

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรุนแรง

เมื่อคนดูชมความรุนแรงที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์นั้น มีส่วนในการสนับสนุนพฤติกรรมที่รุนแรงต่อคนดูได้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในลักษณะ 2 ประการ แม้แต่กับคนซึ่งไม่เคยแสดงพฤติกรรมรุนแรงออกมาก็มีผลกระทบได้หากรับชมความรุนแรงใน 2 กรณีสำคัญ คือ

ประการแรก Donnerstein, Slaby, & Eron (1994) กล่าวว่าการดูสื่อที่มีความรุนแรงเป็นระยะเวลาานสามารถนำสู่ความรู้สึกที่ชาชิน (desensitization) ต่อความรุนแรงในชีวิตจริงหรือต่อเหยื่อของความรุนแรงที่เกิดตรงหน้า ซึ่งมีผลให้เกิดความกระด้างต่อความรุนแรงที่เกิดขึ้นและลดท่าทีของพฤติกรรมการยื่นมือเข้าช่วยเหลือผู้เคราะห์ร้ายเมื่อเกิดเหตุการณ์รุนแรงขึ้น Linz, Donnerstein, & Pennod, 1988 ยังกล่าวว่า เมื่อคนดูมีอารมณ์ความรู้สึกที่สบายใจต่อเนื้อหาสาระที่รุนแรงแล้วนั้น ก็สามารถจะประเมินสื่อรุนแรงในทางที่ชื่นชอบมากยิ่งขึ้นด้วย

ประการที่ 2 คนดูสื่อที่มีความรุนแรงนั้นสามารถเพิ่มความรู้สึกกลัวที่จะกลายเป็นเหยื่อของความรุนแรง ซึ่งเป็นการเพิ่มพฤติกรรมในการปกป้องตัวเองมากขึ้นและเพิ่มความรู้สึกไม่ไว้วางใจผู้อื่นเพิ่มขึ้นด้วย การวิจัยของ Grebner and his colleagues, 1986 ได้แสดงให้เห็นว่าคนดูสื่อที่รุนแรงมาก ๆ นั้น มีการรับรู้ (perception) ในสังคมที่เป็นจริงว่าเหมือนกับสิ่งที่สื่อนำเสนอออกมา และมองสังคมว่ามีแต่อาชญากรและเต็มไปด้วยอันตรายจนกลัวที่จะเดินคนเดียวในย่านบ้านของตัวเอง (อ้างถึงใน Santa Barbara Study, 1994-1995)

และผลจากการวิจัยต่างๆในรอบ 30 ปี นั้นมีการตอกย้ำสูงในผลการวิจัยที่ค้นพบผลกระทบหลัก 3 ประการที่สะท้อนออกมาจากสื่อที่รุนแรง นั่นคือ

ประการแรก มีการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมรุนแรงจากการเรียนรู้และเลียนแบบ (Learning and Imitation) ประการที่สอง คือมีการเพิ่มขึ้นของการชาชินหรือกระด้างต่อความรุนแรงที่กำลังเกิดกับคนอื่น และประการสุดท้าย คือการเพิ่มขึ้นของความกลัว (fearfulness) ต่อการตกเป็น

เหยื่อของความรุนแรง ซึ่ง Gerbner ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "หวาดกลัวโลก" (mean world syndrome)

และเมื่อพูดถึงความหมายของคำว่า "รุนแรง" ได้มีบุคคลต่าง ๆ นิยามความหมายความรุนแรงไว้มากมาย เช่น

Gerbner (1980) ได้ให้ความหมายของความรุนแรงในโทรทัศน์ โดยเน้นความรุนแรงที่เกิดจากการกระทำหรือการข่มขู่ทางร่างกายไว้ว่า เป็นอำนาจทางร่างกายที่แสดงออกอย่างเปิดเผย (ด้วยอาวุธหรือปราศจากอาวุธ) เพื่อต่อต้านตนเองหรือคนอื่น จากการกระทำที่บีบบังคับทางร่างกายมากเกินไปนั้นก่อให้เกิดบาดแผล ด้วยการทำให้เจ็บ หรือ ตายในทันที

Potter and his colleagues (1995) ให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นการกระทำใดใดที่เอื้อต่อการดูหมิ่นจิตใจ สังคม หรือลักษณะทางอารมณ์ เหยื่อของความรุนแรงอาจเป็นบุคคล หรือ ไม่ใช่บุคคล (เช่น สัตว์ สิ่งของ หรือ สังคม) และนอกจากนี้ ตัวผู้กระทำก็อาจตกอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งข้างต้น (อ้างถึงใน Santa Barbara Study, 1994-1995)

Otto N. Larsen (1968) ได้กล่าวถึงความหมายความรุนแรงในลักษณะ 3 ประการ คือ

- ลักษณะทางจิตวิทยา : เป็นการระบายโดยแสดงออกถึงอำนาจหรือการบังคับ แสดงถึงความไร้เหตุผล และรูปแบบแห่งการฆาตกรรม

- ลักษณะทางศีลธรรม : การล่วงละเมิดทรัพย์สินและเสรีภาพของบุคคลอื่น

- ลักษณะทางการเมือง : การบังคับข่มขู่อำนาจ หรือใช้อำนาจไปทางที่ผิดไปสู่จุดจบที่ต้องห้าม

การให้ความหมายของบุคคลต่างๆข้างต้น แม้จะมีแนวคิดที่แตกต่างกันไป แต่ในความหมายโดยรวมนั้นมีความใกล้เคียงกันมาก โดยมักเน้นไปที่การทำร้ายร่างกายให้เกิดการเจ็บปวดหรือเกิดบาดแผล หรือตาย ซึ่งอาจรวมหรือไม่รวมความรุนแรงต่อทรัพย์สิน อารมณ์หรือต่อจิตใจเข้าไว้ด้วย ซึ่งแล้วแต่ว่าใครจะมองความรุนแรงในมิติไหนและอยู่ในบริบทแบบใดด้วย และจากผลกระทบที่มาจากการศึกษาต่างๆข้างต้น แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมรุนแรงที่เกิดขึ้นจากการดูสื่อรุนแรงทางโทรทัศน์ ซึ่งโฆษณาก็เป็นสื่อทางโทรทัศน์ที่มีความรุนแรงด้วยเช่นกัน และอาจเกิดผลกระทบต่อคนดูในลักษณะหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

จุดยืนของทฤษฎีนี้มองว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นจะอยู่ในรูปแบบใดและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนคืออะไรนั้น จะมองอิทธิพลที่เกิดขึ้นในระยะยาว [Longterm Effect] ที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชน และจะพิจารณาบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะตัวแทนแห่งการเรียนรู้ [Agent of socialization] ที่ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสิ่งต่างๆ ให้แก่สมาชิกในสังคม

• Bandura (1994) ได้กล่าวว่า การลอกเลียน (Immitate) สื่อที่มีความรุนแรงนั้นเป็นต้นแบบในการนำมาอธิบายถึงทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ซึ่งหลักการคือการเรียนรู้ที่เกิดจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่น (observational learning) แล้วจึงนำมาทำตามตัวแบบอย่างที่เราเรียกว่า "เลียนแบบ" เพราะลักษณะของตัวละครในนวนิยาย ในโทรทัศน์ ในภาพยนตร์ และกระทั่งในวิดีโอเกมส์นั้นมักจะใช้ความรุนแรงในการแก้ไขปัญหาของพวกเขา เด็กๆ อาจจะเรียนรู้ได้ว่าพฤติกรรมความรุนแรงนั้นมีประโยชน์ และเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการรับมือกับปัญหา ในทางจิตวิทยาแยกการเลียนแบบออกเป็น *1.Imitation* คือการแสดงปฏิกิริยาทำทางออกมาอย่างตรงๆ เป็นการเลียนแบบภายนอกอย่างผิวเผิน เช่น เด็กวัยรุ่นลุกขึ้นมาแต่งตัวตามอย่างนักร้องที่เขาชื่นชอบ และ *2.Identification* เป็นการเลียนแบบที่เน้นทางด้านจิตใจ โดยผู้เลียนแบบมีความต้องการบางอย่างทางจิตใจที่จะเป็นเหมือนตัวต้นแบบ และจะเลือกเอาคุณลักษณะบางประการของตัวต้นแบบมาเป็นของตน

Bandura (1979) ยังได้กล่าวถึงกระบวนการเบื้องต้นของการเรียนรู้ทางสังคมที่เกิดจากสื่อที่มีความรุนแรงนั้น ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่สำคัญคือ *1.Attentional Process* ว่าด้วยพฤติกรรมความรุนแรงของตัวแสดงนั้นจะต้องมีการแสดงออกมาให้เห็น ให้อ่านได้ หรือสามารถยินเสียงได้ *2.Retention Process* คือ การเก็บจำพฤติกรรมความรุนแรงนั้นไว้ในกระบวนการรู้ (Cognitive) *3.Production Process* คือ ผู้เรียนรู้ต้องมีลักษณะความเป็นไปได้ที่จะกระทำตามแบบอย่าง *4.Motivational Process* คือ ผู้เรียนรู้ต้องมีความปรารถนาอย่างเต็มที่ หรือมีความต้องการที่จะแสดงพฤติกรรมที่รุนแรงออกมาให้เห็น (Michael B.Salwen, Don W. Stacks, 1996 : 197)

Bandura [1971] ได้รวบรวมวิธีการเรียนรู้ทางสังคมจะเกิดขึ้นได้โดยผ่านตัวแทนจากสื่อมวลชนเอาไว้ด้วยกัน 3 แบบ คือ (กาญจนา แก้วเทพ , 2541 :188-189)

-Observation learning ผู้เปิดรับสื่อทุกชนิดย่อมรู้จักแบบแผนใหม่ๆ ของการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาจากการนำเสนอของสื่อ

- Inhibitory effect การได้เห็นตัวต้นแบบถูกลงโทษ เนื่องจากการกระทำ . ช่วยลดแรงจูงใจของผู้เลียนแบบที่จะทำตามให้ลดน้อยลง
- Disinhibitory effect การให้แบบอย่างของตัวต้นแบบที่ได้รับรางวัลเนื่อง . แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคมห้ามมิให้ฝ่าฝืน ก็สามารถทำให้ผู้ชมเลียนแบบกระทำพฤติกรรมสวนกระแสสังคมให้มากขึ้นได้

การได้เรียนรู้ด้วยประสบการณ์โดยตรงและโดยอ้อมผ่านการสังเกตจากตัวแบบของสื่อมวลชนนั้น ผู้สังเกตการจะได้เรียนรู้พฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งอาจจะเป็นพฤติกรรมที่ได้รับรางวัลหรืออาจเป็นพฤติกรรมที่ถูกลงโทษในเวลาต่อมา ซึ่งความหมายโดยนัยนั้นคือพฤติกรรมของมนุษย์ส่วนใหญ่มักจะถูกชี้นำไปข้างหน้าเพื่อมุ่งหวังซึ่งรางวัล และจากการทดลองของ Bandura และเพื่อน (1971) ที่ทำการทดลองในเด็กและผู้ใหญ่ถึงการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่โดยการสังเกตจากตัวต้นแบบ ซึ่งมีทั้งผู้ได้รับรางวัลและได้รับการลงโทษเนื่องจากพฤติกรรมก้าวร้าว โดยหลังจากการดูตัวต้นแบบความก้าวร้าวที่มีลักษณะตอกย้ำไปในทางบวกนั้น ผู้สังเกตการจะมีพฤติกรรมที่ค่อนข้างไปในทางลักษณะเดียวกันตัวต้นแบบ จากการทดลองชี้ให้เห็นว่าการดูตัวต้นแบบที่มีพฤติกรรมก้าวร้าว นั้นไม่สามารถห้ามการเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวได้ เมื่อเผชิญหน้ากับสิ่งเร้าโอกาสที่พฤติกรรมใหม่จะแสดงออกมาจะมีสูงกว่าพฤติกรรมอื่น (UCLA, Santa Barbara Study 1994-1995 :11-12) กรณีที่เห็นได้ชัดจากโฆษณาสเปรย์ระงับกลิ่นกายยี่ห้อหนึ่งซึ่งเป็นเหตุชักจูงให้เด็กชายไทยอายุเพียง 10 ขวบ ถึงกับแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวทางเพศต่อเพื่อนนักเรียนหญิงด้วยกัน (อ้างแล้วใน กรุงเทพฯธุรกิจ, 2542 : 2)

Berkowitz และคณะได้ให้ข้อเสนอว่า ผลกระทบของสื่อที่นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีอายุสั้น ได้อธิบายถึงความเกี่ยวข้องถึงทฤษฎีการเรียนรู้ (cognitive theory) ว่าเมื่อคนได้เห็นเหตุการณ์ผ่านสื่อ ความนึกคิดจะถูกกระตุ้นให้เกิดความหมายที่แตกต่างขึ้นในสมอง และเกิดความเป็นไปได้ที่จะเชื่อมสัมพันธ์ได้กับองค์ประกอบทางปัญญา จากนั้นจะส่งผลกลับลงมาที่ใจ (mind) กระบวนการกระตุ้นความคิดนี้ เรียกว่า Priming effect ตัวอย่างเช่น ความคิดที่ก้าวร้าวมาจากการดูความรุนแรงที่สื่อนำเสนอมีโอกาสที่จะปลุก (Prime) ความหมายอื่นที่แตกต่าง แต่สัมพันธ์กับความนึกคิดของเรา และจากความคิดที่สะสมเพิ่มพูนขึ้นเรื่อยๆนั้นจะถูกส่งลงมาที่ใจซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความก้าวร้าว ที่จะมีการสนองกลับออกมาในรูปแบบต่างๆกัน

เรื่องราวของพฤติกรรมก้าวร้าว นั้นสามารถถูกถอดรหัสออกมาได้ในความทรงจำ และเก็บงำไว้ ซึ่งมักต้องเป็นลักษณะที่สะดุดตาสะดุดใจและถ้าผู้ชมตระหนักรู้ได้ว่าการกระทำที่ก้าวร้าว

นั้นอยู่ในลักษณะของความไม่จริง (unrealistic) ก็จะมี ความตั้งใจในการรับ น้อยกว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวของผู้นดู และวิจัยล่าสุดเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงทางโทรทัศน์ได้ตอกย้ำความตระหนักไว้ในเรื่องความเป็นจริง(reality) ที่เป็นปัจจัยในการเกิดการเลียนแบบ และจากการทดสอบของ Huesman et al., (1984) พบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ชมสื่อที่มีความรุนแรงกับความก้าวร้าว นั้น มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในเด็ก ซึ่งเชื่อว่าความรุนแรงที่เห็นนั้นก็คือตัวแทนในชีวิตจริง (UCLA,Santa Barbara Study 1994-1995 :12-13)

- เช่นเดียวกับเนื้อหาโฆษณาในปัจจุบันที่มีลักษณะการสร้างสรรคที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งลักษณะของการสร้างสรรคโฆษณาคือความไม่จริงที่ทำให้คนเชื่อได้ว่าจริง สังเกตจากการเลียนแบบคำพูดฮิตติดปากหลังจากภาพยนตร์โฆษณาออกอากาศที่มีอยู่ให้เห็นบ่อยๆ เช่น สงสัยหัวเทียนบอด เป็นต้น

ความชาชิน(Desensitization)

การที่เด็กมักเรียนรู้และเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวจากรายการโทรทัศน์ซึ่งมีความรุนแรงมากนั้น จะทำให้เด็กเกิดความชาชินต่อความก้าวร้าวรุนแรงที่พบเห็นจากชีวิตจริง เพราะความรุนแรงที่ปรากฏในจอโทรทัศน์นั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นความตายที่รวดเร็วฉับพลัน จะไม่แสดงให้เห็นความเจ็บปวดก่อนตายมากนัก ความตายที่ปรากฏในจอโทรทัศน์จึงจึงไม่ได้เป็นความตายที่แท้จริง สำหรับการได้รับบาดเจ็บที่ไม่ทำให้ถึงตาย ก็มักจะถูกทำให้เป็นเรื่องที่ไม่มีความสลักสำคัญไป การที่เด็กชาชินต่อความก้าวร้าวอาจมาจากเหตุที่เด็กได้รับรู้ว่า ความก้าวร้าวรุนแรงเป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเกิดจากการที่ความรู้สึกต่อต้านความก้าวร้าว นั้นลดลงหลังจากได้เห็นเหตุการณ์ดังกล่าวบ่อยครั้ง

จากงานวิจัยของ Cline,Croft & Courrier (1973) ได้ศึกษาถึงการตอบสนองทางกายภาพของเด็กชายอายุ 5-17 ปี ที่มีนิสัยการดูโทรทัศน์มาก (ดูมากกว่า 25 ชั่วโมงต่ออาทิตย์) และเด็กชายที่มีนิสัยการดูโทรทัศน์น้อย(ดูน้อยกว่า4ชั่วโมงต่ออาทิตย์) พบว่าผู้ที่มีนิสัยการดูโทรทัศน์มากจะมีปฏิกิริยาการตอบสนองต่อภาพยนตร์ที่ก้าวร้าวรุนแรงต่ำกว่าผู้ที่มีนิสัยการดูโทรทัศน์น้อย

และจากงานวิจัยของ Thomas,Horton,Lippencott และ Drabman (1997) ที่แสดงว่าเมื่อให้เด็กอายุ 8-10 ปี ได้ชมภาพยนตร์ประเภทก้าวร้าวรุนแรงและประเภทตื้นตื้นใจซึ่งมี

ความยาวเท่าๆกันคือ ประมาณ 11 นาที หลังจากนั้นให้เด็กๆดูเทปบันทึกภาพการต่อสู้ต่อ ผลจากการวัดกระแสไฟฟ้าที่ผิวหนัง (Galvanic Skin Response หรือ GSR) ชี้ให้เห็นว่า เด็กที่ดูภาพยนตร์ประเภทก้าวร้าวรุนแรงจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเทปบันทึกภาพการต่อสู้ต่ำกว่าเด็กที่ชมภาพยนตร์ที่ตื่นเต้นเร้าใจ แสดงให้เห็นว่าการดูภาพยนตร์ที่ก้าวร้าวรุนแรงนั้น สามารถลดปฏิกิริยาตอบสนองต่อความรุนแรงในชีวิตจริงของเด็ก (ดร. จูโรพร จินตกานนท์ : 51)

การแสดงออกอย่างเปิดเผยและย่ำๆให้เห็นถึงความชัดเจนที่รุนแรงในสื่อ นั้น ทำให้คนดูเกิดความรู้สึก "สบายใจ" ขึ้นเมื่อต้องดูความรุนแรงในเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ ความกังวลที่ลดระดับลงสามารถบรรเทาการรับรู้อันบ่อยครั้งของคนดูและเนื้อเรื่องที่จริงจังได้ ซึ่งการลดความกังวลนี้อาจเชื่อให้เกิดการลดความอ่อนไหวทางอารมณ์ลงด้วย ในที่สุดคนดูจะรับรู้ความก้าวร้าวจากสื่อด้วยความรู้สึกที่รุนแรงน้อยกว่าเมื่อตอนที่ดูเป็นครั้งแรก (UCLA ,Santa Barbara Study : 16)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Linz,Donnerstein และ Penrod (1984,1987) ได้ทำการวัดปฏิกิริยาของเด็กหนุ่มชั้นมัธยม ด้วยการฉายหนังประเภทรุนแรงที่มีการต่อต้านผู้หญิง (เนื้อหาเกี่ยวกับเพศเป็นส่วนใหญ่) โดยให้ดูติดต่อกันเป็นเวลา 5 วัน ผลจากการเปรียบเทียบปฏิกิริยาในวันแรกและวันสุดท้ายพบว่า การฉายซ้ำๆ นั้นลดระดับความกังวลจากครั้งแรกที่ดูมากที่สุดเพียงเล็กน้อย นอกจากนี้ตัว Subject ยังมีการรับรู้ในหนังนั้นแตกต่างไปจากวันแรกที่ดู เพราะจากเนื้อหาที่เคยรู้สึกถึงความรุนแรงและผู้หญิงในเรื่องที่แสดงพฤติกรรมที่เลวร้ายน่าอายนั้น ตัว Subject เองกลับแสดงให้เห็นว่ามีความรู้สึกหดหู่น้อยลงกับเรื่องราวที่เลวร้ายนั้นน้อยลง แต่มีความรู้สึกที่เพลิดเพลินกับเนื้อหา มากยิ่งขึ้นเมื่อมีการฉายซ้ำ (UCLA ,Santa Barbara Study : 15)

จากการวิจัยมากมายชี้ให้เห็นว่า ความรุนแรงที่เห็นกันอยู่บ่อยๆทุกเมื่อเชื่อวันในชีวิตประจำวันนั้น ส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาต่อต้านความกลัวต่อการก้าวร้าวรุนแรง หรือทำให้ความอ่อนไหวทางอารมณ์เข้มแข็งขึ้นจนกลายเป็นความรู้สึกด้านชินในความรุนแรง ซึ่งอาจรวมไปถึงความรู้สึกชาชินต่อความก้าวร้าวรุนแรงรอบตัวในชีวิตจริงอีกด้วย ซึ่งภาพยนตร์โฆษณาในปัจจุบันนั้น มักแสดงให้เห็นถึงการบาดเจ็บที่น้อยกว่าความเป็นจริง บวกกับความถี่ที่ย่ำเรื่อยๆ อาจทำให้เกิดความชาชินต่อความรุนแรงด้วยก็ได้

ความกลัว (Fear)

นอกจากรายการโทรทัศน์จะมีผลในการสอนหรือเรียนรู้เกี่ยวกับความก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งอาจทำให้คนดูและเยาวชนเกิดความซาซึนในความรู้สึกเมื่อได้ดูเนื้อหาหรือเหตุการณ์รุนแรงครั้งต่อไปนั้น โทรทัศน์ยังมีส่วนในการสอนให้คนเกิดความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงอีกด้วย ในแง่ที่ว่าสื่อมวลชนมีผลต่ออารมณ์ ความกลัว ความกังวลใจ และความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม ทั้งนี้เพราะกลัวความรุนแรงจะเกิดขึ้นตามความรู้สึกที่ได้เห็นจากสื่อมวลชน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในเด็กและผู้ใหญ่

จากทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) โดยนักทฤษฎีบุกเบิกคือ George Gerbner ที่เกิดมาจากการตื่นตัวจนกลายเป็นความวิตกกังวลของคนอเมริกันในเรื่องอิทธิพลของความรุนแรงในสื่อโทรทัศน์ที่มีมากมายนั้นจะมีผลกระทบในทางที่เป็นอันตรายต่อสังคม จึงได้ทำการศึกษาและทดลองมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยเชื่อว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นมีอยู่ในระดับหนึ่ง แต่มีใช้ผลกระทบในระยะสั้น แต่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาว และเป็นผลมาจากการสั่งสม ทฤษฎีนี้ให้ความสนใจกับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพราะสื่อโทรทัศน์เป็นตัวนำข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในชีวิตบุคคลและเป็นช่องทางในการเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมากกว่าช่องทางอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ ,2541 : 274)

งานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับปฏิภยาสอนของตบทางอารมณ์ของเด็กต่อการรับรู้ความรุนแรงในสื่อที่มากกระทบอย่างฉับพลันนั้น พบว่าสามารถสร้างความน่ากลัวให้ติดอยู่ในจิตใจของเด็ก ได้นานนับเป็นอาทิตย์ (Cantor,1994) จากงานวิจัยหลายชิ้นข้างต้นพบว่า ปฏิภยาสอนความกลัวที่เกิดขึ้นในเด็กและผู้ใหญ่นั้น มีผลสืบเนื่องจากประสบการณ์ที่ได้จากการชมรายการต่างๆในจอทีวี โดยที่เหตุการณ์นั้นๆอาจไม่ได้เกิดขึ้นในโลกแห่งความจริง (real world) ก็ได้ แต่เมื่อเรารู้สึกเชื่อว่าจริงมันก็เป็นความจริงสำหรับตัวเราได้ เหมือนกับภาพยนตร์โฆษณาที่มีวิธีการนำเสนอขายสินค้าโดยสร้างประสบการณ์รุนแรงให้กับคนดูรู้สึกคล้อยตาม ความกลัวอาจถูกสั่งสมไว้ซึ่งมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกไม่ไว้วางใจคนอื่นขึ้นได้

และนอกจากผลกระทบหลัก 3 ประการข้างต้นที่กล่าวมาแล้วยังมีอีกหนึ่งแนวคิดที่มีผลกระทบจากการดูสื่อที่รุนแรง นั่นคือ การผ่อนคลาย (catharsis) ซึ่งเมื่อสังเกตจากภาพยนตร์โฆษณาในปัจจุบันที่แข่งกันสร้างสรรค์ให้ไม่น่าเบื่อเพื่อทำให้คนดูจดจำ และวิธีการหนึ่งซึ่งเชื่อว่าจะให้คนดูจำได้นั้นคือการใช้ลักษณะตลกเข้ามาช่วย

การผ่อนคลาย (Catharsis)

Feshbach, (1995) กล่าวถึงการปลดปล่อยอารมณ์ หรือที่เรียกว่า การผ่อนคลาย (catharsis) นั้นมาจากแรงกระตุ้นให้เกิดการระบายออก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกโดยตรงหรือทางอ้อม โดยปรากฏหลักฐานที่สนับสนุนว่า ความรู้สึกของเราจะดีขึ้นหลังจากดูหนังที่ตื่นเต้นน่ากลัว สิ่งเหล่านี้สามารถเป็นสิ่งทดแทนหรือเป็นทางออกของความก้าวร้าวในตัวคนที่เกิดจากภาวะกดดันในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งทฤษฎีนี้มีลักษณะตรงข้ามกับ ทฤษฎีตัวแบบ [Modelling Theory] ที่กล่าวว่าตัวแบบ จะเพิ่มพฤติกรรมก้าวร้าวขึ้นหลังจากที่ดูสื่อที่มีความรุนแรง แต่ทฤษฎีการผ่อนคลายนั้นคาดการณ์ว่าจะเป็นการลดพฤติกรรมที่รุนแรงลง ถ้าการดูวัตถุที่ใช้แทนพฤติกรรมที่รุนแรงนั้นเปิดช่องให้เกิดการผ่อนคลายทางอารมณ์ (Richard Jackson Harris, 1994 : 199)

จากงานวิจัยของ Feshbach ,S และ Singer, B. (1971) ได้ศึกษา เด็กชายวัย 9-15 ปี ที่อาศัยในโรงเรียนประจำและสถานที่คุมความประพฤติ โดยให้เด็กเหล่านี้ในกลุ่มหนึ่งชมรายการโทรทัศน์ประเภทก้าวร้าวรุนแรง และอีกกลุ่มชมรายการที่ไม่มีความก้าวร้าวรุนแรง เป็นเวลาทั้งหมด 6 อาทิตย์ โดยมีนักแนะแนวของสถาบันนั้นๆ ประเมินพฤติกรรมและความคิดเพื่อฝันที่เกี่ยวข้องกับความก้าวร้าว ก่อนและหลังช่วงเวลา 6 อาทิตย์ของการชมรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัยแสดงว่า การชมรายการโทรทัศน์ประเภทก้าวร้าวรุนแรง ไม่ได้เป็นสาเหตุให้พฤติกรรมก้าวร้าวเพิ่มขึ้นกว่าเดิม ส่วนเด็กที่มีพฤติกรรมก้าวร้าวสูง มีความเพ้อฝัน หลังจากชมรายการโทรทัศน์ดังกล่าวเป็นเวลา 6 อาทิตย์กลับมีความก้าวร้าวลดลงจากเดิม ซึ่งจากความสัมพันธ์นี้พบว่า ในกลุ่มเด็กฐานะต่ำในสถานควบคุมความประพฤตินั้นจะมีค่าสูงกว่าในกลุ่มเด็กฐานะปานกลางในโรงเรียนประจำ Feshbach และ Singer ยังกล่าวว่า ลักษณะการเป็นเครื่องผ่อนคลายความก้าวร้าวรุนแรงนี้ จะเกิดผลต่อคนชนชั้นต่ำมากกว่าคนระดับกลาง ทั้งนี้เนื่องจากคนในระดับกลางมีความสามารถในการควบคุมหรืออดกลั้นต่อการแสดงออกของความรุนแรงได้ดีกว่าคนชั้นต่ำของสังคมอยู่แล้ว

ภาพยนตร์โฆษณานั้นมีความน่าดูและดูสนุกขึ้นกว่าแต่ก่อนเพราะมีการใช้ลักษณะของตลกเข้ามา ไม่เว้นแม้แต่ภาพยนตร์โฆษณาที่รุนแรงก็ยังแฝงความตลกขบขัน ซึ่งตลกอีกนัยหนึ่งสร้างการผ่อนคลายให้คนดูได้ และตลกอาจช่วยลดความรุนแรงที่แท้จริงลงด้วยทำให้คนรู้สึกถึงความรุนแรงน้อยกว่าที่เป็นจริงด้วยก็ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวกับความรุนแรงทางสื่อโทรทัศน์

1. ผลจากการศึกษาร่วมกันเกี่ยวกับเรื่องความรุนแรงทั้งหมดในรายการทางโทรทัศน์โดย University of California, Santa Barbara Study ทุนสนับสนุนโดย The National Cable Television Association มีผู้ร่วมทำการศึกษาคือ Dr.Barbara J. Wilson, Dr.Dale Kunkle, Dr.Dan Linz, Dr.James Potter, Dr.Ed Donnerstein, Stacy L. Smith, Eva Blumenthal, Timothy Gray

มีจุดหมายในการแยกแยะเนื้อหาที่มีลักษณะเฉพาะที่สัมพันธ์กับการแสดงออกถึงความรุนแรงที่มีความหมายอันจะก่อให้เกิดความเสี่ยงสูงของผลกระทบที่มีอันตรายต่อคนดู เป็นการศึกษาถึงระดับความรุนแรงที่สามารถพบได้ในเนื้อหาทางโทรทัศน์ ซึ่งรวมถึง ทีวีแบบเครือข่าย (broadcast network) ทีวีอิสระ (independent broadcast) ทีวีสาธารณะ (public broadcast) เคเบิลทีวี (basic cable) และเคเบิลแบบพิเศษ (premium cable) ด้วยการวางตัวแปรต่างๆ ของปรากฏการณ์ความรุนแรง ลงในชนิดรายการ (program type) หรือประเภทรายการ (genre) ต่างๆ รวมถึงในรายการเด็กที่มีในช่วงเวลากลางวันและกลางคืนด้วย การวิจัยครั้งนี้ได้เน้นย้ำให้มีความสำคัญกับเนื้อหาในที่มีการแสดงให้เห็นความรุนแรง ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปดังต่อไปนี้

การปรากฏของความรุนแรง พบว่า 57% ของการลงรหัสในรายการต่างๆ นั้นมีความรุนแรงโดยเฉพาะ เคเบิลทีวีพิเศษ (premium cable) ซึ่งมีความรุนแรงมากที่สุด ส่วนทีวีเครือข่าย (broadcast networks) และ ทีวีสาธารณะ (public broadcast) นั้นมีความรุนแรงที่น้อย มาดูในเรื่องของรายการหนังและละครชุดทางโทรทัศน์พบว่ามีความรุนแรงที่มากกว่า ในขณะที่รายการตลกชุดทางโทรทัศน์ รายการมิวสิควิดีโอ และรายการประเภทเสนอความจริงต่างๆ นั้นมีความรุนแรงที่น้อยกว่า และยังพบอีกว่าสองในสามของความรุนแรงนั้น รวมการพฤติกรรมที่แสดงความก้าวร้าวออกมาด้วย และมีแค่หนึ่งในสามเท่านั้นที่พบลักษณะที่เชื่อได้ว่าเป็นการข่มขู่ ส่วนผลลัพธ์ที่เป็นอันตรายในแบบความรุนแรงที่มองไม่เห็นนั้นพบน้อยมาก

การเผยแพร่ความรุนแรง พบว่า หนึ่งในสามของรายการที่มีความรุนแรงนั้นมีลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ที่รุนแรงต่อกัน (violent interaction) และความถี่สูงสุดของการมีปฏิสัมพันธ์อันรุนแรงต่อกันนั้นพบใน เคเบิลทีวีพิเศษ (premium cable) และทีวีอิสระ (independent broadcast) ส่วน

ประเภทรายการพบในประเภทรายการหนึ่ง และรายการประเภทเสนอความจริงต่างๆ
 เนื้อหา หรือ ธรรมชาติของการแสดงออกความรุนแรง ผู้กระทำให้เกิดความรุนแรงนั้น
 ส่วนใหญ่มักเป็นมนุษย์ ซึ่งอยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีผิวขาว และเป็นเพศชาย เป็นคนที่มีบุคลิกลักษณะ
 ไปในทางที่เลวมากกว่าดี และไม่ใช้แบบฉบับของฮีโร่ นอกจากนี้บุคลิกลักษณะของผู้ถูกกระทำ
 หรือเหยื่อของความรุนแรงนั้นยังคล้ายคลึงกับผู้กระทำให้เกิดความรุนแรงข้างต้นด้วย

ความรุนแรงส่วนใหญ่่มักเป็นลักษณะใดลักษณะหนึ่งในสามเหตุผลดังนี้ คือ การได้
 เปรียบกว่า ความโกรธ และการปกป้อง

พบว่าประมาณครึ่งหนึ่งของความรุนแรงในโทรทัศน์นั้น มีการแสดงให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ถูก
 ต้อง และหนึ่งในสี่จากการมีปฏิสัมพันธ์ที่รุนแรงทั้งหมดบนจอโทรทัศน์ พบว่ามีการใช้อาวุธปืน
 ในเรื่อง และอาวุธปืนยังถูกใช้บ่อยที่สุดในรายการประเภทละครชุดทางโทรทัศน์ และรายการ
 ประเภทเสนอความจริงต่างๆ

การครอบคลุมของความรุนแรง นั้นพบว่า โดยหลักๆของการมีปฏิสัมพันธ์ที่รุนแรงนั้น จะ
 มีการช้ำหรือตอกย้ำการกระทำที่ก้าวร้าว และ 16% ของการมีปฏิสัมพันธ์ที่รุนแรงนั้นมีถึง 10
 (หรือมากกว่า) การกระทำก้าวร้าวที่กระทำต่อเหยื่อหรือผู้ถูกกระทำ

การแสดงภาพความรุนแรง ในส่วนใหญ่มักไม่มีการแสดงภาพขนาดใหญ่ ไม่มีการแสดงให้เห็น
 เลือดและบาดแผล และมักแสดงให้เห็นบ่อยๆใน เคเบิลทีวีพิเศษ และในประเภทรายการหนึ่ง

การแสดงความรุนแรงในลักษณะจริงนั้นพบว่า ความรุนแรงในโทรทัศน์ส่วนใหญ่่มักมี
 เพียงเล็กน้อยที่อิงกับเหตุการณ์รุนแรงจริงในโลกจริง แต่เหตุการณ์ส่วนใหญ่มีความจริงที่เหมาะสม
 และมีความสมเหตุสมผลที่อาจเกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง

การให้รางวัลและการลงโทษนั้น พบว่า หลักใหญ่ๆของความรุนแรงจะไม่ได้มีการลงโทษ
 ทันที ณ เวลาที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น แต่แบบฉบับของการลงโทษนั้นมักจะเกิดขึ้นตอนจบของฉาก
 และจะเกิดกับคนที่มีบุคลิกที่เป็นคนไม่ดี ส่วนคนดีที่เข้าไปพัวพันในเหตุการณ์รุนแรงมักไม่ถูกลง
 โทษ และมักจะไม่มีมีการแสดงออกมาให้เห็นว่ารู้สึกเสียใจ ในตัวคนที่เข้าไปมีส่วนร่วมในความ
 รุนแรง

ผลลัพธ์ของความรุนแรง ซึ่งออกมาว่า ครึ่งหนึ่งของการมีปฏิสัมพันธ์ที่รุนแรงในจอโทรทัศน์ จะไม่ปรากฏให้เห็นการทำอันตราย หรือ เข้าทำร้ายเหยื่อให้มีบาดเจ็บ และยังพบว่ารายการเด็ก นั้นมีเปอร์เซ็นต์ของการทำให้ได้รับบาดเจ็บในลักษณะไม่ใช่จริง [unrealistic] สูงที่สุด

จากการวิจัยยังพบว่า 39% ของความรุนแรงทั้งหมดออกมาในลักษณะ ตลกขบขัน (humour) และจากความตลกขบขันนี้ บ่อยครั้งมักเชื่อมโยงด้วยความรุนแรง ในประเภทรายการ เด็กและรายการตลกมากกว่าใคร และเพียง 4% จากรายการที่มีความรุนแรงทั้งหมด มีแก่นเรื่อง เฉพาะที่เป็นต่อต้านความรุนแรง (anti-violence)

จากการสรุปผลการวิจัยนั้น ซึ่งให้เห็นว่าในรายการหลักๆนั้น อย่างน้อยๆก็มีความรุนแรงใน เนื้อหา และเมื่อมีความรุนแรงเกิดขึ้น จะมีการซ้ำซ้ำ (repeat) และบ่อยครั้งที่มักทำให้เป็นเนื้อหา ที่ตลกขบขัน แต่ทั้งนี้ ลักษณะความรุนแรงที่แสดงออกมานั้นจะดูเหมือนจริง (reality) มากกว่า เป็นแบบความฝันจากจินตนาการ และจากผลกระทบของเนื้อหาดังกล่าว มีความหมายที่สามารถ ส่งอิทธิพลให้เกิดการเรียนรู้ความก้าวร้าวรุนแรงจากโทรทัศน์ เกิดความรู้สึกซาซนต่อความรุนแรง และเกิดความกลัวความรุนแรงได้ ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปของโทรทัศน์เองนั้นมีการบอกกล่าวหรือ เตือนผู้ชมเกี่ยวกับความรุนแรงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น มีเพียง 4% ของรายการทั้งหมดที่มีลักษณะ ต่อต้านความรุนแรง (anti-violence) และพบว่ามี การเตือน (คำเตือนก่อนชม) เกี่ยวกับความรุนแรง บนจอโทรทัศน์เพียง 15% เท่านั้นจากรายการทั้งหมดที่มีความรุนแรง

2. การวิจัยความรุนแรงทางโทรทัศน์ในประเทศอังกฤษ ภายใต้การดำเนินงานของ BBC โดย Aston University's Applied Psychology Division ในปี ค.ศ. 1986 เป็นการวิเคราะห์ที่ ครอบคลุมถึงรายการทั้งหมดทั้งกลางวันและกลางคืน ซึ่งไม่ใช่แค่โทรทัศน์ 4 ช่องภาคพื้นดิน อัน ได้แก่ BBC1 ,BBC2, ITV, และ Chanel 4 เท่านั้น ยังรวมถึงโทรทัศน์ 4 ช่องผ่านจานดาวเทียม อีกด้วย เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาความรุนแรงในโทรทัศน์ที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งผลจากการวิจัยแสดงให้เห็น ว่า โทรทัศน์ 4 ช่องภาคพื้นดิน พบความรุนแรงมากถึง 944 รายการ เมื่อเทียบกับ 4 ช่องโทรทัศน์ ผ่านดาวเทียมนั้นมีความรุนแรงมากกว่า ถึง 1,140 รายการ

การวิจัยพบว่ามีกรกระทำที่รุนแรงทั้งหมด 21,170 ครั้งใน 8 ช่อง ภายในเวลามากกว่า 4 อาทิตย์ และยังพบการกระทำที่รุนแรง 6,239 ครั้ง บน 4 ช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน ส่วน 4 ช่อง โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมนั้นพบว่ามีกรกระทำที่รุนแรงถึง 14,931 ครั้ง

พฤติกรรมความรุนแรงถูกแบ่งออกถึง 53 รูปแบบ มีอาวูทที่ก่อให้เกิดความรุนแรง 48 ชนิด และที่โดดเด่นที่สุด คือ การใช้ปืน และการใช้ส่วนต่างๆของร่างกาย เช่น มือ ขา เข่า และหัว เป็นต้น ซึ่งรูปแบบความรุนแรงดังกล่าวนั้น Berkowitz และ Le Page, 1967 Carlson et al., 1990 ได้กล่าวไว้ว่าการใช้ร่างกายในการกระทำการก้าวร้าวต่อผู้อื่นนั้น มีผลต่อการลอกเลียนแบบของผู้ชมได้มากที่สุด ส่วนการแสดงให้เห็นอาวูทปืน ก็เป็นอีกสิ่งซึ่งสำคัญเพราะจะทำให้เกิดการสังสม (Priming Effect) ความก้าวร้าวในตัวคนด้วย

• ความรุนแรงมักเป็นเหตุการณ์ที่เกิดในยุคสมัยปัจจุบันมากกว่าช่วงเวลาอื่น และเกิดในสิ่งแวดล้อมที่เป็นเมือง แต่ถ้าเป็นเขตนอกเมืองมักเกิดขึ้นในเมืองเล็กๆ สหรัฐอเมริกาเป็นสถานที่ที่ถูกใช้เป็นฉากที่ก่อให้เกิดความรุนแรงของเหตุการณ์มากที่สุด และถ้าไม่ได้เกิดที่อเมริกา ก็มักจะ เป็นประเทศอังกฤษมากกว่าประเทศอื่น

เป้าหมายและผลลัพธ์ของความรุนแรง พบว่า เป้าหมายของผู้กระทำการก้าวร้าวมักเป็น ตัวละครที่มีลักษณะเป็นญาติ หรือสิ่งที่เป็นภัย เพื่อคุ้มครองตัวเอง หรือเพราะความทะเยอทะยาน หรือเพื่อความมีอำนาจ และนอกจากนี้ยังพบรูปแบบของพฤติกรรมก้าวร้าวที่ส่งผล กระทบต่อความรู้สึกของคนดู โดยเฉพาะเรื่องความรุนแรงทางเพศนั้นมีให้เห็นในระดับที่ต่ำมาก การแสดงให้เห็นผลลัพธ์ของความรุนแรงบนจอโทรทัศน์นั้น จะมีลักษณะที่เป็นอันตรายที่ไม่จริงจัง หรือถ้าจริงจังก็ จะไม่มีการแสดงให้เห็นความตายของผู้ถูกระทำ ส่วนระดับของการแสดงภาพ ความรุนแรงนั้นโดยกระแสหลักของช่องโทรทัศน์จะมีการจัดการให้อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดในช่วง เวลาว่างสัปดาห์

ลักษณะของผู้กระทำการก้าวร้าวส่วนใหญ่ เป็นคนผิวขาว เพศชาย อยู่ในรุ่นหนุ่มหรือรุ่น กลางคน 3 ใน 4 ของการกระทำที่รุนแรงจะแสดงออกโดยเพศชาย และโดยปกติเพศชายมักเป็นผู้ กระทำ ความรุนแรงด้วยตัวเองหรือไม่ก็อยู่ในลักษณะของกลุ่ม ซึ่งเมื่อเทียบกับเพศหญิงที่เป็นผู้ กระทำนั้น มีสัดส่วนเพียง 1 ใน 10 และพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของความรุนแรง เกิดจาก พฤติกรรมของคนวัยหนุ่ม

ที่อายุระหว่าง 20-35 ปี มีประมาณ 1 ใน 5 ที่เป็นพฤติกรรมที่มาจากคนวัยกลางคนที่อายุระหว่าง 36-65 ปี ชนิดของผู้กระทำและผู้ถูกระทำถูกจำแนกออกถึง 57 ชนิด แตกต่างกันตามกลุ่มและ ประเภทของบทบาท แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของประเภทรายการทางโทรทัศน์ ซึ่งพบว่า รายการละครที่แบ่งเป็นตอนๆนั้น มีกลุ่มของผู้กระทำและผู้ถูกระทำเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือตัวผู้กระทำและผู้ถูกระทำที่เป็นอาชญากรแบบต่างๆ เป็นผู้คุมกฏ และ เป็นตัวการ์ตูน

ค่าความรุนแรงที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์ของประเทศอังกฤษ คิดเป็น 28 เหตุการณ์ต่อรายการ หรือมากกว่า 4 เหตุการณ์ต่อชั่วโมง แต่ถึงอย่างไรก็ยังมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่า รายการละครในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ของอเมริกา จากการรายงานของ Gerbner (1972) นั้นมีค่ามากกว่า 7 เหตุการณ์ต่อชั่วโมง และความรุนแรงที่พบมากที่สุดอยู่ในรายการประเภทที่มีเรื่องราว คือ การ์ตูน รองลงมาคืออาชญากรรม และโชว์ตื่นเต้นผจญภัย ทั้งยังพบความรุนแรงในภาพยนตร์ด้วย ซึ่งคิดเป็น 80% มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้งต่อชั่วโมง

3. เอมจิต กิตติวัฒน์ (2534) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อ การวิเคราะห์เนื้อหาความรุนแรงในข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความรุนแรงในข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวน ความยาว ระดับความรุนแรง และศึกษาความสัมพันธ์ของลำดับในการเสนอข่าวความรุนแรง กับความยาวข่าวความรุนแรง ประเภทข่าวความรุนแรง และระดับความรุนแรง รวมทั้งศึกษาเนื้อหาข่าวความรุนแรงในประเภทต่างๆด้วย ผลของการวิจัยพบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 เสนอข่าวความรุนแรงจำนวนมากที่สุด ส่วนช่อง 5 เสนอข่าวความรุนแรงเป็นความยาวมากกว่าช่องอื่น นอกจากนี้ยังพบว่าสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานครทุกสถานี เสนอเนื้อหาข่าวความรุนแรงในลักษณะที่เหมือนกัน คือ

1. เสนอข่าวความรุนแรงอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด ทุกสถานีเสนอข่าวความรุนแรง โดยไม่มีการอำพรางข่าว แต่เสนอให้เห็นภาพชัดเจนทั้งข่าวในและต่างประเทศ เช่น ภาพคนตาย บาดแผล การต่อสู้กัน การเสียใจ

2. ในการเสนอข่าวความรุนแรงนั้น มีการเสนอให้เห็นทั้งผู้กระทำและผู้ถูกกระทำมากกว่า การเสนอให้เห็นผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำเพียงอย่างเดียว

3. การแสดงออกของความรุนแรงในข่าวนั้น เป็นการแสดงออกทางวาจาและสัญลักษณ์มากที่สุด ยกเว้นช่อง 7 ที่เสนอการกระทำทางร่างกายที่ไม่ใช้อุปกรณ์มากที่สุด รองลงมาคือเสนอการกระทำทางวาจาและสัญลักษณ์

4. ผลของความรุนแรงนั้นเสนอให้เห็นถึงความกดดันในจิตใจของผู้ถูกกระทำมากที่สุด

5. ข่าวความรุนแรงส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทข่าวความขัดแย้งกันทางสังคมและการเมืองมากที่สุด

ในประเภทข่าวภาคค่ำพบว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนมากเสนอความรุนแรงในข่าวต่างประเทศมากที่สุด ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่เสนอข่าวรัฐบาลและการเมืองมากที่สุด

ยังมีการวิเคราะห์ว่า การเสนอข่าวโดยไม่มีการใช้เทคนิคในการลดความรุนแรงนั้นเนื่องจากหลักในการทำข่าวหลายข้อที่เชื่อมต่อกับความรุนแรง เช่น ต้องเป็นเหตุการณ์สด เป็นเหตุการณ์ที่แปลกประหลาด เหตุการณ์ที่มีความสำคัญมีผลกระทบกระเทือน เหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งในกลุ่ม เหตุการณ์ที่ตื่นเต้นเร้าใจ ด้วยเหตุนี้จึงมีการแข่งขันการเสนอข่าวที่เร้าใจให้ผู้ชมติดตามข่าวของตนโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบความรุนแรงที่นำเสนอว่าจะมีผลเสียหรือไม่

แต่ทั้งนี้ยังเห็นว่า บางความรุนแรงในข่าวกลับส่งผลประโยชน์ต่อผู้ชม เช่น ข่าวอุบัติเหตุต่างๆที่เตือนผู้ชมไม่ให้ประมาท หรือ ข่าวมลภาวะเป็นพิษ ที่ส่งผลต่อจิตสำนึกของผู้ชมให้ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม แต่ความรุนแรงในข่าว ประเภทข่าวสงคราม ข่าวความขัดแย้ง ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุ บางครั้งเป็นผลเสียโดยเฉพาะต่อเยาวชนที่ได้เห็นความรุนแรงอย่างชัดเจนแทบทุกวัน จึงสมควรที่ผู้ผลิตข่าวในฐานะผู้ใช้สื่อ จะตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อคนในสังคมให้มากขึ้นทุกครั้งที่นำเสนอข่าวที่มีความรุนแรง

4. Dr.Jonathan Gutman จาก University of Southern California เป็นที่ปรึกษาให้กับ NBC,National Airline , BBDO , และ Young & Rubicam.ได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบของการโฆษณาหนังตัวอย่าง (การโปรโมทหนังก่อนฉายจริง) ที่มีต่อคนดู โดยการศึกษาที่กำหนดผลกระทบที่เกิดจากการโปรโมทหนัง (Promotional Film) เปรียบเทียบกับไม่มีการโปรโมทหนัง ด้วยการตั้งข้อสันนิษฐานว่า

- 1.การโปรโมทหนัง น่าจะเป็นการเพิ่มจำนวนคนดูหนังเรื่อง Eyes of Laura Mars เมื่อเปรียบเทียบกับ การที่ไม่มีการโปรโมทหนัง
- 2.กลุ่มตัวอย่างที่ชอบความรุนแรงจะชอบหนังมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยชอบความรุนแรง
- 3.หนังโปรโมทนั้นสามารถสร้างความสนุกสนานให้กับคนที่ไม่ได้ชอบความรุนแรงในหนังได้

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนดูหนังจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม การวิเคราะห์โดยรวม แบ่งออกเป็นปัจจัยสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ ความบันเทิงสาระ ความรุนแรง ให้อารมณ์และการเอาใจใส่ ความสมจริง แอ็คชั่นตื่นเต้น การทำให้คิด โดยปัจจัยความรุนแรงนั้น ใช้แบ่งประเภทของคนดู ด้วยลักษณะของการนำเสนอขั้นต้น กลุ่มตัวอย่างจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ระดับความสำคัญของความรุนแรง อันได้แก่ เพศ อายุ ปฏิกริยาตอบกลับต่อหนัง และ ความบ่อยครั้งในการดูหนังใน 2 เดือนที่ผ่านมา ผลคือ กลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกว่ารุนแรงนั้น มักเป็น

เพศชายและอยู่ในรุ่นหนุ่ม จากสันนิษฐานที่ 1 และ 2 พบว่า หนังสือโปรมอนั้นมีการเพิ่มจำนวน (rating) ในการดูหนังเรื่อง Eyes of Laura Mars ในกลุ่มทดลอง เมื่อเทียบกับ ไม่มีการโปรมอนั้น ในกลุ่มควบคุม และข้อสำคัญในหนังที่มีความรุนแรงนั้น พบว่า อายุ และเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อ rating การดูหนัง มีหลักฐานบ่งชี้ว่า หนังสือโปรมอนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ กลุ่มคนดูที่ชอบความรุนแรงต่ำ สามารถเสริมให้เกิดความสนุกสนาน อันเป็นผลกระทบพิเศษที่เกิดกับคนที่ชอบความรุนแรงน้อยๆ หนังสือโปรมอนั้นพบว่า มีผลกระทบที่ทำให้คนที่ไม่มีความรู้สึกว่าชอบความรุนแรงมากกว่า ให้หันมาชอบหนังได้ เป็นการเพิ่มความสนใจให้เกิดเป็นปรากฏการณ์ทางจิต (psychic Phenomena)

มีการสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ว่า ทำให้เกิดการยอมรับในตัวสินค้าขึ้น ขึ้นกับความรู้และความคาดหวังที่ จุดประกายโดยการโฆษณา ชนิดของโฆษณาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การนำเสนอโดยการลงสินค้าเป็นหลัก และสามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคในการลองครั้งนี้ได้ แสดงให้เห็นว่าคนจะได้รับผลจากเนื้อหาการโฆษณาที่แตกต่างกันไปขึ้นกับการตั้งใจ โฆษณาสร้างให้เกิดประสบการณ์ในสินค้าก่อนจะได้บริโภคของจริง

การศึกษาหัวข้อเรื่อง เนื้อหาความรุนแรงในภาพยนตร์โฆษณาที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ทำการศึกษาความรุนแรงทั้งหมดในรายการทางโทรทัศน์ของ University of California ,Santa Barbara Study ประเทศสหรัฐอเมริกา มาเป็นเครื่องมือต้นแบบในการวิจัย ด้วยเหตุผลเพราะ เครื่องมือดังกล่าวมีความละเอียดลออ และประสบความสำเร็จในการวิจัยในระดับประเทศ ทั้งยังเป็นการวิจัยครั้งล่าสุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำเครื่องมือดังกล่าวมาปรับใช้บางส่วนให้เหมาะกับแนวทางการศึกษาในลำดับต่อไป