

บทที่ 2

การสื่อสารมวลชน

MASS COMMUNICATION

ความเป็นของการสื่อสารมวลชน

มนุษย์เราเริ่มทำการสื่อสารกันมาเป็นเวลาช้านานแล้ว นับตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา แต่ความสามารถในการที่จะใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเก็บหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพิ่งจะมีการพัฒนาขึ้นมาในระยะหลังนี้เอง สื่อ คือเครื่องมือที่ใช้สำหรับถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านระยะเวลาและระยะทาง มันอาจจะดูง่ายเหมือนกับการแกะสลักหินหรืออาจจะดูหรูหราทันสมัยอย่างการเชื่อมโยงระบบการสื่อสารทางโทรทัศนผ่านดาวเทียม แต่ไม่ว่าจะเป็นวิธีใดก็ตาม บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารก็ยังคงเหมือนเดิม โดยผู้ส่งสารจะส่งสารไปหรือบันทึกไว้โดยใช้สื่อผ่านไปให้ผู้รับสารที่อยู่อื่นหรือเวลาอื่น ผู้รับสารเมื่อได้รับสารแล้วก็จะแปลสารที่ได้รับ การสื่อสารแบบใช้สื่อกลางก็เหมือนกับการสื่อสารในรูปแบบอื่นของมนุษย์ มันคือกระบวนการที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารที่ทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารโดยใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน ในความหมายนี้ จะเห็นได้ว่า มีการใช้สื่อมานานแล้ว ในปัจจุบัน สื่อได้กระตุ้นให้มนุษย์มีความตื่นตัวที่เอาชนะระยะเวลาและระยะทาง เพราะเรากำลังอยู่ในยุคของการปฏิบัติการสื่อสารซึ่งกำลังเข้ามาแทนที่การสื่อสารแบบเดิมที่มนุษย์เราใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารเท่านั้น

ปัจจุบัน สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนนับล้านโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างนามหัศจรรย์ แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนก็ยังคงทำหน้าที่เหมือนเดิมเช่นที่เคยปฏิบัติกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ตัวอักษรหรือสัญลักษณ์อียิปต์โบราณ สัญลักษณ์ควันไฟ เสียงกลองได้ถูกส่งผ่านระยะเวลาและระยะทางมาถึงปัจจุบัน สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างอดีตกับปัจจุบันก็คือ ในปัจจุบันผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้พร้อมกันทันทีในเวลาเดียวกัน ถึงแม้ผู้รับสารจะอยู่ในที่ต่าง ๆ กันก็ตาม

อย่างไรก็ตาม สื่อไม่ใช่สาร แต่สารที่ถูกสร้างขึ้นก็อาจมีข้อจำกัด มันอาจจะเข้าใจได้ยาก เพราะสื่อหนึ่งก็มีความแตกต่างไปจากสื่ออื่น มันอาจเสริมสร้างประสบการณ์ของการสื่อสารด้วยการรับรู้ หรือการจินตนาการ โดยไม่มีการเผชิญหน้ากันในระหว่างการสนทนา หรือสารอาจมีความถูกต้องน้อยลงก็ได้ เมื่อสารได้ไปถึงผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม กระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานได้เริ่มต้นขึ้น เมื่อสื่อมวลชนในปัจจุบันถูกใช้ในการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งมันต้องขึ้นอยู่กับ ภาษา ที่ใช้

ถึงแม้เรากำลังอยู่ในยุคของความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่เราก็กังอยู่กับกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่ใช้กันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ผู้รายงานข่าวจะใช้คำใช้ประโยคในหนังสือพิมพ์ หรือทางวิทยุโทรทัศน์อย่างไร จึงจะเป็นภาษาที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเรื่องราวได้ทันที

ความหมายของคำว่า: มวลชน (Mass)

โดยทั่วไปแล้วเราจะเห็นความแตกต่างระหว่างกระบวนการของการสื่อสารมวลชน (process of mass communication) ซึ่งข่าวสาร (information or texts) ถูกเผยแพร่ไปยังประชาชนจำนวนมาก ที่เราเรียกว่า *มวลชน (mass)* และ *สื่อมวลชน (mass media)* ก็คือเครื่องมือที่ใช้ในส่งสารหรือสื่อข่าวสารไปสู่ประชาชนหรือมวลชน

Lazarsfeld และ Kendall ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า *มวลชน* ไว้ว่า มวลชนนั้นควรที่จะใช้สำหรับสื่อด้านวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเหมาะสมกว่าสื่ออื่น ที่เข้าถึงกลุ่มประชากรอย่างไม่เป็นทางการ ความคิดในเรื่องมวลชนนี้ เป็นเพียงแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมวลชนอาจมีความแตกต่างจากการสื่อสารแบบอื่นๆ โดยที่การสื่อสารมวลชนเป็นการส่งสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากกว่าที่จะเป็นการส่งสารถึงคนเพียงคนเดียวหรือสองสามคน หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้ การสื่อสารมวลชนยังมีความหมายถึงการส่งสารโดยใช้เทคโนโลยีบางอย่าง เพื่อให้ข่าวสารไปถึงผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน

Friedson ได้โต้แย้งการให้ความหมายของคำว่า มวลชน (mass) ของ Lazarsfeld และ Kendall ว่ายังมีไม่มากพอ ดังนั้น เขาจึงได้ให้ความหมายของคำว่า มวลชน เพิ่มเติมขึ้นมาใน 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้:

1. ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน เพราะมาจากกลุ่มที่มีความแตกต่างกันในสังคม
2. ผู้รับสารแต่ละคนไม่รู้จักซึ่งกันและกัน
3. ผู้รับสารอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน ไม่สามารถมีปฏิกริยาหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกันได้
4. ไม่มีหัวหน้ากลุ่มในมวลชน และถ้าเป็นองค์กร ก็เป็นองค์กรที่มีความอิสระมาก

Herbert Blumer นักสังคมวิทยา ได้ให้ความหมายของคำว่า มวลชน ไว้ดังนี้:

มวลชน ไม่ใช่องค์กรทางสังคม ไม่มีขนบธรรมเนียมประเพณี ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์ ไม่มีพิธีการ ไม่มีความรู้สึกต่อกัน ไม่มีโครงสร้าง ไม่มีบทบาท ไม่มีหัวหน้ากลุ่ม แต่เป็นเพียงกลุ่มคน ซึ่งแยกกันอยู่ โดยไม่ระบุชื่อว่าเป็นใคร

นอกจากความหมายต่าง ๆ ของคำว่า มวลชน ที่มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ไว้แล้ว ยังมีความหมายอื่นอีกที่จะกล่าวถึง และเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วย ซึ่งส่งสารไปยังคนจำนวนมากโดยใช้สื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง มวลชนในที่นี้ เกี่ยวข้องกับสารสำหรับคนจำนวนมาก และเผยแพร่โดยสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง แตกต่างจากสารเฉพาะตัว เช่นใน จดหมาย หรือในการสนทนากันทางโทรศัพท์ รายการโทรทัศน์ต่างก็มีผู้รับชมจากที่ต่าง ๆ จากเครื่องรับหลาย ๆ เครื่อง โดยการที่มีผู้ชมรายการมากเท่าใด จะขึ้นอยู่กับรายการที่เผยแพร่อยู่ด้วย

ความหมายของคำว่า: การสื่อสาร (Communication)

การสื่อสาร โดยทั่วไปหมายถึง การติดต่อสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือไปยังคนอีกกลุ่มหนึ่ง ในการสื่อสารจะไม่คำนึงถึงกระบวนการ แต่คำนึงถึงสาร(message) ที่ถูกส่งมามากกว่า

Claude Shannon ได้กล่าวถึงการส่งข่าวสารในการสื่อสารว่า ต้องมีหลักในเรื่องของความไม่แน่นอนในสารที่ถูกผลิต ตัวอย่างคือ ถ้าคุณรู้ก่อนว่าเพื่อนกำลังจะพูดอะไร ก่อนที่เขา

จะพูดออกมา แสดงว่าเพื่อนไม่มีเทคนิควิธีในการที่จะพูด หรือในการส่งข่าวสารเลย เราจึงควรศึกษาถึงความแตกต่างของทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการสื่อสารว่าคืออะไรและเราจะรับข่าวสารได้อย่างไร

คำว่า *communication* และ *community* มาจากรากศัพท์ภาษาลาติน ซึ่งเหมือนกับคำว่า *common- communis* ลักษณะที่เหมือนกันนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เราเข้าใจกระบวนการสื่อสารได้ใน 2 ระดับ คือ ระดับที่หนึ่ง คุณลักษณะของกระบวนการสื่อสารควรจะมีมากกว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในสิ่งที่เหมือนกัน เช่น ประสบการณ์ที่ผ่านมา ค่านิยม และความเชื่อ สิ่งเหล่านี้ก็คือคุณลักษณะของชุมชนของแต่ละบุคคลด้วย ระดับที่สอง กระบวนการสื่อสารมวลชนต้องการการเข้ารหัส(*encoding* โดยผู้ส่งสาร และถอดรหัส(*decoding*) โดยผู้รับสาร ซึ่งสามารถทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ เพียงผู้ที่มีส่วนร่วมเข้าใจในการเข้ารหัสและถอดรหัสร่วมกัน และสิ่งที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันก็คือ **ภาษา**

ระดับของการสื่อสาร (Levels of Communication)

การที่เราจะเข้าใจในสื่อมวลชน สิ่งแรก คือ มันเป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจกระบวนการสื่อสารก่อน เพราะการสื่อสาร คือ การปฏิบัติการส่งความคิดและทัศนคติ จากคน ๆ หนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง การเขียนจดหมายถึงกัน และการพูดคุยกัน คือ 2 วิธีการที่ใช้สำหรับการสื่อสารของมนุษย์ นอกจากนี้ เรายังสื่อสารกันด้วยกิริยาท่าทาง การเคลื่อนไหวร่างกาย หรือแม้กระทั่งการกระพริบตา ก็เป็นการสื่อสารของมนุษย์ทั้งสิ้น (Shirley Biagi, 1996 : 6)

มนุษย์เราสื่อสารกันด้วยวิธีการที่สามารถจำแนกการสื่อสารออกเป็นระดับต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ :

- การสื่อสารส่วนบุคคล (*Intrapersonal communication*)
- การสื่อสารระหว่างบุคคล (*Interpersonal communication*)
- การสื่อสารกลุ่มย่อย (*Small group communication*)
- การสื่อสารมวลชน (*Mass communication*)

การสื่อสารส่วนบุคคล (Intrapersonal communication) คือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย ในตัวของเราเอง ได้แก่ การที่เราพูดกับตัวเอง เราจะไม่พูดเสียงดังกับตัวเอง เมื่อเราคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราก็จะพูดกับตัวเราเอง เรื่องราวหรือเนื้อหาของการสื่อสารส่วนบุคคล จะประกอบด้วยความคิด (thought) สื่อกลางหรือช่องทางของการสื่อสารส่วนบุคคลนี้คือระบบประสาทที่ผ่านความคิดซึ่งผ่านกระบวนการในสมอง

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) คือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่ง หรือกับคนอื่นที่มีจำนวนไม่มากนัก บางครั้งผู้ส่งสารมีความคุ้นเคยกัน เช่นในงานเลี้ยงสังสรรค์ แต่บางครั้งก็ไม่เป็นเช่นนั้น เมื่อคนแปลกหน้าพูดอยู่บนถนน บนรถโดยสาร หรือในห้างสรรพสินค้า สื่อกลางในกรณีนี้ คือคลื่นอากาศ และเนื้อหา ก็คือสิ่งที่ได้พูด และพูดอย่างไร สิ่งสำคัญในการสื่อสาร คือ การใช้วัจนภาษา (nonverbal) ผ่านทางภาษาท่าทาง การแสดงสีหน้า เสื้อผ้า และสิ่งอื่น ๆ

การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small group communication) คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับคนจำนวนหนึ่งที่ทำกรสื่อสาร เช่น การบรรยายในห้องเรียน หรือการแสดงสุนทรพจน์ในการรวมตัวเป็นกลุ่มของประชาชน โดยใช้ภาษาและการพูด เช่นเดียวกับการใช้วัจนภาษา (nonverbal) ในการสื่อสาร

การสื่อสารกลุ่มย่อยจะเกิดขึ้นเมื่อมีคนกลุ่มย่อยมารวมตัวกันเพื่อที่จะแก้ปัญหา ในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกัน สมาชิกของกลุ่มย่อยนี้ควรมีจำนวนไม่มากนัก เพื่อทุกคนจะได้มีโอกาสพูดคุยกัน ได้ถ้วนหน้า (Saundra Hybels & Richard L. Weaver II, 1989:19)

การสื่อสารมวลชน (Mass communication) คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ เพื่อทำการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ หรือทั่วโลก ผู้รับสารของการสื่อสารมวลชน อาจเป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากน้อยแตกต่างกันไป หรืออาจจะเป็นคนเพียงคนเดียวก็ได้ ปัจจัยสำคัญที่แตกต่างกันในสื่อการสื่อสารมวลชน คือ ภาพลักษณ์

ภาษาพูด ภาษาเขียน เสียงประกอบ ดนตรี สี แสง และเทคนิคต่าง ๆ ที่ถูกใช้ในการสื่อสาร
เนื้อหา และในผลที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะ

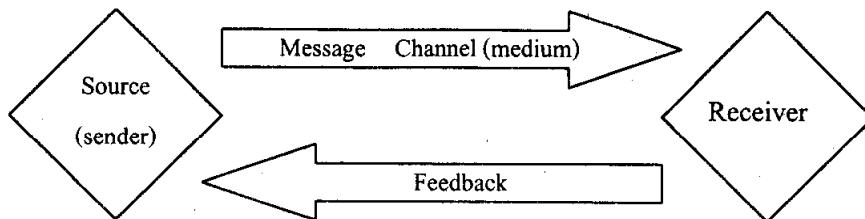
ปัจจุบัน สื่อสารมวลชนมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเรามาก เราใช้เวลามากเท่าใดใน
การชมรายการโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร ฯลฯ สินค้าทั้งหลายที่เรา
ซื้อ คิดหรือไม่ว่าเราได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งที่เราเห็น สิ่งที่เราได้ยิน หรือสิ่งที่ได้อ่านมาจากสื่อ
มวลชน

สื่อสารมวลชนเป็นแหล่งที่สำคัญของข่าวสารและความบันเทิงสำหรับเรา ทุกวันนี้เราอยู่
โดยที่มีสื่อสารมวลชนล้อมรอบอยู่ การทำความเข้าใจสื่อมวลชนว่ามีผลกระทบต่อสื่อสาร
อย่างไรเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับเราทุกคน (Anita Taylor, Teresa Rosegrant, Arthur Meyer,
and Thomas Samples, 1977:427)

Shirley Biagi, (1996:6) ได้อธิบายถึงการสื่อสารมวลชนว่า คือ การสื่อสารจาก
คน ๆ หนึ่ง หรือคนกลุ่มหนึ่ง ผ่านเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร (สื่อกลาง) ไปยังผู้รับสารกลุ่มใหญ่
(large audience)

การอธิบายกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass communication process) นักวิชาการ
ได้แสดงแผนภูมิที่จะนำสิ่งที่เกิดขึ้น เมื่อคนเราส่งสารไปให้อีกคนหนึ่ง ลักษณะเช่นนี้ เริ่มด้วย
ขั้นตอนต่อไปนี้ : ผู้ส่งสาร (sender), สาร (message), ผู้รับสาร (receiver), ช่องทางการสื่อ
สาร (channel), ปฏิกริยาโต้ตอบ (feedback)

แผนภูมิแสดงกระบวนการสื่อสารมวลชน



Source : media/Impact, 1996: 6

ถ้าคุณกำลังยืนอยู่ตรงหน้าคน ๆ หนึ่ง และคุณพูดว่า “ฉันชอบหมวกของคุณ” การสนทนาแบบธรรมดานี้ คุณคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สารก็คือ “ฉันชอบหมวกของคุณ” และบุคคลที่อยู่ตรงหน้าคุณ คือ ผู้รับสาร (Receiver or audience) นี่คือตัวอย่างของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ส่งสาร สาร และ ผู้รับสาร

ในการสื่อสารมวลชน ผู้ส่งสาร (Sender or Source) ซึ่งทำหน้าที่ส่งสาร (message) อาจเป็นบริษัทเคเบิลทีวีท้องถิ่น ส่งสารผ่านช่องทาง (channel) ที่อาจเป็นสายเคเบิลที่ติดอยู่ที่ข้างหลังเครื่องรับโทรทัศน์ ส่วนสื่อกลาง (medium/media) คือวิถีทางที่สารมาถึงผู้รับสาร ดังนั้น โทรทัศน์ของคุณ คือ สื่อกลางที่นำสารมาถึงคุณได้ในทันทีทันใด

ปฏิกิริยาโต้ตอบ (feedback) เกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารส่งสารกลับไปให้ผู้ส่งสาร เช่น บริษัทเคเบิลทีวีเป็นผู้ส่งสาร (sender/source) ลงโฆษณาโฆษณา เป็นสาร (message) ผ่านสายเคเบิลทีวี เป็นช่องทาง (channel) ไปยังโทรทัศน์ของคุณ (medium-สื่อกลาง) การส่งโฆษณาและนำโฆษณามาให้คุณ คือปฏิกิริยาโต้ตอบ (feedback) กระบวนการเช่นนี้ เป็นวงจรของการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบของผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นกระบวนการของการสื่อสารมวลชน

คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน

(Characteristics of Mass Communication)

คุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการที่สำคัญของ การสื่อสารมวลชน มีดังต่อไปนี้:

1. สารถูกส่งออกไป โดยใช้รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุโทรทัศน์
2. สารถูกส่งไปอย่างรวดเร็ว
3. สารถูกส่งไปยังกลุ่มคนจำนวนมากซึ่งมีความแตกต่างกัน ในเวลาเดียวกัน หรือภายในระยะเวลาสั้น ๆ

การสนทนาทางโทรศัพท์ระหว่างคน 2 คนไม่เข้าลักษณะของการสื่อสารมวลชน แต่ถ้าเป็นสารจากประธานาธิบดีสหรัฐที่ถ่ายทอดไปพร้อม ๆ กันโดยเครือข่ายโทรทัศน์ทั้งหมด จะเป็นลักษณะของการสื่อสารมวลชน

สื่อมวลชนทำหน้าที่ส่งสารไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ธุรกิจทางด้านสื่อมวลชนในอเมริกา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ธุรกิจเทปเพลง หนังสือ สิ่งเหล่านี้เป็นอุตสาหกรรมสื่อมวลชน (Shirley Biagi, 1996: 6-7)

Charles Wright นักวิชาการที่มีชื่อเสียงในด้านสื่อมวลชนคนหนึ่งได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน ซึ่งขึ้นกับปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ดังต่อไปนี้:

1. ลักษณะของผู้ส่งสารมวลชน
2. ลักษณะของผู้รับสารมวลชน
3. ลักษณะของประสบการณ์ภูมิหลังของการสื่อสารมวลชน

1. ลักษณะของผู้ส่งสารมวลชน

(The Nature of Mass Communicator)

การสื่อสารมวลชน มีลักษณะของการดำเนินงาน ในรูปแบบของการเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้ส่งสาร จึงไม่ได้เป็นใครคนใดคนหนึ่งทำงานเพียงคนเดียว แต่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่ทำงานในองค์กรขนาดใหญ่ มีโครงสร้างองค์กรที่ซับซ้อน มีค่าใช้จ่ายสูงมาก เช่น องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย บริษัทกันทนา บริษัทอาร์เอสโปรโมชัน บริษัทแกรมมี่เอ็นเทอร์เทนเมนท์ เป็นต้น

2. ลักษณะของผู้รับสารมวลชน (The Nature of Mass Audience)

ผู้รับสารมวลชน มีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- 2.1 ผู้รับสารมีจำนวนมาก ไม่สามารถกำหนดลงไปตายตัวได้ว่า จำนวนผู้รับสารจะเป็นร้อย เป็นพัน เป็นหมื่น หรือเป็นล้าน แต่มีหลักเกณฑ์ที่นำ

มาใช้ตัดสินว่า จำนวนผู้รับสารมีลักษณะที่จะเป็นผู้รับสารมวลชนได้ ถ้าผู้รับสารจำนวนหนึ่งมีส่วนในกิจกรรมการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่ง โดยที่ไม่สามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบได้ในทันที ก็ถือว่าเป็นลักษณะของผู้รับสารมวลชน

- 2.2 ผู้รับสารมีลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน ในการสื่อสารมวลชน มีการส่งสารแพร่กระจายไปทั่ว มีผู้รับสารจำนวนมากมาย หลากหลาย จึงต้องมีความแตกต่างกันได้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความแตกต่างกันในเรื่องอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางสังคม ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และ ศาสนา เป็นต้น
- 2.3 ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่รู้จักกัน ผู้ส่งสารและผู้รับสารมวลชน ไม่รู้จักกัน ในขณะที่ผู้ส่งสาร ส่งสารไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมาก โดยไม่ได้เจาะจงว่าจะส่งสารให้ผู้รับสารคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ

3. ลักษณะของประสบการณ์ภูมิหลังของการสื่อสารมวลชน

(The Nature of Mass Communication Experience)

ประสบการณ์ภูมิหลังของการสื่อสารมวลชน มีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- 3.1 มีความเกี่ยวข้องกับสาธารณชน (Public) การสื่อสารมวลชน มีความเกี่ยวข้องกับสาธารณชน ไม่ใช่เรื่องส่วนตัว หรือเกี่ยวกับใครคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ เนื้อหาของสารเป็นเรื่องสำหรับสาธารณชน
- 3.2 มีความเร่งด่วน (Rapid) สารในการสื่อสารมวลชน จะต้องส่งไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ในเวลาพร้อมกัน อย่างรวดเร็ว การผลิตสารจึงต้องทำงานแข่งกับเวลา
- 3.3 ไม่ยั่งยืนถาวร (Transient) สารในการสื่อสารมวลชน มีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน เพราะสารในการสื่อสารมวลชนจะต้องผลิตขึ้นใหม่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ มีความใหม่ สดเสมอ ดังนั้น สารใหม่ ๆ จึงต้องผลิตขึ้นเพื่อแทนสารเก่า ๆ ซึ่งล้าสมัยไปแล้ว

คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน ในทัศนะของนักวิชาการที่มีชื่อเสียงอีกคนหนึ่ง คือ Dennis McQuail ซึ่งได้อธิบายไว้ดังต่อไปนี้:

1. เป็นองค์กรที่มีโครงสร้างซับซ้อน การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ การผลิตหนังสือพิมพ์ การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หรือการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ต้องมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูงมาก และลักษณะการดำเนินการ เป็นองค์กรที่มีรูปแบบเป็นทางการ

2. ผู้รับสารมีจำนวนมาก ผู้รับสารของการสื่อสารมวลชน มีจำนวนมากกว่าการสื่อสารประเภทอื่น ๆ

3. การสื่อสารมวลชนเป็นเรื่องของสาธารณชน เนื้อหาของสาร เป็นเรื่องราวสำหรับคนส่วนใหญ่ในสังคม ไม่ได้เจาะจงว่าเป็นใคร เพราะไม่ใช่เรื่องเฉพาะบุคคล

4. ผู้รับสารของการสื่อสารมวลชนมีลักษณะหลากหลาย ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน อาจแตกต่างกันในด้านวัฒนธรรม ฐานะทางสังคม ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ การศึกษา สภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

5. ผู้รับสารมีจำนวนมาก ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชน สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ที่อยู่กระจัดกระจายตามที่ต่าง ๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

6. ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่รู้จักกัน ในกระบวนการสื่อสารมวลชน ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือรู้จักกันเป็นส่วนตัว

7. ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนมีลักษณะร่วมกันทางสังคม สมาชิกของกลุ่ม แต่แต่ละคนมีความร่วมกัน เช่น มีความสนใจในสารร่วมกัน มีการแสดงออกต่อสารเหมือนกัน เพื่อวัตถุประสงค์ต่อสิ่งหนึ่งร่วมกัน

แบบจำลองของลาสเวลล์ (Lasswell's Communication Model)

แบบจำลองของการสื่อสารมีอยู่หลายรูปแบบที่ถูกสร้างขึ้นโดยนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ แบบจำลองที่ดีมีชื่อเสียงโด่งดังแบบหนึ่ง ได้อธิบายความหมายโดยนักรัฐศาสตร์ที่ชื่อ ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell, 1948) แบบจำลองของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า สูตรของลาสเวลล์ (Lasswell formula) ซึ่งประกอบด้วย:

Who (ใคร)

Says what (พูดอะไร)

In which channel ? (ในช่องทางใด)

To whom (กับใคร)

With what effect ? (มีผลอะไร)

McQuail & Windahl (1993) ได้กล่าวถึงสูตรของ Lasswell โดยแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติเฉพาะของแบบจำลองการสื่อสารในรุ่นก่อน ๆ ที่ผู้ส่งสารมีความตั้งใจบางอย่างที่จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารจึงถูกจัดให้เป็นกระบวนการที่โน้มน้าวใจ (persuasive process) และสันนิษฐานได้ว่า สารนั้นย่อมบังเกิดผลตามมาเสมอ

Lasswell ก็เหมือนกับนักทฤษฎีรุ่นก่อนๆ ที่ไม่ได้คิดถึงในเรื่องของการมีปฏิริยาโต้ตอบ (feedback) ในการสื่อสาร แบบจำลองของลาสเวลล์ เป็นแบบการสื่อสารทางเดียว (one way communication) เกิดจากการที่ใครบางคนที่เป็นผู้ส่งสารได้พูดบางสิ่งบางอย่างไปยังผู้ที่เป็นผู้รับสาร และได้รับผลกระทบจากสารนั้น โดยไม่คำนึงถึงการมีปฏิริยาโต้ตอบ

แบบจำลองของเกิร์บเนอร์ (GERBNER'S Model of Communication)

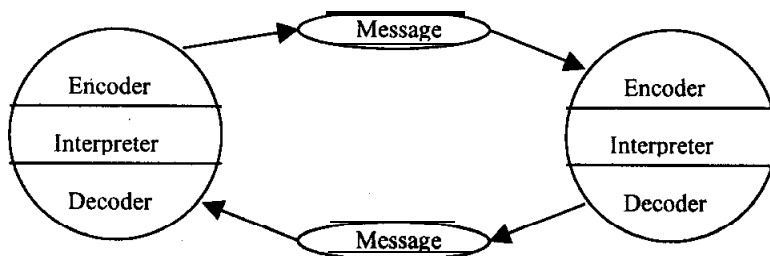
จอร์จ เกิร์บเนอร์ (George Gerbner) ได้พัฒนาแบบจำลองบางส่วนของ lasswell ออกมาเป็นรูปแบบดังนี้:

1. Someone (คน ๆ หนึ่ง)
2. perceives and event (รับรู้เหตุการณ์)
3. and reacts (มี ปฏิริยา)
4. in a situation (ในเหตุการณ์)
5. through some means (โดยผ่านความหมายบางอย่าง)
6. to make available materials (ที่ทำให้ข้อมูลเป็นไปได้)
7. in some form (ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง)
8. and context (และสิ่งแวดล้อม)

9. conveying content (เพื่อนำเนื้อหา)
10. with some consequence (ด้วยผลที่เกิดขึ้นภายหลัง)

Gerbner ได้พัฒนาแผนภูมิที่มีความซับซ้อนในรูปแบบจำลองของเขา โดยขยายความมาจากสูตรของลาสเวลล์ ซึ่ง Gerbner ได้เน้นถึงความเข้าใจและการมีปฏิริยาโต้ตอบโดยผู้รับสารและผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้น

แบบจำลองของออสกู๊ด-ชเรมม์ (The Osgood-Schramm Circular Model)



The Osgood-Schramm Circular Model)

แบบจำลองที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในเรื่องของการมีปฏิริยาโต้ตอบในกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ แบบจำลองของออสกู๊ด-ชเรมม์ (The Osgood-Schramm circular model) ซึ่งได้จุดประกายความสนใจ ในการเข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารของแต่ละบุคคล ในแบบจำลองนี้เราจะเห็นว่าผู้ส่งสารอาจเป็นจะผู้รับสารได้ด้วย เมื่อมีปฏิริยาโต้ตอบ (feedback) และการเข้ารหัส (encoding) ในที่นี้ หมายถึงการใส่ความหมายในสารที่สามารถเข้าใจได้และส่งไปยังผู้รับสาร ส่วนการถอดรหัส (decoding) หมายถึงการถอดรหัสสารที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสของความหมายไว้ เมื่อผู้รับสารได้รับสารแล้ว จะทำการแปลรหัสของความหมายของสารนั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ส่งสารเข้ารหัสความคิดของตนออกมาเป็นภาษา แล้วพุดส่งไปให้ผู้รับสาร ผู้รับสาร จะทำการถอดรหัสคำพุดที่ผู้ส่งสารส่งมาให้ แล้วแปลความหมาย เพื่อให้เข้าใจตามที่ผู้ส่งสารส่งมา

แมคควอล และวินดาห์ล (McQuail & Windahl, 1993) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของแบบจำลองของออสกูต-ชแรมม์ (Osgood-Schramm model) ไว้ดังนี้:

แบบจำลองนี้ เป็นแบบจำลองที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน จากการสื่อสารแบบเดิม ๆ ที่เป็นการสื่อสารทางเดียว แบบจำลองของออสกูต-ชแรมม์ นี้ เป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากในการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ไม่เหมาะสำหรับการสื่อสาร ที่ไม่มีปฏิกิริยาโต้ตอบ (feedback) หรือมีแต่ก็น้อยมากอย่างเช่น การสื่อสารในการสื่อสารมวลชน

ผลงานต่อ ๆ มาของชแรมม์ (Schramm) เขาได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทฤษฎีของเขา เพื่อให้มีความเหมาะสมกับการสื่อสารมวลชนมากขึ้น (ARTHUR ASA BERGER, 1995 :11-17)