง เมื่อประมาณ ๕๐๐ ปีก่อนคริสตวรรษ เฮราคลิตุส (HERACLITUS) ได้บรรยายเหตุการณ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของกระบวนการได้เป็นอย่างดี เฮราคลิตุสกล่าวว่าบุคคลใดคนหนึ่ง ไม่สามารถที่จะกระโจนลงไปในแม่น้ำสายเดียวกันได้ถึงสองครั้ง ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของคนเรานั้นย่อมเปลี่ยนแปลงไปทุกเสี้ยวของวินาที ไม่คงที่แน่นอนทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ เช่นเดียวกับสายน้ำย่อมไหลผ่านไปตลอดเวลา ไม่มีวันที่จะหวนกลับมาที่เดิมได้อีก

ตามความหมายข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการ เป็นสภาพที่เคลื่อนไหว (DYNAMIC) อยู่ตลอดเวลา มีไรครั้งหนึ่งอยู่ตามสภาพเดิม ปรากฏการณ์ส่วนมากที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนั้น ถ้าพิจารณาโดยผิวเผินแล้วจะดูว่ามีลักษณะคล้ายคลึงกันอยู่ตามสภาพเดิม แต่ตามความเป็นจริงแล้วปรากฏการณ์และสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีการเคลื่อนไหวอยู่เสมอเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องกันไปไม่รู้จบสิ้น

ดังนั้นถ้าเราถือว่ากิจกรรมหรือสิ่งใดเป็นกระบวนการ ก็หมายความว่ากิจกรรมหรือสิ่งนั้นมีสภาพต่อเนื่องตลอดเวลาไม่มีจุดเริ่มต้น จุดจบ และลำดับขั้นตอนที่เกิดขึ้นแน่นอน เหตุการณ์ใดก็ตามที่เราคิดว่าเริ่มต้นที่จุดใดจุดหนึ่งนั้น ความจริงแล้วมีเหตุการณ์อื่นเกิดขึ้นก่อนนั้นอีก แม้แต่ประสบการณ์ของคนเราก็คงหาได้ไม่มีจุดสิ้นสุดไม่เพราะมีสิ่งอื่นที่เกิดขึ้นตามมาเสมอ

การที่เราบอกว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการนั้น ก็หมายความว่า การสื่อสารมีลักษณะเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องตลอดเวลา กล่าวคือไม่มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดในตัวเอง และเป็นภาระยากที่จะกำหนดขั้นตอนการสื่อสารได้ถูกต้อง ไม่มีใครสามารถหยอกได้ว่าความคิดที่เรา

สนทนาแลกเปลี่ยนกันเสมออันนี้มาจากไหน หรือเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันนั้นเกิดจากที่ใดกันแน่ กิจกรรมการสื่อสารดำเนินต่อเนื่องกันไปเหมือนลูกโซ่ และมีผลเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ยกตัวอย่างเช่น รายงานเหตุการณ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ เรากล่าวกันอย่างมั่นใจไปมาว่าการสื่อสาร เริ่มต้นและสิ้นสุดลงที่จุดไหน จะถือว่าเริ่มตั้งแต่ต้นกับข่าว ไปพบเหตุการณ์และสิ้นสุดลงเมื่อปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือว่าเริ่มตั้งแต่มีเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นและสิ้นสุดลงเมื่อรายงานเหตุการณ์นี้มีผลต่อความคิดหรือทัศนคติของคนอ่าน แต่ละขั้นตอนของการรายงานเหตุการณ์ เชื่อมโยงต่อเนื่องกันจนยากที่จะกำหนดคนแม่งแยกให้เห็นชัด

การพิจารณาเหตุการณ์หรือสิ่งใดว่าเป็นกระบวนการหรือไม่นั้น ให้อธิบายที่ส่วนประกอบต่างๆ ของเหตุการณ์นั้นๆ แทนที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ส่วนรวมทั้งหมด เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นย่อมประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ มากมาย และองค์ประกอบเหล่านี้ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ลักษณะขององค์ประกอบย่อมมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันหรือมีผลเกื้อหนุนกัน สะท้อนให้เห็นสภาพการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและต่อเนื่องกันเป็นกระบวนการ ใดๆ อย่างดี ยกตัวอย่างเช่น โรงละคร ถ้าวิเคราะห์กันจริงๆ แล้วมีองค์ประกอบมากมาย นับตั้งแต่สถานที่บรรรยากาศ เวทีแสง การแสดง ผู้แสดง ผู้อำนวยกาสร้าง ผู้ดู ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ต่างมีผลกระทบกระเทือนซึ่งกันและกัน เช่นสภาพเวทีแสงดีหรือไม่ย่อมมีผลไปถึงการแสดงของตัวละครด้วย ผู้ดูจะเพลิดเพลินกับการแสดงก็เป็นผล เนื่องจากการแสดงของตัวละคร สิ่งที่มีลักษณะเชื่อมโยง เป็นลูกโซ่เช่นนี้มีลักษณะเป็น "กระบวนการ"

ประเด็นที่น่าคิดอีกอย่างหนึ่งในการวิเคราะห์ "กระบวนการ" ในวงการสนทนาและการสื่อสารโดยทั่วไป เหตุการณ์ที่พูดกันล้วนเป็น "สัญญาณ" ทั้งนั้น เช่นรูปภาพ ภาพยนตร์ การศึกษา ระบบการปกครอง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ของจริง แต่เป็นการจำลองเอาเหตุการณ์จริงๆ เข้าไว้ สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ "กระบวนการ" เป็นแค่เพียงเหตุการณ์เท่านั้น

อิทธิพลของสื่อมวลชนแต่ละชนิด

สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคข่าวสารโดยทั่วไปมีอยู่ ๔ อย่างคือ วิทญู โทรทัศน์ ภาพยนตร์และ หนังสือพิมพ์ สื่อมวลชนในแต่ละชนิดมีคุณสมบัติและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน อาจสรุปได้ดังต่อไปนี้

๑. อิทธิพลของวิทญู

๑. เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลมากที่สุดและเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมากที่สุด และเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ไม่ว่าบุคคลนั้นจะอยู่ที่ใดวิทญูก็สามารถส่งคลื่นไปไ้ถึง การรับฟังนั้นสามารถใช้ไ้ทั้งไฟฟ้าและถ่านไฟฉาย ถ้าใช้ไฟฟ้าก็จะกินไฟเพียง เล็กน้อย หากใช้ถ่านไฟฉายก็จะกินไฟน้อย เพียง ๑ - ๒ ก้อนก็สามารถรับฟังไ้แล้ว

๒. เหมาะสำหรับผู้ที่ม่เวล่ว่างมาก ช่วยในการปรับปรุงสติปัญญาของผู้ฟังให้ฉลาดขึ้น แม้บ้านหรือคนที่ทำงานอยู่กั้บ้าน อาจใช้วิทญูเป็นเพื่อนไ้เป็นอย่่างดี ช่วยไ้คลายความเหงา หากต้องการศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง วิทญูก็ม่มีรายการที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ทั้งทางตรง เช่น รายการของมหาวิทยาลัยต่างๆ และวิทญูศึกษา ส่วนที่เป็นความรู้โดยอ้อม ก็สามารถรับฟังจากสถานีวิทญูโดยทั่วไป มีทั้งรายการเพื่อการรักษาสุขภาพ พลานามัย รายการทำอาหาร รายการวิทยการก้าวหน้า ฯลฯ

๓. เกิดจินตนาการด้วยตนเอง ทำให้เกิดความสุขสนานกว่าการดูโทรทัศน์ในบางครั้ง ทั้งนี้เนื่องจากรายการละครทางวิทญู การบรรยายฉากหรือสถานที่ในเรื่องใช้คำพูดและเสียงประกอบ ซึ่งช่วยทำให้เห็นภาพพจน์และความยิ่งใหญ่ของนิพพานไ้ ซึ่งผิดกั้กับการแสดงละครทางโทรทัศน์ ฉากทุกฉากจะต้องสร้างขึ้นมาให้ไ้ไกล เคียงความจริง และหากต้องการความยิ่งใหญ่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นอย่่างมาก และโดยทั่วไปแล้วฉากในโทรทัศน์มักมีข้อจำกัดเกี่ยวกับสถานที่ ซึ่งทำให้ยิ่งใหญ่ไ้ยาก

๔. สะดวกในการเคลื่อนที่หรือติดตามไปฟังในที่ต่างๆ ไ้ ทั้งนี้เพราะวิทญูในปัจจุบันมีรับชมกระเป่าหิ้วและมีขนาดเล็ก กินไฟน้อย ผู้ฟังสามารถนำติดตามไปไ้ทุกหนทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นขณะขับรถ กำลังทำอาหาร หรือกำลังทำสวนอยู่หลังบ้าน ก็สามารถเปิดรับฟังไ้ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะนี้ไ้มีผู้ประดิษฐ์เครื่องรับวิทญูแบบใช้หูฟัง โดยจับ

ทำเป็นเครื่องขนาดเล็กติดไว้กับเข็มร็คคาคอเว มีสายต่อไปยังหูเพื่อรับฟัง สะทกในการฟังคนเดียวโดยรับกวนผู้ที่อยู่ใกล้เคียง

๕. มีอิทธิพลต่อเด็กเป็นพิเศษ โดยสามารถนำมาใช้ประกอบการเรียนภายในห้องเรียน โดยการบันทึกขางรายการจากวิทยุแล้วนำมาเปิดให้เด็กนักเรียนฟัง จะช่วยใ้ใหม่ทเรียนของครูน่าสนใจยิ่งขึ้น

๖. มีอิทธิพลต่อการสอนภาษาเป็นพิเศษ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ การที่ทั่วประเทศสามารถเปิดรับฟังรายการที่ส่งออกไปจากส่วนกลาง ทำให้ภายในประเทศสามารถใช้ภาษาเดียวกันในการศึกษาสื่อสารกัน เป็นการสร้างเอกภาพทางภาษาขึ้นภายในชาติ นอกจากนั้นยังสามารถนำมาใช้กับการสอนภาษาต่างประเทศได้ เหมาะสำหรับครูผู้สอนที่ต้องการให้นักเรียนได้ฟังเสียงจากเจ้าของภาษาโดยตรง อาจจะมีบันทึกเสียงจากรายการวิทยุเข้ามาสอนในห้องเรียนได้

๗. ใช้ประโยชน์ทางด้านการจารกรรมและการสื่อสาร ดังเช่นที่ใช้กันอยู่ในวงการตำรวจและทหารในปัจจุบันนี้ โดยการกำหนดคลื่นรับส่งขึ้นมาใหม่ไม่ให้เครื่องรับวิทยุธรรมดาสามารถรับคลื่นได้

๘. ใช้ประโยชน์ในการโทรคมนาคม โดยนำมาใช้กับเครื่องรับโทรศัพท์ สามารถติดต่อกันได้ไกลขึ้นกว่าโทรศัพท์ธรรมดา ซึ่งจะต้องมีสายโทรศัพท์ไปถึง ทำให้สามารถติดต่อกันระหว่างจังหวัดได้ และถ้าหากนำเอาระบบสื่อสารควาเทียมเข้ามาช่วยควยแล้วก็จะทำให้สามารถติดต่อกันได้ระหว่างประเทศต่างๆ ทั่วโลก

๒. อิทธิพลของโทรทัศน์

๑. ขณะชอกอากาศ โทรทัศน์จะได้รับความนิยมมากกว่าสื่อสารมวลชนชนิดอื่นๆ ทั้งนี้เพราะผู้ชมจะได้ชมทั้งภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกัน นอกจากนั้นถ้าหากเป็นโทรทัศน์สีก็จะช่วยให้ผู้ชมได้เห็นความสวยงามเหมือนตามธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

๒. โทรทัศน์เปรียบเสมือนวิทยุ หนังสือพิมพ์ และ ภาพยนตร์ มารวมกัน คือได้ยินเสียงและสังเกตเห็นภาพเหมือนวิทยุ ได้เห็นทั้งภาพและได้ยินเสียงเหมือนภาพยนตร์ และมีลักษณะในการเสนอทั้งภาพและข่าวเหมือนกับหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้หากโทรทัศน์ที่ได้มีการเตรียมเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้ให้พร้อมแล้ว ก็จะสามารถนำรายการสดมาออกได้เหมือนกับข่าวด่วนหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งส่งไปถึงยังผู้ชมที่อยู่ในบ้านได้

๓. โทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้ที่อยู่ห่างบ้านได้เป็นอย่างดี และนับวันจะมีอิทธิพลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของรายการโทรทัศน์ และคุณสมบัติของเครื่องส่งและเครื่องรับโทรทัศน์ ปัจจุบันรายการทางโทรทัศน์ได้เป็นไปอย่างรวดเร็วมาก เช่น ข่าวด่วนต่างประเทศจากดาวเทียม ซึ่งสามารถรับภาพที่สถานีเมื่อเวลาสี่สี่และนำออกฉายเมื่อเวลา ๒ โมงเช้า นอกจากนั้นยังมีรายการสดที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น การถ่ายทอดมวยหรือฟุตบอลผ่านดาวเทียม การถ่ายทอดสดภายในประเทศ ตลอดจนภาพยนตร์เรื่องยาวที่เคยฉายตามโรงภาพยนตร์ใหญ่ๆ มาแล้ว ผู้ชมสามารถดูโทรทัศน์อยู่กับบ้านได้ โดยไม่ต้องเสียค่าเดินทางและค่าเข้าชมเหมือนอย่างภาพยนตร์ หรือการดูกีฬาต่างๆ เช่น มวย หรือฟุตบอล ฯลฯ

๔. ผู้ปกครอง หรือ ปิตามารดา สามารถดูโทรทัศน์ไปพร้อมกับเด็ก จึงมีโอกาสนิยามชี้แจง หรือตอบคำถามที่เด็กสงสัยได้ ทำให้การเรียนรู้ของเด็กมีลักษณะเป็น "ขบวนการสองทาง" ซึ่งทำให้การเรียนรู้ของเด็กได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วขึ้น ฉะนั้นการดูภาพยนตร์จะไม่มีโอกาสทำเช่นนี้ได้

๑. อิทธิพลของหนังสือพิมพ์

๑. หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลเฉพาะในหมู่คนที่อ่านหนังสือออก ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้ที่อ่านหนังสือออกมากขึ้น จำนวนผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์จึงได้เพิ่มขึ้นมากตามลำดับ จนกระทั่ง กลายเป็นความต้องการของคนเรา ซึ่งจะต้องอ่านเป็นประจำทุกวัน อาจจะในช่วงขณะรับประทานอาหารเช้า หรือขณะนั่งรถยนต์ไปทำงาน หรือในขณะรับประทานอาหารเช้าตอนกลางวัน

๒. หนังสือพิมพ์มีลักษณะเป็นเอกสารที่ถาวร ที่ไม่เหมือนกับการดูโทรทัศน์ หรือ ภาพยนตร์ เมื่อภาพผ่านไปแล้วก็ยากที่จะนำมาทบทวนได้อีก ในการอ่านหนังสือพิมพ์ หากขອງใจหรือสงสัยในตอนใดก็สามารถอ่านทบทวนได้ทันที โดยไม่มีขบวนการที่ยุ่งยากและซับซ้อนเหมือนการใช้สื่อชนิดอื่น ฉะนั้นตามห้องสมุดต่างๆ จึงนิยมนำเอาหนังสือพิมพ์ที่อ่านแล้วนำมาเก็บรวมเป็นเล่ม หรือนำมาถ่ายเก็บไว้ในรูปของไมโครฟิล์ม เพื่อสะดวกในการค้นคว้าหรือนำไปอ้างอิง หรือเป็นเอกสารประกอบ

๓. มีส่วนในการสร้างประชาธิปไตยในเรื่องต่างๆ ได้ ทั้งนี้เนื่องมาจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นของเอกชน บิดกับสื่อมวลชนอื่นๆ เช่น โทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของรัฐบาล ฉะนั้นหนังสือพิมพ์จึงเป็นตัวดวงคู่และสอดส่องการทำงานของรัฐบาลหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐได้เป็นอย่างดี ทำให้ไม่กล้าทำกิจกรรมในเรื่องที่สวนทิศทางกับความรู้สึกของประชาชน หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่รักษายศประโยชน์ให้กับประชาชน ไม่ให้คนใดหรือกลุ่มใดครอบงำไปเป็นของคน รายได้ของหนังสือพิมพ์นั้นจะต้องขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ไปอ่าน จึงเป็นสิ่งที่หนังสือพิมพ์จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่าน ในอดีตหนังสือพิมพ์มีส่วนในการสร้างประชาธิปไตยหลายครั้ง เช่นการเลือกตั้งสกปรกในปี พ.ศ. ๒๔๐๐ และ เหตุการณ์ในวันที่ ๑๔ ตุลาคม ๒๔๗๖ ซึ่งหนังสือพิมพ์มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างประชาธิปไตยเป็นอย่างมาก

๔. หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความบันเทิง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนได้ดี โดยการมอบหมายให้นักเรียนได้ไปค้นคว้า หรือไปตัดมาติดกระดานนิเทศ เพื่อเป็นการ เสริมการเรียนในวิชาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม

หนังสือพิมพ์ก็มีทั้งสิ่งที่ดีและสิ่งที่เลว หากหนังสือพิมพ์ฉบับใดไม่ดีก็จะให้โทษได้เหมือนกัน ซึ่งจะให้โทษมากกว่าสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งควบคุมโดยรัฐบาลซึ่งมีระเบียบแบบแผนดีกว่า

๔. อิทธิพลของภาพยนตร์

๑. ภาพยนตร์เข้าถึงความรู้สึกของประชาชนได้ง่าย เพราะมีทั้งภาพเสียง และมีการเคลื่อนไหว และหากยิ่งเป็นภาพยนตร์สีด้วยแล้วยิ่งจะได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ฉายภาพยนตร์ไฟฟ้าภายในโรงภาพยนตร์จะถูกปิดให้มีทัศนคติ ความสนใจของผู้ชมจึงไปรวมกันอยู่ที่ภาพที่ปรากฏบนจอ ในขณะที่ดูภาพยนตร์ผู้ชมจะมีอารมณ์ร่วมไปกับเหตุการณ์ที่ปรากฏให้เห็นบนจอ มีทั้งอารมณ์สนุก เศร้า โศก กลัว ตกใจ รัก และเกลียด ซึ่งสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ไม่สามารถให้ความรู้สึกเท่ากับภาพยนตร์

๒. ภาพยนตร์ช่วยอธิบายสิ่งที่เข้าใจยากให้ง่ายขึ้น ฉะนั้นภาพยนตร์จึงถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเป็นอย่างมาก สามารถทำสิ่งที่เคลื่อนไหวเร็วให้เห็นเป็นช้า ทำสิ่งที่เคลื่อนไหวช้าให้เห็นเป็นเร็ว สามารถนำสิ่งที่มีขนาดเล็กมาปรากฏเป็นภาพให้เห็นบนจอได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำเสนอสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตมาฉายให้เห็นในปัจจุบันได้ โดยจัดเป็นภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ ฯลฯ

๓. ภาพยนตร์ใช้ประโยชน์ในการสร้างทัศนคติต่างๆ ให้กับผู้ดู มีอิทธิพลมากโดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่น ซึ่งจะมีการแสดงออกตามลักษณะของคาราในภาพยนตร์ที่ตนเองชอบ ทั้งทางด้านการแต่งกาย กิริยาท่าทาง ตลอดจนคำพูดต่างๆ ฯลฯ

๔. ใช้ประกอบในการอธิบาย การสัมมนา การฝึกอบรม ฯลฯ ทำให้กิจกรรมต่างๆ เป็นไปอย่างมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น โดยทำหน้าที่เสริมคำพูดหรือคำอธิบายต่างๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ความหมายของคำว่า "ทฤษฎี"

ในวิชาทางสังคมศาสตร์ได้มีผู้ให้คำนิยามของคำว่า "ทฤษฎี" ไว้มากมาย พอสรุปได้ดังนี้ "ทฤษฎีคือกลุ่มหรือหมวดหมู่ของ สมมุติฐานที่มีความสัมพันธ์กัน ทฤษฎีอาจจะแสดงเป็นรูปหรือแผนภาพได้" ฉะนั้นทฤษฎีจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๖ ประการคือ

๑. แนวความคิด (Concept) มีหน้าที่บรรยายและแยกประเภท
๒. สมมุติฐาน (Hypothesis) มีหน้าที่วิเคราะห์
๓. นิยาม (Definitions) มีหน้าที่ให้ความหมายและการวัด
๔. ความเชื่อมโยง (Linkages of the Proposition) มีหน้าที่หาเหตุผลและการทดสอบ
๕. การจัดลำดับแนวความคิด มีหน้าที่กำจัดความซ้ำซ้อน
๖. การจัดลำดับสมมุติฐาน มีหน้าที่กำจัดความไม่คงที่

หน้าที่ของทฤษฎี

โดยทั่วไปแล้วทฤษฎีมีหน้าที่สำคัญ ๒ ประการคือ หน้าที่ในการอธิบาย และ หน้าที่ในการทำนายหรือคาดคะเน เหตุการณ์ทางสังคม ซึ่งหน้าที่ทั้งสองนี้ต่างก็มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก

๑. หน้าที่ในการอธิบาย เป็นหน้าที่หลักเบื้องต้น โดยมุ่งอธิบายให้เข้าใจเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเหตุการณ์นั้นๆ ได้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง และทุกครั้งก็เกิดผลตามมาเหมือนกัน จึงนำมาสรุปเป็นทฤษฎีขึ้น

๒. หน้าที่ในการทำนายหรือคาดคะเน หมายถึง เหตุการณ์คาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์อย่างน้อย ๒ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์หนึ่ง ทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น เหตุการณ์ ก. กับเหตุการณ์ ข. ทฤษฎีจะช่วยคาดคะเนได้ว่าในสถานการณ์หนึ่ง ถ้ามีเหตุการณ์ ก. แล้วจะต้องมีเหตุการณ์ ข. หรือ ถ้ามีเหตุการณ์ ข. แล้วจะต้องมีเหตุการณ์ ก. เป็นต้น

ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ในวิชาการสื่อสารมวลชนก็มีลักษณะเช่นเดียวกับวิชาอื่นๆ คือจะต้องมีทฤษฎี และงานวิจัยของตนเอง ทฤษฎีที่ใช้ในวงการสื่อสารมวลชนอาจแบ่งออกได้เป็น ๓ กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

๑. ทฤษฎีมหภาค เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนและระบบสังคม มุ่งอธิบายและคาดคะเนปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนภายในและระหว่างระบบสังคมต่างๆ นับตั้งแต่โครงสร้างและหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนในระบบสังคมกลุ่มย่อย จนถึงแบบการใช้สื่อมวลชนในระบบสังคมชุมชนและการกระจายข่าวสาร หรืออุดมการณ์ในระดับสังคมระหว่างประเทศ มีประเด็นที่น่าพิจารณาอยู่มากมาย เช่น ข้อจำกัดของการสื่อสารมวลชนในสังคม ข้อเกื้อหนุนของผลการสื่อสารมวลชนต่อสมาชิกในสังคม และความขัดแย้งหรือข้อกีดขวางทางสังคม เป็นต้น

๒. ทฤษฎีจุลภาค เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั่วไป และโครงสร้างของแนวความคิด สติปัญญา มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่นๆ กับโครงสร้างของความคิด และคุณลักษณะทางจิตวิทยาอย่างอื่น ทั้งนี้ครอบคลุมถึงการสร้างภาพพจน์ในสมอง พัฒนาการทางสติปัญญาของเด็ก การแปลข่าวสารและความหมาย การรับรู้และการเรียน และประสิทธิผลของการสื่อสารต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เป็นต้น ถ้าหากจะถือว่าทฤษฎีมหภาคเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนแล้ว ก็อาจถือว่าทฤษฎีจุลภาคเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสื่อสารกับจิตวิทยาก็เป็นได้

๓. ทฤษฎีระดับมหภาค เป็นทฤษฎีที่ไม่สามารถจัดอยู่ในทฤษฎีมหภาคและจุลภาคได้ เป็นทฤษฎีที่พยายามที่จะอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารในระดับกลาง หรือระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal Level) เหตุผลสำคัญของแนวความคิดนี้ก็คือ การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคม โดยถ้าจะแยกเป็นระดับมหภาค และระดับจุลภาคแล้วจะไม่สะท้อนสภาพที่แท้จริงของสังคม เป็นการยากที่เหตุการณ์ของสังคมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือระบบสังคมอย่างใดอย่างหนึ่ง การวิเคราะห์ระดับกลางคือระหว่างบุคคลนี้ จึงดูจะเป็นการเหมาะสมกว่าในสาขาสื่อสารมวลชน แนวความคิดนี้กำลังเป็นที่สนใจอย่างแพร่หลาย

จุดประสงค์สำคัญคือต้องการที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงร่างและหน้าที่ของการสื่อสารกับระบบความคิด หรือคุณลักษณะทางจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป ตัวอย่างหัวข้อที่มีผู้ทำการค้นคว้ากันอย่างมากมาย คือ เรื่องความเข้าใจ (Understanding) ความถูกต้อง (Accuracy) ข้อตกลง (Agreement) และความสอดคล้อง (Congruency) ในสาขาสื่อสารพัฒนาการนั้น หัวข้อที่ศึกษากันมากคือ คุณลักษณะทางจิตวิทยาที่ทำให้คนพัฒนาหรือเห็นอกเห็นใจ (Empathy)

ตัวอย่างทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงมากในวงการสื่อสารมวลชน มีดังต่อไปนี้

๑. ทฤษฎีเข็มฉีดยา หรือ ทฤษฎีการสื่อสารจิ้งหะเหี้ยว หรือ ทฤษฎีการสื่อสาร

เชิงผล เล็ก (Hypodermic needle)

ทฤษฎีนี้เริ่มเป็นวิวัฒนาการแรกของแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน โดยถือว่าสื่อมวลชนทั้งหลายมีผลอย่างมหาศาลโดยตรงและทันทีทันใดต่อมวลชน เปรียบเสมือนการฉีดยาคนไข้ที่กำลังป่วย

ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริการะหว่างปี ค.ศ. ๑๙๓๐ ถึงปี ค.ศ. ๑๙๔๐ เป็นความคิดทางจิตวิทยา เชื่อว่าทันทีที่มีสิ่งเร้าก็จะมีสิ่งตอบสนอง ความคิดดังกล่าวเกิดก่อนที่จะมีผู้คนคิดว่าในกระบวนการตอบสนองสิ่งเร้า นั้น มีตัวแปรกลางแทรกเข้ามาคืออิทธิพลรวมอยู่ด้วย ความทันสมัยในทฤษฎีเข็มฉีดยานี้ เกิดขึ้นในระยะเวลาที่มีการพัฒนา "สังคมมวลชน" ในสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี ค.ศ. ๑๙๓๐ ถึงปี ค.ศ. ๑๙๔๐ ในระบบสังคมมวลชนนั้นถือว่าพลเมืองทั้งหมดก็มีสภาพคล้ายคลึงกัน และรวมกันอยู่เป็นกลุ่มก้อนเหมือนอนุภาค (Atom) โดยมีการติดต่อกันอย่างหลวมหลวม เฉพาะในรูปแบบความสัมพันธ์ตัวต่อตัวเท่านั้น มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าในระบอบนั้นพลเมืองอเมริกันส่วนมากมีลักษณะคล้ายคลึงกันหลายอย่าง เช่น การแต่งกาย การพูดจา และค่านิยมทางสังคม เป็นต้น เป็นที่เชื่อกันว่าแนวโน้มเช่นนี้จะนำไปสู่กระบวนการที่เรียกว่า "วัฒนธรรมมวลชน" นักวิชาการส่วนมากลงมติว่า ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแนวโน้มที่เกิดขึ้นนั้น มีสาเหตุมาจากปัจจัยสำคัญ ๒ ประการ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และ การผลิตมวลชน (Mass Production)

ทฤษฎีนี้ได้ชื่อว่ามวลชนเป็นอาวุธที่มีอำนาจมหาศาล สามารถคลั่งมึนคาลิให้ประชาชนเป็นอะไรก็ได้ ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะถึงและมีผลต่อประชาชนโดยตรงและทันทีทันใด โดยไม่มีอะไรมากีดขวางและปราศจากการต่อต้านของผู้รับสาร ความเชื่อในเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนนี้มาจากสาเหตุสำคัญ ๓ ประการคือ

ก. การนำวิทยุมาใช้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะวิทยุทรานซิสเตอร์ซึ่งมีอำนาจและแทรกซึมไปในครอบครัวย่างกว้างขวาง อย่างไม่แพร่หลาย

ข. การขยายตัวของงานโฆษณา ซึ่งได้มีการโฆษณาสินค้าและบริการอย่างแพร่หลายและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ค. การโฆษณาชวนเชื่อระหว่างสงครามโลกครั้งที่ ๒ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากฝ่ายเยอรมัน

เกี่ยวกับทฤษฎีเชมนิคยาที่มีชื่อน่าสังเกตุว่า เป็นเรื่องของความเชื่อถือและการคาดคะเนเสียเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีหลักฐานจากการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ประกอบ ต่อมาเมื่อมีผู้วิจัยทางวิทยาศาสตร์อย่างจริงจังมากขึ้น ความเชื่อทางค่านิยมเริ่มหมดไป สื่อมวลชนกลับมีอิทธิพลน้อยลงและได้มีทฤษฎีใหม่เกิดขึ้นมาแทน ทฤษฎีนี้เรียกว่า "ทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะ"

๒. ทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะ (Two-step Flow Theory)

ทฤษฎีนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและได้รับการวิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง นับเป็นปรากฏการณ์ครั้งสำคัญในวงการค้นคว้าสื่อมวลชนในช่วง ๓๐ ปีที่ผ่านมา ทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะนี้ ถูกค้นพบโดย พอล เอฟ. ลาซาร์สเฟลด์ (Paul F. Lazarsfeld) และคณะ ลาซาร์สเฟลด์นี้เป็นนักสังคมวิทยา ได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลสำคัญในการวางรากฐานการค้นคว้าทางการสื่อสารมวลชนคนหนึ่ง เดิมทีนั้นลาซาร์สเฟลด์และคณะต้องการจะศึกษาว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจหรือการตัดสินใจของผู้คนเสี่ยงในสมัยที่มีการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาใน ค.ศ. ๑๙๔๐ จริงหรือไม่ ในครั้งนั้นลาซาร์สเฟลด์และคณะได้มุ่งวิจัยอิทธิพลของสื่อมวลชนตามทฤษฎีของ "ทฤษฎีเชมนิคยา" การวิจัยครั้งนั้นนับว่าเป็นโครงการใหญ่โต มีการวางระเบียบวิธีวิจัยอย่างรอบคอบ โดยอาศัยกำลังคนและเงินทุนอย่างมหาศาล ลาซาร์สเฟลด์ได้ใช้วิธีการสำรวจวิจัยที่เรียกว่า

"พาเนล สตั๊ดตี" (Panel Study) คือการสัมภาษณ์บุคคลคนเดียวซ้ำกันในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน ประกอบด้วยกลุ่มควบคุม (Control Groups) ถึง ๓ กลุ่ม สุ่มตัวอย่างทั้งหมดรวม ๓,๐๐๐ คน ใช้เวลาในการวิจัยถึง ๖ เดือนก่อนที่จะมีการเลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้รับนำความแปลกใจมาสู่คณะผู้วิจัยเป็นอย่างมาก แทนที่จะพบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออกเสียงเลือกตั้งตามที่คาดหมายเอาไว้ คณะผู้วิจัยกลับพบว่า "ความคิดเห็นต่างๆ ที่ออกไปจากวิทยุและสิ่งพิมพ์นั้น จะถูกส่งไปยังผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็น แล้วจึงจะกระจายต่อไปยังประชาชนโดยทั่วไป" คณะผู้วิจัยยังพบต่อไปอีกว่า "ผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นนั้นจะเป็นผู้อ่านและรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงมากกว่าประชาชนโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่าในระหว่างกลุ่มผู้ออกเสียงเลือกตั้งที่ได้เปลี่ยนความตั้งใจเดิมในการลงคะแนนเลือกตั้งซึ่งมีจำนวนไม่มากนักนั้น ส่วนมากมักได้รับอิทธิพลและการชักจูงจากบุคคลอื่น ไม่ใช่มาจากสื่อมวลชน

สรุปผลการค้นคว้าพบว่าสื่อมวลชนแทบไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเลย อิทธิพลส่วนมากมาจากการติดต่อสื่อสารประเภทตัวต่อตัว ผลนี้ตรงข้ามกับทรรศนะของ "พฤษณี เชื้อฉีกยา" ถ้าวิเคราะห์ในเชิงของ "พฤษณี สื่อสารสองจังหวัด" นี้ก็หมายความว่า การกระจายข่าวสารนี้จะเกิดขึ้นเป็น ๒ จังหวัดคือ จากสื่อมวลชนไปยังผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นจังหวัดหนึ่ง แล้วจากผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นไปยังประชาชนโดยทั่วไปอีกจังหวัดหนึ่ง ทั้งนี้จึงเป็นการยากที่สื่อมวลชนจะไม่มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยทั่วไป

เนื่องจากการค้นพบ "พฤษณี สื่อสารสองจังหวัด" นี้เป็นไปโดยบังเอิญโดยมิได้มีการวางแผนมาก่อน จึงได้มีการศึกษาวิจัยเกิดขึ้นมากมายในระยะต่อมา เพื่อทดสอบแนวความคิดและสมมุติฐานต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้ แทบจะกล่าวได้ว่าในช่วง ๓๐ ปีที่ผ่านมา "พฤษณี สื่อสารสองจังหวัด" เป็นเสมือนจุกควมหรือแกนกลางในทางความคิดของการวิจัยทางสื่อมวลชน

ปรากฏการณ์อีกอย่างหนึ่ง เกี่ยวกับการค้นพบ "พฤษณี สื่อสารสองจังหวัด" นี้ก็คือ นอกจากการวิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับผลของสื่อมวลชนในการเลือกตั้งประธานาธิบดีตามที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการวิจัยค้นคว้าที่สำคัญอีกด้านหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับ "นวัตกรรม" ซึ่งปรากฏผลของการค้นคว้าออกมาเหมือนกัน เป็นการสนับสนุนแนวความคิดของ "พฤษณี สื่อสารสองจังหวัด" ที่ว่า

สื่อมวลชนมีอิทธิพลน้อยมาก เมื่อเทียบกับสื่อสารแบบตัวอย่างในการโน้มน้าวให้ประชาชนยอมรับความคิด ทัศนคติของ หรือการปฏิบัติที่แปลกใหม่

ผลของการค้นคว้าในระยะหลังมีทั้งสนับสนุนและคัดค้าน "ทฤษฎีสื่อสาร สอง จังหวะ" ที่พบในระยะแรก ถ้าประมวลจากการค้นคว้าโดยทั่วไปแล้ว จะเห็นว่า "ทฤษฎีสื่อสาร สอง จังหวะ" มีจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องหลายประการ คือ

ก. การสื่อสารไม่สะท้อนให้เห็นสภาพของกระบวนการสื่อสารในสังคมอย่างแท้จริง การสื่อสารอาจจะมีมากกว่า ๒ จังหวะก็เป็นได้ คือหลังจากประชาชนได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนแล้ว ก็มีโอกาสส่งต่อกันเป็นทอดๆ ไม่จบสิ้น หรือไม่ก็การสื่อสารมวลชนก็อาจมีเพียงจังหวะเดียว คือสื่อมวลชนสามารถส่งข่าวสารถึงประชาชนโดยตรงทีเดียว

ข. การสื่อสารตามทฤษฎีสื่อสาร สอง จังหวะนี้ ไม่แยกให้เห็นข้อแตกต่างในค่าน้ำหนักของสื่อแต่ละประเภท เกี่ยวกับขั้นตอนของการตัดสินใจรับแนวความคิดใหม่ นักวิชาการส่วนมากค้นพบว่าสื่อมวลชนมีผลอย่างมากสำหรับการกระตุ้นให้ประชาชนได้ตระหนักเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ส่วนสื่อสารแบบตัวต่อตัวนั้นมีอิทธิพลในการชักจูงให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติหรือยอมรับแนวความคิดใหม่ๆ

ค. การสื่อสารตามทฤษฎีสื่อสาร สอง จังหวะนี้ ถือว่าบุคคลที่เป็นผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นเท่านั้น ที่จะกระตือรือร้นและสนใจในการรับฟังและถ่ายทอดข่าวสารต่างๆ ส่วนประชาชนโดยทั่วไปนั้นค่อนข้างเฉื่อยชาและขาดความสนใจในข่าวสาร สมมติฐานนี้ก็จะไม่เป็นจริงเสมอไป ได้มีการค้นพบว่าผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นนี้อาจจะกระตือรือร้นหรือเฉื่อยชาก็ได้ และอาจจะเป็นผู้ให้และผู้รับข่าวสารจากผู้อื่นก็ได้

ง. การสื่อสารตามทฤษฎีสื่อสาร สอง จังหวะนี้ ถือว่าบุคคลที่เป็นผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นนี้ เป็นผู้รับข่าวสารจากเฉพาะสื่อมวลชนเท่านั้น และหน้าที่เบื้องต้นของสื่อมวลชนก็คือการมุ่งเสนอข่าวสารให้กับผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นเท่านั้น ซึ่งตามความเป็นจริงแล้วผู้นำทางค่านิยมความคิดเห็นอาจจะได้รับข่าวสารจากหลายๆ ทางด้วยกัน ไม่ใช่เฉพาะทางสื่อมวลชนเท่านั้น อาจจะได้จากการศึกษาต่อกับบุคคลภายนอก หรือการเดินทางไปติดต่อกับเมืองใหญ่ๆ เป็นต้น ตามที่ไคกล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า สื่อมวลชนนั้นอาจจะส่งสาร ไปถึงประชาชนทุกๆ

ไปได้โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง

จ. การสื่อสารตามทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะไม่แยกให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมทางการสื่อสารของผู้รับสารตามช่วงเวลาของการรับรู้ความคิดเห็นใหม่ๆ ผลจากการค้นคว้าเกี่ยวกับการกระจายความคิดใหม่ๆ แสดงว่าประชาชนที่รับรู้หรือยอมรับประติสัมพันธ์ใหม่ๆ ในระยะเริ่มแรกนั้น มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้รับรู้หรือยอมรับในระยะหลัง ฉะนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำทางด้านความคิดเห็นนั้น แท้จริงอาจจะเป็นเพียงผู้ที่รับรู้หรือยอมรับความคิดเห็นใหม่ๆ ก่อนคนอื่นก็ได้ หากเขามีคุณลักษณะเป็นผู้นำทางด้านความคิดเห็นที่แท้จริง

ฉ. การสื่อสารตามทฤษฎีสื่อสารสองจังหวะนี้ ถือว่าผู้รับสารนั้นอาจแยกออกได้เป็น ๒ ประเภทคือ ผู้นำทางด้านความคิดเห็น และผู้ที่มีความคิดเห็นตามผู้นำ การแบ่งประเภทนี้ไม่ตรงกับความเป็นจริง ทั้งนี้เพราะลักษณะการเป็นผู้นำนั้นควรจะมีลักษณะความต่อเนื่องจากจุดหนึ่งถึงจุดหนึ่ง ไม่ใช่แยกเป็นกลุ่มอย่างชัดเจน ดังนั้นคนเราอาจจะมีลักษณะความเป็นผู้นำทางด้านความคิดเห็นต่างกันตรงขอบเขตความมากน้อยของคุณสมบัตินั้น อีกประการหนึ่งบุคคลที่จัดเป็นผู้ตามนั้นความจริงแล้วไม่ใช่เขาจะเป็นผู้ตามความเห็นของผู้นำไปเสียทุกเรื่องหรือทุกเวลา

๓. ทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระ (Agenda-Setting theory)

ทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระนี้ได้เริ่มใช้กันแพร่หลายในวงการวิจัยการสื่อสารมวลชนเมื่อเร็วๆ นี้ แต่การค้นคว้าทางด้านนี้ได้มีมานานแล้ว แนวความคิดตามทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระนี้เริ่มตั้งแต่สมัยที่วอลเตอร์ ลิปป์แมน (Walter Lippman) ในปี ค.ศ. ๑๙๑๒ ได้คิดคำว่า "มโนภาพในหัว" (Pictures in our heads) และ โรเบิร์ต อีซรา ปาร์ค (Robert Ezra Park) ในปี ค.ศ. ๑๙๒๒ ได้ชี้หมายถึงกระบวนการรวบรวมข่าวสาร แต่หัวเดียวหัวต่อของการค้นคว้าจริงๆ นั้นเริ่มเมื่อนักสังคมวิทยาชื่อ พอล เอฟ. ลาซาร์สเฟลด์ และคณะได้ทำการวิจัยบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. ๑๙๔๒ และ ปี ค.ศ. ๑๙๔๘ ในขณะนั้นลาซาร์สเฟลด์ได้กล่าวพาดพิงถึงผลของการระดมสรรพกำลังของสื่อมวลชนในการรณรงค์หาเสียง

การศึกษาตามทฤษฎีการกำหนดระเบียบวาระนี้ มุ่งที่จะวิเคราะห์หน้าที่หรือผลของสื่อมวลชนในค่านิยมข่าวสารแทนค่านิยมการชักจูง สมมุติฐานสำคัญได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนได้เลือกเน้นประเด็นสำคัญของหัวข้อ หรือปัญหาในการรายงานข่าวสารกับการที่ผู้รับข่าวหรือมวลชนตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อหรือปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าผลสำคัญประการหนึ่งของสื่อมวลชนก็คือ เป็นผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้ เหตุการณ์แก่ประชาชนทั่วไป

โคเฮน (Cohen) ค.ศ. ๑๙๖๒ ได้สรุปไว้ว่า "สื่อมวลชนอาจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเสมอไป ในการเสนอแนะแก่ประชาชนว่า อะไรบ้างเป็นสิ่งที่น่าคิด แต่สื่อมวลชนมีผลอย่างมหาศาลในการแนะนำประชาชนว่าน่าคิดเกี่ยวกับเรื่องอะไร "

การค้นคว้าด้านทฤษฎีการกำหนดวาระนี้ทำกันมากในสาขาการสื่อสารการ เมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับสังคมการเมือง ปัญหาที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือการใช้สื่อมวลชนในการพัฒนาความคิดและทัศนคติทางการเมือง

๔. ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วม (Coorientation theory)

ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้เป็นแบบที่ใช้เป็นมรรตฐานในการวิจัยสื่อสารมวลชนที่แพร่หลายมากในปัจจุบัน หน่วยวิเคราะห์ที่เหมาะสมคือระดับกลางหรือระดับระหว่างบุคคล แทนที่จะเป็นระดับมหภาคหรือระดับจุลภาค ซึ่งเป็นที่นิยมกันอยู่ทั่วไปในวงการวิจัยสังคมศาสตร์ การวิจัยที่อาศัยทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้ ก่อให้เกิดความตื่นตัวในวงการสื่อสารมวลชน และมีส่วนช่วยสร้างความก้าวหน้าให้แก่ทฤษฎีสาขาวิชานี้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามแนวคิดตามทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้ รู้จักกันแพร่หลายเฉพาะกลุ่มนักวิชาการในสหรัฐอเมริกา ส่วนในประเทศอื่นๆ แทบไม่มีนักวิชาการคนใดรู้จักแนวคิดนี้เลย

ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมที่ใช้กันอยู่แพร่หลายในวงการวิจัยสื่อสารมวลชนนี้ กิคขึ้นโดยนิวคอมบ์ (New Comb) ในปี ค.ศ. ๑๙๕๓ นักจิตวิทยาตามแนวความคิดของนิวคอมบ์นั้นกล่าวว่า "บุคคลสองคน คือ A. และ B. ต่างก็มีความรู้สึกหรือทัศนคติที่ติดหรือไม่ติดต่อกันฝ่ายหนึ่ง และในขณะที่เดียวกันต่างก็มีทัศนคติเกี่ยวกับวัตถุหรือสิ่งของร่วมกัน สมมุติว่าในกรณีที่มีความแตกต่างเกิดขึ้น เช่น A. และ B. ต่างก็ชอบพอซึ่งกันและกัน แต่มีทัศนคติเกี่ยวกับ

วัตถุ x ต่างกัน A จะต้องทำอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้คือ

- (๑) A. เปลี่ยนทัศนคติตัวเองเกี่ยวกับ B หรือ วัตถุ x
- (๒) พยายามเปลี่ยนความคิดของ B เกี่ยวกับวัตถุ x
- (๓) เลิกติดต่อสื่อสารกับ B หรือ การสนับสนุนจากบุคคลอื่น หรือ
- (๔) พยายามบิดเบือนความคิดของเขาเองเกี่ยวกับสถานการณ์ที่แท้จริง

ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วม ของนิวคอมบ์เป็นแนวความคิดหนึ่งของทฤษฎีที่ว่าด้วยความสมดุลย์ของระบบความคิด (Balance theories) ซึ่งมีประโยชน์มากในการค้นคว้าเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในช่วง ๒๐ ปีที่ผ่านมา ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมของนิวคอมบ์เน้นว่ามีประโยชน์เป็นพิเศษสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน เพราะสามารถนำเอาไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งกับระบบความรู้สึคนักคิดในระดับบุคคล และ ระบบความคิดและการรับรู้ในระดับระหว่างบุคคล นอกจากนี้อาจจะนำไปใช้กับระดับมวลชนอีกด้วย

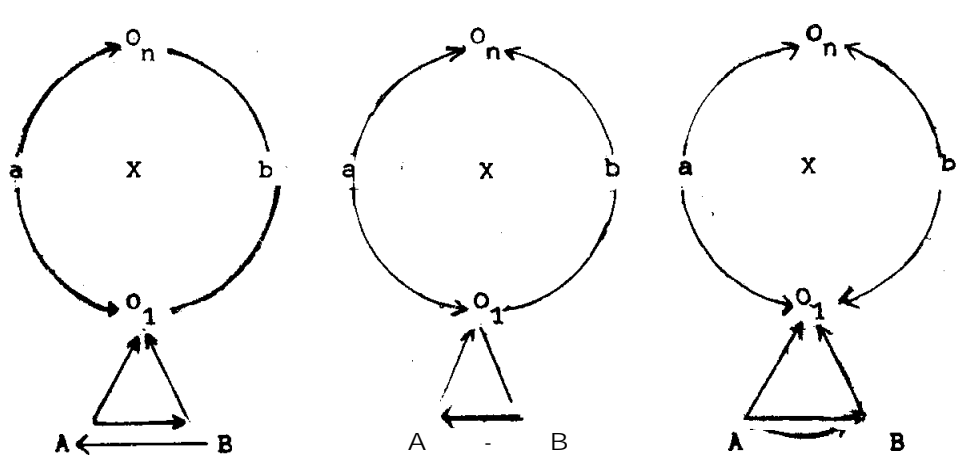
ทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้เริ่มนำมาใช้แพร่หลายในวงการวิจัยสื่อสารมวลชนมาตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๖๔ แมคลีออก (McLeod) ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยสื่อสารมวลชนแห่งมหาวิทยาลัยวิสคอนซิน เมืองแมดิสัน เป็นผู้นำทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้มาประยุกต์ใช้และปรับปรุงให้เหมาะสมกับวิชาสื่อสารมวลชน ความทฤษฎีของแมคลีออกนั้น มีทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมอยู่ ๒ แบบด้วยกันคือ แบบแนวความคิดหรือทฤษฎี (Conceptual Model) และแบบของการวัด (Measurement Model) เท่าที่ผ่านมา แบบของการวัดเป็นที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพราะช่วยในการเก็บข้อมูลได้โดยตรง ส่วนแบบทฤษฎีถูกละเลยและแทบไม่มีใครรู้จัก ความจริงแล้วทั้งสองแบบนี้ต่างมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

แนวความคิดหรือทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมนี้คือแปลงโดยตรงจากทฤษฎีของนิวคอมบ์บุคคลทั้งสองคือ A และ B เกี่ยวกับวัตถุ x โดยที่แมคลีออก และ ชาฟฟี (Chaffee) ได้นำแนวความคิดของคาร์เตอร์ (ค.ศ. ๑๙๖๔) นักวิจัยสื่อสารมวลชนมาประยุกต์ใช้ คาร์เตอร์ได้เสนอว่า บุคคลเรามีไข่มุมความคิดโน้มเอียงเกี่ยวกับวัตถุหรือสิ่งของเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างวัตถุหรือสิ่งของหลายสิ่ง บุคคลเราก็มองแนวความคิดโน้มเอียงได้ ฉะนั้นถ้ามีวัตถุ ๒ สิ่ง บุคคลอาจจะแยกแยะความแตกต่างระหว่างวัตถุ โดยอาศัยคุณลักษณะต่าง ๆ

เพียงอย่าง เดียว เป็นเกณฑ์ ตามแนวความคิดนี้คาร์ เทอร์ ได้เสนอศัพท์ ๒ คำ ที่ใช้กันมาก ในวงการวิจัยสื่อสารมวลชน คือความคิดรวบยอด (Saliency) ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลมีความคิดเกี่ยวกับวัตถุใดวัตถุหนึ่ง เพียงสิ่ง เดียว และความคิดสัมพันธ์ (Pertinence) ซึ่งหมายถึงการที่บุคคลคิดแยกแยะระหว่างวัตถุ ๒ สิ่งโดยอาศัยคุณลักษณะเพียงอย่าง เดียว เป็นเกณฑ์

โดยอาศัยแบบผสมของนิวคอมบ์ และ คาร์ เทอร์ เป็นหลัก แม็ค ลี ออกและ ชาฟ ที่ ได้เสนอทฤษฎีความโน้มเอียงร่วม แสดงภาพ "ความจริงทางสังคม" จากทัศนะของบุคคล A สัญลักษณ์ที่แสดงในรูปคือ $O_1 \dots \dots \dots O_n$ หมายถึงวัตถุ จำนวนหนึ่ง และ อักษร a, b, c ., หมายถึงคุณลักษณะของวัตถุที่บุคคลใช้แยกแยะความแตกต่างระหว่างวัตถุนั้นๆ ตามรูปแสดง จะเกิดความนึกคิด ๒ ประเภทคือ ประการแรกเป็นความสัมพันธ์จาก .A. ถึงวัตถุ ซึ่งประกอบด้วย "ความคิดรวบยอด" ของ A เกี่ยวกับวัตถุ $O_1 \dots \dots \dots O_n$ และเกี่ยวกับคุณลักษณะ a, b, c ., และ ความคิดสัมพันธ์ซึ่งแยกแยะความแตกต่างระหว่างวัตถุ $O_1 \dots \dots \dots O_n$ บนพื้นฐานคุณลักษณะแต่ละอย่าง เส้นตรงที่แสดงในรูปหมายถึงความคิดโน้มเอียงของ A. ซึ่งเขามีประสบการณ์โดยตรง ส่วนเส้นไข่ว้างหมายถึงการรับรู้ (Perception) ของ A เกี่ยวกับความคิดของ B ซึ่ง A เพียงแต่คาดคะเนเอาเอง

ในทำนองเดียวกัน รูปที่ ๑ (B) แสดงถึงสภาพ "ความจริงทางสังคม" โดยมองจากทัศนะของ B ถ้าหากรวมเอาสภาพความจริงทางสังคมทั้ง A และ B เข้าด้วยกัน จะปรากฏเป็นแบบทฤษฎีตามที่ปรากฏในรูปที่ ๑



ถ้าหากถือแบบทฤษฎี(รูปที่ ๑ c.) เป็นเกณฑ์จะมีมาตรการวัดเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น ถ้าแยกพิจารณาความคิดรวบยอดจากความคิดสัมพันธ์ ในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคน ๒ คน จะมีการวัดถึง ๔ ครั้ง และมีตัวแปรถึง ๑๐ ตัว ถ้าหากเป็นระบบสังคม จำนวนการวัดและตัวแปรย่อมมากตามไปด้วย แบบทฤษฎีนี้จึงไม่สะดวกในการใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

แม็คลีโอค และ ซาฟี่ ได้สร้างแบบการวัดความโน้มเอียงร่วมกัน (ดูรูปแสดงที่ ๒) ลักษณะของแบบการวัดนี้อยู่ที่รูปสี่เหลี่ยม ซึ่งใช้แทนการวัดความนึกคิดหรือการรับรู้โน้มเอียง มีชื่ออยู่ที่บุคคล ส่วนบุคคล A และ B ปรากฏอยู่ทางซีกซ้ายและขวาของรูปแสดง อย่างไรก็ตาม ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีไคอยู่ในรูปสี่เหลี่ยม แต่เป็นแนวความคิดซึ่งแสดงได้โดยใช้ลูกศรชี้เชื่อมระหว่างสี่เหลี่ยม ดังนั้นตัวแปรก็คือความสัมพันธ์ระหว่างการวัดความโน้มเอียง

แบบของการวัดนี้สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่คำนึงว่า การวัดความโน้มเอียงนี้จะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล (A ----- B) หรือระหว่างบุคคลกับวัตถุ (A ----- O หรือ B ----- O) แบบของการวัดครอบคลุมและแยกแยะระหว่างความคิดรวบยอด กับความคิดสัมพันธ์ ด้วย

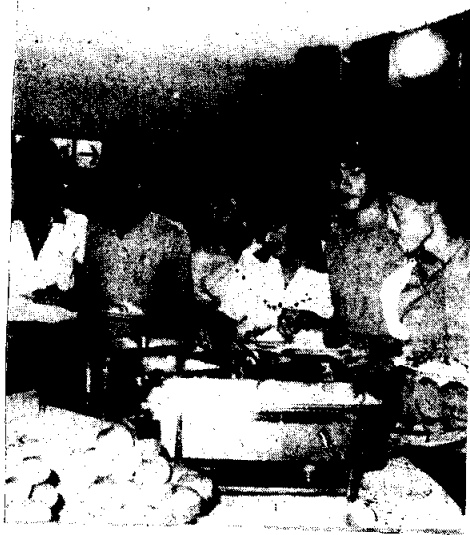
แบบของการวัดที่ปรากฏตามรูปแสดงที่ ๒ ข้างล่างนี้ ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ ๓ ตัว ซึ่งอาศัยการวัดทั้งหมด ๕ ครั้ง ตัวแปรดังกล่าวคือ (๑) ความสอดคล้อง (๒) ความเข้าใจ หรือ ความเห็นด้วย และ (๓) ความถูกต้อง

Person A		Person B
A'S Cognitions about X	A,B Understanding or Agreement	B'S Cognitions about
Congruency Perception of B'S Cognitions	Accuracy	Congruency B Perception of A'S Cognitions

ตัวแปรแรกคือ ความสอดคล้อง มีไขตัวแปรระหว่างบุคคล เพราะเกิดขึ้นภายในความคิดของคนเพียงคนเดียว หมายถึงความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องระหว่างความนึกคิดและการรับรู้ เกี่ยวกับความนึกคิดของคนอื่น

ตัวแปรตัวที่สอง คือ ความเข้าใจ หรือ ความเห็นด้วย เกี่ยวข้องกับบุคคลอย่างน้อย ๒ คนขึ้นไป หมายถึงความคล้ายคลึงกันระหว่างความนึกคิดของบุคคลทั้งสองเกี่ยวกับวัตถุชิ้นใด ชิ้นหนึ่ง หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึงความคาบเกี่ยวกับระหว่างความนึกคิดของคนทั้งสอง ข้อแตกต่างกันระหว่างความเข้าใจ และ ความเห็นด้วย ก็คือตัวแปรแรก หมายถึงความคล้ายคลึงของความคิดสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรหลังหมายถึงความคล้ายคลึงกันของความคิดรวมยอด

ตัวแปรที่ ๓ คือ ความถูกต้อง มีความสำคัญที่สุดในแบบความโน้มเอียงร่วม หมายถึงการที่บุคคลหนึ่ง (B) ประเมินความคิดของอีกบุคคลหนึ่ง (A.) ได้ถูกต้องตรงตามที่บุคคลนั้น (B) นึกคิดจริง ความถูกต้องจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของการสื่อสาร ได้มีการค้นพบว่า การสื่อสารสามารถนำไปสู่ความถูกต้องได้อย่างสมบูรณ์



การพบปะสังสรรค์กันเป็นการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน