

สื่อโลกกับประเทศไทย : ศึกษากรณี
แนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีซีนีย์

ปรเมตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์
เลขประจำตัวนิต 468 17648 24

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (ภาคนอกเวลาราชการ)
ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2548

ลิขสิทธิ์ของโครงการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (ภาคนอกเวลาราชการ)

เอกสารลับ

Global Media and Thailand: A Case Study of Robert McChesney's Thesis

Phorramatpanyaprat Tongprasong

Student Identification No.468 17648 24

A Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Arts in International Relations (Part-time Program)

Department of International Relations

Faculty of Political Science Chulalongkorn University

Academic Year 2005

All Rights Reserved for the Office of the MA Program in International Relations (Part-Time Program)

หัวข้อสารนิพนธ์	สื่อโลกกับประเทศไทย: ศึกษากรณีแนวคิดของ โรเบิร์ต แมคเค็สเนย์
โดย	นาย ปรมัตต์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์
สาขาวิชา	ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ สุรัตน์ โหราชัยกุล

โครงการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์
ระหว่างประเทศ (ภาคนอกเวลาราชการ) คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (ภาค
นอกเวลาราชการ)

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู)

ผู้อำนวยการโครงการหลักสูตรฯ

วันที่...../...../.....

ลงชื่อ

(อาจารย์ สุรัตน์ โหราชัยกุล)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่...../...../.....

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ทิพย์รัตน์)

รักษาการหัวหน้าภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

วันที่...../...../.....



โครงการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
(ภาคนอกเวลาราชการ)
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อสารนิพนธ์ (ภาษาไทย) : สื่อโลกกับประเทศไทย : ศึกษากรณีแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเช็สนีย์

หัวข้อสารนิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ) : Global Media and Thailand: A Case Study of Robert McChesney's Thesis.

ชื่อนิติ : นายปรมัตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์

รหัสประจำตัวนิติ : 468 17648 24

ภาคการศึกษา : ต้น

ปีการศึกษา : 2548

จำนวนหน่วยกิตสารนิพนธ์ : 6 หน่วยกิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ สุรัตน์ โหราชัยกุล

กรรมการสอบ : รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู

ผลการสอบ : ผ่าน (Pass) ไม่ผ่าน (Failure)

ความคิดเห็นของกรรมการสอบ :

.....

.....

ลงนาม (อาจารย์ที่ปรึกษา) :

ลงนาม (กรรมการสอบ) :

ได้รับทราบผลการสอบป้องกันโครงร่างสารนิพนธ์ และความคิดเห็นของคณะกรรมการสอบฉบับนี้แล้ว

ลงชื่อ

(ศาสตราจารย์ ดร.อมรา พงศาพิชญ์)

คณบดี

วันที่...../...../.....

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู)

ผู้อำนวยการโครงการหลักสูตรฯ

วันที่...../...../.....

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ นำเสนอสื่อ ในระดับต่าง ๆ นับแต่ระดับภูมิภาค ระดับโลก โดยประเด็นมุ่งเน้นที่สื่อโลกซึ่งเป็นตัวแทนของแนวคิดสื่อตะวันตก สื่อซึ่งมีความสำคัญเพิ่มมากยิ่งขึ้น นับแต่ระบบระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง การล่มสลายของระบบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ การสิ้นสุดของสงครามเย็นจนกระทั่งความเจริญ ในยุคโลกาภิวัตน์ และการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต่อวิเคราะห์แนวคิดของศาสตราจารย์โรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ ซึ่งเป็นศาสตราจารย์ที่มีชื่อเสียงทางด้านสื่อ และการสื่อสาร ที่ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า

“หนึ่ง บริษัทสื่อหลักที่สำคัญที่อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกำลังขยายเข้าไปยังส่วนอื่นของโลกด้วยความเร็วที่นำเป็นอันตรายมาก จุดสำคัญคือศักยภาพในการเจริญเติบโตไปยังต่างประเทศและไม่มี การขัดขวางโดยคู่แข่ง ... สอง การผสมผสานรวบรวมสิ่งต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นลำดับสำคัญในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เป็นสิ่งที่กำลังให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และผู้ที่มีบทบาทหลักในอุตสาหกรรมสื่อดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ ในเครือของสื่อโลก”

กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) เพื่อทราบการทำงานของระบบสื่อโลก การแพร่กระจายของสื่อ 2) เพื่อทราบถึงแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโลก 3) เพื่อทราบถึงข้อมูลที่ปรากฏเกี่ยวกับการบริโภคสื่อภายใน และภายนอก ของประชาชนในประเทศไทย 4) เพื่อทราบถึงกระบวนการและทิศทางที่เกิดขึ้นของสื่อต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ 5) เพื่อทราบถึงบทบาทของสื่อตะวันตกที่มีสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนนั้นมีบทบาทต่อทิศทางสื่อของประเทศไทยหรือไม่ อย่างไรก็ตาม สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้รับจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย วารสาร สิ่งพิมพ์ และ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสรุปรายงานสารนิพนธ์ ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐานของการทำสารนิพนธ์ ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหางานสารนิพนธ์ ผลการวิเคราะห์ บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและการสังเคราะห์สารนิพนธ์ในลักษณะเชิงคุณภาพหรือเชิงบรรยาย (Qualitative Synthesis) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นหลักจากหลักฐาน สภาพการณ์ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้พบว่า แนวคิดของโรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ ไม่สามารถนำมาใช้ได้กับประเทศไทย เนื่องจากเจ้าของสื่อหลักในประเทศไทยก็ยังคงเป็น คนในประเทศไทย และลักษณะรายการที่คนไทยสนใจมากที่สุดนั้นก็ยังคงเป็นละครไทย รายการข่าว สำหรับสิ่งที่มีมากับภาพยนตร์หรือรายการโทรทัศน์วิทยุที่สังคมไทย และสังคมโลกอื่น ๆ ด้วยนั้น คือ วัฒนธรรมตะวันตก

ลงชื่อ

(นาย ปรมัตถ์ปัญญาปรัชญ์ ต้องประสงค์)

วันที่...../...../.....

ลงชื่อ

(อาจารย์ สุรัตน์ โหราชัยกุล)

วันที่...../...../.....

กิตติกรรมประกาศ

การทำสารนิพนธ์เรื่อง “สื่อโลกกับประเทศไทย : ศึกษากรณีแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ” นี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากอาจารย์ สุรัตน์ โหระชัยกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้แนวทาง ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และให้คำปรึกษา เอาใจใส่ ตลอดจนตลอดเวลาให้แก่ผู้ศึกษาเป็นอย่างดี รวมทั้ง รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู ซึ่งเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ที่ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำสารนิพนธ์มาตั้งแต่เริ่มวางโครงร่างสารนิพนธ์ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านทั้งสอง และขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทุกท่าน อาจารย์พิเศษ วิทยากรรับเชิญที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้คำแนะนำแก่ผู้ศึกษาในขณะศึกษาในสถาบันแห่งนี้ ขอขอบคุณผู้ที่ให้ข้อมูลทั้งในส่วนที่เป็นเอกสารทุกรูปแบบ ซึ่งช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ จนสามารถดำเนินการทุกขั้นตอน กระบวนการให้สำเร็จลุล่วงลงได้

สุดท้าย คุณค่าของสารนิพนธ์เรื่องนี้ รายละเอียดในส่วนใดจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาผู้หนึ่งผู้ใด ขอขอบคุณความดีนี้ให้กับบิดา มารดาผู้ซึ่งมีพระคุณสูงสุดในชีวิตและผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ รวมทั้งผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการค้นคว้า รวบรวมข้อมูล เพื่อให้ผู้ศึกษานำมาใช้ในการจัดทำเอกสาร ตลอดจน ผู้ที่ให้กำลังใจทุกท่าน ทั้งนี้หากยังมีข้อบกพร่องใด ๆ จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และจะนำไปเป็นแนวทางแก้ไขในการศึกษาในอนาคตต่อไป

นายปรมัตต์ปัญปรัชญ์ ต้องประสงค์

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
สารบัญ.....	ข
ส่วนที่หนึ่ง ส่วนนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและสภาพปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	5
1.3 คำถามในการทำสารนิพนธ์.....	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.5 กรอบความคิด.....	6
1.6 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	8
1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	9
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
1.9 วิธีการศึกษา.....	11
ส่วนที่สอง แนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์และบทวิจารณ์.....	13
2.1 แนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์.....	13
2.2 บทวิจารณ์ (Review).....	20
ส่วนที่สาม สื่อโลกกับสังคมในประเทศไทย.....	24
3.1 การทำงานของสื่อ.....	25
3.2 สื่อที่สำคัญในประเทศไทยและการนำเสนอ.....	31
3.3 ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสื่อในสังคมไทย.....	43
ส่วนที่สี่ บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	47

4.1 บทสรุปและการวิเคราะห์	47
4.2 ข้อเสนอแนะ	50
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก.....	55

เอกสารสำเนา

ส่วนที่หนึ่ง

ส่วนนำ

1.1 ความเป็นมาและสภาพปัญหา

ระบบระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ได้แตกสลายลงแล้ว ปรากฏการณ์ที่สามารถแสดงให้เห็นได้คือการที่สหภาพโซเวียต ซึ่งเป็นประเทศอภิมหาอำนาจมาตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองใหม่ ๆ ได้ล่มสลายลงในปี ค.ศ. 1991 พร้อม ๆ กับการล่มสลายของระบบการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ การล่มสลายที่มาจากปัญหาภายใน ที่รวมทั้งปัญหาทางการเมือง ระบบเศรษฐกิจ สภาพทางสังคมและปัญหาเชื้อชาติ ลักษณะที่สำคัญที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความขัดแย้งระหว่างตะวันตกกับตะวันออก¹ นั่นคือ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างสหภาพโซเวียตและรัฐบริวารฝ่ายหนึ่งกับสหรัฐอเมริกาและรัฐบริวารอีกฝ่ายหนึ่ง หรือเป็นอยู่ในช่วงยุคของสงครามเย็น นอกจากนี้ยังมีความขัดแย้งเหนือ-ใต้ ซึ่งมีบทบาทในระบบระหว่างประเทศน้อยกว่าประการแรกที่ได้กล่าวไว้แล้ว สำหรับความขัดแย้งตะวันตก-ตะวันออก ผู้นำสหภาพโซเวียตที่มีบทบาทในช่วงนั้นคือ นายมิกฮาอิล กอร์บาชอฟ ได้ทำการปรับปรุงนโยบายของประเทศอย่างขนานใหญ่ ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมากในสหภาพโซเวียต จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1989 จึงมีการเดินขบวนต่อต้านรัฐบาลคอมมิวนิสต์ที่ยุโรปตะวันออกในหลายประเทศจนถึงขั้นต้องยินยอมให้มีการเลือกตั้งทั่วไปขึ้นใหม่อีกเช่นกันในหลายประเทศเหล่านั้น และ ผลของการเลือกตั้งทั่วไปในหกประเทศปรากฏว่ารัฐบาลคอมมิวนิสต์พ่ายแพ้การเลือกตั้ง ไม่ว่าจะเป็น โปแลนด์ ฮังการี เชคโกสโลวะเกีย บัลแกเรีย เยอรมันตะวันออก และโรมาเนีย ซึ่งเหตุการณ์ในประเทศเยอรมันตะวันออกส่งผลให้กำแพงเบอร์ลินถูกทำลายลงด้วยเช่นกัน อิทธิพลของค่ายคอมมิวนิสต์ในการเป็นตัวแสดงที่กำหนดระบบการเมืองโลกหลังสงครามโลกครั้งที่สองจึงได้สิ้นสุดลง

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีใครคาดคิด และนำไปสู่การสิ้นสุดลงของสงครามเย็นที่ประเทศแถบยุโรปตะวันออก ตกอยู่ในฐานะบริวารของสหภาพโซเวียตนั้น เหตุการณ์ดังกล่าวยังนำไปสู่

¹ สมพงษ์ ชูมาก, ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบัน. พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: บริษัทด้านสหวิชาการพิมพ์ จำกัด, 2547) หน้า 469.

การรวมเยอรมนีตะวันตกกับเยอรมนีตะวันออก และได้ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจที่ประเทศในยุโรปตะวันตกจะให้แก่ประเทศในยุโรปตะวันออก ยังได้ส่งผลกระทบต่อองค์การสนธิสัญญาแอตแลนติกเหนือหรือนาโต้ (North Atlantic Treaty Organization – NATO) และองค์การสนธิสัญญาออร์ซอร์ ซึ่งมีการบีบบังคับให้ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องทำการประเมินผลประโยชน์ของตนในประเทศแถบยุโรปใหม่ เหตุการณ์ดังกล่าวได้สร้างความสับสนสะท้อนให้กับโครงสร้างของระบบระหว่างประเทศทั้งหมด ระบบระหว่างประเทศยุคหลังสงครามเย็นมีอยู่ด้วยกันหลายลักษณะตามแนวการประมวลที่ได้จากนักวิเคราะห์ ผู้กำหนดนโยบาย นักหนังสือพิมพ์ นักวิชาการ และผู้สังเกตการณ์ทั้งหลาย โดยมีแนวคิดใหญ่ ๆ ห้าแนวคิด อันได้แก่ ระบบขั้วเดียว (Unipolar) ระบบภูมิภาคนิยม (Regionalism) ระบบหลายขั้ว (Multipolar) แนวคิดว่าด้วยคลื่นลูกที่สาม (Third Wave) และแนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization)

ประเทศสหรัฐอเมริกา ทรงความเป็นอภิมหาอำนาจทางการทหารโดดเด่น เพียงประเทศเดียวอยู่หลายปี จนกระทั่งถึงวันที่ 11 กันยายน ค.ศ. 2001 ซึ่งเกิดเหตุการณ์การก่อการร้ายอย่างรุนแรง โดยเกิดเหตุการณ์อย่างคาดไม่ถึงต่อประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาเอง เป็นอภิมหาอำนาจอีกประเทศหนึ่ง แม้ยังคงมีเอกภาพและความเข้มแข็งทางการทหาร แต่ก็กำลังเผชิญกับปัญหาภายในกับปัญหาระหว่างประเทศหลายประการ ปัญหาภายในอันได้แก่ ปัญหาระบบเศรษฐกิจและปัญหาทางสังคมนานัปการที่บั่นทอนความเข้มแข็งของประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น การที่บริษัทใหญ่ ๆ ระดับระหว่างประเทศเช่น เวิร์ล คอม (WORLD COM) เอ็นรอน (ENRON) ไทโค (TYCO) โภบอล ครอสซิง (GLOBAL CROSSING) อิมโคลน (IMCLONE) และ อะเดลฟา (ADELPHA) ต้องล้มละลายลงซึ่งสร้างความเสียหายแก่บริษัทดังกล่าวอย่างใหญ่หลวง ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาอีกมาก ปัญหาในระดับระหว่างประเทศสำคัญ และสร้างความหนักใจให้แก่ สหรัฐอเมริกาอย่างยิ่ง ได้แก่ ภัยจากการก่อการร้ายระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและให้ความสนใจกับ แนวคิดโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งหมายถึง กระบวนการของการติดต่อสื่อสารกันที่เพิ่มขึ้นระหว่างสังคมต่าง ๆ เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในส่วนใดส่วนหนึ่งของโลกจะมีผลกระทบต่อประเทศชาติ ประชาชาติ และสังคมที่อยู่ไกลออกไปมากยิ่งขึ้น

โดย สมพงษ์ ชูมาก² ได้กล่าวเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ ไว้ว่า

“โลกยุคโลกาภิวัตน์ ก็คือ โลกที่เหตุการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และ สังคม มีความเชื่อมโยงกันมากยิ่งขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งสังคมต่าง ๆ จะถูกกระทบอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เหตุการณ์ที่ว่าอาจกล่าวสรุปง่าย ๆ ว่า มีอยู่ 3 อย่าง คือ เหตุการณ์ทางสังคม เหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ และเหตุการณ์ทางการเมือง เหตุการณ์เช่นว่าที่เกิดขึ้นประชาชนทั่วโลกและจำนวนมากขึ้นได้รับรู้ เพราะการติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็วทั่วโลก ทำให้โลกดูเหมือนเล็กลง ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต เวิร์ลด์ ไวด์ เวป (World Wide Web) อิเล็กทรอนิกส์เมลล์ (Electronic Mail) หรือโทรศัพท์ที่แพร่ภาพออกไปทั่วโลก หนังสือพิมพ์ที่จัดจำหน่ายทั่วโลก บริษัทข้ามชาติที่มีสาขาหรือบริษัทพันธมิตรอยู่ทั่วโลก สิ่งเหล่านี้ทำให้ลักษณะการเมืองโลกเปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นอยู่ก่อนหน้านี้”

โลกยุคไร้พรมแดน เป็นผลที่เกิดขึ้นตามมากับกระแสโลกาภิวัตน์ การที่ระบบเศรษฐกิจ การค้า และการเงินระหว่างประเทศ ข้าราชการไร้พรมแดน สภาพการณ์ที่ปรากฏขึ้นนี้สามารถมองได้ชัดขึ้นนับแต่ในทศวรรษที่ 1980 ทั้งนี้เพราะได้รับอิทธิพลมาจากการปฏิวัติทางระบบคอมพิวเตอร์ และระบบอิเล็กทรอนิกส์ ข้าราชการอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มช่องทางซึ่งมีผลทำให้การติดต่อสื่อสาร และการรับรู้ข่าวสารระหว่างประเทศต่าง ๆ ในทั่วทุกภูมิภาคของโลกถึงกันอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น การเคลื่อนไหวของเงินตราและทุนก็เป็นไปอย่างรวดเร็วทั่วโลก มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นมาก โดยมีช่องทางการทำงานที่สะดวกผ่านระบบเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ อีกทั้งประกอบกับกระบวนการด้านการผลิต และการค้าระหว่างประเทศเป็นไปตามหลักเศรษฐกิจระบบเสรีที่ให้การยอมรับกันทั่วโลก นั่นคือตามหลักเศรษฐกิจระบบเสรี และความก้าวหน้าของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย เศรษฐกิจการค้าและการเงินระหว่างประเทศจึงดำเนินไปโดยไร้พรมแดน ลักษณะเช่นนี้ทำให้สภาพของ “รัฐ” ไม่สามารถที่จะใช้อำนาจที่มีอยู่ควบคุมเศรษฐกิจการค้า การเงินและข่าวสารในพื้นที่อาณาเขตของตนได้อย่างเด็ดขาดเหมือนแต่ก่อนอีกต่อไปได้แล้ว สังคมโลกาภิวัตน์จึงเป็นเสมือนว่ากำลังได้ทำลายอำนาจอธิปไตยอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ของระบบภายในและระหว่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ทำให้รัฐต่าง ๆ ต้องปรับตัวกันอย่างขนานใหญ่ ในการปรับตัวครั้งนี้ก็เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นผู้นำของโลก บ้างก็เพื่อต้องการที่จะเลื่อนระดับหรือปรับสถานะภาพขึ้นเป็นผู้นำของโลก หรือการกลับเข้ามาเป็นผู้นำครั้งใหม่ของโลก และอีกส่วนหนึ่งก็เพื่อความอยู่รอด

² เรื่องเดียวกัน หน้า 497

ระบบสื่อโลกตามแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์³ (Robert McChesney) ได้กล่าวไว้ว่า

“ด้วยเหตุที่ ก่อนหน้านี้ ระบบสื่อหลักจะเป็นไปในระดับชาติเท่านั้น แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ระบบการตลาดของสื่อได้ถูกผนวกมาเป็นการตลาดสื่อพาณิชย์โลก... โดยมีสองประเด็นหลักที่น่าสนใจที่ไม่ซ้ำกันแต่มีด้านที่สัมพันธ์กันคือ หนึ่ง บริษัทสื่อหลักที่สำคัญอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกำลังขยายข้ามไปยังส่วนอื่นของโลกด้วยความรวดเร็วที่น่าเป็นอันตรายมาก จุดสำคัญคือศักยภาพในการเจริญเติบโตไปยังต่างประเทศและไม่มีกีดขวางโดยคู่แข่ง... สอง การผสมผสานรวบรวมสิ่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นลำดับที่สำคัญในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เป็นสิ่งที่กำลังให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และผู้ที่มิบทบาทหลักในอุตสาหกรรมสื่อดังกล่าว ที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในเครือของสื่อโลก โดยมีระดับของการรวมบริษัท หรือ การเข้าถือหุ้นกันอย่างมากมายจนเป็นที่น่ากลัวสำหรับบริษัทสื่อเล็ก ๆ อื่น ”

ในปัจจุบันโลกมีสื่อรูปแบบต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากหลาย นับจากสื่อเก่า ๆ ที่คุ้นเคย เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน หรือสื่อเฉพาะกิจเพื่อการประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงสื่อในรูปแบบที่เรียกกันว่า วัฒนธรรมแบบประชานิยม เช่น แฟชั่นการแต่งกาย และทรงผม ของเล่น ตุ๊กตา งานฉลองเทศกาล ฯลฯ จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจในกรอบความคิดที่ชัดเจน ซึ่งสื่อโลก ที่เกิดขึ้นจากสังคมตะวันตก ในรูปแบบที่หลากหลายได้มีการกระจายไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของโลก ติดไปพร้อมกับรูปแบบของตัวสื่อ ซึ่งประเทศไทย ก็เป็นรัฐหนึ่งในประชาคมโลก ที่ได้รับการถ่ายทอดของสื่อตามวาระต่าง ๆ เช่นกัน และก็มีโอกาสที่ซึมซับนำมาใช้ กับชีวิตประจำวันและสังคม

จากความเป็นมาข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา สื่อโลกกับประเทศไทย โดยศึกษากรณีแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์ ที่ได้อธิบายถึง บทบาท การขยายอิทธิพลของสื่อโลกไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลายรูปแบบ โดยบริษัทขนาดใหญ่ที่เป็นเจ้าของปัจจัยในการผลิต และการร่วมทุนลงทุนผ่านช่องทางสื่อที่มีอยู่ โดยศึกษากรณีของประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษามีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป เพราะได้มอง และคิดจากสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นจากข้อมูลและความเป็นจริงแล้ว ไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ให้ไว้ จึงต้องทำการศึกษาและหาข้อมูลสนับสนุน ในการศึกษาครั้งนี้โดยหาคำตอบเพื่อยืนยันคำตอบจากคำถามที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยครั้งนี้

³ Robert McChesney. “Global Media, Neoliberalism and Imperialism”, Monthly Review, vol 52 n10 (March 2001) [Online]. Available from: <http://www.globalresearch.org/view-article.php?aid=114907024> [2005, July 10].

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อทราบถึงการทำงานของระบบสื่อโลก การแพร่กระจายของสื่อ
- 1.2.2 เพื่อทราบถึงแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อโลก
- 1.2.3 เพื่อทราบถึงข้อมูลที่ปรากฏเกี่ยวกับการบริโภคสื่อภายใน และภายนอกของประชาชนในประเทศไทย
- 1.2.4 เพื่อทราบถึงกระบวนการและทิศทางที่เกิดขึ้นของสื่อต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
- 1.2.5 เพื่อทราบถึงบทบาทของสื่อตะวันตกที่มีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนนั้นมีบทบาทต่อทิศทางสื่อของประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร

1.3 คำถามในการทำสารนิพนธ์

จากแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ที่ว่า “บริษัทเจ้าของสื่อขนาดใหญ่ ในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งถือเป็นตัวแทนของตะวันตก ได้ผสมผสานเทคโนโลยีและการนำเสนอสื่อเข้าไว้ด้วยกัน ขยายอิทธิพลไปตามช่องทางต่าง ๆ เข้าสู่ในแต่ละภูมิภาค” ทำให้ต้องตั้งคำถามว่า การวิเคราะห์ตามแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ไม่สอดคล้องเป็นจริงกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นกับคนในสังคมประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการศึกษา

- 1.4.1 มุ่งศึกษาความสำคัญของสื่อ ประเภทสื่อในประเทศไทย และสื่อโลก
- 1.4.2 มุ่งศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์

1.4.3 มุ่งศึกษาขั้นตอนวิธีการ แนวทาง ทิศทางการของสื่อในประเทศไทยกับสื่อโลก

1.5 กรอบความคิด

ในการศึกษาครั้งนี้จะมีองค์ประกอบใช้เพื่อเป็นกรอบในการนำเสนอแนวคิดดังนี้

1.5.1 แนวคิดเสรีนิยมใหม่

เสรีนิยมใหม่⁴ (Neo-liberalism) เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายทางเศรษฐศาสตร์ แต่ส่วนใหญ่จะทำให้เกิดสภาพที่คนรวยมีสถานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและคนจนก็ยิ่งจนลง

เสรีนิยม (Liberalism) จะกล่าวถึง รัฐศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ หรือความคิดทางภูมิภาค ในการเมืองของสหรัฐอเมริกาจะมองว่าการเป็นยุทธศาสตร์สำหรับป้องกันความขัดแย้งทางสังคม

ใหม่ (Neo) หมายถึง การกล่าวถึงเกี่ยวกับชนิดใหม่ของเสรีนิยม เศรษฐศาสตร์ในแบบเสรีนิยมกลายเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมเมื่อ อัดัม สมิท นักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษ ที่ถูกตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1776 ชื่อว่า “The Wealth of Nations” โดยใจความสำคัญ เกี่ยวข้องกับทางเศรษฐศาสตร์ เกี่ยวข้องกับการหวงห้ามทางการผลิต อุปสรรคที่กีดกันสำหรับการค้า ไม่มีภาษีหรือค่าธรรมเนียม โดยกล่าวว่าการค้าเสรีเป็นหนทางที่ดีที่สุดสำหรับเศรษฐกิจในชาติเพื่อการพัฒนา

เศรษฐกิจแบบเสรีนิยมมีอยู่ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา ในช่วงศตวรรษที่ 18 และต้นศตวรรษที่ 19 จากนั้นในช่วง ค.ศ. 1930 จอห์น เมย์นาร์ด เคนส์ (John Maynard Keynes) ได้กล่าวถึงเสรีนิยมในลักษณะที่เป็นนโยบายที่ดีที่สุดสำหรับทุนนิยม ส่วนประกอบที่สำคัญคือ การจ้างงานเป็นส่วนที่จำเป็นสำหรับทุนนิยมเพื่อให้สามารถเติบโตขึ้นและสามารถบรรลุเป้าหมายเมื่อรัฐบาลและธนาคารกลางเข้ามาแทรกแซงเพื่อเพิ่มการจ้างงาน

⁴Elizabeth Martinez and Arnoldo García. “What is Neo-Liberalism” ? [Online] . Available from: <http://www.globalexchange.org/campaigns/econ101/neoliberalDefined.html> [2005, July 10].

หลังจากเกิดวิกฤติทางด้านทุนนิยมกว่า 25 ปีที่ผ่านมา การลดลงของอัตรากำไร และมีความหวังที่จะทำให้บริษัทต่าง ๆ ฟื้นฟูจากสภาพเสรีทางเศรษฐกิจที่ได้ตกต่ำไป จึงได้เกิดมีการใช้คำว่า “Neo” ซึ่งหมายถึงใหม่ ซึ่งได้กลายเป็นโลกาภิวัตน์ของเศรษฐกิจทุนนิยม นับจากนั้นมาจะมีการพบเห็น Neo-liberalism โดยทั่วไป

โดยเนื้อหาประเด็นหลักจะกล่าวถึง

1) กลไกตลาด (The Rule of the Market) โดยเน้นในเรื่องของ เสรี ในการดำเนินธุรกิจของการประกอบการต่าง ๆ หรือจากธุรกิจที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ มีการส่งเสริมด้านการค้า การลงทุนจากต่างประเทศ เช่นใน NAFTA ลดค่าจ้างแรงงานโดยปฏิรูปสภาพแรงงานลดสิทธิของแรงงาน ไม่ให้มีการควบคุมราคา ให้มีเสรีภาพของการขับเคลื่อนของทุน สินค้าและการบริการ โดยกล่าวว่า “การลดข้อบังคับทางการตลาดเป็นทางที่ดีที่สุดต่ออัตราการเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อประโยชน์ให้กับทุก ๆ คน”

2) ตัดค่าใช้จ่ายสำหรับการสาธารณะที่ให้บริการด้านสังคม (Cutting Public Expenditure for Social Services) เช่น การศึกษา การบริการด้านสุขภาพ และการสาธารณะประโยชน์อื่น ๆ

3) การผ่อนคลายและการลดการควบคุม (Deregulation) ลดกฎระเบียบของรัฐบาลในทุกเรื่อง ที่จะทำให้กำไรลดลง ที่รวมถึงการป้องกันสภาพแวดล้อม และผลประโยชน์ทางด้านภาษีสำหรับธุรกิจ

4) การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) ขายหน่วยงานที่เป็นของรัฐ สินค้าและบริการสำหรับนักลงทุนอิสระ ซึ่งรวมถึงธนาคาร อุตสาหกรรมหลัก เส้นทางเดินรถไฟ ทางด่วน การไฟฟ้า โรงเรียน โรงพยาบาล และการประปา เพื่อทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือการดำเนินการให้มีการจ่ายมากขึ้นสำหรับการบริการสาธารณะ

5) ลดแนวคิดในเรื่องของ สินค้าสาธารณะ หรือชุมชน โดยถูกแทนที่ด้วย ความรับผิดชอบส่วนบุคคล สร้างความกดดันให้คนจนมีการตื่นตัวในสังคมเพื่อคิดหาวิธีการแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดความขาดแคลน หรือความสนใจทางด้านสุขภาพ การศึกษา และความมั่นคงทางสังคมด้วยตนเองมากขึ้น

1.5.2 ทฤษฎีระบบโลก (World System Theory)⁵

ทฤษฎีระบบโลกเป็นการที่พยายามใช้แนวคิดของมาร์กซ์มาวิเคราะห์ ในขอบเขตของความสัมพันธระหว่างประเทศ ก็คือ ผลงานการวิเคราะห์วิจารณ์ลัทธิจักรวรรดินิยม (Imperialism) ตามความเห็นของ วอลเล่อร์ สไตน์ (Waller Stein) ระบบโลกใหม่คือ ระบบทุนนิยม โดยให้ความหมายของคำว่า Capitalism คือ “ระบบการผลิตเพื่อขายในตลาดเพื่อกำไร และการถือเอากำไรเป็นของตนในฐานะปัจเจกบุคคล หรือการเป็นเจ้าของร่วมกัน” โดยสมพงษ์ ชูமாக⁶ เขียนไว้ในหนังสือ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบันว่า

“ทฤษฎีระบบโลกสมัยใหม่ ยืนยันว่าลักษณะที่สำคัญที่สุดของการเมืองโลก (World politics) ก็คือว่าการเมืองโลกเกิดขึ้นภายในกรอบของเศรษฐกิจทุนนิยมโลก (World capitalist economy) และในเศรษฐกิจโลกแบบทุนนิยม ตัวแสดงที่สำคัญที่สุดไม่ใช่รัฐ (States) แต่เป็นชนชั้น (Classes) และพฤติกรรมของตัวแสดงอื่น ๆ สามารถอธิบายได้จากพลังอำนาจของชนชั้น (Class forces) เพราะฉะนั้น รัฐทั้งหลายก็ดี บริษัทข้ามชาติทั้งหลายก็ดี และแม้แต่องค์กรระหว่างประเทศก็เป็นตัวแทนของผลประโยชน์ของชนชั้นที่มีอำนาจในระบบเศรษฐกิจโลก”

1.6 ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำสารนิพนธ์ศึกษาข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และเอกสารข้อมูลประกอบการทำสารนิพนธ์ลักษณะออนไลน์จำนวนหนึ่ง ซึ่งข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงโดยตลอด ดังนั้น อาจจะใช้ข้อมูลที่อ้างอิงเป็นช่วงของเวลา และใช้ช่วงเวลาเป็นหลักในการพิจารณาวิเคราะห์ สรุปสาระ ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลไม่ทันสมัยตามสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ในขณะที่สารนิพนธ์นี้ได้ถูกนำเสนอเรียบร้อยแล้ว แต่ก็สามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้ได้

⁵ John Baylis and Steve Smith (editors), *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, (Oxford: Oxford University Press, 1999), p. 5 and pp. 128-134.

⁶ สมพงษ์ ชูமாக, *ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบัน*. พิมพ์ครั้งที่ 3, หน้า 79.

1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1.7.1 **สื่อโลก** หมายถึง แนวคิดสื่อเสรี สื่อที่แสดงออกในรูปของ เนื้อหา ธุรกิจบันเทิง และการนำเสนอข่าวสาร ภาพของสื่อโลกมีบทบาท และมีอิทธิพลอย่างมากต่อรูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอของสื่อในสังคมต่าง ๆ อาทิ การครอบงำทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และ การใช้ชีวิต

1.7.2 **สถานภาพ** หมายถึง ตำแหน่งที่บุคคลได้รับจากการเป็นสมาชิกของสังคม แบ่งออกเป็นสถานภาพที่ได้มาโดยกำเนิด เช่น พ่อ แม่ ลูก หลาน คนไทย เป็นต้น และสถานภาพทางสังคม เช่น ครู อาจารย์ นักเรียน นิสิต นักศึกษา แพทย์ เป็นต้น

1.7.3 **บทบาท** หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่ถูกผู้อื่นคาดหวังว่าจะต้องแสดงออกให้สอดคล้องเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานของบุคคลนั้น (Webber: 1947) หรือ การปฏิบัติตามสิทธิหน้าที่อันเนื่องมาจากสถานภาพของบุคคล เนื่องจากบุคคลมีหลายสถานภาพ ในคนคนเดียว ฉะนั้น บทบาทของบุคคลจึงต้องปฏิบัติตามสถานภาพในสถานการณ์ตามสถานภาพนั้น ๆ

1.7.4 **สิทธิ** หมายถึง อำนาจหรือผลประโยชน์ของบุคคลที่กฎหมายให้ความคุ้มครอง เช่น สิทธิเลือกตั้ง กฎหมายกำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์มีคุณสมบัติถูกต้องตามกฎหมายมีสิทธิเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.7.5 **เสรีภาพ** หมายถึง ความมีอิสระในการกระทำของบุคคลที่อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย เช่น เสรีภาพในการพูด การเขียน การศึกษา เป็นต้น

1.7.6 **หน้าที่** หมายถึง ภาระรับผิดชอบของบุคคลที่จะต้องปฏิบัติ เช่น หน้าที่ของบิดาที่มีต่อบุตร อาจารย์ที่มีต่อศิษย์ แพทย์ต่อผู้ป่วย เป็นต้น

1.7.7 **สิ่งแวดล้อม** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพและชีวภาพที่อยู่รอบตัวมนุษย์ซึ่งเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์ได้ทำขึ้น

1.7.8 **อิทธิพล** หมายถึง สิ่งที่เกิดผลต่อหน่วยใดหน่วยหนึ่ง ซึ่งตกเป็นเป้าของการใช้อิทธิพลนั้น กระบวนการที่ใช้อิทธิพลเพื่อให้เกิดผลต่อเป้าหมายได้ในหลายรูปแบบ เป้าก็มีหลายรูปแบบเช่นกัน เช่น เป็นคน สิ่งของหรือเหตุการณ์ และในส่วนของบุคคลนั้นการมีอิทธิพลก็เป็นไปได้ ตั้งแต่การมีเนื้อเจตคติ การรับรู้ พฤติกรรมหรือหลายอย่างผสมผสานกัน ยิ่งไปกว่านั้นการใช้อิทธิพลอาจก่อให้เกิดผลตามที่ตั้งใจไว้หรืออาจก่อให้เกิดผลอย่างอื่นซึ่งไม่ได้ตั้งใจไว้ก็เป็นได้ และในบางกรณีการใช้อิทธิพลก็แข็งพอที่จะทำให้บุคคลรู้สึกว่าคุณควบคุมแต่บางครั้งก็อ่อนจนกระทั่งทำให้รู้สึกว่าคุณกดดัน แต่ก็ไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น

1.7.9 **การบริโภค** หมายถึง การได้รับประโยชน์หรือความพอใจจากการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การรับประทานอาหาร การฟังรายการวิทยุ ดูรายการโทรทัศน์ การใช้งานสื่ออินเทอร์เน็ต การอ่านหนังสือ การรับรู้สารจากสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะการแพร่ขยายของสื่อโลกที่มาในรูปแบบต่าง ๆ และไปตามช่องทางการนำเสนอที่แตกต่างกันไป

1.8.2 ทำให้ทราบและเข้าใจทิศทางการเข้ามาของสื่อตะวันตกตามรูปแบบของการส่งสาร การรับสารและตัวสื่อตามแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์ และนักคิด นักวิชาการอื่น ๆ ที่ได้มีกรอบทบทวนแนวคิดดังกล่าว

1.8.3 ใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับการขยายบทบาทของสื่อ และการยอมรับในสังคมแต่ละภูมิภาคโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของสื่อในประเทศไทย ผู้ผลิต และเจ้าของสื่อในประเทศไทย รวมทั้งข้อมูลด้านการสัมปทานช่องสัญญาณการสื่อสารในประเทศไทย

1.9 วิธีการศึกษา

การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analytical Method) ประกอบกับการอธิบาย โดยอาศัยข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้ในการศึกษา 2 ประเภท คือ

1.9.1 ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมของคนเพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงนัยทั่วไปที่เป็นเหตุผล พิสูจน์หรืออ้างอิงได้ ซึ่งจะนำไปใช้อธิบายหรือทำนายเนื่องจาก (1) ความพยายามในการวัดพฤติกรรมของคนออกมาเป็นตัวเลข ด้วยกระบวนการที่เรียกว่า การนิยามเชิงปฏิบัติและการวัดเป็นค่าเชิงปริมาณ (2) การใช้ข้อมูลตัวเลขเพื่อตอบคำถามวิจัยและสนับสนุนสมมติฐาน ซึ่งในขั้นตอนนี้มีการพัฒนาระบบวิธีทางสถิติอย่างมาก (3) การลงข้อสรุป โดยจะใช้วิธีการสำรวจ โดยจะใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม เพื่อทำการสรุปให้ได้ข้อมูล โดยการวัดคุณภาพจะขึ้นอยู่กับ ความเที่ยงตรง (Validity) ความเป็นภาวะวิจัย (Objectivity) และความเชื่อถือได้ (Reliability)

1.9.2 ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น วารสาร หนังสือ หนังสือพิมพ์ สารนิพนธ์ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ โดยจะนำปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสังคม ภาพรวมของความเป็นไปในสังคมและโลกรอบตัว ถือว่าความรู้ ความจริง โดยอาศัยการตีความจากข้อมูลที่รวบรวมได้ในส่วนของข้อมูลทุติยภูมิ

โดยสรุปการศึกษาครั้งนี้จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อยืนยันให้เห็นถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น และ/หรือ รูปแบบของการบริโภคสื่อ การยอมรับที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน เพื่อให้ข้อมูลที่รวบรวมได้หรือผลสรุปของงานวิจัยได้รับความน่าเชื่อถือ มีน้ำหนักมากขึ้น

1.9.3 การรวบรวมข้อมูล

1.9.3.1 ผู้ทำการศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากเอกสารที่แสดงถึง ข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยรวบรวมจากข้อมูลในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก เช่น งานวิจัย สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสื่อของคนในสังคมจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยอื่น และ/หรือ งานวิจัยของหน่วยงาน บริษัท หรือ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

1.9.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการสอบถามข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อ และอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลง ทักษะที่เกิดขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้นกับคำถามของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ และทิศทางที่ดำเนินการหาข้อมูลเพื่อนำเสนอ

1.9.3.3 เอกสารอ้างอิง เช่น เอกสารการวิจัย เอกสารที่ได้ทางอินเทอร์เน็ต เอกสารโครงสร้างของหน่วยงาน และรายงานข้อมูล สถิติ การบริโภคสื่อ ความสนใจ การให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ

1.9.3.4 หนังสือ วารสาร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ บทความที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การใช้สื่อ

ส่วนที่สอง

แนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์และบทวิจารณ์

ในส่วนนี้จะอธิบายถึง รายละเอียดที่เป็นส่วนประกอบตามแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการอธิบายแบ่งเป็นส่วนย่อยดังนี้ หนึ่ง ภูมิหลัง สอง ระบบของสื่อโลก สาม สื่อโลกกับประชาธิปไตยแบบเสรีนิยมใหม่ สี่ สื่อโลกกับจักรวรรดินิยม สุดท้าย ความเป็นไปได้ในอนาคตและบทวิจารณ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในแนวคิดดังกล่าว ที่เกิดขึ้นต่อการก้าวข้ามผ่านของสื่อไปยังภูมิภาคของโลกในรูปแบบที่แตกต่างกันไป และการวิจารณ์แนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์ที่เกิดขึ้น โดยนักวิชาการ และผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวกับข้อสื่อโลก ในกลุ่มประเทศตะวันตก ดังจะแสดงต่อไปนี้

2.1 แนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนย์⁷

2.1.1 ภูมิหลัง (Background)

โรเบิร์ต แมคเชสเนย์ (Robert McChesney) เป็นศาสตราจารย์ทางด้านการศึกษาที่มหาวิทยาลัยอินเดียนา เป็นผู้นำในกลุ่มของนักวิเคราะห์สื่อและเป็นผู้แต่งหนังสือที่เกี่ยวข้องกับสื่อเป็นจำนวนมาก รวมถึงเรื่อง “การร่ำรวยขึ้นของสื่อ และการยากจนของประชาธิปไตย ได้อธิบายถึงการสื่อสารทางการเมืองในช่วงเวลาที่ไม่นั่นอน (Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times)” เอกสารชิ้นนี้ได้ถูกตีพิมพ์ครั้งแรก โดยกลุ่มนักวิจารณ์บทความทางสังคมศาสตร์ ระหว่างประเทศ ช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน ค.ศ. 2001

ในช่วงยุคปัจจุบันนี้ได้ถูกจัดให้อยู่ในช่วงของโลกาภิวัตน์ การปฏิวัติทางเทคโนโลยี และการทำให้เป็นระบบการปกครองเป็นแบบประชาธิปไตย ในทั้งสามหัวข้อที่กล่าวมานี้ คือ “สื่อ” และ “การสื่อสาร” เป็นตัวแสดงที่มีบทบาทสำคัญ เป็นศูนย์กลาง โดยมีส่วนในการกำหนดบทบาทโลกาภิวัตน์ในระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมจะเป็นไปไม่ได้ถ้าปราศจากระบบสื่อพาณิชย์โลก เพื่อส่งเสริมการ

⁷ แปลจาก Robert McChesney. “Global Media, Neoliberalism and Imperialism” Monthly Review, vol 52 n10 (March 2001) [Online]. Available from: http://www.globalresearch.org/view_article.php?aid=114907024 [2005, July 10].

ตลาดโลก กระตุ้นมูลค่าของผู้บริโภค และปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการปฏิวัติทางเทคโนโลยี ก็คือรากฐานการพัฒนาในการสื่อสารรูปแบบดิจิทัลและระบบคอมพิวเตอร์

สำหรับผู้ที่ทำให้การส่งเสริมทุนนิยม อย่าง โทมัส ฟรีดแมน (Thomas Friedman) แห่งนิวยอร์ก ไทม์ นั้นให้ข้อเสนอว่า ขณะนี้มนุษยชาติกำลังเข้าสู่ในยุคทอง กล่าวคือ “สิ่งที่ทุกคนต้องทำคือ นั่งอยู่ข้างหลัง หดปาก และการจับจ่ายใช้สอย โดยให้ตลาดและเทคโนโลยีทำหน้าที่ของมัน” สำหรับนักสังคมศาสตร์ และผู้ที่ให้การยอมรับในมูลฐานของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ได้อธิบายและขออ้างสิทธิจากสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นด้วยความสงสัยที่จะเกิดขึ้นมาากนี้ ด้วยเช่นเดียวกัน สำหรับความเห็นของ โรเบิร์ต แมคเคซีสนีย์นั้น ความคิดเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์เป็นสิ่งที่มีการอธิบายโดยทั่วไปในเรื่องกับธรรมชาติ และแรงขับที่มีพลังโดยไม่ยอมผ่อนปรน หรือยั้งหยุดในการเปลี่ยนแปลง อาทิ ความเป็นทุนนิยมตามสภาพที่เป็นอยู่ ที่มีการนำไปใช้แบบผิดพลาดและมีความเป็นอุดมคติในการนำเสนอรูปแบบวาระสมัยที่ดีกว่านั้นควรเป็นแบบ “เสรีนิยมใหม่” ซึ่งหมายรวมถึงกลุ่มของนโยบายระดับชาติและในระดับระหว่างประเทศ หรือเรียกว่า การมีอิทธิพลครอบงำทางธุรกิจ เสรีนิยมใหม่เป็นแนวทางที่ผสมผสานกันระหว่างแนวความเชื่ออย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับความสามารถของตลาดที่ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีกว่าแนวทางอื่น ๆ สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของนโยบายเสรีนิยมใหม่ที่คงที่ ไม่เคยเปลี่ยนแปลงก็คือ สื่อพาณิชย์และการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจะต้องมีการผ่อนปรนและลดการควบคุม (Deregulation)

โดยต่อจากนี้โรเบิร์ต แมคเคซีสนีย์จะอธิบายโครงสร้างของพัฒนาการและโครงสร้างที่เกิดขึ้น ในการผนวกรวมของระบบสื่อโลก และเศรษฐศาสตร์การเมืองที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีความเชื่อที่ว่าเมื่อเข้าไปใกล้ชิดกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อโลกร่วมสมัย และอุตสาหกรรมสื่อสาร จะทำให้สามารถเข้าใจได้มากขึ้นและรู้ถึงทิศทางและสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงยุคสมัยต่าง ๆ ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เป็นแนวทางรายละเอียดในการที่นักสังคมศาสตร์ต้องมี กระบวนการในการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพและให้เกิดความยุติธรรมทางสังคม และคุณค่าในระบอบประชาธิปไตย

2.1.2 ระบบสื่อโลก (The Global Media System)

ด้วยเหตุที่ก่อนหน้านี้ ระบบสื่อหลักจะเป็นไปในระดับชาติเท่านั้น แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ระบบการตลาดของสื่อได้ถูกผนวกรวมมาเป็นการตลาดสื่อพาณิชย์โลก สำหรับตลาดผู้ขายน้อยราย

ของโลกมีสองประเด็นหลักที่น่าสนใจที่ไม่ซ้ำกันแต่มีด้านที่สัมพันธ์กันคือ หนึ่ง บริษัทสื่อหลักที่สำคัญอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกำลังขยายการกระจายข้ามไปยังส่วนอื่นของโลกด้วยความรวดเร็วที่น่าเป็นอันตรายน่ามาก จุดสำคัญคือศักยภาพในการเจริญเติบโตไปยังต่างประเทศและไม่มีกีดขวางโดยคู่แข่งชั้นนับแต่ตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับการพัฒนาที่ดีขึ้นและยินยอมให้มีการขยายทางการตลาดเพิ่มขึ้น สอง การผสมผสานรวบรวมสิ่งต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นลำดับที่สำคัญในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เป็นสิ่งที่กำลังให้ความสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ และผู้ที่มีบทบาทหลักในอุตสาหกรรมสื่อดังกล่าว ที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในเครือของสื่อโลก โดยมีระดับของการรวมบริษัท หรือ การเข้าร่วมถือหุ้นกันอย่างมากมายจนเป็นที่น่ากลัวสำหรับบริษัทสื่อที่มีขนาดเล็ก ๆ อื่น

ในช่วงระยะเวลาอันสั้น การตลาดของสื่อโลกได้ถูกครอบครองโดยบริษัทข้ามชาติ 7 บริษัท ได้แก่ ดิสนีย์ (Disney) อเมริกานออนไลน์ ไทม์ วอร์เนอร์ (AOL Time Warner) โซนี่ (Sony) นิวส์ คอร์ปอเรชัน (News Corporation) เวียคอม (Viacom) วิเวินดี (Vivendi) และ เบร์เทิลแมนน์ (Bertelsmann) รูปแบบการดำเนินการของบริษัทจะแตกต่างจากเมื่อ 15 ปีก่อนหน้านี้ โดยสถานะที่เปลี่ยนไปของบริษัทเหล่านี้ได้ถูกจัดไว้ในอันดับบริษัทที่มีขนาดใหญ่ และการดำเนินธุรกิจในฐานะที่เป็นธุรกิจที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสถาบันการเงิน โดยจากทั้งเจ็ดบริษัทข้างต้น มีเพียงสามบริษัทเท่านั้นที่เป็นของสหรัฐอเมริกาจริง ๆ แต่อย่างไรก็ตามที่เหลือนั้นก็มีศูนย์กลางการปฏิบัติงานอยู่ในสหรัฐฯ และมีสถานที่ถ่ายทำอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีบริษัทที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา และมีบริษัทจำนวนไม่น้อยที่มีอำนาจควบคุมถึงร้อยละ 80-85 ของตลาดดนตรีโลก มีศักยภาพที่เหนือกว่าในเรื่องของการกระจายสัญญาณดาวเทียม จำนวนร้อยละอย่างมีนัยสำคัญของจำนวนการพิมพ์หนังสือและนิตยสาร โดยทั้งหมดนี้หรือบางส่วนเกี่ยวข้องกับการพาณิชย์ของสัญญาณเคเบิลโทรทัศน์ ในสหรัฐอเมริกา และกระจายไปทั่วโลก และสิ่งที่กระจายสู่ภูมิภาคยุโรปและให้ความสำคัญเพิ่มยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ

การเข้าถึงของสื่อในแต่ละที่นั้นยังเป็นคำถามว่าเข้าไปได้อย่างไร คำตอบที่สามารถอธิบายได้ทั่วไปอย่างเป็นรูปธรรมก็คือ “เทคโนโลยี” นั่นเอง เช่น การพิสูจน์ได้ว่ามูลฐานของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้จักรวรรดิสื่อโลกมีความเป็นไปได้อย่างไร และให้ผลตอบแทนที่ติดอยุ่ไม่คาดคิดไว้ นับแต่ในอดีต นี่ก็เป็นลักษณะเหมือนกับการขยายตัวของเทคโนโลยีในกระแสโลกาภิวัตน์นั่นเอง ซึ่งก็เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นที่แสดงความสำคัญ และยังมีแรงขับที่ทำงานอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้งที่สำคัญ

ด้วยเช่นกัน นั่นก็คือ ผลกำไรในเศรษฐกิจทุนนิยม ที่ซึ่งประยุกต์แรงขับสำหรับการผ่อนปรนกฎระเบียบของเสรีนิยมใหม่ ในความหมายของสื่อตนเอง หมายถึงการที่มีสถานะของการผ่อนคลายเป็นหรือลดอุปสรรค และสิ่งที่กีดขวางสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพาณิชย์ที่เป็นประโยชน์ส่วนตน และมีการรวมกลุ่มเข้าไว้ด้วยกันของเจ้าของสื่อ

เมื่อมีการผ่อนปรนกฎระเบียบระดับชาติของสื่อเพิ่มขึ้น เช่น ในสหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ซึ่งอยู่ภายใต้มาตรการโลกที่มีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ (North American Free Trade Agreement – NAFTA) ที่สร้างขึ้นโดยองค์การการค้าโลก (World Trade Organization – WTO) โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นพื้นฐานของการลงทุน และการซื้อขายโดยบริษัทข้ามชาติ ในตลาดระดับภูมิภาคและตลาดโลก ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานนำไปสู่การสร้างระบบสื่อโลก ที่ถูกครอบงำโดยกลุ่มบริษัทในเครือตามที่ได้เคยกล่าวมาแล้ว โดยระบบนั้นมีตรรกะในตัวเองที่ว่า บริษัทต้องมีการขยายขนาดที่ใหญ่ขึ้น มีความหลากหลายเพื่อลดความเสี่ยง ส่งเสริมการสร้างกำไรเพื่อโอกาสของธุรกิจ และต้องมีการสนับสนุนทั้งสองส่วนที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อไม่ให้มีการขัดขวางโดยคู่แข่ง

บางทีหนทางที่ดีที่สุดที่จะทำให้เข้าใจ ระบบการพาณิชย์สื่อโลกอย่างใกล้ชิดในการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลกทุนนิยมแบบเสรีนิยมใหม่ก็คือ การพิจารณาบทบาทของโฆษณา ค่าโฆษณา เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจของบริษัทใหญ่ ๆ จำนวนมาก ระบบสื่อพาณิชย์ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการถ่ายทอดข้อมูลสินค้าทางการตลาดของธุรกิจที่มีการซื้อขายข้ามโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นจะเกิดไม่ได้ถ้าปราศจากสิ่งเหล่านี้ โดยสื่อที่เกิดขึ้นมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่สำคัญในอัตรามากกว่าสองเท่าของอัตราผลิตภัณฑ์มวลรวม

ระบบสื่อโลกเป็นส่วนหนึ่งของการการแข่งขัน ในความรู้สึกรู้สึกของระบบเศรษฐกิจที่มีความหมาย บริษัทสื่อยักษ์ใหญ่หลาย ๆ บริษัทมีผู้ถือหุ้นหลักที่เป็นกลุ่มคนเดียวกัน มีลักษณะเหมือนการเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อื่น ๆ ด้วยและเป็นผู้บริหารร่วมกัน เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของ 50 บริษัทสื่อลำดับต้น ๆ จากการจัดอันดับเป็นที่สังเกตได้ว่า มีพฤติกรรมรวมบริษัท และการเป็นเจ้าของข้ามบริษัท ซึ่งทำให้เกิดความสับสนอยู่ไม่น้อยทีเดียวสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง

การประสานงานกันภายใต้สถานะจิตสำนึกนั้น ไม่ง่ายนักสำหรับผลกระทบจากพฤติกรรมมนุษย์ในระบบเศรษฐศาสตร์ ส่งผลให้บริษัทสื่อยักษ์ใหญ่ต่าง ๆ ทำหน้าที่ในการชี้ชวนทางการ

เมืองในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับโลก ระบบสื่อโลกไม่ได้เป็นผลมาจาก “ตลาดเสรี” หรือ กฎ
ธรรมชาติ มันเป็นผลมาจากจำนวนนโยบายที่เกิดจากรัฐให้ความสำคัญและได้กำหนดหรือสร้างนโยบาย
ขึ้น บริษัทสื่อยักษ์ใหญ่ มีผลอย่างมากในการเอื้อมือเข้าไปเกี่ยวข้องกับการร่างของกฎหมายและ
กฎระเบียบข้อบังคับ และแนวโน้มของระบบข้อมูลสาธารณะที่มีการนำเข้ามาจำนวนน้อยหรือไม่มีเลย ใน
ประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทสื่อที่มีความสามารถในการซื้อขวนเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในทางที่ไม่ดี ในเรื่อง
ความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและใช้ประโยชน์ทางการเมืองของพวกเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าคู่
ต่อสู้ไม่มีอำนาจที่เหนือกว่า โดยส่วนที่กำลังให้ความสนใจอยู่นั้นเรียกว่า “ผลประโยชน์สาธารณะ
(Public Interest)”

ท้ายนี้จะกล่าวถึง อินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก
และเป็นช่องทางที่กว้างขวางทางการสื่อสาร การสื่อสารอินเทอร์เน็ตได้เพิ่มขึ้นและกลายเป็นส่วนหนึ่งของ
สื่อและโทรคมนาคม การผสมผสานเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยเกิดลักษณะของการรวมกัน
ระหว่างบริษัทสื่อโดยทั่วไปกับบริษัทโทรคมนาคม โดยแต่ละส่วนเกี่ยวข้องกันกับระบบอินเทอร์เน็ตและ
บริษัทคอมพิวเตอร์ ตัวอย่าง บริษัท ไมโครซอฟต์ เอโอแอล เอทีแอนด์ที และเทเลโฟนิกา เป็นบริษัทที่มี
บทบาทที่สำคัญในสิทธิที่ได้รับ และเป็นไปได้อย่างยิ่งที่จะกล่าวได้ว่าระบบสื่อโลกเป็นกระบวนการที่
ผสมผสานระหว่างสื่อโทรคมนาคมกับอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ที่เป็นตัวรวมระบบการสื่อสารโลกเข้าไว้
ด้วยกัน โดยมีความเชื่อที่ว่า อินเทอร์เน็ตจะทำให้หลายคนรู้สึกถึงว่าเป็นช่องทางที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย
และยอมอนุญาตให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิผล แม้ว่าระบบอินเทอร์เน็ตจะนำเสนอในสิ่งที่พิเศษต่าง ๆ
เป็นจำนวนมาก แต่ด้วยตัวมันเองก็ไม่สามารถที่จะล้มล้างอำนาจของบริษัทสื่อยักษ์ใหญ่ได้

2.1.3 สื่อโลกและประชาธิปไตยแบบเสรีนิยมใหม่ (Global Media and Neoliberal Democracy)

ตามที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของระบบสื่อโลกที่ได้สร้างขึ้น การขยายตัวของสื่อ
โลก และ ตลาดในระดับภูมิภาคสำหรับสินค้าและบริการที่ได้รับจะถูกเสนอขายโดยบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ การผสมผสานนี้รวมถึงส่วนสำคัญในเรื่องของวัฒนธรรมและการเมือง และเกี่ยวข้องกันอย่างยิ่งกับ
การเมืองประชาธิปไตย จักรวรรดินิยม และธรรมชาติของสังคมนิยม โดยต่อไปนี้จะเห็นข้อคิดเห็นใน
เนื้อหาดังกล่าว

ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาธิปไตยกล่าวถึง การผสมผสานในส่วนต่าง ๆ ของสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบสื่อหลักนั้น ปัญหาจากการที่บริษัทที่เป็นเจ้าของการผลิตส่วนตัวให้คุณค่า และมีส่วนสำคัญกับการครอบงำการเขียนข่าว และสังคมสื่อทั้งหลาย สำหรับการเขียนข่าวก็ถือได้ว่าเปรียบเสมือนออกซิเจนที่จำเป็นสำหรับรัฐบาลที่จะสร้างความสามารถในการคงอยู่ได้ และถูกควบคุมโดยกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์จากความไม่เสมอภาคดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

เมื่อก้าวถึงการเขียนข่าวในระดับมืออาชีพที่เกิดขึ้นนั้น ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการของสื่อและการสื่อสารที่ได้เกี่ยวข้องในระบบเสรีนิยมใหม่ ทั้งนี้เสรีนิยมใหม่เป็นได้มากกว่าทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ อย่างไรก็ตามก็ยังคงเป็นทฤษฎีทางรัฐศาสตร์ หรือการเมืองด้วยที่ครอบงำกิจกรรมทางธุรกิจและได้ผลอย่างดียิ่งเมื่อนำเสนอพร้อมกับประชาธิปไตย ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า ระบบพาณิชย์สื่อที่มีอยู่แล้วมีความสำคัญอย่างไรต่อเสรีนิยมใหม่ เพราะได้แสดงให้เห็นถึงความชาญฉลาดอย่างมากที่มีอยู่อย่างเห็นเด่นชัด และมีความถูกต้องอย่างไม่แท้จริงในเรื่องวัฒนธรรมทางการเมือง โดยการที่จะไม่ยอมให้ธุรกิจครอบงำโดยปราศจากการตรวจตราของภาครัฐ หรือแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพจากความนิยมการต่อต้าน

2.1.4 สื่อโลกกับจักรวรรดินิยม (The global media and imperialism)

ความสัมพันธ์ของระบบสื่อโลก เกิดคำถามในความซับซ้อนของจักรวรรดินิยมในช่วงศตวรรษ 1970 ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเทศโลกที่สามที่อยู่ในกลุ่มของสหประชาชาติ โดยมีองค์การที่เกี่ยวข้องทางด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกโดยการพัฒนาชาติของประเทศในโลกลูกที่สามนั้น ได้มีการวางแผนสำหรับการจัดอันดับของข่าวสารสนเทศและการสื่อสารในโลกใหม่ ที่ว่าตะวันตกได้พยายามเข้าครอบงำในเรื่องของการเขียนข่าวสาร และการจัดการด้านวัฒนธรรมเพื่อหลีกเลี่ยงในเรื่องสภาพอาณานิคม เหมือนกับการที่สื่อของสหรัฐอเมริกา มีอิทธิพลข้ามไปยังฝั่งยุโรปสำหรับความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นนั้นได้ก้าวข้ามผ่านไปอย่างรวดเร็วพร้อมกับเสรีนิยมใหม่ โดยมีตัวจัดการคือ สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร

การเขียนข่าวสารโลก ได้ถูกครอบงำโดยหน่วยบริการข่าวของตะวันตก เมื่อพิจารณาจากทุนนิยมที่มีอยู่แล้ว อย่างประเทศสหรัฐอเมริกาและพันธมิตรที่มีลักษณะการเอื้อเพื่อเผด็จการดูเสมือนเป็นจินตนาการ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม “การยึดถือปฏิบัติแบบฮอลลีวูด” และวัฒนธรรม

ของสหรัฐอเมริกาก็เป็นศูนย์กลางให้กับประเทศต่าง ๆ บริษัทสื่อยักษ์ใหญ่ เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีความสำคัญเกี่ยวกับผู้ถือหุ้น สำนักงานใหญ่ และแนวทางการปฏิบัติแบบข้ามโลก ระบบสื่อโลกเป็นส่วนที่ก่อให้เกิดความเข้าใจได้ว่าเป็นความก้าวหน้าของบริษัทที่มีผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ ความมีคุณค่า และการใส่ร้ายป้ายสี หรือ การเพิกเฉยที่ไม่สามารถเข้าใจถึงพันธกิจ ในความคิดเช่นนี้เป็นความแตกแยกพื้นฐานที่เกิดขึ้น ไม่ได้มาจากรัฐชาติ แต่มาจากความร่ำรวยและความยากจนที่สามารถข้ามพรมแดนระหว่างชาติได้นั่นเอง ส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมทุนนิยมร่วมสมัย โดยมีส่วนของการลงทุนและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และรัฐชาติเป็นตัวแสดงที่มีบทบาทสำคัญในการเกิดผลประโยชน์ครั้งนี้ ระบบโลกที่เกิดขึ้นเป็นผลจากนโยบายการเมืองแบบเสรีนิยมใหม่ ซึ่งมีส่วนกระตุ้นจากรัฐบาลของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นเอง

2.1.5 ความเป็นไปได้ในอนาคต (Prospects)

อาจกล่าวสรุปได้ว่าเป็นเรื่องง่ายจากเงื่อนไขที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้นในส่วนต่าง ๆ การยอมรับในสิ่งที่เกิดขึ้นและการหลีกเลี่ยงในความรู้สึกจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในจุดยืนแบบประชาธิปไตย เป็นสิ่งยากที่จะมีความหวังในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เหมือนอย่างที่นักหนังสือพิมพ์ชาวสวีเดน ได้กล่าวไว้ในปี ค.ศ. 1997 ว่า “อย่างไม่เคยมีใครคาดคิดมาก่อน แนวโน้มที่เกิดขึ้นนั้นมีความชัดเจนมาก สำหรับการก้าวไปอย่างผิดทิศทางในทุก ๆ คะแนนที่ได้รับ การขาดการพูดคุยร่วมกันในรูปแบบสาธารณะ กับการพัฒนาสำหรับประชาธิปไตยและความถูกต้อง” ระบบโลกนั้นมีความไม่แน่นอนสูงมาก ผลตอบแทนที่ดีที่ได้รับจะอยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีความร่ำรวย และเป็นความหายนะสำหรับผู้ที่ยากจน และชนชั้นแรงงาน

ในขณะที่การครอบงำของสื่อพาณิชย์ ทำให้เกิดความยากที่จะต้านทาน การกระจายไปในทิศทางตรงข้ามของแนวโน้มจากการที่มีรูปแบบการนำเสนอในรูปแบบที่ข้ามโลก รวมถึงในสหรัฐอเมริกาด้วย เสมือนกับว่ากระบวนการปฏิรูปทางการปกครองได้รับการสนับสนุนโดยเสรีนิยมใหม่ และการพาณิชย์สื่อมีกระแสด้านจากกระบวนการที่ปะทุขึ้นมาในเรื่องความไม่เท่าเทียม ความล้มเหลวของการเมืองแบบทุนนิยม ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีนัยสำคัญของกลุ่มประชากร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ นำสู่จุดสรุปที่สำคัญ อะไรที่เป็นส่วนในการสร้างการต่อต้านเสรีนิยมใหม่ในการเคลื่อนไหวทางการเมืองรอบโลกที่เกิดขึ้นที่ทำให้สื่อเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบทางการเมืองดังกล่าว จากประเทศ สวีเดน ฝรั่งเศส และอินเดีย ไปยังออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และแคนาดา ประชาธิปไตยก่อให้เกิดกลุ่มการเมืองที่ต้องการปฏิรูประบบโครงสร้างของสื่อ ตัวอย่างการยับยั้งบริษัทขนาดใหญ่ โดยกล่าวถึงส่วนที่ไม่แสวงหากำไร การกระจายสัญญาณแบบไม่แสวงหากำไรเชิงพาณิชย์ การจัดสร้างส่วนที่ไม่แสวงหากำไร และเชิงพาณิชย์

ของสื่ออิสระภายใต้การควบคุมที่มีความนิยอย่างกว้างขวางในรูปแบบที่กำหนดไว้แล้ว โดยมีการค้นหา เพื่อให้ได้ซึ่งความสำเร็จ... “หลังจากที่มีการปฏิรูป” การจัดการสำหรับสื่อประชาธิปไตยต้องเป็นส่วนหนึ่งของการต่อสู้แข่งขัน ถ้าต้องการจะมีโอกาสประสบความสำเร็จ

2.2 บทวิจารณ์ (Review)⁸

โลกาภิวัตน์ได้นำเสนอสิ่งใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม มีส่วนความคิดที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กันระหว่างความกลัวที่เกิดขึ้นโดยประเทศที่กำลังพัฒนา ความเป็นชนชาติที่จะถูกคุกคามมากขึ้นโดยประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งเป็นส่วนที่ทำหน้าที่ในการครอบงำ ควบคุมทิศทางหลักของการสื่อสารและการใช้อิทธิพลสื่อที่ส่งไปรอบโลก โดยไวส์บอร์ต (Waisbord) ได้ทดสอบกับละตินอเมริกา และผลกระทบที่สื่อโลกมีผลต่อวัฒนธรรม โดยมองจากตัวแปรที่กล่าวถึงในทางการเมือง และการโต้วาทีทางวิชาการโดยไวส์บอร์ต⁹ ได้ตั้งคำถามที่ว่า

“ความกลัวที่ลดลงของจักรวรรดิ ผ่านสื่อในละตินอเมริกา และมีการพูดคุยเกี่ยวกับความซับซ้อนของวัฒนธรรมละตินอเมริกา และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับรัฐชาติ โดยได้ตรวจสอบตามกระแสของวัฒนธรรมผลกระทบกับชาติ และการกระจายของชุมชน เช่น ชนชาติยิวที่มีการกระจายซึ่งเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่หลากหลาย”

ข้อมูลเพิ่มเติมคือว่า ไวส์บอร์ต ได้มองเห็นนโยบายที่เกี่ยวกับเสียงและภาพ สามารถเปลี่ยนแปลงภัยคุกคามที่เกิดขึ้นได้ จากทิศทางการทำงานของสื่อแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นยังมีความชัดเจนที่บอกได้ว่า บทวิจารณ์จากการวิเคราะห์วิกฤติการณ์ของละติน อเมริกา นั้นเป็นผลกระทบจากสื่อที่มีต่อเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชาติในเรื่องของความกลัวที่เกิดขึ้น

ในบทความที่ชื่อว่า “The Ties that Still Bind: Media and National Cultures in Latin America,” ผู้แต่งคือ ซิลวิโอ ไวส์บอร์ต (Silvio Waisbord) ยืนยันเกี่ยวกับการกระจายของสื่อที่แสดงในบทบาทของความขัด ในการกำหนดชาติ และก่อนหน้านั้นถูกกำหนดและควบคุมโดยรัฐ อีก

⁸ แปลจาก Waisbord Silvio (1998). “The idea of globalization and how it threatens Latin American Culture and identity” [Online]. Available from: <http://home.utm.utoronto.ca/~ruvani/Review.htm> [2005, July 15].

⁹ Silvio Waisbord. “The idea of globalization and how it threatens Latin American Culture and identity”. [Online]. Available from: <http://home.utm.utoronto.ca/~ruvani/Review.htm> [2005, July 15].

ประการหนึ่ง บริษัทข้ามชาติจะมีผลบังคับต่อหลักการพาณิชย์ ซึ่งเป็นส่วนแรกของกระบวนการปฏิบัติการสื่อ การกำหนดภัยคุกคามที่มีต่ออำนาจอธิปไตยของชาติ (Waisbord, 1998) ไวส์บอร์ต ยังกล่าวถึงความคิดในเรื่องของความกลัวที่มีต่อวัฒนธรรมจักรวรรดินิยมได้ลดลงแล้ว และนี่ก็เป็นผลสะท้อนมาจากการแปรรูปอุตสาหกรรมที่ได้ตัดสินใจเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อและทิศทางการไหลของสื่อ (Waisbord, 1998) วัฒนธรรมจักรวรรดินิยมที่เป็นคำที่เกิดขึ้นโดย เฮอเบิร์ต ชิลเลอร์ (Herbert Schiller) ได้เคยอธิบายไว้เกี่ยวกับแนวทางที่ใช้ของบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มีการผลิตผ่านสื่อโดยประเทศที่พัฒนาแล้ว เป็นไปเพื่อครอบงำสื่อและวัฒนธรรมของประเทศกำลังพัฒนา (White, TBS Archives) ไวส์บอร์ต สันนิษฐานว่า วัฒนธรรมจักรวรรดินิยม ได้เคยถูกใช้ในการแลกเปลี่ยนระหว่างกันด้วยสื่อจักรวรรดินิยม เพื่อเป็นการยืนยันว่าสื่อเป็นตัวกลางที่สำคัญในระบบสื่อจักรวรรดินิยม อย่างไรก็ตามการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับความเข้าใจในความหมายขององค์ประกอบโดยรอบที่เกี่ยวข้องกับ “สื่อ” ในระบบวัฒนธรรมจักรวรรดินิยม (White, TBS Archives) มีความชัดเจนที่เกิดขึ้นที่ว่าเป็นการอยากสำหรับเกณฑ์การวัดวัฒนธรรมจักรวรรดินิยม แม้ว่าสื่อวัฒนธรรมจะแสดงให้เห็นในรูปของสถิติก็ตาม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้นำมาเป็นองค์ประกอบในการพิจารณาเพื่อความเข้าใจอย่างแท้จริงที่เกี่ยวกับความกลัวที่ลดลงจากการครอบงำโดยวัฒนธรรมจักรวรรดินิยม บอร์ดิวได้นำเสนอคำว่า “วัฒนธรรมทุนนิยม” (Cultural Capitalism) ที่กล่าวไว้ถึงความคิดในรสนิยม (Taste) ที่มีจากความรู้ที่ค้นหา ไขว่คว้า จากกลุ่มคนชั้นยอด (Elite) ในคุณค่าที่เกิดขึ้น (Stuken and Cartwright, 51) ความกลัวที่เกิดขึ้นจากสื่อจักรวรรดินิยม มีความชัดเจนขึ้นเพราะทิศทางการครอบงำสื่อในละตินอเมริกาโดยต่างประเทศมีศักยภาพในการคุกคามต่อเอกลักษณ์ของชาติ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสื่อในละตินอเมริกาสามารถปรับตัวโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่กับนวัตกรรมของเขาเอง ให้สามารถปรับเปลี่ยนกระแสของสื่อจักรวรรดินิยมได้ (Atallah and Shade, 283) ละตินอเมริกาได้ดำเนินการที่เรียกว่า “Telenovela” ซึ่งคิดว่าสามารถเป็นสูตรที่ใช้ได้ผลกับการนำเสนอวัฒนธรรมออกไปแบบข้ามพรมแดน ในรูปแบบของสหรัฐอเมริกาที่มีการผลิต หรือ สร้างละครโอเปร่ามานำเสนอ (Atallah and Shade, 283)

แม้ว่าสิ่งที่ไวส์บอร์ตกล่าวถึงการลดลงจากการควบคุมของรัฐเกี่ยวกับสื่อเมื่อมีการแปรรูปเกิดขึ้น แต่ก็ได้มีความผิดพลาดในเรื่องของการให้ข้อปรึกษาเกี่ยวกับการไหลผ่านข้ามไปของข้อมูลในรูปของความเป็นอิสระที่เกิดขึ้นจากกระบวนการถ่ายทอดที่เป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์นั่นเอง สิทธิพิเศษของชาติไม่เปลี่ยนไปในมุมมองของความอิสระในการพูด ในขณะที่ประชาชนโดยทั่วไปมีอิสระในการรับและส่งข้อมูลข้ามเขตพรมแดน (Straubharr and Larose, 489) อะไรที่เป็นส่วนสำคัญในเรื่องของความเป็นอิสระและคุณภาพของการไหลข้ามที่เกิดขึ้นของสื่อที่องค์การยูเนสโกพยายามให้การสนับสนุน

ต่อประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายที่จะมีความสามารถในการผลิตและส่งออกสื่อและวัฒนธรรมของตนเอง การตลาดในโทรทัศน์ทุกวันนี้ไม่ได้สนใจเฉพาะในประเทศอีกต่อไป เพราะการกระจายสัญญาณให้ความสนใจต่อรูปแบบภาษา ดังนั้นวัฒนธรรมจักรวรรดินิยมไม่ได้ถูกกำหนดไว้เป็นภัยคุกคามอีกต่อไป

แต่ในความเป็นจริงนั้น การป้องกันการผลิตมีความเป็นไปได้น้อยมาก เพราะกรอบการทำงานของระบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นต้องประสานกันระหว่างส่วนงานอื่น ๆ เพิ่มเข้ามาอีกด้วย ในขณะที่มีจำนวนคู่แข่งที่แท้จริงอาจจะเพิ่มขึ้นได้อีกด้วยเช่นกัน โดยมีช่องว่างเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับระดับระหว่างประเทศที่มีการแข่งขันเหมือนในประเทศกำลังพัฒนา คำถามที่เกิดขึ้นจากนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเข้าถึงการจัดการเกี่ยวกับภัยคุกคามที่มีต่อเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของละตินอเมริกา

นอกจากนี้ ไวส์บอร์ตได้ทดสอบจากการสื่อสารร่วมสมัยตามแนวโลกาภิวัตน์สื่อ ในภูมิภาคที่กำลังพัฒนาอย่างเช่น ละตินอเมริกา ในขณะที่ผลกระทบที่เกิดขึ้นสามารถสะท้อนให้เห็นได้อย่างดีในรูปของจักรวรรดินิยมวัฒนธรรม ความคิดเห็นที่เกิดขึ้นของเขานั้นยังคงใช้ได้อยู่และยังคงมีผลเป็นเช่นนั้น แม้จะมีความเข้าใจอย่างซัดที่ว่า โลกาภิวัตน์ได้นำเสนอความเป็นอิสระในการไหลไปของสารสนเทศที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ประชาชนก็มีอิสระเช่นกันในการเข้าถึงและวิจารณ์สารสนเทศนั้น จำนวนของการที่รัฐบาลควบคุมจักรวรรดินิยมสื่อและวัฒนธรรมจะเป็นแนวทางที่ง่ายในการป้องกันเนื้อหาของสื่อภายในประเทศจากสิ่งที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ความเจริญสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างเปิดเผยที่สามารถจะเข้าถึงได้จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลายที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่หลากหลายอีกเช่นกัน ก็ไม่สามารถที่จะเป็นภัยคุกคามต่อวัฒนธรรมของชาตินั้นได้ จากคำถามที่ไวส์บอร์ตได้ตั้งไว้ **“ด้วยเหตุว่าวัฒนธรรมมีแนวทางในการดำเนินที่มากกว่าการดำเนินการที่เกิดจากความสามารถของสื่อที่จะเป็นตัวแทนในการนำเสนอได้ทั้งหมด”**

จะเห็นได้ว่าแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนีย นั้นก็ยังไม่สามารถนำไปใช้ได้กับกลุ่มประเทศตะวันตกได้ครบถ้วนทั้งภูมิภาค ด้วยเหตุที่ว่าในแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างกันไปในด้านวัฒนธรรม และกระบวนการรับรู้ การถ่ายทอดของสื่อ รวมทั้งค่านิยม และความรู้สึกผิดชอบ ซึ่งชอบต่อสื่อ ไม่เหมือนกัน บางประเทศสนใจสภาวะเรื่องราวของเนื้อหาข่าวสารเป็นหลัก บางส่วนสนใจความบันเทิง เฉพาะอย่างยิ่งละครเป็นพิเศษ โดยเฉพาะละครที่เป็นวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ เองที่ไม่ได้มาจากประเทศใดประเทศหนึ่งในแถบตะวันตกโดยเฉพาะ ซึ่งในส่วนที่สามจะนำเสนอในรายละเอียดที่

เกี่ยวข้องกับการสนใจบริโภคสื่อของคนในสังคมไทยในบริบทที่แตกต่างกันไป และแสดงรายละเอียดข้อมูล
ที่ชัดเจนขึ้นถึงสภาพการนำเสนอของสื่อในสังคมประเทศไทย

เอกสารสำคัญ

ส่วนที่สาม

สื่อโลกกับสังคมในประเทศไทย

ความสัมพันธ์ต่อจากส่วนที่สองเป็นการอธิบายแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนี่ย ที่มีต่อสื่อในแบบของประชาธิปไตย การอธิบายสื่อในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมจะเป็นไปไม่ได้ถ้าปราศจากระบบสื่อพาณิชย์โลก เพื่อส่งเสริมการตลาดโลกกระตุ้นมูลค่าของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้นในสังคมระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่ โดย โรเบิร์ต แมคเชสเนี่ย¹⁰ ได้กล่าวไว้ว่า

“หนึ่ง บริษัทสื่อหลักที่สำคัญอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยกำลังขยายการกระจายข้ามไปยังส่วนอื่นของโลกด้วยความรวดเร็วที่น่าเป็นอันตรายมาก จุดสำคัญคือศักยภาพในการเจริญเติบโตไปยังต่างประเทศและไม่มี การขัดขวางโดยคู่แข่งชั้น นับแต่ตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับการพัฒนาที่ดีขึ้นและยินยอมให้มีการขยายทาง การตลาดเพิ่มขึ้น สอง การผสมผสานรวบรวมสิ่งต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นลำดับที่สำคัญในปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อ เป็นสิ่งที่กำลังให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และผู้ที่มีบทบาทหลักในอุตสาหกรรมสื่อ ดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นส่วนที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในเครือของสื่อโลก โดยมีระดับของการ รวมบริษัท หรือ การเข้าร่วมถือหุ้นกันอย่างมากมายจนเป็นที่น่ากลัวสำหรับบริษัทสื่อที่มีขนาดเล็ก ๆ อื่น”

ในส่วนที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะอธิบายถึงสื่อที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งจะมีความแตกต่างออกไปจากแนวคิดของโรเบิร์ต แมคเชสเนี่ย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวเจ้าของผู้ผลิตรายการ โดยจะ อธิบายการทำงานของสื่อโดยภาพรวมของประเทศไทย สื่อที่สำคัญในประเทศไทยและการนำเสนอของสื่อ หลักที่มีการเข้าถึงกลุ่มของผู้บริโภคได้ง่าย และรวดเร็ว

¹⁰ แปลจาก Robert McChesney. “Global Media, Neoliberalism and Imperialism” Monthly Review, vol 52 n10 (March 2001) [Online]. Available from: http://www.globalresearch.org/view_article.php?aid=114907024 [2005, July 10].

3.1 การทำงานของสื่อ¹¹

เพื่อความเข้าใจในการศึกษาและเป้าหมายในการเชื่อมโยงสู่การพิจารณาถึงรูปแบบของสื่อในสังคมไทยกับเรื่องของสื่อโลกนั้น จะพิจารณาจากรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1.1 กระบวนการของสื่อ

สื่อได้แสดงให้เห็นว่า โลกนี้เป็นเหมือนกับอะไรที่ได้สร้างความเข้าใจที่มีเหตุผลเกี่ยวกับโลกให้กับคนที่รับสื่อซึ่งต้องสนใจและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการการเป็นตัวแทน การตีความ และการประเมินคุณค่า คือ ใจกลางที่แท้จริงต่อการศึกษาเรื่องสื่อ (Media Studies)¹²

การเป็นตัวแทน (Representation) สื่อรูปแบบต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เป็นทางเลือกในปัจจุบันนี้เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ได้กลายเป็นสถานที่ซึ่งผู้บริโภคทั้งหลายได้รับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ (และความบันเทิง) เกี่ยวกับโลก ด้วยเหตุนี้สื่อต่าง ๆ ข้างต้นจึงเป็นต้นเหตุประการแรกสุดสำหรับการมองโลกว่าเป็นอย่างไร เช่น คนส่วนใหญ่มีความคิดบางอย่างเกี่ยวกับเทือกเขาคอเคซัสว่าเป็นอย่างไร และมองดูเหมือนกับอะไร แต่ความรู้อันนี้ เป็นไปได้มากที่ว่าถูกรับรู้มาไม่ใช่โดยผ่านจากประสบการณ์จริงในการไปยัง ณ ที่นั้น แต่ได้รับรู้ผ่านกระบวนการอ่าน การฟัง และการดูเรื่องราวจากสื่อ ที่บอกให้ทราบและมองดูภาพเกี่ยวกับเทือกเขาแห่งนี้

การตีความ (Interpretation) การเป็นตัวแทนของสื่อ สื่อได้ให้คำอธิบายต่าง ๆ แก่ผู้บริโภค และได้ให้วิธีการต่าง ๆ เกี่ยวกับความเข้าใจโลกที่อาศัยอยู่ สื่อมีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการตีความโดยการให้สิทธิพิเศษแก่การนำเสนอบางประเด็นและเอกลักษณ์บางอย่าง อย่างเหนียวแน่น ในขณะที่ได้ลดคุณค่าต่อประเด็นอื่น ๆ ลงได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นกระบวนการตีความจากสื่อก็มีส่วนสำคัญ

¹¹ แพลและเรียบเรียงโดย สมเกียรติ ตั้งนโม มาจากหนังสือ Media and Society เรื่อง “What Do the Media Do to Us?” เขียนโดย Michael O’Shaughnessy, Jane Stadler. Oxford University Press, Second edition, 2002 [Online]. Available from: http://thaicivnet.com/article_media3.htm [2005, August 20].

¹² สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ, (ห้างหุ้นส่วนจำกัด พชรกานต์การพิมพ์, 2539) หน้า 102.

อย่างยิ่งในการที่ผู้รับสื่อจะต้องให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจรูปแบบหรือจุดประสงค์ของการนำเสนอ

การประเมินคุณค่า (Evaluation) ในการกระทำเช่นนี้ขึ้นอยู่กับสื่อได้สอนให้เข้าใจโลกนี้อย่างไร คนที่เกี่ยวข้องกับสื่อคนอื่น ๆ และตัวของเราเองจะเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับโลกที่รับรู้ได้อย่างไรบ้าง สามารถเข้าใจกระบวนการทั้งสามเหล่านี้ (หมายถึงการเป็นตัวแทน การตีความ และการประเมินคุณค่า) ที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องเพศ (Gender) และเรื่องชาติพันธุ์ / เชื้อชาติ (Ethnicity / Race) สื่อได้สอนและนำเสนอให้ทราบเกี่ยวกับความเป็นผู้ชายและความเป็นผู้หญิง ซึ่งหมายความว่า การเป็นผู้ชายและผู้หญิงตามปกติ สื่อยังได้สอนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางด้านเชื้อชาติเกี่ยวกับคนที่ไม่ใช่ชาวยุโรปและวัฒนธรรมของชาวยุโรป เกี่ยวกับอัตลักษณ์ต่าง ๆ ที่เป็นแบบอย่างที่เหมาะสมขึ้นมาเกี่ยวกับคนกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้

ในบทบาททางสังคมนั้น สื่อยังได้มีส่วนในการกำหนดความเป็นผู้ชายและผู้หญิง คนผิวขาวและคนที่ไม่ใช่คนผิวขาว ในส่วนของทัศนคติที่ตายตัว (Stereotypes) เกี่ยวกับสิ่งที่น่าปรารถนาและสิ่งที่ไม่น่าปรารถนา ซึ่งสื่อยังคงนำเสนออย่างต่อเนื่อง และได้ให้โครงสร้าง เคাঁโครง และแบบแผนแก่ผู้บริโภคสำหรับการทำความเข้าใจในเรื่องชาติพันธุ์และประเด็นเกี่ยวกับเรื่องเพศ

ส่วนนี้ไม่ได้กล่าวว่า สื่อได้เตรียมหรือวางแนวทางการศึกษา การสอน และประเด็นขึ้นมาในความคิด หรือที่ว่าสื่อมีสำนึกอย่างไรเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังทำอยู่นั้น แต่เป็นการกล่าวถึงอิทธิพลที่สื่อต่าง ๆ มีต่อมนุษย์ขณะที่ได้เติบโตขึ้นมา การอ่านและการบริโภคสื่อ ที่ได้ให้แบบแผนอันนี้แก่มนุษย์ ซึ่งอธิบายว่า มนุษย์จะมองตัวของพวกตนเองและคนอื่น ๆ อย่างไร คนจะเข้าใจเรื่องเพศ เชื้อชาติ และเอกลักษณ์ของตัวเองในฐานะที่เป็นผู้ชายหรือผู้หญิง เป็นคนขาวหรือไม่ใช่คนขาวอย่างไร

ส่วนนี้เป็นเรื่องการเมืองเกี่ยวกับความเป็นตัวแทน ดังที่ ริชาร์ด ดายเยอร์ (Richard Dyer) กล่าวว่า “เราถูกมองอย่างไร ขึ้นอยู่กับส่วนที่ว่า เราถูกปฏิบัติอย่างไร เราปฏิบัติกับคนอื่นโดยวางอยู่บนพื้นฐานที่ว่าเรามองพวกเขาเป็นอย่างไร” การมองอันนั้นมาจากการเป็นตัวแทน (Dyer 1993, 1) อย่างแน่นอน และเป็นไปได้สำหรับสื่อที่จะให้คำอธิบายที่แตกต่างกันมากเกี่ยวกับโลกใบนี้ สื่อมีวิธีการทำความเข้าใจอย่างมีเหตุผลในเชิงตรงข้ามจำนวนมากเกี่ยวกับความเป็นเพศชายและความเป็นเพศหญิง

และแง่มุมอื่น ๆ เกี่ยวกับเอกลักษณ์ แต่หนังสือนี้ได้ให้เหตุผลว่า ทางออกหรือทางระบายของสื่อหลัก ๆ ที่ไขว่กันไปมา มีแนวโน้มหนึ่ง ซึ่งจะให้ทัศนะบางอย่างเกี่ยวกับโลกอย่างกว้าง ๆ

3.1.2 ผลผลิตของสื่อไม่ได้แสดงหรือนำเสนอโลกที่แท้จริง

สื่อได้สร้างและเป็นตัวแทนความจริงเพียงเท่านั้น ผลผลิตสื่อเป็นจำนวนมาก นำเสนอโลกความจริงใหม่อีกครั้ง (Re-present) แต่ผลผลิตสื่อเหล่านี้ไม่ใช่โลกของความจริงในตัวของมันเอง สื่อคือ การเป็นตัวแทนใหม่อีกครั้ง หรือการสร้างโลกนี้ขึ้นมาใหม่ ส่วนนี้คือสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งและจะถูกสำรวจในเชิงลึกต่อไป การศึกษาเรื่องสื่อจึงต้องตรวจสอบดูว่า สื่อได้สร้างความจริงขึ้นมาอย่างไร และถัดจากนั้นจะสำรวจถึงเรื่องคุณค่า ค่านิยมต่าง ๆ ความเชื่อ และความรู้สึกที่ได้รับการสร้างขึ้นมามีเหล่านี้ และส่วนความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน

3.1.3 สื่อเป็นเพียงหนึ่งในหนทางต่าง ๆ ที่ทำให้มนุษย์และสังคมเข้าใจโลกหรือสร้างโลกขึ้นมา

สื่อไม่ใช่พลังอำนาจทางสังคมเพียงอย่างเดียวที่สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโลกของมนุษย์ และสื่อไม่ได้มาควบคุมมนุษย์ทั้งหมด เกี่ยวกับการมองโลกและการที่มนุษย์มีความคิดเกี่ยวกับโลกว่าเป็นอย่างไร สื่อมีพลังอำนาจอื่น ๆ เกี่ยวกับการทำให้เป็นสังคมที่สื่อได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย สิ่งที่มีนัยสำคัญที่สุดของบรรดาเด็ก ๆ ทั้งหลาย ซึ่งจะมาทำให้สังคมเป็นรูปเป็นร่างดังที่พวกเขาได้ถูกกระทำโดยผ่านสถาบันครอบครัวและระบบการศึกษา ซึ่งอบรมสั่งสอนเด็ก ๆ ว่าจะเข้าใจและกระทำกับโลกนี้อย่างไร เช่น ดังที่มนุษย์เจริญเติบโตขึ้นมา ทัศนะอื่น ๆ เกี่ยวกับความเหมาะสมในการประพฤติปฏิบัติตัวอย่างไร เกี่ยวกับศีลธรรมทางสังคม ได้รับการเผยแพร่ผ่านพลังอำนาจทางกฎหมาย วัฒนธรรม และการเมือง ซึ่งทัศนะต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกนำเสนอและทำให้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ปกติแล้วสื่อทำหน้าที่เพิ่มเติมเสริมส่งคุณค่าต่าง ๆ ซึ่งคือส่วนหนึ่งของสังคมทั้งหมด

3.1.4 สื่อถูกเป็นเจ้าของ ถูกควบคุม และถูกสร้างขึ้นมาจากคนบางกลุ่มซึ่งมีความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมในนามของคนอื่น

ผู้คนเหล่านั้นซึ่งเป็นเจ้าของ ควบคุม และสร้างสื่อขึ้นมา คือผู้ผลิตสื่อ คนกลุ่มนี้ไม่ใช่กลุ่มสังคมที่แยกตัวออกไปอย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด คนกลุ่มนี้ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของผู้รับสื่อและสังคมในภาพรวมทั้งหมด แต่คนกลุ่มนี้เป็นคนกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มพวกหัวกระทิ หรือคือกลุ่มที่สลับซับซ้อนที่ประกอบด้วยบุคคลดังต่อไปนี้

1) บรรดาผู้เป็นเจ้าของและผู้จัดการทางธุรกิจ ผู้ซึ่งได้ถูกนำไปเกี่ยวพันเป็นอันดับแรกกับความต้องการที่จะทำให้สื่อมีกำไร

2) บุคลากรในฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative Personnel) ประกอบด้วย บรรดานักเขียนต่าง ๆ ผู้กำกับ ตากล้อง ผู้เชี่ยวชาญเว็บ หรือ ผู้บริหารเว็บ (Webmaster) และอื่น ๆ

3) บรรดาผู้ทำงานฝ่ายเทคนิค (Technicians) ซึ่งทำงานกับเครื่องมือเครื่องมือและเครื่องจักรกลต่าง ๆ การแบ่งหมวดหมู่เหล่านี้ข้างต้นนี้มีการทับซ้อนกันในหลาย ๆ ทาง เช่น งานทางเทคนิคเป็นจำนวนมากเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ด้วยบรรดาผู้จัดการบางคนมีความสนใจในเรื่องการสร้างสรรค และบรรดานักสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ต่างตระหนักถึงความต้องการและการบีบบังคับทางการเงินดังหมายเหตุต่อไปนี้

3.1) โดยไม่คำนึงถึงข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้ผลิตสื่อเป็นเพียงคนกลุ่มเล็ก ๆ และมีจำนวนค่อนข้างจำกัด กลุ่มคนนั้นพูดกัน และพูดในนามของสังคมทั้งหมด (เป็นการพูดข้ามหรือตัดผ่านสาธารณชนอย่างกว้างขวาง)

3.2) ผู้คนเหล่านั้นกับพลังอำนาจสื่อส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อำนาจทางการเงินและพลังของการสร้างสรรค์ เป็นกลุ่มที่เล็กลงไปกว่ากลุ่มที่หนึ่ง

3.3) ถูกจำกัดการเข้าถึงทรัพยากรสำหรับคนที่ต้องการผลิตสื่อ

3.4) กลุ่มคนเหล่านั้นซึ่งเข้าใจเกี่ยวกับสังคมในนามของคนอื่นหรือในฐานะตัวแทนของคนอื่น คือ กลุ่มคนผิวขาวที่เข้ามามีอิทธิพล เป็นพวกชนชั้นกลาง และเป็นผู้ชาย โดยไม่ต้องเสนอแนะถึงการสมรู้ร่วมคิดใด ๆ ในที่นี้ ซึ่งดูเหมือนจะเป็นที่ชัดเจนว่า บุริมสิทธิ์หรือสิทธิพิเศษของการเป็นคนผิวขาว ชนชั้นกลางคุณค่าต่าง ๆ ของความเป็นผู้ชายกลายเป็นบรรทัดฐานขึ้นมา ด้วยเหตุนี้ คุณค่าหรือค่านิยมต่าง ๆ ที่กล่าวนี้จึงเป็นธรรมชาติของคนกลุ่มดังกล่าว ผลลัพธ์ที่ตามมาทำให้ สื่อจึงมีแนวโน้มอันหนึ่งที่จะเข้าใจโลก หรืออ่านโลกจากมุมมองและข้อคิดเห็นที่มีลักษณะเฉพาะข้างต้น

3.1.5 ความต้องการสำหรับความนิยม

ลักษณะเป็นยาแก้พิษตัวหนึ่ง ต่อความคิดเกี่ยวกับพวกหัวกระทืออันทรงพลังซึ่งได้เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบสื่อ หมายเหตุเอาไว้ว่า สื่อได้ขายตัวเองจนประสบความสำเร็จต่อประชากรจำนวนมาก สามารถเอาชนะใจของผู้รับสื่อขนาดใหญ่ เพื่อที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจต่อไป ความต้องการนี้เป็นไปเพื่อบรรลุถึงความนิยมที่ค่อนข้างซับซ้อน และเพิ่มการคลุกเคล้าเข้ากับพลังอำนาจของคนผิวขาว ชนชั้นกลาง และความเป็นผู้ชาย

ถ้าหากว่าผู้คนทั้งหลายไม่ชอบผลผลิตอันหนึ่ง กลุ่มนั้นก็มองไปยังที่อื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นที่ใดที่หนึ่ง ด้วยเหตุนี้ สื่อจะต้องทำให้ผู้รับสื่อเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งก็คือคนในวัยทำงานซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก และในหมู่คนทำงานเหล่านี้มีผู้หญิงอยู่ประมาณร้อยละ 50

สื่อที่บทบาทและอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อคนในสังคมปัจจุบันอันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ซึ่งเริ่มแรกนั้นโทรทัศน์นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ถูกนำเสนอเข้าสู่สังคมตะวันตกต่าง ๆ บรรดาผู้รับสื่อทั้งหลายได้หมุนลูกบิดไปยังโทรทัศน์ของเหล่านั้นนั้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งได้ให้ความบันเทิงอันที่นิยมชมชอบส่วนใหญ่แก่พวกเขา (โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเกมโชว์ และละครโทรทัศน์) ซึ่งเป็นการตีจากที่สำคัญไปจากสถานีโทรทัศน์สาธารณะ อย่างเช่น สถานีโทรทัศน์เอบีซี (ABC) ของประเทศออสเตรเลีย และ บีบีซี (BBC) ของประเทศอังกฤษ ซึ่งได้นำเสนอรายการโทรทัศน์กับบรรดาชนชั้นกลาง และค่านิยมต่าง ๆ ของคนที่มีการศึกษาและกลุ่มรสนิยมสูง (Highbrow Values)

ช่องสัญญาณโทรทัศน์เหล่านี้ยังคงต่อสู้ดิ้นรนกับความต้องการที่จะรักษาจำนวนผู้ชมไว้ หรือเรตติ้งต่อไปอย่างต่อเนื่อง และความต้องการที่จะสนองตอบรายการที่สร้างความพึงพอใจให้กับบรรดาผู้รับชมรายการโทรทัศน์จำนวนมาก สถานีโทรทัศน์เอบีซี ยังคงได้รับความเอาใจใส่และนับถือโดยกลุ่มหัวกระทือจำนวนมาก เพราะให้สิทธิพิเศษแก่เนื้อหาวัฒนธรรมชั้นสูง และเนื้อหาอเมริกันที่มีอิทธิพลชั้นนำขึ้นตา ซึ่งมีอยู่ตามสถานีโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์ทั่วไป

ผลที่ตามมาก็คือ ความขัดแย้งที่น่าสนใจระหว่างค่านิยมหรือคุณค่าต่าง ๆ ของผู้ผลิตสื่อกับความปรารถนาของผู้รับสื่อทั้งหลาย ความขัดแย้งในเชิงตรงข้ามกันที่ได้รับการเปิดเผยออกมา

ในแนวทางเกี่ยวกับความพึงพอใจ สิ่งที่เสี่ยงไม่ได้ในเรื่องความนิยม ได้แก่การยอมรับเกี่ยวกับพลังอำนาจต่าง ๆ ของผู้รับสื่อหรือผู้บริโภค ที่มาตัดสินให้ผลผลิตสื่อทั้งหลายประสบความสำเร็จ โดยมีเหตุผลที่ว่าผู้รับสื่อทั้งหลายมีอิทธิพล ถ้าหากว่ามีการควบคุมผลผลิตที่ออกมาของสื่อโดยผ่านทางเลือกต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่สื่อต่าง ๆ ผลิตออกมาเพื่อการบริโภค

การวิเคราะห์ถึงบทบาทหน้าที่ และ ฐานะตำแหน่งของวัฒนธรรมป๊อปิวลาร์ (Popular) ในหนทางที่พิจารณากัน ทั้งในด้านของการผลิตสื่อ ผู้รับสื่อและผู้บริโภค เป็นเรื่องที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน สื่อถูกอธิบายโดยบรรดานักคิดแฟรงค์เฟิร์ตสคูลในฐานะที่เป็น “อุตสาหกรรมความสำนึก” (Consciousness Industry) มันเป็นปฏิบัติการเกี่ยวกับการควบคุมทางสังคมรูปแบบหนึ่ง โดยการทำให้มวลชนอยู่ในคำบัญชาหรืออยู่ในระเบียบ แต่นักวิจารณ์ในแนวการศึกษาทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Studies) บางคนมองซึ่งเหล่านั้นในฐานะที่เป็นแหล่งต้นตออันหนึ่งของประชาธิปไตยที่มีศักยภาพ และเป็นการให้อำนาจแก่ประชาชน ความขัดแย้งในเชิงตรงข้ามนี้ ได้ถูกให้ความกระจ่างด้วยวิธีการให้นิยามความหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมป๊อปิวลาร์ที่แตกต่างกัน 2 วิธี ตามที่สมเกียรติ ตั้งนโม¹³ ได้แปลไว้ว่า

“วิธีการแรก ได้ให้นิยามความหมาย “วัฒนธรรมป๊อปิวลาร์” ในฐานะที่เป็นการดำเนินรอยตามวัฒนธรรมเหล่านั้น ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้คนทั้งหลาย หรือมาจากผู้คนทั้งหลายนั่นเอง นั่นคือ ได้ถูกสร้างขึ้นในฐานองค์ประกอบหนึ่ง โดยผู้คนทั้งหลายโดยตัวของพวกเขาเอง (การให้นิยามทำนองนี้ บ่อยครั้งมาก ได้ถูกนำมาใช้ในการอธิบายถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมพื้นบ้านในช่วงต้น ๆ (Earlier folk-culture Activities) อย่างเช่น เพลงพื้นบ้านและการเต้นรำแบบชาวบ้าน)

ในบริบทสมัยใหม่ ความคิดที่ว่าวัฒนธรรมป๊อปิวลาร์คือ วัฒนธรรมของผู้คน วางอยู่บนความคิดที่ว่าจำนวนคนดูหรือเรตติ้ง (Rating) และกลไกการย้อนกลับอื่น ๆ ซึ่งทำหน้าที่รับรองว่า เนื้อหาของรายการทีวีและรูปแบบสื่ออื่น ๆ อย่างน้อยที่สุดบางส่วนได้ถูกกำหนดตัดสินโดยสิ่งที่ประชาชน (ผู้บริโภค) ต้องการ

วิธีการที่สอง ได้ให้นิยาม “วัฒนธรรมป๊อปิวลาร์” ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมเพื่อประชาชน เป็นการเสนอว่า บางสิ่งบางอย่างได้ถูกถ่ายทอดลงมาสู่พวกเขาซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขายอมรับ ซึ่งเป็นความแตกต่างที่ใหญ่มากตัวหนึ่งระหว่างวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับผู้คน และมาจากผู้คนที่กับวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นเพื่อประชาชน ความแตกต่างนี้เป็นสิ่งที่ เป็นประโยชน์ต่อการคิดถึงพลังอำนาจของสื่อ หรือส่วนใหญ่แล้ว มันวางอยู่กับบรรดาผู้ผลิตทั้งหลาย หรือผู้ใช้ผู้รับสื่อ ผู้บริโภคทั้งหลายกันแน่ หรือเนื้อหาของสื่อได้มาจากวัฒนธรรมของชนหัวกระติของสังคม หรือจากวัฒนธรรม

¹³ อ่างแล้ว แปลและเรียบเรียงโดย สมเกียรติ ตั้งนโม มาจากหนังสือ Media and Society เรื่อง “What Do the Media Do to Us?” เขียนโดย Michael O’Shaughnessy, Jane Stadler. Oxford University Press, Second edition, 2002 [Online]. Available from: http://thaicivnet.com/article_media3.htm [2005, August 20].

ของกลุ่มคนส่วนใหญ่ของสังคมกันแน่ ปกติแล้ว มันไม่มีคำตอบง่าย ๆ ในการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับสื่อ และอาจพบ
พื้นฐานปัจจัยสำคัญของทั้งคู่ที่ผูกมัดเข้าด้วยกัน”

รายละเอียดที่กล่าวไว้ข้างต้นนี้ก็จะทำให้ทราบ บทบาทและหน้าที่ของสื่อที่มีผล
ต่อการบริโภคในส่วนต่อไปจะกล่าวถึง สื่อที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

3.2 สื่อที่สำคัญในประเทศไทยและการนำเสนอ

เมื่อกล่าวถึงการสื่อสารแล้วนั้น สื่อที่ดูว่าจะมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการนำเสนอและ
ได้ถึงอรรถรสในการรับฟังและชมอันได้ สื่อวิทยุโทรทัศน์ นับว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มคนทุก
เพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าโทรทัศน์ได้เข้ามาเป็นส่วนร่วมหนึ่งของการดำเนิน
ชีวิตของคนในสังคมทุกวัน และกระจายแพร่หลายอยู่ในทุกครอบครัวและชุมชน ทั้งนี้เพราะว่าโทรทัศน์
ได้เปรียบกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ตรงที่ทำให้ผู้ชมได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กับการได้เห็นภาพและ
ตัวหนังสือ โทรทัศน์จึงสามารถสื่อความหมายและสร้างให้ผู้ชมเกิดจินตนาการร่วมไปกับรายการที่นำเสนอ
ได้เป็นอย่างดี จากผลการสำรวจ ในปี พ.ศ. 2538 ประเทศไทยมีครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์อยู่จำนวน
10.8 ล้านเครื่องและในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนเครื่องรับ 13 ล้านเครื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, รายงาน
การสำรวจวิทยุโทรทัศน์ 2539, 2543) บริษัทสำรวจความนิยม เอ ซี เนลสัน ประเทศไทย แสดงสถิติ
จำนวนคนดูโทรทัศน์ประเทศไทยจำนวน 54 ล้านคน โดยเป็นผู้ชมตั้งแต่อายุ 4 ปีขึ้นไป (ชาลิสา มากแผ่น
ทอง, 2544)

ซึ่งการนำเสนอสำหรับสารนิพนธ์ฉบับนี้จะใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลักในการเปรียบเทียบ
และกล่าวอธิบายเพื่อไม่เห็นด้วยกับแนวคิดของโรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสื่อโทรทัศน์มี
วัตถุประสงค์ในการนำเสนออยู่ 4 ประการสำคัญ คือ (1) วัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข่าวสารและความรู้
(2) วัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอความคิดเห็น (3) วัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอความบันเทิง
(4) วัตถุประสงค์เพื่อการเสนอบริการสาธารณะ

สำหรับในประเทศไทยนั้น วัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ในช่วงก่อตั้ง
สถานีโทรทัศน์นั้นได้ให้ความสำคัญกับการให้ข่าวสาร ความรู้และการศึกษาแก่ผู้ชม สื่อโทรทัศน์จึงเข้ามามี
บทบาทต่อการให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะที่เป็น
ประโยชน์ต่อการศึกษามากหลายประการ ดังต่อไปนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และอาชญญา สิริยานนท์, 2534)

1. แสดงหรือนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน
2. สามารถถ่ายทอดความรู้ไปสู่ประชาชนจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลให้ได้รับชมรายการพร้อมกันในระยะเวลาอันรวดเร็ว
3. เป็นสื่อที่สามารถสร้างสิ่งเร้า สร้างความสนใจและทัศนคติ และยังมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้ดู ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมได้รวดเร็ว
4. สามารถถ่ายทอดความรู้ที่เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ และสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ที่ผู้ชมไม่สามารถมองเห็นด้วยตนเอง ตลอดจนสามารถเชิญผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาให้ความรู้แก่ประชาชนได้ด้วย
5. สนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองมากขึ้น
6. ให้ความเป็นจริงและทันต่อเหตุการณ์ จึงสามารถถ่ายทอดเหตุการณ์จริงขณะที่กำลังเกิดเหตุการณ์นั้นได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งยังสามารถนำเหตุการณ์ในอดีตมาเสนอต่อผู้ชมได้ด้วย
7. ให้ความรู้แก่ผู้ที่มีปัญหาในเรื่องการอ่านและการเขียนได้ดีเพราะผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้โดยผ่านทางภาพและเสียงกับการเคลื่อนไหวที่ปรากฏอยู่ในรายการที่นำเสนอ

ดังนั้น รายการโทรทัศน์ในระยะแรก จะเป็นรายการเกี่ยวกับการศึกษาโดยตรงและรายการเพื่อความรู้อื่น ๆ เป็นส่วนใหญ่ เช่น รายการการเกษตร รายการอภิปรายและโต้วาที รายการสอนเล่นกีฬา สอนทำอาหาร สอนงานฝีมือ รายการนำเที่ยว รวมทั้งรายการสอนภาษาอังกฤษด้วย เนื่องจากขณะนั้นยังไม่มีการแข่งขันด้านธุรกิจโทรทัศน์กัน โดยเฉพาะก่อนปี พ.ศ. 2510 นั้น มีสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศในส่วนกลางเพียง 2 สถานีเท่านั้น จึงยังไม่มีการแข่งขันกันจัดรายการโทรทัศน์ ซึ่งทำให้ความหลากหลายของรายการยังมีน้อย ผู้ชมก็มีทางเลือกในการดูโทรทัศน์ไม่มากนัก

ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเป็น 5 สถานี โดยเป็นสถานีที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการค้าถึง 4 สถานี ได้ก่อให้เกิดการแข่งขันกันทางด้านธุรกิจโทรทัศน์มากขึ้นตามลำดับ สถานีโทรทัศน์ต่างก็แข่งขันกันจัดรายการเพื่อดึงดูดผู้ชมหรือที่เรียกกันว่า การเพิ่มเรตติ้งของรายการ โดยส่วนใหญ่แล้วจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอรายการเพื่อความบันเทิง เพราะว่ารายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีผู้ชมให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก อีกทั้งเป็นรายการที่ทำรายได้ให้กับทางสถานี กล่าวคือ ถ้าสถานีโทรทัศน์ใดช่วงชิงผู้ชมได้มาก นั่นหมายถึงว่า องค์กรธุรกิจ เจ้าของสินค้า ตลอดจนบริษัทโฆษณาต่าง ๆ จะให้ความสนใจในการลงโฆษณาสินค้าหรือบริการในรายการที่มีเรตติ้งสูง ซึ่งนับว่าเป็นรายได้หลักของทางสถานีเลยก็ว่าได้ เนื่องจากการเปิดรับชมรายการต่าง ๆ ทางโทรทัศน์นั้นผู้ชมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับชม ดังนั้น

สิ่งที่ทางสถานีจะได้รับเป็นการทดแทนคือ รายได้จากการขายเวลาโฆษณาตนเอง อันจะส่งผลให้ทางสถานีหรือผู้ผลิตรายการมีรายได้และสามารถอยู่รอดในธุรกิจสื่อมวลชนนี้ได้ (ถาวร ช่วยประสิทธิ์, 2533) ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2540 ที่แสดงให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์เพื่อการค้าเกือบทั้งหมดนั้นให้ความสำคัญกับรายการประเภทบันเทิงมากที่สุด (กรุงเทพธุรกิจ, 2540) ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงรายการหลักของแต่ละสถานีโทรทัศน์และจุดขาย

สถานี	รายการหลัก	รายการที่เพิ่ม	จุดขาย	จำนวนรายการ
ช่อง 3	ละคร-บันเทิง	ละคร-ซิทคอม-บันเทิง	ละคร	78
ช่อง 5	ข่าว-ละคร	ละคร-บันเทิง-เกมโชว์	ละคร	128
ช่อง 7	ละคร-บันเทิง	ละคร-บันเทิง	ละคร	65
ช่อง 9	วาไรตี้อิงสาระ	ละคร-เกมโชว์-ข่าว	เกมโชว์	125
ช่อง 11	ข่าว-สารคดี	-	-	-
ไอทีวี	ข่าว-วาไรตี้	ข่าว-วาไรตี้-สารคดี	รายการข่าว	69

ที่มา : กรุงเทพธุรกิจ, 2540.

จากเหตุผลทางด้านธุรกิจดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อรายการเพื่อการศึกษาและความรู้ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ รายการที่ผลิตขึ้นเพื่อการศึกษาโดยตรงได้ถูกลดจำนวนลงไปทุกที เพราะรายการเหล่านี้ได้รับความสนใจจากผู้ชมค่อนข้างน้อย และเป็นที่สังเกตได้จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ารายการละครซึ่งล้วนแต่เป็นจุดขายของแต่ละสถานี ซึ่งในระยะหลัง ๆ นี้แทบจะกล่าวได้ว่าทุกสถานีได้ให้ความสำคัญต่อการผลิตละครมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มสังคมไทยก็ยังให้ความสำคัญต่อละครที่มีดารานักแสดงเป็นคนไทย และสร้างกระแสนิยมที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้มากนัก โดยเฉพาะกลุ่มคนสังคมชนบท ซึ่งมีสัดส่วนที่มากกว่าสังคมในเมือง และแม้กระทั่งคนในเมืองเองก็ตาม โดยส่วนใหญ่ก็ยังให้ความสำคัญเนื้อในส่วนของละครเป็นหลักเช่นกัน

ในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนไทยมีสภาพการผูกขาดหรือกึ่งผูกขาดโดยธุรกิจสื่อขนาดใหญ่ ปรากฏค่อนข้างเด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ หรือวิทยุ-โทรทัศน์ เช่น ในธุรกิจหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มียอดจำหน่าย 800,000 ฉบับ/วัน เดลินิวส์ มียอดจำหน่าย 600,000 ฉบับ/วัน ดังนั้น ยอดจำหน่ายสองธุรกิจรวมกันจำนวน 1.4 ล้านฉบับ/วัน จึงมากกว่าครึ่งหนึ่งของยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย (ระดับชาติ) ทั้งหมด 10 ฉบับ ซึ่งมียอดจำหน่ายรวม 2.5 ล้านฉบับ/วัน¹⁴

ในประเภทธุรกิจวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐได้รับอนุญาตในการดำเนินกิจการได้ รัฐจึงดำเนินการแบบผูกขาดกรรมสิทธิ์คลื่นวิทยุและโทรทัศน์มาตั้งแต่ต้น และให้เอกชนเข้าดำเนินการในลักษณะการให้สัมปทานสถานีหรือการเช่าช่วงเวลา โดยต่อไปนี้จะแสดงข้อมูลประกอบ ดังตารางที่ 3.2 และตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.2 แสดงหน่วยงานของรัฐบาลขนาดใหญ่ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์คลื่นวิทยุและโทรทัศน์

หน่วยงานของรัฐบาลขนาดใหญ่ที่เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์คลื่นวิทยุและโทรทัศน์					
วิทยุ*			โทรทัศน์**		
สถานี			สถานี		
1. กรมประชาสัมพันธ์	147	28.05%	1. กองทัพบก	2	33.33%
2. กองทัพบก	127	24.23%	2. อ.ส.ม.ท.	2	33.33%
3. อ.ส.ม.ท.	62	11.83%			
รวม	336	64.11%	รวม	4	66.66%

หมายเหตุ * จากจำนวนสถานีวิทยุทั้งหมด 524 สถานีทั่วประเทศ

** จากจำนวนสถานีโทรทัศน์ระดับชาติทั้งหมด 6 สถานีทั่วประเทศ

¹⁴ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547), หน้า 184-186.

ที่มา : คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ, 2543. อ้างใน
 อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ “สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม” ,
 2547.

ตารางที่ 3.3 แสดงบริษัทขนาดใหญ่ที่ได้รับสัมปทานคลื่นวิทยุ เอเอ็ม และเอฟเอ็ม

บริษัทขนาดใหญ่ที่ได้รับสัมปทานคลื่นวิทยุ เอเอ็ม และเอฟเอ็ม			
1. บริษัทเคซีเอส แอดเวอร์ไทซิ่ง	จำนวน	28	สถานี
2. บริษัทอินดิเพนเด็น จำกัด	จำนวน	16	สถานี
3. บริษัทวิลเลจเนเตอร์ จำกัด	จำนวน	16	สถานี
4. บริษัทธนวัฒน์ธุรกิจ จำกัด	จำนวน	14	สถานี
5. บริษัท อาร์ เค มีเดีย จำกัด	จำนวน	14	สถานี
	รวม	88	(28%)

ที่มา : คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ, 2543. อ้างใน
 อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ “สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม” ,
 2547.

สำหรับธุรกิจวิทยุที่เป็นกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในตลาดวิทยุรุ่น และตลาดคนทำงานใน
 กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 กลุ่มได้แก่ บริษัทเอ-โทม มีเดีย บริษัทคลิก เรดิโอ บริษัทฟาติมา บริษัทเอ็นพี
 จี บรอดคาสติ้ง และบริษัทบีไอซี เวิลด์

ในด้านธุรกิจโทรทัศน์ มีบริษัทเอกชนที่ได้รับสัมปทานจากหน่วยงานของรัฐ 3 บริษัท
 ดำเนินธุรกิจแข่งขันกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ช่อง 9 กรมประชาสัมพันธ์ ช่อง
 11 และ กองทัพบก ช่อง 5 ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่ดำเนินการด้านวิทยุโทรทัศน์

บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่ดำเนินการด้านวิทยุโทรทัศน์		
สถานี	บริษัท	ระยะเวลาสัมปทาน
1. ช่อง 7	บริษัทกรุงเทพและวิทยุและโทรทัศน์ จำกัด	47 ปี (2510-2558)
2. ช่อง 3	บริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด	50 ปี (2513-2563)
3. ช่องไอทีวี	บริษัทสยามทีวีแอนด์คอมมูนิเคชั่น	30 ปี (2538-2568)

ที่มา : คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ, 2543. อ้างใน
อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ “สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม”, 2547.

สื่อเคเบิลทีวีซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2533 มีลักษณะกึ่งผูกขาดสูงในช่วงแรก กล่าวคือ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีบริษัทไอพีซี ในเครือบริษัทชินวัตรและบริษัทไทยสกาย ในเครือวิบูลย์กิจ ดำเนินกิจการอยู่ 2 กลุ่ม และต่อมามีบริษัทยูนิเวอร์แซล เคเบิลทีวีเน็ตเวิร์ก จำกัด หรือ ยูทีวี (UTV) ในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2537 โดยแพร่ภาพในระบบใยแก้วนำแสง แต่ในปี พ.ศ. 2540 บริษัทไอพีซีและยูทีวี ได้ควรวมกิจการเข้าเป็นกิจการเดียวใช้ชื่อว่า ยูพีซี ทำให้ธุรกิจด้านเคเบิลใน กรุงเทพมหานครเกิดสภาพการผูกขาดโดยมีผู้ประกอบการเหลือเพียงรายเดียวในปี พ.ศ. 2542 ยูพีซีได้ขึ้นอัตราค่าบริการสมาชิกโดยอ้างเหตุผลว่าประสบกับภาวะขาดทุนจากวิกฤตเศรษฐกิจ และในปี พ.ศ. 2546 ยูพีซีได้ขึ้นราคาสมาชิกอีกครั้งโดยอ้างเหตุผลเดียวกันคือ ขาดทุนสะสมต่อเนื่อง ซึ่งสมาชิกไม่มีทางเลือกอื่น

นอกจากนี้ ยังพบว่าสัดส่วนรายการของยูพีซีที่มีรายการผลิตจากต่างประเทศมากกว่า รายการที่ผลิตภายในประเทศก็เนื่องมาจากการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเน้นความแตกต่างจากฟรีทีวี เนื่องจากฟรีทีวีมีการนำเสนอรายการที่ผลิตภายในประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน จึงได้รวบรวมข้อมูลการแจกจ่ายสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ได้แก่ ช่อง 3,5,7,9,11 และ ไอทีวี จากผังรายการออกอากาศในเดือนมกราคม พ.ศ. 2543 นำมาเปรียบเทียบความผกผันให้เห็นในเรื่องของสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศของ ยูพีซีและฟรีทีวี ดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศ ระหว่างยูบีซีกับฟรีทีวี

ประเภทรายการ	ยูบีซี	ฟรีทีวี
รายการที่ผลิตจากต่างประเทศ	91.1%	11.2%
รายการที่ผลิตภายในประเทศ	8.9%	88.8%

ที่มา : วรจรรย์ เจริญธรรมพจน์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของรายการซื้อรายการที่ผลิตภายในประเทศก็ยังจำเป็นต้องมีอยู่ ซึ่งในเรื่องนี้ คุณอาทิตย์ พรหมประสิทธิ์¹⁵ ผู้จัดการแผนกจัดซื้อรายการ ให้สัมภาษณ์ว่า

“รายการที่ผลิตภายในประเทศของยูบีซียังเป็นสิ่งที่จำเป็นอยู่ เพราะบางรายการ อย่างเช่นละครไทยนั้น เป็นรายการที่คนดูส่วนหนึ่งดูแล้วอยากดูอีก หรือภาพยนตร์ไทยที่เคยดูที่โรงภาพยนตร์มาแล้วและต้องการดูซ้ำ แต่ก็ไม่สามารถหาได้ ซึ่งยูบีซีได้เปรียบในเรื่องของเวลาการออกอากาศที่มีความยืดหยุ่นสูง ก็จะทำให้การจัดซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมกลุ่มนี้ โดยยูบีซีได้ติดต่อกับผู้ผลิตละครที่เคยออกอากาศทางฟรีทีวีและได้รับความนิยมนมาก่อน นำกลับมาออกอากาศใหม่ทางยูบีซีทั้งนี้ เพื่อตอบรับผู้ชมที่พลาดการรับชมจากฟรีทีวีสามารถกลับมารับชมได้ใหม่ นอกจากนี้ ยูบีซีจำเป็นต้องมีรายการต่างๆ ของยูบีซี รวมทั้งใช้เป็นช่องทางติดต่อเชื่อมโยงกับสมาชิก”

ธุรกิจสื่อสารมวลชนมีระบบการวัดความนิยมเพื่อสำรวจขนาดของตลาดผู้ซื้อ หรือจำนวนผู้อ่าน ผู้ชมอยู่เสมอ ในตลาดที่มีระดับการแข่งขันสูงการวัดความนิยมยิ่งมีความสำคัญมากเพื่อจะได้ยึดครองหรือช่วงชิงสัดส่วนตลาดให้ได้มากที่สุด วัดอุปสงค์สำคัญของการวัดความนิยมมีดังนี้

1. เพื่อตรวจสอบความนิยมของผู้รับที่มีต่อสื่อของตน

¹⁵ วรจรรย์ เจริญธรรมพจน์, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), หน้า 104.

2. เพื่อตรวจสอบสภาพการแข่งขันในสื่อกลุ่มเดียวกันและระหว่างสื่อต่างประเทศ

3. เพื่อเป็นฐานข้อมูลสำหรับการขยายการตลาดและการหารายได้จากโฆษณา

จากข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบในการพิจารณาร่วมกันนั้น จะต้องใช้พื้นฐานการทำงาน
ทำงานของสื่อ ซึ่งจะแสดงตัวเลขเปรียบเทียบให้เห็น ดังตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.6 แสดงสัดส่วนรายจ่ายในการโฆษณาสินค้าทางสื่อประเภทต่าง ๆ พ.ศ. 2523-
2543

(หน่วย : ล้านบาท)

	2523	2528	2533	2538	2543
โทรทัศน์	951.8 (47.1%)	2,730.2 (51.2%)	6,502.1 (51.8%)	18,663.9 (47.0%)	25,759.4 (61.2%)
วิทยุ*	500.0 (25.7%)	1,000.0 (18.7%)	1,200.0 (09.5%)	4,000.0 (10.5%)	2,500.0 (06.0%)
หนังสือพิมพ์	325.7 (16.2%)	1,097.6 (20.5%)	3,620.9 (28.8%)	11,771.3 (31.0%)	10,189.4 (25.2%)
นิตยสาร	139.7 (06.9%)	478.2 (08.9%)	1,211.8 (09.6%)	3,565.7 (09.4%)	2,264.6 (05.3%)
ภาพยนตร์	102.3 (05.0%)	24.8 (0.4%)	11.9 (0.1%)	23.4 (0.06%)	233.7 (0.5%)
รวม	2,019.4 (100%)	5,330.8 (100%)	12,546.7 (100%)	38,024.3 (100%)	42,093.6 (100%)

หมายเหตุ * ค่าโฆษณาวิทยุได้จากการประมาณการ ไม่ใช่ตัวเลขรายจ่ายจริง

* ไม่รวมตัวเลขค่าโฆษณาในหมวดป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

* อัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยของรายจ่ายโฆษณา เพิ่มจาก 22% ในปี พ.ศ. 2543 เป็น 32% ใน
ปี พ.ศ. 2537 และ 11.2% ในปี พ.ศ. 2538

ที่มา : บริษัทคู่แข่ง 2524-2538 และ The Advertising Book, 1997-1998, 2002 อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ คณะ “สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม”, 2547.

การวัดความนิยมหรือเรตติ้ง ของรายการวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น หมายถึง การคาดคะเนจำนวนครัวเรือน (หรือจำนวนคนในกรณีของวิทยุ) ที่เปิดเครื่องรับโทรทัศน์ชมรายการใดรายการหนึ่ง หรือสถานีโทรทัศน์แห่งใดแห่งหนึ่ง ตัวเลขที่แสดงอันดับความนิยมหรือเรตติ้ง เป็นตัวเลขที่เป็นอัตราส่วนร้อยละของจำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์และสามารถชมรายการได้ แต่ในขณะที่มีการสำรวจอาจจะเปิดหรือไม่เปิดเครื่องรับโทรทัศน์ก็ได้ (Head, et al., 1998: 288-291)

ส่วนแบ่งคนดูหรือ Audience share หมายถึง การคาดคะเนจำนวนครัวเรือน (หรือจำนวนคนในกรณีของวิทยุ) ที่เปิดรับเครื่องรับโทรทัศน์ชมรายการใดรายการหนึ่ง หรือสถานีโทรทัศน์แห่งใดแห่งหนึ่ง ตัวเลขที่แสดงสัดส่วนแบ่งคนดูเป็นตัวเลขที่เป็นอัตราส่วนร้อยละของจำนวนครัวเรือนที่เปิดเครื่องรับชมรายการในขณะที่รายการออกอากาศอยู่ (Head, et al., 1998: 288-291)

ตารางที่ 3.7 แสดงสัดส่วนผู้ชมของสถานีโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2544 และ 2545

สถานี	สัดส่วนผู้ชม (Share on viewers)	
	2544	2545
ช่อง 3	28.5	26
ช่อง 5	20.9	20
ช่อง 7	27.7	27
ช่อง 9	13.1	12
ช่อง 11	0.9	3
ช่อง ไอทีวี	8.9	12

ที่มา : ACNielsen Thailand, 2002. อ้างใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ คณะ
“สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม” , 2547.

การวัดเรตติ้งของรายการในช่วงเวลาไพร์ไทม์¹⁶ หรือระหว่าง 19.00-23.00 น. จึงเป็นการคาดคะเนความนิยมที่ผู้ชมโทรทัศน์ 13 ล้านครัวเรือน (ซึ่งเป็นขนาดของตลาดผู้ชมโทรทัศน์) มีต่อรายการที่ออกอากาศ ในช่วงเวลานั้น เช่น รายการข่าว รายการละคร หรือ ภาพยนตร์ หรือรายการ เกมโชว์ เป็นต้น เพื่อสำรวจดูว่ารายการใด ในสถานีแต่ละแห่ง ได้รับความนิยมมากกว่ากัน

การสำรวจความนิยมของบริษัท เอ ซี เนลสัน ประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2541 พบว่ารายการข่าวภาคค่ำของสถานีกองทัพบก ช่อง 7 มีเรตติ้ง 16 ในกลุ่มคนดูอายุ 6-14 ปี ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 9 ล้านคน หมายความว่า มีจำนวนคนดูข่าวในช่วงไพร์ไทม์ประมาณ 1.5 ล้านคน

ส่วนละครที่มีเรตติ้งปานกลาง อยู่ในระดับ 10-15 ในกลุ่มคนดูอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เป็นหญิงจำนวน 9 ล้านคน หมายความว่า มีผู้ชมละครประมาณ 9.4 แสนคน-1.4 ล้านคน และละครที่มีเรตติ้งสูง อยู่ในระดับ 20-30 ในกลุ่มคนดูอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่เป็นหญิงจำนวน 9 ล้านคน หมายความว่า มีผู้ชมละครประมาณ 1.8-2.8 ล้านคน

จากข้อมูลข้างต้นจึงได้มีการศึกษาเพิ่มเติม ถึงผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจ ความสำคัญ และสนใจมาตั้งแต่ในระยะแรกที่สื่อ เปรียบเสมือนเป็นตาทิพย์และหูทิพย์ ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากผู้ชม การวิจัยเกี่ยวกับผลของการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองและประสิทธิภาพในการสร้างประชามติของสื่อโทรทัศน์ทำให้เกิดความเชื่อว่า สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิด และจิตใจของผู้ชม อีกทั้งยังมีความสามารถในการโน้มน้าวให้เกิดพฤติกรรมคล้อยตาม เช่น การลงคะแนนเลือกตั้ง หรือการซื้อสินค้าตามที่เห็นในโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งได้สร้างความวิตกกังวลเกี่ยวกับบทบาททางการเมืองของสื่อโทรทัศน์ หรือการมีอิทธิพลในด้านการเลียนแบบพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน

¹⁶ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม, พิมพ์ครั้งที่ 4, หน้า 198-199.

โดยผู้ที่ให้ความสนใจกับสื่อต้องการพิจารณาและเข้าใจ ในส่วนประกอบสามส่วน
ต่อไปนี้เป็นหนึ่ง ตัวบท (Text) สอง ผู้รับสาร (Audience) และ สาม ขั้นตอนการผลิต (Production)
โดย นิษฐา หรุ่นเกษม¹⁷ ได้กล่าวไว้ดังนี้

"ส่วนที่หนึ่ง ตัวบท (Text) คำว่า ตัวบท หรือ Text ก็คือผลิตผลของสื่อทุกชนิดที่สามารถ
นำมาตรวจสอบได้ ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ หนังสือ โปสเตอร์ เพลงยอดนิยม แฟชั่นล่าสุด ฯลฯ โดยเริ่มต้นใน
การตั้งคำถามได้ว่า ประเภทของตัวบทต่อไปนี้อย่างไรต่างจากตัวบทประเภทอื่น ๆ อย่างไร อย่างเช่น ความแตกต่างระหว่าง
การ์ตูน วิดีโอหรือค นิทานก่อนนอน ละครแบบตำราวจับผู้ร้าย

นอกจากนั้นแล้ว ยังอาจใช้วิธีการค้นหาถึงความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบทเหล่านั้น โดยดูที่
โครงสร้างของการเล่าเรื่อง วิธีการสื่อความหมายในเรื่อง ค่านิยมที่เห็นได้อย่างชัดเจนจากตัวบทนั้น เช่น สอนให้เป็น
คนซื่อสัตย์ สอนให้ประหยัด หรือว่า สอนให้เป็นคนช่างซื้อ และความเชื่อมโยงระหว่างตัวบทนี้กับตัวบทอื่น ๆ เช่น
ผู้ร้ายในละครโทรทัศน์มีลักษณะนิสัยคล้ายคลึงกับ ผู้ร้ายที่ตกเป็นข่าวในชีวิตจริง หรือความเหมือนและความต่าง
ของนวนิยายเรื่องหนึ่งที่ถูกถ่ายทอดออกมาผ่านรูปแบบของสื่อต่าง ๆ เช่น ได้รับการดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ เป็น
ละครทางโทรทัศน์ เป็นหนังสือเล่มละ 25 บาท หรือเป็นนวนิยายทางหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ส่วนที่สอง ผู้รับสาร (Audience) กล่าวได้ว่าใครก็ตามที่ได้รับสารจากสื่อ ไม่ว่าจะผู้หญิง ผู้ชาย
เด็กหรือผู้สูงอายุ อาจเป็นคนที่กำลังนั่งอ่านหนังสืออยู่เพียงลำพังคนเดียว หรืออยู่ภายในโรงภาพยนตร์ที่มีผู้ชมอยู่เป็น
จำนวนมาก ล้วนแล้วแต่เป็น "ผู้รับสาร" (Audience) ด้วยกันทั้งนั้น สิ่งสำคัญที่ทุกคนจำเป็นต้องเข้าใจร่วมกันใน
เบื้องต้นก่อนก็คือว่า สื่อทุกรูปแบบล้วนผ่านการวางแผน พิจารณา คัดเลือก กลั่นกรอง และถูกออกแบบมาแล้วเป็น
อย่างดี เพื่อผลิตกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายของตัวเอง เพื่อที่สื่อ ในฐานะที่เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ต้องการผลกำไร จะได้
"ขาย" กลุ่มผู้รับเหล่านั้น (ซึ่งก็คือตัวเรา ในฐานะของผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ชมรายการ) ให้กับผู้โฆษณาด้วยกันทั้งสิ้น

แม้ว่าเราจะเป็นส่วนหนึ่งของผู้รับสารที่ช่วยเพิ่มยอดขายโฆษณาให้กับสื่อด้วยจำนวน "เรตติ้ง
ผู้ชม" ทว่าทฤษฎีการสื่อสารในยุคปัจจุบันต่างก็หันมาเน้นที่ "อำนาจในการต่อรอง" ของผู้รับสาร นั่นคือ ผู้รับสาร
แต่ละคนอาจจะอ่านความหมายจากตัวบทต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย แตกต่างกันไปตามเพศสภาพ ไม่ว่าจะเป็ นเพศ
หญิง เพศที่สาม หรือเพศชาย ตามเชื้อชาติ เป็นไทย หรือ "ไม่ใช่ไทย" หรือเบื้องหลังทางวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล
ตามความสามารถในการอ่าน ตามอายุ และอื่น ๆ อีกจำนวนมาก ดังเช่นที่ ผู้ละครเรื่องนางโซว์บางคนอาจจะรู้สึกรว่า
เรื่องนี้ได้ทำให้โลกของเกย์หรือเพศที่สามนั้นต้องถูกเบียดขับออกไป ให้อยู่อย่างไร้ตัวตนอีกครั้ง เพราะนางโซว์คราวนี้
ล้วนแล้วแต่เป็น "ชนะนี้" (ผู้หญิง) ทั้งสิ้น

¹⁷ นิษฐา หรุ่นเกษม, "รู้เท่า รู้ทัน สื่อ", เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน [Online]. Available from:

<http://www.midnightuniv.org/midarticle/newpage58.html>. (17 ธันวาคม, 2546).

หรือแม้แต่ในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยและความงามต่าง ๆ ในกลยุทธ์สารพัดสารพัน รูปแบบที่ใช้หลอกล่อผู้บริโภคอยู่นั้น ก็ยังมีผู้รับสารธรรมตา ๆ กลุ่มหนึ่งที่ยังรู้สึกว่ายิ่งขาวเร็วเท่าไร ผอมลงเร็วเท่าไร ผลแทรกซ้อนในทางลบต่อร่างกายก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นตามอัตราความเร็วนั้น

ความหมายที่อ่านได้จากตัวบทเหล่านั้นจึงมิได้ถูกกำหนดมาแล้วโดยผู้เขียนหรือแม้กระทั่งนักวิจารณ์ แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้รับสารกับตัวบทนั้น ๆ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับเวลาและสถานการณ์ในขณะ ๆ นั้นด้วย

ดังนั้น ในฐานะผู้รับสาร จึงควรที่จะพัฒนาตัวเองให้เป็นผู้รับสารที่มีอำนาจ สามารถต่อรองความหมายกับสื่อได้ ต้องระลึกรถึงความหมายอีกมากมายที่สามารถจะเกิดขึ้นได้จากตัวบทเหล่านั้น ต้องเห็นถึงค่านิยมและอคติที่เกิดจากความหมายเหล่านั้น จากการอ่าน การดู การฟังของเรา หรือการรับสารของคนอื่น ๆ เพื่อให้เราซึ่งเป็นผู้รับสารมีพลังอำนาจอยู่ในมือ ในการที่จะเป็นฝ่ายต่อรองและเป็นฝ่ายเลือกรับสารนั้น ๆ มิได้เป็นผู้รับสารที่คล้อยตามและรับสารอย่างผู้ส่งต้องการเสมอไป

ส่วนที่สาม ขั้นตอนการผลิต (Production) ขั้นตอนในการผลิตนี้หมายความครอบคลุมถึงทุกสิ่งในระหว่างการผลิตตัวบทของสื่อในประเภทต่าง ๆ ครอบคลุมตั้งแต่เทคโนโลยี อำนาจการตัดสินใจจากความเป็นเจ้าของสื่อและระบบเศรษฐกิจ เช่น บริษัทผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เป็นผู้โฆษณา สนับสนุนรายการ หรือที่เรียกว่า “สปอนเซอร์” นั่นเอง สถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประเด็นทางด้านกฎหมาย ธรรมเนียมปฏิบัติ และบทบาทต่าง ๆ ของคนทำงานสื่อในกระบวนการผลิต เช่น นักข่าว บรรณาธิการ ช่างภาพ เจ้าหน้าที่ติดต่อ ผู้กำกับ ฯลฯ”

ในระหว่างที่ฟังเพลงจากวิทยุ ดูโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ หรือกำลังรับสารจากสื่อต่าง ๆ อยู่นั้น คนส่วนใหญ่มักหลงเพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจไปกับเทคนิคใหม่ ๆ ในการผลิต และการนำเสนอ อยู่เสมอ ลองนึกถึงภาพของโฆษณาที่เจาะลึกให้เห็นถึงภายใต้ร่างกายของเรา หรือภาพร่างกายของเราที่เป็นเหมือนกระดาศ สามารถใช้กรรไกรตัดส่วนเกินออกไปได้อย่างง่ายดาย ภาพใบหน้าหรือรักแร้ของเราที่ค่อย ๆ เปลี่ยนจากดำมาเป็นขาวขึ้น ขาวขึ้น เพียงชั่วพริบตา ตามลักษณะหรือรูปแบบการนำเสนอที่ต้องการขายสินค้าเท่านั้น

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงและถามตัวเองอยู่เสมอก็คือ อะไรคือความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับความตั้งใจในการขายสินค้าผ่านสื่อ ค่านิยมที่ปรากฏในตัวบทนั้น ๆ มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของเนื้อหา รวมถึงการควบคุมหรือการเซ็นเซอร์อย่างไร

คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า การทำงานของสื่อในหลาย ๆ ครั้งขาดความเป็นกลางและความเป็นอิสระ ที่จะคิดหรือคัดเลือกประเด็นข่าวและเรื่องราวต่าง ๆ ที่จะมานำเสนอ เพราะไม่อาจปฏิเสธคำขอร้องจากภาครัฐหรือกลุ่มนายทุนได้ รวมไปถึง เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยกำหนดสิ่งที่เราจะให้เห็น

ได้อย่างไร ราคาและต้นทุนของการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ นั้นเป็นตัวกำหนดว่าใครจะก้าวเข้ามาเป็นผู้ผลิตสื่อรายใหม่ได้อย่างไร การทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้เราเข้าใจถึงขั้นตอนในการสร้างสารหรือผลิตตัวบทของสื่อต่าง ๆ ได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น จำเป็นต้องคำนึงอยู่เสมอด้วยว่า ในระหว่างการ “รื้อสร้าง” สื่อเพื่อให้เกิดความรู้เท่าทันนี้ ไม่สามารถแยกพิจารณาทั้งสามส่วนออกจากกันอย่างเด็ดขาดได้ แต่ต้องพิจารณาควบไปด้วยกันอยู่เสมอ และต้องตั้งคำถามและเตือนตนอยู่ตลอดเวลาว่า ในระหว่างที่กำลังบริโภคหรือรับสารจากสื่อ นั้น มีสิ่งที่สื่อเลือกมานำเสนอ เลือกมาจุดประเด็น และเลือกตัดทิ้งออกไปอยู่อย่างแน่นอนเสมอ และ “ความเป็นจริง” อย่างที่ปรากฏในสื่อ นั้นไม่ได้เป็นอย่างที่เราได้เห็นหรือได้ยินเสมอไป

3.3 ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสื่อในสังคมไทย

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสื่อโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะผ่อนคลายลง และเปิดให้ธุรกิจเอกชนและภาคประชาชนมีโอกาสเข้าถึง (Access) การใช้สื่อโทรทัศน์ได้มากขึ้น อีกทั้งพัฒนาการของเทคโนโลยีก็มีส่วนในการสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตและการรับชมรายการได้มากและหลากหลายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารสัมพันธ์กันในประเทศและระหว่างประเทศ โดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ได้กล่าวไว้ดังนี้

3.3.1 การปฏิรูปสื่อ

3.3.2 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

3.3.3 การครอบงำทางวัฒนธรรม

ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้การนำเสนอได้ดังนี้

3.3.1 การปฏิรูปสื่อ

“กระบวนการปฏิรูปสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีเจตนาารมณ์ในการจัดสรรทรัพยากรคลื่นวิทยุและโทรทัศน์ใหม่ โดยจัดหาวิธีการดำเนินการอย่างไร จึงจะลดแรงต้านของกลุ่มที่ถือครองทรัพยากรคลื่นเดิม และจะมีวิธีการดำเนินการอย่างไรในการกระจายทรัพยากรคลื่นอย่างเป็นธรรมแก่ภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ตามที่ได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543

เป้าหมายของการปฏิรูปสื่อคือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผูกขาดให้เป็นโครงสร้างที่มีความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้นแล้ว การปฏิรูปยังมุ่งหมายให้หลักประกันในเรื่องสิทธิการสื่อสารแก่คนทุกกลุ่มในสังคม และการสร้างมาตรฐานและคุณภาพของเนื้อหาสาระให้หลากหลาย มีสุนทรียภาพเกิดขึ้น จึงเป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่น่าสนใจ และต้องมีการวางนโยบายและการศึกษาวิจัยเพื่อวางแผนปฏิบัติให้ตอบสนองต่อเป้าหมายข้างต้น

นอกจากนี้ประเด็นศึกษาที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง คือ เรื่องการใช้สื่อในทางการเมืองของประชาชน และนักการเมืองฝ่ายบริหารและนิติบัญญัติ การปฏิรูปได้กำหนดให้มีการจัดสรรคลื่นแก่ประชาชนเพื่อให้มีสิทธิในการพูดและแสดงความคิดเห็นในฐานะพลเมืองและประชาชนของสังคมนี้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมบทบาทและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนกลุ่มต่าง ๆ”

3.3.2 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

เทคโนโลยีการสื่อสารในอนาคตจะมีทิศทางในด้านการขยายขอบเขตพื้นที่การสื่อสารและความเร็วโดยใช้ดาวเทียม (Satellite) มากยิ่งขึ้น การผลิตรายการและส่งสัญญาณด้วยระบบดิจิทัล (Digital Production and transmission) มีการบีบอัดสัญญาณเพื่อเพิ่มช่องทางการส่งสัญญาณ (Channel compression และ Multi-channel media) และมีสื่อรูปแบบใหม่ ๆ (New media) หรือสื่อผสม (Multi media) มากขึ้น แม้ว่าในปัจจุบันจะมีช่องทางที่เข้าถึงข้อมูล สารสนเทศได้ง่ายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ก็ตาม ที่มีความหลากหลายของสื่อ และไม่จำกัดในเรื่องของเวลาการเข้ารับชม เลือกดู ที่เป็นอิสระ ซึ่งในแง่ของการประกอบการและผู้ผลิตรายการ เทคโนโลยีเหล่านี้จะเข้ามาช่วยเพิ่มช่องทางการประกอบการ ประสิทธิภาพการผลิต การสร้างสรรค์รูปแบบ และเนื้อหาของรายการ และวิธีการสื่อสารกับผู้ชมในรูปแบบใหม่ๆ รวมทั้งเปิดให้มีการสื่อสารข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์มากขึ้น

3.3.3 การครอบงำทางวัฒนธรรม

ผลจากเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีข้างต้น และการเปลี่ยนแปลงของบริบทของการสื่อสารในสังคมทุนนิยมภายใต้ระบบโลกาภิวัตน์ ประเด็นการครอบงำทางวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมการสื่อสารของสหรัฐอเมริกาเป็นประเด็นที่กลุ่มประเทศโลกที่สาม รวมทั้งประเทศไทยด้วยนั้น ได้ยกขึ้นมาโต้แย้งกับแนวความคิดเรื่องการเปิดเสรีมาตั้งแต่ช่วงคริสต์ศตวรรษ 1970 ว่าสื่อภาพยนตร์จากฮอลลีวูด ดนตรี และช่องเอ็มทีวี ล้วนมีอิทธิพลในการครอบงำทัศนคติ และรสนิยมของเยาวชนและประชาชนในโลกที่สาม”

ดังจะเห็นว่าในปัจจุบัน สื่อในรูปแบบข่าวสาร เช่น สถานีโทรทัศน์ซีเอ็นเอ็น บีบีซีเวิลด์ เซอร์วิส ซีเอ็นบีซี เข้ายึดพื้นที่สถานีโทรทัศน์ข่าวสารระดับโลก (ประเทศกาตาร์ ได้ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์อัลจาซีรา เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของกลุ่มประเทศอาหรับในการตอบโต้ข่าวสารจากสหรัฐอเมริกา) ใน ส่วนของสื่อบันเทิงวัฒนธรรมกีฬา เช่น ฟุตบอล เทนนิส กอล์ฟ กำลังเป็นรายการที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และสามารถทำรายได้มหาศาลให้แก่บริษัทสื่อในโลกตะวันตกขณะที่ประเทศไทยที่ประเทศไทยที่สามอยู่ในฝ่าย ผู้บริโภคโดยไม่อาจแข่งขันในเวทีการสื่อสารและการผลิตสินค้าวัฒนธรรมได้

จากข้อมูลรายละเอียดข้างต้นทั้งหมดนี้ ได้เป็นข้อสนับสนุน ในการที่จะคัดค้านแนวคิด ของโรเบิร์ต แมคเชสเนี่ย ในส่วนที่ว่า การข้ามเข้ามาถือหุ้นส่วนโดยผู้ผลิตรายใหญ่ของสหรัฐอเมริกา ที่เป็น ตัวแทนของสื่อโลก ตะวันตกนั้น ไม่เป็นความจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยเนื่องจากเจ้าของสื่อเป็น คนไทย และองค์กรในประเทศไทย แต่สื่อโลกจะมีบทบาทในสภาพของการครอบงำทางวัฒนธรรมที่ติดมา กับสื่อเสียมากกว่า ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ การนำเสนอของสื่อในสังคมไทยซึ่งจะนำไปสู่ การ ครอบงำทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ และการใช้ชีวิตเป็นที่น่าสังเกตที่เรียนที่ผ่านมามีความจริง หรือ ที่ สื่อโลกจะทำให้สังคมไทยมีปัญหา และ พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้คนได้ดีขึ้นจริง หรือ ที่สื่อขนาดใหญ่ (Mass Media) ที่มีอยู่จะเปลี่ยนแปลงสังคม และ เสริมสร้างความเข้มแข็ง ให้ชุมชนท้องถิ่นได้ ในปัจจุบันเห็น บทบาทของสื่อเหล่านั้นแล้ว หรือไม่ นอกจากนี้สื่อที่เป็นการครอบงำทางวัฒนธรรมยังขยายไปในช่องทาง ที่หลากหลาย เพื่อให้ถึงกลุ่มผู้บริโภคสื่อที่มีความแตกต่างกันหันมายอมรับในการยึดถือปฏิบัติในการ ดำเนินชีวิต

ส่วนที่สี่

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้วางแนวทางในการศึกษา จำแนกไว้เป็นส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ส่วนนำ ได้แสดงรายละเอียดพัฒนาการระหว่างประเทศที่เกิดขึ้น ทั้งในด้านความสัมพันธ์ และพัฒนาการที่เกิดขึ้นของระบบสื่อ และการสื่อสาร ส่วนที่สอง ได้แสดงแนวคิดของศาสตราจารย์ผู้มีชื่อเสียง และมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวข้องกับการทำงานของสื่อ คือ โรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ พร้อมทั้งได้นำเสนอบทวิจารณ์ที่เกิดขึ้นจากแนวคิดของนักวิชาการชาวตะวันตกหลาย ๆ ท่าน ในความเห็นที่แตกต่างไปจากต่อความคิดของโรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ ส่วนที่สาม สื่อโลกกับสังคมประเทศไทย ในส่วนนี้ได้แสดงสภาพ การทำงานของสื่อ และการเข้ามามีบทบาท รวมถึงสภาพความเป็นไปที่เกิดขึ้นในลักษณะการทำเสนอของสื่อหลักในประเทศ คือ โทรทัศน์ ได้แสดงให้เห็นถึงเจ้าของผู้ผลิตรายการและสภาพการบริโภคของกลุ่มผู้บริโภค สื่อ ซึ่งเป็นเนื้อหาและประเด็นสำคัญที่ได้กล่าวถึงไว้แล้วในสารนิพนธ์ฉบับนี้ และต่อไปนี้จะกล่าววิเคราะห์ตามข้อมูลและสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นและข้อเสนอสำหรับแนวคิดของผู้ที่ได้ทำการศึกษา

4.1 บทสรุปและการวิเคราะห์

ในโลกโลกาภิวัตน์ยุคสื่อสารสนเทศนั้น เทคโนโลยีการสื่อสาร และสังคมประชาธิปไตย คือเครื่องมือที่มีบทบาททรงพลัง และมาแรงที่สุดในการขับเคลื่อนความเป็นไปของโลก สื่อเป็นศูนย์กลางที่เป็นตัวกำหนด บทบาทของสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของโลกโลกาภิวัตน์จะไม่สามารถเป็นไปได้อย่างดี ถ้าปราศจากระบบของธุรกิจสื่อ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมตลาดโลกและกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญสำหรับพัฒนาการการสื่อสารแบบดิจิทัล ในโลกของทุนนิยม และสังคมนิยมมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันในภาพของการสื่อสาร ส่วนที่มีความชัดเจนที่สุดคือ เสรีนิยมใหม่ ซึ่งกล่าวถึงนโยบายในระบบชาติและนานาชาติ โดยเสรีนิยมใหม่มีความเชื่อที่ว่าความสามารถทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีนั้น เป็นการแก้ไขปัญหาทางสังคมได้ดีกว่าทางเลือกตัวอื่น ๆ และสิ่งที่มากับเสรีนิยมใหม่นั้นต้องมีแปรรูปและจัดระเบียบธุรกิจสื่อและการสื่อสารทางการตลาด ฉะนั้นกล่าวสรุปได้ง่าย ๆ ก็คือ ใครสามารถควบคุมเครื่องมือสื่อสารก็มีอำนาจอิทธิพล ใครกุมสื่อมวลชน ก็สามารถควบคุมความเป็นไปของโลกได้ ทั้งนี้ไม่ว่าจะควบคุมในรูปแบบของฮาร์ดแวร์ของสื่อ (เช่น ดาวเทียม เคเบิล เครื่องมือสื่อสาร คลื่น ฯลฯ) หรือจะควบคุมในรูปแบบของซอฟต์แวร์ของสื่อ (เช่น

รายการโทรทัศน์ รายการข่าว ฯลฯ) การตั้งข้อสังเกตที่มีลักษณะแบบง่าย ได้ว่า บริษัทที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของฮาร์ดแวร์ หรือซอฟต์แวร์ ล้วนเป็นธุรกิจที่ร่ำรวยติดอันดับต้น ๆ ของทุกสังคมทั้งนั้น แล้วคนที่ควบคุมสื่อ จะควบคุมทางไหนกัน ในรูปแบบใด

ซึ่งอาจที่จะสามารถตอบคำถามได้เบื้องต้น ได้ก็คือว่า **หนึ่ง** ก็ในเมื่อสังคมโลกทุกวันนี้ ระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรีถูกยกขึ้นเป็นกระแสหลัก สื่อส่วนใหญ่ก็ย่อมจะถูกนำไปปรับใช้จุดหมาย ปลายทางข้อนี้ การรองรับตลาด ทำอย่างไรให้คนบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ มากขึ้นกลายเป็นหน้าที่ สำคัญของสื่อ ส่วนการเสนอข่าวสารข้อมูลเพื่อการพัฒนาจิตใจ พัฒนาคุณภาพชีวิต และคุณภาพสังคม กลายเป็นเรื่องในลำดับที่รองลงไป

สอง เมื่อการพัฒนาสื่ออยู่ในมือของภาคธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่ที่สุด ปลายทางคือความอยู่ รอด และ/หรือ ความมั่งคั่งของเจ้าของสื่อ ถ้าจะต้องเลือกระหว่างการนำเสนอสาระที่สร้างสรรค์แต่ขายไม่ ค่อยได้ กับ เสนอเรื่องที่ต้องตรงจริตกับกิเลสของผู้คนแต่ขายได้ดี ส่วนใหญ่คำตอบก็เป็นที่คาดได้อันแล้ว ว่าจะต้องทำให้เลือกแบบไหน

ภายใต้ระบบเศรษฐกิจตลาด ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม คือ ระบบที่มองรัฐ หรือประเทศไม่ มีตัวตน ไม่มีชีวิตจิตใจ (Inorganic View of State) และถือว่า “ตลาด” (Market) เป็นผู้กำหนดค่า และ “ค่า” มาจากใจ (Subjective Theory of Value) คือ ใจของผู้บริโภค ผู้ซื้อที่แสดงออกมาผ่านทาง อุปสงค์ (Demand) โดยกำหนดให้ความมั่งคั่ง รายได้และรสนิยมและความพอใจของผู้บริโภคคงที่ ช่วยให้ สัญญาณ หรือคำตอบแก่ผู้ผลิต/ผู้ขาย (Supply) ว่าสินค้าใดควรถูกผลิต (สินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาด) และขายให้แก่คนที่ให้ราคาดีที่สุดในตลาด ผู้บริโภคที่เห็นค่าหรือเห็นประโยชน์ หรือมีความพอใจมาก ก็ยอมเต็มใจ ที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้ามาก

เพราะฉะนั้นภายใต้สถานการณ์โลกในปัจจุบันที่ดูเหมือนว่าความร่วมมือ ข้อตกลงแบบ หลายฝ่าย หรือ พหุภาคีผ่านช่องทางองค์การระหว่างประเทศ ที่มีประเทศทั่วโลกเป็นสมาชิก ไม่ว่าจะ เป็นสหประชาชาติ โอเอเอ็มเอฟ หรือ องค์การการค้าโลก ที่ไม่ประสบความสำเร็จ ล้มเหลวจนทำให้ขาดความ น่าเชื่อถือศรัทธาลงไปมาก จึงทำให้สหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศผู้นำอันดับหนึ่งของโลกในทุกด้านทั้ง เศรษฐกิจ การเมือง และความมั่นคง ซึ่งแน่นอนต้นกำเนิด และความเจริญของการใช้สื่ออย่างมี ประสิทธิภาพของประเทศสหรัฐอเมริกามีส่วนทำให้สหรัฐอเมริกาเอง กลายมามีบทบาทเป็นผู้นำเดี่ยวหรือ ประเทศมหาอำนาจเดี่ยวของโลกอยู่ในขณะนี้

ศาสตราจารย์ โรเบิร์ต แมคซีสนีย์ ได้พยายามใช้แนวคิดในการอธิบายบทบาทและอิทธิพลของสื่อการก้าวข้ามผ่านมายังภูมิภาคต่างของโลกนั้น ในแนวคิดที่เกิดขึ้นอยู่ในบริบท ที่ไม่สามารถอธิบายได้ครอบคลุมทุกส่วนของโลก และไม่สามารถที่จะปรับใช้ได้กับทุก ๆ ประเทศ แม้กระทั่งบางประเทศ ในแถบตะวันตกเองก็ตาม เพราะเจ้าของปัจจัยในการผลิตสื่อ ก็ยังเป็นคนในท้องถิ่น เป็นคนในภูมิภาคเสียเป็นส่วนมาก ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีส่วนร่วมในความเข้าใจวิถีการดำเนินชีวิตของคนในประเทศ และคนในท้องถิ่นของตนเองในได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมในแต่ละประเทศ ภูมิภาค เพียงแต่อาศัยสื่อ ที่มีการเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย และเผยแพร่ไปได้อย่างมีกลไก การทำงานที่มีความสลับซับซ้อนและต้องอาศัยเวลา การติดตาม ความสนใจ และเงินทุนจำนวนมากพอควรที่จะต้องศึกษา แต่อย่างไรก็ตามเป็นที่ยอมรับว่าอิทธิพลของสื่อ นั้น ได้ครอบงำทางวัฒนธรรม มีการจัดสรร และคัดเลือกเพื่อการนำเสนอ ตัวแทนสื่อที่มีการนำเสนอ อย่างดารานำ หรือดาราประกอบที่มีจุดเด่นนั้น ก็เป็นส่วนหนึ่งที่เรียกร้องทำให้ผู้บริโภคมีส่วนในการเลือกและปฏิบัติตามทำให้มีอิทธิพลต่อการแสดงออกตามพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสังคมนี้ได้หลายช่องทาง รวมถึงสื่ออินเทอร์เน็ต และ เทคโนโลยีสื่อประสม (Multimedia) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการนำเสนอข้อมูลที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้ทั้งในรูปข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง และยังมีลักษณะพิเศษ คือสามารถออกแบบให้ผู้ชมโต้ตอบ หรือมีปฏิสัมพันธ์ได้ (Interactive) และสามารถเชื่อมโยงข้อมูล (Hyperlink) ทำให้สามารถเลือกดูเนื้อหาเฉพาะส่วนที่สนใจได้ โดยไม่ต้องเปิดดูที่ละหน้าจนกว่าจะพบหัวข้อที่สนใจ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสื่อประสมมีการเติบโตสูงมาก โดยได้มีการนำมาใช้ในงานต่างๆ เช่น การเรียนการสอน การฝึกอบรม ในรูปแบบที่เรียกในภาษาอังกฤษว่า Computer-Based-Training หรือ CBT และการบันเทิง เช่น โปรแกรมการศึกษาเชิงสันทนาการ (Edutainment) ต่าง ๆ โดยมากจะนำเสนอในรูปแบบของสื่อ CD-ROM หรือ “ตู้ข่าวสาร” (Multimedia Kiosk) อย่างเช่น ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยว โดยทำเป็นเครื่องให้บริการข่าวสาร ไปตั้งไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อดีของการนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีสื่อประสม คือ สามารถทำรูปแบบให้หน้าสนใจได้หลากหลาย กว่านำเสนอด้วยหนังสือ โดยการผสมสื่อต่าง ๆ ทั้งภาพ เสียง และภาพยนตร์ ทำให้ผู้ชมมีความสนใจที่จะติดตาม ศึกษามากกว่า และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้การบันทึกภาพทำได้โดยมีคุณภาพสูงเสมือนจริง ภาพที่เก็บได้จะมีความคงทน ไม่เสื่อมง่ายเหมือนกับการเก็บในรูปของกระดาษ เหมาะกับข้อมูลทางวัฒนธรรมที่เสี่ยงต่อการสูญหาย

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็น “เครือข่ายของเครือข่าย” (Network of Networks) คอมพิวเตอร์ ที่ครอบคลุมไปทั่วโลก ปัจจุบันมีการเติบโตสูงมาก และมีบทบาทสำคัญยิ่ง ต่อการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสาร ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษา วิจัย ธุรกิจ และการบันเทิงต่าง ๆ ที่มีผู้ใช้ทั่วโลกกว่า 60 ล้านคน ส่วนสำคัญที่ทำให้อินเทอร์เน็ต สร้างผลกระทบในเชิงข้อมูลข่าวสารได้มาก เช่นนี้คือ เทคนิคในการนำเสนอข้อมูลด้วยระบบที่เรียกว่า เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web) หรือ “เครือข่ายใยแมงมุม” ที่เชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ที่มีอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วโลก การค้นหาข้อมูลสามารถทำได้โดยสะดวก ด้วยการเชื่อมโยงแบบ Hyperlink ที่ผู้ชมสามารถค้นหาข้อมูลในระดับคลิก ลงไปได้เรื่อย ๆ ตามต้องการ อีกทั้งข้อมูลที่นำเสนอก็เป็นลักษณะสื่อประสม คือ มีทั้งข้อความ รูปภาพ เสียง และภาพยนตร์ ทำให้น่าสนใจว่าการนำเสนอในรูปแบบของหนังสือหรือสิ่งพิมพ์

จุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้เหมาะแก่การเผยแพร่ข้อมูลวัฒนธรรมคือ การที่สามารถเข้าถึงผู้คนกว่า 60 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งหากนับค่าใช้จ่ายต่อผู้รับ 1 คน แล้วถือว่าน้อยกว่าการพิมพ์หนังสือมาก ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าไปศึกษา และเรียนรู้วัฒนธรรมของชนชาติอื่นทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการแต่งกาย รูปแบบการใช้ชีวิต ศิลปะ ดนตรี และพฤติกรรมบริการโภชนาการ โดยผ่านเพียงหน้าจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น สิ่งที่สำคัญคือ ความสามารถในการใช้โอกาสจากศักยภาพของเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้อื่นได้รู้จักเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของตน ซึ่งยังมีอยู่ในระดับต่างกัน ชนชาติที่มีความตื่นตัวและเห็นประโยชน์ ก็จะนำข้อมูลของตนมาลงเพื่อเผยแพร่ ทำให้ผู้คนอีกหลายสิบล้านคนทั่วโลก ได้เรียนรู้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของชนชาติอื่น และในทางตรงกันข้าม ชนชาติที่ยังขาดความตื่นตัวในเรื่องดังกล่าว ก็จะต้องอยู่ในสภาพที่เป็นแต่ “ผู้รับ” วัฒนธรรมของชาติอื่นไป ซึ่งสื่อเหล่านี้ เป็นสิ่งที่มองข้ามไปไม่ได้เลยในสังคมปัจจุบัน แม้ว่าสื่อที่ได้รับจากวิทยุและโทรทัศน์จะเป็นช่องทางที่มีความคุ้นเคย มีโอกาสในการเข้าถึงได้ง่ายกว่าในปัจจุบันก็ตาม ก็อย่างที่ได้อธิบายไว้แล้วว่า เป็นส่วนที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในอนาคต

4.2 ข้อเสนอแนะ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิเคราะห์ขั้นในการศึกษาครั้งนี้ ทำให้มีความเข้าใจเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นในมิติที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น สามารถนำเสนอถ่ายทอดไปสู่ส่วนอื่นที่สัมพันธ์กันได้ แม้ว่าเนื้อหาและข้อมูลในบางส่วนยังไม่สามารถอธิบายในสภาพที่ไม่เหมาะสมของสื่อได้อย่างครบถ้วนชัดชัด ยังขาดรายละเอียดของข้อมูลประกอบ เนื่องจากข้อมูลที่นำมาสนับสนุนเนื้อหานั้นหาได้ยาก ซึ่งทำให้เกิดความคิดที่ว่า แนวคิดที่นักวิชาการในสาขาวิชาการต่าง ๆ ที่

เกิดขึ้นนั้น ต้องนำวิเคราะห์ ในส่วนของการเป็นตัวแทน การตีความ การประเมินคุณค่า จากสิ่งที่ได้รับ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะว่า ผู้ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับสื่อโลก วัฒนธรรม และ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศนั้น ต้องมีแนวคิดที่สั่งสมระดับความรู้ ความคิดอย่างมากพอสมควร สำหรับในการที่จะเชื่อ ตัดสินใจหรือทำการประเมินในสิ่งที่เกิดขึ้น ได้อย่างเต็มศักยภาพของสิ่งที่ได้รับรู้

เอกสารสำคัญ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

นิษฐา ทรุ่นเกษม, “รู้เท่า รู้ทัน สื่อ”, เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน.[Online]. Available from: <http://www.midnightuniv.org/midarticle/newpage58.html>. (17 ธันวาคม, 2546).

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน:กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2539.

วรจรรย์ เจริญธรรมพจน์, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), 2544.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ต่อชีวิต ความรับผิดชอบต่อสังคม. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด พชรกานต์การพิมพ์, 2540.

สมพงศ์ ชูมาก. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารกับการเมืองเน้นสังคมประชาธิปไตย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อนุช อาภาภิรม. การสื่อสารการแสวงหาสื่อเพื่อสาธารณะในโลกยุคไร้พรมแดน. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสื่อเพื่อการพัฒนา, 2545.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547

เซอร์เบิร์ต ไอ.ซิลเลอร์, **การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร: แปลโดย
อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. กรุงเทพมหานคร: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Balio, Tino., ed. **The American Film Industry**. The University of Wisconsin Press, 1976.

Burns, T. **The BBC: Public Institution and Private Worlds**. London: Macmillan Press,
1977.

Elizabeth Martinez and Arnaldo García. “**What is Neo-Liberalism**”? [Online]. Available
from:
<http://www.globalexchange.org/campaigns/econ101/neoliberalDefined.html>
[2005, July 10].

Garnham, N. Contribution to a political economy of mass communication. **Media,
Culture and Society**, 1979.

John Baylis and Steve Smith (editors), **The Globalization of World Politics: An
Introduction to International Relations**, (Oxford: Oxford University Press,
1999), 1985.

Mudock, G., and Golding, P. Capitalism, communication and class relations. In Curran, J.
et al. (eds.), **Mass communication and Society**. London: Edward Arnold, 1977.

Robert McChesney. “**Global Media, Neoliberalism and Imperialism**”, *Monthly Review*,
vol 52 n 10 (March 2001) [Online]. Available from:
http://www.globalresearch.org/view_article.php?aid=114907024 [2005, July 10].

Ward, K. **Mass Communication and the Modern World.** London: Macmillan Education, 1989.

Waisbord Silvio (1998). “**The idea of globalization and how it threatens Latin American Culture and identity**” [Online]. Available from:
<http://home.utm.utoronto.ca/~ruvani/Review.htm> [2005, July 15].

Wilson, J.R., and Wilson, S.L. **Mass Media/Mass Culture: An Introduction.** 4th ed. Mcgraw-Hills, INC., 1998.

เอกสารสำหรับ

ภาคผนวก

ประวัติของ โรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ (Robert W. MacChesney) และ

งานเขียนที่นำเสนอในสารนิพนธ์



(ที่มา: <http://www.robertmcchesney.com/images/McChesney100.jpg>, 2002)

โรเบิร์ต แมคเช็สนีย์ (Robert W. MacChesney) เป็นศาสตราจารย์ด้านการวิจัย ในสถาบันที่ทำวิจัยด้านการสื่อสาร และทำงานที่บัณฑิตวิทยาลัยในสาขาสารนิเทศและบรรณารักษศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ในปี ค.ศ. 2002 ได้ร่วมกับ แดน ซิลเลอร์ (Dan Schiller) ในการค้นพบ การเริ่มต้นของอิลลินอยส์ ในนโยบายของการสื่อสาร และการสารสนเทศของโลก แมคเช็สนีย์ยังเป็นเจ้าของ รายการที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ที่เป็นรายการวิทยุประจำสัปดาห์ โดยมีการออกอากาศทุก ๆ บ่ายวันอาทิตย์ ณ

สถานนี วิลล์-เอเอ็ม (WILL-AM) ในระหว่างปี ค.ศ. 1988-1998 ได้เป็นนักเขียนและเป็นอาจารย์สอน คณะสื่อสารมวลชน ที่มหาวิทยาลัยวิสคอนซิน-เมดิสัน แมคซีสนีย์ได้รับคหุภีบัณฑิต สาขาการสื่อสารจากมหาวิทยาลัยวอชิงตัน ในปี ค.ศ. 1989 โดยได้ทำงานที่ให้ความสนใจกับ ประวัติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์การเมืองของการสื่อสาร และให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับบทบาทของสื่อที่เกิดขึ้นในสังคมทุนนิยมและระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย

แมคซีสนีย์ได้มีผลงานเขียนและบรรณาธิการหนังสือ 8 เล่ม ซึ่งรวมถึงเล่มที่เขาได้รับรางวัล อาทิ *Telecommunication, Mass Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The Battle for the Control of U.S. Broadcasting, 1928-1935* (Oxford University Press, 1993), *Corporate Media and the Threat to Democracy* (Seven Stories Press, 1997) ผลงานที่ร่วมกับ เอ็ดวาร์ด เฮอร์แมน (Edward S. Herman) *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism* (Cassell, 1997) นอกจากนี้ยังมีงานที่ได้รับความนิยมและได้รับรางวัลหลายชิ้น คือ *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* (New Press, 2000) ผลงานที่ทำร่วมกับ จอห์น นิโคลส์ (John Nichols) *Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle Against Corporate Media* (Seven Stories Press, 2002) นอกจากนี้ แมคซีสนีย์ได้ทำผลงานหนังสือในลำดับที่ 9 และ 10 ร่วมกับ จอห์น เบลลามี ฟอรัสเตอร์ (John Bellamy Foster) *The Big Picture: Understanding Media and Society Through Political Economy* ซึ่งได้ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 2003 โดยสำนักพิมพ์วิจารณ์รายเดือน การทำงานกับเบน สก็อต (Ben Scott) ได้ทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการ ที่จะถูกจัดพิมพ์ในปีเดียวกันโดยสำนักพิมพ์นิวส์ ที่มีชื่อหนังสือ *Freedom of the Press is for Those Who Own One: Radical Democratic Criticism of U.S. Journalism from the Progressive Era to the Present.*

แมคซีสนีย์ยังเขียนบทความอีกกว่า 120 เรื่อง และบทความต่าง ๆ ในหนังสือ และอีกกว่า 140 ชิ้น ในงานเขียนหนังสือพิมพ์ บทความนิตยสาร และบทวิจารณ์หนังสือ ผลงานการทำงานของเขาได้ถูกแปลมากกว่าสิบภาษา นับแต่ช่วงที่ได้เริ่มต้นชีวิตในเชิงวิชาการในช่วงคริสต์ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมประชุมเสนอผลงานอีกกว่า และได้รับเชิญไปบรรยายตามสถานที่ต่างอีกกว่า 420 ครั้ง รวมถึงการไปปรากฏตัวตามสถานีวิทยุและโทรทัศน์อีกกว่า 550 ครั้ง โดยมีการตีพิมพ์และสัมภาษณ์ ประวัติผลงานของเขาว่า 60 ครั้ง ในปี ค.ศ. 2001 แอดบัสเตอร์ (Adbusters) ซึ่งเป็นนิตยสารด้านการเมืองของประเทศแคนาดา ได้ตั้งฉายาให้เป็น หนึ่งในแก่นักบุกเบิกที่เป็นนักอนุรักษ์นิยม “**Nine Pioneers of Mental Environmentalism**”

แมคซีสนีย์ได้เป็นบรรณาการร่วม สำหรับชุดเอกสาร สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องประวัติของการสื่อสาร ให้กับสำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัย อิลินอยส์ ในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับวารสาร เป็นที่ปรึกษา งานวิจัยให้กับนักวิชาการ และองค์กรในภาครัฐ ในขณะที่ดำรงตำแหน่งเป็นอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยวิสคอนซิน เขาได้รับเลือกให้เป็นผู้สอนดีเด่น 1 ในร้อย สำหรับการเรียนการสอนที่วิทยาเขตเมดดิสัน ข้อมูลส่วนเสริมสำหรับการทำงานสายวิชาการ คือ ได้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการบริหารองค์กรที่เกี่ยวข้อง มูลนิธิสื่อที่ไม่แสวงหาผลกำไร และการทำกิจการในเชิงพาณิชย์ ในปี ค.ศ. 2001 ได้ตั้งใจที่ทำงานเป็นบรรณาการร่วมกับ จอห์น เบลลามี พอร์สเตอร์ สำหรับการทำงานในนิตยสาร วิจารณ์รายเดือน (Monthly Review) เป็นนิตยสารทางสังคมวิทยาที่มีอิสรภาพในการนำเสนอ จัดตั้งโดย พอล สวิสซี และ ลีโอ ฮิวเบอร์แมน (Paul Sweezy and Leo Huberman) ในปี ค.ศ. 1949 ก่อนที่จะได้เข้าไปศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษานับแต่ปี ค.ศ. 1983 แมคซีสนีย์ได้เป็นผู้เขียนงานด้านกีฬา ให้กับสำนักพิมพ์ United Press International (UPI) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ และในปี ค.ศ. 1979 ได้มีสำนักพิมพ์ เดอะ ร็อกเกต (The Rocket) ที่เป็นนิตยสารทางด้านดนตรีร็อกของเมืองซีแอตเทิล นำเสนอในแง่มุมของร็อกแอนด์โรล ในแคลิฟลอเนีย ซึ่งเป็นดินแดนบ้านเกิดของแมคซีสนีย์ ที่ได้ค้นพบ เดอะร็อก ได้เป็นสิ่งที่ได้รับความเชื่อถือในฉากที่เกิดขึ้นที่ซีแอตเทิลหรือระหว่างศตวรรษที่ 1980 ถึง 1990

Robert W. McChesney Biography

Robert W. McChesney is Research Professor in the Institute of Communications Research and the Graduate School of Library and Information Science at the University of Illinois at Urbana-Champaign. In 2002 he co-founded, with Dan Schiller, the Illinois Initiative on Global Information and Communication Policy. McChesney also hosts the Media Matters weekly radio program every Sunday afternoon on WILL-AM radio. From 1988 to 1998 he was on the Journalism and Mass Communication faculty at the University of Wisconsin-Madison. McChesney earned his Ph.D. in communications at the University of Washington in 1989. His work concentrates on the history and political economy of communication, emphasizing the role media play in democratic and capitalist societies.

McChesney has written or edited eight books, including the award-winning *Telecommunications, Mass Media, and Democracy: The Battle for the Control of U.S. Broadcasting, 1928-1935* (Oxford University Press, 1993), *Corporate Media and the Threat to Democracy* (Seven Stories Press, 1997), and, with Edward S. Herman, *The Global Media: The New Missionaries of Corporate Capitalism* (Cassell, 1997). McChesney's most recent books are multiple award-winning *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times* (New Press, 2000) and, with John Nichols, *Our Media, Not Theirs: The Democratic Struggle Against Corporate Media* (Seven Stories Press, 2002). McChesney is presently at work on his ninth and tenth books: with John Bellamy Foster, *The Big Picture: Understanding Media and Society Through Political Economy*, to be published in 2003 by Monthly Review Press; with Ben Scott, he is editing a book to be published by the New Press in 2003 titled: *Freedom of the Press is for Those Who Own One: Radical Democratic Criticism of U.S. Journalism from the Progressive Era to the Present*.

McChesney has also written some 120 journal articles and book chapters and another 140 newspaper pieces, magazine articles and book reviews. His work has been

translated into ten languages. Since launching his academic career in the late 1980s, McChesney has made some 420 conference presentations and visiting guest lectures as well as more than 550 radio and television appearances. He has been the subject of more than 60 published profiles and interviews. In 2001 *Adbusters* named him one of the "Nine Pioneers of Mental Environmentalism."

McChesney co-edits the History of Communication Series for the University of Illinois Press, serves on the editorial boards of several journals, and is a research advisor to numerous academic and civic organizations. While teaching at Wisconsin, he was selected as one of the top 100 classroom teachers on the Madison campus. In addition to his academic work, McChesney serves on the Board of Directors for several nonprofit and noncommercial media organizations. In 2001 he was appointed co-editor (along with John Bellamy Foster) of *Monthly Review*, the independent socialist magazine founded by Paul Sweezy and Leo Huberman in 1949. Prior to entering graduate school in 1983, McChesney was a sports stringer for UPI, published a weekly newspaper, and in 1979 was the founding publisher of *The Rocket*, a Seattle-based rock magazine. At the Rock and Roll Hall of Fame, in McChesney's hometown of Cleveland, the founding of *The Rocket* is credited as the birth of the Seattle rock scene of the late 1980s and 1990s.

Global Media, Neoliberalism and Imperialism

- Background
- The global media system
- Global media and neoliberal democracy
- The global media and imperialism
- Prospects

Background

(c) Robert McChesney

Robert McChesney is Professor of Communications at the University of Illinois. He is a leading media analyst and the author of numerous books on the media, including 'Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times'. This paper was first published by the International Socialist Review, August-September 2001

Introduction

In conventional parlance, the current era in history is generally characterized as one of globalization, technological revolution, and democratization. In all three of these areas, media and communication play a central, perhaps even a defining, role. Economic and cultural globalization arguably would be impossible without a global commercial media system to promote global markets and to encourage consumer values. The very essence of the technological revolution is the radical development in digital communication and computing.

For capitalism's cheerleaders, like Thomas Friedman of the New York Times, all of this suggests that the human race is entering a new Golden Age. All people need to do is sit back, shut up, and shop, and let markets and technologies work their magical wonders. For socialists and those committed to radical social change, these claims should be regarded with the utmost skepticism. In my view, the notion of "globalization," as it is commonly used to describe some natural and inexorable force, the telos of capitalism as

it were, is misleading and ideologically loaded. A superior term would be "neoliberalism"; this refers to the set of national and international policies that call for business domination of all social affairs with minimal countervailing force. Neoliberalism is almost always intertwined with a deep belief in the ability of markets to use new technologies to solve social problems far better than any alternative course. The centerpiece of neoliberal policies is invariably a call for commercial media and communication markets to be deregulated.

Here, I should like to sketch out the main developments and contours of the emerging global media system and their political-economic implications. I believe that when one takes a close look at the political economy of the contemporary global media and communication industries, we can cut through much of the mythology and hype surrounding our era and have the basis for a much more accurate understanding of what is taking place, and what socialists must do to organize effectively for social justice and democratic values.

The global media system

Whereas, previously, media systems were primarily national, in the past few years a global commercial-media market has emerged. This global oligopoly has two distinct but related facets. First, it means the dominant firms-nearly all U.S. based-are moving across the planet at breakneck speed. The point is to capitalize on the potential for growth abroad-and not get outflanked by competitors-since the U.S. market is well developed and only permits incremental expansion. Second, convergence and consolidation are the order of the day. Specific media industries are becoming more and more concentrated, and the dominant players in each media industry increasingly are subsidiaries of huge global media conglomerates. The level of mergers and acquisitions is breathtaking.

In short order, the global media market has come to be dominated by seven multinational corporations: Disney, AOL Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi, and Bertelsmann. None of these companies existed in their present form as media companies as recently as 15 years ago; today, nearly all of them will rank among the

largest 300 nonfinancial firms in the world for 2001. Of the seven, only three are truly U.S. firms, though all of them have core operations there. Between them, these seven companies own the major U.S. film studios, all but one of the U.S. television networks, the few companies that control 80-85 percent of the global music market, the preponderance of satellite broadcasting worldwide, a significant percentage of book publishing and commercial magazine publishing, all or part of most of the commercial cable TV channels in the U.S. and worldwide, a significant portion of European terrestrial (traditional over-the-air) television, and on and on and on. By nearly all accounts, the level of concentration is only going to increase in the near future.

Why has this taken place? The conventional explanation is technology; i.e., radical improvements in communication technology make global media empires feasible and lucrative in a manner unthinkable in the past. This is similar to the technological explanation for globalization writ large. But this is only a partial explanation, at best. The real motor force has been the incessant pursuit for profit that marks capitalism, which has applied pressure for a shift to neoliberal deregulation. In media, this means the relaxation or elimination of barriers to commercial exploitation of media and to concentrated media ownership.

Once the national deregulation of media began in major nations like the United States and Britain, it was followed by global measures like the North American Free Trade Agreement and the formation of the World Trade Organization, all designed to clear the ground for investment and sales by multinational corporations in regional and global markets. This has laid the foundation for the creation of the global media system, dominated by the aforementioned conglomerates. Now in place, the system has its own logic. Firms must become larger and diversified to reduce risk and enhance profit-making opportunities, and they must straddle the globe so as to never be outflanked by competitors.

Perhaps the best way to understand how closely the global commercial media system is linked to the neoliberal global capitalist economy is to consider the role of advertising. Advertising is a business expense incurred by the largest firms in the economy.

The commercial media system is the necessary transmission belt for businesses to market their wares across the world; indeed, globalization as we know it could not exist without it. A whopping three-quarters of global spending on advertising ends up in the pockets of a mere 20 media companies. Ad spending has grown by leaps and bounds in the past decade, as TV has been opened to commercial exploitation, and is growing at more than twice the rate of gross domestic product growth.

There are a few other points to make to put the global media system in proper perspective. The global media market is rounded out by a second tier of six or seven dozen firms that are national or regional powerhouses or that control niche markets, like business or trade publishing. Between one-third and one-half of these second-tier firms come from North America; most of the rest are from Western Europe and Japan. Many national and regional conglomerates have been established on the backs of publishing or television empires. Each of these second-tier firms is a giant in its own right, often ranking among the thousand largest companies in the world and doing more than one billion dollars per year in business. But the system is still very much evolving.

The global media system is only partially competitive in any meaningful economic sense of the term. Many of the largest media firms have some of the same major shareholders, own pieces of one another, or have interlocking boards of directors. When Variety compiled its list of the 50 largest global media firms for 1997, it observed that "merger mania" and cross ownership had "resulted in a complex web of interrelationships" that will "make you dizzy." In some respects, the global media market more closely resembles a cartel than it does the competitive marketplace found in economics textbooks.

This conscious coordination does not simply affect economic behavior; it makes the media giants particularly effective political lobbyists at the national, regional, and global levels. The global media system is not the result of "free markets" or natural law; it is the consequence of a number of important state policies that have been made that created the system. The media giants have had a heavy hand in drafting these laws and regulations, and the public tends to have little or no input. In the United States, the

corporate media lobbies are notorious for their ability to get their way with politicians, especially if their adversary is not another powerful corporate sector, but that amorphous entity called the "public interest."

Finally, a word should be said about the Internet, the two-ton gorilla of global media and communication. The Internet is increasingly becoming a part of our media and telecommunication systems, and a genuine technological convergence is taking place. Accordingly, there has been a wave of mergers between traditional media and telecom firms, and by each of these with Internet and computer firms. Already companies like Microsoft, AOL, AT&T and Telefonica have become media players in their own right. It is possible that the global media system is in the process of converging with the telecommunications and computer industries to form an integrated global communication system, where anywhere from six to a dozen super companies will rule the roost. The notion that the Internet would "set us free," and permit anyone to communicate effectively, hence undermining the monopoly power of the corporate media giants, has not transpired. Although the Internet offers extraordinary promise in many regards, it alone cannot slay the power of the media giants. Indeed, no commercially viable media content site has been launched on the Internet, and it would be difficult to find an investor willing to bankroll any additional attempts. To the extent the Internet becomes part of the commercially viable media system, it looks to be under the thumb of the usual corporate suspects.

Global media and neoliberal democracy

I earlier alluded to the importance of the global media system to the formation and expansion of global and regional markets for goods and services, often sold by the largest multinational corporations. The emerging global media system also has significant cultural and political implications, specifically with regard to political democracy, imperialism, and the nature of socialist resistance in the coming years. In the balance of this review, I will outline a few comments on these issues.

In the area of democracy, the emergence of such a highly concentrated media system in the hands of huge private concerns violates in a fundamental manner any notion of a free press in democratic theory. The problems of having wealthy private owners dominate the journalism and media in a society have been well understood all along: Journalism, in particular, which is the oxygen necessary for self-government to be viable, will be controlled by those who benefit by existing inequality and the preservation of the status quo.

The attack on the professional autonomy of journalism that has taken place is simply a broader part of the neoliberal transformation of media and communication. Neoliberalism is more than an economic theory, however. It is also a political theory. It posits that business domination of society proceeds most effectively when there is a representative democracy, but only when it is a weak and ineffectual polity typified by high degrees of depoliticization, especially among the poor and working class. It is here that one can see why the existing commercial media system is so important to the neoliberal project, for it is singularly brilliant at generating the precise sort of bogus political culture that permits business domination to proceed without using a police state or facing effective popular resistance.

The global media and imperialism

The relationship of the global media system to the question of imperialism is complex. In the 1970s, much of the Third World mobilized through the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization to battle the cultural imperialism of the Western powers. The Third World nations developed plans for a New World Information and Communication Order (NWICO) to address their concerns that Western domination over journalism and culture made it virtually impossible for newly independent nations to escape colonial status. Similar concerns about U.S. media domination were heard across Europe. The NWICO campaign was part of a broader struggle at that time by Third World nations to address formally the global economic inequality that was seen as a

legacy of imperialism. Both of these movements were impaled on the sword of neoliberalism wielded by the United States and Britain.

Global journalism is dominated by Western news services, which regard existing capitalism, the United States, its allies, and their motives in the most charitable manner imaginable. As for culture, the "Hollywood juggernaut" and the specter of U.S. cultural domination remain a central concern in many countries, for obvious reasons. But, with the changing global political economy, there are problems with leaving the discussion at this point. The notion that corporate media firms are merely purveyors of U.S. culture is ever less plausible as the media system becomes increasingly concentrated, commercialized, and globalized. The global media giants are the quintessential multinational firms, with shareholders, headquarters, and operations scattered across the globe. The global media system is better understood as one that advances corporate and commercial interests and values and denigrates or ignores that which cannot be incorporated into its mission. There is no discernible difference in the J firms' content, whether they are owned by shareholders in Japan or France or have corporate headquarters in New York, Germany, or Sydney. In this sense, the basic split is not between nation-states, but between the rich and the poor, across national borders. But it would be a mistake to buy into the notion that the global media system makes nation-state boundaries and geopolitical empire irrelevant. A large portion of contemporary capitalist activity, clearly a majority of investment and employment, operates primarily within national confines, and their nation-states play a key role in representing these interests. The entire global regime is the result of neoliberal political policies, urged on by the U.S. government. Most important, not far below the surface is the role of the U.S. military as the global enforcer of capitalism, with U.S.-based corporations and investors in the driver's seat. In short, we need to develop an understanding of neoliberal globalization that is joined at the hip to U.S. militarism-and all the dreadful implications that suggests-rather than one that is in opposition to it.

Prospects

It would be all too easy, given the above conditions, to succumb to despair or simply acquiesce to changes from which there seems no escape. Matters appear quite depressing from a democratic standpoint, and it may be difficult to see much hope for change. As one Swedish journalist noted in 1997, "Unfortunately, the trends are very clear, moving in the wrong direction on virtually every score, and there is a desperate lack of public discussion of the long-term implications of current developments for democracy and accountability." But the global system is highly unstable. As lucrative as neoliberalism has been for the rich, it has been a disaster for the world's poor and working classes.

While the dominance of commercial media makes resistance more difficult, widespread opposition to these trends has begun to emerge in the form of huge demonstrations across the planet, including in the United States. It seems that the depoliticization fostered by neoliberalism and commercial media is bumping up against the harsh reality of exploitation, inequality, and the bankruptcy of capitalist politics and culture experienced by significant parts of the population. Just as all) organized resistance to capitalism appeared to be stomped out, it now threatens to rise again from the very ground.

This leads to my final point. What is striking is that progressive anti-neoliberal political movements around the world are increasingly making media issues part of their political platforms. From Sweden, France, and India, to Australia, New Zealand, and Canada, democratic left political parties are giving structural media reform-e.g., breaking up the big companies, recharging nonprofit and noncommercial broadcasting, creating a sector of nonprofit and noncommercial independent media under popular control-a larger role in their platforms. They are finding out that this is a successful issue with the broad population. Other activists are putting considerable emphasis upon developing independent and so-called pirate media to counteract the corporate system. Across the board on the anti-neoliberal and socialist left, there is a recognition that the issue of media has grown dramatically in importance, and no successful social movement can dismiss this as a matter that can be addressed "after the revolution." Organizing for democratic

media must be part of the current struggle, if we are going to have a viable chance of success.

เออีเอสอาร์เอสเอ็นเอ

ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์

นายปรมัตต์ปัญปรัชญ์ ต๋องประสงค์ (Mr. Phorramatpanyaprat Tongprasong)
สำเร็จการศึกษาดังนี้

วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ปีการศึกษา 2540

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต

Master of Science in Telecommunications Management ปีการศึกษา 2546

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ปฏิบัติงานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต อาจารย์โปรแกรมบริหารธุรกิจ (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) คณะวิทยาการจัดการ และหัวหน้าศูนย์ข้อมูลกลาง โดยทำหน้าที่ในการวิเคราะห์ออกแบบระบบงานคอมพิวเตอร์ งานเครือข่าย ระบบฐานข้อมูลและการประมวลผล งานเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัย และงานโครงการต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยมอบหมาย วิทยาการรับเชิญของหน่วยงานภายในและภายนอกในการบรรยายการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ