

บทที่ 9

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์



ผศ.ดร.ประกายกาวิล ศรีจินดา

ผศ.ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์

บทที่ 9

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์

เนื้อหารายวิชา

1. กรอบแนวคิดการวิจัยกับการสื่อสารมวลชน
2. การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

พฤติกรรมที่คาดหวังของผู้เรียนหลังการเรียนการสอน

1. นักศึกษามีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับกรอบแนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์ประกอบด้วย นิเทศศาสตร์กับนโยบายสาธารณะ การวิจัยนิเทศศาสตร์กับองค์กรสื่อ นิเทศศาสตร์กับผลของนิเทศศาสตร์กับอิทธิพลของเนื้อหา นิเทศศาสตร์ในประเด็นสื่อมีผลกระทบปานกลาง นิเทศศาสตร์กับผลทางการเมือง นิเทศศาสตร์กับผลเฉพาะบุคคล และแนวคิดนิเทศศาสตร์กับการใช้สื่อ
2. นักศึกษามีความการความเข้าใจในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์

กิจกรรมการเรียนการสอน

1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อกรอบแนวคิดการวิจัยกับการสื่อสารมวลชน และการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์
2. ให้ผู้เรียนทำการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ในกิจกรรมท้ายบท

สื่อการสอน

1. เอกสารประกอบการสอน
2. Power Point Presentation ประกอบการบรรยาย

การประเมินผล

1. การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
2. การตอบคำถามท้ายบทที่ 9
3. การทำกิจกรรมท้ายบทที่ 9

บทที่ 9

การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์

นิเทศศาสตร์ (Communication Arts) เป็นงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารในทุก ระดับการสื่อสาร ตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารชุมชน ไปจนถึงการสื่อสารมวลชน ใน บทนี้ จะกล่าวถึงการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์ ซึ่งจะกล่าวถึงในระดับของการ สื่อสารมวลชน หรือ Mass Communication ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านสื่อที่สามารถจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับ สารที่มีจำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่ง สื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร โดย ประมะ สตะเวทิน (2546 : 25) ได้กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของนิเทศศาสตร์เท่านั้น ดังนั้น ความหมายสรุปของการสื่อสารมวลชน ก็คือ การสื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนในการสื่อสาร

นับเป็นเวลากว่าสี่ทศวรรษแล้วที่ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย ได้พยายามนำ กระบวนการสื่อสารมาประยุกต์ใช้อย่างจริงจังในฐานะ “เครื่องมือ” ในการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยใน ยุคแรกของใช้กลไกด้านการสื่อสารในฐานะเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม ได้มุ่งเน้นการใช้การ สื่อสารในการ “ขับเคลื่อน” สังคมต่างๆ ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การก้าวสู่ สังคมทันสมัยตามแบบฉบับของสังคมตะวันตกนั่นเอง โดยกรอบแนวคิดดังกล่าว รู้จักกันในนามของ “กระบวนการทัศนความทันสมัยนิยม” ของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง (The Modernization Paradigm of Communication for Social Change) ในเชิงหลักด้านการสื่อสารเพื่อการ เปลี่ยนแปลงสังคม ภายใต้กระบวนการทัศนความทันสมัยนิยม กล่าวกันว่า การสื่อสารและการ เปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ การสื่อสารเป็นเงื่อนไขสำคัญ หรือ เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย โดยยังมีการสื่อสารมากเท่าไร ก็ยิ่งส่งผล ให้สังคมเปลี่ยนแปลงมากเท่านั้น ในส่วนของการดำเนินการเปลี่ยนแปลงสังคมภายใต้บริบทของ ความทันสมัยนิยมนั้น ผู้บริหารประเทศต่างๆ ได้รับคำแนะนำจากองค์การสหประชาชาติ และได้รับ อิทธิพลจากนักวิชาการชาวตะวันตก โดยเฉพาะในด้านการขยายโครงสร้างพื้นฐานของระบบสื่อสาร มวลชน และการมุ่งเน้นการนำ “สื่อมวลชน” มาใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของ สังคม โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานของภาครัฐในการเผยแพร่แนวคิดและแนวปฏิบัติที่ พึงประสงค์ และมีลักษณะ “สำเร็จรูป” ไปสู่สมาชิกในสังคม และนำเสนอภาพและบรรยากาศของ

สังคมทันสมัย ในซีกโลกตะวันตก ไปสู่ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้ประชาชน “ปรับเปลี่ยน” ในเชิงความคิด การรับรู้ ทักษะคติ ไปในทิศทางที่พึงประสงค์ของผู้ปกครองประเทศได้ นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนกระตือรือร้น และพยายามทุกวิถีทางในการก้าวเข้าสู่ความทันสมัย เฉกเช่นกับสมาชิกในสังคมตะวันตกอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สื่อบุคคลจะทำหน้าที่ต่อยอดข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนเป้าหมายยอมรับและปฏิบัติตาม “แนวคิดสำเร็จรูป” แบบตะวันตกดังกล่าว

เราอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในแบบฉบับทันสมัยนิยมดังกล่าว สะท้อนกระบวนการสื่อสารทางเดียว ในเชิงอำนาจนิยม เป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งได้แก่ การสื่อสารจากผู้มีอำนาจในสังคม (รัฐ) ไปสู่ประชาชน ซึ่งดูราวกับว่าไม่มีปากมีเสียง (passive audience) เพื่อให้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ภาครัฐต้องการ กระบวนการสื่อสารที่เน้นหนักการใช้ “สื่อมวลชน” เป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดความทันสมัยแบบตะวันตก นำไปสู่สภาพที่พึงปรารถนามากมาย อาทิ การรับค่านิยมตะวันตกมาใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะค่านิยมเชิงบริโภคนิยมในหมู่ประชาชน และกระแสทุนนิยมในการดำเนินธุรกิจในวงการต่างๆ รวมทั้งวงการสื่อสารมวลชนที่มุ่งเน้นการตักตวงผลกำไร มากกว่าการทำประโยชน์เพื่อสังคม นอกจากนี้ยังมีปัญหาการพึ่งพิงเทคโนโลยีการสื่อสารจากตะวันตก การใช้มาตรฐานของรายการ หรือเครื่องมือสื่อสารของประเทศทางตะวันตกเป็นเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานของคุณภาพสื่อในประเทศอื่นๆ ตลอดจนการมองสื่อมวลชนในเชิงองค์กรธุรกิจ ที่เน้นแสวงหากำไร มากกว่าการทำประโยชน์เพื่อสังคม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2542 : 4)

9.1 กรอบแนวคิดการวิจัยกับการสื่อสารมวลชน

9.1.1 การวิจัยนิเทศศาสตร์กับนโยบายสาธารณะ

ในการออกกฎหมาย และการกำหนดนโยบายของรัฐบาล ย่อมส่งผลกระทบต่อประชาชน กฎหมายและนโยบายของรัฐบาล รวมถึงผลกระทบต่อประชาชนจะถูกเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชน เพราะฉะนั้นการวิจัยสื่อมวลชนจะช่วยให้ทราบผลสะท้อนต่อปัญหาดังกล่าว เช่น การแสดงทัศนะต่อการปราบปรามผู้ก่อความไม่สงบในบางพื้นที่ด้วยวิธีรุนแรงของผู้นำประเทศ ในการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน และสื่อมวลชนนำข้อความการแถลงดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อประชาชน นักวิจัยต้องการรู้ว่าประชาชนมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อประเด็นข่าวนั้นอย่างไร ผลการสำรวจอาจพบว่าประชาชนในพื้นที่ที่มีปัญหา กับประชาชนนอกพื้นที่ส่วนใหญ่อาจไม่เห็นด้วย แต่ไม่ได้แสดงออก เมื่อไม่มีช่องทางที่จะแสดงออก เมื่อรัฐบาลไม่ได้รับฟังประชาชนนานเข้า พลังความคิดขัดแย้งอาจทวี

ความรุนแรงขึ้น หรือเจียบหายไป รัฐบาลอาจเข้าใจว่าประชาชนทั้งหมดเห็นด้วยกับนโยบายนั้น การศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อเรื่องดังกล่าว จึงเป็นประเด็นที่ที่นักวิจัยด้านสื่อสารมวลชนควรให้ความสนใจทำการวิจัยและสะท้อนผลการวิจัยกลับไปยังรัฐบาลหรือผู้รับผิดชอบให้ได้รับรู้

ส่งท้ายปีเก่า 2555 ส่องบทบาท "สื่อไทย" "พิษ" จากรัฐประหาร 2549

โดย แผลงวันในไร่ส้ม

แหวดวงสื่อประเทศไทย ปี พ.ศ.2555 ที่กำลังจะผ่านพ้นไป หากมองในเชิงสรุป ถือเป็นอีกปีหนึ่งของความขัดแย้งภายในวงการ เป็นความขัดแย้งในเรื่องแนวคิด และมาตรฐานการทำงานที่สื่อ ขณะที่องค์กรสื่อเอง ยังไม่สามารถกำหนดจุดยืนและทำที่ที่เหมาะสมได้ในสถานการณ์ต่างๆ

ปัญหาสำคัญของวงการสื่อ ได้แก่ การถูกแทรกแซงจากอำนาจภายนอกข้อเขียนของนักวิชาการอิสระทางด้านสื่อ ตลอดจนคอลัมน์นิสต์-นักเขียนที่จับตามองบทบาทสื่อ วิเคราะห์คล้ายๆ กันอยู่ประเด็นหนึ่งว่า ต้นเหตุของความ "เป้" ของสื่อไทยบางส่วน เป็นผลจากการถูกครอบงำโดยกลุ่มอำนาจที่มีบทบาททางการตั้งแต่หลังการรัฐประหารเมื่อปี 2549

นักวิชาการอย่าง พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์ ถึงกับชี้ว่า สื่อไทยนั้นมือเปื้อนเลือดไม่แพ้ฝ่ายอื่นๆ ในวิกฤตการเมืองที่มีประชาชนล้มตายมากมาย รัฐประหารปี 2549 อาจจะถูกผิดที่ผิดทาง และไม่ช่วยให้ผู้นำรัฐประหารได้ดีทางการเมืองอย่างจริงจังยั่งยืน แต่ความสำเร็จของการรัฐประหารหากมองจากมุมของผู้ก่อการรัฐประหาร คือการสร้าง "เครือข่ายอำนาจ" ผ่านทางรัฐธรรมนูญ 2550 ที่ยังทำหน้าที่ต่อต้าน "ทักษิณ" อย่างแข็งขันมาจนปัจจุบัน แม้ผู้นำรัฐประหาร อย่าง พล.อ.สนธิ บุญยรัตกลิน จะเกิดการ "ตาสว่าง" และพยายามจะล้มรัฐธรรมนูญที่ตัวเองสร้างขึ้นเองแท้ๆ ก็ยังทำไม่สำเร็จ

หนึ่งใน "เครือข่าย" ที่คณะรัฐประหารและรัฐธรรมนูญ 2550 สร้างขึ้น ก็คือเครือข่ายของสื่อมวลชนนี่เอง ตอนรัฐประหาร 2549 สื่อไทยจำนวนมากรับไม่ได้กับท่าทีผู้นำที่แข็งกร้าวของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ขณะนั้นแต่การรัฐประหาร 2549 ทำให้สถานการณ์พลิกไปอีก เนื่องจากสื่อจำนวนหนึ่ง เห็นว่าประเทศไทยกำลังก้าวเดินผิดทาง แม้จะไม่ชอบทักษิณ แต่ก็รับไม่ได้ที่จะโค่นล้มกันด้วยวิธีการนอกระบบ สื่อหลายสำนัก พยายามตีปี๊บโหมขึ้นชมรัฐประหาร เสนอข่าวความน่ารักก็ก๊อ๊กของการยึดอำนาจ มีเด็กนักเรียนไปถ่ายรูปกับรถถัง ประชาชนนำดอกไม้ไปให้ นำโคโยตี้ไปเต้นให้ทหารชม แต่ไม่ช่วยให้การรัฐประหารกลายเป็นความถูกต้องขึ้นมาได้

การแจกจ่ายตำแหน่งทางการเมือง ในสภานิติบัญญัติบ้าง ในสภาร่างรัฐธรรมนูญบ้าง ให้กับบุคคลจากวงการสื่อ แม้กระทั่งคนระดับ "ประธานสภาหนังสือพิมพ์" และนายกสมาคมนักข่าวฯ ขณะนั้น ก็ยังเข้าไปอยู่ในวงจร

นี้ ทำให้สื่อบางส่วนพอใจให้กับภารกิจต่อต้านทักษิณ และสนับสนุนรัฐบาลหลังการรัฐประหารที่นำโดย พล.อ.สุรยุทธ์ จุลานนท์ และสนับสนุนพรรคประชาธิปัตย์ ที่ได้เป็นรัฐบาลด้วยการสนับสนุนของกองทัพ แม้ไม่ได้เป็นพรรคอันดับ 1 จากการเลือกตั้งก็ตาม

กรณีดังกล่าว เป็นสาเหตุของวิกฤตการเมืองใหญ่ในเวลาต่อมา เมื่อคนเสื้อแดงที่เป็นฐานเสียงของพรรคเพื่อไทยและ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ลุกขึ้นมาขับไล่รัฐบาล ด้วยการชุมนุมใหญ่ในเดือนเมษายน 2552 แต่ถูกสลายและชุมนุมอีกครั้งในปี 2553 ถูกสลายด้วยกำลังทหาร มีผู้เสียชีวิต 99-100 ศพ บาดเจ็บ 2,000 ราย ก่อนสลายมีอบในเดือนเมษายน 2553 มีคอลัมน์นิสต์จากสื่อบางฉบับเขียนเชียร์ให้รัฐบาลใช้มาตรการรุนแรง โดยให้นายกฯ ยอมมีเอือนเลือด

เมื่อการเมืองเปลี่ยนแปลงด้วยผลการเลือกตั้งในปี 2554 พรรคเพื่อไทยชนะการเลือกตั้ง น.ส.ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้เป็นนายกรัฐมนตรีสื่อจำนวนหนึ่งแสดงออกถึงความไม่พอใจด้วยการเสนอข่าววิพากษ์วิจารณ์รุนแรง ด้วยเหตุผลว่า เป็นส่วนหนึ่งของ "การตรวจสอบ"

การตั้งคำถามในการสัมภาษณ์อย่างรุนแรงที่เรียกกันในวงการว่า เป็น "คำถามตรวจสอบ" ทำให้เกิดเหตุการณ์กระทบกระทั่งระหว่างนายกฯ ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ผู้สื่อข่าวที่รับรู้กันว่านิยมในตัวผู้นำพรรคประชาธิปัตย์ โดยที่ผู้สื่อข่าวดังกล่าว ได้รับการยกย่องจากพรรคประชาธิปัตย์และสื่ออีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ชอบพรรคเพื่อไทย

ในต้นปี 2555 ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ ไม่ต่อสัญญากับสื่อค่ายใหญ่ที่เข้ามาทำรายการข่าวกับช่อง 9 อยู่หลายปี ทำให้คุณหมุมิระหว่างรัฐบาลกับสื่อค่ายดังกล่าวร้อนระอุ ผลจากกรณีดังกล่าว ทำให้การบริหารงานของรัฐบาล

กลายเป็นเป้าโจมตีของสื่อบางกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการแก้ไขรัฐธรรมนูญ การขึ้นค่าแรง 300 บาท และการจำหน่ายข้าวสภาพดังกล่าว ย้อนกลับมาส่งผลต่อสื่อด้วยกันเอง เมื่อสื่อกลุ่มที่ไม่ได้เสนอข่าวแฉแฉเดียวกับสื่อที่สนับสนุนพรรคประชาธิปัตย์ต้องโดนประทุพราด้วยข้อหาแรงๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อหาถูกซื้อ กลายเป็นสื่อแดง เป็นพวกทักษิณ และข้อหาร้ายแรงอีกหลายรายการ

บทบาทที่เป็นปัญหาเหล่านี้ ส่งผลให้เห็นชัด เมื่อสื่อและองค์กรสื่อพยายามลับตาบเพื่อพื้นบทบาท "ตรวจสอบ" ของตนเอง ความพยายาม "ตรวจสอบ" ครั้งยิ่งใหญ่ของวงการสื่อ ได้แก่ กรณีสภากาหนดังสื่อพิมพ์ฯ สมาคมนักข่าวฯ และกลุ่มธุรกิจที่ใช้ชื่อว่า ภาคีเครือข่ายต้านคอร์รัปชัน ประกาศชวงรูด้านคอร์รัปชัน หลังจากโหมโรงอย่างใหญ่โต ก็กรีธาทัพเข้าถล่ม สรยุทธ สุทัศนจินดา และบริษัทไร่ส้ม พิธีกรข่าวชื่อดัง ที่ ป.ป.ช. ซุ่มลศคค่างเก่าว่า สรยุทธ และเจ้าหน้าที่ช่อง 9 มีความผิดในเรื่องเงินค่าโฆษณาหล่อมเวลา กับช่อง 9 อสมท หรือโมเดิร์นไนน์ โดยเรียกร้องให้สรยุทธ ยุติการทำรายการ โดยชู่จะกดดันให้บริษัทต่างๆ ที่สนับสนุนโฆษณารายการของสรยุทธ ถอนโฆษณาให้หมดกลายเป็นประเด็นวิจารณ์ว่าการเคลื่อนไหวขององค์กรสื่อไม่โปร่งใส แต่มี "การเมือง" แทรก เนื่องจากถือว่าสรยุทธไม่ใช่สื่อในเครือข่าย และยังเป็นการเลือกปฏิบัติ โดยยกตัวอย่างจากกรณี นายสนธิ ลิ้มทองกุล แห่งเครือข่ายผู้จัดการ ถูกศาลอาญาสั่งจำคุก 42 ปี ฐานรับรองเอกสารเท็จเพื่อกู้เงินธนาคารกรุงไทย จำนวน 1,078 ล้านบาท เมื่อต้นปี 2555 แต่ไม่มีท่าทีจากองค์กรสื่อหรือกลุ่มต้านคอร์รัปชันแต่อย่างใด

ที่น่าสังเกต คือการ "ตรวจสอบ" ขององค์กรสื่อมักตั้งธงแล้วไปรวบรวมข้อมูลหลักฐานมาถล่ม จนเกิดความผิดพลาด อย่างกรณีหน่วยงานในเครือสมาคมนักข่าวฯ อยู่ๆ แพร่ข่าวเปรี้ยงปร้างว่าเครือมติชนรับค่าโฆษณาจาก กสทช. แล้วเขียนเชียร์การประมูล 3จี ฯลฯ โดยทำรายงานพิเศษ นับข่าวนับบทความแล้วกล่าวหา คล้ายๆ กับการตรวจสอบของสภากาหนดังสื่อพิมพ์ฯ เมื่อปี 2554 ก่อนจะโอละพ่อ เมื่อพบว่า เว็บไซต์ของ กสทช. บวกเลขผิด ทำให้ตัวเลขโดดเกินความเป็นจริง แท้จริงแล้วหนังสือพิมพ์หลายฉบับรับค่าโฆษณาจาก กสทช. มากกว่าเครือมติชน

นี่คือส่วนหนึ่งของสิ่งที่เกิดขึ้นในวงการสื่อเมื่อปี 2555 และเชื่อว่าจะยังไม่ยุติหรือจบสิ้นเพียงแค่นี้แต่จะร้อนแรงขึ้นอีกหลายองศาตามสภาพการเมืองที่จะเดินเข้าสู่ความแตกหักในหลายประเด็น ในปี 2556 นี้

ที่มา : มติชนสุดสัปดาห์ 28 ธันวาคม 2555-3 มกราคม 2556

9.1.2 การวิจัยนิเทศศาสตร์กับองค์กรสื่อ

ศึกษาเพื่อเข้าใจกลุ่มผู้รับสารเพื่อไปปรับการผลิตเนื้อหาสื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร เช่น การสำรวจผู้อ่านหนังสือพิมพ์กับพฤติกรรมการอ่าน การวัดระดับความนิยมของรายการในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ การวิจัยบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เป็นต้น

พรวิภา พงศ์ประศาสน์ (2552) ทำการศึกษา “สถานภาพอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2546 - 2550)” โดย การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 ตลอดจนแนวโน้มและอุปสรรคในการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยในฟรีทีวีเฉพาะในส่วนของละครไพรม์ไทม์ระหว่างเวลา 18.30-22.20 น. โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพวิเคราะห์ถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ ผู้เกี่ยวข้องหลักและหน่วยผลิตที่สำคัญ ลักษณะการดำเนินงาน กำลังผลิต และผลผลิต โดยผลการวิจัยพบว่าสถานภาพของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2546 - 2550 เป็นดังนี้ อุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ในระบบฟรีทีวีมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 50 ปี และเติบโตมากในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาและปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ที่ออกรายการละครซึ่งได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ สถานี โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ช่วงเวลาที่ออกอากาศละครมีการขยายจากเดิม 1 ชั่วโมง/ช่อง/วัน เป็น 3 ชม/ช่อง/วัน (ยกเว้นช่อง 5) แบ่งเป็นละครก่อนข่าว 1 ชั่วโมง ระหว่าง 18.30-19.30 น. และละครหลังข่าว 2 ชั่วโมง ระหว่าง 20.20-22.20 น. ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีอัตราค่าโฆษณาสูงสุดและนำรายได้หลักมาสู่สถานี จากการศึกษาบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ 4 บริษัท พบว่า 1) บ.กันทนา มิวสิค (2002) จก. เป็นบริษัทผลิตละครขนาดใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรม มีกำลังการผลิตเฉลี่ยสูงสุด คือ 167 ชม./ปี และมีรูปแบบการผลิตครบวงจร 2) บ.บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จก. มีกำลังผลิตเฉลี่ย 90 ชม./ปี 3) บ. เอ็กแซ็กท์ จก. มีกำลังผลิตเฉลี่ย 144 ชม./ปี และบริษัทผลิตละครในเครือ บ.อาร์ เอส จก.(มหาชน) มีกำลังผลิตเฉลี่ย 120 ชม./ปี โดยผลงานส่วนใหญ่ของทุกบริษัทเป็นละครแนวรักและชีวิต ในด้านแนวโน้มของการส่งออกละครโทรทัศน์ เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตดำเนินการผลิตภายใต้เงื่อนไขจากการจ้างผลิตจากสถานีโทรทัศน์ ดังนั้นลิขสิทธิ์ของผลงานโทรทัศน์จึงตกเป็นของสถานี ยกเว้นผลงานที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ได้แก่ บ.กันทนา และบ.เอ็กแซ็กท์ที่ผู้ผลิตสามารถส่งออกได้โดยตรงด้วยตนเอง นอกจากนี้ บริษัทผู้ผลิตยังมีวิธีการส่งออกหลายรูปแบบ เช่นการขายเรื่องหรือบทประพันธ์ การร่วมผลิตหรือรับจ้างผลิต ตลอดจนการฝึกอบรม บุคลากรหรือเป็นที่ปรึกษาการผลิตให้กับสถานีโทรทัศน์ในประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนแม้ว่าบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในกลุ่มนี้จะมีศักยภาพในการผลิตเพื่อการส่งออก คือมีกำลังผลิต บุคลากร และสามารถผลิตผลงานจำนวนมากออกสู่ตลาดได้ต่อเนื่องและประสบความสำเร็จในการทดลองตลาดต่างประเทศ แต่บริษัทเหล่านี้มิได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการส่งออกมากนัก เนื่องจากมุ่งเน้นตลาดประเทศเป็นหลัก และเมื่อพิจารณาการสนับสนุนพบว่าไม่มีนโยบายและยังไม่มี ความชัดเจนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยจากแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสิ่งสำคัญคือยังขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์ไทย

9.1.3 การวิจัยนิเทศศาสตร์กับผลของสื่อ แบ่งออกเป็น 2 แนวคิด

1. แนวคิดด้านอิทธิพลของสื่อมีผลอย่างมากต่อผู้รับ (media effect)

เป็นความเชื่อในเรื่องของสื่อที่มีอิทธิพลมาก โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่ยุคสงครามโลกครั้งที่ 1 สนใจศึกษาประเด็นของอิทธิพลของสื่อที่รัฐนำไปใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อหรือการสร้างภาพ ผู้ศึกษาในเรื่องนี้ ได้แก่ Harold Lasswell ที่เสนอทฤษฎีกระสุนปืน (magic bullet theory) ความเชื่อในพลังของสื่อ นักโฆษณาชวนเชื่อเข้าใจว่า ข่าวสารสามารถส่งถึงตัวผู้รับสารโดยตรงและมีอิทธิพลก่อให้เกิดผลหรือปฏิกิริยาต่อผู้รับสารทันที เช่นเดียวกับ ลูกปืน

นักวิจัยได้ทำการศึกษา พิสูจน์ซ้ำทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ โดยมีการศึกษาถึงผลกระทบของภาพยนตร์ โทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนพบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร

จุดอ่อนของการวิจัยนี้ อยู่ที่เทคนิคการศึกษาไม่เป็นที่ยอมรับ ด้วยไม่สามารถควบคุมการแสดงผลอิทธิพลโดยตรงได้ การเริ่มมองปัญหาและตั้งข้อสันนิษฐานหยابเกินไป โดยเชื่อว่าพื้นฐานในการคิดและแสดงพฤติกรรมของคนทุกคนมีแนวทางไปในทางเดียวกัน

2. แนวคิดอิทธิพลของสื่อมีจำกัด (limited effect of media)

เริ่มช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่พบว่าอิทธิพลหรือผลของสื่อต่อคนมีลักษณะเฉพาะและจำกัด จากการวิจัยพฤติกรรมการลงคะแนน แสดงให้เห็นถึงความจริงว่า สื่อมีผลต่อบุคคลอย่างจำกัด การสื่อสารบุคคลมีผลกระทบและสำคัญต่อทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงมากกว่าสื่อมวลชน การศึกษาพบว่า คนมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นมากกว่าการตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

รุจิเรข คชรัตน์ (2542) ทำการศึกษา “ภาพและกระบวนการสร้างภาพชายรักร่วมเพศในละครโทรทัศน์ไทย กับการรับรู้ภาพแบบฉบับของผู้ชม” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเข้าใจถึงภาพและกระบวนการสร้างภาพชายรักร่วมเพศในละครโทรทัศน์ กับการรับรู้ภาพแบบฉบับของผู้ชม ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างละครที่มีภาพชายรักร่วมเพศที่ผลิตในปี 2541-2543 ทั้งหมด 7 เรื่อง เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในด้านภาพของชายรักร่วมเพศ ประกอบกับการเปรียบเทียบกระบวนการสร้างภาพชายรักร่วมเพศจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต และการรับรู้ภาพแบบฉบับของผู้ชมจากการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ภาพของชายรักร่วมเพศในละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นภาพเชิงบวกอันเนื่องมาจากบทบาทของตัวละครชายรักร่วมเพศส่วนใหญ่เป็นตัวละครสมทบมีหน้าที่เป็นผู้ช่วยพระเอก-นางเอก เพื่อสร้างสีสันและความสนุกสนาน ซึ่ง

สอดคล้องกับเจตนาในการสร้างภาพชายรักร่วมเพศในละครโทรทัศน์ของผู้ผลิต แต่เมื่อเปรียบเทียบกับ การรับรู้ภาพแบบฉบับของผู้ชม ทั้งกลุ่มผู้ชมที่เป็นรักร่วมเพศ และรักร่วมเพศ พบว่ากลุ่มผู้ชมรับรู้ภาพ แบบฉบับในด้านลบมากกว่า อันได้แก่ ลักษณะของความเป็นหญิงที่เป็นภาพลบ คือลักษณะกิริยาท่าทางที่ วิตว้าย และหมกมุ่นในเรื่องเพศ ซึ่งเป็นการรับรู้ภาพจากลักษณะภายนอก และสอดคล้องกับทัศนคติที่มี ต่อชายรักร่วมเพศในสังคม

9.1.4 แนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์กับอิทธิพลของเนื้อหา

ทฤษฎีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (gate keeper)

ศึกษาความลำเอียง ไม่เที่ยงธรรมในบุคคลที่เป็นคนคัดเลือกเนื้อหา และตระหนักต่อความต้องการของผู้อ่าน ผู้รับสาร และนโยบายการบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ รวมถึงการศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้คัดเลือกข่าวสาร ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร หรือผู้คัดเลือกเนื้อหา เป็นบุคคลผู้ควบคุมการไหลเข้าและไหลออกของข้อมูลผ่านสื่อมวลชน การตัดสินใจของผู้คัดเลือกสารนั้น มีปัจจัยอิทธิพลอื่นๆ ประกอบมากมาย เช่น ปัจจัยเกี่ยวกับตัวผู้คัดเลือกสาร ในเรื่องของอคติ และวิสัยทัศน์ หรือประเด็นอื่นๆ เช่น ความถี่ที่สารปรากฏ และสารนั้นสร้างความสนใจต่อผู้รับได้มากน้อยแค่ไหน

อิทธิพลทางสังคม

ศึกษาบทบาทขององค์กรข่าว และอิทธิพลทางสังคมต่อการเลือกข่าว เช่น กระบวนการสังคมประกิต หรือการขัดเกลาทางสังคม โดยสังคมเป็นผู้กำหนดแนวคิดและการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกในสังคม ตัวอย่างเช่น ผู้สื่อข่าวจะเรียนรู้ แบบแผนข้อปฏิบัติโดยการสังเกตจากนักข่าวคนอื่น หรือจากสำนักข่าวอื่น หรือเกิดการเรียนรู้จากการให้รางวัล และการลงโทษภายในห้องข่าว

การรายงานข่าว

ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างผู้สื่อข่าวกับแหล่งข่าว การเรียกรับผลประโยชน์จากแหล่งข่าวของนักข่าว การอาศัยพึ่งพิงกันและกันระหว่างนักข่าว กับแหล่งข่าวทางการเมือง การสมรู้ร่วมคิด หรือ การร่วมมือความยากลำบากในการวางตัวบนความยุติธรรมกับความเป็นกลาง

วิสลา แสนศิริ (2542) ทำการศึกษา “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พัฒนาการนโยบาย รูปแบบและเนื้อหาของ การโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และประเมินความสอดคล้องระหว่างนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับสภาพปัญหาสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรการท่องเที่ยว ปัจจัยสนับสนุน และอุปสรรคต่อการวางแผนผลิตสื่อโฆษณา โดยอาศัยข้อมูลจากเอกสาร คำสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการผลิตสื่อ 3 คน สื่อโฆษณา 4 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ที่ผลิตและเผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540 ผลการวิจัยพบว่า 1. เมื่อมีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ในปี พ.ศ. 2503 กิจการท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ต่อมาปี พ.ศ. 2522 ได้เปลี่ยนฐานะมาเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทำรายได้เข้าประเทศสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ในปี พ.ศ. 2538 ได้เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างจริงจัง ตลอดจนมีการผลิตสื่อเผยแพร่อย่างมีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีประสิทธิภาพตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้มีการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) 2. องค์ประกอบของรูปแบบ เนื้อหา และจิตวิทยาที่ใช้สร้างสื่อโฆษณา ทั้ง 4 ประเภท กับปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการวางแผนผลิตสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีลักษณะต่างๆ สอดคล้องกัน 3. องค์ประกอบด้านต่างๆ ของรูปแบบ เนื้อหา จิตวิทยาที่ใช้สร้างสื่อ ปัจจัยสนับสนุน อุปสรรคเงินทุนดำเนินงาน บุคลากร การจัดการ วัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี รวมทั้งนโยบาย การจัดดำเนินการผลิตสื่อ และการประเมินผลอันเกี่ยวกับการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต่างมีลักษณะสอดคล้องกับนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทุกด้าน

9.1.5 แนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์ในประเด็นสื่อมีผลกระทบต่อปานกลาง

เริ่มศึกษาหลังปี 1970 เมื่อพบว่า เนื้อหาของสื่อส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนมากกว่าที่แนวคิดเรื่องสื่อมีผลจำกัดได้เสนอไว้ แต่ก็ไม่ถึงกับมีผลรุนแรง เหมือนกับที่ทางด้านแนวคิดเดิมที่เชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลอย่างมาก การวิจัยพบว่าสื่อมีอิทธิพลอยู่บ้าง แต่ส่งผลกระทบต่อปานกลาง

การวิจัย สนใจศึกษาความรุนแรงในโทรทัศน์ การเชื่อมโยงระหว่างความรุนแรง และพฤติกรรมต่อต้านสังคม ในปี 1982 สถาบันสุขภาพแห่งชาติในอเมริกา รายงานถึงความสัมพันธ์ระหว่างการดูรายการรุนแรงทางโทรทัศน์มากกับพฤติกรรมความก้าวร้าวในเด็ก และพบว่าโฆษณา มีผลกระทบต่อเด็กด้วย การศึกษายังพบว่าโทรทัศน์มีส่วนสนับสนุนพฤติกรรมส่งเสริมสังคม พร้อมๆกับการต่อต้านสังคม

การศึกษาเกี่ยวกับช่องว่างทางความรู้

คนที่มีความรู้สูงและมีรายได้มากจะเข้าถึงประเด็นทางสังคมได้เร็วกว่าคนที่มีความรู้ได้น้อยและการศึกษาต่ำ ในขณะที่คนจนและด้อยการศึกษาจะเสียเปรียบในการตัดสินใจทางการเมือง สิ่งขัดแย้งต่อคนที่มีภูมิหลังสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำต้องกระตุ้นให้เกิดความใฝ่รู้สูงขึ้น

การศึกษาเกี่ยวกับการทำข่าว

การศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายข่าว พบว่านักข่าวจะไปทำข่าวซ้ำๆ เพราะนักข่าวจะไปที่เดิมเป็นประจำ เครือข่ายบางครั้งก็ละเลยที่จะเสนอข่าว

ศิรสา สอนศรี (2541) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” โดยใช้วิธีการศึกษา 3 วิธีการคือ ศึกษาจากแผนงานและเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ สื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ รวมทั้งศึกษาจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและ F-test เพื่อการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1. แผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง 2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา 3. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง 4. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 5. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิง

บวกกับการรับรู้ 6. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 7. การรับรู้เรื่องของประเทศท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 8. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้เรื่องของประเทศท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

9.1.6 แนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์กับผลทางการเมือง

ทฤษฎีการเวียนไปของความเงียบ (spiral of silence) อธิบายเกี่ยวกับลักษณะ 3 ประการของ อิทธิพลจากสื่อ

1. การสะสมเนื้อหาของสื่อขยายเพิ่มผลกระทบมากขึ้นตามเวลา
2. พบเห็นได้ทุกที่ที่ประสบการณ์ด้านสื่อมีให้เห็นตลอด
3. ความเห็นสอดคล้อง นำเสนออย่างต่อเนื่อง ทำให้เห็นเป็นเสียงเดียวกับนโยบายการเมือง การทำให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องโดยผ่านทางสื่อ แม้ประชาชนส่วนใหญ่จะไม่เห็นด้วย แต่กลับคิดว่าตัวเองเป็นคนกลุ่มน้อยจึงระงับคำพูด ในขณะที่คนกลุ่มน้อยกลับกลายเป็นผู้แสดงออกมากกว่า

มโน วนวนหุสิต (2554) ทำการศึกษา “การวิเคราะห์ประเด็นการเมืองในภาพยนตร์ไทยร่วมสมัย” การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ทำการศึกษาประเด็นการเมืองที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยร่วมสมัยที่เข้าฉายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544-2553 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ประเด็นการเมืองร่วมสมัยผ่านองค์ประกอบการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ไทย เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับภาพยนตร์ไทยร่วมสมัย โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยกระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ไทยร่วมสมัยที่ออกฉายระหว่างปี พ.ศ. 2544-2553 จำนวน 14 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่าภาพยนตร์ไทยร่วมสมัยที่ฉายในช่วงเวลาดังกล่าวมีการถ่ายทอดให้เห็นถึงบริบทการเมืองไทยร่วมสมัย โดยมีทั้งภาพยนตร์ที่ใช้เหตุการณ์ทางการเมืองในประวัติศาสตร์ไทยเป็นฉากหลัง และมีการสื่อสารผ่านการสร้างตัวละครและสัญลักษณ์ โดยประเด็นการเมืองไทยร่วมสมัยที่ภาพยนตร์หยิบยกมาถ่ายทอดในภาพยนตร์ได้แก่ ความขัดแย้งด้านอุดมการณ์ทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกองทัพกับการเมืองไทย อำนาจทางการเมืองของนายทุน และผลกระทบจากนโยบายของรัฐ โดยมักกำหนดให้ตัวละครเป็นผู้ได้รับผลกระทบจากประเด็นการเมืองดังกล่าว

9.1.7 แนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์กับผลเฉพาะบุคคล

ทฤษฎีการบ่มเพาะ (cultivation) ศึกษาไปที่ผลกระทบจากการดูโทรทัศน์ทำให้คนรับรู้เกี่ยวกับโลก ผู้ที่ดูโทรทัศน์มากกว่าคนที่ดูน้อยกว่า จะคิดเห็นเกี่ยวกับโลกตามที่โทรทัศน์นำเสนอ ผู้ดูโทรทัศน์มากจะเข้าใจว่าโลกมีความรุนแรง

ข้อบ่งชี้ถึงผลกระทบจากสื่อมวลชน ได้แก่ การยอมรับความรุนแรง การแสดงออก ทักษะคดีด้านการเมืองเปลี่ยน เพศนิยม และมีพฤติกรรมเลียนแบบ

ทฤษฎีการพึ่งพิงสื่อมวลชน (dependency theory) องค์กรด้านสื่อ ปัจเจกบุคคล และกลุ่มคนในสังคมต่างมีความสัมพันธ์เชิงพึ่งพิงต่อกัน แต่ส่วนต่างมีผลกระทบต่อกัน อัตราของการเข้าถึงข่าวสาร เป็นตัวบ่งชี้ถึงผลโดยตรง วิธีที่แต่ละคนได้รับอิทธิพลขึ้นอยู่กับการเข้าใจในตัวเอง คนอาศัยสื่อที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเอง และพัฒนาไปเป็นบุคลิกภาพ ความเข้าใจในสังคม คนเรียนรู้โลกและสังคมจากสื่อ และใช้สื่อเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติ การตัดสินใจดำเนินการหรือทำกิจกรรมต่างๆ และใช้สื่อในการแสดงออก ใช้สื่อเพื่อสร้างความบันเทิง เพื่อการสังสรรค์กับครอบครัวและเพื่อน และเพื่อเป็นเพื่อนปลอบใจเมื่อยามอยู่คนเดียว

พิชญ์สินี บำรุงนคร (2543) ได้ทำการศึกษา “ลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์” เพื่อเข้าใจถึงคุณลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์ และค้นหาปัจจัยที่มีส่วนสร้าง หรือสนับสนุนความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์ การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีส่วนสร้าง หรือสนับสนุนความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาเพลงสุนทราภรณ์ และข้อมูลจากผู้ฟังเพลงสุนทราภรณ์ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เพลงสุนทราภรณ์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านดนตรี และขับร้อง และผู้ดำเนินรายการเพลงสุนทราภรณ์ทางสื่อวิทยุ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของเพลงซึ่งประกอบด้วยความสอดคล้องระหว่างเนื้อร้องกับทำนอง ความหมายของเพลงซึ่งมีสาระ และรูปแบบการประพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับฉันทลักษณ์ การใช้โวหาร ทำนองและจังหวะที่สื่อความหมายของบทเพลงอย่างสอดคล้องกับอารมณ์ในทำนองและจังหวะประเภทนั้นๆ รวมทั้งการมีพื้นฐานจากดนตรีที่ได้รับความนิยม นอกจากนั้นยังเกี่ยวข้องกับการที่เพลงสุนทราภรณ์มีความลงตัวของสุนทรียภาพ หรือความงามซึ่งประกอบด้วยความไพเราะ ลักษณะซึ่งทำให้ผู้ฟังติดหูได้ง่าย และลักษณะผลงานเพลงในระดับยอดเยี่ยมเป็นสำคัญ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนสร้างหรือสนับสนุนความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์คือนักกร้องซึ่งมีลักษณะลีลาการขับร้องละเมียดละไม ลักษณะของน้ำเสียงที่เข้ากับอารมณ์เพลง การใช้ท่วงทำนองที่เรียบง่าย และการฝึกซ้อม นักดนตรีซึ่งมีความรู้เฉพาะ พรสวรรค์ และประสบการณ์ทางดนตรีรวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับศิลปินท่านอื่นในวงสุนทราภรณ์ ผู้ประพันธ์เนื้อร้องซึ่งมีความรู้ทางภาษาไทย ประสบการณ์ทางการประพันธ์เนื้อร้องและความคุ้นเคยกับตัวโน้ต ผู้สร้างทำนองซึ่งมีความรู้ทางการสร้างทำนอง

ความคิดและจินตนาการรวมทั้งความสามารถในการทำงานกับผู้เรียบเรียงเสียงประสาน ผู้เรียบเรียงเสียงประสานซึ่งมีความรู้ทางการเรียบเรียงเสียงประสาน ความคิดและจินตนาการรวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้สร้างทำนอง ครูเพลงซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางดนตรีและการขับร้องรวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับนักร้องและนักดนตรี สื่อที่เป็นช่องทางการสื่อสาร และการผลิตซ้ำ ผลของการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความเป็นอมตะมีลักษณะเป็นผลงานทรงคุณค่าที่ศิลปินทิ้งไว้ให้ผู้อื่นจดจำ เพื่อให้ผลงานคงอยู่ต่อไป และเกี่ยวข้องกับมิติเวลา กล่าวคือ ผู้อื่นจดจำได้นาน และผลงานต้องได้รับการยอมรับจากคนอย่างน้อย 2-3 รุ่น

9.1.8 แนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์กับการใช้สื่อ

ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (uses and gratifications) เป็นการศึกษาในประเด็น คนทำอะไรกับสื่อมากกว่าสื่อทำอะไรกับคน เช่น การใช้สื่อเพื่อการดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อม การใช้สื่อเชิงสังคมเพื่อการบันเทิง เพื่อการเข้าใจและพัฒนาบุคลิกลักษณะของตนเอง การใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่ต่างๆ และสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง

ชนะบุญ พึ่งคุณพระ (2543) ทำการศึกษา “กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัท เทปเพลงไทยอิสระ” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทเทปเพลงไทยอิสระตลอดจนศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเทปเพลงไทยอิสระ ผลการวิจัยพบว่า บริษัทเทปเพลงไทยอิสระมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายดังนี้ 1. การใช้ศิลปินที่มีความสามารถ เพื่อผลิตงานเพลงที่มีคุณภาพ 2. การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม 3. การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม และการควบคุมต้นทุนการผลิต 4. การใช้สื่อมวลชน และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย โดยในการใช้สื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายนั้นเป็นการเลือกใช้สื่อภายใต้งบประมาณที่จำกัดโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นลำดับแรก ซึ่งสิ่งพิมพ์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่บริษัทเทปเพลงไทยอิสระใช้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังได้มีการใช้กิจกรรมพิเศษอื่นๆ เพื่อเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมการขายด้วย ซึ่งได้แก่ การจัดงานแถลงข่าว, การจัดแสดงคอนเสิร์ต, การจัดกิจกรรมทางดนตรีร่วมกับสถาบันการศึกษา และการผลิตซีดีแจกตามสถานีวิทย์และสถานเริงรมย์ต่างๆ

9.2 การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์

เมื่อพิจารณาจากกรอบแนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์ นักวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์สามารถพิจารณาได้ถึงการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์ ว่าเป็นการศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับส่วนต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารมวลชน ซึ่งประกอบไปด้วย

1. เนื้อหาสื่อ
2. การใช้สื่อ อย่างไรและทำไมจึงใช้
3. สิ่งที่เกี่ยวข้องให้เกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์
4. ผลกระทบจากเนื้อหาและองค์กรสื่อ ต่อระดับปัจเจกบุคคล หรือ ระดับสังคม

และจะสามารถนำผลจากการศึกษาวิจัยทางนิเทศศาสตร์ไปใช้ประโยชน์ได้ในประเด็นต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม ดังกรณีศึกษาที่จะนำมาให้เห็นเป็นตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

9.2.1 อุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้

คมชัดลึก ข่าวการศึกษา-สาธารณสุข วันที่ 25 เม.ย. 2560



โพลล์ชี้ ประชาชนหวังพึ่งภาคอุตสาหกรรมช่วยขับเคลื่อนไทยแลนด์ 4.0 ประมาณ 84.66%
เชื่อมั่นชุมชนอยู่ร่วมกับอุตสาหกรรมได้

ผศ.ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและหัวหน้าคณะวิจัยผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเรื่อง “ความเชื่อมั่นของประชาชนต่ออุตสาหกรรมในท้องถิ่นในจังหวัดนอกเขตเศรษฐกิจพิเศษรอบกรุงเทพฯ” เปิดเผยว่า คณะนักวิจัยของมหาวิทยาลัยประกอบด้วยอาจารย์ธนาคม พงนาพิทักษ์ และอาจารย์วิโรจน์ ศรีหิรัญ ได้ลงพื้นที่สำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดนอกเขตเศรษฐกิจพิเศษรอบกรุงเทพฯ ได้แก่ จังหวัดอยุธยา อ่างทอง และสุพรรณบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง 65 ชุมชน 1,111 คน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 81.30 เชื่อมั่นว่าภาคอุตสาหกรรมช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่น ขณะที่ร้อยละ 93.27 เห็นว่าการประกอบอุตสาหกรรมยังคงมีปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยร้อยละ 84.66 เชื่อว่าชุมชนสามารถอยู่ร่วมกับอุตสาหกรรมได้หากได้รับการดูแลที่เหมาะสม ทั้งนี้มีประชาชนร้อยละ 85.69 เห็นว่าอุตสาหกรรมทุกระดับจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดีขึ้น และร้อยละ 80.55 เชื่อมั่นว่าอุตสาหกรรมเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ยุค 4.0

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ประชาชนเสนอแนะให้ทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเอง ต้องร่วมมือกันส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้ และควรจัดอบรมสัมมนาในประเด็นเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมกับชุมชน โดย

สถาบันการศึกษาและสื่อมวลชนควรช่วยกันเผยแพร่เนื้อหาที่เป็นประโยชน์นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ประชาชนและภาคอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

9.2.2 ICT จับมือ"สวนสุนันทา"พลิกโฉมดิจิทัลชุมชน

สยามรัฐออนไลน์ ข่าวการศึกษา วันที่ 12 สิงหาคม 2559



ทีมมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เมื่อวันที่ 11 ส.ค.59 ผู้สื่อข่าวรายงานการแถลงข่าว "โครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน" ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) กับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (มรภ.สวนสุนันทา) โดยมี ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ รองอธิการบดี มรภ.สวนสุนันทา และนายธนาคม พจนาพิทักษ์ ผอ.ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม รองประธานคณะกรรมการดำเนินโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน ร่วมกันแถลงข่าว

โดย ดร.สมเดช กล่าวว่า เพื่อสนับสนุนนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมุ่งหวังการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลทั้งระบบให้ขับเคลื่อนได้อย่างจริงจัง การสร้างความพร้อมภาคประชาชน ให้เกิดการรับรู้และใช้ประโยชน์จากนโยบายดังกล่าว จึงเป็นเรื่องจำเป็นเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ในภาคการเกษตร และผู้มีรายได้น้อย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากศูนย์ดิจิทัลชุมชนมากที่สุด เช่น ช่วยเพิ่มรายได้แก่ภาคการเกษตรกร โดยที่เกษตรกรสามารถขายผลผลิตผ่านระบบออนไลน์ได้โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง

ด้านนายธนาคม กล่าวว่า มรภ.สวนสุนันทา ได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอีก 10 แห่ง ร่วมพัฒนาบุคลากรของศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน ซึ่งจะยกระดับเป็น "ศูนย์ดิจิทัลชุมชน" โดยจัด

หลักสูตรการฝึกอบรมทั้งในเชิงแนวคิดและการฝึกปฏิบัติ แก่บุคลากรของศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชน จำนวนกว่า 3,600 คน ใน 4 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาผู้จัดการศูนย์ดิจิทัลชุมชน การพัฒนาผู้อำนวยการศูนย์ดิจิทัลชุมชน การสัมมนาผู้บริหารเทคโนโลยีดิจิทัลชุมชนยุคใหม่ และการพัฒนาศักยภาพผู้ดูแลศูนย์การเรียนรู้ ICT ชุมชนสู่เศรษฐกิจดิจิทัลชุมชน

ทั้งนี้ คาดว่าจะสามารถดำเนินการขับเคลื่อนโครงการศูนย์ดิจิทัลชุมชน ให้บรรลุเป้าหมายในการเป็นหน่วยงานขับเคลื่อนนโยบายต่างๆ ในระดับพื้นที่ ตลอดจนทำให้ประชาชนเข้าใจและใช้ประโยชน์จากเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างรู้เท่าทัน

9.2.3 วิจัยเผย วัยรุ่นไทยขายบริการผ่านเน็ตฯ ร้อยละ 50 ซึ่ลัทธิส่วนบุคคล แนะเร่งแก้หวั่นสังคมเสื่อม

สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย วันที่ 19 มิถุนายน 2554



นักวิชาการชี้วัยรุ่นไทยขายบริการทางเพศผ่านเฟซบุ๊ก-ทวิตเตอร์ มากขึ้น ระบุว่าร้อยละ 30 กินดีอยู่ดีขึ้น บก.ข่าวอาชญากรรมขอตัวเลขให้หน่วยงานแก้ไข หวั่นความเร็วของกระแสออนไลน์ทำสังคมเสื่อม

วันที่ 19 มิถุนายน 2554 ที่วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จ.ชลบุรี สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ร่วมกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยและสถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย จัด ประชุมใหญ่วิชาการและวิชาชีพสื่อมวลชนระดับชาติประจำปี 2554 ‘อนาคตสื่อไทย: ความท้าทายภายใต้รัฐ ทู และเทคโนโลยี’ (วันสุดท้าย) โดยมีการนำเสนองานวิจัยและงานวิชาการภายใต้หัวข้อ ‘อนาคตสื่อไทยภายใต้ทุนและเทคโนโลยี’

ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ คณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา นำเสนองานวิจัย “วัยรุ่นไทยกับการขายบริการทางเพศบนสื่ออินเทอร์เน็ต” ว่า จากการศึกษา กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานครอายุระหว่าง 14 - 21 ปี ที่กำลังศึกษาในชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และอุดมศึกษาจำนวน 600 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง 6 กลุ่มจำนวน 48 คน พบว่าสาเหตุที่ทำให้วัยรุ่นเปิดรับสื่อลามกทางอินเทอร์เน็ตสูงสุดร้อยละ 75.5 มาจากการอยากรู้อยากลอง, หมกหมุ่นเรื่องเพศร้อยละ 39.8, และต้องการปลดปล่อยอารมณ์ทางเพศ ร้อยละ 36.6

โดยการซื้อขายบริการทางเพศผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 100 ของการซื้อขายบริการเป็นวัยรุ่นชาย ร้อยละ 20 เคยซื้อและใช้บริการทางเพศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต สาเหตุหลักจากปัญหาทางการเงิน

ต้องการใช้สินค้าแบรนด์เนม การชักจูงจากเพื่อน และแรงจูงใจอยากมีเงินใช้จ่าย ช่องทางที่ใช้ติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่น่าสนใจ นอกเหนือจากเว็บไซต์ลามกหรือบล็อกเฉพาะกลุ่มแล้ว ยังพบว่า เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์กลายเป็นช่องทางติดต่อซื้อขายเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ใช้วิธีโพสต์รูปและโฆษณาตัวเอง พร้อมระบุอีเมลล์และหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อไว้เรียบร้อย ค่าบริการจะเริ่มตั้งตั้งแต่ 500 ถึง 7,000 บาท ส่วนความพึงพอใจของรายได้ปรากฏว่าร้อยละ 64.6 ตอบว่าพออยู่ได้ และมากถึงร้อยละ 30.06 พึงพอใจและทำให้ตัวเองมีอันจะกิน

ทั้งนี้ พบว่าวัยรุ่นไทยยุคใหม่ร้อยละ 50.80 เห็นว่าการขายบริการทางเพศเป็นสิทธิส่วนบุคคล, ร้อยละ 50.50 คิดว่าการขายบริการทางเพศบนอินเทอร์เน็ตเป็นความพอใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ไม่ควรจะต้องถูกประณามเพราะไม่ใช่อาชญากรรม, ร้อยละ 45.50 เห็นว่าการขายบริการทางเพศเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ขายพอใจ, ร้อยละ 44.70 เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ถ้าพอใจ และร้อยละ 34.40 เห็นว่าพฤติกรรมกรรมกรรมมีคู่หลายคนหรือสวิงกิ้งเป็นเรื่องน่าตื่นเต้น

นายปรีชา สะอาดสอน บรรณาธิการข่าวอาชญากรรม เครือเนชั่น วิพากษ์ว่า ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนการทำงานของภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ยังไม่เอาจริงจังกับเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีมากขึ้น การเข้าไปสัมผัสกับปัญหานี้ยังน้อยอยู่มาก ยังไม่มีการป้องปรามอย่างเป็นรูปธรรม ข้อมูลที่ได้ควรนำไปสานต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการ เพราะปัญหานี้ไม่ใช่แค่เพศสัมพันธ์ แต่หมายถึงความเสื่อมถอยที่ป้องกันได้ยาก เนื่องจากสื่อออนไลน์รวดเร็ว ขยายวงกว้าง และติดตามแก้ไขยาก

9.2.4 เปิดผลศึกษาความสำเร็จหนังสือ"จีทีเอช"จับอุดมคติชนชั้นกลาง-รื้อถอนความเป็นหญิงเต็ม?

มติชนออนไลน์ วันที่ 2 กันยายน 2558



สถาบันหนังไทย หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน) จัดงานประชุมวิชาการด้านภาพยนตร์ครั้งที่ 5 เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2558 เพื่อสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ด้านภาพยนตร์ไทย รวมถึงการศึกษาค้นคว้าวิจัย และเปิดพื้นที่ให้แก่นักวิชาการด้านภาพยนตร์รุ่นใหม่ได้นำเสนอผลงานการศึกษาที่ตนเองสนใจ

ประกายกาวิล อธิบายความสำเร็จของ GTH โดยวิเคราะห์ว่า อัตลักษณ์ภาพยนตร์ของ GTH สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ตระกูลคือ 1.แนวผี-สยองขวัญ 2.แนวตลก 3.แนวโรแมนติก 4.ปลื้กย่อย ซึ่งแต่ละตระกูลสามารถแยกย่อยวิเคราะห์ต่อไปดังนี้

1.แนวผี-สยองขวัญ (ชัตเตอร์กดติดวิญญาณ/เด็กหอ/แฝด/บอดี้ศพ 19/โปรแกรมหน้าวิญญาณอาฆาต/ลัดดาแลนด์/เคาท์ดาวน์/สี่แพร่ง/ห้าแพร่ง)

-ลำดับเรื่องไม่เป็นเวลานั้นหนังผีแนวสืบสวนแต่ท้ายที่สุดก็กลับมาสู่ชนบความเป็นไทยคือ "ทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว"

- ตัวละครส่วนใหญ่เป็นผีผู้หญิง แต่ผีผู้หญิงของ GTH จะตายด้วยความรัก และคนที่ฆ่ามักเป็นคนใกล้ตัว ซึ่งสะท้อนสำนวนที่ว่า "คนที่ไว้ใจร้ายที่สุด"

- ส่วนใหญ่ผีในเรื่องจะเกิดขึ้นในเมือง แม้ว่าจะเหตุการณ์จะเกิดขึ้นในต่างจังหวัด แต่ก็เป็นคนในเมืองที่เป็นฝ่ายเข้าไป

2.แนวตลก (แจ๋ว/เพื่อนสนิท/วัยอลวน/กวนมึนโฮ/ Suckseed/ATM เออรัก..เออเรื่อ/ รถไฟฟ้ามาหานะเธอ ฯ)

- เน้นความรัก ความผูกพัน เพื่อน และครอบครัวเป็นหลัก ไม่เล่าเรื่องเป็นเส้นตรง

- ตัวละครหลักมักเป็นเด็กและวัยรุ่น

- ใช้พื้นที่ของเมืองเป็นหลัก ทั้งเมืองหลวง และหัวเมืองใหญ่ เช่น เชียงใหม่ พัทยา ระยอง

ฯลฯ

3.แนวโรแมนติก (กอด/ รักสามเศร้า/ หนีตามกาลิเลโอ)

- ไม่ค่อยให้คุณค่ากับรักแบบโรแมนติกในสมัยก่อน
 - ตัวละครจะเป็นคนที่แปลกแยกจากคนในสังคม มีความย้อนแย้งในตัว เช่น ในเรื่อง "กอด" พระเอกมี 3 แขน หรือเรื่อง "หนีตามกาลิเลโอ" ที่ทำผิดโดยการปลอมลายเซ็นต่ออาจารย์
 - พื้นที่ยังคงเป็นสังคมเมืองทั้งในไทยและต่างประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นความทันสมัย
4. ปลีกย่อย (แฟนฉัน/ มหาลัยเหมือนแร่/ วัยรุ่นพันล้าน/ Final score)
- มักต่อต้านทุนนิยมผ่านสัญลักษณ์ของภาพยนตร์ เช่น ระบบมหาวิทยาลัยในมหาลัยเหมือนแร่ หรือระบบ Entrance ของ Final score ได้ตอบโจทย์การสอนเด็กจริงหรือเปล่า
 - ตัวละครเป็นมนุษย์สีเทา มีความเป็นมนุษย์ที่รัก โลภ โกรธ หลง
 - พื้นที่ยังคงเป็นเมือง แต่หากว่าเป็นพื้นที่ในต่างจังหวัดก็จะเป็นคนเมืองที่เข้าไปดำเนินเรื่อง

ประกายกาวิลสรุปว่าอัตลักษณ์ของภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดยGTHคือโครงเรื่องสมัยใหม่ ไม่เล่าเรื่องเป็นเส้นตรง มีการผสมผสานตระกูล จบลงด้วยความสุข ตัวละครส่วนใหญ่มีจิตใจดี ทัศนคติเป็นบวก แต่มีการเล่าผ่านมุมมองของตัวละครชาย มีการศึกษา และเป็นชนชั้นกลาง ซึ่งเขามองว่า "เมืองคือพื้นที่ของคนสมัยใหม่" และสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ "การรื้อถอนความเป็นผู้หญิง" เพราะในอดีตผู้หญิงมักต้องเป็นเพศรักนวลสงวนตัว แต่ผู้หญิงในGTHน่าสนใจที่ว่า นางเอกเป็นเมีย น้อย นางเอกผ่านการแต่งงาน หรือนางเอกพูดเรื่องเซ็กส์ได้ตลอดเวลา แต่ท้ายที่สุดหนังโดย GTH ก็ยังคงสะท้อนภาพของของอุดมคติชนชั้นกลางไทยนั่นเอง

ประกายกาวิล เปิดเผยต่อว่า ตัวแปรในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดย GTH ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ "ระบบโครงสร้างของอุตสาหกรรมภาพยนตร์" ที่เป็นตัวกำหนดทุกสิ่ง กล่าวคือ ผู้สร้างหรือผู้ผลิตจะมีรายได้ 2 ส่วน ส่วนแรกมาจาก Box office คือแบ่งรายได้กันกับผู้ผลิตคนละครึ่งหรือ 50 เปอร์เซ็นต์ โดยจะมาจากรายได้ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลฯ เท่านั้น และส่วนที่สองเป็นระบบที่มีมาแต่ดึกดำบรรพ์ เรียกว่า "สายหนัง" แบ่งออกเป็นภาค เช่น ภาคเหนือ ภาคอีสาน ซึ่งระบบนี้ผู้ผลิตจะได้เพียง 8 เปอร์เซ็นต์

เพราะฉะนั้น จะเห็นได้ว่าระบบโครงสร้างการเก็บเงินเป็นตัวกำหนดแนวทางของภาพยนตร์ที่สำคัญ เพราะว่ารายได้มาจากคนเมืองเป็นหลัก



ประกายกาวิล ขยายความต่อว่า หากมองภาพรวมของอัตลักษณ์ของภาพยนตร์ไทยที่ผลิตโดยจีทีเอช โดยใช้แนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดีเยอร์ (Pierre Bourdieu 1930 - 2002) จะพบว่า GTH ใช้ทุน 3 ส่วนในการผลิตหนัง กล่าวคือ 1.ทุนเครือข่าย คือ บริษัทต้นสังกัด 2.ทุนสัญลักษณ์ ได้แก่ หน้าที่ได้รางวัล เช่น เด็กหอ, มหาลัยเหมืองแร่, กอด, แฟนฉัน, ชัตเตอร์กดติดวิญญาณ และ 3.ทุนเศรษฐกิจ ได้แก่ ATM เออร์..เออเร่อ, กวน มึน โฮ, รถไฟฟ้ามาหานะเธอ, พี่มากพระโขนง ฯลฯ

"ในปัจจุบันและต่อไปในอนาคต GTH จะสร้างภาพยนตร์ที่อิงทุนทางเศรษฐกิจ หรือพูดง่าย ๆ คือ ' ทำเงิน ' มากกว่าที่จะทำหนังที่เป็นทุนสัญลักษณ์ แต่หากว่าบพดีจริงจนได้รับรางวัลก็เป็นอีกเรื่องหนึ่ง อย่างไรก็ตาม หากระบบโครงสร้างการเก็บเงินยังแบ่งออกเป็น Box-office กับ สายหนัง ก็เชื่อว่า GTH จะยังคงสร้างภาพยนตร์ที่สะท้อนอุดมคติของชนชั้นกลางไทยต่อไป" ประกายกาวิล วิเคราะห์

สรุปท้ายบทที่ 9

การวิจัยนิเทศศาสตร์เป็นการศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับ ส่วนต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องใน กระบวนนิเทศศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย (1) เนื้อหาสื่อ (2) การใช้สื่อ ใดๆและทำไมจึงใช้ (3) สิ่ง ที่ก่อให้เกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์ และ (4) ผลกระทบจากเนื้อหาและองค์กรสื่อ ต่อระดับปัจเจก บุคคล หรือ ระดับสังคม โดยการวิจัยสื่อสารมวลชน ใช้ระบบวิธีการเช่นเดียวกับการวิจัยอื่นๆ ซึ่ง ได้แก่ การวิจัยพื้นฐาน เป็นการวิจัยเพื่อแสวงหาคำตอบความรู้ด้านวิชาการ และการสร้างทฤษฎีใหม่ โดยเฉพาะสนใจในความสัมพันธ์ของ สื่อ กับประชาชน เช่น สนใจว่า โทรทัศน์ สร้างผลกระทบเชิง รุนแรงต่อเด็กอย่างไร หรือ การโฆษณา มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค หรือไม่ และ**การวิจัยเชิง ปฏิบัติการ** เป็นการศึกษาโดยมุ่งหาคำตอบเชิงธุรกิจ ตัวอย่างเช่นการพยายามทำความเข้าใจว่า ผู้ใช้ สื่อ มีความต้องการอะไร การวิจัยจะทำนายพฤติกรรมผู้รับสารเพื่อองค์กรสื่อสารจะสามารถเพิ่ม จำนวนผู้รับให้มากขึ้น หรือการประเมินผลประสิทธิภาพของสื่อโฆษณาที่กำลังรณรงค์อยู่เป็นต้น โดย ความแตกต่างระหว่างการวิจัยพื้นฐาน และวิจัยเชิงปฏิบัติการ ไม่ได้อยู่ที่ข้อมูล หรือเทคนิควิธีการ แต่ ความแตกต่างอยู่ที่เป้าหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์ จะประกอบด้วย นิเทศศาสตร์กับนโยบายสาธารณะ การ วิจัยนิเทศศาสตร์กับองค์กรสื่อ นิเทศศาสตร์กับผลของนิเทศศาสตร์กับอิทธิพลของเนื้อหา นิเทศ ศาสตร์ในประเด็นสื่อมีผลกระทบปานกลาง นิเทศศาสตร์กับผลทางการเมือง นิเทศศาสตร์กับผล เฉพาะบุคคล และแนวคิดนิเทศศาสตร์กับการใช้สื่อ

คำถามท้ายบทที่ 9

1. การวิจัยพื้นฐาน แตกต่างกับการวิจัยปฏิบัติการอย่างไร
2. จงอธิบายถึงความแตกต่างระหว่างข้อแตกต่างของเทคนิควิธีการวิจัยแต่ละประเภท ที่ใช้ในการวิจัยนิเทศศาสตร์
3. จงอธิบายถึงแนวทางการวิจัยนิเทศศาสตร์ตามแนววิถีวิพากษ์ หรือวิภาษวิธี
4. จากตัวอย่างกรณีศึกษาในการวิจัยนิเทศศาสตร์กับนโยบายสาธารณะ จงตอบว่าเราจะสามารถนำเอาการวิจัยนิเทศศาสตร์ไปใช้ในการศึกษาได้อย่างไร
5. จงอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการวิจัยนิเทศศาสตร์กับการวิจัยการสื่อสารการตลาดว่ามีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร

กิจกรรมท้ายบทที่ 9

ให้นักศึกษาจัดกลุ่มอภิปรายจากกรณีศึกษาของการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในงานนิเทศศาสตร์ทั้ง 4 ประเด็น ว่ามีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยนิเทศศาสตร์ใด ตามแนวทางที่ได้ศึกษามา

รายการอ้างอิง

- ปรมะ สตะเวทิน. (2546) **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2550) **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพศาล หวังพานิช (2531) **วิธีการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2558) **วิจัยนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2549) **หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.
- สุบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2544) **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:
ปี่ปี พับลิชชิ่ง.
- กองบรรณาธิการเว็บ. สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. วันที่ 19 มิถุนายน
2554 “วิจัยเผย วัยรุ่นไทยชายบริการผ่านเน็ตฯ ร้อยละ 50 ซึ่ลืทธิส่วนบุคคล เนะแรงแก
หวนสังคมเสื่อม” สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2561
http://www.tja.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=2534:-50-&catid=140:2011-05-12-10-47-51&Itemid=7
- คมชัดลึก ข่าวการศึกษา-สาธารณสุข. วันที่ 25 เม.ย. 2560. “อุตสาหกรรมอยู่ร่วมกับชุมชนได้”
สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2560 [http://www.komchadluek.net/news/edu-
health/273275](http://www.komchadluek.net/news/edu-health/273275)
- มติชนออนไลน์ วันที่ 02 กันยายน 2558. “เปิดผลศึกษาความสำเร็จหนัง"จีทีเอช"จับอุดมคติชนชั้น
กลาง-รื้อถอนความเป็นหญิงเดิม?” สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2561
<http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1441170746>
- สยามรัฐออนไลน์ ข่าวการศึกษา. วันที่ 12 สิงหาคม 2559. “ICT จับมือ"สวนสุนันทา"พลิกโฉม
ดิจิทัลชุมชน” สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2560 <https://siamrath.co.th/n/1195>