

## แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึง แนวคิดทฤษฎีทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชน แนวเศรษฐศาสตร์การเมือง และแนวคิดเรื่องอำนาจและอิทธิพล เพื่อนำไปใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าการที่กลุ่มธุรกิจเข้ามามีบทบาทในทางการเมืองมากขึ้นในปัจจุบันนั้น ได้ใช้อำนาจและอิทธิพล ในการควบคุมการทำงานของสื่อมวลชนในกรณีสถานีโทรทัศน์ไอทีวีหรือไม่อย่างไรในบทที่ 5 ต่อไป

### แนวคิดทฤษฎีทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ ( State Monopoly Capitalism )

ทฤษฎีทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ<sup>1</sup> เป็นวิธีการศึกษาของรัฐในระบบทุนนิยม พัฒนาขึ้นมาในช่วงทศวรรษที่ 1950 โดยบรรดาพรรคคอมมิวนิสต์ทั้งหลายในโซเวียตกับประเทศบริวารและประเทศตะวันตก โดยทั่วไปนักทฤษฎีของพรรคคอมมิวนิสต์มีความเห็นว่า ทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐนั้นเป็นขั้นตอนเฉพาะขั้นตอนหนึ่งของระบบทุนนิยม ซึ่งมีลักษณะที่เป็นการรวมเอาฝ่ายทุนผูกขาดเข้ากับฝ่ายรัฐกุมพื เพื่อให้เกิดกลไกในการขูดรีดในทางเศรษฐกิจและในการใช้อำนาจครอบงำทางการเมืองเพียงกลไกเดียวขึ้นมา<sup>2</sup> หรืออย่างน้อยที่สุดนักทฤษฎีเหล่านี้ก็เห็นว่าในสภาพของทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ ดังกล่าวจะมีการเกี่ยวข้องในด้านองค์กรมมากขึ้นเรื่อยๆ ระหว่างฝ่ายทุนผูกขาดกับรัฐ โดยรัฐจะเข้าไปแทรกแซงระบบเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ เพื่อดำรงและแพร่ขยายระบบทุนนิยม

การเกิดทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ โดยอาศัยความคิดเรื่องจักรวรรดินิยมของ Lenin และแนวความคิดเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ของระบบทุนนิยม มองว่ารัฐไม่ได้เป็นเพียงกลไกอย่างหนึ่งใน

---

<sup>1</sup> Heide Gertenberger, "Theory of the State: Special Feature of Discussion in F.R.G.," pp.69-92 in Klaus von Beyme et.al (end) *German Political System* (Beverly Hills:Sage, 1976), p.83, อ้างถึงใน อนุสรณ์ ลิมมณี, *ทฤษฎีเศรษฐกิจการเมืองยุคปัจจุบัน* (กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์, 2531), หน้า 64.

<sup>2</sup> Bob Jessop, *The Capitalist States* (New York University Press Jones, R.J.Barry, 1982), p.32., อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน

การให้อำนาจครอบงำทางการเมืองโดยวิธีการปราบปรามเท่านั้น พัฒนาการของรัฐยังผูกติดอยู่กับความเติบโตของลัทธิจักรวรรดินิยม และสภาพทั่วไปของวิกฤตการณ์ทุนนิยมเอง ทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ เป็นลักษณะอย่างหนึ่งของทุนนิยมขั้นสูงสุด หรือขั้นจักรวรรดินิยม ในภาวะที่เกิดวิกฤตการณ์ทุนนิยมก็จะกลายรูปมาเป็นทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหน้าที่ของรัฐหลายด้าน คือ มีการรวมตัวกันระหว่างฝ่ายทุนผูกขาดกับกลไกของรัฐ ทั้งในด้านตัวบุคคล เช่น การแต่งตั้งตัวบุคคลที่เป็นฝ่ายทุนผูกขาดให้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ส่วนในด้านการทำหน้าที่ก็มีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิด ทำให้เกิดการขูดรีดทางเศรษฐกิจและการครอบงำทางการเมืองเพียงกลไกเดียวขึ้นมา พรรคการเมืองก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของฝ่ายทุนผูกขาด จึงกลายเป็นเครื่องมือของฝ่ายทุนในการควบคุมอุดมการณ์ประชาชน การกำหนดนโยบายของรัฐก็จะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มทุนและยังมีการผูกขาดในการควบคุมเครื่องมือที่ส่งผลต่อความคิดและจิตใจของผู้คน เช่น การศึกษา การโฆษณาสินค้าและสื่อมวลชน อำนาจทางฝ่ายบริหารก็จะมีมากขึ้นในขณะที่อำนาจทางฝ่ายนิติบัญญัติและการปกครองตามกฎหมายจะมีบทบาทลดลง

สาระสำคัญของทฤษฎีทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐ คือ การรวมกันโดยตรงระหว่างอำนาจผูกขาดของนายทุนกับอำนาจการปกครองของรัฐ ในการรวมกันนี้ รัฐไม่ได้อยู่ในฐานะเป็นอิสระ แต่อยู่ในฐานะถูกครอบงำโดยนายทุนผูกขาด<sup>3</sup>

เมื่อชนชั้นพัฒนาขึ้นเป็นกลุ่มทุนผูกขาด (monopoly capital) ก็จะสามารถมีอำนาจครอบงำรัฐโดยสิ้นเชิง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรัฐตกเป็นเครื่องมือของชนชั้นนายทุน (instrument) หรือรัฐกับชนชั้นนี้กลายเป็นพวกเดียวกัน (state monopoly capitalism) รัฐจึงไม่มีความเป็นอิสระ ดังนั้นการกำหนดนโยบายต่างๆจึงขึ้นอยู่กับความต้องการและผลประโยชน์ของชนชั้นนายทุน หรือถ้าหากจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของชนชั้นอื่นในสังคม รัฐก็จะไม่กำหนดนโยบายที่ขัดแย้งกับผลประโยชน์ของชนชั้นนายทุนโดยตรง การร่วมมือของนายทุนกับรัฐนี้ก็เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของตนเองทั้งในระยะยาวและระยะสั้น<sup>4</sup>

<sup>3</sup> ทวี หมั่นนิกร, *หลักลัทธิมาร์ช เลนิน เล่มที่ 3 เศรษฐศาสตร์การเมืองกระฎุมพี* (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อักษรสัมพันธ์, 2519), หน้า 631.

<sup>4</sup> อนุสรณ์ ลิ้มมณี, *รัฐ สังคมและการเปลี่ยนแปลง : การพิจารณาในเชิงอำนาจ นโยบาย และเครือข่ายความสัมพันธ์* (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด, 2542), หน้า 50.

สรุปได้ว่าทฤษฎีทุนผูกขาดครองอำนาจรัฐนี้ มองว่ารัฐและนายทุนมีความร่วมมือและมีความสัมพันธ์กันโดยตรง อาจเรียกได้ว่าเป็นการรวมเป็นเนื้อเดียวกันเลย ดังนั้นรัฐไม่ได้มีความเป็นอิสระจากชนชั้นนายทุน การกำหนดแนวนโยบายต่างๆต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชนชั้นนายทุนเป็นหลัก

ในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง โดยทฤษฎีนี้มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์เชื่อมโยงโครงสร้างเศรษฐกิจและการเมืองของสังคม เพื่อที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนเป็นการเฉพาะ

### แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media)

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่ง ซึ่งหมายถึงกระบวนการในการส่งหรือถ่ายทอดข่าวสารอย่างเดียวกันจากกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสถาบันสื่อมวลชนไปยังกลุ่มผู้รับข่าวสารจำนวนมาก ในเวลาเดียวกันหรือในเวลาอันใกล้เคียงกัน โดยใช้สื่อมวลชน (mass media) คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น เราสามารถนำทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาวิเคราะห์การสื่อสารมวลชน ดังนี้

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนได้แบ่งโครงสร้างสังคมออกเป็น 2 ระดับ<sup>5</sup>

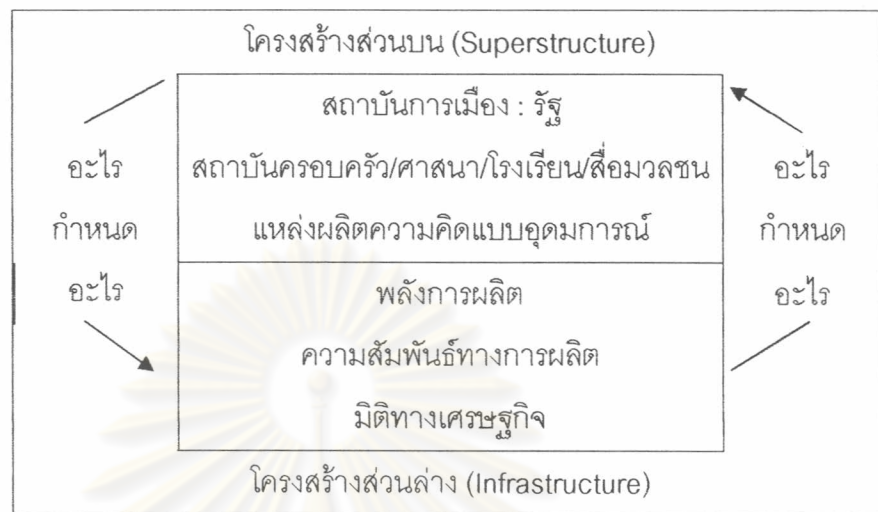
1. โครงสร้างส่วนล่าง ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่อยู่ในมิติเศรษฐกิจ คือ โครงสร้างเศรษฐกิจ ซึ่งหมายถึงพลังการผลิต และความสัมพันธ์ทางการผลิต เช่น ใครเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีการแบ่งผลประโยชน์อย่างไร

2. โครงสร้างส่วนบน ได้แก่ สถาบันทางสังคมต่างๆ เช่น สถาบันการเมือง สถาบันด้านสังคม-วัฒนธรรม-แหล่งผลิตความคิดและอุดมการณ์

<sup>5</sup> เอกสารประกอบการสอนวิชา ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน สาขาวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ม.ป.ป., หน้า 81.

<sup>6</sup> กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค (กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็ดดิสันเพรส โพรดักส์ จำกัด, 2542), หน้า 47-48.

รูปภาพที่ 1 แสดงแผนผังจำลองโครงสร้างของสังคม



เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน จึงนำพัฒนาการแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนมาเสนอดังนี้

#### พัฒนาการแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน

ในยุคแรกเมื่อปลายศตวรรษที่ 19 มีการใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองมาวิเคราะห์สื่อมวลชน นักคิดในยุคปลายศตวรรษที่ 19 มองว่าสื่อมวลชนเป็นกลไกทางด้านอุดมการณ์อย่างหนึ่ง (Ideological apparatus) โดยที่กลุ่มผู้ปกครองจะใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ทางชนชั้นของตนเอง Marx ได้เปรียบเทียบ "อุดมการณ์" เป็นเหมือน "ยาเสพติด" ชนิดหนึ่งที่คนงานหรือคนยากจนเสพแล้วมองไม่เห็นถึงการเอาตัวเขาเปรียบ แต่คิดว่าเป็นเรื่องธรรมชาติหรือเวรกรรม การแก้ปัญหาเรื่องชนชั้นจึงต้องเปลี่ยนแปลงโครงสร้างส่วนล่าง คือระบบเศรษฐกิจก่อน แล้วจากนั้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างส่วนบน คือ วัฒนธรรม ความคิด จิตสำนึกและอุดมการณ์ก็จะตามมา เห็นได้ชัดว่าเป็นแนวการศึกษาของกลุ่ม Political Economy of Media ในเวลาต่อมา ที่มองว่า โครงสร้างส่วนล่างเป็นตัวกำหนดโครงสร้างส่วนบน

ในยุคนี้สื่อมวลชนที่เป็นหลักคือ หนังสือพิมพ์ Marx มองว่าหนังสือพิมพ์ดำเนินการไปตามหลักของทุนนิยม ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง "พลังการผลิต" เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยี แรงงาน และในเรื่อง "ความสัมพันธ์ทางการผลิต" ระหว่าง นายทุนผู้เป็นเจ้าของ และคนงาน ลูกจ้าง โดยเจ้าของหนังสือพิมพ์จะเป็นกลุ่มนายทุนเสมอ คนกลุ่มนี้เข้ามาทำหนังสือพิมพ์เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางชนชั้นของตนเองด้วยวิธีการ 2 ด้าน คือเอาเปรียบแรงงานของลูกจ้างและเอากำไรจากผู้บริโภค

เมื่อนายทุนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตหนังสือพิมพ์ ก็สามารถควบคุมความคิด และเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อได้ หนังสือพิมพ์จึงเป็นเครื่องมือเผยแพร่อุดมการณ์และค่านิยมของผู้ปกครองหรือนายทุนให้แก่คนอื่นๆ ในสังคม ผลจากการควบคุมกลไกความคิดนี้เองทำให้คนงานลืมเรื่องการคิดถึงผลประโยชน์ของตน แต่กลับใช้ชีวิตเพื่อรักษาผลประโยชน์ของนายทุนแทน<sup>7</sup>

ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 นักเศรษฐศาสตร์การเมืองยุคที่ 2 วิเคราะห์ว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่ครอบงำความคิดประชาชนอย่างมาก เห็นได้จากการเผยแพร่อุดมการณ์ของชนชั้นปกครองผ่านทางกลไกสื่อสารมวลชน เพื่อครอบงำความคิดของชนชั้นแรงงานในสมัยนาซี ในช่วงนี้สำนัก Frankfurt ซึ่งมีที่ทำงานอยู่ที่มหาวิทยาลัย Frankfurt ประเทศเยอรมันนี้ ได้วิเคราะห์ถึงการเผชิญหน้ากันของพรรคการเมืองใหญ่ 2 พรรคในขณะนั้น คือ พรรคสังคมนิยมประชาธิปไตยที่เน้นนโยบายยกระดับเศรษฐกิจของชีวิตคนงาน กับพรรคชาตินิยมของฮิตเลอร์ที่เน้นการปลุกระดมเรื่องอุดมการณ์ชาตินิยมโดยอาศัยสื่อมวลชนพบว่า ประชาชนให้การสนับสนุนพรรคชาตินิยมมากกว่า ทั้งๆ ที่สภาวะเศรษฐกิจของชาวเยอรมันในช่วงนั้นตกต่ำอย่างรุนแรง สำนัก Frankfurt วิเคราะห์ความล้มเหลวของพรรคสังคมนิยมประชาธิปไตยว่าเป็นเพราะ มองข้ามความสำคัญของมิติด้านความคิด จิตสำนึกและอุดมการณ์ แล้วไปให้ความสำคัญต่อมิติเศรษฐกิจมากเกินไป และความสำเร็จของฮิตเลอร์อยู่ที่ความสามารถในการสร้างและเผยแพร่อุดมการณ์โดยใช้การโฆษณาชวนเชื่อนำไปสู่การครอบงำระบบความคิดของชนชั้นคนงานเพื่อให้เข้ามาในระบบทุนนิยมตามแนวทางของนาซีต่อไป ทศนะของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองยุคที่ 2 ที่มีต่อสื่อมวลชนจึงเป็นไปในทางลบ<sup>8</sup>

อาจอธิบายขยายความการโฆษณาชวนเชื่อไว้ ณ ที่นี้ได้ตามที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียรได้ให้ความหมายไว้ว่า “การโฆษณาชวนเชื่อ คือ ความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมของรัฐบาลหรือพรรคการเมืองที่ต้องการผลักดัน ให้ประชาชนยอมรับแนวทางความเชื่อ ตลอดจนตัวผู้ปกครอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นการสร้างระบบความเชื่อ และพฤติกรรมให้กับประชาชนตามวัตถุประสงค์ของรัฐ”<sup>9</sup> รัฐบาลอาจใช้วิธีการโฆษณาชวนเชื่อในการส่งสารไปยังสาธารณชนเพื่อบรรลุ

<sup>7</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541), หน้า 132-133.

<sup>8</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*, หน้า 49-50.

<sup>9</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, *การสื่อสารกับการเมือง* (กรุงเทพฯ: ประสิทธิ์ภักดิ์ แอนด์ พริ้นติ้ง, 2541), หน้า 9-10.

วัตถุประสงค์บางอย่างทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่เดิมนั้นการโฆษณาชวนเชื่ออาจกระทำโดยใช้วิธีต่างๆได้ก็ตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น การปลุกฝังศรัทธาให้ผู้รับสารเชื่อโดยไม่ต้องผ่านความคิด ไตร่ตรอง หรืออาจใช้เทคนิคหลอกให้หลงเชื่อในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง จึงมีการมองว่าการโฆษณาชวนเชื่อเป็นการใช้เล่ห์เหลี่ยมทางวาทศิลป์ซึ่งแสดงออกด้วยภาษาของความรู้สึกมากกว่าการเป็นไปตามหลักการที่แท้จริง การโฆษณาชวนเชื่อจึงถูกมองในแง่ลบ

ต่อมาในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นักเศรษฐศาสตร์การเมืองเริ่มมองสื่อมวลชนอย่างจำแนกแยกแยะมากขึ้น โดยมีฝ่ายที่เห็นว่าสื่อมวลชนมีศักยภาพในการครอบงำก็จริงแต่ก็สามารถปลดปล่อยความคิดของประชาชนให้เป็นอิสระด้วยได้เกิดขึ้น

นักเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นหลังนี้ชี้ว่า “การเมืองหมายถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ”<sup>10</sup> และ “อำนาจ” นี้ หมายถึงอำนาจที่มาจากการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เช่น เป็นเจ้าของสื่อ เป็นเจ้าของทุน เป็นสปอนเซอร์ หรือเป็นเจ้าของอำนาจรัฐ ดังนั้นรัฐบาลมีอำนาจเพราะเป็นผู้ออกกฎหมาย เป็นผู้ใช้และควบคุมระเบียบสังคมต่างๆ ส่วนเจ้าของหนังสือพิมพ์หรือรายการวิทยุและโทรทัศน์ก็มีอำนาจ เพราะเป็นเจ้าของกิจการในการผลิตและเผยแพร่ความรู้ ความคิด ค่านิยม วัฒนธรรมต่างๆให้แก่คนในสังคม นักเศรษฐศาสตร์การเมืองเหล่านี้พยายามเชื่อมโยงการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตเข้ากับรูปแบบการกระจายข่าวสารที่ให้ความชอบธรรมแก่ความคิด และค่านิยมของผู้ปกครอง

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน จึงแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลักๆ ดังนี้<sup>11</sup> คือ

1.กลุ่มแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media) มีนักคิดคนสำคัญ คือ Murdock และ Golding

2.กลุ่ม Neo-Marxist ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มย่อยดังนี้

2.1 ทฤษฎีการครอบงำ (Hegemonic Theory of Media) มีนักคิดคนสำคัญ คือ Althusser และ Gramsci

2.2 ทฤษฎีสำนึกแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) มีนักคิดคนสำคัญ คือ Horkheimer ,Adorno และ Marcuse

<sup>10</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*, หน้า 53.

<sup>11</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, หน้า 130-131.

## 2.3 ทฤษฎีสถานักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) มีนักคิดคนสำคัญ คือ Raymond Williams และ Stuart Hall

### 1. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media)

แนวคิดนี้จะยึดตามแนวทางเดิมของ Marx เป็นหลัก โดยเน้นการวิเคราะห์มิติด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองเพราะถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานของสังคม(โครงสร้างส่วนล่าง) และถือว่ามิติเรื่องความคิด จิตสำนึกอุดมการณ์เป็นโครงสร้างส่วนบนที่เน้นผลสืบเนื่องมาจากโครงสร้างส่วนล่าง คือแนวคิดกลุ่มนี้เชื่อว่า โครงสร้างส่วนล่างกำหนดโครงสร้างส่วนบนนั่นเอง

#### 2. กลุ่ม Neo-Marxist

แนวคิดโดยรวมของกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงสร้างส่วนบนมากกว่าโครงสร้างส่วนล่าง เพราะเชื่อว่าโครงสร้างส่วนบนมีอิทธิพลที่จะสามารถดำรงรักษาและให้ความชอบธรรมกับระบบที่กำลังเป็นอยู่ และกล่าวว่าถ้าโครงสร้างส่วนบนไม่มีการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยรวมก็จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก

#### 2.1 ทฤษฎีการครอบงำ (Hegemonic Theory of Media)

มีนักคิดที่สำคัญคือ Althusser และ Gramsci แนวคิดนี้ปฏิเสธความคิดของ Marx ที่กล่าวว่ามิติทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดมิติด้านอื่นๆแต่อย่างเดียว จึงเน้นในการวิเคราะห์ด้านวัฒนธรรมมากกว่า Gramsci กล่าวว่าอำนาจครอบงำ (Hegemony) ของการสื่อสารมวลชน คือการนำวัฒนธรรมข่าวสารในรูปแบบต่างๆ เช่น รูปแบบข่าว ความบันเทิง เรื่องแต่ง ฯลฯ มาธำรงรักษาสภาพสังคมที่มีการแบ่งแยกและการครอบงำทางชนชั้นให้คงอยู่ตลอดไป

#### 2.2 ทฤษฎีสถานักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School)

แนวคิดนี้กล่าวว่า ในสังคมมวลชน "วัฒนธรรม" กลายเป็น "สินค้า" คือมีการผลิตวัฒนธรรมเพื่อเป้าหมายการขายหวังเอากำไร โดยมองว่าสื่อมวลชนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมมวลชน

#### 2.3 ทฤษฎีสถานักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School)

แนวคิดนี้ไม่เชื่อว่า สื่อมวลชนป้อนอุดมการณ์สู่ผู้รับสาร แต่ผู้รับสารจะต้องเป็นผู้เลือกว่าจะรับอะไร อย่างไรและแบบไหนมากกว่าที่จะรับทั้งหมด

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ธุรกิจการเมือง"กับการควบคุมสื่อมวลชน ศึกษากรณี: สถานีโทรทัศน์ไอทีวีนี้จะใช้ แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง ( Political

Economy of Media) ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการศึกษาสื่อมวลชน โดยทฤษฎีตามแนวการศึกษาของกลุ่ม Political Economy of Media นี้เน้นการศึกษาความเกี่ยวโยงกันระหว่าง โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อมวลชนและเนื้อหาหรือผลผลิตของสื่อมวลชน<sup>12</sup> คำตอบสำคัญของทฤษฎีจะเกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับสื่อและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ระบบการควบคุมสื่อด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและการเมือง ระบบตลาดของสื่อ เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาระบบสื่อมวลชนนั้น กลุ่ม Political Economy of Media จึงเสนอว่าจะต้องวิเคราะห์ให้เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมอยู่เสมอ เพราะเราไม่อาจจะเข้าใจสื่อ ผลผลิตของสื่อ และเนื้อหาของสื่อได้เลย ถ้าหากไม่พิจารณาสื่อจากมุมมองของนักลงทุน ว่าสื่อเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำกำไรไปเพื่อหวังผลกำไร ซึ่งนอกจากเป็นผลกำไรจากสื่อโดยตรงแล้วยังอาจมีผลกำไรจากอุตสาหกรรมข้างเคียง เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ น้ำมัน เป็นต้น ถ้าหากมีการผูกขาดอุตสาหกรรมทั้งแนวตั้งและแนวนอน ผลกำไรก็จะเพิ่มมากขึ้น เช่น บริษัทซินคอร์ปที่ทำธุรกิจทางด้านดาวเทียม โทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ การสื่อสารและโทรคมนาคมเป็นหลักแล้วยังมีธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ต อีกทั้งบริษัทโฆษณาก็เป็นธุรกิจเสริมในเครือของซินคอร์ปอีกด้วย

ในการวิเคราะห์เนื้อหาของทฤษฎี นักวิชาการในกลุ่มนี้เชื่อว่า เนื้อหาส่วนหนึ่งของสื่อถูกกำหนดมาจากระบบตลาด โดยผู้รับสารเป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาด และอีกส่วนหนึ่งถูกกำหนดจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุน หรือผู้ตัดสินใจระดับนโยบาย

แนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media) มีนักคิดที่สำคัญคือ Peter Golding และ Graham Murdock ซึ่งมีแนวทางการศึกษาดังนี้

**Peter Golding และ Graham Murdock**

Golding และ Murdock เชื่อว่าแบบแผนของการสื่อสารและการแสดงออกทางวัฒนธรรม ถูกกำหนดโดยโครงสร้างของความสัมพันธ์ทางการผลิต และได้แยกประเด็นในการศึกษาไว้เป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ<sup>13</sup> คือ

<sup>12</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*, หน้า 134-136.

<sup>13</sup> อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, *ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ* (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), หน้า 44-52.



1. เรื่องความเป็นเจ้าของสื่อหรือปัจจัยการผลิต (ownership) โดยมองว่าผู้ที่ควบคุมเรื่องการผลิตและการกระจายความคิดในสังคมใดสังคมหนึ่ง เป็นคนกลุ่มเดียวกัน หรือชนชั้นเดียวกัน กับนายทุนที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตสินค้าอื่น ๆ ในสังคม

2. เรื่องการกระจายหรือเผยแพร่ความคิดกระแสหลัก (distribution of ideas) โดยมองว่าความคิดเห็นและวิธีการมองโลกของนายทุนที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและกิจการสื่อ จะได้รับการเผยแพร่มากกว่าความคิดเห็นและวิธีการมองโลกของคนกลุ่มอื่น ๆ ในที่สุดก็จะกลายเป็นความคิดกระแสหลักหรือบรรทัดฐานของสังคมที่ครอบงำคนระดับล่างไว้

3. เรื่องอุดมการณ์ที่รักษาความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นธรรมทางสังคมไว้ (reproduction of dominant ideologies) โดยมองว่าความคิดกระแสหลักที่ได้รับการถ่ายทอดซ้ำแล้วซ้ำอีก คือ ตัวการสำคัญที่ธำรงรักษาความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจและสังคมไว้ โครงสร้างทางสังคมที่ว่านี้ทำให้คนรวยมีโอกาสรวยขึ้น และคนจนก็ยิ่งจนลง

Golding และ Murdock มองว่ามีความจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนักธุรกิจสื่อสารมวลชนกับชนชั้นนายทุน และระหว่างความเป็นเจ้าของสื่อและอำนาจในการควบคุมกระบวนการผลิตสื่อ (ownership and control) ในอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน โดยทั้ง Golding และ Murdock จะพยายามชี้ให้เห็นถึงเงื่อนไขทางเศรษฐกิจที่มากับโครงสร้างของระบบทุนนิยม ที่เป็นบริบทพื้นฐานของการกำหนดและควบคุมการผลิตสินค้าวัฒนธรรม เพราะเงื่อนไขทางเศรษฐกิจนี้เอง ทำให้เกิดการผูกขาดและการกระจุกตัวของกลุ่มบริษัทจำนวนไม่กี่บริษัทในระดับประเทศและระดับของระบบเศรษฐกิจโลก ความคิดหรืออุดมการณ์ใดจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านสื่อ ก็ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ของการผลิตภายในโครงสร้างดังกล่าว แต่ในวิทยานิพนธ์นี้จะไม่พิจารณาเรื่องของสาระความคิดหรืออุดมการณ์ที่ถูกถ่ายทอดออกมาผ่านสื่อ

โดยสรุปแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media) จึงเน้นการวิเคราะห์เชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคม โดยพิจารณาถึงโครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อ และกระบวนการผลิตสื่อเป็นหลัก เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ การผูกขาดสื่อ กระบวนการผลิตสื่อ และเนื้อหาของสื่อที่ออกมา

ในการทำความเข้าใจว่านักธุรกิจการเมืองสามารถควบคุมสื่อมวลชนได้อย่างไรจะอาศัยแนวคิดเรื่องอำนาจและอิทธิพลเป็นแนวทางประกอบในการวิเคราะห์

## แนวคิดเรื่องอำนาจและอิทธิพล (Power and Influence)

มีการศึกษาแนวคิดเรื่องอำนาจ (power) กันมาก ดังนั้นจึงมีผู้ให้คำอธิบายในเรื่องอำนาจไว้หลายความหมายดังนี้

D.G.Winter ได้กล่าวว่า อำนาจคือความสามารถที่ฝ่ายหนึ่งกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลโดยที่ตั้งใจหรือไม่ก็ตามต่อพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง<sup>14</sup>

Steven Lukes กล่าวว่า อำนาจคือการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งสามารถที่จะบังคับให้บุคคลอื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ<sup>15</sup>

ในการศึกษาเรื่องอำนาจนั้นมีการถกเถียงกันอย่างกว้างขวางและไม่มีที่สิ้นสุดจน Steven Lukes ได้กล่าวไว้ว่าในการศึกษาเรื่องอำนาจนั้น โดยแก่นแท้คือการสร้างข้อถกเถียงให้เพิ่มขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อมีการศึกษาเรื่องอำนาจอย่างจริงจังในทศวรรษที่ 70 อำนาจดังกล่าวถูกแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. การมองอำนาจในมิติที่ 1
2. การมองอำนาจในมิติที่ 2
3. การมองอำนาจในมิติที่ 3

### 1. การมองอำนาจในมิติที่ 1

Robert A.Dahl ได้กล่าวว่าการมองอำนาจในมิติแรกนี้เป็นการมองอำนาจในแบบที่ A มีอำนาจเหนือ B โดยที่ A สามารถทำให้ B ทำสิ่งที่ A ต้องการได้ แม้ว่า B ไม่ได้จะทำสิ่งนั้นอยู่แล้ว<sup>16</sup>

การมองอำนาจในมิตินี้เน้นการมองที่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่สามารถมองเห็นได้โดยชัดเจน เช่น การที่หัวหน้าสามารถออกคำสั่งให้ลูกน้องปฏิบัติงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หัวหน้าต้องการ ถึงแม้ว่าลูกน้องไม่ต้องการจะทำสิ่งนั้น แต่ก็จำเป็นต้องปฏิบัติตามคำสั่งของหัวหน้า

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<sup>14</sup> David G. Winter. *The Power Motive* (New York: The Free Press, 1973), p.10.

<sup>15</sup> Steven Lukes. *Power: A Radical View* (London: The Macmillan Press, 1980), pp.27-28.

<sup>16</sup> เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา, "อำนาจ," ใน *คำและความคิดในรัฐศาสตร์ร่วมสมัย*. เอก ตั้งทรัพย์วัฒนา และ สิริพรรณ นกสวน, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), หน้า 272-276.

## 2. การมองอำนาจในมิติที่ 2

Peter Bachrach และ Morton S. Baratz ได้เสนอการมองอำนาจในมิติที่ 2 ว่าเป็นการมองอำนาจในแบบที่ A พยายามกีดกันการมีส่วนร่วมของ B โดยการไม่ตัดสินใจกระทำการใดๆ<sup>17</sup>

การมองอำนาจในมิติที่ 2 นี้พุ่งเป้าไปที่การกระทำที่มีเจตนาในการไม่ตัดสินใจ โดยที่การไม่ตัดสินใจนี้ถือเป็นการตัดสินใจอย่างหนึ่ง เช่น การตัดสินใจที่จะไม่ตัดสินใจหรือมีความพยายามในการกีดกันข้อเรียกร้องของผู้เรียกร้องในเรื่องต่างๆ เพื่อไม่ให้ไปสู่กระบวนการในขั้นถัดไป แล้วก็ปล่อยให้เรื่องเงียบหายไป ถือเป็นการตัดสินใจในการที่จะไม่ตัดสินใจตามวิธีการมองอำนาจในแบบที่ 2 นี้

## 3. การมองอำนาจในมิติที่ 3

Steven Lukes เสนอว่า การมองอำนาจในมิติที่ 1 และมิติที่ 2 ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ จึงเสนอการมองอำนาจในมิติที่ 3 ซึ่งเป็นการมองอำนาจในแบบที่ A ทำให้ B ยินยอมทำในสิ่งที่ A ต้องการ โดยที่ A สามารถควบคุมความคิดและความต้องการของ B ได้<sup>18</sup>

การมองอำนาจในมิติที่ 3 นี้มองลึกไปถึงการควบคุมความคิด ความต้องการและอุดมการณ์ เช่น การที่บุคคลหนึ่งสามารถสร้างอุดมการณ์ให้บุคคลอื่นมีความคิดคล้ายตามและยินยอมกระทำตามที่บุคคลหนึ่งนั้นต้องการ ถือเป็นการสร้างอุดมการณ์หรือค่านิยมเพื่อตีกรอบความคิดและความต้องการของบุคคลอื่น แต่ปัญหาคืออำนาจในมิติที่ 3 นี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้โดยชัดเจน

ในส่วนของคำว่า “อิทธิพล” (influence) ตามที่ D. Katz และ R.L. Kahn ได้กล่าวไว้ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป โดยที่บุคคลหนึ่งกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่ง ให้กระทำการให้เกิดผลตามที่ตนเองตั้งใจไว้<sup>19</sup>

จะเห็นได้ว่าการให้ความหมายเรื่อง “อำนาจ” และ “อิทธิพล” นั้นมีความใกล้เคียงกันมาก เพราะทั้งสองอย่างต่างก็เป็นกรณีที่ฝ่ายหนึ่งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือกำหนดการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง ดังนั้น ดิน ปรัชญพุทธิ นักรัฐศาสตร์ไทยได้แยกแยะความแตกต่างของทั้ง 2 คำไว้ดังนี้

<sup>17</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>18</sup> เรื่องเดียวกัน

<sup>19</sup> Daniel Katz and Robert L. Kahn. *The Social Psychology of Organizations*, (New York: John Wiley & Sons, 1966), p.218.

“ข้อแตกต่างระหว่างอำนาจและอิทธิพล (power and influence) คือ อิทธิพลมีความรุนแรงน้อยกว่าอำนาจ นั่นก็คือหากผู้อยู่ใต้อิทธิพลไม่ปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้มีอิทธิพล ผู้มีอิทธิพลก็ไม่สามารถที่จะลงโทษผู้อยู่ใต้อิทธิพลได้อย่างเต็มที่ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า สิ่งที่มีอิทธิพลจะกระทำต่อผู้อยู่ใต้อิทธิพลที่ไม่ยอมปฏิบัติตามความประสงค์ของตนก็มีเพียงการ ‘ยกย้ายถ่ายเท’ (manipulation)\* อันได้แก่ การโน้มน้าวจิตใจ การให้กำลังใจและการชักชวนเป็นต้น ซึ่งต่างกับสิ่งที่มีอำนาจกระทำต่อผู้อยู่ใต้อำนาจ ซึ่งมีความรุนแรงมากกว่า เช่น การขู่บังคับ การใช้กำลัง รวมทั้งการยกย้ายถ่ายเท”<sup>20</sup>

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าอำนาจและอิทธิพลเป็นความสามารถที่จะทำให้นักเคลื่อนไหวกระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ แต่ระดับความรุนแรงจากการลงโทษของผู้มีอำนาจจะมากกว่าการลงโทษจากผู้มีอิทธิพล

ในกรณีที่ศึกษาจะเห็นได้ว่านักธุรกิจการเมืองมีความพยายามในการใช้ทั้งอำนาจและอิทธิพลที่มาจากการถือหุ้นในบริษัทไอทีวี จำกัด (มหาชน) เพื่อควบคุมและ/หรือชักนำให้สื่อมวลชนเป็นตัวแทนในการผลิตและนำเสนอข่าวสารไปยังประชาชน เพื่อให้เป็นไปตามที่นักธุรกิจการเมืองต้องการ

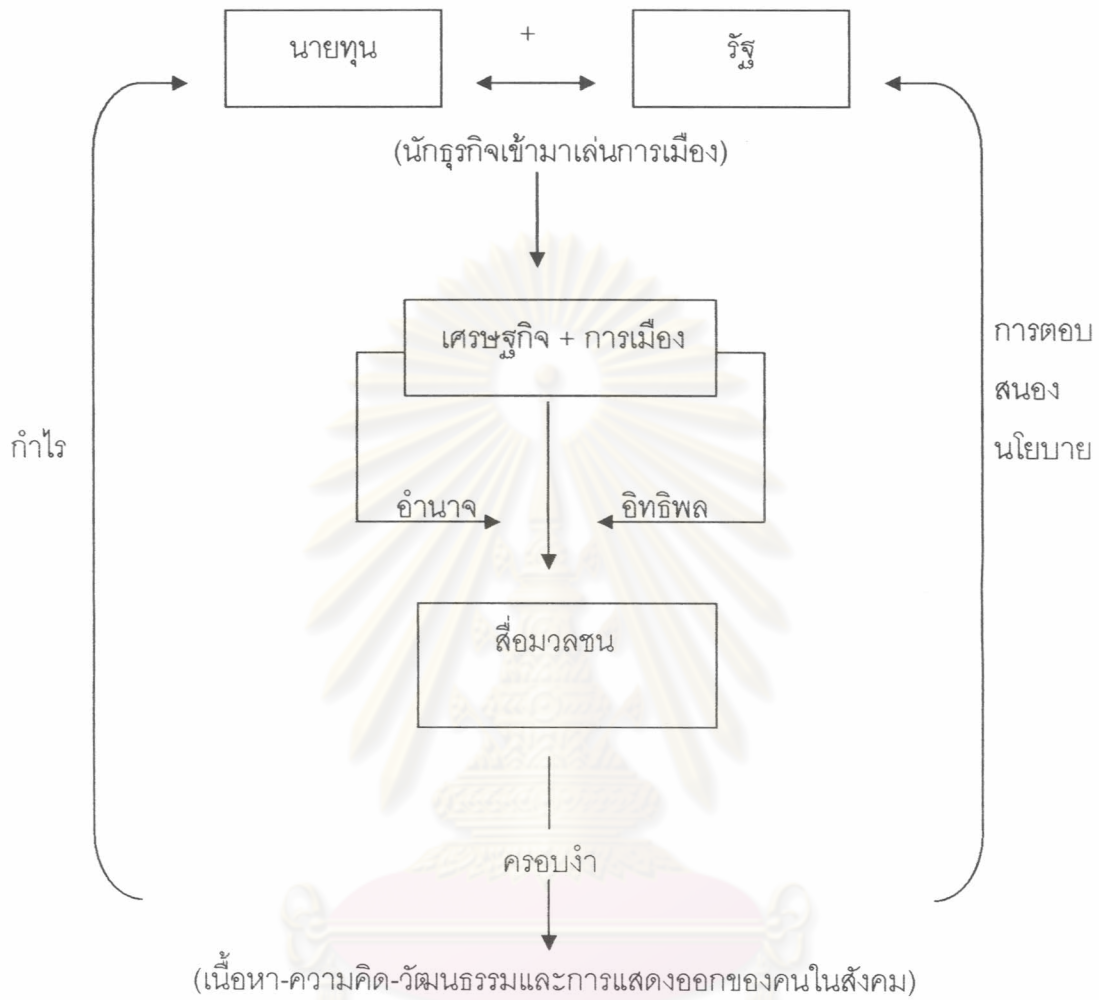
ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ธุรกิจการเมือง” กับการควบคุมสื่อมวลชน: ศึกษากรณีสถานีโทรทัศน์ไอทีวีนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างทุนกับรัฐรวมทั้งอำนาจและอิทธิพลจึงเป็นสิ่งที่ต้องนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพราะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันและยังส่งผลต่อเศรษฐกิจการเมืองและสังคมซึ่งรวมไปถึงการสื่อสารมวลชนด้วย ดังรูปภาพดังต่อไปนี้

## ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

\* ศัพท์รัฐศาสตร์ฉบับบัณฑิตยสถานให้ความหมายของคำว่า “manipulation” ว่า “การชักใยทางการเมือง”

<sup>20</sup> ดิน ปรัชญพฤทธิ, “อำนาจและการเมืองในองค์กร,” เอกสารการสอนพหุติกรรมมนุษย์ ในองการ, หน้า 6. อ้างถึงใน ภาณุ แยมศรี, “อิทธิพลและอำนาจของกลุ่มอิทธิพลด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อการตัดสินใจของรัฐบาล: ศึกษาเฉพาะกรณีการคัดค้านการสร้างเขื่อนน้ำโจน 2525-2529,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530), หน้า 30-31.

รูปภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการเมืองที่ส่งผลต่อการสื่อสารมวลชน



จากรูปภาพข้างต้นจะเห็นถึงการที่นักธุรกิจเข้ามาเล่นการเมือง กลายเป็นความสัมพันธ์ที่เรียกว่า “ธุรกิจการเมือง” และได้ใช้อำนาจและอิทธิพลทางธุรกิจการเมืองที่มีอยู่ในการควบคุมสื่อมวลชน ทำให้ส่งผลต่อเนื้อหาสาระของข่าวสารที่จะนำเสนอต่อมวลชน

วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ ใช้ทฤษฎีผูกขาดครองอำนาจรัฐเพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบันที่นักธุรกิจเข้ามาเล่นการเมืองและเข้ามาถืออำนาจรัฐ ทำให้เกิดความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างกลุ่มทุนกับรัฐ ใช้ทฤษฎีสื่อสารมวลชนแนวเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่อวิเคราะห์ว่าระบบเศรษฐกิจและการเมืองส่งผลต่อระบบสื่อสารมวลชนในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร และใช้แนวคิดเรื่องอำนาจและอิทธิพลเพื่อให้เห็นถึงการที่นักธุรกิจการเมืองใช้อำนาจและอิทธิพลที่มีอยู่ในการควบคุมสื่อมวลชน โดยวิเคราะห์ในกรณี สถานีโทรทัศน์ไอทีวี