

การวิเคราะห์ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารของท้องถิ่น

กาญจนา แก้วเทพ*

ทำไมต้องเป็น “ภูมิปัญญาท้องถิ่น”

ก่อนที่จะกล่าวถึงเรื่องการวิเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการสื่อสาร ผู้เขียนอยากจะทดสอบความมั่นใจเสียก่อนว่า ความสนใจในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของพวกเรานั้นมีความหนักแน่นมากน้อยเพียงใด มีที่มาที่ไปอย่างไร

วรพล พรหมิกบุตร (2545) ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อสิบกว่าปีที่แล้วแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจพอเพียง เหล่านี้ยังคงเป็นเพียง “โรแมนติกาทางวิชาการ” เท่านั้น แต่ทว่าหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตั้งแต่ทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา แนวคิดดังกล่าวก็กลายเป็นเรื่องจริงเรื่องจัง เรื่องที่คนไทยจำนวนไม่น้อยยึดถือปฏิบัติกันกล่าวในแง่ดี เหตุผลแรกของการที่ต้องย้อนกลับมาแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น อาจจะมีเหตุผลแบบหลังชนฝา พุดง่าย ๆ ก็คือ ไม่มีภูมิปัญญาจากแหล่งอื่น ไม่ว่าจะเป็นตะวันตกหรือชนชั้นสูง / ชั้นกลาง ให้สังคมไทยเกาะยึดอีกต่อไปแล้ว จึงต้องหันมาหาภูมิปัญญาชาวบ้าน

เหตุผลแบบหลังชนฝาอาจจะใช้เป็นจุดตั้งต้น (Entry Point) ในการหวนกลับมาหาภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ แต่ทว่ายังมีความหนักแน่นไม่เพียงพอ จนอาจทำให้สังคมไทยมีอาการลอกแลก เปลี่ยนใจไปมาได้ง่าย จึงควรมีเสารองรับเส้นทางที่จะเดินไปสู่การศึกษาค้นคว้าเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากกว่านี้ มีเหตุผลอยู่ 2-3 ประการที่จะสนับสนุนทิศทางการย้อนกลับไปหามรดกตกทอดในสังคมไทย เหตุผลแรกเป็นเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรม/ภูมิปัญญาเนื่องจากภูมิปัญญาตะวันตก/สมัยใหม่/วิทยาศาสตร์/ทุนนิยม นั้นมีลักษณะ “เป็นแบบเดียวกันหมด” (Standardized / Homogeneity) แต่ทว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกลับมีความหลากหลาย หลายแง่หลายมุม จึงจำเป็นต้องมีภูมิปัญญาหลาย ๆ แบบมาแก้ปัญหา ในแง่ดี เป็นจุดเด่นเฉพาะตัวของภูมิปัญญาท้องถิ่น

* รองศาสตราจารย์ ดร., คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เนื่องจากมีแหล่งกำเนิดมาจากหลายต้นตอ มีลักษณะเฉพาะถิ่น (Localized) บ้านใครบ้านมัน ตัวอย่างด้านการสื่อสารจะแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น ในสมัยก่อน เพลงพื้นบ้านจากแต่ละบ้านล้วนมีเอกลักษณ์แตกต่างกัน แต่ปัจจุบันค่ายเพลงไทยสากลมีอยู่เพียง 3-4 ค่าย ผลิตเพลงออกมาก็จะฟังคล้าย ๆ กันหมด

เหตุผลประการที่สองก็คือ ลักษณะความเป็นอิสระและสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น C.Rawlence (1979) เคยตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อนำเอาเกณฑ์เรื่อง “การควบคุมสื่อ” มาใช้พิจารณาสื่อพื้นบ้าน จะพบว่า ตำแหน่งแห่งที่ของกระบวนการผลิต การเผยแพร่และการบริโภคนั้นจะดำเนินการอยู่ในปริณทณที่ไม่เป็นทางการ (Informal Institution) เช่น เล่นอยู่ตามหมู่บ้าน ในบ้านเจ้าภาพที่จัดงาน ฯลฯ ดังนั้นจึงปลอดจากการควบคุมของสถาบันกฎหมาย – การเมือง (อำนาจรัฐ) และเศรษฐกิจ การแสดงลิเกหรือจำอวดจึงสามารถจะเล่นเรื่องเพศ ใช้คำสบถสาบาน หยาบคาย แม้แต่ล้อเลียนอำนาจรัฐได้ การอยู่ในเขตปลอดการควบคุม ทำให้สื่อพื้นบ้านมีลักษณะสร้างสรรค์อย่างสูงมาก ดังเช่นงานวิจัยงาน D.Lancaster (1977) ที่ศึกษาศิลปินพื้นบ้านทางภาคเหนือของไทยที่แสดงมาแล้ว 12 ปี โดยยังไม่เคยเล่นแบบเก่าเลย

อีกเหตุผลหนึ่งก็คือ ในขณะที่สื่อมวลชนสมัยใหม่จะมีวิธีคิดแบบแบ่งแยก (Compartmentalism) เป็นกรอบเบื้องหลังการผลิตผลงาน เช่น ต้องมีการแยกประเภทรายการแบบ “สาระ” และ “บันเทิง” ออกจากกัน แยกเรื่อง “ทางโลก” (Secular) และเรื่อง “ทางธรรม” (Sacred) ไม่ให้ปะปนกัน ฯลฯ ในสื่อพื้นบ้านกลับมีวิธีคิดแบบองค์รวม (Holistic) เช่น การเล่นหมอลำนั้นต้องเป็นระบบ “Two in One” คือมีทั้งสาระและบันเทิงควบคู่กันไป หรือในกรณีของการประสานเรื่องทางโลก / ทางธรรมนั้น ในเค้าโครงเรื่องของนิทานพื้นบ้าน เช่น พญาทองพญาพานนั้น ในขณะที่มีการสร้างปัญหาด้วยวิธีการแบบทางโลก เช่น การทำปิตุฆาต และวิธีแก้ปัญหานั้น จะนำเอาวิธีการแบบทางธรรมมาใช้ เช่น การสร้างเจดีย์ (ดู กิ่งแก้ว, 2519)

จากเหตุผล 2-3 ประการที่กล่าวมานี้ น่าจะเป็นต่อม่อที่เข้มแข็งพอที่จะรองรับการสร้างสะพานที่จะข้ามไปสู่การแสวงหาวิธีการวิเคราะห์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ซึ่งถูกนิยามว่าเป็นข้อค้นพบเป็นประสบการณ์ เป็นบทเรียนที่ทำให้ท้องถิ่นสามารถดำรงอยู่มาได้อย่างยาวนานจนกระทั่งทุกวันนี้ โดยที่ข้อค้นพบดังกล่าวอาจจะเป็นภูมิรู้เกี่ยวกับการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ / วัตถุ (เป็นภูมิปัญญาด้านเทคโนโลยี) หรือความสัมพันธ์

ระหว่างคนกับคนด้วยกัน (เป็นภูมิปัญญาด้านสังคม / เศรษฐกิจ / การเมือง (วัฒนธรรม) และเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับบรรดาสิ่งเหนือธรรมชาติต่าง ๆ (เป็นภูมิปัญญาด้านศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม ฯลฯ) ในท่ามกลางภูมิปัญญาท้องถิ่นอันหลากหลายนั้น มีภูมิรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเป็นองค์ประกอบย่อยตัวหนึ่งที่เราจะให้ความสนใจวิเคราะห์ในบทความนี้

ขอบเขตของการสื่อสารพื้นบ้าน

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า วัฒนธรรม / ภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้นมีลักษณะหลากหลายอย่างยิ่ง ในเรื่องของการสื่อสารพื้นบ้านก็เช่นเดียวกัน และการจัดประเภทการสื่อสารพื้นบ้านนั้น ก็แล้วแต่ว่า เราจะยึดถืออะไรเป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารพื้นบ้านนั้นครอบคลุมทั้งส่วนที่เป็น “ศิลปวัฒนธรรม” และส่วนที่เป็น “ชีวิตวัฒนธรรม”

กล่าวเฉพาะในด้านการสื่อสาร หากเราใช้ “ประเภทของสื่อ” เป็นเกณฑ์ก็จะพบว่า การสื่อสารพื้นบ้านนั้นมีวิธีการจัดแบ่งประเภทโดยใช้เกณฑ์ได้หลายแบบ ดังตัวอย่างนี้

G.Seal (1989) ได้แบ่งประเภทของสื่อพื้นบ้านในความหมายที่กว้างขวางแนวสัญลักษณ์วิทยา (Semiology) ที่ถือว่า “ทุกอย่างสามารถเป็นสัญลักษณ์ได้ทั้งสิ้น หากว่าสิ่งนั้นมีความหมายอยู่เบื้องหลัง” Seal แบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. รูปแบบสื่อที่เป็นวจนภาษา (Verbal Form) มีขอบเขตกว้างขวางตั้งแต่คำคม ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เพลงสอนเด็ก เรื่องเล่า ตำนาน ปริศนาคำทาย ฯลฯ
2. รูปแบบสื่อที่เป็นพฤติกรรม (Behavior Form) เช่น ความเชื่อพื้นบ้าน ประเพณี ธรรมเนียม วิธีการรักษาพยาบาล งานเฉลิมฉลอง การเล่นเกมและการละเล่นต่าง ๆ เป็นต้น
3. รูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ (Material Form) เช่น งานฝีมือ การผลิตข้าวของเครื่องใช้ เครื่องตกแต่งร่างกาย เสื้อผ้า วิธีการทำอาหาร ฯลฯ
4. รูปแบบที่เป็นอวจนภาษา (Non-verbal Form) เช่น การแสดงอากัปกิริยา การเต้นรำ การวาดภาพหรือเขียนอักษรบนฝาผนัง ฯลฯ

นอกจากวิธีจัดแบ่งดังกล่าวแล้ว ยังอาจมีการจัดแบ่งโดยใช้แกน 2 แกนตัดกัน แกนแรก เราอาจแบ่งสื่อพื้นบ้านออกเป็นสื่อประเภทภาษา (Verbal) และอวจนภาษา

(Non-verbal) อีกแกนหนึ่งก็เป็น 2 ข้าง เช่นกัน คือ Discursive (กิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษา) และ Presentational Symbols (กิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้สัญลักษณ์อื่น ๆ เป็นเครื่องแสดงออก) จากแกนทั้งสองที่ตัดกันนี้ ก็จะได้กลุ่มประเภทเป็น 4 ประเภท ที่เราอาจจะนำมาสื่อสารผ่านบ้านแบบต่าง ๆ มาจัดวางไว้ ไม่ว่าจะเป็นนิทาน เพลงพื้นบ้าน ตำนานหมู่บ้าน ปริศนาคำทาย การละเล่นของเด็ก พิธีกรรม เป็นต้น

แนวพินิจ (Approach) ในการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน

ในการไขประตูไปสู่ความรู้เรื่องภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้น มีกุญแจอยู่หลายดอกให้เราเลือกใช้ กุญแจแต่ละดอกก็จะเปิดประตูที่แตกต่างกันออกไป อุปมาอุปมัยกุญแจดังกล่าวนี้ในทางวิชาการก็คือ Approaches ในการศึกษา ในที่นี้จะยกตัวอย่าง Approaches ในการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านดังนี้

- ก. การวิเคราะห์ภูมิปัญญาในฐานะ “เครื่องมือ” v.s “โครงสร้าง”
- ข. การวิเคราะห์ภูมิปัญญาแบบ “Product” v.s “Process”
- ค. การศึกษาภูมิปัญญาแนวหน้าที่นิยม (Functionalism)
- ง. การศึกษาอุดมการณ์และการต่อสู้เชิงอุดมการณ์ในภูมิปัญญาพื้นบ้าน
- จ. การวิเคราะห์ “ส่วนที่มองเห็น” v.s “ส่วนที่มองไม่เห็น”

ก. ภูมิปัญญาเป็น “เครื่องมือ” หรือเป็น “โครงสร้าง”

1. การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบเป็นเครื่องมือ เรียกว่า “Instrumental Approach” ซึ่งหมายความว่า เป้าหมายของการศึกษานั้นก็เพื่อจะนำเอาภูมิปัญญามาปรับใช้ในบริบทใหม่ ตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ กรณีของสมุนไพร ซึ่งในส่วนขององค์ประกอบทั้งหมดของสมุนไพร (ตัวยา) ป่า (แหล่งกำเนิดสมุนไพร) องค์ความรู้เรื่องการรักษา (Information-Knowledge) ตัวหมอ (ที่ประกอบทั้งด้านภูมิรู้และภูมิธรรม) คนไข้ (ที่ประกอบด้วยการรับรู้ / ทศนคติ) กฎเกณฑ์ / บรรทัดฐานเกี่ยวกับการเยียวยา (เช่น หลักที่ว่า “ยาขอ หมอวาน”) ฯลฯ ปัญหาส่วนใหญ่ของการพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบที่เป็นเครื่องมือนี้ก็คือ เมื่อมีการหยิบยืมมาใช้ มักจะนำมาใช้ไม่ครบชุด โดยเลือกมาใช้เป็นบางส่วนเสีย เช่น เอาแต่ตัว “สมุนไพร” มาอย่างเดียว ไม่เอา “จิตวิญญาณ / หลักการยาขอ-หมอวาน” มาใช้ด้วย หรือทัศนคติของคนไข้ต่อยาสมุนไพรก็คือ ต้องการรักษาโรคให้หายอย่างรวดเร็วทันใจ ซึ่ง

เป็นทัศนคติที่ไม่เข้าชุดกับสมมุติฐาน เป็นต้น แบบแผนหลักของการหยิบเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านมาใช้ก็คือ มักหยิบยืมแต่ “รูปแบบ” แต่ขาด “เนื้อหา / ความหมาย / จิตวิญญาณ” เช่น การหยิบเอารูปแบบ “การผูกเสี่ยว” มาใช้ แต่ไม่มี “จิตวิญญาณ” ของความเป็นเพื่อนตายกันติดมาด้วย หรือหยิบมาแต่ “ตัวบท” (Text) หากทว่าปราศจาก “บริบท” (Context) รองรับ เช่น การหยิบเอาเพลงเด็กเล่นมาร้องใหม่ แต่เนื้อหาที่ร้องอยู่นั้น เด็ก ๆ ไม่รู้จักแล้ว เป็นต้น

2. การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบโครงสร้าง เรียกว่า “Structural Approach” การพิจารณาว่า ตัวภูมิปัญญา / การสื่อสารนั้น จะต้องมีการสร้างสังคมเป็นตัวรองรับ เปรียบเสมือนเชือกกล้วยไม้ที่ต้องมีฐานอาหารรองรับ ดังนั้น หากตัวภูมิปัญญาหรือตำรายาสมุนไพรมาเกิดในโครงสร้างสังคมแบบทุนนิยม ก็จะแปรเปลี่ยนโฉมหน้าไปเป็นเรื่องของการลงทุนและแสวงหากำไร การพิจารณาภูมิปัญญา / การสื่อสารในแง่โครงสร้างนี้จะสนใจเรื่องการสร้างเงื่อนไข / โครงสร้าง / บริบท ที่เอื้อต่อกระบวนการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดภูมิปัญญา (Production / Reproduction)

ข. การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural Product V.S. Cultural process

1. การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural Product ได้แก่ การให้ความสนใจกับตัวภูมิปัญญา (Text) เช่น การเก็บรวบรวมบทเพลงกล่อมเด็ก ตำนาน ประเพณีพิธีกรรมต่าง ๆ หนังสือพื้นบ้าน ฯลฯ การศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural Product นี้ ยังอาจมีระดับของเป้าหมายที่ลดหลั่นกันเป็นลำดับขั้นดังนี้

- Description + Classification ได้แก่ วิธีการศึกษาที่มุ่งเก็บรวบรวมประเภท และมุ่งพรรณนารายละเอียดของภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยอาจจะมีการจัดแบ่งประเภท ตัวอย่างเช่น การเก็บนิทานพื้นบ้านในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

- การศึกษาว่า “ตัวภูมิปัญญาพื้นบ้าน” ดังกล่าว “ส่องสะท้อน” (Reflection) ให้เห็นสภาพสังคมได้อย่างไร โดยที่วิธีการศึกษาดังกล่าวจะวางอยู่บน Reflection Theory ที่เชื่อว่า “ภูมิปัญญา / การสื่อสาร เป็นภาพสะท้อนของสภาพสังคมในขณะนั้น ๆ” ตัวอย่าง เช่น งานศึกษาโลกทัศน์ของชาวนาไทยภาคเหนือผ่านบทเพลงคำวขอ เป็นต้น

- การศึกษา “ตัวภูมิปัญญา หรือ การสื่อสารพื้นบ้าน” เป็นตัวแทนของระบบ สัญลักษณ์ของสังคม (Symbol) ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์นิทานพื้นบ้านเรื่อง โสนน้อยเรือนงาม มีการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ มากมาย เช่น “เรือนงาม” เป็นสัญลักษณ์แทนความหมายอะไร การพิสูจน์ตัวจริงของโสนน้อยด้วย “การทอผ้า” นั้นเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายอะไร

- การศึกษาว่า “ตัวภูมิปัญญาพื้นบ้าน” ที่เป็นสัญลักษณ์นั้น มีความเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมอย่างไร ทำไมจึงเกิดนิทานพื้นบ้านที่ใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับเรื่องความโลภในการกินมากมายหลายเรื่องในภาคอีสาน เช่น ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ตำนานหนองหาร ฯลฯ สัญลักษณ์ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับความต้องการของบริบทสังคมอีสานอย่างไร (สนใจโปรดดู Thompson, 1995)

2. การพิจารณาภูมิปัญญาพื้นบ้านแบบ Cultural Process / Practice / Production

การศึกษาศาสตร์ภูมิปัญญาเป็นแบบ Cultural Process นั้นได้รับอิทธิพลมาจากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจกระบวนการผลิตสินค้า นักวิชาการสำคัญในกลุ่มนี้ เช่น R.Williams กล่าวว่า ไม่เพียงแต่ “สินค้า” เท่านั้น ที่ต้องมีกระบวนการผลิต เพราะ “วัฒนธรรม” ก็ต้องมีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกัน

หลักการสำคัญของแนวทาง Cultural Production / Process / Practice ที่มักเรียกว่ากลุ่ม Culturalist มีดังนี้

- เมื่อ “วัฒนธรรม” จำเป็นต้องมีกระบวนการผลิต กระบวนการนี้ก็จะคล้ายคลึงกับการผลิตสินค้า กล่าวคือ ต้องมีองค์ประกอบการผลิต (Elements of Production) วัตถุดิบ มีตัวผู้ผลิต มีเครื่องมือการผลิต มีองค์ความรู้ในการผลิต มีสถานที่ มีกาลเวลา มีการแพร่กระจาย กระบวนการใช้ การบริโภคการผลิต รวมทั้งมีกลุ่มคนที่ใช้วัฒนธรรมนั้น

- ดังที่นักวิชาการสายเศรษฐศาสตร์การเมืองได้กล่าวไว้ว่า สำหรับเจ้าของทุนที่ทำการผลิตสินค้านั้น หากต้องการให้ทุนนั้นมีชีวิตที่ยั่งยืนยาวนาน จะผลิตเพียงครั้งเดียวแล้วก็เลิกกันไม่ได้ แต่จะต้องมีกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (Reproduction) ในกรณีของการผลิตวัฒนธรรมก็เช่นเดียวกัน ในแต่ละวัน มีวัฒนธรรมมากมายถูกผลิตขึ้นมา แต่หากวัฒนธรรมนั้นไม่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด วัฒนธรรมนั้นก็จะอายุสั้น หรือล้มหายตายจากไป (ในความเข้าใจของประชาชนทั่วไป มักเรียก “วัฒนธรรม” ดังกล่าว

ว่า “แฟชั่น / วุฒาบ / ประเดี้ยวประด้าว”) “วัฒนธรรม” ที่ไม่ได้รับการสืบทอดนี้อาจมีตั้งแต่สิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ถ้วยโอโหมม เครื่องแต่งกาย บ้านเรือน ฯลฯ ไปจนกระทั่งถึงวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม เช่น ความหมายของภาษา (คนไทยยุคปัจจุบันไม่รู้จักความหมายของคำว่า “จิ้น” ที่แปลว่าเป็น “คนรัก” แล้ว) หรือวิถีคิด (เช่น ความคิดเรื่อง “ไม่เป็นไร โอโหสิกรรม” อาจจะหายไปแล้วในปัจจุบัน)

● เนื่องจากสำนัก Culturalism เชื่อว่า ในคนแต่ละกลุ่มต่างมีวัฒนธรรมของตัวเอง ดังนั้นเมื่อมาอยู่รวมกันเป็นหมู่บ้าน อำเภอ จังหวัด ภาค ชาติ โลก ฯลฯ วัฒนธรรมย่อย ๆ เหล่านี้ก็อาจจะต้องขัดแย้ง ต้องปะทะ ต้องต่อสู้ต้องต่อรองกัน (Cultural Hegemony) เช่น แต่เดิมคนภาคเหนือจะมีภูมิปัญญาในการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นเอาไว้ว่า “หัวหงอกเดินนำ หัวดำเดินตาม” แต่ปัจจุบัน ภูมิปัญญาของเด็กรุ่นใหม่อาจจะระบุว่า “เห็นคนแก่ว่าเสือเฒ่า เห็นตุ๋เจ้าว่าเสือเหลือง” หรือ “เชื่อโบราณจะบานบุรี” เป็นต้น

สำหรับการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านตามแนวทาง Culturalism นี้ อาจจะแบ่งระดับการวิเคราะห์ออกไปเป็น 2 ระดับ คือ

1. การวิเคราะห์กระบวนการภายในของตัวการผลิตเอง อันได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย ๆ ของการผลิตดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างเอาไว้ในเรื่องของการสื่อสารโดยตรง คือ การผลิตภูมิปัญญาเกี่ยวกับ “กลอง” ของทางภาคเหนือ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบมากมาย เริ่มตั้งแต่ต้องมีหมอบทำกลอง (ผู้ผลิต) มีตำราทำกลอง (องค์ความรู้) ต้นไม้ / หนังวัว (วัตถุดิบ) มีความต้องการที่จะใช้กลอง มีสถานที่ตั้ง มีช่วงเวลากระทำให้ มีขั้นตอนการทำ มีการระบุหน้าที่ของกลองต่อชุมชน ฯลฯ การวิเคราะห์องค์ประกอบภายในของกระบวนการผลิตนี้ช่วยอธิบายทั้งความอยู่คงกระพันของภูมิปัญญาหนึ่งๆหรืออาจสูญสลาย หรือมีฉะนั้นก็ช่วยอธิบายการดัดแปลง คลี่คลายกลายรูปของภูมิปัญญาแต่ละอย่าง อันเนื่องมาจากการขาดหายหรือการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบย่อย ๆ เหล่านี้นั่นเอง (โปรตุเกส กาญจนนา, 2539)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ภูมิปัญญา” กับ “บริบท / โครงสร้างของชุมชน / สังคม” จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นว่า ภูมิปัญญาแต่ละอย่างเป็นปฏิกิริยา / ความพยายามที่มนุษย์จะจัดการกับบริบทสภาพแวดล้อมของเขา ดังนั้นบริบทแวดล้อมจึงเป็นเสมือน “บ่อเกิด” ของภูมิปัญญา และหากบ่อเกิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป ตัวภูมิปัญญา

เองก็ย่อมผันแปรตามไปด้วย ตัวอย่างเช่น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำ / การใช้ / การมอบหมายหน้าที่ของกลอง ที่กล่าวมาข้างต้น ภูมิปัญญาดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายใต้บริบทที่ชุมชนมีความต้องการรูปแบบการสื่อสารเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ภายในชุมชน (เมื่อผู้ใหญ่ตีกลองเรียกประชุม) การสื่อสารเพื่อบอกจังหวะชีวิตการทำกิจกรรมของชุมชน (พระตีกลองเพล) การสื่อสารเพื่อการปกป้องระวังภัยของชุมชน (เวลาเกิดอันตรายแก่ชุมชน) ฯลฯ แต่ทว่าเมื่อบริบทเปลี่ยนแปลงไป เช่น หมู่บ้านเปิดออกสู่โลกภายนอก ชาวบ้านทุกบ้านมีวิทยุ หมู่บ้านมีหอกระจายข่าว มีโทรศัพท์หมู่บ้านไปจนกระทั่งถึงมีอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ภูมิปัญญาด้านการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการทำ / การใช้ / หน้าที่ของกลองก็ต้องแปรเปลี่ยน / ปรับรูป / หรือแม้กระทั่งสูญหายไป

สำหรับกระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอด (Reproduction) ซึ่งเป็นหลักประกันการอยู่ยงคงกระพันของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้น มีข้อสังเกตว่า การสืบทอดนั้นจะมีได้ในหลายลักษณะ เริ่มตั้งแต่สืบทอดแบบลอกเลียนมาจากต้นฉบับอย่างครบถ้วน (ตัวอย่างเช่น การเล่นดนตรีคลาสสิก) ไปจนกระทั่งถึงการสืบทอดพร้อมทั้งดัดแปลงไปด้วย ซึ่งในกรณีหลังนี้จะป็นรูปแบบส่วนใหญ่ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าผู้สืบทอดจำเป็นต้องดัดแปลง (Adaptation) ของเก่าให้เข้าชุดกับบริบทสังคมใหม่ ตัวอย่างศิริพร (2537) ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อโทรทัศน์นำเอานิทานพื้นบ้านไทยมานำเสนอในจอแก้ว หากช่วงเวลาแพร่ภาพเป็นตอนเช้าวันเสาร์ – อาทิตย์ ที่เด็ก ๆ ดู ก็จำเป็นต้องเพิ่มตัวละครแบบกุมารทอง ลงไปในเรื่อง “ยอพระกลั่น” เพื่อให้ดึงดูดใจผู้ชมเด็ก ๆ หรือมิฉะนั้นก็จะมีการแต่งนิทานเรื่องใหม่ที่แม้จะ “ดูโบราณ” แบบจักร ๆ วงศ์ ๆ แต่ก็มักจะไม่ใช่เนื้อเรื่องแบบเดิมที่ให้เจ้าชายออกหาคู่ แต่กลับมีแก่นเรื่องเป็น “การปราบมาร” คล้าย ๆ หนังกิน และมักมีนางเอกที่เป็นผู้หญิงเก่ง มีวิทย์ยุทธ ป้องกันตัวเองได้ ผิดกับนางเอกในนิทานเก่า ๆ ของไทย การดัดแปลงดังกล่าวเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทสังคมไทยปัจจุบันที่มีกระแสสิทธิสตรีเพิ่มสูงขึ้น และเนื่องจากการดัดแปลงดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาที่เริ่มเก็บสะสมภูมิปัญญาพื้นบ้านอาจจะคาดหวังไม่ได้ว่า จะได้พบกับภูมิปัญญาแบบบริสุทธิ์ของแท้และดั้งเดิมจริง ๆ

ค. การศึกษาภูมิปัญญาแนวหน้าที่นิยม (Functionalism)

การศึกษาแนวหน้าที่นิยม อันได้แก่ การศึกษาว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้านมีหน้าที่อะไรต่อทั้งปัจเจก สถาบัน และสังคมโดยรวมนั้น เป็นแนวทางที่นิยมกันมากที่สุดในการศึกษา

สื่อพื้นบ้าน เนื่องจากสำนักคิดหน้าที่นิยม(Functionalism) นั้น เป็นสำนักคิดกระแสหลักของวงวิชาการ ในแวดวงวิชาการด้านคติชนวิทยาของไทย มีตัวอย่างงานที่ใช้แนวทางการศึกษาเช่นนี้มากมาย เช่น

- ปราณี วงษ์เทศ (2525) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของเพลงพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ทั้งเพลงกล่อมเด็ก เพลงที่ใช้ในการละเล่น เพลงในพิธีกรรม ฯลฯ ที่ทำหน้าที่มากมายหลายประการต่อสังคม

- ศิราพร ฐิตะฐาน ณ ถลาง (2537) ศึกษาบทบาทหน้าที่ของนิทานพื้นบ้านที่มีต่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การเป็นทางออกสำหรับความขัดแย้งในชุมชน หรือมุขตลกที่ช่วยเป็นทางหนีหน้าชั่วคราวจากกฎเกณฑ์ทางสังคม บทบาทของนิทานที่ให้การศึกษาทิ้งทางโลกและทางธรรม และอบรมระเบียบสังคมให้แก่สมาชิก บทบาทของนิทาน เช่น ตำนานข้าวที่ถ่ายทอดความเชื่อด้านศีลธรรมของชุมชนเกษตรกรรม รวมทั้งบรรดาตำนานของแต่ละท้องถิ่น (เช่น นครสวรรค์เป็นเมืองตีพระสังขตศัลกับพระอินทร์) ที่ทำหน้าที่สร้างอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชน เป็นต้น

- ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล (2527) ศึกษาหน้าที่เฉพาะพิเศษของวรรณกรรมล้านนาประเภทหนึ่ง ที่ระบุเอาไว้อย่างเจาะจงเลยว่าเป็น “วรรณกรรมคำสอน” ซึ่งเป็นวรรณกรรมที่ผลิตขึ้นมาเพื่อควบคุมจริยธรรมในสังคมด้วยวิธีการหล่อหลอมจิตใจ ความเชื่อ และแนวทางในการดำเนินชีวิตของประชาชน เช่น คำสอนพระยามังราย พระยาคำกองสอนไพร่ ย่าสอนหลาน เป็นต้น

(ง) การศึกษาอุดมการณ์และการต่อสู้ทางอุดมการณ์ในภูมิปัญญาท้องถิ่น

สำหรับนักวิชาการสายวิพากษ์ (Critical Tradition) กลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่าเนื่องจากในแต่ละสังคมมีกลุ่มคนอยู่หลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มต่างมีวัฒนธรรมของตนเอง และเนื่องจากผลประโยชน์ของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้ขัดแย้งกัน จึงมีการสร้างกลไก/กลยุทธ์ต่าง ๆ มาต่อสู้กัน รวมทั้งกลไกด้านวัฒนธรรมด้วย ในเนื้อหาสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดจึงไม่มีเลยที่จะเป็น “เขตปลอดอุดมการณ์” ของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งไปได้ (ดูรายละเอียดใน กาญจนนา, 2539)

ตัวอย่างเช่น ในอดีตเมื่อวัฒนธรรมพุทธศาสนาจากส่วนกลางแผ่ขยายออกไปครอบงำวัฒนธรรมของภาคเหนือเพื่อครอบครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์ (Hegemony)

วัฒนธรรมพื้นบ้านก็จะพยายามต่อสู้เพื่อรักษาความเป็นอิสระและเอกลักษณ์ของตนอยู่ตลอดเวลา กระแสการต่อสู้ด้านการครอบงำและการต่อต้านอุดมการณ์แสดงออกมาในนิทาน เรื่องเล่า การประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ในขณะที่ภาคเหนือในอดีตมีการนับถือผีชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่ผีบรรพบุรุษของมนุษย์ (ปู่สะย่าและ) ผีปู่ย่า (ผีบรรพบุรุษ) จนกระทั่งยาขวัญข้าว (หรือแม่โพสพในภาคกลาง) จะมีนิทานมากมายที่บอกเล่าชัยชนะที่พระพุทธเจ้ามีต่อผีท้องถิ่นแต่ละตัว โดยเฉพาะผีปู่สะย่าและ ซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษของคนเหนือ อาการพ่ายแพ้ของผีบรรพบุรุษคู่นี้ก็คือ ต้องยกเลิกนิสัยการเป็นยักษ์กินคนเสีย ปัจจุบันนี้เมื่อมีการประกอบพิธีกรรมที่เรียกว่า “แห่พระบท” จึงเป็นการ “ฉายหนังซ้ำ” ประวัติศาสตร์การต่อสู้ระหว่างพระพุทธเจ้ากับปู่สะย่าและนั่นเอง

แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ในพิธีเรียกขวัญข้าว ซึ่งเป็นพิธีของชุมชนที่ปลูกข้าว ก็มีเรื่องเล่าว่า หลังจากที่พระพุทธเจ้าปราบผีได้ทุกตัวแล้ว ก็ถึงคราวที่จะต้องปราบ “ยาขวัญข้าว” ที่เป็นผีประจำเมล็ดข้าว ยาขวัญข้าวได้ชัยชนะเหนือพระพุทธเจ้าเนื่องจากเมื่อน้ำออกไปจากเมืองเพราะชาวบ้านไม่ทำพิธีเคารพบูชา ก็ปรากฏภาวะข้าวยากหมากแพง และยาขวัญข้าวได้สาปว่า “ไม่ว่าจะเป็นพระพุทธเจ้าองค์ไหนก็ต้องกินข้าวทั้งนั้น” ดังนั้นพระพุทธเจ้าจึงได้อนุญาตให้มีการทำพิธีเรียกขวัญข้าวได้ และชาวบ้านก็สรุปผลในการต่อสู้ครั้งนั้นเอาไว้ว่า “คุณขวัญข้าวมี 65 คุณพระพุทธเจ้ามี 56”

การวิเคราะห์อุดมการณ์ที่อยู่ใน “ตัวบท” (Text) ของสื่อบ้านนั้น จำเป็นต้องพิจารณาควบคู่ไปกับบริบทความเป็นจริงในสังคมขณะนั้น ๆ ด้วย

(จ) การวิเคราะห์ “ส่วนที่มองเห็น” (Visible) กับ “ส่วนที่มองไม่เห็น (Invisible)

ในการศึกษาวัฒนธรรม / ภูมิปัญญานั้น ยังมีอีกแนวทางหนึ่งซึ่งพิจารณาวัฒนธรรมว่าจะต้องมียุคประกอบ 2 ส่วน ซึ่งแยกกันไม่ออก ส่วนหนึ่งเป็นส่วนที่มองเห็นได้ (Visible Part) หากเปรียบเทียบกับต้นไม้ ส่วนนี้คือส่วนที่เป็นลำต้น ดอกไม้ ส่วนที่มองเห็นนี้อาจจะเป็นวัตถุ คำพูด แบบแผนการทำการกิจกรรม / พิธีกรรม การหุงหาอาหาร ฯลฯ ตัวอย่างเช่น ประโยคพรรณนาคุณลักษณะของช่างภาคเหนือ “ไม่เก่งแต่ชำนาญ ไม่เชี่ยวชาญแต่เคยมือ”

อีกส่วนหนึ่งจะเป็นส่วนที่มองไม่เห็น ซึ่งอาจจะเทียบได้กับส่วนที่เป็นรากของต้นไม้ที่อยู่ใต้ดิน เนื่องจากเป็นส่วนที่มองไม่เห็น จึงต้องอาศัยการวิเคราะห์ / ตีความ

(ในกรณีของภาษา) จึงจะเข้าใจในส่วนนี้ อาจจะได้แก่ คุณค่า ค่านิยม ความหมาย (ดูรายละเอียดใน กาญจนนา, 2538)

ในกรณีของวัฒนธรรมที่เป็นด้านการสื่อสารนั้น ส่วนที่มองเห็นได้น่าจะเทียบได้กับตัวรูปแบบ ส่วนที่มองไม่เห็นนั้น น่าจะได้แก่ตัวเนื้อหา / ความหมาย ในปัจจุบันนี้มีสำนักวิชาการกลุ่มสัญวิทยา (Semiology) ได้พัฒนาแนวคิดการวิเคราะห์ “สัญลักษณ์” ซึ่งหมายถึงทุกอย่างที่มีความหมาย ไม่ว่าจะเป็นนิทาน เรื่องเล่า ตำนาน สิ่งก่อสร้าง อาหาร รูปเคารพ ฯลฯ ในส่วนที่เป็นรูปธรรมที่มองเห็นได้นั้น สัญญวิทยาเรียกว่า “ตัวหมายหรือรูปสัญลักษณ์” (Signifier) ส่วนเนื้อหาหรือความหมายนั้นเรียกว่า “ตัวหมายถึง / ความหมายสัญลักษณ์” (Signified) อันเป็นส่วนที่มองไม่เห็น เช่น เมื่อเห็นประโยคที่เรียกสาวอีสานในสมัยโบราณว่า “เจ้าผู้มีพิมขาวท่า” (ก็ทอผ้า) ภายใต้ประโยคนั้น มีความหมายว่าอย่างไร เป็นต้น (สนใจโปรดดู กาญจนนาและคณะ, 2543)

การวิเคราะห์เพื่อแยกแยะระหว่างรูปแบบที่มองเห็นได้กับเนื้อหาความหมายที่มองไม่เห็นนั้น จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม / ภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยที่ตามหลักการแล้ว รูปแบบนั้นน่าจะเป็นสิ่งที่ปรับเปลี่ยนได้ แต่ทว่าเนื้อหา / ความหมาย นั้น รักษาเอาไว้ให้เหมือนเดิม ตัวอย่างเช่น เรื่องการใช้ยาสมุนไพร ซึ่งมีรูปธรรมคือตัวยาและวิธีการปรุงยา ส่วนความหมายที่อยู่เบื้องหลังการใช้สมุนไพรก็คือ “ยาขอ-หมอวาน” ในส่วนของวิชาการปรุงยานั้นน่าจะปรับเปลี่ยนได้ เช่น จากยาหม้อที่ต้องต้มมาเป็นการบรรจุแคปซูล แต่ความหมายว่า “ยาขอ-หมอวาน” นั้น น่าจะรักษาความหมายเดิมนี้อเอาไว้ เช่นเดียวกับความหมายของการร่วมแรงร่วมใจกัน ซึ่งในอดีตนั้นเคยแสดงออกในรูปแบบของ “การลงแขกเกี่ยวข้าว” แต่ปัจจุบัน รูปแบบดังกล่าวอาจจะมีเงื่อนไขทำให้ค่อยลง แต่คุณค่าของการร่วมแรงร่วมใจน่าจะมาแสดงออกในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น กิจกรรมกลุ่มออมข้าว ออมทรัพย์ กองทุนยา กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น

การใช้วิถีการศึกษา “สื่อมวลชน” กับ “สื่อพื้นบ้าน”

นอกเหนือจากแนวทางการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านในด้านการสื่อสารที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น หากเราพิจารณาถึงภูมิปัญญาสมัยใหม่ด้านการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การสื่อสารมวลชน เราก็จะพบว่าในวงวิชาการดังกล่าว มีการพัฒนาองค์ความรู้แบบใหม่ ๆ ในการศึกษาสื่อมวลชน ดังนั้น ผู้เขียนจึงใคร่ขอเสนอตัวอย่างแนวทางการใช้การศึกษา

สื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านเพื่อจุดประกายให้มีการพัฒนาวิธีการศึกษาสื่อทั้งสองประเภทต่อไป

เนื่องจากวิธีการศึกษามีปัญหาพื้นบ้าน ในส่วนที่เป็นการสื่อสารพื้นบ้านนั้นจะมีวิธีการศึกษาแบบเฉพาะตัวแบบหนึ่ง (โดยส่วนใหญ่แล้ว เป็นการเก็บประมวลรวบรวม และจำแนกประเภท) ส่วนในการศึกษาภูมิปัญญาที่เกิดจากระบบการสื่อสารแบบใหม่ คือ การสื่อสารมวลชนนั้น ก็มีวิธีการเฉพาะตัวเช่นเดียวกัน เช่น การศึกษาผลกระทบอันเกิดจากการสื่อสาร (Impact Study) ในที่นี้ผู้เขียนจะลองพยายามไขว่คว้าวัฒนธรรมการศึกษาสื่อทั้ง 2 ประเภทเข้าด้วยกัน ด้วยความหวังว่า การสลับไขว่ดังกล่าวจะทำให้วัฒนธรรมการศึกษาสื่อทั้ง 2 ประเภทมีการพัฒนางอกงามขึ้นทั้งสองฝ่าย

1. เริ่มต้นจากนิยามของ “การสื่อสาร” จาก 2 แบบจำลอง

สำหรับศาสตร์สมัยใหม่ เช่น นิเทศศาสตร์ที่สนใจศึกษาการสื่อสารมวลชนเป็นหลัก จะแยกแยะแบบจำลองที่อยู่เบื้องหลังการให้ค่านิยามของคำว่า “การสื่อสาร” ออกเป็น 2 แบบจำลองหลัก ๆ คือ

- **Transmission Model** แบบจำลองนี้จะกล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารจะมีอยู่ 4 องค์ประกอบ คือ Sender – Message – Channel – Receiver (ตัวย่อ S-M-C-R) เป้าหมายของการสื่อสารแบบนี้ก็คือ การถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) เพื่อให้ผู้รับสารได้รับรู้ข่าวสารในเบื้องต้น และที่ยิ่งไปกว่านั้นก็คือ เพื่อโน้มน้าวชักชวน (Persuasive Communication) ให้ผู้รับสารเห็นคล้อย เห็นดีเห็นงามไปตามผู้ส่ง (จึงเรียกว่าเป็นแบบจำลองที่ถือเอาผู้ส่งเป็นตัวตั้ง – Sender – Centered) โดยส่วนใหญ่แล้ว Transmission Model มักเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication)

ตัวอย่างภาษิต / คำคมในสังคมไทยที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาในการใช้การสื่อสารแบบ Transmission Model ก็เช่น ปากเป็นเอก เลขเป็นโท จะพลิกพร้าชีวหาเป็นอาวุธ หรือหากเป็นการสื่อสารที่ตั้งเป้าหมายถึงขั้นให้การศึกษาแก่ผู้รับฟัง ก็เช่น ปุ่สอนหลาน ธรรมาสอนโลก อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบ Transmission Model ของไทยนั้นมีความหลากหลายจากแบบจำลองที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งมักจะมุ่งเน้นเพียงเรื่อง “ประสิทธิภาพของการสื่อสาร” ว่า หลังจากที่เราส่งสารไปแล้ว จะได้ผลหรือไม่เท่านั้น หากทว่าในวัฒนธรรมไทยนั้น มีข้อคิดหลายแง่หลายมุมเกี่ยวกับการสื่อสารแบบนี้ไว้ เช่น

■ “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” ซึ่งมีความหมายในบางกรณี การไม่สื่อสารนั้นจะมีคุณค่ามากกว่าการสื่อสาร

■ “ปลาหมอตายเพราะปาก” มีความหมายว่า การสื่อสารนั้นให้โทษอย่างยิ่งต่อผู้ส่งสาร

■ “ปากปราศรัย น้ำใจเชือดคอ” เป็นประโยคที่ติดตັงระบบเตือนภัยแก่ผู้รับสารว่าให้ระมัดระวังเจตนาารมย์ของผู้สื่อสาร

นอกจากนั้นในขณะที่ต้นฉบับแบบจำลอง Transmission Model นั้นจะถือเอาผู้ส่งสารเป็นตัวตั้งอยู่ฝ่ายเดียว (เช่น ส่วนใหญ่ สื่อมวลชนจะส่งสารถึงผู้รับสาร แต่มักจะไม่ต้องการสื่อสารย้อนกลับมา) แต่ในการสื่อสารพื้นบ้านนั้น มักมีการเป็นผู้ส่งสารย้อนกลับไ้กลับมา ตัวอย่างเช่น นิทานประเภทสอนใจ / อบรมสั่งสอน ประเภทเรื่องแบบ “ปู่สอนหลาน” ก็จะมีเรื่องแบบ “หลานสอนปู่” “ธรรมดาสอนโลก” ย้อนกลับมาซึ่งมีลักษณะ “ทีใครทีมัน” พอสมควร

● **Ritualistic Model** แบบจำลองนี้มีต้นกำเนิดจากการประกอบพิธีกรรม ซึ่งก่อนจะเข้าพิธีนั้น ผู้เข้าร่วมอันมากมายอาจจะมีความเข้าใจที่แตกต่างกัน แต่หลังจากสื่อสารผ่านพิธีกรรมแล้ว ความหลากหลายแตกต่างจะถูกหล่อหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน จากต้นกำเนิดดังกล่าว ความหมายของการสื่อสารในแบบจำลองที่สองนี้ จึงมิใช่มุ่งไปที่การโน้มน้าวชักชวน มิได้ถือเอาฝ่ายผู้รับสารเป็นตัวตั้ง หากทว่ามีการผลัดเปลี่ยนกันเป็นผู้ส่ง – ผู้รับ (กล่าวคือผลัดกันพูดผลัดกันฟัง) และผลลัพธ์สุดท้ายก็คือการเกิดความเข้าใจร่วมกัน (Share Meaning) ความหมายของการสื่อสารดังกล่าวนี้มีบรรจุอยู่ในคำกล่าวหลาย ๆ คำของไทย เช่น จับเข้าคุยกัน หันหน้ามาเจรจาพาทักกัน พูดปรับความเข้าใจกัน ฯลฯ

จากนิยามการสื่อสารทั้ง 2 แบบดังกล่าวนี้ นำที่จะนำมาตรวจสอบว่าในภูมิปัญญาด้านการสื่อสารแบบพื้นบ้านนั้น มีการให้ค่านิยมการสื่อสารแต่ละรูปแบบอย่างไรบ้าง มีการเน้นหนักการให้ค่านิยมแบบใดมากกว่ากัน หรือแม้แต่นิยามแรกที่เป็นการโน้มน้าวก็ยังคงต้องเจาะลงไปดูในรายละเอียดว่า การโน้มนำนั้นเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของฝ่ายผู้ส่งหรือฝ่ายผู้รับ เป็นต้น

2. ภาพรวมของการศึกษาสื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้าน

สำหรับแนวทางการศึกษาสื่อมวลชนที่มีที่มาในประเทศไทยนั้น บุญเลิศ (ดู Boolert 1982.) ได้ประมวลแนวทางใหญ่ ๆ เอาไว้ดังนี้คือ

2.1 Media Effect Tradition คือการศึกษาผลกระทบอันเกิดจากการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น อิทธิพลของการ์ตูนที่มีต่อเด็ก

2.2 Innovation Diffusion คือการศึกษาการแพร่กระจายของนวัตกรรม ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งของใหม่ ๆ (เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง วิทยุ โทรานซิสเตอร์ ฯลฯ) หรือแนวความคิดใหม่ ๆ (เช่น การทำนาสองครั้ง การฉีดวัคซีนป้องกันโรค ฯลฯ) โดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

2.3 Technology Transfer บุญเลิศได้ชี้แจงข้อแตกต่างระหว่างการถ่ายทอดเทคโนโลยีกับการแพร่กระจายนวัตกรรมว่า ในขณะที่การแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น สิ่งที่น่าเข้ามานั้นจะต้องใหม่ทั้งหมด แต่การถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้นอาจจะมีลักษณะผสมผสาน

2.4 Information Flow เป็นการศึกษาที่เจาะลงมาอยู่ที่ตัวข่าวสาร (Information) ในแง่ของการไหลเวียน โดยพิจารณาทิศทางและบริบทของการไหลเวียนของข่าวสารเป็นหลัก เช่น ในชุมชนแห่งหนึ่งมีข่าวสารจากภายนอกไหลเวียนเข้ามาอย่างน้อยเพียงใด มีข่าวสารภายในข่าวสารเองไหลเวียนมาอย่างน้อยเพียงใด เช่น การศึกษาปริมาณเนื้อหารายการที่มีอยู่ในหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน เป็นต้น

2.5 System Approach การศึกษาในแนวนี้จะพิจารณาว่า การสื่อสารเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของชุมชน / สังคม ดังนั้น ระบบการสื่อสารจึงต้องมีความสัมพันธ์กับสถาบันอื่น ๆ ของชุมชน เช่น การสื่อสารกับสถาบันครอบครัว สถาบันการปกครอง ฯลฯ แนวทางการศึกษาจึงเป็นการศึกษารูปแบบและเนื้อหาความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันดังกล่าวกับการสื่อสาร เช่น การสื่อสารมีบทบาทต่อการธำรงรักษาความสัมพันธ์ในครอบครัวอย่างไร การสื่อสารช่วยจัดการความขัดแย้งในระบบการปกครองอย่างไร เป็นต้น

2.6 แนวทางการศึกษาแบบใหม่ ที่เริ่มให้ความสนใจกับ

■ กระบวนการสื่อสาร (Communication Process) เช่น กระบวนการตั้งแต่การผลิต การกระจายไปจนกระทั่งถึงการบริโภคข่าวสาร หรือการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง S-M-C-R อย่างครบวงจร หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร

■ เนื้อหาข่าวสาร (Communication Message) อันได้แก่การวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งมีทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

■ นโยบายการสื่อสาร (Communication Policy) จากภาพรวมทั้งหมดนี้อาจกล่าวได้ว่า แนวทางหลักในการศึกษาของสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นจะให้ความสนใจกับการศึกษา “ตัวสื่อ” มากกว่า “ตัวสาร” และสนใจศึกษา “ผู้รับสาร” มากกว่า “ผู้ส่งสาร”

ส่วนการศึกษาการสื่อสารแบบพื้นบ้านนั้น มักจะสนใจศึกษา “ตัวสาร” มากกว่า แต่ทว่าแทบจะไม่ได้ให้ความสนใจกับการศึกษา “ตัวผู้ส่งสาร” หรือ “ตัวรับสาร” เลย ดังที่ศิริพร (2537) ตั้งข้อสังเกตว่า ในอดีตที่ผ่านมา การศึกษานิทานมักเน้นหนักไปที่การวิเคราะห์ “ตัวนิทาน” (ตัวสาร) หรืออย่างมากก็วิเคราะห์สถานการณ์การเล่านิทาน (Story-Telling Events หรือ Performance) เพื่อดูว่าปัจจัยอะไรกำหนดให้นิทานแต่ละสำนวนต่างกัน แต่การวิเคราะห์วิจารณ์นิทานจากปากคำของชาวบ้านผู้ใช้นิทานยังกระทำกันอยู่น้อยมาก การศึกษาผู้ใช้นิทานน่าจะตอบปัญหาเรื่องหน้าที่และบทบาทของนิทานต่อผู้ใช้นิทานและต่อสังคมได้

3. ข้อเสนอเรื่อง “การศึกษาผู้รับสาร” (Audience Study)

ดังนั้นข้อเสนอสำหรับแนวทางใหม่ในการศึกษาสื่อประเพณี / สื่อพื้นบ้านก็คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ 2 ตัวของการสื่อสาร คือ เนื้อหา (Message) และผู้รับสาร (Audience / Receiver)

สำหรับแนวทางการศึกษา “ผู้รับสาร” นั้น ในด้านสื่อมวลชนมีวิธีการศึกษาได้หลายแบบ ซึ่งอาจจะนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการวิเคราะห์การสื่อสารพื้นบ้านได้ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา ฯลฯ การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร จะสามารถบ่งบอกถึงสถานภาพของการสื่อสารหรือภูมิปัญญาพื้นบ้านนั้นว่า มีขอบเขตกว้างขวางเป็นที่นิยมมากน้อยเพียงใด หรือเป็นเพียงการสื่อสารเฉพาะคนกลุ่มเล็ก ๆ ตัวอย่างเช่น จันทรเพ็ญ (2530) ศึกษากลุ่มผู้เปิดฟังเพลงขอในเขตสันกำแพงโดยระบุคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างว่า ต้องเคยฟังมาอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 10 ครั้ง และฟังครั้งสุดท้ายไม่เกิน 1 เดือน ผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ฟังจะมีอายุอยู่ในช่วง 36-55 ปี ซึ่งหมายความว่า เพลงขอเริ่มเป็นเพลงเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่มากกว่าเด็กหรือวัยรุ่น ข้อค้นพบนี้สามารถใช้สรุปทั่วไปได้กับศิลปะการแสดงพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่

3.2 การวิเคราะห์เหตุผลเหตุจูงใจ/แบบแผนการตีความหรือการได้รับข่าวสารของกลุ่มผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องเพลงขอของจันทรเพ็ญ (2530) ที่ได้กล่าวถึงแล้ว ผู้วิจัยพบว่าเหตุผลเหตุจูงใจ 3 ประการในการฟังเพลงขอ กลุ่มแรกคือ บรรดา กลุ่ม “แฟนพันธุ์แท้” ของเพลงขอ ที่ฟังเพราะมีความสนใจ บางคนมีใจรักที่จะศึกษาเพลงขอเป็นพิเศษ เช่น มีการเขียนจดหมายขอใบสมัครเป็นช่างขอ กระบวนการดังกล่าวนี้เป็น

กระบวนการตามธรรมชาติของการสืบทอดศิลปพื้นบ้านที่เป็นช่องทางเสริมเพิ่มเติมจากการฝึกหัดกันภายในครอบครัว / สายตระกูล

■ ส่วนกลุ่มที่สองนั้น มาฟังเพลงขอเพราะชื่นชอบและชอบซึ่ง กลุ่มนี้มีการสื่อสารแบบหลายจังหวะ กล่าวคือเป็นกลุ่มคนที่เคยเป็นผู้รับสารมาก่อน แล้วแปรเปลี่ยนสถานะไปเป็นผู้ส่งสารทีหลัง เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะนำเอาข่าวสารที่รับฟังจากเพลงขอไปถ่ายทอดต่อในหมู่เครือญาติ / ครอบครัว

■ ส่วนกลุ่มสุดท้ายนั้น เป็นกลุ่มที่รับฟังเพียงเพื่อความสนุกสนาน เพียงแต่รู้คุณสมบัติมูลเหตุของใจของผู้รับสารทั้งสามกลุ่มนี้ ก็สามารถจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์วางแผนการทำงานเรื่องการสื่อสารพื้นบ้านได้ เช่น ในเรื่องการสืบทอดฝ่ายผู้ส่งสาร/ศิลปิน กลุ่มผู้รับฟังกลุ่มแรกน่าจะมีศักยภาพมากที่สุด เพราะเป็นผู้มีใจรักอยู่แล้ว ส่วนกลุ่มที่สองนั้นก็เหมาะสมกับสถานะ “ผู้นำทางความคิด” ในระบบการสื่อสารแบบสองจังหวะ (Two-step flow of Information) และจากผู้วิจัยสนใจเรื่องการถ่ายทอดเนื้อหาด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้าน ส่วนกลุ่มสุดท้ายจะช่วยให้เป็นกลุ่มที่ให้ feedback ได้อย่างดีเกี่ยวกับลักษณะ “สุนทรีย์ / ความบันเทิง” ที่อยู่ในเพลงขอ เป็นต้น

3.3 การศึกษาผู้รับสารเพื่อดูผลกระทบที่เกิดขึ้น (Impact / Effect Study)

เป้าหมายประการสำคัญของงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ (2530) ในการศึกษาเพลงขอก็คือต้องการจะดูว่าผู้ฟังเพลงสามารถซึมซับเอาเนื้อหาจริยธรรมด้านใดเข้าไปบ้าง มีปัจจัยอะไรมาเกี่ยวข้องกับการซึมซับดังกล่าว การศึกษาวิจัยในลักษณะนี้ก็คือการศึกษาผลกระทบนั่นเอง

จากงานวิจัยของบุญเลิศ (ดูBoonlert,1982) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาผลกระทบ (Effect Study) นั้น เป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาสื่อมวลชนตั้งแต่ยุคแรก ๆ จนถึงปัจจุบัน ในขณะที่การศึกษาสื่อพื้นบ้านมักไม่ค่อยสนใจการศึกษาผู้รับสารดังข้อสังเกตของศิราพร, 2537) ที่ได้กล่าวไปแล้ว) แม้มุมที่เปลี่ยนไปก็มีเพียงจะนิยามหรือมีมุมมองผลกระทบในแง่ไหน เช่น ผลกระทบระยะสั้น / ระยะยาว ผลกระทบทางตรงหรือทางอ้อม เป็นต้น

ในเรื่องการศึกษามวลชนมีข้อสังเกตความแตกต่างระหว่างแนวคิดของสื่อมวลชนกับสื่อพื้นบ้านอยู่ประการหนึ่ง กล่าวคือ การวัดผลกระทบของการเปิดรับสื่อที่มีต่อปัจเจกบุคคลนั้น นักวิชาการด้านสื่อมวลชนมักจะวัดผลกระทบใน 3 ระดับ คือ

ระดับความรู้ / ความเข้าใจ (Knowledge) ระดับทัศนคติ / อารมณ์ความรู้สึก (Attitude) และระดับการกระทำ / พฤติกรรม (Performance) ที่รู้จักกันในสูตรย่อ ๆ ว่า K-A-P และสำหรับลำดับขั้นของ K-A-P นี้ นักสื่อสารมวลชนมักจะจัดวางลำดับขั้นเอาไว้ว่า จะต้องเปิดฉากเริ่มต้นด้วยการให้ความรู้ / ความเข้าใจเสียก่อน (K) หลังจากนั้น ผู้รับสารก็จะค่อย ๆ สร้างทัศนคติ (A) ที่ดี และปิดท้ายด้วยการลงมือกระทำ (P) เช่น การณรงค์ให้ประหยัดพลังงานกับเด็ก ๆ ก็ต้องให้ความรู้เรื่องปัญหาพลังงานกำลังจะหมดไป ให้เด็ก ๆ มีทัศนคติที่ดีต่อการประหยัดพลังงาน และหวังว่าเด็ก ๆ จะกลับไปปฏิบัติ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ผลจากการวิจัยมากมายมักจะพบว่า สูตร K-A-P มักจะใช้ไม่ได้ผล เนื่องจากประสิทธิภาพของสื่อมวลชนนั้นมักจะทำได้แค่ “ให้ความรู้” แต่ “มักไม่ชอบหรือไม่ปฏิบัติตาม” และเกิดจากการ “รู้ทั้ง ๆ ที่รู้ แต่ก็ยังไม่ทำ” ตัวอย่างเช่น การรณรงค์ขนาดใหญ่แบบต่าง ๆ เช่น เมาไม่ขับ เป็นเอดส์ตายลูกเดียว ฯลฯ

สำหรับวิธีการสร้างผลกระทบของการสื่อสารแบบพื้นบ้าน มักจะมีสูตรอีกแบบหนึ่ง กล่าวคือ เริ่มต้นจาก P แล้วเคลื่อนผลกระทบไปที่ A แล้วจึงปิดท้ายด้วย K ตัวอย่างเช่น การปลูกฝังจริยธรรมให้กับเด็ก ๆ วิธีการตามแบบประเพณีมักจะเริ่มต้นด้วยการสอนให้สวดมนต์ให้พระเจ้า (P) หลังจากทำ ๆ ไปแล้ว เด็ก ๆ ก็จะเริ่มมีความรู้สึกที่ดีเวลาได้ไปวัด (A) แล้วจึงเรียนรู้หลักคำสอนของพระพุทธเจ้า (K) ในภายหลัง อย่างไรก็ตามสูตรแบบนี้ก็อาจจะพบปัญหาเดียวกับสูตร K-A-P คือ การเกิดผลกระทบนั้นสลายไปไม่สุดสาย ดังนั้นเด็ก ๆ อาจจะปฏิบัติและอาจจะรู้สึกชื่นชอบ แต่ก็ยังไม่มีความรู้ / ความเข้าใจอย่างถ่องแท้

(4) การศึกษากลุ่มต่าง ๆ ของผู้รับสาร (Mass or Target-group Oriented) เนื่องจากธรรมชาติของสื่อมวลชนมักจะตั้งเป้าหมายการเผยแพร่สารเอาไว้ให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางที่สุดเท่าที่จะทำได้ ที่เรียกว่า “มวลชน” เช่น รายการประเพณเด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี ผู้หญิงก็ดูได้ ผู้ชายก็ดูด้วย หรือรายการที่ดูกันได้ทั้งครอบครัว (ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนคือ ละครโทรทัศน์ เกมโชว์) ในแง่นี้ผู้เขียนไม่แน่ใจว่า สื่อพื้นบ้านจะมีวิธีคิดที่มองกลุ่มผู้รับสารเป็นขนาดใหญ่แบบมวลชนเช่นสื่อมวลชนหรือไม่ หรือกลับมีวิธีคิดที่ตรงกันข้ามว่า การสื่อสารแต่ละประเภทควรจะต้องแบ่ง “กลุ่มผู้รับสาร” เป็นการเฉพาะกลุ่มไป เช่น วงไถชนนั้นเป็นเรื่องของผู้ชาย เพลงกล่อมเด็กก็เป็นเรื่องของเด็ก ๆ เป็นต้น

4. การศึกษา “สื่อ” / “ช่องทาง” (Media / Channel Study)

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในสูตรของสื่อสารมวลชนที่ว่าด้วย S-M-C-R นั้น ในยุคแรก ๆ ของการศึกษาวิจัยมักจะให้ความสนใจกับอิทธิฤทธิ์ของ “ตัวสื่อ” ซึ่งในภาษาอังกฤษใช้คำ 2 คำว่า “Channel กับ Media” และเนื่องจากสื่อมวลชนมีจุดขายที่เด่นชัดคือ เทคโนโลยีด้านตัวสื่อ จึงมุ่งความสนใจที่จะค้นคว้าวิจัยว่า หากจะรณรงค์ให้ชาวบ้าน พาลูกหลานไปฉีดวัคซีน ควรจะเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวผ่าน “สื่อ” อะไร (หนังสือพิมพ์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / วิทยู / โทรทัศน์ / เทปสไลด์ ฯลฯ)

แต่สำหรับในกรณีของการสื่อสารพื้นบ้านนั้น เนื่องจาก “ตัวสื่อ” ของสื่อพื้นบ้านนั้น มิได้วางน้ำหนักอยู่ที่ “เทคโนโลยี” หากแต่เป็น “สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม ประเพณี” ดังนั้น เกณฑ์ (Categories) ที่จะนำมาใช้ศึกษาวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านในแง่ของ “สื่อ / ช่องทาง” นี้จึงอาจต้องปรับเปลี่ยนไป ในที่นี้ขอนำเสนอตัวอย่างในการวิเคราะห์ “สื่อ / ช่องทาง” ของการสื่อสารพื้นบ้านดังนี้

4.1 เกณฑ์เรื่อง “กาละ / เทศะ” สำหรับการสื่อสาร สำหรับสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยู โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีมิติธุรกิจเกี่ยวข้องนั้น เกณฑ์สำคัญสำหรับการสื่อสาร (เช่น การวางแผนรายการของวิทยู / โทรทัศน์) มักจะเป็นเรื่องของรายได้ / เงินทองเป็นสำคัญ (ที่เรารู้จักในเรื่องของ “Rating”) โดยอาจจะมิเกณฑ์อื่น ๆ เช่น จังหวะของชีวิตประจำวัน (ช่วงเช้าก็ควรเป็นรายการข่าวรับอรุณ กลางคืนก็ควรเป็นเพลงกล่อมนิทรา) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

แต่สำหรับเรื่องเกณฑ์ เรื่อง “กาละ / เทศะ” สำหรับการสื่อสารพื้นบ้านนั้นจะมีลักษณะพิเศษที่ต้องศึกษาค้นคว้ากันใหม่ อย่างไรก็ตามเท่าที่เรารู้สังเกตได้ก็คือ การสื่อสารพื้นบ้านจะแยกกาละ / เทศะ ในการสื่อสารโดยใช้เรื่อง “ทางโลก / ทางธรรม” (Secular / Sacred) เป็นเกณฑ์สำคัญ ดังนั้นการแสดงบางอย่างจะต้องเล่นเมื่อมีเทศกาล / มีการประกอบพิธีกรรมเท่านั้น แต่การแสดงบางอย่างก็เล่นได้ในหลายโอกาส จันทรเพ็ญ (2530) สสำรวจวาระโอกาส (ในภาษาของการสื่อสาร คือ ช่องทาง) ที่จะเล่นขอและพบว่า

- มีช่องทางที่หลากหลายดังนี้
- ขอเมื่อมีการพบปะสังสรรค์
- ขอเมื่อมีงานเทศกาลของส่วนรวม
- ขอเมื่อมีกิจกรรมรวมหมู่ (ซึ่งสามารถเอามาประยุกต์ในงานพัฒนาได้)

- ขอเมื่อมีพิธีกรรมส่วนตัว เช่น ขึ้นบ้านใหม่ บวชลูกแก้ว
- ขอเพื่อการแข่งขัน (อันมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาขีดความสามารถ / ฝีมือของศิลปิน)
- ขอเพื่ออัดเทปจำหน่าย / อัดเทปออกวิทยุ / โทรทัศน์ (เป็นการขยายช่องทางเผยแพร่ให้กว้างขวางขึ้น)

การวิเคราะห์เรื่องช่องทางการสื่อสารนั้นจะช่วยนำไปสู่คำตอบหลายประการที่เกี่ยวกับการสื่อสารพื้นบ้าน เช่น เรื่องการสืบทอดหรือความยั่งยืนยาวนาน กล่าวคือ การสื่อสารที่มีช่องทางน้อย มีกฎ กติการายาทสูงมากเกี่ยวกับกาลเทศะในการเผยแพร่ ก็จะมีโอกาสสูญสลายไปได้ง่าย ดังที่ปรากฏว่า การแสดงที่ผูกติดอยู่กับพิธีกรรมจะสูญหายได้ง่ายกว่าการแสดงเพื่อความบันเทิง หรืออาจจะตอบคำถามเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตซ้ำของการสื่อสาร ดังตัวอย่างเพลงข่อยที่ยกมาข้างต้น ได้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารประเภทนี้ได้ใช้ทั้งช่องทางแบบประเพณี และยังเปิดช่องทางใหม่ด้านสื่อมวลชนอีกด้วย

มีงานวิจัยบางชิ้นที่แสดงให้เห็นช่องทาง / โอกาส / ข้อจำกัดของการเปิดช่องทางใหม่ ๆ สำหรับการเผยแพร่ภูมิปัญญาพื้นบ้านให้กว้างขวางขึ้น เช่น อรุณมาศ (2540) ศึกษาบทบาทของสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ลำปาง กับการส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชาวบ้านล้านนา ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าจะมีผู้ทางนำเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านเข้าไปเผยแพร่ผ่านช่องทางใหม่คือสื่อโทรทัศน์ในรายการประเภทต่าง ๆ เช่น ศิลปินหรรษา กำเมืองกำฝรั่ง ของฮักของหวง ฯลฯ แต่ทว่าบรรดารายการเหล่านี้ก็มักจะมียุ่ส้นไม่ยาวนาน อันเนื่องมาจากการขาดนโยบายที่ต่อเนื่อง ส่วนข้อจำกัดของช่องทางสาธารณะเช่นนี้ก็คือ บทบาทหลักของโทรทัศน์ท้องถิ่นยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่ไหลจากส่วนกลางมาสู่ท้องถิ่น มากกว่าจะเป็นการไหลเวียนของข่าวสารท้องถิ่นเอง หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นโทรทัศน์ที่ “ตั้งอยู่” ในท้องถิ่น แต่ยังไม่ได้เป็นโทรทัศน์ “ของ” ท้องถิ่น

อีกแง่มุมหนึ่งที่ผู้เขียนได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับมิติ กาละ/เทศะ ของการสื่อสาร ผู้เขียนสังเกตว่า ระหว่างมิติพื้นฐาน 2 อย่าง คือ กาลและเทศะนั้น สื่อมวลชนและสื่อพื้นบ้านมักจะมีจุดเน้นที่แตกต่างกัน สำหรับสื่อมวลชนสมัยใหม่จะเน้นเป้าหมายของการเผยแพร่อยู่ที่มิติพื้นที่ กล่าวคือ ต้องการจะครอบคลุมพื้นที่การแพร่กระจายให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการขยายรัศมีการเผยแพร่ของวิทยุ / โทรทัศน์ การขยายสาขาของหนังสือพิมพ์ การจำหน่ายแผ่นเสียงให้ได้ล้านแผ่น การฉายหนังฮอลลีวู้ดพร้อมกันทั่วโลก

(ขยายตลาด) แต่ทว่าสื่อพื้นบ้านกลับเน้นเป้าหมายการเผยแพร่อยู่ที่มีเวลา กล่าวคือ อยากจะให้เพลงพื้นบ้านนั้นสืบทอดต่อไปจนถึงลูกถึงหลาน หรือเป็นบทประพันธ์อมตะ เป็นต้น มีข้อที่ชวนท้อทว่า จำเป็นหรือไม่ที่การสื่อสารจะต้อง “รักที่เสียดายน้อง” หรือ “ได้อย่างเสียอย่าง” เช่นนี้เสมอไป จะมีทางที่จะ “ได้ดีทีเดียวเสียทั้งคู่” ได้หรือไม่

4.2 การใช้แนวคิดเรื่อง “สัมพันธ์บท/การถ่ายโยงเนื้อหา” (Intertextuality) มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ แนวคิดเรื่อง Intertextuality จะถือว่าผลงานสื่อ / ศิลปะชิ้นหนึ่ง ๆ เป็นตัวบท (Text) ที่สามารถถ่ายโยงเนื้อหาไปยัง “ตัวบท” อื่น ๆ ที่อาจจะอยู่ในสื่อประเภทอื่น ๆ แนวคิดนี้มีต้นกำเนิดมาจากแนวคิดที่ว่า “ศิลปะต่างส่องทางให้แก่กัน” ตัวอย่างเช่น จากการเห็นรูปวาด (ตัวบท 1) ของ อ.เทพศิริ สุขโสภา อาจเป็นแรงบันดาลใจให้คุณเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ นำไปแต่งกลอนบรรยายภาพ (ตัวบท 2) และบทกวีดังกล่าวก็ถูกคุณสุจิตต์ วงษ์เทศ นำมาขับเป็นเสภา (ตัวบท 3) ในด้านสื่อมวลชนมีตัวอย่างดังกล่าวมากมาย เช่น จากนวนิยายเรื่อง “คู่กรรม” ของทมยันตี ที่ถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ แล้วถูกนำมาสร้างเป็นละครโทรทัศน์อีกชิ้นหนึ่ง

ในกรณีของการสื่อสารพื้นบ้านก็มีปรากฏการณ์ของ Intertextuality เกิดขึ้นเช่นเดียวกัน เช่นการนำเอาบทประพันธ์จากวรรณกรรมมาร้องเล่นเป็นการแสดง เช่น จันทรเพ็ญ (2530) พบว่า เพลงขอจำนวนหนึ่งเอาเนื้อหาจากวรรณกรรมพื้นบ้าน เช่น เรื่องหงส์หิน การศึกษาเรื่อง Intertextuality นี้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องความแพร่หลายและการสืบทอดสื่อพื้นบ้านดังที่กล่าวมา กล่าวคือ หากยังมีการถ่ายโยงเนื้อหาผ่านสื่อประเภทต่างๆ มากเท่าไร ความแพร่หลายและการสืบทอดก็ยังมีมากขึ้นเท่านั้น เช่น นวนิยายเรื่อง ไต หากมีการนำไปแสดงเป็นละครโทรทัศน์ ก็จะมียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

4.3 ข้อคิดเรื่องรูปแบบของวัฒนธรรมการสื่อสาร ในสาขาวิชาประวัติศาสตร์ นักวิชาการเช่น W.Ong (1982) ก็ได้จัดแบ่งประเภทวัฒนธรรมของการสื่อสารออกเป็น 4 ยุคใหญ่ ๆ คือ วัฒนธรรมมุขปาฐะ (Oral Culture) วัฒนธรรมการเขียน (Writing Culture) วัฒนธรรมการพิมพ์ (Print Culture) และวัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Culture) โดยที่วัฒนธรรมแต่ละชนิดนี้ต่างมีคุณลักษณะ (attribute) ที่เฉพาะตัวแตกต่างกัน รูปแบบของวัฒนธรรมการสื่อสารจึงเป็นอีกเกณฑ์หนึ่งที่ต้องนำมาร่วมพิจารณาในการวิเคราะห์ การสื่อสารพื้นบ้าน (ดูรายละเอียดใน กาญจนา, 2544, บทที่ 2 และดู มณี พยอมยงค์, ประคอง นิมนานเหมินทร์, วรรณกรรมล้านนาเล่ม 2, 2527)

5. การศึกษาเนื้อหาสาร (Message Study)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การศึกษาเนื้อหาสารนั้นมีใช้แลกเปลี่ยนหน้าของการศึกษาสื่อพื้นบ้าน ในทางตรงข้ามกลับเป็นผู้ที่คุ้นเคยอย่างยิ่ง เนื่องจากการศึกษาการสื่อสารพื้นบ้านที่ผ่านมามีการวิเคราะห์เนื้อหาสารอย่างมากมาย ในที่นี้จึงจะขอประมวลวิธีการศึกษาดังกล่าว เพื่อตอบคำถามว่า เราศึกษาเนื้อหาสารของสื่อพื้นบ้านไปเพื่อตอบคำถามอะไรได้บ้าง

5.1 ศึกษาเนื้อหาเพื่อสะท้อนให้เห็นโครงสร้างของสังคม เริ่มตั้งแต่มิติด้านรูปธรรมที่มองเห็นได้ง่าย ๆ ว่า ชนบทไทยในอดีตเป็นสังคมเกษตรที่ปลูกข้าว พิธีกรรมความเชื่อ ภาษิต พงศาวดาร นิทานสอนใจต่าง ๆ ก็ย่อมจะเกี่ยวข้องกับเรื่อง “ข้าว” เช่น พิธีเรียกขวัญข้าวในภาคเหนือไปจนกระทั่งถึงเรื่องที่สะท้อนแต่แฝงเร้น เช่น C.Geertz (1973) ได้วิเคราะห์ห้วงชนไกในบาหลี และพบว่าโครงสร้างของวงล้อมคนดูนั้นมีได้เป็นไปอย่างไรระเบียบ หากแต่มีการจัดระเบียบที่เป็นรูปจำลองของโครงสร้างสถานภาพของสังคมใหญ่ ๆ คือ คนมีสถานภาพสูงจะอยู่ใน กลุ่มคนที่มีสถานภาพต่ำจะอยู่นอก (เหมือนการจัดที่นั่งในโบสถ์ของคนเหนือ) การศึกษาเนื้อหาที่มองทะลุย้อนกลับไปโครงสร้างสังคมนี้เป็นแนวทางที่เรียกว่า Reflection Theory

5.2 การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อเพื่อตอบคำถามเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อสังคม อันเป็นแนวทางของสำนักคิดกลุ่มหน้าที่นิยม (Functionalism) ตัวอย่างเช่น ศีราพร (2537) วิเคราะห์เนื้อหาของนิทานจักร ๆ วงศ์ ๆ ของไทย และพบว่ามีแบบแผนหลักของเนื้อหา คือ “เรียนวิชา ข่ายักษ์ ลักนาง” ที่สะท้อนให้เห็นความขัดแย้งภายในครอบครัวระหว่างพ่อตากับลูกเขย วิธีการดำเนินเรื่องของนิทานจักร ๆ วงศ์ ๆ นั้นจะแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งดังกล่าวด้วยความเฉียบขาด กล่าวคือ ต้องตายกันไปข้างใดข้างหนึ่ง โดยที่บางเรื่องก็จะให้ลูกเขยตาย บางเรื่องก็จะให้พ่อตตาย ซึ่งเท่ากับว่าเนื้อหาของนิทานดังกล่าวทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่หยิบยื่นสถานการณ์ที่พึงพอใจให้แก่ผู้ฟัง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องหน้าที่บทบาทของสื่อต่อสังคมนั้น วิธีการศึกษาโดยวิเคราะห์แต่เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียว อาจเป็นวิธีการที่สุ่มเสี่ยงต่อการสรุปผลที่เป็นจริงพอสมควร ดังที่ปราณี (2525) ที่ศึกษาหน้าที่ของเพลงที่มีต่อสังคม โดยที่ตามหลักการทฤษฎีแล้ว เพลงจะมีหน้าที่ทางสังคมหลายประการ เช่น ทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคม ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดของจิตใจ เป็นตัวแทนของระบบสัญลักษณ์ เป็นเครื่องมือควบคุมสังคม อย่างไรก็ตาม หลังจากศึกษา “เพลงพื้นบ้าน” ประเภทต่าง ๆ

ที่บ้านบ้านเก่า จ.สุโขทัย ซึ่งมีทั้งเพลงพิธีกรรม เพลงร้องเล่นและเพลงกล่อมเด็ก ผู้วิจัยได้สรุปตอนท้ายว่า ในปัจจุบันนี้ เพลงที่วิเคราะห์หานั้นมิได้มีบทบาทใด ๆ ต่อชุมชนเมืองเก่าเลย นอกจากเป็นเครื่องระลึกถึงอดีตของคนเฒ่าคนแก่บางกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากคนในชุมชนปัจจุบันน่าจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาของเพลงสมัยใหม่จากสื่อมวลชนมากกว่า การวิเคราะห์วัฒนธรรมแต่เพียงด้านใดด้านหนึ่ง จึงอาจจะไม่เป็นการเพียงพอ

5.3 การวิเคราะห์เนื้อหาในแนวทางสัญวิทยาเพื่อให้เข้าใจถึงความหมายและวิธีคิดที่อยู่เบื้องหลัง ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคปัจจุบัน จะให้ความสนใจที่จะพิจารณาว่า ทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความหมายอยู่เบื้องหลัง (กล่าวคือ แหวนวงหนึ่งมิได้เป็นแค่แหวนวงหนึ่งเท่านั้น หากแต่เป็นประจักษ์เครื่องหมายแทนความผูกพัน ฯลฯ) จะถือว่าเป็น “สัญลักษณ์” ทั้งสิ้น และหน้าที่ของการวิเคราะห์ก็คือการเจาะลึกเข้าไปดูความหมายที่อยู่เบื้องหลังสัญลักษณ์เหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การสร้างตัวละคร การสร้างฉาก การสร้างแก่นเรื่อง การกำหนดจุดจบของเรื่อง เป็นต้น

สุรสิงห์สาร์รวม (2527) กล่าวถึงรูปแบบของวรรณกรรมอีกแบบหนึ่งที่อยู่ระหว่างวรรณกรรมมุขปาฐะกับวรรณกรรมลายลักษณ์ ที่เรียกว่า วรรณกรรมสัญลักษณ์หรือวรรณกรรมเย็บ ซึ่งก็คือ “สัญลักษณ์” ชนิดหนึ่งนั่นเอง ตัวอย่างของสัญลักษณ์เหล่านี้ก็เช่น ในพิธีการสืบชะตาจะมีเครื่องประกอบพิธีอยู่หลายอย่างเช่น ผ้าขาวม้าแดงบูชาครู “ผ้าขาวม้าแดง” นั้นเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายอะไร (จะบูชาครูด้วยวิญญาณและเลือดเนื้อใช้หรือไม่) การใช้ไม้ค้ำโพธิ์ หมายถึง การพยายามที่จะค้ำชะตาชีวิตที่กำลังจะโคลนล้มเอาไว้ การจุดเทียนยาวเท่าตัวของผู้สืบชะตาหมายถึงการชำระและให้กำลังใจชีวิต เป็นต้น

จากความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในสัญลักษณ์ต่าง ๆ นั้น หากเจาะทะลุลงไปให้ลึกยิ่งขึ้นก็จะมองเห็น “วิธีคิด” ของคนในชุมชนนั้น ตัวอย่างเช่น คำภาซิดที่ว่า “อย่าตืนต่าอย่าทำตนสูง” หรือ ภูมิปัญญาด้านการบริหารจัดการแบบพื้นบ้านก็คือ “นอนสูงให้นอนค่ว นอนต่ำให้นอนหงาย” ภายใต้ประโยคเหล่านี้มีวิธีคิดที่เป็นภูมิปัญญาแบบพื้นบ้านแอบซ่อนอยู่ และการวิเคราะห์แนวทางสัญวิทยาจะถอดรหัสความหมายออกมา

สำหรับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์สมัยใหม่ จะสนใจวิธีการสร้างความหมายโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Narration) โดยที่จะต้องดูว่าในการเล่าเรื่องนั้นเล่ามาจากจุดยืนของใคร (Standpoint of Narrator) มีการเปิดฉากอย่างไร มีการพัฒนาความขัดแย้งอย่างไร ประเภทของความขัดแย้งเป็นอย่างไร มีวิธีการ / ใครเป็นผู้คลี่ความขัดแย้ง

ตอนจบของเรื่องเป็นอย่างไร ฯลฯ เนื่องจากวิธีในการเล่าเรื่องดังที่กล่าวมานี้จะเป็นตัวสร้างความหมายให้แก่เนื้อหา (สนใจโปรดดูบลูร์ตัน, 2537)

5.4 การศึกษาเนื้อหาด้วยวิธีการเชิงปริมาณ สำหรับหลักการวิเคราะห์เนื้อหาที่กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นนั้น มักจะมีวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ มีการหยิบยกเอาวรรณกรรมนิทาน หรือเพลงพื้นบ้านจำนวนไม่มากนักมาวิเคราะห์ดูความหมาย และนอกเหนือจากการศึกษาในแนวคุณภาพดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการศึกษาเนื้อหาสื่อพื้นบ้านด้วยวิธีการแบบสังคมศาสตร์เชิงปริมาณ

ตัวอย่างเช่น พรพิไล (2539) ได้สำรวจเนื้อหาเพลงคำเมืองที่มีอยู่ทั้งหมดในช่วงเดือน ม.ค. - ธ.ค. 2537 เพื่อจะวิเคราะห์ประเภทของเนื้อหาในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ มีการหยิบยกเอาวรรณกรรมนิทานหรือเพลงพื้นบ้านจำนวนไม่มากนักมาวิเคราะห์ดูความหมาย และนอกเหนือจากการศึกษาในแนวคุณภาพดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการศึกษาเนื้อหาสื่อพื้นบ้านด้วยวิธีการแบบสังคมศาสตร์เชิงปริมาณ

- เนื้อหาที่มีมากที่สุด คือ ค่านิยม และค่านิยมที่มีมากที่สุดคือค่านิยมด้านพุทธศาสนา

- เนื้อหาที่มีในระดับกลาง ได้แก่ อาหาร อาชีพ การแต่งกาย ความรู้
- เนื้อหาที่มีน้อยที่สุด คือ เรื่องประเพณี

จากปริมาณที่กล่าวมานี้ เราสามารถจะนำมาอนุมาน / ตีความ / วิเคราะห์ได้ว่า สื่อเพลงคำเมืองมีที่ทางอยู่ตรงไหนของวรรณกรรมล้านนา เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องการถอดความหมายและวิธีคิดออกจากเนื้อหาสื่อ นั้น มีข้อเตือนใจที่พึงระมัดระวังอยู่ 2 ประการ ประการแรก ในขณะที่เข้าไปถอดความหมายและวิธีคิดออกมาจากชาวบ้านนั้น ตัวนักวิจัยเองก็จะมีระบบความหมายและวิธีคิดอยู่อย่างหนึ่ง ดังนั้นในท่ามกลางกระบวนการการศึกษาวิจัยจึงอาจเป็นการพบกันระหว่าง 2 ระบบวัฒนธรรม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุด คือ คำว่า “ผี” ในทัศนะของคนรุ่นใหม่ คำว่า “ผี” เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไสยศาสตร์ ไม่เป็นวิทยาศาสตร์ และมักจะมี ความหมายติดไปทางลบ (เป็นพวกผีร้าย) แต่ในระบบความหมายของชาวบ้าน ขอบเขตของ “ผี” นั้น ครอบคลุมอย่างกว้างขวางมาก โดยอาจจะรวมทั้งผีดีและผีร้าย ผีบรรพบุรุษ ผีคุ้มครอง โดยที่อาจจะหมายถึงจิตวิญญาณ Spirit ขวัญ ฯลฯ

ประการที่สอง ในการวิเคราะห์ความหมายนั้น ส่วนใหญ่แล้ว สัญลักษณ์หนึ่ง ๆ มักจะมีอยู่หลายความหมาย ตัวอย่างเช่น เมื่อวิเคราะห์เนื้อเพลงที่พรรณนาถึง “ผู้หญิง” ซึ่งกล่าวว่าผู้หญิงเป็นดอกไม้ เป็นยาพิษ เป็นมิตรแท้ เป็นมิดคม เป็นยาชูกำลังใจ เป็นศัตรูกับพรหมจรรย์ ฯลฯ แต่ในท่ามกลางความหมายที่หลากหลายนี้ จะมีการเรียงตัวของความหมายต่าง ๆ เอาไว้เป็นลำดับชั้น และจะมีความหมายหนึ่งที่สถาปนาตัวเองเป็น “ความหมายหลัก” (Dominant Meaning) และนอกจากนั้น ความหมายเหล่านี้ก็ยังมีลักษณะพลวัต (Dynamic) เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งการเพิ่มเติมความหมายใหม่ หรือการเลื่อนอันดับขึ้นลง ดังนั้นในการวิเคราะห์ จะต้องให้น้ำหนัก (Weighing) เพื่อวาดภาพลำดับชั้นของความหมายออกมาด้วย หากเราวิเคราะห์ความหมายทั้งหมดออกมาเป็นแถวตรงเรียงหน้ากระดาน ก็จะไม่มีความหมายเลย

6. การศึกษาผู้ส่งสาร (Sender Study)

ในการศึกษาผู้ส่งสารนั้น แม้แต่ในแวดวงการสื่อสารสมัยใหม่ เช่น สื่อมวลชน ก็มักไม่ค่อยมีธรรมเนียมศึกษากันมากนัก และเมื่อเข้าไปดูสื่อพื้นบ้านก็อาจจะยิ่งมีน้อยลงไปยิ่งกว่า เนื่องจากธรรมชาติบางประการของตัวสื่อพื้นบ้านเอง เช่น การที่ไม่มีผู้ประกาศตัวว่าเป็นเจ้าของผลงานสื่อ (เช่น นิทานพื้นบ้าน เพลงพื้นบ้าน ฯลฯ มักไม่ปรากฏผู้แต่ง) ในที่นี้จึงจะขอเสนอตัวอย่างและแนวทางการศึกษาผู้ส่งสาร

6.1 การศึกษาประวัติความเป็นมาของผู้ส่งสารระดับปัจเจกบุคคล ตัวอย่างเช่น การสัมภาษณ์แม่เพลงพื้นบ้านของ ปราณี (2525) ในงานวิจัยเพลงพื้นบ้าน จ.สุโขทัยที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแรงจูงใจที่จะมาเป็นผู้ส่งสาร (เช่น มีใจรักหรือเกิดอยู่ในแวดวง) แหล่งอบรมบ่มเพาะความรู้การส่งสารในขั้นตอนต่าง ๆ ของชีวิต ประสบการณ์วิชาชีพ และจบลงด้วยประสบการณ์การถ่ายทอดความรู้ให้ศิษย์รุ่นหลัง ฯลฯ การศึกษาผู้ส่งสารในลักษณะนี้ยังมองหน่วยการวิเคราะห์เป็นปัจเจกบุคคล และยังสามารถนำเอาเกณฑ์ต่าง ๆ จากงานศึกษาสื่อมวลชนมาใช้ขยายขยายแนวทางการวิเคราะห์ต่อไปได้ เช่น อุดมการณ์ทางวิชาชีพ การสร้างสรรค์ การพัฒนาขีดความสามารถ ฯลฯ

6.2 การศึกษาผู้ส่งสารในแง่สถาบัน สำหรับการศึกษาด้านสื่อมวลชน ซึ่งมีการทำงานรวมหมู่ในลักษณะเป็นองค์กรและต้องเป็นสถาบันที่อยู่ใต้กฎเกณฑ์ของสังคม (เช่น สื่อมวลชนต้องทำงานอยู่ใต้กฎหมาย) ในขณะที่ขอบเขตพื้นที่สาธารณะของสื่อ

พื้นบ้านอาจจะคับแคบกว่า แต่ผู้เขียนเข้าใจว่า สื่อพื้นบ้านก็เป็นสถาบันหนึ่งของชุมชนเช่นกัน

การศึกษาผู้ส่งสารของสื่อพื้นบ้านในเชิงสถาบัน อาจจะดัดแปลงให้เข้ากับธรรมชาติของสื่อพื้นบ้าน คือ การศึกษาประวัติความเป็นมาของสื่อแต่ละชนิด ตัวอย่างเช่น จันทรเพ็ญ (2530) ศึกษาประวัติความเป็นมาของเพลงขอและพบว่ามีที่มาจาก 2 แห่ง ทั้งทางธรรมและทางโลก Version แรกของการอธิบายกำเนิดของเพลงขอก็คือ พระอรหันต์ดำรงจะสอนธรรมให้แก่ประชาชน และได้ค้นคิดหาวิธีให้จดจำได้ ก็เลยเขียนเป็นถ้อยคำให้คล้องจองกัน (Version ทางธรรม) อีก Version หนึ่งเน้นเรื่องความรักของหนุ่มสาว โดยเล่าว่า มีหญิงสาวมานั่งรำพันความในใจข้างห้วยธาร ฝ่ายชายหนุ่มมาได้ยินเข้า ก็เลยร้องโต้ตอบ แล้วกลายมาเป็นความรักจนได้แต่งงานกัน ต่อมาเมื่อโรจนาลึกตัวเมียไปเรียกค่าไถ่ สามจึงต้องเดินทางไปร้องเพลงหาเงินมาไถ่ภรรยา ชาวบ้านที่ได้ฟังเพลงขอพรรณนาความรักของสามีก็นั่งจำเอาไปร้องบ้าง จนกลายเพลงขอขึ้นมา (Version ทางโลก)

6.3 การศึกษากระบวนการปรับตัวของผู้ส่งสาร ตัวอย่างงานศึกษากระบวนการปรับตัวของผู้ส่งสารในระบบสื่อพื้นบ้าน ได้แก่ งานของ สัมฤทธิ์ (2534) ที่สำรวจความตระหนักของช่างขอว่าตนเองมีฐานะเป็นนักพัฒนาที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์จริยสังคมในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ใช้งานศิลปะการแสดงเพื่อปลูกสำนึกเรื่องการวางแผนครอบครัว อนุรักษ์ป่าไม้ รมรงค์การรู้หนังสือ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาคำตอบความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักกับการสร้างสรรค์ผลงาน และวิเคราะห์หาว่าตัวแปรอะไรบ้างที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับความตระหนักดังกล่าว แนวทางการวิจัยในทำนองนี้อาจขยายมาถึงการตระหนักในงานของศิลปินเอง

สำหรับหัวข้อการศึกษาผู้ส่งสารที่ยังมีการศึกษาอยู่น้อยมากในเพลงสื่อพื้นบ้าน แต่มีการศึกษาอยู่ค่อนข้างมากในสื่อมวลชน คือ กระบวนการผลิตและกลยุทธต่าง ๆ ในการถ่ายทอดสาร รวมทั้งการพัฒนาปรับปรุงทักษะฝีมือ ความรู้ของศิลปินสื่อพื้นบ้าน เช่น กลยุทธการส่งสารให้มีความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับสาร ซึ่งมักจะพบว่า ผู้ส่งสารที่จะอบรมสั่งสอนนั้น จะต้องปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างเสียก่อน ซึ่งอาจจะแตกต่างจากแนวคิดของ Presenter ในระบบสื่อมวลชน กล่าวคือ “ต้อง” ทำ “เสียก่อน แล้วจึงค่อย” เทคนิ “ทีหลัง” ซึ่งแนวทางการศึกษาดังกล่าวจะมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดและพัฒนาสื่อพื้นบ้านต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). **การพัฒนาแนววัฒนธรรมชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : สมา
คาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). **สื่อสองวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : มุสิกนิภูมิปัญญา.
- กาญจนา แก้วเทพ. กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) **มองสื่อใหม่
มองสังคมใหม่** คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. คณะนิเทศศาสตร์,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิ่งแก้ว อัครถาวร. (2519). **คติชนวิทยา**. หน่วยศึกษานิเทศน์, กรมการฝึกหัดครู
- จันทร์เพ็ญ ซาติพันธ์. (2530). “การรับข่าวสารด้านจริยธรรมจากสื่อพื้นบ้านประเภท
ขอของประชาชนใน อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนกุล. (2527). “การวิเคราะห์วรรณกรรมลานนา : วรรณกรรม
คำสอน” ใน **วรรณกรรมลานนาเล่ม 2**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่
- ปราณี วงษ์เทศ. (2525). **พื้นบ้านพื้นเมือง**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เจ้าพระยา.
- ศิริพร จิตะฐาน ณ ถลาง. (2537). **ในท้องถิ่นมีนิทานและการละเล่น**. กรุงเทพมหานคร
: สำนักพิมพ์มติชน
- สมฤทธิ์ ลือชัย. (2534). “**ความตระหนักของช่างขอในฐานะนักสื่อสารเพื่อการพัฒนา**”
วิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุรสิงห์สำรวม ฉิมพะเนาว์. (2527). “**ความสัมพันธ์ระหว่างวรรณกรรมลานนา กับสังคม**”
ใน **วรรณกรรมลานนาเล่ม 1**. คณะมนุษยศาสตร์ , มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อรุณมาศ ธาระวานิช. (2540). “**บทบาทของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ลำปาง กับการ
ส่งเสริมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชาวบ้านล้านนา**” วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. (2537). **จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน โครงการ
สื่อเพื่อสันติภาพ** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- Bornlert Supadhiloke. (1982). "Communication Research and Rural Development in Thailand" in Sarath Amunugama & Abdul Rahman Mohd Said (eds), **Communication Research in Asia**, Asian Mass Communication Research Information Centre.
- Geertz, C. (1973). **The Interpretation of Culture**. New York : Basic Book.
- Lancaster, D. (1977). "The Price of Progress in Thailand" in G. Gerbner (ed) **Mass Media Policies in Changing**. New York : John Wiley Press
- Ong, W.J. (1982). **Orality and Literacy : The Technologizing of the World**, London : Methuen.
- Rawlence, C. (1979). "Political Theatre and the Working Class" in C. Gardner (ed) **Media, Politics and Culture**, London : Macmillan Press.
- Seal, G. (1989). **The Hidden Culture**, Melbourne : Oxford University Press.
- Thompson, J.B. (1995). "Mass Communication and Modern Culture" in O. Boyd-Barrett & C. Newbold (eds) **Approaches to Media**, London : Edward Arnold.