

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การผลักดันให้เกิดสื่อสาธารณะในประเทศต่างๆในโลกมีเป้าหมายสำคัญที่สอดคล้องกัน คือการผลักดันให้สื่อมวลชนได้มีบทบาทในการเป็นพื้นที่สื่อกลางเพื่อสื่อสาร ถ่ายทอดเรื่องราวที่หลากหลาย เป็นประโยชน์และเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อ และใช้พื้นที่ในการสื่อสารทางการเมืองโดยมีการกำหนดกรอบกฎเกณฑ์ในการสร้างสื่อสาธารณะที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับพันธสัญญาของสื่อสาธารณะในการดึงผู้ชมทั่วไปให้มีส่วนร่วมกับการบริหารทางการเมืองที่ใหญ่ขึ้น ตามวัตถุประสงค์พื้นฐานของสื่อสาธารณะคือการสร้างอำนาจให้แก่ผู้ชม โดยการสร้างเวทีถกเถียงและกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ และทำให้กระบวนการทางการเมืองมีความโปร่งใส โดยทำหน้าที่เหมือนสุนัขเฝ้าบ้านทำให้ประชาชนเข้าถึงนโยบายของรัฐบาล และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสาธารณชนในช่องทางต่างๆ (Banerjee, 2006: 106) ซึ่งในประเทศที่มีระบอบการเมืองการปกครองแบบประชาธิปไตยส่วนใหญ่ เช่น สื่อสาธารณะของประเทศอังกฤษ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ล้วนมีสื่อสาธารณะที่เข้มแข็งและมีกลไกในการตรวจสอบติดตามการทำงานและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนรองรับอย่างสมบูรณ์ (จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์, 2546: 12-13)

สำหรับแนวคิดการสร้างสื่อสาธารณะในประเทศไทยนั้น เกิดขึ้นมาควบคู่กับไปแนวคิดการปฏิรูปสื่อซึ่งมีการเคลื่อนไหวตั้งแต่เหตุการณ์ทางการเมือง 6 ตุลาคม 14 ตุลาคม จนกระทั่งเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ ในปี พ.ศ. 2535 โดยมีการยกประเด็นการถูกละเมิด สิทธิ เสรีภาพ และอิสรภาพในการนำเสนอข่าวของนักสื่อสารมวลชน ทำให้นักสื่อสารมวลชนไม่สามารถนำเสนอประเด็นข่าวตรงข้ามกับรัฐบาล หรือคัดค้านกับกลุ่มทุนขนาดใหญ่บนพื้นที่บนสื่อกระแสหลักได้อย่างเต็มที่ สื่อมวลชนบางกลุ่มถูกกันออกจากพื้นที่ข่าวกระแสหลัก และสื่อที่เป็นสื่อทางเลือก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือเว็บไซต์บางแห่งถูกปิด เพราะมาตรการควบคุมเนื้อหารายการ การเสนอข่าวและข้อมูลจากภาครัฐ (กุลวดี หวังดีศิริกุล, 2545: 3) ขณะที่การเติบโตของสื่อพาณิชย์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ภายใต้การบริหารของกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักการเมืองมีการเติบโตขึ้น และครอบครองพื้นที่สื่อกระแสหลัก ทำให้ประชาชนผู้ชมผู้ฟังมีฐานะเป็นผู้บริโภค มากกว่าพลเมือง และมีโอกาสรับข้อมูลข่าวสาร ชมรายการตามผังรายการของสื่อพาณิชย์ที่กำหนดตามสัดส่วนรายได้จากโฆษณา ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด คือกรณีของ

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทิวี่เสรี ซึ่งเกิดขึ้นในรัฐบาลนาย อานันท์ ปันยารชุน ภายหลังเหตุการณ์ พฤษภาทมิฬ พ.ศ. 2535 เนื่องจากในขณะเกิดเหตุการณ์ สื่อโทรทัศน์ฟรีทีวีจำนวน 5 ช่อง มิได้รายงานข่าวเหตุการณ์นองเลือด ตามความเป็นจริง ประกอบกับ มีเสียงเรียกร้องจากประชาชน ให้เปิดดำเนินการสถานีโทรทัศน์เสรี ในระบบยูเอชเอฟ เพื่อให้คนไทยมีโอกาสได้รับรู้ ข่าวสารที่ถูกต้องเป็นกลางอย่างแท้จริง ด้วยพลังประชาสังคมผลักดันให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวีถือกำเนิดจาก คำสั่งของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) ที่เปิดให้เอกชนเช่าสัมปทาน และดำเนินการ ระบบโทรทัศน์ยูเอชเอฟ (นวนนอย ตริรัตน์, 2547: 127) ซึ่งบริษัทที่ชนะการประมูลคือ บริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทิวี่เสรี เริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2539 โดยให้ความสำคัญกับ รายการข่าว และสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อต่อยอดภาพลักษณ์ การเป็น สถานีโทรทัศน์เพื่อข่าวสาร และสาระความรู้ ต่อมาสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้จัดตั้งสถานี เครือข่ายทั้งสิ้น 52 สถานี ซึ่งนับว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มี เครือข่ายมากที่สุด ครอบคลุมจำนวน ประชาชนที่รับชมได้ ประมาณร้อยละ 98 ของประชากรในประเทศไทย มี “หลักการ-เจตนารมณ์” เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า “itv : Independent Television” แปลว่า “สถานีโทรทัศน์เสรี” หรือเรียก กันสั้นๆ ง่ายๆ ว่า “ทิวี่เสรี” แต่ในภายหลังเจตนารมณ์ของทิวี่เสรีเริ่มเปลี่ยนไป จากการแทรกแซงอัน เป็นผลจากการครอบครองและผูกขาดสื่อของบริษัทขนาดใหญ่อย่างชินคอร์ป ซึ่งถือได้ว่าเป็นชน ชั้นนำที่มีอำนาจ (Power Elite) เพราะมีความเกี่ยวข้องกับนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลอย่างเห็นได้ ชัด กลายเป็นบริษัทที่มีทั้งอำนาจทางการเมืองและอำนาจเงินมากพอที่จะปิดปากสื่อ และปิดหูปิด ตาประชาชนได้ อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีแรงต้านจากภายในสถานีโทรทัศน์เอง คือมีกลุ่มขบถไอทีวี เรียกร้องให้หยุดการแทรกแซงตามที่ได้เคยกระทำมาก่อนหน้านี้ในรูปแบบของแถลงการณ์จำนวน 7 ข้อ และเริ่มจัดตั้งสหภาพแรงงานอย่างเป็นระบบแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จและทำให้กลุ่มขบถ ไอทีวีต้องลาออก (ปวิวัติ วลีชาติ, 2549: 54-74)

ต่อมาไอทีวีปรับผังรายการเพิ่มความบันเทิงมากขึ้น และในปี 2547 ได้ร้องยื่นเรื่องต่อ อนุญาโตตุลาการ ขอให้แก้ไขสัญญาสัมปทานสัดส่วนการออกอากาศรายการสาระต่อรายการบันเทิง จากร้อยละ 50 ต่อ 30 เป็นร้อยละ 50 ต่อ 40 และขอลดค่าสัมปทานที่ต้องจ่ายให้รัฐปีละ 1 พันล้านบาทโดยอ้างว่าเอกชนรายอื่นจ่ายต่ำกว่า คณะอนุญาโตตุลาการได้วินิจฉัยชี้ขาดในวันที่ 30 มกราคม 2547 ลดค่าสัมปทานให้สถานีฯ ลง และแก้ไขสัมปทานดังกล่าว (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 174) อย่างไรก็ตาม ในปี 2549 ศาลปกครองและศาลปกครองสูงสุดมีคำ พิพากษาให้เพิกถอนคำสั่งของอนุญาโตตุลาการ ทำให้ ไอทีวีต้องกลับไปดำเนินการในแนวทาง

เดิมพร้อมเสียค่าปรับประมาณ 1 แสนล้านบาท ที่ประชุมกรม.มีมติเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2550 ว่า หากไอทีวีไม่สามารถจ่ายค่าปรับและค่าสัมปทานค้างจ่ายดังกล่าวได้ภายในวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2550 ให้สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีเลิกสัมปทานกับไอทีวี นำมาสู่การเปลี่ยนชื่อเป็น ทีไอทีวีในวันที่ 2 มีนาคม 2550 และยุติการออกอากาศของไอทีวี โดยให้กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการออกอากาศสถานีโทรทัศน์ ทีไอทีวี ในคลื่นความถี่เดิมของไอทีวีแทน การดำเนินการทางกฎหมายสะท้อนให้เห็นความเป็นจริง 2 ประการคือ อำนาจการผูกขาดสัมปทานยังคงอยู่ในมือของรัฐ คลื่นความถี่ไอทีวีสามารถถูกยกเลิกได้โดยมติดังกล่าว ซึ่งหากพิจารณาจากสถานการณ์การเมืองแล้วพบว่า ช่วงที่ชินคอร์ปเข้ามามีอำนาจแทรกแซงไอทีวีเป็นช่วงที่พ.ต.ท. ทักษิณ ฯ ยังเป็นนายกรัฐมนตรีอยู่ การดำเนินการจึงเป็นไปในแนวที่เอื้อประโยชน์ต่อรัฐบาล กระบวนการที่น่าจะพึงพาได้จึงไม่สามารถทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างเต็มที่

จากเปลี่ยนแปลงและพยายามกลับมาสู่จุดกำเนิดของไอทีวี ทำให้เริ่มเกิดแนวคิดใหม่คือสถานีโทรทัศน์สาธารณะขึ้น นำมาสู่มติคณะรัฐมนตรีระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม 2550 ให้แปลงสภาพกิจการทีไอทีวีเป็นทีวีสาธารณะ และเห็นชอบในหลักการร่าง พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ประกอบไปด้วย 60 มาตราเพื่อนำมาบริหาร สถานีโทรทัศน์สาธารณะ ซึ่งหลักการของร่าง พ.ร.บ.ฉบับนี้ คือจะไม่มีโฆษณา และจะเป็นสื่อสาธารณะหลักเพื่อแพร่ภาพสู่ประชาชน (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2551: 2) และสามารถนำมาออกเป็นพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 เมื่อวันที่ 5 มกราคม 2551 และในวันจันทร์ที่ 14 มกราคม พ.ศ.2551 พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ.2551 มีผลบังคับใช้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2551: 1) เป็นเหตุให้สถานีไอทีวีหรือทีไอทีวีต้องยุติการออกอากาศ พร้อมกับ การเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส หรือ สถานีโทรทัศน์สาธารณะแห่งแรกของไทย และในภายหลังเปลี่ยนชื่อเป็น "ทีวีไทย" ภายใต้การดำเนินการขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เรียกโดยย่อว่า "ส.ส.ท." และใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า "Thai Public Broadcasting Service" (TPBS)

การที่ทีวีไทยกำหนดแนวทางการบริหารและผลิตรายการต่างๆ บนพื้นฐานของการเป็นสื่อที่ปราศจากการครอบงำของรัฐและทุน เป็นสื่อที่เป็นกลาง และเป็นพื้นที่สาธารณะนั้น เป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษา เพราะในประวัติศาสตร์ของรายการโทรทัศน์ในประเทศไทยได้มีการผลิตรายการโทรทัศน์ หรือมีความพยายามใช้พื้นที่ของสื่อโทรทัศน์ในการเปิดรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเสนอเรื่องราวปัญหาความขัดแย้งระหว่างประชาชนกับรัฐ หรือกลุ่มทุน เช่น

รายการมอต่างมูม ของบริษัท Watch dog ซึ่งมีลักษณะของการเปิดเวทีสาธารณะให้ประชาชนได้เข้าร่วมรายการและมีส่วนร่วมในการนำเสนอประเด็นอย่างเต็มที่ แต่รายการในลักษณะนี้ถูกปิดไปเนื่องจากการแทรกแซงของอำนาจรัฐและทุน นอกจากนี้ การที่ทีวีไทย เกิดขึ้นภายใต้องค์การที่จัดตั้งขึ้นในบริบททางการเมืองที่ไม่เป็นประชาธิปไตยในขณะนั้น ทำให้เกิดการตั้งข้อสังเกตต่อความเป็นอิสระในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ตลอดจนแนวคิดในการบริหารสื่อที่ส่งเสริมคุณค่าประชาธิปไตย และเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นปัญหาได้

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดการศึกษาวิจัย เรื่อง “บทบาทขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองผ่านรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง” เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสื่อสาธารณะและพื้นที่สาธารณะทางการเมืองผ่านสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย ซึ่งการเลือกศึกษาเฉพาะรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง เนื่องจากเป็นรายการที่มีเป้าหมายชัดเจนในการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการผลิตรายการ การกำหนดประเด็นและมุ่งหวังให้ผลการออกอากาศได้สร้างการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบาย หรือสร้างการตื่นตัวการในการมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน ซึ่งผู้วิจัยหวังว่า ผลการศึกษาจะก่อให้เกิดประโยชน์และเป็นการปูทางสำหรับศึกษาต่อยอดในด้านการส่งเสริมบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างพื้นที่สาธารณะในสังคมประชาธิปไตยให้เกิดขึ้นในสังคมไทยได้

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษากระบวนการสร้างสื่อสาธารณะและเจตนารมณ์ขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
2. วิเคราะห์กระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองให้แก่ประชาชนผ่านรายการเวทีสาธารณะ และรายการนักข่าวพลเมือง
3. ศึกษาผลของการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองในรายการเวทีสาธารณะและรายการนักข่าวพลเมืองที่มีต่อกระบวนการเคลื่อนไหวของประชาชน

1.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเรื่องบทบาทขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองแก่ประชาชนผ่านรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยมีจุดมุ่งหมาย

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองและผลที่เกิดขึ้นต่อการเคลื่อนไหวทางการเมืองของประชาชน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลเอกสาร, เทปบันทึกรายการ, เอกสารที่เกี่ยวข้อง เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมทั้งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) และการพูดคุยกับผู้มีส่วนร่วมในการผลิตรายการรวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

แหล่งข้อมูลด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมประเด็นที่น่าสนใจในรายการนักข่าวพลเมืองและรายการเวทีสาธารณะในช่วง 2 ปีแรกของการแพร่ภาพทางทีวีไทย แบ่งเป็น

รายการเวทีสาธารณะ

ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2551 ถึง 31 มกราคม 2553 ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 14.00 น. ถึง 15.00 น. รวม 88 ตอน

รายการนักข่าวพลเมือง

ตั้งแต่วันที่ 2 มิถุนายน 2551 ถึง 31 มกราคม 2553 โดยในช่วงปี 2551 ออกอากาศทุกวัน เวลา 21.00 น. ในรายการที่นี้...ทีวีไทย วันละ 3 นาที และหลังจากนั้นเพิ่มเวลาออกอากาศในช่วงรายการข่าวเช้า กลางวัน และข่าวค่ำ รวม 298 ตอน

จากนั้น ผู้วิจัยนำเทปรายการทั้งหมด มาจัดกลุ่มประเด็น โดยมีเกณฑ์การจัดกลุ่มพิจารณาจากเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1) ประเด็นหลักที่น่าสนใจในเนื้อหารายการแต่ละตอน
- 2) เป้าหมายของการเสนอประเด็นดังกล่าว เพื่อให้เกิดผลในด้านใด

นอกจากการพิจารณาตามเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยยังได้กำหนดเกณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตรายการทั้งสอง สามารถจัดกลุ่มประเด็นเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความไม่เป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากรและความขัดแย้งในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่

เป็นการนำเสนอปัญหาในด้านการจัดการทรัพยากรของชุมชนต่างๆ ที่มีปัญหาระหว่างวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดั้งเดิม กับกฎระเบียบของทางราชการแบบใหม่ ทำให้เกิดความขัดแย้ง เป็นประเด็นเกี่ยวกับการอ้างสิทธิที่ต่างกันระหว่างถิ่นที่อยู่ของคนพื้นถิ่น และมุมมองของทางราชการที่เห็นว่าเป็นพื้นที่ของคนส่วนรวม และยักรวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ความเห็นระหว่างรัฐและชาวบ้านไม่ตรงกัน การนำเสนอประเด็นนี้เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนภาคประชาชน เป็น

การแสดงความกังวลถึงผลการดำเนินการตามแผนการพัฒนา ซึ่งกลุ่มผู้ขับเคลื่อนหรือผู้ร่วมรายการเป็นกลุ่มที่ร่วมคัดค้านโครงการขนาดใหญ่ โดยเฉพาะการก่อสร้างนิคมอุตสาหกรรมและโรงไฟฟ้า

กลุ่มที่ 2 กลุ่มชาติพันธุ์

การนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเน้นประเด็นไปที่การเข้าถึงสิทธิพลเมือง และการส่งเสริมให้มีการยอมรับในอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น กรณีการขอสัญชาติไทย การใช้สิทธิในการเลือกตั้ง การเข้าถึงสิทธิพื้นฐานในฐานะพลเมืองของประเทศ ซึ่งกลุ่มชาติพันธุ์เป็นกลุ่มที่มีปัญหาการเข้าถึงสิทธิดังกล่าว โดยการนำเสนอประเด็นข้อนี้ มีทั้งการนำเสนอโดยตรง และเล่าเรื่องทางอ้อม เช่น การนำเสนอผ่านเรื่องราววิถีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้ชมผู้ฟังเห็นความเชื่อมโยง หรือความสำคัญ และยอมรับในสิทธิพลเมืองของคนกลุ่มชาติพันธุ์

กลุ่มที่ 3 ประเด็นสังคมและชุมชน

เป็นการนำเสนอเรื่องราว กิจกรรม หรือปัญหาด้านสังคมที่เกิดขึ้นในชุมชนต่างๆ หรือในระดับประเทศ

กลุ่มที่ 4 การส่งเสริมประชาธิปไตย เป็นการนำเสนอประเด็นการส่งเสริมประชาธิปไตยท้องถิ่นเช่นการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือการสร้างกระบวนการสันติวิธีเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง รวมถึงการนำเสนอมุมมองทางการเมืองของเยาวชน

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มประเด็นที่นำเสนอในทั้งสองรายการเป็น 4 กลุ่มแล้ว ผู้วิจัยได้เลือก 3 กรณีศึกษาที่มีการนำเสนอต่อเนื่องมากที่สุด และครอบคลุมการนำเสนอทั้ง 4 กลุ่มประเด็น ได้แก่

- 1) การเรียกร้องโฉนดชุมชนพื้นที่เกษตรกรรมคลองโยง
- 2) การเรียกร้องสิทธิพลเมืองของกลุ่มชาติพันธุ์
- 3) การคัดค้านการก่อสร้างโรงไฟฟ้าในชุมชน

เพื่อวิเคราะห์ผลของการออกอากาศและสามารถตอบคำถามวัตถุประสงค์การศึกษาถึงผลของการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองในรายการเวทีสาธารณะและรายการนักข่าวพลเมืองที่มีต่อกระบวนการเคลื่อนไหวของประชาชน

แหล่งข้อมูลด้านเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดสื่อสารธารณะ, ปริมาณสื่อสารธารณะของฮาเบอร์มาส, และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อมวลชนจากห้องสมุดของคณะรัฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ และหอสมุดกลาง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หอสมุดกลาง (ปรีดี พนมยงค์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หอสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ รวมทั้งข่าว บทความจากสื่อหนังสือพิมพ์ รวมถึงหนังสือทางวิชาการ และเว็บไซต์ต่างๆ

แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการเวทีสาธารณะและรายการนักข่าวพลเมือง, ผู้ชมและผู้ฟังรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง นักวิชาการ/ ผู้มีประสบการณ์ด้านสื่อสารธารณะ และประชาสังคม รวม 25 คน เพื่อประเมินถึงกระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมือง ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนผลทางการเมืองจากบทบาทของสื่อสารธารณะ เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองของทีวีไทยได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารของส.ส.ท.และผู้ผลิตรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง
แบ่งเป็น กลุ่มผู้บริหารได้แก่

- | | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| 1) นายสมชัย สุวรรณบรรณ | กรรมการนโยบายด้านสื่อสารมวลชน ส.ส.ท. |
| 2) นายเทพชัย หย่อง | ผู้อำนวยการ ส.ส.ท. |
| 3) นางพรณิภา โสติดิพันธุ์ | รองผู้อำนวยการ ส.ส.ท. ด้านประชาสังคม |

กลุ่มผู้ผลิตรายการ ได้แก่

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1) นางสาว ณาตยา แววีร์คุปต์ | บรรณาธิการข่าวสาธารณะและนโยบายสังคม / ผู้ดำเนินรายการเวทีสาธารณะ |
| 2) นายสมเกียรติ จันทรสีมา | หัวหน้าโต๊ะข่าวพลเมือง |
| 3) นางสาวปทุมวดี นาคพล | ประสานงาน รายการเวทีสาธารณะ |
| 4) นางสาวรัชฎา อ่อนพฤษภูมิ | โปรดิวเซอร์รายการเวทีสาธารณะ |

**กลุ่มที่ 2 ผู้ร่วมรายการนักข่าวพลเมืองและเวทีสาธารณะแบ่งเป็น
กรณี การเรียกร้องโจมตีชุมชนพื้นที่เกษตรกรรมคลองโยง**

- | | |
|------------------------------|--|
| 1) นายภาณุ เอี่ยมสุวรรณ | รองประธานกลุ่มการเช่าที่ดินสหกรณ์คลองโยง |
| 2) นางกรรณิการ์ เอี่ยมสุวรรณ | สมาชิกกลุ่มการเช่าที่ดินสหกรณ์คลองโยง |
| 3) นายแสวง เจริญมี | อดีตกรรมการกลุ่มการเช่าที่ดินสหกรณ์คลองโยง |
| 4) นางนันทนา ประสารวงษ์ | สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองโยง |
| 5) นางสมใจ เกตุบุญลือ | สมาชิกกลุ่มการเช่าที่ดินสหกรณ์คลองโยง |
| 6) นายช่วย สิทธิสุนทร | นักข่าวพลเมืองคลองโยง |

กรณี การเรียกร้องสิทธิพลเมืองของกลุ่มชาติพันธุ์

- | | |
|---------------------------|--|
| 1) นายสิทธิษ ประมงกิจ | ผู้นำชุมชนชาวมอแกนเกาะเหลา จ.ระนอง |
| 2) นายสิทธิโชค แยกป่าทาน | นักข่าวพลเมืองตะกั่วป่า |
| 3) น.ส.พรรณทิพา เจติะวรรณ | เจ้าหน้าที่ ADRA ประเทศไทย จ. เชียงราย |
| 4) น.ส.ปรีดา คงแป้น | เจ้าหน้าที่มูลนิธิวิถีไทย |

กรณี การคัดค้านการก่อสร้างโรงไฟฟ้าในชุมชน

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1) นาย สุทธิ อัครมาศย์ | ผู้ประสานงานเครือข่ายชุมชนภาคตะวันตก |
| 2) ดร.ไพรินทร์ ฐิโชติถาวร | กรรมการผู้จัดการใหญ่ บมจ. ไออาร์พีซี |
| 3) น.ส. สุริยรัตน์ แต่ชูตระกูล | แกนนำชาวบ้านกลุ่มอนุรักษ์ทับสะแก
จ.ประจวบคีรีขันธ์ |
| 4) นาย สันติ โชคชัยชำนาญกิจ | เจ้าหน้าที่กลุ่มศึกษาพลังงานทางเลือก
เพื่ออนาคต |

กลุ่มที่ 3 นักวิชาการที่เกี่ยวข้องด้านสื่อสาธารณะ

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1) ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ | นักวิชาการประจำสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนา
ประเทศไทย |
| 2) รศ.ดร. ประภาส ปิ่นตบแต่ง | นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3) นายธาม เชื้อสถาปนศิริ | นักวิจัยโครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อ
สุขภาวะของสังคม (Media Monitor) |

- | | |
|------------------------------|---|
| 4) นายปกป้อง จันวิทย์ | คณะกรรมการประเมินภายนอกการจัดทำ
รายงานผลการปฏิบัติงานของส.ส.ท.
ประจำปี 2552 |
| 5) อาจารย์ทีปวิท พงศ์ไพบุลย์ | นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ |

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “บทบาทขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองให้แก่ประชาชนผ่านรายการเวทีสาธารณะและนักข่าวพลเมือง” ผู้ศึกษามีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (Documentary Methodology) โดยได้รวบรวมจากเอกสาร เช่น ตำราวิชาการ งานวิจัย หนังสือ บทความ วารสารหนังสือพิมพ์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งข้อมูลที่หลากหลายจากแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประมวลวิเคราะห์เปรียบเทียบความหมาย องค์ประกอบ และแนวคิดพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกสาธารณะ หรือแนวคิดที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้เก็บข้อมูลจากงานวิทยานิพนธ์เล่มอื่นๆ ที่ได้ศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ เพื่อนำมาแตกประเด็นให้ครอบคลุมมากขึ้น

และมีการวิเคราะห์เอกสาร (Content Analysis) จากการดูเทปรายการในประเด็นผู้เข้าร่วมรายการ, สถานที่จัดรายการ, ประเด็นที่นำเสนอ, ระดับการมีส่วนร่วม

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview) เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การถอดคำสัมภาษณ์ โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้บริหารและผู้ผลิตรายการ ผู้เข้าร่วมรายการ และนักวิชาการและผู้มีประสบการณ์ด้านสื่อสาธารณะ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากบุคคล ผู้วิจัยทำการจดบันทึกประกอบการวิเคราะห์ และใช้เทปบันทึกการสัมภาษณ์แล้วนำมาถอดความประกอบการวิเคราะห์อีกครั้งหนึ่ง เพื่อความสมบูรณ์ชัดเจนมากขึ้น

ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์ มีคำถามนำการวิจัย ดังนี้

- 1) พื้นที่สาธารณะ เป็นของใคร
- 2) วัตถุประสงค์ การผลิต กระบวนการผลิตการคัดเลือกประเด็น
- 3) การเข้าถึงพื้นที่สื่อ
- 4) มูลเหตุจูงใจให้เข้าร่วมในพื้นที่สาธารณะ

- 5) บทบาทของสื่อในการสร้างพื้นที่สาธารณะ การดำเนินงาน
- 6) การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร
- 7) ปัญหา อุปสรรค

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษาวิธีการทำงาน, การประชุมทีมงาน, การเลือกประเด็น, การประสานงาน, การติดต่อรายการ, กระบวนการนำเสนอ, และการติดตามผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบทบาทขององค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองที่คัดเลือกมาศึกษาไปทำการตรวจสอบกับรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏอยู่จริง โดยแบ่งการวิเคราะห์ดังนี้

1. วิเคราะห์กระบวนการสร้างสื่อสาธารณะและเจตนารมณ์ของการจัดตั้งองค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะที่ปรากฏในช่วง 2 ปีแรกของการจัดตั้งองค์การ

จากบทสัมภาษณ์ของบุคลากรของส.ส.ท. รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งองค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะโดยยึดแนวคิดในการสร้างพื้นที่สาธารณะของ Jurgen Habermas บทบาทของสื่อสาธารณะกับการสร้างพื้นที่สาธารณะ และสื่อสาธารณะ เป็นหลักในการวิเคราะห์

มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ดังนี้

- 1) ความเป็นสถาบันที่เป็นอิสระจากรัฐและระบบตลาด
- 2) มีพื้นที่ของกลุ่มที่หลากหลาย ที่สนใจผลประโยชน์ร่วมกันของสังคม
- 3) พิจารณาผู้เข้าร่วมในฐานะพลเมือง มากกว่าผู้บริโภค

2. วิเคราะห์กระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองให้แก่ประชาชนผ่านรายการเวทีสาธารณะ และนักข่าวพลเมือง

จากการศึกษากระบวนการผลิตรายการ การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้เข้าร่วมรายการ เปรียบรายการ โดยผู้วิจัยยึดแนวคิดในการสร้างพื้นที่สาธารณะของ Jurgen Habermas บทบาทของสื่อสาธารณะกับการสร้างพื้นที่สาธารณะ และสื่อสาธารณะ มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ คือ

1) กระบวนการผลิตรายการ วิเคราะห์จากการกำหนดประเด็น, ผู้ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในรายการ, การเข้าถึงรายการ, มูลเหตุจูงใจให้เข้าร่วมรายการ

2) รูปแบบของรายการที่เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง มีการสื่อสารแบบ Face to face Communication มิใช่เป็นการสื่อสารผ่านผู้ดำเนินรายการ ซึ่งจะกลายเป็นพื้นที่สาธารณะแบบปลอมๆ (Pseudo public sphere)

3. วิเคราะห์ผลการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมือง

วิเคราะห์จาก 3 กรณีศึกษา โดยวิเคราะห์สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นร่วมกับแนวคิดในการสร้างพื้นที่สาธารณะของ Jurgen Habermas บทบาทของสื่อสารมวลชนกับการสร้างพื้นที่สาธารณะ และสื่อสารสาธารณะ เพื่อชี้ให้เห็นถึงกลไกที่เชื่อมโยงปัจจัยและตัวแปรต่างๆ เข้าด้วยกันอันจะนำไปสู่การตอบคำถามที่ได้ตั้งไว้ในการศึกษา

โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ดังนี้

1) ขอบเขตผลประโยชน์ของพื้นที่สาธารณะ

2) ผลของการใช้พื้นที่สาธารณะ ต้องถูกนำไปใช้เพื่อให้มีการแก้ปัญหาจริง

ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นจากแนวคิดปฏิบัติการทางการเมืองทางการสื่อสารของฮาเบอร์มาส

การนำเสนอข้อมูล

หลังจากการวิเคราะห์ตามแนวทางข้างต้น ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยเสนอความพยายามในการจัดสรรอำนาจ ในการใช้พื้นที่สื่อสารสาธารณะโดยประชาชน ซึ่งจะได้เสนอกระบวนการการสร้างสื่อสารสาธารณะ การสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองให้แก่ประชาชนทั้งที่อยู่ในเอกสาร เนื้อหารายการ และจากการสัมภาษณ์เจาะลึกมายกตัวอย่างประกอบให้เห็นจริง โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 บทตามแนวทางการวิเคราะห์ที่ได้วางไว้ เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ข้อ ได้แก่

บทที่ 4 วิเคราะห์กระบวนการสร้างสื่อสารสาธารณะและเจตนารมณ์ของการจัดตั้งองค์การแพรวภาพและกระจายเสียงสาธารณะที่ปรากฏในช่วง 1 ปีแรกของการจัดตั้งองค์การฯ

บทที่ 5 วิเคราะห์กระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองและผลที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนผ่านรายการเวทีสาธารณะ

บทที่ 6 วิเคราะห์กระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองและผลที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนผ่านรายการนักข่าวพลเมือง

ส่วนบทสุดท้าย คือ บทที่ 7 เป็นการอภิปรายผล สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะของการทำวิจัยครั้งนี้

1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่สาธารณะทางการเมือง (Political Public sphere) คือ พื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ปัจเจกบุคคล และ/ หรือ กลุ่มบุคคลที่มีผลประโยชน์แตกต่างกัน ได้นำเสนอปัญหา ข้อคิดเห็น และ/หรือ แนวทางเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาประเด็นต่างๆ ร่วมกันตามหลักการพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตยที่ให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็นและติดตามตรวจสอบผลของการนำเสนอผ่านสื่อสาธารณะ โดยมีเงื่อนไขว่าการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นผ่านพื้นที่สาธารณะทางการเมืองนั้นต้องเป็นอิสระทั้งจากการแทรกแซงของรัฐและระบบตลาด

พื้นที่สาธารณะแบบปลอม (Pseudo Public Sphere) คือ พื้นที่ที่ไม่ได้เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น ปัญหา หรือข้อเสนอแนะโดยตรง แต่เป็นพื้นที่ที่ผู้ที่มีอำนาจในการใช้คือรัฐหรือทุน สร้างตัวแทนความเป็นสาธารณะ (Representative Publicness) ในการใช้พื้นที่ดังกล่าว

สื่อสาธารณะ คือ สื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมือง ให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นการจัดสรรอำนาจให้มาอยู่ในมือประชาชน โดยเฉพาะอำนาจต่อรองหรือการสื่อสารทางการเมือง สื่อสาธารณะจึงเป็นสื่อที่ต้องทำหน้าที่ตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน เป็นกลาง และไม่อยู่ภายใต้โครงสร้างอำนาจของรัฐ และทุน

สื่อพาณิชย์ คือ สื่อมวลชนหรือสถาบันสื่อที่มีเป้าหมายของการผลิตสื่อเพื่อการค้า โดยมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา ผู้ชมรายการของสื่อพาณิชย์จึงเปรียบเสมือนเป็นผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าต่างๆ ทำให้การกำหนดเนื้อหาต่างๆ ที่สื่อนำเสนอต่อสังคมเป็นไปเพื่อการเติบโตทางธุรกิจขององค์กรสื่อเหล่านั้น มากกว่าการคำนึงถึงประโยชน์ของสังคมโดยรวม

นักข่าวพลเมือง คือ ประชาชนที่อยู่ในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศไทย มีสิทธิในการใช้พื้นที่รายการนักข่าวพลเมืองของทีวียุโรปนำเสนอข่าวสาร เรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนของตนเอง โดยมีลักษณะการทำงานเป็นบรรณาธิการข่าวในการเลือกหรือกำหนดประเด็น เนื้อหาที่นำเสนอตลอดจนการผลิตรายงานข่าวจนเป็นชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์สำหรับการเผยแพร่ผ่านสื่อสาธารณะ



1.5 สมมติฐานการวิจัย

- 1) รายการเวทีสาธารณะ และนักข่าวพลเมือง ใช้พื้นที่สื่อในการแข่งขันพื้นที่สาธารณะทางการให้แก่ประชาชน
- 2) การสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองในรายการทั้งสองมีผลต่อกระบวนการเคลื่อนไหวของประชาชนทำให้สื่อกลายเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนสังคม และสร้างอำนาจต่อรองทางการเมืองให้กับประชาชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างความเข้าใจต่อกระบวนการสร้างสื่อสาธารณะในประเทศไทย
2. สร้างความเข้าใจในกระบวนการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองของรายการโทรทัศน์ เพื่อขับเคลื่อนให้เป็นไปตามหลักการและแนวคิดของโทรทัศน์สาธารณะ
3. สร้างความเข้าใจต่อบทบาทขององค์การแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองให้กับประชาชน เป็นสื่อทางเลือกที่ส่งเสริมพัฒนาการของสื่อมวลชนไทยภายใต้โครงสร้างอำนาจทางการเมืองเศรษฐกิจและสังคม

สำนักงานคณะกรรมการปรมาณูแห่งชาติ	
วันที่.....	21 ส.ค. 2555
เลขที่.....	248221
เลขเรื่อง.....	