

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้
การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย (ระยะที่ ๒)

เรื่อง **อุตสาหกรรมวัฒนธรรม
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

คณะวิจัย

นันทวัฒน์ จัตราอุทัย

กนกวรรณ ชัยทัต

รายงานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

กระทรวงวัฒนธรรม

บทคัดย่อ

งานวิจัย “โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย: ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม” เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีเป้าหมายเพื่อสำรวจงานวิจัยเฉพาะสาขาสังคมศาสตร์ในช่วงสิบเอ็ดปีตั้งแต่ พ.ศ. 2536 ถึง 2547 ว่ามีทิศทางการศึกษาไปในทางใด โดยเลือกศึกษาเฉพาะงานวิจัยสินค้าวัฒนธรรม 9 ชนิด ได้แก่ ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ละครวิทยุ การ์ตูน เกมคอมพิวเตอร์ ดารา-นักร้อง-แฟนคลับ เพลง ตลก รายการโทรทัศน์-วิทยุ

จากการศึกษาพบว่า ก่อนปี พ.ศ.2536 มีผู้ให้ความสนใจศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ไม่มากนัก ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และสื่อสารมวลชน และเริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา โดยพบงานศึกษาเรื่อง เพลง/ดนตรี มากที่สุด อันดับที่สองได้แก่ ภาพยนตร์ และอันดับที่สามได้แก่ รายการโทรทัศน์ ทั้งนี้ วิทยานิพนธ์ถือเป็นกลุ่มงานที่มีปริมาณมากที่สุดคือ เกือบร้อยละ 73 ของงานวิจัยทั้งหมดที่รวบรวมได้

การศึกษาสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในปัจจุบันของไทยมีหลากหลายแนวทาง ตั้งแต่ กลุ่มที่ยังเชื่อในความสัมพันธ์เชิงกำหนดโดยตรงของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค เช่น งานศึกษาอิทธิพลของสื่อ ไปจนถึงงานศึกษาโดยวิเคราะห์ในเชิงโครงสร้างนิยม เริ่มปรากฏงานศึกษาแนววัฒนธรรมศึกษา(cultural studies) มากขึ้นในช่วงหลัง ซึ่งยังคงมุ่งเน้นที่การศึกษาสื่อ และกระจุกตัวอยู่ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสื่อสารมวลชนเป็นหลัก เห็นได้ว่าวงวิชาการไทยได้ละเลยหัวข้อศึกษาสำคัญไปหลายเรื่อง โดยเฉพาะงานศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์สังคมของชีวิตคนธรรมดาที่ผูกพันแนบแน่นกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทั้งในเชิงพื้นที่และวิถีชีวิตของกลุ่ม

แนวโน้มสำคัญที่ปรากฏตั้งแต่มืดที่ทาบทับวงวิชาการศึกษาวัฒนธรรมของไทยนั่นคือ ปรมาความกลัววัฒนธรรมต่างชาติ (xenophobia) ที่จะเข้ามาครอบงำและชักนำไปสู่ความเสื่อมต่างๆ แพร่ลามอยู่ในงานศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง และการศึกษาสังคมบริโภคนิยม (consumption society) โดยเฉพาะเมื่อพูดถึงกระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า โดยสิ่งที่หล่อเลี้ยงปรมาความกลัวดังกล่าวไว้ ก็คือ สำนักอนุรักษนิยม-อำนาจนิยมในสังคมไทย ควบคู่ไปกับการขาดพื้นฐานในการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์ อันนำมาซึ่งการขาดความเข้าใจบริบทการเปลี่ยนแปลงในทางประวัติศาสตร์สังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งขาดการศึกษาและทำงานทฤษฎีอย่างจริงจัง ซึ่งทำให้วงวิชาการไทยมองข้ามรายละเอียดหรือข้อจำกัดของแนวคิดทฤษฎี อีกทั้งไม่พิถีพิถันในการปรับใช้แนวคิดทฤษฎีในการอธิบายภายใต้บริบทของสังคมไทย และด้วยปัญหาและข้อจำกัดทั้งหลายเหล่านี้ งานศึกษาจำนวนมากจึงทำได้แค่เพียงอ้างถึงแนวคิดต่างๆ แต่ท้ายที่สุดแล้วงานวิจัยโดยรวมกลับไร้ซึ่งพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมไปโดยปริยาย

คณะผู้วิจัยเสนอว่า ณ ห้วงเวลาปัจจุบันที่ภาครัฐและเอกชนเป็นผู้มีบทบาทอย่างมากในการขับเคลื่อนเรื่องวัฒนธรรมของสังคมไทย โจทย์สำคัญที่สุดก็คือ ทำอย่างไรวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยถึงจะก้าวขึ้นมามีบทบาทในการขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมบ้าง อย่างน้อยเพื่อให้เกิดเสียงที่สามที่ดังพอๆ กับเสียงวัฒนธรรมของรัฐและเสียงวัฒนธรรมของเอกชน แต่ก่อนที่จะไปถึงจุดนั้นได้ "ต้องขูดรากถอนโคนปัญหาทั้งหลายที่กล่าวมาทิ้งไปเสียก่อน"

Abstract

This research provides a survey of research in social sciences in Thailand. The main objective of this survey is to highlight research efforts during 1993 - 2004 and future research directions in the area of cultural industries within Bangkok and vicinity region. Among a wide range of cultural products, research on nine media artifacts are selected to review, including movies, television dramas, radio dramas, cartoons, computer games, fan club activities, music, comedies, and television-radio programs.

The survey finds a small number of research prior to 1993 focusing on cultural industry. Moreover, these research prominently conducted by researcher in journalism and mass communication. The number of research on media artifacts have been increasing since 1996. The majority of research (73%) is graduate dissertations and focused in music, followed by movies and television-radio programs.

After reviewing the literature on media artifacts, recent research have various theoretical frameworks from traditional media theory such as hypodermic/bullet theory, cultivation theory, etc. to new approach from social theory such as structuralism, critical theory, especially cultural studies theory. In addition, most cultural studies research were dominated by "Faculty of Communication Arts". These studies lack in social history study which are closely relative to culture industry, both in locality and way of life.

Results suggest that xenophobia is the main pitfall in mainstream cultural studies in Thailand, especially studies in political economy and in consumption society. This ambiguity is explained in part by fear of a loss of identity because of the increasing commoditization of culture. Furthermore, such paradox has been consistently cultivated in Thai society via conservatism and authoritarianism. While most research make use of social sciences methods and draw heavily on social sciences theories, they are insufficient to explain Thai social phenomena. Problems may be caused by deficient knowledge on social history, lacking of critical thinking, and incompetent understanding in the Thai context.

Lastly, social science intelligentsia should eliminate the confounding pitfall, xenophobia, when conducting future research and should get more involvement in making culture policy. Once the future research has more intellectual direction, the

researcher will be more acknowledgeable. Consequently, social sciences will be able to play a major role together with Thai government and private-sector in directing the Thai culture.

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและรวบรวมสถานภาพองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะในประเด็น “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นที่มาของการสนับสนุนให้เกิดงานวิจัยดังกล่าวนี้ขึ้น

ขอขอบพระคุณอาจารย์สุรัชย์ หวันแก้ว หัวหน้าทีมวิจัยในประเด็นกรุงเทพฯ ที่ได้กรุณาหยิบยื่นโอกาสอันดีแก่คณะผู้วิจัยได้มาทำงานนี้ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการดำเนินการ ให้กำลังใจ และจัดสรรเงินทุนจนการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณอาจารย์ปฐมฤกษ์ เกตุทัต ผู้ชักนำผู้วิจัยให้เข้ามารับผิดชอบสถานต่องาน และเจตนารมณ์ของท่านในงานวิจัยประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทั้งจัดทำฐานข้อมูลบรรณนิทัศน์งานวิจัยในระยะที่ 1 และสังเคราะห์งานวิจัยในระยะที่ 2

ขอขอบพระคุณอาจารย์ไชยันต์ รัชชกุล ที่ได้กรุณาช่วยเหลือเป็นที่ปรึกษาจำเป็น ช่วยวิพากษ์งานและให้ความเห็นที่มีประโยชน์หลายประการต่องานวิจัยชิ้นนี้ รวมทั้งยังเป็นกำลังใจสำคัญให้กับคณะผู้วิจัยที่จะทำการสังเคราะห์ครั้งนี้อย่างสุดความสามารถ

ขอบคุณเพื่อนร่วมทีมวิจัยของทีมกรุงเทพฯ ในระยะที่ 2 ทุกท่าน ที่ได้ร่วมให้ความเห็น คำวิจารณ์ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย

ขอบคุณผู้ประสานงานโครงการทุกท่านที่ทำงานติดต่อประสานงานด้วยความอดทน และมีประสิทธิภาพ และขอขอบคุณ คุณสุรัช คมพจน์ และคุณอธิป จิตตฤกษ์ ทีมสืบค้นและติดตาม ที่ได้ค้นพบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก รวมทั้งได้ช่วยตั้งประเด็นคำถามที่น่าสนใจไว้หลายประการ รวมทั้งขอขอบคุณ คุณเขมพร ชัยเนตร และคุณวิชชุดา เลี่ยมสงวน ที่มีส่วนร่วมในการแปลบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ของรายงานวิจัยชิ้นนี้

ท้ายนี้ คณะผู้วิจัยขออุทิศความดีทั้งหลายที่เกิดขึ้นจากรายงานวิจัยชิ้นนี้แก่บุคคลทั้งหมดที่ได้เอ่ยนามไปแล้วข้างต้น และขอให้ความบกพร่องและความผิดพลาดทั้งปวงเป็นความรับผิดชอบของคณะผู้วิจัย

คณะผู้วิจัยประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	4
วิธีการศึกษา	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยในเชิงปริมาณ.....	7
การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของเอกสาร.....	8
เอกสารประเภทบทความ.....	10
บทความในวารสาร.....	10
บทความในหนังสือ.....	11
เอกสารจากงานสัมมนาวิชาการ	11
เอกสารประเภทหนังสือเล่ม.....	11
หนังสือ.....	11
รายงานวิจัย.....	12
วิทยานิพนธ์	13
การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของสื่อ.....	15
การจำแนกงานวิจัยตามชนิดของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง).....	19
บทที่ 3 การจำแนกหมวดหมู่และประเด็นวิจัยตามเนื้อหาที่ค้นพบ	25
การ์ตูนและเกมคอมพิวเตอร์	25
ภาพยนตร์	27
ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย	27
ศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมและธุรกิจภาพยนตร์	28
สภาพการและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การดำเนินธุรกิจและการผลิตภาพยนตร์	30
การตลาดภาพยนตร์	30
การศึกษาคนดูภาพยนตร์	31
รัฐกับการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์	32
การศึกษาตระกูลภาพยนตร์ ผู้กำกับฯ และบุคคลสำคัญในวงการ	33
การศึกษารูปแบบ เนื้อหา และการเล่าเรื่อง	34
ภาพยนตร์ไทย	34
ภาพยนตร์ต่างประเทศ	35
การวิจารณ์ภาพยนตร์	35
ภาพตัวแทนในภาพยนตร์	36
การวิเคราะห์มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของภาพยนตร์	37
ละครโทรทัศน์และละครวิทยุ	39
โครงสร้างอุตสาหกรรมและธุรกิจละครโทรทัศน์	39
การผลิตละครโทรทัศน์	40
การศึกษารูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอ	41
การเมืองเรื่องเพศและภาพตัวแทนในละครโทรทัศน์	41
ความสืบเนื่องทางวัฒนธรรมจากละครพื้นบ้านสู่ละครโทรทัศน์	42
การศึกษาคนดูละครโทรทัศน์	43
ละครโทรทัศน์กับการขัดเกลาและผลกระทบทางสังคม	43
การศึกษาละครวิทยุ	44
ดารา นักร้อง และแฟนคลับ	45
ร้องรำทำเพลง	46
การศึกษาตลาด คนทำ และคนฟังเพลง	46
การศึกษารูปแบบ เนื้อหา การสื่อความ และภาพตัวแทนในบทเพลง	49
การศึกษาสุนทรียภาพของบทเพลง และอัจฉริยภาพของนักประพันธ์	50
การวิเคราะห์มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของบทเพลง	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ดลก	52
รายการโทรทัศน์และวิทยุ	53
การศึกษาตลาด การผลิต และการขายรายการโทรทัศน์	54
การศึกษารายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ	54
การศึกษาคนดูโทรทัศน์	56
เด็กกับรายการโทรทัศน์ / รัฐกับความเป็นไทย	58
รายการวิทยุ	59
บทที่ 4 สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และวิธีวิทยา	60
เศรษฐศาสตร์การเมืองและสำนักแฟรงเฟิร์ต	60
เศรษฐศาสตร์การเมืองของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม / สื่อมวลชน	60
อิทธิพลแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ของ ฮีโอดอร์ ออดอร์โน และแมกซ์ ฮอร์คไฮเมอร์ ต่อวงวิชาการไทย	64
อิทธิพลทางความคิดจากฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 20	77
โครงสร้างนิยมและสัญญาะ-วิทยา/ศาสตร์	77
อิทธิพลของโบดริยาร์ดกับการวิเคราะห์สังคมบริโภค (สัญญาะ)	91
แนวคิดหลังสมัยใหม่แบบวงวิชาการไทย	95
ฟูโกต์ กับ ดีส์คอร์ด และ วาทกรรม	99
วัฒนธรรมศึกษา: การศึกษาชีวิตประจำวัน และวัฒนธรรมสมัยนิยม	102
บทที่ 5 สรุปความเห็นและข้อสังเกต	
ต่อการศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในประเทศไทย	112
รายการอ้างอิง	119

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	แสดงการจำแนกเชิงปริมาณตามประเภทเอกสารและปีที่ศึกษา.....	9
ตารางที่ 1.2	แสดงบรรณนิทัศน์ประเภทวิทยานิพนธ์ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) จำแนกตามปีที่พิมพ์/สาขาวิชา (เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย)..	13
ตารางที่ 2.1	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์.....	15
ตารางที่ 2.2	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทหนังสือ จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์.....	16
ตารางที่ 2.3	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทบทความในวารสาร/หนังสือและเอกสาร สัมมนา จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์.....	16
ตารางที่ 2.4	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทรายงานวิจัย จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์.....	16
ตารางที่ 2.5	แสดงจำนวนงานวิจัยทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสื่อและปีที่พิมพ์.....	17
ตารางที่ 3.1	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ จำแนกตามประเภทของสินค้า วัฒนธรรม และปีที่พิมพ์.....	20
ตารางที่ 3.2	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทหนังสือ จำแนกตามประเภทของสินค้า วัฒนธรรม และปีที่พิมพ์	21
ตารางที่ 3.3	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทบทความในวารสาร/หนังสือและเอกสาร สัมมนา จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) และปีที่พิมพ์..	21
ตารางที่ 3.4	แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทรายงานวิจัย จำแนกตามประเภทของสินค้า วัฒนธรรม และปีที่พิมพ์.....	22
ตารางที่ 3.5	แสดงจำนวนงานวิจัยทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม และปีที่พิมพ์.....	23

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

งานวิจัย “โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย: ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม” เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีเป้าหมายเพื่อสำรวจสถานภาพองค์ความรู้ เรื่อง อุตสาหกรรมวัฒนธรรม เฉพาะในวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยช่วงสิบเอ็ดปี ระหว่าง พ.ศ. 2536 ถึง 2547 ว่ามีทิศทางการศึกษาไปในทางใด อย่างไรก็ดี เนื่องจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมยังเป็นคำที่ใหม่อยู่มากทั้งในวงวิชาการไทยและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จึงยังไม่ได้มีการกำหนดความหมายของคำอย่างเป็นทางการเป็นที่ยุติ ในที่นี้ คณะผู้วิจัยจึงใช้คำ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ใน 2 ความหมาย

ความหมายแรกคือ ปรัชญาการณการค้าขายสินค้าวัฒนธรรมในยุคสมัยใหม่ เป็นคำพูดกว้างๆ เกี่ยวกับ ระบบวิสาหกิจหรืออุตสาหกรรมการผลิต ภาพยนตร์ ละคร เพลง รายการโทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ มีความหมายทั้งในแง่ของศิลปะการแสดง และความสัมพันธ์ที่มีต่อสังคมโดยเฉพาะในแง่ของการเป็นเครื่องพักผ่อนหย่อนใจของผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งเป็นความหมายที่ใกล้เคียงกับแนวคิดเรื่อง อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม หรือ cultural industries และ อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ หรือ creative industries ของยูเนสโกซึ่งมีอิทธิพลอย่างสูงต่อหน่วยงานวัฒนธรรมทั่วโลก¹

¹ กล่าวได้ว่า ยูเนสโก (UNESCO) หรือองค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ เป็นตัวละครหลักที่ผลักดันแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมบนเวทีโลกอย่างแข็งขันตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา กล่าวว่านับตั้งแต่จบลินสงครามโลกครั้งที่สอง ตลาดสินค้าวัฒนธรรมหรือ cultural markets ได้พุ่งทะยานขึ้นอย่างรวดเร็วโดยมียอดค้าเพิ่มขึ้นถึงห้าเท่าจากปี ค.ศ. 1980 ถึง 1998 ตลาดสินค้าวัฒนธรรมหรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมจึงมีอัตราการเติบโตอย่างเท่าทวีคูณ และได้กลายเป็นเสาหลักสำคัญของสังคมในยุคสารสนเทศหรือ “สังคมแห่งการเรียนรู้” ในปัจจุบัน

ทั้งนี้ ยูเนสโกเสนอนิยามง่าย ๆ ของ “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม” หรือ cultural industries ว่าหมายถึง อุตสาหกรรมใดๆ ก็ตามที่ผนวกรวมไว้ทั้ง การสร้างสรรค์ การผลิต และการนำ เนื้อหาที่เป็นนามธรรมหรือเชิงวัฒนธรรม มาเข้าสู่กระบวนการค้าขายเชิงพาณิชย์ โดยอยู่ในรูปแบบทั้งสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้โดยได้รับการคุ้มครองจากกฎหมายลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามการให้นิยามของคำนี้

ส่วนความหมายที่สองได้แก่ แนวคิดทฤษฎีเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” หรือ Culture Industry โดย ริโอดอร์ ออดอร์โน และ แมกซ์ ฮอร์คไฮม์เมอร์ ซึ่งเป็นแกนความคิดสำคัญของวงวิชาการศึกษาสังคมและวัฒนธรรมร่วมสมัยในปัจจุบัน ทั้งในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และแม้กระทั่งปรัชญา ทั้งคู่สร้างคำนี้ขึ้นในช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่สอง ปรากฏเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1944 ในบทความ “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception” จากหนังสือ *Dialectic of Enlightenment*²

ก็ขึ้นอยู่กับบริบท บางครั้งก็อาจหมายถึง อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ หรือ creative industries แต่โดยทั่วไปมักหมายถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพิมพ์ สื่อผสม สื่อโทรทัศน์ การผลิตสื่อ บันทึกเสียงและภาพยนตร์ รวมทั้งงานฝีมือและงานออกแบบ นอกจากนี้ในบางประเทศอาจให้ความหมายไปถึง งานสถาปัตยกรรม ทัศนศิลป์และศิลปะการแสดง กีฬา การผลิตเครื่องดนตรี การโฆษณา หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ยูเนสโก กล่าวว่า แม้อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะได้ขยายตัวกลายเป็นเสาหลักของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันไปแล้ว วงวิชาการหรือยูเนสโกเองกลับเข้าใจหรือรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นน้อยมาก โดยเฉพาะประเด็นความขัดแย้งอย่างสุดขั้วเมื่อระบบการขายสินค้าวัฒนธรรมต้องให้คุณค่ากับสิ่งที่ไม่สามารถตีราคาหรือหาคากลางได้ ดังในกรณีของวัตถุทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อหรืออัตลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้ การที่ประชากรมนุษย์ทั่วโลกกว่า 2 ใน 3 ไม่ได้ประโยชน์อันใดทั้งสิ้นจากระบบเศรษฐกิจการค้าเสรีและสังคมข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างประเทศผู้ผลิตสินค้าวัฒนธรรมซึ่งมีจำนวนน้อยนิด กับประเทศผู้บริโภคที่มีจำนวนมหาศาลซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศกำลังพัฒนา การค้าวัฒนธรรมเช่นนี้จึงให้ประโยชน์เพียงบุคคลฝ่ายเดียว อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันจึงแสดงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำในเชิงโครงสร้างทั้งภายในและระหว่างเขตการค้าต่างๆ อย่างชัดเจน ดังนั้นการรู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้จึงมีความสำคัญยิ่งต่อทุกประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่ต้องปรับตัวตามและให้การค้าขายสินค้าวัฒนธรรมเอื้อประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างเกื้อกูล

ดังนั้น ยูเนสโกจึงหวังให้อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม ที่นอกจากจะมีส่วนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อหา การสร้างนวัตกรรมในการผลิตและการพาณิชย์นวัตกรอย่างสร้างสรรค์แล้วยังต้องเป็นศูนย์กลางของการผลักดันและรักษาแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรมและให้หลักประกันการเข้าถึงวัฒนธรรมต่างๆ อย่างเป็นประชาธิปไตยอีกด้วย

² ใช้ชื่อหนังสือ *Philosophische Fragmente* ในการพิมพ์ครั้งแรกที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อ ค.ศ. 1944 และพิมพ์แก้ไขอีกครั้งในปี ค.ศ. 1947 ที่นครอัมสเตอร์ดัม ในชื่อ *Dialektik der Aufklärung* หลังจากนั้นฉบับแปลภาษาอังกฤษได้ใช้ชื่อ *Dialectic of Enlightenment*

ในความเข้าใจระดับพื้นฐานทั่วไป งาน “The Culture Industry” เป็นทั้งบทวิเคราะห์และวิพากษ์สังคมมวลชนสมัยใหม่ โดยเสนอว่า “วัฒนธรรม” ในแง่ของ ศิลปะ การร้องรำทำเพลง ตลอดจนนันทสพทั้งหลายซึ่งเป็นที่นิยมของชาวอเมริกันในยุคนั้น มิได้เป็นผลผลิตของมวลชนเอง ตรงข้ามมันกลายเป็น “สินค้าบันเทิง” ที่ถูกผลิตขึ้นโดยนายทุนนักอุตสาหกรรมและส่งกลับมาขายให้มวลชนได้บริโภคในยามพักผ่อน มวลชนจึงเป็นเพียงผู้รับ มิใช่ผู้สร้างวัฒนธรรม ดังนั้นจึงควรเรียกสิ่งเหล่านี้ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนที่จะเรียกว่า “วัฒนธรรม (ของ) มวลชน” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมมีลักษณะเยี่ยงอุตสาหกรรม หรือการผลิตสินค้าจากระบบสายพานผลิตที่สามารถผลิตสินค้าจากต้นแบบเดียวได้ครั้งละจำนวนมหาศาล (mass production) สินค้าวัฒนธรรมที่ถูกผลิตขึ้นจึงมีลักษณะคล้ายสินค้าอุตสาหกรรมนั่นคือถูกทำให้เหมือนกันไปทั้งหมด ด้วยลักษณะดังกล่าวนี้เองที่อดอร์โนวิพากษ์ว่าเป็นอุปสรรคและเป็นอันตรายต่อพัฒนาการของปัจเจกชนเพราะมันจะนำพามนุษย์ไปสู่ความเป็นปัจเจกเทียม เช่นเดียวกับที่กระบวนการภูมิธรรม (Enlightenment Project) ได้พัฒนาระบบเหตุผลและองค์ความรู้ต่าง ๆ ไปสู่การเป็นเครื่องมือทำลายล้างมนุษยชาติ

หลังจากที่งานของอดอร์โนกลับมาได้รับความสนใจอีกครั้งหนึ่งในวงวิชาการด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษา ทำให้มีการอ่านงาน “The Culture Industry” ต่างกันออกไปในหลายระดับและแตกออกไปในหลายประเด็น โดยส่วนใหญ่ยังคงติดอยู่กับความเข้าใจพื้นฐานว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นคำอธิบายประเภทเดียวกับทฤษฎีกระแสปืนและการผูกขาดทางวัฒนธรรม ในกรณีของวงวิชาการไทยนั้นสถานการณ์อาจดูยากลำบากมากยิ่งขึ้นไปอีก เพราะแม้กระทั่งความคิดนี้ของอดอร์โนและฮอว์คโคมเมอร์ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก จึงพอจะกล่าวในเบื้องต้นได้ว่า ยังมีช่องว่างอยู่มากระหว่างวงวิชาการไทยกับแนวคิดทฤษฎีอุตสาหกรรมวัฒนธรรมซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาต่อยอดสู่แนวคิดทฤษฎีวัฒนธรรมร่วมสมัยอื่นๆ หนทางหนึ่งที่อาจช่วยปิดช่องว่างหรือลดระยะห่างที่ว่่านี้ได้ก็คือ การกลับมาสำรวจและประเมินงานวิจัยไทยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสรุปภาพรวม สะท้อนแนวโน้ม ปัญหา อุปสรรค หรือกระทั่งเสนอแนวทางใหม่ๆ ในการศึกษาต่อไป

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างสินค้าวัฒนธรรมซึ่งเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นทั้งในแง่การพูดถึง อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมโดยภาพรวม และในแง่ของการพูดถึงในเชิงพัฒนาการทางทฤษฎีวัฒนธรรมที่มีรากฐานเกี่ยวข้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทั้งสิ้น 4 กลุ่ม 9 ชนิด กลุ่มแรกเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่มีพื้นฐานร่วมกันคือการขายเรื่องเล่า ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร

โทรทัศน์ ละครวิทยุ และการ์ตูน รวมทั้งสินค้าขายเรื่องเล่าประเภทที่เสนอให้ผู้บริโภคเป็นผู้เล่นหรือลองเล่าเรื่องนั่นเอง เช่น เกมคอมพิวเตอร์ กลุ่มที่สองได้แก่ ดารา นักร้อง และแฟนคลับ กลุ่มที่สามได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวกับการร้องรำทำเพลง และกลุ่มสุดท้ายคือนานามหรสพ ได้แก่ ตลก และรายการวิทยุ-โทรทัศน์ ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการแสดงแบบงานวัดหรือโผดเดอริวิลส์ (vaudeville) รวมทั้งการแสดงหน้าม่านในอดีต³

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อรวบรวมและจัดทำบรรณานิติศาสตร์หนังสือ รายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ทั้งของไทยและของต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
2. เพื่อรวบรวมและจัดทำบรรณานิติศาสตร์ บทความ เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ และรายงานการศึกษาต่างๆ รวมทั้งแผนที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
3. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลของงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยในรูปแบบหนังสือบรรณานุกรม
4. เพื่อศึกษาสถานภาพงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ทั้งของไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

วิธีการศึกษา

งานวิจัย “โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย: ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม” นี้ ประกอบด้วยผลงาน 2 ระยะดังนี้ ระยะที่ 1 (พัฒนาฐานข้อมูล) และระยะที่ 2 (สังเคราะห์) โดยผู้วิจัยและคณะเริ่มเข้ารับผิดชอบงานทั้งระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ในช่วงต้นเดือน พฤศจิกายน 2548 โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

ระยะที่ 1 เป็นการประมวลผลงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.2538-2548 และจัดทำบรรณานิติศาสตร์ของงานวิจัยเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการวิเคราะห์เนื้อหาจากเดิมก่อนที่ผู้วิจัยจะเข้ารับงานมีการรวบรวมและจัดทำบรรณานิติศาสตร์งานวิจัยไว้เพียง 30 ชิ้น โดย

³ ทั้งนี้ การโฆษณา การท่องเที่ยว การออกแบบภูมิทัศน์หรือการจัดการเมืองเพื่อการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการออกแบบ เป็นกิจกรรมสำคัญในสังคมสมัยใหม่ และมีงานศึกษาที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก คณะผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการสนับสนุนการวิจัยในแต่ละหัวข้อเป็นการเฉพาะอย่างจริงจังและเร่งด่วน

ได้ทำการปรับเปลี่ยนโครงสร้างงานเดิมใหม่ทั้งหมด ทำให้ได้บรรณนิทัศน์เพิ่มเติม เป็น 516 ชิ้นในปัจจุบัน โดยมีกลยุทธ์การดำเนินงานวิจัยในระยะที่ 1 คือ

1. กำหนดนิยาม “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ตามแนวอธิบายของธีโอดอร์ อดอร์โน ผู้เสนอแนวคิดนี้อย่างเป็นทางการเป็นคนแรก และใช้นิยามนี้เป็นจุดอ้างอิงในการสังเคราะห์ (ระยะที่ 2) และใช้ในการเลือกงานวิจัยเข้าสู่ฐาน (ระยะที่ 1)
2. งานวิจัยที่เลือกนั้นต้องเกี่ยวข้องกับหรือศึกษา “กระบวนการแปลงวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า”, “การผลิตสินค้าวัฒนธรรม”, “การบริโภคสินค้าวัฒนธรรม” และ/หรือ “ธุรกิจวัฒนธรรม (บันเทิง)” โดยใช้สินค้าวัฒนธรรมประเภทต่างๆ เป็นคำหลักในการสืบค้นงานศึกษาเพื่อรวบรวมเข้าสู่ฐานข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. สืบค้นฐานข้อมูลห้องสมุดของหอสมุดแห่งชาติ หอสมุดสถาบันการศึกษาของมหาวิทยาลัย รวมทั้งฐานข้อมูลของศูนย์สารนิเทศต่าง ๆ ในประเทศไทย
2. สืบค้นจากหนังสือบรรณานุกรมที่รวบรวมรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ของไทย
3. สืบค้นจากบรรณานุกรมท้ายเล่มงานวิจัย
4. สืบค้นฐานข้อมูล DISSERTATIONS ABSTRACTS เพื่อรวบรวมวิทยานิพนธ์ของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทย

คำสำคัญที่กำหนดเพื่อสืบค้นงานได้แก่ คือ เพลง, ดนตรี, มิวสิควิดีโอ, คอนเสิร์ต, วิทยุ, โทรทัศน์, โฆษณา, คาราโอเกะ, ภาพยนตร์, วัฒนธรรมสมัยนิยม, บันเทิง, สื่อมวลชน, นักร้อง, ศิลปิน, ดารา, นักแสดง, ลิเก, ลูกทุ่ง, หมอลำ, วิดีโอ, วีซีดี, ดีวีดี, เทปคาสเซ็ท, และการท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่รวมงานศึกษาเรื่อง อาหาร, เครื่องดื่ม, วัฒนธรรมการกิน, รวมทั้งงานศึกษาเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์และวรรณกรรม เข้าสู่ฐานข้อมูล

จากการรวบรวมงานวิจัย พบว่ามีงานวิจัยบางส่วนไม่ได้นำมารวบรวมไว้ในฐานข้อมูลห้องสมุดของสถาบันการศึกษาและศูนย์สารนิเทศ หรือไม่มีการจัดทำระบบการสืบค้น แม้กระนั้นผู้วิจัยก็ได้รวบรวมรายชื่องานวิจัยที่ไม่สามารถหาตัวเล่มได้ไว้ท้ายเล่มหนังสือบรรณานุกรม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยในช่วงก่อน ปี พ.ศ.2538 ซึ่งในโครงการช่วงแรกไม่สามารถหาตัวเล่มได้ นำมาเพิ่มเติมเข้าไปทั้งในฐานข้อมูลหนังสือบรรณานุกรมด้วย

ระยะที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยที่รวบรวมไว้ เพื่อให้ทราบสถานภาพของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักวิจัยใน

การดำเนินงานวิจัยต่อไป (นำงานที่อยู่บนฐานข้อมูล เช่น สารนิพนธ์หรืองานกึ่งวิชาการที่สำคัญ เข้าร่วมสังเคราะห์ด้วย) โดยมีแนวทางเบื้องต้นในการสังเคราะห์งานดังนี้

1. แจกแจงและสังเคราะห์งานในเชิงปริมาณ และค้นหาข้อสังเกตที่น่าสนใจเพื่อเลือกติดตามวิเคราะห์เชิงลึกต่อไป
2. พิจารณาว่าในรอบสิบเอ็ดปีที่ผ่านมา
 - 2.1 งานศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยมีแนวโน้มอย่างไร
 - 2.2 ใครเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการผลิตงานตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา
 - 2.3 ปัญหาหรืออุปสรรคของงานวิจัยในช่วงเวลาดังกล่าวคืออะไร
 - 2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างงานศึกษาของไทยและงานวิจัยต่างชาติ ว่ามีการตั้งโจทย์ต่างกันอย่างไร และมีกระบวนการแสวงหาคำตอบแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร และเพราะอะไร

รายงานวิจัยชิ้นนี้แบ่งออกเป็นทั้งสิ้น 5 บท บทแรกเป็นบทแนะนำที่มาของโครงการ และวิธีการดำเนินงานวิจัย บทที่สองเป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยในเชิงปริมาณ บทที่สามคือการจำแนกหมวดหมู่และประเด็นวิจัยจากเนื้อหาที่ค้นพบ โดยจะสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และวิธีวิทยาที่ใช้ในงานศึกษาในบทที่สี่ และได้สรุปความเห็นตลอดจนข้อสังเกตต่อการศึกษาศาสนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในประเทศไทยในบทที่ห้าซึ่งเป็นบทสุดท้าย

บทที่ 2

การวิเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยในเชิงปริมาณ

ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เป็นประเด็นการศึกษาใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงสังคมสมัยใหม่ ซึ่ง “วัฒนธรรม” ได้ถูกทำให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรม มีลักษณะกระบวนการผลิตเป็นระบบอุตสาหกรรม ถูกทำให้เป็นมาตรฐานเดียวแล้วนำมาขายในระบบตลาด ดังเช่น สินค้าบันเทิง ที่เราเสพกันอยู่ในปัจจุบัน ผ่านสื่อ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น รวมเรียกกันว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ดังนั้นขอบเขตในการศึกษาประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงมุ่งเน้นเฉพาะ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมประเภท อุตสาหกรรมบันเทิง อันเกี่ยวข้องกับ สื่อมวลชน ทั้งวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นหลัก

โดยในบทนี้ ได้ทำการแจกแจงข้อมูลงานวิจัยในเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ภาพรวมของข้อมูลเชิงปริมาณตามการจัดจำแนก อันจะเป็นตัวบอกถึงความสำคัญของงานวิจัยที่ทำการศึกษาในแต่ละระดับหรือแต่ละรูปแบบ ว่าได้รับความสนใจจนเป็นประเด็นศึกษาในช่วงระยะเวลาสิบเอ็ดปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536- 2547 มากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร มีพัฒนาการก้าวหน้าหรือถดถอยไปมากน้อยเพียงใด

ลักษณะสำคัญของการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ ผลจะแสดงออกให้เราทราบในลักษณะของ จำนวนนับที่เป็นตัวเลข ซึ่งมีได้บอกความหมาย หรือคุณค่าของงานชิ้นนั้น ๆ ที่รวบรวมมา เพียงแต่ตัวเลขจำนวนต่าง ๆ ได้ช่วยบอกเราถึงความถี่ ปริมาณ แนวโน้มและทิศทางของการศึกษาในแต่ละเรื่องตามรายปี ในช่วงเวลาสิบเอ็ดปี อันจะช่วยให้เราได้เห็นถึงพัฒนาการ ทิศทาง ความสนใจ รวมไปถึง กระแสที่เคลื่อนไปในเรื่องต่าง ๆ หลาย ๆ ด้านของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมตามบริบทและช่วงเวลาของมันนั่นเอง

ผู้วิจัยเห็นว่า ควรจะทำการประเมินสังเคราะห์งานทั้งในเชิงปริมาณและในเชิงประเด็นศึกษา เพื่อให้ครอบคลุมต่อองค์ความรู้ในทุกมิติของการศึกษา โดยการวิเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยในเชิงปริมาณ จากข้อมูลงานวิจัยทั้งหมด จะถูกนำมาจัดหมวดหมู่ และทำการจำแนกงานวิจัยเชิงปริมาณออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- 1) การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของเอกสาร
- 2) การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของ สื่อ
- 3) การจำแนกงานวิจัยตามชนิดของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง)

การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของเอกสาร

การศึกษาในประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยนั้น หากเปรียบเทียบช่วงเวลาที่ทำการศึกษาคือ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 กับ ช่วงเวลาก่อนหน้านี้ จะพบว่า ก่อนปี พ.ศ.2536 ปริมาณงานศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ยังมีผู้ให้ความสนใจในการศึกษาไม่มากนัก หากจะมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับ เรื่อง สื่อบันเทิง ก็จะอยู่ในกลุ่มสาขานิเทศศาสตร์และวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน หรือศิลปศาสตร์บ้างเพียงเล็กน้อย อีกทั้งยังเป็นงานศึกษาของคณาจารย์ทางสาขาดังกล่าวมากกว่าจะเป็นงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา จะเห็นว่า แนวโน้มของการให้ความสนใจศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) หรือที่เกี่ยวข้องกับสื่อบันเทิง ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องกับ โทรทัศน์ วิทยุ หรือภาพยนตร์นั้น เริ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นับตั้งแต่ ปี 2536 เป็นต้นมา ดังจะเห็นได้จาก เริ่มมีการให้ความสนใจผลิตบทความวิชาการ มีโครงการวิจัย และการผลิตหนังสือตำราที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม(บันเทิง) เพิ่มขึ้น ทั้งจากในวงนักวิชาการไทยเองและนักวิชาการต่างประเทศที่สนใจประเด็นนี้ในเมืองไทย ดังนั้น ในรอบสิบเอ็ดปีที่ผ่านมา คือนับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 – 2547 หากสรุปภาพรวมของงานวิจัยโดยส่วนใหญ่ จะพบในงานวิจัยในเอกสาร 5 ประเภทหลัก ดังนี้คือ

- 1) หนังสือหรือตำรา
- 2) รายงานวิจัยของอาจารย์และนักวิจัย
- 3) วิทยานิพนธ์ของนักศึกษา
- 4) บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารและหนังสือวิชาการ
- 5) เอกสารหรือรายงานประกอบการสัมมนา การอภิปราย หรือการประชุมในที่ต่าง ๆ

และจากผลการสำรวจและรวบรวมงานวิจัย รวมทั้งทำบรรณานิทัศน์เพื่อจัดทำเป็นฐานข้อมูลการวิจัยวัฒนธรรมในประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ของคณะผู้วิจัยพบว่า จำนวนเอกสารงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม(บันเทิง)” ที่มีอยู่ในช่วงระยะเวลา 11 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536-2547 (รวมไปถึงงานศึกษาในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2536 จำนวนหนึ่ง ซึ่งคณะผู้วิจัยประเมินว่าถือเป็นชิ้นงานสำคัญ และเห็นความจำเป็นที่ต้องรวบรวมไว้ ณ ที่นี้ด้วย) มีจำนวนทั้งหมด 516 ชิ้นที่ได้บรรจุเข้าฐานข้อมูลแล้ว และในจำนวนทั้งหมดนี้ แบ่งเป็นงานวิจัยภาษาไทย 510 ชิ้นและงานวิจัยภาษาต่างประเทศ 6 ชิ้น

โดยสามารถจำแนกข้อมูลทั้งหมดตามประเภทเอกสารและปีที่ศึกษาในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงการจำแนกเชิงปริมาณตามประเภทเอกสารและปีที่ศึกษา

ก่อน 2536	2	14		1			17
2536	3	12		1			16
2537	3	19		2			24
2538		17			11	1	29
2539		53	2				55
2540	3	25	1	5			34
2541	4	45	1	6	5		61
2542	2	23	3	1	1	4	34
2543	1	38	4	7	3		53
2544	6	38	1	14			59
2545	2	43	2	4	7		58
2546	3	25	6	3			37
2547	2	23	2	3	9		39
รวม	31	375	22	47	36	5	516

จากตารางที่ 1.1 พบว่า ภาพรวมของงานวิจัยสามารถแจกแจงในเชิงปริมาณและตั้งข้อสังเกตต่อสถานภาพงานประเภทต่าง ๆ ได้ หากสังเกตปีที่ทำการศึกษา จะเห็นว่า แนวโน้มปริมาณงานวิจัยเริ่มมีมากขึ้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 – 2543 ซึ่งตรงกับช่วงของแผนพัฒนาการศึกษาระดับที่ 8 จากสี่สู่เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมุ่งพัฒนาขีดความสามารถของบุคคล ขยายและยกระดับความรู้ให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และโทรคมนาคม¹ และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบัน หลังวิกฤติเศรษฐกิจ เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจทุกทิศทาง อุตสาหกรรมบันเทิง ก็เป็นส่วนหนึ่งของการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ก็ จะพบความสนใจอย่างต่อเนื่องและมีปริมาณงานวิจัยในหลายรูปแบบเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้นจากหลาย ๆ สถาบัน ที่ผลิตกันขึ้นมาอย่างต่อเนื่องและหากมองภาพรวมแยกออกตามประเภทของงานวิจัยที่ถูกผลิตขึ้นในรอบสิบปีมานี้ สามารถจัดกลุ่มเอกสาร ออกเป็น

¹ ไปรอดดู ใน "40 ปี หยั่งรากฝากใบนิตศาสตร์กับสังคมไทย : เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ วันพุธที่ 6 กรกฎาคม 2548 ณ ห้องประชุมสารนิเทศ หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย / จัดโดย คณะนิตศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" (กรุงเทพฯ : คณะนิตศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548) หน้า 8.

2 กลุ่มคือ 1) เอกสารประเภทบทความ ได้แก่ บทความจากหนังสือ วารสาร และ เอกสารประกอบการสัมมนา และ 2) เอกสารประเภทหนังสือเล่ม ได้แก่ หนังสือ รายงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เอกสารประเภทบทความ

บทความในวารสาร

มีจำนวน 47 ชิ้น คิดเป็น 9 % ของจำนวนทั้งหมด ส่วนมากเป็นบทความที่ผลิตโดยคณาจารย์และนักวิจัยจากสถาบันหลักทางสายนิเทศศาสตร์ เช่น กาญจนาก้าวเทพ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ สมสุข หินวิมาน กำจร หลุยยะพงศ์ กฤษฎา เกิดดี เป็นต้น และจากสายสังคมศาสตร์และพัฒนธรรมศึกษา เช่น กนกศักดิ์ ก้าวเทพ เกษียร เตชะพีระ ศิราพร ณ ถลาง และวิริยะ สว่างโชติ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีบทความที่เป็นงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาและงานเขียนในลักษณะกึ่งวิชาการ หรือเชิงสารคดี และจากที่คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและรวบรวมบทความต่าง ๆ ในประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ที่ตีพิมพ์ลงในหลากหลายแหล่งที่มาทั้งจากวารสารวิชาการของมหาวิทยาลัย โดยเป็นวารสารที่ตีพิมพ์งานวิจัยทั้งของอาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษาระดับปริญญาโท ดังเช่น

“วารสารนิเทศศาสตร์” ของ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลิตขึ้นมาครั้งแรกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 และเป็นที่น่าสังเกตว่างานหลายชิ้น เป็นบทความวิทยานิพนธ์ฉบับย่อซึ่งจะซ้ำกันกับงานวิทยานิพนธ์ตัวเต็มที่คณะผู้วิจัยได้จัดทำบรรณานิติทัศน์ไปแล้ว จึงมิได้นำมารวมอยู่ในงานฐานข้อมูล จึงพบงานศึกษาเพียง 4 ชิ้น ในส่วนของ “นิเทศศาสตร์ปริทัศน์” ของ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งผลิตขึ้นมาครั้งแรกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 มีงานศึกษาที่บรรจุอยู่ในฐานมากถึง 17 ชิ้น ในขณะที่ “รัฐศาสตร์สาร” ของ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเริ่มก่อตั้งในทศวรรษ 2520 ซึ่งตีพิมพ์งานวิชาการไม่เฉพาะแต่เพียงสาขารัฐศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเปิดเวทีให้สาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงพบว่าในช่วงเวลา ตั้งแต่ปี 2541-2547 มีงานศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ถึง 8 ชิ้น และยังพบบทความเกี่ยวกับการวิจัยสื่อ ที่เป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม จากในวารสารวิชาการอื่น ๆ อีก เช่น วารสารธรรมศาสตร์ ศิลปกรรมสาร วารสารวิจัยสังคม ของ จุฬา ฯ วารสารอักษรศาสตร์ของม.ศิลปากร วารสารสุขุทัยธรรมมาธิราช วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ และวารสารร่วมพฤษของม.เกริก เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีบทความที่ตีพิมพ์ลงในนิตยสารกึ่งวิชาการเชิงสารคดี เช่น สารคดี ศิลปวัฒนธรรม เมืองโบราณ อนุสาร อสท. และวารสารทางธุรกิจ เช่น MBA วารสารคู่แข่ง ซึ่งส่วนมากจะผลิตขึ้นมาในช่วงเวลา ปี 2540-2547 มีปริมาณรวมเพียง 12 ชิ้น ซึ่งนับว่าไม่มากนัก

บทความในหนังสือ

นับตั้งแต่ ปี 2536- 2547 มีบทความในหนังสือที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) เพียง 36 ชิ้น คิดเป็น 7% จากทั้งหมด และมีแหล่งที่มาจากหนังสือรวมบทความเพียงแค่มาก็เล่ม แต่ถือได้ว่าเป็น หนังสือรวมบทความเล่มสำคัญ ๆ ที่ผู้ให้ความสนใจศึกษาในประเด็นเฉพาะนี้มักใช้อ้างอิงถึง เช่น หนังสือรวมบทความ 2 เล่ม คือ “วัฒนธรรมการบริโภค: แนวคิดและการวิเคราะห์” ซึ่งผลิตโดย มหาวิทยาลัยเกริก ปี 2538 และ “โชน, คาราบาว, น้ำเน่า และหนังไทย” ของนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538) ซึ่งมักได้รับการอ้างอิงถึงในงานศึกษาหลายชิ้น

ในเวลาต่อมา จึงได้เริ่มมีการผลิตหนังสือรวมบทความตามออกมาอีกหลายเล่ม โดยมาจากคณาจารย์ทางสายนิเทศศาสตร์ และมักเป็นงานศึกษาสื่อบันเทิง เช่น หนังสือรวมบทความเรื่อง วิกฤตีสื่อมวลชน (พิทยา: 2541) หรือเน้นศึกษาเฉพาะสื่อภาพยนตร์ เช่น หนังสือชุดเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา (กัจจ: 2547) และพบว่าผู้ที่ผลิตงานรวมบทความในประเด็นของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) อย่างต่อเนื่องและมีสัดส่วนมากที่สุดในจำนวนที่สำรวจมา คือ งานของ กาญจนา แก้วเทพ เช่น “วัฒนธรรม: สื่อสารเพื่อสานสร้าง” (2541) มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ (2543) และ สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ (2545) เป็นต้น

เอกสารจากงานสัมมนาวิชาการ

มีจำนวนเพียง 5 ชิ้น เหตุที่มีปริมาณน้อยเพราะส่วนมากถูกนำไปรวมเล่มเป็นหนังสือในเวลาต่อมา ซึ่งโดยส่วนมาก มักจะมีวาระของการจัดงานสัมมนา หรือประชุมเชิงวิชาการตาม วิกฤติ หรือ ปรากฏการณ์ในบริบทช่วงเวลานั้น ๆ ที่น่าสนใจ และเป็นประเด็นสำคัญทั้งทางสังคมและวัฒนธรรม และเศรษฐกิจ การเมือง เช่น เอกสารประกอบการเสวนาเรื่อง “พระราชบัญญัติภาพยนตร์... คำถามที่ต้องการคำตอบ” จัดโดย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ กรมประชาสัมพันธ์ ในปี 2542 เป็นต้น.

เอกสารประเภทหนังสือเล่ม

หนังสือ

มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 31 ชิ้น คิดเป็น 6 % ของจำนวนงานวิจัยทั้งหมดที่รวบรวมได้ จากการสำรวจเอกสารประเภทหนังสือ ในช่วงแรกนับแต่ปี 2536 – 2537 หนังสือส่วนใหญ่มีลักษณะเป็น รวมบทความทางวิชาการหรือกึ่งวิชาการ มุ่งเน้นในสื่อเช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โดยมีอาจารย์จากสาขาวิชานิเทศศาสตร์ เป็นแกนนำผลิตสร้างงาน แต่หลังจากปี 2540 เป็นต้นมา พบว่า เริ่มมีการผลิตหนังสือหลักที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เป็นตำราที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้

สอนในสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน โดยมีเนื้อหาแบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังเช่น หนังสือแนวคิดทฤษฎี ถือได้ว่า กาญจนา แก้วเทพ เป็นผู้หนึ่งที่ทำงานผลิตหนังสือแนวคิดทฤษฎีอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น เรื่อง การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory): แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย (2540) การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค (2542) และ ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา (2544) และอีกชิ้นที่สำคัญคืองานของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) เรื่อง สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม ซึ่งถือเป็นตำราพื้นฐานที่มีทั้งเนื้อหาประวัติศาสตร์และพัฒนาการแนวคิดทฤษฎี หรือ หนังสือที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสื่อไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น กาญจนา แก้วเทพ (2545) เรื่อง เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม งานของ กนกศักดิ์ แก้วเทพ (2546) เรื่อง เศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อสารมวลชน เป็นต้น โดยเกือบทั้งหมดของตำราเหล่านี้ถูกผลิตขึ้นโดยคณาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจกล่าวได้ว่า คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังจะกลายเป็นสำนักวิจัยเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ก้าวหน้าและก้าวเร็วมากที่สุดของวงวิชาการไทย ส่วนหนังสืออีกประเภทหนึ่งที่สำคัญ คือ หนังสือในแนวว่าด้วยประวัติศาสตร์ เช่น ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: "การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ" ของ กฤษดา เกิดดี (2541) งานของจำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2544) เรื่อง ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทยตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และงานของเจทูเค (2545) กว่าจะเป็น-- อาร์เอส: ย้อนยุค 20 ปีเพลงไทยสากล ซึ่งให้ภาพของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของสื่อภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี

กล่าวได้ว่า ในช่วงแรก ตั้งแต่ปี 2536-2540 หนังสือ มักถือกำเนิดในวงวิชาการโดยคณาจารย์ในสถาบันการศึกษาเป็นหลัก ส่วนมากจะเป็นด้านสาขาวิชานิเทศศาสตร์ แต่นับตั้งแต่ปี 2540 จนถึงปัจจุบัน ขยายวงไปสู่สาขาประวัติศาสตร์ สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และวัฒนธรรมศึกษา นั้นแสดงถึงอิทธิพลของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

รายงานวิจัย

มีจำนวนรวมทั้งสิ้น เพียง 22 ชิ้นเท่านั้น คิดเป็น 4% ของจำนวนทั้งหมด โดยส่วนมากจะเป็นงานศึกษาของคณาจารย์ผู้ทำวิจัย และส่วนใหญ่คือ คณาจารย์จากนิเทศศาสตร์เป็นหลัก โดยงานศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นงานศึกษาอุตสาหกรรมสื่อภาพยนตร์มากที่สุด ดังตัวอย่างเช่น งานศึกษา ธุรกิจภาพยนตร์ไทย ของ จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2541) งานศึกษา สถานการณ์ภาพยนตร์ไทยในอนาคต ของ รัตนา จักกะพาก (2546) รองลงมาก็คือ งานศึกษา สื่อวิทยุและโทรทัศน์ เช่น โครงสร้างตลาดของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์: 2546) การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ (สายสุรี จุติกุล และ กาญจนา แก้วเทพ :2543) การวางผังรายการโทรทัศน์ (ชาลิสา มากแผ่นดินทอง : 2542) เป็นต้น

วิทยานิพนธ์

เป็นงานวิจัยหลักที่มีปริมาณมากที่สุดคือ 375 ชิ้น หรือ 73 % ของจำนวนงานทั้งหมดที่รวบรวมได้ ประกอบด้วยวิทยานิพนธ์ปริญญาโทและปริญญาเอก ดังแสดงในตาราง ที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) จำแนกตามปีที่พิมพ์/สาขาวิชา (เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย)

ปีพิมพ์/สาขาวิชา	13	12	14	12	50	25	42	16	32	33	36	20	18	323
นิเทศศาสตร์,วารสารศาสตร์และสื่อสารฯ	13	12	14	12	50	25	42	16	32	33	36	20	18	323
สังคมวิทยา/มานุษยวิทยา			2		1			1	2	2	1		1	10
ภาษาไทย				1				2			1	2		6
วัฒนธรรมศึกษา				2				1	1					4
นิเทศศาสตร์					1		1				1	1		4
เศรษฐศาสตร์				1							1		1	3
ไทยคดีศึกษา (กลุ่มมนุษยศาสตร์)							2			1				3
สังคมสงเคราะห์					1			1						2
ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและพัฒนา								1	1					2
วรรณคดีเปรียบเทียบ									1	1				2
ศิลปศาสตร์	1		1											2
ไทยศึกษา								1				1		2
ศิลปกรรมศาสตร์ (นฤมิตศิลป์)											1		1	2
นโยบายและการวางแผนสังคม										1				1
จิตวิทยา													1	1
ภาษาศาสตร์			1											1
ประวัติศาสตร์											1			1
จริยศาสตร์ศึกษา											1			1
โสตทัศนศึกษา			1											1
สารคดีศึกษา				1										1
บริหารธุรกิจ									1					1
Southeast Asian Studies													1	1
Thal Studies												1		1

จากจำนวนงานวิทยานิพนธ์ศึกษาในเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม แยกตามสาขาวิชาที่ศึกษา ทั้งหมด 23 สาขา จากมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งในแต่ละแห่งได้ผลิตจำนวนผลงานการศึกษา ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ข้างต้นคือ

จากตัวเลขปริมาณงานศึกษาของแต่ละสาขาวิชา จะพบว่ามีภาระกระจุกตัวเป็นจำนวนมากที่สุดอยู่ในสาขาวิชานิติศาสตร์และวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถาบันหลักอย่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โดยงานกลุ่มนิติศาสตร์และวารสารศาสตร์นี้ มีจำนวนทั้งหมด 323 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ 86 ของงานวิทยานิพนธ์ที่รวบรวมไว้ หรือคิดเป็นร้อยละ 63 (เกินครึ่งหนึ่ง) ของงานทุกประเภทที่รวบรวมไว้ วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต จาก คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบมากที่สุดคือ 288 ชิ้น โดยเป็นนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต 2 ชั้น เริ่มทำการศึกษาตั้งแต่ปี 2530 จนถึงปัจจุบัน เป็นที่น่าสนใจว่า คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลิตวิทยานิพนธ์ในสาขานี้ออกมาในสัดส่วนที่สูงมากคือ เกินร้อยละ 86 ของวิทยานิพนธ์ที่รวบรวมได้ในขณะที่วิทยานิพนธ์จาก คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบศึกษาตั้งแต่ปี 2538- 2547 มีจำนวน 31 ชิ้น และเกือบทั้งหมดเป็นงานจากสาขาสื่อสารมวลชน เห็นได้ชัดว่า สัดส่วนงานวิทยานิพนธ์สาขานิติศาสตร์ของ จุฬา ฯ มากกว่าธรรมศาสตร์ ถึง เกือบ 10 เท่า นอกนั้นเป็นงานวิทยานิพนธ์จากคณะนิติศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเอกชน เช่น นิเทศศาสตร์ธุรกิจของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกริก เป็นต้น

ในส่วนของวิทยานิพนธ์ที่ผลิตขึ้นจากสาขาวิชาอื่น ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) เป็นอันดับรองลงมา คือ งานวิทยานิพนธ์สาขาสังคมวิทยาหรือมานุษยวิทยา 11 ชิ้น และ ใน สาขาภาษาไทย 6 ชิ้น สาขาวัฒนธรรมศึกษา และ นิติศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาละ 4 ชิ้น สาขาเศรษฐศาสตร์ และไทยคดีศึกษา สาขาละ 3 ชิ้น ตามลำดับนอกจากนั้น ก็มีงานวิทยานิพนธ์หลากหลายสาขาที่สนใจประเด็นนี้ แต่มีจำนวนไม่มากนัก อยู่ในช่วง 1- 2 ชิ้นเท่านั้น เช่น สาขาวรรณคดีเปรียบเทียบ ประวัติศาสตร์ นโยบายและการวางแผนสังคม สังคมสงเคราะห์ ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา ไทยศึกษาเพื่อการพัฒนา ภาษาศาสตร์ โดยเป็นงานศึกษาประยุกต์เข้ากับหลักสูตรธุรกิจ เช่น หลักสูตรภาษาไทยและการสื่อสารเพื่อธุรกิจ อย่างไรก็ตามก็ตีพบบางงานวิจัยประยุกต์จากสาขา “การตลาด” หรือ “บริหารธุรกิจ” ในจำนวนน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ คือพบเพียง 7 ชิ้น และยังไม่พบวิทยานิพนธ์จากสาขาวิชารัฐศาสตร์เลย

ที่น่าประหลาดใจคือ พบบางงานจากสาขาวิชาที่ดูเหมือนจะอยู่ห่างไกลจากอาณาบริเวณของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมหลายชิ้น เช่น ศิลปกรรมศาสตร์ (นฤมิตศิลป์) จิตวิทยา จริยศาสตร์

ศึกษา โสตนทศนศึกษา สารัตถศึกษา และพบว่ามีความสาขาวิชา Southeast Asian Studies และ Thai Studies ซึ่งเป็นหลักสูตรภาษาต่างประเทศให้ความสนใจประเด็นนี้อีกด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณยังคงเป็นวิธีการที่นำไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2530 จนถึงปัจจุบัน เท่าที่สำรวจพบมีทั้งหมด 72 ชิ้น โดยในช่วงแรก คือ ปี 2530-2538 มีจำนวนน้อยมาก เพียงปีละ 1 ชิ้นเท่านั้น แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในปี 2539-2547 เฉลี่ยพบวิทยานิพนธ์ที่ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณปีละ 8-10 ชิ้น แต่ในปี 2541 มีงานศึกษามากถึง 14 ชิ้น ในขณะที่ มีบางปี เช่น 2542-2543 และ จำนวนงานเฉลี่ยน้อยลงมาอยู่ที่ ปี ละ 3-4 ชิ้นเท่านั้น

การจำแนกงานวิจัยตามประเภทของสื่อ

การจำแนกและแจกแจงเอกสารตามประเภทของสื่อ (บันเทิง) ที่ศึกษา ตั้งแต่ปี 2536-2547 ได้แก่ สื่อ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ เทปคาสเซ็ท วีดีโอ และซีดี/วีซีดี เพื่อประเมินแนวโน้มและทิศทางของการศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมผ่านสื่อแต่ละประเภท

เมื่อแจกแจงวิทยานิพนธ์ออกตามประเภทสื่อ พบข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ เช่น หัวข้อวิทยานิพนธ์ยอดนิยม 4 อันดับแรกเป็นกลุ่มงานที่มีปริมาณงานศึกษาใกล้เคียงกัน โดยหัวข้อที่ได้รับความนิยมศึกษา อันดับแรกคืองานศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับสื่อ "โทรทัศน์" พบ 164 ชิ้นงาน อันดับสอง "ภาพยนตร์" พบ 83 ชิ้นงาน อันดับ 3 คือ "วิทยุ" มี 41 ชิ้นงาน ในขณะที่ วีดีโอ ได้รับความนิยมศึกษาน้อย คือ 17 ชิ้น และพอๆ กัน กับเทปคาสเซ็ทมี 15 ชิ้น และ ประเด็นศึกษาในวิทยานิพนธ์ที่พบน้อยที่สุดคือ "ซีดีและวีซีดี" พบเพียง 3 ชิ้น (โปรดดูตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์

โทรทัศน์	3	8	9	8	26	11	20	13	10	19	21	8	8
ภาพยนตร์	2	1	1	2	10	6	8	3	11	11	13	5	10
วิทยุ	1	1	3		4	3	4	5	1	4	9	4	2
วีดีโอ	2	3		2	4			1	2	1		1	
เทปคาสเซ็ท	2	1	2	1	2	1	2	1	2		2		
ซีดี,วีซีดี										1	1	1	

(หมายเหตุ: (เลือกเฉพาะที่น่าสนใจ) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น)

ตารางที่ 2.2 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทหนังสือ จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์

	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	รวม	
ภาพยนตร์		1	1			1	1	1		1	
โทรทัศน์		1	1				2				
วิทยุ										1	
วิดีโอ						1					
เทปคาสเซ็ท											
ซีดี,วีซีดี											

(หมายเหตุ: (เลือกเฉพาะที่น่าสนใจ) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น)

ตารางที่ 2.3 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทบทความในวารสาร/หนังสือและเอกสารสัมมนา จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์

	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	รวม			
ภาพยนตร์			1	1		2	2	5	1	8	1	1	9
โทรทัศน์	1	1	1				1		5	3	5	1	1
วิทยุ									1		1		
วิดีโอ										1	1		
เทปคาสเซ็ท				1									
ซีดี,วีซีดี													

(หมายเหตุ: (เลือกเฉพาะที่น่าสนใจ) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น)

ตารางที่ 2.4 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทรายงานวิจัย จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์

	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	รวม		
ภาพยนตร์				1		1	1	1		2	3	
โทรทัศน์					1		1	1			2	1
วิทยุ								1			2	1
เทปคาสเซ็ท												
วิดีโอ												
ซีดี,วีซีดี												

(หมายเหตุ: (เลือกเฉพาะที่น่าสนใจ) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น)

ในขณะที่ ภาพรวมของงานวิจัย ตามการแจกแจงประเภทของสื่อ (Medium) ใน เอกสารอีก 3 ประเภท คือ รายงานวิจัย หนังสือ และบทความวิชาการ กลับมีความสนใจใน 2 อันดับแรกต่างกันคือ “ภาพยนตร์” ได้รับการให้ให้ความสำคัญในการศึกษาเป็นอันดับแรก ตามมา ด้วย “โทรทัศน์” และ “วิทยุ” ตามลำดับ มีงานศึกษาสื่อ “วิดีโอ” ในรูปแบบบทความและหนังสือ เพียง 1- 2 ชิ้นเท่านั้น และยังพบว่าไม่มี งานศึกษาที่เป็นรายงานวิจัย และหนังสือ ในเรื่อง เทปคาสเซ็ทและ ซีดีหรือวีซีดี เลย (โปรดดูตาราง ที่ 2.2 - 2.4)

และเมื่อพิจารณาในภาพรวมโดยแจกแจงงานศึกษาทั้งหมดออกตามประเภทสื่อ (Medium) ที่ศึกษาพบว่า โทรทัศน์ยังคงได้รับความนิยมศึกษาสูงสุดคือ 193 ชิ้น อันดับที่สองคือ “ภาพยนตร์” พบ 130 ชิ้น ในขณะที่ “วิทยุ” ตกไปอยู่อันดับที่ 3 คือ 48 ชิ้น และ “ซีดีและวีซีดี” ยังคงเป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมศึกษาน้อยที่สุดเช่นเดิม (โปรดดูตารางที่ 2.5)

ตารางที่ 2.5 แสดงจำนวนงานวิจัยทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสื่อ และปีที่พิมพ์

โทรทัศน์	4	10	11	8	26	12	21	15	16	22	27	11	10
ภาพยนตร์	2	2	3	3	11	9	12	10	13	20	16	10	19
วิทยุ	1	1	3		4	3	4	5	3	4	10	7	3
วิดีโอ	2	3		2	4			2	2	2	1	1	
เทปคาสเซ็ท	2	1	2	2	2	1	2	1	2		2		
ซีดี,วีซีดี										1	1	1	

(หมายเหตุ: (เลือกเฉพาะที่น่าสนใจ) เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย และนับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น)

จากการประมวลภาพรวมของ การจำแนกและแจกแจงงานวิจัยตามประเภทของสื่อ ตลอดระยะเวลา 11 ปีที่ทำการศึกษา นับตั้งแต่ปี 2536- 2547 นั้น พบว่า

“โทรทัศน์” เป็นสื่อที่คนนิยมมากที่สุดและมีการบริโภคมากที่สุด เป็นสื่อที่มีอิทธิพลทั้ง ในเชิงปริมาณและคุณภาพ จนกลายเป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในสังคมยุคนี้ เกือบทุกบ้านของไทยมีโทรทัศน์ประจำบ้าน ประกอบกับช่วงเวลาออกอากาศของรายการโทรทัศน์ ก็ยาวนานเกือบตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ยังคงเป็นหัวข้อของการศึกษาและวิจัย ในงานทุกประเภท ที่ ได้รับความนิยมสูงสุด สม่าเสมอ คือเป็น จากการสำรวจเชิงปริมาณที่พบงานศึกษาถึงเกือบ 20 กว่าชิ้นในบางปี โดยมีประเด็นในการศึกษาครอบคลุมในทุกประเด็นของกระบวนการอุตสาหกรรม วัฒนธรรม ทั้งในแง่ ผู้ผลิต ผู้บริโภค กระบวนการผลิต ตัวสินค้าและผลกระทบของอุตสาหกรรม

วัฒนธรรม สังเกตได้จากการที่วิทยานิพนธ์ที่ศึกษาเรื่องโทรทัศน์มีจำนวนมากที่สุดถึง 164 มากเป็นอันดับแรก ซึ่งจะทำให้การศึกษาเกือบทุกสิ่งที่ปรากฏในโทรทัศน์ เช่นรายการโทรทัศน์ ทั้งประเภท ละคร ข่าว ปกตินะบันเทิง เกมโชว์ และอื่นๆ เป็นที่น่าสังเกตว่า ปรากฏการณ์การสนใจศึกษาข้างตรงกันข้ามกับในช่วงก่อนปี 2536 ที่สื่อโทรทัศน์มีงานวิจัยศึกษาน้อยมาก เนื่องจาก ถูกมองว่าเป็นสื่อที่มุ่งเน้นหนักไปในด้านบันเทิงมากกว่าจะเป็นสื่อที่ให้เนื้อหาสาระที่เป็นความรู้ จึงไม่ค่อยมีคุณค่าทางวิชาการในการศึกษา แม้ช่วงหลังอย่างเช่นปี 2546-47 จะมีปริมาณการศึกษาลดน้อยลงแต่ก็มีใหม่มาจากการได้รับความนิยมน้อยลง แต่อาจมาจากการยังมิได้รวบรวมเพิ่มจากแหล่งข้อมูลมากกว่า การที่โทรทัศน์เป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมศึกษาสูงที่สุดอาจเป็นการยืนยันได้อีกทางหนึ่งถึงบทบาทและอิทธิพลของสื่อไฟฟ้าชนิดนี้ที่มีต่อสังคมไทยอย่างลึกซึ้งและแผ่ขยายไปทั่วทุกอณูของสังคม จนนำไปสู่ความพยายามมากมายที่จะอธิบายหรือค้นหาพลังอิทธิพลเบื้องหลังจอแก้วสี่เหลี่ยมนี้

“ภาพยนตร์” เป็นอันดับสองรองลงมาที่มีความนิยมและให้ความสำคัญในการศึกษาเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยคุณลักษณะพิเศษของภาพยนตร์ที่สามารถแสดงให้เห็นภาพและเสียงอันน่าสนใจ จึงเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพลในด้านต่างๆ เป็นอย่างสูงมาตลอดเวลานับร้อยปี จนปัจจุบันแม้จะมีสื่อประเภทอื่นเกิดขึ้นมากแล้ว แต่ภาพยนตร์ก็ยังอยู่ในความนิยม กลายเป็นสื่อบันเทิงของคนในยุคในปัจจุบัน และได้รับการพัฒนาให้มีบทบาทสำคัญอยู่เสมอ โดยเฉพาะในกิจการด้านธุรกิจการบันเทิง และยังมีคุณค่าอย่างสูงสำหรับการศึกษา แม้กระแสมความนิยมจะขึ้นๆ ลงๆ เป็นช่วงตามพัฒนาการของภาพยนตร์ โดยบางช่วงก็ซบเซาลง เพราะมีการผลิตวีดีทัศน์กันแพร่หลายและชมภายในบ้านได้ ภาพยนตร์กลับมาเฟื่องฟูเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการฉายภาพยนตร์ใหม่ในปัจจุบัน เห็นได้จากแนวโน้มการศึกษาในช่วง 5 ปีแรกคือ ปี 2536-2540 ที่มีงานศึกษาเฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 7-8 ชิ้น ในช่วง 6 ปี หลังคือ ตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา มีแนวโน้มงานวิจัยในทุกรูปแบบ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับสถานการณ์ปัจจุบันที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยได้กลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง

“วิทยุ” เป็นสื่อมวลชนที่แพร่หลาย และมีอิทธิพลต่อสังคมอย่างสูงมาเป็นเวลากว่า 100 ปีมาแล้ว ประเทศไทยตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงขึ้นเป็นครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 7 และมีพัฒนาการแพร่หลายเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จากการศึกษาเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีวิทยุและรับฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน รายการที่มีผู้ฟังมากที่สุดได้แก่รายการข่าว และรายการด้านบันเทิง แต่ด้วยความที่วิทยุมีรูปแบบของการสื่อสารทางเดียวคือ การฟัง ในปัจจุบัน ประชาชนได้ให้ความสนใจวิทยุกระจายเสียงน้อยลง เนื่องจากการพัฒนาแพร่หลายอย่างรวดเร็วของโทรทัศน์ ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา สื่อวิทยุจึงได้รับความสนใจในการ

ศึกษาวิจัยน้อยมากเฉลี่ยปีละ 2-3 ชิ้น และในบางปี เช่น ปี 2538, 2540, 2542 และ ตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา ไม่มีการทำวิจัยในเรื่องนี้เลย

“วิดีโอเทปและเทปคาสเซ็ท” มีจำนวนน้อยมาก โดยเฉลี่ยเพียงปีละ 1-2 ชิ้น และใน ระยะ 2-3 ปีหลัง นับตั้งแต่ปี 2545 เทปจะไม่พบการศึกษาอีกเลย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานศึกษา เกี่ยวกับวิดีโอ อาจเพราะสื่อบันทึกประเภทนี้ไม่ได้มีอิทธิพลในการจูงใจต่อผู้บริโภคอีกต่อไป เป็น ข้อสังเกตได้ถึงความสำเร็จกำหนดหน้าทางการบันทึกของสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Mp3 VCD DVD ซึ่งเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงที่ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ได้ในเวลาที่ต้องการ แพร่หลายและได้รับความนิยม ในการใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ จนค่อย ๆ กลืนกินสื่อในรูปแบบเดิม ๆ อย่าง เทปคาสเซ็ทและ วิดีโอเทปที่ไม่อาจรองรับความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคในปัจจุบันแต่ถึงกระนั้นก็ตาม กลับ พบงานวิจัยที่ศึกษาสื่อซีดีและวีซีดีน้อยที่สุด ในช่วงปี 2544-2546 พบงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ เพียง 3 ชิ้น เท่านั้น และไม่พบงานวิจัยประเภทอื่นๆ ที่ศึกษาสื่อประเภทนี้เลย

การจำแนกงานวิจัยตามชนิดของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง)

การจำแนกและแจกแจงงานวิจัยตามชนิดของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) นี้ คณะผู้วิจัยได้ เลือกจากตัวอย่างสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มแรกเป็นสินค้าวัฒนธรรมการขาย เรื่องเล่า ได้แก่ ภาพยนตร์/หนังสือ ละครโทรทัศน์ ละครวิทยุ และการ์ตูน กลุ่มที่สองได้แก่ ดารา นักร้องและแฟนคลับ กลุ่มที่สามได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวกับการร้องรำทำเพลง เช่น เพลง/ดนตรี มิวสิควิดีโอ คาราโอเกะ คอนเสิร์ต และกลุ่มสุดท้ายคือนานาามหรสพ ได้แก่ ตลก และรายการวิทยุ-โทรทัศน์ เช่น รายการวิทยุ เพลงทางวิทยุ กีฬาโทรทัศน์ เกมโชว์ ปกิณกะบันเทิง นอกจากนี้ยังรวม สินค้าวัฒนธรรมในยุคนี้ คือ การท่องเที่ยว ที่ซึ่งวัฒนธรรมถูกทำให้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวในยุคนี้

เมื่อแจกแจงวิทยานิพนธ์ออกตามประเภทเนื้อหาสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) ที่ศึกษา พบข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ เช่น หัวข้อวิทยานิพนธ์ที่เป็นหัวข้อยอดนิยม 4 อันดับแรก คือ งานศึกษาในประเด็นเกี่ยวเนื่องกับ “เพลง/ดนตรี” พบ 99 ชิ้นงาน ซึ่งถือเป็นหัวข้อยอดนิยมมาโดยตลอด อันดับสอง คือ งานศึกษา “ภาพยนตร์/หนังสือ” พบ 85 ชิ้นงาน ในขณะที่งานซึ่งได้รับความนิยมในอันดับ 3 คือ “ละครโทรทัศน์” 51 ชิ้น อันดับ 4 คือ “รายการโทรทัศน์อื่น ๆ” 36 ชิ้น และ อันดับ 5 งานศึกษา ดารา นักร้องและแฟนคลับ 22 ชิ้น ส่วนกลุ่มงานศึกษาที่ได้รับความนิยมพอ ๆ กัน รองลงมาคือ คือ “การ์ตูน” “ตลก” และ “รายการวิทยุ” พบงานวิจัย 10 กว่า ชิ้น และ พบงานศึกษาน้อยที่สุดคือ คอนเสิร์ต ในรอบสิบเอ็ดปีที่ผ่านมา มีงานศึกษาเพียงชิ้นเดียวเท่านั้น(โปรดดู ตารางที่ 3.1-)

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง). และปีที่พิมพ์

ปี	2536	2540	2545	2550	2555	2560	2565	2570	2575	2580	2585	2590	2595	รวม
เพลง/ดนตรี	6	4	5	7	11	7	12	4	12	9	10	6	6	99
ภาพยนตร์/หนังสือ	3	1	1	2	10	6	8	4	11	11	13	6	9	85
ละครโทรทัศน์	1	2	5	3	7	2	4	4	2	9	6	1	5	51
รายการโทรทัศน์อื่นๆ		3	2	2	5	3	6	2	2	5	3	2	1	36
ดารานักร้อง/แฟนคลับ	1	1	3	1	4		2		4	3	2		1	22
การ์ตูน	1				2	1	4		1	2	1		2	14
ตลก	1			1	3	1	1		1	2			1	11
รายการวิทยุ			1		3		1	1		1	3		1	11
เพลงทางวิทยุ		1			2			1			3	1		8
กีฬาโทรทัศน์			1		1		2		1	1		1		7
เกมโชว์		1		1	1				1		1		1	6
ปฏิกณະบันเทิง		1			1		1		1	1				5
อื่นๆ (การท่องเที่ยว)					1	1			1		1	1		5
มิวสิควิดีโอ		2			1				2					5
คาราโอเกะ		1					1		1			1		4
ละครวิทยุ			1					1	1					3
คอนเสิร์ต							1							1

(หมายเหตุ: นับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น และเรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย และจะแสดงข้อมูลเฉพาะสินค้าวัฒนธรรมที่พบว่าม้งานวิจัยเท่านั้น)

เมื่อพิจารณาจำนวนงานวิจัย ประเภท หนังสือ และบทความในวารสาร/หนังสือ ด้วยการจำแนกแจกแจงตามประเภทสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) ที่ศึกษา พบว่า สินค้าวัฒนธรรมยอดนิยมในอันดับแรก งานศึกษาในประเด็นเกี่ยวเนื่องกับ “ภาพยนตร์/หนังสือ” เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ “ละครโทรทัศน์” และ “เพลง/ดนตรี” ตามลำดับ แต่สัดส่วนจำนวนชิ้นงานของเอกสารประเภทบทความจะมีจำนวนมากกว่า ส่วนรายงานวิจัยนั้น พบมีปริมาณงานและชนิดของสินค้าที่ทำการศึกษาน้อยที่สุดว่า โดยพบว่ามีความสนใจในการทำวิจัย “ภาพยนตร์/หนังสือ” มากที่สุด รองลงมาเป็น “รายการโทรทัศน์” ในส่วนของเพลง/ดนตรีกลับม้งานวิจัยออกมามาก และมีสินค้าวัฒนธรรมหลายชนิดที่มีม้งานศึกษาในทั้งสามประเภทนี้เลย (โปรดดูตารางที่ 3.2-3.4-)

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทหนังสือ จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม และปีที่พิมพ์

ภาพยนตร์/หนังสือ		1	1			1	1	1		1		1		7
ละครโทรทัศน์		1	1					2						4
เพลง/ดนตรี										1	1		1	3
อื่นๆ (การท่องเที่ยว)	1					1	1							3
กีฬาโทรทัศน์								1		1				2
เกมโชว์								1						1
มิวสิควิดีโอ								1						1
การ์ตูน		1												1
ตลก		1												1

(หมายเหตุ: นับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น และเรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย และจะแสดงข้อมูลเฉพาะสินค้าวัฒนธรรมที่พบว่ามียางานวิจัยเท่านั้น)

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทบทความในวารสาร/หนังสือและเอกสารสัมมนา จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม และปีที่พิมพ์

ภาพยนตร์/หนังสือ			1	1		2	2	5	1	8	1	1	9	31
ละครโทรทัศน์	1	1	1				1		2	1	2	1		10
เพลง/ดนตรี				3						2	1			6
การ์ตูน				1			1			1			1	4
อื่นๆ (การท่องเที่ยว)				1		2				1				4
มิวสิควิดีโอ										1	1			2
เกมโชว์											1	1		2
กีฬาโทรทัศน์									1					1
รายการโทรทัศน์อื่นๆ										1				1
ดารา/นักร้อง/แฟนคลับ													1	1

(หมายเหตุ: นับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น และเรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย และจะแสดงข้อมูลเฉพาะสินค้าวัฒนธรรมที่พบว่ามียางานวิจัยเท่านั้น)

ตารางที่ 3.4 แสดงจำนวนงานวิจัยประเภทรายงานวิจัย จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม และปีที่พิมพ์

	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565	2566	2567	2568	2569	2570	รวม
ภาพยนตร์/หนังสือ				1		1	1	1			2	3	9
รายการโทรทัศน์อื่นๆ					1		1	2					4
การ์ตูน								1				1	2
เพลง/ดนตรี							1						1
คาราโอเกะ											1		1
รายการวิทยุ								1					1

(หมายเหตุ: นับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น และเรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย และจะแสดงข้อมูลเฉพาะสินค้าวัฒนธรรมที่พบว่ามียางานวิจัยเท่านั้น)

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในภาพรวมของงานวิจัยทั้งหมดที่ศึกษาสินค้าวัฒนธรรม (บันเทิง) ตามที่ได้ทำการจำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรมที่ศึกษาพบว่า ความนิยมสูงสุดของภาพรวมงานวิจัยทั้งหมดต่างไปจากวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนงานในสัดส่วนสูงสุด เพราะ “ภาพยนตร์/หนังสือ” กลายเป็นหัวข้อศึกษายอดนิยมอันดับ 1 ที่แข่งขันมาพบจำนวน 132 ชิ้นงาน ในขณะที่สินค้าวัฒนธรรมประเภท “เพลง/ดนตรี” ตกลงมาอยู่ในอันดับที่สองคือ 109 ชิ้นงาน ซึ่งได้รับความนิยมในอันดับ 3 และ 4 ต่อมาคือ “ละครโทรทัศน์” 65 ชิ้น และ “รายการโทรทัศน์อื่นๆ” 36 ชิ้น และอันดับ 5 คือ “ดารา นักร้องและแฟนคลับ” 24 ชิ้น และงานศึกษา “การ์ตูน” ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ 21 ชิ้น อันดับที่ 6 ได้แก่ “การท่องเที่ยว” มียางานวิจัยทั้งหมด 14 ชิ้น ซึ่งถือเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่งานศึกษามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน ส่วนกลุ่มงานศึกษาที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ คือ “ตลก” และ “รายการวิทยุ” พบงานวิจัย 10 กว่า ชิ้น ได้เรียงตามลำดับลงมาคือ คือ กลุ่มรายการโทรทัศน์-วิทยุ เช่น รายการกีฬาทางโทรทัศน์ เกมโชว์ รายการเพลงทางวิทยุ มิวสิควิดีโอ ปกตินกะบันเทิง คาราโอเกะ และละครวิทยุ ส่วน “คอนเสิร์ต” ยังคงเป็นหัวข้อที่ได้รับความนิยมศึกษาน้อยที่สุดเช่นเดิม (โปรดดูตารางที่ 3.5)

หากพิจารณาจากทุกตารางที่แสดงงานวิจัยแต่ละประเภท โดยจำแนกงานตามสินค้าวัฒนธรรม อาจกล่าวได้ว่า “วิทยานิพนธ์” เปรียบเป็นตัวแทนของงานวิจัยโดยรวมก็ว่าได้ นั่นเพราะ สัดส่วนของปริมาณงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ ที่มีจำนวนมากถึง 73% ของงานทั้งหมด ซึ่งเท่ากับว่าแนวโน้มและทิศทางของงานศึกษาถูกกำหนดโดยมหาวิทยาลัยและกลุ่มคณาจารย์ในสถาบันหลักเพียงไม่กี่แห่งนั่นเอง

ตารางที่ 3.5 แสดงจำนวนงานวิจัยทั้งหมด จำแนกตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม และปีที่พิมพ์

ภาพยนตร์/หนังสือ	3	2	3	3	11	9	12	11	13	20	16	10	19	132
เพลง/ดนตรี	6	4	5	10	11	7	12	5	12	12	12	6	7	109
ละครโทรทัศน์	2	4	7	3	7	2	5	6	4	10	8	2	5	65
รายการโทรทัศน์อื่นๆ		3	2	2	5	4	6	3	3	6	3	2	1	40
ดารา/นักร้อง/แฟนคลับ	1	1	3	2	4		2		4	3	2		2	24
การ์ตูน	1	1		1	2	1	5		2	3	1		4	21
อื่นๆ (การท่องเที่ยว)	1			1	1	4	1		2	2	1	1		14
รายการวิทยุ			1		3		1	1	1	1	3		1	12
ตลก	1	1		1	3	1	1		1	2			1	12
กีฬาโทรทัศน์			1		1		2	1	2	2		1		10
เกมโชว์		1		1	1			1	1		2	1	1	9
เพลงทางวิทยุ		1			2			1			3	1		8
มิวสิควิดีโอ		2			1			1	2	1	1			8
ปกิณกะบันเทิง		1			1		1		2	1				6
คาราโอเกะ		1					1		1			2		5
ละครวิทยุ			1					1	1					3
คอนเสิร์ต							1							1

(หมายเหตุ: นับใหม่ทุกครั้งตามคำสืบค้น และเรียงลำดับจากจำนวนมากไปหาน้อย และจะแสดงข้อมูลเฉพาะสินค้าวัฒนธรรมที่พบว่ามียางานวิจัยเท่านั้น)

และจากการประมวลภาพรวมของ การจำแนกและแจกแจงงานวิจัยตามประเภทของสินค้าวัฒนธรรม ตลอดระยะเวลา 11 ปีที่ทำการศึกษา นับตั้งแต่ปี 2536- 2547 นั้น พบว่า

ภาพยนตร์/หนังสือ เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ได้รับความสนใจในการศึกษาวิจัยทางวัฒนธรรมสูงมากที่สุด มาตลอด ช่วงระยะเวลา 11 ปีมานี้ โดยมีแนวโน้มการศึกษามากขึ้นเรื่อยๆ นับตั้งแต่ปี 2539 จากหลายสาขาวิชาทั้งทาง สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และ ประวัติศาสตร์ แม้แต่นิติศาสตร์ ประเด็นในการศึกษา ก็มีตั้งแต่ ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์

พัฒนาการทางประวัติศาสตร์และกระแสการเปลี่ยนแปลง ปัญหาเรื่องกฎหมายลิขสิทธิ์ พฤติกรรมของผู้ชม กระบวนการของผู้ผลิต/ผู้สร้าง ไปจนถึงการวิเคราะห์ ความหมายของภาพยนตร์

เพลง/ดนตรี เป็นสินค้าวัฒนธรรมยอดนิยมที่ได้รับความสนใจทั้งในตลาดสินค้าวัฒนธรรมและตลาดวิชาการของไทย หลากหลายมิติ ทุกแง่มุมของกระบวนการผลิต ชื่อ ขยายเพลง ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นในการศึกษาวิจัยทั้งเพื่อความเข้าใจวัฒนธรรมและเพื่อยุทธศาสตร์ทางการตลาด จากการสำรวจพบงานวิจัยศึกษาเพลง/ดนตรี เพิ่มมากขึ้นตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา พบว่า งานศึกษาจะกระจายการเลือกประเด็นไปหลากหลาย มีทั้ง ในแง่มุมของผู้ผลิตสินค้าเพลง ก็มีทั้ง การศึกษาในแนวประวัติศาสตร์ ซึ่งมี ทั้งประวัติชีวิตผู้ผลิตงานเพลง นักร้อง นักดนตรี นโยบายการทำธุรกิจ ลิขสิทธิ์สินค้า ไปจนถึงกลยุทธ์ทางการตลาด ในแง่มุมของผู้เสพ ผู้ซื้อสินค้า ก็มีการศึกษา พฤติกรรม ทศนคติ รูปแบบการดำเนินชีวิต ไปจนถึงความพึงพอใจของผู้ซื้อ อิทธิพลของเพลงหลาย ๆ แบบที่มีต่อผู้ฟัง การสร้างความหมายทางสังคม หน้าที่ และอัตลักษณ์ของเพลง

พร้อมกันกับที่ เพลง/ดนตรี และภาพยนตร์/หนัง เติบโตในตลาดสินค้าวัฒนธรรม สินค้าวัฒนธรรมที่ผู้วิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจตลอดมาควบคู่กัน ก็คือ สินค้าวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับสื่อโทรทัศน์และวิทยุ

รายการโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามรูปแบบรายการ เช่น รายการบันเทิงโทรทัศน์ เช่น เกมโชว์ รายการเพลงมิวสิควิดีโอ รายการวาไรตี้เพื่อผู้หญิง ฯ รายการข่าวโทรทัศน์ เช่น ข่าวทั่วไป/ข่าวบันเทิง/การเล่าข่าว ละครโทรทัศน์ เช่น ละครเย็น ช่วง 18.00-19.30 ละครหลังข่าวภาคค่ำ สารคดีโทรทัศน์ เช่น สารคดีวิทยาศาสตร์ สารคดีท่องเที่ยว และในปัจจุบันคือ สารคดีเรียลลิตีชีวิตรจริงของคนเล็ก ๆ ในสังคม รายการกีฬาโทรทัศน์ เช่น รายการถ่ายทอดสดกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นเพียงตัวอย่างของสินค้าวัฒนธรรมบันเทิงทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นที่นิยมและมีอิทธิพลต่อมนุษย์ในยุคสังคมมวลชนในปัจจุบันมาก สังเกตได้จากแนวโน้มงานวิจัย ที่มุ่งศึกษารายการโทรทัศน์ในทุกรูปแบบที่กล่าวมา โดยหลักใหญ่มักเน้นให้ความสนใจศึกษา ในประเด็น พฤติกรรมผู้ชมและอิทธิพลหรือผลกระทบที่มีต่อผู้ชม ได้รับความสนใจมากที่สุด รองลงมาก็เป็นประเด็น กลยุทธ์การส่งเสริมรายการ หรือ กระบวนการผลิต ไม่ว่าจะ เป็นหน้าที่บุคคลากร บัณฑิตในการผลิตรายการ และอื่น ๆ

ในส่วนสินค้าประเภทอื่น ๆ เช่น นักร้อง/นักดนตรี คาราโอเกะ ดารา/นักแสดง/พิธีกร ตลก การ์ตูน รายการวิทยุ ก็มักจะเป็นประเด็นศึกษาที่ควบคู่กันไปกับสินค้าอื่น ๆ เช่น นักร้อง ก็ จะอยู่ในประเด็นที่เกี่ยวกับการศึกษาเพลง ดนตรี เป็นต้น

บทที่ 3

การจำแนกหมวดหมู่และประเด็นวิจัยตามเนื้อหาที่ค้นพบ

ในบทนี้ คณะผู้วิจัยได้จำแนกเนื้อหาออกตามประเภทสินค้าวัฒนธรรมที่ได้กำหนดไว้ในบทที่ 1 และในแต่ละประเภทสินค้าวัฒนธรรมก็ได้แยกออกเป็นหัวข้อย่อยตามประเด็นที่ศึกษา โดยจะกล่าวเรียงไปตามลำดับ ดังนี้

การ์ตูนและเกมคอมพิวเตอร์

หากกล่าวถึงชื่อ นิรันดร์ บุญยรัตพันธุ์ คงมีคนไทยน้อยคนที่จะรู้จัก แต่หากกล่าวถึงชื่อ “น้ำต้อย เซมเบ้” แล้วหลายคนคงนึกถึงอ้อและอาจได้หวนคิดถึงบรรยากาศเช้าวันเสาร์หน้าจอโทรทัศน์กับรายการการ์ตูนทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา¹ นิรันดร์ บุญยรัตพันธุ์ โด่งดังและกลายเป็นสัญลักษณ์ของการ์ตูนโทรทัศน์ในประเทศไทยจากการให้เสียงพากย์เป็น “ดอกเตอร์สลัมป์” หรือ “ดอกเตอร์เซนเบ้”² จากการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่อง “ดร. สลัมป์กับหนูน้อยอาราเล่” เรื่องราวของน้ำต้อย เซมเบ้นั้นสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทอันสูงยิ่งของการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อสังคมไทยในรอบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ในขณะที่การ์ตูนฝรั่งโดยเฉพาะจากประเทศสหรัฐอเมริกาไม่เคยประสบความสำเร็จในการยึดกุมหัวใจเด็กไทยตรงข้ามกับภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ยึดครองหัวใจของผู้ใหญ่ไทยไว้ได้อย่างเหนียวแน่นมาโดยตลอด ดังนั้นงานศึกษการ์ตูนในวงวิชาการไทยจึงมีการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นกรณีศึกษาหลัก เช่น การศึกษาการสร้างอารมณ์โดยสังคมในการ์ตูนโดเรม่อน โดย ดวงรัตน์ กมโลบล (2535) โดยใช้แนวการวิเคราะห์สัญวิทยา ต่อมาในปี 2541 ชไมพร สุขสัมพันธ์ ใช้แนวการวิเคราะห์สัญวิทยาศึกษากระบวนการสร้างรหัสในการ์ตูนญี่ปุ่น และในปีเดียวกันนี้ ภัทรหทัย มังคะदानะรา (2541) ศึกษาการนำเสนอฮีโร่หรือตัวเอกในหนังสือการ์ตูน

¹ ผู้สนใจ “พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” โปรดดูวิทยานิพนธ์ของ จรรยา เหลียวตระกูล (2540)

² Dr. Slump เป็นชื่อเล่น ชื่อจริงของตัวการ์ตูนนี้คือ Senbei จากตระกูล Norimaki ทั้งนี้ “เซนเบ้” หมายถึงขนมข้าวกรอบห่อสาหร่าย หนูน้อย Arale หรือ อาราเล่ ก็คือชื่อขนมข้าวกรอบเหมือนกันแต่มีขนาดเล็กกว่าขนมเซนเบ้ อย่างไรก็ตามก็ตีความไทยคุ้นกับชื่อว่า “เซมเบ้” ไปแล้ว แม้กระทั่งเว็บไซต์รายการช่องเก้าการ์ตูนหรือตัวน้ำต้อยเอง ก็เขียนฉายาตัวเองว่า “น้ำต้อย เซมเบ้” เช่นกัน

ญี่ปุ่น หลังจากนั้น 2 ปี ทศนา สลัดยะนันท์ (2543) พยายามตอบคำถามว่า เหตุใดการ์ตูนญี่ปุ่นจึงเอาชนะใจเด็กไทยได้ และในปี 2547 วีระพงษ์ แสงชูโต เสนอรายงานวิจัยโดยมีโจทย์ศึกษาหลักคือ การ์ตูนโดเรมอนได้แฝงความคิดสร้างสรรค์ในแบบวิทยาศาสตร์ไว้อย่างไรบ้าง

อย่างไรก็ดี การไผ่ผ่นถึงยุคที่การ์ตูนไทยจะกลับขึ้นครองจอแก้วบ้างก็เป็นสิ่งที่อยู่ในใจของหลายคน เช่น นิพนธ์ คุณารักษ์ (2539) เสนอวิทยานิพนธ์ที่มุ่งศึกษาสถานภาพ ปัญหา อุปสรรค และความเป็นไปได้ของการผลิตรายการภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ ของผู้ผลิตในประเทศไทย แต่ความฝันก็ยังคงรักษาสถานภาพของตัวไว้ได้อย่างดีเยี่ยมเพราะผ่านมาจนถึงปี 2547 ศิริพร เสรีกิตติกุล ยังคงต้องเขียนบทความในหัวข้อ " 'ภาพยนตร์การ์ตูนไทย' การดิ้นรนให้พ้นจากกระแสครอบงำ"

ด้วยความเป็นห่วงกลัวจะสูญเสียอำนาจในการขัดเกลาทางสังคมและการควบคุมข่าวสารในหัวเด็ก ๆ ผู้ใหญ่ทั้งหลายจึงต่างเร่งระดมศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์กับพัฒนาการของเด็ก เช่น วิทยานิพนธ์ของ ธนิตา จันทวงษ์ (2541) เรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหา ภาพยนตร์การ์ตูนหุ่นคนทางโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาเด็ก" และบทความของ พรนภา แก้วฉาย (2544) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์กับเด็กในแง่จิตวิทยา นอกจากนี้ พงงานศึกษาหลายชิ้นที่พยายามยกตัวอย่างการ์ตูนดีมีคุณธรรมขึ้นเป็นกรณีศึกษาเพื่อหาทางปลูกฝังค่านิยมที่ผู้ใหญ่เห็นว่าดีให้กับเด็ก ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ ของจุฑามาศ สุกิจจานนท์ (2539) ศึกษาจริยธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์ สุรพรพรรณ ตั้งทวิวัฒนา (2544) เสนอวิทยานิพนธ์เรื่อง "ผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง 'เงรน้อยเจ้าปัญญา' ที่มีต่อผู้ชม" โดยศึกษาและอธิบายความในเชิงปริมาณ หรือ เบญจมาศ เบญจพรกุลพงศ์ (2544) ศึกษาการรับรู้ของเด็กที่มีต่อพฤติกรรมของตัวการ์ตูนชินจัง ในปีถัดมา จุฑามาศ ศรีโมรา (2545) ศึกษากระบวนการขัดเกลาทางสังคมในการ์ตูนไทยทางโทรทัศน์

ความห่วงใยดังกล่าวมักนำไปสู่อาการหวาดระแวงของผู้ใหญ่ทั่วโลกโดยเฉพาะผู้ใหญ่ชาวไทย ทั้งนี้ด้วยความสัมพันธ์อันแนบแน่นและต่อเนื่องระหว่างการ์ตูนญี่ปุ่นกับเด็กไทย ทำให้ผู้ใหญ่ในสังคมไทยเกิดอาการวิตกและเป็นห่วงว่าจะควบคุม "เนื้อหาแบบไทยๆ" ในหัวเด็กได้ยาก ดังนั้นการ์ตูนและวิดีโอเกม ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมจากต่างชาติจึงเริ่มตกเป็นเป้าแห่งการตรวจสอบและกล่าวโทษมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในปี 2536 ส่วนส่งเสริมวัฒนธรรมไทย สถาบันวัฒนธรรมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้จัดการสัมมนาเพื่อระดมความเห็นในการจัดการกับการ์ตูนที่มีพิษภัย โดยตีพิมพ์เป็นเอกสารในปี 2538

ด้วยความเชื่อที่ว่าการ์ตูนและเกมส่งผลต่อเด็กเหมือนเข็มฉีดยา ดังนั้นผู้ใหญ่ไทยจึงมุ่งศึกษาผลร้ายของยานั้นไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมอันไม่พึงประสงค์โดยความก้าวร้าวรุนแรงต่าง ๆ เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง "ทัศนคติของนักจิตวิทยาต่อเนื้อหาสื่อวิดีโอเกม และผลกระทบที่มีต่อเยาวชน" โดย

สุชาติ สัจจสันถวไมตรี (2542) “ทัศนคติของวัยรุ่นชายต่อการดูหนังที่มีเนื้อหารุนแรงในสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์” โดย ชชาติณรงค์ วิสุตกุล (2543) และ “พฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ที่อ่านหนังสือการ์ตูนและเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีเนื้อหารุนแรง” โดย อรรณลิน ไชยวสุ (2547)

ในแง่นี้ การดูและวิดีโอเกมส์จึงเป็นคำอธิบายถึงพฤติกรรมอันเลวร้ายของเด็กไทยที่ทุกฝ่ายพอใจ อย่างน้อยมันก็ช่วยให้สังคมไทยไม่ต้องพูดถึงรากฐานวัฒนธรรมแบบอำนาจนิยมที่เป็นรากเหง้าของสังคมไทยมาอย่างช้านาน ว่ามีส่วนหรือไม่เพียงใดในปัญหา

ภาพยนตร์

ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทย

ตลอดระยะเวลากว่า 100 ปีที่ผ่านมา พงานศึกษาประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทยไม่มากนัก³ งานชิ้นสำคัญที่นิยมอ้างถึงในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาได้แก่งานศึกษาของ โดม สุขวงศ์ ในปี 2533 เรื่อง *ประวัติภาพยนตร์ไทย* หรือบทความของเขาในปี 2525 เรื่อง “85 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย”⁴ ทั้งนี้รวมถึงงานบันทึกประวัติศาสตร์ของ ชุนวิจิตรมาตรา ในปี 2518 เรื่อง *ยุคเพลงหนังและละครในอดีต* ด้วย⁵

³ หลักฐานเก่าสุดที่ค้นพบในขณะนี้คือ ประกาศโฆษณาฉาย Parisian Cinematograph โดยคณะของนาย เอส จี มาคอฟสกี (S G Machovsky) ที่โรงละครหม่อมเจ้าอลังการฯ ในหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ Bangkok Times ฉบับประจำวันพุธที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2440

⁴ โปรดดู โดม สุขวงศ์, *ประวัติภาพยนตร์ไทย*, (กรุงเทพฯ: องค์การค้าคุรุสภา, 2533). และ โดม สุขวงศ์, “85 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย,” *ศิลปวัฒนธรรม* (มิถุนายน, 2525): 6-29; ทั้งนี้อ้างอิงจุดเริ่มต้นจากวันที่พบโฆษณาในหนังสือพิมพ์ Bangkok Times วันพุธที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2440; อย่างไรก็ตามเขียนบางชิ้น เช่น สมชาติ บางแจ้ง, “67 ปี ภาพยนตร์ไทย 2466-2533,” ใน *67 ปี ภาพยนตร์ไทย 2466-2533*, (กรุงเทพฯ: สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ, 2534). ได้อ้างอิงกำเนิดของภาพยนตร์ไทยที่ปี พ.ศ. 2466 ซึ่งเป็นปีที่ภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกคือ “นางสาวสุวรรณ” ออกฉาย โดยทีมงานผู้สร้างล้วนเป็นชาวต่างชาติยกเว้นนักแสดงซึ่งเป็นคนไทย

⁵ โปรดดู กาญจนาคพันธุ์, *ยุคเพลงหนังและละครในอดีต*, (กรุงเทพฯ: เรื่องศิลป์, 2518); กาญจนาคพันธุ์ เป็นนามแฝงในการเขียนของ ชุนวิจิตรมาตรา หรือ สง่า กาญจนาคพันธุ์ ผู้กำกับ ประพันธ์เรื่อง และประพันธ์ดนตรีประกอบภาพยนตร์หลายเรื่อง เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “หลง

เมื่อภาพยนตร์ไทยมีอายุครบ 100 ปี ใน พ.ศ. 2540 นิตยสารสารคดีได้จัดทำฉบับพิเศษเพื่อเฉลิมฉลองให้แก่วาระสำคัญนี้ โดยมีบทความสำคัญ 2 ชิ้นที่จะขอยกตัวอย่างในที่นี้คือ "100 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย" โดย ชลิดา เอื้อบำรุงจิต (2540) และงานศึกษาภาพยนตร์ไทย ยุคบุกเบิกช่วงระหว่าง พ.ศ. 2470-2488 โดย ภาณุ อารี (2540) หลังจากนั้น 4 ปี จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2544) ได้ผลิตงานวิจัยขนาดยาวว่าด้วย ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทยตั้งแต่แรกเริ่ม จนถึงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

นอกจากงานศึกษาประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ในภาพรวมแล้ว ยังมีงานอีกกลุ่มหนึ่งที่มุ่งศึกษาในประเด็นย่อยเฉพาะ เช่น งานศึกษาพัฒนาการการนำเสนอโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย โดย นิภาพร เนียมแสง (2537) งานศึกษาพัฒนาการของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย โดย มนฤดี ธาดาอำนวยชัย (2539) งานศึกษาบทบาทของศาสตราจารย์สนั่น บัทมะทิน ที่มีต่อพัฒนาการภาพถ่ายและภาพยนตร์ในเมืองไทย โดย สุพรรณิ เมธสุทธิ (2540) และ พัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย โดย มิ่งขวัญ เจียประเสริฐ (2542) ทั้งนี้ รัตนา จักกะพาก (2543) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์งานเขียนหรือข้อเขียนเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยตั้งแต่อดีตโดยให้ชื่อ งานวิจัยว่า "การสำรวจและรวบรวมบทความเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ.2489-2542"

ศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมและธุรกิจภาพยนตร์

สภาพการและแนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

คำถามหลักของงานศึกษาในกลุ่มนี้คือ ปัจจุบันวงการภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างไร และควรจะทำต่อไปอย่างไร เช่น วิทยานิพนธ์ของ ยงศักดิ์ วีระเมธีวงศ์ (2539) เรื่อง มิติที่หยุดนิ่งและมิติที่เคลื่อนไหวในพัฒนาการภาพยนตร์ไทย มิติที่หยุดนิ่งในที่นี้หมายถึง ความ "น่าเบื่อ" ของภาพยนตร์ไทย เพราะผู้สร้างต่างคำนึงถึงความอยู่รอดทางธุรกิจมากกว่า เขาเสนอทางออกจากรังวนของน้ำเน่าว่า ต้องเพิ่มจิตสำนึกทางศิลปะของกลุ่มผู้สร้าง พัฒนารสนิยมผู้ชม และรัฐบาลต้องสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้มากขึ้น หรือวิทยานิพนธ์ของ นัยนา แยมสาขา (2540) ที่ศึกษานโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลไทย นัยนาตีความข้อมูลด้วยท่าทีที่ไม่ต่างไปจากยงศักดิ์นัก โดยเธอเสนอว่า ถึงแม้รัฐไทยจะสนับสนุนให้มีคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย มาตั้งแต่ พ.ศ. 2513 แต่ภาพยนตร์ไทยก็ยังไม่เป็นอุตสาหกรรมที่มั่นคง เพราะผู้สร้างงานและ

ทาง" ออกฉายในปี 2475 ซึ่งเป็นภาพยนตร์เสียงเรื่องแรกของไทย ชุนวิจิตรมาตรารวบรวมเกร็ดเรื่องราวในอดีตจากความทรงจำของท่านไว้หลายชิ้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไปในสังคม

ผลงานภาพยนตร์ไม่มีคุณภาพ คนดูก็ไม่มีคุณภาพ และรัฐบาลก็ไม่สนับสนุนอย่างจริงจัง จึงไม่เปิดโอกาสให้ผู้สร้างได้ทดลองนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด

ปี 2541 จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย ผลิตงานวิจัยเรื่อง “ธุรกิจภาพยนตร์ไทย” (2541) ภายใต้การสนับสนุนจากสมาคมผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ งานวิจัยชิ้นนี้ได้รวบรวมปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจภาพยนตร์ไทย รวมถึงวิเคราะห์เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ จำเริญลักษณ์เสนอว่า หากต้องการให้วงการภาพยนตร์ไทยพัฒนาคุณภาพมากขึ้น ต้องให้ทีมงานไทยมีโอกาสได้เรียนรู้ประสบการณ์จากผู้สร้างต่างชาติมากขึ้น และรัฐควรพิจารณาภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่ง โดยให้มีการส่งเสริมเหมือนอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น การสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อผลิตภาพยนตร์หรือการลดภาษีที่เกี่ยวข้อง ในปีเดียวกันนี้ มงคล ปิยะทัสสกร (2541) ได้เสนอวิทยานิพนธ์เรื่อง “โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541)” พบว่า มีลักษณะของการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มธุรกิจเพียงกลุ่มเดียวโดยมีอำนาจทั้งในส่วนของการนำเข้า การจัดจำหน่าย หรือการเตรียมโรงฉาย

อย่างไรก็ดี ดูเหมือนความสนใจของวงวิชาการภาพยนตร์จะเริ่มขยับสู่การแสวงหาหนทางอย่างเป็นทางการในการพัฒนางานวงการภาพยนตร์ไทย เช่น ในปี 2542 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับ กรมประชาสัมพันธ์ จัดการเสวนาเรื่อง “พระราชบัญญัติภาพยนตร์...คำถามที่ต้องการคำตอบ” เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2542 บทความสำคัญชิ้นหนึ่งในงานเสวนานี้คือ “วิกฤติและทางออกอุตสาหกรรมภาพยนตร์: วิถีและมุมมองจากประสบการณ์ไทย-ฝรั่งเศส” (2542) ของ ทศนีย์ บุญนาค โดยเธอเสนอว่า วิกฤติเศรษฐกิจไทยเมื่อปี 2540 ส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อหลายสถาบัน-หลายแขนงโดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จึงจำเป็นที่วงการภาพยนตร์ไทยต้องเรียนรู้ประสบการณ์จากต่างชาติบ้างโดยเฉพาะในเรื่องกฎหมายและธรรมเนียมผู้ชม

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่มีเป้าหมายคล้ายกัน เช่นงานของ รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม เรื่อง “ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก: กรณีศึกษา ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์” (2542) และ “แนวทางการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย” (2545) หรือบทความของ อนุสรณ์ ศรีแก้ว (2544) เรื่อง “พระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย” รวมถึงงานวิจัยของ รัตนา จักกะพาก (2546ข) ที่เริ่มมองไกลสู่นาคตในงานวิจัยชื่อ “สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต: ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้าง ผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์” ทั้งนี้ ในปี 2546 กนกศักดิ์ แก้วเทพ ได้กลับมาศึกษาภาพรวมของวงการภาพยนตร์ไทยใหม่อีกครั้งด้วยแนววิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์-การเมือง โดยเป็นส่วนหนึ่งในหนังสือ เศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อสารมวลชน (2546) ซึ่งจะกล่าวถึงโดยละเอียดอีกครั้งในบทต่อไป

การดำเนินธุรกิจและการผลิตภาพยนตร์

งานในกลุ่มนี้เน้นศึกษาเรื่องการเอาตัวรอดและการดำเนินกลยุทธ์ในธุรกิจภาพยนตร์ เช่น วิทยานิพนธ์ของ ฉลองรัช จงรักษ์ (2543) เรื่อง “กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (2539-2541)” วิทยานิพนธ์ของ มนทิรา ธาดา อำนวยชัย (2544) ที่ศึกษากระบวนการนำเข้าและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ฮอลลีวูดในประเทศไทย วิทยานิพนธ์ของ ชีรยา สมปราชญ์ (2547) เรื่อง “กลยุทธ์การสร้างสรรคและการดำเนินธุรกิจ ภาพยนตร์ไทยของกลุ่มฟิล์มบางกอก” หรือวิทยานิพนธ์ของ ทศพร โขมพัตร (2544) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ชั้นสองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

การตลาดภาพยนตร์

หัวใจสำคัญที่สุดในโลกของการค้าขายสินค้าในปัจจุบันคงไม่พ้นเรื่อง “การตลาด” หรือ “มาร์เก็ตติ้ง” (marketing) อย่างไรก็ดี การตลาดไม่ใช่แค่เพียงการขายของอย่างที่มีคนเข้าใจกัน เพราะหัวใจสำคัญของการตลาดคือ การเข้าถึง การสร้าง และการตอบสนองความปรารถนาสินค้าของผู้บริโภค โดยที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคและกำไรทางธุรกิจเป็นเป้าหมายสำคัญที่นักการตลาดต้องบรรลุให้ได้อย่างสมดุลกัน ดังนั้นจุดเริ่มต้นของกระบวนการทางการตลาดคือ การเลือกเห็นความปรารถนาของลูกค้าที่จะนำมาสู่การสร้างผลกำไรได้อย่างมีศักยภาพ จากนั้นจึงค่อยคิดหาหนทางสร้างสินค้าหรือบริการขึ้นเพื่อตอบสนองความปรารถนานั้น ปฏิบัติการสร้างและตอบสนองความปรารถนาของผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดในขณะที่การขายเป็นเพียงส่วนหนึ่งในกระบวนการนี้เท่านั้น ดังนั้นการตลาดจึงเป็นกลุ่มปฏิบัติการที่กินพื้นที่กว้างขวางและลึกซึ้งไปทั่วทุกอณูของสังคม

ในกรณีของภาพยนตร์ การตลาดได้เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยในเกือบทุกด้านโดยเฉพาะในแง่ของการสื่อสารและการรณรงค์การตลาด (promotion) เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง “พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจันและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม” โดย ทงพล วงษ์คนดี (2543) หรือวิทยานิพนธ์ของ จุฑาภา ยศสุนทรากุล (2543) ที่ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย เนื่องจากเป็นภาพยนตร์จากต่างประเทศ การตั้งชื่อไทยเพื่อให้เป็นที่เข้าใจและสามารถขายได้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งดังปรากฏในงานศึกษาของเดชพัฒน์ อรรถสาร (2538) และธีรารัตน์ บุญกองแสน (2543) ภาพยนตร์ตัวอย่างก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยโน้มน้าวผู้คนให้มาบริโภคภาพยนตร์เรื่องนั้น ดังอธิบายไว้ในงานศึกษาของ พนิดา สมภพกุลเวช (2544)

นอกจากการตั้งชื่อภาพยนตร์ให้โดนใจคนไทยแล้ว งานสื่อสารการตลาดภาพยนตร์ยังประกอบด้วยอีกหลายเรื่อง เช่น โปสเตอร์หรือใบปิดภาพยนตร์ การใช้ภาษาในการโฆษณา และ นิตยสารภาพยนตร์ งานศึกษาโปสเตอร์หรือใบปิดภาพยนตร์มักให้ความสนใจกับกระบวนการสื่อความเป็นหลัก เช่น วิทยานิพนธ์ของ วิวัฒน์ ลิ้มสมบุญชัย (2545) ศึกษาการสื่อความใบปิดโฆษณาภาพยนตร์ต่างประเทศ พ.ศ. 2541 หรือวิทยานิพนธ์ของ สง่า กำจัด (2546) มหาวิทยาลัยจากสถาบันราชภัฏเลย ศึกษาวรรณกรรมคำโปรยบนใบปิดหนังไทย

เสาหลักสำคัญอีกต้นหนึ่งของวงการภาพยนตร์ก็คือ นิตยสารภาพยนตร์ ถึงแม้จะอยู่ภายใต้การผลิตของนักวิจารณ์หรือสื่อมวลชนสายภาพยนตร์ซึ่งไม่ได้มีส่วนได้เสียโดยตรงกับผู้สร้างหรือผู้จำหน่าย แต่นิตยสารภาพยนตร์ก็เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารการตลาดกับผู้ชมที่สามารถสื่อสารได้ทั้งในรูปแบบของโฆษณา บทความวิจารณ์ สกู๊ปข่าว หรือบทความวิจารณ์แฝงการโฆษณา ฯลฯ นิตยสารภาพยนตร์จึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ถูกหยิบยกขึ้นเป็นกรณีศึกษา เช่น วิทยานิพนธ์ของ ชชาติวุฒิ บุญยรักษ์ (2543) ศึกษาการส่งเสริมการขายและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการซื้ออ่านนิตยสารภาพยนตร์ วิทยานิพนธ์ของ เมธาจิตร ไตรยภาพ (2544) ศึกษากลยุทธ์การจัดการนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ และวิทยานิพนธ์ของ วัฒนา คงวิทยาถาวร (2546) ที่ศึกษาบทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาคนดูภาพยนตร์

ดังที่กล่าวไปแล้วว่า การตลาดหมายถึงกระบวนการของการเข้าถึง เข้าใจ เพื่อสร้าง และตอบสนองความต้องการในสินค้าและบริการของผู้บริโภค ดังนั้นการรู้จักผู้บริโภคจึงเป็นขั้นตอนแรกเริ่มก่อนสิ่งอื่นใดทั้งหมด เช่นเดียวกับในแวดวงการศึกษาสื่อสารมวลชนและสังคมศาสตร์ที่ประเด็นเรื่อง “ผู้รับสาร” หรือ “ออดิเอนซ์” (audience) ได้กลายเป็นสมรภูมิระหว่างแนวคิดทฤษฎีต่างๆ และมักเป็นที่มาของจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญในการศึกษาเรื่องสื่อและสังคมมวลชนสมัยใหม่มาโดยตลอด

ตัวอย่างงานวิทยานิพนธ์ที่ศึกษาเรื่องผู้รับสารหรือผู้ชมภาพยนตร์ เช่น พิรฤดา พจนพิสุทธ์ (2539) เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ปริญดา จิตติรัตนากร (2539) เรื่อง “ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” วรณัฐ ตั้งควิวิช (2541) เรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารต่อการสื่อสารทางการตลาด ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครืออีซีวี” ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม (2541) เรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของนิสิตนักศึกษาในเขต

กรุงเทพมหานคร" จรส กายโรจน์ (2543) เรื่อง "พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" จันทรจิรา วีระยุทธวิไล (2544) เรื่อง "ทัศนคติและพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อแผ่นคอมแพ็กต์ดิสก์ (Compact Disc) ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ด้านเพลงและภาพยนตร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" สิริภา เกตุเอี่ยม (2545) เรื่อง "ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกชมภาพยนตร์ไทย" ประวีณมัย ป้ายคล้อย (2545) เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส" แทนใจ โภธิแทน (2545) เรื่อง "จุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดาราศาสตร์และทีวีพูล" บุญชู เผ่าสวัสดิ์ยรรยง (2546) เรื่อง "รูปแบบในการดำเนินชีวิตและการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ กับการตัดสินใจซื้อวัสดุบันทึกภาพและเสียงของภาพยนตร์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร" สุพันธ์ วิจิตรรัฐกานต์ (2547) เรื่อง "ทัศนะของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์อเมริกันแนวชีวิตในฐานะสื่อเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในการพัฒนาตนเอง" และงานวิจัยของ รักสานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2546) เรื่อง "ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขตกรุงเทพมหานคร"

รัฐกับการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547: น.563) เสนอว่า ชนชั้นนำไทยนั้นมีความวิตกเกี่ยวกับอำนาจและอิทธิพลของสื่อมาแต่ยุคแรก พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 โดยเฉพาะที่ระบุในมาตรา 4⁶ เป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นความมุ่งหมายของรัฐในการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของสื่อด้วยข้ออ้างเรื่องความมั่นคงและศีลธรรมอย่างชัดเจน น่าสนใจว่ารัฐบาลหรือผู้มีเสียงดังในสังคมไทยนับจากนั้นเป็นต้นมาไม่ว่าจะมีจุดยืนในเรื่องอื่นต่างกันไปเพียงใดก็ตาม แต่ในกรณีของภาพยนตร์แล้วกลับมีท่าทีคล้ายคลึงกันอย่างน่าประหลาดนั่นคือ ไม้ไว้วางใจและต้องควบคุมอย่างใกล้ชิด ดังนั้นจึงมีงานศึกษาจำนวนหนึ่งที่มุ่งตรวจสอบกระบวนการลึกลับนี้ว่ามีฐานคิดหรือมีแนวปฏิบัติในการเซ็นเซอร์สื่อหรือในที่นี้คือภาพยนตร์อย่างไร ตัวอย่างเช่น งานของ ภริมย์พร ไชยทิพย์ (2536) ศึกษากระบวนการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์วิดีโอ ขนิษฐา จิตต์ประกอบ (2541) ศึกษาบทบาทของรัฐในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์ ร้อยตำรวจเอก สุเนตร สาทา (2545) ศึกษาปัญหาและ

⁶ พระราชบัญญัติภาพยนตร์มีผลบังคับใช้ครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2474 โดยในมาตรา 4 ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของพรบ.นี้ ระบุว่า "ท่านห้ามมิให้ทำ หรือฉาย หรือแสดง ณ สถานที่ที่มหรสพซึ่งภาพยนตร์หรือประกาศ ประกอบด้วยลักษณะการฝ่าฝืนหรืออาจฝ่าฝืนต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี ถึงแม้เพียงว่าการทำหรือการฉาย หรือการแสดงภาพยนตร์หรือการประกาศนั้นๆน่าจะมีผลเช่นนั้นท่านก็ห้ามดุจกัน ..."

อุปสรรคของการควบคุม และบังคับใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 หรือบทความของ กฤษดา เกิดดี (2544) เกี่ยวกับการเซ็นเซอร์อย่างไม่เป็นทางการ

เมื่อมีการปิดกั้นย่อมต้องมีความพยายามหลบหลีกหรือตอบโต้เป็นธรรมดา ในกรณีของการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ก็เช่นกัน เริ่มมีเสียงเรียกร้องให้ทบทวนหรือยกเลิกพระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ. 2473 มากขึ้นหลังจากที่ประเทศไทยประสบวิกฤติเศรษฐกิจซบเซาย่างหนักในปี พ.ศ. 2540 ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือการจัดงานเสวนาในหัวข้อ "พระราชบัญญัติภาพยนตร์...คำถามที่ ต้องการคำตอบ" จัดโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์ เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2542 บทความที่นำเสนอในวันนั้นล้วนตั้งคำถามกับการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์แบบไทยๆ รวมทั้งการพยายามเสนอทางออกให้กับการควบคุมสื่อภาพยนตร์ ด้วยระบบเรตติ้ง (rating system) หรือการแบ่งลักษณะเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มอายุของผู้ชม เช่น บทความนำเสนอโดยพยุงค์ดี จันทรสุนทร (2542) เรื่อง "การเลิกเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ไทย" จรัล ทองเกษม (2542) เรื่อง "การควบคุมภาพยนตร์ด้วยระบบแบ่งอายุผู้ชม" และบทความนำเสนอโดยพิศิษฐ์ ชวลลาธวัช (2542) เรื่อง "ก้าวใหม่ของกฎหมายภาพยนตร์ ต้อนรับศตวรรษที่ 21?" นอกจากนี้มีวิทยานิพนธ์ที่ศึกษาเรื่องการเซ็นเซอร์ด้วย เช่น กฤษฏา ทาวิ (2542) เรื่อง "ทัศนะของผู้เข้าชมภาพยนตร์ต่อการตรวจพิจารณาภาพยนตร์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เครือ อี.จี.วี."

การศึกษาตระกูลภาพยนตร์ ผู้กำกับฯ และบุคคลสำคัญในวงการ

การจำแนกสายตระกูลหนังถือเป็นภาระอันหนักหน่วงอีกประการหนึ่งของผู้สนใจศึกษาเรื่องภาพยนตร์ ทั้งนี้ไม่ได้เน้นถึงการสืบสาหรือนำตามหารากเหง้า แต่เป็นความพยายามในการจัดประเภทบุคลิกหรือโครงสร้างการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ออกเป็นกลุ่ม เช่น งานศึกษาของ กฤษดา เกิดดี ในบทความเรื่อง "ภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตก" (2537) "ภาพยนตร์: ความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และบริบท ศึกษากรณี फिल्म นัวร์" (2541ข) และในหนังสือเรื่อง *ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ* (2541ก)⁷ รวมทั้งบทความศึกษา "หนังผี" หรือภาพยนตร์สยองขวัญในบทความของ สมสุข หินวิมาน (2544) และ บทความเกี่ยวกับหนังเจ้าพ่อแบบฮ่องกงของ วิชชุ เวชชาชีวะ (2541)

ทั้งนี้ ผู้มีส่วนต่อการสร้างบุคลิกของภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องก็คือผู้กำกับภาพยนตร์นั่นเอง ถึงแม้ผู้กำกับภาพยนตร์บางคนจะไม่นิยมการแปะป้ายตัวเองและมักสร้างความปั่นป่วน

⁷ ข้อเขียนที่ปรากฏในหนังสือนี้เคยตีพิมพ์เป็นตอนๆ ในนิตยสารสตาร์พิคส์ แต่ได้เพิ่มเติมเนื้อหา ปรับแก้ และทำรายการอ้างอิงเพื่อผู้สนใจสามารถค้นคว้าต่อไปได้

ให้กับผู้ศึกษาตระกูลภาพยนตร์ด้วยการผลิตภาพยนตร์ที่ยากต่อการจัดจำแนกออกมาอยู่เสมอ แต่ก็มักทิ้งร่องรอยให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของผู้กำกับคนนั้นไว้อยู่บ้าง จึงมักปรากฏงานศึกษาชีวิตและผลงานของผู้กำกับหรือผู้สร้างภาพยนตร์ออกมาอยู่เสมอ เช่น วิทยานิพนธ์ของศิลาปะ สุวรรณศักดิ์ (2544) เรื่อง "ศิลปะภาพยนตร์ในซิเน-โรมอง ของอแลง รอบป์-กรีเยต์" พาชวิญ ชินพัฒน์วานิช (2545) เรื่อง "ผลงานและแนวทางการกำกับภาพยนตร์ของวิจิตร คุณาวุฒิ" และ ธนิต ธนะกุลมาส (2547) "การวิเคราะห์ภาพยนตร์ของจางอิ๋หมวในเชิงบริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแนวคิดแบบอุดมคติเพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิต" หรืองานวิจัยของ รัตนา จักกะพาก และ จิรยุทธ สิ้นธุพันธ์ (2545) เรื่อง "จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของสตีเวียเจียร์: การศึกษาวิเคราะห์" และ รัตนา จักกะพาก (2546) เรื่อง "จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของหม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล: การศึกษาวิเคราะห์" หรืองานศึกษานบุคคลสำคัญในวงการภาพยนตร์ไทย เช่น วิทยานิพนธ์ของกฤษฎดา เกิดดี (2534) ที่วิเคราะห์เปรียบเทียบการทำงานของนักวิจารณ์ภาพยนตร์ไทยสองท่านคือ สนั่นจิตต์ บางสพาน กับ สุทธากร สันติธวัชรรวมทั้งวิทยานิพนธ์ของ เพ็ญศิริ เสวตวิหารี (2541) ที่มุ่งตอบคำถามว่าแนวคิดหลังสมัยใหม่มีอิทธิพลต่อผู้กำกับภาพยนตร์ไทยรุ่นใหม่มากน้อยเพียงใด

การศึกษารูปแบบ เนื้อหา และการเล่าเรื่อง

หลังจากที่ได้กล่าวถึงงานศึกษาภาพยนตร์ในประเด็นแวดล้อมไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ โครงสร้างธุรกิจ-อุตสาหกรรมภาพยนตร์ หรือเรื่องของผู้กำกับภาพยนตร์ ลำดับต่อไปจึงเป็นเรื่องของงานที่เน้นศึกษาเฉพาะตัวผลงานภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษารูปแบบ เนื้อหา เรื่องราว การนำเสนอ และกลวิธีการเล่าเรื่อง โดยแบ่งงานศึกษาเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มศึกษาภาพยนตร์ไทย และกลุ่มศึกษาภาพยนตร์ต่างประเทศ

ภาพยนตร์ไทย

งานศึกษาภาพยนตร์ไทยโดยมุ่งที่การวิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์หรือมุ่งอธิบายว่าเรื่องราวของภาพยนตร์นั้นบอกอะไรแก่ผู้ชมบ้าง เช่น ฉัตรกุล ทองเกตต์ (2539) "การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยปี พ.ศ. 2535" หรือ ขจิตชวิญ กิจวิศาละ (2546) "การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์นอกกระแสหลักในประเทศไทย" นอกจากนี้มีกลุ่มงานที่มุ่งศึกษาเฉพาะกลวิธีการเล่าเรื่องหรือวิธีการนำเสนอในภาพยนตร์ไทยอีกจำนวนหนึ่ง เช่น มาโนช ชุ่มเมืองปัก (2547) ศึกษาวิธีการเล่าหรือการเดินทางเรื่องในภาพยนตร์ชุด "บุญชู" วิชุดา ปานกลาง (2539) ศึกษาวิธีการถ่ายทอดเรื่องผีในภาพยนตร์เรื่อง "แม่นาคพระโขนง" ที่ผลิตและฉายในช่วง พ.ศ.

2521-2532 หรืองานของ ศิริพร ไผศิริ (2544) ที่มีแนวคำถามคล้ายคลึงกันคือ การสร้างสรรค์ใน การผลิตซ้ำภาพยนตร์ไทยจากตำนานแม่นากพระโขนง

นอกจากเรื่องผีแล้ว เรื่องเพศและกามารมณ์ก็มักจะถูกหยิบขึ้นมาศึกษาด้วยคำถาม เดียวกันนี้ เช่น กิตติ กัญภัย (2535) ศึกษาการสร้างจินตนาการทางเพศในสื่อมวลชนไทย วรางคณา จันลา (2545) ศึกษาการถ่ายโยงเนื้อหาทางเพศจากวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์เรื่อง "จัน ดารา" หรือ สลิตตา ทรัพย์ภิญโญ (2545) ศึกษาวิธีการเสนอฉากเลิฟซีนหรือการแสดงฉากที่ เกี่ยวข้องกับเรื่องกามารมณ์ในภาพยนตร์ไทย

ภาพยนตร์ต่างประเทศ

งานศึกษาภาพยนตร์ต่างประเทศที่พบมากมักเป็นงานศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาของ ภาพยนตร์ที่ดัดแปลงมาจากนิยาย เช่น งานศึกษาของมลินี นิลมาลี (2540) เรื่อง "การ เปรียบเทียบลักษณะไทยและลักษณะตะวันตกจากสื่อนวนิยายและสื่อภาพยนตร์เรื่อง 'กาเหว่าที่ บางเพลง' และ 'Village of the Damned' " ภัทริยา กัลยานาม (2543) เรื่อง "ตำนานและศาสนา ใน วอต ดริมลี เมย์ คัม: การศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายกับภาพยนตร์" หรือ ทศนัย กุลบุญลอย (2544) เรื่อง "การสร้างเทพนิยายสมัยใหม่ในภาพยนตร์ชุดสตาร์วอร์ส" นอกจากนี้เป็นงานศึกษา กลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ต่างประเทศ เช่น พิงพิศ เทพปฏิมา (2546) เรื่อง "การถ่ายทอด ความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์" จิรวดี วิไลลอย (2547) เรื่อง "ประติษฐกรรมในการเล่า เรื่องและสุนทรียรสในภาพยนตร์ชุดดิเอ็กซ์ไฟล์ส" สุวิมล วงศ์รัก (2547) เรื่อง "อัตลักษณ์ และการ เล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย" หรืองานศึกษาเรื่อง "วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องใน ภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี" โดย ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน (2539)

การวิจารณ์ภาพยนตร์

ในบรรดาผู้ศึกษาตัวผลงานภาพยนตร์ กลุ่มบุคคลที่ดูจะมีอภิสิทธิ์หรือเป็นที่รู้จัก โดยทั่วไปก็คือ นักวิจารณ์ภาพยนตร์ และปมหนึ่งที่ดูเหมือนนักวิจารณ์ภาพยนตร์ไทยรวมถึงผู้ทรง ปัญญาเปี่ยมพรสมนิยมมีส่วนร่วมคือ คำตัดสินว่าหนังและละครไทยส่วนใหญ่มันน้ำเน่า ความน้ำเน่านี้ ก็นความหมายกว้างขวางตั้งแต่ การมีโครงเรื่องซ้ำเดิม เดินเรื่องไม่สมจริง บทไร้เหตุผล ฯลฯ หนัง น้ำเน่าจึงหมายถึงหนังที่ด้อยคุณภาพไร้มาตรฐานไปโดยปริยาย และเมื่อคนทั่วไปยังดูหนังน้ำเน่าที่ ไร้คุณภาพ ผู้ทรงภูมิปัญญาจึงต้องออกมาบอกว่า คนดูไร้คุณภาพเพราะถูกหลอกให้ดูแต่ของไร้ คุณภาพ หรือคนไทย (ส่วนใหญ่หมายถึงคนจน) โง่เพราะชอบดูแต่ของโง่ๆ รวมทั้งคนสร้างก็เห็นแก่ ตัวและชอบยกข้ออ้างต่างๆ เพื่อสร้างงานขยะ ตัวอย่างเช่น บทความของ สุรพงษ์ พินิจคำ เรื่อง "ดู

หนังดูละคร ไม่ต้องย่อนดูตัว ย่อนดูไอ้คนทำนั่นแหละ! ปรัชญาเชิงวิเคราะห์ระหว่างตัวตนแห่งของเนากับกระโถน" (2544)

อย่างไรก็ดี ยังคงมีผู้ที่เห็นความน่าเฝ้าของหนังไทยในแง่มุมมองอื่นด้วย เช่น นิธิ เอียวศรีวงศ์ ในบทความเรื่อง "ความล้าลึก ของ 'น้ำเน่า' ในหนังไทย" (2538)⁸ เขาเสนอว่า ในปัจจุบันมีผู้ทรงความรู้จำนวนมากแสดงความไม่พอใจกับผลงานภาพยนตร์ไทยจำนวนมาก ถึงกับเรียกว่า "น้ำเน่า" ซึ่งมีนัยถึงการไม่เปลี่ยนแปลงเหมือนน้ำที่กักขังไว้จนเน่า แต่น่าสนใจว่าความเน่าของละครและภาพยนตร์ไทยหลายประการสอดคล้องกับคติและขนบการแสดงอย่างเก่าของไทย ไม่ว่าจะเป็นเนื้อเรื่อง บทบาทความมีส่วนร่วมและเสรีภาพของผู้ชม ความสำคัญของตัวตลกในการเชื่อมและตัดโลกของละครกับโลกของคนดู รวมทั้งข่าวสารที่การแสดงอย่างเก่าเหล่านี้ถ่ายทอดก็คือข่าวสารของโลกที่หยุดนิ่งอยู่กับที่ของชาวนาในสังคมเก่า มนุษย์เป็นแต่เพียงสัตว์อย่างหนึ่งซึ่งร่วมชะตากรรมกับผี ปีศาจ ไปจนถึงเทวดา เวียนว่ายตายเกิดในวัฏสงสาร แก่นเรื่องของการแสดงอย่างเก่าของไทยคือการหวนกลับหรือแก้ไขเพื่อคืนสู่สภาวะเดิม ความสัมพันธ์ทางสังคมและเรื่องราวในการแสดงอย่างเก่าจึงเป็นไปในท่วงทำนองและบทสรุปแบบเดิมๆ ในสมัยหนึ่งเมื่อคนส่วนใหญ่ไม่คิดฝันว่าสังคมควรเปลี่ยนแปลง เนื้อเรื่องเช่นนี้ก็เป็นสิ่งที่น่าอภิรมย์ แต่มาในบัดนี้เมื่อมีคนจำนวนมากรู้สึกว่สังคมควรเปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นอยู่ เนื้อเรื่องเช่นนี้ก่อให้เกิดความอึดอัดและไม้อาจรับ "ข่าวสาร" จากหนังไทยแบบ "น้ำเน่า" ได้อีกต่อไป ซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นว่าคำอธิบายนี้น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะเกิดคำถามว่า ในปัจจุบันท่ามกลางบรรยากาศที่ชนชั้นกลางและผู้มีปัญญาจำนวนมากปรารถนาที่จะกลับสู่โลกโบราณ คนเหล่านี้จะเปลี่ยนจิตในการมองหนังน้ำเน่ากลายเป็นหนังน้ำหอมหรือไม่

ภาพตัวแทนในภาพยนตร์

กาญจนา แก้วเทพ (2547:392) เสนอว่า การศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงหลัง มักมุ่งไปสู่คำถามว่า เนื้อหาของสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสภาพความเป็นจริงในสังคมได้มากน้อยเพียงใด กระจกบานนี้บิดเบี้ยวหรือไม่ หรือความจริงนั้นเป็นความจริงในฉบับของใคร การศึกษาในแนวทางนี้จึงเป็นการต่อสู้ทางการเมืองอย่างชัดเจน เพราะมุ่งท้าทายผู้มีอำนาจหรือวิคิดที่มีอำนาจในการบอกหรือกล่าวถึงกลุ่มคนหรือประเด็นต่างๆ และมุ่งเสนอภาพอีกด้านของสิ่งที่มักถูกกล่าวถึงในสื่อ หรือไม่ก็มุ่งเปิดเผยให้เห็นว่าภาพหรือความหมายของสิ่งที่ถูกทำให้เชื่อว่า "ใช่ ... ปกติมันเป็นแบบนี้แหละ" ล้วนถูกสร้างขึ้นมาจากลวอิอันแยบคายอย่างไร เช่น

⁸ พิมพ์ครั้งแรกใน ศิลปวัฒนธรรม, ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 (สิงหาคม, 2523).

จิราภรณ์ ชาแก้ว (2538) ศึกษาภาพชีวิตครอบครัวในภาพยนตร์วิถีโอ มนชนก ทองทิพย์ (2540) ศึกษาภาพลักษณ์ของครูไทยในภาพยนตร์ รักใจ จินตวิโรจน์ (2541) ศึกษาภาพชายรักร่วมเพศในภาพยนตร์ไทยและอเมริกัน วิชชา สันทนาประสิทธิ์ (2543) ศึกษาภาพความเป็นชายในภาพยนตร์ไทยระหว่างปีพ.ศ.2541-2542 พนิดา หันสวาสดี (2544) ศึกษากระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ผู้หญิงในภาพยนตร์ไทย กนกพรธณ วิบูลยศรีน (2547) ศึกษาเปรียบเทียบภาพของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกัน ศรอนงค์ สุขยิ่ง (2547) ศึกษาการนำเสนอภาพพระสงฆ์ในภาพยนตร์ไทย ลักษณ์า คมคาย (2540) ศึกษาการใช้ภาพตัวแทนของอาหารในภาพยนตร์ หรืองานของสุภา จิตติวิสุรัตน์ (2545) ที่ศึกษาการสร้าง ความหมายทางสังคมและการรับรู้ "ความเป็นจริง" ในภาพยนตร์อิงเรื่องจริง

การวิเคราะห์มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของภาพยนตร์

เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มีบทบาทอย่างยิ่งยวดต่อผู้คนในปัจจุบัน กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คน และในหลายครั้งได้กลายเป็นแหล่งบันเทิงความทรงจำร่วมของสังคมในเรื่องต่างๆ เรื่องราวหรือปมปัญหาทั้งหลายของมนุษย์จึงมักถูกถ่ายทอดไว้ในภาพยนตร์ และในทางกลับกันมักมีผู้นำภาพยนตร์มาใช้เป็นเครื่องมือบางอย่างในโลกนอกจอ โดยเฉพาะใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง ดังนั้นจึงเป็นการมองภาพยนตร์ในฐานะปฏิบัติการทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่เชื่อมโยงกับปฏิบัติการทั้งหลาย ซึ่งทำให้นักวิชาการจากสาขาอื่น เช่น นักรัฐศาสตร์ นักปรัชญาการเมือง นักประวัติศาสตร์ ฯลฯ ต้องเข้ามาร่วมวงศึกษาภาพยนตร์ด้วย

ตัวอย่างแรกที่จะกล่าวถึงในที่นี้คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองไทยกับภาพยนตร์ เช่น งานศึกษาของคณะกรรมการจัดงานสัปดาห์ดินร่นเพื่ออิสรภาพสื่อมวลชนไทย (2536) เรื่อง การเมืองบนแผ่นฟิล์ม หรืองานศึกษาของ กำจร หลุยยะพงศ์ (2547ก) เรื่อง "14 ตุลา:เงาอดีตของการเมืองบนแผ่นฟิล์ม"⁹

ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างชัดเจน ทั้งในแง่การเมืองของการเล่าเรื่อง การเมืองของการเลือกข้อมูลมานำเสนอ หรือการเมืองในการใช้เหตุการณ์หรือบุคคลในประวัติศาสตร์เพื่อตอบสนองเป้าหมายทางการเมืองของผู้มีอำนาจในปัจจุบัน ตัวอย่างงานศึกษาในประเด็นนี้ เช่น บทความของ เขียวชัย อิศรเดช เรื่อง "บางระจัน: สงครามสุนทรียศาสตร์ ในศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องของไทย" (2544) หรือบทความของ กำจร หลุย

⁹ ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการเสวนาหัวข้อ "สื่อภาพยนตร์กับการอธิบายเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์" ในงาน 30 ปี 14 ตุลา กับประชาธิปไตย วันเสาร์ที่ 23 สิงหาคม 2546 ณ ห้องเรวัตติ พุทธิพันธ์ หอสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ยะพงษ์ เรื่อง "คู่แค้น-คู่รัก-คู่รักคู่แค้น: ความสัมพันธ์ของไทยกับอุซาคเนย์" (2545ก) และเรื่อง "หนังอุซาคเนย์: บาดแผลกับการเยียวยา" (2547ข)¹⁰ อย่างไรก็ตาม มีงานศึกษาภาพยนตร์ประวัติศาสตร์โดยสนใจเพียงว่า ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์จะช่วยกระตุ้นความสนใจประวัติศาสตร์ชาติไทยของเด็กๆ ได้หรือไม่ เช่น วิทยานิพนธ์ของสาลิน ตั้งชูรัตน์ (2545) เรื่อง "ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทอิพลของภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อความสนใจประวัติศาสตร์ไทยของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่องสุริโยไท"

ปัญหาสังคมเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีผู้ศึกษาผ่านภาพยนตร์ เช่น งานวิจัยของ รัตนา ศรีชนะชัยโชค (2539) เรื่อง "การศึกษาปัญหาสังคมในภาพยนตร์ไทยยอดเยี่ยมประจำปี พ.ศ. 2519-2537" หรือวิทยานิพนธ์ของ Hyunjung Yoon (2003) เรื่อง "Thai films made in the 1970s as social commentary on migration-related social issues" โดยปัญหาสังคมในภาพยนตร์ที่มักเป็นที่ถกเถียงกันมากก็คือ เรื่องของเพศ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อำนาจและการกดขี่ระหว่างเพศ รวมทั้งประเด็นที่ว่า ตัวภาพยนตร์นั้นเองหรือไม่ที่เป็นส่วนหนึ่งของปัญหาเรื่องเพศ งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนี้ เช่น บทความของ รัชดา แดงจำรูญ เรื่อง "ภาพสะท้อนเรื่องการข่มขืนในภาพยนตร์" (2546) หรือบทความของ กำจร หลุยยะพงษ์ เรื่อง "เขาและเธอบนแผ่นฟิล์มอุซาคเนย์" (2547ข)¹¹ เรื่อง "ทัศนคติ 'จันดารา' ในสายตาชาวอุซาคเนย์: การศึกษาเนื้อหาและผู้ชมตามแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา" (2547ค) เรื่อง "เพศวิถีที่ซ่อนเร้นในแผ่นฟิล์ม" (2547ง)¹² หรือบทความเรื่อง "สตรีเหล็ก ประตูลูกเหล็กที่ปิดตายหรือเปิดออก" (2547จ)¹³

ประเด็นสุดท้ายที่จะนำมายกตัวอย่างในที่นี้คือ ความกลัวที่จะถูกครอบงำโดยวัฒนธรรมต่างชาติโดยเฉพาะวัฒนธรรมอเมริกัน ความกลัวในเรื่องนี้แพร่ระบาดไปอย่างกว้างขวางในหมู่

¹⁰ ปรับปรุงจากเอกสารประกอบเทศกาลภาพยนตร์อุซาคเนย์ครั้งที่ 3 หัวข้อ "บาดแผลกับการเยียวยา" จัดโดยโครงการอาณานิคม 5 ภูมิภาค ร่วมกับโครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 18-24 มกราคม 2546 ณ ห้องเรวัตติ พุทธินันท์ หอสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

¹¹ ปรับปรุงจากเอกสารประกอบเทศกาลภาพยนตร์อุซาคเนย์ครั้งที่ 4 "เขา" และ "เธอ" บนแผ่นฟิล์มอุซาคเนย์ วันที่ 19-28 มกราคม 2547 ณ ห้องเรวัตติ พุทธินันท์ หอสมุดปรีดี พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กรุงเทพฯ

¹² ปรับปรุงจากเอกสารประกอบการเสวนาเรื่อง "เพศวิถีที่ซ่อนเร้นในแผ่นฟิล์ม" ใน "เทศกาลหนังมาเนอูต" ระหว่างวันที่ 13-15 กุมภาพันธ์ 2547 กรุงเทพมหานคร ณ โรงภาพยนตร์ EGV Metropolis

¹³ เคยตีพิมพ์ใน นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2543

ผู้ใหญ่และผู้มีปากเสียงในสังคมไทย และหนังสือลึกลับมักตกเป็นเป้าโจมตีอยู่เสมอ ซึ่งยิ่งทำให้ ความหลงชาติและความตื่นเงินของสังคมไทยในความเข้าใจเรื่องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตกอยู่ในขั้นวิกฤติ ตัวอย่างงานศึกษาที่สะท้อนความกลัววัฒนธรรมอเมริกัน เช่น วิทยานิพนธ์ของ ฉัตรชัย จันทรศิริ (2544) เรื่อง "การถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกันของภาพยนตร์ฮอลลีวูด" และ เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์ (2545) เรื่อง "ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครอบงำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด"

ละครโทรทัศน์และละครวิทยุ

โครงสร้างอุตสาหกรรมและธุรกิจละครโทรทัศน์

สินิทธ์ สิทธิรักษ์ อธิบายการเกิดขึ้นของโทรทัศน์ในสังคมไทยไว้อย่างน่าสนใจ เธอเสนอว่ามีปัจจัยหลายประการที่ช่วยผลักดันให้เกิดสถาบันโทรทัศน์ขึ้นในสังคมไทย โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านการเมือง ทั้งนี้เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวนับเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญของการต่อสู้ด้านอุดมการณ์ในสังคมไทย จอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงตัดสินใจนำเข้าเทคโนโลยีโทรทัศน์เข้ามาในประเทศไทยเพื่อตอบสนองเงื่อนไขทางการเมืองอย่างฉับไว โทรทัศน์ไทยจึงเป็นเครื่องมือทางการเมืองของรัฐและตั้งอยู่บนรากฐานกลไกโฆษณาของรัฐโดยตั้งขึ้นเป็นหน่วยงานใหม่ชื่อว่า "บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด"¹⁴ อย่างไรก็ตาม บทบาทของโทรทัศน์ไทยที่ส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างชัดเจนที่สุดคือด้านวัฒนธรรม กล่าวคือ โทรทัศน์ได้กลายเป็นอาณาจักรวัฒนธรรมบันเทิงอย่างใหม่ของคนไทยที่รวมเอาศิลปะและกิจกรรมหลายแขนงไว้ด้วยกัน โดยมีสถาบันธุรกิจโฆษณาคอยเกื้อหนุนในลักษณะของผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งได้พัฒนาเข้มข้นมากขึ้นในเวลาต่อมา (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2533)

หนึ่งในความบันเทิงยอดนิยมที่ปรากฏตัวผ่านโทรทัศน์ก็คือ ละครโทรทัศน์ นั่นเอง นอกจากนี้ถ้ากล่าวได้ว่าละครโทรทัศน์เป็นแหล่งรายได้หลักของสถานี ดังนั้นจึงมีปริมาณเงิน

¹⁴ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 (บางขุนพรหม) ภายใต้การบริหารของ บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ออกอากาศครั้งแรก เมื่อ วันศุกร์ที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2498 หรือวันคล้ายวันเปลี่ยนแปลงการปกครองฯ ซึ่งถือเป็น วันชาติ ในสมัยนั้น โดยมี จอมพล ป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธี น่าสนใจว่าในบรรดาสื่อสารมวลชนทั้งหลายที่รัฐเป็นผู้ก่อตั้งขึ้น มีเพียงโทรทัศน์เท่านั้นที่เริ่มต้นก็อยู่ในรูปของบริษัทเอกชนแล้วโดยให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และมีรายการบันเทิงออกอากาศในสัดส่วนสูงที่สุดคือถึงร้อยละ 50 อันดับที่สองคือรายการเพื่อการศึกษาร้อยละ 20 และอันดับสามคือข่าวในสัดส่วนร้อยละ 10-18 (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2533)

จำนวนมหาศาลที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ที่ใครๆ ต่างก็บอกน้ำเน่าไม่น่าชม ด้วยเหตุนี้จึงมีงานศึกษาละครโทรทัศน์ในมิติทางเศรษฐกิจอยู่ด้วยจำนวนหนึ่ง เช่น วิทยานิพนธ์ของ อาทิตย์ โกวิทวารังกูร (2547) ที่ศึกษาโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว และพฤติกรรมการแสวงหากำไรสูงสุดของสถานีโทรทัศน์ในการเลือกผลิตละคร สโรบล วิบูลยเสข (2547) ศึกษานโยบายการบริหารรายการและหลักการคัดเลือกละครเอเชียบนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี รวมทั้งศึกษาปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ชม หรืออรุณี ประดิษฐ์ธีระ (2536) ที่ศึกษาการดำเนินธุรกิจการผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เฉพาะในช่วง พ.ศ. 2535

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาละครโทรทัศน์ที่เน้นมิติด้านการตลาดและการโฆษณา เช่น วิทยานิพนธ์ของ ชนิตา วิบูลยกิจวรกุล (2539) ศึกษาผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในฐานะสินค้าชนิดหนึ่งที่ต้องมีการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า เสริมยศ ธรรมรักษ์ (2542) ศึกษากระบวนการและประสิทธิผลของการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ หรือวิทยานิพนธ์ของวีรพงษ์ พวงเล็ก (2547) ที่ศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการโฆษณาสินค้าแฝงในละครโทรทัศน์ รวมทั้งบทความของ ศจิกา เลิศสาธิต (2546) เรื่อง "Soap Opera เกม-โปรโมชัน-จัดเรตติ้ง การตลาดของผู้จัดละคร" (2546) โดยมุ่งศึกษาบทบาทของแนวคิดด้านการตลาดที่ประยุกต์ใช้ในธุรกิจละครโทรทัศน์

การผลิตละครโทรทัศน์

การผลิตละครโทรทัศน์ภายใต้เงื่อนไขเช่นนี้จึงไม่ใช่เรื่องธรรมดา เพราะเกี่ยวกับทั้งเรื่องเทคโนโลยี เงินทุน ผู้สร้าง ทีมงาน การตลาด ผู้ชม ฯลฯ จึงมีงานศึกษาจำนวนมากที่มุ่งอธิบายความซับซ้อนของกระบวนการดังกล่าวในภาพรวม เช่น วิทยานิพนธ์ของ วีระ สุภะ (2537) ศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ.2536 หรือ จิตรลดา ดิษยนันท์ (2538) ศึกษากลยุทธ์การตลาดในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ ของ บริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดัคชั่น จำกัด

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาการผลิตละครโทรทัศน์ที่เจาะลึกในบางประเด็น เช่น การศึกษาการสร้างความหมายด้วยฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากโดย นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ (2537) งานศึกษาในประเด็นเรื่องการเขียนบทละครโทรทัศน์และผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ เช่น บทความเรื่อง "กระบวนการผลิตสุนทรียภาพในละครโทรทัศน์: ข้อสังเกตจากผู้เขียนบท" โดยวิริยะ สว่างโชติ (2537) หรือวิทยานิพนธ์เรื่อง "การวิเคราะห์วิธีการเขียนบทละครสำหรับสื่อมวลชน: บทเรียนจากงานของสมสุข กัลย์จาฤก" โดย ขจีรัตน์ หินสุวรรณ (2542) "ปัจจัยเชิงพาณิชย์ที่มีผลกระทบต่อการเขียนบทละครโทรทัศน์ไทย" โดย ศรินทรทิพย์ พิมเสน (2545) "ลักษณะของบทละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่วงหลังข่าวจากปี พ.ศ. 2535 ถึง พ.ศ. 2544" โดย สีนียา ไกรวิมล (2545) หรืองานศึกษาเฉพาะประเด็นผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตละครโทรทัศน์ เช่น วิทยานิพนธ์

เรื่อง "ความพึงพอใจในอาชีพของผู้เขียนบทละครโทรทัศน์" โดย อุดมพร ชื่นไพบูลย์ (2539)
 "ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ของบริษัท กันตนา วีดีโอ โปรดักชันส์ จำกัด และบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด" โดย กมลลา สิริสุวรรณ (2544) และ "ประสบการณ์และการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลงาน ของผู้กำกับการแสดงละครโทรทัศน์ไทย" โดย นภาพิตร จันทรไทย (2544)

อีกประเด็นหนึ่งที่เริ่มกลายเป็นประเด็นถกเถียงอย่างต่อเนื่องในช่วงหลัง ก็คือ มาตรฐานการผลิตหรือการผลิตละครโทรทัศน์อย่างไรให้มีคุณภาพ ทั้งนี้มักอาศัยแนวคิดเรื่อง "ตัวชี้วัดคุณภาพ" ที่ประยุกต์มาจากแนวคิดการบริหารองค์กร เช่น วิทยานิพนธ์ของ คันธยา วงศ์จันทา (2541) เรื่อง "การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์"

การศึกษารูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอ

การชี้วัดคุณภาพของละครโทรทัศน์มักมุ่งไปที่เนื้อหาของละครเป็นหลัก แต่การศึกษาเนื้อหาของละครโทรทัศน์มิได้จำกัดอยู่แค่เพียงเรื่องนี้ หรือเป็นเพียงเรื่องของการวิจารณ์คุณค่า หรือดูว่าละครมีเนื้อหาส่งเสริมคุณธรรมดีงามอย่างไร เช่นงานศึกษาของ ชิตชัย ศุภระจันทร (2537) เพราะยังมีแง่มุมอื่นๆ อีกมากที่เปิดให้ผู้สนใจได้ลองตั้งคำถามและอาศัยเนื้อหาของละครโทรทัศน์เป็นประตูเปิดไปสู่คำอธิบายต่อคำถามนั้น เช่น การวิเคราะห์ละคร sit-com เรื่องคู่ซิ่นขูลมุน เพื่อมุ่งศึกษาปัญหาชีวิตครอบครัวและการแก้ไขปัญหาที่เสนอผ่านละคร โดย กรรณิการ์ เวียงเพิ่ม (2539) การวิเคราะห์ความฉลาดทางอารมณ์ของตัวละคร โดย วราภรณ์ ศรีกาญจนเพริศ (2544) การศึกษาการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทยผ่านนวนิยายและละครโทรทัศน์เรื่องสี่แผ่นดิน โดย ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี (2539) หรือนงานศึกษาการดัดแปลงเนื้อหาละครโทรทัศน์จากนวนิยาย โดย ปิยะพิมพ์ สมิตติโลก (2541)

การเมืองเรื่องเพศและภาพตัวแทนในละครโทรทัศน์

อีกแง่มุมหนึ่งของเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่มักมีผู้นำมาอภิปรายอยู่เสมอก็คือ ประเด็นเรื่องเพศภาวะ (gender) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และความบิดเบี้ยวของภาพตัวแทนที่นำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ เช่น ผลงานหนังสือของ กาญจนา แก้วเทพ เรื่อง *มายาพินิจ: การเมืองทางเพศของละครโทรทัศน์* (2536) และ *มายาพินิจ: โลกนี้คือละครหรือโรงละครกลายเป็นโลกนี้* (2537) ที่ใช้แนวคิดสตรีศึกษาในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสื่อโทรทัศน์ในแง่มุมต่างๆ หรือบทความของ สมสุข หินวิมาน (2543ข) เรื่อง "ปมชีวิต ปิ่น ชมชื่น และแหวนหมั้นฯ" ที่วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องเพื่อเปิดเผยรูปแบบความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศในละครโทรทัศน์

การศึกษาภาพตัวแทนที่นำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ เช่น อภิวรรณ วิทยานนท์ (2547) ศึกษาตัวละครนางร้าย รัชดา แดงจำรูญ (2538) ศึกษาภาพของโสเภณี รุจิเรข ศุภรัตน์ (2542) ศึกษากระบวนการสร้างภาพชายรักร่วมเพศ ชื่นฤดี วัชรเดชะ (2539) วิเคราะห์บทบาทของตัวละครคนใช้ ศศิลักษณ์ แจ่มสุข (2538) ศึกษาภาพของตัวละครเอก และ สุณิสา จันทบูรณ (2539) ศึกษาการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อภาพของครอบครัวที่นำเสนอผ่านละครโทรทัศน์

ความสืบเนื่องทางวัฒนธรรมจากละครพื้นบ้านสู่ละครโทรทัศน์

มีละครโทรทัศน์อยู่ประเภทหนึ่งที่มีกลิ่นอายคล้ายว่า เซย หรือลำสมัย นั่นคือ ละครแบบจักรๆ วงศ์ๆ ละครประเภทนี้มีบุคลิกพิเศษและยากที่จะบอกได้ว่าเป็นละครพื้นบ้านในคราบของสื่อสมัยใหม่ หรือเป็นละครสมัยใหม่ที่อยู่ในอารมณ์พิสดารตามจินตนาการแบบจักรๆ วงศ์ๆ เพราะถึงแม้จะนิยมนำนิทานพื้นบ้านมาเล่น แต่ก็เดินเรื่องตามอย่างขนบการแสดงแบบใหม่เกือบทั้งสิ้นแน่นอนว่าไม่มีปีพาทย์รับ ไม่ต้องรำเข้ารำออก หรือเจรจาร้องกลอนอย่างในละครโบราณ ซึ่งต่างกับลิเกที่วิที่ยังคงเล่นตามอย่างขนบแบบลิเกทุกประการ ในแง่นี้ จึงมีผู้สนใจศึกษาละครจักรๆ วงศ์ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ศิราพร ณ ถลาง (2536) มองละครประเภทนี้ในฐานะกระจกที่อาจสะท้อนความสืบเนื่องและความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยได้ มณฑลลี ศิลาวีเศษฤทธิ์ (2537) ศึกษาการถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมืองของระบอบราชาธิปไตยในละครโทรทัศน์จักรๆ วงศ์ๆ อัปสร มีศิลป์ (2545) ศึกษาการถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็กในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ และบทความของ เขียวชัย อิศรเดช (2545) เรื่อง "ละครจักรๆ วงศ์ๆ: ต้นตำรับบันเทิงไทย ได้ฐานคิด "บุญ-ฤทธิ์-ดี-งาม"

หากย้อนกลับไปดูข้อเสนอของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ จากบทความ "ความล้าลึก ของ 'น้ำเน่า' ในหนังไทย" (2538) ซึ่งได้เคยกล่าวถึงไปแล้วนั้น จะพบว่า นิธิ พยายามแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างขนบของละครโบราณกับละครทีวีสมัยใหม่จนกลายเป็นที่มาของคำว่า "ละครน้ำเน่า" ด้วยการใช้วิเคราะห์เทียบเคียงองค์ประกอบหลายอย่างของละครแบบโบราณที่ยังคงปรากฏในละครทีวีสมัยใหม่ ความพยายามตอบคำถามเรื่องนี้ปรากฏให้เห็นไม่มากนัก เท่าที่สืบค้นได้ในปัจจุบันนอกจากนิธิแล้วพบงานศึกษาอีกเพียงไม่กี่ชิ้นที่ทดลองตอบคำถามดังกล่าว เช่น บทความของ สมสุข หินวิมาน (2543ค) "วัฒนธรรมชนชั้นกลางไทยในละครโทรทัศน์" หรือวิทยานิพนธ์ของ ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์ (2547) เรื่อง "สื่อสารการแสดงแบบไม่เหมือนจริงในละครโทรทัศน์ไทยแนวเรียลลิสต์" ที่มุ่งตอบคำถามว่า ถึงแม้ละครทีวีไทยทั้งหลายจะมุ่งจำลองภาพชีวิตปกติธรรมดาของผู้คนให้สมจริง แต่เหตุใดกลับยังคงพบองค์ประกอบการแสดงหลายๆ ประการที่ดูไม่สมจริงเอาเสียเลย

การศึกษาคนดูละครโทรทัศน์

จากเดิมที่วัดหรือราชสำนักเป็นผู้อุปถัมภ์และมีส่วนในการกำหนดทิศทางของการแสดงละครเพื่อนำหรืองานช่างต่างๆ ในปัจจุบันตำแหน่งนี้ได้ตกมาอยู่ในมือของคนไทยทุกคน โดยในกรณีของวงการละครโทรทัศน์ คนดู หรือ “ตลาด” ได้กลายเป็นผู้อุปถัมภ์ที่ทุกฝ่ายต่างยำเกรง เพราะเป็นผู้ที่ขึ้นชื่อต่อความสำเร็จของละครมากที่สุด ด้วยเหตุผลง่ายๆ ว่า หากละครเรื่องใดไม่ถูกใจคนดู สปอนเซอร์ก็จะถอน และทุกฝ่ายก็จะพากันขาดทุน ดังนั้นจึงมีงานศึกษาผู้ชมละครโทรทัศน์จำนวนมากและหลากหลายแง่มุมคำถาม ทั้งนี้พบว่างานศึกษาในช่วงคาบเวลา 10 ปี ล่าสุดตามที่โครงการวิจัยนี้กำหนดไว้ ปรากฏคำถามเรื่อง การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมละครโทรทัศน์มากที่สุด เช่น วิทยานิพนธ์ของ ไศลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ตริรัตน์ นิลรัตน์ (2536) นุชรี ตันตวิจิตร (2537) พระมหาชัยนาท อรรถบุตร (2544) หรือวิทยานิพนธ์ที่ข้ามฝั่งไปศึกษาถึงประเทศลาว โดย ผนูรัตน์ โกศัย (2545) เรื่อง “พฤติกรรมกรรมการรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคนลาวในเวียงจันทน์” และวิทยานิพนธ์ของ ธิดิรัตน์ อรรถนวงศกร (2544) ที่มุ่งตอบคำถามว่า ด้วยเงื่อนไขอย่างไรที่อาจทำให้แม่บ้านที่เป็นแฟนละครเลิกชมหรือลดความสนใจในละครเรื่องนั้นๆ ได้ ในด้านหนึ่งแล้วความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับตัวแสดงในละครโทรทัศน์มีส่วนสำคัญในเรื่องนี้อย่างมาก ดังอธิบายไว้ในวิทยานิพนธ์ของ นันทิพา วารวีระนิช (2543)

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาทัศนคติ แบบแผน และพฤติกรรมกรรมการชมละครโทรทัศน์ เช่น จินตนา รุ่งเจริญ (2539) ศึกษาทัศนคติของผู้ชมในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อผู้แสดงบทดีและผู้แสดงบทร้ายในละครโทรทัศน์ ปรวรรณ โลหะวัฒน์วงศ์ (2543) ศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจที่มีต่อละครโทรทัศน์ชุด “เจ้ากรรมนายเวร” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร อุทุมพร เลื่องลือเจริญกิจ (2540) ศึกษาแบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย และบทความของสมสุข หินวิมาน (2541) เรื่อง “บันทึกจากห้องนั่งเล่น: ข้อสังเกตเชิงวัฒนธรรมในการดูละครไทย”

ละครโทรทัศน์กับการขัดเกลาและผลกระทบทางสังคม

อาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์อุบัติขึ้นมาบนโลกพร้อมๆ กับความวิตกกังวลว่าเด็กหรือมวลชนคนโง่จะถูกล่อลวงในทางเสื่อม นี่เป็นทัศนะทั่วไปในกลุ่มผู้ปกครอง ผู้ทรงศีล และปัญญาชนทั้งหลายที่สืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ในนามของทฤษฎีว่าด้วยผลกระทบของสื่อที่เชื่อว่าคนดูจะเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมโดยฉับพลัน และทฤษฎีเรื่องอิทธิพลของสื่อในการปลูกฝังค่านิยมหรือพฤติกรรมที่จะค่อยๆ เปลี่ยนคนไปที่ละน้อยอย่างต่อเนื่อง จึงมักมีงานวิจัยที่หมกมุ่นอยู่แต่คำถามเรื่อง การเลียนแบบ ยาเสพติด การปล่อยตัวสำสอนมั่วเพศ และความก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งมักเป็นไป

ในลักษณะของการต่อยอดพื้นฐานความเชื่อเดิมแบบเหมารวม เช่น วิทยานิพนธ์ของ ประไพรัตน์ วีระพงศ์เศรษฐ์ (2542) เรื่อง "พฤติกรรมก้าวร้าวในรายการประเภทละครและภาพยนตร์ทางโทรทัศน์" นางลักษณีย์ ยิ้มศรวล (2544) เรื่อง "ระบบสัญลักษณ์ทางเพศในละครโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดเชื้อเอชไอวี" ณัฐพงษ์ กระแจ่ม (2545) เรื่อง "การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์" หรือ วรวิมล พงษ์ธีระพล (2545) เรื่อง "อิทธิพลของละครโทรทัศน์ที่มีต่อพัฒนาการทางจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย" ทั้งหมดนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ประมวลผลความชั่วร้ายด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

อย่างไรก็ดี มีงานศึกษาอยู่อีกจำนวนหนึ่งที่ไม่ได้เดินตามความเชื่อเรื่องอิทธิพลและผลอันเลวร้ายของสื่อแบบเหมารวมนัก แต่มุ่งศึกษาผลพวงที่ซับซ้อนจากละครโทรทัศน์มากกว่า เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง "ผลกระทบทางวัฒนธรรมของละครได้หวันทางโทรทัศน์ เรื่อง 'รักใสใสหัวใจ 4 ดวง' ที่มีต่อวัยรุ่นไทย" โดย พัลลภา วิชิตะกุล (2546) ถึงแม้ละครวัยรุ่นได้หวันเรื่องนี้จะก่อให้เกิดกระแสนิยมอย่างรุนแรงในสังคมไทย แต่จากการศึกษากลับพบว่า ละครเรื่องนี้มีอิทธิพลเป็นแม่แบบการใช้ชีวิตในระดับปานกลางเท่านั้น หรือวิทยานิพนธ์ของ นฤบดี วรรณาคม (2541) เรื่อง "ผลทางสังคมของภาพยนตร์จีนชุด 'เปาปุ้นจิ้น' ต่อผู้ชมในกรุงเทพมหานคร" เสนอว่า การมองเปาปุ้นจิ้นในฐานะแม่แบบในการดำรงชีวิต และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับเปาปุ้นจิ้นจะแตกต่างกันตามเพศและเชื้อชาติ

การศึกษาละครวิทยุ

การแสดงละครอย่างใหม่ไม่ได้มีเฉพาะแต่ในจอทีวีเท่านั้น หากแต่ยังส่งเป็นเสียงผ่านมาตามคลื่นในอากาศอีกด้วย กล่าวได้ว่าละครวิทยุทำให้คนตาบอดเท่ากับคนตาดีเพราะต่างก็ถูกจำกัดให้ต้องฟังเสียงแต่อย่างเดียว ละครวิทยุจึงมีบุคลิกพิเศษที่น่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามที่สืบค้นได้ในปัจจุบันพบงานศึกษาละครวิทยุของไทยในจำนวนน้อยมาก โดยงานที่ผลิตขึ้นหลังจาก พ.ศ. 2536 คณะผู้วิจัยพบงานศึกษาที่ผลิตขึ้นหลังจากปี 2536 เพียง 2 ชิ้นเท่านั้น คือ งานศึกษาวิถีชีวิตประจำวันที่แสดงออกทางวาทกรรมในละครวิทยุคณะ "เกศทิพย์" พ.ศ. 2536 โดย ศิวะพร หงษ์จินดาเกศ (2537) และงานศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารและการพัฒนาของละครวิทยุกระจายเสียงในเขตกรุงเทพมหานคร โดย จักรวีรัตน์ พงศ์พัฒนาการ (2543) ส่วนงานที่ไม่ได้ศึกษาละครวิทยุโดยตรงได้แก่ วิทยานิพนธ์ของ ขจีรัตน์ หินสุวรรณ (2542) ศึกษาผลงานการเขียนบทละครวิทยุและโทรทัศน์ของสมสุข กัลย์จาฤก

ดารานักร้อง และแฟนคลับ

คณะผู้วิจัยได้กล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ และอุตสาหกรรมร้องรำทำดนตรีไปแล้ว ที่กล่าวถึงไปนั้นก็ครอบคลุมในทุกมิติของปัญหาเท่าที่ได้มีการศึกษาไว้ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ที่ตัวบทหรือเนื้อหา และการวิเคราะห์ผู้ชม-ผู้ฟัง อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยเห็นว่าหากขาดซึ่งการพิจารณาในประเด็นที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้ อาจหมายถึงการละเลยแก่นกลางของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไปอย่างไม่อาจจะให้อภัยได้ นั่นก็คือเรื่องของ ดารานักแสดง นักร้อง และแฟนคลับ¹⁵

น่าสนใจว่าการศึกษานี้ หากไม่เป็นที่ที่ยังใหม่อยู่สำหรับสังคมไทยก็คงเป็นเรื่องที่นักวิชาการไทยไม่ให้ความสนใจมากนัก เพราะพบบางงานศึกษาในหัวข้อนี้ไม่มากนัก อีกทั้งงานศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งตอบคำถามพื้นฐานเป็นหลัก เช่น งานศึกษากระบวนการและปัจจัยในการคัดเลือกนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย โดย ปาริฉัตร เสวตเศรณี (2541) งานศึกษาอิทธิพล ผลกระทบ และการเลียนแบบดารานักแสดง เช่น พนมศักดิ์ ปากหวาน (2544) ศึกษากรณีใช้ดารานักแสดงเป็นต้นแบบเพื่อแก้ปัญหายาเสพติด หรือพงษ์เดช ศรีเลิศดี (2544) ศึกษาการเลียนแบบ “พฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ” ของนักเรียนมัธยมศึกษาจากนักแสดงในละครโทรทัศน์¹⁶ หรืองานที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับดารานักแสดงหรือผลงานภาพยนตร์/ละคร เช่น นันทิพา วาจิระนิช (2543) ศึกษา “ความสัมพันธ์ทางสังคมกึ่งความจริง” ระหว่างผู้ชมกับตัวแสดงในละครโทรทัศน์ไทย ในกรณีของแฟนคลับนั้นพบบางงานศึกษาที่เกี่ยวข้องบ้างเพียงเล็กน้อย เช่น เกศินี ศิลปี (2539) ศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีเนี่ยมิก แทนใจ โพธิ์แทน (2545) ศึกษาจุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดารานักแสดงและทีวีพูล หรือ สโรบล วิบูลย์เสข (2547) ศึกษานโยบายการบริหารรายการ และหลักการคัดเลือกละครเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปฏิบัติการตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ

ในกรณีงานศึกษาเรื่องนักร้องหรือวงดนตรีที่ออกขายผลงานเพลง แม้ยังคงให้ความสนใจกับคำถามพื้นฐานแต่ก็มีแนวโน้มที่จะเจาะลึกลงไปในเรื่องละเอียดมากขึ้น เช่น พัชรดา วัฒนา (2536) ศึกษาการนำแนวคิดการตลาดและสื่อมวลชนเข้ามาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์หรือสร้างความมีชื่อเสียงให้กับนักร้องนักดนตรี งานศึกษาเฉพาะประเด็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับนักร้องนักดนตรี เช่น ยุคลรัตน์ เจตนาธรรมจักร (2537) ศึกษากรณีบริษัทคีตาเรคคอร์ดสจำกัด อนุรักษ์

¹⁵ กลุ่มผู้ชม-ผู้ฟัง ที่คลั่งไคล้มากกว่าผู้ชม-ผู้ฟังอื่นๆ

¹⁶ ศึกษา อธิบาย และประเมินผลการเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิรกุล (2537) ศึกษากรณีบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด อุไรรัตน์ วิตตานนท์ (2543) ศึกษากรณีบริษัท อาร์เอส. โปรโมชัน 1992 จำกัด ประเสริฐ ช่วยแก้ว (2543) ศึกษาพัฒนาการ ภาพลักษณ์ของนักร้องลูกทุ่งไทย รวมทั้งงานศึกษาที่ใช้อุปมาเรื่องการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมใน กรณีของวงการดนตรีอย่างตรงตัว เรื่อง “กระบวนการผลิตนักร้องอุตสาหกรรมเพลงไทย” โดย เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล (2544) และเนื่องจากการขายงานเพลงได้ถูกอุปมาเคียงเคียงกับอุตสาหกรรม ทั่วไป วงการดนตรีจึงกลายเป็นกรณีศึกษาในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ไปด้วย เช่น งานศึกษาของ วัฒนีย์ พานิชกุล (2538) “ค่าเช่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเพลง: กรณีศึกษาส่วนแบ่งระหว่าง ค่ายเพลงกับนักร้อง”

งานศึกษาคความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังกับตัวนักดนตรีและผลงานดนตรี รวมทั้งงานศึกษา แพนเพลงหรือแฟนคลับในวงการดนตรีเท่าที่พบในปัจจุบัน เช่น “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” โดย ณัฐพร พานิช (2539) “อิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้อง แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ต่อ เยาวชน” โดย ณจิต ดีปานวงศ์ (2539) “อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของ วิทยุคนไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น” โดย วิจารณ์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) “ศิลปินเพลงไทยและ เครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ” โดย เจษฎา รัตนเขมากร (2541) และงานศึกษาที่อาจช่วย ยืนยันได้ว่าปรากฏการณ์แฟนคลับเกิดขึ้นได้กับแฟนเพลงทุกวัย เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง “เครือข่าย การสื่อสารกลุ่มและบทบาทในการอนุรักษ์เพลงสุนทราภรณ์ ของกลุ่มอนุรักษ์เพลงและลีลาศสุนท ราภรณ์” โดย ตติยา เลหาตีรานนท์ (2543)

ร้องรำทำเพลง

การศึกษาตลาด คนทำ และคนฟังเพลง

ในบรรดาสื่อบันเทิงสมัยใหม่ที่ได้รับความสนใจจากวงวิชาการมากที่สุด นอกจาก ภาพยนตร์แล้วก็เห็นจะเป็นดนตรีหรือเพลงนี้เอง อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาเพลงและดนตรีสมัยใหม่ เป็นจุดเริ่มต้นของมโนทัศน์สำคัญของวงวิชาการวัฒนธรรมในปัจจุบัน นั่นคือ “อุตสาหกรรม วัฒนธรรม” ดังที่ได้กล่าวถึงบ้างแล้วในบทที่ 1 และในขณะเดียวกัน ด้วยการศึกษารื่องเพลงนี้เอง ที่นำมาซึ่งข้อวิพากษ์และข้อเสนอใหม่ๆ ต่อแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมากมาย ซึ่งสร้างความ คึกคักให้กับวงวิชาการวัฒนธรรมตลอดมา ในแง่นี้ ประวัติศาสตร์การศึกษาเพลงสมัยนิยมจึงเต็ม ไปด้วยตัวละคร เรื่องราว จุดหักเหทางทฤษฎี คำถาม และประเด็นศึกษามากมาย เช่นเดียวกับ การศึกษาเพลงและดนตรีสมัยนิยมในประเทศไทยที่ดูเหมือนจะมีความก้าวหน้าและหลากหลาย

อยู่บ้างตามสมควร ในที่นี้จะขอสรุปภาพรวมประเด็นศึกษาและยกตัวอย่างงานประกอบ โดยจะเริ่มต้นจากกลุ่มงานศึกษาเพลง/ดนตรีสมัยนิยมในมิติทางเศรษฐกิจ ธุรกิจ และการตลาดในอุตสาหกรรมเพลงไทย

แม้ธุรกิจเพลงไทยจะมีขนาดใหญ่โตไม่น้อยและเคยพุ่งสวนกระแสเศรษฐกิจล่มในปี 2540 ไปแต่มูลค่าตลาดที่ 6,000 ล้านบาทแล้ว¹⁷ แต่กลับพบงานศึกษาในมิติทางเศรษฐกิจน้อยมาก โดยพบงานศึกษาภาพรวมธุรกิจเพลงไทยเพียง 1 ชิ้น โดย สมกมล ลิ้มปิชัย (2532) งานศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจเพลงลูกทุ่ง 1 ชิ้น โดย ฉกาจ ราชบุรี (2537) พบงานศึกษาค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ของไทยเพียงกรณีละชิ้น คือ ทรงศิริ โควินท์ (2538) เรื่อง “นโยบายและการวางแผนธุรกิจบันเทิงในรูปแบบสื่อครบวงจร: ศึกษากรณี บริษัทแกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และบริษัทในเครือ” และ งานศึกษาประวัติศาสตร์การดำเนินธุรกิจของค่ายเพลงอาร์เอส โดย เจทูเค (2545) และงานศึกษาเรื่องการจัดคอนเสิร์ตเพียง 1 ชิ้น โดย ศิริมา ลิ้มวิริยะเลิศ (2541) นอกจากนี้พบงานศึกษาปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ในอุตสาหกรรมดนตรีเพียง 1 ชิ้น โดย อรสา ลีลาทวิวุฒิ (2539) ทั้งนี้ พบงานศึกษาอุตสาหกรรมดนตรีไทยผ่านแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมชั้นแรกๆ ของวงวิชาการไทยในปี 2538 โดย วิริยะ สว่างโชติ ในบทความชื่อ “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมแบบใต้ดิน” กับการ ‘รื้อฟื้น’ ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค” ซึ่งจะขอกล่าวถึงโดยละเอียดอีกครั้งในบทที่ 4

งานศึกษา การทำประชาสัมพันธ์ หรือการวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมเพลงในระดับวิทยานิพนธ์มีจำนวนไม่มากนัก เช่น วิทยานิพนธ์ของ ประยูทธ วรรณอุดม (2540) เรื่อง “บทบาทและการดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนในการส่งเสริมหมอลำ” พรพรรณ เอกเพชร (2543) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจเพลงไทยสากล” พรพิมล ตันพานิชกุล (2544) เรื่อง “การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)” ปานันท์ หงษ์น้อย (2546) เรื่อง “กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลง ‘แบงคอกเรดิโอ’ ” หรือแม้กระทั่งวงการที่อ้างตัวว่าเป็น “อินดี้” (independent artist) ที่มักเข้าใจกันโดยทั่วไปว่าเป็นศิลปะอิสระซึ่งไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของเงินและความต้องการของตลาด แต่กลับปรากฏงานวิทยานิพนธ์เรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเพลงไทยอิสระ” โดย ชนะบุญ พึ่งคุณพระ (2543) ซึ่งช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความยกย่องทางธุรกิจของการอ้างถึงความอิสระได้เป็นอย่างดี

¹⁷ โปรดดู บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด, “ธุรกิจเพลงปี44: ปรับตัวรับกระแส,” กระแสทรรศน์ 6: 953 (พฤศจิกายน, 2543).

ทั้งนี้รายการเพลงทางวิทยุและโทรทัศน์ดูเหมือนจะได้รับความสนใจอยู่บ้าง ทั้งนี้เพราะเป็นช่องทางสำคัญในการโฆษณาขายสินค้าเพลง โดยมีคำถามหลักเพียงสองคำถาม คำถามแรกคือ มีการจัดคิวเพลงเพื่อเปิดออกอากาศอย่างไร เช่น วิทยานิพนธ์ของ ยกจริง ปลดเปลื้อง (2536) และ วุฒิธร มิลินทจินดา (2545) คำถามที่สองคือ นักจัดรายการเพลงวิทยุหรือดีเจ (disc jockey) มีวิธีในการสร้างหรือรักษาชื่อเสียงในการจัดรายการอย่างไร เช่น วิทยานิพนธ์ของ ฤทัย ก้าแพ (2539) และ ไพโรจน์ เทวินบุรานวงศ์ (2544) ศึกษากรณีดีเจในค่าย เอ-โทมัส มีเดีย อำนวยพร สรรพदानนท์ (2545) ศึกษากรณีดีเจในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ประเด็นเรื่องบทบาทของดีเจที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงหรือก่อรูปพฤติกรรมของผู้ฟังซึ่งเป็นข้อถกเถียงใหญ่ตลอดมาในวงวิชาการ กลับปรากฏมีเพียงวิทยานิพนธ์ชิ้นเดียวที่ทำการศึกษา นั่นคือ งานของ วีระ พัทธวีวัฒนการ (2541) เรื่อง "บทบาทด้านสังคมประภคิตของนักจัดรายการเพลงไทยสากล" ในส่วนของรายการเพลงทางโทรทัศน์นั้นนอกจากจะเป็นช่องทางสำคัญในการโฆษณาขายสินค้าเพลงแล้ว ในกรณีของมิวสิควิดีโอยังเป็นสินค้าเพลงชนิดใหม่ที่ขายมาพร้อมทั้งภาพและเสียง ซึ่งเปลี่ยนวิถีการสร้างและเสิร์ฟสินค้าเพลงไปเป็นอย่างมาก ดังได้อธิบายไว้ในบทความของ อมรรรัตน์ ทิพย์เลิศ ทั้งสองชิ้นคือ "เพลง: ความเป็นมนุษย์ สาระชีวิต และมิวสิควิดีโอ" (2544) และ "มิวสิควิดีโอ: เต็มใจที่จะเจ็บ ไม่เคยเจ็บในรัก" (2545)

กล่าวได้ว่างานศึกษาอุตสาหกรรมเพลงในมิติทางเศรษฐกิจ เรื่องของผู้ซื้อหรือผู้ฟังเป็นประเด็นศึกษาที่ได้รับความสนใจมากที่สุด โดยคำถามยอดนิยมในเรื่องนี้คือ คนฟังเพลงอย่างไร ฟังแล้วรู้สึกอย่างไร ฟังแล้วจะซื้อหรือไม่ และถ้าซื้อจะซื้ออย่างไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ฯลฯ ซึ่งล้วนสะท้อนถึงความพยายามแสวงหาคำอธิบายเพื่อขายของเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจแบ่งงานศึกษาออกได้เป็นสามกลุ่มย่อยตามคำถามหลักของงาน ได้แก่ งานศึกษาพฤติกรรมซื้อ ความพึงพอใจ และงานศึกษาการฟังเพลงหรือบริโภคเพลงในฐานะปฏิบัติการที่เชื่อมโยงกับปฏิบัติการทางสังคม-วัฒนธรรมอื่นๆ

งานศึกษาพฤติกรรมซื้อสินค้าเพลงสามารถแยกย่อยได้เป็นสองกลุ่ม คือ การซื้อเทปและการซื้อซีดีเพลง งานศึกษากรณีเทปเพลงได้แก่ สำอางค์ ผลไม้ (2535), อรรถพร กงวิไล (2538), จิตติณี ธรรมพัตรกุล (2540), กร พุ่มดอกมะลิ (2543), เตือนจิตต์ มุ่งสังเกตุ (2543), วิวัฒน์ เล็งกลิ่น (2545) งานศึกษากรณีซีดีเพลงได้แก่ จันทร์จิรา วีระบุทธิวิไล (2544) และสุธาทิพย์ แซ่ลิ้ม (2545) ทั้งนี้พบงานศึกษาเรื่องการเลือกซื้อสื่อเพลงสำหรับเด็กของผู้ปกครองด้วย โดยภากร ไคร์ครวญ (2544)

งานศึกษาเรื่องการบริโภคและความพึงพอใจสินค้าเพลง เช่น พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน (2536), ตุลย์ บุญชัย (2540), จิราวรรณ กาญจนานันท์ (2540), สุดารัตน์ เสวตะโสภณ (2541), รุ่ง

ฤดี ห่อนาค (2541), มนฤดี ธาดาอำนาจชัย (2541)¹⁸, พรทิพย์ ท้วมเจริญ (2536), นุจรี ดวงแก้ว (2542), ศลิสนา ภูเอี่ยม (2546) และ ดารากาญจน์ ทองลิ้ม (2546)

งานกลุ่มสุดท้ายค่อนข้างแตกต่างจากงานสองกลุ่มแรกในแง่ที่ว่า มุ่งเข้าใจการฟังเพลง ในฐานะปรากฏการณ์ที่มีหน้าที่หรือมีความหมายทางวัฒนธรรม รวมทั้งศึกษาว่าการฟังเพลงมีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือเชื่อมโยงกับปฏิบัติการหรืออุดมการณ์อื่นใดอีกบ้าง เช่น งานศึกษาอัตลักษณ์ของวัยรุ่นจากการใช้สื่อคาราโอเกะ โดย ทิพย์ธิดา เกษะนันท์ (2541) งานศึกษาร้านอาหารที่มีดนตรีสดในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่หลอมรวมอัตลักษณ์และรสนิยมทางดนตรีของคนเมืองบางกลุ่ม โดย นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย (2547) งานศึกษาการสร้างความเป็นจริงเรื่องความรักของวัยรุ่นไทย โดย ศรัณย์ รักสัตย์มัน (2547) หรืองานศึกษาของ กรพินธุ์ จารูวร (2541) เรื่อง “ดนตรีไทยร่วมสมัยกับอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”

การศึกษารูปแบบ เนื้อหา การสื่อความ และภาพตัวแทนในบทเพลง

งานในกลุ่มที่สองมุ่งศึกษาที่ตัวเนื้องานเป็นหลัก โดยแบ่งออกได้เป็นสามกลุ่มย่อย ได้แก่ งานศึกษากระบวนการสื่อความหรือกลวิธีการนำเสนอ งานวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหา และงานวิเคราะห์ภาพของเพศที่ปรากฏในบทเพลง ตัวอย่างงานศึกษากลวิธีการนำเสนอ เช่น งานวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอของค่ายแกรมมี่ โดย จตุรงค์ ดวงมณี (2539) งานศึกษารูปแบบและการใช้ภาษาในวรรณกรรมเพลงยอดนิยม โดย ปาริชาติ วินิจ (2542) งานศึกษาวาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม โดย อภิรดี ภูภิรมย์ (2543) หรืองานศึกษากลวิธีการตั้งชื่อเพลงลูกทุ่ง โดย สุภัทร แก้วพัตร (2546) ทั้งนี้มีงานวิเคราะห์การนำเสนอความหมายของอัลบั้มเพลงผ่านปกเทปซึ่งน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง คือ บทความของ Deborah Wong, (1995) เรื่อง “Thai Cassettes and Their Covers: Two Case Histories” โดยศึกษาความหมายและวาทศิลป์ในการสื่อความที่แตกต่างอย่างยิ่งระหว่างปกเทปเพลงไทย “ขลุ่ย: ลมพัดชายเขา” และปกเทปเพลงของร็อคเกอร์หญิงยอดนิยม อัญชลี จงคดีกิจ อัลบั้ม “หนึ่งเดียวคนนี้”¹⁹

¹⁸ นี่เป็นวิทยานิพนธ์ชิ้นที่สองของเธอในรอบสองปี; โปรดเทียบกับ มนฤดี ธาดาอำนาจชัย, “พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539).

¹⁹ งานศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสไตล์เพลงและการออกแบบลายเส้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน และมีการศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจังในระดับปริญญาโท เช่น ผลงานวิทยานิพนธ์เรื่อง จิตรกรรม สีสัน, “การใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตเพื่อสื่อความหมายทาง

กลุ่มต่อมาได้แก่งานศึกษาเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ข่าวสาร หรือเรื่องราวในบทเพลง เช่น ศุภยง พันธุมโกมล (2537) ศึกษาการเชื่อมโยงเนื้อหาของเพลงไทยลูกทุ่งยอดนิยม สบีน ต้นโสภณ (2538) ศึกษาเนื้อหาและวิธีสร้างความตลกในเพลงลูกทุ่งแนวขำขัน กุลวรา ชูพงศ์ไพโรจน์ (2539) ศึกษาเรื่องเล่าในเพลงไทยลูกทุ่ง เอกฉัตร ประวงษ์ (2545) วิเคราะห์หลักจริยธรรมในเพลงสุนทราภรณ์ ชูติมา เพ็งสุทธิ (2545) วิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับสถาบันครอบครัวในเพลงไทยสากล และธีระวัฒน์ ประกอบบุญ (2546) วิเคราะห์เนื้อหาเพลงเพื่อชีวิตในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540 งานศึกษาเนื้อหาบทเพลงอีกส่วนหนึ่งมุ่งเพื่อถอดรหัสความหมายที่แฝงเร้นหรือตีความนัยต่างๆ ในบทเพลง เช่น วิทยา พานิชล้อเจริญ (2543) ศึกษาการสร้างความรักยุคหลังสมัยใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากล หรือ ลำเนา เอี่ยมสะอาด (2539) ที่วิเคราะห์อุดมการณ์ที่ปรากฏในเพลงรักคไทย

การวิเคราะห์สิ่งแฝงเร้นที่นิยมกระทำกันมากอีกเรื่องหนึ่งในการศึกษาบทเพลงก็คือ การศึกษาเพศสภาพหรือภาพของเพศที่ถูกนำเสนอผ่านบทเพลง เพื่อมุ่งอธิบายว่าภาพของเพศทั้งสองของมนุษย์ถูกต่อยอดหรือปรุงแต่งอย่างไร แอบแฝงอคติหรือซ่อนกับดักความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่กดขี่ไว้ได้อย่างไรบ้าง ตัวอย่างเช่น วิทยานิพนธ์ของ อมรรัตน์ รัตนภาสุร (2534) เรื่อง "การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยมระหว่างปี พ.ศ.2531-2533" มิตรภรณ์ อยู่สถาพร (2539) เรื่อง "การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2527 - 2539" โสภัทร นาสวัสดิ์ (2545) เรื่อง "การแสดงออกทางเพศของสตรีผ่านบทเพลงไทยสากลยอดนิยม ปี 2543" หรือ นันดา วีรวิทยานุกูล (2541) เรื่อง "การวิเคราะห์ภาพผู้หญิงที่ปรากฏในเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งระหว่างปี พ.ศ. 2525-2540"

การศึกษาสุนทรียภาพของบทเพลงและอัจฉริยภาพของนักประพันธ์

งานในกลุ่มที่สามนี้สะท้อนมุมมองการศึกษาเพลง-ดนตรีในเชิงตัดสินคุณค่าด้วยคำว่า "สุนทรียะ" ซึ่งแน่นอนว่าส่วนใหญ่ย่อมเป็นสุนทรียะตามแบบกระแสหลักที่ได้สถาปนาจนเป็นความจริงแล้ว เช่น งานศึกษาสุนทรียะทางภาษาในเพลงสุนทราภรณ์ โดย เด่นศิริ สิ้นสืบผล (2542) งานศึกษาเพื่อเชิดชูเพลงสุนทราภรณ์เยี่ยมผลงานดนตรีอมตะโดย พิชญ์สินี บำรุงนคร (2543) แม้กระทั่งงานศึกษาการสร้างสรรคของศิลปินในแนวดนตรีวิวัฒน์หรือโปรเกรสซีฟร็อคโดย นันทสิทธิ์ กิตติวรากุล (2544) หรืองานวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แบบหลัง

ดนตรีคลาสสิกในแต่ละยุค," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาานฤมิตศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545). หรือ นัยนา หอมแหม่ม, "การประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตเพื่อวัฒนธรรมฮิปฮอป," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาานฤมิตศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547).

สมัยใหม่ ของนิโบล โควาพิทักษ์เทศ (2535) ก็ไม่ได้ทำทายนิยามหรือวิเคราะห์ถึงอำนาจ-
การเมืองว่าด้วยเรื่องสุนทรียะของบทเพลงที่ดีแต่อย่างใด

เมื่อมองผลงานดนตรีในฐานะสิ่งมีค่าจึงจำเป็นต้องชื่นชมหรือหาผู้สร้างสรรค์มารับผิดชอบ
ความดีงามนั้น การพูดถึงคุณค่าของบทเพลงจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องพูดถึงพลังความสามารถ
ทางศิลปะที่สร้างสรรค์ขึ้นด้วยศิลปินนักประพันธ์ เช่น งานวิเคราะห์วรรณกรรมเพลงและงานศึกษา
บทบาทของเรวัต พุทธิพันธ์ ต่อวงการเพลงป๊อปไทยโดย สุกัญญา โกมุทมาศ (2542) และ Prit
Patarasuk (2004) อย่างไรก็ตามงานศึกษาส่วนใหญ่มักพุ่งเป้าไปที่นักประพันธ์เพลง
ลูกทุ่งหรือลูกกรุงเป็นส่วนใหญ่ เช่น ประณต มีสอน (2538) ศึกษาชีวิตและผลงานของ นารถ ถาวร
บุตร ประชุม บุญน้อย (2538) ศึกษาผลงานของ พร ภิรมย์ นัจนันท์ พฤษไพบูลย์ (2540) ศึกษา
ผลงานของสง่า อาร์มภีร์ ขจร ฝ่ายเทศ (2540) ศึกษาผลงานเพลงของลพ บุรีรัตน์ สหะชัย วิวัฒน์
ปฐพี (2542) ศึกษาชีวิตและผลงานเพลงของสุรพล สมบัติเจริญ พจี บำรุงสุข (2543) ศึกษาชีวิต
และผลงานเพลงชีวิตของคำรณ สัมบุณณานนท์ หรืองานวิเคราะห์แนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม
ในบทเพลงของชินกร ไกรลาศ โดย สงสุข ภาแก้ว (2546)

การวิเคราะห์มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของบทเพลง

งานในกลุ่มสุดท้ายมุ่งวิเคราะห์เพลง-ดนตรีในเชิงสังคม-วัฒนธรรมเป็นหลัก เช่น
บทความเรื่อง “เพลงลูกทุ่งในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทย” ในปี 2528 ของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ ที่มุ่ง
ทำทายนิยามกระแสหลักโดยเสนอว่า แทนที่เพลงลูกทุ่งจะเป็นผลงานใสซื่อไร้เดียงสาที่
สะท้อนจิตวิญญาณของท้องทุ่งและคนชนบท เพลงลูกทุ่งกลับเป็นผลผลิตของเมืองที่มุ่งส่งสารเพื่อ
เปลี่ยนชนบทให้ไต่ทันตามความต้องการของเมืองต่างหาก หรือบทความในปี 2532 ที่ศึกษาความ
แตกต่างระหว่างเพลงปฏิบัติแบบคาราวานและเพลงเพื่อชีวิตแบบคาราบาว ที่นำมาซึ่งผู้ฟังและวิถี
การฟังสองแบบซึ่งต่างกันอย่างสุดขั้ว โดย นิธิ เอียวศรีวงศ์ อีกเช่นกัน²⁰

ในกรณีของคาราโอเกะซึ่งนอกจากจะหมายถึงการร้องเพลงเล่นคลอดนตรีแท้แล้ว
สำหรับคนไทยบางกลุ่มยังหมายถึงตุ๊กตาคำประเพณีและสาวนั่งเครื่อง ซึ่งมิได้สนใจศึกษาด้านนี้

²⁰ “เพลงลูกทุ่งในประวัติศาสตร์วัฒนธรรมไทย” พิมพ์ครั้งแรกใน *ศิลปวัฒนธรรม*, 6: 6
(เมษายน, 2528) ถือเป็นการเล่นข้อทำทายนิยามที่หยุดนิ่งมากกว่า 20 ปี เพราะไร้ซึ่งการถกเถียง
และละทิ้งอย่างไม่ไยดีจากวงวิชาการด้านคติชน มานุษยวิทยา หรือดนตรีวิทยาโดยสิ้นเชิง;
“คาราวาน หรือ คาราบาว เหลลา-สด-ไม่เนื่อ” พิมพ์ครั้งแรกใน *ศิลปวัฒนธรรม*, 11: 2 (ธันวาคม,
2532); บทความทั้งสองรวมพิมพ์ใหม่อีกครั้งเมื่อปีพ.ศ. 2538 ในหนังสือ *โชน, คาราบาว, น้ำเน่า
และหนังไทย*

ด้วย เช่น วิทยานิพนธ์มานุษยวิทยาของขวัญฤทัย จ่างจำรัส (2543) เรื่อง "การถูกกดทอนความเป็นมนุษย์ และการตอบโต้โดยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของสาวคาราโอเกะ" หรืองานวิจัยของรัตนาพล พรพิพิธ (2546) เรื่อง "จากเด็กหญิงท้องถื่น สู่วางงามคาราโอเกะ" นอกจากนี้ มีงานอีกกลุ่มหนึ่งที่สนใจเรื่องอิทธิพลของเพลงต่อผู้ฟัง เช่น วิทยานิพนธ์ของ สมคิด ศรัทธาสมบุญ (2543) เรื่อง "อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอในฐานะโฆษณาแฝงที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น" วิชารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ (2544) เรื่อง "อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น" และธิดารัตน์ รักประยูร (2545) เรื่อง "การเผยแพร่วัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย"

ตลก

เมื่อพูดถึงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม หลายคนย่อมคิดถึงความบันเทิงก่อนสิ่งใด และเมื่อพูดถึงความบันเทิง หลายคนก็มักจะคิดถึง "เสียงหัวเราะ" ก่อนเป็นอันดับแรก แต่เมื่อพูดถึงเสียงหัวเราะ เรื่องเบาๆ สุข สนุก คลายเครียด หรือเรื่องย่นดีปรีดาอาจไม่ใช่สิ่งแรกที่ท่านนึกถึงอีกต่อไป เพราะหลายครั้งที่เสียงหัวเราะอาจหมายถึงการประกาศอำนาจ การเหยียดหยัน หรือแม้กระทั่งการหลอกแก้งให้เข้าใจผิด ในแง่นี้ เรื่องตลก จึงไม่ตลกเอาเสียเลยเมื่อต้องศึกษาเพื่อให้เข้าใจอย่างจริงจัง

ความไม่ตลกในการศึกษาเรื่องตลกอาจสะท้อนได้จากจำนวนงานวิจัยของไทยในเรื่องนี้ที่มีน้อย อีกทั้งคำถามก็ยังเป็นไปในระดับพื้นฐานเช่น งานวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอมุขตลกของรายการตลกและเทปวิดีโอตลก โดย เมธา เสรีธนาวงศ์ (2539) งานศึกษาการแสดงตลกในวิดีโอเทปตลก โดย วีระ แก่นเพชร (2539) งานศึกษาการสื่ออารมณ์ขันของนักแสดงในรายการก่อนบ่ายคลายเครียด โดย ชนัญญา ไยลลอ (2544) งานศึกษาพัฒนาการการแสดงของตลกที่มีชื่อเสียง เช่น ล้อต๊อก โดย กุลเชษฐ เล็กประยูร (2540) งานศึกษาการแสดงของตัวตลกหมอลำหมู่ โดย วราพร แก้วใส (2544) หรืองานศึกษา การรับรู้-ความเข้าใจ-การใช้ประโยชน์-ความพึงพอใจ มุขตลกของเน็ต อุดม แต่พานิช โดย โปรแกรม SPSS และ อัจฉรา ยุตตานนท์ (2541)

อย่างไรก็ดี แม้พบงานศึกษาที่มีความพยายามเชื่อมโยงเรื่องของตลกสู่ประเด็นคำถามอื่นๆ เช่น ขจรเกียรติ มะกรทัต (2539) ศึกษาการสื่อความหมายเรื่องเพศในวิดีโอเทปตลก แต่ขจรเกียรติ ก็ศึกษาเพียงว่าวิดีโอเทปตลกสื่อเรื่องเพศอย่างไร แต่ไม่ได้ศึกษาว่า ทำไมหรือเหตุใด วิดีโอตลกจึงต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ หรือมีวิธีการที่ล่อแหลมต่อปมศีลธรรมของผู้มีศีลธรรมจัดในสังคม

หรือคำถามเช่น เหตุใด ศีลธรรมบางชุดจึงมีพลังในการชี้บอกว่าอะไรควรดูหรือไม่ควรดู หรือเราควรจะทำเรื่องเพศกันอย่างไร

รายการโทรทัศน์และวิทยุ

ตามที่ได้เคยกล่าวไปแล้วว่า นอกจากโทรทัศน์จะถูกกำหนดให้เป็นเครื่องมือทางการเมืองของรัฐบาล โทรทัศน์ยังมีบทบาทเป็นศูนย์รวมความบันเทิงของสังคมอีกด้วย ไม่ใช่แค่เพียงละครโทรทัศน์เท่านั้น แต่รายการโทรทัศน์เกือบทั้งหมดล้วนตั้งอยู่บนเป้าหมายเพื่อความบันเทิง ส่วนใหญ่มักอธิบายว่า เจ๊อนไซฟ์ทีวีแบบในเมืองไทยนั้น เอาเข้าจริงเพราะมีผู้จ่ายเงินแทนผู้ชมทั้งหลาย คนเหล่านั้นก็คือบรรดาบริษัทห้างร้านเจ้าของสินค้านั่นเอง และมักอ้างกันต่อไปว่า บริษัทเจ้าของสินค้าทั้งหลายนี้เองที่คอยผลักดันความบันเทิงออกมาเพื่อหลอกล่อผู้ชมจนสิ้นเงิน ตั้งแต่รายการสนทนา เกมโชว์ ไปจนกระทั่งการทำข่าวให้เป็นเรื่องบันเทิงยามเช้า ดังนั้นวงจรความบันเทิงจึงถูกหล่อเลี้ยงด้วยเม็ดเงินของการโฆษณา

คำอธิบายนี้เหมือนจะตอบคำถามได้อย่างชัดเจน แต่กลับล้มเหลวในการอธิบายว่าทำไมความบันเทิงจึงสามารถกำหนดทิศทางรายการเกือบทั้งหมดของโทรทัศน์ เพราะเพียงแค่หากผู้ชมต้องการดูรายการชนิดอื่น เจ้าของสินค้าก็พร้อมจะไล่ตามสนับสนุนรายการประเภทใดๆ ก็ได้ที่สามารถครอบคลุมนกลุ่มเป้าหมายของพวกเขา แต่ทำไมทุกฝ่ายจึงยังคงวนเวียนอยู่ที่ความบันเทิง จนทำให้รายการบันเทิงโทรทัศน์ครองสัดส่วนสูงสุดในการออกอากาศตั้งแต่เมื่อแรกก่อตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 4 บางขุนพรหม²¹ และโดยเฉพาะในกรณีของเคเบิลทีวีที่ผู้ชมยอมจ่ายค่าสมาชิกด้วยตัวเองเพื่อซื้อความบันเทิงมาชมที่บ้าน นี่เป็นคำถามที่ทุกฝ่ายต่างเพียรพยายามตอบตลอดมา ในที่นี้จะขอสรุปภาพรวมการศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงของวงวิชาการไทย โดยเริ่มต้นจากกลุ่มงานศึกษาในมิติทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และกฎหมาย

²¹ สนิทธี สิทธิรักษ์ (2533) อธิบายว่า รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่อง 4 บางขุนพรหมในช่วง 2 ปีแรกมีรายการบันเทิงในสัดส่วนสูงที่สุดถึง 50% รองลงไปที่รายการการศึกษา 20% ข่าว 10-18% และโฆษณา 20-12% ทั้งนี้รายการบันเทิงมี ภาพยนตร์เรื่องยาวและภาพยนตร์ชุดจากต่างประเทศ ละคร หุ่นกระบอก การ์ตูน และดนตรี เป็นต้น

การศึกษาตลาด การผลิต และการขายรายการโทรทัศน์

เมื่อโทรทัศน์เป็นชุมทรัพย์รายได้มหาศาล จึงมีผู้เข้าแย่งชิงหรือแข่งขันกันอย่างดุเดือด งานศึกษาในมิติทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และกฎหมายจึงจำเป็นต่อการอธิบายเรื่องของโทรทัศน์ ในแง่นี้ เช่น งานศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมรายการโดยผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์ โดย วิลาวัลย์ เอื้อบุญธานนท์ (2536) งานศึกษาสภาวะการแข่งขันและมาตรการควบคุมในอุตสาหกรรมสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดย พรรณศรี พัฒนเกียรติ (2542) งานศึกษาโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์และพฤติกรรมผู้ประกอบการ โดย โชคชัย ลีลาภัทรพันธุ์ (2545) งานศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย โดย วรุต ศรีสมัย (2545) งานศึกษาโครงสร้างและแนวโน้มตลาดอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทยหลังการปฏิรูปสื่อฯ โดย เศรษฐบุตร มฤตจินดา (2546) หรืองานวิจัยเรื่อง "โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุและโทรทัศน์" โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2546)

ในกรณีของเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ที่สมาชิกต้องจ่ายเงินเพื่อดูก็มีงานศึกษาในประเด็นนี้ออกมาอยู่พอสมควร เช่น งานศึกษาพัฒนาการของเคเบิลทีวีในเมืองไทยโดย เมธี มีมุข (2536) งานศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวีในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม โดย ปรียานุช ห่องสำเร็จ (2538) งานศึกษาการบริหารรายการโทรทัศน์เคเบิลทีวี ไอบีซี โดย ศรัณญา อิมอุดม (2538) งานศึกษาปัญหาด้านนโยบายในการกำกับดูแลเคเบิลทีวี โดย พรพัฒนา สิงคเสลิต (2539) งานศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเคเบิลทีวีของไทย โดย วิทเยนทร์ แสงห้าว (2541) งานศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและการให้บริการของเคเบิลทีวี ยูบีซี โดย ศศิวิภา ศรัณยพงศ์ (2545)

สิ่งหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการต่างแย่งชิงต่อรองกันเป็นอย่างมากก็คือช่วงเวลาออกอากาศในผังรายการ นอกจากนี้ แต่ละสถานีก็ใช้ผังรายการเป็นอาวุธในการต่อสู้กับคู่แข่งในตลาดด้วยการวางผังรายการจึงเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและเกี่ยวพันกับผลประโยชน์ของหลายฝ่าย ดังปรากฏคำอธิบายในงานศึกษาหลายชิ้น เช่น ศิริพร กิตติชัชวาล (2536), จอมพล สุภาพ (2539), สุพัชรินทร์ โพธิ์ทองนาค (2541), งานศึกษาพัฒนาการการจัดผังรายการของช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดย รัฐติพงษ์ ชูนาถ (2545) หรืองานวิจัยเรื่อง "การวางผังรายการโทรทัศน์: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ในประเทศไทย" โดย ชาลิสสา มากแผ่นทอง (2542)

การศึกษารายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ

กลุ่มที่สองเป็นงานศึกษาที่ลงลึกในรายละเอียดของรายการโทรทัศน์บันเทิงแต่ละประเภท เช่น งานศึกษาการสร้างควมหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์ โดย วิภาวี วิโรจน์พันธุ์ (2539) งานศึกษารายการสนทนาทางโทรทัศน์ เช่น รวมพร ศรีสุ

มานันท์ (2541) ศึกษากลวิธีการเล่าเรื่องในรายการ ประไพพรรณ พิงฉิม (2542) ศึกษากลวิธีการ
 ถามสัมภาษณ์ ปอแก้ว ทิพยมณฑล (2545) ศึกษารายการ "เจาะใจ" และบทความของกำจร หลุย
 ยะพงศ์ (2545ข) เรื่อง "จับเข่าคุยกันในรายการ 'จับเข่าคุยกัน'" เพื่อแนะนำแนวทางศึกษาและสรุป
 ภาพความเคลื่อนไหวในการศึกษารายการสนทนาทางโทรทัศน์

ในกรณีของรายการแข่งขันทางโทรทัศน์หรือเกมโชว์มีตัวอย่างงานศึกษา เช่น อรุณฯ สุด
 ประเสริฐ (2538) วิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์ กาญจนา วิชาคุณ (2543)
 วิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนสังคมและต่อต้านสังคมที่ปรากฏในรายการ
 เกมโชว์ สุรดา จรุงกิจอนันต์ (2547) ศึกษาการนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์ พ.ศ. 2543
 และบทความชื่อแรงของ อภิญา ตันทวิวงศ์ (2545) เรื่อง "วัดไอศวิ 'เกมโชว์พันธุ์ไทย' จริงไหมที่
 เขาว่า 'ปัญญาอ่อน'" ที่เสนอให้ขยายมุมมองจากเดิมที่ศึกษาเกมโชว์ในฐานะรายการประเภทหนึ่ง
 ไปสู่การศึกษาบริบทและเงื่อนไขทางสังคม-วัฒนธรรมที่แวดล้อมการสร้างและความต้องการชม
 รายการเกมโชว์ด้วย

ความบันเทิงในโทรทัศน์ยังแฝงอยู่ในรายการประเภทอื่นอีกด้วย เช่น งานศึกษา
 รายการเล่าเรื่องมีลิขสิทธิ์ทางโทรทัศน์ โดย สุทธิรักษ์ วินิจสร (2545) หรือแม้กระทั่งรายการข่าวบาง
 รูปแบบที่ได้ถูกทำให้กลายเป็นการเล่าเรื่องแบบบันเทิงไปแล้ว เช่น งานวิเคราะห์เนื้อหารายการ
 "สะกิดข่าว" โดย วัฒนา อนุวัฒนินนทเขตต์ (2541) งานวิเคราะห์รายการข่าวช่อง 3 ช่วง "เก็บตก"
 โดย นันทน์ภัส วัฒนาจรพร (2543) หรืองานวิเคราะห์ความบันเทิงในข่าวบันเทิง เช่น งานศึกษา
 ของ พินทุ์สุดา ยุทธบรรดล (2541) และงานศึกษาเนื้อหาข่าวและจินตนาการบันเทิงในข่าวบันเทิง
 โดย ร้อยเอกดวงกมล เทวพิทักษ์ (2542)

นอกจากรายการรวมมิตรมหรสพและแข่งโชว์ตัวทางโทรทัศน์แล้ว ก็พาก็เป็นความ
 บันเทิงหน้าจอกว้างอีกชนิดหนึ่งที่มีกลุ่มผู้ชมเหนียวแน่น แต่ทว่ากลับอยู่ห่างไกลจากความสนใจ
 ของนักวิชาการสังคมศาสตร์ไทย (หากไม่นับงานวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์ ของ รัชสรค์ ธนะพร
 พันธุ์) มีเพียงวงวิชาการสื่อสารมวลชนเท่านั้นที่ยังพอปรากฏงานศึกษาอยู่บ้างโดยเฉพาะที่ฟ้ามวย
 และฟุตบอล เช่น งานศึกษาการถ่ายทอดเนื้อหากีฬาผ่านสื่อโทรทัศน์โดย อภิวรรณ เนื่องผลมาก
 (2544) งานศึกษาการตลาดมวยไทยทางโทรทัศน์โดย สมเกียรติ ยังชื่นสวัสดิ์ (2537) งานศึกษา
 กลวิธีการบรรยายกีฬาฟ้ามวยไทยทางโทรทัศน์โดย ทักษิณา ณ ตะกั่วทุ่ง (2541) งานศึกษาการตลาด
 รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทยโดย วรวิทย์ พัฒนาคิทธิกุล (2539) บทความเรื่อง
 "ฟรอนซ์ 98: วินิจฉัยไขว่เวลาดักพบบทวิจารณ์" โดย กฤษดา เกิดดี (2543) งานศึกษาพฤติกรรมชม
 ชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น โดย สฐิติมาน มุทริกเวช (2541) งานศึกษา
 ความสัมพันธ์ระหว่างรายการฟุตบอลต่างประเทศและปัญหาการพนันฟุตบอลในสังคมไทยโดย จิ

ราพร กณะกาศัย (2544) หรืองานศึกษาเปรียบเทียบประสบการณ์ชมฟุตบอลที่ข้างสนามกับแบบผ่านจอโทรทัศน์โดย ทิชัมพร เขียมเรไร (2546)

การที่ตลาดมีส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ได้นำมาซึ่งข้อห่วงกังวลว่าจะเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติและบ่อนทำลายความมีศีลธรรมจิตของสังคมไทย รายการโทรทัศน์จึงตกอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างเข้มงวดและรัฐก็เป็นผู้ถืออำนาจในเรื่องนี้ตลอดมา ในวงวิชาการได้มีการศึกษาประเด็นนี้อยู่บ้าง เช่น ร้อยตำรวจเอกหญิงชนิษฐา โมกขจันทร์ (2544) ศึกษาปัญหาในข้อปฏิบัติของ พ.ร.บ. ควบคุมกิจการเทปและวีสดูโทรทัศน์ พุทธศักราช 2530 สุทธิขยา นุตพงษ์ (2546) ศึกษาการตรวจพิจารณาเนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี หรืองานวิจัยเรื่อง "การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย" โดย พิงรอรจ รามสูต รัตนันท์ และศศิธร ยุวโกศล (2546) และประเด็นนี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดเรื่องการสร้างมาตรฐานให้กับสถานีและรายการวิทยุโทรทัศน์ไทย ดังปรากฏในวิทยานิพนธ์ปริญญาเอกจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ผลิตขึ้นห่างกันเพียงหนึ่งปี คือ อีรารัตน์ พันทวี (2544) เรื่อง "การสร้างมาตรฐานสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย" และ ชัยพร ตั้งพลูสินธนา (2545) เรื่อง "การสร้างมาตรฐานสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย"

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามีความเสี่ยงวิจารณ์จากหลายฝ่ายว่ากระบวนการควบคุมและกำกับเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ของไทยมักมีอาการปากว่า-ตาขยิบ นั่นคือเลือกปิดบางอย่างแต่ปล่อยให้ อีกหลายๆ อย่างผ่านไปได้ ทั้งนี้เพราะอำนาจในการควบคุมเนื้อหาของรายการโทรทัศน์เป็นอำนาจปิดลับ ทั้งในแง่ที่เป็นอำนาจซึ่งอยู่ในความดูแลของคณะบุคคลกลุ่มเล็กๆ และในแง่ที่เป็นอำนาจซึ่งตั้งอยู่บนรากฐานศีลธรรมที่คับแคบ ด้วยลักษณะเช่นนี้จึงยังคงทำให้การควบคุมเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ของไทยเป็นเรื่องของเกมอำนาจและอัตตาของผู้มีอำนาจรวมทั้งนักวิชาการ มากกว่าที่จะเป็นกระบวนการสร้างข้อตกลงร่วมกันของสังคมไทยที่เปิดกว้างให้ทุกฝ่ายได้พูดและถกเถียงกัน จนถึงที่สุด (แม้ในระยะหลังจะมีกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้ออกมาแสดงความเห็นและมีส่วนร่วมในการออกกฎเกณฑ์กำกับดูแลเนื้อหาโทรทัศน์มากขึ้นก็ตาม)

การศึกษาคนดูโทรทัศน์

หลังจากการล่มสลายของอาณาจักรไรค์ ที่สาม และการยอมจำนนต่อระเบิดนิวเคลียร์อย่างหมดทางสู้ของกองทัพลูกพระอาทิตย์อันนำมาสู่จุดสิ้นสุดของสงครามโลกครั้งที่สอง และการขึ้นสู่อำนาจของโลกของประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงเวลาดังกล่าวกับเกิดการพลิกผันในความเชื่อเรื่องพลังของสื่อโฆษณาชวนเชื่อ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าโลกกำลังเข้าสู่ยุคใหม่ที่มหาอำนาจทุกฝ่ายปลดปล่อยสื่อจากการควบคุมของตน แต่งานศึกษาจำนวนมากที่ถูกผลิตออกมาในช่วงนี้ต่างชี้ว่าสื่อไม่ได้มีพลังเหมือนยาสั่งต่อผู้คนที่เคยเชื่อกันมา ทั้งนี้เพราะกระบวนการสื่อและรับสาร

เกี่ยวข้องกับปัจจัยหลากหลายที่ล้วนมีอิทธิพลต่อกันทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเรื่อง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจเจก สิ่งแวดล้อมทางสังคม และประเภทของแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อของปัจเจกเอง โดยมีข้อเสนอสำคัญคือ “สื่อเพียงลำพังไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อปัจเจกบุคคลแต่มีหน้าที่เป็นตัวกลางในการสอดร้อยปัจจัยหรือตัวแปรอื่นเข้าด้วยกัน” (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 552) ดังนั้นจึงเริ่มมีการพูดถึงแนวคิดใหม่ๆ ในการศึกษา เช่น การเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้และจดจำของปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่เสนอให้เปลี่ยนมุมมองจาก “ผู้รับ” เป็น “ผู้ใช้สื่อ” เพื่อตอบสนองเป้าหมายบางอย่างในชีวิตของผู้คน เช่น เพื่อจัดความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ รอบตัว หรือการสร้างสรรค้อัตลักษณ์ของตน เป็นต้น

งานศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีอยู่มากพอสมควร เช่น สมมาตร คงชื่นสิน (2539) ศึกษาการเปิดรับและความต้องการรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร งามภา จูติพรรณกุล (2543) ศึกษาการเปิดรับ การระลึก และทัศนคติต่อป้ายสินค้าและตัวรายการวาไรตี้โชว์ งานศึกษาการเปิดรับสื่อข้ามชายแดน เช่น ศุภางค์ นันตา (2542) ศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากสป.ลาวของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย เสียงฝน รัตนพรหม (2545) ศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศมาเลเซียของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย เพ็ญจันทร์ จึงสมบูรณ์านนท์ (2546) ศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ของประชาชนไทยและพม่าบริเวณแนวชายแดนจังหวัดเชียงรายและท่าขี้เหล็ก หรืองานวิจัยของวิภา อุดมฉันท (2543) เรื่อง “ทัศนคติของผู้รับสารและผลกระทบที่เกิดจากสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนไทย-ลาว” แนวคิดเรื่องการเปิดรับรายการโทรทัศน์ยังสามารถประยุกต์ได้กับกรณีของผู้เสื่อมสมรรถภาพการได้ยินด้วย เช่น งานศึกษาเรื่อง “การรับรู้ การแปลความหมาย การจดจำ และอารมณ์จากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของคนหูหนวก” โดย วลัยลักษณ์ คงนิล (2542) ทั้งนี้มีงานศึกษาการเปิดรับสื่อในมุมมองด้วย เช่น วิทยานิพนธ์ของ หม่อมราชวงศ์จิยากร เสสสะเวช (2539) เรื่อง “พฤติกรรมหลักเลียงการชมรายการโทรทัศน์ของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง”

ตัวอย่างงานศึกษาที่สนใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ เช่น ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) ศึกษาผู้ชมรายการ “ถอดรหัส” ศกุนตลา ลัคนศิยานนท์ (2539) ศึกษากรณีสมาชิกไอพีซีเคเบิลทีวี ยศวิน ปราชญ์นคร (2541) ศึกษาผู้ชมช่องพิเศษของยูบีซีเคเบิลทีวี มนฤดี ธาดาอำนวยการ (2541) ศึกษากรณีผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น หรือ ภูษงค์ น้อยสง่า (2539) ศึกษากรณีคนงานไร่ฮ้อยในภาคอีสาน ทั้งนี้อาจรวมถึงงานศึกษากว้างส่วนร่วมของผู้ชมในรายการโทรทัศน์ด้วย เช่น พูลศิริ จันทร์เสวี (2539) ศึกษากรณีผู้ชมรายการโทรทัศน์ค่ายมีเดีย ออฟ มีเดีย และ ปารีชาติ อธิโช (2545) ศึกษากรณีผู้ชมรายการเกมเศรษฐี

แม้งานศึกษาการรับชมรายการโทรทัศน์เชิง “พฤติกรรม” จะยังคงปรากฏขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็เริ่มพบงานศึกษาการชมโทรทัศน์ด้วยกระบวนการทัศนและวิธีการอื่นๆ มากขึ้น เช่น

วิทยานิพนธ์ของวสันต์ ปัญญาแก้ว (2542)²² ที่ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมในการศึกษาผู้ชมโทรทัศน์ซึ่งเป็นพ่อค้าแม่ขายในตลาดไนต์บาร์ซาร์ จ.เชียงใหม่ โดยงานชิ้นนี้เสนอว่า การพยายามใดๆ ก็ตามที่จะศึกษาทำความเข้าใจอำนาจของสถาบันโทรทัศน์ที่มีต่อชีวิตประจำวันของผู้คนจึงจำต้องตระหนักถึงความจริงที่ว่า สิ่งที่เราเรียกว่า "ผู้ชมโทรทัศน์" นั้นล้วนแต่มีชีวิตจริงอยู่ และดำรงอยู่อย่างแตกต่างหลากหลาย ภายใต้ความสลับซับซ้อนของความเป็นจริงทางสังคมที่แตกต่างกัน

เด็กกับรายการโทรทัศน์ / รัฐกับความเป็นไทย

ประเด็นศึกษาเรื่องเด็ก สตรี ครอบครัว และความเป็นไทย อาจดูไม่เกี่ยวข้องกันนัก แต่ในด้านหนึ่งกลับมีจุดร่วมกันอย่างเหนียวแน่นนั่นคือ ส่วนถูกสังคมตราประทับในเชิงอุดมคติว่าเป็นฝ่ายที่อ่อนใส ไร้เดียงสา คงคุณค่าดั้งงามบริสุทธิ์ แต่ในขณะเดียวกันก็อ่อนแอ และมักตกเป็นเหยื่อหรือถูกล่อลวงไปในทางเสื่อมเสียได้ง่าย งานศึกษาจำนวนมากจึงมักพุ่งเป้าไปที่การศึกษาเพื่อเข้าใจกลไกหรือวิถีการชมโทรทัศน์ของเด็ก หรือไม่ก็เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการว่ามีส่วนส่งเสริมหรือทำลายคุณธรรมและความประพฤติอันดีงามอย่างไร เช่น บทความของ พรนภา แก้วลาย (2544) เรื่อง "สื่อโทรทัศน์กับเด็ก: มุมมองทางจิตวิทยา" งานศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เช่น วิทยานิพนธ์ของ นารากร ตีทยาน (2536), สุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์ (2537), ศศิธร อภิสัทธีนิรันดร์ (2541) งานศึกษาการชมโทรทัศน์ของเด็ก เช่น ปณิตตา ทองสิมา (2536), อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม (2537), นราพร สังข์ชัย (2539) หรือ วชิรี คำศรี (2543) ที่อ้างว่าใช้ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) แบบเดวิด มอร์ลีย์ (David Morley) ในการศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพประมง และตัวอย่างงานที่มุ่งหาวิธีใช้รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันพ่อ-แม่-ลูก เช่น วิทยานิพนธ์ของ พวงชมพู บำรุงสุข (2541) เรื่อง "กลยุทธ์การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว" หรือ ปาริชาติ แก้วมงคล (2541) เรื่อง "ประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว"

สำหรับประเด็นเรื่องวัฒนธรรมและความเป็นชาติไทย หรือที่คณะวิจัยเลือกใช้คำว่า โทรทัศน์กับปฏิบัติการทางอุดมการณ์ชุด "ความเป็นไทย" นั้น ก็มักเป็นงานศึกษาเพื่อหาทางตอกย้ำหรือปกป้องความเป็นไทยแบบทางการเพื่อคนไทยซึ่งเป็นรากฐานของความเป็นไทยที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เช่น วิทยานิพนธ์ของ วรณา สุชาติสุธาธรรม (2539) เรื่อง "บทบาท

²² พิมพ์เป็นหนังสือเล่มในปี 2543 โปรดดู, วสันต์ ปัญญาแก้ว, ชีวิตข้างถนน: การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาว่าด้วยโทรทัศน์ ยามค่ำคืน บนถนนสายหนึ่ง ในเมืองเชียงใหม่, (เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543).

และผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยและการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย” บงกช อักษรดี (2539) เรื่อง “การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ ‘เรารักศิลปวัฒนธรรมไทย’ ทางสื่อโทรทัศน์” มนทิรา โรจนวิสุทธิ (2539) เรื่อง “การวิเคราะห์กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย” หรือ วราลี จิรัชัยศรี (2541) เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและปรับประสานสื่อนาฏศิลป์ผ่านสื่อโทรทัศน์”

จะเห็นได้ว่างานศึกษาส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ครอบครัว และความเป็นไทย มักแฝงไว้ด้วยปมความคิดที่จะปกป้อง รักษา หรือส่งเสริมความดีงามบริสุทธิ์ของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเท่ากับการการผลิตซ้ำภาพสำเร็จรูปของสิ่งเหล่านี้ให้ดำเนินต่อไปเรื่อยๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อย้อนกลับมาพิจารณางานศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสื่อโทรทัศน์ก็ดูจะเป็นไปในทิศทางทวนกระแสมากกว่า กล่าวคือ มักเป็นงานที่มุ่งเปิดโปงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำในความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้คนในสังคมโดยเฉพาะความสัมพันธ์หญิง-ชาย (ในท่ามกลางบรรยากาศที่สังคมไทยกำลังถูกยึดเยียดมาพลักษณ์ของครอบครัวที่ตึงเครียดเพราะมีพ่อที่รักลูกอย่างพอเพียงแบบไทยๆ แต่กลับไม่มีใครรู้ว่าภาพของแม่หรือหญิงไทยที่ดีหรือแม่กระทั่งความเป็นไทยที่มีสัญลักษณ์เป็นผู้หญิงไทยนั้นถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากใต้อคติและวิธีคิดแบบอำนาจนิยมเพียงใด) เช่น งานวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีใน ปี 2537 โดย บัญจมา รักแตงาม (2538) หรือ งานวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ ทางโทรทัศน์ไทย โดย อาทิตา ชิวบรีชา (2540) เป็นต้น

รายการวิทยุ

แม้วิทยุจะเป็นสื่อราคาถูกและเข้าถึงผู้คนอย่างกว้างขวางอีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อทั้งสังคม การเมือง และโดยเฉพาะวัฒนธรรมบันเทิงไทยตลอดมา แต่จากการสำรวจล่าสุดโดยคณะวิจัยกลับพบงานศึกษารายการบันเทิงทางวิทยุน้อยมาก หากไม่นับรวมงานศึกษาละครวิทยุและรายการเพลงทางวิทยุที่ได้นำเสนอไปแล้ว ก็จะพบแต่งานศึกษาอุตสาหกรรมวิทยุเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองหรือการวิเคราะห์แผนการธุรกิจของสถานีวิทยุ เช่น น้ามนต์ พรหมเปี่ยม (2541) ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบวิทยุเอฟ.เอ็ม. ในกรุงเทพฯ บทความของ ธนวิทย์ สุทธิรัตนกุล และจิระ ห่องสำเร็จ (2545) เรื่อง “ผลกระทบของการกระจุกตัวของคลื่นความถี่ต่อความหลากหลายทางเนื้อหา” หรืองานศึกษาระบบวิทยุเอฟ.เอ็ม.เชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองของกนกศักดิ์ แก้วเทพ (2546) ในหนังสือเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อสารมวลชน สำหรับงานศึกษาวิทยุในมิติทางธุรกิจ เช่น เนาวรัตน์ วิริยะเวสม์กุล (2540) วิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจวิทยุของค่ายมีเดียพลัส จำกัด บังอร สุวรรณมงคล (2546) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของสถานีวิทยุเวอร้จิ้น เติโอกับ หรืองานศึกษาเรื่อง “การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของสถานีวิทยุในเครือบริษัท คลิก เติโอ จำกัด” โดย ภาวตรี จิตตางกูร (2545) เป็นต้น

บทที่ 4

สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และวิถีวิทยา

จากการประมวลงานศึกษาทั้งหมดที่รวบรวมได้ สามารถแบ่งแนวคิด-ทฤษฎี ที่ใช้ในการศึกษาได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. เศรษฐศาสตร์การเมือง และสำนักแฟรงเฟิร์ต
2. อิทธิพลทางความคิดจากฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 20: สัญวิทยา, การบริโภคนิยม, และวาทกรรม
3. วัฒนธรรมศึกษา: การศึกษาชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมสมัยนิยม

ทั้งนี้ ในแต่ละกลุ่มยังแยกออกเป็นกลุ่มย่อยดังจะอธิบายในรายละเอียดต่อไป โดยเริ่มต้นจากงานศึกษาในกลุ่ม เศรษฐศาสตร์การเมืองและสำนักแฟรงเฟิร์ต เป็นลำดับแรก

เศรษฐศาสตร์การเมืองและสำนักแฟรงเฟิร์ต

งานศึกษาในกลุ่มนี้แยกออกได้เป็นอีก 2 กลุ่มย่อย กลุ่มแรกคือ งานศึกษาแนว เศรษฐศาสตร์การเมืองที่เน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมิติของทุนและอำนาจในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวมไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง และกลุ่มที่สองคือ งานศึกษาที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตหรือทฤษฎีวิพากษ์ ที่มุ่งศึกษากระบวนการแปรวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมกับวิถีชีวิต และจิตสำนึกของมนุษย์สมัยใหม่ที่ใช้ชีวิตอยู่ภายในโลกอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

เศรษฐศาสตร์การเมืองของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม / สื่อมวลชน

หากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีความหมายในแง่หนึ่งว่าเป็น วงจรของการผลิต-กระจาย-ขาย-บริโภคนสินค้าวัฒนธรรม เป้าหมายของการนำแนวคิดวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองมาใช้ในการศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้น ก็เพื่อเปิดเผยให้เห็นถึงโครงสร้างอำนาจของตัวละครต่างๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งพิจารณาว่าใครเป็นผู้มีอิทธิพลกำหนด หรือใครถูกกำหนดโดยปัจจัย

อะไรบ้าง รวมทั้งใครหรือสถาบันทางสังคมใดกระทำการผลิตซ้ำบทบาทและความสัมพันธ์ทางอำนาจในวงจรการผลิต-บริโภคสินค้าวัฒนธรรมต่อไปได้อย่างไร (กนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2546)

โดยคำถามที่มักอยู่ในความสนใจมากที่สุด (และมักกลายเป็นประเด็นทางการเมืองของไทยในช่วงหลัง) คือ การวิเคราะห์รูปแบบการเป็นเจ้าของอันเป็นที่มาของการกระจุกตัวและการกระจายตัวของกลุ่มทุนในอุตสาหกรรมสื่อมวลชน เช่น กรณีศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม. และธุรกิจภาพยนตร์ในกรุงเทพมหานคร ในหนังสือ *เศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชน* โดย กนกศักดิ์ แก้วเทพ (2546) หรืองานวิจัยในโครงการ "การปฏิรูประบบสื่อ: การกำกับดูแลเนื้อหาโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเองและสื่อภาคประชาชน" เรื่อง *การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในประเทศไทย* โดย พิงรอรอง รามสูต รัตนันท์ และ ศศิธร ยุวโกศล (2546) *โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุและโทรทัศน์* (2546) และ *การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์* (2547) โดย สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ รวมถึงวิทยานิพนธ์ของ น้ามนต์ พรหมเปี่ยม (2541) เรื่อง *เศรษฐศาสตร์การเมืองของวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม. ในกรุงเทพมหานคร* และบทความเรื่อง *ผลกระทบของการกระจุกตัวของคลื่นความถี่ต่อความหลากหลายทางเนื้อหา* โดย ธนวิทย์ สุทธิรัตนกุล และจิระ ห่องสำเร็จ (2545)

งานศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองของนักวิชาการไทยไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่เรื่องของประเทศไทยเท่านั้น หากยังเคลื่อนสู่การวิเคราะห์ปรากฏการณ์อุตสาหกรรมในระดับนานาชาติด้วย รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ ศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์ จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์¹ ได้เสนอผลงานชุด ทุนวัฒนธรรม โดยเป็นหนังสือรวมบทความ 3 เล่ม คือ *กีฬาในระบบทุนวัฒนธรรม* ในปี 2544 *ทุนวัฒนธรรม: วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก* เล่มที่ 1 และ 2 ในปี 2546 มีเนื้อหาและนำเสนอการวิเคราะห์ครอบคลุมกว้างขวางตั้งแต่เรื่อง อุตสาหกรรมกีฬา, วัฒนธรรมโลก², อาหารการกิน แฟชั่น และสันตนาการ³, สื่อมวลชน⁴, ภาพยนตร์, ดนตรี, ภาษา, ธุรกิจหนังสือ, และวิทยาศาสตร์-เทคโนโลยี⁵

¹ ผู้มีงานเขียนมากมายตีพิมพ์กับสื่อในเครือผู้จัดการ

² เช่น กรณีศึกษาเรื่อง "กระบวนการสากลานุวัตรของวัฒนธรรมญี่ปุ่น," "สหภาพยุโรปกับวัฒนธรรมแห่งชาติ," "สหภาพยุโรปกับการปกป้องวัฒนธรรม," "โดราเอมอน"

³ เช่น กรณีศึกษาเรื่อง "Yves Saint Laurent กับระบบทุนวัฒนธรรม," "Planet Hollywood ในฐานะกลไกของระบบทุนวัฒนธรรม"

⁴ เช่น กรณีศึกษาเรื่อง "บทสัมภาษณ์ในฐานะสินค้า"

⁵ เช่น กรณีศึกษาเรื่อง "Viagra ผลผลิตของทุนวัฒนธรรม"

กล่าวได้ว่า แก่นความคิดเรื่อง ทุนวัฒนธรรม ที่ออกเญขึ้นเป็นหนังสือ 3 เล่มนี้ อยู่ในบทความขนาด 31 หน้าเรื่อง “ทุนวัฒนธรรม”⁶ รวมพิมพ์เป็นบทแรกในหนังสือ *ทุนวัฒนธรรม: วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก* (2546ก: 17-48) เล่มที่ 1 สรุปเป็นคำอธิบายได้ว่า ทุนหลัก (Dominant Capital) ย่อมแปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตในสังคมเศรษฐกิจโลก เมื่อสังคมมนุษย์ผ่านพ้นช่วงแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรม และสังคมเศรษฐกิจแปรจากระบบเศรษฐกิจเกษตรกรรมมาเป็นระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ทุนอุตสาหกรรมย่อมเติบโตขึ้นมาเป็นทุนหลักของระบบเศรษฐกิจ ด้วยตรรกะในทำนองเดียวกันนี้ เมื่อสังคมเศรษฐกิจแปรเปลี่ยนเป็นระบบเศรษฐกิจบริการ ทุนบริการก็จะกลายเป็นทุนหลักแทนที่ทุนอุตสาหกรรม แต่ในระยะเปลี่ยนผ่านที่ทุนบริการยังไม่เติบโตใหญ่กล้าแข็ง ทุนวัฒนธรรมจึงเป็นทุนหลักในระยะเปลี่ยนผ่านนี้ โดยที่ทุนวัฒนธรรมมีขนาบข้างทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ จึงอาจถือได้ว่าทุนวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนล่าสุดของระบบทุนนิยมโลกในปัจจุบัน

ทุนวัฒนธรรมจะเติบโตได้ก็ต้องมีอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม ในที่นี้สินค้าวัฒนธรรม หมายถึงสินค้าและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการฝังตัวของวัฒนธรรม (Cultural Embodiment) ในตัวสินค้าหรือบริการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง วัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวสินค้าหรือบริการ (Embodied Culture) จึงเป็นประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ ทั้งนี้ การเจริญเติบโตของทุนวัฒนธรรมมีเหตุปัจจัยในสี่ประการอันได้แก่ 1) กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า 2) กระบวนการพาณิชย์นาวัตถ 3) กระบวนการเทคโนโลยีนาวัตถ 4) กระบวนการโทรทัศน์นาวัตถ

รังสรรค์ (2546ก: 43-45) ได้เพิ่มเติมคุณลักษณะสำคัญของทุนวัฒนธรรมไว้ด้วย นั่นคือ มักเกิดการกระจุกตัวของทุน โดยอธิบายว่า บรรดากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลุ่มทุนวัฒนธรรมหยั่งรากถึงส่วนใหญ่มีการกระจุกตัวของทุนอย่างสูง ดังนั้นจึงมีอำนาจผูกขาดในระดับหนึ่ง

⁶ ตีพิมพ์ซ้ำจาก รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, *ปาฐกถาไฉยัง ล้มทองกุล ครั้งที่สอง เรื่อง ทุนวัฒนธรรม*, (กรุงเทพฯ: มูลนิธิไฉยัง ล้มทองกุล, 2539); แสดงเนื่องในวาระดิถีการเปิดบ้านเจ้าพระยา วันที่ 30 พฤษภาคม 2539; ทั้งนี้รังสรรค์ (2544, 2546ก, ข) กล่าวไว้ในบทนำของหนังสือทั้งสามเล่มในชุดนี้ว่า “แนวความคิดของผู้เขียนว่าด้วยทุนวัฒนธรรมเริ่มก่อเกิดในปี 2536 ภายหลังจากที่ศึกษาและสังเกตพัฒนาการของระบบทุนนิยมโลกและระบบเศรษฐกิจไทย โดยที่ผู้เขียนเชื่อว่า กลุ่มทุนวัฒนธรรมเป็นกลุ่มที่กำลังเติบโตขึ้นมาที่มีความสำคัญในสังคมโลกยุคปัจจุบัน และจะยังคงมีอิทธิพลต่อไปในอนาคต อิทธิพลของรูดอล์ฟ ฮิลเฟอร์ดิ้ง (Rudolf Hilferding, 1877-1941) มีต่อแนวความคิดเรื่องนี้อย่างปราศจากข้อกังขา หากปราศจาก Finance Capital (1910) การนำเสนอและพัฒนาแนวความคิดว่าด้วย ทุนวัฒนธรรม ยากที่จะเป็นไปได้”

นอกจากนี้กลุ่มทุนวัฒนธรรมมักเป็นบรรษัทยักษ์ใหญ่ระหว่างประเทศ หรือเป็นกลุ่มทุนข้ามชาติที่มีการผนึกตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจด้วยการควบและครอบกิจการ⁷ นอกจากนี้กลุ่มทุนวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยมุ่งหวังถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งยังพยายามสร้างอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าของตนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการตลาดและการโฆษณาจึงเป็นห้องเครื่องหลักของทุนวัฒนธรรม กลุ่มทุนวัฒนธรรมเหล่านี้รุกคืบไปทั่วโลกโดยอาศัยรัฐบาลของตนเป็นหัวหอกในการเปิดตลาดด้วยการชุนโยบายการค้าเสรี ทั้งสินค้าและบริการ โดยเฉพาะการที่ประเทศเป้าหมายถูกกดดันให้ยอมรับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา กลุ่มทุนวัฒนธรรมจึงเป็นเพียงจักรสำคัญในการจัดระเบียบเศรษฐกิจระหว่างประเทศบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจเสรีนิยม

อย่างไรก็ดี คณะผู้วิจัยเห็นว่ารัฐสวัสดิ์ไม่ได้พยายามผลักดันคำอธิบายเรื่องการกระจุกตัวของทุนวัฒนธรรมข้ามชาติว่าจะนำไปสู่ประเด็นเรื่อง การครอบงำทางความคิด วัฒนธรรม หรืออุดมการณ์มากจนเกินไปนัก ตรงข้ามกับนักวิชาการไทยจำนวนมากที่พยายามตอกย้ำเรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรมจากต่างชาติ และเรื่องวิกฤติทางวัฒนธรรมของชนชาติไทย อันเนื่องมาจากการที่ประเทศไทยมักตกเป็นฝ่ายถูกกระทำจากกลุ่มทุนวัฒนธรรมต่างชาติโดยเฉพาะตะวันตก ตัวอย่างเช่น หนังสือเรื่อง *การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม* โดย เฮอริเบิร์ต ไอ. ซิลเลอร์. (2533)⁸ หรือ “บทนำ วิกฤติสื่อมวลชนในยุคทุนนิยมข่าวสาร” โดย พิทยา ว่องกุล (2541) ที่เกรงว่าจักรวรรดินิยมการสื่อสารหรือจักรวรรดินิยมวัฒนธรรมต่างชาติจะเข้าดูดกลืนและทำลายภูมิปัญญา รวมถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมอันดั้งเดิมของชาติไทย เกิดเป็นยุควิกฤติของวัฒนธรรมประชาชาติ

การอธิบายเรื่องการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างเรียบง่ายเช่นนี้ สะท้อนถึงปัญหาในการอ้างถึงหรือการพยายามจะใช้แนวคิดทฤษฎีที่มีพื้นฐานจากปรัชญาภาคพื้นทวีปยุโรปในวงวิชาการไทยได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะต่อแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” โดยนักทฤษฎีวิ-

⁷ แต่ในช่วงหลังนี้นิยมใช้การสร้างพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Alliance) เช่น การผนึกกำลังกันระหว่างกลุ่มทุนสื่อมวลชนกับกลุ่มทุนสหนาการ กลุ่มทุนเหล่านี้มีแนวโน้มของการดำเนินกลยุทธ์แบบ Glocalization หรือการผสานองค์ประกอบของท้องถิ่นให้สอดคล้องกับแม่แบบสากล เช่น เบอร์เกอร์กะเพรา ในประเทศไทย หรือ McDonalds สีเขียว-ขาวในประเทศมุสลิม

⁸ แปลจาก Herbert I. Schiller, *Communication and Cultural Domination*, (White Plains: M.E. Sharpe, Inc., 1976). โดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์

เยอรมันคือ อีโอดอร์ ฮอดอร์โน และแมกซ์ ฮอร์คโคมเมอร์ จากสำนักแฟรงเฟิร์ต (หรือที่มักนิยมเรียกว่าทฤษฎีวิพากษ์ในวงวิชาการไทย) ดังจะกล่าวถึงต่อไป

อิทธิพลแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม”

ของ อีโอดอร์ ฮอดอร์โน และแมกซ์ ฮอร์คโคมเมอร์ ต่อบวงวิชาการไทย

นอกจากคำถามเรื่องการกระจุกตัวของทุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแล้ว คำถามเรื่องกระบวนการผลิตสินค้าวัฒนธรรมก็ดูจะได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งจากภาครัฐ เอกชน ตลอดจนวงวิชาการไทยทั้งในแง่บวกและลบ เช่น ภาครัฐเองนั้น ย่อมมองเห็นว่าการผลิตสินค้าวัฒนธรรมเป็นโอกาสที่ดีที่จะช่วยในการกอบกู้สถานะทางเศรษฐกิจของไทยหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง จึงมีการสนับสนุนให้หาทางแปรรูปวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าให้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการวัฒนธรรมจึงเริ่มเป็นที่แพร่หลายเพราะสอดคล้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีการเปิดหลักสูตรและการเรียนการสอนเพื่อช่วยกันหาทางขายวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอย่างมากมายหลายแห่ง เกิดเป็นคลื่นงานวิจัยและงานวิทยานิพนธ์จำนวนมากที่มุ่งสนองใจหทัยดังกล่าว เช่น บทความเรื่อง “การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง” โดย กุลธิดา สามะพุทธิ (2540) หรือวิทยานิพนธ์เรื่อง *แนวทางการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม* โดย จิตติมา สุขผลิน (2539)

ส่วนผลทางด้านลบอย่างสุดโต่งนั้นดูเหมือนจะเกิดขึ้นกับวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยเป็นหลัก คณะผู้วิจัยเสนอว่า ปมความเกลียดชังการบริโภคของสังคมไทยที่แพร่ระบาดในหมู่ผู้มีอันจะกินและชนชั้นกลางเมือง (ผู้มีศักยภาพในการบริโภคมากกว่าชนชั้นอื่นๆ ในสังคม) ได้นำไปสู่การโหมชูแนวคิดเหยียดการบริโภคตลอดมานับตั้งแต่ช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจ ยิ่งทำให้การศึกษาสังคมบริโภคน้ำเสียไปในเชิงลบมากขึ้น ดังนั้นแทนที่จะใช้คำว่า การสร้างสรรคสินค้าวัฒนธรรม⁹ วงวิชาการไทยกลับเลือกใช้เทอม “กระบวนการแปร/ทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า” ซึ่งสื่อถึงถึงสองสิ่งที่ขัดแย้งแต่ถูกบังคับหรือดัดแปลงด้วยวิถีที่ผิดไปจากปกติให้กลายเป็นสิ่งเดียวกันนั่นคือ สินค้าวัฒนธรรม

การศึกษา “กระบวนการแปรหรือทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า” จึงสะท้อนท่าทีแบบอนุรักษนิยมชัดเจน เพราะพยายามเสนอว่า กระบวนการนี้เป็นการลดทอนคุณค่าหรือบิดเบือนความจริงแท้บางอย่างของวัฒนธรรม เช่น การตอกย้ำว่างานพาณิชย์ศิลป์ย่อมมีคุณค่าด้อยกว่า

⁹ ตามแนวคิดเรื่อง Creative Industries หรือ Cultural Industries ที่ UNESCO พยายามผลักดันขึ้นมาให้เป็นวาระของโลก

ศิลปะบริสุทธิ์ วัฒนธรรมในแง่ของงานศิลปะจึงเป็นเสมือน “สิ่งศักดิ์สิทธิ์” ที่ไม่ควรแปดเปื้อน มลทินจากการซื้อขายที่เต็มไปด้วยกิเลสของพ่อค้าและความมักมากของผู้ซื้อและลัทธิทุนนิยม แม้ อานาจ เย็นสบาย (2538) จะเสนอว่า การสร้างงานศิลปะเพื่อขายมิใช่สิ่งที่เลวร้ายไปโดยสิ้นเชิง แต่โดยนัยแฝงแล้วก็อาจตีความได้ว่า อานาจก็เริ่มต้นด้วยการจัดให้พาณิชย์ศิลป์อยู่ในอาณาบริเวณของความเลวแล้วไม่ว่าจะน้อยหรือมากเพียงใดก็ตาม

หรือในกรณีการผลิตสินค้าวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ก็มักถูกวิพากษ์ว่า เป็นเพียงกิจกรรมการบิดเบือนความจริง เพราะวัฒนธรรมที่ถูกนำมาขายเป็นเพียงมายาภาพที่ถูกสร้างขึ้น ผู้บริโภคไม่มีทางเข้าถึงความจริงแท้ของสินค้า (วัฒนธรรม) นั้นได้เพราะมันไม่มีอยู่ สิ่งที่บริโภคเข้าไปจึงเป็นเพียงของปลอมหรือเป็นสิ่งที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น การท่องเที่ยวไทยจึงเป็นเพียง อุตสาหกรรมขาย “สังคมอุดมคติ” ในโลกทุนนิยมเท่านั้น (ชนิตา, 2543) อย่างไรก็ตาม สำหรับนักวิจัยบางท่าน กลับเห็นว่า ชนชั้นกลางไทยนี่เองที่เป็นผู้บริโภคสำคัญของกระบวนการแปลงวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า ดังอธิบายไว้ในบทความเรื่อง “เรื่องจากปก ศิลปวัฒนธรรม: จากความแปลกแยกสู่กระบวนการทำให้ศิลปวัฒนธรรมไทยกลายเป็นสินค้า” โดย ลิซ่า ฮอง (2541)¹⁰

คณะผู้วิจัยเสนอว่า ท่าทีแบบอนุรักษ์นิยมเช่นนี้อาจมีส่วนทำให้การอธิบายแนวคิด “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” ของวงวิชาการไทยมีเอกลักษณ์และมีเป้าหมายเฉพาะตัวแบบไทยๆ ซึ่งแตกต่างไปแม้กระทั่งจากตำราต้นฉบับอย่างน่าสนใจ แนวคิดนี้เข้าสู่วงวิชาการไทยอย่างน้อยตั้งแต่บทความ “พัฒนาการความคิดมาร์กซิสต์ในศตวรรษที่ 20: สำนักแฟรงเฟิร์ต” โดย กาญจนา แก้วเทพ (2527)¹¹ มีเป้าหมายเพื่อแนะนำให้ผู้อ่านชาวไทยรู้จักกับแนวคิดและนักทฤษฎีคนสำคัญของสำนักแฟรงเฟิร์ตรุ่นแรกโดยภาพรวม แม้จะกล่าวถึงแนวการวิเคราะห์ระบบทุนนิยมและปัญหาผลกระทบของระบอบฟาสซิสต์ต่อวัฒนธรรม แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการอ้างถึงแนวคิดเรื่อง “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” อย่างเป็นทางการแต่อย่างใด¹² หลังจากนั้นก็เริ่มมีการนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายอุตสาหกรรมสื่อมวลชนไทยและวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย เกิดเป็นบทความ

¹⁰ ในขณะที่พิมพ์บทความ ดำรงตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาศึกษาศาสตร์ศึกษามหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์

¹¹ ใช้โดยย่อเมื่อกล่าวถึงในครั้งต่อไปว่า บทความ “พัฒนาการความคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต”

¹² แม้ในหน้าที่ 89 จะปรากฏประโยคที่ว่า “วัฒนธรรมประชาชนถูกทำให้มีมาตรฐานเดียวกันทั้งหมดเพื่อรับใช้การทำงาน บัจเจกบุคคลไม่มีความแตกต่าง ทุกคนเหมือนกันหมดเพื่อสะดวกต่อการบริโภคสินค้าที่ผลิตมาแบบขนาดใหญ่” ก็ตาม

งานวิจัย และวิทยานิพนธ์กลุ่มหนึ่ง โดยจะขอยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและอยู่ในช่วงคาบเวลาที่โจทย์วิจัยของโครงการกำหนด ดังนี้

ปี พ.ศ. 2535 กาญจนา แก้วเทพ ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง “มิติด้าน อุดมการณ์ ในละครโทรทัศน์ไทย” ในนิตยสารศิลปวัฒนธรรม เป้าหมายเพื่อทดลองนำแนวคิดของหลุยส์ อัลตุสเซร์ เรื่อง “กระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดทางอุดมการณ์” (Reproduction of Ideology) มาศึกษารายการโทรทัศน์ไทย โดยเสนอว่า ในสมัยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้ กระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมนั้นทำกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน จนนักวิชาการขนานนามว่า “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม” (culture industry) และดาราดวงเด่นที่สุดของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมก็คือ โทรทัศน์ ฉะนั้นโทรทัศน์จึงเป็นกลไกที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการเผยแพร่หรือถ่ายทอดอุดมการณ์ต่างๆ ในสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2535)

ข้อความข้างต้นตั้งแต่ “ในสมัยของสื่ออิเล็กทรอนิกส์” ถึง “จนนักวิชาการขนานนามว่า ‘อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม’ (culture industry)” ถูกกล่าวถึงซ้ำอีกครั้งในคำนำของหนังสือ *สื่อสองวัฒนธรรม* (2539)¹³ แต่ได้ดัดแปลงส่วนขยายจากที่พูดถึงเฉพาะโทรทัศน์เป็นสถาบันสื่อมวลชน โดยอธิบายว่า เมื่อเทียบกับอดีตแล้ว การสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมในปัจจุบัน หากพิจารณาในแง่ของปริมาณก็มีจำนวนมากมายนับไม่ถ้วน นอกจากนี้ โอกาสที่คนไทยในอดีตจะได้ชมหรือสัมผัส เช่น หนัง ละคร เพลง ยังมีอยู่อย่างจำกัด แต่ปัจจุบัน คนไทยทุกหัวระแหงต่างได้ชมโทรทัศน์กันทุกคำคืน คืนละหลายเรื่อง ดังนั้นสถาบันที่เป็นหัวใจของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคปัจจุบันคือ สถาบันสื่อมวลชน โดยสถาบันนี้เปิดเผยตัวอย่างชัดเจนว่า เป็นลูกผสมระหว่างสถาบันธุรกิจ กับสถาบันด้านการตกแต่ง อุดมการณ์ จิตสำนึก และจิตวิญญาณ โดยเฉพาะ (กาญจนา แก้วเทพ, 2539)

แม้จะมีการใช้คำอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมโดยกำกับไว้ด้วยคำว่า culture industry อย่างชัดเจน แต่กาญจนา แก้วเทพ กลับละไว้ที่จะไม่อ้างถึง งานเขียนต้นทางโดยธีโอดอร์ ออดอร์โน และแมกซ์ ฮอร์คไฮม์เมอร์ เช่นเดียวกับการใช้อุปมาเรื่องสายพานผลิตกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชน และการพูดถึงสินค้าศิลปวัฒนธรรมบันเทิง โดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) หน้าที่ 174 บทที่ 5 เรื่องอุตสาหกรรมสื่อมวลชน ในหนังสือ *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*¹⁴

¹³ พิมพ์ครั้งที่สองใน กาญจนา แก้วเทพ, *เมื่อสื่อสองและสร้างวัฒนธรรม*, (กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ศาลาแดงจำกัด, 2545ข); ทั้งสองเล่มรวมพิมพ์บทความเรื่อง “มิติด้าน อุดมการณ์ ในละครโทรทัศน์ไทย” ไว้ด้วย

¹⁴ พิมพ์ครั้งแรกปี 2541

อย่างไรก็ดี งานศึกษาชิ้นแรกๆ ของไทยที่ได้ทดลองนำแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของ ออดอร์โน และฮอว์คโคมเมอร์มาใช้ศึกษาสื่อมวลชนไทย (ส่วนจะมีปัญหาในการประยุกต์ใช้หรือไม่เป็นอีกประเด็นหนึ่งซึ่งจะยังไม่กล่าวถึงในที่นี้) คือ วิทยานิพนธ์ของ สมกมล ลิ้มปิชัย (2532) เรื่อง *บทบาทของระบบธุรกิจเทปเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง*¹⁵ สมกมล เสนอว่า ผู้ผลิตสร้างงานเพลงด้วยเหตุผลทางการตลาดไม่ใช่เหตุผลทางศิลปะ นั่นคือต้องผลิตงานเพลงที่แปลกใหม่แต่ยังเป็นที่ยอมรับของตลาดอยู่เสมอ ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้เพลงไทยสากลจำนวนมากด้อยคุณภาพ ซ้ำซาก และย่ำอยู่กับที่

จากนั้นในปี พ.ศ. 2537 วิริยะ สว่างโชติ ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง “กระบวนการผลิตสุนทรียภาพในละครโทรทัศน์: ข้อสังเกตจากผู้เขียนบท” (2537) ทดลองมองผ่านแนวคิดของ เรมอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) และธีโอดอร์ ออดอร์โน วิริยะเสนอว่า ในกระบวนการผลิตบทโทรทัศน์ นอกจากผู้เขียนบทจะไม่มีบทบาทในการผลิตอุดมการณ์ใดๆ แล้ว ผู้เขียนบทยังถูกผลิตโดยกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์เพื่อการผลิตซ้ำให้กับอุดมการณ์สังคมทุนนิยม การยอมรับบทบาทในฐานะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต ทำให้การที่ผู้เขียนบทไม่ยอมให้ผู้ใดมาเปลี่ยนแปลงบทละครที่ตนสร้างขึ้นมานั้นไม่ต่างไปจากการยืนยันในสภาวะการเป็นปัจเจกชนจอมปลอมของตน และตราบโดที่ปัจเจกชนยังคงอยู่ภายใต้วิถีชีวิตทางสังคมเช่นนี้ สังคมทุนนิยมก็ยังคงอยู่ชั่วกัลปาวสาน

ในปีถัดมา วิริยะ สว่างโชติ (2538) ได้ตีพิมพ์บทความเรื่อง “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมแบบได้ดิน กับการ รื้อฟื้น ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค” บทความนี้ นอกจากจะเป็นการแนะนำให้ผู้อ่านได้รู้จักกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการแล้ว ยังมุ่งทดสอบขีดจำกัดของคำอธิบายนี้ผ่านกรณีศึกษา “ดนตรีได้ดิน” อีกด้วย¹⁶ วิริยะอธิบายว่า แนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของธีโอดอร์ ออดอร์โน ก็คือการนำแนวคิดเรื่องวิถีการบริโภคของคาร์ล มาร์กซ์ มาปรับใช้เพื่อวิเคราะห์การบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมในสังคมทุนนิยม ทั้งนี้

¹⁵ สมกมล ได้สรุป “แนวคิดของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต” ไว้ในหน้าที่ 35 ถึง 37 โดยบทความหลักที่สมกมลใช้เป็นฐานในการอธิบายธุรกิจเทปเพลงไทยคือ “The culture industry: Enlightenment as mass deception”; ตีพิมพ์เป็นหนังสือเล่มปี 2536 ในชื่อ *กว่าจะเป็นธุรกิจเทปเพลง*; โปรดดู สมกมล ลิ้มปิชัย, *กว่าจะเป็นธุรกิจเทปเพลง*, (กรุงเทพฯ: บัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536).

¹⁶ หรือในทางกลับกัน แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอาจสะท้อนความเหมือนมากกว่าความต่างระหว่างวัฒนธรรมที่นิยมในคนหมู่มากกับวัฒนธรรมที่นิยมกันเฉพาะในกลุ่มคนจำนวนน้อย เช่น เพลงได้ดิน

ความต้องการสินค้าทางวัฒนธรรมของผู้บริโภคมีลักษณะที่ไม่สิ้นสุด เพราะความต้องการได้ถูกกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาผ่านสื่อและตัวเชื่อมต่างๆ โดยที่สินค้านั้นไม่จำเป็นต้องมีประโยชน์ใช้สอย และเรียกลักษณะดังกล่าวนี้ว่า "ความนิยมหลงใหลในตัวสินค้า" (The Fetishism of Commodity) ซึ่งอาจอธิบายได้ทั้งในกรณีของเทปได้ดินและเทปบนดินของศิลปินชื่อดัง ทั้งนี้วีริยะ สว่างโชติ กล่าวถึงความคิดเรื่องวัฒนธรรมของธีโอดอร์ ออดอร์โน อีกครั้งในบทความ " 'ไปโรงเรียนก็ไม่ไป ไปที่ไรก็ไปสาย' บทเรียนว่าด้วยเรื่องการศึกษา Pop (ular) Culture" (2542)

ปลายปี 2540 สมสุข หินวิมาน¹⁷ ได้ตีพิมพ์บทความขนาดสั้นเรื่อง "ทฤษฎีวิพากษ์แนว มาร์กซิสต์สำนักแฟรงค์เฟิร์ตกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสื่อมวลชนไทย" (2540) สมสุข กล่าวว่า ในปัจจุบันนี้ พรหมแดนความรู้และการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เปิดกว้างและหลากหลายขึ้นอย่างมาก แนวทางหนึ่งของการเข้าสู่ปัญหาของสื่อมวลชนที่น่าสนใจและนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ของสื่อมากขึ้นคือ ความคิดของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) และเพื่อให้การวิเคราะห์สื่อมวลชนไทยสอดคล้องกับแนวทางการวิพากษ์สื่อในเชิงวัฒนธรรมศึกษา จึงอาศัยแนวความคิดของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของกลุ่มที่รู้จักกันในชื่อว่าสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (The Frankfurt School) เฉพาะแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมโดย ออดอร์โน และฮอร์กไฮม์เมอร์ และแนวคิดเรื่องมนุษย์มิติเดียว (one-dimensional man) โดย เฮอริเบิร์ต มาคูซ เป็นพื้นฐาน¹⁸ (สมสุข หินวิมาน, 2540)

¹⁷ ผู้เคยใช้แนวคิดเรื่องกลไกทางอุดมการณ์และการครองความเป็นเจ้าโดย หลุยส์ อัลดูเชอร์ และอันโตนิโอ กรัมสซี ในวิทยานิพนธ์ของเขาเมื่อปี 2534 เพื่อวิเคราะห์การสร้างวัฒนธรรมของรัฐในรายการข่าวถ่ายทอดสดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

¹⁸ ในเชิงอรรถที่ 3 ของบทความนี้ สมสุขกล่าวถึงตัวอย่างงานวิจัยไทย 3 ชิ้น (เป็นวิทยานิพนธ์ทั้งหมด) ที่ประยุกต์แนวคิดสำนักแฟรงค์เฟิร์ตมาอธิบายอุตสาหกรรมสื่อมวลชนได้แก่ งานวิเคราะห์ คมกมล ลิ้มปิชัย (2532) งานศึกษาพัฒนาการของเพลงเพื่อชีวิตหลังยุค 14 ตุลาของสุทธาสินี เกียรติไพบูลย์ (2533) และงานศึกษาเรื่องภาพความเป็นชายในอุตสาหกรรมเพลงไทยสมัยนิยมของ อมรรัตน์ รัตนภาสุร (2534) สมสุขตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า งานวิจัยทั้งสามเน้นไปที่การวิเคราะห์อุตสาหกรรมเพลงไทย ซึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากงานเขียนของ ออดอร์โน ที่เน้นวิเคราะห์สินค้าวัฒนธรรมประเภทเพลง ทั้งนี้สมสุขเห็นว่าวิถีคิดพื้นฐานของอุตสาหกรรมข่าวสารและวัฒนธรรมประเภทอื่นก็สามารถอธิบายได้ด้วยชุดความคิดที่ไม่แตกต่างกัน; โปรดดูสุทธาสินี เกียรติไพบูลย์, "วิวัฒนาการจากเพลงเฉพาะกลุ่มมาสู่เพลงสมัยนิยมของเพลงเพื่อชีวิต (พ.ศ. 2516-2531)," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533). และ อมรรัตน์ รัตนภาสุร, "การนำเสนอภาพความ

สมสุข ตีความว่า การวิเคราะห์อุตสาหกรรมวัฒนธรรมโดยนักคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต นั้นก็เพื่อเปิดเผยให้เห็นว่า ระบบทุนนิยมสามารถดำรงอยู่อย่างยั่งยืนได้โดยอาศัยรูปแบบของ วัฒนธรรมบริโภค และกลไกการควบคุมทางสังคมโดยผ่านการทำงานของสื่อมวลชน และ วัฒนธรรมชาวบ้าน (popular culture) ทั้งหลาย ซึ่งในกรณีของเฮร์เบิร์ต มาคูซ ได้พัฒนาแนวคิด เรื่อง “สังคมมิติเดียว” และ “มนุษย์มิติเดียว” ขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว¹⁹

ในกรณีของ ออดอร์โน และฮอว์คโคมเมอร์ สมสุข (2540: 9) อธิบายว่า ทั้งคู่มองว่า

อุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นผลสะท้อนมาจากลัทธิคั่งไคล้บูชาสินค้า (commodity fetishism) ผนวกกับการครอบงำของมูลค่าแลกเปลี่ยน และการ ผูกขาดของระบบทุนนิยม อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะทำงานโดยการหลอหลอม รสนิยมและความชอบของมวลชน (the masses) ในขณะเดียวกับที่ปรุงแต่ง จิตสำนึกของคนให้เห็นคล้อยกับความต้องการเทียม ด้วยการกำจัดความต้องการ จริงและวิถีคิดที่ต่อต้านระบบออกไป ทั้งนี้ความสำเร็จดังกล่าวของอุตสาหกรรม วัฒนธรรมจะเป็นไปได้โดยมีประสิทธิผล เมื่อผู้คนมิได้ตระหนักว่าจิตสำนึกของ ตนกำลังถูกหลอหลอมขึ้นมา

เป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยมระหว่างปี พ.ศ.2531-2533,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2534).

¹⁹ สมสุข (2540: 8-9) อธิบายเพิ่มเติมในเรื่อง สังคมและมนุษย์มิติเดียว ว่า กระบวนการนี้อาศัยการสร้างและกระตุ้น “ความต้องการเทียม” (false needs) ซึ่งจะทำให้ผู้คน เกิดอาการ “ตกหลุมรัก” ระบบทุนนิยม เพราะชัยชนะที่แท้จริงของระบบนี้อยู่ที่การทำทุกวิถีทางให้ ชนชั้นแรงงาน (working class) ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของระบบ สังคมแบบที่ประชาชนถูกมอม เมาให้ลุ่มหลงคลั่งไคล้ในวัตถุ เทคโนโลยี และความเจริญของระบบเพียงด้านเดียวโดยไม่ตั้ง คำถามหรือมีความคิดวิพากษ์ วิจารณ์อะไรเลยนี้เรียกว่า “สังคมมิติเดียว” (one-dimensional society) ซึ่งถือเป็นลักษณะของการครอบงำทางวัฒนธรรม (cultural domination) รูปแบบหนึ่ง และความหมายของมนุษย์ก็จะมีค่าเป็นเพียง “มนุษย์มิติเดียว” (one-dimensional man) ซึ่งถูก กำหนดมาแล้วโดย “จิตสำนึกจอมปลอม” (false consciousness) ของระบบทุนนิยม; โปรดดู คำอธิบายเพิ่มเติมเรื่อง สังคมมิติเดียว ใน ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, เศรษฐศาสตร์การเมือง โลก ทัศน์กับการวิเคราะห์ระบบและการเปลี่ยนแปลง, (กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2538), 117.

สมสุข หินวิมาน (2540: 10) อธิบายต่อไปว่า การควบคุมและกำจัดวิธีคิดที่แตกต่าง และต่อต้านก็คือการทำให้ผู้บริโภคถูกกำหนดอยู่ตลอด และปฏิบัติการที่สำคัญก็คือ “การผลิตแบบเป็นมาตรฐานเดียว” (standardisation) หรือการทำให้สินค้าวัฒนธรรมมีลักษณะเหมือนกัน รวมทั้ง “การสร้างเอกลักษณ์ของปัจเจกแบบจอมปลอม” (pseudo-individualisation) หมายถึง การที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่า ภายใต้วัฒนธรรมที่ตนเองเสพแบบเป็นมาตรฐานเดียวนั้น ที่แท้จริงแล้วเป็นเสมือนสิ่งใหม่หรือมีความแตกต่างกับสิ่งอื่นเสมอ

ในส่วนท้ายของบทความ สมสุข ได้พยายามสรุปถึงขีดจำกัดและประมวลข้อวิพากษ์ที่สำคัญต่อแนวคิดนี้ไว้สรุปได้เป็น 2 เรื่องคือ 1) สำนักแฟรงเฟิร์ตมีแนวโน้มในการมองว่ามวลชนมีลักษณะเป็นผู้ถูกระงับมากเกินไป และ 2) ข้อสงสัยว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างมาตรฐานเดียวให้กับสังคมมวลชนได้มากเพียงใด เพราะ “หากพิจารณาให้ลึกลงไปจะพบว่าในความเหมือนนั้นย่อมมีความแตกต่างแทรกอยู่ ... โดยเฉพาะในแง่ของการผลิตวัฒนธรรม”²⁰ (สมสุข หินวิมาน, 2540: 11) รวมทั้งยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า การบริโภคสินค้าวัฒนธรรมมักมีลักษณะของการเป็นผู้กระทำมากกว่า (สมสุข หินวิมาน, 2540: 12)²¹

โดยสรุปแล้ว บทความนี้ของสมสุขเป็นการขยายภาพคำอธิบายเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่กาญจนา แก้วเทพ ได้ทิ้งประเด็นไว้ในบทความเมื่อปี 2527 ให้สมบูรณ์ครบถ้วนยิ่งขึ้น แม้สมสุขจะอาศัยการตีความผ่านหนังสือ *An introduction to Theories of Popular Culture*²² โดย Strinati (1995) เป็นหลัก แต่ก็ได้อ้างตรงถึงบทความ “The Culture industry: Enlightenment as Mass Deception” บ้างในบางจุด นอกจากนี้สมสุขก็ได้กล่าวถึงแนวคิดสำคัญที่เป็นแก่นกลางของแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมด้วย นั่นคือ กระบวนการทำให้กลายเป็นมาตรฐาน และปัจเจกชนจอมปลอม

อย่างไรก็ดี เนื่องจากแนวคิดทั้งสองนี้ยังคงถูกตีความแตกต่างกันไปในหลายระดับ และยังมีปัญหาในการตีความมากที่สุดจนถึงปัจจุบันนี้ การนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับระนาบ

²⁰ สมสุขยกกรณีอุตสาหกรรมดนตรีร็อกและกล่าวว่ายังคงมีสิ่งที่เรียกว่า “อิสระภาพ (relative autonomy) ทางวัฒนธรรม” อยู่ในระดับหนึ่ง

²¹ สมสุข ยกตัวอย่าง เช่น วิทยานิพนธ์ของ บัณฑิตา ทองสีมา (2536) หรืองานศึกษาเรื่องเด็กกับการรับรู้และการตั้งคำถามต่อโฆษณาของ David Buckingham; โปรดดู David Buckingham, “Hidden Persuader?: Advertising, Resistance and Pleasure,” in *Children Talking Television: The Making of Television Industry*, (London: The Falmer Press, 1993).

²² โปรดดู D. Strinati, *An introduction to Theories of Popular Culture*, (London: Routledge, 1995).

ความรู้หลายระดับจึงมีความอันตรายอยู่ในตัว เพราะอาจทำให้ละเลยปมประเด็นอื่นๆ ที่ไปไกลกว่าคำอธิบายว่า สังคมทุนนิยมยืนอยู่ได้ก็เพราะมีคนกลุ่มหนึ่งที่ฉลาดกว่าและคอยหลอกหลอและครอบงำคนอื่นกลุ่มหนึ่ง (คนจน) ที่โง่กว่าให้ต้องตกอยู่ในความมัวเมากับการบริโภค ภาพแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สมสุขพยายามฉายไว้ในบทความนี้ จึงยังดูไม่แตกต่างไปจากวิถีคิดของชนชั้นกลางไทยยุคหลังวิกฤติเศรษฐกิจโดยเฉพาะในหมู่นักวิชาการที่เหยียดการบริโภคเท่าได้นัก น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่า ในเดือนพฤศจิกายน 2540 ซึ่งเป็นเดือนและปีเดียวกับที่บทความข้างต้นของสมสุขได้ตีพิมพ์เผยแพร่สู่วงวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ก็ได้จัดให้มีการสัมมนาสรุปผลงานจากโครงการ “วิทยานิพนธ์สำนักทฤษฎีวิพากษ์” ขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน

โครงการนี้ริเริ่มโดย รศ.ดร.บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา เมื่อปี 2538 มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้มีการนำแนวคิดทฤษฎีใหม่ของสำนักคิดที่ยังไม่แพร่หลายในวงวิชาการไทยมาทดลองใช้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัยจึงได้ร่วมกับคณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ก่อตั้งโครงการวิจัยนี้ขึ้น โดยมีนิสิตปริญญาโทของภาควิชานี้จำนวน 5 คนเข้าร่วมโครงการ และมีรศ.ดร. กาญจนา แก้วเทพ เป็นหัวหน้าโครงการ เมื่อถึงวาระสรุปงานในปลายปี 2540 สกว. ได้ขอให้ รศ.ดร. กาญจนา เขียนเอกสารสรุปผลงานวิจัยทั้ง 5 เรื่องประกอบเอกสารสรุปทฤษฎีที่นำมาใช้และบทความสรุปภาพรวมทั้งหมด รวมเป็น 11 บทความ เพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการสัมมนา²³ ซึ่งเป็นที่มาของการตีพิมพ์ซ้ำหนังสืออย่างต่อเนื่องในชื่อ *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* (ล่าสุดคือฉบับตีพิมพ์ครั้งที่ 4 พ.ศ. 2547)

โครงการนี้มีความน่าสนใจในหลายด้าน โดยเฉพาะในแง่การให้นิยามของ “ทฤษฎีวิพากษ์” อย่างมีเอกลักษณ์แตกต่างไม่เหมือนใคร โดย กาญจนา แก้วเทพ ตีความว่า “ทฤษฎีวิพากษ์มีต้นกำเนิดมาแต่ศตวรรษที่ 19 ซึ่งรู้จักกันในนามของทฤษฎี Marxist หรือทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง” (กาญจนา แก้วเทพ, 2547ก: 21) จากนั้นจึงแตกออกเป็นอีกหลายทฤษฎีย่อย กาญจนา แก้วเทพ (2547ก: 24-29) ได้เขียนอธิบายถึงลักษณะความคิดแบบทฤษฎีวิพากษ์ตามการตีความของ เอฟเร็ด โรเจอร์ (Everett M. Rogers) ไว้ในหัวข้อ “รากฐานของวิธีการแบบสำนักทฤษฎีวิพากษ์” ว่า ทฤษฎีวิพากษ์เป็นปรัชญาแบบ Negative ที่ต่อสู้กับปรัชญาแบบ Positive เน้นการวิเคราะห์แบบองค์รวม (Holistic) ไม่แยกส่วน (Sectarian) และมองสื่อมวลชนว่าเป็นกลไกทางสังคมชนิด

²³ โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory): แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย*, (กรุงเทพฯ: โครงการวิทยานิพนธ์ สำนักทฤษฎีวิพากษ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2540). (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่); ตีพิมพ์ครั้งที่ล่าสุดเมื่อ พ.ศ. 2547

หนึ่งจึงสนใจว่าใครเป็นผู้ควบคุมสื่อ²⁴ รวมทั้งยังได้อ้างถึงเกณฑ์การแยกกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ตาม เดนิส แม็คควอล (Danis. McQuail, 1987)²⁵ โดยแบ่งออกเป็น 3 รุ่น รุ่นแรก ได้แก่ ทฤษฎีมาร์กซ์ฉบับคลาสสิก รุ่นที่สอง มี 3 ทฤษฎี ได้แก่ 1) Political Economy Media Theory 2) The Frankfurt School 3) Hegemonic Theory of Media และรุ่นที่สาม ได้แก่ (Critical) Cultural Study

กาญจนา แก้วเทพ (2547ก: 22) อธิบายความแตกต่างของกลุ่มแนวคิดในรุ่นที่สองและสามว่า Political Economy Media Theory สนใจมิติด้านเศรษฐกิจการเมืองที่มีส่วนกำหนดการทำงานของสื่อมวลชน ในขณะที่สำนัก Frankfurt จะลดความสนใจในเรื่องเศรษฐกิจการเมืองลงไปและมุ่งวิเคราะห์การทำงานของสื่อมวลชนแบบ “Culture Industry” ส่วนกลุ่ม Hegemonic Theory of Media นั้นเน้นศึกษา การต่อสู้ด้านความคิดและอุดมการณ์ในสังคม โดยพิจารณาสื่อมวลชนในฐานะกลไกทางอุดมการณ์ ซึ่งเป็นสนามของสงครามแย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์และวัฒนธรรม โดย Cultural Study (หรือที่เรียกว่าสำนัก Birmingham) เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มทฤษฎีในรุ่นที่สองแล้ว จะมีทิศทางในทางบวกต่อสถาบันสื่อมวลชนมากขึ้น โดยจะให้ความสนใจกับวิธีการและรูปแบบที่ประชาชนกลุ่มต่างๆ เข้ามาใช้สื่อมวลชนในฐานะเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

นอกจากนี้ ยังได้ระบุไว้ชัดเจนว่า ทฤษฎีวิพากษ์ที่นำมาปรับใช้ในโครงการวิจัยนี้อยู่ในรุ่นที่สองและรุ่นที่สาม (กาญจนา แก้วเทพ, 2547ก: 22) ซึ่งไม่ใช่กลุ่มสำนักแฟรงเฟิร์ต แต่เป็นกลุ่ม Political Economy Media Theory ได้แก่ แฮร์โวลด์ อัดัมส์ อินนิส (Harold Adams Innis) และเฮอริเบิร์ต มาร์แชล แม็คลูฮาน (Herbert Marshall McLuhan) หรือที่กาญจนาเรียกรวมในชื่อกลุ่มนักคิดสำนักโตรอนโต²⁶ กลุ่ม Hegemonic Theory of Media ได้แก่ อันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) และกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์รุ่นที่สามหรือ Cultural Study ได้แก่ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) สจิวต ฮอลล์ (Stuart Hall) และเดวิด มอร์ลีย์ (David Morley) ซึ่งคณะผู้วิจัยจะขอยกเนื้อหาในส่วนนี้ไปกล่าวถึงโดยละเอียดอีกครั้งในหัวข้อ “อิทธิพลทางความคิดจากฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 20” และ “วัฒนธรรมศึกษา”

²⁴ โปรดดู Everett M. Rogers, "The empirical and the critical schools of communication research," in *Communication Yearbook* 5, ed. M. Burgoon (New Brunswick, NJ: Transaction Books, 1982), p. 125-144.

²⁵ โปรดดู Danis McQuail, *Mass Communication Theory*, 2nd ed. (London: Sage Publication, 1987).

²⁶ หมายถึงกลุ่มความคิดที่มีศูนย์กลางอยู่ที่ มหาวิทยาลัยโตรอนโต (University of Toronto)

กาญจนา แก้วเทพ (2547ก: 37-42) สรุปว่า ทฤษฎีวิพากษ์ช่วยให้เกิดการทบทวน 1) นิยามของการสื่อสาร 2)ฐานะของผู้ส่งสาร 3)ฐานะของผู้รับสาร 4)สถานะของสื่อมวลชน 5) บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และโดยเฉพาะ 6)การทบทวนทฤษฎีผลกระทบของสื่อ ซึ่งทั้งหมดนี้ดูเหมือนจะเป็นสัญญาณสำคัญของการปรับเปลี่ยนกระบวนทรรศนะหรือฐานคิดของวงวิชาการ นิเทศศาสตร์ไทยที่น่าจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขึ้นในอนาคตอันใกล้

อย่างไรก็ดี แม้คำอธิบายเรื่องทฤษฎีวิพากษ์ที่กาญจนา แก้วเทพ อาศัยการตีความจาก เอฟเฟิร์ต โรเจอร์ จะมีความคล้ายคลึงกับที่ปรากฏในบทความ “พัฒนาการความคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต” เมื่อปี 2527²⁷ ทว่าสิ่งหนึ่งที่แตกต่างโดยสิ้นเชิงคือ การตีความความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีวิพากษ์กับนักคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต กล่าวคือ ในบทความ “พัฒนาการความคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต” (2527) กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้ความหมายค่อนข้างชัดเจนในทำนองว่า ทฤษฎีวิพากษ์ เป็นกระบวนความคิดที่กลุ่มสำนักแฟรงเฟิร์ตพัฒนาขึ้นเพื่อตอบโต้เฉพาะของกลุ่มตน เช่น การแก้ปัญหาในแนวทฤษฎีมาร์กซิสต์ การวิพากษ์การกลายร่างของกระแสปรัชญาภูมิธรรม (Enlightenment) สู่ลัทธิปฏิฐานนิยม และการวิเคราะห์ระบบนาซี-ฟาสซิสต์ กาญจนา แก้วเทพ จึงใช้คำ “นักทฤษฎีวิพากษ์” เรียกแทนกลุ่มนักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ตในหน้าที่ 94 ของบทความนี้ รวมทั้งระบุอย่างน้อยสามครั้งในบทความนี้ว่า แมกซ์ ฮอร์คไฮเมอร์ เป็นผู้เริ่มต้นอธิบาย แนวคิดทฤษฎีวิพากษ์²⁸ แต่ทฤษฎีวิพากษ์ในหนังสือ *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* กลับมีความหมายครอบคลุมตั้งแต่งานเขียนของคาร์ล มาร์กซ์ ในศตวรรษที่ 18 ไล่เรียงมาจนถึงกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาที่เห็นว่าความคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตมีข้อบกพร่องมากมายจนเกินจะแก้ไข จึง

²⁷ ในบทความปี 2527 กาญจนา แก้วเทพ อาศัยการตีความเรื่องทฤษฎีวิพากษ์จากงานเขียนของ เลซเซค โคลาคาวสกี (Lezsek Kolakowski) และ โกรัน เทอร์บอร์น (Goran Therborn); โปรดดู Lezsek Kolakowski, *Main Current of Marxism (Volume 3)*, (Oxford: Oxford University Press, 1978). และ Goran Therborn, "The Frankfurt School," in *Western Marxism: A Critical Reader*, ed. New Left Review (London: Verso, 1978).

²⁸ โปรดดูบทความ “พัฒนาการความคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต” (2527) หน้า 72, 77, และในหน้า 85 กาญจนา แก้วเทพ กล่าวถึงบทความ “Traditional and Critical Theory” (1937) ซึ่งเป็นบทความแรกๆ ที่ฮอร์คไฮเมอร์ให้คำอธิบายเรื่องความแตกต่างระหว่างทฤษฎีดั้งเดิมกับทฤษฎีวิพากษ์; ดูบทความดังกล่าวได้ใน Max Horkheimer, *Critical theory: selected essays*, trans. Matthew J. O'Connell and others (New York: Seabury Press, 1972).

เสนอให้นำแนวคิดเรื่องการครองความเป็นเจ้าปรับเปลี่ยนเข้ากับกรณีวิเคราะห์สัญญาเพื่อศึกษา สังคมสมัยใหม่แทน²⁹

ทั้งนี้ปัญหาไม่ใช่ว่า กริมซี, สจ๊วต ฮอลล์, เดวิด มอร์ลีย์ หรือนักคิดคนอื่นจะมีความคิด วิพากษ์วิจารณ์จริงๆ หรือไม่ แต่ปัญหาคือ การมีความคิดวิพากษ์วิจารณ์ไม่ได้หมายถึงจะต้องมีวิธี คิดแบบทฤษฎีวิพากษ์ต่างหาก ดังนั้นการสลายบุคลิกทางความคิดที่สำคัญของนักคิดกระแสต่างๆ และรวมไว้ภายใต้ร่มเดียวคือ ทฤษฎีวิพากษ์ จึงมีปัญหาว่าผู้ที่เดินตามรอยหนังสือ *การศึกษาสื่อ ด้วยทฤษฎีวิพากษ์* จะจัดการกับความละเอียดอ่อนและความแตกต่างของนักคิดแต่ละคนแต่ละ สำนักที่ถูกจับรวมกันได้มากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะในแง่ของการเข้าใจรากฐานความคิดและ วิธีการเข้าจัดการปัญหาทางทฤษฎีที่แตกต่างกันไปตามแต่ละกระแสความคิด ซึ่งมีผลอย่างสำคัญ ต่อความลึกซึ้งในการทำความเข้าใจแนวคิดรวมทั้งการปรับใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม ต่างๆ³⁰

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่หนังสือ *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* ได้ตีพิมพ์ เผยแพร่ การพูดถึงแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทฤษฎีวิพากษ์ และนักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ต (ใน แง่มุมที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน) ก็คงจะตกอยู่ภายใต้การควบคุมของ กาญจนา แก้วเทพ กล่าวได้ว่า การตีความของเธอไม่ได้มีอิทธิพลแค่เพียงในวงวิชาการนิเทศศาสตร์แต่ขยายสู่วงวิชาการสังคมศาสตร์

²⁹ สมาชิกวงในของสำนักแฟรงเฟิร์ตโดยเฉพาะ ออดอร์โน มักตกเป็นเป้าโจมตีในเรื่องนี้ ในขณะที่ วอลเตอร์ เบนจามิน (Walter Benjamin) กลับได้รับการยอมรับมากกว่า; โปรด เปรียบเทียบการอธิบายทฤษฎีวิพากษ์ที่ปรากฏในหนังสือ *การศึกษาสื่อด้วยทฤษฎีวิพากษ์* กับ David Held, *Introduction to critical theory: Horkheimer to Habermas*, (London: Hutschinson, 1980); Martin Jay, *The dialectical imagination: a history of the Frankfurt School and the Institute of Social Research, 1923-1950*, (Berkeley: University of California Press, 1996); Andrew Arato & Eike Gebhardt (eds.), *The Essential Frankfurt school reader*, (New York : Continuum, 2002).

³⁰ โปรดดูวิทยานิพนธ์ที่อ้างว่าใช้ “ทฤษฎีวิพากษ์ตามแนวคิดของ David Morley” ที่ วัชรีย์ ดำศรี, “พฤติกรรมกรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพประมง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543). หรือ ณัฐรัตน์ โกศัย, “พฤติกรรมกรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคน ลาวในเวียงจันทน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545)

ไทยด้วย³¹ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกาญจนา แก้วเทพได้ผลิตผลงานว่าด้วยแนวคิดดังกล่าวออกมาหลายชิ้น นอกจากนี้ผลงานที่เป็นตำราของเธอหลายเล่มก็ได้รับการตีพิมพ์ซ้ำอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ถึง 2547 ตัวอย่างเช่น

ตำราประกอบการเรียนการสอนเรื่อง *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา* ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2541 ตีพิมพ์ครั้งล่าสุดปี พ.ศ. 2547 ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 4 ตำราเล่มนี้กล่าวถึงแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต ไว้ในบทที่ 8 ว่า

แนวคิดที่สำคัญของการวิพากษ์ดังกล่าวคือ ในสังคมมวลชนได้มีการทำให้ "วัฒนธรรม" แปรสภาพมาเป็น "สินค้า" (Commoditization of Culture) กล่าวคือ มีการผลิตวัฒนธรรมเพื่อเป้าหมาย การขายหวังเอากำไรเป็นสำคัญ การกระทำดังกล่าวจึงเป็นตัวอย่างทำลายคุณค่าทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสุนทรียะ คุณค่าการใช้ประโยชน์ที่เคยมีอยู่ในวัฒนธรรมให้หมดไป ทำให้แม้จะมีปริมาณทางวัฒนธรรมอย่างมากมาย แต่กลับทำให้คุณภาพของวัฒนธรรมตกต่ำเสื่อมทรามลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2547ค: 179)

รวมทั้งอธิบายเรื่องวัฒนธรรมมวลชนตามแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตว่า วัฒนธรรมมวลชน เป็นวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในยุคสมัยใหม่ที่มีการผลิตสินค้า บริการ และความคิดเพื่อช่วยดำรงรักษาระบบทุนนิยมเอาไว้ มีลักษณะเด่น เช่น เน้นการใช้เหตุผลเชิงเทคนิค (Technical Rationality) ถือเอาการบริโภคเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับการดำรงอยู่ และได้อ้างถึงบทความ "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" (1972) โดยกล่าวว่า

Adorno และ Horkheimer (1972) ได้โจมตีวัฒนธรรมมวลชนไว้มาก เช่น การมีอยู่เพียงรูปแบบเดียว ลักษณะบูชาเทคนิคซ้ำซากที่วนเวียน เป็นศิลปะที่หลบหนีความจริง สร้างความต้องการอันจอมปลอม ลดทอนคุณค่าของปัจเจกให้กลายเป็นเพียงลูกค้าย และขจัดทางเลือกอุดมการณ์อื่นๆ ออกไปด้วยการสร้างมายาคติว่า วัฒนธรรมที่มีอยู่นั้นเป็นวัฒนธรรมที่ดีที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ, 2547ค: 181)

³¹ โปรดเปรียบเทียบแนวการศึกษาทฤษฎีวิพากษ์และการตีความแนวคิดของอดอร์โนในเรื่องศิลปะวัฒนธรรมจากมุมมองของวงวิชาการปรัชญาได้ที่ เอมอร นิธิบุรุษ, "สุนทรียศาสตร์และ 'ความเป็นจริง' ในศิลปะสมัยใหม่: วาทกรรมระหว่างนักคิดยุโรปก่อนกลางศตวรรษที่ยี่สิบ," *วารสารอักษรศาสตร์* 21: 1 (มิถุนายน-พฤศจิกายน 2541): 321-332.

หนังสืออีกเล่มหนึ่งที่มีความนิยมเป็นอย่างสูงในหมู่นักศึกษานิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ คือ *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* ตีพิมพ์ปี 2544 กาญจนา แก้วเทพ กล่าวถึงแนวคิดและนักคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตไว้หลายตอน เช่น ในบทที่ 1 ปรากฏคำอธิบายเรื่อง "อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม"³² ตามทัศนะของอดอร์โนและฮอ르크ไฮเมอร์ และตามทัศนะของวอลเตอร์ เบเนจามิน บทที่ 3 กล่าวถึง สำนักแฟรงเฟิร์ตและทฤษฎีวิพากษ์ ในหัวข้อ สำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง/มาร์กซิสต์³³ และบทที่ 8 กล่าวว่า สำนักแฟรงเฟิร์ตมีอิทธิพลทางความคิดอย่างสำคัญต่อสำนักวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ

น่าสนใจว่า ในหนังสือเล่มนี้ให้รายละเอียดแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตมากขึ้น เริ่มระบุถึงแนวคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้อย่างเป็นทางการ และเริ่มใช้คำ "วัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์" เพื่อให้เห็นว่ามี ความหมายแตกต่างจากแนวคิดเรื่อง "ทฤษฎีวิพากษ์" ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ ได้นำกลับมาผูกติดไว้กับกลุ่มนักคิดสำนักแฟรงเฟิร์ตอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ยังได้กล่าวเตือนผู้อ่านไว้ในคำนำด้วยว่า

ผู้เขียนใช้ความหมายของคำว่า "วัฒนธรรมศึกษา" ในขอบเขตที่กว้างขวางที่สุด โดยผนวกรวมเอาการศึกษาสื่อมวลชนจากทุกแนวทาง ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม คำว่า "วัฒนธรรมศึกษา" ที่ใช้กันอยู่ในวงวิชาการตะวันตกปัจจุบัน มักมีความหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจงมากกว่าที่ใช้เป็นขอบเขตของเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544)

นอกจากนี้ยังมีบทความเรื่อง "วัฒนธรรมศึกษาเพื่อการวิเคราะห์สื่อมวลชนในยุคสังคมนิยม" (2547ข) ซึ่งกล่าวถึง แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่เน้นวิเคราะห์มิติทางวัฒนธรรม 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มการครอบงำทางวัฒนธรรม กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ หรือสำนักเบอร์มิงแฮม และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างวัฒนธรรมหรือสำนักแฟรงเฟิร์ต โดยกาญจนา แก้วเทพอธิบายเพิ่มเติมว่า กลุ่มศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีจุดเน้นที่กระบวนการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า การรวมศูนย์วัฒนธรรม และการสลายวัฒนธรรมแบบเดิมพร้อมทั้งการเกิดของวัฒนธรรมแบบใหม่

³² กำกับไว้ในวงเล็บด้วยคำว่า Culture Industry

³³ ในหัวข้อนี้ยังกล่าวถึง กลุ่มนีโอมาร์กซิสต์ โดยมุ่งเจาะจงไปที่ อันโตนิโอ กรัมชี่ และแนวคิดเรื่อง Hegemony (การครองความเป็นเจ้า)

นอกจากอดอร์โน ฮอ르크ไฮม์เมอร์ หรือ มาคูซ แล้ว กาญจนา แก้วเทพ ยังได้ผลิตบทความเกี่ยวกับนักทฤษฎีวิพากษ์สำนักแฟรงเฟิร์ตอีกท่านหนึ่งคือ เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) ในบทความขนาดยาว 70 หน้า ชื่อ “การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas” (2543ก) ถือเป็นหนึ่งในบทความภาษาไทยว่าด้วยแนวคิดของฮาเบอร์มาสเพียงไม่กี่ชิ้นที่ปรากฏในวงวิชาการไทย

อิทธิพลทางความคิดจากฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 20

ในปีพ.ศ. 2546 ธเนศ วงศ์ยานนาวา อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้เสนอบทความเรื่อง “Postmodernization as the Anglo-Americanization of Contemporary French Thought and the Re-Modernization of Postmodern Thai Studies: A Historical Trajectory of Thai Intellectuals” (2003) ในงานประชุมนานาชาติว่าด้วยแนวคิดหลังสมัยใหม่และไทยศึกษาที่จังหวัดนครราชสีมา มีเป้าหมายเพื่อทบทวนประวัติศาสตร์การรับเข้าความคิดฝรั่งเศสร่วมสมัยของวงวิชาการไทย เช่น โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยม หลังสมัยใหม่ และสัญวิทยา บทความนี้มีจุดเด่นที่การวิพากษ์อย่างละเอียด ตรงไปตรงมา เข้มข้น และดูเด็ดอย่างถึงที่สุด คณะผู้วิจัยจึงอาศัยการตีความบางส่วนจากบทความนี้ เพื่อทดลองสร้างประวัติศาสตร์การปรับใช้กระแสความคิดฝรั่งเศสร่วมสมัยในการศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของวงวิชาการไทยดังจะอธิบายต่อไป

โครงสร้างนิยมและสัญญา-วิทยา/ศาสตร์

ธเนศ วงศ์ยานนาวา (Thanes Wongyannava, 2003) กล่าวว่า แนวคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) ปรากฏขึ้นในวงวิชาการไทยอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2525 เมื่อ สุกัญญา หาญตระกูล ได้ตีพิมพ์บทความชื่อ “ภาษา: สัญลักษณ์: วรรณคดี” ลงในวารสาร *โลกหนังสือ*³⁴

³⁴ ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2003) อธิบายเพิ่มเติมว่า แม้จะมีการบรรยายความคิดโครงสร้างนิยมในระดับอุดมศึกษามานานแล้ว แต่สุกัญญา ศิษย์เก่าฝรั่งเศส เป็นผู้ทำให้แนวคิดโครงสร้างนิยม โดยเฉพาะความคิดของ เฟอ์ดินานด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ปรากฏขึ้นอย่างเป็นทางการในสังคมไทย ในปี 2525 ซึ่งเป็นปีที่เธอจบการศึกษาและเพิ่งเดินทางกลับสู่ประเทศไทย อย่างไรก็ตามเธอก็มีเป้าหมายที่จะสื่อสารกับวงวิชาการวรรณกรรมเป็นหลักเท่านั้น ในภาคผนวกของบทความ เธอแถลงไว้อย่างชัดเจนว่า โซซูร์ใช้คำว่า “ระบบ” (system) ใน

หลังจากนั้นดูเหมือนว่าวงวิชาการไทยจะให้การต้อนรับกระแสความคิดนี้อย่างอบอุ่นคับคั่ง แม้ว่าแทบจะไม่ปรากฏการแปลงานต้นฉบับเป็นภาษาไทยเลยก็ตาม

นอกจากสัญญา หาดูตระกูล แล้ว นพพร ประชากุล อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาฝรั่งเศส คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นอีกคนหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่แนวทฤษฎีวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมโดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “มายาคติ” (Mythologies) ของโรล็องด์ บาร์ตส์สู่ชนชั้นกลางไทยผ่าน *สารคดี* นิตยสารสำหรับครอบครัว (ชนชั้นกลาง) ที่นพพรเป็นคอลัมนิสต์ประจำ³⁵ หรือเผยแพร่สู่วงวิชาการผ่านเวทีสัมมนา การผลิตหนังสือแปล³⁶ และการเขียนคำนำเสนอ

งานของเขาไม่ใช่คำว่า “โครงสร้าง” (structure) ถึงแม้โซซูร์จะมีอิทธิพลต่อกระแสความคิด โครงสร้างนิยมเพียงใดก็ตาม โดยที่คำว่า “โครงสร้าง” นั้นไม่ได้มีความเกี่ยวพันใดๆ กับตัวบทหรือความคิดของโซซูร์เลยตลอดช่วงชีวิตของเขา สัญญาเสนอว่าผู้ที่นำเสนอทฤษฎี โครงสร้างนิยม ก็คือ The Prague Linguistic Circle; โปรดดู สัญญา หาดูตระกูล, “ภาษา: สัญลักษณ์: วรรณคดี,” *โลกหนังสือ* 5: 5 (กุมภาพันธ์ 2525), 44.

³⁵ เช่น นพพร ประชากุล, “โรล็องด์ บาร์ตส์กับการค้นหาความหมายที่แฝงเร้น,” *สารคดี* 10: 110 (เมษายน, 2537): 179-182. หรือ ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช และนพพร ประชากุล, “เลาะเลียบบนเส้นทาง ทฤษฎีวรรณกรรม (2) จากโครงสร้างสู่การ รื้อสร้าง,” *สารคดี* 11: 131 (มกราคม, 2539): 138-141.

³⁶ ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2003) กล่าวว่า แม้จะมีการพูดถึงโรล็องด์ บาร์ตส์มาก่อนบ้างแล้ว แต่กว่าจะมีการแปลผลงานของเขาอย่างเป็นทางการก็ล่วงเข้าสู่ปี พ.ศ. 2541 โดย วรรณพิมล อังคศิริสรรพ ได้เลือกแปลผลงานเรื่อง *Mythologies* (1957) และเสนอวิทยานิพนธ์ในชื่อ “สรณิพนธ์จากมายาคติ (Mythologies) ของโรล็องด์ บาร์ตส์: บทแปล และบทวิเคราะห์เชิงวิทยาศาสตร์” ในสาขาวิชาการแปลภาษาฝรั่งเศส-ไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2544 จึงได้นำมาจัดพิมพ์เป็นหนังสือแปลในชื่อ *มายาคติ* โดยมีนพพร ประชากุลเป็นบรรณาธิการ นอกจากนี้ นพพรยังได้เขียนบทนำในหนังสือเล่มนี้ด้วยในชื่อบทความว่า “โรล็องด์ บาร์ตส์ กับสัญลักษณ์วรรณกรรม” และในปี พ.ศ. 2545 นพพร ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันและประสานงานการจัดพิมพ์หนังสือ *สรณิพนธ์มนุษยศึกษาและสังคมศาสตร์ในประเทศไทย ศตวรรษที่ 20* ซึ่งเป็นการรวบรวมงานเขียนของนักคิดฝรั่งเศสร่วมสมัยที่สำคัญหลายคนได้แก่ โรล็องด์ บาร์ตส์, ปีแอร์ บูดิเยอร์, แพนองด์ โบรเดล, ฌัก แดริดา, จอร์จ ดูมิเชล, มิเชล ฟูโกต์, และ โคล็ด เลวี-สโตรอส; โปรดดู วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, “สรณิพนธ์จากมายาคติ (Mythologies) ของโรล็องด์ บาร์ตส์: บทแปล และบทวิเคราะห์เชิงวิทยาศาสตร์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการแปลภาษาฝรั่งเศส-ไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541) โรล็องด์

ให้กับหนังสือรวมบทความของผู้ร่วมเส้นทางโครงสร้างนิยม เช่น *เชิงอรรถวัฒนธรรม* ของ ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช³⁷ หรือบทความเรื่อง “สัญศาสตร์โครงสร้างกับการ วิจัยภาพยนตร์” ที่ นพพรเขียนเป็นคำนำเสนอให้กับหนังสือ *แล้วเมื่อ เกือบหนึ่ง เล่มสอง* ของ ประชา สุวีรานนท์³⁸ ในปี 2542 ซึ่งถือเป็นผลงานที่ทำให้ชื่อของนพพรกับการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างนิยมเป็นที่รู้จักแก่บุคคลนอกวงวิชาการอย่างกว้างขวาง

นพพร ประชากุล (2542: (16)) เสนอว่า ทรรศนะต่อภาพยนตร์ในครั้งแรกของศตวรรษที่ 20 ยังคงสืบทอดจากวรรณกรรมศึกษาสมัยศตวรรษที่ 19 กล่าวคือยังถูกครอบงำโดยกรอบคิดแบบมนุษยนิยม (humanism) ที่ยึดคิดว่า มนุษย์เป็นองค์ประธาน (subject) ของการกระทำสิ่งต่างๆ ตามเจตจำนงของตนอย่างเสรีและมีเหตุผล ภาพยนตร์จึงเป็น “งานศิลปะ” อีกแขนงหนึ่งซึ่งเป็นพยานของพลังแห่งความสร้างสรรค์อันสูงส่งของปัจเจกบุคคลผู้ที่ได้กลิ่นกรงญาติคนของตนออกมาเป็นสาระความงามทรงคุณค่าสุนทรีย์ยะเหนือกาลเวลา

อย่างไรก็ดี วงวิชาการและวิจารณ์ภาพยนตร์ต้องพบกับความเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่เมื่อ “สัญศาสตร์โครงสร้าง” (structural semiotics) เริ่มปลดปล่อยพลังและเข้าประจัญหน้ากับทุกกระแสความคิดที่สืบทอดมาจากปรัชญาแสงสว่าง (Enlightenment) ด้วยการเปิดเผยให้เห็นถึงช่องโหว่ในความสัมพันธ์ระหว่าง ภาษา กับ โลกของความเป็นจริง กล่าวคือ “ถ้อยคำในระบบสื่อ

บาร์ตส์, มายาคติ, วรรณพิมพ์ อังคศิริสรรพ, แปล, นพพร ประชากุล, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2544). และ ฮันส์ ธอร์มส์ เดอคร็อบ, นพพร ประชากุล และคณะ (ประสานงานการจัดพิมพ์), *วรรณกรรมมนุษยศึกษาและสังคมศาสตร์ในประเทศฝรั่งเศสศตวรรษที่ 20*, (เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545).

³⁷ โปรดดู ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช, *เชิงอรรถวัฒนธรรม*, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2539); ธเนศ วงศ์ยานนาวา กล่าวว่า ชูศักดิ์ ได้ใช้วิธีการซึ่งสะท้อนวิธีการวิเคราะห์เชิงรูปแบบ (formalistic approach) ตามแนวโครงสร้างนิยมฝรั่งเศสอย่างชัดเจนในบทที่ว่าด้วยละครโทรทัศน์ (Thanes Wongyannava, 2003); บทวิจารณ์ดังกล่าวน่าจะหมายถึง “จากหลินเจียวถึงดาวพระศุกร์” ใน หน้า 85-92 ซึ่งชูศักดิ์ได้นำผังการแสวงหาของเกรมาสมาใช้ในการวิเคราะห์; ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและวรรณคดีอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีงานเขียนประจำลงนิตยสาร *สารคดี* เช่นเดียวกับนพพร ประชากุล รวมทั้งยังเคยผลิตงานเขียนร่วมกับนพพร หลายชิ้น

³⁸ เป็นรวมบทวิจารณ์ภาพยนตร์ จากนิตยสาร *สารคดี* และ มติชนรายสัปดาห์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2542; นอกจากนี้ ประชา สุวีรานนท์ ยังเป็นผู้ออกแบบปกหนังสือ *เชิงอรรถวัฒนธรรม* ให้กับ ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช ด้วย

ความหมายที่เราใช้ไม่ได้เป็นภาพสะท้อนหรือเป็นตัวแทนอันโปร่งใสของความเป็นจริงนอกภาษา แต่อย่างใด ทั้งนี้เนื่องจากความหมายของถ้อยคำล้วนแต่ नियามโดยอาศัยความเกี่ยวข้องกันเอง ภายในระบบเท่านั้น” (นพพร ประชากุล, 2542: (19))³⁹ เมื่อความงามของความรู้และความจริงในงานศิลปะถูกสันคลอนไปถึงรากเช่นนี้ นักคิดและปัญญาชนจำนวนมากจึงมุ่งสู่เส้นทางสายใหม่จนกลายเป็นกระแสความคิดที่ทรงพลังมากที่สุดในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ทั้งในฝั่งสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

เมื่อความสนใจได้เคลื่อนสู่การค้นหาโครงสร้างของระบบความหมาย การศึกษาภาพยนตร์จึงเริ่มหันมาให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อ ความเป็นเรื่อง หรือ ความหมายที่สื่อโดยเรื่องเล่า เพื่อเปิดเผยให้เห็นถึง “ระบบของความหมายแฝง” (system of connotations) ทั้งหมดในภาพยนตร์ โดยเริ่มจากการสังเกตคุณสมบัติต่างๆ ขององค์ประกอบเรื่อง เช่น ฐานะทางสังคมของตัวละคร วิธีการที่ตัวละครใช้ในการบรรลุเป้าหมายของตน คุณลักษณะเด่นของสถานที่เกิดเหตุการณ์ ฯลฯ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตความหมายของเรื่องเล่า และต้องประมวลหรือจัดระเบียบให้กับข้อมูลเหล่านั้น เช่น จัดพวกตามกลุ่มที่มีคุณสมบัติร่วมกัน และดูว่าแต่ละกลุ่มมีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยเฉพาะการมุ่งค้นหา “คู่แย้ง” (binary opposition) ที่นิยามและสร้างความหมายให้กันและกันโดยอาศัยความแตกต่าง⁴⁰

³⁹ นพพร ประชากุล (2542: (18)) อธิบายเพิ่มเติมว่า แนวคิดเรื่อง “สัญศาสตร์” และแนวคิดเรื่อง “โครงสร้าง” ถือกำเนิดขึ้นจากต้นตอเดียวกันคือ ความคิดของ แฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาของวิชาภาษาศาสตร์ทั่วไป โซซูร์ไม่ฝันที่จะให้ภาษาศาสตร์ทั่วไปเป็นศาสตร์นาร่องให้แก่วิชาอันกว้างใหญ่ที่จะศึกษาระบบการสื่อความหมายประเภทต่างๆ ภายในชีวิตสังคมโดยตั้งชื่อวิชาใหม่นี้ว่า “สัญวิทยา” (semiology); อย่างไรก็ตามในวงวิชาการไทยเองเคยมีการตั้งคำถามว่า สัญวิทยา เป็นสิ่งเดียวกับ สัญศาสตร์ หรือไม่ โดยเฉพาะเมื่อมีผู้พยายามอธิบายว่า semiotics ซึ่งเป็นแนวคิดที่ ชาร์ลส์ แซนเดอร์ส เพิร์ซ (Charles Sanders Peirce) นักปรัชญาชาวอเมริกันผู้สนใจคณิตศาสตร์และตรรกศาสตร์ได้พัฒนาขึ้น มีข้อแตกต่างหลายประการจากความคิดเรื่อง semiology ของโซซูร์ แต่ นพพร ยังยืนยันที่จะใช้คำว่า “โครงสร้าง” แทนที่จะเป็นคำว่า “ระบบ” ตามที่สุกัญญา หาญตระกูล (2525) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้

⁴⁰ นพพร ประชากุล (2542: (25)) กล่าวว่า ในบางกรณี องค์ประกอบเพียงตัวเดียวก็ สามารถก่อให้เกิดคู่แย้งขึ้นได้ เมื่อมันแสดงคุณสมบัติสองด้านที่แย้งกัน ดังเช่นที่ โรลิ่งด์ บาร์ตส์ ได้เคยวิเคราะห์ความเป็นคู่แย้งในตัวเองของ ไวน์ ว่า ในด้านหนึ่ง ไวน์มีความเร่าร้อนรุนแรงของธาตุไฟ แต่ในอีกด้านหนึ่งไวน์ก็ให้ความชื่นฉ่ำซาบซ่านเหมือนธาตุน้ำ ความขัดแย้งในตัวเองนี้ส่งผลให้ไวน์เป็นเครื่องดื่มที่มีพลวัตทางวัฒนธรรมอย่างเอกอนันต์ เพราะผู้คนในสังคมสามารถ

จนกว่าจะสามารถรวบยอดเครือข่ายความสัมพันธ์บางอย่างที่ชัดเจนพอควร ซึ่งเท่ากับว่ากำลังก้าวจากโลกอันเป็นรูปธรรมของเรื่องเล่าไปสู่โลกอันเป็นนามธรรมของโครงสร้าง แต่ก็มีใช่เป็นนามธรรมที่หลุดลอยจากตัวเรื่องหรือลากเข้าสู่การตีความแบบ “ตามใจฉัน” เพราะในท้ายที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในเรื่องเล่าจะเป็นตัวยืนยันความชอบธรรมของโครงสร้างที่ได้วิเคราะห์ออกมา (นพพร ประชากุล, 2542: (24))

ทั้งนี้ นพพร ประชากุล (2542 : (27)-(32)) ได้ยกตัวอย่างเครื่องมือวิเคราะห์เรื่องเล่า คือ แผนผังแสดงตัวกระทำ (actant model) หรือผังการแสวงหา (quest model) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย อัลกิริตัส จูเลียส เกรมาส (Algirdas Julius Greimas) นักภาษาศาสตร์ชาวลิทัวเนีย รวมทั้งได้อธิบายการทำงานของตัวแบบสี่เหลี่ยมศาสตร์ของเกรมาส (Semantic Rectangle หรือ Semiotic Square) ไว้โดยละเอียดด้วย

นพพร สรุปว่า แม้ก่อนหน้านี้อจะมีการวิจารณ์ภาพยนตร์ในแนวมาร์กซิสต์ แต่ก็ยังถือว่าขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์รูปลักษณ์และความหมาย จึงยังดำเนินไปในกรอบของการถ่ายสะท้อนความเป็นจริงอยู่นั่นเอง ส่วนการวิจารณ์ภาพยนตร์เชิงสุนทรียะก็มักจะขาดความตระหนักถึงปัจจัยทางอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในชิ้นงาน จึงมักหลุดออกไปจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างช่วยให้เรามองเห็นว่า ภาพยนตร์หลายเรื่องที่ไม่ได้มีเรื่องราวของชีวิตปกติในปัจจุบัน แต่อาจมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งผ่านโครงสร้างคล้ายกับว่าผู้สร้างเป็นตัวแทนของกลุ่ม ทำหน้าที่แสดงออกซึ่งจิตสำนึก อุดมการณ์ ปมปัญหาพร้อมออกมาแทนคนอื่นในกลุ่มโดยไม่รู้ตัว และเป็นผู้ฉาย “โครงสร้าง” ของจิตสำนึกนั้นลงไป ภาพยนตร์ในแง่นี้ศาสตร์เชิงโครงสร้างจึงเป็นการประสานการศึกษารูปลักษณ์ของภาพยนตร์เข้ากับมิติของการวิพากษ์อุดมการณ์ได้อย่างน่าพอใจ นอกจากนี้ นพพรยังได้สรุปคุณูปการงานวิจารณ์ภาพยนตร์แนวโครงสร้างนิยมของประชา สุวีรานนท์ ตลอดกว่าสิบปีที่ผ่านมาว่า “นับเป็นงานที่บุกเบิกแนวทางนี้ในวงการภาพยนตร์ศึกษาในสังคมไทย อีกทั้งยังสามารถนำเอาแนววิจารณ์ที่ว่ากันว่าเป็นเรื่องอ่านยากมาทำให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจในวงกว้างด้วย” (นพพร ประชากุล, 2542 : (37))

ฉวย “มายาคติ” สารพัดลงไปในไวน์ และสามารถนำไวน์ไป “ประสม” กับสิ่งสร้างทางวัฒนธรรมอื่นๆ ได้มากมาย

อย่างไรก็ดี ในหนังสือ *แล่นเรือ* เกื้อหนิง: *รวมบทวิจารณ์ภาพยนตร์จากนิตยสาร "สารคดี"* (2540)⁴¹ ประชา สุวิธานนท์ ได้อธิบายวิธีการวิจารณ์ภาพยนตร์ของเขาไว้บ้างแล้วว่ามีทั้งที่เดินตามแนว "auteurism" หรือแนวคิดที่ถือว่าภาพยนตร์คือผู้สร้างภาพยนตร์ และการวิเคราะห์แบบสัญวิทยา (semiotics)⁴² ทั้งในแนวโครงสร้างและ "หลังโครงสร้าง" (Post-Structuralism) ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่แตกต่างไปโดยสิ้นเชิงจากแนวการวิเคราะห์เนื้อหา เพราะการวิเคราะห์ในเชิงโครงสร้างเป็นการมองทะลุเนื้อหาและกระบวนการเล่าเรื่องลงไปถึงแก่นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในภาพยนตร์ ซึ่งช่วยเปิดเผยให้เห็นถึงความหมายที่ไม่ได้ตั้งใจและอาจขัดแย้งกับ "เนื้อหา" ของภาพยนตร์นั้น โดยที่ความหมายเหล่านี้ไม่ได้ถูกซ่อนเร้นเพราะการซ่อนคือการจงใจ หากแต่ "เป็น 'อาการ' โดยอาจจะเป็น 'อาการกลุ่มหลงของคนทำหนัง' หรือเป็น 'อาการไข้ของสังคม' ก็ได้" (ประชา สุวิธานนท์, 2540:(20))

ประชา สุวิธานนท์ แบ่งเนื้อหาออกเป็นสามบท การตั้งชื่อบท นอกจากจะเล่นกับความหมายของหนัง-ภาพยนตร์แล้ว ยังเล่นกับอุปมาเรื่องการชำแหละเนื้อหนังมังสาด้วย บทแรกคือ "หนังกับเนื้อ" เป็นการวิจารณ์ภาพยนตร์บนฐานคิดว่า ผู้สร้างเป็นที่มาของความหมายต่างๆ ในภาพยนตร์ ซึ่งยังคงเป็นการวิจารณ์ในแนวมนุษยนิยม เพราะแฝงนัยไว้ว่ามนุษย์เป็นผู้สร้างความหมายและกำหนดคุณค่าทางความงามหรือศีลธรรมได้ในผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถสื่อความหมายและคุณค่านั้นไปสู่ผู้เสพได้ตั้งใจปรารถนา (ประชา สุวิธานนท์, 2540: 5)

บทที่สองให้ชื่อว่า "หนังกับพังผืด" เป็นการวิเคราะห์ภาพยนตร์ด้วยแนวคิด "สัมพันธ์บท" (intertextuality) โดยมีข้อเสนอมว่า ให้มองภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นสมาชิกของภาพยนตร์ชุดหนึ่ง เช่น ภาพยนตร์ในแนวเดียวกัน หรือภาพยนตร์ของผู้กำกับคนเดียวกัน ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อชี้ให้เห็นประเด็นว่า ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งอาจไม่มีความหมายที่เป็นแก่นแท้ของมันเอง แต่ถูกประกอบสร้างขึ้นด้วยชิ้นส่วนเชิงสัมพันธ์บทที่หยิบยืมจากภาพยนตร์เรื่องอื่น ภาพยนตร์และผู้สร้างจึงกลายเป็นสิ่งที่ดูจะไม่มีเอกภาพในตัวเองอีกต่อไป ซึ่งเท่ากับเป็นมุมมองที่เริ่มถอยห่างออกจากคติแบบมนุษยนิยม (ประชา สุวิธานนท์, 2540: 115)

⁴¹ รวมเล่มบทวิจารณ์ภาพยนตร์ของประชา สุวิธานนท์ตั้งแต่ปี 2532; ได้รับรางวัลบทวิจารณ์ดีเด่นประจำปี 2537 จากกองทุน ม.ล. บุญเหลือ เทพยสุวรรณ

⁴² โปรดดูข้อสังเกตเรื่องปัญหาความแตกต่างระหว่าง semiotics, semiology, สัญวิทยา, ศัญศาสตร์ ในเชิงอรรถที่ 39 ของบทนี้

บทสุดท้ายให้ชื่อว่า "สันนอกกับสันใน" หรือการวิเคราะห์ภาพยนตร์ในฐานะที่เป็นวาทกรรม (discourse) ตามแนวทางที่โรลองด์ บาร์ตส์ ได้เสนอไว้ในหนังสือชื่อ *S/Z*⁴³ ว่า งานวรรณกรรมเรื่องหนึ่งประกอบสร้างขึ้นด้วยรหัสทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย ซึ่งอันที่จริงก็หยิบยืมมาจากวาทกรรมอื่นๆ ในสังคม ดังนั้นงานวิจารณ์ภาพยนตร์ในแนวนี้จะไม่พุ่งเป้าไปที่ความหมายหลัก แต่จะให้ความสำคัญกับมายาคติที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์ (ประชา สุวิรานนท์, 2540: 179) โดยประชา สุวิรานนท์ (2540: 176) ได้สรุปความหมายของวาทกรรมตามแนวทางที่เขาใช้ดังนี้

วาทกรรมคือ การสื่อความหมายที่อิงกับอุดมการณ์ และอุดมการณ์ก็เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายอันกว้างใหญ่ไพศาลของมายาคติ (myths) ทางสังคม-วัฒนธรรม ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม ตรรกะ อุปาทานเกี่ยวกับมนุษย์ ชีวิต และโลกซึ่งยึดถือตามกันมา เช่น คติที่ว่าผู้หญิง เด็ก และคนชราเป็นผู้อ่อนแอ ครอบครัวยุคใหม่เป็นหน่วยพื้นฐานของสังคม ฯลฯ

เมื่อมองผ่านกรอบนี้จะพบว่า ภาพยนตร์ในฐานะวาทกรรมชุดหนึ่ง เป็นการเลือกหยิบมายาคติจำนวนหนึ่งมาถักทอเข้าด้วยกัน เกิดเป็นความหมายหลักที่จิตใจจะสื่อในระดับ "เรื่องเล่า" การที่ความหมายหลักจะสื่อออกมาได้นั้น จำเป็นต้องอิงอยู่กับมายาคติอื่นๆ ที่พ่วงคำจุ่มันไว้ (ซึ่งอาจเรียกได้ว่าความหมายรอง) แต่มายาคติชุดหลังนี้ ด้วยความที่มักจะขัดแย้งกับมายาคติที่ใช้สร้างความหมายหลัก จึงมักถูกกระแสการเล่าเรื่องกลบเกลื่อนเอาไว้มิให้ชัดเจน และเป็นหน้าที่ของนักวิจารณ์ในแนววาทกรรมที่จะเปิดเผยให้เห็นกลไกการทำงานของมายาคติต่างๆ ในวาทกรรมนั้น (ประชา สุวิรานนท์, 2540: 177) สำหรับประชาแล้ว การวิจารณ์ภาพยนตร์ในเชิงวาทกรรมนี้ก็คือว่า

หนี่ห่างออกจากการมองหนังในฐานะผลงานสร้างสรรค์เชิงศิลปะชนิดดูไม่กลับ ทั้งนี้ไม่ใช่ว่าผู้ที่ทำงานวิจารณ์แนวนี้จะแลไม่เห็นความหมายหรือคุณค่าทางสติปัญญาที่ถ่ายทอดออกมา หากแต่เป็นความจำเป็นทางวิธีการ ที่จะต้อง "เล็กละ" ทศนะแบบมนุษย์นิยมไปชั่วคราว เพื่อที่เราจะสามารถส่องสแกนการทำงานของมายาคติในภาพยนตร์ (ประชา สุวิรานนท์, 2540: 181)

⁴³ โปรดดู Roland Barthes, *S/Z*, translated by Richard Miller, (Paris, Editions du Seuil, 1970).

บทวิจารณ์ในกลุ่มนี้จึงถือว่าภาพยนตร์เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นการแปรรูปอุดมการณ์ของสังคมให้กลายเป็นภาพและเสียงที่สัมผัสได้ด้วยประสาทหูและตา การวิเคราะห์เชิงวาทกรรมจึงเท่ากับเป็นการค้นหาว่า ภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีมิติทางสังคมและอุดมการณ์อย่างไร หรือเป็นการเล่าเนื้อเรื่อง “หนัง” เพื่อนำเอาอุดมการณ์ที่ปฏิบัติการอยู่ในตัวตนของมันออกมาตีแผ่ นั่นเอง (ประชา สุวิธานนท์, 2540: 181)

ทั้งนี้ นอกเหนือจากกลุ่มของ นพพร, ประชา, และ ชูศักดิ์ แล้ว ทศนีย์ บุณนาคเป็นอีกผู้หนึ่งที่น่าแนวการวิเคราะห์โครงสร้างนิยมเข้ามาใช้ในเมืองไทยอย่างน่าสนใจ⁴⁴ ในปี พ.ศ. 2545 เธอได้ตีพิมพ์ผลงานเรื่อง *น้ำหอม สุนทรียศาสตร์การตลาด de luxe*⁴⁵ เป็นการวิเคราะห์โฆษณา น้ำหอมที่ปรากฏในนิตยสารดิฉัน กล่าวได้ว่าเป็นงานศึกษาเชิงสัญวิทยาที่ละเอียดและลึกซึ้งมากที่สุดชิ้นหนึ่งในวงวิชาการไทย (Thanes Wongyannava, 2003)⁴⁶

ยิ่งอิทธิพลของการวิเคราะห์ในแนวโครงสร้างนิยมขยายออกไปเท่าใด สื่อชนิดต่างๆ ก็เริ่มถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยแนวทางนี้มากยิ่งขึ้น ตั้งแต่งานโฆษณากระทั่งถึงการวิเคราะห์ภาพยนตร์ สำหรับเจตนา นาควัชระ เห็นว่า นี่เป็นการเคลื่อนตัวของแนวการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมจากที่เคยใช้ในการศึกษาวรรณกรรมได้ก้าวสู่การศึกษาสื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์⁴⁷ ซึ่งคณะผู้วิจัย

⁴⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

⁴⁵ โปรดดู ทศนีย์ บุณนาค, *น้ำหอม สุนทรียศาสตร์การตลาด de luxe*, (กรุงเทพฯ: บริษัททิปปิง พอยท์ จำกัด, 2545).

⁴⁶ ธเนศ วงศ์ยานนาวา อธิบายเพิ่มเติมว่า แม้จะมีงานศึกษาที่อ้างว่าใช้แนวการวิเคราะห์โครงสร้างนิยมออกมาบ้างแล้วโดยนักมานุษยวิทยาไทยหลายคน แต่น่าสังเกตว่าผลงานเหล่านั้นปรากฏการวิเคราะห์เชิงรูปแบบ น้อยมากทั้งๆ ที่เป็นพื้นฐานสำคัญของการวิเคราะห์ในแนวโครงสร้างนิยม อาจกล่าวได้ว่านักมานุษยวิทยาไทยแทบจะไม่เคยใช้ “สัญวิทยา” เป็นเครื่องมือในการศึกษาอย่างจริงจังเลย ตรงข้ามกับงานของทศนีย์ที่ถือได้ว่าเป็นตัวอย่างที่ยอดเยี่ยมของการศึกษาวิเคราะห์เชิงรูปแบบตามแนวสัญวิทยา ทว่างานของทศนีย์กลับถูกละเลยโดยนักสังคมศาสตร์ไทย ด้วยเหตุที่ว่าเธอศึกษาในเรื่องการโฆษณาและการตลาดซึ่งอาจไม่ใช่พรมแดนความรู้ที่นักสังคมศาสตร์ไทยจะเดินทางเข้ามาบ่อยนัก

⁴⁷ เจตนา นาควัชระ ตั้งข้อสงสัยว่า ปัจเจกชนผู้มีสมองและอารมณ์ความรู้สึกจะรับสารจากผลงานของเชคสเปียร์กับชิ้นงานโฆษณาในแบบเดียวกันได้อย่างไร? ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2003) จึงเสนอว่า หากจะตอบอย่างเคร่งครัดตามแบบนักโครงสร้างนิยมแล้ว คำตอบก็คือ ใช่ มันเหมือนกัน นอกจากนี้ เจตนายังตั้งข้อสังเกตไว้ว่า หากแนวคิดของบาร์ตส์เรื่อง ความตายของ

เห็นว่า ปีพ.ศ. 2541 ถือเป็นช่วงเวลาสำคัญของการก้าวข้ามตามที่เจตนาได้อธิบายไว้ โดยมีอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และกาญจนา แก้วเทพ เป็นตัวละครสำคัญในเหตุการณ์ดังกล่าว

แม้จะเคยมีการกล่าวถึง สัญวิทยา และการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมมาบ้างในวงวิชาการนิเทศศาสตร์ไทย แต่กว่าที่จะลงหลักปักฐานได้อย่างจริงจังก็เป็นช่วงหลังวิกฤติเศรษฐกิจไปแล้ว โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2541 ที่เกิดเหตุการณ์สำคัญหลายอย่าง ทั้งการบรรยายเรื่อง ศาสตร์แห่งเรื่องเล่าและการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมโดย นพพร ประชากุล และชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช ให้กับโครงการอบรมความคิดของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือการเขียนตำราที่ให้คำอธิบายเรื่อง สัญวิทยา และการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมพร้อมกันของเสาหลักแห่งวงวิชาการนิเทศศาสตร์ไทยทั้ง กาญจนา แก้วเทพ และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ซึ่งคณะผู้วิจัยจะขอเริ่มจากโครงการอบรมความคิดเป็นลำดับแรก

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ หัวหน้าโครงการสื่อสารสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย⁴⁸ ได้จัดอบรมความคิดเรื่องจินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน หรือในชื่อภาษาอังกฤษว่า Social Imagination in Media Language โดยจัดเป็นชุดเสวนาทางวิชาการระหว่างเดือนมีนาคม ถึงธันวาคม พ.ศ. 2541 รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง มีหัวข้อครอบคลุมตั้งแต่ ภาพยนตร์ มิวสิควิดีโอ ข่าว โฆษณา ละครโทรทัศน์ และนำมาตีพิมพ์เป็นเล่มในปี 2542 โดยใช้ชื่อหนังสือว่า **จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน: ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ ข่าว และโฆษณา** โครงการนี้มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการที่จะนำทฤษฎีเรื่องเล่าเข้าสู่วิชาการนิเทศศาสตร์ไทย ซึ่งในขณะนั้นยังถือว่า “เป็นสิ่งใหม่ที่ทำทลายความสนใจและความไม่รู้สำหรับคณาจารย์และผู้เรียนทุกคน” (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ธิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ และสุจิตรา สุวีรานนท์, 2542: คำนำ)

โครงการนี้ไม่ได้มีเพียงแค่วงการนิเทศศาสตร์หากแต่ได้เชิญนักวิชาการสายอื่นเข้าร่วมด้วยอย่างคับคั่ง โดยเฉพาะนักวิชาการมนุษยศาสตร์ 2 ท่านที่สนใจวรรณคดีอังกฤษและฝรั่งเศส นั่นก็คือ นพพร ประชากุล กับชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช ซึ่งทั้งคู่ได้เปิดประวัติรายการเสวนาในครั้งแรกเมื่อ

ผู้ประพันธ์ จะนำผู้อ่านคืนสู่อำนาจ แต่การประหารทราชา-ผู้ประพันธ์ทั้งหลายก็อาจนำไปสู่ทราชาใหม่ นั่นคือ ผู้อ่าน; โปรดดู เจตนา นาควัชระ, แนวทางการประเมินคุณค่าวรรณคดีในวรรณคดีวิจารณ์ เยอรมัน ฝรั่งเศส และอังกฤษ-อเมริกัน ในศตวรรษที่ 20, (กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 2527), หน้า 115.

⁴⁸ ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง รองคณบดีฝ่ายวิจัยและวิรัชกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2541 ในหัวข้อ “การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ที่สัมพันธ์กับวิธีการเล่าเรื่องในสื่อมวลชน” โดยมีกาญจนา แก้วเทพ เป็นผู้วิจารณ์ และมีอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ เป็นผู้ดำเนินรายการ นพพร ประชากุล กล่าวว่า การเกิดขึ้นเป็นศาสตร์เฉพาะของ Narratology หรือที่นพพรใช้คำเรียกว่า “ศาสตร์แห่งเรื่องเล่า” เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์สามประการในการศึกษาเรื่องเล่า จุดแรกคือการเปลี่ยนแปลงนิยามของเรื่องเล่าจากเดิมที่มองว่า เรื่องเล่าเป็นภาพสะท้อนของความเป็นจริงหรือ reflection มาเป็นการมองว่าเรื่องเล่าทุกเรื่อง แม้เรื่องเล่าเรื่องความจริง ก็มีการประกอบสร้างในตัวของมันเอง (construction) จุดที่สองคือ ขยายขอบเขตการศึกษาจากวรรณกรรมหรือ fiction สู่อารัตถคดี หรือ non-fiction เช่น ข่าว หรือสารคดี ฯลฯ จุดที่สาม คือเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์ในการศึกษาจากที่มุ่งเรื่องความซาบซึ้งหรือ appreciation มาสู่การพยายามทำความเข้าใจหรือ understanding กับตัวเรื่องเล่าแทน

ทั้งนี้ การพูดว่าเรื่องเล่าล้วนถูกประกอบสร้างขึ้น ไม่ได้หมายความว่าเรื่องเล่าประเภทข่าวเป็นเรื่องแต่งหรือกุขึ้นมา แต่หมายความว่าแม้ข่าวจะพยายามถ่ายทอดความเป็นจริง แต่กระนั้นก็ตามก็ต้องผ่านกระบวนการของเรื่องเล่า ซึ่งอย่างน้อยก็จะต้องมีการเลือกว่าอะไรที่จะเอามาเล่า อะไรสำคัญ อะไรที่เก็บไว้ในมุมมืด อะไรถูกชูให้เด่น ทำให้เกิดคำถามว่า พรหมแดนของ fiction กับ non-fiction อยู่ตรงไหน ในท้ายที่สุดแล้ว การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ทั้งสามประการทำให้การศึกษาเรื่องเล่ามีแนวโน้มไปในเชิงวัฒนธรรมศึกษามากขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยเปลี่ยนจากเดิมที่เน้นเรื่อง aesthetic เป็นหลัก มาเป็นการศึกษาในเชิง cultural studies⁴⁹

นพพร อธิบายต่อไปในรายละเอียดว่า การศึกษาแบบ Narratology แบ่งได้ 2 ระดับ ระดับแรกคือ เนื้อความหรือดวบทที่ปรากฏหรืออาจใช้คำว่า discourse (ซึ่งเป็นคนละคำกับในทางสังคมศาสตร์หรือของมิเชล ฟูโกต์) หมายถึง เนื้อความของนวนิยายที่อ่านหรือเนื้อเรื่องภาพยนตร์ที่ชม ระดับที่สองคือ เนื้อเรื่องหรือ story หรือบางทีเราเรียกว่าเป็นระดับของโครงสร้างที่อยู่ลึกลงไป ในขณะที่ระดับบนคือตัวเรื่องเล่าที่รับรู้เป็นรูปธรรม ระดับที่สองเป็นระดับของโครงสร้างความสัมพันธ์ของ concept ที่อยู่ในเรื่องเล่า ซึ่งชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิชจะเป็นผู้นำเสนอในส่วนนี้ โดยได้อธิบายวิธีการทำงานของฝั่งการแสวงหาและสืบทอดมรดกศาสตร์ของเกรมาส พร้อมทั้งยกตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทั้งสองนี้โดยละเอียด

⁴⁹ สำหรับคณะผู้วิจัยแล้ว การเสนอว่า แม้กระทั่งข่าวที่อ้างว่าเป็น non fiction ก็มีลักษณะของการประกอบสร้างแบบเรื่องเล่า เท่ากับเป็นการเขย่ารากวิธีคิดเรื่องการตามหาเปิดเผย และพิสูจน์ความจริงของสังคมสมัยใหม่แล้วก็เชื่อด้วย อุดมการณ์และ ฯลฯ จนยากที่จะพูดได้ถึงสิ่งที่เป็นความจริงโดยอัตวิสัยไปด้วย ซึ่งทำให้นักวิชาการไทยจำนวนมากพยายามจะนำป้ายหลังสมัยใหม่ มาคล้องให้คำอธิบายแบบนี้

นอกจากอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์จะเป็นหัวหน้าโครงการกิจกรรมเสวนานี้แล้ว เธอยังได้ตีพิมพ์บทความในปีเดียวกันนี้ เรื่อง "สื่อมวลชนกับการเป็นเวทีกลางของการต่อสู้ทางการเมืองและวัฒนธรรม" โดยเธอเสนอว่า เนื่องจากสถาบันสื่อมวลชนในปัจจุบันเป็นส่วนประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมการผลิตวัฒนธรรมหรือ Cultural Industry และด้วยเหตุที่สินค้าที่ผลิตขึ้นมา มีลักษณะพิเศษคือ เป็นการสื่อสารด้วยระบบสัญลักษณ์หรือ Sign System จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับกระบวนการสื่อความหมายด้วยการนสันทฤษฎีในลักษณะสหสาขาวิชาการ กล่าวคือ ต้องพิจารณากระบวนการผลิตภายใต้บริบททางสังคม-เศรษฐกิจเป็นลำดับแรก และพิจารณาโครงสร้างขององค์กรสื่อมวลชนเป็นลำดับถัดมา จากนั้นจึงค่อยวิเคราะห์ความหมายของงาน (Text) หรือ สินค้าทางวัฒนธรรม โดยอาศัยวิธีการของ "สัญศึกษา"⁵⁰ (Semiotic) ซึ่งมีที่มาจาก ไชซูร์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นทฤษฎีโครงสร้างนิยม หรือ Structuralism (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541: 192)

เธออธิบายต่อไปว่า โรลองด์ บาร์ตส์ นักโครงสร้างนิยมชาวฝรั่งเศส⁵¹ เป็นผู้ทำให้สัญศึกษาได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในทศวรรษที่ 19 และเนื่องจากได้ขยายสู่การวิเคราะห์ภาพยนตร์ โทรทัศน์ โฆษณา หรือภาพถ่าย ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวในชีวิตประจำวัน ในปัจจุบันเมื่อกล่าวถึงสัญศึกษาจึงมักจะหมายถึงการศึกษาวัฒนธรรมชาวบ้านหรือ Popular Culture เป็นส่วนใหญ่ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541: 201-202) นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึง แนวคิดเรื่อง Deconstruction ของ ฌาค แดริดา ว่าเป็น "บทสรุปเชิงอรรถของโครงสร้างนิยม ... และก้าวไปอีกขั้นหนึ่งด้วยการเน้นเฉพาะตัวให้ความหมาย" และกล่าวถึงความคิดแบบหลังโครงสร้างนิยมว่า "แนวการศึกษาให้ความสนใจสนใจทฤษฎีจิตวิเคราะห์ และบทบาทของความเพลิดเพลิน (Pleasure) ในการสร้างและการควบคุมความหมายในโลกแห่งสัญลักษณ์" (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541: 212)

กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นอกจากจะเป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนในการเผยแพร่ความคิดฝ่ายซ้ายใหม่ทั้งอันโตนิโอ กรัมสซี และหลุยส์ อัลตุสเซร์ และเป็นผู้สร้างกระแสนิยมให้กับการศึกษาแนววัฒนธรรมศึกษาหรือ cultural studies แล้ว ยังเป็นคนแรกๆ ที่แนะนำแนวการวิเคราะห์โครงสร้างนิยมเข้าสู่วงวิชาการนิเทศศาสตร์ เช่น ในปี พ.ศ. 2531 กาญจนา แก้วเทพ ได้ตีพิมพ์บทความขนาดสั้นชื่อ "การนำวิธีวิเคราะห์แบบโครงสร้าง

⁵⁰ ใช้ตามบทความต้นฉบับ

⁵¹ นอกจากโรลองด์ บาร์ตส์ แล้ว ยังกล่าวถึงนักคิดโครงสร้างนิยมคนอื่น เช่น "โคลด์ เดวี เสตรราส์ (นักมานุษยวิทยา) หลุยส์ อัลตุสเซร์ (นักทฤษฎีมาร์กซิสต์) จาคส์ ลาคาน (นักจิตวิเคราะห์) และมิเชล ฟูโก้ (ศึกษาเกี่ยวกับ Sexuality ความบ้า และทฤษฎี อำนาจ วาทกรรม และความรู้)" (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541: 211)"; สะกดชื่อตามบทความต้นฉบับ

นิยมมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร⁵² จากนั้นในปี 2541 กาญจนา แก้วเทพได้อธิบาย “การวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยา” ไว้ในบทที่ 5 ของตำรา *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*⁵³ และในปี 2543 กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายแนวการวิเคราะห์โครงสร้างนิยมตามมุมมองของเธอไว้โดยละเอียดในบทความขนาดยาว 91 หน้าเรื่อง “ความเรียงว่าด้วยสัญญาวิทยากับสื่อสารมวลชน”

บทความนี้มุ่งแนะนำและอธิบายวิธีการทำงานของศาสตร์ที่เรียกว่า “สัญญาวิทยา”⁵⁴ โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้วิเคราะห์สื่อมวลชน กาญจนาเริ่มด้วยการอธิบายความแตกต่างระหว่างสัญญาวิทยากับกลุ่มวิชาภาษาศาสตร์ และการนำสัญญาวิทยามาใช้ในวงการศึกษาด้านสื่อมวลชน โดย “ทฤษฎีสัญญาวิทยาจัดอยู่ในประเภท Ritualistic Model ที่ถือว่า การสื่อสารคือการผลิตและการแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างผู้ที่เข้ามาสื่อสารกัน” (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 14) จากนั้นกาญจนาก็แนะนำผู้อ่านให้รู้จักกับผู้บุกเบิกแนวการศึกษาสัญญาวิทยา คือ ชาร์ลส์ เพิร์ซ และเฟอริดีนานต์ เดอ โซซูร์ และเริ่มกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างความหมายโดยอรรถ และความหมายโดยนัย (denotative and connotative meaning) รวมทั้งความแตกต่างระหว่าง metaphor และ metonymy เพื่อไปสู่การอธิบายแนวคิดเรื่องมายาคติของบาร์ตส์ โดยกาญจนายพยายามอธิบายว่าแนวคิดเรื่องมายาคติมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องอุดมการณ์ และพยายามจะเชื่อมโยงไปถึงแนวคิดเรื่องการบริโภคนิยมของโบดริยาร์ดด้วย

หากเราพิจารณาดูงานที่กาญจนาใช้อ้างอิงในบทความโครงสร้างนิยมทั้ง 3 ชิ้นของเธอ จะพบความน่าสนใจหลายประการโดยเฉพาะในส่วนของทฤษฎี กล่าวคือ ในขณะที่บทความเมื่อปี 2530 กาญจนาเลือกใช้งานชั้นรองของนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์เพียง 3 ชั้น แต่ในปี 2541 กาญจนาได้อ้างตรงถึงงานชั้นต้นของ โซซูร์, เลวี-สไตรส์, บาร์ตส์, และอุมแบร์โต เอโก้ (Umberto Eco)⁵⁵ หรือใน

⁵² โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, “การนำวิธีวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร,” *วารสารนิเทศศาสตร์* 9 (ฉบับภาคการศึกษาปลาย 2530 และภาคการศึกษาต้น 2531): 1-8.

⁵³ โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*, (กรุงเทพฯ: ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541).

⁵⁴ ใช้ตามบทความต้นฉบับ

⁵⁵ โปรดดู Ferdinand De Saussure, *Courses in General Linguistics*, (London: Fontana, 1974); Claude Levi-Strauss, *Structural Anthropology*, translated by Claire Jacobson and Brooke Grundfest Schoepf, (New York: Doubleday Anchor Books, 1967); Roland Barthes, *Element of Semiology*, (New York: Hill & Wang, 1967); Umberto Eco, *A*

บทความปี 2543 ที่นอกจากจะอ้างตรงถึงงานชิ้นเดิมของบาร์ตส์กับไซซูร์แล้ว ยังได้เพิ่มการอ้างอิงถึงงานของนักวัฒนธรรมศึกษาอย่าง สจิวต ฮอลล์ (Stuart Hall) และ จอห์น ฟิสค์ (John Fiske)⁵⁶ รวมทั้งอ้างถึงบทความเกี่ยวกับโรลองด์ บาร์ตส์ โดยนักวิชาการไทยคือ “ไวยากรของภาพ” โดย ประชา สุวีรานนท์ และบทความของ จรูญ เบญจเจริญกุล เรื่อง “โรลองด์ บาร์ตส์: The Text of Life, Life of Text”⁵⁷ ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพยังได้ยกตัวอย่างงานวิจัยไทยทั้งที่เป็นบทความ และ วิทยานิพนธ์หลายชิ้นที่ใช้แนวการวิเคราะห์สัญวิทยา เช่น บทความ “แนะนำงาน: Hero, Hong Kong Style - A Structural Study of Heroes Films in Hong Kong จากกระป๋องกระบอกปืน: ความหมายทางสังคมของหนังยอดนิยมนิยมนองก” โดย วิชชุ เวชชาชีวะ (2541)⁵⁸ วิทยานิพนธ์ศึกษาการใช้ metonymy ในละครโทรทัศน์เรื่อง “สี่แผ่นดิน” ของ นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ (2537) หรือ วิทยานิพนธ์ของ ลักษณ์า คมคาย (2540) ที่วิเคราะห์กลวิธีการใช้อาหารเพื่อสื่อความหมายในภาพยนตร์

นอกจากงานที่กาญจนา แก้วเทพ ได้ยกตัวอย่างไว้แล้ว ยังมีบทความน่าสนใจอีกหลายชิ้นที่ควรกล่าวถึง เช่น “ปมชีวิต ปืน ข่มขืน และแหวนหมั้น: การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของการเล่า

Theory of Semiotics, (bloomington: Indiana University Press, 1976). และ The Role of Reader, (bloomington: Indiana University Press, 1979).

⁵⁶ โปรดดู Stuart Hall, "Encoding and Decoding in the television message," in Culture, Media, Language, eds. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, and Paul Willis (London: Hutchinson, 1973); John Fiske, Introduction to Communication Studies, (London: Methuen, 1982).

⁵⁷ โปรดดู โรลิ่งค์ บาร์ตส์, ประชา สุวีรานนท์ (แปล), “ไวยากรของภาพ,” วารสาร ธรรมศาสตร์ (พฤษภาคม - สิงหาคม 2538); จรูญ เบญจเจริญกุล, “โรลองด์ บาร์ตส์: The Text of Life, Life of Text,” วารสารร่วมพฤษ, 16: 2 (ตุลาคม 2540 - มกราคม 2541); อย่างไรก็ตาม ในบทความปี 2543 กาญจนาเลือกที่จะอ้างถึงบทความของธีรยุทธ บุญมี ปี 2529 เรื่อง “บทแนะนำ Semiology กับการศึกษาทางสังคม-มานุษยวิทยา” แทนที่จะเป็นบทความของเธอเองในปี 2530; โปรดดู ธีรยุทธ บุญมี, “บทแนะนำ Semiology กับการศึกษาทางสังคม-มานุษยวิทยา,” วารสาร รัฐศาสตร์ปริทรรศน์, 1:1 (ธันวาคม 2529).

⁵⁸ วิชชุ เวชชาชีวะ เรียบเรียงบทความชิ้นนี้ขึ้นจากวิทยานิพนธ์ปริญญาโทของ Ka-Fai Ma เรื่อง “Hero, Hong Kong Style - A Structural Study of Heroes Films in Hong Kong” ซึ่งได้รับรางวัลวิทยานิพนธ์ดีเด่นระดับปริญญาโทของ Master's Program in Social Science (MAPS) แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโก ในปี พ.ศ. 2533

เรื่องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศในละครโทรทัศน์" โดย สมสุข หินวิมาน (2543ข) "สัญศาสตร์ในงานออกแบบนิเทศศิลป์" โดย สุชาติ เลิศคณาธาร (2543) และ "พรองษ์ 98: วินิจฉัยไขปริศนาค้นพบทิวทัศน์" โดย กฤษดา เกิดดี (2543)

หรือวิทยานิพนธ์อีกหลายชิ้นที่พยายามใช้การศึกษาแบบสัญวิทยาในงานของตน เช่น "การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยุคนิยมประเภทวัยรุ่น" โดย จีรบุญย์ ทัศนบรรจง (2534) "การวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)" โดย จตุรงค์ ดวงมณี (2539) "การวิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่อง "ผี" ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง "แม่นาคพระโขนง" พ.ศ.2521-2532" โดย วิชุดา ปานกลาง (2539) "การสื่อความหมายเรื่องทางเพศจากการแสดงตลกผ่านสื่อวิดีโอทัศน์ พ.ศ. 2538" โดย ขจรเกียรติ มะกรหัต (2539) "การวิเคราะห์สัญลักษณ์ รหัส และกระบวนการสร้างรหัสในการ์ตูนญี่ปุ่น" โดย ชไมพร สุขสัมพันธ์ (2541) "การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์" โดย ศิริสุข วิเศษลินวงษ์ (2543) "หน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต โดย มณฑกานติ ธีรันทวัฒน์ (2544) "การถ่ายโยงเนื้อหาทางเพศจากวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์เรื่อง จันดารา" โดย วรางคณา จันลา (2545) "การวิเคราะห์ภาพยนตร์ของจางอี้โหมวในเชิงบริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแนวคิดแบบอุดมคติเพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิต" โดย ธนิต ธนะกุลมาส (2547)

รวมทั้งงานศึกษาที่พยายามจะใช้การวิเคราะห์เรื่องเล่าเชิงโครงสร้าง เช่น วิทยานิพนธ์เรื่อง "วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี" โดย ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน (2539) "อัตลักษณ์ และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย" โดย สุวิมล วงศ์รัก (2547) หรือบทความ "เรื่องเล่ากับความเป็นหญิง" ของ ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน ในปี 2543 และบทความเรื่อง "บางระจัน: สงครามสุนทรียศาสตร์ ในศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องของไทย" ของ เขียวชัย อิศรเดช ในปี 2544

ทั้งนี้ก็มีข้อสงสัยเกิดว่า วิทยานิพนธ์ในกลุ่มที่อ้างว่าได้ใช้การวิเคราะห์เชิงสัญวิทยาในงานของตน ส่วนใหญ่ยังทำได้เพียงแคในระดับของการอ้างถึง หรือทำให้การวิเคราะห์สัญวิทยา กลายเป็นเพียงการวิเคราะห์เนื้อหามากกว่าจะเป็นการวิเคราะห์ในเชิงรูปลักษณ์ หรือ formalistic approach ทั้งที่ประชา สุวีรานนท์ ได้เตือนไว้อย่างชัดเจนแล้วว่า การวิเคราะห์ในเชิงโครงสร้าง นิยมแตกต่างไปโดยสิ้นเชิงจากแนวการวิเคราะห์เนื้อหา (ประชา สุวีรานนท์, 2540:(20)) ดังนั้นจึงดูเหมือนว่า สัญวิทยาและการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างจะยังเป็นปริศนาดำมืดในวงวิชาการนิเทศศาสตร์ และสังคมศาสตร์ไทยต่อไปอีกนาน

อิทธิพลของโบดริยาร์ดกับการวิเคราะห์สังคมบริโค (สัญญะ)

การที่แนวคิดโครงสร้างนิยมได้ขยายสู่การวิเคราะห์โฆษณาที่เท่ากับเป็นการเปิดสู่การวิเคราะห์เรื่องการบริโคด้วย ทั้งนี้บุคคลผู้มึบทบาทสำคัญในการขยายพรมแดนความรู้ดังกล่าวก็คือ ฌอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard) โดยแนวคิดสำคัญของเขาที่มักจะถูกอ้างถึงในการศึกษาสังคมบริโคคนนิยมเสมอก็คือเรื่อง "การบริโคสัญญะ"

โบดริยาร์ด ปรากฏขึ้นในวงวิชาการไทยอย่างน้อยตั้งแต่บทความ "ภาษา: สัญลักษณ์: วรรณคดี" ของ สุกัญญา หาญตระกูล เมื่อปี พ.ศ. 2525⁵⁹ แต่ความคิดของเขาเรื่องการวิเคราะห์สังคมบริโคเข้าสู่เมืองไทยหลังจากนั้นผ่านบทความของ สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ หลายชิ้น เช่น ในปี พ.ศ. 2528 สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ ตีพิมพ์บทความชื่อ "ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งสัญญะ" ใน *วารสารธรรมศาสตร์*⁶⁰ จากนั้นในปี 2530 ตีพิมพ์บทความชื่อ "บททดลองเสนอแบบแผนการบริโคเชิงสัญญะของสังคมไทยในปัจจุบัน"⁶¹ และในปี 2531 เขาและจิรติ ดิงศภักดิ์ ได้ร่วมกันแปลบทความของโบดริยาร์ดโดยให้ชื่อบทความในภาษาไทยว่า "โบดริยาร์ด: นักคิดที่มองเจาะลึกความเป็นไปของสังคมแห่งการบริโค" ตีพิมพ์ใน *จดหมายข่าวสังคมศาสตร์*⁶² หลังจากนั้นก็มีงานศึกษาของไทยอีกเป็นจำนวนมากที่พยายามจะนำแนวคิดนี้ของโบดริยาร์ดมาปรับใช้เพื่อวิเคราะห์การบริโคสินค้าวัฒนธรรม โดยจะขอกกล่าวถึงงานศึกษาที่เกี่ยวข้องดังนี้

กาญจนา แก้วเทพ ได้สรุป ทฤษฎีการบริโคสัญญะ ของ ฌอง โบดริยาร์ด ไว้ในระหว่างหน้าที่ 153 ถึง 171 ในหนังสือ *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) จุดยืนทางทฤษฎีของโบดริยาร์ด 2) การวิเคราะห์สินค้า 3) การวิเคราะห์สัญญะ และ 4) การวิเคราะห์เรื่องการบริโค ทั้งนี้มีเพียง 3 ส่วนแรกเท่านั้นที่วาดด้วยแนวคิดของโบด

⁵⁹ ในภาคผนวกของบทความ สุกัญญาได้กล่าวถึง โบดริยาร์ด ว่าเป็นผู้ที่วิพากษ์ว่าเฟอ์ดินานต์ เดอ โซซซูร์ เป็นพวกจิตนิยม

⁶⁰ บทความไทยเพียงชิ้นเดียวที่ถูกอ้างถึงในงานชิ้นนี้คือบทความของ สุกัญญา หาญตระกูล เมื่อปี 2525; โปรดดู สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, "ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งสัญญะ," *วารสารธรรมศาสตร์* 14: 2 (มิถุนายน 2528): 216-226.

⁶¹ โปรดดู สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, "บททดลองเสนอแบบแผนการบริโคเชิงสัญญะของสังคมไทยในปัจจุบัน," *รัฐศาสตร์สาร* 12 (ฉบับพิเศษ ครอบรอบ 12 ปี, 2530): 321-332.

⁶² โปรดดู สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และ จิรติ ดิงศภักดิ์, "โบดริยาร์ด: นักคิดที่มองเจาะลึกความเป็นไปของสังคมแห่งการบริโค," *จดหมายข่าวสังคมศาสตร์* 10: 4 (พฤษภาคม-มิถุนายน 2531): 70.

รียาร์ด เพราะส่วนสุดท้ายเป็นการกล่าวถึงการวิเคราะห์การบริโภคของ อองรี เลอเฟบวร์ (Henry Lefebvre) แทน⁶³

กาญจนา แก้วเทพ (2547ก: 154-160) กล่าวว่า โบ德里ยาร์ดเป็นนักคิดที่ประสานทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองเข้ากับแนวคิดเรื่องสังคมหลังสมัยใหม่ และได้ขยายคำนิยามและหน้าที่ของ สินค้าออกไปในโลกแห่งวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์หรือ Symbolic Exchange บรรดาผลผลิตของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา ภาพแฟชั่น ละคร ข่าว ฯลฯ ล้วนเป็นเครื่องมือ ในการแปรเปลี่ยนความหมายจากโลกที่เป็นอยู่มากสู่ "สินค้า" ทั้งสิ้น โดยเฉพาะโฆษณานั้นจะเป็น กลไกสำคัญในการนำเอาสินค้าบริโภค และโลกทางวัฒนธรรมมารวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งนี้ เพราะการโฆษณาในยุคปัจจุบันมักไม่กล่าวถึงตัวสินค้าที่จะขาย แต่มักกล่าวถึงตัวผู้ใช้ หรือ "ความสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้ใช้กับสินค้า" นอกจากนี้ ภายใต้เงื่อนไขสังคมที่การผลิตสินค้าอยู่ใน ระดับเกินพอแล้ว ทำให้ตรรกะในการใช้สินค้ามักไม่ได้เป็นตรรกะแห่งการใช้ประโยชน์ หากเป็น ตรรกะแห่งความแตกต่าง หรือ Logic of Difference กล่าวคือใช้สินค้าเพราะเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เรามีความแตกต่างไปจากคนอื่น

ดังนั้น ก่อนที่สินค้าจะถูกบริโภค จำเป็นต้องเปลี่ยนไปเป็น "สัญลักษณ์" เสียก่อน โดยมี รหัสต่างๆ มากมาย เช่น การทำหีบห่อ การกำหนดราคา การสร้างตราหีบห่อ หรือการจัดวางบนชั้น จำหน่าย รหัสที่แปลงให้สินค้ากลายเป็นสัญลักษณ์นั้นมีลำดับชั้นอย่างมาก เพื่อให้สินค้าเป็นสื่อถึง ความต่างชั้นทางวัฒนธรรม (Status&Prestige) ของผู้ใช้ รหัสของการจัดระเบียบลำดับชั้นของ สินค้าจึงสอดคล้องกับลำดับโครงสร้างของสังคม การบริโภคสินค้าจึงเป็นกลไกที่ธำรงรักษาโครงสร้าง ชั้นของสังคม นอกจากนี้ สัญลักษณ์ ยังเป็นตัวกำหนดแบบแผนของการบริโภคอีกด้วย เช่น การที่ มนุษย์ในปัจจุบันจะเลิกใช้ชิ้นเดิม มิใช่เพราะมูลค่าการใช้ของสิ่งนั้นหมดลง หากแต่เป็นเพราะ มูลค่าเชิงสัญลักษณ์ได้หมดลง ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายคือ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจะไม่ถูกเปลี่ยนเพราะ เก่าหรือขาด หากแต่ต้องเป็นเพราะ "ล้าสมัยไปแล้ว" และด้วยอิทธิพลของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์นี้เองที่ช่วยแก้ปัญหาเรื่องสินค้าล้นเหลือของระบบทุนนิยม (กาญจนา แก้วเทพ, 2547ก: 160-162)

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวถึง แนวคิดเรื่องการบริโภคของโบ德里ยาร์ดอีกครั้งในบทความ "ความเรียงว่าด้วยสัญลักษณ์วิทยากับสื่อสารมวลชน" ผ่านตัวอย่างงานศึกษา 2 ชิ้น ชิ้นแรกคือ

⁶³ งานไทยที่อ้างถึงมี 2 ชิ้นคือ สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และ จีรติ ดิงศภัทิย์, "โบ德里ยาร์ด: นักคิดที่มองเจาะลึกความเป็นไปของสังคมแห่งการบริโภค," 10: 70. และอธิคม โกมลวิยาธร, "ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาเรื่องสังคมบริโภคนิยม," ใน วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์, สิริพร สมบูรณ์บุรณะ, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก, 2538).

วิทยานิพนธ์ปี 2541 ของ วรินทร์า ไกยรวงศ์ เรื่อง "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง"⁶⁴ และชิ้นที่สองคือ บทความในปีเดียวกันเรื่อง "การโฆษณาที่อยู่อาศัย: บทวิเคราะห์เชิง เศรษฐศาสตร์การเมือง" โดย กนกศักดิ์ แก้วเทพ และ ปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ⁶⁵

กาญจนา แก้วเทพ (2543ข: 54) อธิบายว่า วรินทร์า ได้นำแนวคิดของ Baudrillard ใน เรื่องตรรกวิทยาของการบริโภคสัญญาเพื่อพิสูจน์ความเกี่ยวพันระหว่างแนวคิดเรื่อง "ชนชั้นทาง สังคม" กับ "แบบแผนการบริโภคสินค้า" โดยได้เลือกศึกษาเนื้อหาทุกประเภทสัญญาในนิตยสาร 3 ฉบับที่เป็นตัวแทนของชนชั้นสูง / กลาง / ล่าง โดยพบว่า นิตยสารของชนชั้นสูงและชนชั้นกลางมี ตรรกวิทยามูลค่าเชิงสัญญาอยู่ในอันดับแรกและอันดับสอง ในขณะที่นิตยสารของชนชั้นล่างนั้นมี เนื้อหาที่มีมูลค่าใช้สอยมากเป็นอันดับแรกแต่ก็ปรากฏมูลค่าเชิงสัญญาอยู่ในนิตยสารอยู่มาก เช่นกัน จึงอาจตีความได้ว่าแม้จะมีความแตกต่างในแบบแผนการบริโภคของชนชั้นต่างๆ แต่สินค้า ทางวัฒนธรรมนั้นได้เปิดมิติการบริโภคที่มีลักษณะ "สัญญา" มากกว่าการบริโภค "ของจริง" ส่วน บทความของ กนกศักดิ์ และปัทมวรรณ พบผลการวิจัยที่คล้ายคลึงกันกล่าวคือ แม้แต่ในสินค้า ประเภทบ้าน 3 ประเภท ก็มีลักษณะของการเป็นตัวแทนของ 3 ชนชั้นเช่นกัน คือ บ้านเดี่ยวสื่อถึง ชนชั้นสูง คอนโดมิเนียมสื่อถึงชนชั้นกลาง และทาวน์เฮ้าส์สื่อถึงชนชั้นล่าง กาญจนา แก้วเทพ (2543ข: 55) จึงสรุปว่า

ผลการวิจัยทั้ง 2 ชิ้น นำมาสรุปข้อสรุปที่ว่า ในสังคมปัจจุบันที่เป็นสังคมการบริโภค นั้น คุณค่าใช้สอยได้ถูกลดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิงโดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นสูงและ กลาง ... ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์และความแตกต่างจากคนอื่น ๆ จึงเป็นรากฐาน สำคัญของสังคมบริโภค ... พุดง่ายๆ ก็คือ ในการเลือกตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคจะคิดถึงตัวเองว่า เมื่อใช้สินค้านั้นแล้วจะเป็นอย่างไร มากกว่าจะคิดว่า จะเอาสินค้ามาใช้ประโยชน์อย่างไร

⁶⁴ เป็นผลงานชิ้นหนึ่งในโครงการ "วิทยานิพนธ์สำนักทฤษฎีวิพากษ์" และรวมพิมพ์ใน *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* โดยเป็นบทความตัวอย่างการใช้แนวคิดของโบดริยาร์ดในการศึกษา; โปรดดู วรินทร์า ไกยรวงศ์, "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540).

⁶⁵ โปรดดู กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ, "การโฆษณาที่อยู่อาศัย: บทวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง," ใน *วิกฤติสื่อมวลชน*, พิทยา ว่องกุล, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: โครงการวิถึทรรศน์, 2541), หน้า 239-283.

บทความของนักวิชาการอีกท่านหนึ่งที่นอกจากจะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับแล้วยังตีพิมพ์ออกมาในเวลาไล่เลี่ยกันด้วยนั่นคือ บทความของ เกษียร เตชะพีระ (2541) เรื่อง “วัฒนธรรมอภินิหารโฆษณา”⁶⁶ เกษียรพยายามชี้ประเด็นว่า เหตุที่โฆษณาสามารถดลบันดาลให้เกิดความจำเป็นเทียมได้ราวอภินิหาร ก็เพราะ โฆษณาสามารถแปลงกายวัตถุสินค้าให้กลายเป็นเครื่องหมายวัฒนธรรมที่พึงปรารถนานั่นเอง ดังนั้นโฆษณาก็ไม่ใช่เรื่องของการขายสินค้า หากแต่ขายเครื่องหมายและบริโศคนิยมจึงไม่ใช่เรื่องของการบริโภควัตถุ หากแต่บริโภคความหมายนามธรรม แม้จะมีลุ่มเสี่ยงไปในทางความคิดของโบดริยาร์ดอย่างยิ่ง แต่เกษียรไม่แม้แต่จะกล่าวถึงเทอมอย่าง “การบริโภคสัญญา” โดยเขาเลือกใช้คำว่า การบริโภคความหมายนามธรรม และใช้แนวคิดที่เขาสร้างขึ้นเองคือ dematerialization แทน หมายถึง กระบวนการสลายลักษณะเชิงวัตถุของสินค้า หรือการล้วงควักเอาความหมายเชิงประโยชน์ใช้สอยที่เคยมีอยู่เดิมออกจนหมด จนสามารถเติมความหมายอื่นๆ เข้าไปแทนกลายเป็นสิ่งที่บรรจุทุกความหมายไว้จนเต็มปรีพร้อมสำหรับการบริโภค

นอกจากบทความแล้วยังมีวิทยานิพนธ์จำนวนหนึ่งที่ได้ทดลองใช้แนวคิดเรื่องการบริโภคของโบดริยาร์ดในการศึกษา เช่น “ตรรกวิทยาการบริโภคนิยมกับการสร้างสรรค์มิวสิควิดีโอเพลงไทยสากล: กรณีศึกษา มิวสิควิดีโอของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด” โดย พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน (2536) “การวิเคราะห์ภาพถ่าย บุคคล เชิงตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ด” โดย วริยา นาคจักรังกูร (2540) หรือ “การสร้างและการบริโภคสัญญาในปรากฏการณ์ชีวิต และการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน” โดย ทศนีย์ มีวรรณ (2542) นอกจากนี้ยังมีวิทยานิพนธ์ที่ได้ทดลองใช้แนวคิดเรื่อง simulation และ simulacrum ของโบดริยาร์ดด้วย เช่น “บทบาทของการแต่งหน้าในฐานะเป็นส่วนขยายความรู้สึกทางด้านจิตใจ ในสื่อวิทยุโทรทัศน์” โดย สาธิตา เตชะภัทรพร (2541) ซึ่งแปลคำว่า simulation และ simulacrum เป็นภาษาไทยว่า “ภาพนิมิตร”

แม้ประเด็น “สังคมบริโศคนิยม” จะเป็นหัวข้อศึกษายอดนิยมของนักวิชาการนิเทศศาสตร์และสังคมศาสตร์ไทย แต่ ธเนศ วงศ์ยานนาวา ก็ตั้งข้อสังเกตว่า การรับแนวคิดเรื่องสังคมบริโศคนิยมยังมีปัญหาอยู่มากเพราะเป็นไปอย่างผิวเผิน ขาดการตระหนักถึงความจำเพาะของเทอมและแนวคิดเรื่องการบริโภคนิยม รวมทั้งยังขาดพื้นฐานทางประวัติศาสตร์จนทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงความแตกต่างระหว่างการกิน ใช้ ชื้อ และค้าขายสิ่งของฟุ่มเฟือยในครั้งอดีตกับที่เกิดขึ้นได้ในปัจจุบัน (Thanes Wongyannava, 2003)

⁶⁶ บทความดังกล่าวตีพิมพ์ในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2541 หรือประมาณ 1 เดือนก่อนหน้าที่เกษียรจะขึ้นบรรยายให้กับโครงการจินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน ในใช้ชื่อหัวข้อบรรยายว่า “สื่อโฆษณา: จินตทัศน์แห่งวิถีบริโศคนิยม” เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2541 โดยมีเนื้อหาใกล้เคียงกันอย่างยิ่ง

แนวคิดหลังสมัยใหม่แบบวงวิชาการไทย

ในรอบเกือบ 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ได้เกิดปรากฏการณ์ประหลาดอัศจรรย์อย่างหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื้อหนังไปทั่วทั้งโลกวิชาการ นั่นคือความคลั่งไคล้ในกระแสคิดที่เรียกกันทั่วไปว่า “postmodern” หรือที่วงวิชาการไทยนิยมเรียกว่า “หลังสมัยใหม่” บางครั้งก็เรียกทับศัพท์ว่า “โพสต์โมเดิร์น” คำนี้แพร่ระบาดไปทั่วทุกสาขาวิชา ตั้งแต่ สถาปัตยกรรม วรรณกรรม ปรัชญา การเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประวัติศาสตร์ สตรีศึกษา การตลาด นิเทศศาสตร์ แม้กระทั่งชุมชนศึกษา ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีอย่างน้อย 3 ความหมายที่แพร่หลายทั่วไปในวงวิชาการได้แก่ 1) สังคมหลังสมัยใหม่ คือ สังคมบริโภคนิยม⁶⁷ 2) หลังสมัยใหม่ คือ ชุดของสุนทรียลักษณ์ มีลักษณะสำคัญคือ การอ้างอิงถึงกันในลักษณะสัมพันธ์ การทำซ้ำ การลอกแบบโดยปฏิเสธความสำคัญของต้นฉบับ การหลอมรวมระหว่างศิลปะกับชีวิตธรรมดาสามัญ ฯลฯ และ 3) หลังสมัยใหม่ หมายถึง ลัทธิสูญนิยม (nihilism) ไม่มีคุณค่าหรือแก่นสารความจริงใดๆ อีกต่อไป⁶⁸

⁶⁷ นักวิชาการไทยส่วนใหญ่เห็นว่า สังคมบริโภคนิยม มีความหมายเทียบเท่ากับ สังคมหลังสมัยใหม่ และแน่นอนว่ามีความหมายถึงการเป็นสังคมของการลอกลวงด้วย ตัวอย่างเช่น หนังสือรวมบทความของ นิธิ เอียวศรีวงศ์, บริโภคนิยม/โพสต์โมเดิร์น, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2547).

⁶⁸ จากประโยคอมตะของฌัก ดาริดา ว่า “There is nothing outside of the text” ได้ทำให้ฝรั่งเศสชื่อ “Linguistic reductionism” เริ่มออกอาละวาดหลอกหลอนนักวิชาการทั่วโลก ทุกคนต่างพากันหวาดผวากัน สิ่งที่ตนเขียนขึ้นนั้นอาจจะไม่ตรงกับที่ตั้งใจไว้ บ้างก็กล่าวว่านี่คือสัญญาณของความคิดแบบหลังสมัยใหม่ที่ทุกอย่างเป็นเพียงแค่การตีความ และไม่มีสิ่งๆ ที่เรียกว่าข้อเท็จจริงอีกต่อไป นอกจากนี้ยังทำให้คนไทยจำนวนมากคิดไปว่า ลัทธิหลังสมัยใหม่ คือการปฏิเสธสัจจะ และหลักแห่งเหตุผล ดังนั้นจึงมีความใกล้เคียงกับแนวคิดเรื่อง อนัตตา ในพุทธศาสนา ที่ช่วยปลดปล่อยมนุษย์ออกจากความเชื่อหรือมายาต่างๆ ในโลก ลัทธิหลังสมัยใหม่จึงไม่ใช่สิ่งใหม่แต่เป็นสิ่งที่ถูกกล่าวถึงในศาสนาพุทธมานานกว่า 2545 ปีแล้ว อย่างไรก็ตาม สำหรับคณะผู้วิจัยแล้วเห็นว่า การไม่เชื่อในความจริงนอกจากจะไม่เชื่อเรื่องอนัตตาแล้ว ยังมีลักษณะเป็นสูญนิยม ซึ่งไม่ใช่ปรัชญาแบบพุทธศาสนา และสูญนิยมก็ไม่ใช่สิ่งที่ดาริดาเสนอไว้ในผลงานของเขาอีกด้วย ทั้งนี้ ธเนศ วงศ์ยานนาวา (Thanes Wongyannava, 2003) ได้อ้างถึงบทสัมภาษณ์ของดาริดาที่อาจเป็นการกำราบผีตัวนี้ได้เป็นอย่างดี โดยดาริดากล่าวว่า สิ่งที่คนทั่วไปเข้าใจผิดเกี่ยวกับตัวเขามากที่สุดก็คือ “ผมเป็นพวกพวกสูญนิยมที่มีแต่ข้อสงสัย กังขา และไม่เชื่อถือในสิ่งใด เป็นพวกที่คิดว่าไม่มีสิ่งใดที่มีความหมาย และตัวบทก็ไร้ซึ่งความหมายใดๆ ทั้งสิ้น นี่เป็นความโง่งมและผิดพลาดอย่างมหันต์ และมีเพียงคนที่ไม่เคยอ่านงานของผมเท่านั้นที่จะกล่าวเช่นนั้นได้ ผมไม่เคยกล่าวเลยว่าทุกสิ่งทุกอย่างเป็นเรื่องของภาษาศาสตร์และเราทั้งหมดล้วนตกอยู่ในโลก

ทั้งนี้ งานศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยที่ได้รับอิทธิพลจากกระแสคิดหลังสมัยใหม่มากที่สุดก็คือ ภาพยนตร์ และดนตรี

นอกจากบทความ “หนังสือหนัง: ภาพยนตร์หลังสมัยใหม่” เมื่อปี 2532 ของประชา สุวีรานนท์ (2540) แล้ว⁶⁹ มีงานวิทยานิพนธ์ที่ผูกโยงคำหลังสมัยใหม่เข้ากับการศึกษาภาพยนตร์ เช่น “อิทธิพลของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยของผู้กำกับรุ่นใหม่ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2540” โดย เพ็ญสิริ เสวตวิหารี (2541) สำหรับเธอแล้ว แนวคิดหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ก็คือ การสื่อความพาดพิงถึงกัน และมีลักษณะของการรวบรวมความหมายจากสิ่งต่างๆ

ของภาษา เขาเข้าใจแล้ว ผมกล่าวในทางตรงข้ามด้วยซ้ำ เพราะปฏิบัติการ deconstruction ที่มุ่งกระทำต่อความคลั่งไคล้ใน logocentrism นั้นมีเป้าหมายก็เพื่อสั่นคลอนรากฐานปรัชญาที่พยายามทำให้ทุกอย่างกลายเป็นเพียงเรื่องของภาษาด้วยซ้ำ สำหรับคนที่ได้อ่านงานของผมอย่างถี่ถ้วนแล้วจะเห็นได้ว่าผมนั้นได้ยืนยันมาโดยตลอดในความศรัทธาและความเคารพอย่างเต็มเปี่ยมต่อตัวบทที่ผมได้อ่าน”; ประโยค “There is nothing outside of the text” อยู่ใน Jacques Derrida, *Of Grammatology*, translated by Gayatri Chakravorty Spivak, (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1974), p. 158. และโปรดดูบทสัมภาษณ์ของดาร์ริดาที่ Jacques Derrida, “The Three Stages of Jacques Derrida: An Interview with the Father of Deconstruction by Kristine McKenna,” *LA Weekly* <http://www.laweekly.com/ink/02/51/features-mckenna/php>.

⁶⁹ แม้ประชา สุวีรานนท์ (118-126) จะเตือนถึงปัญหาในการให้นิยามคำว่าหลังสมัยใหม่ แต่เขาก็ได้เสนอว่า ปรากฏการณ์โพสต์โมเดิร์นในเชิงภาพยนตร์ ก็คืออาการ “หนังสือหนัง” หรือ allusion ที่ภาพยนตร์เรื่องหนึ่งกล่าวพาดพิงถึงภาพยนตร์อีกเรื่องหนึ่ง โดยประชาได้พาดพิงความคิดนี้ไปถึงบทความอีกชิ้นหนึ่งของ อุมแบร์โต เอโก้ เรื่อง “Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage” ที่อธิบายว่า ถ้าเปรียบเทียบภาพยนตร์เป็นหนังสือ ภาพยนตร์หลังสมัยใหม่ก็เป็นเหมือนหนังสือที่ชอบ “อ้างอิง” หนังสือเล่มอื่นๆ หนังสือที่เต็มไปด้วยเชิงอรรถคือหนังสือที่ต้องแบกอดีตของตัวเองไว้ ทั้งนี้ประโยชน์ของเชิงอรรถไม่ได้อยู่ที่ใช้แสดงความรัดกุมหรือยืนยันความถูกต้องของผู้อ้างและผู้ถูกอ้างถึง ประโยชน์ที่แท้จริงของมันอยู่ที่ใช้เชื่อมโยงตัวมันเองเข้ากับโลกของหนังสือ เพราะเมื่อมีเชิงอรรถเป็นร้อยเป็นพันแห่ง มันจะกลายเป็นบทสนทนาระหว่างหนังสือด้วยกันเอง; โปรดดู Umberto Eco, “Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage,” in *Travels in Hyperreality: Essays*, trans. William Weaver (New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1986).

ที่มีอยู่มาใช้เป้าหมายของรูปแบบโดยมุ่งเพื่อความสนุกในขณะชมเป็นหลัก⁷⁰ หรือวิทยานิพนธ์เรื่อง “การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกัน” โดย กนกพรรณ วิบูลย์ศรี (2547) ซึ่งเธอได้เสนอคำอธิบายไว้ว่า ภาพตัวแทนหรือ representation ของผู้หญิงหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย คือ การไม่ยึดติดกับสิ่งต่างๆ ทำตามความต้องการส่วนตน ใช้เรื่องเพศเป็นตัวแสดงความรู้สึกรัก มุ่งหาความสุขให้กับชีวิต กำหนดรสนิยมทางเพศของตนเองได้ สำหรับภาพตัวแทนของผู้หญิงหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์อเมริกัน มีการประกอบอาชีพทางด้านวิทยาศาสตร์ มีความล้ำหน้า แต่ก็โหยหาถึงรากเหง้าของตน ปฏิเสธกฎเกณฑ์ของสังคมทั้งปวง ใช้เทคโนโลยีในการเสริมความรู้ และมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายได้หลายคนเพื่อหาความสุขใส่ตัว หากเปรียบเทียบแล้วมีความคล้ายคลึงกันในแง่การรู้ความต้องการของตัวเอง การดำเนินชีวิต และมีความแตกต่างกันในแง่ของการใช้อำนาจของตนกับผู้ชาย เพื่อให้ประสบความสำเร็จหรือถึงยังเป้าหมาย

ในกรณีของการศึกษาดนตรีหรือเพลง เช่น “การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมตามทฤษฎีของสุนทรียศาสตร์ยุคหลังสมัยใหม่” โดย นิโบล โควาทัทกะเทศ (2535) เธอศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อเพลงประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อสกัดเอาหลักการของสุนทรียศาสตร์แบบหลังสมัยใหม่ โดยเธอพบว่ามีลักษณะดังนี้ คือ 1) การทำซ้ำบทเพลงใหม่ 2) การเชื่อมประสานระหว่างชีวิตธรรมดากับงานศิลปะ ทำให้เนื้อหาส่วนใหญ่ของบทเพลงเป็นเรื่องชีวิตประจำวันหรือชีวิตวัยรุ่น 3) เพลงป๊อปไทยรุ่นใหม่แตกหักจากจารีตดนตรีแบบเก่าทั้งในแง่ของการประพันธ์คำร้องและดนตรี และ 4) มีการผสมผสานสไตล์เพลงที่เคยแตกต่างกันมากขึ้น หรืองานวิทยานิพนธ์ของ วิทยานิพนธ์ลือเจริญ (2543) เรื่อง “การสร้างความเป็นจริงทางสังคมเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงความรักยุคหลังสมัยใหม่ในมิวสิควิดีโอเพลงไทยสากล” เขาเสนอว่า ความรักแบบหลังสมัยใหม่ในมิวสิควิดีโอมี 4 รูปแบบคือ แบบไม่จริง แบบปฏิเสธ แบบว่าเหว และแบบแลกเปลี่ยน นอกจากนี้พบว่ามิวสิควิดีโอส่วนใหญ่นำเสนอความสัมพันธ์แบบว่าเหวมากที่สุด มักเสนอมุมมองว่า ความรักมักจบลงด้วยความไม่สมหวัง ความรักเป็นเรื่องของความทุกข์ และเพศชายมักถูกระทำมากกว่า อย่างไรก็ตาม มีการแสดงการสัมผัสร่างกายของตัวละครหญิงชายมากขึ้นและมักอยู่ในฉากที่เป็นพื้นที่สาธารณะ มีเพียงการแสดงออกในระดับการมีเพศสัมพันธ์เท่านั้น ที่ยังคงปรากฏในพื้นที่ส่วนบุคคล⁷¹

⁷⁰ เธอกล่าวว่าได้ใช้แนวคิด การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ ทฤษฎีสัญญาวิทยา และแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ เป็นเครื่องมือในการศึกษา

⁷¹ ระบุว่าใช้แนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคม ภาวะยุคหลังสมัยใหม่ ความแปลกแยกของมนุษย์ ความรักในฐานะที่เป็นสินค้า สัญญาศึกษา และแนวคิดเกี่ยวกับมิวสิควิดีโอ

นอกจากนี้ยังมีวิทยานิพนธ์ที่ควรกล่าวถึงในที่นี้อีก 2 ชิ้น คือ “การศึกษากระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบในประเทศไทย” โดย ทวีวัฑ กลิน์สุนทร (2541) เขาเสนอว่าให้มองภาพเขียนลอกแบบในฐานะของสื่อแบบใหม่ที่แสดงถึงลักษณะวัฒนธรรมประชานิยมหรือ popular culture และลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่ ทั้งนี้เพราะมีการผลิตซ้ำที่แตกต่างจากในอดีต คือทำในลักษณะของการผลิตเพื่อเป็นสินค้า การบริโภคภาพเขียนลอกแบบจึงเน้นที่ความสุขและความพึงพอใจในการได้ครอบครองภาพเขียนนั้นๆ เป็นหลัก ลักษณะวัฒนธรรมประชานิยมที่เกิดขึ้นจากการบริโภคภาพเขียนลอกแบบนี้ คือ การไม่ยึดถือในความสัมพันธ์ระหว่าง “ต้นแบบ” และ “การลอกแบบ” และชื่นชมงานศิลปะในฐานะของงานศิลปะในชีวิตประจำวัน กระบวนการนี้เป็นไปตามแนวคิดเรื่องการผลิตซ้ำและแนวคิดเกี่ยวกับงานศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่ได้เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน

วิทยานิพนธ์อีกชิ้นหนึ่งคือ “กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand” โดย สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์ (2543) เสนอผลการศึกษาว่า พบเนื้อหาสาระสื่อโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว 12 ประเภท ได้แก่ งานหัตถกรรม อาหาร วัตถุสิ่งของ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ ธรรมชาติ กิจกรรม พาหนะ การแสดง คน สัตว์ และพืช โดย “สัญลักษณ์” เหล่านี้ถูกใช้เพื่อสื่อทั้งความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัยไปพร้อมกัน โดยกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ นายทุน ตัวสารที่เน้นสัญลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ช่องทางการสื่อสาร และตัวนักท่องเที่ยว ทั้งนี้โปรดสังเกตว่า สุดาวรรณได้อ้างว่าใช้แนวคิดทฤษฎีที่ซับซ้อนและแตกต่างถึงสามชุด ได้แก่ หลังสมัยใหม่ ทฤษฎีวิพากษ์ และทฤษฎีสัญญาวิทยา

โดยสรุปแล้ว คำว่า “หลังสมัยใหม่” ที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์ทั้ง 6 ชิ้นนี้ มีความหมายถึงการอ้างอิงหรือพาดพิงความหมายจากผลงานศิลปะชิ้นต่างๆ การรวบรวมสไตล์ที่แตกต่างเข้ารวมกัน การทำซ้ำโดยไม่ให้ความสำคัญกับสิ่งต้นแบบและผลงานลอกแบบ การสลายเส้นเขตกันทำให้ศิลปะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และยังมีนัยถึงสังคมบริโภคอีกด้วย ทั้งนี้ นอกจากจะถือเอาโดยปริยายว่าได้เกิดสิ่งที่เรียกว่าสภาวะสังคมแบบหลังสมัยใหม่ขึ้นแล้ว ยังมีลักษณะของการพูดถึงพื้นฐานของการศึกษาในเชิงศิลปะ โดยเฉพาะในแง่ของการศึกษาสกุลทางศิลปะหรือลักษณะทางสุนทรียลักษณ์ดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้น

ในการศึกษา; เรียบเรียงและตีพิมพ์เป็นบทความใน โปรดดู วิทยา พานิชลือเจริญ, “ความรักยุคหลังสมัยใหม่ในมิวสิควิดีโอเพลงไทยสากล,” วารสารวิจัยสังคม 26: 1 (2546).

ฟูโกต์ กับ ดีสคอร์ด และ วาทกรรม

หากโบดริยาร์ดเป็นสัญลักษณ์ของการศึกษาสังคมบริโภคนิยมแล้ว มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) ก็ดูจะเป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งที่เรียกว่า หลังสมัยใหม่ ในวงวิชาการไทย นอกจากนี้ฟูโกต์ยังได้ส่งคำว่า “Discourse” มาปั่นป่วนวงวิชาการ ซึ่งนักวิชาการไทยก็มีวิธีการเลือกรับและปรับใช้แบบไทยๆ อย่างน่ารักน่าชัง นอกจากนี้ การรับงานฟูโกต์มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระแสปัญญาชนฝ่ายซ้ายในเมืองไทยอย่างน่าสนใจดังจะกล่าวต่อไป

แม้ฟูโกต์จะพยายามวิพากษ์กลุ่มนักวิชาการที่คอยไล่คไล้งแขนงป้ายบอกสังกัดสำนักคิด โครงสร้างนิยมหรือหลังโครงสร้างนิยมให้กับเขา แต่ก็ดูจะไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนัก เพราะอย่างน้อยการทำความเข้าใจความคิดของเขาก็มักถูกโยนไปถึงนักคิดฝรั่งเศสในสายนี้อยู่เสมอ⁷² ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่รูปการตีพิมพ์นักคิดโครงสร้างนิยมซึ่งใช้ประกอบบทความของของสุภัฏญา หาญตระกูล (2525) จะมีฟูโกต์รวมอยู่ด้วย ฉีค ลากอง (Jacques-Marie-Émile Lacan) โคลด์ เลวี-สไตรส์ (Claude Lévi-Strauss) และโรลองด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes)⁷³

ฟูโกต์เริ่มเข้าสู่วิชาการไทยอย่างเป็นทางการครั้งแรกในปี 2525 โดย ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ ในบทวิจารณ์หนังสือ History of Sexuality Vol. I ของฟูโกต์ ตีพิมพ์ในวารสารธรรมศาสตร์⁷⁴ หลังจากนั้นก็มีนักวิชาการท่านอื่นเริ่มตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับฟูโกต์ออกมา อย่างไรก็ตาม นักวิชาการไทยที่ดูจะได้รับการยอมรับมากที่สุดในการพูดถึงแนวคิดของฟูโกต์อีกท่านหนึ่งก็คือ ธเนศ วงศ์ยานนาวา ซึ่งได้ตีพิมพ์บทความเรื่องฟูโกต์ ออกมาอย่างน้อยสองชิ้น คือ “อ่านงานฟูโกต์” ในปี 2528⁷⁵ และ “มิเชล ฟูโกต์: ปัญญาชน ความจริง และอำนาจ” ในปี 2529⁷⁶

⁷² ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ เสนอว่า ฟูโกต์ ไม่ใช่คนโครงสร้างนิยมอย่างที่นิยมเข้าใจกัน ทั้งนี้เพราะฟูโกต์ไม่ได้ต้องการค้นหาโครงสร้างส่วนลึก อย่างที่นักโครงสร้างนิยมทั้งหลายทำ; โปรดดู ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, การเมืองมนุษย์: รัฐศาสตร์ทวนกระแส, (กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า, 2528), หน้า 215.

⁷³ โปรดดู สุภัฏญา หาญตระกูล, “ภาษา: สัญลักษณ์: วรรณคดี,” หน้า 37.

⁷⁴ โปรดดู ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, “บทวิจารณ์หนังสือ The History of Sexuality ของมิเชล ฟูโกต์,” วารสารธรรมศาสตร์ 11: 2 (2525): 179-182.

⁷⁵ โปรดดู ธเนศ วงศ์ยานนาวา, “อ่านงานฟูโกต์,” วารสารธรรมศาสตร์ 14:3 (2528): 36-57.

⁷⁶ โปรดดู ธเนศ วงศ์ยานนาวา, “มิเชล ฟูโกต์: ปัญญาชน ความจริง และอำนาจ,” วารสารเศรษฐศาสตร์ 5:1-2 (2529): 142-153.

ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2003) เห็นว่า การที่ความคิดของฟูโกต์เป็นที่คลั่งไคล้อย่างยิ่งในวงวิชาการไทยอาจเป็นเพราะว่า ในบรรดานักคิดฝรั่งเศสร่วมสมัยตั้งแต่ ดาริดา ย็อนถอยกลับไปจนถึง ลากอง นอกจากงานของโรซอง บาร์ตส์ แล้วก็มีฟูโกต์ที่ดูจะเป็นนักปรัชญาที่เสนองานที่เข้าใจยากได้น้อยที่สุดแล้ว และสำหรับวงวิชาการไทยในช่วงหลัง พ.ศ. 2523 ที่สาขาวิชาประวัติศาสตร์เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น งานเขียนของฟูโกต์ที่ให้ความสนใจกับเรื่องราวประวัติศาสตร์เป็นหลัก ได้มอบเครื่องมือ แนวทาง ตลอดจน แนวคิดใหม่ๆ ในการศึกษาเชิงประจักษ์มากกว่าเรื่องของปรัชญาตะวันตก นักประวัติศาสตร์ไทยจึงออกเดินไปตามแนวทางของฟูโกต์ได้ไม่ยากนัก

นอกจากนี้การที่นักวิชาการฝ่ายซ้ายไทยรุ่นหลัง 6 ตุลาฯ ที่กำลังตกหลุมรักนักคิดซ้ายใหม่อย่างอันโตนิโอ กรัมสซี หรือหลุยส์ อัลธุสแซร์ (Louis Althusser) ซึ่งกรณีของอัลธุสแซร์นั้น นักวิชาการไทยเห็นว่ามีลักษณะที่หยุดนิ่งเกินไป อีกทั้งยังปฏิเสธบทบาทของมนุษย์ในฐานะตัวแทนหรือผู้กระทำที่จะกระทำการใดๆ ต่อการครอบงำเชิงโครงสร้าง ซึ่งตรงข้ามกับความคิดของฟูโกต์โดยเฉพาะในช่วงแรกที่น่าเสนอความเป็นไปได้ของการแปลงรูป discourse ตลอดช่วงเวลาของประวัติศาสตร์แบบที่ไม่ต่อเนื่อง และด้วยความคิดของประวัติศาสตร์แบบที่ไม่ต่อเนื่องสืบทอดเป็นสายเหมือนขบวนรถไฟนี้เองที่ได้ช่วยเปิดทางให้การละทิ้งเส้นทางการคิดแบบเก่าของพรรคคอมมิวนิสต์ไทย ดั้งนั้น discourse หรือ “วาทกรรม” จึงเข้ามาแทนที่การศึกษา อุดมการณ์

น่าสนใจว่าคำ discourse ถูกแปลเป็น “วาทกรรม” ครั้งแรกในบทความของสุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และจิริติ ติงศภัทย์ เรื่อง “โบดริยาร์ด: นักคิดที่มองเจาะลึกความเป็นไปของสังคมแห่งการบริโภค” (2531) โดย สมเกียรติ วันทนะ เป็นผู้แปลไว้ในเชิงอรรถของบทความ ในขณะที่สุทธิพันธ์ และจิริติ เลือกที่จะทับศัพท์ว่า “ดีสคอร์ส” แทน⁷⁷ โดยก่อนหน้านี้ เกษียร เตชะพีระ เลือกที่จะใช้คำภาษาอังกฤษ⁷⁸ ในขณะที่ กาญจนา แก้วเทพเลือกที่จะแปลว่า อรรถกถา⁷⁹ หลังจากนั้น คำว่า “วาทกรรม” ก็ดูจะปรากฏอยู่ทุกหนแห่งในวงวิชาการไทย ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างเฉพาะงานในกลุ่มวิทยานิพนธ์ โดยเริ่มจาก วิทยานิพนธ์เรื่อง “วิถีชีวิตประจำวัน ที่แสดงออกทางวาทกรรมในละครวิทยุคณะ “เกศทิพย์” พ.ศ. 2536” โดย ศิวะพร หงษ์จินดาเกศ (2537) อธิบายว่า พบวาทกรรม

⁷⁷ โปรดดู สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ และ จิริติ ติงศภัทย์, “โบดริยาร์ด: นักคิดที่มองเจาะลึกความเป็นไปของสังคมแห่งการบริโภค,” 10: 70.

⁷⁸ โปรดดู เกษียร เตชะพีระ, “ข้อเขียนเพื่อวิวาทะ: เส้นทางการคิดของขบวนการนักศึกษาไทยในรอบทศวรรษสิบสี่ตุลา: การปฏิวัติกระบวนทัศน์สองครั้ง,” วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง 3:2 (มกราคม 2527).

⁷⁹ โปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, “จิตสำนึกจากพิธีกรรม: ความเชื่อและศักยภาพของท้องถิ่น,” วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง 5: 3-4 (เมษายน-กันยายน 2529): 180.

เกี่ยวกับลักษณะวิถีชีวิตประจำวัน 5 ประการ คือ การช่วยเหลือเกื้อกูล ความรัก สันติภาพ การเปลี่ยนสถานภาพทางสังคม และความอยู่รอดทางสังคม วิทยานิพนธ์เรื่อง "การวิเคราะห์วาทกรรมของป้าโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร" โดย สมจิตร เตชะบัญญัติ (2539) อ้างว่าใช้การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์วิทยาภายใต้กรอบการวิเคราะห์เรื่องวาทกรรม และแนวคิดทางการสื่อสารการตลาด โดยอธิบายว่า ประเภทสินค้ามีส่วนกำหนดเนื้อหาของวาทกรรมโฆษณาอย่างมีนัยสำคัญ วิทยานิพนธ์เรื่อง "วาทกรรมเชิงวิพากษ์ในรายการ "รัฐบาลหุ่น" ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี" โดย กานดา สุขเกษม (2546) หรือวิทยานิพนธ์เรื่อง "วาทกรรมเรื่องความอ่อนความผอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี" โดย สุณี เลาะวิธิ (2546) ซึ่งพบวาทกรรมทั้งสิ้น 3 ชุด วาทกรรมด้านการแพทย์เรื่องดัชนีมวลร่างกาย วาทกรรมแฟชั่น และวาทกรรมความงามที่อ้างอิงจากภาพของดารานางแบบที่มีรูปร่างผอม ทั้งนี้การประกอบสร้างความหมายดังกล่าวส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ระหว่างผู้หญิงอ้วนและผู้หญิงผอม รวมทั้งยังส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างวาทกรรมและผู้ถูกอ้างอิงถึงด้วย

หลังจากที่ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ดังกล่าวแล้ว ทำให้คณะผู้วิจัยนึกถึงข้อสังเกตของ ธเนศ วงศ์ยานนาวา ที่ว่า แม้ discourse จะเป็นคำทั่วไปในภาษาอังกฤษและมีนักคิดหลายท่านที่ใช้แนวคิดเรื่อง discourse เช่นเดียวกัน⁸⁰ แต่ วาทกรรม ในวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยดูเหมือนจะผูกโยงกับฟูโกต์ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม (Thanes Wongyannava, 2003) ซึ่งนำไปสู่ปัญหาอีกประการหนึ่งว่า งานวิชาการไทยมักใช้โดยไม่อ้างอิงว่าเป็นวาทกรรมในความหมายของนักคิดคนใด นอกจากนี้ยังพบปัญหาว่า discourse ได้กลายเป็นแนวคิดครอบจักรวาลสำหรับนักวิชาการไทย และเมื่อวาทกรรมกลายเป็นทุกอย่างดังนั้นมันจึงไม่ครอบคลุมสิ่งใดเลย สำหรับนักวิชาการไทยแล้ว แนวคิดของฟูโกต์ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ไม่ต่างไปจากตัวแบบทฤษฎีปฏิฐานนิยมการใช้ฟูโกต์แบบไทยๆ จึงมีลักษณะของการ re-modernization มากกว่า

⁸⁰ โดยเฉพาะ ฮาเบอร์มาส ใน Jürgen Habermas, *The Theory of Communicative Action*, translated by Thomas McCarthy, 2 vols (Cambridge: Polity, 1984–87). หรือ โรลองด์ บาร์ตส์ ก็เคยตีพิมพ์หนังสือที่ปรากฏคำว่า discourse ในชื่อผลงาน; ไปรอดดู Roland Barthes, *A lover's discourse: fragments*. Translated by Richard Howard, (London: Jonathan Cape, 1977).

วัฒนธรรมศึกษา: การศึกษาชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมสมัยนิยม

ในช่วงที่วงวิชาการไทยเริ่มรู้จักกับกระแสความคิดแบบซ้ายใหม่โดยเฉพาะความคิดของ อันโตนิโอ กรัมสกี และหลุยส์ อัลตุสเซร์ ที่ท้าทายและโจมตีลักษณะเศรษฐกิจกำหนดนิยมหรือ economic determinism ของพวกออร์โธดอกซ์มาร์กซิสต์ (Orthodox Marxist) ซึ่งเป็นแนวคิดมาร์กซิสต์กระแสหลักจนถึงสงครามโลกครั้งที่สอง และกลับมาให้ความสำคัญกับ “โครงสร้างส่วนบน” ซึ่งก็คืออาณาบริเวณของ อุดมการณ์ โลกทัศน์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม⁸¹ ในช่วงเวลานี้เองที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ เริ่มมีบทบาทโดดเด่นขึ้นมาโดยเฉพาะในวงวิชาการประวัติศาสตร์ไทย ธเนศ กล่าวว่ นิธิเป็นผู้มอบใบมรดกบัตรให้กับประวัติศาสตร์ไทยแบบมาร์กซิสต์ และนิธิก็เป็นผู้ขับเคลื่อนการศึกษาประวัติศาสตร์ไทยไปสู่จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญด้วยการกลับมาให้ความสนใจต่อโครงสร้างส่วนบนเป็นหลัก แม้ ธเนศ จะเสนอว่า วาทกรรม ได้เข้าแทนที่การศึกษา อุดมการณ์ ของพวกซ้ายใหม่ในภายหลังก็ตาม แต่การที่นิธิได้บุกเบิกการใช้วัตถุดิบต่างๆ จากโครงสร้างส่วนบนในฐานะของเอกสารทางประวัติศาสตร์ ธเนศกล่าวว่ นี่ถือเป็นการแผ้วถางทางสู่การศึกษาแนววัฒนธรรมศึกษา ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในภายหลัง (Thanes Wongyannava, 2003)⁸²

คณะผู้วิจัยเสนอว่า ผู้ที่มีบทบาทต่อความนิยมของวัฒนธรรมศึกษาในวงวิชาการไทยปัจจุบันก็คือ กาญจนา แก้วเทพ ผู้ซึ่งเคยมีบทบาทต่อการก่อเกิดของทั้งกระแสฝ่ายซ้ายใหม่ในครั้งอดีต โดยเขียนบทความเรื่อง “ลัทธิมาร์กซ์ของกรัมสกี” ในปี 2526 และแปลงานเขียนของอัลตุสเซร์เรื่อง *อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ* ในปี 2529⁸³

⁸¹ ดูพัฒนาการกระแสความคิดและประเด็นหลักที่ “Western Marxist” หรือ “New Left” แตกหักจากพวก Orthodox Marxist ได้ที่ Perry Anderson, *Considerations on Western Marxism*, (London: Verso, 1979).

⁸² โปรดดูตัวอย่างเช่น นิธิ เอียวศรีวงศ์, *โชน, คาราบาว, นักร้อง และหนังไทย: ว่าด้วยเพลง, ภาษา และน่านามหรสพ*, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2538). และ นิธิ เอียวศรีวงศ์, *ผ้าขาวม้า, ผ้าลินิน, กางเกงใน และ ฯลฯ : ว่าด้วยประเพณี, ความเปลี่ยนแปลง และเรื่องสรรพสาระ*, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2538). ทั้งสองเล่มเป็นหนังสือรวมบทความที่เคยตีพิมพ์ในที่ต่างๆ มาก่อน

⁸³ ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2003) กล่าวว่ ในปี พ.ศ. 2517 สุรพงษ์ ชัยนาม ได้แนะนำความคิดของกรัมสกีไว้ในหนังสือชื่อ *มาร์กซ์และสังคมนิยม* แต่ไม่ได้รับความสนใจจากฝ่ายซ้ายไทยในช่วงเวลานั้นแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามความคิดของกรัมสกีเริ่มได้รับการยอมรับมากขึ้นในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 หรือ พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง การครองความเป็นเจ้า หรือ Hegemony และปัญญาชนอินทรีย์ หรือ Organic Intellectual ปี พ.ศ. 2526 ประทีป นครชัย แปล

กล่าวโดยสรุปแล้ว ศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย หรือ Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS) แห่งมหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮมที่ก่อตั้งโดย ริชาร์ด ฮอกการ์ท (Richard Hoggart) ในปีค.ศ. 1964 เป็นผลผลิตทางประวัติศาสตร์ของประเทศอังกฤษช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองอย่างแท้จริง โดยมีจุดเริ่มต้นจากการผกผันระหว่างความคิดแบบวัฒนธรรมนิยม (culturalism) ที่มีสายสัมพันธ์แนบแน่นกับกลุ่มซ้ายใหม่ในประเทศอังกฤษ (British new left) กับ กระบวนทัศน์แบบโครงสร้างนิยม กลายเป็นการศึกษาโครงสร้างส่วนบนในนิยามแบบมาร์กซิสต์ ด้วยการวิเคราะห์แบบสัญวิทยา และด้วยการที่ Hegemony เป็นเครื่องมือทางความคิดหลักของ วัฒนธรรมศึกษามาตั้งแต่ต้น การปรับใช้ในช่วงหลังโดยเฉพาะกับนักวิชาการอเมริกันจึงเลยเถิด กลายเป็นการพูดถึง การต่อต้านเชิงสัญวิทยา หรือการต่อสู้เชิงสัญวิทยา (semiotic resistance)⁸⁴ จนก่อให้เกิดความสงสัยว่า การต่อสู้แบบนี้จะนำไปสู่อะไรกันแน่

งานของ Giuseppe Fiori เรื่อง *ชีวิตของอันโตนิโอ กรัมสกี* และในปีเดียวกันนี้เอง กาญจนา แก้วเทพ ได้เขียนบทความเรื่อง “ลัทธิมาร์กซ์ของกรัมสกี”

สำหรับงานของหลุยส์ อัลตุสแซร์ ในวงวิชาการไทยนั้น แม้จะไม่ได้มีการแปลผลงานชิ้นสำคัญของเขา เช่น *For Marx* และ *Reading Capital* จะไม่ถูกแปลออกมา แต่อย่างน้อยในปี พ.ศ. 2529 กาญจนา แก้วเทพก็ได้แปลผลงานของอัลตุสแซร์เรื่อง *Ideologic et apparails ideologifucus d'Etat* โดยให้ชื่อภาษาไทยว่า *อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ* ถือได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าว การศึกษาเรื่องอุดมการณ์กำลังเป็นที่นิยมอย่างยิ่งในแวดวงไทยศึกษาทั้งนักวิชาการไทย มีงานเขียนตามออกมาอีกหลายชิ้น และเราจะเห็นได้ว่าทั้งการให้ความสำคัญกับความคิดเรื่องการครองความเป็นเจ้า หรือ Hegemony โดยกรัมสกี หรือการหันมาให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ อุดมการณ์ สะท้อนให้เห็นถึงการเคลื่อนไหวของความคิดของแวดวงไทยศึกษาสู่การศึกษา โครงสร้างส่วนบน อย่างชัดเจน; โปรดดู สุรพงษ์ ชัยนาม, *มาร์กซ์และสังคมนิยม*, (กรุงเทพฯ: เกล็ดไทย, 2517); เกษียร เตชะพีระ, “ข้อเขียนเพื่อวิวาทะ: เส้นทางความคิดของขบวนการนักศึกษาไทย ในรอบทศวรรษสิบสี่ตุลา: การปฏิวัติกระบวนทัศน์สองครั้ง,” *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง* 3:2 (มกราคม 2527); จิอุเซ็ปเป ฟิโอรี, *ชีวิตของ อันโตนิโอ กรัมสกี*, แปลโดย นฤมล นครชัย และ ประทีป นครชัย (กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2526); กาญจนา แก้วเทพ, “ลัทธิมาร์กซ์ของกรัมสกี” ตีพิมพ์ใน *วารสารธรรมศาสตร์* 12: 2 (มิถุนายน 2526); หลุยส์ อัลตุสแซร์, *อุดมการณ์และกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ*, แปลโดย กาญจนา แก้วเทพ (กรุงเทพฯ: โครงการหนังสือเล่มสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529).

⁸⁴ โปรดดูตัวอย่างที่ John Fiske, *Understanding the Popular*, (London: Routledge, 1989).

บุคคลสำคัญที่ทำให้วัฒนธรรมศึกษาหรือ cultural studies แพร่หลายไปทั่วโลกก็คือ สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall) อดีตบรรณาธิการยุคบุกเบิกของวารสารฝ่ายซ้ายชื่อ *โลก* อย่าง *New Left Review* และผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัยคนที่สองต่อจากฮอกการ์ทในปีค.ศ. 1969 โดยมรดกสำคัญที่วัฒนธรรมศึกษาได้สืบทอดต่อจากวัฒนธรรมนิยมก็คือ การปฏิเสธนิยามวัฒนธรรมอังกฤษแบบเดิมที่เย่อหยิ่งจองหอง และมุ่งสู่นิยามวัฒนธรรมแบบใหม่ที่เปิดกว้างสู่มนุษย์ทุกคนบนฐานของความเท่าเทียมและเคารพซึ่งกันและกัน นั่นก็คือ วัฒนธรรมในฐานะที่เป็นวิถีชีวิต หรือ culture as a way of life รวมทั้งการมองวัฒนธรรมเป็นสนามทางการเมือง ทั้งนี้เพราะ การศึกษาวัฒนธรรมของวัฒนธรรมศึกษามีใช้เพียงเพื่อให้รู้หรือเข้าใจ หากแต่เป็นปฏิบัติการทางการเมืองที่มุ่งเปิดเผยให้เห็นถึงกลไกและความสัมพันธ์ทางอำนาจที่บิดเบี้ยวรวมทั้งความเอาอัดเอาเปรียบที่คนกลุ่มหนึ่งกระทำต่อคนอีกกลุ่มหนึ่งผ่านกิจกรรมธรรมดาสามัญในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นเรื่องปกติวิสัยไปโดยปริยาย การศึกษาแบบนี้จึงสะท้อนถึงจิตวิญญาณการต่อสู้ของฝ่ายซ้ายอย่างชัดเจน

แนวการศึกษาแบบวัฒนธรรมศึกษาในความหมายดังกล่าวเดินทางถึงประเทศไทยครั้งแรกอย่างเป็นทางการอย่างน้อยตั้งแต่ปี 2537 ในงานวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวความคิดของเรย์ มอนด์ วิลเลียมส์ ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์ วัฒนธรรมบริโภค” โดยชัชวรา ชมะวรรณ⁸⁵ หลังจากนั้นก็เริ่มมีการอ้างถึงแนวคิดวัฒนธรรมศึกษาในงานวิชาการไทย เช่น สนิทธี สิทธิรักษ์ (2541) กล่าวว่า “การศึกษาสื่อในตะวันตกจากแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง ได้พัฒนาสู่แนววัฒนธรรมศึกษา ซึ่งช่วยขยายพรมแดนความรู้สู่ทฤษฎีใหม่ๆ เช่น ทฤษฎีวิพากษ์ และทฤษฎีสัญญาศึกษาหรือ Semiotics” หรือ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2541/2547) ได้กล่าวถึงสจิวต์ ฮอลล์ว่าเป็นผู้

⁸⁵ แม้จะปรากฏหนังสือชื่อ *ประสบการณ์วัฒนธรรมศึกษา* ในวงวิชาการไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 หรือหนังสือ *การวัฒนธรรมศึกษา* ในปี 2538 แต่กลับมีความหมายตรงกันข้ามกับ วัฒนธรรมศึกษาในแบบที่ได้กล่าวถึงไปโดยสิ้นเชิง กล่าวคือในขณะที่เล่มแรกเป็นงานเขียนตาม จารีตการอนุรักษ์ ฟันฟู และเชิดชมมรดกอารยธรรมไทยที่ตกทอดมาจากอดีต เล่มที่สองเป็นการพูดถึงชีวิตร่วมสมัยหลายด้านในฐานะของความเสื่อมทางวัฒนธรรมที่ต้องแก้ไขภายใต้กรอบคิดเรื่อง ศีลธรรมและศาสนา จุดเด่นของงานทั้งสองเล่มซึ่งเป็นตัวอย่างของการศึกษาวัฒนธรรมแบบ ทางการก็คือ ความเงิบของเสียงวิพากษ์วิจารณ์นิยามวัฒนธรรมไทยแบบไทยๆ; โปรดดู เอกสาร การสอนชุดวิชา 11113 ประสบการณ์วัฒนธรรมศึกษา, (นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533). และ *การวัฒนธรรมศึกษา: กระบวนการบริหารและ จัดการวัฒนธรรม*, (กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ, 2538).

ปฏิวัติการศึกษาผู้รับสารใหม่ด้วยแนวคิดเรื่องการใส่และเข้ารหัส⁸⁶ นอกจากนี้ก็มีการผลิตงานเขียนเกี่ยวกับวัฒนธรรมศึกษาออกมาอย่างต่อเนื่อง แต่น่าสนใจว่าผลงานในช่วงแรกพยายามจะผูกโยงวัฒนธรรมศึกษาเข้ากับการพูดถึงแนวคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ต เช่น บทความความสุข หินวิมาน (2540) หรือใน *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* โดย กาญจนา แก้วเทพ (2540/2547ก) ได้นำแนวคิดของสจ๊วต ฮอลล์ และเรมอนด์ วิลเลียมส์รวมทั้งอันโตนิโอ กรัมชี่ และ เดวิด มอร์ริส มาใช้ภายใต้คำว่าทฤษฎีวิพากษ์ อีกทั้งยังพยายามอธิบายว่า วัฒนธรรมศึกษาก็คือทฤษฎีวิพากษ์รุ่นที่สามอีกด้วย

จากนั้นก็ดูเหมือนกาญจนา แก้วเทพ จะเป็นผู้ผูกขาดการอธิบายวัฒนธรรมศึกษาในวงวิชาการไทยโดยเธอผลิตงานเขียนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ออกมาหลายชิ้น เช่น หนังสือ *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* ในปี 2544 ที่ออกตัวไว้ตั้งแต่บทนำว่าให้ความหมายของวัฒนธรรมศึกษาไว้อย่างกว้างขวางที่สุดคือรวมการศึกษาสื่อมวลชนจากทุกแนวทางที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ทั้งนี้ นอกจากจะเรียกกระแสการศึกษาของ CCCS ให้แคบลงว่า สำนักเบอร์มิงแฮม หรือวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมศึกษาแนววิพากษ์ แล้ว ยังรวมนักคิดชื่อดังอย่างมิเชล ฟูโกต์ไว้ในฐานะนักวัฒนธรรมศึกษา บทความ “เฟ็งพินิจและครุ่นคิดตามความบันเทิงในสื่อ” ในหนังสือ *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ* ปี 2545 กาญจนา แก้วเทพ (2545ก) ได้กล่าวถึงนักคิดแนววัฒนธรรมศึกษาไว้หลายท่าน เช่น เรมอนด์ วิลเลียมส์, จอห์น ฟิสต์, เอียน แอง (Ian Ang), และดีค เฮบดิจ (Dick Hebdige) รวมทั้งนักคิดที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น อันโตนิโอ กรัมชี่, ริชาร์ด ดายเออร์ (Richard Dyer), มิเชล เดอ เซอตู (Michel de Certeau), มิคาอิล บัคติน (Mikhail Bakhtin), และมิเชล ฟูโกต์ หรือบทความเมื่อปี 2547 เรื่อง “วัฒนธรรมศึกษาเพื่อการวิเคราะห์สื่อมวลชนในยุคสังคมนิยม” กาญจนา แก้วเทพ (2547ข) ยังคงใช้คำว่าวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์แต่ให้ความหมายเทียบเท่ากับสำนักเบอร์มิงแฮม และจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของกระแสการศึกษาวรรณกรรมในแนวเศรษฐศาสตร์การเมือง⁸⁷

⁸⁶ ฮอลล์เสนอเอกสารเรื่อง “Encoding and Decoding in the Television Discourse” ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1973; โปรดดู Stuart Hall, “Encoding/Decoding,” in *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-1979*, eds. by Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe and Paul Willis (London: Hutchinson & Co. Ltd., 1980).

⁸⁷ แต่ ลอเรนซ์ กลอสเบิร์ก (Lawrence Grossberg) กล่าวในทางตรงข้ามว่าวัฒนธรรมศึกษาหรือ cultural studies ได้ข้ามพ้นจากฐานคิดแบบลดทอนหรือ reductionism ที่มองว่าเศรษฐกิจส่งผลสะท้อนโดยตรงต่ออุดมการณ์หรือวัฒนธรรมอย่างที่เศรษฐศาสตร์การเมืองเป็น; โปรดดู Lawrence Grossberg, “Cultural Studies vs. Political Economy: Is Anybody

คณะผู้วิจัยเห็นว่างานเขียนของกาญจนา แก้วเทพ ที่ให้ภาพของวัฒนธรรมศึกษาได้อย่างกระชับและชัดเจนที่สุดคือ บทความเรื่อง "สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย" ในปี 2545 กาญจนา แก้วเทพ (2545ค) เสนอว่า บทความนี้มุ่งนำเสนอแนวการศึกษาที่เรียกว่า "วัฒนธรรมศึกษา" หรือ Cultural Studies ต่อดวงวิชาการไทย โดยเฉพาะด้านสื่อสารมวลชน สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ โดยจำกัดนิยามของวัฒนธรรมศึกษาในขอบเขตที่แคบที่สุดคือ หมายถึงกลุ่มนักวิชาการแห่งศูนย์ศึกษาวรรณกรรมร่วมสมัย มหาวิทยาลัย เบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ ที่เริ่มก่อตั้งในช่วงทศวรรษที่ 1960 สำนักคิดดังกล่าวให้นิยามวัฒนธรรมที่กว้างกว่า ศิลปวัฒนธรรม โดยหมายรวม "ชีวิตวัฒนธรรม" ทั้งหมดของมนุษย์ ดังนั้นชีวิตปกติธรรมดาของผู้คนในปัจจุบันเช่น การไปชมฟุตบอล เทียวขับ เข้าห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ล้วนเป็นประเด็นศึกษาของสำนักคิดนี้ทั้งสิ้น จึงมีการกล่าวว่าสำนักคิดนี้มุ่งศึกษา "วัฒนธรรมร่วมสมัย" เป็นสำคัญ

เธอกล่าวต่อไปว่า เนื่องจากชีวิตประจำวันหรือชีวิตวัฒนธรรมของผู้คนในปัจจุบันผูกพันกับสถาบันสื่อสารมวลชนเป็นอย่างมาก สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงต้องเข้าศึกษาและอธิบายปรากฏการณ์สื่อสารมวลชนในโลกสมัยด้วย ทั้งนี้สำนักวัฒนธรรมศึกษาไม่ได้ศึกษาการบริโภคหรือการผลิตแต่เพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น หากแต่มุ่งศึกษาวัฒนธรรมทั้งกระบวนการหรือมุ่งศึกษาวงจรวัฒนธรรมตั้งแต่การผลิต แพร่กระจาย บริโภค และส่งผลย้อนกลับสู่การผลิตอีกครั้งหนึ่งเป็นวงจรต่อเนื่องไปไม่จบสิ้นนั่นเอง ฐานคิดสำคัญของสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็คือ การวิเคราะห์วัฒนธรรมในฐานะตัวบทตามแนวทางสัญวิทยา และการนำแนวการวิเคราะห์เรื่อง การครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์ โดย อันโตนิโอ กรัมสกี มาช่วยวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า วงจรวัฒนธรรมนั้นทั้งฝ่ายผู้ผลิตและคนธรรมดาผู้บริโภคต่างกำลังเล่นเกมสต่อรองอุดมการณ์ ไม่มีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดครอบงำอีกฝ่ายได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเป็นพื้นที่เปิดสำหรับการชั่งชั่งแนวคิด อุดมการณ์ ทางการเมืองระหว่างกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมนั่นเอง

ทั้งนี้ประเด็นเรื่อง ชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมร่วมสมัย หรือป๊อปปูล่าร์คัลเจอร์ (Popular Culture) ก็ดูจะได้รับความสนใจของวิชาการไทยอยู่บ้างแม้จะเป็นจำนวนที่น้อยมากก็ตาม กล่าวคือ พบบทความที่เกี่ยวข้องเพียง 2 ชิ้นเท่านั้น คือ บทความเรื่อง "หากไม่ดูเป็นการรบกวนก็จะชวนมาศึกษา Popular culture กัน: ข้อสังเกตบางประการ" ปี 2541 โดย ภัทร ด่านอุตรา และบทความเรื่อง " 'ไปโรงเรียนก็ไม่ไป ไปที่ไรก็ไปสาย' บทเรียนว่าด้วยเรื่องการศึกษา Pop (ular) Culture" ปี 2542 โดย วิริยะ สว่างโชติ ทั้งบทความตีพิมพ์ในรัฐศาสตร์สาร

ภัทร ด้านอุตรา (2541) กล่าวว่า เป้าหมายของงานชิ้นนี้ ก็คือ การสำรวจแนวคิดเรื่อง "popular culture" ในประเทศไทย ซึ่งมักจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชนชั้นสูงและในขณะเดียวกันก็ไม่ใช่วัฒนธรรมมวลชน และเสนอว่าเศรษฐกิจเฟื่องฟูของประเทศไทยช่วงทศวรรษ 2530 ได้นำไปสู่กรณีศึกษา popular culture มากมาย และได้ขยายความหมายจากที่พูดถึงเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น การเป็นเรื่องขบขวย สิ่งบันเทิง แฟชั่น หรือวัฒนธรรมอเมริกัน สูการพูดถึงกิจกรรมอย่างอื่นเช่น กิจกรรมเพื่อสุขภาพ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ในขณะที่วิริยะ สว่างโชติ (2542) มุ่งสืบค้นที่มาของ popular culture ในเชิงประวัติศาสตร์ทฤษฎีมากกว่า โดยกล่าวว่า แม้วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่นักวิชาการในโลกตะวันตกหลายสาขาจะให้ความสนใจมานานนับศตวรรษ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมจากแง่มุมด้านวรรณกรรมของนักอักษรศาสตร์ หรือการศึกษาวัฒนธรรมในแง่ที่เป็นแบบแผนวิถีชีวิตของกลุ่มชนจากนักมานุษยวิทยาก็ตาม แต่ pop(ular) culture ก็ดูจะยังหาทำเลในวงวิชาการไม่ได้ เช่นเดียวกับทั้งแนวคิดหรือทฤษฎีก็เป็นสิ่งที่ไม่มีเป็นของตัวเอง จำต้องหยิบยืมแนวคิดอื่นมาใช้ วิริยะจึงพยายามอธิบายการสร้างความหมายที่แตกต่างกันให้กับ pop(ular) culture ให้กลายเป็น popular culture ในความหมายของ วัฒนธรรมประชาชน และ pop culture ในความหมายของ วัฒนธรรมสมัยนิยม โดยศึกษาผ่านงานของ ทีโอดอร์ ออดอร์โน, อันโตนิโอ กรัมชี่, สจ๊วต ฮอลล์, แอนเดรียส ฮุสเซน (Andress Huyssen) และเฟรดริก เจมสัน (Fredric Jameson)

เนื่องจากมีปมทางทฤษฎีที่ต้องการโจมตีคำอธิบายเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของ ออดอร์โน วัฒนธรรมสมัยนิยมหรือการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมบ๊อบจึงเป็นกรณีศึกษาสำคัญตลอดมาของพวกวัฒนธรรมศึกษา เพื่อต้องการจะบอกว่าผู้คนมีอิสระและมีความสามารถที่จะต่อรองต่อต้าน หรือต่อสู้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมได้ เช่นเดียวกับในวงวิชาการไทยที่งานในแนววัฒนธรรมศึกษาส่วนใหญ่ก็ให้ความสำคัญกับโลกวัฒนธรรมสมัยนิยมอย่างยิ่ง เช่น บทความจากวิทยานิพนธ์ในหนังสือ *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์*

กาญจนา แก้วเทพ (2547ก: 32-34) กล่าวว่า อารยา ถาวรวันชัย ได้นำแนวคิดเรื่องกระบวนการใส่-ถอดรหัสในสื่อโทรทัศน์ของสจ๊วต ฮอลล์มาใช้ในการวิเคราะห์ "ภาพลักษณ์ของวีรบุรุษแบบผู้ร้ายกลับใจที่ปรากฏในสื่อมวลชน" บทความเรื่อง "การเมืองของชนชั้นกลางกับการใช้สื่อมวลชน" ของพัสนัย นุตาลัย ได้นำทฤษฎีของกรัมชี่มาใช้พิจารณาสื่อมวลชนในฐานะ "กลไกทางอุดมการณ์" อย่างหนึ่งที่ชนชั้นกลางได้ใช้เป็นเครื่องมือต่อสู้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อครอบครองพื้นที่ทางวัฒนธรรมและทางจิตใจของคนในสังคม บทความเรื่อง "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง" ของ วรินทรา ไก่จรวงศ์ ใช้แนวคิดของ เรมอนด์ วิลเลียมส์, โบ德里อาร์ด และเลอ

แพ็บอร์ หรือบทความของ นิภาพรรณ สุขศิริ เรื่อง “ทิศทางการดูแลสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์” ที่ใช้แนวคิดของ เดวิด มอร์ลีย์ ในการอธิบาย⁸⁸

ในหนังสือ *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ* ปี 2545 ก็ถือว่าได้รวมไว้ซึ่งบทความศึกษาโทรทัศน์ในแนววัฒนธรรมศึกษาที่น่าสนใจ เช่น งานศึกษาเกมโชว์โดย อภิญญา ตันทวีวงศ์ งานศึกษารายการสนทนาทางโทรทัศน์โดย กำจร หลุยยะพงศ์ งานศึกษามิวสิควิดีโอของ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ โดยบอกว่ามิวสิควิดีโอเป็นการต่อสู้เชิงอำนาจของวัยรุ่น งานศึกษาละครจักรๆ วงศ์ๆ ภายใต้ฐานคิดเรื่อง “บุญ-ฤทธิ์-ดี-งาม” ของ เขียรชัย อิศรเดช โดยใช้แนวคิดของเรมอนด์ วิลเลียมส์ และกรีมซีเรื่อง Hegemony ในการศึกษา⁸⁹ และบทความที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในหนังสือเล่มนี้ก็คือ “ละครโทรทัศน์: เรื่องของ ตบๆ จูบๆ และ ผัวๆ เมียๆ ในสื่อที่น่าเฝ้า” สมสุข หินวิมาน (2545ข) ได้กล่าวถึงแนวคิดสำคัญหลายเรื่อง เช่น อุดสาหกรรมวัฒนธรรม, การครองความเป็นเจ้า, ปฏิบัติการแห่งชีวิตประจำวัน, พื้นที่แห่งปฏิบัติการทางอุดมการณ์ รวมทั้งกล่าวว่า การดูทีวี ก็เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่เรียกว่า วาทกรรมต่อต้าน หรือ resistance discourse นอกจากนี้ยังได้ทบทวนงานศึกษาละครโทรทัศน์ในวงวิชาการไทยบางส่วนตั้งแต่ปี 2520-2544 พบว่าส่วนใหญ่เน้นไปที่การวิเคราะห์เนื้อเรื่อง และเฟิงปรากฏานแบบวัฒนธรรมศึกษาในช่วงหลังโดยยกตัวอย่างวิทยานิพนธ์ของเขาเองในปี 2541 และวิทยานิพนธ์ของ วสันต์ ปัญญาแก้ว เรื่อง “ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์: ชีวิตข้างถนน ยามค่ำคืน บนถนนสายหนึ่ง ในเมืองเชียงใหม่”⁹⁰

⁸⁸ โปรตดู อารยา ถาวรวันชัย, “ภาพลักษณ์ของวีรบุรุษแบบผู้ร้ายกลับใจ ที่ปรากฏในสื่อมวลชน,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539); พัสณีย์ นุตาลัย, “การสื่อสารทางการเมืองของชนชั้นกลาง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539); วรินทร์า ไกยวงษ์, “มิติการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารสตรี,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539); นิภาพรรณ สุขศิริ, “ทิศทางการดูแลสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539)

⁸⁹ อ้างคำอธิบายเรื่อง Hegemony จาก *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* และอ้างความคิดของเรมอนด์ วิลเลียมส์จาก *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*

⁹⁰ โปรตดู วสันต์ ปัญญาแก้ว, “ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์: ชีวิตข้างถนน ยามค่ำคืน บนถนนสายหนึ่ง ในเมืองเชียงใหม่,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541).

กล่าวได้ว่าสมสุข หินวิมาน เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทุ่มเทให้กับแนวทางวัฒนธรรมศึกษาอย่างชัดเจน นอกจากบทความละครโทรทัศน์จบแล้ว สมสุขยังมุ่งมั่นในแนววัฒนธรรมศึกษาที่น่าสนใจอีกหลายชิ้น เช่น “บันทึกจากห้องนั่งเล่น: ข้อสังเกตเชิงวัฒนธรรมในการดูละครไทย” ปี 2541 “วัฒนธรรมชนชั้นกลางไทยในละครโทรทัศน์” ปี 2543 “ปมชีวิต ปีน ช่มชืด และแหวนหมั้น: การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของการเล่าเรื่องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศในละครโทรทัศน์” ปี 2543 “การเห็น การมอง การจ้อง การชำเลื่อง และการสื่อสารแห่งมนุษย์” ปี 2543 “ดูหนังดูละคร แล้วย้อนดู ผี !!!” ปี 2544 หรือ “คริว: พื้นที่การผลิตวัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวัน” ปี 2545 ทั้งนี้ นอกจากสมสุขแล้ว นักวิชาการอีกคนหนึ่งที่ยพยายามผลักดันงานเขียนในแนววัฒนธรรมศึกษาออกมาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ภาพยนตร์ก็คือ กำจร หลุยยะพงศ์ มีผลงานชิ้นสำคัญ เช่น “1-2-3 หลักกโกลการศึกษา สื่อและวัฒนธรรมศึกษา ของไทย” ปี 2546 โดยผลงานชิ้นที่ถือว่าโดดเด่นที่สุดของเขาก็คือ หนังสือรวมบทความเรื่อง *หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา* ในปี 2547⁹¹

ในระดับของวิทยานิพนธ์ก็ปรากฏแนวทางแบบวัฒนธรรมศึกษาอยู่บ้าง นอกเหนือจากที่สมสุขได้ยกตัวอย่างไว้หรือที่ปรากฏในเล่ม *การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์* เช่น วิทยานิพนธ์ของ จริญญารัตน์ สุวรรณภูสิทธิ์ ปี 2531 เรื่อง “การศึกษาบทเพลงเพื่อชีวิตที่เกี่ยวข้องกับขบวนการนักศึกษา ช่วง 2516-2519” ที่เสนอให้มองเพลงเพื่อชีวิตในฐานะหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชิ้นหนึ่ง ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการศึกษาขบวนการนักศึกษาตลอดจนประวัติศาสตร์สังคม-วัฒนธรรมเมืองไทยในช่วงสมัยดังกล่าว วิทยานิพนธ์ของ มัณฑล ศิลาพิเศษฤทธิ์ ปี 2537 เรื่อง “การถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมืองของระบอบราชาธิปไตย ในละครโทรทัศน์จักรๆ วงศ์ๆ” โดยเสนอว่า ละครที่สร้างจากนิทานดั้งเดิมเน้นถ่ายทอดอุดมการณ์เทวราชาหรือการที่กษัตริย์คือเทพเจ้าผู้ศักดิ์สิทธิ์เป็นอุดมการณ์หลัก ส่วนละครที่สร้างจากนิทานแต่งใหม่ เน้นการถ่ายทอดอุดมการณ์ธรรมราชาหรือการที่กษัตริย์คือมนุษย์ที่เป็นคนดีเลิศประดุจพระโพธิสัตว์เป็นอุดมการณ์หลัก

วิทยานิพนธ์ของ รัชดา แดงจัญญู ปี 2538 เรื่อง “ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ ปี 2535” เสนอว่า ภาพของโสเภณีที่ถูกนำเสนอ ส่วนใหญ่ยังมีลักษณะเป็นภาพแบบฉบับคือ “เป็นผู้หญิงไม่ดีในสายตาของสังคม” นอกจากนี้ยังมักนำเสนออุดมการณ์หลักซึ่งให้อภิสัทพ์แก่ฝ่ายชาย ในขณะที่อุดมการณ์ต่อต้าน ซึ่งเน้นความเสมอภาคระหว่างเพศ มีการนำเสนอเพียงเล็กน้อยเท่านั้น วิทยานิพนธ์ของ พนิดา หันสวาสดี ปี 2544 เรื่อง “ผู้หญิงในภาพยนตร์: กระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ผู้หญิงในสังคมไทย” นำแนวคิดเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอำนาจ และ

⁹¹ โปรดดู กำจร หลุยยะพงศ์, *หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา*, (กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547).

แนวคิดเรื่องการสอดส่องและการจ้องมอง ของมิเชล ฟูโกต์ รวมทั้งแนวคิดเรื่อง Hegemony ของอันโตนิโอ กรัมชี่ ซึ่งเธอเข้าใจว่าหมายถึง “การครอบงำ” มาใช้ในการศึกษา โดยเธอเสนอว่า ผู้หญิงในอุดมคติของสังคมไทยก็คือ ผู้หญิงชนชั้นสูง การผลิตซ้ำภาพลักษณ์หญิงไทยในภาพยนตร์มีลักษณะของการเป็นกระบวนการสร้างปทัสถานของการยอมรับความเหมือน โดยมีการชี้ขาดความเป็นปกติเป็นเครื่องมือ สิ่งใดที่ไม่ปกติจะต้องถูกทำให้ปกติ ผู้ชมภาพยนตร์จึงยอมรับภาพลักษณ์ผู้หญิงเหล่านั้น กระบวนการทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ยังส่งผลให้ภาพลักษณ์ผู้หญิงในอุดมคติยังคงเป็นความคิดหลักของความเป็นผู้หญิงในสังคมไทย

หรือวิทยานิพนธ์ของ พรรณราย ไชยสถาริธน์ ในปี 2543 เรื่อง “นางนาค: การต่อรองทางความหมายในภาพยนตร์ยอदनนิยม” เธอกล่าวว่าได้ศึกษาผ่านกรอบวิเคราะห์แนววัฒนธรรมศึกษา และใช้มโนทัศน์เรื่อง “การปฏิบัติ” (practice) ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ เป็นแนวทางในการศึกษา เธอเสนอผลการศึกษาว่า นิมิตของผู้ชมนั้น แต่ละคนให้ความหมายกับภาพยนตร์หลากหลายไปตามระดับความเข้มข้นของข้อมูลในแต่ละกลุ่มมีเกี่ยวกับภาพยนตร์และเกี่ยวกับเรื่องเล่าแม่ นาค พระโขนง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาพยนตร์ไม่ได้เป็นพื้นที่ของการครอบงำแต่เป็นโลกของการต่อรองระหว่างคนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยแสดงออกในรูปของการให้คุณค่ากับความหมายอันเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติเพื่อแสดงว่าตัวตนของแต่ละปัจเจกเหล่านั้นให้คุณค่ากับสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันอย่างไร และเป็นการแสดงออกเพื่อเป็นชนชั้นนำสำหรับบางกลุ่มอย่างไร

ทั้งนี้ แม้จะมีวิทยานิพนธ์อีกเป็นจำนวนมากที่ศึกษา เพลงสมัยนิยม ภาพยนตร์ยอदनนิยม เพลงลูกทุ่ง หรือเพลงป๊อป ฯลฯ แต่ส่วนใหญ่เป็นเพียงกรณีศึกษาของภาควิชาภาษาไทย (การวิเคราะห์เนื้อหา การใช้วาทศิลป์ การตั้งชื่อ) หรือไม่ก็เป็นของนิเทศศาสตร์กระแสหลักซึ่งหลายชิ้นยังคงให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS เป็นผู้ตอบคำถาม จึงไม่ขอนำมากล่าวถึงไว้ในที่นี้⁹²

นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่จะต้องกล่าวถึงในที่นี้คือ สุรียา สมุทคุปต์ และพัฒนา กิติอาษา จากห้องไทยศึกษานิตศน์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ทั้งคู่ได้สร้างมาตรฐานใหม่ของการทำงานแนววัฒนธรรมศึกษาด้วยการทำงานหนักในภาคสนามและเขียนงานชาติพันธุ์วรรณนาอย่างเข้มข้น นอกจากนี้ ทั้งคู่มุ่งเทให้กับการศึกษาที่เป็นวัฒนธรรมชาวบ้านซึ่งถือเป็นการช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับวงกรรมานุษยวิทยาและคติชนศึกษาของไทยอีกด้วย ตัวอย่างเช่น รายงานวิจัยปี 2541 เรื่อง *แต่งองค์ทรงเครื่อง: “ลิเก” ในวัฒนธรรมประชานิยมไทย* โดยเสนอว่า ลิเก (โคราช) เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมหรือ popular culture เป็นกระแส

⁹² โปรดดูตัวอย่างเช่น จีราวรรณ กาญจนานันท์, “เนื้อหาเพลงไทยยอदनนิยม การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงสากลของวัยรุ่น,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540).

วัฒนธรรมสมัยใหม่ที่ไม่ใช่ทั้งวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมราษฎร์ และวัฒนธรรมราชสำนัก แม้จะ
 ลึกจะเป็นศิลปะเชิงพาณิชย์ที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อการบริโภคในตลาดธุรกิจบันเทิง แต่ในขณะเดียวกันก็
 มีนัยของการประท้วงล้อเลียน เสียดสีชีวิตและโครงสร้างทางสังคมที่ดำรงอยู่

หรือในรายงานวิจัยปี 2544 เรื่อง "คนซึ่งอีสาน": ร่างกาย กามารมณ์ อัตลักษณ์ และ
 เสียงสะท้อนของคนทุกชนในหมอลำซึ่ง ทั้งคู่ได้ปรับใช้แนวคิดของ มิคาอิล บัคติน ในการศึกษาและ
 เสนอว่า หมอลำซึ่งอีสานเป็นภาพสะท้อนของการต่อสู้ดิ้นรน ความใฝ่ใจ และความทุกข์-สุขของ
 "คนซึ่งอีสาน" หรือแรงงานอีสานแห่งยุคโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้หมอลำซึ่งยังได้สร้างวาทกรรมชุด
 หนึ่งเรียกว่า "วาทกรรมหมอลำซึ่ง" เพื่อใช้ตอบโต้และต่อรองกับวาทกรรมอนุรักษนิยมในบริบทของ
 วิชาการและวงราชการไทยที่ทำงานด้านอนุรักษ์วัฒนธรรมอีกด้วย

ในปี 2546 พัฒนา กิติอาษา ได้สรุปความคิดของเขาเรื่องวัฒนธรรมสมัยนิยมไว้ใน
 หนังสือ *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม* เขาเสนอว่า เมื่อพิจารณาจากวัฏจักร
 ของกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมและการตอบโต้กระแสในสังคมไทย จะเห็นได้ว่า กระบวนทัศน์
 วัฒนธรรมไทยกระแสหลักยังแฝงไว้ด้วยอคติและความคับแคบในการอธิบายพลวัตและความ
 หลากหลายของวัฒนธรรม เนื่องจากถูกตรึงแน่นไว้ด้วยวิธีคิดแบบอนุรักษนิยมและอำนาจนิยม

บทที่ 5

สรุปความเห็นและข้อสังเกตต่อการศึกษาดูสหกรณ์วัฒนธรรมในประเทศไทย

งานวิจัย “โครงการประเมินและสังเคราะห์สถานภาพองค์ความรู้การวิจัยวัฒนธรรมในประเทศไทย: ประเด็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม” เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีเป้าหมายเพื่อสำรวจงานวิจัยเฉพาะสาขาสังคมศาสตร์ในช่วงสิบเอ็ดปีตั้งแต่ พ.ศ. 2536 ถึง 2547 ว่ามีทิศทางการศึกษาไปในทางใด อย่างไรก็ดี นอกจากภาครัฐหรือวงวิชาการไทยจะยังไม่สามารถสรุปนิยามและขอบเขตความหมายของคำว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างเป็นที่ยุติแล้ว เเทมนี้ยังมีลักษณะเป็นปรากฏการณ์ในระดับรัฐ จึงไม่สามารถกำหนดขอบเขตงานศึกษาไว้ได้เพียงกรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยจึงต้องเปลี่ยนพื้นที่การสำรวจจากเดิมที่กำหนดขอบเขตตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์มาเป็นอาณาบริเวณของประเด็นศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรมตามที่คณะผู้วิจัยได้กำหนดนิยามไว้ ซึ่งทำให้มีจำนวนงานวิจัยและเวลาที่ใช้ในการสำรวจเพิ่มขึ้นอย่างมาก

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยในเชิงปริมาณพบว่า ก่อนปี พ.ศ.2536 มีผู้ให้ความสนใจศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (บันเทิง) ไม่มากนัก ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มสาขานิเทศศาสตร์และวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน หรือศิลปศาสตร์บ้างเพียงเล็กน้อย แต่เริ่มมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539 – 2543 จากสื่อสู่เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งตรงกับช่วงของแผนพัฒนาการศึกษาระดับที่ 8 ซึ่งมุ่งพัฒนาขีดความสามารถของบุคคลขยายและยกระดับความรู้ให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม และนับตั้งแต่ประเทศไทยผ่านพ้นวิกฤติเศรษฐกิจก็ได้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจทุกทิศทาง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบันเทิง จึงเริ่มมีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะงานวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นงานวิจัยหลักที่มีปริมาณชิ้นงานมากที่สุดคือ 375 ชิ้น หรือเกือบร้อยละ 73 ของจำนวนงานวิจัยทั้งหมดที่รวบรวมได้ และที่น่าสนใจคือมีงานวิทยานิพนธ์จากสาขาวิชานิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์มากถึง 323 ชิ้น ซึ่งมากกว่าวิทยานิพนธ์จากสาขาวิชามานุษยวิทยาและสังคมวิทยาที่มีจำนวนผลงานมากเป็นอันดับที่สองกว่า 30 เท่า เมื่อแจกแจงวิทยานิพนธ์ออกตามชนิดสินค้าวัฒนธรรมที่ศึกษา พบว่า เพลง/ดนตรี ได้รับความนิยมในการศึกษามากที่สุด อันดับที่สองได้แก่ ภาพยนตร์ และอันดับที่สามได้แก่ รายการโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับอันดับหัวข้อศึกษายอดนิยมเมื่อพิจารณาจากทุกประเภทงานวิจัย

จากการจำแนกประเด็นวิจัยตามชนิดสินค้าวัฒนธรรม พบว่า ในกรณีของภาพยนตร์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีเงินลงทุนมหาศาล จึงมีงานจำนวนมากที่มุ่งตอบคำถามในมิติทางเศรษฐกิจ หรือการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นหลัก ประเด็นศึกษาที่พบมาก เช่น สภาพการและแนวโน้มอุตสาหกรรม การดำเนินธุรกิจและการผลิต การตลาด รวมทั้งพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของผู้บริโภค ส่วนงานศึกษารูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอหรือการเล่าเรื่องของภาพยนตร์ มักมุ่งอธิบายว่าในระดับเนื้อหาของภาพยนตร์ได้สื่ออะไรถึงผู้ชมบ้าง และมีบางส่วนที่มุ่งศึกษาภาพตัวแทนและภาพประทับเหมารวมที่ถูกสร้างขึ้นในภาพยนตร์โดยมักเป็นการศึกษาภาพของเพศ โดยเฉพาะเพศหญิงเป็นหลัก นอกจากนี้มีประเด็นศึกษา เช่น การศึกษาจำแนกสายตระกูลภาพยนตร์ ผู้กำกับฯ บุคคลสำคัญในวงการ และการวิจารณ์ภาพยนตร์ รวมทั้งงานศึกษาที่ถือว่าภาพยนตร์เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์สังคม ซึ่งสามารถเชื่อมโยงสู่ปมประเด็นทางสังคมอื่นๆ ได้ เช่น ประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นต้น และมีงานศึกษาอีกจำนวนหนึ่งที่ยังคงอยู่ภายใต้วิธีคิดเรื่องการครอบงำโดยวัฒนธรรมอเมริกัน

มีงานกลุ่มหนึ่งที่พยายามเสนอว่า เหตุที่วงการภาพยนตร์ไทยยังไม่เป็นอุตสาหกรรมที่มั่นคงก็เพราะผู้สร้างงานและผลงานภาพยนตร์ไม่มีคุณภาพ นอกจากนี้คนดูก็ไม่มีคุณภาพ รวมทั้งแนวคิดเรื่องการควบคุมภาพยนตร์แบบเดิมที่ถูกมองว่าเป็นอีกอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาวงการภาพยนตร์ ทำให้ไม่เปิดโอกาสให้ผู้สร้างได้ทดลองนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพออกสู่ตลาด จึงเรียกร้องให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลืออย่างจริงจัง

งานศึกษาละครและรายการโทรทัศน์มีแนวทางไม่ต่างไปจากการศึกษาภาพยนตร์มากนัก โดยมีประเด็นศึกษาใกล้เคียงกัน เช่น การศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมและธุรกิจ การผลิต การศึกษารูปแบบ-เนื้อหา-การนำเสนอ พฤติกรรมการรับชมและคนดูโทรทัศน์ ละครโทรทัศน์กับการขัดเกลาและผลกระทบทางสังคม หรือแม้กระทั่งการศึกษาภาพตัวแทนและภาพประทับ นอกจากนี้มีประเด็นศึกษาใกล้เคียงกันยังมีแนวโน้มที่จะสรุปผลการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันอีกด้วย อย่างไรก็ตามสิ่งที่มีความแตกต่างไปจากการศึกษาภาพยนตร์ก็คือ การศึกษาความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมจากละครพื้นบ้านสู่ละครโทรทัศน์

ทั้งนี้ มีงานเฉพาะกลุ่มหนึ่งที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับรายการโทรทัศน์ และรัฐกับความเป็นไทย แม้ทั้งสองเรื่องอาจดูไม่เกี่ยวข้องกันนัก แต่ในด้านหนึ่งกลับมีจุดร่วมกันอย่างเหนียวแน่นนั่นคือ ล้วนถูกสังคมตราประทับในเชิงอุดมคติว่า เป็นฝ่ายที่อ่อนใส ไร้เดียงสา คงคุณค่าดั้งเดิมบริสุทธิ์ แต่ในขณะที่เดียวกันก็อ่อนแอ และมักตกเป็นเหยื่อหรือถูกล่อลวงไปในทางเสื่อมเสียได้ง่าย งานศึกษาจำนวนมากจึงมักพุ่งเป้าที่การศึกษาเพื่อเข้าใจกลไกหรือวิถีการชมโทรทัศน์ของเด็ก หรือไม่ก็เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการว่ามีส่วนส่งเสริมหรือทำลายคุณธรรมและความประพฤติอันดีงามอย่างไร สำหรับประเด็นเรื่องวัฒนธรรมและความเป็นชาติ

ไทย หรือที่คณะวิจัยเลือกใช้คำว่า โทรทัศน์กับปฏิบัติการทางอุดมการณ์ชุด "ความเป็นไทย" นั้น ก็มักเป็นงานศึกษาเพื่อหาทางต่อยอดหรือปกป้องความเป็นไทยแบบทางการเพื่อคนไทยซึ่งเป็นรากฐานของความเป็นไทยที่ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

น่าสนใจว่าทัศนคติเบื้องหลังของงานในกลุ่มเด็กกับรายการโทรทัศน์และรัฐกับความเป็นไทย อยู่บนพื้นฐานเดียวกับงานศึกษาส่วนใหญ่ในกลุ่มการ์ตูนและเกมคอมพิวเตอร์ เพราะได้แสดงออกอย่างชัดเจนว่าให้ความสนใจกับมิติทางศีลธรรมเป็นพิเศษ ทั้งงานศึกษาคาร์ตูนที่มีศีลธรรมดีและการ์ตูนที่เสื่อมศีลธรรมเป็นพิษภัยต่อเด็ก ในขณะที่งานศึกษาเกมคอมพิวเตอร์ในเชิงสังคมศาสตร์ทั้งหมดมุ่งเป้าโจมตีว่า สื่อเกมคอมพิวเตอร์เป็นตัวการสำคัญในการปลูกฝังความรุนแรงชั่วร้ายให้กับเด็ก การ์ตูนและวิดีโอเกมส์จึงดูจะเป็นคำอธิบายถึงพฤติกรรมอันเลวร้ายของเด็กไทยที่ทุกฝ่ายพอใจ เพราะอย่างน้อยมันก็ช่วยให้สังคมไทยไม่ต้องพูดถึงรากฐานวัฒนธรรมแบบอำนาจนิยมที่เป็นรากเหง้าของสังคมไทยมาอย่างช้านานว่ามีส่วนหรือไม่เพียงใดต่อปัญหา

จะเห็นได้ว่างานศึกษาส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ครอบครัว และความเป็นไทย มักแฝงไว้ด้วยปมความคิดที่จะปกป้อง รักษา หรือส่งเสริมความดีงามบริสุทธิ์ของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเท่ากับเป็นการผลิตซ้ำภาพสำเร็จรูปของสิ่งเหล่านี้ให้ดำเนินต่อไป แม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งพยายามเปิดโปงปัญหาความสัมพันธ์อันเลื่อมล้ำของผู้คนในสังคมจากภาพตัวแทนและภาพประทับที่นำเสนอผ่าน ภาพยนตร์ ละคร และรายการโทรทัศน์ก็ตาม

การศึกษาอุตสาหกรรมเพลงและดนตรีของวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยที่ผ่านมา มีแนวทางศึกษาไม่ต่างไปจากสินค้าวัฒนธรรมอื่นๆ กล่าวคือ มีงานจำนวนมากที่มุ่งศึกษาในมิติทางเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจทั้งในแง่ของการศึกษาการตลาด การผลิต และศึกษาคนฟังในฐานะผู้บริโภค และมีงานศึกษา รูปแบบ เนื้อหา การสื่อความ ภาพตัวแทนในบทเพลง หรืองานศึกษาเพลงในมิติทางสังคมและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่างานศึกษาทั้งหมดศึกษาบทเพลงในฐานะวรรณกรรม คือการอ่านเอาจากเนื้อร้อง หรือในงานศึกษามิวสิควิดีโอที่มุ่งศึกษาเพลงในลักษณะของการศึกษาภาพยนตร์ แต่ไม่มีงานศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ความหมายของเสียงหรือชาวดีของเพลง รวมทั้งสถานที่แสดงดนตรี หรือมองดนตรีในฐานะกิจกรรมทางสังคม ซึ่งเป็นประเด็นที่มีการศึกษาอย่างกว้างขวางในวงวิชาการต่างประเทศทั้งในแง่กรณีศึกษาและโดยเฉพะแนวคิดทฤษฎี

กรณีศึกษาสุดท้ายที่จะกล่าวถึงในส่วนนี้คือ ดารา นักร้อง และแฟนคลับ คณะผู้วิจัยเสนอว่า หากหัวข้อนี้ไม่ใช่สิ่งที่ยังใหม่อยู่สำหรับสังคมไทยก็คงเป็นเรื่องที่นักวิชาการไทยไม่ให้ความสนใจมากนัก เพราะแทบไม่พบงานศึกษาหรือเท่าที่มีอยู่ก็มุ่งตอบเพียงคำถามพื้นฐานเป็นหลัก เช่น การคัดเลือกนักแสดง การสร้างนักร้อง การศึกษาอิทธิพล ผลกระทบ และการเลียนแบบดารานักร้อง รวมทั้งงานศึกษาแฟนคลับด้วยแนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเห็นว่าวงวิชาการไทยได้ละเลยหัวข้อศึกษาสำคัญไปหลายเรื่อง เช่น อุตสาหกรรมวัฒนธรรมกีฬา และงานศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์สังคม เช่น การศึกษาวัฒนธรรม ความบันเทิงในช่วงรอยต่อระหว่างเก่ากับใหม่ทั้งในเชิงพื้นที่ กิจกรรม และความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น ละครหน้าโรงบ่อน โรงฝิ่น กรณีศึกษาบาร์ร้าว บาร์รองเง็ง หนังส้อมผ้า ดิสโก้เทคกลางแจ้ง ลานเสกิต หรือพื้นที่งานวัด ฯลฯ รวมทั้งงานศึกษากลุ่มวัฒนธรรมย่อยหรือกลุ่มคนในประวัติศาสตร์ร่วมสมัยที่ผูกพันกับทั้งอุตสาหกรรมเพลง ภาพยนตร์ พื้นที่ทางสังคม และรูปแบบการบริโภค วัฒนธรรม เช่น กลุ่มโก้หลังวังหน้าโรงหนังแกรนด์ คิงส์ และควีนส์ วัฒนธรรมดนตรีชาโดว์ในประเทศไทย หรือประวัติศาสตร์การรับดนตรีร็อกผ่านแคมป์ทหารอเมริกันในช่วงสงครามเวียดนาม รวมทั้งงานศึกษาย่านโคมแดง โรงน้ำชา บาร์อะโกโก้ อาบอบนวด คาเฟ่ หรือสถานบันเทิงอื่นๆ ซึ่งทั้งหมดเป็นวิถีวัฒนธรรมที่ร้อยรัดกิจกรรมและผู้คนจำนวนมากในสังคมไว้ จึงเป็นวิถีชีวิตพื้นฐาน เป็นรากเหง้าและตัวตนที่แท้จริงอีกด้านหนึ่งของสังคมไทยร่วมสมัย แต่กลับถูกปฏิเสธที่จะกล่าวถึง ในวงวิชาการไทย งานศึกษาส่วนใหญ่ที่พอมืออยู่จึงเป็นเพียงการเปิดเสียงตอกย้ำซ้ำๆ ว่า สิ่งเหล่านี้ เป็นแหล่งมั่วสุม เสื่อมทราม ชัดแย้งต่อศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีของไทย และไม่คู่ควรแก่การ กล่าวถึงมากไปกว่านี้

การละเลยต่อการศึกษาประวัติศาสตร์สังคมและชีวิตร่วมสมัยที่กล่าวไปข้างต้น สะท้อนถึงความเชื่อพื้นฐานร่วมกันของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทั้งหลายที่ว่า วัฒนธรรมไทยนั้น ดีงาม แสตนบริสุทธิ์ และต้องปกป้องไม่ให้เป็นเหยื่อของความชั่วร้ายจากเรื่องเสื่อมศีลธรรม เซ็กซ์ ความรุนแรง วัฒนธรรมการบริโภค และการครอบงำจากวัฒนธรรมตะวันตก

ทั้งนี้ ปมความกลัววัฒนธรรมต่างชาติว่าจะครอบงำและชักนำไปสู่ความเสื่อมต่างๆ ส่วนหนึ่งแพร่หลายอยู่ในงานศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองหรือแม้กระทั่งในความคิดของ ยูเนสโกเอง โดยมีสูตรการอธิบายว่า แนวโน้มการกระจุกตัวของกลุ่มทุนวัฒนธรรมข้ามชาติจะ นำไปสู่การผูกขาดและการครอบงำทางวัฒนธรรมโดยเบ็ดเสร็จในที่สุด

อีกส่วนหนึ่งแพร่หลายไปพร้อมกับการศึกษาสังคมบริโภคนิยมและการพูดถึง กระบวนการทำวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า โดยมีการพูดถึงในสองแบบ แบบแรกคือการพูดถึง กระบวนการนี้ในลักษณะของอุตสาหกรรมโกหกโดยมีผีทุนนิยมเป็นผู้ร้ายคอยชักใยอยู่เบื้องหลังซึ่ง มักล่อลวงให้เด็กนิสัยเสีย ปลูกฝังความรุนแรงสู่วัยรุ่น และขายแต่เรื่องลามกให้ผู้คนหลงติดในกาม แบบที่สองคือการอธิบายว่างานศิลปะถูกทำลายลงโดยการค้า ทำให้เพลง ดนตรี และการแสดง บันเทิงทั้งหลายที่ถูกผลิตจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมห่างไกลจากคุณค่าทางศิลปะและด้อย คุณภาพ

คณะผู้วิจัยเสนอว่า สิ่งทีหลอเลียงปมความกลัวดังกล่าวไว้ก็คือ การขาดพื้นฐานสำนึก การศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์ ขาดการทำงานทฤษฎีอย่างจริงจัง และสำนึกอนุรักษ์นิยม-อำนาจนิยม ด้วยสำนึกอนุรักษ์นิยมและขาดพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ ทำให้ไม่เกิดการตั้งคำถาม กับนิยามของความเป็นไทย และวัฒนธรรมแบบไทย เช่น อะไรคือไทย อะไรคือตะวันตก และอะไรคือตะวันออก เมื่อไม่เกิดการตั้งคำถามก็ไม่กลายเป็นประเด็นศึกษา การพูดถึงวัฒนธรรมและ ความเป็นไทยจึงมีลักษณะเป็นการพูดถึงมายาภาพของสิ่งที่สวยงามที่ไม่สอดคล้องกับหลักฐาน ทางประวัติศาสตร์สังคมมากมาย เช่น ศาสนาพุทธก็เป็นศาสนาจากต่างชาติและมาจากประเทศใน ซีกโลกตะวันตกและเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและความเชื่อของคนในสังคมอย่างรุนแรง ไม่ต่างไป จากการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติในปัจจุบันที่งานวิจัยจำนวนมากอธิบายเพียงง่าย ๆ ว่าเป็น การคุกคามและรุกรานทางวัฒนธรรม จึงดูเหมือนว่าการคุกคามจะเกิดขึ้นเพียงในระดับเปลือก นอกหรือการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมบางแง่มุมเท่านั้น แต่การเข้าครอบงำความคิดจะ ไม่เป็นปัญหาเมื่อพูดถึงการนั่งโต๊ะกินข้าว การใช้ช้อนแทนการเปิบมือ แนวคิดเรื่องผัวเดียว-เมีย เดียว หรือพูดถึงเรื่องเทคโนโลยี ระบบสาธารณสุข การแพทย์สมัยใหม่ การทหาร ศาล กฎหมาย การปกครอง รวมทั้งแนวคิดเรื่องรัฐชาติที่ประเทศไทยได้รับใส่สำนึกไว้อย่างเต็มที่ ซึ่งล้วนเป็น ประดิษฐกรรมทางความคิด เป็นอุดมการณ์ และเป็นวัฒนธรรมของฝรั่งตะวันตกทั้งสิ้น

ด้วยสำนึกอนุรักษ์นิยมและอำนาจนิยม ทำให้นักวิชาการไทยส่วนใหญ่เลือกที่จะ กล่าวโทษปัญหาทั้งหมดในสังคมไทยไปที่วัฒนธรรมต่างชาติ แต่ไม่นิยมตั้งคำถามกับนิยาม วัฒนธรรมเชิงศีลธรรมที่ผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องและเข้มข้นในสถาบันราชการ โดยเฉพาะสถาบัน การศึกษาตั้งแต่อนุบาลจนถึงสถาบันอุดมศึกษา ไม่นิยมตั้งคำถามว่า ความลามกหรืออนาจารเป็น ค่านิยมที่มีมานานหรือไม่เพียงใด เป็นค่านิยมของชนชั้นไหน แตกต่างจากวิถีปฏิบัติเรื่องเพศและ การสังวาสของคนโบราณในแง่ไหนและอย่างไร ไม่นิยมตั้งคำถามว่าการจัดการปัญหาเรื่องสี ลามกอนาจารและความรุนแรงด้วยการสั่งปิดหู ปิดตา ด้วยการห้ามขายและห้ามชม ก็เป็นวิถีแบบ อำนาจนิยมที่ไม่ต้องการจะทำความเข้าใจกับสิ่งที่อยู่นอกกรอบหรือคอกที่ผู้ปกครองเป็นผู้ดูแล รวมทั้งไม่นิยมตั้งคำถามว่าวัฒนธรรมที่หน่วยงานรัฐและสังคมไทยเฝ้าตอกย้ำตลอดมา เป็นเพียง การพูดถึงแนวทางการประพฤติให้เป็นพลเมืองที่ดี วาง่าย เจียบ ไม่เถียงหรือวิพากษ์วิจารณ์ และ สยบยอมต่ออำนาจสูงสุดในสังคม วัฒนธรรมในความหมายนี้มุ่งเพียงเพื่อให้พลเมืองสมยอมและ ปกครองง่าย แต่ไม่ใช่วัฒนธรรมในความหมายของการรอกงามทางปัญญาโดยสิ้นเชิง

ด้วยการขาดพื้นฐานทางประวัติศาสตร์และขาดการทำงานทฤษฎีอย่างจริงจัง ทำให้ งานศึกษาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจำนวนมากตกอยู่ในวังวนความคิดว่า งานศิลปะเช่นดนตรีและ ภาพยนตร์ถูกทำลายลงโดยการค้า ทั้งที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์มากมายที่บ่งชี้ว่า คนเป็พาทย์ แต่โบราณไม่เคยทำงานเป็นอิสระ หากแต่ต้องตกอยู่ภายใต้การชี้นำของผู้อุปถัมภ์มาโดยตลอด ไม่

ว่าจะเป็นเจ้าขุนมูลนายหรือตลาดและโรงบ่อนก็เป็นแหล่งอุปถัมภ์จ้างคณะละครชาตรี ละครนอก มาเล่นเรียกคนดูเข้าบ่อนมากมาย นอกจากนี้ยังมีหลักฐานถึงการเก็บภาษีเงิน-ละคร ซึ่งสะท้อนว่า ได้มีผู้ตั้งคณะหากินและต้องเก็บอากรอย่างน้อยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่สี่¹ หรือกล่าวได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้วการร้องรำทำเพลงของชาวบ้านปรากฏมีลักษณะของการรับเป็นงานอาชีพมาแต่ครั้งโบราณ หรือแม้จะมีคนบางกลุ่มที่ไม่ต้องออกมารับจ้างเล่นตามตลาดก็เพียงเพราะมีเจ้านายรับอุปถัมภ์แล้วเท่านั้น ไม่ต่างไปจากศิลปิน จิตรกร กวี และคีตกวีเอกทั้งหลายของโลกในครั้งอดีตที่สร้างผลงานที่ยิ่งใหญ่ได้เพราะล้วนอยู่ในการอุปถัมภ์ของขุนนางผู้ดีทั้งสิ้น

และด้วยการขาดการทำงานเชิงทฤษฎีอย่างจริงจัง โดยแทบไม่ปรากฏงานแปล หรืองานวิทยานิพนธ์ที่มุ่งถกเถียงทางทฤษฎี ทำให้วงวิชาการไทยมักไม่เห็นถึงรายละเอียดหรือข้อจำกัด รวมทั้งไม่พิถีพิถันในการปรับใช้แนวคิดทฤษฎีในการอธิบาย งานศึกษาจำนวนมากจึงทำได้แค่เพียงอ้างถึงแนวคิดต่างๆ ซึ่งทำให้ในท้ายที่สุดแล้วงานวิจัยโดยรวมไร้ซึ่งพลังในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมไปโดยปริยาย

น่าสนใจว่า ในขณะที่ภาครัฐมีผู้รับผิดชอบเรื่องวัฒนธรรมอย่างชัดเจน โดยมีทั้งงบประมาณและกฎหมายบังคับใช้อยู่ในมือ หรือภาคเอกชนก็มีส่วนในการขับเคลื่อนกลไกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและได้ร่วมกันสร้างความหมายของวัฒนธรรมให้กับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลายาวนาน แต่เราแทบไม่รู้เลยว่าสาขาวิชาใดในทางสังคมศาสตร์ที่เป็นเจ้าภาพในการศึกษาเรื่องวัฒนธรรม

หากคำตอบคือสาขาวิชามานุษยวิทยา ก็ต้องถือว่าแทบจะล้มเหลวโดยสิ้นเชิง เพราะวงวิชาการสื่อสารมวลชนและการตลาดได้เข้าครอบครองพื้นที่และชี้นำประเด็นสังคม ตลอดจนผลิตบุคลากรออกทำงานในสังคมอย่างกว้างขวาง ในขณะที่ภาครัฐเองก็ได้ทำงานวัฒนธรรมในแนวทางของตัวเองไปอย่างแนบแน่นโดยไม่สนใจว่า วงวิชาการสังคมศาสตร์จะคิด จะเห็น อย่างไร ทำให้วงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยที่สนใจศึกษาวัฒนธรรมในปัจจุบัน แทบจะอยู่ในภาวะโดดเดี่ยวโดยสมบูรณ์ จึงไม่น่าแปลกใจว่าเหตุใดจึงเกิดช่องว่างอย่างมหาศาลในความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมระหว่างภาครัฐ เอกชน และวงวิชาการ

โจทย์ที่สำคัญที่สุดก็คือ ทำอย่างไรวงวิชาการสังคมศาสตร์ไทยจึงจะขึ้นมามีบทบาทในการชี้นำประเด็นทางวัฒนธรรมบ้าง อย่างน้อยก็ให้เกิดเสียงที่สามที่ดังพอๆ กับเสียงวัฒนธรรมของรัฐ และเสียงวัฒนธรรมของเอกชน

¹ ไปรอดดู “ประกาศรัชกาลที่ 4 ว่าด้วยเก็บภาษีเงิน ละคร และการละเล่นอื่น ๆ,” หอสมุดแห่งชาติ, สมุดไทยดำ เลขที่ 64.

แต่ก่อนที่จะก้าวสู่จุดนี้ได้ วงวิชาการไทยจะต้องเอาชนะรากเหง้าทั้งหมดของปัญหาในการศึกษาวัฒนธรรมของวงวิชาการไทยจวบจนปัจจุบันนี้ให้ได้เสียก่อน ซึ่งได้แก่ การขาดพื้นฐานประวัติศาสตร์การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์วิถีชีวิต ขาดการทำงานเชิงแนวคิดทฤษฎีอย่างจริงจัง ความหมกมุ่นกับมายาคติเรื่องความเป็นไทย ปัญหานิยามวัฒนธรรมที่คับแคบของสังคมไทย รวมทั้งสำนักดูถูกคนจนและชาวบ้าน

รายการอ้างอิง

วิทยานิพนธ์

- กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน. การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- กมลลา สีนรุสุวรรณ. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ของบริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่นส์ จำกัด และบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กร พุ่มดอกมะลิ. การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเพลงของกลุ่มวัยรุ่นกับการสื่อสารการตลาด ของบริษัท แกรมมี่เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543.
- กรพินธุ์ จารูวร. ดนตรีไทยร่วมสมัยกับอัตลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของนิสิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กรรณิการ์ เวียงเพิ่ม. การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์แบบ Situation Comedy เรื่อง คู่ขึ้นซูลมุน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- กฤษฎา ทาวิ. ทัศนะของผู้เข้าชมภาพยนตร์ต่อการตรวจพิจารณาภาพยนตร์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้เข้าชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์เครือ อี.จี.วี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

กฤษดา เกิดดี. การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกระบวนการวิจารณ์ภาพยนตร์ไทย: สนวนจิตต์ บางสพาน กับ สุทธากร สันติธวัช. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

กิตติ ก้นภัย. ลักษณะของการสร้างฝันจินตนาการทางเพศในสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

กุลเชษฐ์ เล็กประยูร. พัฒนาการการแสดงของ "ล้อต๊อก" ศิลปินตลกไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

กุลวรา ชูพงศ์ไพโรจน์. การวิเคราะห์เรื่องเล่าในเพลงไทยลูกทุ่ง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

เกศินี ศิลปี. การศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือ ซินีแม็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ขจร ฝ่ายเทศ. ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลงของผู้ประพันธ์เพลงลูกทุ่ง ลพ บุรีรัตน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ขจรเกียรติ มะกรทต. การสื่อความหมายเรื่องทางเพศจากการแสดงตลกผ่านสื่อวิดีโอทัศน์ พ.ศ. 2538. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์นอกกระแสหลักในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

- ขจีรัตน์ นินสุวรรณ. การวิเคราะห์วิธีการเขียนบทละครสำหรับสื่อมวลชน: บทเรียนจากงานของสมสุข ภัลย์จากฤก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ขนิษฐา จิตต์ประกอบ. บทบาทของรัฐในการตรวจพิจารณาภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ขนิษฐา โมกขจันทร์. ปัญหาการนำพระราชบัญญัติควบคุมกิจการเทปและวีสดูโทรทัศน์ พุทธศักราช 2530 ไปปฏิบัติ: กรณีศึกษา งานตรวจกิจการเทปและวีสดูโทรทัศน์ กองกำกับการ 3 กองทะเบียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานโยบายและการวางแผนสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, 2544.
- ขวัญฤทัย จ่างจำรัส. การถูกลดทอนความเป็นมนุษย์ และการตอบโต้โดยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ของสาวคาราโอเกะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- คันธिया วงศ์จันทา. การพัฒนาเกณฑ์หรือตัวบ่งชี้คุณภาพรายการละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ฉัสนรา ชมะวรรณ. แนวความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ในวัฒนธรรมศึกษาและการวิเคราะห์วัฒนธรรมบริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- งามภา สุธิตพรรณกุล. การเปิดรับรายการวไรตี้โชว์ การระลึกถึงตราสินค้าและทัศนคติที่มีต่อป้ายตราสินค้าที่ให้สปอนเซอร์ในรายการวไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

- จตุรงค์ ดวงมณี. การวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลของบริษัท แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาค วิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จรรยา เหลียวตระกูล. พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศที่ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาค วิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- จรัส กายโรจน์. พฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2543.
- จตุรรัตน์ สุวรรณภูสิทธิ์. การศึกษาดนตรีเพื่อชีวิตที่เกี่ยวข้องกับขบวนการนักศึกษา ช่วง 2516-2519. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- จอมพล สุภาพ. การประเมินการจัดทำผังรายการโทรทัศน์ภาคหลังเที่ยงคืน พ.ศ. 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จักรีรัตน์ พงศ์พัฒนาการ. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารและการพัฒนาของละคร วิทยุกระจายเสียงในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขา การบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- จันทร์จิรา วีระยุทธวิไล. ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกซื้อแผ่นคอมแพ็คดิสก์ (Compact Disc) ที่ละเมิดลิขสิทธิ์ด้านเพลงและภาพยนตร์ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

จิตติณี ธรรมพัคตรกุล. กระบวนการซื้อเทปเพลงละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จิตติมา สุขผลิน. แนวทางการกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิตรลดา ดิษยนันท์. กลยุทธ์ในการผลิตรายการละครโทรทัศน์ของบริษัท กันตนา วิดีโอ โปรดักชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

จิรวดี วิไลลอย. ประติมากรรมในการเล่าเรื่องและสุนทรียรสในภาพยนตร์ชุดดิเอ็กซ์ไฟล์ส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาวาริชวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

จินตนา รุ่งเจริญ. ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อผู้แสดงบทดีและผู้แสดงบทร้ายในละครโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาสังคมวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิตยากร เสสะเวช, ม.ร.ว. พฤติกรรมหลักเลียงการชมรายการโทรทัศน์ของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิราพร กนะกาศย์. การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

จิราภรณ์ ชาแก้ว. ภาพชีวิตครอบครัวที่ปรากฏในภาพยนตร์วิดีโอ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

จิรวรรณ กาญจนานันท์. เนื้อหาเพลงไทยยอดนิยม การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงสากลของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

จิรวุฒย์ ทศนบรรจง. การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะของภาพยนตร์ไทยยอดนิยมประเภทวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

จุฑามาศ ศุภสุนทรากุล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดภาพยนตร์อเมริกันของบริษัทผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

จุฑามาศ สุกิจจานนท์. จริยธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จุฑามาศ ศรีโมรา. การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์การ์ตูนของไทยทางโทรทัศน์ ในด้านการขัดเกลาทักษะสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เจษฎา รัตนเขมากร. ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ฉกาจ ราชบุรี. ประวัติศาสตร์ธุรกิจเพลงลูกทุ่งไทย พ.ศ. 2507-2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

ฉลองรัช จงรักษ์. กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของ บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (2539-2541). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

- ฉลองรัตน์ ทิพย์พิमान. วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ฉัตรกุล ทองเกต. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาวัฒนธรรมวัยรุ่นที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยปี พ.ศ. 2535.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ฉัตรชัย จันทศรี. การถ่ายทอดวัฒนธรรมอเมริกันของภาพยนตร์ฮอลลีวูด. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ชนะบุญ พึ่งคุณพระ. กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเพลงไทย
อิสระ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชนัญญา ไยลออ. การสื่อสารอารมณ์ขันของนักแสดงตลก "รายการโทรทัศน์ก่อนบ่ายคลาย
เครียด". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544
- ชนิดา วิบูลย์กิจจวรกุล. การศึกษาเอกลักษณ์ของตราสินค้าของผู้ผลิตละครโทรทัศน์หลังข่าว.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชไมพร สุขสัมพันธ์. การวิเคราะห์สัญลักษณ์ รหัส และกระบวนการสร้างรหัสในการ์ตูนญี่ปุ่น.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชวีรัตน์ ประจักษ์ธรรม. ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของนิสิตนักศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการโฆษณา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- ชัยพร ตังฟูลสินธนา. การสร้างมาตรฐานสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ชาติณรงค์ วิสุตกุล. ทัศนคติของวัยรุ่นชายต่อการดูโป๊โป้นที่มีเนื้อหารุนแรงในสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่อ
 อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิต
 วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ชาติวุฒิ บุญยรักษ์. การส่งเสริมการขายและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้ออ่านนิตยสาร
 ภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2543.
- ชิตชัย ศุภระจันทร์. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศ ระหว่างเดือน
 มิถุนายน ถึงกรกฎาคม พุทธศักราช 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
 ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ชื่นฤดี วัชรเดชะ. การวิเคราะห์บทบาททางสังคมของตัวละครคนใช้ในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชุตินา เพ็งสุทธิ. การวิเคราะห์เนื้อหาเพลงไทยสากลที่เกี่ยวข้องกับสถาบันครอบครัว. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย, 2545.
- โชคชัย สีสลาภัทรพันธุ์. โครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมสถานีวิทยุโทรทัศน์ และพฤติกรรม
 ผู้ประกอบการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, เศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- รૂปนัฟศ์ วิจิตรรัฐกานต์. ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์อเมริกันแนวชีวิตในฐานะสื่อเพื่อส่งเสริม
 การเรียนรู้ในการพัฒนาตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
 ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ฐิติชยา นุตพงษ์. กระบวนการตรวจพิจารณาเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ยูบีซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ฐิติมาน มุทริกเวช. การศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ณจิต ดีปานวงศ์. อิทธิพลของอวัจนภาษาของนักร้อง แกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ต่อเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ณัฐพงษ์ กระจ่าง. การเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศแบบรักร่วมเพศชายของเยาวชนที่ปรากฏในรายการละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

ณัฐพร พานิช. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง: กรณีศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์. สื่อสารการแสดงแบบไม่เหมือนจริงในละครโทรทัศน์ไทยแนวเรียลลิสต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาวาทวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ณัฐภรณ์ สติรกุล. กระบวนการสร้างนักร้องยอดนิยม ของ บริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ดวงกมล เทวพิทักษ์. ลักษณะเนื้อหาข่าวสารและจินตนาการบันเทิง ในข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ดวงรัตน์ กมโลบล. การศึกษาลักษณะของการสร้างอารมณ์โดยสังคมในการ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ ชุด "โดเรมอน." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ดารากาญจน์ ทองลิ้ม. การใช้และคุณลักษณะของผู้ใช้คาราโอเกะในห้องรวม ห้องส่วนตัว และคาราโอเกะบ็อกซ์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- เดชพัฒน์ อรรถสาร. กระบวนการตั้งชื่อภาษาไทยในภาพยนตร์สหรัฐอเมริกา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ตติยา เลานเตีรานนท์. เครือข่ายการสื่อสารกลุ่มและบทบาทในการอนุรักษ์เพลงสุนทราภรณ์ของกลุ่มอนุรักษ์เพลงและลีลาสุนทราภรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ตรีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ตุลย์ บุญชัย. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของบริษัทจำหน่ายเพลงสากล การเปิดรับ และความพึงพอใจเพลงสากลของนักศึกษาศาสนาอันอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เดือนจิตต์ มุ่งสังเกต. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปเพลงของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2543.

- ทรงพล วงษ์คนดี. พัฒนาการของกระแสนิยมภาพยนตร์เรื่องบางระจันและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดกระแสนิยมในสังคม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ทรงศิริ โควินท์. นโยบายและการวางแผนธุรกิจบันเทิงในรูปสื่อครบวงจร: ศึกษากรณี บริษัท แกรมมี่เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด และบริษัทในเครือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- ทวีรัก กลิ่นสุคนธ์. การศึกษากระบวนการผลิตและการบริโภคภาพยนตร์เขียนลอกแบบในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ทศพร โขมพัตร. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ชั้นสองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ทักษิณา ณ ตะกั่วทุ่ง. กลวิธีการบรรยายกีฬามวยไทยทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ทัศนัย กุลบุญลอย. การสร้างเทพนิยายสมัยใหม่ในภาพยนตร์ชุดสตาร์วอร์ส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ทัศนีย์ มีวรรณ. การสร้างและการบริโภคสัญลักษณ์ในปรากฏการณ์ชีวิต และการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ทิมมพร เอี่ยมเรไร. การชมฟุตบอล: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ทิพย์ธิดา ภาชนะนันท์. อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- แทนใจ โพธิ์แท่น. จุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาของตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ธนิดา จันทวงษ์. การวิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนหุ่นยนต์ทางโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนากการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ธนิศ ณะกุลมาส. การวิเคราะห์ภาพยนตร์ของจางอิ๋หมวในเชิงบริบททางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และแนวคิดแบบอุดมคติเพื่อการยกระดับคุณภาพชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ธิดารัตน์ รักประยูร. การเผยแพร่วัฒนธรรมวัยรุ่นญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ธิดิรัตน์ อรัณยวงศกร. พฤติกรรมการถอนตัวและการไว้วางของกลุ่มแม่บ้านผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- ธีรยา สมปราชญ์. กลยุทธ์การสร้างสรรค์และการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยของกลุ่มฟิล์ม
บางกอก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- ธีระวัฒน์ ประกอบบุญ. เพลงเพื่อชีวิตกับภาพสะท้อนทางสังคมไทย: วิเคราะห์เนื้อหาเพลงเพื่อ
ชีวิตในช่วงปี พ.ศ. 2535-2540. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขา
 สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
 2546.
- ธีรรัตน์ บุญทองแสน. การศึกษาการตั้งชื่อภาษาไทยของภาพยนตร์อเมริกัน. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- ธีรรัตน์ พันทวี. การสร้างมาตรฐานสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี
 บัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นงลักษณ์ ยิ้มศรวล. ระบบสัญลักษณ์ทางเพศในละครโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อการมีพฤติกรรมเสี่ยง
ต่อการติดเชื้อเอชไอวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
 บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นภาพิตร จันทร์ไทย. ประสบการณ์และการศึกษากับการสร้างสรรค์ผลงาน ของผู้กำกับการแสดง
ละครโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
 บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นราพร สังข์ชัย. ความพึงพอใจของเด็กที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 โทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 2539.
- นฤบดี วรรณาคม. ผลทางสังคมของภาพยนตร์จีนชุด "เป่าปุ้นจิ้น" ต่อผู้ชมในกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- นฤมล เตชะนานาเลิศ. สถานภาพของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กและพฤติกรรมการซื้อของผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นัจนันท์ พุกษ์ไพบูลย์. การวิเคราะห์ความสามารถในการประพันธ์เพลงเพื่อใช้ในงานสื่อมวลชนของสง่า อารัมภีร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นันทา วีรวิทยานุกูล. การวิเคราะห์ภาพผู้หญิงที่ปรากฏในเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งระหว่างปี พ.ศ. 2525-2540. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นันทน์นัทธ วัฒนางตุรพร. วิเคราะห์กระบวนการผลิต รูปแบบ และเนื้อหารายการ "เก็บตก" สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย. ร้าน "Saxophone Pub & Restaurant": รสชาติทางดนตรีกับตัวตนและพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- นันทสิทธิ์ กิตติวรากุล. การวิเคราะห์ลักษณะการสร้างสรรคของศิลปินเพลงแนวดนตรีโปรเกรสซีฟร็อก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- นันทิพา วาริระนิช. ความสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงระหว่างผู้ชมกับตัวแสดงในละครโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- นัยนา แยมสาขา. นโยบายการส่งเสริมภาพยนตร์ของรัฐบาลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

- นารากร ตียายน. การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2536.
- น้ามนต์ พรหมเปี่ยม. เศรษฐศาสตร์การเมืองของวิทยุกระจายระบบเอฟ.เอ็ม. ในกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ. การสร้างความหมายในการจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากละครโทรทัศน์
ไทย เรื่อง "สี่แผ่นดิน". วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- นิพนธ์ คุณารักษ์. การศึกษาสถานการณ์ ภาพยนตร์อุปสรรค และความเป็นไปได้ของการผลิตรายการ
ภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.
- นิภาพร เนียมแสง. พัฒนาการ "ภาษาโปสเตอร์" ในโปสเตอร์ภาพยนตร์ไทย: วิเคราะห์รูปแบบการ
นำเสนอและเนื้อหาระหว่างปี พ.ศ. 2500-2534. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- นิโบล โควพิทักษ์เทศ. การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมตามทฤษฎีของสุนทรียศาสตร์ยุคหลัง
สมัยใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- นุจรี ดวงแก้ว. ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการเพลง "95.5 FMX" ของ
นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
, 2542.

- นุชรี ตันติวิจิตร. การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิง ในกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- เนาวรัตน์ วิริยะเวสร์มกุล. การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส
จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- บงกช อักษรดี. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของรายการ "เรารักศิลปะวัฒนธรรมไทย" ทางสื่อ
โทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- บังอร สุวรรณมงคล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของสถานีวิทยุเวอรจิ้น เรดิโอกับการรับรู้และ
ทัศนคติของกลุ่มผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- บุญชู เผ่าสวัสดิ์ดีรยง. รูปแบบในการดำเนินชีวิตและการเปิดรับสื่อโฆษณาภาพยนตร์ กับการ
ตัดสินใจซื้อวัสดุภัณฑ์ภาพและเสียงของภาพยนตร์ของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะ
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- เบญจมาศ เบ็ญจพรกุลพงศ์. การรับรู้ของเด็กที่มีต่อพฤติกรรมของตัวการ์ตูนชินจัง ในการ์ตูนทาง
โทรทัศน์ชุดชินจังจอมแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ปรววรรณ โลหะวัฒน์วงศ์. การรับรู้ ทัศนคติ และความพึงพอใจที่มีต่อละครโทรทัศน์ชุด "เจ้ากรรม
นายเวร" ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิ
ชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ประทุม บุญน้อย. ผลงานเพลงของ พร ภิรมย์ ที่เกี่ยวกับพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538.

- ประณต มีสอน. ชีวิตและผลงานของ นารถ ถาวรบุตร: ศึกษาเฉพาะเพลงมาร์ช. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
, 2538.
- ประไพพรรณ พึ่งฉิม. กลวิธีการถมในปริจเจทการสัมภาษณทางโทรทัศนสองประเภท.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,
- ประไพรัตน์ วีระพงศ์เศรษฐ์. พฤติกรรมก้าวร้าวในรายการประเภทละครและภาพยนตร์ทาง
โทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการ
สื่อสารและการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- ประยูทธ วรรณอุดม. บทบาทและการดำเนินกลยุทธ์ของสื่อมวลชนในการส่งเสริม หมอลำ.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ประวีณมัย ป้ายคล้อย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชมภาพยนตร์นอกกระแส. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2545.
- ประเสริฐ ช่วยแก้ว. พัฒนาการภาพลักษณ์ของนักร้อง ลูกทุ่งไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวาทวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ปริญญา จิตติรัตนกร. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์อเมริกัน (ฮอลลีวูด) ของนิสิต
นักศึกษาระดับอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย์, 2539.
- ปรียานุช ห่องสำเร็จ. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวีใน
ประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2538.

ปอแก้ว ทิพยมณฑล. รายการเจาะใจกับการสะท้อนภาพประสบการณ์ชีวิตและสังคม.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ปัญญา รักแตงาม. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2538.

บัณฑิตา ทองสีมา. การใช้โทรทัศน์ของเด็กภายในครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ปานันท์ หงษ์น้อย. กลยุทธ์การสร้างตลาดของสถานีรูปแบบรายการเพลง "แบงคอกเรดิโอ".
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ปาริฉัตร เสวตเสรณี. กระบวนการและปัจจัยในการคัดเลือกนักแสดงในละครโทรทัศน์ไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ปาริชาติ แก้วมงคล. ประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

ปาริชาติ วินิจ. รูปแบบและการใช้ภาษาในวรรณกรรมเพลงยอดนิยม. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.

- ปาริชาติ อธิ. การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- ปิยะพิมพ์ สมิตติลก. การเชื่อมโยงเนื้อหา "นวนิยาย" ในสื่อสิ่งพิมพ์และในสื่อละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ผุ่รัตน โกศัย. พฤติกรรมกรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคนลาวใน เวียงจันทน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พงษ์เดช ศรีเล็กดี. การรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศใน ละครโทรทัศน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- พจี บำรุงสุข. คำรณ สัมบุญณานนท์: ชีวิตและผลงานการขับร้องเพลงชีวิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2543.
- พนมศักดิ์ ปากหวาน. บทบาทความเป็นผู้นำทางความคิดเห็นของดารานักร้อง กับเจตคติในเรื่อง ปัญหาเสพติดที่มีต่อนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในโครงการโรงเรียนสีขาว เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- พนิดา สมภพกุลเวช. บทบาทของภาพยนตร์ตัวอย่างในการนำเสนอเพื่อนำใจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- พนิดา หันสวาสดี. ผู้หญิงในภาพยนตร์: กระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ผู้หญิงในสังคมไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชามานุษยวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศิลปากร, 2544.
- พรทิพย์ ท่วมเจริญรัมย์. บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- พรพรรณ เอกเพชร. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจเพลงไทยสากล. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- พรพัฒนา สิงคเสลิต. การศึกษาปัญหานโยบายการกำกับดูแลโทรทัศน์บอกรับเป็นสมาชิก (Cable
TV) ในระดับปฏิบัติการ พ.ศ. 2529-2538. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขา
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2539.
- พรพิมล ตันพานิชกุล. การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการส่งเสริมตลาดผลงานเพลงของบริษัท จีเอ็มเอ็ม
แกรมมี่ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พรรณราย ไอสถาภิรัตน์. นางนาก: การต่อรองทางความหมายในภาพยนตร์ยอดนิยม.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและ
มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- พรรณศรี พัฒนเกียรติ. อุตสาหกรรมสื่อวิทยุโทรทัศน์ สภาวะการแข่งขันและมาตรการควบคุม.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พระมหาชัยนาท อรรถนุตร. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการ
ชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัย

เกริก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, 2544.

พวงชมพู บำรุงสุข. กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

พัชรดา วัฒนา. ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน : วิถีในการสร้างควมมีชื่อเสียง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน. ตรวจวิทยุการบริโภคกับการสร้างสรรค์มิวสิควิดีโอเพลงไทยสากล:
กรณีศึกษา มิวสิควิดีโอของบริษัท แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2536.

พัลลภา วิชิตะกุล. ผลกระทบทางวัฒนธรรมของละครใต้หวันทางโทรทัศน์ เรื่อง "รักใสใสหัวใจ 4
ดวง" ที่มีต่อวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์
พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

พาขวัญ ชินพัฒน์วานิช. ผลงานและแนวการกำกับภาพยนตร์ของวิจิตร คุณาวุฒิ. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545.

พิชญ์สินี บำรุงนคร. ลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2543.

พินทุ์สุดา ยุทธบรรดล. กระบวนการผลิตและการนำเสนอข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

- พิรฤดา พจนพิสุทธ์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พิ่งพิศ เทพปฏิมา. การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พุลลสิริ จันทรเสวี. การศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ของบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ.2538. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เพ็ญจันทร์ จึงสมบุญนานนท์. การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ของประชาชนไทยและพม่าบริเวณแนวชายแดนจังหวัดเชียงรายและท่าขี้เหล็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- เพ็ญสิริ เสวตวิหारी. อิทธิพลของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏในภาพยนตร์ไทยของผู้กำกับรุ่นใหม่ระหว่างปี พ.ศ.2538-2540. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- เพิ่มเกียรติ เรื่องสกุล. กระบวนการผลิตนักร้องอุตสาหกรรมเพลงไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ไพโรจน์ เทวินนุรานวงศ์. กระบวนการในการประกอบอาชีพนักจัดรายการวิทยุของรายการวิทยุยอดนิยมในเครือ บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- ภัทรหทัย มังคะदानะธา. การนำเสนอลักษณะของวีรบุรุษในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทย (พ.ศ.2536-2540). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ภัทรียา กัลยานาม. ตำนานและศานาใน วอต ดรีมส์ เมย์ คัม: การศึกษาเปรียบเทียบนวนิยายกับ ภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวรรณคดีเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ภากร ไคร์ครวณ. การเปิดรับสื่อ และวิธีการเลือกซื้อสื่อประเภทงานเพลงสำหรับเด็กของกลุ่มพ่อแม่ ผู้ปกครองของเด็กวัย 3-6 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ภากรตรี จิตตางกูร. การรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าของสถานีวิทยในเครือบริษัท คลิก เติโอ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ภิรมย์พร ไชยทิพย์. การวิเคราะห์กระบวนการตรวจสอบภาพยนตร์วิดีโอ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ภูษงค์ น้อยสง่า. การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ ของคนงานไร่อ้อยที่หมู่บ้านหนองประเสวี อำเภอนองแสง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มงคล ปิยะทัสสร. โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2537-2541). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- มนชนก ทองทิพย์. ภาพลักษณ์ของครูไทยผ่านสื่อภาพยนตร์ที่คัดสรร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.
- มนสิรา ธาดาอำนวยชัย. กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันใน
ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- มนทกานติ ชีรนันท์วัฒน์. หน้าที่และอัตลักษณ์ของเพลงละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2544.
- มนสิรา โจรณวิสุทธิ. การวิเคราะห์กระบวนการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อรณรงค์วัฒนธรรมไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มนฤดี ธาดาอำนวยชัย. พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย
ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มนฤดี ธาดาอำนวยชัย. ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- มลินี นิลมาลี. การเปรียบเทียบลักษณะไทยและลักษณะตะวันตกจากสื่อนวนิยายและสื่อ
ภาพยนตร์เรื่อง "กาเหว่าที่บางเพลง" และ "Village of the Damned." วิทยานิพนธ์
ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2540.

- มณฑลลี ศิลาวินิเทศ. การถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมืองของระบอบราชาธิปไตย ในละครโทรทัศน์จักรๆ วงศ์ๆ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- มาโนช ชุ่มเมืองปัก. การเล่าเรื่องของภาพยนตร์ตลกไทยยุคต้นนิยมชุด "บุญชู" กับการสร้างสรรค์ของผู้กำกับภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- มิ่งขวัญ เจียประเสริฐ. พัฒนาการการพากย์ภาพยนตร์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- มิตรารมณ์ อยู่สถาพร. การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2527 – 2539. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เมธา เสรีธนาวงศ์. การวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา และกลวิธีการนำเสนอ มุขตลกของรายการตลกทางโทรทัศน์และวีดีโอเทป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เมธาจิตร ไตรยภาพ. กลยุทธ์การจัดการนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เมธี มีมุข. พัฒนาการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2525-2534. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ยกจริง ปลอดเปลื้อง. คิวเพลง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ยงศักดิ์ วีระเมธีวงศ์. มิติที่หยุดนิ่งและมิติที่เคลื่อนไหวในพัฒนาการภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2539.

ยศวิน ปราชญ์นคร. ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับรายการช่องพิเศษ ของ
สมาชิกยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ยุครัตน์ เจตนาธรรมจักร. กลยุทธ์ของการสร้างภาพลักษณ์นักร้องไทยสังกัดบริษัทคีตาเรคคอร์ด
สจำกัด ในช่วง พ.ศ. 2531-2534. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

รวมพร ศรีสุมานันท์. การวิเคราะห์การเล่าเรื่องทางโทรทัศน์ในรายการสัมภาษณ์. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

รักใจ จินตวิโรจน์. การนำเสนอภาพขายรักร่วมเพศในภาพยนตร์ไทยและอเมริกัน. วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

รัชดา แดงจำรุณ. ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ปี 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต,
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

รัฐติพงษ์ ชูภาค. พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

รุ่งฤดี ห่อนาค. รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลง กับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากล
ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิตเทศ
ศาสตรพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- รุจิเรข ศชรรัตน์. ภาพและกระบวนการสร้างภาพขายรักร่วมเพศในละครโทรทัศน์ไทย กับการรับรู้ภาพแบบฉบับของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ฤทัย กำแพง. ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทมี้ มีเดีย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ลักขณา คมคาย. การให้อาหารเพื่อสื่อความหมายในภาพยนตร์คดีเฉพาะเรื่อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ลำเนา เขียมสอาด. การวิเคราะห์เพลงไทยสมัยนิยมแนวรีดค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วรรณช ตั้งควิวิช. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารต่อการสื่อสารทางด้านการตลาด ของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์เครืออีจีวี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2541.
- วรรณภา สุชาติสุธารธรรม. บทบาทและผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยและการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล. การตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2539.

- รวุฒิ พงษ์ธีระพล. อิทธิพลของละครโทรทัศน์ที่มีต่อพัฒนาการทางจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยาประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- วรางคณา จันลา. การถ่ายโยงเนื้อหาทางเพศจากวรรณกรรมสู่ภาพยนตร์เรื่อง "จันดารา". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วราพร แก้วใส. ลักษณะการแสดงของตัวตลกหมอลำหมู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาไทยคดีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2544.
- วราภรณ์ ศรีกาญจนเพริศ. การถ่ายทอดความหมายความฉลาดทางอารมณ์ในละครโทรทัศน์หลังข่าว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- วราลี จิรัชัยศรี. แนวทางการส่งเสริมและปรับปรุงสถานสื่อศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วริยา นาคจรัญกูร. การวิเคราะห์ภาพถ่ายบุคคลเชิงตรรกะการบริโภคของไบโตรีอาร์ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วรุฒ ศรีสมัย. ภาพลักษณ์ตราสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วลัยลักษณ์ คงนิล. การรับรู้ การแปลความหมาย การจดจำ และอารมณ์จากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของคนหนุ่มสาว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- วสันต์ ปัญญาแก้ว. ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยผู้ชมโทรทัศน์: ชีวิตข้างถนนยามค่ำคืนบนถนนสายหนึ่งในเมืองเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- วัชรีย์ คำศรี. พฤติกรรมกรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพประมง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วัฒนา คงวิทยาถาวร. บทบาทของนิตยสารภาพยนตร์ที่มีต่อพฤติกรรมกรชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- วัฒนา อนุวัฒน์นันทเขตต์. การวิเคราะห์เนื้อหารายการ "สะเด็ดข่าว" สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วัฒน์ พานิชกุล. ค่าเช่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมเพลง: กรณีศึกษาส่วนแบ่งระหว่างค่ายเพลงกับนักร้อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- วิชา สันทนาประสิทธิ์. การนำเสนอภาพความเป็นชายในภาพยนตร์ไทยระหว่างปีพ.ศ.2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วิชุดา ปานกลาง. การวิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่อง "ผี" ในภาพยนตร์ไทยเรื่อง "แม่นาคพระโขนง" พ.ศ.2521-2532. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วิทยา พานิชล้อเจริญ. การสร้างความเป็นจริงทางสังคมเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงความรัก
ยุคหลังสมัยใหม่ในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต,
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

วิฑเณทร์ แสงห้าว. กฎหมายสำหรับธุรกิจโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิ์ดำ. อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่ออัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย : ศึกษา
เฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยา
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

วิภาวี วิโรจน์พันธุ์. การสร้างควมหมายวัฒนธรรมวัยรุ่นในรายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

วิลาวัลย์ เอื้อบุรณานนท์. กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานโทรทัศน์และผู้ผลิต
รายการในปี 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

วิวัฒน์ ลิ้มสมบุญชัย. ใบปลิวโฆษณาภาพยนตร์ต่างประเทศ พ.ศ. 2541: การศึกษา วิเคราะห์
รูปแบบ กลวิธีการนำเสนอและภาษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชา
ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2545.

วิวัฒน์ เส็งกลิ่น. พฤติกรรมกรฟังเพลงลูกทุ่งและการซื้อเทปเพลงลูกทุ่งในยุคที่เพลงลูกทุ่ง
ออกอากาศทางคลื่น เอฟ.เอ็ม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์
ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

วีรพงษ์ พวงเล็ก. การสำรวจทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการโฆษณา
สินค้าแฝงในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2547.

- วีระ แก่นเพชร. การแสดงตลกในงานสื่อวีดิทัศน์ ระหว่างปี พ.ศ. 2536-2537. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2539.
- วีระ พัทธวิวัฒน์. บทบาทด้านสังคมประติของนักร้องรายการเพลงไทยสากล. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.
- วีระ สุภา. การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ.2536. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2537.
- วุฒิธร มลิทินจินดา. กระบวนการและปัจจัยในการจัดรายชื่อเพลงสำหรับสถานีเพลงทางวิทยุ.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศกุนตลา ลักคนศิยานนท์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอพีซีเคเบิลทีวี
ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ศมกมล ลิ้มปัทย์. บทบาทของระบบธุรกิจเพลงไทยสากลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลง.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ศรอนงค์ สุขยิ่ง. การนำเสนอภาพพระสงฆ์ในภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547
- ศรัณญา อิมมุดม. การบริหารรายการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก: บริษัท อินเทอร์เน็ตชั่นแนล
บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอพีซี). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิ
ชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศรัณย์ รักสัตย์มัน. วัยรุ่นกับกระบวนการสร้างความเป็นจริงเรื่องความรักผ่านเพลงไทยสมัยนิยม.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ศรีศรีรินทร์ อากาศ. การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ "ถอดรหัส" ของ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ศศิณา ภู่อี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ศศิธร อภิสัทธีวันดร. การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทรายการ

ปกิณกะบันเทิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ศศิลักษณ์ แจ่มสุข. การนำเสนอภาพตัวละครเอกในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา

โทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศศิวิภา ศรัณยพงศ์. รูปแบบการให้บริการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก UBC กับความต้องการของ

ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ศศิวิมล สันติราษฎร์ภักดี. การศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบการถ่ายทอดวัฒนธรรมไทย ผ่านสื่อ

นิยายและสื่อละครโทรทัศน์เรื่อง "สี่แผ่นดิน." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ศิริจันทร์ทิพย์ พิมพ์เสน. ปัจจัยเชิงพาณิชย์ที่มีผลกระทบต่อการใช้บทละครโทรทัศน์ไทย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ศิรินุช วิเชษณลินวงษ์. การสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์และการนำเสนอในรายการทำอาหารทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ศิริพร กิตติรัชชवाल. ความเปลี่ยนแปลงของรายการโทรทัศน์ช่วงก่อน และหลังการขยายเวลาการออกอากาศสี่ 24 ชั่วโมง (มีนาคม 2534 ถึง กุมภาพันธ์ 2535). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ศิริพร ไผศิริ. การสร้างสรรค้ในการผลิตซ้ำภาพยนตร์ไทยจากตำนาน "แม่นากพระโขนง". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศิริมา ล้มวิริยะเลิศ. พัฒนาการการจัดคอนเสิร์ตศิลปะต่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ศิลปะ สุวรรณศักดิ์. ศิลปะภาพยนตร์ในซีเน-โรมอง ของอแลง รอบบี้-กริเยต์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวรรณคดีเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศิวะพร หงษ์จินดาเกศ. วิถีชีวิตประจำวัน ที่แสดงออกทางวาทกรรมในละครวิทยุคณะ "เกศทิพย์" พ.ศ. 2536. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ศุภยง พันธุ์โกมล. การเชื่อมโยงเนื้อหาของเพลงไทยลูกทุ่งยอดนิยมในช่วง พ.ศ. 2498-พ.ศ. 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

- ศุภางค์ นันตา. การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากสปป.ลาว ของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- เศรษฐบุตร มฤตจินดา. การปฏิรูปสื่อโทรทัศน์ไทยและกรอบทางกฎหมาย: ศึกษาโครงสร้างและ
แนวโน้มของตลาด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะ
นิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ไศลทิพย์ จารุภูมิ. การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2535.
- สงสุข ภาแก้ว. วิเคราะห์แนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม ในวรรณกรรมเพลงของ ชินกร ไกรลาศ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2546.
- สง่า กำจัด. วรรณกรรมคำโปรยในปี่ดหนังไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาไทย
ศึกษาเพื่อการพัฒนา สำนักงานบัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏเลย, 2546.
- สปัน ต้นไสภณ. วิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการสร้างอารมณ์ขันในวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งแนวชา
ขัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์,
2538.
- สมเกียรติ ยิ่งขึ้นสวัสดิ์. การตลาดมวยไทยทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- สมคิด ศรีทธาสมบุญ. อิทธิพลของมิวสิกวิดีโอในฐานะโฆษณาแฝงที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรม
ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

- สมจิตร เตชะบัญญัติ. การวิเคราะห์วาทกรรมของป้ายโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สมมาตร คงชื่นสิน. การเปิดรับและความต้องการรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุ ใน
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สมสุข หินวิมาน. วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกับการสร้างความชอบธรรมของรัฐ: วิเคราะห์
รายการข่าวภาคค่ำถ่ายทอด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สโรบล วิบูลยเลข. นโยบายการบริหารรายการ และหลักการคัดเลือกละครเอเชียซีรีส์ของ
สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และปฏิริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2547.
- สลิตตา ทรัพย์ภิญโญ. สุนทรียทัศน์ของสื่อสารการแสดงฉากกามารมณในภาพยนตร์ไทย.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวาทวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545 .
- สหะชัย วิวัฒน์ปฐมพี. ชีวประวัติและผลงานเพลงของสุรพล สมบัติเจริญ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- สาริดา เตชะภัทรพร. บทบาทของการแต่งหน้าในฐานะเป็นส่วนขยายความรู้สึกทางด้านจิตใจ ใน
สื่อวิทยุโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สาลิน ตั้งชูรัตน์. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ที่มีผลต่อความสนใจ
ประวัติศาสตร์ไทยของเยาวชนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง

สุริโยไท. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ลำอานงค์ ผลไม้. การสื่อสารการตลาด และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมกรซื้อเทปเพลงสากล ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สินีท์ สิทธิรักษ์. กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2493-2500). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

สินีญา ไกรวิมล. ลักษณะของบทละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่วงหลังข่าวจากปี พ.ศ. 2535 ถึง พ.ศ. 2544. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สิริภา เกตุเยี่ยม. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรเลือกชมภาพยนตร์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สุกัญญา โภมูทมาศ. ศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมเพลงของ เรวดี พุทธินันท์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาไทยศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.

สุชาดา สัจจสันถวไมตรี. ทัศนะของนักจิตวิทยาต่อเนื้อหาสื่อวิดีโอเกม และผลกระทบที่มีต่อเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สุนิสา จันทบูรณ์. การรับรู้ภาพของครอบครัวผ่านละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุดารัตน์ เศวตะโสภณ. ความนิยมของผู้รับสารที่มีต่อสื่อเทปเพลงไทยที่ดัดแปลงจากเพลงสากล.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2543.

สุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในประเทศไทย
ปีพุทธศักราช 2536. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สุทธิรักษ์ วินิจสร. เรื่องลึกลับในรายการวิทยุโทรทัศน์และโทรศัพท์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2545.

สุทธาทิพย์ แซ่ลิ้ม. ปัจจัยในการเลือกซื้อเทปเพลงหรือซีดีเพลงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

สุนที เลาะวิธิ. วาทกรรมเรื่องความอ่อนความผอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2546.

สุนทร สาทา. ปัญหาและอุปสรรคของการควบคุม และบังคับใช้พระราชบัญญัติภาพยนตร์ พ.ศ.
2473. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.

สุพรรณณี เมธสุทธิ. บทบาทของศาสตราจารย์สนั่น ปัทมะทิน ที่มีต่อพัฒนาการภาพถ่ายและภาพยนตร์ในเมืองไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุพัชรินทร์ โพธิ์ทองนาค. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สุภัทร แก้วพัตร. การตั้งชื่อเพลงลูกทุ่งระหว่างปี พ.ศ. 2540-2545. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สุภา จิตติวิสุรัตน์. การสร้างความหมายทางสังคมและการรับรู้ "ความเป็นจริง" ในภาพยนตร์อิงเรื่องจริง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สุรดา จรุงกิจอนันต์. การนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์ พ.ศ. 2543. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

สุพรรณณ ตั้งทวีวัฒนา. ผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง "เนรน้อยเจ้าปัญญา" ที่มีต่อผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สุวิมล วงศ์รัก. อัตลักษณ์ และการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ร่วมสร้างไทย-เอเชีย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

เสริญศ ธรรมรักษ์. กระบวนการและประสิทธิผลของการวางสินค้าในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- เสริมสุข วงศ์วิวัฒน์. ความคิดเห็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการครองจำทางวัฒนธรรมอเมริกันในภาพยนตร์ฮอลลีวูด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- เสียงฝน รัตนพรหม. การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศมาเลเซียของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- โสภัทร นาสวัสดิ์. การแสดงออกทางเพศของสตรีผ่านบทเพลงไทยสากลยุคนิยม ปี 2543. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อภิรดี ภูภิรมย์. วาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวาทวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- อภิรัตน์ รัตนานนท์. กระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคมของตัวละครนางร้ายในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- อภิวรรณ เนื่องผลมาก. การถ่ายทอดเนื้อหาการกีฬาผ่านสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- อมรรัตน์ รัตนภาสุร. การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยุคนิยมระหว่างปี พ.ศ.2531-2533. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- อรนลิน ไชยวสุ. พฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนชายระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ที่อ่านหนังสือการ์ตูนและเล่นเกมคอมพิวเตอร์ที่มีเนื้อหารุนแรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

- อรนุช สุดประเสริฐ. การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2538.
- อรพินท์ ศักดิ์เยี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของเด็กที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์
สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อรรถพร กงวิไล. การศึกษาเชิงทดลองอิทธิพลเกี่ยวกับทิศทางของข่าวสาร ในบทวิจารณ์เทปเพลง
กับความสนใจชื่อเทปเพลงของเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขา
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- อรสา ลีลาทวิวุฒิ. ปัญหากฎหมายลิขสิทธิ์ในอุตสาหกรรมดนตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อรุณี ประดิษฐ์ธีระ. การดำเนินธุรกิจการผลิตละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปี
พ.ศ. 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิต
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- อัจฉรา ยุตตานนท์. การรับรู้และความเข้าใจในมุขตลกของไนต์ อุดม แต่พานิช กับการใช้
ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเดี่ยวไมโครโฟน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.
- อัปสร มีศิลป์. การถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็กในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อาทิตย์ โกวิทวรางกูร. โครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมละครโทรทัศน์หลังข่าว. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต, เศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2547.

อาทิตา ชิวปรีชา. การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ ทางโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อำนวยการ สรรพदानนท์. การสร้างชื่อเสียงของนักร้องรายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2545.

อุดมพร ชื่นไพบูลย์. ความพึงพอใจในอาชีพของผู้เขียนบทละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สังคมสงเคราะห์ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2539.

อุทุมพร เลื่องลือเจริญกิจ. แบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อุไรรัตน์ วิตตานนท์. กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพของนักร้องยอดนิยมในสังกัดบริษัท อาร์.เอส. โปรโมชัน 1992 จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

เอกฉัตร ประวงษ์. การศึกษาวิเคราะห์หลักจริยธรรมในวรรณกรรมเพลงสุนทราภรณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจริยศาสตร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2545.

เอกสารอื่นๆ

กนกศักดิ์ แก้วเทพ และ ปัทมวรรณ เนตรพุกคณะ. การโฆษณาที่อยู่อาศัย: บทวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง. ใน พิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ), วิกฤติสื่อมวลชน, หน้า 239-283. กรุงเทพฯ: โครงการวิถีสรรค์, 2541.

กนกศักดิ์ แก้วเทพ. เศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

กฤษฎดา เกิดดี. ภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตก. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 2 (มิถุนายน 2537): 57-70.

กฤษฎดา เกิดดี. ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ. กรุงเทพฯ: ห้องภาพสุวรรณ, 2541ก.

กฤษฎดา เกิดดี. ภาพยนตร์: ความสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และบริบท ศึกษากรณี फिल्म นัวร์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 3, 1 (มกราคม 2541ข): 99-125.

กฤษฎดา เกิดดี. ฟรอนซ์ 98: วิจัยใช้เวลาดัดกับบทวิจารณ์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 4,1 (มีนาคม 2543): 125-131.

กฤษฎดา เกิดดี. การเซ็นเซอร์ภาพยนตร์แบบ Informal. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5, 3 (มีนาคม-มิถุนายน 2544): 19-25.

กาญจนา แก้วเทพ. พัฒนาการความคิดมาร์กซิสต์ในศตวรรษที่ 20: สำนักแฟรงค์เฟิร์ต. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง 4, 1 (กันยายน 2527): 68-95.

กาญจนา แก้วเทพ. มิติด้าน อุดมการณ์ ในละครโทรทัศน์ไทย. ศิลปวัฒนธรรม 13, 4 (กุมภาพันธ์ 2535): 218-228.

กาญจนา แก้วเทพ. มายาพิณิจ: การเมืองทางเพศของละครโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: เจนเดอร์เพรส, 2536.

กาญจนา แก้วเทพ. มายาพิณิจ: โลกนี้คือละครหรือโรงละครกลายเป็นโลกนี้. กรุงเทพฯ: เจนเดอร์เพรส, 2537.

กาญจนา แก้วเทพ. สี่สองวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิภูมิปัญญา, 2539.

กาญจนา แก้วเทพ. การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทักษะของ Habermas. ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, หน้า 155-225. กรุงเทพฯ: บริษัทเอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543ก.

กาญจนา แก้วเทพ. ความเรียงว่าด้วย "สัญญาวิทยา" กับ "สื่อสารมวลชน". ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, หน้า 1-91. กรุงเทพฯ: บริษัทเอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543ข.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัท เอดิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด, 2544.

กาญจนา แก้วเทพ. เฟ่งพินิจและครุ่นคิดตามความบันเทิงในสื่อ. ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, หน้า 6-82. กรุงเทพฯ: ออลอเบอร์ท พริน, 2545ก.

กาญจนา แก้วเทพ. เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ศาลาแดงจำกัด, 2545ข.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย. รัฐศาสตร์สาร 23, 3 (2545ค): 50-97.

กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: Higher Press, 2547ก.

กาญจนา แก้วเทพ. วัฒนธรรมศึกษาเพื่อการวิเคราะห์สื่อมวลชนในยุคสังคมสารสนเทศ. รัฐศาสตร์สาร 25, 1 (2547ข): 1-66.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: Higher Press, 2547ค.

กำจร หลุยยะพงศ์. คู่แค้น-คู่รัก-คู่รักคู่แค้น: ความสัมพันธ์ของไทยกับอุซาคเนย์. รัฐศาสตร์สาร 3 (2545ก): 161-190.

- กำจร หลุยยะพงศ์. จับเข้าคุยกันในรายการ "จับเข้าคุยกัน". ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, หน้า 248-347. กรุงเทพฯ: ออลอเน้าท์ พริน, 2545ข.
- กำจร หลุยยะพงศ์. 1-2-3 หลักกิโลการศึกษา "สื่อและวัฒนธรรมศึกษา" ของไทย. วารสารวิจัยสังคม 26, 2 (2546): 35-71.
- กำจร หลุยยะพงศ์. 14 ตุลา: เกาอดีตของการเมืองบนแผ่นฟิล์ม. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 129-163. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547ก.
- กำจร หลุยยะพงศ์. เขาและเธอบนแผ่นฟิล์มภาคเนย์. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 165 – 205. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547ข.
- กำจร หลุยยะพงศ์. ทัดนะต่อ "จันดารา" ในสายตาชาวภาคเนย์: การศึกษาเนื้อหาและผู้ชมตามแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 221–239. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547ค.
- กำจร หลุยยะพงศ์. เพศวิถีที่ซ่อนเร้นในแผ่นฟิล์ม. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 207-219. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547ง.
- กำจร หลุยยะพงศ์. สตรีเหล็ก ประตูลูกเหล็กที่ปิดตายหรือเปิดออก. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 241-270. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547จ.
- กำจร หลุยยะพงศ์. หนังสือภาคเนย์: บาดแผลกับการเยียวยา. ใน หนังสือภาคเนย์: การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา, หน้า 27-60. กรุงเทพฯ: โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547ฉ.

กุลธิดา สามะพุทธิ. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. สารคดี 13,153 (พฤศจิกายน 40) 36,38.

คณะกรรมการจัดงานสัปดาห์ดินรนเพื่ออิสรภาพสื่อมวลชนไทย. การเมืองบนแผ่นฟิล์ม, กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย, 2536.

ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน. เรื่องเล่ากับความเป็นหญิง. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 4, 1 (มีนาคม 2543):111-115.

จรัล ทองเกษม. "การควบคุมภาพยนตร์ด้วยระบบแบ่งอายุผู้ชม." เอกสารประกอบการเสวนา เรื่อง พระราชบัญญัติภาพยนตร์...คำถามที่ต้องการคำตอบ. ห้องประชุมชั้น 4 ตึกอเนกประสงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, จัดโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์, วันพุธที่ 21 เมษายน 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. ธุรกิจภาพยนตร์ไทย. กรุงเทพฯ : สมาคมผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์, 2541. (อัดสำเนา)

จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย. ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ไทยตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544. (อัดสำเนา)

เจฑุเค. กว่าจะเป็น-- อาร์เอส: ย้อนยุค 20 ปีเพลงไทยสากล. กรุงเทพฯ: อินฟอรมีเดีย บุ๊คส์, 2545.

ชนิดา ชิตบัณฑิตย์. การท่องเที่ยวไทย อุตสาหกรรมขาย "สังคมอุดมคติ" ในโลกทุนนิยม. วารสารธรรมศาสตร์ 26, 3 (กันยายน-ธันวาคม 2543): 70-103.

ชลิดา เขื่อนบำรุงจิต. 100 ปี ภาพยนตร์ในประเทศไทย. สารคดี 13, 150 (สิงหาคม 2540): 80-96.

ชาลิส่า มากแผ่นดินทอง. การวางผังรายการโทรทัศน์: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ในประเทศไทย. ปัตตานี: โครงการจัดตั้งคณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 2542. (อัดสำเนา)

ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และไศลทิพย์ จารุภูมิ. "สังคม สุนทรียภาพ และการสื่อสาร." เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ เรื่อง 40 ปี หยั่งรากฝากไว้ในเทศศาสตร์กับสังคมไทย. ห้องประชุมสารนิเทศ หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, จัดโดย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วันพุธที่ 6 กรกฎาคม 2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

ทัศนาศ สัตตะยะนันท์. เบื้องหลังความสำเร็จของการตูนญี่ปุ่นที่มีต่อเด็กและเยาวชนไทย. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543. (อัดสำเนา)

ทัศนีย์ บุญนาค. "วิกฤตและทางออกอุตสาหกรรมภาพยนตร์: วิถีและมุมมองจากประสบการณ์ ไทย-ฝรั่งเศส." เอกสารประกอบการเสวนาเรื่อง พระราชบัญญัติภาพยนตร์... คำถามที่ ต้องการคำตอบ. ห้องประชุมชั้น 4 ตึกอเนกประสงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, จัดโดยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์, วันพุธที่ 21 เมษายน 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

ธนวิทย์ สุทธิรัตนกุล และ จิระ ห้องสำเร็จ. ผลกระทบของการกระจุกตัวของคลื่นความถี่ต่อความหลากหลายทางเนื้อหา. วารสารนิเทศศาสตร์ 20, 1 (2545): 14-35.

เชียรชัย อิศรเดช (2544) "บางระจัน: สงครามสุนทรียศาสตร์ ในศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องของไทย" นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5, 3 (มีนาคม-มิถุนายน 2544): 67-79.

เชียรชัย อิศรเดช. ละครจักรๆ วงศ์ๆ: ต้นตำรับบันเทิงไทยได้ฐานคิด "บุญ-ฤทธิ์-ดี-งาม". ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ, หน้า 84-171. กรุงเทพฯ: ออล อเบอร์ท พรินท์, 2545.

นพพร ประชากุล. คำนำเสนอ: สัญศาสตร์โครงสร้างกับการวิจักษณ์ภาพยนตร์. ใน แล่นเรือ ถิ่นหนึ่งเล่มสอง, หน้า(11)-(37). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มิติน, 2542.

- นิธิ เอียวศรีวงศ์. โขน, คาราวาน, น้ำเน่า และหนังไทย: ว่าด้วยเพลง, ภาษา และนานามหรรสพ.
กรุงเทพฯ : มติชน, 2538.
- แนวทางและมาตรการในการแก้ไขปัญหาการ์ตูนที่มีพิษมีภัยต่อเยาวชน. กรุงเทพฯ : ส่วนส่งเสริม
วัฒนธรรมไทย สถาบันวัฒนธรรมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ,
2538.
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทยจำกัด. ธุรกิจเทปเพลงปี'44: ปรับตัวรับกระแส. กระแสทรนส์(หมวด
เศรษฐกิจ), 6, 953 (24 พฤศจิกายน 2543).
- ประชา สุวีรานนท์. แล้วเนื้อ เนื้อหนัง: รวมบทวิจารณ์ภาพยนตร์จากนิตยสาร "สารคดี". กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มติชน, 2540
- พจนานา แก้วลาย. สื่อโทรทัศน์กับเด็ก: มุมมองทางจิตวิทยา. นิตยสารสตรีปริทัศน์ 5, 3 (มีนาคม-
มิถุนายน 2544): 259-265.
- พัฒนา กิตติอาษา. คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม. กรุงเทพฯ: ศูนย์
มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2546.
- พิทยา ว่องกุล. บทนำ วิฤตีสื่อมวลชนในยุคทุนนิยมข่าวสาร. ใน พิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ),
วิฤตีสื่อมวลชน, กรุงเทพฯ: โครงการวิถึทรรศน์, 2541.
- พิรงรอง รามสูต อดิเรก และ ศศิธร ยุวโกศล. การกำกับดูแลเนื้อหาของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ใน
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2546. (อัดสำเนา)
- พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช. "ก้าวใหม่ของกฎหมายภาพยนตร์ ต้อนรับศตวรรษที่ 21?" เอกสาร
ประกอบการเสวนาเรื่อง พระราชบัญญัติภาพยนตร์...คำถามที่ต้องการคำตอบ. ห้อง
ประชุมชั้น 4 ตึกอเนกประสงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, จัดโดยคณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์, วันพุธที่ 21
เมษายน 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

พยุงค์ศักดิ์ จันทรสุนทร. "การเลิกเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ไทย." เอกสารประกอบการเสวนาเรื่อง พระราชบัญญัติภาพยนตร์...คำถามที่ต้องการคำตอบ. ห้องประชุมชั้น 4 ตึก
อเนกประสงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, จัดโดยคณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับกรมประชาสัมพันธ์, วันพุธที่ 21
เมษายน 2542. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

ภัทร ด้านอุตรา. หากไม่ดูเป็นการรบกวนก็จะชวนมาศึกษา "Popular culture" กัน: ข้อสังเกตบาง
ประการ. รัฐศาสตร์สาร 3 (2541): 315-349.

ภาณุ อารี. ภาพยนตร์ไทยจากอดีตถึงปัจจุบันความรุ่งโรจน์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในยุค
บุกเบิก (พ.ศ. 2470-2488). สารคดี 13, 150 (2540): 102-120.

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการส่งเสริม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย
ประเภทบันเทิงเพื่อการส่งออก: กรณีศึกษา ผู้อำนวยการสร้างและผู้กำกับภาพยนตร์.
กรุงเทพฯ : กองทุนเพื่อการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
(อัดสำเนา)

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. แนวทางการส่งเสริมการค้าทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย.
กรุงเทพฯ : กรมประชาสัมพันธ์ และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545. (อัดสำเนา)

รักसानต์ วิวัฒน์สินอุดม. ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ไทยของผู้ชมภาพยนตร์ในเขต
กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : กองทุนเพื่อการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2546. (อัดสำเนา)

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. กีฬาในระบบทุนวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: บ้านพระอาทิตย์, 2544.

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. เล่มที่ 1. กรุงเทพฯ: มติชน, 2546ก.

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. เล่มที่ 2. กรุงเทพฯ: มติชน, 2546ข.

- รัชดา แดงจำรูญ. ภาพสะท้อนเรื่องการเมืองข่มขืนในภาพยนตร์. วารสารนิเทศศาสตร์ 21,4 (ตุลาคม-ธันวาคม 2546): 46-55.
- รัตนา จักกะพาก. การสำรวจและรวบรวมบทความเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ.2489-2542. กรุงเทพฯ : ทุนวิจัยงบประมาณแผ่นดิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543. (อัดสำเนา)
- รัตนา จักกะพาก และ จิรยุทธ์ สินธุ์พันธ์. จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของสัตยาจิต เรย์: การศึกษาวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : ทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545. (อัดสำเนา)
- รัตนา จักกะพาก. จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของหม่อมเจ้าชาติตรีเฉลิม ยุคล: การศึกษาวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : กองทุนวิจัยคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546ก. (อัดสำเนา)
- รัตนา จักกะพาก. สภาพการณ์ของภาพยนตร์ไทยในอนาคต: ศึกษาวิเคราะห์จากทีมงานผู้สร้างผู้ชม และนักวิชาการด้านภาพยนตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546ข. (อัดสำเนา)
- รัตนา ศรีชนะชัยโชค. การศึกษานโยบายสังคมในภาพยนตร์ไทยยอดเยี่ยม ประจำปี พ.ศ.2519-2537. กรุงเทพฯ : ทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539. (อัดสำเนา)
- รัตนากล พรพิพิธ. จากเด็กหญิงท้องถื่น สู่วางงามควาวาโอเกะ. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ชุดโครงการ การพัฒนาระบบสวัสดิการสำหรับคนจนและคนด้อยโอกาสในสังคมไทย, 2546. (อัดสำเนา)
- ลิซ่า ฮอง. เรื่องจากปก ศิลปวัฒนธรรม: จากความแปลกแยกสู่กระบวนการทำให้ศิลปวัฒนธรรมไทยกลายเป็นสินค้า. ศิลปวัฒนธรรม 20, 1 (พฤศจิกายน 2541): 101-106.

วิชชุ เวชชาชีวะ. แนะนำงาน : Hero, Hong Kong Style - A Structural Study of Heroes Films in Hong Kong จากกระป๋องระเบิดปืน : ความหมายทางสังคมของหนังยอดนิยมฮ่องกง. รัฐศาสตร์สาร 20,3 (2541): 365-390.

วิภา อุดมจันทร์. ทัศนคติของผู้รับสารและผลกระทบที่เกิดจากสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนไทย-ลาว. กรุงเทพฯ : ศูนย์ชดาดำภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543. (อัดสำเนา)

วิริยะ สว่างโชติ. กระบวนการผลิตสุนทรียภาพในละครโทรทัศน์: ข้อสังเกตจากผู้เขียนบท. วารสารร่มพญักษ์ 12, 2 (2537): 63-79.

วิริยะ สว่างโชติ. "อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมแบบใต้ดิน" กับการ "รื้อฟื้น" ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตและการบริโภค. ใน สิริพร สมบูรณ์บุรณะ (บรรณาธิการ), วัฒนธรรมการบริโภค: แนวคิดและการวิเคราะห์, หน้า 30-55. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

วิริยะ สว่างโชติ. "ไปโรงเรียนก็ไม่ไป ไปที่ไรก็ไปสาย" บทเรียนว่าด้วยเรื่องการศึกษา Pop (ular) Culture. รัฐศาสตร์สาร 21, 3 (2542): 268-300.

วีระพงษ์ แสงชูโต. การวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์จากการ์ตูนโดเรมอน. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547. (อัดสำเนา)

ศจิปา เลิศสาธิต. Soap Opera เกม-โปรโมชัน-จัดเรตติ้ง การตลาดของผู้จัดละคร. MBA 5, 54 (กันยายน 2546): 112-116.

ศิริพร ณ ถลาง. ละครนิทาน จักรๆ วงศ์ๆ ในโทรทัศน์ กระงกสะท้อนความสับสนและความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย. วารสารสุขุทัยธรรมมาธิราช 2 (2536): 66-81.

ศิริพร เสรีกิตติกุล. 'ภาพยนตร์การ์ตูนไทย' การดิ้นรนให้พ้นจากกระแสครอบงำ. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ 17, 1 (มิถุนายน-ธันวาคม 2547): 36-54.

- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. โครงสร้างตลาดสื่อวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546. (อัดสำเนา)
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. การกำกับดูแลโครงสร้างสื่อวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547. (อัดสำเนา)
- สมสุข หินวิมาน. ทฤษฎีวิพากษ์แนวมาร์กซิสต์สำนักแฟรงค์เฟิร์ตกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรมสื่อมวลชนไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ 15 (พฤศจิกายน 2540 – มกราคม 2541): 6-14.
- สมสุข หินวิมาน. บันทึกจากห้องนั่งเล่น: ข้อสังเกตเชิงวัฒนธรรมในการดูละครไทย. ใน วัฒนธรรม: สื่อสารเพื่อสานสร้าง, หน้า 138-167. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สมสุข หินวิมาน. การเห็น การมอง การจ้อง การชำเลื่อง และการสื่อสารแห่งมนุษย์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5: 1 (2543ก): 63-81.
- สมสุข หินวิมาน. ปมชีวิต ปืน ช่มชู้ และแหวนหมั้น: การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของการเล่าเรื่องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศในละครโทรทัศน์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 4,1 (มีนาคม 2543ข): 89-109.
- สมสุข หินวิมาน. วัฒนธรรมชนชั้นกลางไทยในละครโทรทัศน์. รัฐศาสตร์สาร 23,2(2543ค).
- สมสุข หินวิมาน. ดูหนังดูละคร แล้วย้อนดู 'ผี !!!'. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5,3 (มี.ค.-มิ.ย.2544) : 44-65.
- สมสุข หินวิมาน. คริว: พื้นที่การผลิตวัฒนธรรมแห่งชีวิตประจำวัน. รัฐศาสตร์สาร 23, 2 (2545ก): 171-215 .
- สมสุข หินวิมาน. ละครโทรทัศน์: เรื่องของ “ตบๆ จูบๆ” และ “ผัวๆ เมียๆ” ในสื่อสำเนา. ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), สื่อบันเทิง : อำนาจแห่งความไร้สาระ, หน้า 172-247. กรุงเทพฯ: ออล อีเก๊าท์ พริ้น, 2545ข.

สายสุวี จุติกุล และกาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการการศึกษา อาชีพ และวัฒนธรรม คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.), 2543. (อัดสำเนา)

สินิทธิ์ สิทธิรักษ์. คำนำจากบรรณานุกรมร่วม. ใน พิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ), วิกฤติสื่อมวลชน, กรุงเทพฯ: โครงการวิถึทรรศน์, 2541.

สินิทธิ์ สิทธิรักษ์. กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ.2493-2500). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

สุชาติ เลิศคาธาร. สัญศาสตร์ในงานออกแบบนิเทศศิลป์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5, 2 (พฤศจิกายน 2543-กุมภาพันธ์ 2544): 19-25.

สุรพงษ์ พิณจักษ์. ดูหนังดูละคร ไม่ต้องย่นดูตัว ย่นดูใจคนทำนั่นแหละ! ปรัชญาเชิงวิเคราะห์ ระหว่างตัวตนแห่งของเนากับกระโถน. ศิลปวัฒนธรรม 22, 6 (เมษายน 2544): 94-96.

สุรียา สมุทรคุปต์, พัฒนา กิตติอาษา และคณะ. แต่งองค์ทรงเครื่อง: "ลิเก" ในวัฒนธรรมประเทศไทย: รายงานการวิจัย. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิตส์ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2541.

สุรียา สมุทรคุปต์, พัฒนา กิตติอาษา และคณะ. "คนซึ่งอีสาน": ร่างกาย กามารมณ์ อัตลักษณ์ และเสียงสะท้อนของคนทุกขั้ในหมอลำซิ่ง. นครราชสีมา: ห้องไทยศึกษานิตส์,เทคโนโลยีสังคม,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2544.

หนึ่งหทัย ขอบผลกลาง, อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไมเขต และนฤมล ใจดี. "การศึกษาและองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์." เอกสารประกอบการประชุมวิชาการ เรื่อง 40 ปี หยั่งรากฝากใบนิตศาสตร์กับสังคมไทย. ห้องประชุมสารนิเทศ หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, จัดโดย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วันพุธที่ 6 กรกฎาคม 2548. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

อนุสรณ์ ศรีแก้ว. พระราชบัญญัติภาพยนตร์ฉบับใหม่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย.

นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5, 3 (มีนาคม-มิถุนายน 2544): 9-17.

อภิญา ตันทวีวงศ์. วัดไอคิว “เกมโชว์พันธุ์ไทย” จริงใหม่ที่เขารู้ว่า “ปัญญาอ่อน”. ใน กาญจนา

แก้วเทพ (บรรณาธิการ), สืบค้นเชิง: อำนาจแห่งความรู้สึกระ, หน้า 348-407.

กรุงเทพฯ: ออล อป้าท์ พริน, 2545.

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. เพลง: ความเป็นมนุษย์ สาระชีวิต และมิวสิควิดีโอ. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 5, 3

(มีนาคม-มิถุนายน 2544): 115-123.

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. มิวสิควิดีโอ: เต็มใจที่จะเจ็บ ไม่เคยเข็ดในรัก ใน กาญจนา แก้วเทพ

(บรรณาธิการ), สืบค้นเชิง: อำนาจแห่งความรู้สึกระ, หน้า 409-492. กรุงเทพฯ: ออล

อป้าท์ พริน, 2545.

อำนาจ เย็นสบาย. ศิลปะเพื่อพาณิชย์. ใน สิริพร สมบูรณ์บุรณะ (บรรณาธิการ), วัฒนธรรมการ

บริโภค: แนวคิดและการวิเคราะห์, หน้า 128-134. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา

มหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. สื่อมวลชนกับการเป็นเวทีกลางของการต่อสู้ทางการเมืองและวัฒนธรรม.

ใน พิทยา ว่องกุล (บรรณาธิการ), วิกฤตสื่อมวลชน, หน้า 192-214. กรุงเทพฯ:

โครงการวิถิตรรศน์, 2541.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ติรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และศุจิรา สุวีรานนท์ (บรรณาธิการ). จินตทัศน์ทาง

สังคมในภาษาสื่อมวลชน: ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ละคร

โทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ ข่าว และโฆษณา. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศ

ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บรรณาธิการ). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.

พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

เฮอริเบิร์ต โอ. ซิลเลอร์. การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

เอกสารภาษาอังกฤษ

Adorno, Theodor W. and Horkheimer, Max. Dialectic of Enlightenment. Translated by John Cumming. London: Verso, 1995.

Patarasuk, Prit. Rewat Buddhinan's influence on Thai popular music (1983-1996). Master of Arts, Southeast Asian Studies Arts Chulalongkorn University, 2004.

Tejapira, Kasian. Commodifying Marxism: The formation of modern Thai radical culture, 1927-1958. Kyoto: Kyoto University Press, 2001.

Wong, Deborah. Thai Cassettes and Their Covers: Two Case Histories. In John A. Lent (ed.), Asian popular culture, pp. 43-59. Boulder : Westview Press, 1995.

Wongyannava, Thanee. "Postmodernization as the Anglo-Americanization of Contemporary French Thought and the Re-Modernization of Postmodern Thai Studies: A Historical Trajectory of Thai Intellectuals." Paper presented at International Conference on Postmodern and Thai Studies. Surasammanakan Convention Center, Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima, Thailand, December 13-14, 2003. (Unpublished Manuscript)

Yoon, Hyunjung. Thai films made in the 1970s as social commentary on migration-related social issues. Master of Arts, Thai Studies Arts Chulalongkorn University, 2003.