

ปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อการพัฒนาการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์

ในการศึกษาพัฒนาการของสาขานิเทศศาสตร์ให้ทราบถึงความเป็นมา และเหตุผลสนับสนุนความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การทำความเข้าใจต่อปัจจัยแวดล้อมทางสังคมเป็นสิ่งจำเป็นยิ่ง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาในสาขาวิชาดังกล่าว โดยพิจารณาเปรียบเทียบทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษานิเทศศาสตร์ของตะวันตกและปัจจัยที่มีผลต่อนิเทศศาสตร์ของไทย เพื่อศึกษาถึงเงื่อนไขที่ทำให้เกิดพัฒนาการดังกล่าว และนำเสนอเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

- ก. ปัจจัยทางสังคมกับการศึกษานิเทศศาสตร์ของชาติตะวันตก
- ข. ปัจจัยทางสังคมกับการศึกษานิเทศศาสตร์ของไทย
- ค. 5 ยุคนิเทศศาสตร์กับปัจจัยทางสังคม

ก) ปัจจัยทางสังคมกับการศึกษานิเทศศาสตร์ของชาติตะวันตก

พัฒนาการของวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ได้ดำเนินมาอย่างรวดเร็ว โดยความเรียกร้องต้องการของสังคมและมวลชน ด้วยการผลักดันจากวงการวิชาการ และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน วิชาชีพการสื่อสารจึงกลายเป็นสถาบันที่ต้องมีหลัก มีทักษะ และจรรยาบรรณเป็นการเฉพาะ เพื่อให้สามารถทำงานให้แก่สังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมควร กวียะ , 2539 : 119) ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวนี้เอง จึงทำให้ความสำคัญของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ทวีขึ้นในปัจจุบัน

เมื่อเปรียบเทียบกับพัฒนาการของการศึกษาสาขานิเทศศาสตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะแถบยุโรปและอเมริกา พบว่า ช่วง ค.ศ.1973-1998 สาขานิเทศศาสตร์ในสหรัฐอเมริกามีอัตราการเติบโตเร็วเป็นอันดับ 6 ของการขยายตัวในสาขาวิชาต่างๆ (Robert T. Craig and David C. Carlone, 1998) โดยสหรัฐอเมริกามองว่า การขยายตัวของการศึกษานิเทศศาสตร์ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ (May Katzen , 1975 : 17)

1. *พลังผลักดันจากสังคมภายนอก* ปัจจัยที่มีบทบาทต่อการศึกษานิเทศศาสตร์คือ เงื่อนไขทางสภาพเศรษฐกิจ เช่น การเติบโตของภาคเอกชน ลักษณะการแบ่งชนชั้นในสังคม (ซึ่งมีผลต่อการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกนักศึกษาด้วย) ระบบการเมือง งบประมาณที่ได้รับของแต่ละมหาวิทยาลัย และสำหรับประเทศในโลกที่ 3 ก็จะได้รับอิทธิพลจากประเทศที่เป็นเจ้าของอาณานิคมด้วย

2. **ภาวะวิกฤติทางปัญญา** ในสหรัฐอเมริกา การศึกษานิเทศศาสตร์เผชิญกับข้อวิจารณ์จากบุคคล 2 กลุ่ม คือ ทั้งจากผู้ประกอบด้านสื่อสารมวลชน และมุมมองจากนักวิชาการ โดยผู้ประกอบการมองว่า การทำงานสื่อสามารถอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงได้ ในขณะที่วงการศึกษา มองว่า จะต้องผ่านการศึกษาในสถาบันการศึกษามาก่อน นอกจากนี้ นักวิชาชีพก็วิจารณ์ว่า อาจารย์ผู้สอนไม่มีประสบการณ์เพียงพอในการสอน ส่วนนักวิชาการเองก็วิจารณ์ผู้ประกอบการว่าขาดประสบการณ์ในการทำงาน จนถึงมีการกล่าวในเชิงกระทบกระทั่งว่า เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบ นักนิเทศศาสตร์ในอุดมคติควรทำงานด้านสื่อมาสักประมาณ 10 ปี ได้รับรางวัลพูลิเซอร์ ได้รับปริญญาเอก และโดดเด่นทั้งด้านงานสอนและงานวิจัย

3. **เงื่อนไขความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน** การขยายตัวอย่างรวดเร็วของสื่อมวลชนในสหรัฐอเมริกานำไปสู่การเปิดเพิ่มวิชาใหม่ ๆ และการผลิตผลงานทางวิชาการที่รวมเอาส่วนประกอบด้านการสื่อสารมวลชนที่มีความหลากหลาย ทำให้เกิดข้อวิจารณ์ว่า การศึกษามุ่งเฉพาะด้าน แทนที่จะสอนทฤษฎีและความรู้แบบทั่วไป

ในยุโรปและอเมริกา การขยายตัวระยะแรก ๆ ของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ขึ้นอยู่กับพัฒนาของสื่อแต่ละประเภท และรองรับต่อความต้องการของมวลชน พร้อมกับเป็นดัชนีชี้วัดถึงอัตราความเจริญของสังคม และในทางกลับกัน ก็ต้องการนักสื่อสารมวลชนที่ผ่านการฝึกฝนแล้วอย่างดี โดยปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาพัฒนาการการศึกษานิเทศศาสตร์ของสหรัฐอเมริกา คือ (Robert T. Craig and David A. Carlone, 1998)

1. การขยายตัวของหลักสูตรใหม่ ๆ อันเป็นการพัฒนาในเชิงคุณภาพ
2. การเพิ่มปริมาณของเอกสาร ตำราทางวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ อันเป็นการพัฒนาในเชิงปริมาณ

ในประเทศแถบยุโรป จะมุ่งพัฒนามาตรฐานการศึกษานิเทศศาสตร์โดยเน้นความเป็นวิชาการมากกว่าวิชาชีพ ให้ความสำคัญต่อการรับรองและประกันคุณภาพการศึกษาของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ พร้อมกับมองว่า การฝึกฝนทักษะทางวิชาชีพนั้น สามารถดำเนินการในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีได้ เช่น ในประเทศฝรั่งเศส อิตาลี หรือสวีเดนซึ่งจะมีการจัดหลักสูตร Subgraduate Diploma สำหรับฝึกอบรมผู้ที่ต้องการเข้าสู่วิชาชีพสื่อสารมวลชนในระดับผู้ปฏิบัติการเพื่อออกไปทำงานในภาครัฐ ธุรกิจเอกชน หรือองค์กรสาธารณกุศลโดยเฉพาะ (May Katzen , 1975 : 10)

ข) ปัจจัยทางสังคมกับการศึกษานิเทศศาสตร์ของไทย

เมื่อพิจารณาลำดับการเปิดดำเนินการสอนนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยนับแต่ช่วงแรกของการเปิดสอน จะพบว่ามีปัจจัยหลายประการที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ในช่วงระยะแรกของการเติบโตของสาขานิเทศศาสตร์ นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของสาขาวิชานี้ คือ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ ซึ่งสรุปปัจจัยทางสังคมที่มีบทบาทเด่นที่สุดในแต่ละช่วงของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ไว้ดังนี้ (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2533 : 19)

1. พ.ศ.2459-2475 **ปัจจัยเด่น คือ อิทธิพลจากแนวคิดของต่างประเทศ** โดยเฉพาะจาก UNESCO และสหรัฐอเมริกา และความต้องการกำลังคนเพื่อการพัฒนาประเทศ

2. พ.ศ.2476-2500 **พัฒนาการทางการเมือง** และกระแสความตื่นตัวต่อระบอบประชาธิปไตยมีบทบาทเด่นต่อการศึกษาในทศวรรษ โดยถูกใช้เป็นเครื่องสร้างความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบการปกครองระบบใหม่ รวมทั้งเป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อของรัฐและผู้นำประเทศ

3. พ.ศ.2501-2515 **เป็นช่วงของการเร่งรัดพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม** แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติมีบทบาทสูง เนื่องจากเป็นยุคของการเร่งรัดพัฒนาสังคม และเริ่มมีการวางนโยบายและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งต้องการกำลังคนที่มีความสามารถเข้าสู่การวิชาชีพต่างๆ โดยเฉพาะสื่อสารมวลชนซึ่งกำลังมีการขยายตัวทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

4. พ.ศ.2516-2525 **ปัจจัยเด่นคือ การเรียกร้องสิทธิและความเสมอภาคทางการศึกษา** ซึ่งรัฐได้จัดทำแผนพัฒนาการศึกษา และบรรจุความสำคัญของการศึกษาในสาขาการสื่อสารมวลชนเข้าไปด้วย

5. พ.ศ.2526-2533 **ปัจจัยหลักที่มีผล คือ การพัฒนาไปสู่ความเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และการเข้าสู่เทคโนโลยีสารสนเทศ** มีการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคม โดยการก้าวสู่สังคมข้อมูลข่าวสารดังกล่าว ต้องการความรวดเร็วและประสิทธิภาพในด้านการสื่อสารมวลชนมากขึ้น

ค) 5 ยุคนิเทศศาสตร์กับปัจจัยทางสังคม

จากการมองถึงพัฒนาการนับแต่ที่ศาสตร์แขนงนี้ถือกำเนิดขึ้นในประเทศไทย มีปัจจัยทางสังคมหลายประการเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลต่อพัฒนาการของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ จากการประมวลแนวคิดของดิเรกพันธ์ อนวัชศิริวงศ์ รวมทั้งการศึกษาข้อมูล หลักฐาน ทั้งด้านเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์และการเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ประมวลสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการศึกษาในทศวรรษได้เป็น 5 ปัจจัยหลัก อันได้แก่

1. อิทธิพลจากชาติตะวันตก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ทั้งในส่วนที่เป็นแนวคิดในการสอน ปรัชญาการสอน รวมทั้งเอกสาร ตำราทางวิชาการที่รับและแปลมาจากต่างประเทศ
2. นโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะนโยบายด้านการศึกษา ซึ่งปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนาการอุดมศึกษาของทบวงมหาวิทยาลัย
3. ความเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน อันหมายถึง ทิศทางและการขยายตัวทั้งในเชิงเศรษฐกิจและการแพร่สู่สาธารณชนของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
4. ความก้าวหน้าและการแพร่ขยายของเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ ได้แก่ การพัฒนาของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารมวลชน เช่น ดาวเทียมระบบเคเบิลใยแก้ว คอมพิวเตอร์ ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่หลายไปทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว

5. การขยายตัวและกระแสความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ โดยเฉพาะการนำการสื่อสารมวลชนไปใช้อย่างเป็นรูปธรรมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เช่น แผนการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

จากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวที่ผู้วิจัยได้ประมวลจากการศึกษาการเปิดสอนและความเปลี่ยนแปลง ที่มีต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ผูกกับแนวคิดที่ได้รับจากงานวิจัยของ May Katzen และ ถิรพันธ์ อนุวัชรวิวงศ์ พบว่า มิได้มีปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแสดงบทบาทเด่นหรือชัดเจนในการผลักดัน ให้เกิดความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ แต่ในแต่ละยุคจะมีปัจจัยที่มีบทบาทเด่น และบทบาทรองในแต่ละยุค โดยผู้วิจัยพิจารณาถึงลักษณะทิศทางของพัฒนาการของนิเทศศาสตร์ เพื่อมองว่า ปัจจัยใดมีบทบาทผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงการศึกษาด้านนี้มากที่สุดในแต่ละยุค และปัจจัยใดบ้างเป็นตัวสนับสนุนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางอ้อม ซึ่งจากการประมวลภาพรวม ความเปลี่ยนแปลงตลอด 5 ยุค อาจสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6
ปัจจัยทางสังคมกับ 5 ยุคนิเทศศาสตร์ไทย

ยุคที่	ปัจจัยเด่น	ปัจจัยรอง	พัฒนาการที่เกิดขึ้น
1. พ.ศ.2482-2490 (การก่อตั้ง)	แนวคิดของผู้เ้า	อิทธิพลจาก ชาติตะวันตก	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดสอน หลักสูตรหนังสือพิมพ์
2. พ.ศ.2491-2513 (การก่อตั้งอีกครั้งหลังยุค ดำเนินการ)	อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน	-	- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดสอน หลักสูตรหนังสือพิมพ์อีกครั้ง - โอนการสอนหนังสือพิมพ์ไปที่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เปิดสอน สาขาสื่อกระจายเสียง - วิทยาลัยกรุงเทพ เปิดสอนสาขาการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์
3. พ.ศ.2514-2527 (ขยายสถานภาพ- ขยายสาขา)	นโยบายการศึกษาแห่งชาติ	อุตสาหกรรม สื่อสารมวลชน	- สถาบันอุดมศึกษาเดิมยกวิทยฐานะ - เปิดสอนในมหาวิทยาลัยใหม่ - เปิดสาขาเพิ่ม (เน้นสาขาโฆษณา และประชาสัมพันธ์) - ขยายสู่การศึกษาระดับปริญญาโท
4. พ.ศ.2528-2538 (ยุคมหาวิทยาลัยเอกชน และสถาบันราชภัฏ)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ	1. อุตสาหกรรม สื่อสารมวลชน 2. นโยบาย การศึกษาแห่งชาติ	- สถาบันราชภัฏเปิดสอนด้าน นิเทศศาสตร์ - ขยายตัวสู่ภูมิภาค - เปิดสาขาเพิ่มเติม (เน้นโฆษณา - ประชาสัมพันธ์และ การสื่อสารธุรกิจ) - มหาวิทยาลัยเอกชนเพิ่มจำนวน
5. พ.ศ.2539-2540 (จากสื่อสู่เทคโนโลยี สารสนเทศ)	อุตสาหกรรมเทคโนโลยี การสื่อสารมวลชน	1. นโยบาย การศึกษาแห่งชาติ 2. แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ	- เพิ่มการศึกษานิเทศศาสตร์ในแนว วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สารสนเทศ

ยุคที่ 1 พ.ศ.2482-2490 ระยะแห่งการก่อตัวจากแนวคิดของผู้นำ กับอิทธิพลในการจัดวางหลักสูตรจากชาติตะวันตก

1. แนวคิดของผู้นำกับการเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์

จุดกำเนิดของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยเริ่มต้นอย่างชัดเจน เมื่อ พ.ศ.2482 ในยุคของจอมพล ป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบก และอธิการบดีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยควบคู่ไปด้วย มุ่งจะใช้สื่อมวลชนโดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ในการโฆษณาชวนเชื่อ รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือทำสงครามจิตวิทยาในระหว่างสงครามมหาเอเชียบูรพา เพื่อสร้างลัทธิชาตินิยมและรัฐนิยม

แต่ในยุคดังกล่าว นักหนังสือพิมพ์ไม่ยอมตกเป็นเครื่องมือตามความประสงค์ของผู้นำ จอมพล ป. จึงอาศัยการศึกษาเป็นกลไกควบคุมการทำงานของนักหนังสือพิมพ์ คือ กำหนดวุฒิการศึกษาของบรรณาธิการว่า ต้องได้รับประกาศนียบัตรหรือปริญญาทางวิชาการหนังสือพิมพ์ ผู้ไม่ผ่านการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์มาก่อนก็จะไม่สามารถประกอบวิชาชีพนี้ได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ในยุคแรกของการเปิดสอน วิชาการด้านนิเทศศาสตร์ถูกนำไปใช้ประโยชน์ใน 2 ลักษณะ คือ

1. เพื่อยกระดับและมาตรฐานการประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
2. เพื่อควบคุมการทำงานของนักหนังสือพิมพ์

เมื่อพิจารณาในช่วงระยะแรกของการก่อตัว (พ.ศ.2482- 2490) การศึกษานิเทศศาสตร์ มุ่งจัดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้นำประเทศเป็นสำคัญ หากแต่เมื่อการสั่งสมองค์ความรู้เริ่มเกิดขึ้น สาขาวิชาดังกล่าวนี้ก็ถูกวางวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของรัฐในอันที่จะผลิตบุคลากรออกไปประกอบวิชาชีพ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ และการผลิตนักประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือ บทบาทหรือข้อกำหนดจากภาครัฐ มีอิทธิพลต่อการศึกษานิเทศศาสตร์หรือไม่ หากมี เป็นไปในทิศทางใด และมีมาก-น้อยเพียงใด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า การสอนในสาขาดังกล่าวในประเทศไทยมีต้นกำเนิดจากแนวคิดของผู้นำประเทศ หากแต่ก็ไม่ได้ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นว่า ผู้นำประเทศใช้สื่อเป็นเครื่องมือ โดยไม่ได้สนับสนุนให้มีการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ เมื่อเปิดดำเนินการสอนแล้ว ไม่ได้รับความสำคัญที่จะจัดให้เป็นคณะอิสระ หากแต่สังกัดอยู่กับคณะอื่น และเปิดได้ไม่นานก็ต้องล้มเลิกไป

2. การจัดหลักสูตรกับอิทธิพลของชาติตะวันตก

ในยุคแรกนี้ ปัจจัยสนับสนุนที่มีอิทธิพล ได้แก่ แนวคิดจากชาติตะวันตก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ซึ่งเข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ของไทยใน 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1. การเชิญนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษาแนะนำในการร่างหลักสูตรและเป็นผู้สอนในช่วงแรก เนื่องจากในช่วงแรกประเทศไทยยังขาดแคลนนักวิชาการผู้มีความรู้ความชำนาญในสาขาดังกล่าว การร่างหลักสูตรของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เมื่อแรกตั้งก็ได้รับอิทธิพลมาจากสมาคมวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนของสหรัฐ รวมถึงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เองก็นำแนวคิดของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ของอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศสมาประยุกต์ผสมผสาน

เข้าด้วยกัน (Ubonrat Siriyuvasakdi , 1978: 108) เช่น หลักสูตรวารสารศาสตร์ 4 ปี ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้รับคำแนะนำจาก Dr.Kerrison แห่งองค์การอาหารและการเกษตรของสหประชาชาติ และจาก Dr.Kitchin แห่งมูลนิธิฟูไลโบริท์ (จุมพล รอดคำดี, 2529 : 5)

หลักฐานสำคัญที่แสดงถึงอิทธิพลของแนวคิดจากตะวันตก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกาปรากฏชัดเจนออกมาในลักษณะของการแบ่งภาควิชา (ซึ่งระยะแรกจัดตามประเภทของสื่อ) การจัดหลักสูตรเป็นหมวดหมู่วิชาต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดในการสอน กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากอาจารย์ไปยังนักศึกษา ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวก็ยังคงมีอยู่นับแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาจะพบว่า นอกจากหลักสูตรนิเทศศาสตร์ของไทยแล้ว กลุ่มประเทศอาเซียนส่วนใหญ่ก็ได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดและรูปแบบการจัดการศึกษาจากสหรัฐอเมริกาเช่นกัน อันได้แก่ลักษณะดังต่อไปนี้

- เนื้อหาการศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ ส่วนวิชาศึกษาทั่วไป (ความรู้ภาคทฤษฎี) และส่วนที่เป็นวิชาชีพนิเทศศาสตร์ (การฝึกอบรมทักษะต่าง ๆ)
- สาระทางวิชาการมีพื้นฐานมาจากสาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์
- วัตถุประสงค์สำคัญ คือ ผลิตนักสื่อสารมวลชนปฏิบัติงานในภาครัฐและธุรกิจ

เอกชน

(นันทิยา ดวงกุ่มเมศ .2536:17)

จากการวางรูปแบบบริหารจัดการหลักสูตรที่ได้รับอิทธิพลจากสหรัฐอเมริกานับแต่แรกเริ่มพบว่า ยังคงส่งอิทธิพลต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยในสถาบันอุดมศึกษาที่สอนด้านนิเทศศาสตร์ตั้งแต่ยุคแรก ๆ ยังคงใช้แนวทางการบริหารและวางรูปแบบการจัดการศึกษาเหมือนการสอนในสหรัฐอเมริกาในระยะแรกเช่นเดิม ไม่มีความเปลี่ยนแปลงและปรับประยุกต์ให้เข้ากับสภาพสังคมไทย และความต้องการในการพัฒนาสังคม โดยเฉพาะการใช้การศึกษานิเทศศาสตร์เพื่อพัฒนาปัญหาท้องถิ่น

2. การสนับสนุนด้านงบประมาณและอุปกรณ์ประกอบการศึกษาและฝึกฝนอบรม โดยเฉพาะบทบาทของ UNESCO ที่มีต่อการศึกษานิเทศศาสตร์ ปรากฏเด่นชัดตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเมื่อ พ.ศ. 2502 สหประชาชาติมอบหมายให้ UNESCO ดำเนินโครงการสร้างระบบสื่อสารมวลชนในโลกที่ 3 เพื่อขยายความช่วยเหลือภายใต้สมมติฐาน 2 ประการ คือ (นันทิยา ดวงกุ่มเมศ , อ้างแล้ว : 12)

(ก) การมีระบบสื่อสารมวลชนที่มีการกระจายออกไปอย่างทั่วถึง เป็นพื้นฐานสำหรับการมีเสรีภาพด้านข่าวสารของประชาชน

(ข) การพัฒนาระบบสื่อสารมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศด้อยพัฒนา

ภายหลังจากการสำรวจวิจัย UNESCO ได้รายงานผลต่อคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน คณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ ซึ่งมีมติเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกจัดตั้งโครงการสถาบัน การศึกษาสื่อสารมวลชนผลิตนักวิชาชีพ ช่างเทคนิค และทำการวิจัยการนำสื่อมาประยุกต์ใช้

ยุคก่อกำเนิดสาขานิเทศศาสตร์ในประเทศไทย UNESCO จะมีบทบาทต่อการกระตุ้นและ ส่งเสริมการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เป็นอย่างมาก ในด้านการถ่ายทอดแนวคิดจากประเทศพัฒนา แล้ว โดยเฉพาะจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ให้งบประมาณและทรัพยากรสนับสนุน เช่น ในช่วง พ.ศ. 2495-2505 คณะกรรมการบริหารวิเทศกิจประจำประเทศไทย (USOM) ของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค จัดปรับปรุงการสอนภาษาอังกฤษ รวมถึงให้ทุนส่ง เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการด้านภาพยนตร์และนักศึกษาสาขาภาพยนตร์ไปศึกษาดูงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา

3. การเผยแพร่ของตำรา เอกสารประกอบการสอน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาษาต่างประเทศ หรือหากเป็นตำราไทยก็จะแปลหรือได้แนวคิดจากต่างประเทศเป็นสำคัญ

4. อิทธิพลจากแนวคิดของอาจารย์ผู้สอน ซึ่งมักสำเร็จการศึกษาจากสหรัฐอเมริกา ทำให้ได้รับแนวคิดจากนักวิชาการตะวันตกพอสมควร ดังเช่นศาสตราจารย์ บำรุงสุข สีหอำไพ อดีตคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เคยให้สัมภาษณ์ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนของตน ได้รับแรงบันดาลใจจากการสอนของ Wilbur Schramm นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ ผู้มีชื่อเสียงในสหรัฐอเมริกา หรือแม้แต่ จอมพล ป. พิบูลสงครามก็ยอมรับว่าได้รับอิทธิพลเมื่อครั้งไป ศึกษาดูงานด้านการศึกษาศาสตร์สื่อสารมวลชนที่ยุโรปและสหรัฐอเมริกา ก่อนที่จะนำกลับมาวางแผน การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย (Ubonrat Siriyuvasakdi, 1978 : 108) หรือ นายไพโรจน์ ชัยนาม ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทผลักดันให้มีการเปิดสอนวิชาการโฆษณาในมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์เป็นบุคคลแรกที่ได้รับการคัดเลือกให้ไปดูงานด้านนิเทศศาสตร์ที่ประเทศอังกฤษ เบลเยียม เยอรมัน เมื่อพ.ศ.2479 ก่อนจะกลับมารับตำแหน่งอธิบดีกรมโฆษณาการ ใน พ.ศ.2485

แม้ในปัจจุบัน อิทธิพลของชาติตะวันตกยังคงมีผลต่อการศึกษานิเทศศาสตร์ เนื่องจาก อาจารย์ผู้สอนด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มักสำเร็จการศึกษาจากต่างประเทศ โดย พิจารณาจากอัตราส่วนอาจารย์ที่จบการศึกษาจากสหรัฐอเมริกาเมื่อเปรียบเทียบกับอาจารย์ทั้งหมด ทุกระดับการศึกษา ในปี พ.ศ.2540 เมื่อพิจารณาจำนวนอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ในแต่ละ มหาวิทยาลัย พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีอาจารย์ที่สำเร็จการศึกษาจากสหรัฐอเมริกาคิดเป็น 69 % ของอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ทั้งหมด ส่วนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีอาจารย์ที่สำเร็จ จากสหรัฐอเมริกา 36% มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 54% และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีอาจารย์ที่สำเร็จ จากสหรัฐอเมริกา 33%

ยุคที่ 2 พ.ศ.2491-2513

การก่อตัวอีกครั้งหลังหยุดดำเนินการ กับการขยายตัวของธุรกิจสื่อสารมวลชน

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ของสื่อมวลชนไทยทุกแขนง คือ จุดเริ่มต้นที่ถือกำเนิดจากการเป็นสื่อรับใช้ชนชั้นนำในระยะแรกก่อน แล้วจึงพัฒนาเป็นสื่อเพื่อมวลชนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียงที่ริเริ่มนำเข้ามาโดยผู้นำ จากนั้นจึงแพร่หลายไปในหมู่ประชาชนจนกระทั่งมีลักษณะเป็นสื่อมวลชนอย่างแท้จริง

นับแต่ช่วง พ.ศ.2502 อุตสาหกรรมสื่อมวลชนเติบโตขึ้นอย่างมาก เนื่องจากรัฐบาลให้สัมปทานสื่อต่าง ๆ แก่ภาคเอกชนให้สามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี โดยเฉพาะระยะ พ.ศ.2500-2516 เป็นช่วงที่สื่อมวลชนได้รับการพัฒนาและขยายตัวมาก ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการริเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อเร่งรัดพัฒนาประเทศ การคมนาคมและการสื่อสารกลายเป็นสิ่งที่จำเป็น สื่อโทรทัศน์ วิทยุและนิตยสารทวีจำนวนอย่างรวดเร็ว โดยความสัมพันธ์ของการศึกษานิเทศศาสตร์กับกระแสความเปลี่ยนแปลงของสื่อดำเนินไปในลักษณะของการเพิ่มจำนวนของสถาบันที่สอนด้านนิเทศศาสตร์ตามความต้องการบุคลากร เข้าไปรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อดังกล่าวที่เพิ่มขึ้น

ในยุคดังกล่าวนี้ ปัจจัยที่แสดงบทบาทเด่นที่สุด ได้แก่ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน เนื่องจากเป็นช่วงการขยายตัวของสื่อแขนงต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการขยายตัวของสาขาวิชาด้านนิเทศศาสตร์ไปด้วยอย่างต่อเนื่องนับแต่ยุคที่ 2 สืบเนื่องมาจนถึงยุคที่ 4 อันเป็นช่วงการขยายตัวของมหาวิทยาลัย เอกชน และสถาบันราชภัฏทั่วประเทศ โดยในยุคนี้ การขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนส่งผลให้มีการเปิดสอน 4 แห่ง ใน 4 สาขาวิชา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง ภาพยนตร์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เมื่อประมวลความเคลื่อนไหวของสื่อมวลชนแต่ละสาขา ที่มีผลต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ อาจสามารถจำแนกพิจารณาได้ตามสื่อแขนงต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์กับการเปิดสอนสาขาหนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนในสังคมไทยสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม (อาศัยเกณฑ์จากลักษณะการเป็นเจ้าของ) คือ สื่อของรัฐ (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์) กับสื่อของเอกชน (หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์) ซึ่งโดยทั่วไป สื่อสิ่งพิมพ์ไทยจะไม่มีปัญหามากนักในด้านสิทธิ เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสาร นอกจากจะถูกควบคุมจากราชบัญญัติและกฎหมายบางมาตราจากรัฐ และการควบคุมจากผู้ประกอบการ โดยบางครั้ง เนื้อหาอาจเป็นไปในแนวทางที่กลุ่มนายทุนหรือผู้ลงทุนโฆษณาต้องการ แต่ภาพรวมก็ยังปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอิสระกว่าสื่อมวลชนแขนงอื่น โดยเฉพาะบทบาทการนำเสนอข่าวสาร (ฉันทนา หินแก้ว ,2540 :87)

หนังสือพิมพ์ นับเป็นสื่อมวลชนแขนงแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย และมีประวัติยาวนาน มาจนถึงปัจจุบัน ถือกำเนิดมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เริ่มจากการเป็นกิจกรรมของชนกลุ่มน้อย คือ ชนชั้นนำของประเทศซึ่งเป็นผู้รู้หนังสือเท่านั้น ต่อมา จึงได้พัฒนาเป็นสื่อเพื่อมวลชนโดยมีเอกชนเป็นเจ้าของ การกำหนดนโยบายและการดำเนินการจึงเป็นอิสระไม่อยู่ภายใต้การกำกับหรือควบคุมจากรัฐ แต่ข้อจำกัดที่เกิดขึ้น คือ มักตกอยู่ภายใต้อำนาจและการควบคุมของนายทุนที่มั่งคั่ง (สุกัญญา ตีระวนิช , 2526 : 20)

ในระยะแรกของการกำเนิดหนังสือพิมพ์ ผู้ประกอบอาชีพดังกล่าวมิได้ผ่านการศึกษาด้านหนังสือพิมพ์มาก่อน จะอาศัยความสนใจและอยากทดลองในลักษณะของความเป็นมือสมัครเล่น ลองผิดลองถูก และฝึกหัดจากการกระทำด้วยตนเอง เมื่อสื่อแขนงดังกล่าวเริ่มมีความสำคัญและเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น จนกลายเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในสังคม ผู้ประกอบวิชาชีพจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ที่เป็นระบบและเป็นทางการจากสถาบันการศึกษา เพื่อยกระดับความสามารถ และเพิ่มคุณวุฒิให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น รวมทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับเงื่อนไขภายนอกที่เป็นข้อกำหนด เช่น จากนโยบายในสมัยจอมพล.พิบูลสงคราม ซึ่งระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพนักหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะบรรณาธิการต้องสำเร็จการศึกษาด้านหนังสือพิมพ์มาก่อน

จากความสำคัญดังกล่าว การศึกษาสาขาวิชาหนังสือพิมพ์จึงได้ถือกำเนิดขึ้น นับเป็นสาขาแรกของนิเทศศาสตร์ โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอันเป็นสถาบันที่เปิดสอนหนังสือพิมพ์ขณะนั้น กำหนดวัตถุประสงค์ว่าเพื่อผลิตบุคลากรปฏิบัติงานในสายงานดังกล่าว ด้วยความมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบอาชีพหนังสือพิมพ์มีคุณวุฒิสูงขึ้น ความสำคัญของการศึกษาในสาขาดังกล่าวปรากฏให้เห็นในชื่อของหลักสูตรการศึกษา กล่าวคือ ใช้ชื่อสาขาว่า “แผนกวารสารศาสตร์” ลักษณะการศึกษาเน้นเนื้อหาสาระที่เป็นวิชาทางภาษาและศิลปศาสตร์ หรือการศึกษาทั่วไป (ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2533 : 21)

ระยะแรกเริ่มของการก่อตั้งของสาขาวิชาหนังสือพิมพ์ คือ นับแต่ พ.ศ.2482 ตรงกับช่วงที่สื่อสิ่งพิมพ์ขาดเสรีภาพ เนื่องจากสภาพทางการเมืองในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม มีการแบ่งขั้วอำนาจเป็นฝ่ายต่างๆ ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือของแต่ละฝ่าย นักเขียนนักหนังสือพิมพ์ หัวก้าวหน้าต้องยุติบทบาท หันไปเสนอเรื่องราวบันเทิงและเรื่องไร้สาระแทน แต่ธุรกิจนิตยสารก็มีการขยายตัวไม่น้อยในเชิงปริมาณ เกิดนิตยสารและวารสาร ทั้งที่เป็นวิชาการและ กึ่งวิชาการ

ระหว่าง พ.ศ.2482-2516 เป็นช่วงของการต่อสู้เพื่ออิสรภาพของนักหนังสือพิมพ์ ซึ่งส่งผลให้การศึกษาด้านสาขาดังกล่าวมีการขยายตัวไม่มากนัก และยังไม่มีความมั่นคงเท่าที่ควร แม้จะเป็นสาขาแรกที่เปิดดำเนินการก็ตาม โดยสังเกตจากลักษณะการเปิดสอนด้านสิ่งพิมพ์ ซึ่งเปิดได้ไม่นานก็ต้องหยุดดำเนินการไป และเมื่อก่อตั้งขึ้นใหม่อีกครั้ง ก็จัดเป็นการการศึกษาในภาคค่ำ เพื่อตอบสนองต่อผู้มีหน้าที่การทำงานทำอยู่แล้ว

กล่าวโดยสรุปแล้ว เมื่อพิจารณาจากบทบาทของหนังสือพิมพ์ในยุคแรกดังกล่าว นอกจากมิติด้านการขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลต่อการศึกษาในเทศศาสตร์แล้ว อิทธิพลในด้านการทำหน้าที่สื่อก็มีบทบาทด้วย เช่น พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์จะมีบทบาทในการเป็นผู้คานอำนาจรัฐและผู้ปกครอง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การเปิดสอนและการขยายตัวของการศึกษาในเทศศาสตร์มีความสัมพันธ์กับสื่อ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ใน 2 ลักษณะ คือ

1. การผลิตบุคลากรเข้าสู่อาชีพสื่อสารมวลชน
2. การถูกผู้ปกครองใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมการปฏิบัติหน้าที่

2. การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์กับกำเนิดของสาขาวิชาการภาพยนตร์

การพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นผลมาจากนโยบายเร่งรัดพัฒนาประเทศที่รัฐบาลได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนเพื่อกิจการอุตสาหกรรมขึ้นเป็นครั้งแรกใน พ.ศ.2505 จากนั้นในปี พ.ศ. 2507 รัฐบาลก็ได้ประกาศให้ภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมแขนงหนึ่ง (จรัล ทองเกษม, 2539 : 48)

นับแต่การก่อตั้งกำเนิดของศาสตร์แขนงนี้ ผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทยพยายามยกระดับคุณภาพการผลิตให้มีคุณค่า แต่กระนั้น วงการภาพยนตร์ไทยก็ได้รับผลกระทบจากปัญหาแวดล้อมมากมาย เช่น การค้าเสรี การตั้งกำแพงภาษี ความเจริญทางเทคโนโลยี อิทธิพลจากการพัฒนาของอุตสาหกรรมสื่อแขนงอื่น เช่น ละครโทรทัศน์ เคเบิลทีวี และภาพยนตร์ต่างประเทศที่เข้ามา มีบทบาทในสังคม ทำให้สื่อมวลชนแขนงนี้ยังไม่เป็นที่นิยมนักเมื่อเทียบกับสาขานิเทศศาสตร์แขนงอื่น

(ก) ความเป็นมาโดยสังเขปของธุรกิจภาพยนตร์ในประเทศไทย

ภาพยนตร์นับเป็นสื่อมวลชนแขนงที่สองที่เข้ามาในประเทศไทยต่อจากหนังสือพิมพ์ โดยใน พ.ศ.2465 สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 นายเฮนรี เอ แมคเร (Henry A. Macrae) และคณะผู้สร้างภาพยนตร์แห่งบริษัทยูนิเวอร์แซล สหรัฐอเมริกาเข้ามาถ่ายภาพยนตร์เรื่อง “นางสาวสุวรรณ” ซึ่งใช้ผู้แสดงคนไทย และออกฉายให้ประชาชนเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2466 จึงถือวันดังกล่าวเป็นวันกำเนิดกิจการภาพยนตร์ไทย (นัยนา แยมสาขา, 2540 : 2)

การเริ่มต้นกิจการภาพยนตร์ในเชิงพาณิชย์ของคนไทย กำเนิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 7 โดยเป็นการดำเนินของบริษัทถ่ายภาพยนตร์ไทย และบริษัทกรุงเทพภาพยนตร์ อันเป็น 2 บริษัทที่แข่งขันกันดำเนินธุรกิจ ยุคแรกภาพยนตร์เป็นภาพยนตร์เงียบ การบรรยายและบทเจรจาจะใช้ตัวอักษรบรรยายสลับภาพ โดยภาพยนตร์ไทยเสียงในฟิล์มเริ่มออกฉายสู่สาธารณชนครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2473 และเรื่องแรกที่มีเสียงพูด หรือที่เรียกว่า หนังไทยพูดได้ คือ “หลงทาง” ออกฉายเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ.2475

พ.ศ. 2496 บุคคลผู้มีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจภาพยนตร์อีกท่านหนึ่ง คือ รัตน์ เปสตันยี ได้จัดตั้งบริษัทหมูนานภาพยนตร์ เริ่มสร้างภาพยนตร์ไทยระบบ 35 มม. เสียงในฟิล์มเรื่องแรกของไทยคือ “สันติ-วีณา” เปลี่ยนแปลงจากเดิม ซึ่งใช้ฟิล์ม 16 มม. จากนั้น พ.ศ.2514 จึงเข้าสู่ยุคภาพยนตร์ไทยมาตรฐาน 35 มม. เสียงในฟิล์ม อันเป็นจุดเริ่มต้นของภาพยนตร์ไทยปัจจุบัน(สุพรรณิ เมธสุทธิ์, 2540 : 50-51) โดยความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในเนื้อหาของภาพยนตร์ช่วง พ.ศ.2489-2499 อันเป็นยุคหนัง 16 มิลลิเมตรเฟื่องฟู ระยะแรกเน้นหนังบู๊ ต่อมา เปลี่ยนเนื้อหาเป็นแนวรัก โศก และ ช่วง พ.ศ. 2500- 2519 เกิดยุคของดาราคู่ขวัญ พัฒนาจากระบบ 16 มิลลิเมตรเป็นฟิล์ม 35 มิลลิเมตร เนื้อหาภาพยนตร์เริ่มสะท้อนปัญหาสังคมมากขึ้น

(ข) จุดกำเนิดของการศึกษาสาขาภาพยนตร์ในประเทศไทย

ในการประกอบวิชาชีพด้านภาพยนตร์ การเข้าสู่แวดวงดังกล่าวยุคแรกไม่แตกต่างจากผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ คือ ทำงานด้วยใจรัก โดยไม่ได้สำเร็จการศึกษาด้านนี้มาโดยตรง ทั้งนี้ โดยพิจารณาจากกำเนิดของภาพยนตร์ไทยซึ่งเผยแพร่สู่สาธารณชนตั้งแต่ พ.ศ.2473 แต่การศึกษาวิชาภาพยนตร์ในประเทศไทยเพิ่งเริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกใน พ.ศ.2496 ที่แผนกวิชาช่างถ่ายรูป วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ กรมอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ โดยเป็นการศึกษาในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มุ่งเน้นผลิตช่างถ่ายรูปหรือถ่ายภาพยนตร์เพื่อไปทำงานในวงการภาพยนตร์ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นสาขาวิชาที่ต้องอาศัยความรู้เชิงเทคนิคซับซ้อน จึงต้องจัดการสอนในระดับเทคนิค

ในช่วงดังกล่าว คือ ระหว่างพ.ศ. 2495 สื่อโทรทัศน์ได้ถือกำเนิดขึ้น ดังนั้น ผลพลอยได้อีกประการหนึ่งของการศึกษาวิชาภาพยนตร์ คือ นักศึกษาที่จบการศึกษาสาขาภาพยนตร์รุ่นแรกๆ สามารถเข้าไปทำงานโทรทัศน์ได้ เนื่องจากสมัยนั้นการถ่ายทำข่าวต้องใช้ภาพยนตร์ นักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพยุคนั้นได้เรียนวิชาภาพนิ่งและภาพยนตร์ จึงสามารถปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์ได้เป็นอย่างดี (สัมภาษณ์ สุรพล ชลวิไล อ่างใน สุพรรณิ เมธสุทธิ์, 2540 : 51)

ต่อมา นับแต่ พ.ศ.2505 สถาบันอุดมศึกษาเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของสาขาภาพยนตร์ในฐานะที่เป็น “ศิลปะแขนงที่ 7” อันหมายถึง เป็นที่รวบรวมศาสตร์ทุกแขนง นอกเหนือไปจากการเป็นเพียงความรู้ในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ จึงได้จัดการสอนในระดับปริญญาตรี โดยสังกัดคณะนิเทศศาสตร์ หรือวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการเปิดสาขาภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คือ ศาสตราจารย์สนั่น ปัทมะทิน โดยเป็นผู้ร่วมร่างหลักสูตรการถ่ายภาพและภาพยนตร์ราว พ.ศ.2505 (สุพรรณิ เมธสุทธิ์, อ่างแล้ว : 60) โดยลักษณะการศึกษาของสาขานี้ สามารถจำแนกรูปแบบการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ

1.เทคนิค เช่น งานถ่ายภาพ จัดแสง ช่างเสียง

2.เนื้อหาสาระ อันเป็นเรื่องของการสื่อความหมาย เช่น การเขียนบท กำกับ การแสดง ลำดับภาพ เป็นต้น

3. กำเนิดของสื่อกระจายเสียงกับการสอนสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ก) เป้าหมายการใช้ประโยชน์จากสื่อกระจายเสียง

นับจากการถือกำเนิดของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในไทย ตั้งแต่ยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม คือ ใน พ.ศ.2473 สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียง และ พ.ศ.2498 สำหรับวิทยุโทรทัศน์ สื่อทั้งสองประเภทนี้มีลักษณะพัฒนาการคล้ายกัน กล่าวคือ ภาครัฐมีบทบาทสำคัญ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ กำเนิดมาจากความคิดของผู้นำประเทศตั้งแต่ในสมัย จอมพล ป.พิบูลสงคราม ที่ต้องการให้สื่อกระจายเสียงเป็นเครื่องถ่วงดุลอำนาจระหว่างรัฐกับสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งยุคนั้นหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อประชาชนเป็นอย่างมากในลักษณะของการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล (สนิทส์ สิทธิรักษ์ , 2535 : 150-151)

พ.ศ. 2493 ภายหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สื่อวิทยุกระจายเสียงเข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเทคโนโลยีด้านสื่อสารมวลชนชนิดใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยมีกำเนิดจากการผลักดันของข้าราชการกรมโฆษณาการ ซึ่ง สรรพศิริ วิริยศิริ เป็นผู้มียุทธศาสตร์ นำ ผนวกกับความเคลื่อนไหวของบริษัทข้ามชาติที่สำคัญ คือ บริษัทวิทยุกระจายเสียงแห่งสหรัฐอเมริกา หรือ Radio Cooperation of America (RCA) ที่เข้ามามีบทบาทพร้อมกับอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาในไทย

ในยุคแรกของการออกอากาศแพร่ภาพถึงช่วงประมาณ พ.ศ.2501 เป็นระบบกระจายเสียงแบบผูกขาดโดยภาครัฐ การดำเนินการมีเป้าหมายทางการเมืองเพื่อเป็นกระบอกเสียงของรัฐ เป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ และช่วงชิงอำนาจทางการเมืองจากสื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นกิจการของเอกชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2539 : 36) สื่อกระจายเสียงในยุคนี้จึงตกอยู่ในการควบคุมและกำกับดูแลของภาครัฐมากกว่าสื่ออื่น

ในช่วงที่จอมพล ป.พิบูลสงคราม ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี แม้จะเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาดำเนินการกิจการวิทยุกระจายเสียงได้ หากโดยภาพรวม รัฐบาลยังคงมีอำนาจกำกับดูแลทั้งด้านนโยบายและการขยายตัว มีการก่อตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต เครือข่ายวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคต่าง ๆ ก่อตั้งเครือข่ายวิทยุทหาร โดยมีสถานีในเครือข่ายวิทยุประจำถิ่น(วปถ.) ให้เอกชนลงทุนและดำเนินการในนามกองทัพ พร้อมก่อตั้งสถานีวิทยุเครือกรป.กลาง โดยใช้งบประมาณของรัฐ พร้อมกับได้รับการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และการฝึกอบรมจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาด้วย (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ , 2532 : 7)

(ข) สรุปพัฒนาการที่สำคัญของสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ , 2539 : 7-28)

ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในช่วงยุคดังกล่าวของกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ สามารถสรุปได้โดยภาพรวมดังต่อไปนี้

- วันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ.2489 กรมไปรษณีย์โทรเลข จัดตั้งสถานีวิทยุทดลอง 1 ปณ ส่งกระจายเสียงสัปดาห์ละ 2 วัน วันละ 1 ชั่วโมงในตอนค่ำ นับเป็นสถานีวิทยุแห่งแรกที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมโฆษณาการ

- วันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ.2495 สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ทดลองออกอากาศจากกรมประชาสัมพันธ์ไปยังทำเนียบรัฐบาล

- พ.ศ. 2496 - 2497 รัฐบาลมอบให้กระทรวงศึกษาธิการเริ่มโครงการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา โดยออกอากาศ 1 มกราคม 2500

- พ.ศ.2498 สถานีโทรทัศน์แห่งแรกของไทยออกอากาศแพร่ภาพเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน อันเป็นวันชาติในขณะนั้น ใช้ชื่อสถานีว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี” หรือเรียกสั้นๆว่า “ไทยทีวี” ออกอากาศทางช่อง 4 บางขุนพรหม โดยผู้ปฏิบัติงานได้รับการฝึกอบรมด้านเทคนิคจากบริษัท อาร์.ซี. เอ แห่งสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นบริษัทที่ชนะการประกวดราคาเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์

- ช่วง พ.ศ.2500-2515 จำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเกือบ 200 แห่ง ในลักษณะที่เอกชนดำเนินการควบคู่ไปกับภาครัฐ หรือระบบทวิภาค (Dual System) ระบบวิทยุกระจายเสียงสามารถดำเนินการโฆษณาได้อย่างเสรี ไม่มีการจัดระเบียบ คือ เปิดขายเวลาให้กับผู้ผลิตเอกชนเพื่อหวังผลด้านรายได้ ไม่ได้กำหนดระเบียบหรือมาตรการควบคุมเวลาในการโฆษณา อย่างไรก็ตามช่วง พ.ศ.2511 ในยุคของจอมพล ถนอม กิตติขจร ได้มีความพยายามจัดระเบียบควบคุมด้านการจัดสรรความถี่และเนื้อหาของรายการ รวมทั้งพยายามควบคุมกำหนดเวลาในการโฆษณาทางวิทยุด้วย

- พ.ศ.2501 กองทัพบกจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ขึ้น ในพื้นที่กองพลทหารม้า กรุงเทพมหานคร ใช้ชื่อว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ททบ.) หรือสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 ปัจจุบัน และเริ่มออกอากาศ วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2501 ในระบบ 525 เส้น ขาว-ดำ

- พ.ศ.2505 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดลำปาง เริ่มส่งกระจายเสียงทั้งในระบบเอ.เอ็มและเอฟ.เอ็ม และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปางและช่อง 5 ขอนแก่น ทดลองแพร่ภาพครั้งแรกในระบบขาวดำ

- พ.ศ.2507 สถานีวิทยุกระจายเสียง ท.ท.ท. นำระบบสเตอริโอมีลติเพล็กซ์เข้ามาส่งกระจายเสียงเป็นสถานีแรก

- พ.ศ.2508 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยออกอากาศด้วยกำลังส่ง 100 กิโลวัตต์ ส่งคลื่นขนาดกลาง และคลื่นยาว เครื่องส่งอยู่ที่ อ. นครชัยศรี จ.นครปฐม และห้องส่งอยู่ที่กรมประชาสัมพันธ์ พร้อมกับคณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้บริษัทไทยโทรทัศน์ออกอากาศในระบบ 625 เส้น เพิ่มขึ้นอีกระบบหนึ่ง

- พ.ศ.2509 กรมประชาสัมพันธ์จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดตาก

- พ.ศ.2510 กรมประชาสัมพันธ์ ขยายการออกอากาศสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นสั้นไปยังประเทศใกล้เคียง เครื่องส่งอยู่ที่ อ. คลองหลวง จ.ปทุมธานี

- พ.ศ.2510 บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์สีขึ้นเป็นครั้งแรก ออกอากาศในนามของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

- พ.ศ.2511 กรมประชาสัมพันธ์จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงราย และวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ.2511 มีการก่อตั้งโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย เป็นครั้งแรก มีชื่อย่อว่า ททบ.

- พ.ศ.2512 เริ่มออกอากาศสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 7 สุราษฎร์ธานี ระบบขาว-ดำ

- พ.ศ.2513 กรมประชาสัมพันธ์จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดพิษณุโลก และจัดตั้งสำนักข่าวไทยขึ้นที่พนมเปญ ประเทศกัมพูชา ส่วนด้านวิทยุโทรทัศน์ได้มีการทดลองแพร่ภาพสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อย่างไม่เป็นทางการ โดยการบริหารงานของบริษัท บางกอกเอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ภายหลังจากที่ได้รับสัมปทานจาก บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัดใน พ.ศ.2511

- พ.ศ.2514 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ ส่งกระจายเสียงด้วยระบบเอฟ.เอ็ม และระบบเอ.เอ็ม

- พ.ศ.2515 กรมประชาสัมพันธ์ จัดทำโครงการขยายบริการวิทยุโทรทัศน์ทั่วประเทศ

- พ.ศ.2516 กรมประชาสัมพันธ์จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดน่าน

ลักษณะการขยายตัวดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อเร่งรัดพัฒนาประเทศ ซึ่งสื่อมวลชนจะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาด้านต่างๆ อย่างแพร่หลาย นอกเหนือไปจากการถูกใช้เป็นเครื่องมือการโฆษณาชวนเชื่อ และคานอำนาจหนังสือพิมพ์ในยุคแรก (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2539 : 23-24) สื่อกระจายเสียงก็ได้เพิ่มบทบาทเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ สร้างความชอบธรรมแก่การทำงานของผู้ปกครอง สร้างความเข้าใจการปฏิบัติงานของรัฐบาล และเรียกร้องความร่วมมือจากประชาชนในการทำงานของภาครัฐ โดยจะสังเกตได้ว่าการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงมักดำเนินการ ในจังหวัดที่เกิดเหตุการณ์ไม่สงบอันเนื่องมาจากการร้ายเป็นส่วนใหญ่

(ค) จุดกำเนิดของการศึกษาสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในประเทศไทย

ในการก่อตั้งของวิทยุโทรทัศน์ รัฐบาลได้เตรียมสร้างบุคลากรเพื่อรองรับการวางรากฐานของสื่อดังกล่าว เช่น ส่งข้าราชการไปศึกษาดูงานต่างประเทศ หรือจ้างผู้ชำนาญการพิเศษจากต่างประเทศเพื่อมาบริหารงานโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ดังกล่าวก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการบุคลากรในฐานะผู้ปฏิบัติงาน

ดังนั้น เพื่อบรรเทาปัญหาดังกล่าว รัฐบาลจึงได้เปิดสอนสาขาสื่อสารมวลชนที่เน้นวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ขึ้นในคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ด้วยเหตุผลว่า งานของรัฐบาลในด้านการสื่อสารมวลชนเกือบทั้งหมด เป็นเรื่องของสื่อมวลชน 2 ประเภท คือ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และสาเหตุที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เนื่องจากมีสถานีวิทยุเพื่อการศึกษารองรับอยู่แล้ว รวมถึงการสนับสนุนด้านงบประมาณจาก UNESCO ที่มีให้ต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ ผู้มีบทบาทก่อตั้งสาขาสื่อสารมวลชนในสมัยนั้น คือ มล.ดุษฎี ชุมสาย มีความชำนาญในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นอย่างดี จึงสนับสนุนให้เปิดสาขาดังกล่าวขึ้นที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อย่างไรก็ตาม ในยุคแรกของกิจการวิทยุกระจายเสียงโดยเฉพาะส่วนภูมิภาค ยังคงขาดผู้มีความรู้ความชำนาญในลักษณะมืออาชีพ ดังเช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยช่อง 8 ลำปาง ซึ่งวชิรา รินทร์ศรี (2537 : 81) ได้วิจัยพบว่า ก่อน พ.ศ. 2512 ไม่มีการผลิตรายการเป็นของตนเอง เจ้าหน้าที่เป็นนายช่างจบด้านเทคนิค และนำนายช่างมาพากย์บทภาพยนตร์ ต่อมาหลัง พ.ศ. 2512 จึงเริ่มรับบุคลากรฝ่ายรายการมาบริหารงานและลงมือผลิตรายการเอง คือ นายวิจิตร วุฒิอำพล ซึ่งสำเร็จการศึกษาจากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ทำให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 8 ลำปางเริ่มได้บุคลากรที่ศึกษาด้านนี้มาบริหารงาน ส่งผลให้มีการขยายการศึกษาสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในยุคต่อมา

4. การขยายตัวของภาคธุรกิจกับจุดเริ่มต้นสาขาโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา

อุตสาหกรรมการโฆษณามีวิวัฒนาการที่เป็นหลักฐานเด่นชัดพร้อมกำเนิดของหนังสือพิมพ์ไทย ด้วยการริเริ่มของหมอบรัดเลย์เมื่อประมาณ พ.ศ. 2384 แต่รูปแบบความสำเร็จของการโฆษณาไทยที่ปรากฏเด่นชัด คือ การโฆษณากิจการรถไฟไทย โดยพระองค์เจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินทำการโฆษณาเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของการรถไฟไทยในขณะนั้น ซึ่งดัดแปลงมาจากการโฆษณาธุรกิจรถไฟของประเทศอังกฤษ จนกระทั่งได้ทรงดำเนินธุรกิจโฆษณาขึ้นอย่างเป็นทางการโดยการตั้งบริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิ่ง และห้างนายเลิศเป็นบริษัทแรกที่เป็นลูกค้าดำเนินการโฆษณา (30 ปี สมาคมโฆษณารัฐกิจแห่งประเทศไทย, 2540 : 31) แต่การศึกษาการโฆษณาในลักษณะเป็นสาขาวิชาเพิ่งมีกำเนิดขึ้นในช่วงยุคที่ 2 นี้เอง

(ก) พัฒนาการของธุรกิจการโฆษณาในประเทศไทย

ประวัติศาสตร์บนเส้นทางโฆษณาของไทย เริ่มจากสื่อสิ่งพิมพ์ในลักษณะประกาศแจ้งความ จากนั้นจึงเข้าสู่วิทยุ และโทรทัศน์ และผันแปรไปตามธุรกิจการตลาด จากตลาดเล็กๆ และอาศัยเพียงประกาศแจ้งความสู่ตลาดซับซ้อนมากขึ้น จนถึงปลายรัชกาลที่ 8 ลักษณะงานโฆษณาจึงเริ่มมีลีลาและสำนวนดึงดูดใจมากขึ้น

ใน พ.ศ.2473 เมื่อมีการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย นำไปสู่พัฒนาการรูปแบบของการโฆษณา เริ่มมีโฆษณาทางเสียงเป็นเพลงและเนื้อร้องที่บรรยายสรรพคุณสินค้าโดยละเอียดเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย จากนั้นเมื่อธุรกิจวิทยุขยายตัว การโฆษณาก็พัฒนาการนำเสนอให้น่าสนใจขึ้น รวมถึงมีการพัฒนาในด้านเนื้อหาสาระด้วย (สัญญาพงศ์ สุวรรณสิทธิ์, กฤติกา นพรัตน์, 2540 : 7-10)

เมื่อโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้นในประเทศไทย ประมาณ พ.ศ.2500 โดยสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม การโฆษณาได้เปลี่ยนลักษณะเนื้อหาการนำเสนอและเทคนิค จากยุคแรกซึ่งเป็นการประกาศขายสินค้าโดยพิธีกร ใช้สไลด์ภาพนิ่ง และมีคำบรรยายโฆษณา ต่อมา จึงเริ่มมีภาพยนตร์โฆษณาในลักษณะการ์ตูนโฆษณา

ในด้านการสร้างสรรค์งานโฆษณาทางโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ ยุคแรก ๆ การผลิตงานจะเป็นผลงานของชาวต่างชาติ เช่น ริชาร์ด มูเน่ แบร์รี โอเวน รอน สปอลดิ้ง เดวิด แลนเดอร์ ต่อมาจึงมีผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาชาวไทย (สัญญาพงศ์ สุวรรณสิทธิ์, กฤติกา นพรัตน์, 2540 : 7-10) ชิ้นงานส่วนใหญ่เน้นความคิด คำพูด และสโลแกนติดหูเป็นหลัก จุดเด่นด้านตัวสินค้า (Production) ยังคงมีน้อย เพราะเทคโนโลยียังไม่ทันสมัย เมื่อการโฆษณาเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น จึงได้มีการจัดการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) เข้ามาควบคุมดูแลการโฆษณา โดยในระยะแรกเป็นการควบคุม แล้วจึงผ่อนคลายความเข้มงวดลงเหลือเพียงการกำกับดูแล

(ข) พัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

วิชาการประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่มีสถานภาพเป็นศาสตร์ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกา เมื่อ ค.ศ.1923 (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 520) โดยสมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้จำแนกงานของนักประชาสัมพันธ์ว่า ประกอบด้วยงานลักษณะดังต่อไปนี้ (1969 : 4-6 อ้างใน สุเทพ เดชะชีพ , 2532 : 38)

1. งานด้านการเขียน (Writing)
2. งานบรรณาธิการ (Editing)
3. งานด้านการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ (Placement)
4. งานด้านการส่งเสริม (Promotion)
5. งานด้านการวางแผนโครงการ (Programming)
6. งานด้านการพูด (Speaking)
7. งานด้านการผลิต (Production)
8. งานด้านการโฆษณาสถาบัน (Institutional Advertising)

สำหรับในประเทศไทย งานด้านการประชาสัมพันธ์ได้ถือกำเนิดมาเป็นเวลากว่า 60 ปีแล้ว นับแต่เริ่มเปลี่ยนแปลงการปกครองพ.ศ. 2475 เนื่องจากรัฐบาลมองว่าระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยเป็นของใหม่ ประชาชนส่วนมากยังไม่คุ้นเคย จึงต้องมีหน่วยราชการทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจสู่ประชาชน โดยตั้งกองโฆษณาการทำหน้าที่ดังกล่าว จากนั้นได้เปลี่ยนเป็นกรมประชาสัมพันธ์เมื่อ พ.ศ.2495 ดังนั้น ความหมายของการประชาสัมพันธ์ในระยะแรก จึงเป็นการแจ้งข่าวสารของรัฐสู่ประชาชน ต่อมา ระยะหลังจึงมีความหมายเปลี่ยนไปในเชิงธุรกิจ หรือภาคเอกชนมากขึ้นตามกลไกของตลาด และการขยายตัวของเศรษฐกิจ

สำหรับความเป็นมาของกรมประชาสัมพันธ์ อันเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจนเป็นครั้งแรก ถือกำเนิดเมื่อ 3 พฤษภาคม พ.ศ.2476 ใช้ชื่อว่า “กองการโฆษณา” ด้วยวัตถุประสงค์ทางการเมืองในสมัยรัฐบาลพระยามโนปกรณนิติธาดา โดยวางวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ (พรสวรรค์ อุทาร์วุฒิพงษ์, 2535 : 158-159)

1. เพื่อโฆษณาประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจแก่นานาประเทศ
2. เพื่อโฆษณา เผยแพร่ ชักจูงใจประชาชนให้เกิดความเลื่อมใสในระบอบรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็น การปกครองระบบใหม่

การก่อตั้งกองการโฆษณา รัฐบาลได้รับแนวคิดจากตะวันตก คือ จากอังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลีซึ่งรวมเอาเครื่องมือในการสื่อสารมวลชนเข้าไว้ในหน่วยงานเดียวกัน จึงได้ดำเนินการโอนงานที่เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนเข้าไว้ในกองการโฆษณา เช่น เอกสารเผยแพร่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ดนตรี การแสดงและการท่องเที่ยว

บุคคลที่ได้รับคัดเลือกเข้ามาปฏิบัติงานในกองการโฆษณาในยุคแรก ประกอบด้วย บุคคลที่ถูกขอให้มาช่วยงานจากรัฐสภาและกรมร่างกฎหมาย กระทรวงยุติธรรม เช่น ไพโรจน์ ชัยนาม ทวี ตะเวทิกุล ตู หลลมหลวง โดยได้เชิญ หม่อมเจ้าสกลวรรณกร วรวรรณ ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศสูงมาเป็นผู้บัญชาการกองการโฆษณา

จากนั้น กองการโฆษณาได้เปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานโฆษณาการ เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ.2476 ต่อมา วันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ.2482 เปลี่ยนชื่อเป็น กรมโฆษณาการ และวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2495 เปลี่ยนชื่อเป็นกรมประชาสัมพันธ์ สาเหตุประการสำคัญของการเปลี่ยนชื่อ เนื่องจากในยุคนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นแนวคิดใหม่ที่กำลังรุ่งเรือง เป็นที่นิยมในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้ไปศึกษาต่างประเทศได้เรียนรู้อิทธิพลนี้ เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ครอบคลุมงานของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งหมด อีกทั้งคำว่า “โฆษณา” ก็ไปพ้องกับโฆษณาชวนเชื่อที่ใช้กันมากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงเป็นสาเหตุให้กรมโฆษณาการต้องเปลี่ยนชื่อเป็นกรมประชาสัมพันธ์ (พรสวรรค์ อุทาร์วุฒิพงษ์, อ้างแล้ว : 160)

การก่อตั้งกรมประชาสัมพันธ์ยุคแรก ได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตก เช่น อังกฤษ, ฝรั่งเศส, เยอรมัน, อิตาลี โดยระยะแรกของการก่อตั้งประชาชนไม่เห็นด้วย เกรงว่ารัฐบาลจะใช้จ่ายสิ้นเปลือง รวมถึงสื่อหนังสือพิมพ์เองก็ไม่พอใจ ด้วยเกรงว่าจะเข้ามาบีบบทบาทควบคุม แต่รัฐบาลก็พยายามให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนต่อวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการก่อตั้งกรมประชาสัมพันธ์ (หรือ กองการโฆษณาในสมัยนั้น -ผู้วิจัย)

ในช่วงแรกของการก่อตั้งของงานด้านประชาสัมพันธ์ องค์กรส่วนใหญ่โดยเฉพาะภาคเอกชน ยังไม่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์นัก องค์กรรัฐวิสาหกิจได้นำการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้ก่อน แล้วจึงขยายออกไปยังหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคนั้น คือ งานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยขาดรูปแบบที่ชัดเจน รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานเองยังไม่รู้ความหมายที่แท้จริงของการประชาสัมพันธ์เพียงพอที่จะนำไปปฏิบัติได้ แม้กระทั่งผู้บริหารสูงสุดบางครั้งก็ยังไม่รู้ว่าการประชาสัมพันธ์คืออะไร (สมวงศ์ โปษยานนท์, 2530 : 34)

(ค) การศึกษาสาขาประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

ก่อนจะมีการจัดการศึกษาในสาขาประชาสัมพันธ์ระดับปริญญาตรีในประเทศไทยนั้น ได้มีการจัดการศึกษาด้านนี้ โดยกองวิชาการประชาสัมพันธ์จัดตั้งโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ขึ้นในพ.ศ.2504 เพื่อมุ่งหมายจะให้ความรู้ และเป็นการฝึกอบรมแก่ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ ในด้านการใช้ประโยชน์จากสื่อต่างๆ เพื่อติดต่อสื่อสารกับมวลชน หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการจัดการศึกษาเพื่อรับใช้ต่อภาครัฐเป็นสำคัญ

ส่วนการสอนด้านประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาเริ่มต้นอย่างแท้จริงตั้งแต่ พ.ศ.2508 ที่แผนกอิสระวารสารศาสตร์และการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งในระยะแรกมีทั้งนิสิต นักศึกษาและผู้ที่ทำงานแล้วมาศึกษาด้วย เช่น นักประชาสัมพันธ์จากกรมประชาสัมพันธ์ กรมพัฒนาชุมชน ทหาร ตำรวจ เป็นต้น อันเป็นการแสดงถึงลักษณะที่ยังคงให้ความสำคัญต่อการศึกษา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานสื่อสารมวลชน

การประชาสัมพันธ์ นับเป็นสาขาวิชาที่มีบทบาทต่อกระบวนการพัฒนาประเทศตั้งแต่ในยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญของการใช้สื่อมวลชนสร้างความชอบธรรม โดยในยุคที่สองนี้ดำเนินไปในลักษณะของการถูกใช้เป็นเครื่องมือโฆษณาชวนเชื่อ จนกระทั่งรัฐได้บรรจุแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเข้าไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 เป็นต้นมา จึงถือว่าเป็นการนำการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ

ยุคที่ 3 พ.ศ. 2514-2527 ยุคขยายสถานภาพ ขยายสาขาวิชากับอิทธิพลหลักของนโยบายการศึกษาของภาครัฐ และบทบาทของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

ในยุคนี้ ปัจจัยที่มีบทบาทเด่น คือ นโยบายการศึกษาแห่งชาติ โดยเฉพาะนับแต่แผนการศึกษาฉบับที่ 4 เป็นต้นไป และปัจจัยที่สนับสนุนเป็นบทบาทรอง คือ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนสำหรับนโยบายการศึกษาแห่งชาติถือเป็นปัจจัยหลักโดยจะพบว่า การวางแผนพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทย ถูกบรรจุให้อยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งรัฐบาลได้วางกรอบในการดำเนินการเพื่อพัฒนาระบบอุดมศึกษาให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประเทศเพื่อการปรับตัว สามารถชี้นำ และพัฒนาประเทศไปสู่ทิศทางที่พึงปรารถนา สอดคล้องต่อแนวโน้มต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ภายใต้สภาพความผันผวนของสังคมปัจจุบัน

1. บทบาทของนโยบายการศึกษาแห่งชาติ

ในแผนการศึกษาฉบับที่ 1 - 3 ยังมีได้กล่าวถึงความสำคัญของนิเทศศาสตร์ไว้ จนอาจกล่าวได้ว่า ในระยะแรกของการก่อตัวของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ แผนการศึกษายังไม่เข้ามามีบทบาทอย่างชัดเจนนัก จวบจนเมื่อไทยประกาศใช้แผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2525) จึงเริ่มมีบทบาทกำหนดต่อการสอนด้านนิเทศศาสตร์ไว้

นับจาก พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา อันเป็นช่วงแผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 4 สาระสำคัญที่ปรากฏในแผนพัฒนาอุดมศึกษา เริ่มมีบทบาทกำหนดทิศทางการเปิดดำเนินการในสาขานิเทศศาสตร์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมาก รัฐบาลได้เร่งรัดที่จะใช้มาตรการทุกด้านในการพัฒนาประเทศ การกำหนดแนวทางการดำเนินการของมหาวิทยาลัยนับเป็นอีกมาตรการหนึ่ง ที่รัฐบาลเลือกมาใช้ โดยแนวทางดังกล่าวที่มีผลต่อพัฒนาการในยุคที่ 3 ของสาขานิเทศศาสตร์ของไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

(1.1) การขยายตัวของสาขานิเทศศาสตร์ในมหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับในแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520-2525)

การบริหารงานอุดมศึกษาในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 4 ประสบปัญหาหลายประการ อาทิเช่น ขาดแคลนบัณฑิตระดับปริญญาโทและปริญญาตรีโดยเฉพาะในสายที่มีความต้องการมาก อันได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและแพทยศาสตร์ การขาดแคลนอาจารย์ประจำ รวมทั้งปัญหาด้านการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทฤษฎีมากกว่าการปฏิบัติ ทำให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาขาดความชำนาญและทักษะเพียงพอสำหรับการประกอบอาชีพ

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการตามแผนดังกล่าวก็นับว่า ประสบความสำเร็จในหลายด้าน อาทิเช่น การจัดตั้งวิทยาลัยชุมชนตามภาคต่าง ๆ การขยายจำนวนรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่จำกัดจำนวนรับ อันได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหงโดยเน้นการใช้สื่อการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาด้วยตนเอง ทำให้ผู้พลาดโอกาสศึกษาในมหาวิทยาลัยปิดได้เข้ามาในระบบ

อุดมศึกษาของรัฐมากขึ้น รวมทั้งในสาขานิเทศศาสตร์ ซึ่งมหาวิทยาลัยรามคำแหงเปิดสอนในสาขา โฆษณาและประชาสัมพันธ์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ

ตามแผนพัฒนาการศึกษาระดับดังกล่าว รัฐบาลสนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนขยาย การศึกษาในสาขาที่สถาบันนั้น ๆ มีความพร้อมโดยเฉพาะในสาขาบริหารธุรกิจ บัญชี เศรษฐศาสตร์ ซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยกำหนดนโยบายที่จะไม่มีการขยายในมหาวิทยาลัยของรัฐเนื่องจากปัจจัยจำกัด ด้านงบประมาณสนับสนุน ปัจจัยดังกล่าว เป็นเหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้เอกชนจัดตั้งสถาบันการ ศึกษาในระดับอุดมศึกษาแห่งใหม่ ๆ และเปิดสอนในคณะที่ขาดแคลนหรือกำลังเป็นที่นิยมของนักศึกษา รวมถึงสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ซึ่งเริ่มเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานอันเนื่องมาจากการขยายตัว สื่อมวลชน

อนึ่ง ในแผนนี้ รัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษานิเทศศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรม เป็นครั้งแรก โดยในแผนพัฒนาการศึกษาระดับที่ 4 นี้ได้จัดให้สาขาสื่อสารมวลชนเป็นสาขาที่มีความ สำคัญเป็นอันดับสูงด้วย ซึ่งช่วง พ.ศ.2520-2524 สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่จัดสอนในสาขา นิเทศศาสตร์ ได้แก่ วิทยาลัยกรุงเทพ

(1.2) การจำกัดจำนวนรับนักศึกษานิเทศศาสตร์ในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐกับแผน พัฒนาการศึกษาฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529)

นโยบายการด้านศึกษานิเทศศาสตร์ที่รัฐกำหนดไว้ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับนี้ คือ การ รับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่จำกัดจำนวนรับ โดยระบุว่าในสาขาสื่อสารมวลชนจะรับได้ไม่เกิน ร้อยละ 5 % ต่อปี ขณะที่สถาบันอุดมศึกษาไม่จำกัดจำนวนรับไม่มีการกำหนดสัดส่วนการรับ นักศึกษาไว้ เพียงระบุให้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมเท่านั้น ส่วนการรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เอกชนนั้น ให้ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละสถาบันในการลงทุนและขยายงาน

จากเหตุผลดังกล่าว ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจช่วงนับแต่ พ.ศ.2525 ไม่เอื้อต่อการลงทุน ประเทศไทยอยู่ในช่วงกำหนดมาตรการประหยัด เนื่องจากความผันผวนและปัญหาทางเศรษฐกิจทั้ง จากภายในและนอกประเทศ รัฐบาลจึงไม่มีนโยบายเปิดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐขึ้นใหม่และขยายการ เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ แต่จะพัฒนาสถาบันการศึกษาและหลักสูตรที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

สืบเนื่องจากแนวนโยบายที่จะไม่มีการขยายตัวในมหาวิทยาลัยจำกัดจำนวนรับดังกล่าว ทำให้การผลิตบัณฑิตนิเทศศาสตร์ต้องขยายตัวในมหาวิทยาลัยที่ไม่จำกัดจำนวนรับทดแทน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชจึงได้จัดการสอนในสาขานิเทศศาสตร์ขึ้น โดยได้รับการจัดอันดับ เป็นโครงการที่มีความสำคัญสูงในแผนพัฒนาการศึกษาระดับที่ 6 สาขาวิชาที่เปิดสอน ได้แก่ สาขาการประชาสัมพันธ์ สาขาการสื่อสารมวลชน สาขาหนังสือพิมพ์ (อนึ่ง ทั้ง 3 สาขาถูกจัด เป็นสาขาที่มีความสำคัญเป็นอันดับสูงด้วย)ซึ่งทั้ง 3 สาขาดังกล่าว เปิดดำเนินการในมหาวิทยาลัย เอกชนมากในช่วงแผนการศึกษาฉบับที่ 5 นี้เช่นกัน

(1.3) การควบคุมมาตรฐานการศึกษาของภาครัฐที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

สำหรับบทบาทการดำเนินงานของภาครัฐที่มีต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น ทบวงมหาวิทยาลัยมุ่งไปที่การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาในลักษณะของการจัดตั้งคณะกรรมการสถาบันอุดมศึกษาเอกชน (กสอ.) ขึ้นเพื่อควบคุมดูแล กำกับมาตรฐานการบริหารและดำเนินงานในสาขาต่างๆ ตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติวิทยาลัยเอกชน พ.ศ.2512 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2522

คณะกรรมการสถาบันอุดมศึกษาชุดดังกล่าว ประกอบด้วยปลัดทบวงมหาวิทยาลัยเป็นประธานกรรมการ ร่วมด้วยปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เลขาธิการคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน และบุคคลซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งอีกไม่น้อยกว่า 9 คนแต่ไม่เกิน 12 คนเป็นกรรมการ โดยไม่น้อยกว่า 6 คนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากภาคเอกชน และต้องมีผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อย่างน้อย 3 คน อยู่ในตำแหน่งคราวละ 2 ปี โดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

(พระราชบัญญัติอุดมศึกษาเอกชน, 2535 : 9-11)

1. พิจารณาให้ความเห็นชอบในเรื่องต่างๆ ที่พระราชบัญญัตินี้กำหนดให้ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
2. ให้ความเห็น แนะนำรัฐมนตรีในการออกกฎทบวงตามพระราชบัญญัตินี้ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
3. พิจารณาให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานการศึกษา และวิทยฐานะของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาที่ทบวงมหาวิทยาลัยกำหนด
4. พิจารณาหลักสูตรการศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่ทบวงมหาวิทยาลัยกำหนด

(1.4) บทบาทของรัฐต่อกำเนิดของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในวิทยาลัยครู

ความเคลื่อนไหวอีกประการที่สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาฉบับนี้ คือ การเปิดสอนโปรแกรมนิเทศศาสตร์ในวิทยาลัยครู (หรือสถาบันราชภัฏในปัจจุบัน) ด้วยภารกิจจัดการศึกษาของวิทยาลัยครู ซึ่งมีภาระหน้าที่ในการขยายฐานทางวิชาการตามพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2527 ประกอบกับความต้องการบุคลากรในสาขาดังกล่าว โดยวิทยาลัยครูได้กำหนดเหตุผลประการสำคัญไว้ว่า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะที่ 6 และแผนพัฒนาการศึกษาระยะที่ 6 รวมทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สนใจสมัครเรียนสาขานิเทศศาสตร์ซึ่งมีเพิ่มมากขึ้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว บทบาทของนโยบายการจัดการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ของรัฐ จะเป็นเพียงการวางแนวทางการเปิดดำเนินการ และกำหนดทิศทางของการขยายตัวของหลักสูตรนิเทศศาสตร์มากกว่ามุ่งควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐานการศึกษาของหลักสูตร ซึ่งทำให้อาจกล่าวได้ว่า แม้การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จะมีการเติบโต แต่จะดำเนินไปในลักษณะของการเพิ่มจำนวนอันเป็นการเติบโตในเชิงปริมาณ หากแต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ขาดการเติบโตในเชิงคุณภาพ เนื่องจากภาครัฐเองก็ไม่ได้วางมาตรการที่ชัดเจนในการควบคุมและพัฒนาการจัดการศึกษาหรือเนื้อหาหลักสูตร

2. อิทธิพลจากอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

ในช่วงยุคที่ 3 นี้ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนยังคงมีบทบาทสำคัญ เนื่องจากเป็นช่วงของการขยายตัวของสื่อแขนงต่างๆ ตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ โดยเฉพาะสื่อกระจายเสียง อันส่งผลต่อการขยายตัวของธุรกิจการโฆษณา นำไปสู่การเปิดสาขาการโฆษณาเพิ่มในหลายสถาบันที่สอนด้านนิเทศศาสตร์ ในขณะที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ก็เริ่มได้รับความสนใจ และเล็งเห็นถึงความสำคัญจากภาครัฐมากขึ้น

(2.1) การขยายตัวของธุรกิจภาพยนตร์กับการเปิดสาขาภาพยนตร์เพิ่มเติม

พ.ศ.2520-2529 เป็นทศวรรษที่วงการภาพยนตร์มีความเคลื่อนไหวเป็นอย่างมากในช่วงรัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร สืบเนื่องมาจากการประกาศขึ้นภาษีภาพยนตร์ต่างประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ของรัฐ และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มีการจัดประชุมสัมมนาเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อแขนงนี้ แต่รัฐบาลก็ยังไม่ให้การสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ยังคงมีการขึ้นภาษีภาพยนตร์และสนับสนุนการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ (โดม สุขวงศ์ , 2526 :98)

ในยุคนี้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย เริ่มได้รับความสนใจจากภาครัฐมากกว่าในยุคที่ผ่านมา จนนำไปสู่การเปิดสอนสาขาวิชานี้เพิ่มในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อฝึกฝนผู้มีความชำนาญเข้าสู่การประกอบอาชีพ แต่อย่างไรก็ตาม ยุคนี้ไม่อาจกล่าวได้ว่า เป็นยุคเฟื่องฟูของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากมีปัจจัยอันเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัว เช่น บริษัทตัวแทนจำหน่ายภาพยนตร์รายใหญ่ของฮอลลีวูด ได้ส่งภาพยนตร์เข้ามาฉายในตลาดประเทศไทยจำนวนมาก หลังจากที่ความพยายามประทั่งของผู้ประกอบการภาพยนตร์ต่อการขึ้นภาษีของรัฐบาลไม่ประสบผลสำเร็จ และอีกปัจจัยหนึ่งที่เข้ามาเป็นข้อจำกัดคือ การแข่งขันกันพัฒนากิจการวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย รวมทั้งการขยายการแพร่ภาพของวิทยุโทรทัศน์ซึ่งครอบคลุมทั่วประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจภาพยนตร์ไทยได้รับผลกระทบไม่น้อย

(2.2) การเพิ่มจำนวนของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์กับการขยายตัวของสื่อกระจายเสียง

ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ในช่วงยุคที่ 3 นี้ ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว มีสถานีวิทยุโทรทัศน์เปิดดำเนินการเพิ่มเป็นอย่างมาก โดยอาจสรุปความเคลื่อนไหวดังกล่าวตามลำดับเวลาได้ ดังนี้

- พ.ศ.2515 สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 9 ภูเก็ต ออกอากาศในระบบขาวดำ

- พ.ศ. 2518 รัฐบาลออกระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พร้อมจัดตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการดำเนินงานของสื่อทั้งสองประเภท ส่งผลให้การจัดระเบียบว่าด้วยกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและเป็นระเบียบมากขึ้น

- พ.ศ.2520 บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัดยุบไป รัฐโอนกิจการทั้งหมดของบริษัทไปขึ้นกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)ซึ่งรวมถึงสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ด้วย

-พ.ศ.2521 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (มสธ.) อันเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกที่ใช้ระบบการศึกษาทางไกล เพื่อเอื้ออำนวยให้นักศึกษาสามารถใช้เวลาว่างศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง ได้นำวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มาใช้ในการจัดการศึกษาทางไกลในระดับอุดมศึกษาเป็นครั้งแรก

- พ.ศ. 2525 สื่อวิทยุกระจายเสียงมีการขยายตัวอย่างมาก และดำเนินกิจการภายใต้กำกับดูแลของหน่วยงานหลายสังกัด มิใช่เพียงสังกัดกรมประชาสัมพันธ์แห่งเดียว จากการสำรวจจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศ พบว่า ในปี พ.ศ.2525 ประเทศไทยมีสถานีวิทยุกระจายเสียง 252 สถานี ประกอบด้วย

- สถานีวิทยุสังกัดกระทรวงกลาโหม จำนวน 140 สถานี คิดเป็น 55.4 %
- สถานีวิทยุสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 71 สถานี คิดเป็น 28.2 %
- อื่นๆ (รัฐวิสาหกิจ, หน่วยราชการทางการสื่อสาร) 41 สถานี คิดเป็น 10 %

-พ.ศ.2526 เปิดดำเนินการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 9 นครศรีธรรมราช และช่อง 6 จ.นครพนม

ความเคลื่อนไหวประการสำคัญที่เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ.2521- 2527 คือ ความพยายามพัฒนาการสื่อสารให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการดำเนินการของคณะกรรมการอำนวยการจัดงานปีการสื่อสารโลก พ.ศ.2526 และยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ขึ้นในไทย ได้มีการจัดสัมมนาและประชุมเชิงปฏิบัติการหลายครั้งเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการสื่อสาร โดยสาระสำคัญที่ผู้เข้าร่วมการสัมมนาเสนอแนะได้แก่ (ฉันทนา หินแก้ว, 2540 : 3)

1. ความจำเป็นของการมีนโยบายการสื่อสารแห่งชาติ และลักษณะพึงประสงค์ของนโยบาย
2. นโยบายและระบบการประสานงานการสื่อสารแห่งชาติ
3. การใช้การควบคุมและสนับสนุนส่งเสริมทางการสื่อสาร
4. ระบบการผลิต จัดเก็บและเผยแพร่ข่าวสาร
5. การปรับปรุงด้านบุคลากรทางการสื่อสาร
6. การสื่อสารกับต่างประเทศ

อนึ่ง การดำเนินการดังกล่าว แม้จะไม่มีผลโดยตรงต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ หากแต่อาจกล่าวได้ว่า มีส่วนกระตุ้นให้แวดวงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ตระหนักถึงความสำคัญที่จะต้องพัฒนาวิชานิตศศาสตร์ ดังจะพบว่า ช่วงปี พ.ศ.2521-พ.ศ.2527 สถาบันที่สอนด้านนิเทศศาสตร์ ได้มีการปรับเปลี่ยน ขยายตัวและพัฒนาเพื่อรองรับต่อความเคลื่อนไหวอันนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ผนวกกับเหตุผลเนื่องมาจากการเปิดดำเนินการสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ดังกล่าวในช่วงระยะนี้ ส่งผลต่อธุรกิจโฆษณาในสื่อเหล่านี้ที่มีการขยายตัวตามไปด้วย เมื่อกำไรจากธุรกิจโฆษณาเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อความต้องการเข้าไปประกอบอาชีพในแวดวงดังกล่าวให้มาก

ขึ้นตามไปด้วย ดังตารางที่ 1 ในยุคที่ 3 นี้มีการเปิดสาขาการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์เพิ่มในแทบทุกสถาบันที่สอนด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย

ยุคที่ 4 พ.ศ. 2528-2538 ยุคมหาวิทยาลัยเอกชนและสถาบันราชภัฏกับบทบาทเด่นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในยุคที่ 4 ปัจจัยที่แสดงบทบาทเด่นต่อพัฒนาการของการศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งอยู่ในช่วงฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534) และฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) หลังจากที่ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-5 ที่ผ่านมา มิได้มีผลต่อการศึกษาด้านนี้เท่าใดนัก ปัจจัยที่ยังคงมีบทบาทอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ยุคที่ 2 และ 3 ได้แก่ การขยายตัวของธุรกิจสื่อสารมวลชนและนโยบายการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอตามความสำคัญของแต่ละปัจจัยตามลำดับ คือ

1. บทบาทของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5-6 กับการขยายตัวของสาขาวิชาโฆษณาและประชาสัมพันธ์
2. บทบาทของนโยบายการศึกษาของรัฐ (แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 6 และ 7)
3. บทบาทของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

1. บทบาทของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5-6 กับการขยายตัวของสาขาวิชาโฆษณาและประชาสัมพันธ์

เมื่อมองย้อนไปในแผนการสื่อสารแห่งชาติที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 -2 ยังไม่มีการนำแนวคิดหรือทฤษฎีการสื่อสารมวลชนมาใช้ แต่จะเป็นการสื่อสารทางเดียวซึ่งได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศเป็นหลัก แผนการสื่อสารส่วนใหญ่ระยะแรกจึงเน้นโครงสร้างของบริการพื้นฐานต่าง ๆ และพัฒนาที่ระบบหรืออุปกรณ์ เครื่องมือการสื่อสารมากกว่าจะพัฒนาที่เนื้อหาการสื่อสาร (พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา, 2532 : 150) ซึ่งเป็นไปตามแนวทฤษฎีการสื่อสารที่ใช้ศึกษาขณะนั้น เรียกได้ว่า เป็นยุคบุกเบิกสำหรับสำหรับการวางรูปแบบโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ก่อนที่ดำเนินการพัฒนาในส่วนอื่น ๆ ต่อไป

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2515-2519) และ 4 (พ.ศ.2520-2524) เริ่มให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทางสังคมมากขึ้น ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ประเทศกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ทั้งการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยี เศรษฐกิจ การค้าและการเมือง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สถาบันอุดมศึกษาในฐานะเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคน เป็นแหล่งวิทยาการ ตลอดจนเป็นแหล่งรวบรวมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในทุกสาขาวิชาจึงต้องทำความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการแสดงบทบาทดังกล่าวให้สามารถสนับสนุนการพัฒนาประเทศและสังคมไทยที่กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2537 : คำนำ)

เมื่อกิจกรรมและความซับซ้อนต่างๆ ทางสังคมมีเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจึงเริ่มเห็นประโยชน์ของการสื่อสารมวลชนมาใช้ในการพัฒนาประเทศมากขึ้น การให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมครั้งแรก คือ การที่รัฐกำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ เมื่อ พ.ศ.2528 ตรงกับช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) ซึ่งการพัฒนาประเทศเข้าสู่ยุคของการแปลงแผนสู่การปฏิบัติ เน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ แต่เป็นการเริ่มในยุคที่สถานการณ์แวดล้อมของโลกมีความเปลี่ยนแปลงอย่างหนักและภายในประเทศเองก็ประสบปัญหาเศรษฐกิจ เช่น การขาดดุลการค้า และหนี้สินกับต่างประเทศ สภาพการเมืองแม้ว่าจะเริ่มมีเสถียรภาพ แต่เศรษฐกิจก็ยังคงชะงักงันอันเนื่องมาจากวิกฤตการณ์น้ำมัน รัฐบาลจึงได้วางนโยบายให้มีการผลิตเทคโนโลยีทางการสื่อสารในประเทศเพื่อลดการนำเข้า

จากนโยบายของรัฐที่มุ่งเน้นความประหยัดดังกล่าว เป็นปัจจัยให้พัฒนาการของการสื่อสารต้องปรับเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสม โครงการต่างๆ ถูกชะลอไว้เพื่อบรรเทาปัญหาหนี้สินและการขาดดุล ในช่วงดังกล่าวนี้เอง ภาครัฐจึงเริ่มให้ความสนใจต่อเนื้อหาของข่าวสาร (software) มากขึ้น มีความเคลื่อนไหวที่จะนำการประชาสัมพันธ์มาใช้สนับสนุนการพัฒนาในด้านต่างๆ ทดแทนการลงทุนในด้านปัจจัยพื้นฐานต่างๆ (hardware) โดยรัฐบาลได้ประกาศใช้นโยบายและแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ในปี พ.ศ.2528 (พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา, 2532 : 154-155)

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 - พ.ศ.2534) ซึ่งเริ่มให้ความสำคัญกับการดำเนินงานวางแผนทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในลักษณะจากล่างขึ้นบน คือ จากผู้ปฏิบัติงานสู่ผู้วางนโยบาย เป็นช่วงที่ชนชั้นกลางในสังคมไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเกิดจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย พร้อมการเกิดสภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่เนื่องมาจากราคาสังหาริมทรัพย์ที่สูงขึ้นและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ รัฐบาลได้ประกาศใช้นโยบายและแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร วางกรอบวัตถุประสงค์ในการดำเนินการว่า มุ่งสร้างระบบราชการและปรับปรุงคุณภาพงานประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการให้สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ (พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา 2532 : 159)

1. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการประชาสัมพันธ์
2. แนวทางการพัฒนาเครื่องมือการประชาสัมพันธ์

สาระสำคัญของการพัฒนาที่ปรากฏในแผนการสื่อสารดังกล่าวนี้ คือ การให้บริการข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศแก่ประชาชนอย่างพอเพียง เพื่อจะได้มีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ (บุญเลิศ ศุกดิลก , 2532 : 8)

นอกจากนั้น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับดังกล่าว รัฐบาลได้ริเริ่มนำแนวคิดสื่อสารพัฒนาการเข้ามาในแผนเป็นครั้งแรก หลังจากที่ได้มีการกำหนดเป็นเพียงนโยบายการประชาสัมพันธ์

ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 โดยมีนโยบายที่จะใช้การประชาสัมพันธ์ปรับปรุงประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ มีการกำหนดแนวทางการประชาสัมพันธ์เป็นแผนแม่บท พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพการประชาสัมพันธ์ พัฒนาเครื่องมือประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ และดำเนินการตามนโยบายดังกล่าวให้บรรลุเป้าหมาย แสดงถึงความสำคัญที่รัฐบาลเริ่มมีให้ต่อการสื่อสารมวลชน ซึ่ง ดร.เสนาะ อุนากุล อดีตเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ระบุว่า แผนพัฒนาฉบับดังกล่าวมีเจตนารมณ์ในการนำการสื่อสารพัฒนาการมาสนับสนุนการพัฒนาประเทศ แนวทางการดำเนินงานตามแผนดังกล่าวถือได้ว่า เริ่มเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และการนำแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารมวลชนมาใช้ในแนวทางใหม่ คือเป็นการสื่อสารสองทาง มิใช่เพียงแต่การถ่ายทอดเฉพาะหลักการจากภาครัฐแต่เพียงทางเดียวเหมือนในแผนพัฒนาฉบับก่อนๆ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 เป็นแผนแรกที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมชัดเจน ในการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ของรัฐมาเป็นแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา ซึ่งนับแต่ฉบับที่หนึ่งยังไม่ได้มีการนำวิชาประชาสัมพันธ์มาใช้ในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจัง แม้ภาครัฐหลายหน่วยงานจะตระหนักถึงความสำคัญและจัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นแต่ก็มุ่งเน้นเฉพาะงานที่ตนรับผิดชอบ ไม่ได้มองภาพรวมการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และขาดการประสานงานกับหน่วยงานอื่น (ปราโมทย์ เตชะเพียรเลิศ : 2532 : 20)

นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติดังกล่าวของกรมประชาสัมพันธ์ จะเน้นหนักไปในด้านการใช้สื่อสารมวลชนเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่รัฐบาล โดยสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับโครงการและงานของรัฐบาล เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุนการพัฒนาประเทศ ทั้งในการดำเนินการเฉพาะด้านและกิจการโดยรวมของรัฐบาล แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติยังคงเป็นการสื่อสารทางเดียวโดยประชาชนเป็นเพียงผู้รับสาร (ฉันทนา หินแก้ว, 2540 : 156)

แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งกำหนดไว้ใน พ.ศ.2530 มีบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานิเทศศาสตร์ดังนี้

“2.5. สนับสนุนการศึกษา อบรม และวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารมวลชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์แห่งชาติให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์”

(กองงานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กรมประชาสัมพันธ์ , 2530 : 4-5)

ตามแนวคิดข้างต้นนี้ เป็นปัจจัยที่อาจแสดงให้เห็นว่า ความต้องการของสังคมในการพัฒนาของการสื่อสารมวลชน อาจมิได้เป็นตัวกำหนดทิศทางการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เสมอไป ในทางตรงข้าม การขยายตัวของความต้องการของสังคมที่มีต่อสื่ออาจเกิดขึ้นตามหลังการสอนด้านนิเทศศาสตร์ก็เป็นได้ ดังเช่นกรณีของสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ซึ่งในช่วง พ.ศ. 2530 เป็นครั้งแรกที่มีการกล่าวถึงความสำคัญของการใช้หลักนิเทศศาสตร์มาใช้พัฒนาประเทศ ในลักษณะของ

การเป็นปัจจัยสนับสนุนและกระตุ้นพัฒนาการในสังคม ทั้งที่การศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ได้ก่อตัวขึ้นที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมาแล้วตั้งแต่ พ.ศ.2508 ก่อนการเกิดแผนประชาสัมพันธ์ถึง 20 ปี

2. บทบาทของนโยบายการศึกษาของรัฐ

(2.1) แผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 - 2534) กับการเพิ่มจำนวนของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ธุรกิจสื่อสารมวลชนขยายตัว ความต้องการแรงงานจึงเพิ่มตามไปด้วย ในขณะที่การขยายตัวของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐถูกจำกัด นักศึกษาจึงมุ่งสู่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนและมหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับมากขึ้น เพื่อเป็นการสนับสนุนต่อการขยายตัว รัฐจึงได้ผ่อนคลายนโยบายระเบียบในการควบคุมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนลง

ช่วงแผนพัฒนาการศึกษาดังกล่าว พบว่า ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สาขาสื่อสารมวลชนนับเป็นสาขาในสายสังคมศาสตร์ที่มีการขยายตัวมากที่สุด คือ จากเดิมที่เปิดสอน 12 สถาบัน ใน พ.ศ.2531 เพิ่มขึ้นเป็น 21 สถาบันในปี พ.ศ.2535 จากการขยายตัวของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่สอนสาขานิเทศศาสตร์ ตั้งแต่ พ.ศ.2532 เป็นต้นมา ทำให้มีการประมาณการว่าจะมีจำนวนบัณฑิตเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 250 ซึ่งโดยในภาพรวมทุกสาขาวิชา การขยายตัวจะอยู่ในอัตราร้อยละ 8-10 ความสำคัญของตลาดแรงงานภาคเอกชนจะสูงขึ้นโดยเฉพาะในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบริการและความต้องการบุคลากรเข้าไปปฏิบัติงานด้านสร้างสรรค์การประชาสัมพันธ์หรือสร้างภาพพจน์ของรัฐจะเพิ่มมากขึ้นด้วย (กิริพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533 : 33-34) อันเป็นการขยายตัวตามทิศทางความต้องการของตลาดแรงงาน (คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2535 : 44) โดยสถาบันที่เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์จะระบุปรัชญาการเปิดสอนที่ชัดเจนว่า เพื่อรองรับต่อตลาดแรงงาน เช่น มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ใน พ.ศ. 2531 บัญญัติถึงปรัชญาเบื้องหลังไว้ว่า

....เพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้มีความรู้ในหลักทฤษฎีและศิลปะการสื่อสารอย่างลึกซึ้ง สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะนั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสอดคล้องกับความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของสังคมด้วยความรับผิดชอบ

(คู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต , 2538-2539 : 105)

หรือปรัชญาในการดำเนินการสอนด้านนิเทศศาสตร์ของวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งระบุวัตถุประสงค์ว่า

1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพนิเทศศาสตร์เพื่อไปประกอบอาชีพและรับใช้สังคม ประเทศชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพ
2. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความก้าวหน้าทางด้านสิ่งพิมพ์และนิตยสารในส่วนภูมิภาคให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ

แม้ว่ารัฐจะจำกัดการเติบโตของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ จนทำให้การศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและมหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับขยายตัว แต่ในแผนการศึกษาฉบับที่ 6 นี้

จากข้อมูลการเข้าศึกษาในสาขานิติศาสตร์พบว่า ช่วงระหว่างพ.ศ.2530-2534 จำนวนผู้เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับ 2 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชมีอัตราลดลง เพราะผู้ที่มีงานทำแล้วเข้าศึกษาเพื่อเลื่อนคุณวุฒิน้อยลง แต่นักเรียนที่สำเร็จมัธยมศึกษาตอนปลายจะเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมากขึ้น ทำให้แนวโน้มการเพิ่มของนักศึกษาในภาคเอกชนมีสูงขึ้นเป็นลำดับ ดังแสดงในตารางเปรียบเทียบจำนวนนักศึกษาสาขาสื่อสารมวลชน ระหว่าง 2 กลุ่มสถาบันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7

จำนวนนักศึกษาใหม่สาขาสื่อสารมวลชน พ.ศ.2530-2534 เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยปิดและมหาวิทยาลัยเปิด

ปีการศึกษา	มหาวิทยาลัยปิด (รัฐและเอกชน)	มหาวิทยาลัยเปิด (รวมคำแหงและสุโขทัยธรรมราช)
2530	1,453	3,899
2531	1,782	3,500
2532	2,278	6,681
2533	2,806	8,032
2534	4,266	6,263

ทั้งนี้ สาเหตุประการหนึ่งของการเพิ่มจำนวนนักศึกษาในภาคเอกชนดังกล่าว อาจสืบเนื่องมาจากนโยบายของรัฐที่กระจายภาระให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาอุดมศึกษามากขึ้น รวมทั้งสถานภาพของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเองก็ได้รับการพัฒนามาตรฐานให้มีความพร้อมและศักยภาพในการจัดการศึกษาเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

จากการเร่งขยายการผลิตกำลังคนเป็นอย่างมากในช่วงปลายแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ส่งผลให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมรับภาระเพิ่มสูงขึ้นมาก พบว่า สัดส่วนนักศึกษากาครรัฐ : เอกชนในระบบจำกัดจำนวนรับเพิ่มขึ้นจาก 69 : 31 ใน พ.ศ.2531 เป็น 59 : 41 ใน พ.ศ.2534

กล่าวโดยสรุป ในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 6 นี้ แม้จะมีสถาบันอุดมศึกษาประเภทไม่จำกัดจำนวนรับที่เปิดสอนสาขาต่าง ๆ 2 แห่งแล้ว คือ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช แต่นักศึกษาก็ยังนิยมเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยจำกัดจำนวนรับของรัฐมากกว่า อย่างไรก็ตาม สถาบันอุดมศึกษาเหล่านี้ มีข้อจำกัดในการขยายการรับ เนื่องจากปัจจัยด้านอาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ บุคลากร งบประมาณ ทำให้ไม่สนองตอบความต้องการของผู้ประสงค์จะเข้าศึกษาได้ทั้งหมด นักศึกษาจึงมุ่งเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนทดแทน ดังได้มีการเปรียบเทียบสัดส่วนการสมัครและรับได้ของสถาบันอุดมศึกษาจำกัดจำนวนรับ จากรายงานการประเมินผลแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534)ระดับอุดมศึกษา พบว่า สถาบันอุดมศึกษากาครรัฐสามารถรับนักศึกษาจากระบบการสอบคัดเลือกร่วมได้ร้อยละ 19.4 ในปี พ.ศ.2524 และร้อยละ 17.6 ในปี พ.ศ.2530

เนื่องจากความพยายามเพิ่มการรับนักศึกษาเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐทำได้ในระดับหนึ่ง รัฐจึงเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมรับภาระจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้มากขึ้น แต่เนื่องจากรายได้ในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน มาจากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา ซึ่งเรียกเก็บตามจำนวนต้นทุน เพราะไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลเช่นในมหาวิทยาลัยของรัฐ จึงเป็นข้อจำกัดประการสำคัญต่อการพัฒนาการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน

อย่างไรก็ตาม แม้จะไม่สามารถให้การสนับสนุนในรูปแบบงบประมาณดังกล่าวได้ แต่รัฐก็พยายามให้ความช่วยเหลือในด้านอื่น เช่น ยกเว้นภาษีและค่าธรรมเนียมการโอนที่ดินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของสถาบัน จัดตั้งกองทุนหมุนเวียนเพื่อพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน อันเป็นการแบ่งเบาภาระของมหาวิทยาลัยเอกชนในระดับหนึ่ง กำหนดนโยบายที่มีความชัดเจนในเรื่องการจัดการศึกษา การผ่อนคลายกฎระเบียบที่เคยเคร่งครัดในอดีต รวมถึงแผนการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 5 ก็เปิดโอกาสให้เอกชนเข้าร่วมจัดการศึกษาได้ทุกสาขาวิชาที่สถาบันนั้นมีความพร้อมในการเปิดสอน

(2.2) แผนพัฒนาการศึกษาระดับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) กับการปรับทิศทางการศึกษานิเทศศาสตร์

จากนโยบายการวางแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นกล่าวว่า มุ่งการนำสังคมมากกว่าเป็นเพียงผู้ตั้งรับ คือ มุ่งหมายให้บัณฑิตใช้ความรู้ในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือวางแผนเพื่อแก้ไขปัญหา พัฒนาสังคม มิใช่เป็นเพียงผู้สำเร็จการศึกษาออกไปปฏิบัติงานตามความต้องการของภาคธุรกิจเท่านั้น โดยรัฐจะสนับสนุนและส่งเสริมให้การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในสถาบันที่เพิ่งเปิดดำเนินการเน้นความสำคัญต่อเทคโนโลยี และการใช้ภาษาต่างประเทศ รวมทั้งมุ่งใช้การสื่อสารมวลชนประยุกต์เข้ากับวิทยาการใหม่ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ซึ่งเริ่มวางรูปแบบการเปิดดำเนินการสอนในช่วงปลายของยุคที่ 4 และเปิดสอนนิเทศศาสตร์ในสาขาวิทยาการสารสนเทศในยุคที่ 5 จะเน้นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานด้านนิเทศศาสตร์ ให้ความสำคัญต่อวิชาภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากล และเป็นภาษาพื้นฐานสำหรับปฏิบัติงานด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะได้นำเสนอรายละเอียดในยุคที่ 5 ของการศึกษานิเทศศาสตร์ในลำดับต่อไป

ส่วนในสถาบันอุดมศึกษาที่สอนด้านนิเทศศาสตร์อยู่แล้ว แผนพัฒนาการศึกษาจะมีบทบาทควบคุมคุณภาพ สนับสนุนการขยายการศึกษาในระดับสูง และส่งเสริมความร่วมมือกับต่างประเทศในการสั่งสมและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่การเปิดสอนสาขาวิชาตามสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ซาลง ทั้งในช่วงดังกล่าว สื่อทั้ง 2 ประเภทมีพัฒนาการและได้รับการยอมรับจากประชาชนและนักวิชาการมากขึ้น สาเหตุสำคัญประการหนึ่งอันส่งผลต่อลักษณะการชะลอการขยายตัวของทั้ง 2 สาขา น่าจะมาจากข้อจำกัดในด้านงบประมาณรวมถึงความทันสมัยของอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่จะใช้ในการเรียนการสอน โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยเอกชนที่ไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ

3. บทบาทของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

(3.1) การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ในยุคที่ 3 นี้ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนยังคงมีบทบาทต่อการเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์อย่างต่อเนื่อง อันเนื่องจากการขยายตัวในภาคธุรกิจของสื่อมวลชน รวมถึงการพัฒนาด้านคุณภาพของสื่อ ซึ่งในยุคดังกล่าวนับเป็นการพัฒนาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ โดยสามารถสรุปถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีผลต่อทิศทางการศึกษานิเทศศาสตร์ได้ตามประเภทของสื่อแต่ละสาขาดังนี้

(ก) การขยายตัวของธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ช่วงทศวรรษที่ 2530 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมสื่อมีการขยายตัวสูง ธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณากลายเป็นธุรกิจที่เติบโตและได้รับความนิยมมาก โดยเฉพาะวิทยุโทรทัศน์ได้ถูกใช้เป็นส่วนโฆษณาสินค้ามากที่สุด พบว่า มูลค่าการตลาดมีถึงกว่าหมื่นล้านบาท จากเดิม เมื่อราวทศวรรษที่ 2520 มูลค่าการตลาดอยู่ในระดับเพียง 1-2 พันล้านบาท เช่น รายได้ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย เมื่อ พ.ศ.2525 มีส่วนแบ่งการตลาดจากการโฆษณาในโทรทัศน์เพียง 100 ล้านบาท แต่เมื่อ พ.ศ.2536 ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเป็น 1,700 ล้านบาท (วิระชัย วงศ์วีร์พัฒนากุล, 2538 : 49) ในช่วงดังกล่าวนี้ อัตราการเติบโตในธุรกิจโฆษณาดำเนินไปอย่างรวดเร็วต่อเนื่องไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี และประเทศไทยนับเป็นประเทศที่ใช้จ่ายเงินผ่านสื่อโฆษณามากที่สุดเป็นอันดับที่ 14 ของโลกในปี พ.ศ.2536 จากการจัดอันดับของหนังสือพิมพ์ MEDIA ของฮ่องกง

ในช่วงยุคดังกล่าวนี้ ธุรกิจสื่อมวลชนแขนงที่นับได้ว่าการเติบโตมากที่สุด คือ สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยหลักฐานสนับสนุนต่อคำกล่าวนี้พิจารณาได้จากดัชนีชี้วัดการขยายตัว 2 ปัจจัย คือ

(ก) ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา สื่อนอกจากจะเป็นสินค้าแล้ว ยังนับเป็นตัวสร้างวัฒนธรรมและเป็นผู้ให้ข่าวสารของสินค้าที่ผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นมาในสังคม และวิธีการทางการตลาดที่มีประสิทธิผลมากอย่างหนึ่งคือ การโฆษณา ควบคู่ไปกับการจำเริญทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งย่อมส่งผลให้ปริมาณการผลิตสื่อต่าง ๆ สูงขึ้นด้วย เช่น สิ่งพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ ดังแสดงในตารางแสดงงบโฆษณาผ่านสื่อ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8

งบประมาณผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ปี พ.ศ.2535-พ.ศ.2536

ปี	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร	วิทยุ	โทรทัศน์	ภาพยนตร์	สื่อกลางแจ้ง	รวม	อัตราการเปลี่ยนแปลง
2525	1,358	501	146	603	106	-	2,712	-
2526	755	184	1,785	132	119	-	3,535	30.35
2527	972	348	2,433	900	65	-	4,715	33.38
2528	1,097	480	2,729	1017	25	-	5,384	13.42
2529	1,199	501	2,812	1050	15	200	5,537	2.84
2530	1,387	651	3,024	1100	11	230	6,403	15.64
2531	1,802	838	4,854	1200	6	380	8,078	26.16
2532	2,650	1,016	4,958	1300	8	482	10,414	28.92
2533	3,612	1,212	6,502	1,560	12	607	13,514	29.96
2534	4,800	1,508	8,180	1,870	27	707	76,892	25.00
2535	5,858	1,810	9,980	2,207	28	690	20,373	20.60
2536	7,547	2,417	13,083	3,100	16	282	27,445	30.71

ที่มา : วัฏจักร 25 ตุลาคม 2537 หน้า 6 อ้างใน กนกศักดิ์ แก้วเทพ (2538 : 3)

นับแต่กลางทศวรรษที่ 2525 เป็นต้นมา ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาโดยรวมมีการขยายตัวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในเกือบทุกสื่อ การเติบโตของอุตสาหกรรมการโฆษณาและค่าใช้จ่ายจำนวนมหาศาลที่ใช้ในการซื้อสื่อโฆษณาดึงดูดให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น เพราะฉะนั้นจึงเห็นได้ว่า มีสื่อสิ่งพิมพ์เปิดดำเนินการในช่วงเวลา พ.ศ.2536 มากทั้งไทยและภาษาอังกฤษ อนึ่งสาเหตุประการสำคัญที่อุตสาหกรรมการโฆษณามีการเติบโตสูงขึ้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุประการสำคัญ 3 ประการ คือ (Media Trend 88 ; 2531)

1. ค่าเงินเยนของญี่ปุ่นแข็งขึ้น ทำให้สินค้าส่งออกของไทยดีขึ้น ผนวกกับดอกเบี้ยที่ต่ำลง ทำให้ต้นทุนสินค้าต่ำ ธุรกิจต่าง ๆ จึงขยายตัว และนำไปสู่การแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น ซึ่งการโฆษณาก็ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการแข่งขันดังกล่าว

2. เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ปัจจุบันเทคโนโลยีในลักษณะ Technology Know How เกิดขึ้นเร็วมาก ทำให้การแข่งขันของธุรกิจประเภทต่าง ๆ มีมากขึ้น งบประมาณที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อแย่งชิงกลุ่มเป้าหมายจึงสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. การลงทุนตั้งโรงงานขนาดใหญ่ ซึ่งต้องเร่งผลิตสินค้า และดำเนินการกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อการส่งเสริมการขายและโฆษณา

ตารางที่ 9

ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ปี พ.ศ.2529 - 2540

ปี พ.ศ	อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP Growth)
2529	9.5
2530	13.2
2531	12.0
2532	10.0
2533	8.0
2534	7.4
2535	7.7
2536	8.3
2537	8.9
2538	8.7
2539	6.4
2540	4.5

ที่มา : วารสารเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 2537 อ้างใน กนกศักดิ์ แก้วเทพ , 2538 : 4

(ข) การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในรอบกว่าทศวรรษ ทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายจ่ายในการบริโภคสื่อเพิ่มตามไปด้วยแม้จะไม่ได้เป็นส่วนที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นๆที่เข้ามามีผลต่อความต้องการบริโภคสื่อได้แก่

- การขยายตัวด้านการศึกษาของประชาชน

- เงื่อนไขในสังคมที่บีบรัดให้คนต้องแสวงหาความรู้ ทำให้คุณภาพด้านการศึกษาของประชากรไทยสูงขึ้น ในปี 2530 อัตราการศึกษาของประชาชนในระดับประถมศึกษา 78 % มัธยมศึกษา 13 % และระดับมหาวิทยาลัย 2 % เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.2537 ซึ่งอัตราการศึกษาขยายตัวขึ้นอย่างมาก กล่าวคือ ระดับประถมศึกษา 98 % ระดับมัธยมศึกษา 45 % และระดับมหาวิทยาลัย 20 % (กนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2538 : 4)

การขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อได้รับผลมาจากการเลือกรับสื่อ การควบคุมจากผู้บริโภค การพัฒนาของเทคโนโลยี ซึ่งแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสื่อโฆษณา คือ ความต้องการในด้านต่อไปนี้ (Russel C. Doerner, 1984 : 18)

- ผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- ทักษะการบริหารและการตลาด
- ทักษะขั้นสูงในการใช้คอมพิวเตอร์ รวมทั้งเครื่องมือปฏิบัติการต่าง ๆ
- ความรู้ที่กว้างขวางทางด้านศิลปศาสตร์
- ความรู้เท่าทันต่ออิทธิพลจากทางการเมือง
- มาตรฐานจริยธรรมการทำธุรกิจ
- เทคนิคการวิจัย

(ข) การขยายตัวของธุรกิจโฆษณากับการเปิดสาขาโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย

ในประเทศไทย ยังไม่มีงานวิจัยที่ชัดเจนเกี่ยวกับอิทธิพลของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนที่จะส่งผลต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ แต่ในต่างประเทศโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ซึ่งให้ความสำคัญต่อบทบาทของธุรกิจด้านการสื่อสารมวลชน ได้มีความพยายามค้นคว้าวิจัยถึงทิศทางความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อ อันเนื่องมาจากปัจจัยภายนอก ซึ่งในที่นี้หมายถึง การขยายตัวของธุรกิจสื่อโฆษณา โดย Russel C. Doener ได้ศึกษาวิจัยถึง แนวทางการเตรียมจัดหลักสูตรการโฆษณาในทศวรรษ 1990 ไว้ในบทความเรื่อง “Advertising Program revised to prepare for needs of 1990’s” พบว่า จากความต้องการดังกล่าว นำไปสู่แนวทางปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สาขาโฆษณา เพื่อให้สามารถผลิตนักโฆษณามีคุณภาพได้ในช่วงทศวรรษที่ 1990 โดยวางวัตถุประสงค์ไว้ที่การวางหลักการ ทฤษฎี และทักษะในการประกอบวิชาชีพ รวมถึงสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านสังคม เศรษฐกิจและระเบียบทางการเมือง โดยเน้นไปที่ประเด็นต่อไปนี้

- การพัฒนาทฤษฎีให้แข็งแกร่งขึ้น
- การให้ความสนใจต่อวิชาจริยธรรมและปัญหาสังคม
- การตอบสนองต่อความต้องการของตลาด
- การฝึกปฏิบัติการ
- การเน้นความสำคัญของเทคโนโลยี
- การให้ความสำคัญกับงานวิจัย
- การให้ความสำคัญต่อวิชาเลือกเสรี

(Russel C. Doener, 1984 : 19)

จากแนวโน้มดังกล่าว นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงต่อสาขาการโฆษณาในประเทศสหรัฐอเมริกา ในลักษณะของการเปิดรายวิชาใหม่ ๆ เช่น การเขียนเพื่อส่งเสริมการขาย หลักเบื้องต้นของการขาย การวิจัยการโฆษณา กลยุทธ์และยุทธวิธีการโฆษณา เป็นต้น

แม้ว่า แนวคิดจากงานวิจัยดังกล่าว จะเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้น เนื่องจากปัจจัยของสังคมตะวันตก แต่ก็เป็นที่ทิศทางที่ใกล้เคียงกับสังคมไทยเช่นเดียวกัน จนอาจสามารถนำมาใช้อ้างอิงเปรียบเทียบให้เห็นถึงลักษณะการปรับตัวของวิชาการโฆษณากับธุรกิจการโฆษณาได้

จากภาพรวมการขยายตัวของธุรกิจการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทำให้ความนิยมของนักเรียนนักศึกษาที่มีต่อการศึกษาแขนงดังกล่าวมีมาก ส่งผลให้สถาบันการศึกษาที่สอนด้านนิเทศศาสตร์โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเกือบทุกแห่งเปิดสอนในสาขาการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับต่อความต้องการ ประกอบกับกฎระเบียบ ข้อจำกัด แนวทางในการเปิดสาขาวิชาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่มีกฎระเบียบซับซ้อนนัก รวมถึงงบประมาณการผลิตบัณฑิตในสาขาดังกล่าวไม่สูงเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น

(ค) การขยายตัวของงานประชาสัมพันธ์

ในช่วงยุคนี้ พบว่า ภาครัฐให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาประเทศและเป็นสื่อของรัฐมากขึ้นภายหลังจากได้กำหนดนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ.2528 โดยจะปรากฏความสำคัญอย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 - 2534) ซึ่งปรากฏรายละเอียดในแผนงานหลักแผนที่ 5 คือ “แผนปรับปรุงการบริหารและบทบาทของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ” บทที่ 3 ภายใต้อำนาจ “การปรับปรุงระบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา” (พรพิพัฒน์ กลิ่นพงษา, 2532 : 158)

ข้อที่น่าสังเกต คือ แม้วินิจฉัยว่าด้วยการประชาสัมพันธ์จะเป็นสาขาวิชาด้านนิเทศศาสตร์แขนงแรก ๆ ที่เปิดสอนในประเทศไทย หากแต่นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมกลับเพิ่งมีการวางแนวทางไว้ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 ทั้งที่จริงแล้วการกำหนดนโยบายดังกล่าวเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ยุคการก่อตั้งกรมประชาสัมพันธ์ แต่ยังไม่มีความชัดเจนนัก จนกระทั่งเมื่อมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงได้มีการวางแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติเป็นครั้งแรก (ธีระรักษ์ โพธิ์สุวรรณ, 2531 : บทคัดย่อ)

ในระยะแรก ก่อนมีการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมชัดเจน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐจะมีลักษณะกระจัดกระจาย ขาดการประสานงานที่ดี ส่วนใหญ่เน้นการเผยแพร่ชื่อเสียง รักษาภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ไม่ได้ใช้การประชาสัมพันธ์ในการชักจูงใจการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของประชาชน อันเป็นบทบาทสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาด้านต่าง ๆ นโยบายการประชาสัมพันธ์เท่าที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมมนาทางวิชาการกับองค์กรระหว่างประเทศ เช่น UNESCO รวมถึงจากองค์กรภายในประเทศ แต่ข้อมูลที่มาจากภาคเอกชนที่เป็นเจ้าของสื่อ และประชาชนผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับผลโดยตรงยังมีน้อย

แผนการประชาสัมพันธ์ฉบับที่รัฐให้ความสำคัญค่อนข้างมาก คือ ในยุค พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี และคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธานคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการต่าง ๆ เพื่อวางแผนและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เช่น คณะอนุกรรมการวิชาการและแผนประชาสัมพันธ์ คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ (รัตนากร ทองสำราญ, 2540 : 69)

จากความสำคัญที่รัฐมีต่องานด้านการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ทำให้ความต้องการบุคลากรเพื่อปฏิบัติงานด้านนี้มากขึ้น ส่งผลต่อการขยายตัวของการศึกษาสาขาประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก พบว่า นับแต่ พ.ศ.2532 อันเป็นยุคสมัยของรัฐบาลชุดดังกล่าวจะมีการเปิดสอนด้านประชาสัมพันธ์ในทุกระดับมหาวิทยาลัยที่สอนด้านนิเทศศาสตร์

นับแต่ พ.ศ.2534 รัฐบาลชุดต่อมา คือ สมัยนายอานันท์ ปันยารชุน ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี แม้จะไม่ได้ให้ความสำคัญแก่แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาตินัก แต่ก็พยายามดำเนินการตามกิจกรรมที่ระบุไว้ในแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และแผนงานการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา โดยยังคงมีการเปิดสอนด้านประชาสัมพันธ์ในคณะนิเทศศาสตร์เช่นเดิม อันเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งบ่งชี้ว่า ในยุคที่ 4 นี้ ภาครัฐมิได้มีอำนาจชี้แนะ หรือมีบทบาทชัดเจนในการกำหนดแนวทางการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์

ความพยายามของภาครัฐ และสื่อมวลชนประการหนึ่งที่จะใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาสังคม คือ การร่างนโยบายการสื่อสารแห่งชาติ ซึ่งจากความต้องการดังกล่าวน่าจะเป็นตัวกระตุ้นให้การประชาสัมพันธ์มีการเติบโตและพัฒนาขึ้นเป็นลำดับ ความพยายามเสนอแนะให้มีแผนการสื่อสารแห่งชาติมีมานาน โดยมีการจัดประชุมสัมมนาหลายครั้งเพื่อเสนอแนวทางในการวางแผน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อได้มีการกำหนดนโยบายการสื่อสารออกมาเป็นรูปธรรม ก็มักได้รับคำวิจารณ์ว่า เมื่อเขียนออกมาเป็นนโยบายก็ใช้งานไม่ได้ คือเป็นคำร่ำพันมากกว่า ไม่รู้จะนำไปปฏิบัติได้อย่างไร (สมวงศ์ โปษยานนท์, 2530 : 34)

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าลักษณะการประชาสัมพันธ์ในภาคปฏิบัติที่เป็นอยู่จะเป็นอย่างไร แต่โดยหลักการแล้ว การประชาสัมพันธ์ จะมีบทบาททั้งใน 2 องค์กร คือ

1. องค์กรภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ถูกนำมาใช้วางแผนการสื่อสารและนโยบายการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาสังคมที่เป็นรูปธรรมในลักษณะของนิเทศศาสตร์พัฒนาการ (Development Communication) อันหมายถึง การนำวิชาสื่อสารมวลชนมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาในประเทศด้านต่างๆ

2. ธุรกิจเอกชน การประชาสัมพันธ์จะถูกใช้ในลักษณะการเป็นเครื่องมือสร้างภาพพจน์ แก้ไขปัญหาในองค์กร และส่งเสริมผลกำไรของธุรกิจ

บทบาทที่แตกต่างกันออกไปของรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 องค์กรนำไปสู่ลักษณะเฉพาะของรายวิชาในสาขาการประชาสัมพันธ์ด้วย กล่าวคือ ทำให้แยกย่อยออกเป็นวิชาการประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจเอกชน การประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ไม่หวังผลกำไร การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจอุตสาหกรรม และการประชาสัมพันธ์ของรัฐและองค์กรสาธารณกุศล เป็นต้น โดยลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรดังกล่าวจะประกอบด้วย 2 ระดับ คือ (ประจวบ อืนอืด , 2530 : 23)

1. ระดับอำนวยการหรือบริหารงาน (Management Function) คือ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นแนวนโยบาย

2. ระดับผู้ปฏิบัติการ (Staff Function) เป็นการนำแผนการประชาสัมพันธ์ไปดำเนินการให้เป็นรูปธรรม

การแบ่งลักษณะงานออกเป็น 2 ส่วนดังกล่าว ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนด้านการประชาสัมพันธ์ให้แบ่งเป็น 2 กลุ่มวิชา คือ กลุ่มวิชาด้านการวางแผนหรือการบริหารงาน และกลุ่มวิชาการปฏิบัติการ

(ง) ทิศทางความเปลี่ยนแปลงของสาขาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

กล่าวโดยสรุป การปรับตัวของสถาบันการศึกษานิติศาสตร์เพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ดำเนินไปใน 2 ลักษณะ อันได้แก่

1. การขยายตัวในเชิงปริมาณ คือ การเปิดสอนในแทบทุกสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนสาขานิติศาสตร์ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยและกระทรวงศึกษาธิการ

2. การขยายตัวในเชิงคุณภาพ อันได้แก่ การปรับปรุงเนื้อหา และเพิ่มรายวิชาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ในอุตสาหกรรมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จะขยายตัวค่อนข้างมาก แต่ผู้สำเร็จการศึกษามักเข้าไปทำงานภาคธุรกิจ ภาครัฐยังคงขาดบุคลากรอีกจำนวนมาก ดังที่รัตนา ศรีธนะชัยโชค ได้ศึกษาวิจัย พบว่า ลักษณะงานประชาสัมพันธ์โครงการพัฒนาของรัฐจะเป็นงานฝักมากกว่งงานเฉพาะ ความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานยังไม่ดีพอ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์โครงการยังไม่ใช้ผู้มีความรู้ด้านนิติศาสตร์หรือวารสารศาสตร์โดยตรง (รัตนา ศรีธนะชัยโชค, 2533 : 164)

(3.2) เนื้อหาที่แยกย่อยของสื่อสิ่งพิมพ์กับรายวิชาในสาขาหนังสือพิมพ์

นับแต่ พ.ศ.2516 จนถึงยุคที่ 3 นับเป็นยุคแห่งความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงแนวทางของสื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะด้านเนื้อหาซึ่งเจาะเฉพาะเรื่องมากขึ้น และนิตยสารส่วนภูมิภาคเพิ่มจำนวนมากขึ้น ประกอบกับช่วง พ.ศ.2532-2539 เป็นยุคการปรับตัวเข้าสู่ระบบข่าวสารยุคใหม่ ธุรกิจการเมืองเริ่มเข้ามามีบทบาท สื่อมวลชนมีเสรีภาพค่อนข้างมาก และนำเสนอเนื้อหาเจาะเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย มีความพยายามพัฒนาและยกระดับมาตรฐานทางวิชาชีพหนังสือพิมพ์โดยการจัดประกวดแข่งขันการผลิตงานต่าง ๆ โดยมีรางวัลเป็นเครื่องจูงใจ

ภาพรวมของหนังสือพิมพ์และนิตยสารไทย นับแต่ยุคที่ 4 ต่อเนื่องไปยังคงมีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในแง่ของคุณภาพและปริมาณ ดังคำกล่าวของพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร บรรณาธิการอำนวยการหนังสือพิมพ์มติชน กล่าวถึง การขยายตัวของศาสตร์แขนงนี้ไว้ว่า

.....ในด้านสื่อสารมวลชนมีการเติบโตไปตามธรรมชาติ มีวิวัฒนาการอย่างเด่นชัด เพราะฉะนั้นจะหวังอะไรกับวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ตรวจจับที่คนยังอ่านหนังสือพิมพ์ มีการเรียนการสอนที่สอนให้รู้ว่า คนจะพัฒนาได้จากการอ่าน การอ่านทำให้เกิดความรู้ความคิด ดังนั้น เส้นทางยังมีอีกมาก โดยเฉพาะธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะต้องรองรับต่อผู้อ่านอีก 6 ล้านคน...

(พงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร , 2540)

ดังนั้น เราอาจกล่าวได้ว่าวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง พบว่า การศึกษาสาขาหนังสือพิมพ์เปิดสอนในสถาบันการศึกษาทุกแห่งที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์ หรือสื่อสารมวลชน ลักษณะเนื้อหาของวิชาจะเปิดสอนในรายวิชาเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น จากเดิม ที่การศึกษาในสาขาสื่อสิ่งพิมพ์หรือวารสารศาสตร์จะเป็นวิชากว้างๆ โดยทั่วไปไม่ได้เจาะจงเฉพาะ ปลีกย่อย ทั้งนี้ เนื่องจากในอนาคตหนังสือพิมพ์จะลดลักษณะของการเป็นสื่อสำหรับมวลชนแท้ ๆ ลง สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสื่อ ที่นักวิชาการได้ทำนายแนวโน้มว่า สื่อมวลชนจะมีลักษณะ ความเป็นสื่อเพื่อมวลชนน้อยลง (ดารารวรรณ สุขุมมาลชาติ , 2527 : 17) กล่าวคือ จะเน้น นำเสนอเนื้อหาสู่กลุ่มเป้าหมายย่อยที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

(3.3) การขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับการเปิดเพิ่มในสาขาภาพยนตร์

(ก) บทบาทของรัฐกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

ช่วง พ.ศ.2530-2539 อันเป็นยุคเศรษฐกิจขยายตัว โดยเฉพาะใน พ.ศ.2530-2534 แต่นับจากนั้นมาก็เริ่มชะลอตัวลง โดยในปี พ.ศ.2539 มีการสำรวจวิจัย พบว่า แต่ละวันมีผู้เข้าชมภาพยนตร์ทั่วประเทศประมาณ 300,000 คนสร้างรายได้รวม 25,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตปีละ 20-25 % และโดยเฉลี่ยอัตราเข้าชมภาพยนตร์จะประมาณ 3 เรื่องต่อคนต่อปี (ฐานวิเคราะห์, 29 ธันวาคม 2539 : 52) พร้อมกันนั้นได้มีการจัดตั้งสมาคมวิชาชีพเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และชมรมวิจารณ์บันเทิง เป็นต้น บรรดาผู้เกี่ยวข้องกับวงการภาพยนตร์ไทย และนักวิชาการซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ พยายามเรียกร้องให้รัฐบาลและเอกชนสนใจให้ความร่วมมือส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างจริงจัง เช่น การจัดสัมมนาในหัวข้อ “สู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย” อันนำไปสู่การรวมตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ 13 สาขาก่อตั้งสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติขึ้น (จรัล ทองเกษม, 2539 : 48)

การสนับสนุนอีกประการหนึ่งที่รัฐบาลมีให้ต่อธุรกิจภาพยนตร์ คือ การออกกฎระเบียบว่าด้วยการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย พ.ศ.2533 พร้อมกับการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย โดยคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ

แม้ว่า รัฐบาลจะปล่อยให้การดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยค่อนข้างเป็นอิสระ เพราะเห็นว่า เป็นสื่อมวลชนที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อเสถียรภาพและความอยู่รอดของรัฐบาล รัฐบาลจะเข้ามาควบคุมเฉพาะด้านการจัดระเบียบและการเป็นเจ้าของกิจการ โดยมีคณะกรรมการตรวจพิจารณาเนื้อหา แต่ขณะเดียวกันรัฐก็ไม่ได้สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเท่าที่ควร จนทำให้ภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉายตามโรงภาพยนตร์มีจำนวนลดลง พิจารณาจากการสำรวจข้อมูลจำนวนภาพยนตร์ที่ฉาย นับแต่ปี พ.ศ.2533 มีดังนี้

พ.ศ.2533	113	เรื่อง
พ.ศ.2534	107	เรื่อง
พ.ศ.2535	91	เรื่อง

พ.ศ.2537	57	เรื่อง
พ.ศ.2539	24	เรื่อง

(นัยนา แยมสาขา, 2540 : 214)

นอกจากนั้น การแข่งขันกับภาพยนตร์ต่างประเทศ การแพร่ขยายตัวของธุรกิจวิดีโอเทป ประกอบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังเป็นสื่อมวลชนประเภทที่ต้องมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นห้องปฏิบัติการ การบันทึกภาพ การบันทึกเสียง การโฆษณา และการจัดจำหน่าย ทำให้การพัฒนาจึงต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดจากบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ค่อนข้างมาก ซึ่งเหตุผลดังกล่าวก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การศึกษาด้านภาพยนตร์มีการขยายตัวน้อย

(ข) ปัญหาและแนวทางแก้ไขของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

กล่าวโดยสรุป อาจสามารถประมวลปัญหาหลักของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยส่งมีผลต่อการเปิดสอนในแขนงวิชาภาพยนตร์ได้เป็นประเด็นต่อไปนี้ (นัยนา แยมสาขา, 2540 : 207)

1. ปัญหาด้านงบประมาณการผลิต ภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่ต้องลงทุนสูงมากในขณะที่เศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวย ไม่ว่าจะเป็นค่าตัวนักแสดง , ค่าใช้จ่ายในที่ทีมงาน , ค่าถ่ายทำ , ค่าทำสำเนาฟิล์ม , ค่าประสานงาน และค่าโฆษณา

2. ปัญหาด้านคุณภาพผลงาน ซึ่งมักได้รับการวิพากษ์วิจารณ์เสมอว่า ภาพยนตร์ไทยด้อยคุณภาพ เน้นที่ความบันเทิงมากกว่าประโยชน์ต่อผู้ชมอย่างแท้จริง

3. ปัญหาด้านผู้ชมและตลาด กล่าวคือ ผู้ชมยังคงมีภาพลักษณ์ไม่ดีต่อภาพยนตร์ไทย ทั้งด้านคุณภาพ เนื้อหา และเทคนิค อีกทั้งตลาดส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มวัยรุ่น

4. การรวมตัวเป็นองค์กร หรือสมาคมวิชาชีพ ยังคงมีน้อยและไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร

แม้จะมีอุปสรรคและข้อจำกัดมากในการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย แต่หากจะมองในอีกแง่มุมหนึ่งรัฐเองก็พยายามวางนโยบายในเชิงรูปธรรม เพื่อเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมและการศึกษาในแขนงภาพยนตร์เช่นกัน โดยอาจสามารถประมวลสรุปถึงแนวทางการสนับสนุนของภาครัฐได้เป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ (นัยนา แยมสาขา, 2540 : 91-93)

1. การปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติภาพยนตร์ ซึ่งพระราชบัญญัติฉบับแรกประกาศใช้ใน ปีพ.ศ. 2473 ต่อมาปรับปรุงแก้ไข พ.ศ.2479 โดยมีบทบาทควบคุมดูแลทั้งเนื้อหาภาพยนตร์และส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

2. การตั้งสมาคมวิชาชีพด้านภาพยนตร์ ในวันที่ 3 มกราคม พ.ศ.2532 คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี มอบหมายให้คณะนิเทศศาสตร์เป็นแกนกลางศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งองค์การภาพยนตร์แห่งชาติ ซึ่งรองศาสตราจารย์ ดร.จรูญ หิรัญรักษ์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในขณะนั้น เป็นประธานกรรมการเสนอให้จัดตั้งสถาบันภาพยนตร์แห่งประเทศไทย (Film Institute of Thailand)

3. การจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ปี พ.ศ.2520 ซึ่งมีหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานแข่งกับต่างประเทศได้ ควบคู่ไปกับการกำหนดมาตรการควบคุมให้การสร้างภาพยนตร์ไทยเน้นคุณลักษณะแห่งความเป็นไทย ส่งเสริมศีลธรรมอันดีงาม เพื่อให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

4. การปรับปรุงอัตราภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ ให้เหมาะสม
5. การแก้ไขปัญหาของโรงภาพยนตร์ เช่น การควบคุมตรวจสอบระบบหนีไฟ, ลักษณะพื้นที่และความเหมาะสมของสถานที่
6. การจัดประกวดภาพยนตร์และสารคดี เช่น การมอบรางวัลสุพรรณหงษ์ทองคำของสมาคมผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ไทย, รางวัลภาพยนตร์เสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ, การจัดสัปดาห์ภาพยนตร์ไทย โดยชมรมวิจารณ์บันเทิง หรือการจัดประกวดภาพยนตร์แห่งชาติ โดยคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ เป็นต้น
7. การส่งเสริมให้ภาพยนตร์ไทยไปเผยแพร่ต่างประเทศ เพื่อกระตุ้นให้ผู้สร้างภาพยนตร์ไทยปรับปรุง และยกมาตรฐานภาพยนตร์ไทยให้สามารถแข่งกับต่างประเทศได้
8. การจัดสัมมนาต่างๆ เกี่ยวกับภาพยนตร์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้รัฐวางนโยบาย และให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้ถูกจุด โดยผู้จัดมักเป็นกลุ่มองค์กรเอกชนผู้ประกอบการ ด้านสื่อภาพยนตร์ เพื่อหาแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อ เช่น การจัดสัมมนาเรื่อง “การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยปีพ.ศ.2520” เมื่อ พ.ศ. 2527 การจัดสัมมนาเรื่อง “บทบาทของภาพยนตร์และโทรทัศน์ในการส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาติ” เป็นต้น
9. การจัดตั้งหอภาพยนตร์แห่งชาติ ในวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2527 โดยใช้อาคารโรงภาพยนตร์ลิทธิการ ถนนเจ้าฟ้า กรุงเทพฯ เป็นอาคารที่ตั้ง โดยกรมศิลปากรรับผิดชอบดูแลหอภาพยนตร์ดังกล่าวใช้เป็นสถานที่สำหรับพิทักษ์ อนุรักษ์ภาพยนตร์ แสงหาและสะสม รวบรวมสิ่งของอันเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์ไทย จัดกิจกรรมฉายภาพยนตร์ที่รวบรวมมาได้ต่อสาธารณชน
10. การวางนโยบายส่งเสริมกิจการสร้างและบริหารงานภาพยนตร์ไทยของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย, เสนอขอจัดตั้งกองทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์, ปรับปรุงอัตราภาษีศุลกากรสำหรับของที่นำเข้ามาใช้ในกิจการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

(ค) การขยายตัวของสาขาวิชาภาพยนตร์ในยุคที่ 3

จากสาเหตุอันเป็นข้อจำกัดของการขยายตัวในอุตสาหกรรม และการศึกษาด้านภาพยนตร์ ดังที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น ส่งผลต่อการศึกษาในสาขาวิชาภาพยนตร์ ทำให้สถาบันการศึกษาซึ่งเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์จัดสอนในสาขานี้ไม่มาก เนื่องด้วยความตระหนักถึงอุปสรรคในการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน อีกทั้งการศึกษาในสาขานี้เริ่มต้นจากการศึกษาระดับช่างเทคนิค จึงทำให้ถูกมองว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาในลักษณะความเป็นศาสตร์ก็ได้

สถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนในสาขานี้ในช่วงยุคดังกล่าว ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยรังสิตซึ่งเปิดดำเนินการสอนสาขาวิชาภาพยนตร์ใน พ.ศ.2531 สรุปแล้ว นับจนถึงขณะนี้ มีมหาวิทยาลัยที่สอนในสาขาดังกล่าวเพียง 6 แห่ง คือ

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

5.มหาวิทยาลัยรังสิต

6.สถาบันราชภัฏ

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า สถาบันที่สอนด้านภาพยนตร์จะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐเป็นส่วนใหญ่ โดยเปิดเป็นสาขาแรก ๆ พร้อมกับการกำเนิดของภาพยนตร์ไทย แต่นับจากนั้น ก็ไม่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกเลย นอกจากในมหาวิทยาลัยรังสิตอันเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนเพียงแห่งเดียวที่เปิดสอนสาขานี้ ลักษณะการสอนในทุกสถาบันจะรวมการศึกษาด้านภาพถ่ายและวิดิทัศน์เข้าไว้ด้วย ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงไม่ได้มีความรู้เพียงด้านภาพยนตร์ แต่จะมีความรู้ในอีก 2 แขนงควบคู่ไปด้วย เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปประกอบวิชาชีพอื่นได้ เช่น การผลิตงานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หรือการผลิตภาพยนตร์โทรทัศน์ เป็นต้น

การเปิดดำเนินการสอนในสาขาภาพยนตร์ของมหาวิทยาลัยรังสิตมีเหตุผลประการสำคัญตามที่ระบุไว้ในปรัชญาเบื้องหลังการเปิดสอนที่ว่า แม้ภาพยนตร์ไทยจะถือกำเนิดมาเกือบศตวรรษ แต่ก็ยังไม่สามารถพัฒนาตามประเทศอื่นได้ทัน อันเนื่องมาจากการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถไปพัฒนาการภาพยนตร์ไทยให้ทัดเทียมต่างประเทศ ดังนั้น คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตจึงเห็นควรเปิดสาขาภาพยนตร์และวิดิทัศน์เพื่อตอบสนองพัฒนาการภาพยนตร์ในประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ อนุสรณ์ ศรีแก้ว หัวหน้าภาควิชาภาพยนตร์และวิดิทัศน์ และเป็นบุคคลสำคัญที่ริเริ่มการก่อตั้งสาขาดังกล่าวในมหาวิทยาลัยรังสิต ได้กล่าวถึงสาเหตุสำคัญในการเปิดสอนภาพยนตร์ไว้ดังนี้

“..สาขาภาพยนตร์ และวิดิทัศน์ในมหาวิทยาลัยรังสิต เปิดมาจากการเรียกร้อง และความต้องการของนักศึกษาในเทศศาสตร์ ปี 1 และ ปี 2 ซึ่งยังไม่ได้เลือกสาขาวิชา โดยได้แสดงความต้องการที่จะเรียนภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก และเมื่อแจกแบบสอบถามสำรวจความเห็นเบื้องต้น ก็พบว่า มีเสียงตอบรับเป็นจำนวนมาก..”

(สัมภาษณ์ อนุสรณ์ ศรีแก้ว, 15 กันยายน 2541)

นอกจากประเด็นในด้านความต้องการของนักศึกษาแล้ว ความพร้อมของบุคลากร และอุปกรณ์ประกอบการศึกษาก็เป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนการเปิดสอนในมหาวิทยาลัยรังสิต โดย อนุสรณ์ ศรีแก้ว ได้ให้ข้อมูลสนับสนุนไว้ว่า

“..ทางด้านบุคลากร แน่นนอนครับว่าต้องเป็นผู้จบและมีประสบการณ์ ทางด้านการผลิตภาพยนตร์ เรื่องนี้ไม่ยากเพราะผมก็อยู่ในวงการภาพยนตร์มากกว่า 10 ปี เคยร่วมงานกับทีมงานผู้ผลิต ภาพยนตร์ ผู้กำกับ ดากห้อง lab ต่างๆ ก็สามารถดึงผู้มีความรู้ ความสามารถ จากวงการนี้มาเป็นทั้งอาจารย์ประจำและอาจารย์พิเศษได้..”

เป้าหมายการศึกษาสาขาภาพยนตร์ในมหาวิทยาลัยเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยรังสิตนี้ เน้นที่คุณภาพ ทั้งในด้านเนื้อหา และเทคนิคการถ่ายทำ นอกจากนี้ ยังได้กำหนดทิศทางไว้ว่าจะต้องเป็นผู้นำทางวิทยาการสมัยใหม่ในศาสตร์แขนงนี้ เช่น มีการใช้คอมพิวเตอร์มาช่วยในกระบวนการต่างๆ ของภาพยนตร์ เช่น การเขียนบท การทำ Story board และการเตรียมงาน เป็นต้น

(ง) อุปสรรคในการขยายตัวของสาขาภาพยนตร์

ปัญหาของพัฒนาการของการศึกษาวิชาภาพยนตร์ คือ ค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอุปกรณ์เทคโนโลยี และเครื่องมือประกอบการฝึกปฏิบัติงาน ซึ่งในงานวิจัยต่อไป น่าจะได้มีผู้สำรวจถึงค่าใช้จ่ายต่อหัวในการผลิตบัณฑิตสาขาภาพยนตร์เป็นข้อมูลเป็นตัวเลขที่ชัดเจน เพื่อเป็นหลักฐานสนับสนุนต่อข้อสรุปดังกล่าวต่อไป

นอกจากนั้น ข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือ การศึกษาในสาขาภาพยนตร์ต้องใช้ความสามารถและความเชี่ยวชาญทางเทคนิคค่อนข้างมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากจุดกำเนิดของการศึกษาวิชาภาพยนตร์ ซึ่งเริ่มต้นในการศึกษาด้านเทคนิคภาคปฏิบัติ จากแผนกวิชาช่างถ่ายรูป วิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพ โดยเป็นการศึกษาระดับ ปวส. ซึ่งมุ่งเน้นผลิตช่างถ่ายภาพหรือภาพยนตร์เป็นหลัก ต่อมา จึงได้เพิ่มการสอนในส่วนของศิลปะและด้านเนื้อหาสาระ เช่น ศิลปะการสื่อความหมาย การวิเคราะห์ผู้รับสาร โดยถูกจัดให้เป็นสาขาหนึ่งของการศึกษานิเทศศาสตร์ครั้งแรก ณ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในราว พ.ศ.2495

(3.4) การเติบโตทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสื่อกระจายเสียงกับการขยายตัวของสาขาวิทยุและโทรทัศน์

ความเคลื่อนไหวในสื่อกระจายเสียงนับแต่ พ.ศ.2528 ในเชิงปริมาณ ยังคงดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยใน พ.ศ. 2528 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เริ่มเปิดดำเนินการโดยได้รับงบประมาณจากกรมประชาสัมพันธ์ กำหนดแนวทางว่าจะไม่มีการโฆษณาและรายการบันเทิง มีเฉพาะรายการที่ให้สาระ ความรู้และการศึกษาโดยเฉพาะ

ส่วนความเคลื่อนไหวด้านเนื้อหาและการบริหารวิทยุโทรทัศน์ ใน พ.ศ.2529 รัฐบาลอนุมัติให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ส่วนกลางออกอากาศในช่วงเวลา 18.30-20.00 น. หลังจากที่ให้มีคำสั่งห้ามตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2523 พร้อมกันนั้น อสมท. ก็ได้อนุมัติให้สถานีไทยโทรทัศน์สีช่อง 3 แยกรายการข่าวไปดำเนินการเอง หลังจากเสนอข่าวร่วมกันมากกว่า 5 ปี

ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะที่ 5 (พ.ศ.2525- 2529) สื่อมวลชนเริ่มมีบทบาทในการศึกษามากขึ้น มีการดำเนินโครงการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา โดยจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษาเป็นเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษาแห่งชาติ จากนั้น สถานีวิทยุศึกษาเพื่อการศึกษาของประชาชนก็ได้ปรับปรุงคุณภาพด้านเสียงของรายการ โดยพัฒนาอุปกรณ์การผลิตรายการและห้องบันทึกเสียง ในระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534)

ปี พ.ศ.2531 เป็นช่วงที่เศรษฐกิจขยายตัวในระดับสูง คือ มีอัตราการเจริญทางเศรษฐกิจ (GDP) สูงถึง 12-13 % พร้อมกับการแพร่ภาพออกอากาศเป็นครั้งแรกของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ความต้องการบุคลากรที่จะเข้าไปทำงานในภาคปฏิบัติการของแวดวงโทรทัศน์ไทยจึงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อการขยายตัวในเชิงปริมาณของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้เปิดดำเนินการสอนมากขึ้นในระยะดังกล่าว โดยเฉพาะในวิทยาลัยครูหลายแห่ง ได้แก่ วิทยาลัยครูสวนสุนันทา วิทยาลัยครูสวนดุสิต วิทยาลัยครูจันทระเกษม วิทยาลัยครูนครสวรรค์ และวิทยาลัยครูเชียงใหม่ ซึ่งเปิดสอนโปรแกรมนิเทศศาสตร์ หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปีสังกัดคณะวิทยาการจัดการ

ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นต่ออุตสาหกรรมการกระจายเสียงในยุคนี้ คือ พ.ศ.2532 คณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการให้ดำเนินการโทรทัศน์ทางสายระบบการบอกรับสมาชิก (เคเบิลทีวี) ตามที่ อสมท. เสนอ ส่วนการกำหนดแผนการ อสมท.และสถานีวิทยุไทยโทรทัศน์ (ท.ท.ท.) รับผิดชอบดำเนินการ เพื่อให้เป็นไปตามตามแนวนโยบายกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของรัฐบาล

ช่วง พ.ศ.2532-2536 ธุรกิจวิทยุกระจายเสียงมีอัตราการเติบโตสูง มีเงินหมุนเวียนจากการโฆษณาเป็นอย่างมากโดยปี พ.ศ.2534 เพียงปีเดียวสถานีวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศมีรายได้จากการโฆษณาสูงถึง 1830 ล้านบาท เพิ่มจากในปี พ.ศ.2530 ถึง 730 ล้านบาท จนกล่าวได้ว่าเป็นยุคของการเปิดเสรีทางธุรกิจและเป็นการขยายตัวของธุรกิจวิทยุกระจายเสียงอย่างแท้จริง เนื่องจากรัฐบาลเปิดให้สัมปทานแบบแข่งขันของระบบวิทยุกระจายเสียง ส่งผลต่อกระแสการขยายตัวอย่างกว้างขวางของธุรกิจสื่อสารมวลชน และการศึกษาด้านสื่อสารมวลชนอีกทางหนึ่ง โดยลักษณะการขยายตัวของสื่อกระจายเสียงทั้งวิทยุและโทรทัศน์ แสดงได้ดังตารางที่ 10 และตารางที่ 11 ต่อไปนี้

ตารางที่ 10

เปรียบเทียบจำนวนสถานีวิทยุกระจายเสียงจำแนกตามส่วนราชการในปี 2525และ2533

พ.ศ.	กระทรวงกลาโหม	กรมประชาสัมพันธ์	อสมท.	ส่วนราชการอื่น	รวม
2525	140 (56.00%)	71 (28.40%)	7 (2.80%)	72 (12.80%)	250 (100 %)
2533	211 (43.60%)	127 (26.24%)	62 (12.81%)	84 (17.35%)	484 (100 %)

ที่มา : กรมประชาสัมพันธ์ (2533) วันวิทยุกระจายเสียงครบรอบ 60 ปี อ่างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2539 : 31.

ตารางที่ 11

จำนวนจังหวัดที่รับสัญญาณสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ได้ใน ปี.พ.ศ. 2538

สถานีโทรทัศน์	จำนวนในกรุงเทพฯ	จำนวนจังหวัดที่รับสัญญาณได้ในส่วนภูมิภาค	รวมทั้งประเทศ
ช่อง 3	1	31	32
ช่อง 5	1	39	40
ช่อง 7	1	28	29
ช่อง 9	1	31	32
ช่อง 11	1	21	22

ที่มา : บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) อ่างใน ปริญญา ห่องสำเร็จ , 2538 : 13

จากกระแสการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของสื่อวิทยุกระจายเสียง จนนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล ทำให้ภาคเอกชนหลายรายให้ความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนดำเนินงาน เมื่อองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) และกรมประชาสัมพันธ์ เปิดให้ประมูลช่วงเวลาและคลื่นสถานีวิทยุกระจายเสียงบางคลื่น ในปีพ.ศ.2535 และ 2536 จึงเกิดกรณีการวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่ชอบมาพากลในการดำเนินการและการใช้ระบบอุปถัมภ์เข้ามาในการแข่งขัน แม้ว่าสถานีวิทยุในเครือกองทัพบกช่วงที่พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ดำรงตำแหน่งแม่ทัพภาคที่ 2 จะพยายามปรับปรุงการให้สัมปทานโดยใช้วิธีการประมูล แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากนักธุรกิจรายใหญ่มักเป็นผู้ผูกขาดการดำเนินการโดยอาศัยอิทธิพลและระบบอุปถัมภ์เป็นสำคัญ

การขยายตัวของสื่อกระจายเสียงดังกล่าว มิได้มีเพียงการขยายตัวในเชิงปริมาณเท่านั้น หากแต่ยังมีการปรับปรุงคุณภาพและการนำมาใช้ประโยชน์ นอกเหนือไปจากการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยขึ้น โดยในช่วงนับแต่ พ.ศ.2525 รัฐบาลได้วางนโยบายที่จะพัฒนาวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อในการพัฒนาการศึกษา อันเป็นการเริ่มนำสื่อกระจายเสียงเป็นเครื่องมือพัฒนาสังคม โดยดำเนินโครงการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา จัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษาเป็นเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษาแห่งชาติ โดยเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ.2522 แล้วเสร็จในปี พ.ศ.2527 ด้วยวัตถุประสงค์ คือ เพื่อให้การศึกษาทั้งในระบบโรงเรียน และนอกระบบโรงเรียนแก่นักศึกษาของกรมการศึกษานอกโรงเรียน และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช และให้ข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของประชาชน โดยกรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบด้านเทคนิคและการออกอากาศ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2532 : 7)

นับจากนั้นเป็นต้นมา รัฐบาลได้ดำเนินมาตรการอย่างต่อเนื่องในการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และแผนการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต รวมทั้งวางข้อกำหนดชัดเจนในการวางแผนให้สถานีวิทยุเพื่อการศึกษาทุกแห่ง จัดทำแผนการผลิต

และออกอากาศให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539)

นอกเหนือไปจากการใช้สื่อวิทยุเป็นเครื่องมือพัฒนาการศึกษาของประชาชนแล้ว แนวทางการใช้ประโยชน์จากสื่อกระจายเสียงอีกทางหนึ่ง คือ การจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคด้วยวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และสนับสนุนให้เกิดรายการตอบสนองต่อความต้องการของคนในท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาการใช้สื่อวิทยุเพื่อการศึกษาในประเทศไทย เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2532 : 15) ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดที่เกิดขึ้น อันส่งผลต่อการขยายตัวของการศึกษาในสาขาวิทยุโทรทัศน์ไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. ประเทศไทยยังขาดการวางแผนระดับชาติในการใช้สื่อวิทยุเพื่อให้เกิดการศึกษาลดชีวิต
2. ไทยยังไม่มีเครือข่ายสถานีวิทยุกระจายเสียงให้การศึกษาตลอดชีวิตแก่ประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงที่มีอยู่ส่วนใหญ่ มุ่งผลกำไรทางธุรกิจมากกว่าการให้การศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
4. การที่สถานีวิทยุกระจายเสียงต้องเลี้ยงตัวเองด้วยผลตอบแทนทางธุรกิจ ทำให้รายการส่วนใหญ่ไม่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน สร้างความรู้สึกแก่ประชาชนว่า มุ่งผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าจะรับใช้ประชาชนอย่างแท้จริง

นอกจากนั้น ลักษณะที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นในช่วงดังกล่าว อันเป็นยุคการจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสาร ซึ่งระบุไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530-2534) ว่าเป็นยุคแห่งสังคมข่าวสาร (เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์, 2537: 299) นำไปสู่การขยายตัวของภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ เนื่องจากช่วงดังกล่าว ธุรกิจโฆษณามีอัตราการขยายตัวสูง โดยเฉพาะในธุรกิจโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ พบว่าใน พ.ศ.2534 ค่าโฆษณาทางโทรทัศน์มียอดรวมถึง 8,180 ล้านบาท คิดเป็น 50% ของอัตรารายได้จากค่าโฆษณาที่หมุนเวียนในระบบ เมื่ออุตสาหกรรมดังกล่าวมีผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจเช่นนี้ ส่งผลให้ความนิยมประกอบอาชีพดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

พร้อมกันนั้น การพัฒนาในเชิงคุณภาพของสื่อกระจายเสียงก็เริ่มต้นขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว สถานีวิทยุโทรทัศน์มีการปฏิรูปการเสนอรายการข่าว โดยบริษัท แปซิฟิกอินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด เป็นผู้บุกเบิก ภายใต้อำนวยการดำเนินกิจการของ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล อันนำไปสู่นิยมในการรับชมข่าวและรายการโทรทัศน์มากขึ้น โดยนับแต่ราวต้นปี 2528 ช่อง 9 อสมท. จ้าง ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล เข้ามาอ่าน “ข่าวทันโลก” ช่วง 23.35-24.00 น. ในวันจันทร์-ศุกร์ จนได้รับความนิยมจากประชาชนมาก สถานีจึงมีนโยบายปรับปรุงการเสนอข่าวภาคค่ำ จึงได้ว่าจ้างทีม

งานของดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล เข้ามารับผิดชอบทำข่าวภาคค่ำ นับเป็นความตื่นตัวที่จะพัฒนางานสื่อสารมวลชนให้มีคุณภาพมากขึ้น

เมื่อศึกษาถึงพัฒนาการที่ดำเนินไปของวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า การขยายตัวในเชิงปริมาณของสื่อแขนงนี้กับการเพิ่มจำนวนสาขาในมหาวิทยาลัยไม่สัมพันธ์กันนัก แม้ว่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์จะถูกระบุว่า จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือปฏิบัติงานของภาครัฐ โดยมีจุดเริ่มต้น ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อรองรับต่อการพัฒนาในเขตภาคเหนือ โดยมีปัจจัยเอื้ออำนวย คือ การมีสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยอยู่แล้ว โดยหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย ผู้ดำเนินการก่อตั้ง มีความสนใจและมีประสบการณ์ด้านดังกล่าวมาแล้วเป็นอย่างมาก แต่พบว่า ในช่วงนับแต่ พ.ศ.2530 เป็นต้นมา มหาวิทยาลัยของรัฐไม่มีการขยายจำนวนเพิ่มในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนในระยะหลังล้วนเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งสิ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากปัจจัยอื่นที่เข้ามามีบทบาท เช่น

- ความไม่พร้อมของภาครัฐในด้านงบประมาณ เทคโนโลยี อุปกรณ์ปฏิบัติการต่าง ๆ
- การขาดแคลนอาจารย์ผู้สอน ซึ่งมีความชำนาญและมีประสบการณ์โดยตรง
- งบประมาณค่าใช้จ่ายในการผลิตบัณฑิตสาขาวิทยุและโทรทัศน์ซึ่งมีค่อนข้างสูง เนื่องจากนักศึกษาต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือและเทคโนโลยีในการศึกษาและฝึกฝนมาก

ด้วยข้อจำกัดข้างต้นนี้เอง นับแต่เริ่มต้นการศึกษาสาขาวิทยุและโทรทัศน์ปี พ.ศ.2507 ณ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จนถึงยุคที่ 4 นี้ สถาบันอุดมศึกษาที่สอนด้านนิเทศศาสตร์มีจำนวนเพียง 9 แห่ง ที่เปิดสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | 2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | 4. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น |
| 5. มหาวิทยาลัยรังสิต | 6. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| 7. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย | 8. สถาบันราชภัฏ |
| 9. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | |

อนึ่ง ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แม้ว่าจะไม่ได้เปิดสอนในชื่อสาขาวิทยุและโทรทัศน์ แต่จัดการสอนภายในชื่อสาขาการสื่อสารมวลชน เน้นการศึกษาด้านวิทยุและโทรทัศน์เช่นเดียวกัน สำหรับสถาบันราชภัฏแทบทุกแห่งที่เปิดสอนโปรแกรมนิเทศศาสตร์ จะสอนในสาขาวิชานี้ด้วย และโครงสร้างหลักสูตรเหมือนกันจึงนับเป็น 1 แห่ง

เมื่อสำรวจเนื้อหาสาระละเอียดของหลักสูตรแล้ว พบว่า แม้สถาบันราชภัฏเกือบทุกแห่งที่เปิดโปรแกรมนิเทศศาสตร์จะเปิดสอนในสาขาวิชาดังกล่าว แต่จะเป็นการผลิตผู้ปฏิบัติการมากกว่าที่จะไปเป็นผู้วางแผนหรือผลิตงานสร้างสรรค์ทางวิทยุโทรทัศน์ รวมทั้งไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยจะพบว่าไม่มีการเปิดรายวิชาเพื่อนำวิทยุและโทรทัศน์ไปใช้ในการศึกษา ทั้งที่เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมการเป็นสถาบันการศึกษาในส่วนภูมิภาค สถาบันราชภัฏ

น่าจะสามารถจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาด้านนี้ได้ ดังเช่น รายวิชาในแขนงวิชาวิทยุและโทรทัศน์ที่เปิดสอนในสถาบันราชภัฏจันทรเกษมซึ่งเน้นภาคปฏิบัติ อันได้แก่รายวิชา ดังนี้

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------|
| - การผลิตรายการวิทยุ | - การผลิตรายการโทรทัศน์ |
| - การถ่ายภาพเพื่อการสื่อสาร | - ฉากและวัสดุประกอบฉากโทรทัศน์ |
| - การผลิตกราฟฟิกเพื่องานโทรทัศน์ | - การแสดงและกำกับการแสดง |
| - การใช้ห้องปฏิบัติการวิทยุ | - การใช้ห้องปฏิบัติการโทรทัศน์ |

โดยมีวิชาที่ว่าด้วยการศึกษาเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์เพียง 4 วิชา คือ

- | | |
|---|-----------------------------|
| - การสื่อข่าวและเขียนข่าววิทยุและโทรทัศน์ | - ธุรกิจงานวิทยุและโทรทัศน์ |
| - การบริหารงานวิทยุและโทรทัศน์ | - การวิจัยวิทยุและโทรทัศน์ |

ยุคที่ 5 พ.ศ.2539-2540 ยุคจากสื่อสู่เทคโนโลยีสารสนเทศกับบทบาทเด่นของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ในยุคที่ 5 อันเป็นช่วงการเข้าสู่สังคมเทคโนโลยีสารสนเทศ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนปรับเข้าสู่ลักษณะความเป็นวิทยาศาสตร์ และให้ความสำคัญกับวิทยาการสารสนเทศมากขึ้น ส่งผลต่อการเปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์เข้าสู่แนวทางสารสนเทศ โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากนโยบายการศึกษาฉบับที่ 8 ของรัฐ ที่ให้ความสำคัญต่อการผลิตบัณฑิตในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันเป็นสาขาที่ขาดแคลน และสนับสนุนการบรรจุวิชาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าไปในหลักสูตรมากขึ้น รวมทั้งสื่อมวลชนเองก็ได้นำเอาเทคนิควิทยาการมาใช้ในการปฏิบัติงานมากขึ้นด้วยการเปิดดำเนินการและขยายตัวของสาขานิเทศศาสตร์ในช่วง พ.ศ.2539 เป็นต้นมา ซึ่งอาจสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีบทบาทเด่นที่สุดได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชน อันนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงทิศทางการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ที่เน้นด้านสื่อมาเป็นเน้นความสำคัญของเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น โดยปัจจัยที่ทำให้การสนับสนุนเป็นบทบาทรอง คือ นโยบายการศึกษาของรัฐและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งจะได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. การขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศกับทิศทางการศึกษานิเทศศาสตร์
2. บทบาทของนโยบายการศึกษาแห่งชาติ
3. บทบาทของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1) การขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศกับการปรับทิศทางการศึกษานิเทศศาสตร์

(1.1) ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารของไทยเริ่มต้นครั้งแรกสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ.2416) ในลักษณะของการรับส่งโทรเลข แต่จุดเริ่มต้นด้านการไปรษณีย์อย่างจริงจัง คือใน พ.ศ.2423 และจุดเริ่มต้นของการโทรคมนาคมยุคใหม่ในประเทศไทย คือ การตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิกองค์การโทรคมนาคมทางดาวเทียมระหว่างประเทศ หรืออิลเทลแซท ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2509 ทำให้ไทยได้ใช้ประโยชน์

จากดาวเทียมการสื่อสารสัญญาณโทรคมนาคมเป็นครั้งแรกกับมลรัฐฮาวาย สหรัฐอเมริกา และกับประเทศต่าง ๆ

จากนั้น นับแต่ พ.ศ.2510 เป็นต้นมา พัฒนาการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง มีการนำระบบสัญญาณดาวเทียมมาให้บริการโทรคมนาคมระหว่างประเทศแทนระบบวิทยุความถี่สูงมาก มีการปรับปรุงระบบการสื่อสารภายในประเทศโดยนำอุปกรณ์ชุมสายโทรเลข เทเล็กซ์ โทรศัพท์ และวิทยุบริการระบบใหม่ที่ควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์มาใช้ในการสื่อสาร รวมถึงพัฒนาระบบเคเบิลใต้น้ำ และระบบการสื่อสารผ่านดาวเทียมมาใช้ทั้งในการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างองค์กร และการสื่อสารมวลชน (รายงานการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง “สื่อสารโทรคมนาคมไทยในทศวรรษหน้า” เนื่องในโอกาสครบรอบ 36 ปี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 20 พฤศจิกายน 2533 , 18-19)

ส่วนพัฒนาการของระบบสารสนเทศของไทยเริ่มต้นที่ห้องสมุดเป็นสำคัญ โดยครอบคลุมระยะเวลาช่วง พ.ศ. 2521-2539 ซึ่งมีการรับเอาเทคโนโลยีเข้ามาในสังคมไทยมาก ทั้งด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและระบบสารสนเทศ เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจคือ การร่วมทุนระหว่างการศึกษาแห่งประเทศไทย (กสท.) กับหน่วยงานโทรคมนาคมจาก 7 ประเทศอาเซียน (ASEAN) จากนั้นได้ขยายการลงทุนไปสู่ยุโรปและส่วนภูมิภาคเอเชียใน พ.ศ. 2536 ประเทศในกลุ่มอาเซียนก็ได้ทำความร่วมมือกันในการสร้างข่ายเคเบิลใยแก้วขึ้นเอง

ปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมไทยช่วงทศวรรษที่ 2530 คือ การก้าวเข้าสู่การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ทางด่วนข้อมูล” เป็นทางด่วนที่สามารถเชื่อมประสานโยงใยไปทุกซอกมุม ส่งเสริมให้โลกยุคโลกาภิวัตน์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อันเป็นผลจากสังคมโลกเริ่มเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมข่าวสาร การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อสื่อสารข้อมูลผ่านทางเครือข่ายดำเนินไปอย่างแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

เทคโนโลยีสมัยใหม่อีกประเภทหนึ่ง ซึ่งประเทศไทยรับเข้ามาและมีศักยภาพในการสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารที่ปลอดจากการควบคุมของรัฐ คือการสื่อสารผ่านดาวเทียม นับเป็นการก้าวข้ามข้อจำกัดในด้านพรมแดนของชาติครั้งสำคัญ ดาวเทียมสื่อสารได้ถูกนำมาใช้กับกิจการวิทยุโทรทัศน์ไทยครั้งแรกเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ.2522 โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ใช้สถานีถ่ายทอดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแห่งแรกที่จังหวัดเชียงใหม่ ออกอากาศผ่านดาวเทียมปลาป่าของอินโดนีเซีย และแห่งที่สองคือที่จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ.2535 (ปริยานุช ห่องสำเร็จ 2538 : 21)

ระยะแรก รัฐบาลไม่อนุญาตให้ประชาชน มีงานรับสัญญาณจากดาวเทียมไว้ในครอบครองได้ แต่ต่อมาก็ได้มีนโยบายเปิดเสรีในการมีงานรับสัญญาณดาวเทียม เมื่อพ.ศ.2535 จึงทำให้ธุรกิจแบบ Satellite TV เติบโตขึ้น อย่างไรก็ตาม การรับชมรายการดังกล่าวก็เป็นการรับรายการของต่างประเทศ มิใช่รายการที่ผลิตในประเทศไทยเพื่อผู้ชมชาวไทยโดยเฉพาะ

ดาวเทียมสื่อสารที่เป็นของไทยถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2536 เมื่อรัฐบาลประกาศเชิญชวนให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในโครงการดาวเทียมแห่งชาติของไทย ซึ่งบริษัท ชินวัตรคอมพิวเตอร์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ได้รับสัมปทานดำเนินการเป็นระยะเวลา 30 ปีนับแต่ปีพ.ศ.2534 ซึ่งบริษัท ชินวัตร คอมพิวเตอร์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัดก็ได้ก่อตั้งบริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) รับผิดชอบโครงการดาวเทียมสื่อสารแห่งชาติโดยตรง โดยดาวเทียมสื่อสารแห่งชาติดวงแรกของไทย ได้รับพระราชทานชื่อว่า “ไทยคม” ถูกส่งขึ้นสู่วงโคจรครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ.2536

สำหรับคำว่า “สารสนเทศ (Information)” เป็นคำใหม่ซึ่งนำมาใช้ไม่นาน นิยามได้ว่าหมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับการประมวลแล้ว โดยผ่านวิธีการต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ต้องการใช้ทำประโยชน์ เป็นผลลัพธ์หรือ Output ของระบบประมวลผลข้อมูล สื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ หรือทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะได้ เพื่อเป็นการย้ำความเข้าใจ (อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไพฑูริ , 2539 : 212)

ลักษณะสำคัญของความเป็นสังคมสารสนเทศ ครรชิต มาลัยวงศ์ (2528 , 10-18) สรุปไว้ว่า มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ประชากรส่วนใหญ่ทำงานเกี่ยวกับสารสนเทศมากกว่าในงานอุตสาหกรรม หรืองานด้านเกษตรกรรม
2. งานส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้สมองมากกว่าแรงงาน
3. การศึกษามีความสำคัญมากในการเตรียมความพร้อมของประชาชนเข้าสู่สังคมสารสนเทศ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากการให้นิยามดังกล่าว ยังมีอาจกล่าวได้ว่าไทยเข้าสู่ยุคของสังคมสารสนเทศดังกล่าว แต่จัดว่าอยู่ในช่วงกระแสของความตื่นตัวและเปิดรับเทคโนโลยีข่าวสารอย่างกว้างขวาง เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐเองก็กำหนดถึงความสำคัญของการก้าวเข้าสู่สังคมรูปแบบใหม่นี้ โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลกำหนดให้พ.ศ.2538 เป็นปีแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (IT Year) ก็ยังเป็นภาพที่แสดงถึงความตระหนักของภาครัฐต่อบทบาทของสารสนเทศที่มีต่อกิจกรรมในสังคม

เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงมุ่งทักษะใหม่ ๆ ทั้งทักษะภาษาต่างประเทศ การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการศึกษาและประกอบอาชีพ รวมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการที่ไร้ขอบเขตของนักสื่อสารมวลชน ย่อมเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเทคโนโลยีดังกล่าว

ความตระหนักต่อประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศของรัฐบาล เริ่มต้นอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมเมื่อรัฐได้จัดทำแผนสารสนเทศแห่งชาติ และกำหนดแนวนโยบายที่เรียกว่า “นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติของประเทศไทย” ใน พ.ศ.2538 โดยกำหนดภารกิจพื้นฐาน 3 ประการที่สำคัญคือ (อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไพฑูริ , 2539 : 212)

1. การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศแห่งชาติ ได้แก่ ระบบโทรคมนาคมที่ทันสมัย ระบบคอมพิวเตอร์ของประเทศและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

2. การลงทุนพัฒนาคุณภาพของพลเมือง ได้แก่ การสร้างพลเมืองที่มีคุณภาพ อ่านออกเขียนได้ มีทักษะในด้านสารสนเทศ รวมทั้งสร้างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและมีอาชีพที่มีคุณภาพ เพื่อร่วมกันพัฒนาประเทศ

3. การลงทุนเพื่อการปกครองที่ดี คือ การที่รัฐต้องลงทุนในการพัฒนาระบบสารสนเทศของชาติในหน่วยงานต่าง ๆ ให้พร้อม รัฐจะต้องมีฐานข้อมูลของรัฐ ข้อมูลสถิติด้านประชากร สาธารณสุข ระบบทะเบียนราษฎรที่ดี ซึ่งจะพัฒนาไปสู่การบริหารและระบบการปกครองที่ดี

(1.2) การปรับตัวของนิเทศศาสตร์กับเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน

ความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ อันเนื่องมาจากกระแสการผลักดันของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคที่ 5 นี้ดำเนินไปใน 2 ลักษณะ คือ

ก. การเปิดเพิ่มในสาขาใหม่

ข. การปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและรายวิชาที่มีอยู่เดิม

ก) การเปิดเพิ่มในสาขาวิชาใหม่

เมื่อพิจารณาถึงหลักสูตรนิเทศศาสตร์ซึ่งต้องอาศัยอุปกรณ์เทคโนโลยีและกระบวนการสื่อสารที่ทันสมัยสู่มวลชน นอกเหนือไปจากศิลปะในการสร้างสรรค์งานแล้ว การศึกษานิเทศศาสตร์ในแนวเทคโนโลยีสารสนเทศจึงถือกำเนิดขึ้น เพื่อความเหมาะสมในการปรับตัวเข้ากับความต้องการของตลาดแรงงานและวิชาชีพ พร้อมกับการให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมว่าเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อหลักสูตรทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2541 : 1)

พ.ศ.2540 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จ.นครราชสีมา ได้เปิดสอนด้านนิเทศศาสตร์ในหลักสูตรวิทยาการสารสนเทศบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) สังกัดสาขาวิชาเทคโนโลยี สารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม ภายหลังจากที่ได้ผ่านการจัดทำวิทยาการศึกษาระหว่างการเปิดสอนสาขาวิชาดังกล่าวในวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ.2539 ณ โรงแรมรามาร์คาร์เดน กรุงเทพฯ โดยมีผู้บริหารสถาบันการศึกษา นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน นักวิชาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ทรงคุณวุฒิในวงการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยี ร่วมระดมความคิดเห็นและเสนอแนวทางการเปิดดำเนินการ (ดูภาคผนวก รายงานสรุปวิทยาการศึกษาระหว่างการเปิดสอนสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี)

รองศาสตราจารย์ ดร.กริช สืบสนธิ์ คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม และเป็นผู้มีบทบาทในการก่อตั้งสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ได้กล่าวถึงลักษณะเด่นของการจัดการสอนในสาขาวิชาดังกล่าวว่า เมื่อนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านการเรียนในชั้นปีที่ 1 แล้วสามารถเลือกเรียนได้ 3 หลักสูตร คือ นิเทศศาสตร์ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ และสารสนเทศศึกษา ทุกหลักสูตรจะเน้นการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีระดับสูง โดยหลักสูตรผ่านการเห็นชอบและยอมรับทั้งจาก กพ. วงการธุรกิจ ตลอดจนวงการสื่อสารมวลชน (สัมภาษณ์ กริช สืบสนธิ์,

สารมทส. ปีที่ 6 ฉบับที่ 267, 2541) แต่ก็ให้ความสำคัญต่อการทำหน้าที่สื่อมวลชนในการนำเสนอเนื้อหา (Content) สู่ประชาชนอย่างมีจรรยาบรรณด้วย

การศึกษานิเทศศาสตร์ตามแนวทางใหม่ดังกล่าว ได้รับความสนใจและนิยมเข้าศึกษาไม่น้อย ด้วยเหตุผลคือ เป็นหลักสูตรแนวใหม่ที่น่าสนใจ เพราะนอกจากลักษณะเฉพาะของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่เปิดสอนให้ทุกคนได้ใช้ความคิดจินตนาการของตนแล้ว ยังเป็นการผสมผสานระหว่างนิเทศศาสตร์และเทคโนโลยีอีกด้วย (สัมภาษณ์ อภันตรี เศรษฐีธรรม นักศึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศรุ่นแรก, สารมทส. ปีที่ 6 ฉบับที่ 267, 2541)

ข) การปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและรายวิชาที่มีอยู่เดิม

นอกเหนือไปจากการเปิดสอนสาขาใหม่ ความเปลี่ยนแปลงด้านวิทยาการสารสนเทศก็นำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่มีการสอนด้านนิเทศศาสตร์อยู่ก่อนแล้ว แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเพิ่มบางรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีในเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะด้านคอมพิวเตอร์เป็นหลัก รายวิชาที่เปิดเพิ่มส่วนใหญ่ มักเป็นวิชาที่สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจและความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น

- พื้นฐานการแปลสำหรับนักนิเทศศาสตร์ (หมวดวิชาพื้นฐานด้านนิเทศศาสตร์)
- การสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ (สาขาสื่อสารมวลชน)
- คอมพิวเตอร์ประยุกต์เพื่องานวารสาร (สาขาหนังสือพิมพ์)
- การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่องานสื่อสารมวลชน (สาขาสื่อสารมวลชน)
- การพิมพ์ desktop (สาขาหนังสือพิมพ์)
- คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่องานโฆษณา (สาขาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์)
- การจัดและสร้างภาพโครงเรื่อง (story board) (สาขาวิทยุและโทรทัศน์)
- การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ (สาขาการโฆษณาและประชาสัมพันธ์)
- โสตทัศนอุปกรณ์เพื่อการพูดและนำเสนอ (สาขาวารศึกษา)
- คอมพิวเตอร์ประยุกต์สำหรับวาณิช (สาขาวารศึกษา)
- เทคนิคและจิตวิทยาการนำเสนองานด้วยคอมพิวเตอร์กราฟฟิก (สาขาสื่อสารการตลาด)
- การสื่อสารข้อมูล/การสารสนเทศเบื้องต้น (สาขาการจัดการสารสนเทศ)

2) บทบาทของนโยบายการศึกษาแห่งชาติ

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของแผนการศึกษาแห่งชาติที่มีต่อการศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์ หากจะมองในภาพรวมแล้ว พบว่ามีอิทธิพลไม่มากนัก และไม่มีแนวนโยบายที่ชัดเจนแน่นอนจะเข้าไปในลักษณะของการกำกับ ดูแลและควบคุม มากกว่าที่จะมีบทบาทในการกำหนดทิศทางหรือรูปแบบเนื้อหาของการศึกษา ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากรัฐยังให้ความสำคัญของศาสตร์แขนงนี้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับศาสตร์แขนงอื่น โดยเฉพาะในสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ ในลักษณะเป็นรูปธรรมชัดเจนกว่าสาขานิเทศศาสตร์

(2.1) การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในแนวเทคโนโลยีสารสนเทศกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 - 2544)

แผนพัฒนาการศึกษาฉบับที่ 8 กำหนดวัตถุประสงค์ที่จะสร้างรากฐานเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ขยายและยกระดับความรู้ให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคมในสภาพที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันทางเศรษฐกิจกับนานาประเทศ

ในแผนดังกล่าว เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารมวลชนเป็นกลจักรสำคัญในการขยายบริการการศึกษาและขยายแหล่งความรู้แก่ประชาชน ดังนั้น การจัดการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์จึงมีภารกิจที่จะต้องพัฒนาศักยภาพของตนเพื่อรองรับต่อบทบาทดังกล่าว โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาเทคนิควิทยาการใหม่ เพื่อให้สอดคล้องต่อแผนงานหลักที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ซึ่งตั้งเป้าหมายที่จะผลิตบุคลากรในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากกว่าสังคมศาสตร์ ดังจะเห็นได้จากเหตุผลในการเปิดสอนสาขานิเทศศาสตร์ในมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชียที่กำหนดแนวทางในการผลิตบัณฑิตนิเทศศาสตร์ไว้ว่า

...เพื่อรองรับการขยายตัวทางอุตสาหกรรม ธุรกิจ สื่อสารมวลชนของประเทศ และระหว่างประเทศรวมทั้งเป็นศูนย์รวมเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีต่าง ๆ ด้านการสื่อสารมวลชนแก่นักวิทยาศาสตร์และประชาชนที่สนใจ....

(คู่มือนักศึกษา มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 2540)

นอกเหนือไปจากการเปิดสอนในสาขาใหม่ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ความเปลี่ยนแปลงด้านสารสนเทศก็นำไปสู่การปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยที่สอนด้านนิเทศศาสตร์อยู่แล้ว เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับรายวิชาที่เปิดสอนในช่วง พ.ศ.2482-2500 พบว่า เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นอย่างชัดเจน จากเดิมซึ่งเน้นการประกอบวิชาชีพด้านสื่อโดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การศึกษาในรายวิชาวิธีปฏิบัติการหนังสือพิมพ์ ประวัติการหนังสือพิมพ์ การแปลข่าว โทรทัศน์ กฎหมาย เหตุการณ์ระหว่างประเทศ ภาษาไทย ประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ ทฤษฎีการโฆษณา สังคมวิทยา และรัฐศาสตร์ ได้ปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมซึ่งแสดงถึงการมองเห็นความสำคัญของการศึกษาในแนวทางของการเชื่อมโยงเข้ากับวิทยาการสารสนเทศมากขึ้น ดังตัวอย่างรายวิชาเปิดใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น

- คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่องานประชาสัมพันธ์ (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- คอมพิวเตอร์กราฟฟิกเพื่องานโฆษณา (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- การสื่อสารข้อมูล (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- เทคโนโลยีการพิมพ์ (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- กราฟฟิกสำหรับวารสารศาสตร์ (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- การผลิตสื่อโสตทัศนูปกรณ์ (รายวิชาในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- วารสารมัลติมีเดีย (รายวิชาในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)
- สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (รายวิชาในมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย)

- การจัดการสารสนเทศ (รายวิชาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร)

3) บทบาทของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) ซึ่งเป็นระยะแห่งการเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ เกิดกระแสความตื่นตัวต่อประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รัฐบาลเริ่มเห็นความจำเป็นต่อแนวความคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนา 3 ประการ และเน้นให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพชีวิต

(3.1) ความสำคัญของการสื่อสารมวลชนที่บัญญัติในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้ว ได้ต่อเนื่องมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) อันตรงกับยุคที่ 5 ของนิเทศศาสตร์ ซึ่งยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืน มุ่งเน้น “คน” เป็นวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนา เน้นการบริหาร การจัดการและการกระจายการวางแผนลงไปสู่ระดับล่าง อนึ่ง แนวนโยบายสำคัญที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ได้แก่

1. การพัฒนาระบบสื่อสารและการสื่อสารมวลชน โดยให้สัมปทานเอกชนที่มาลงทุน และดำเนินงานด้านบริการการสื่อสาร จัดองค์การกำกับให้การให้บริการการสื่อสาร จัดทำแผนการใช้สื่อมวลชน โดยเฉพาะด้านโทรทัศน์และวิทยุ
2. การกระจายรายได้
3. การพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยเพิ่มพูนความรู้ผ่านระบบสื่อสารมวลชน รณรงค์ในโครงการสำคัญ ๆ เช่น การป้องกันโรคเอดส์
4. นโยบายการพัฒนาสังคม จิตใจ และวัฒนธรรม ให้ปรับปรุงสื่อของรัฐและจูงใจสื่อ

อย่างไรก็ตาม ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 ยังคงมีข้อบกพร่องเฉพาะโดยส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอยู่บางประเด็นที่เกี่ยวเนื่องกับทิศทางการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ซึ่งอาจสรุปโดยภาพรวม ได้แก่ (ฉันทนา หินแก้ว , 2540:155)

1. ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อสื่อสิ่งพิมพ์เท่าที่ควร
2. ขาดการเน้นเรื่องการศึกษาใน 5 ด้านคือ
 - การวิจัยและพัฒนาโทรคมนาคม
 - การส่งเสริมการผลิตเครื่องมืออุปกรณ์ภายในประเทศ
 - การพัฒนาบุคลากรด้านโทรคมนาคม
 - การบริหารความถี่วิทยุ
 - การรองรับถ่ายทอดเทคโนโลยีและประสานกิจกรรมด้านโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์

ส่วนข้อบกพร่องของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน คือ ไม่ได้กล่าวถึงการพัฒนาระบบการสื่อสารมวลชนทางใดทางหนึ่งควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ระบุถึงมวลชนในฐานะเป็นเครื่องมือสนับสนุนการพัฒนามากกว่า

(3.2) กำเนิดวิชาสารสนเทศกับบทบัญญัติในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 และ 8

สาขาวิชาสารสนเทศ อันเป็นทิศทางใหม่ในการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ มีจุดกำเนิดจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 และ 7 ซึ่งรัฐเริ่มตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการพัฒนาประเทศ โดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการพัฒนาการบริการขั้นพื้นฐาน พัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะการตลาด และเริ่มให้ความสำคัญกับข้อมูลในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนากำลังคนและสารสนเทศทางด้านศิลปวัฒนธรรม

เมื่อสรุปโดยภาพรวมของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ การเปิดดำเนินการในหลักสูตรใหม่เพิ่มเติมในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 และ 8 นี้ มักเป็นการเปิดดำเนินการในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงมหาวิทยาลัยที่เพิ่งเปิดดำเนินการใหม่จะเน้นปรัชญาการสอนด้านเทคโนโลยีเป็นสำคัญ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นต้น

บทสรุป : ลำดับความสำคัญของปัจจัยทางสังคมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของ 5 ยุคของการศึกษานิเทศศาสตร์

จากปัจจัยทุกประการที่ได้นำเสนอตลอด 5 ยุคของการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ของไทย ทุกปัจจัยต่างร่วมกันแสดงบทบาทในการผลักดันให้ศาสตร์แขนงนี้มีพัฒนาการจวบจนถึงปัจจุบัน โดยจุดกำเนิดของสาขาวิชาดังกล่าวมาจากแนวคิดของผู้นำ ซึ่งต้องการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือบริหารงาน และสร้างความชอบธรรม โดยแนวคิดจากต่างประเทศเป็นปัจจัยสนับสนุนที่มีผลต่อการจัดวางรูปแบบหลักสูตรและเนื้อหาวิชาในยุคแรกเริ่ม และยังคงมีบทบาทอย่างต่อเนื่องเสมอมาในลักษณะของการถ่ายทอดแนวคิดจากอาจารย์ผู้สอนและเอกสารทางวิชาการ ทำให้ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ในสถาบันที่เปิดสอนตั้งแต่เริ่มแรกยังคงมีรูปแบบคงที่เหมือนหลักสูตรและแนวคิดแรกเริ่มที่ได้รับจากสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลที่นับว่า ชัดเจนต่อการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของการศึกษานิเทศศาสตร์มากที่สุด คือ อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน ซึ่งเริ่มแสดงบทบาทในช่วงนับแต่ พ.ศ.2513 เป็นต้นมา ก็ยังคงส่งผลกระทบต่อการศึกษา และผลิตบัณฑิตในสาขาวิชานิเทศศาสตร์เพื่อรองรับตลาดแรงงาน โดยพบว่า เมื่อสื่อสารมวลชนมีการขยายตัวไปในสื่อประเภทใหม่ ๆ มีการนำการสื่อสารมวลชนเข้าไปในตลาดแรงงานภาคธุรกิจ หรือภาครัฐ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ก็มีการขยายตัวตามไปด้วยในลักษณะการเปิดสอนเพิ่ม การขยายสาขาใหม่ และแม้ว่าจะเริ่มมีการปรับทิศทางไปสู่การศึกษาในเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวิทยาการใหม่มากขึ้น แต่ก็ยังคงเป็นการตอบสนองต่ออุตสาหกรรม

เทคโนโลยีสารสนเทศสื่อสารมวลชน หนึ่ง ปัจจัยสนับสนุนที่มีบทบาทในลำดับรองลงไป คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และนโยบายการศึกษาของภาครัฐ ซึ่งแสดงบทบาทในลักษณะการสนับสนุนการเปิดสอนและควบคุมการดำเนินการสอนในแต่ละสถาบันมากกว่าเป็นการสนับสนุนให้เกิดพัฒนาการหรือความเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนในเนื้อหาหลักสูตร

ทิศทางใหม่ในการศึกษานิติศาสตร์ในช่วงนับแต่ พ.ศ.2539 เป็นต้นมา คือ การเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งไม่อาจเรียกว่า เป็นจุดเปลี่ยนผันของสาขาวิชานี้ กล่าวคือ ไม่เป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหลักสูตรเก่าในมหาวิทยาลัยเดิม แต่เป็นการเปิดเพิ่มในมหาวิทยาลัย ซึ่งน่าจะกล่าวได้ว่า เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการศึกษาด้านนิติศาสตร์ ซึ่งมีแนวโน้มจะได้รับความสนใจจากนักศึกษาและทวีความสำคัญมากขึ้น อันเนื่องมาจากลักษณะพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคม