

ทฤษฎีแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับ Agenda - setting หรืออาจจะเรียกในภาษาไทยว่า การกำหนดวาระ เป็นแนวความคิดใหม่ที่มีการศึกษาในวงการสื่อสารมวลชน กล่าวคือ แทนที่จะเน้นถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และความเห็น (Opinion) ตามแนวความคิดสมัยเก่ากลับมุ่งถึงการวิเคราะห์อิทธิพลของการสื่อสาร ในลักษณะของการสื่อสาร เราเน้นความสำคัญของหน้าที่ในค่านเสนอข่าวสาร (Information) มากกว่าหน้าที่ในทางชักจูงหรือโน้มน้าวใจ (Persuasion) นั้นหมายถึงสื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริง และข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์แก่ประชาชนมากกว่าที่จะมุ่งชักจูงหรือเปลี่ยนแปลงประชาชนดังที่เคยปฏิบัติมาแล้ว ความหมายของคำว่า Agenda - setting ในกรณีการศึกษานี้ เราถือว่าสื่อมวลชนทั้งหลายเป็นผู้กำหนด (Set) วาระการประชุม (Agenda) เกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไป เปรียบเหมือนผู้เข้าร่วมประชุม จึงยอมจะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่ใดกำหนดไว้ในวาระนั้น ผลที่เกิดขึ้นตามมาคือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติความวาระที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ เช่นเกี่ยวกับการประชุมทั่วไป

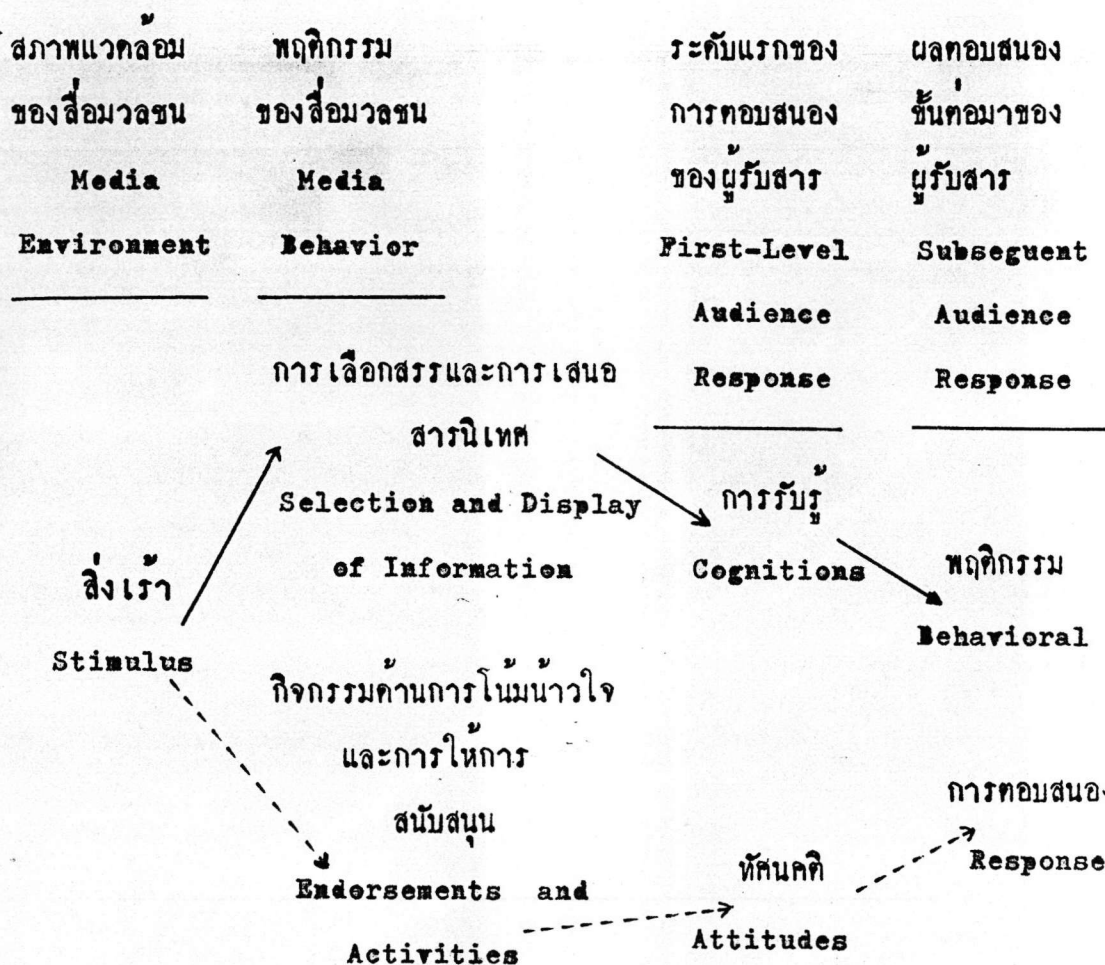
ถ้าพิจารณาความหมายโดยเคร่งครัด Agenda - setting นี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับหัวข้อ (Topic) หรือปัญหา (Issue) ทางสื่อมวลชนกับการรับรู้ (Perception) หรือความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหานั้น ๆ เราอาจกล่าวในรูปสมมติฐาน (Hypothesis) ได้ว่า ยิ่งตัวสื่อยิ่งเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหามากเท่าไร ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นหรือปัญหา (Salience) นั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย สมมติฐานกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกเน้นประเด็นหรือปัญหาทางสื่อมวลชนกับระดับการรับรู้ความสำคัญของประเด็นหรือปัญหานั้น

แนวความคิด Agenda - setting เริ่มตั้งแต่สมัยที่ Walter Lipman คิดคำว่า "Picture in Our heads" ในราวปี ค.ศ. 1922 ในความเห็นของ Lipman นั้น สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญช่วยให้คนเรารับทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับสถานการณ์โลกภายนอก ซึ่งความปกติแล้วเราไม่มีโอกาสสัมผัสด้วยตนเอง ในปี ค.ศ. 1925 Robert Egra Park ได้ชี้ให้เห็นถึง

อิทธิพลของการเสนอข่าว (News) ทางหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีต่อชุมชนต่าง ๆ นักสังคมวิทยา Paul Lazarefeld และคณะทำการวิจัยบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ในปี 1925 ซึ่งได้เห็นถึงการเสนอข่าวสารการเลือกตั้ง เพื่อให้ประชาชนใช้ประกอบการพิจารณาทัศนคติเกี่ยวกับการลงคะแนนเสียง Becker, McCombs และ Mcleod ได้เสนอแบบจำลองเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาคนคว่า Agenda - setting¹ แสดงให้เห็นถึงข้อคล้ายคลึงและข้อแตกต่างระหว่างแนววิธีการศึกษาแบบเก่า คือ Attitude change กับการศึกษาแบบใหม่ คือ Agenda - setting โดยแยกเป็นขั้นตอนคือ

1. สภาพสิ่งแวดล้อมของสื่อมวลชน (Media environment) ซึ่งเป็นเครื่องเร้าหรือสาเหตุก่อให้เกิด
2. พฤติกรรมสื่อมวลชน (Media behavior) ซึ่งหมายถึงการเลือกและเสนอข่าวสารหรือวิธีการโน้มน้าวจิตใจต่าง ๆ แล้วแต่กรณีพฤติกรรมเกี่ยวกับสื่อมวลชนนี้เองจะก่อให้เกิด
3. ผลสนองตอบมวลชน (audience response) ซึ่งในขั้นแรกนี้จะปรากฏในรูปการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงทางความคิด (cognition หรือทัศนคติ (attitude) และหลังจากนั้นก็จะมี
4. ผลตอบสนอง (response) ขั้นสุดท้ายตามมา อันได้แก่การแสดงออกซึ่งพฤติกรรม (behavior) ต่าง ๆ จะเห็นว่าขั้นตอนทั้งหมดที่เกิดขึ้นนั้นเกี่ยวโยงกันเป็นลูกโซ่ ข้อแตกต่างของแนววิธีการศึกษาแต่ละแบบอยู่ที่ลักษณะของขั้นตอนที่เกิดขึ้นดังกล่าวแล้ว แบบจำลองนี้อาจแสดงเป็นแผนภาพได้ ดังนี้





แผนภาพที่ 2 แบบจำลองของ McCombs¹ แสดงถึงประสิทธิผลสื่อมวลชน เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ตามแนววิธีการศึกษา Agenda - Setting (ลูกศรเส้นตรง) และ Attitude - Change (ลูกศรไขว้ปลา)

แบบจำลองนี้สะท้อนให้เห็นบทบาทของสื่อมวลชนในการรายงานปัญหา (Issues) หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนทั่วไป และอภิปรายตกเถียงกัน ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ๆ นั้น สลับซับซ้อนและเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ทั้งนี้จะเห็นได้จากลักษณะ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม (Environment) กิจกรรมสื่อมวลชน (Media Activities) และผลสนองตอบ (Response) ที่เกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาวจากลักษณะต่าง ๆ

¹ Lee B. Becker, Maxwell E. McCombs and Jack M. Mcleod, "The Development of Political Cognitions," in Steven N. Chaffee (ed) Political Communication (Calif : Sage 1975) p 39

ความที่ปรากฏในแบบจำลองนี้ความสัมพันธ์เหล่านี้ที่แท้จริงแล้วก็คือสมมติฐาน (hypotheses) สำคัญในการวิจัยเกี่ยวกับ agenda-setting ข้อที่หนึ่งนั้นก็ถือว่า กระบวนการ agenda - setting นั้นแสดงโดยลูกศรเส้นตรง ส่วนความสัมพันธ์ที่แสดงโดยลูกศรไขว่ปลานั้นเป็นกระบวนการวิเคราะห์การชักจูงและเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (attitude change)

แบบจำลองดังกล่าว แยกพิจารณากระบวนการ agenda - setting ออกแต่ ละขั้นตอนตามลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันสื่อมวลชนกับตัวแยกอื่น ๆ คือ ก) บ่อ เกิด (antecedents) พฤติกรรมเกี่ยวกับสื่อมวลชน ข) ผลสนองตอบระยะสั้น (immediate responses) และ ค) ผลสนองตอบระยะยาว (long - term responses)

ก. บ่อเกิดพฤติกรรมเกี่ยวกับสื่อมวลชน

การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ agenda - setting ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยสภาพ สิ่งแวดล้อม (environment) ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมทางสื่อมวลชนน้อยมาก ยิ่งในประเทศไทยเรากว่แล้วแทบไม่มีการศึกษาใดเลยที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยอะไรบ้างมีผลสำคัญต่อการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ ส่วนมากเน้นเรื่อง ประสิทธิภาพ (effect) ในทางการเมืองของสื่อมวลชนเสียมากกว่า ปรากฏการณ์เช่นนี้ทำให้เกิดมีช่องว่างในวง การค้นคว้าสื่อสารการเมืองและนับเป็นผลเสียอย่างมาก การที่เราจะแก้ไขปัญหาสื่อสาร มวลชนเพื่อผลประโยชน์ต่อการพัฒนาทางการเมืองนั้น จะไม่มีวันประสบผลสำเร็จได้เลย ถ้าเราไม่เข้าใจสาเหตุแห่งพฤติกรรมต่าง ๆ ในวงการสื่อมวลชนในเมืองไทย

การวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับค่านี้นี้ที่สำคัญคงจะได้แก่การวิเคราะห์พฤติกรรมของ บุคคลซึ่งเรียกว่า "gatekeepers" (ผู้รักษาประตูหรือนายทวาร)¹ ในวงการสื่อสาร มวลชน gatekeepers มักหมายถึงบรรณาธิการและนักข่าวคามสำนักพิมพ์หรือสถานี วิทยุกระจายเสียง ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบคัดเลือกเรียบเรียงข่าวสาร เพื่อเสนอให้ประชาชน

¹G.A Donohue, P.A. Tichenor and C.N. Olien, "Gatekeeping : mass media systems and information control" in F.G.Kline and P.J. Tichcnor (eds) Communication Research (Calif : Sege, 1972) pp.41-69

ทราบทั้งบรรณาธิการและนักข่าวจึงอยู่ในฐานะที่จะ "ควบคุม" (control) ข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าวการตบแต่งและจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนการกำหนดเวลาเสนอข่าวสารและการลำดับความสำคัญของข่าว พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมข่าวสาร เช่น ที่กล่าวมานี้ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการ agenda - setting

การวิเคราะห์พฤติกรรมของ gatekeepers ส่วนมากเน้นที่การเลือกและคัดกรองข่าวสาร ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญพบว่าบรรณาธิการและนักข่าวทั่วไปเลือกเสนอข่าวสารโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงประชาชนผู้รับข่าวสารเท่าไรนัก แม้จะได้ตระหนักถึงความต้องการและความสนใจของผู้อ่านหรือผู้ฟังบาง แต่ก็ยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่มาก การเลือกเสนอข่าวสารทางหน้าหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ จึงขึ้นอยู่กับการวินิจฉัยของบรรณาธิการและนักข่าวว่ามีความเหมาะสมเพียงไรและจะเป็นที่สนใจแก่ประชาชนหรือไม่ ข่าวสารที่ประชาชนต้องการหรือสนใจจริง ๆ นั้น อาจไม่มีโอกาสปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์วิทยุโทรทัศน์ก็ได้ จึงมักมีคำกล่าวว่า "ข่าว" (news) ก็คือสิ่งที่บรรณาธิการหรือนักข่าวสร้างขึ้นและเผยแพร่ทางสื่อมวลชน การค้นพบข้างบนนี้มีส่วนเป็นจริงอยู่มากในวงการหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนอย่างอื่นในประเทศที่กำลังพัฒนาทั่วไป

๗๕

๗. ผลสนองตอบระยะสั้น

จากแบบจำลอง agenda - setting จะเห็นว่าผลสนองตอบระยะสั้นที่เกิดขึ้นกับมวลชนผู้รับข่าวนั้นจะเป็นในรูปของความคิด (cognition) ได้แก่ความเชื่อและความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ นั้นเอง ลักษณะเหล่านี้ซ่อนเร้นอยู่ภายในตัวของบุคคล ไม่ไต่คลุมถึงการแสดงออกในรูปพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ชัด

ความคิดหรือความเชื่อสามารถแยกออกได้เป็นหลายระดับตามลักษณะความยากง่ายและสลับซับซ้อน ในระดับสูงสุดอาจพูดถึงความเชื่อในรูปของปรัชญาหรืออุดมการเกี่ยวกับ

¹ D.M. White "The Gatekeepers : A Case Study in the Selection of News," Journalism Quarterly (Volume 27, Fall, 1950) pp. 38-390

เรื่องต่าง ๆ ในระดับพื้นฐานทั่วไป ความเชื่อเป็นเรื่องของการใช้พิจารณาหาเหตุผลเกี่ยวกับปรากฏการณ์ในสังคมกล่าวโดยย่อ ความคิดหรือความเชื่อของคนเรานั้นเป็นพื้นฐานพัฒนาการของความรู้ สติปัญญาและอุดมการณ์ต่าง ๆ

ในวงการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ agenda - setting ส่วนใหญ่เน้นที่ระดับความคิดหรือเชื่อพื้นฐานทั่วไป เพราะการแสดงออกซึ่งความคิดระดับนี้สังเกตได้ง่ายไม่ลำบากแก่การวัดและเชื่อว่าเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงจากข่าวสารทางสื่อมวลชน แนวความคิดที่ศึกษากันมากนิยมเรียกว่า "salience" หรือ "การตระหนักหรือรับทราบความสำคัญของประเด็นปัญหา" หมายถึงการที่บุคคลคนหนึ่ง หรือหลายคนได้ตระหนักหรือรับทราบว่า มีปัญหาเรื่องราว (issue) อะไรเกิดขึ้นในสังคมของคน และปัญหานั้นมีความหมายและความสำคัญแก่ตัวเองหรือส่วนรวมเพียงไร

๗๒

ค. ผลตอบสนองระยะยาว

ในการศึกษาหน้าที่ agenda - setting นั้น มุ่งหวังผลกระทบระยะสั้นของการสื่อสารที่มีต่อพัฒนาการด้านความคิดที่จริง แต่เป้าหมายสำคัญอยู่ที่ผลกระทบระยะยาวคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

ตามแผนภาพที่แสดงไว้ ข้อสันนิษฐานสำคัญประการหนึ่งคือว่าการพัฒนาความคิด (Cognition) ของคนมีส่วนสัมพันธ์กับการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของเขา ดังนั้นถ้าการสื่อสารสามารถช่วยในการพัฒนาการคิดทางการเมืองจริงก็ย่อมมีผลทางอ้อมในการพัฒนาพฤติกรรมทางการเมืองไปด้วย นอกจากนี้ นักวิชาการส่วนมากยังเชื่อว่าการพัฒนาบุคลิกภาพและพฤติกรรมของคนเราโดยเน้นด้านพัฒนาความคิด แทนที่จะมุ่งเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะไ้ผลมากในระยะยาว

ดร. เสรี วงษ์มณฑา ได้สำรวจความเห็นทางการเมืองของนักศึกษาไทยจำนวน 640 คน จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปี 2520 เขาพบว่า การที่นักศึกษาเปิดรับข่าวสารทางการเมือง (exposure to political information) ตามหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ นั้น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความสำคัญทางการเมืองเป็นอย่างมาก

ทามแนวคิด Agenda - setting นั้น สื่อมวลชน ได้แกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร
 วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่ออย่างอื่นเป็นผู้กำหนดปัญหาทางการเมืองให้ประชาชนรับ
 ทราบ ในสังคมประชาธิปไตย ถ้าสื่อมวลชนเลือกรายงานประเด็นปัญหาทางการเมืองใด
 มากเท่าไร ประชาชนก็จะพลอยรับทราบหรือตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานั้นมากตามไป
 ด้วย ดังนั้นระดับความคิดหรือกระทั่งอุดมการณ์ทางการเมืองของคนเราจะพัฒนาไปไกลแค
 ไหนขึ้นอยู่กับกรรายงานปัญหาการเมืองของสื่อมวลชนในสังคมนั้นเป็นหลัก¹

¹บุญเลิศ ศุภกิจ "สื่อมวลชน พลังแฝงในการพัฒนาการเมืองที่ถูกลืม"
วารสารธรรมศาสตร์ (เมษายน 2521) : 53