

บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำความเข้าใจ เรื่องการสร้างความเป็นจริงทางอาชีพสื่อสารมวลชนของ นิสิตคณะนิเทศศาสตร์ ได้อาศัยทฤษฎีการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (SOCIAL CONSTRUCTION OF REALITY) เป็นกรอบในการทำความเข้าใจในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมในลักษณะของการสร้างภาพความเป็นจริงที่เกี่ยวกับอาชีพสื่อสารมวลชน โดยมีบริบททางสังคมเป็น "ตัวกลาง" ในการถ่ายทอด "ความรู้" ให้แก่นิสิต ซึ่งความรู้ที่ถูกถ่ายทอดนั้น เป็นสิ่งที่ได้ผ่านกระบวนการกลั่นกรองมาแล้วในระดับหนึ่ง ดังนั้น "ความเป็นจริง" ที่ปรากฏออกมาจึงมีลักษณะเฉพาะตัว บางประการที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม

แนวความคิดว่าด้วย การสร้างความเป็นจริงทางสังคมนี้ อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz, 1970 : 163) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

...ชีวิตประจำวันของเราไม่ได้เป็นโลกส่วนตัวของเรา แต่เป็นอัตวิสัยร่วม (Intersubjective) ที่เกิดขึ้นตั้งแต่แรก และเราก็สามารถร่วมรับรู้กับเพื่อนร่วมโลกของเรา ซึ่งแต่ละคนก็มีประสบการณ์และการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป และสภาพที่เราพบว่าตนเองอยู่ในโลกในขณะใดขณะหนึ่งนั้น เป็นเพียงขอบเขตเล็ก ๆ ที่เราได้สร้างขึ้นมานั่นเอง กล่าวโดยสรุปก็คือ ความหมายและความเข้าใจทั้งหลายของเรานั้น เกิดจากการสื่อสารของเรากับบุคคลอื่น...

เบอร์เกอร์ และ ลัคแมน (Berger & Luckmann, 1966) มีความเห็นว่า

...มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ "ความจริง" ของโลกภายนอกตัวเขาได้โดยตรง แต่ต้องกระทำผ่าน "ตัวกลาง" คือประสาทสัมผัสและกระบวนการรับรู้ทางจิตของมนุษย์ ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยกระบวนการทางสังคมมาก่อน...

อโดนิ และ เมเน (Adoni & Mane, 1984) ได้แบ่งประเภทของความเป็นจริงออกเป็น 3 ลักษณะ สรุปได้ดังนี้

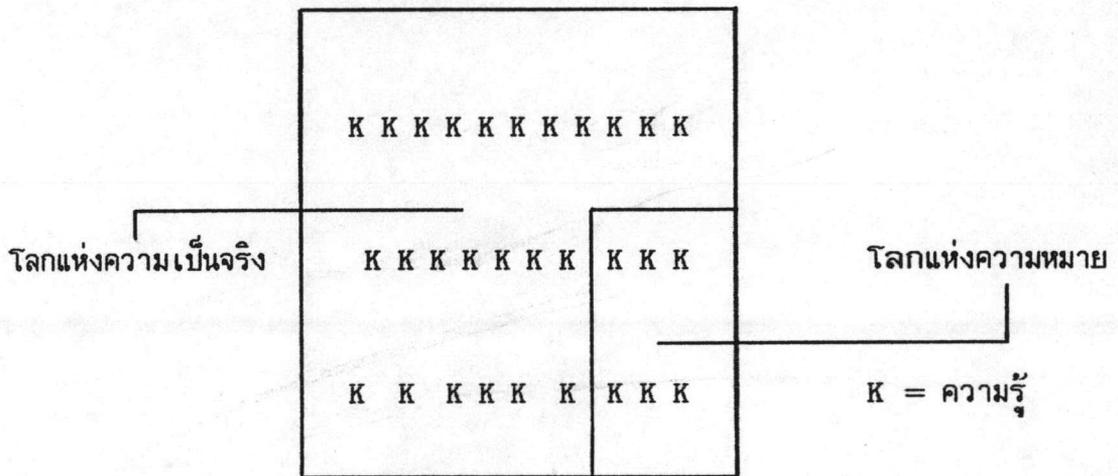
1. Objective Social Reality คือ ความจริงที่เราสัมผัสได้ด้วยประสบการณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกภายนอก ซึ่งเราได้เผชิญในฐานะที่เป็นจริง
2. Symbolic Social Reality คือ ความเป็นจริงที่แสดงออกมาในรูปของสัญลักษณ์ เช่น ศิลปะ เอกสาร หรือเนื้อหาในสื่อ ซึ่งความจริงชนิดนี้มีมากมาย สิ่งที่สำคัญที่สุด ก็คือความสามารถของบุคคลในการรับรู้ และแยกแยะสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง
3. Subjective Social Reality คือ ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในทัศนะของผู้มอง นั่นก็คือ ทั้งความจริงที่ได้รับแบบ Objective และ Symbolic มารวมกันเข้ากลายเป็นแบบ Subjective อาจกล่าวได้ว่า ความจริงจะถูกนำเสนอได้ในรูปของสัญลักษณ์และนำไปสู่จิตสำนึกของแต่ละบุคคล

ซึ่งก็หมายความว่า ความหมายของสิ่งต่าง ๆ สังคม วัฒนธรรม และแม้กระทั่งความเป็นจริง (Reality) ก็เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งสิ้น

และเพราะความเป็นจริงเหล่านี้มีอยู่มากมาย โดยที่เราไม่อาจหาความแน่นอนชัดแจ้งจากมันได้ ตัวอย่างเช่น หากเราต้องการทราบความเป็นเกี่ยวกับอาชีพสื่อสารมวลชน เราจะต้องทำการศึกษาอาชีพทุกอาชีพที่อยู่ในแวดวงสื่อสารมวลชนในโลกนี้อย่างละเอียด ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ และข้อมูลที่ได้อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เราจึงต้องสร้าง โลกแห่งความหมาย (World of Meanings) ขึ้นมาซึ่งเป็น "โลกส่วนที่เราสามารถอธิบายได้ ให้ความหมายได้ กำหนดแบบแผนได้" เช่น เรากล่าวว่า อาชีพสื่อสารมวลชน คือ อาชีพนักหนังสือพิมพ์ ผู้ผลิตรายการ

วิทยหรือโทรทัศน์ นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ แม้ว่าจะไม่สามารถอธิบายได้อย่างถูกต้องแท้จริง แต่ก็ก็เป็นคำตอบต่อคำถามที่เราต้องการได้ โลกแห่งความหมายมีความจำเป็นเพราะช่วยให้คนเรามีความรู้สึกที่มั่นคงขึ้น (Stability) เป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวได้ และหากข้อมูลนี้จะมีการแปรเปลี่ยนไปก็จะมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ไม่ได้ล้มล้างสิ่งที่เรารู้โดยฉับพลัน

ภาพจำลองความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความหมาย กับโลกแห่งความเป็นจริง สามารถแสดงให้เห็นได้ดังนี้ (บงกช เศวตามร์, 2533 : 15)



กล่าวโดยสรุปก็คือ โลกแห่งความหมายหรือความรู้ส่วนที่เรารู้นั้นได้มาจากการรับรู้เพียงบางส่วนจากโลกแห่งความเป็นจริง แล้วนำมาสร้างขึ้นเป็น "คลังแห่งความรู้" (Stock of Knowledge) ของเราขึ้น และที่กล่าวว่า มนุษย์เราได้สร้างความเป็นจริงขึ้นนั้น แท้จริงแล้วก็คือ ความเป็นจริงทางสังคม (Social Reality) นั้นเอง

Berger & Luckmann (1967) ได้กล่าวถึง การให้คำจำกัดความของคำว่า "ความรู้" (Knowledge) ในเชิงสังคมวิทยาเอาไว้ว่า หมายถึง วิธีการที่มนุษย์ได้จัดระบบแบบแผนให้กับประสบการณ์ที่มนุษย์ได้พบเห็นในแต่ละวันในสังคมโลก นั่นก็คือ การที่มนุษย์ "รู้" (Know) ว่าควรจะปฏิบัติเช่นไร ในสถานการณ์ทางสังคมหนึ่ง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องคิดด้วยซ้ำ

ดังนั้น "ความรู้" นี้เองที่เป็นสิ่งที่อธิบายและทำให้มนุษย์สร้างระเบียบแบบแผนในการดำเนินชีวิต และสร้างสถาบันต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อจัดระบบให้พฤติกรรม และพยายามจัดให้พฤติกรรมเหล่านั้น เป็นไปในทางสังคมประพฤติปฏิบัติกันอยู่ และสามารถคาดเดาได้ กล่าวโดยง่ายก็คือ มนุษย์ได้ สร้างโลกแห่งความหมายของตนเองขึ้นมา และพยายามรักษามันเอาไว้เพื่อลดความไม่แน่นอนลง

เพราะฉะนั้น ความเป็นจริง (Reality) หรือ Knowledge ตามความคิดของคนใน สังคมแต่ละสังคม ย่อมแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ หรือแบบแผน แนวปฏิบัติของสังคมของ ตน ทั้งนี้อาจมีเรื่องของความเชื่อ วัฒนธรรมของสังคมของตน ที่สั่งสมกันเข้ามาเป็นองค์ความรู้ ของคนในสังคมนั้น ๆ มาเป็นตัวกำหนด เช่น ความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ ของคนในแต่ละ สังคมย่อมต่างกัน บางสังคมยอมรับในเรื่องหนึ่ง ๆ แต่ในขณะที่คนในสังคมหนึ่งไม่ยอมรับ เพราะ ไม่เคยมีประสบการณ์ในสิ่งเหล่านี้ จึงยอมทำให้แต่ละสังคมสามารถยอมรับความเป็นจริงที่แตกต่าง กันได้ ก็เพราะคนแต่ละคนมีมุมมอง (World Views) ที่ต่างกันผ่านกระบวนการขัดเกลาทาง สังคมและมีประสบการณ์มาต่างกันด้วย และจนกระทั่งสะสมจนเป็น "คลังแห่งความรู้" (Stock of Knowledge) เฉพาะตนหรือสังคมนั้น (ดวงรัตน์ กมลโบล, 2535 : 45)

นอกจากนั้น การที่ความเป็นจริงทางสังคมจะกลายมาเป็นสิ่งที่ได้รับความยอมรับนับถือ Kenneth Gergen (อ้างใน Stephen W. Littlejohn 1988 : 111 - 112) ได้กล่าวว่า ตั้งอยู่บนข้อสมมติฐาน 4 ประการ คือ

1. โลกหรือความเป็นจริงทางโลกไม่ได้แสดงหรือปรากฏตนออกมาในเชิงวัตถุวิสัย ต่อมนุษย์ แต่มนุษย์จะรับรู้ต่อความเป็นจริงเหล่านั้นผ่านทางประสบการณ์ต่าง ๆ ของมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไปโดยการไร้ภาษา

2. ความเข้าใจในความเป็นจริงของโลกโดยการไร้ภาษาเป็นสื่อ ก็คือสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นมาจากที่สังคมที่มีการปฏิสัมพันธ์กันของคนในกลุ่มในเวลาและในสถานที่หนึ่ง ๆ

3. มนุษย์จะเข้าใจความเป็นจริงใด ๆ ได้หรือไม่เพียงใด ย่อมเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดโดยแบบแผนการสื่อสารในขณะนั้น ดังนั้น ความมั่นคงหรือไม่มั่นคงของความรู้จึงขึ้นอยู่กับสภาวะการณต่าง ๆ ที่เป็นอยู่ของคนในสังคมมากกว่าความเป็นจริงตามภาวะวิสัยภายนอกประสบการณ์ของมนุษย์

4. ความเข้าใจในความเป็นจริงของสังคมจะก่อรูปร่าง จากแง่มุมที่สำคัญ ๆ หลายประการของมนุษย์ นั่นก็คือ วิธีการในการคิดของมนุษย์ วิธีการปฏิบัติการดำเนินชีวิตที่เป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน ย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่เรามีต่อ "ความเป็นจริง" ของเรานั้นเอง

อย่างไรก็ตาม สังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะการณต่าง ๆ ตลอดเวลา ดังนั้นในการที่จะดอกย้าคลังแห่งความรู้และความเป็นจริงทางสังคมชุดเดิมเอาไว้ จึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยวิธีการต่าง ๆ มากมาย และในจุดนี้เองที่สื่อมวลชนถูกใช้ให้มีบทบาทในดอกย้า "ความเป็นจริง" เป็นอย่างมาก เช่น โดยวิธีการผลิตซ้ำ เพื่อย้าเสนอบทบาท หรือภาพความเป็นจริงต่าง ๆ บ่อยครั้งเท่าไร เช่น บทบาททางเพศ ของแต่ละเพศ ที่ถูกนำเสนอบแบบ Stereotyped ก็จะเป็นการย้าให้เห็นว่าบทบาทเหล่านั้น คือ บทบาทที่เป็นอยู่จริงในสังคม และเป็นสิ่งที่ควรยึดถือ

แนวคิดเรื่องการสร้างภาพความเป็นจริงทางอาชีวะ

ในยุคก่อนหน้า อาชีวะส่วนใหญ่เรียนรู้โดยการ"สังเกตและลงมือทำ" เด็กผู้หญิงจะเรียนรู้การทำครัว การเย็บผ้า การดูแลบ้านจากแม่ของตนเอง ส่วนเด็กผู้ชายก็จะเรียนรู้ด้านการค้าหรือวิชาชีพจากผู้เป็นพ่อ หรือไปฝึกหัดงานกับพ่อค้า ช่างฝีมือ หมอ หรือทนายความ แต่ในปัจจุบันมีเด็กจำนวนน้อยมากที่เรียนรู้ทักษะเกี่ยวกับอาชีวะโดยตรงจากพ่อแม่ และครอบครัวจำนวนมากจะไม่เข้าไปมีส่วนรับผิดชอบในลักษณะของการฝึกฝนอาชีวะใด ๆ แต่จะปล่อยให้เป็นการะของโรงเรียน ซึ่งก็จะทำหน้าที่ไม่มากนักในการเตรียมเด็กเพื่อทำงานหรือเพื่อเป็นผู้ใหญ่ (DeFleur.L., D'Antonio. and DeFleur.B., 1976 : 157)

โดยปกติ ธรรมชาติของมนุษย์มีลักษณะเป็นกลาง ขึ้นกับว่าสังคมจะปลูกฝังอะไรเข้าไป จอร์จ เจริบเนอร์ และคณะ (Gerbner, G., 1964, 1976, 1980) ได้ทำการศึกษา

บทบาทของสื่อสารมวลชน (โดยเฉพาะโทรทัศน์) ในการปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคม โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ติดต่อกันเป็นเวลาหลายปี ผลของการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า สภาวะของสังคมที่ปรากฏในเนื้อหาของโทรทัศน์มีลักษณะเบี่ยงเบนไปจากสภาวะของสังคมในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในโลกของละครโทรทัศน์ (ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ บทบาทหน้าที่ทางสังคม ฯลฯ) ตลอดจนสถานการณ์ความรุนแรง อาชญากรรม มาตรฐาน เป็นต้น มีความแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงในสังคม การที่โทรทัศน์ปลูกฝังแนวความคิดทัศนคติเกี่ยวกับสภาวะของสังคมในลักษณะดังกล่าวนี้ อาจมีผลทำให้บางครั้งคนเราแยกไม่ออกระหว่างโลกของโทรทัศน์กับโลกแห่งความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น ผู้ชมโทรทัศน์ที่ได้รับการปลูกฝังด้วยสัญลักษณ์ของความรุนแรงที่ปรากฏการณ์ให้เห็นในจอโทรทัศน์ มีแนวโน้มที่จะเกิดความรู้สึกเคยชินกับความรุนแรงเหล่านั้น เช่น การใช้อำนาจ การบังคับ การกดขี่ ฯลฯ และเชื่อหรือยอมรับว่าเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มีอยู่ในโลกของความเป็นจริง

การที่สื่อมวลชนสะท้อนภาพเกี่ยวกับการประกอบอาชีพต่าง ๆ อาจเป็นการสร้างค่านิยม หรือแบบอย่างให้ผู้รับสาร โดยเฉพาะเด็กวัยรุ่นเกิดความประทับใจในอาชีพบางอาชีพที่ที่เขาไม่เคยรู้จักหรือพบเห็นใครที่ประกอบอาชีพนั้นมาก่อน เด็ก ๆ อาจจะตอบว่าโตขึ้นอยากเป็น หมอ พยาบาล ทหาร ตำรวจ ฯลฯ หรือเป็นอย่างดารา นักร้อง ที่ตนชื่นชอบ เมลวิน เดอเฟลอร์ (Melvin L. De Fleur, 1964) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของการประกอบอาชีพที่ปรากฏทางโทรทัศน์ เดอเฟลอร์ ได้ตั้งข้อสงสัยคิดว่าเด็กๆ จะรู้จักอาชีพต่างๆ จากการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization) โดยไม่รู้ตัว เช่น จากพ่อแม่ โรงเรียน ฯลฯ รวมทั้งสื่อมวลชน (โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากโทรทัศน์) ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ พบว่าอาชีพของคนในระดับกลางจะแสดงออกมาให้เห็นมากกว่าอาชีพคนในระดับล่างที่ใช้แรงงาน ประเภทของอาชีพที่แสดงให้เห็นว่ามีพลังอำนาจทางสังคมค่อนข้างสูงได้แก่ผู้พิพากษา อัยการ ตำรวจ หมอ บาทหลวง ส่วนอาชีพที่มีพลังอำนาจทางสังคมต่ำ ได้แก่ คนงาน พนักงานขายของ นางพยาบาล คนรับใช้ พลทหาร เป็นต้น นอกจากนี้เด็กยังสามารถอธิบายถึงหน้าที่ลักษณะของการแต่งกาย และตำแหน่งทางสังคมของบทบาทของอาชีพต่าง ๆ แม้ว่าเขาจะไม่เคยพบตัวจริงของผู้ที่มีอาชีพนั้น ๆ เลยก็ตาม

เดอเฟลอร์ ได้ตั้งข้อสงสัยเกิดเป็นพิเศษว่า ดูเหมือนโทรทัศน์จะเป็นตัวสร้างลักษณะของอาชีพ ตัวอย่างเช่น หมอในโทรทัศน์นั้นมักแสดงการตรวจรักษา หรือการผ่าตัดที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม เขาก็ให้ข้อสรุปว่า ลักษณะของการประกอบอาชีพที่แสดงบิดเบือนไปจากสภาพความเป็นจริงตามปกตินี้ เนื่องจากเป็นธรรมชาติของการแสดงเพื่อที่จะช่วยให้เรื่องราวสนุกสนานและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น แต่ก็ควรคำนึงผลเสียในแต่ที่จะทำให้ผู้ชมเชื่อและสร้างแนวความคิดที่ผิดบิดเบือนไปจากภาพที่เห็นจากโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากว่าผู้ชมไม่มีโอกาสได้รับรู้จากประสบการณ์ตรงหรือจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่ถูกต้อง กรณีเช่นนี้ อาจจะเปรียบเทียบได้กับการแสดงการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจไทยในตอนจบของภาพยนตร์ไทยเกือบทุกเรื่องในยุคสมัยหนึ่ง ที่จะต้องยกกำลังพลมาเป็นจำนวนมากเพียงเพื่อจะจับผู้ร้ายเพียงคนหนึ่งหรือสองคน ทั้งนี้เพราะพระเอกได้จัดการกับคนร้ายไปเรียบร้อยแล้วก่อนหน้าที่ตำรวจจะมาถึงเสียอีก

แต่จากการวิเคราะห์เด็กมัธยมปลายของ แมคคิลและริกส์บี (McDILL and RIGSBY, 1973 อ้างถึงใน DeFleur และคณะ, 1976 : 160) พบว่า ในการตัดสินใจเรื่องสำคัญหลายเรื่อง เด็กวัยรุ่นได้รับอิทธิพลอย่างจริงจังจากครอบครัวและความแตกต่างของภูมิหลังมากกว่าจากกลุ่มเพื่อน ตัวอย่างเช่น ในการตัดสินใจที่จะเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยมักจะมีอิทธิพลจากพ่อแม่มากที่สุด อย่างไรก็ตามความคิดของเด็กวัยรุ่นเกี่ยวกับ บรรทัดฐาน บทบาท และสิ่งคาดหวังอื่น ๆ เกี่ยวกับโลกของผู้ใหญ่ มักจะเป็นผลมาจากการเรียนรู้จากผู้ใหญ่ เพื่อน และสื่อมวลชนต่าง ๆ

นอกจากนี้ ในงานวิจัยเพื่อติดตามผลการวิเคราะห์ของการแสดงอาชีพทางโทรทัศน์ของเดอเฟลอร์ (1967) พบว่า เด็กจะมีความคุ้นเคยกับอาชีพซึ่งเขามีความสัมพันธ์ส่วนตัวมากที่สุด แต่ก็มียุบย่อยครั้งที่เด็กมีความเข้าใจถึงขั้นที่เรียกว่าเกือบเป็นอย่างดี ตอบบทบาททางด้านอาชีพที่ได้แสดงให้เห็นทางโทรทัศน์ นอกจากนี้เด็กยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่อยู่ในสังคมแต่เขาไม่เคยพบเห็นในความเป็นจริงหรือในจอโทรทัศน์ได้น้อยมาก

จากผลของการวิจัยเหล่านี้ ทำให้เราเข้าใจถึงอิทธิพลจากสื่อมวลชน และบริบททางสังคมในการสร้างความเป็นจริงทางสังคม สังคมสมัยใหม่มีความมุ่งหวังว่า เด็กจะค่อย ๆ เตรียมตัวของเขาเองทีละน้อยเพื่อเข้ารับบทบาทในด้านการทำงาน ดังนั้น เมื่อครอบครัว หรือ

โรงเรียน หรือสถาบันอื่น ๆ ที่มีหน้าที่ในการให้การเรียนรู้ทางสังคมโดยตรงนั้น มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นระบบเกี่ยวกับโลกของการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนก็อาจกลายเป็นครุในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโลกในสังคมหรือชีวิตแบบที่ผู้ใหญ่ควรจะเป็นโดยไม่ได้ตั้งใจไปได้

ผลผลิตของสื่อมวลชนดูเหมือนว่าเป็นการสะท้อนภาพที่เป็นจริงของสังคม แต่ก็มีส่วนที่เบี่ยงเบนหรือมีอคติอยู่บ้าง การที่เนื้อหาของสื่อมวลชนสะท้อนภาพแห่งความเป็นจริงทางสังคมได้อย่างสัตย์ซื่อและเที่ยงตรง หรือบิดเบือนไขว้เขวไปประการใดนั้นขึ้นอยู่กับเจตนาธรรมของผู้ทำการสื่อสารในการเลือกสรรและการนิยามความหมายของสภาวะสังคมในส่วนที่เป็นวัตถุนิสัย สำหรับในด้านผู้รับสาร สื่อมวลชนจะมีสิทธิในการสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงทางสังคมให้เกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลหรือสังคมโดยส่วนรวมหรือไม่อย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยเงื่อนไขด้านจิตวิทยาส่วนบุคคลบริบททางสังคมรวมทั้งวัฒนธรรมของผู้รับสารเป็นสำคัญ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2532 : 48 - 52)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกอาชีพ

ทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ ได้อธิบายสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ว่าประกอบด้วย ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และบุคลิกภาพ สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบของลักษณะนิสัยมนุษย์ นอกจากนี้ พฤติกรรมยังอาจเกิดจากสิ่งเร้า สถานการณ์ และสถานการณ์ทางสังคมเข้ามากำหนดด้วย ซึ่งลักษณะธรรมชาติของมนุษย์และความต้องการขั้นมูลฐานก็เป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจร่วมกัน ทั้งในแง่จิตวิทยาและสังคมวิทยา

ในการเลือกประกอบอาชีพ ก็เป็นพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบเหล่านี้ แต่การศึกษาในเรื่องการประกอบอาชีพส่วนใหญ่ มักจะเน้นในเรื่องของค่านิยมในอาชีพ ซึ่งถือว่ามีผลสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการที่บุคคลจะเกิดความสนใจและเลือกอาชีพนั้น

ค่านิยมในอาชีพเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคุณลักษณะของอาชีพ ตัวอย่างเช่น คนไทยส่วนใหญ่เชื่อกันว่า อาชีพรับราชการเป็นอาชีพที่มีเกียรติ และได้รับ

การยกย่องจากคนทั่วไป และถือเป็นอาชีพหลักของคนไทย (นิรันดร ศิรินาวิน, 2513 : 9) ทั้งนี้ก็เนื่องจากการที่คนไทยยึดถือค่านิยมในอาชีพด้านความมีเกียรติ นั้นเอง ดังที่มีผู้เคยกล่าวว่า "สิบพ่อค้าไม่เท่าพระยาเลี้ยง" ทั้ง ๆ ที่อาชีพรับราชการมีรายได้ต่ำกว่าอาชีพบางอาชีพเสียอีก

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ โดยใช้ค่านิยมเป็นหลัก ซึ่งค่านิยมที่มีผลต่อการเลือกอาชีพนั้น แบ่งออกได้เป็นค่านิยมภายนอก (Extrinsic Values) และค่านิยมภายใน (Intrinsic Values) โดยแบ่งออกเป็น (Mortimer และ Lorence อังใน นิศากร สุทธิวงศ์, 2533 : 14)

ค่านิยมภายนอก ได้แก่

1. รายได้
2. เกียรติยศ
3. ความมั่นคง

ค่านิยมภายใน ได้แก่

1. ผลประโยชน์
2. ความท้าทาย
3. ความรับผิดชอบ
4. ความเป็นอิสระ

ดังนั้น ค่านิยมและความพอใจในอาชีพ จะมีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพ เพราะกระบวนการเลือกอาชีพนั้น เป็นกระบวนการที่มีเหตุ และบุคคลพยายามให้ได้รับผลตอบแทนมากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลือกอาชีพ

เนื่องจากพฤติกรรมการเลือกอาชีพของมนุษย์ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมาย ดังนั้นในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการก่อให้เกิดการเลือกอาชีพไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ เป็นความต้องการจำเป็นประการแรกของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ ปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค นั่นเอง ซึ่งทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจและบุคลิกภาพ (Motivation and Personality Theory) ของมาสโลว์ (Maslow, 1970 : 35) กล่าวว่า พฤติกรรมมนุษย์เกิดจากความต้องการขั้นพื้นฐาน (Need) ประการแรกคือ ความต้องการทางสรีระ ความต้องการเพื่อตอบสนองความหิว ความ- ปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งมนุษย์จะมีความต้องการเหล่านี้สูงมาก

2. ความต้องการทางจิตวิทยา นอกจากความต้องการทางกายแล้ว ความต้องการทาง จิตใจก็ยังมีผลต่อการเลือกอาชีพของมนุษย์อีกด้วย นักจิตวิทยาได้กล่าวถึง ความต้องการจำเป็น ทางจิตวิทยา (Psychological Needs) ว่าประกอบด้วย

2.1 ความต้องการจำเป็นสำหรับความรัก และความรักใคร่ (Need for Love & Affection) คือ ความต้องการให้ผู้อื่นรัก ชื่นชม และต้องการความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้อื่น

2.2 ความต้องการจำเป็นสำหรับการยอมรับ และความเป็นเจ้าของ (Need for Approval & Belonging) คือ ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับและเห็นด้วยกับการกระทำของตน รวมทั้งการได้รับการยกย่องจากสังคม

2.3 ความต้องการจำเป็นสำหรับการเป็นที่รู้จัก (Need for Recognition) คือ ต้องการให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตน ให้เกียรติ ตลอดจนให้ความสนใจตน

2.4 ความต้องการจำเป็นสำหรับความปลอดภัย (Need for Security) คือ ความต้องการมีความมั่นใจต่ออนาคต ไม่เกิดการสูญเสีย มีความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน การงานอาชีพ

2.5 ความต้องการจำเป็นสำหรับการแสดงตนเองออกมา (Need for Self Expression) ความต้องการมีโอกาสรบายอารมณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกในใจต่าง ๆ รวมถึงการ แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ด้วย

ซึ่งก็สอดคล้องกันกับทฤษฎีแรงจูงใจและบุคลิกภาพของมาสโลว์ ที่ได้อธิบายถึงความ ต้องการในระดับที่สูงขึ้นไปกว่าความต้องการขั้นพื้นฐาน (Need) ที่มีผลต่อพฤติกรรมมนุษย์ คือ

- ความต้องการสวัสดิภาพ (The Safety Need) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย มีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ปราศจากความกลัว การสูญเสีย อันตรายทั้งปวง ซึ่งเป็นความต้องการที่ถูกระงับเมื่อความต้องการทางสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว
- ความต้องการเป็นเจ้าของ หรือต้องการความรัก (The Belongingness and Love Needs) เป็นความต้องการที่จะสัมพันธ์กับบุคคลในรูปแบบต่าง ๆ
- ความต้องการนับถือตนเอง (The Esteem Need) บางครั้งอาจเรียกได้ว่าเป็นความต้องการทางสังคม ซึ่งเป็นความต้องการในระดับสูง คือต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม คือต้องการการยอมรับ ความพอใจ และภูมิใจในตนเอง เป็นที่ยกย่องรักใคร่ของคนในสังคม
- ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (The Need for Self-Actualization) ถือได้ว่าเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ ซึ่งต้องการแสดงความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ต้องการพัฒนาตนเองพัฒนาศักยภาพของตนให้ได้มากที่สุด ด้วยความต้องการนี้ จึงต้องพยายามปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตนเอง และพร้อมที่จะอุทิศตนเองให้กับงานที่ทำด้วยความสบายใจ

ความรู้สึก สถานการณ์ และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับระดับความต้องการเหล่านี้ จะซับซ้อนขึ้นจากระดับต้นถึงระดับสุดท้าย พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการระดับสูงสุดมักจะมีลักษณะเป็นนามธรรม หรือเป็นสัญลักษณ์ที่ไม่ตรงไปตรงมา หรือเข้าใจได้โดยง่าย เช่นความต้องการในระดับต้น ๆ และจะมีเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของเรา ซึ่งก็จะไปเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา นั่นเอง

3. ความคิดที่มีต่อบุคลิกภาพของตนเอง มนุษย์ย่อมมีบุคลิกภาพแตกต่างกัน รวมทั้งความถนัดและความสนใจ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติต่อตนเอง และอาชีพที่ตนพึงพอใจด้วย ฮอลแลนด์ (Holland, 1966 : 132) กล่าวไว้ว่า บุคคลจะเลือกอาชีพด้วยเหตุผลที่เกิดจากความคิดที่มีต่อบุคลิกภาพของตนเอง และเมื่อมนุษย์จะเลือกอาชีพใด ก็จะต้องมีความเข้าใจในคร่าว ๆ ต่ออาชีพนั้น ซึ่งอาจจะเป็นความเข้าใจที่ถูกต้องหรือผิดก็ได้ นอกจากนี้เขายังได้เน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพที่มนุษย์เลือกและบุคลิกภาพ โดยกล่าวว่า มนุษย์มักจะใช้อาชีพเป็นเครื่องแสดงออกทางบุคลิกภาพของตน และบุคคลที่เลือกประกอบอาชีพที่คล้ายคลึงกัน มักจะมีบุคลิกภาพที่คล้ายกัน นอกจากนี้ ผู้ที่

ได้ประกอบอาชีพที่ตรงกับบุคลิกภาพ จะมีความพึงพอใจในงานอาชีพมากขึ้นด้วย และหากสามารถจัดให้บุคลิกภาพและอาชีพตรงกันได้ ก็จะทำให้เกิดสัมฤทธิ์ผลทางอาชีพสูง และทำให้บุคคลมีความมั่นคงในบุคลิกภาพสูงตามไปด้วย

นอกจากนี้ ทฤษฎีวิเคราะห์ลักษณะและองค์ประกอบของบุคคลของ ไคร์ส (Crites, 1969 : 90-91) กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนแตกต่างกันในเรื่องความถนัด ความสนใจ และบุคลิกภาพ และงานแต่ละชนิดต้องการลักษณะและองค์ประกอบที่แตกต่างกัน ดังนั้น บุคคลที่แตกต่างกันจะเลือกประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน ทฤษฎีนี้มีหลักการจากการเลือกอาชีพของพาร์สัน (Parsons) ซึ่งกล่าวถึงหลักการเลือกอาชีพ 3 ประการต่อไปนี้ คือ

1. ความเข้าใจตนเอง บุคคลจะทำความเข้าใจคุณสมบัติและองค์ประกอบของตนเอง เป็นต้นว่าความถนัด ความสามารถ ความสนใจ ความใฝ่ก้าวหน้า และขีดจำกัดของตนเอง
2. ความเข้าใจในอาชีพ ความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการของงาน เงื่อนไขในการประสบความสำเร็จในอาชีพมีประโยชน์ โทษ รายได้ และโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ
3. การมองความสัมพันธ์ระหว่างตนเองและอาชีพได้อย่างถูกต้องตามความเป็นจริง เป็นการวิเคราะห์ความจริงทั้งสองประกอบกันเพื่อเลือกอาชีพที่เหมาะสมที่สุด
4. อายุ เป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาความคิดเกี่ยวกับอาชีพของมนุษย์ และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพเช่นเดียวกันกับปัจจัยอื่น ๆ

กินสเบิร์ก (Ginzberg, 1966 : 47-57) เชื่อว่าการเลือกอาชีพของบุคคลเป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับวัย โดยได้แบ่งความคิดทางอาชีพของบุคคลออกเป็น 3 ระยะ คือ

4.1 ระยะเพ้อฝัน (Fantasy Period) เป็นช่วงอายุตั้งแต่แรกเกิดจนถึง 11 ปี เป็นวัยที่เด็กมักคิดฝันเอาเองว่า โตขึ้นอยากจะเป็นอะไร โดยอาจได้รับอิทธิพลจากภาพยนตร์ โทรทัศน์

ผู้ปกครอง สิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยไม่รับรู้ถึงความสามารถหรือศักยภาพของตน

4.2 ระยะการเปลี่ยนแปลง (Tentative Period) เป็นช่วงอายุระหว่าง 11-17 ปี ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มมีทางเลือกคร่าว ๆ ให้กับอาชีพ แต่ในช่วงอายุนี้ก็ยังไม่ได้พิจารณาถึงความเหมาะสมเท่าใดนัก ช่วงอายุนี้ยังแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ช่วง คือ

4.2.1 Interest Stage ช่วงอายุระหว่าง 11-12 ปี การเลือกจะอยู่ในรูปของความสนใจ และจะสัมพันธ์กับความปรารถนาในระยะเบื้องต้น อาจมีการตั้งคำถามกับตนเองว่า สนใจอาชีพอะไร อนาคตทำอะไร

4.2.2 Capacity Stage ช่วงอายุระหว่าง 12-14 ปี การเลือกจะคำนึงถึงความสามารถ โดยจะประเมินความสามารถของตนเอง เพราะการเลือกโดยอาศัยความสนใจอย่างเดียวย่อมผิดพลาดได้

4.2.3 Value Stage ช่วงอายุระหว่าง 15-16 ปี การเลือกจะคำนึงถึงค่านิยมของตนเองด้วย

4.2.4 Transition Stage ช่วงอายุระหว่าง 17-18 ปี เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อโดยทั่วไปแล้ว เด็กจะเริ่มสุขุมขึ้น มีความตื่นตัวเกี่ยวกับองค์ประกอบของความเป็นจริงมากขึ้น

4.3 ระยะพิจารณาตามสภาพความเป็นจริง (Realistic Period) เป็นช่วงอายุตั้งแต่ 17 ปีขึ้นไป ระยะนี้บุคคลจะรับเอาความเป็นจริงในสิ่งแวดล้อมเข้ามามีอิทธิพลต่อการเลือก ซึ่งจะเป็นการประเมินประนีประนอมระหว่างความต้องการของตนเอง กับโอกาสที่เป็นไปได้ ระยะนี้แบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

4.3.1 Exploration Stage เป็นขั้นที่พยายามจะให้การตัดสินใจเลือกเป็นสิ่งที่ตรงกับความเป็นจริง โดยคำนึงถึงความสนใจและค่านิยมของตนเอง เป็นขั้นที่บุคคลคำนึงถึงอนาคตของตนเองมาก

4.3.2 Crystallization Stage เมื่ออายุประมาณ 20 ปี เป็นขั้นของการยอมรับคุณภาพของตนเอง คำนึงถึงจุดประสงค์ของอาชีพที่ตนจะเลือกต่อไปอันเป็นการตัดสินใจ

ขั้นสุดท้าย การเลือกในระยะนี้จะขึ้นอยู่กับความสำเร็จ หรือล้มเหลวที่เกิดขึ้นในขั้น Exploration

4.3.3 Specification Stage เป็นขั้นของการวางแผนเกี่ยวกับขอบเขตของการเลือกอาชีพใดอาชีพหนึ่ง โดยมีการฝึกเพื่อหาความรู้และประสบการณ์ ถ้าพบว่างานที่เลือกแล้วไม่นำมาซึ่งความพอใจ ก็จะเข้าไปรับการฝึกเฉพาะงานด้านใดด้านหนึ่ง เป็นการหาความรู้ใหม่เฉพาะอาชีพต่อไป

อย่างไรก็ดี ช่วงอายุที่กำหนดไว้นั้นไม่ได้ตายตัว ขึ้นอยู่กับการพัฒนาของบุคคล และต่อมาเกินสิบเอ็ดก็ได้เปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมนั้น โดยยอมรับว่า การตัดสินใจเลือกอาชีพเป็นกระบวนการระยะยาวต่อเนื่องไปตลอดชีวิต ไม่ใช่เกิดเฉพาะช่วงเด็กถึงวัยรุ่นเท่านั้น และสามารถย้อนกลับได้ โดยที่หากการเลือกอาชีพในช่วงต้นไม่เป็นที่พอใจ ก็อาจเลือกอาชีพใหม่ได้ และการที่บุคคลจะเลือกอาชีพใหม่ได้มากน้อยเพียงใดนั้น ก็ขึ้นอยู่กับโอกาสที่เปิดให้ และปัจจัยอื่น ๆ เช่น การศึกษาหาความรู้ ความชำนาญเพิ่มเติม เป็นต้น

5. สิ่งแวดล้อมทางสังคม เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่ได้เกิดจากองค์ประกอบในตัวบุคคล ทั้งนี้เพราะ การเลือกอาชีพของแต่ละบุคคลโดยทั่วไปส่วนหนึ่งมักได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อม เช่น ครู เพื่อน คนรู้จัก สื่อมวลชน เป็นต้น การตัดสินใจเลือกอาชีพใดอาชีพหนึ่งยึดถือตลอดไปเป็นการตัดสินใจที่มีผลต่อตนเอง และสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่

สำหรับสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่จะเอื้ออำนวยต่อการเลือกเรียนวิชาชีพสื่อสารมวลชนในประเทศไทยนั้น ที่สำคัญประการหนึ่งได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม และโอกาสที่จะประกอบอาชีพ รวมทั้งลักษณะการเปิดรับของตลาดแรงงาน และ อิทธิพลของสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ที่เปิดรับ สำหรับการสอบคัดเลือกเข้ามหาวิทยาลัยในปี 2531 ศาสตราจารย์ ดร. วิจิตร ศรีสอาด ปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ได้ให้ความเห็นถึงสาเหตุที่มีผู้นิยมเลือกเรียนสาขานี้ทางสังคมศาสตร์ และวารสารศาสตร์กันมากคงเป็นเพราะ ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มปรับตัวเป็นประเทศสังคมข่าวสารมีการตื่นตัวทางด้านประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การแสดง และตลาดแรงงานต้องการบุคลากรทางด้านนี้มาก ในส่วนของราชการก็เช่นเดียวกัน มีการตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ มีการเพิ่มตำแหน่งทางด้านประชาสัมพันธ์ มีการสนับสนุนกิจการ

การท่องเที่ยว มีการขยายเครือข่ายของโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยบุคลากรทางด้านนิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ทำให้นักศึกษาเกิดความสนใจ อีกสาเหตุหนึ่งเข้าใจว่า เป็นการปรับตัวไปตามสภาพความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่หนุ่มสาวมีโอกาสเข้าสู่การสื่อสารมวลชน และประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายในวงการนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกอาชีพสื่อสารมวลชน

ในเอกสารการสอน ชุติวิชาประสบการณ์วิชาชีพชั้นนิเทศศาสตร์ (Professional Experiences in Communication Arts) ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2531 : 567-569) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจ หรือสาเหตุที่ทำให้คนอยากเข้าสู่การสื่อสารมวลชน เอาไว้ว่า

แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง สิ่งที่ผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาตามสิ่งจูงใจ (Incentive) นั้น สิ่งจูงใจอาจมีได้ทั้งจากภายนอกและภายในตัวบุคคลนั้น ๆ เอง

สำหรับแรงจูงใจในอาชีพสื่อสารมวลชนนั้นมีหลายประการพอประมวลได้ ดังนี้

1. ความมีเกียรติเป็นที่ยอมรับนับถือแก่คนทั่วไป สื่อมวลชนได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นเสมือนสถาบันหนึ่งที่เป็นสื่อกลางระหว่างทุกฝ่าย เช่น วิชาชีพหนังสือพิมพ์ได้รับการยกย่องว่าเป็น "ฐานันดรที่สี่" เป็น "กระดูกงู" ของสังคม เป็นต้น

2. ความน่าศรัทธาและเป็นที่เชื่อถือแก่คนทั่วไป สื่อมวลชนเป็นผู้สร้างความสัมพันธ์อันดี จึงย่อมไม่เป็นพิษเป็นภัยแก่สุจริตชน อีกทั้งยังเป็นผู้ทำความจริงให้ปรากฏโดยปราศจากความลำเอียง จึงเป็นที่เชื่อถือและน่าเลื่อมใส

3. ความโด่งดังเป็นประเด็น หน้าหลักของสื่อมวลชนที่จำเป็นต้องติดต่อสัมพันธ์กับคนหมู่มาก หรือต้องผลิตผลงานออกสู่มวลชนบ่อยครั้ง ทำให้เป็นที่รู้จักของประชาชน และถ้าผลงานนั้นมีความเด่น และน่าสนใจยิ่งทำให้มีชื่อเสียงโด่งดัง กลายเป็นคนเด่นในสังคมไปได้เช่นกัน เช่น ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ บรรณาธิการ นักเขียนบทความ นักประชาสัมพันธ์ ผู้สื่อข่าว เป็นต้น

4. การได้มีโอกาสสร้างสรรค์และเผยแพร่ความคิด สื่อมวลชนได้เปรียบกว่าอาชีพอื่นตรงที่มีช่องทางในการแสดงความคิดเห็น หรือแสดงผลงานที่ตนเองสร้างสรรค์ออกมา และสามารถเผยแพร่หรือกระจายผลงานไปสู่มวลชนได้กว้างขวางอีกด้วย เช่น นักโฆษณา คอลัมนิสต์

5. การได้รับรู้ความเคลื่อนไหวของสังคมอย่างใกล้ชิด บทบาทสำคัญของสื่อมวลชนประการหนึ่ง คือ การเฝ้ามองและบันทึกเหตุการณ์สิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่กระจายข้อมูลไปยังประชาชน จึงทำให้มีโอกาสได้รับรู้ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ก่อนผู้อื่น

6. การมีโอกาสได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลจำนวนมาก การที่สื่อมวลชนจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลจำนวนมาก ซึ่งแต่ละกลุ่มก็ย่อมมีความแตกต่างกัน สื่อมวลชนจึงมีโอกาสได้สัมผัสและเรียนรู้ชีวิตของคนหลายประเภท

7. การสวมบทบาทและหน้าที่หลายด้าน สื่อมวลชนนอกจากจะทำหน้าที่สื่อสาร หรือเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ออกไปสู่สังคมแล้ว ในขณะเดียวกันก็ยังทำหน้าที่เป็นผู้รับปฏิกริยาสะท้อนกลับจากประชาชน รวมทั้งยังทำหน้าที่เป็นแหล่งเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ การสวมบทบาทและหน้าที่พร้อมกันหลาย ๆ ด้านเช่นนี้ ทำให้วิชาชีพนี้เทศศาสตร์หลุดออกจากลักษณะของงานประจำ

8. การมีอิทธิพลในการสร้างประชาคม ชื่อนี้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า สื่อมวลชนมีพลังผลักดัน และอิทธิพลอย่างยิ่งยวดต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชน ก่อให้เกิดประชาคมติและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

9. การมีส่วนร่วมพัฒนาสังคมในแทบทุกด้าน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าสังคมปัจจุบันได้ตั้งความคาดหวังต่อสื่อมวลชนเอาไว้ค่อนข้างสูง ว่าจะมีส่วนเตรียมสังคมไปสู่การพัฒนาได้มาก เช่น การสร้างเสริมจิตสำนึกทางการเมืองของประชาชน ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการเมือง หรือเป็นผู้ร่วมกระตุ้นแรงค์ในกระบวนการและโครงการพัฒนาต่าง ๆ

10. การมีอิสรภาพและการใช้ศักยภาพในตนเองอย่างเต็มที่ เสน่ห์อย่างหนึ่งของอาชีพสื่อสารมวลชนคือ ทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพนี้ได้พิสูจน์ความสามารถและศักยภาพของตนเองรวมทั้งได้ฝึกฝนสติปัญญา ฝึกลบสมอง ความคิดริเริ่ม และกิจกรรมที่ท้าทายต่ำ ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบอาชีพด้านอื่น ๆ แล้วจะเห็นว่า สื่อมวลชนมีอิสรภาพในการริเริ่มในศักยภาพดังกล่าว

11. ค่าตอบแทนและสิทธิพิเศษต่าง ๆ รายได้ของงานสื่อมวลชนโดยรวมแล้ว จัดว่าอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นเงินเดือนหรือค่าตอบแทนจากผลงาน เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนการสื่อข่าวหนังสือพิมพ์แม้มีรายได้น้อย แต่ผู้สื่อข่าวก็ได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น ได้มีโอกาสติดตามคณะรัฐบาลไปทำข่าวในต่างประเทศ เป็นต้น

12. ความได้ใกล้ชิดกับบุคคลสำคัญ ในเมื่ออาชีพสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องติดต่อกับคนจำนวนมาก จึงมีโอกาสได้ใกล้ชิดกับบุคคลสำคัญในทุกวงการและทุกสถาบัน เช่น นายกรัฐมนตรี นักแสดงภาพยนตร์ชื่อดัง เป็นต้น

13. ความสามารถในการควบคุมการสื่อสาร สื่อมวลชนเป็นกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดกับข่าวสารตลอดจนเครื่องมือในการสื่อข่าวสาร และสามารถควบคุมการไหลเทของข่าวสาร (Flow of Information) ในระดับที่สำคัญ จะเห็นได้ว่าผู้นำทางการเมืองที่มีอำนาจรวมทั้งจอมเผด็จการ อย่างฮิตเลอร์ มุสโสลินี และเหมาเจ๋อตุงได้ให้ความสำคัญต่อนักนิเทศศาสตร์ และได้ดึงเอาคนเหล่านี้ไว้ในความควบคุมของตน จึงสามารถกำหนดความคิด พฤติกรรม และสภาพแวดล้อมทางการเมืองและสังคมตามความปรารถนาและอุดมการณ์ของตนได้

แรงจูงใจในวิชาชีพนิเทศศาสตร์ที่ประมวลมาทั้ง 13 ข้อนี้ นับว่าเป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้วิชาชีพนี้เป็นที่ดึงดูดความสนใจ และมีคนหันเข้ามาเป็นนักนิเทศศาสตร์มากขึ้น นอกจากนี้ยังมี

14. โอกาสในการทำงาน สื่อมวลชนมีโอกาสในการทำงานในสังคมได้อย่างกว้างขวาง

แนวคิดเกี่ยวกับอาชีพสื่อสารมวลชน

เมื่อพูดถึงอาชีพสื่อสารมวลชนก็คือการพูดถึงความหลากหลาย เพราะอาชีพแต่ละอาชีพที่รวมอยู่ในงานสื่อสารมวลชนนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ และบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นบุคคลที่ได้รับการฝึกฝนจนชำนาญในลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไป งานบางชนิด เช่น งานเขียนบทละคร เป็นงานที่สามารถทำได้เพียงลำพัง และติดต่อกับคนอื่นน้อยที่สุด ในขณะที่งานบางอย่าง เป็นงานด้านการจัดการซึ่งต้องจัดการกับความสามารถของคนนับพันคน บทบาทบางอย่างต้องการวุฒิปริญาตรี บางอย่างไม่ต้องการการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการเลย คนส่วนหนึ่งในงานสื่อสารมวลชนมีรายได้อยู่ในอัตราที่สูง แต่ก็ยังมีอีกส่วนหนึ่งที่ยังชีพอยู่ได้พอประมาณ ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของอาชีพสื่อสารมวลชนจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อยทีเดียว

งานสื่อสารมวลชนมีลักษณะเกี่ยวข้องกับงานต่าง ๆ มากมาย และคนส่วนมากต่างมีความเห็นว่าเป็นอาชีพที่มีหลายบุคลิก เช่น เป็นงานที่มีความยืดหยุ่น (Flexible) โดยการเปิดโอกาสให้คนที่มีความสามารถได้แสดงบทบาทออกมา แม้แต่ในงานที่มีลักษณะแตกต่างกัน ในบางโอกาส คนคนเดียวก็อาจจะเป็นทั้งผู้ถ่ายภาพ ผู้รายงานข่าว ผู้ประกาศข่าว ตลอดจนเป็นบรรณาธิการข่าว หรืออย่างในงานประชาสัมพันธ์ คนคนเดียวอาจเปลี่ยนงานจากหน่วยงานราชการไปสู่หน่วยงานเอกชน หรือหากไม่เปลี่ยนงานก็อาจจะใช้ความสามารถของตนเองเพื่อขยับไปสู่ตำแหน่งของการบริหารการจัดการก็เป็นได้

โดยทั่วไปแล้ว งานอาชีพสื่อสารมวลชนเป็นงานที่มีเสน่ห์ชวนหลงใหล (Glamorous) ทั้งนี้เพราะภาพพจน์ของผู้รายงานข่าว ผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ผู้บริหารงานโฆษณา ผู้สร้างภาพยนตร์ เริ่มเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย Jeremy Main เคยบอกไว้ว่าการเป็นนักหนังสือพิมพ์เป็นงาน

ที่สนุกและเป็นชีวิตที่ดีเลิศ ถึงแม้ว่าครั้งหนึ่ง นักหนังสือพิมพ์จะเป็นอาชีพที่มีรายได้แถมมาก และเป็นเพียงแค่งานสำหรับนักอุดมคติที่อาสาแก้ไขความเข้าใจผิด แต่ในปัจจุบันอาชีพนักหนังสือพิมพ์กลับเป็นอาชีพที่ได้รับความนิยม เชื่อถือและมีรายได้ที่สมเหตุสมผล

ปัจจุบันงานสื่อสารมวลชน ได้เปลี่ยนแปลงไปมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเงื่อนไขการทำงานที่ดีขึ้น รายได้ดีมากขึ้นและมีการยอมรับทางสังคมมากขึ้น งานสื่อสารมวลชนสามารถช่วยเหลือสังคมได้มาก สังคมอเมริกันถูกสร้างมาบนพื้นฐานว่า ความสั่นไหวอย่างอิสระของความคิด (The free of idea) เป็นสิ่งสำคัญสำหรับรัฐบาลประชาธิปไตย และงานด้านการสื่อสารมวลชนก็เป็นตัวปกป้องความสั่นไหวนั้น คนทั่วไปจึงพบว่า การที่จะได้ให้ข่าวสารแก่ประชาชน ให้ความบันเทิง ความคิดเห็น และการโฆษณาเป็นสิ่งที่น่าสนใจพอใจมากกว่าการผลิตสินค้า ซึ่งมีประโยชน์และจำเป็นอย่างรถยนต์ ปากกาหรือ ดินสอ คนที่ทำงานสื่อสารมวลชนอำนวยความสะดวกทางสังคมแก่ประชาชน โดยอาจช่วยจัดระเบียบวาระการประชุมของประชาชน สอนเด็กให้เป็นผู้ประกอบการหรือให้ความบันเทิงคนนับล้าน การสั่นไหวของคำวิจารณ์ในงานสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในเรื่องผลกระทบของการสื่อสาร ทำให้งานนี้เพิ่มความสำคัญมากขึ้น งานสื่อสารมวลชนจึงมีสถานภาพและเสน่ห์ดึงดูดใจที่แตกต่างไปจากงานในสาขาอื่น ๆ

วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

นิศากร สุทธิวงศ์ (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "มูลเหตุจูงใจในการเลือกศึกษาวิชาชีพสื่อสารมวลชนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในประเทศไทย" ซึ่งได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับเกณฑ์ในการเลือกศึกษาวิชาชีพสื่อสารมวลชนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีไว้ดังนี้ คือ

1. ผู้มีเลือกเข้ามาเรียนวิชาชีพสื่อสารมวลชนส่วนมากมีความตั้งใจ และมุ่งหวังที่จะเข้ามาเรียนในสาขาวิชานี้อย่างจริงจัง โดยเลือกเป็นอันดับต้น ๆ และมีความชอบความสนใจโดยมาจากครอบครัวทุกระดับรายได้

2. บุคลิกภาพ ความถนัดและความสนใจ เป็นมูลเหตุจูงใจที่มีความสำคัญที่สุด โดยพบว่า ผู้ที่เข้ามาเรียนมีบุคลิกภาพ และชอบปฏิบัติงานที่สอดคล้องกัน และเหมาะสมกับวิชาชีพสื่อสารมวลชน

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเรียนวิชาชีพนี้ ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และขณะเลือกคณะในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย มักตัดสินใจด้วยตนเอง บิดามารดาไม่มีบทบาทนักและส่วนมากได้รับการเลี้ยงดูในวัยเด็ก ด้วยการให้ความรัก การยอมรับอย่างดี ซึ่งมีผลต่อการที่จะชอบปฏิบัติงานในลักษณะที่แตกต่างกัน คือ จะเป็นผู้ที่ชอบปฏิบัติงานที่ทำร่วมกับบุคคลอื่น เช่น วิชาชีพสื่อสารมวลชนในสาขาต่าง ๆ

4. ผลการเรียนรู้ สถิติปัญหา ไม่ใช่ตัวแปรที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจ เป็นเพียงองค์ประกอบในการตัดสินใจเท่านั้น

และยังสรุปลักษณะของภาพอาชีพสื่อสารมวลชนตามทัศนคติและความคาดหวังของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ไว้ดังนี้

1. ลักษณะวิชาชีพสื่อสารมวลชนที่เด่นชัดในลักษณะของกลุ่มตัวอย่างคือ ท้าทายความสามารถมีโอกาสเรียนรู้เสมอ มีลักษณะงานที่สนุก มีอิทธิพลต่อสังคมด้านต่าง ๆ และมีโอกาสพบปะบุคคลหลายระดับ ตลอดจนมีโอกาสทำประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ซึ่งเป็นลักษณะที่ตอบสนองและเข้ากันได้ดีกับผู้มีบุคลิกภาพที่สอดคล้องกับวิชาชีพนี้ ส่วนลักษณะที่วิชาชีพนี้มีน้อยที่สุดคือ ความมั่นคง นอกจากนั้น ยังมีโอกาสในการทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีผู้ว่างงานน้อย ตลาดแรงงานยังเปิดโอกาสพอสมควร

2. สิ่งที่ผู้เข้ามาศึกษาคาดหวังเป็นอันดับแรกคือ ความสนุกสนานในการประกอบรองลงมา คือ การได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ ได้ทำงานตรงกับบุคลิก ความอิสระในการประกอบอาชีพ และโอกาสทำประโยชน์ให้ประเทศชาติและสังคม ส่วนในเรื่องของ ผลประโยชน์ รายได้ ชื่อเสียง เกียรติยศ มิใช่สิ่งที่คนส่วนใหญ่คำนึงถึงเป็นอันดับแรก ผู้ที่เข้ามาศึกษาส่วนมากได้รับสิ่งที่ตนคาดหวัง และตั้งใจจะประกอบอาชีพตามที่เรียนมา หรือศึกษาต่อสาขาที่เกี่ยวข้อง

3. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคุณสมบัติสำคัญที่สุดในการประกอบอาชีพด้านนี้ คือ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จินตนาการ ร่องลงมาคือ ความอดทน พยายาม รับผิดชอบในสังคม เชื้อมั่นในตนเอง มนุษย์สัมพันธ์ ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างต้องการเรียนรู้เพิ่มเติม เรื่อง ภาษาคอมพิวเตอร์ และศิลปะการออกแบบ กราฟฟิก

4. เป็นที่น่าพึงพอใจว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากตระหนักในภาระรับผิดชอบ และมุ่งหวังที่จะเป็นนักสื่อสารมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเป้าหมายในการประกอบอาชีพที่สำคัญ

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวไว้ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้นำไปเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นการศึกษาต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ลักษณะของภาพความเป็นจริงทางอาชีพสื่อสารมวลชน ตลอดจนกระบวนการสร้างภาพความเป็นจริงทางอาชีพสื่อสารมวลชน ของนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย