

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การรายงานข่าวการเมืองทางโทรทัศน์” ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษานโยบาย การให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวการเมืองของสื่อโทรทัศน์แต่ละช่อง และศึกษามุมมอง ข้อคิดเห็นของกลุ่มต่าง ๆ เกี่ยวกับการรายงานข่าวการเมืองที่แตกต่างกันของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่อง รวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการทำหน้าที่รายงานข่าวการเมืองของสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน ทั้งในด้านจริยธรรมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda setting)
2. ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ (Normative Theories of Media Performance)
3. แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy Theory)
4. แนวคิดในการบริหารสื่อโทรทัศน์
5. แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง
6. จริยธรรมและของผู้สื่อข่าว (Correspondent's Ethics)

ทฤษฎีการกำหนดวาระ

ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda-setting Theory) เป็นทฤษฎีที่มุ่งถึงการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้โดยประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องผู้เฝ้าประตู ซึ่งเป็นบทบาทของนักสื่อสารมวลชนในการเลือกข่าวว่า จะให้ข่าวใดปรากฏสู่สายตาประชาชน และจะให้ข่าวนั้นมีความสำคัญมากหรือน้อย จะเห็นว่าข่าวที่ลงต่อเนื่องกันหลายวัน ย่อมทำให้ประชาชนคิดว่ามีความสำคัญ เป็นบทบาทของสื่อมวลชนในการจัดข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างมากมายเอาไว้ให้เป็นระบบระเบียบเพื่อพร้อมสำหรับการนำเสนอ ซึ่งขั้นตอนของการนำเสนอ นั้น สื่อก็จะช่วยจัดวาระ เรียงตามลำดับความสำคัญ เพื่อที่ประชาชนจะได้พูดถึง อภิปราย ถกเถียง และให้ความสนใจ ต่อประเด็นที่สื่อ “เลือกมานำเสนอ” อันก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้สื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชน “คิดแบบที่สื่อคิดได้” (think what) แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้ “คนคิดเกี่ยวกับเรื่องที่สื่อบอกได้” (think about) นอกจากนั้นประชาชนยังเรียนรู้กฎกติกาต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อ เช่น อะไรที่พูดถึงมาก

แปลว่า “สำคัญ” อะไรที่พูดถึงก่อน แปลว่า “สำคัญ” อะไรที่พูดหัวใหญ่ที่สุด แปลว่า “สำคัญที่สุด เป็นต้น¹

ทฤษฎีการกำหนดวาระนี้ เริ่มศึกษาก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 เพื่อศึกษาสัมฤทธิ์ผลของการจัดสรรของสื่อมวลชน และเป็นการประเมินคุณค่าของข่าวว่าข่าวใดมีความสำคัญในระดับใด เพื่อจัดอันดับของข่าว รวมถึงพิจารณาวิธีการนำเสนอข่าว เพื่อให้เกิดความนิยมมากขึ้น เสริมกับคุณค่าของข่าวที่มีอยู่แล้ว

Agenda - Setting: สื่อมวลชนอาจจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลในแง่ทัศนคติและพฤติกรรม แต่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างแน่นอน ในแง่ที่ชี้แนะให้บุคคลเห็นว่าเรื่องอะไรสำคัญหรือไม่สำคัญโดยการเสนอข่าว

Agenda - Setting: ความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนด (Set) ประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่าง ๆ ให้ประชาชนผู้รับข่าวสารซึ่งเปรียบเสมือนผู้เข้าร่วมประชุมที่ต้องรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระการประชุม (Agenda) เมื่อสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดวาระหรือหัวข้อประเด็นข่าวสารให้กับประชาชนทราบ ผลที่เกิดขึ้นก็คือประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระหรือประเด็นที่สื่อมวลชนกำหนดไว้

การนำเสนอสารตามทฤษฎี Agenda - Setting

1. การเพิ่มหรือขยายพื้นที่ของข่าวนั้นให้มากกว่าปกติ
2. ความถี่ในการรายงานข่าว
3. ระยะเวลาในการนำเสนอข่าว

อิทธิพลของการจัดวาระสารขึ้นอยู่กั

1. ความสำคัญของเหตุการณ์หรือคุณค่าของข่าว (ตัวสาร)
2. จำนวนผู้รับสารซึ่งได้ติดตามข่าวจากการจัดวาระสาร
3. อายุของข่าวในการจัดวาระสารตั้งแต่เกิดข่าวนั้น

¹ Murphy, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด, 2545), น. 96.

หลักการคัดเลือกข่าว²

จากลักษณะของการรายงานข่าวโทรทัศน์ ทำให้ส่งผลต่อการคัดเลือกข่าว การผลิตข่าวของกองบรรณาธิการ หรือผู้ควบคุมการผลิตข่าว ประเด็นที่จะนำมาเป็นข่าวโทรทัศน์เพื่อนำเสนอ นั้นจึงมีลักษณะดังนี้

1. มีตัวละครที่เด่น คือ แหล่งข่าวที่มีความสำคัญ ที่ชัดเจนที่สุด คือข่าวของคนดัง (Celebrities) หรือหากไม่ใช่คนดังก็ต้องอยู่ในประเภทดูแล้วสามารถเรียกน้ำตาจากผู้ชมได้
2. มีโลเกชั่นที่ดี หมายความว่าข่าวโทรทัศน์จะโดดเด่นเป็นพิเศษกับข่าวเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว ข่าวประเภทแนวคิด หรือสัมมนา จึงมักไม่ค่อยได้รับความสนใจจากโทรทัศน์
3. มีเหตุการณ์ที่ดูลึกลับซับซ้อน คือ ข่าวที่ใช้วิธีการซ่อนกล้องแอบถ่าย การทุจริตคอร์รัปชัน ก็จะได้การตอบรับที่ดีจากผู้ชมเสมอ

ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ

หากมีการตั้งคำถามว่าระหว่าง “สื่อมวลชน” กับ “สังคม” นั้น มีสายใยสัมพันธ์อะไรระหว่าง 2 สิ่งนี้ คำตอบที่ได้อาจจะมีความหมายซึ่งล้นแล้วแต่สะท้อนให้เห็นกรอบแนวความคิดเบื้องหลังคำตอบทั้งสิ้น เช่น

- สื่อมวลชนเป็น “ผลผลิต” ของสังคม เพราะฉะนั้น “สังคมแบบไหนหนังสือพิมพ์ก็เป็นแบบนั้น”
- สื่อมวลชนเป็น “ภาพสะท้อน” ของสังคม ดังนั้น “เสรีภาพของสื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องสะท้อนเสรีภาพของประชาชน”
- สื่อมวลชนเป็น “สถาบันแห่งชาติ” ที่จะต้องมีส่วนในการสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจการเมือง และสืบทอดวัฒนธรรมของชาติ
- สื่อมวลชนเป็น “ผู้พิทักษ์ผลประโยชน์ของชาติ” ดังนั้นสื่อมวลชนจะต้องไม่ลงข่าวที่ทำลายความมั่นคงของชาติ
- สื่อมวลชนเป็น “ผู้รับผิดชอบต่อความเจริญก้าวหน้าของผู้คนในสังคม” ดังนั้นรายการโทรทัศน์เป็นอย่างไร คนดูก็เป็นอย่างนั้น

² กิตติ สิงหาปัด, ประเด็นข่าวร้อน เบื้องหลังข่าวลือ (กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์, 2549), น. 244.

ในการตอบคำถามเรื่องความสัมพันธ์หรือสายใยเชื่อมโยงระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม นั้น มีวิธีการตอบคำถามได้จากหลายทฤษฎี และหนึ่งในทฤษฎีเหล่านั้นคือทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนที่พยายามเสนอว่า “สื่อมวลชนควรจะถูกคาดหวังให้ปฏิบัติงานอะไรบ้าง” ในขั้นตอนของการศึกษาการทำหน้าที่ของสื่อตามแนวทางของทฤษฎีบรรทัดฐานนั้นจะมีอยู่ 2 ระดับ คือ

1. ระดับโครงสร้าง (Structure) จะเป็นการตรวจสอบบรรทัดฐานในเชิงโครงสร้างของสื่อมวลชน เช่น สื่อมวลชนมีเสรีภาพจากรัฐหรือไม่ มีหลายช่องทางสำหรับการเสนอข่าวหรือไม่ การเสนอข่าวสารเป็นไปอย่างมีหลักประกันเรื่องเสรีภาพหรือไม่ เป็นต้น

2. ระดับปฏิบัติงาน (Performance) จะเป็นการตรวจสอบกระบวนการปฏิบัติงานจริงของสื่อ ซึ่งอาจจะเป็นการทำงานในระดับองค์กรของสื่อระดับตัวบุคคล โดยอาจจะพิจารณาว่าตัวบุคคลหรือองค์กรเหล่านั้นทำงานอย่างมีกฎระเบียบ มีแนวทางด้านวิชาชีพ มีจรรยาบรรณเป็นกรอบกำหนดหรือไม่

ลักษณะหลักโดยทั่วไปของทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อ นั้นจะเกี่ยวข้องกับเรื่องการควบคุม (Control) การปกป้อง (Protection) หรือการกำกับดูแล (Regulation) กระบวนการทำงานของสื่อมวลชน โดยอาศัยกลไกแบบต่าง ๆ เช่น กฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์กรของผู้รับสาร ฯลฯ ซึ่งแม้ในการดำเนินงานจริง ๆ จะไม่มีสื่อมวลชนใดที่สามารถจะทำตามหลักการที่ “ควรจะเป็น” และดูเป็นอุดมคติเช่นนั้นได้ทั้งหมด หากทว่าความสำคัญของทฤษฎีบรรทัดฐานนั้นก็มิได้อยู่ที่ว่าสื่อจะสามารถทำตามอุดมคติได้จริงหรือไม่ แต่สถานภาพของทฤษฎีนี้มีความสำคัญในฐานะ “อุดมคติ” ที่จะคอยเหนี่ยวนำให้มีการทำงานของสื่อมุ่งตั้งตาคู่ต่ำลงไปหรือเบี่ยงเบนออกไปจากบรรทัดฐานเนื่องจากแรงผลักดันต่าง ๆ แนวคิดของทฤษฎีบรรทัดฐานจะเป็นส่วนผสมที่สำคัญในยามที่จะมีการพิจารณาออกกฎหมายเกี่ยวกับสื่อ นโยบายการใช้สื่อหรือการร่างจรรยาบรรณของสื่อ³

ในภาคปฏิบัติการ เราอาจจะเห็นคำถามรูปแบบที่ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อจะจุดประเด็นมาให้สาธารณชนและสื่อมวลชนพิจารณาคำตอบ เช่น

- สื่อมวลชนควรจะทำอะไรให้มากกว่าการขายเนื้อหาที่ให้กำไรแก่องค์กรสื่อเท่านั้นหรือไม่ (แนวคิดเรื่องการคืนกำไรให้แก่สังคม)
- ในบางเงื่อนไขที่จำเป็นต้องมีการให้บริการสาธารณะที่ไม่ทำกำไรให้แก่หน่วยงานสื่อจะทำหรือไม่

³ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา, น. 97-98.

- สื่อได้มีส่วนในการเข้าร่วมแก้ปัญหาสังคมอย่างไรบ้าง
- สื่อได้ทำหน้าที่เป็น “สุนัขเฝ้าบ้าน” (Watchdog) เพื่อติดตามผลงานของรัฐหรือดูแลผลประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภคหรือไม่
- ในยามที่สังคมมีวิกฤต สื่อเรียกร้องตัวเองให้ทำอะไรบ้างในสถานการณ์ดังกล่าว
- ฯลฯ

และเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าสังคมแต่ละสังคมที่มีปรัชญาสังคม ระบบการเมือง ความเชื่อเกี่ยวกับมนุษย์และสังคมแตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนดทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อในแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัยย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะของสังคม

โดยในการวิเคราะห์ผลการศึกษาเรื่อง การรายงานข่าวการเมืองทางโทรทัศน์ จะใช้ทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การทำงานที่ของสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบัน คือ

ทฤษฎีอำนาจนิยม (Authoritarian Theory)

ในศตวรรษที่ 16 เมื่อเกิดสื่อหนังสือพิมพ์ และการพิมพ์แบบใหม่ ขณะนั้นสังคมยุโรปยังคงมีการปกครองด้วยระบบอำนาจนิยม (Authoritarian) เช่น ระบบศักดินาที่กษัตริย์มีอำนาจสมบูรณ์เบ็ดเสร็จ ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าหลักการแรกของบรรทัดฐานของสื่อสิ่งพิมพ์ ก็คือหนังสือพิมพ์จะต้องสนับสนุนนโยบายของรัฐ และจะต้องดำเนินการเพื่อรับใช้ความมั่นคงของรัฐจากหลักการนี้เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามบรรทัดฐาน ดังกล่าว จึงมีการควบคุมหนังสือพิมพ์ด้วยกลไกต่าง ๆ เช่น การออกใบอนุญาตให้ตีพิมพ์ การเซ็นเซอร์โดยตรง การควบคุมผ่านสมาคมวิชาชีพ ฯลฯ เพื่อป้องกันมิให้มีการวิพากษ์วิจารณ์รัฐ ฐานะของหนังสือพิมพ์ในทฤษฎีบรรทัดฐานนี้ก็คือ เป็นกลไกสนับสนุนนโยบายของรัฐนั่นเอง

ลักษณะของทฤษฎีอำนาจนิยม (Authoritarian Theory) เป็นทฤษฎีที่มีแนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาอำนาจสมบูรณ์เบ็ดเสร็จของศักดินาอยู่เบื้องหลัง โดยมีเป้าหมายที่ต้องการให้สื่อทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและเผยแพร่ นโยบายของรัฐบาล ซึ่งหน่วยงานรัฐ สมาคมวิชาชีพ จะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการควบคุมสื่อด้วยวิธีการเซ็นเซอร์ โดยการห้ามสื่อทำการวิจารณ์กลไกทางการเมืองและข้าราชการ แต่ทั้งนี้ทฤษฎีอำนาจนิยมจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแบบอื่น คือ สื่อจะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสนับสนุนรัฐบาล แต่ไม่จำเป็นว่ารัฐจะต้องเป็นเจ้าของสื่อ⁴

⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 99-105.

ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory)

ผลพวงที่เกิดขึ้นจากการนำเอาทฤษฎีอิสรภาพนิยมมาใช้ รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนำมาสู่การทบทวนครั้งใหม่ว่า หากคนทุกคนมีเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็นในตลาดเสรีทางความคิด รวมทั้งสื่อมวลชนเองก็มีเสรีภาพดังกล่าวอย่างเต็มที่ แต่หากว่า สื่อมวลชนไม่ได้พัฒนาความรับผิดชอบต่อให้เติบโตมาพร้อม ๆ กับเสรีภาพ แล้วใครจะเป็นผู้ตรวจสอบและควบคุมดูแลสื่อได้ ดังนั้นจึงได้เกิดกระบวนการที่จะปรับปรุงทฤษฎีอิสรภาพนิยมเสียใหม่ให้รัดกุมยิ่งขึ้น รวมทั้งมีข้อเสนอใหม่ ๆ ว่า นอกเหนือจากเสรีภาพที่จะได้รับการประกันแล้ว สื่อมวลชนยังต้องได้รับมอบหมายให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย และกลุ่มผู้ที่จะมีบทบาทในการทำหน้าที่ดังกล่าวของสื่อ ก็เช่น ความคิดเห็นของชุมชน กิจกรรมของผู้บริโภค จรรยาบรรณทางวิชาชีพ และอื่น ๆ

กระแสการก่อตัวของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสื่อ เริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1947 ในสหรัฐ เมื่อคณะกรรมการที่ทำงานเรื่องเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ (commission on the freedom of the press) ได้จัดทำรายงานออกมา ในรายงานฉบับนี้ระบุอย่างชัดเจนว่า แม้ว่าเสรีภาพของสื่อเป็นสิ่งที่จะต้องได้รับการยืนยัน หากทว่าก็ต้องมีการเพิ่มหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมลงไปด้วย ในหลักการดังกล่าวนี้ได้ระบุข้อปฏิบัติสำคัญ ๆ ที่สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมพึงกระทำ เช่น

- จะต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นจริง อย่างละเอียดรอบด้าน และอย่างที่ได้ตรวจสอบอย่างรอบคอบ โดยพิจารณาอุปบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้น
- สื่อมวลชนจะต้องสร้างเวทีแห่งการแสดงและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งเป็นช่องทางที่จะแสดงความคิดเห็นของสาธารณะ
- สื่อมวลชนต้องเป็นภาพตัวแทนของคนทุกกลุ่มในสังคม และจะต้องนำเสนอเป้าหมายและคุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน

McQuail⁵ ได้ระบุลักษณะสำคัญของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนดังนี้

1. สื่อมวลชนต้องมีพันธกิจอันพึงปฏิบัติต่อสังคม เจ้าของสื่อควรเป็นมหาชน
2. ข่าวสารของสื่อจะต้องเป็นเรื่องจริง ถูกต้อง ยุติธรรม ตรงไปตรงมา และสอดคล้องต้องกัน

⁵ McQuail, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 101-105.

3. สื่อต้องทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะอันหลากหลาย
4. สื่อควรจะต้องมีเสรีภาพ ภายใต้การควบคุมตัวเอง
5. สื่อจะต้องปฏิบัติงานตามหลักจรรยาบรรณ และมาตรฐานของวิชาชีพ
6. ในบางสถานการณ์ สังคมอาจจำเป็นต้องเข้าแทรกแซงการทำงานของสื่อ เพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม

แนวความคิดในทฤษฎีนี้ แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนจะต้องยอมรับภาระหน้าที่ที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการใช้เสรีภาพของเขา ถ้าหากสื่อมวลชนละเลยหน้าที่นี้ ก็อาจจะต้องมีการบังคับให้เป็นไปตามนั้น โดยการควบคุมมาจากความคิดเห็นของชุมชน ปฏิกริยาของผู้บริโภค และจากกฎของจรรยาบรรณที่ตราขึ้นไว้ ผู้มีสิทธิใช้สื่อมวลชนนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่อยากแสดงออกบางสิ่งบางอย่าง ในทฤษฎีนี้ได้เปิดช่องทางให้ประชาชนผู้ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อมวลชน (เนื่องจากต้องลงทุนสูง) ได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณชนเท่าเทียมกัน หลักการสำคัญของทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปได้ดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชนควรจะต้องยอมรับ และปฏิบัติให้ลุล่วงในภาระหน้าที่ที่เป็นพันธกิจต่อสังคม
2. ภาระหน้าที่เหล่านี้ โดยหลักสำคัญจะต้องบรรลุถึงมาตรฐานวิชาชีพในด้านข่าวสาร จรรยาบรรณ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง และความสมดุล
3. ในการยอมรับและนำไปปฏิบัติของภาระหน้าที่เหล่านี้ สื่อมวลชนควรจะควบคุมตนเองภายใต้กรอบแห่งกฎหมายและสถาบันที่ดำรงอยู่
4. สื่อมวลชนควรจะต้องหลีกเลี่ยงสิ่งใดก็ตามที่อาจจะนำไปสู่อาชญากรรม ความรุนแรงหรือความไม่สงบ หรือแสดงความก้าวร้าวต่อเชื้อชาติหรือศาสนาของชนกลุ่มน้อยในสังคม
5. สื่อมวลชนโดยทั่วไปควรจะเปิดกว้างและสะท้อนความหลากหลายของสังคม เปิดโอกาสให้ความคิดเห็นของทุกฝ่ายได้เข้าถึง และให้สิทธิประชาชนในการที่จะตอบกลับมายังสื่อมวลชน
6. สังคมและสาธารณะมีสิทธิที่จะคาดหวังการปฏิบัติในระดับมาตรฐานที่สูงของสื่อมวลชนและการเข้าแทรกแซงอาจจะต้องถือว่าเป็นเรื่องผิด หากเพื่อความดีงามของสาธารณะ
7. นักวารสารศาสตร์และนักวิชาชีพสื่อมวลชนจะต้องเป็นที่วางใจหรือเชื่อถือได้ของสังคม เช่นเดียวกับนายจ้างหรือตลาดผู้บริโภคสื่อ

แนวคิดเรื่องความรับผิดชอบของสื่อมวลชนมีพื้นฐานมาจากระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งมีสาระสำคัญ คือ เสรีภาพของสื่อ มวลชนที่ได้รับความคุ้มครองและมีสิทธิ์ตามทฤษฎีเสรีนิยมนั้นจะต้องผนวกเอาความรับผิดชอบต่อเข้าไว้ด้วยเหตุผลที่ต้องกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน พอสรุปได้ดังนี้

1. เจ้าของสื่อมวลชนพยายามโฆษณาชวนเชื่อในความคิดของตน โดยเฉพาะความคิดทางการเมือง และเศรษฐกิจและไม่เสนอความคิดที่ขัดแย้งกับตน
2. สื่อมวลชนตกอยู่ภายใต้อำนาจของธุรกิจ และบางครั้งปล่อยให้ผู้โฆษณาเข้ามามีส่วนในนโยบายและเนื้อหาของสื่อมวลชน
3. สื่อมวลชนพยายามต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของสังคม
4. สื่อมวลชนมักจะให้ความสนใจในการเสนอข่าวที่คิดว่า ประชาชนจะสนใจ แต่อาจไม่เป็นสาระ เพียงเพื่อให้ขายได้
5. ความพยายามในการเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน บางครั้งอาจขัดต่อศีลธรรม หรือแทรกแซงเสรีภาพส่วนบุคคล

คณะกรรมการการเสรีภาพสื่อมวลชน (The Commission on Freedom of the press) ในสหรัฐอเมริกา ได้เสนอแนะหลักการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. สื่อมวลชนจะต้องเสนอสิ่งที่จริงใจเข้าใจได้ และเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ประจำวัน
2. สื่อมวลชนควรทำหน้าที่เป็นเวทีการแลกเปลี่ยนการวิพากษ์วิจารณ์
3. สื่อมวลชนควรให้ภาพที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม
4. สื่อมวลชนควรนำเสนอค่านิยมของสังคมให้ชัดเจน
5. สื่อมวลชนควรให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้อย่างเต็มที่

ลักษณะความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชน

1. ความเป็นอิสระ (Freedom) ได้แก่ ความเป็นอิสระที่จะรู้ (Freedom to know) ความเป็นอิสระที่จะบอก (Freedom to tell) และความเป็นอิสระในการค้นหาความจริง (Freedom to find out) แม้ว่าสื่อมวลชนจะมีอิสระในด้านต่าง ๆ ข้างต้น แต่ก็จำเป็นต้องใช้ความเป็นอิสระเหล่านั้นอย่างมีความรับผิดชอบต่อ และในขณะเดียวกัน ก็ต้องปกป้องความเป็นอิสระของตนจากการแทรกแซงของสิ่งต่าง ๆ อันได้แก่ การควบคุมของรัฐบาลระบบธุรกิจขนาดใหญ่ เจ้าของ

สื่อมวลชนผู้โฆษณา (เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่ของสื่อมวลชนจะมาจากการโฆษณา) รางวัลหรือ
 อามิสสินจ้าง หรือการถูกใช้เป็นเครื่องมือทางธุรกิจ

2. ต้องไม่เสนอข่าวในลักษณะที่อาจทำให้เสียความยุติธรรมในการพิจารณาคดี
 (Fair Trial)

3. ต้องไม่เสนอในเรื่องที่เป็นความลับของทางราชการ (Government Secrecy)

4. ต้องเสนอข่าวด้วยความถูกต้อง (Accuracy) หากมีความผิดพลาดในการเสนอข่าว
 สื่อมวลชนจะต้องแก้ไขข่าวนั้นในทันที เช่น ถ้าเสนอข่าวผิดหนึ่งประโยค ก็ต้องแก้ไขประโยคนั้น
 ในหน้าเดียวกันในตำแหน่งเดียวกันที่ผิดพลาด

5. ต้องเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา (Objective) โดยแยกแยะระหว่างเนื้อหาข่าวและ
 ความคิดเห็น

6. ต้องเสนอข่าวโดยเสมอภาคกัน (Balance) โดยเสนอข่าวจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับ
 เรื่องราวที่เกิดขึ้น

7. ต้องไม่แทรกแซงสิทธิส่วนบุคคล (Privacy)

8. ต้องอ้างถึงแหล่งที่มาของข่าวได้ (Using Source Responsibly) เพื่อสร้างความ
 น่าเชื่อถือ แต่ในบางกรณีให้ผู้ให้ข่าวอาจไม่ต้องการเปิดเผยตัวเพราะกลัวว่าอาจได้รับอันตราย ก็
 เป็นความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่จะปิดข่าวไว้

9. ต้องเสนอรายการบันเทิงในรูปแบบที่หลากหลาย (Pluralism in Programming)

การควบคุมการรับผิดชอบของสื่อมวลชน ได้แก่ รัฐบาล สื่อมวลชน และประชาชน

1. รัฐบาล (Government) โดยตัวบทกฎหมาย

2. สื่อมวลชน (Media) โดยการควบคุมตนเอง (Self-Regulation) โดยมีจรรยาบรรณ
 แห่งวิชาชีพสื่อมวลชน

3. ประชาชน (Public) โดยปฏิกิริยาของประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความนิยม
 รายการ ปริมาณของผู้อ่าน จดหมายถึงบรรณาธิการ ตลอดจนจำนวนจำหน่าย

แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง

กลุ่ม Political Economy of Media เป็นกลุ่มที่ยึดมั่นตามหลักการวิเคราะห์ของ Marx
 ที่ให้น้ำหนักความสำคัญแก่การวิเคราะห์มิติเศรษฐกิจ การเมืองเป็นหลัก เพราะเป็นโครงสร้าง
 พื้นฐาน (Infrastructure) ของสังคม โดยถือว่ามิติเรื่องความคิด จิตสำนึก อุดมการณ์นั้นเป็นสิ่งที่
 ต้องต่อเนื่องตามมาในฐานะที่เป็นโครงสร้างส่วนบน (Superstructure)

Baran and Davis⁶ จัดว่าทฤษฎีของ Marx นั้น อาจจะถือได้ว่าเป็นหนึ่งในแนวคิดของกลุ่ม Mass Society Theory โดยที่ Marx ได้มองเห็นการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมยุโรปในศตวรรษที่ 19 ว่าได้กลายเป็นสังคมมวลชนไปแล้ว อย่างไรก็ตามในปรากฏการณ์ของสื่อมวลชน (ซึ่ง Marx เรียกว่าเป็นสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม) Marx ได้มองเห็น “ลักษณะชนชั้น” (Class) ซึ่งเขาเห็นว่าเป็นต้นตอของปัญหาทั้งมวลที่ตามมา

จากเกณฑ์เรื่อง “ชนชั้น” ที่ Marx ได้ใช้เกณฑ์ทางเศรษฐกิจเป็นตัววัด กล่าวคือ ชนชั้นที่มีอำนาจจะเข้าครอบครองเป็นเจ้าของทุนและปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เมื่อควบคุมปัจจัยด้านเศรษฐกิจได้แล้ว ชนชั้นนี้ก็จะเข้าครอบงำปัจจัยด้านการเมือง วัฒนธรรม อุดมการณ์ รวมทั้งสื่อมวลชนด้วย

หลักในการวิเคราะห์แนวคิดของ Marx จะเป็นเกณฑ์ที่ประกอบด้วย แนวคิดเรื่อง “อำนาจ” (POWER) เป็นหัวใจการวิเคราะห์ของ Marx ที่ไม่ว่าอำนาจนั้นจะมาจากแหล่งพลังใดก็ตาม โดยเฉพาะอำนาจที่มาจากความเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ Marx ยังพยายามจะเชื่อมโยงการเป็นเจ้าของปัจจัยทางเศรษฐกิจเข้ากับรูปแบบการกระจายข่าวสารที่ให้ความชอบธรรมแก่ความคิด ค่านิยมของผู้ปกครอง ความเชื่อมโยงดังกล่าวนี้ยังพบได้อยู่เสมอเมื่อมีการวิจัยสื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน เช่น มีข้อมูลที่พบเสมอว่า ลักษณะการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต สื่อมีลักษณะรวมศูนย์มากยิ่งขึ้นทุกที ส่วนในด้านเนื้อหาของสื่อนั้นก็มีลักษณะอนุรักษ์มากยิ่งขึ้นเป็นเงาตามตัวมาเช่นกัน

แนวคิดของกลุ่ม Political Economy of Media มีแนวคิดหลัก (concepts) อยู่ 3 แนว ที่กลุ่มนี้พยายามหาความเกี่ยวโยงกันคือ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อมวลชน และเนื้อหา และ ผลผลิตของสื่อมวลชน ดังนั้นคำตอบสำคัญ ๆ สำหรับการวิจัยจะเกี่ยวข้องอยู่กับการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวกับสื่อและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Ownership) ระบบการควบคุมสื่อด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและการเมืองระบบตลาดของสื่อ เป็นต้น

ในการศึกษาระบบสื่อมวลชนนั้น กลุ่ม Political Economy เสนอว่า จะต้องวิเคราะห์ให้เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมอยู่เสมอ เพราะเราไม่อาจจะเข้าใจสื่อ ผลผลิตของสื่อ และเนื้อหาของสื่อเลย หากไม่ได้พิจารณาสื่อเช่นเดียวกับสายตาของนายทุนที่มองว่า สื่อเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำกำไรไปเพื่อขายหวังผลกำไร ผลกำไรนี้นอกจากจะมา

⁶ Baran and Davis, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 101-105.

จากอุตสาหกรรมสื่อโดยตรงแล้ว ยังอาจจะมาจากอุตสาหกรรมกระดาษ น้ำมัน เป็นต้น และหากเมื่อใดที่มีการผูกขาดทั้งแนวนอนและแนวตั้ง เมื่อนั้นการสะสมผลกำไรของอุตสาหกรรมนี้ก็จะมีเพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์ระดับของเนื้อหา นั้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า ส่วนหนึ่งของเนื้อหาจะถูกกำหนดมาจากระบบตลาด (อาจจะเป็นผู้รับสารส่วนหนึ่ง) และอีกส่วนหนึ่งจะถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุนหรือผู้ตัดสินใจระดับนโยบาย ดังนั้น ตัวอย่างปัญหานำการวิจัยของกลุ่ม Political Economy จึงเป็นการตั้งข้อสงสัยว่า “เพราะเหตุใดจึงมีรายการเพียงบางประเภทเท่านั้น ที่จะอยู่ติดอันดับช่วงเวลา prime time อยู่ตลอดเวลา อะไรเป็นปัจจัยกำหนดที่สำคัญที่สุดของปรากฏการณ์” เป็นต้น

การวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น จากสภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยม นั้น กลุ่ม Political Economy ได้ทำนายว่าผลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ คือ

สื่อที่ดำเนินการอย่างเป็นอิสระจากระบบทุน (ไม่หวังกำไร) หรือจากนายทุนจะล้มหายตายจากไป สื่อที่ต้องการจะเอาชีวิตรอดอยู่ต่อไป จะทำงานอย่างมีอิสระน้อยลงทุกที จะเกิดการรวมศูนย์ของตลาดในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการรวมศูนย์ของทุนการกระจุกตัวของสื่อในตลาดผู้บริโภค

ผู้ทำงานสื่อจะต้องใช้กลยุทธ์การผลิตที่ลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด เช่น การนำเอาละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่เคยสร้างมาแล้วจนผู้ชมรู้จักกันอย่างดีมาสร้างใหม่อย่างซ้ำซาก ทำให้ไม่มีใครกล้าแหวกตลาดหรือทวนกระแสออกไปสู่พื้นที่ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์กลายเป็นสิ่งที่หาได้ยาก

มีการลดการลงทุนในสาขาที่ทำกำไรให้น้อย เช่น การทำรายการสารคดีดี ๆ ทางโทรทัศน์จะลดน้อยลง นายทุนทุกรายจะแห่กันไปผลิตรายการเกมโชว์ละครที่กำไรงาม ผลที่เกิดตามมาก็คือ กลุ่มผู้ชมที่มีอำนาจการซื้อน้อยหรือไม่มีอำนาจการซื้อ เช่น เด็ก คนแก่ จะกลายเป็นกลุ่มคนที่ไม่มียอดงานสื่อสำหรับตนเอง

เนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะไม่สมดุลทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อเอาใจเจ้าของทุน ซึ่งมักเป็นผู้ที่มีอำนาจทางการเมือง

ประเด็นที่ศึกษา นักวิชาการคนสำคัญ ๆ ในกลุ่มนี้ เช่น P. Golding G. Murdock J. Curran ได้สาธิตให้เห็นประเด็นที่กลุ่ม Political Economy มักจะให้ความสนใจวิเคราะห์ เช่น

- โครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อประเภทต่าง ๆ
- วิธีการทำงานทางการตลาดของสื่อ ซึ่งเป็นไปตามกลไกของตลาดสินค้าอื่น ๆ

เช่น ต้องทำกำไร ต้องให้ได้สัดส่วนในตลาดเพิ่มขึ้น ต้องขยายตลาด ต้องสร้างตลาดใหม่ ๆ เป็นต้น

- ปรากฏการณ์การผูกขาดสื่อมวลชน การกระจุกตัวของสื่อมวลชน เช่น ในตลาดผู้อ่านหนังสือพิมพ์ จะมีปริมาณหนังสือพิมพ์บางฉบับที่ครองตลาดผู้อ่านจำนวนมาก เจ้าของทุนคนเดียวสามารถครอบครองสื่อหลายประเภท (สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์) ตัวอย่างในระดับสากลก็เช่น สำนักข่าวต่างประเทศระดับโลกที่มีเพียง 5 แห่งเท่านั้นที่เป็นผู้ขายข่าวรายใหญ่ เป็นต้น

มีข้อสังเกตว่า จุดแข็งอย่างยิ่งของสำนัก Political Economy นี้ก็คือ เมื่อเทียบกับทฤษฎีวิพากษ์กลุ่มอื่น ๆ แล้ว กลุ่มนี้มีหลักทฤษฎีที่เอื้อต่อการทำวิจัยได้ง่ายกว่า เพราะตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวแปรที่มองเห็นจับต้องได้ นอกจากนั้นเมื่อทำวิจัยครั้งใดก็มักจะได้ผลยืนยันสมมติฐานเป็นส่วนใหญ่ที่ตอกย้ำถึงพลังทางเศรษฐกิจที่แผ่อิทธิพลในสถาบันสื่อมวลชน

ทัศนะแนวใหม่ต่อผู้รับสาร ทัศนะล่าสุดของกลุ่ม Political Economy ที่ได้พัฒนาต่อมาก็คือ แนวคิดเรื่อง “ผู้รับสาร” ในขณะที่สื่อสมัยใหม่ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือนิตยสารนั้น มักจะไม่ได้มีหลักประกันความอยู่รอดอยู่ที่ตลาดผู้อ่าน แต่กลับอยู่ที่พื้นที่โฆษณาสินค้ามากกว่า เนื่องจากสังคมทุนนิยมปัจจุบันเป็นสังคมที่สามารถผลิตได้มากกว่าที่ประชาชนต้องการ ดังนั้นจึงต้องมีการเร่งทั้งปริมาณและคุณภาพการบริโภคของประชาชน ในการนี้สื่อจึงทำหน้าที่ผลิต “ผู้รับสาร” ให้กลายเป็น “สินค้า” (กล่าวคือ ปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าอื่น ๆ ที่ได้ผลิตขึ้นมาแล้ว) แล้วขายให้แก่ธุรกิจโฆษณา ด้วยเหตุนี้รายการสื่อที่มีผู้รับสารจำนวนมาก (แปลว่า มีสินค้าผู้รับสารมาก) จึงมีราคาขายสูงกว่ารายการที่มีผู้รับชมน้อย เป็นต้น

การทำนายแนวโน้มของสื่อมวลชน กลุ่ม Political Economy ได้ทำนายว่า แนวโน้มของสื่อมวลชนที่จะเกิดขึ้นต่อไปก็คือ

- อำนาจของการเป็นเจ้าของสื่อ (ownership) จะตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อยทั้งในขอบเขตของประเทศและระดับโลก ซึ่งเป็นแนวโน้มเดียวกับธุรกิจการกระจายเสียง
- การควบคุมจากภาครัฐจะมีน้อยลง ดังจะเห็นได้จากแนวคิดเรื่อง “การผ่อนคลายการควบคุม” (Deregulation) การแปรรูปรัฐวิสาหกิจให้เป็นเอกชน (Privatization) หรือการอนุญาตให้มีวิทยุ / โทรทัศน์เสรีที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ (Liberalization) เป็นต้น

การวิเคราะห์ข่าวเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of News)

1. แนวคิดพื้นฐาน แนวคิดพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง ก็คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (อันได้แก่ เกณฑ์ที่ว่า ใครเป็นเจ้าของสื่อ นั้น เป้าหมายของสื่อ นั้น สร้างขึ้นมาเพื่ออะไร ฯลฯ) จะเป็นปัจจัยชี้ขาดในการกำหนดกระบวนการทำงานของสื่อ รวมทั้งผลงานที่ออกมาด้วย ในทางปฏิบัติอาจจะหมายความว่า เจ้าของเงินทุน เจ้าของสถานี สปอนเซอร์ สนับสนุนรายการจะเป็นปัจจัยหลักที่ควบคุมการทำงานของฝ่ายบรรณาธิการข่าว และนักข่าว เป็นต้น

สำหรับทัศนะดังกล่าว ได้มีการโต้แย้งกันอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์ เนื่องจากกระบวนการทำข่าวนั้นมีความสลับซับซ้อน ต้องผ่านบุคลากรหลายระดับ ผ่านกลไกการผลิตหลายชนิด (เช่น การสัมภาษณ์ การเขียน การอัดเสียง การถ่ายภาพ ฯลฯ) ด้วยความซับซ้อนดังกล่าวนี้ ทำให้เป็นไปได้ที่เจ้าของเงินทุน หรือแหล่งเงินทุนอื่น ๆ จะเข้ามาควบคุมได้อย่างเบ็ดเสร็จสมบูรณ์

2. โครงสร้างหลักของข่าวโทรทัศน์เป็นอย่างไร เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองเชื่อว่า ในสังคมนั้นมีความขัดแย้งกันทั้งด้านความคิดและประโยชน์ ดังนั้นคนจากทุกกลุ่มจึงต้องมีการต่อสู้ชิงอำนาจและผลประโยชน์จากฝ่ายอื่น ๆ ในการนี้สื่อมวลชนก็เป็นกลไกทางสังคมหนึ่งที่จะใช้เป็นอาวุธในการต่อสู้ นั่น เราจึงสามารถจะศึกษาเนื้อหาในสื่อมวลชนว่า ได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือยึดพื้นที่ทางความคิดให้แก่กลุ่มใดบ้าง เช่น

3. เนื้อหาหลักของข่าวโทรทัศน์ว่าด้วยเรื่องราวอะไร เช่น รายงานข่าวเพื่อรักษา ความสงบเรียบร้อยของสังคม โจมตีระบบราชการที่เป็นอยู่ ยั่วให้เกิดอาชญากรรม ฯลฯ

4. วิธีการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาในรายการประเภทวิเคราะห์ข่าว วางสาเหตุหลักอยู่ที่ระดับใด เป็นระดับบุคคล (Individual) หรือเป็นระดับโครงสร้างของสังคม

5. แหล่งข่าวที่ใช้มีการกระจายตัวอย่างยุติธรรมหรือไม่ หรือใช้แต่แหล่งข่าวของทางราชการมากกว่าแหล่งข่าวที่เป็นประชาชน ใช้แหล่งข่าวของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องหรือเปล่า (เช่น กรณีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายทำแท้งเสรี ได้ซักถามผู้หญิงที่เคยทำแท้งหรือเปล่า)

6. ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจ ข่าวหุ้น ข่าวพัฒนา ข่าวกีฬา ฯลฯ ภาษาดังกล่าวแสดงถึงอุดมการณ์อะไรที่อยู่เบื้องหลัง

7. การวิเคราะห์ Format ของรายการข่าว เช่น ความยาวของข่าวโทรทัศน์ เพราะเหตุใดจึงเกิน 2 ชั่วโมงไม่ได้ ในแต่ละช่วงเป็นเวลาของข่าวใดมากที่สุด ลำดับที่ของข่าวแต่ละประเภทมีโครงสร้างลำดับชั้นอย่างไร มีความหมายอะไร

8. วิธีการรายงานข่าว เช่น เพราะเหตุใดรายงานข่าวรัฐสภาจึงชอบนำเสนอในรูปแบบของการสรุปประเด็นสำคัญ ๆ มากกว่าที่จะนำเสนอรายละเอียดของข่าว วิธีการนำเสนอแบบดังกล่าวเป็นความพยายามที่จะสร้างภาพให้ระบบการเมือง กลายเป็นเรื่องที่มีเหตุมีผลใช้หรือไม่ หรือเพราะเหตุใดการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมจึงใช้ลีลาแบบข่าวการเมือง คือมีมุมแดง-มุมน้ำเงิน ทำไมจึงเน้นข้อมูลที่กระตุ้นความกลัวมากกว่าการนำเสนอวิธีการจัดการ เป็นต้น

จากลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จะเห็นหลักการร่วมกันได้ประการหนึ่งของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง คือการไม่ยอมรับปรากฏการณ์ที่ดำรงอยู่ (Given) ว่าเป็นสิ่งที่เป็นไปได้โดยธรรมชาติ (Natural) หรือเป็นสิ่งที่ต้องยอมรับกันโดยปริยาย (Taken-for Granted) หากแต่เป็นสิ่งที่จะต้องตั้งคำถามเพื่อค้นหาสิ่งที่อยู่ลึกลงไป

บทบาทที่แท้จริงของข่าวโทรทัศน์คืออะไร

จากแนวคิดพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นว่า เมื่อกลุ่มชนชั้นนำ (Elites) มีอำนาจทั้งทางเศรษฐกิจและการเมืองอยู่ในมือ คนกลุ่มดังกล่าวก็จะใช้อำนาจนั้นเข้ามาควบคุมกลไกด้านสื่อมวลชนของสังคมไปด้วย ทั้งนี้เพื่อรักษาสถานภาพเดิมที่ได้เปรียบของตนเองเอาไว้ (Status Quo) ดังนั้น หน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน โดยเฉพาะในรายงานข่าวจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของกลุ่มผู้มีอำนาจ (Authority) โดยตรง จึงจำเป็นต้องสร้างความชอบธรรม (Legitimation) ให้แก่กลุ่มผู้มีอำนาจ แม้ว่านักวิชาการสายเศรษฐศาสตร์การเมืองจะเห็นพ้องต้องกันในหลักการดังกล่าว หากทว่าในรายละเอียดแล้ว ก็ยังมีการถกเถียงเรื่องบทบาทที่แท้จริงของข่าวโทรทัศน์อยู่บ้าง

A. Murdock⁷ กล่าวว่า ทั้ง ๆ ที่นักข่าวจะมีความรู้สึกว่าเขาเองได้ปฏิบัติงานอย่างมีอิสรภาพเต็มที่หรืออย่างน้อยก็พอสมควร แต่ทว่าในการรายงานข่าวและวิธีการตีความสถานการณ์ (Definition of Situation) มักเป็นไปตามที่ผู้มีอำนาจต้องการเป็นส่วนใหญ่ หรือในบางกรณีอาจจะมีการสร้างความไม่พอใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ให้แก่ผู้มีอำนาจบ้างก็ตาม แต่ท้ายที่สุดแล้วก็มักเป็นสิ่งที่ผู้มีอำนาจยอมรับได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งคณะรัฐมนตรีที่ดูไม่เหมาะสมในทัศนะของสาธารณชน ข่าวก็อาจจะพาดหัวข่าวว่า “ประชาชนร้องยี้” แล้วต่อจากนั้น ก็จะไม่ค่อยติดตามมาก กล่าวคือ เป็นเหตุการณ์ที่หาได้ยากที่รายการข่าว (โดยเฉพาะในโทรทัศน์) จะทำหน้าที่ระดมพลังทางสังคม (Mobilization) เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ในสังคม

⁷ Murdock A., อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิด และเทคนิค, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: ไฮเออร์เพรส, 2547), น. 302-328.

ในกรณีของต่างประเทศ ได้มีการวิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการที่นักข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์สามารถที่จะเล่นบทเป็นผู้จุดประกายการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง All the President's Men ซึ่งสะท้อนเรื่องราวที่เป็นจริงบางส่วนจากกรณี Water Gate อย่างไรก็ตาม จากเรื่องราวภาพยนตร์ดังกล่าวก็ได้สะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริงในอีกด้านหนึ่งเช่นเดียวกันว่า การแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการสร้างความชอบธรรมในระบบนั้น อาจจะมีใช่เป็นการตัดสินใจของตัวบุคคลที่ทำงาน หากแต่เป็นเหตุการณ์ถูกกำหนดมาจากโครงสร้างขององค์กรสื่อมวลชนเอง (ที่เรียกว่าเป็น Organizational Structural Constraints กล่าวคือ เพื่อรักษาความอยู่รอดขององค์กรภายในระบบที่เป็นอยู่ จึงจำเป็นต้องวางโครงสร้างและบทบาทหน้าที่องค์กร (และตัวคนทำงาน) ให้สร้างความชอบธรรมให้แก่ผู้มีอำนาจ (อาจจะมียุติเพียงแต่จะเลือกว่า จะสร้างความชอบธรรมให้แก่กลุ่มผู้มีอำนาจกลุ่มไหนเท่านั้น)

ถึงแม้จะมีกรณียกเว้นที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เช่นกรณีสงครามเวียดนาม ที่สื่อมวลชนมีบทบาททำลายล้างความชอบธรรมในการตัดสินใจของผู้นำประเทศอย่างเต็มที่และเปิดเผย แต่ Murdock ก็เห็นว่า นั่นเป็นเพราะว่าในกลุ่มผู้นำเองได้มีการแตกแยกออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ที่มีความประสงค์ในการนำทิศทางของประเทศแตกต่างกัน ดังนั้น องค์กรสื่อมวลชนจึงสามารถเล่นบทบาทที่ผิดแปลกไปจากปกติได้ เนื่องจากการหนุนหลังจากกลุ่มผู้นำบางกลุ่มเท่านั้น และนี่ถือเป็นกรณียกเว้นมากกว่าจะเป็นหลักปฏิบัติทั่วไป

Schudson⁸ มีทัศนะที่แตกต่างไปจากทัศนะของ Murdock ในบางแง่มุม กล่าวคือ เขาไม่เชื่อว่าอำนาจจากเศรษฐกิจ-การเมือง จะสามารถควบคุมปิดกั้นไม่ให้มีการนำเสนอข่าวที่วิพากษ์วิจารณ์ผู้มีอำนาจได้ (Critical) เพราะข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเช่นในสหรัฐฯ ที่สื่อมวลชนถูกควบคุมจากองค์กรเศรษฐกิจ-การเมืองต่าง ๆ มากมาย แต่ทว่าการรายงานข่าวจากทุกสื่อก็ยังทำหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์ (รวมจนถึงขั้น Radical ได้ในบางโอกาส) Schudson ให้เหตุผลว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขที่ระบบทุนนิยมของสหรัฐฯ มีความมั่นใจในตัวเองมาก ๆ จนอยู่ในระดับที่เปิดโอกาสให้มีฝ่ายค้านที่ท้าทายได้ เพียงแต่จะต้องอยู่ในขอบเขต อย่าเล่นล้ำเส้น (ซึ่งอาจจะเรียกภาษากีฬาว่า “อนุญาตให้แรงในเกมได้”) กล่าวโดยสรุปก็คือ Schudson เองไม่เชื่อว่าสื่อมวลชนจะรายงานข่าวอย่างไม่มีเสรีภาพเลย และในเวลาเดียวกันเขาก็ไม่เชื่อว่าสื่อจะทำงานได้อย่างมีเสรีภาพที่หลากหลายอย่างไร้ขอบเขต เขาเชื่อว่าสื่อทำงานโดยเฉพาะด้านข่าวได้อย่างมีเสรีภาพและมีความหลากหลายอยู่ภายในกรอบ

⁸ Schudson, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

ตัวอย่างประเด็นสำหรับศึกษาโดยแนวทางเศรษฐศาสตร์การเมือง

1. ในการวิเคราะห์นั้นอาจจะวิเคราะห์ว่าระบบการเมืองและกฎหมายนั้นได้เปิดโอกาสหรือได้เป็นอุปสรรคในการทำข่าวโทรทัศน์ในแง่มุมใดบ้าง มีตัวอย่างที่น่าสนใจของงานวิจัยที่พบว่าโดยเปรียบเทียบแล้ว การสัมภาษณ์คนในโรงงานของข่าวโทรทัศน์ในรัสเซียจะทำได้ง่ายกว่าในสหรัฐฯ ทั้งนี้เพราะกฎหมายเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินส่วนบุคคลนั่นเอง

2. ระบบเศรษฐกิจเข้ามามีส่วนในการควบคุมกระบวนการทำข่าวโทรทัศน์อย่างไรบ้าง เนื่องจากระบบสื่อมวลชนในสังคมแบบทุนนิยมนั้น ต้องมีมิติด้านธุรกิจ (Private Business) มากกว่า หรืออย่างดีที่สุดก็ในระดับที่พอ ๆ กับมิติด้านบริการสังคม (Public Service) ดังนั้นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ที่เป็นรูปธรรมที่สุดคือ ผู้อุปถัมภ์รายการ “Sponsor” ย่อมเข้ามามีส่วนควบคุมกระบวนการผลิตข่าวอย่างแน่นอน ตัวอย่างที่มักศึกษาวิจัยกันมากก็คือ รายงานข่าวเศรษฐกิจหรือข่าวศิลปะบันเทิง (แม้แต่ข่าวกีฬา) จะถูกควบคุมจากด้านธุรกิจมากน้อยเพียงใด

สำหรับการศึกษาวิจัยในสหรัฐฯ นั้น มักจะไม่ค่อยสนใจมิติการควบคุมจากด้านการเมืองมากนัก เนื่องจากเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า สื่อมวลชนมีเสรีภาพทางการเมืองในระดับที่น่าพอใจ (เพราะมีบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ) แต่ทว่าประเด็นที่มักจะเป็นปัญหาคือ ความเป็นอิสระจากการควบคุมทางด้านเศรษฐกิจ

3. การศึกษาเรื่องการควบคุมทางการเมืองและเศรษฐกิจนั้น สามารถศึกษาได้ด้วยการเปรียบเทียบด้านมิติเวลาและเทศะ (Space and Time) เช่น ศึกษาสถานการณ์ของการรายงานข่าวของประเทศสเปนก่อนและหลังนายพลฟรังโกเป็นประธานาธิบดี หรืองานศึกษาเรื่อง “Free Expression” โดยเปรียบเทียบประเทศในทวีปยุโรป 7 ประเทศ เป็นต้น

ในส่วนเรื่องการควบคุมด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองนี้ มีนักคิดด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองในยุคหลัง ๆ เช่น J. Habermas⁹ เสนอหลักการแบบ “หนามยอกเอาหนามบ่ง” ซึ่งหมายความว่า ในขณะที่สื่อมวลชนเคยถูกใช้เพื่อการครอบงำความคิดของประชาชน (Manipulation) ในอีกด้านหนึ่ง ก็สามารถจะใช้สื่อมวลชนเพื่อการปลดปล่อยความคิดที่เป็นอิสระได้เช่นกัน (Liberating) ตัวอย่างเช่น วิธีการรายงานข่าวในประเทศสังคมนิยมในยุโรปตะวันออกช่วงที่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของรัสเซียนั้น คนอ่านจะอ่านรายงานข่าวแบบอ่านระหว่างบรรทัด (Read Between the Line) อยู่ตลอดเวลา เป็นต้น

⁹ Habermas J., อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

แนวคิดในการบริหารสื่อโทรทัศน์

“โทรทัศน์” เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทหนึ่ง ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่กว้างไกลในการแพร่ภาพและเสียง มีอิทธิพลครอบคลุมในหลายพื้นที่ สามารถส่งข่าวสารไปยังผู้รับได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว ปัจจุบันโทรทัศน์กลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวันของผู้คน

ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านโทรทัศน์หลายรูปแบบ แต่รายการ “ข่าว” (NEWS) คือรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม ไปยังกลุ่มผู้ชมได้อย่างตรงไปตรงมาที่สุด ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ก็จะมองว่า “ข่าวโทรทัศน์” ที่เฝ้าดูกันอยู่ทุกวัน เป็นแหล่งข่าวแรกที่สำคัญ ก่อนไปแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออื่น และถึงแม้ว่าข่าวโทรทัศน์จะมีระยะเวลาในการนำเสนอข่าวที่จำกัด จนไม่สามารถให้รายละเอียดได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ แต่ภาพที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์ก็สามารถทดแทนรายละเอียดของถ้อยคำที่จำกัดได้ ภาพที่ผู้ชมเห็นจะก่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ได้ดี ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพ มีค่าเท่ากับคำพันคำ” โดยเฉพาะภาพที่เคลื่อนไหวต่อหน้าผู้ชม เป็นเหมือนการยืนยันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ชมจะเชื่อถือสิ่งที่พวกเขาเห็น (Seeing is believing) ข่าวโทรทัศน์จึงเป็นรายการที่มีผู้ติดตามเสมอ

มีงานเขียนเกี่ยวกับการวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์อยู่จำนวนมาก และในเวลาเดียวกัน กระบวนการข่าวผลิตข่าวโทรทัศน์จะมีหลักการบางอย่างร่วมกับการผลิตข่าวโดยทั่วไป แต่ในเวลาเดียวกันก็มีลักษณะบางอย่างที่เป็นลักษณะเฉพาะของข่าวโทรทัศน์ โดยจะพิจารณาในส่วนของข่าวโทรทัศน์ในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้

ธรรมชาติของรายการข่าวโทรทัศน์

เราสามารถแบ่งประเภทของรายการต่าง ๆ ในโทรทัศน์ออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. Journalistic Program
2. Non-Journalistic Program/Entertainment

รายการข่าวโทรทัศน์นั้นจัดอยู่ในประเภทของ Journalistic Program อันประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ ๆ คือ ต้องเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้น มีพยานหลักฐานยืนยัน มีวิธีการนำเสนอที่มุ่งให้สารสนเทศ (Information) รวมทั้งมีคุณสมบัติต่าง ๆ ของ “ความเป็นข่าว” ตามข้อตกลงด้านนิเทศศาสตร์ (เช่น มีความสด มีความแปลก มีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ ฯลฯ)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการแบ่งประเภทของรายการต่าง ๆ ในโทรทัศน์ออกได้เป็น 2 ประเภทดังกล่าวมานั้น แต่ทว่าจากการปฏิบัติที่ผ่านมาในอดีต และอาจจะกลายเป็นแนวโน้มหลักในอนาคตก็คือ ในรายการหนึ่ง ๆ อาจจะนำเอาคุณสมบัติของทั้ง 2 ประเภทมารวมกัน เช่น ในรายการข่าวได้นำเอามิติความบันเทิงเข้ามาสอดแทรกด้วย (เช่น รายการสะกิดข่าว) การเล่าข่าว ฯลฯ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ธรรมชาติของรายการโทรทัศน์นั้น มีเป้าหมายเพื่อมุ่งความบันเทิงอยู่เป็นพื้นฐาน

การให้คำนิยามว่า “ข่าวโทรทัศน์ คืออะไรนั่น” คงสืบทอดจากการให้คำนิยามของ “ข่าวโดยทั่วไป” Schudson¹⁰ ให้คำนิยาม “ข่าว” ควบคู่ไปกับ “การรายงานข่าว” โดยกล่าวว่า การรายงานข่าวคือ การเล่าเหตุการณ์อันใดอันหนึ่ง โดยที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ทุกนาที ทุกชั่วโมง มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย แต่ทว่าจะมี “บางเหตุการณ์เท่านั้นที่ถูกเลือกนำมาเล่า” แม้ว่า การคัดเลือกเหตุการณ์ดังกล่าวจะมีเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นกรอบอ้างอิงอยู่ก็ตาม หากทว่าในการปฏิบัติงานจริง สภาพการณ์อย่างหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยก็คือ การคัดเลือกนั้น เป็นอย่างบังเอิญและสุ่มเอา ดังที่นิยามของข่าวระบุเอาไว้ว่าเป็น “Random Reaction to Random Events” (เนื่องจากขีดจำกัดที่เป็นข้อเท็จจริงง่าย ๆ ว่านักข่าวทุกคนไม่ได้มีโอกาสจะสำรวจเหตุการณ์ทั้งหมดเสียก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือก)

ดังนั้น ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เหตุการณ์หนึ่ง ๆ ที่มีโอกาสมา “เข้าตา” นักข่าว และถูกคัดเลือกจนกลายเป็น “ข่าว” ขึ้นมานั้น ก็คือ ตัวนักข่าวนั่นเอง ดังนั้นจึงมีการให้นิยาม “ข่าว” เสียใหม่ว่า “ข่าวเป็นสิ่งที่นักข่าวทำขึ้นมา” แต่ทว่า คำว่า “ทำขึ้นมา” ในที่นี้ มิใช่เป็นความหมายเดียวกับคำว่า “กุข่าว” ขึ้นมา หากทว่ามีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Socially Construct” โดยที่มิใช่มีแต่เพียงนักข่าวเท่านั้นที่สร้างข่าวขึ้น คนทุกคนในสังคมล้วนมีส่วนร่วมหรือมีส่วนสร้างเรื่องราวที่จะทำให้เกิดศักยภาพที่เป็นข่าวได้ทั้งสิ้น

และเนื่องจากนักข่าวเองก็เป็นมนุษย์คนหนึ่งเช่นเดียวกับมนุษย์คนอื่น ๆ ที่มีเลือดเนื้อ มีจิตวิญญาณ รวมทั้งมีความโลภโกรธหลงบางอย่างอยู่ในตัว ดังนั้นแม้ว่าจะมีหลักเกณฑ์และกรอบทางวิชาชีพเป็นตัวกำหนดอยู่ แต่ข่าวทุกชิ้นที่ถูกสร้างขึ้นม่าย่อมมีมิติด้านอัตวิสัย (Subjectivity) ของผู้ทำข่าวเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย มีผู้เปรียบเทียบว่า อาชีพนักข่าวก็เหมือนอาชีพ

¹⁰ Schudson, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

นักวิทยาศาสตร์ที่กำลังแสวงหาความเป็นจริงบางประการ และได้รายงานสิ่งที่ตนเองได้ค้นพบ เพียงแต่ว่า สิ่งที่ค้นหาของนักชาวนั้นอาจจะกว้างขวางกว่านักวิทยาศาสตร์

ผลจากการที่ “ข่าว” ไม่ใช่ทุกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แต่ทว่าเป็น “เหตุการณ์ที่ถูกคัดเลือกมา” ประเด็นสำคัญจึงเคลื่อนย้ายมาอยู่ที่วิธีการคัดเลือกข่าวอันเป็นขั้นตอนหนึ่งของ กระบวนการคัดเลือกของการผลิต (Selection of Production) มีกรณีตัวอย่างการรายงานข่าว ช่มชืดอย่างมากในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น ปี พ.ศ.2538 มีการรายงานข่าวช่มชืดแล้วฆ่าเด็กหญิงเล็ก ๆ ในสี่มณฑลชนบททุกวัน หลังจากข่าวนี้กำลังอยู่ในกระแส ก็ปรากฏว่า นักข่าวสามารถที่จะพบ เหตุการณ์ที่มีคนฆ่าและช่มชืดเด็กเล็ก ๆ เพื่อมารายงานได้ทุกวัน อันเป็นไปตามหลักการที่ว่า “เมื่อเราค้นหา เราก็จะได้พบ” (When we search, we find) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรายงาน ขาวดังกล่าวอย่างต่อเนื่องทุกวัน ซึ่งนอกจากจะทำให้ประชาชนได้รับรู้เรื่องราวเหตุการณ์แล้ว ในลำดับต่อมา ยังทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่า ศีลธรรมของสังคมกำลังเสื่อมโทรมอย่างมาก ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริง เมื่อหยิบสถิติเรื่องการช่มชืดมาดู จะพบว่า สถิติดังกล่าวเป็นมาเช่นนั้น ตั้งแต่เมื่อ 10 กว่าปีก่อนอย่างไม่เปลี่ยนแปลง

การแบ่งประเภทของการผลิต

Molotch and Lesters¹¹ เสนอให้แบ่งประเภทการผลิตข่าวออกเป็น 3 แบบ โดยใช้ เกณฑ์เรื่องการทำงานด้านข่าวองค์กรว่า ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า หรือต้องการ Promote ขาวนั้นหรือเปล่า

1. แบบ Routine เป็นการผลิตข่าวที่เจ้าของเรื่องได้มีการวางแผนล่วงหน้าเอาไว้เอง และต้องการจะ Promote ขาวนั้นด้วยตนเอง การผลิตข่าวประเภทนี้เป็นรูปแบบการปฏิบัติงาน โดยทั่วไป
2. แบบ Scandal เป็นการผลิตข่าวที่เจ้าของเรื่องได้วางแผนเอาไว้ แต่ถูกคนอื่นนำไป Promote ขาวที่เกิดขึ้นอาจจะผิดไปจากความตั้งใจของเจ้าของเรื่อง
3. แบบ Accidental เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่ได้วางแผนเอาไว้ล่วงหน้า แล้วข่าวก็ถูก คนอื่น Promote อย่างควบคุมไม่ได้

¹¹ Molotch and Lesters, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

ผลจากการศึกษาข่าวที่เกิดขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้ว จะเป็นประเภท Routine แทบทั้งสิ้น คือเป็นข่าวที่เข้าของเรื่องวางแผนเอาไว้แล้ว รวมทั้งมีการ Promote ด้วยตนเอง จากข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้ Molotch เชื่อมโยงมาถึงคำนิยามที่ว่า “ข่าวคืออะไร” โดยได้ตั้งคำถามว่า ข่าวนั้นเป็น “ความเป็นจริง” (Reality) แน่แท้หรือ เพราะแม้แต่ “ความเป็นจริง” ที่มาตกเป็นข่าว ก็ได้มีการวางแผนสร้างขึ้นมามากแล้ว

ฉะนั้นเขาจึงสรุปว่า “ข่าวไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่ตรงนั้น” (Outthere) แล้วนักข่าวก็หยิบเอมารายงาน หากทว่าข่าวคือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการสร้างเหตุการณ์ของผู้มีอำนาจหรือผู้ที่ต้องการจะให้ข่าวมากกว่า

นักข่าวใช้แหล่งข่าวประเภทใด (Source)

หัวข้อเรื่องแหล่งข่าวที่นักข่าวใช้นั้นเป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่มีการศึกษากันอย่างแพร่หลาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1. Fishman¹² ศึกษาแหล่งข่าวที่นักข่าวใช้ พบว่า ส่วนใหญ่แล้วจะมีสัดส่วนของแหล่งข่าวของทางราชการมากที่สุด ซึ่งผู้ศึกษาได้ตีความว่า โลกในหัวข้อของนักข่าวนั้นจะถูกจัดระบบเอาไว้แบบราชการ กล่าวคือ มีลักษณะของลำดับขั้นที่บรรจุรายชื่อผู้รับผิดชอบเอาไว้ เช่น ถ้าน้ำท่วมกรุงเทพฯ จะต้องเปิดลิ้นชักชื่อของผู้รับผิดชอบคนใด ถ้าเกิดมีกรณีฆาตกรรมจะต้องสัมภาษณ์ใคร เป็นต้น

Fishman กล่าวว่า เป็นเรื่องจำเป็นที่นักข่าวจะต้องมีระบบลิ้นชักดังกล่าวอยู่ในสมองจึงจะสามารถทำรายงานข่าวได้สำเร็จอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพราะแหล่งข่าวราชการนั้นมีข้อได้เปรียบหลายประการคือ เป็นแหล่งข่าวที่สาธารณชนรู้จักและให้ความเชื่อถือ เป็นแหล่งข่าวที่ไว้วางใจได้ว่า ถ้าไปหาแล้วจะพบ (เพราะมีสถานที่และมีช่วงเวลาที่จะทำการอย่างแน่นอน) ถ้าไปสัมภาษณ์ก็จะมีข้อมูลอยู่ในมือที่ให้รายละเอียดของข้อเท็จจริงได้

เพราะฉะนั้นเมื่อกระบวนการผลิตข่าวเกิดมาจากลักษณะดังกล่าวมานี้ ในความหมายที่แท้จริง การผลิตข่าวจึงเป็นผลงานที่เกิดมาจากปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างนักข่าวกับเจ้าหน้าที่ของทางราชการเสียเป็นส่วนใหญ่ นั่นเอง และนี่คือความหมายของคำว่า “ข่าว” คืออะไร (คือลูกผสมของทักษะของข้าราชการกับนักข่าว)

¹² Fishman, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

2. Tuchman (1978)¹³ ศึกษาพบว่า ความหมายของ “แหล่งข่าว” (Source) ได้เปลี่ยนแปลงความหมายไปจากเดิมที่เคยหมายความว่าผู้ให้ข่าว ในขั้นต่อมาแหล่งข่าวได้กลายมาเป็นเครดิต (Credit) ของคนทำข่าว กล่าวคือ มีการแข่งขันกันว่าใครจะมีแหล่งข่าวมากกว่ากัน ใครจะเข้าถึงแหล่งข่าวลับหรือแหล่งข่าวระดับสูงมากกว่ากัน และแหล่งข่าวของใครมีความน่าเชื่อถือมากกว่ากัน

ด้วยความหมายที่แปรเปลี่ยนมาดังกล่าว ผลงานข่าวที่ออกมา สีสน และทิศทางของข่าวที่ออกมา จึงกลายเป็นเรื่องและทัศนะของแหล่งข่าว มากกว่าทัศนะของตัวสื่อมวลชนเอง เพราะต้องการแสดงเครดิตของตนเองจากแหล่งข่าว

นอกจากนี้ มีข้อสังเกตจากกลุ่มนักวิชาการที่ทำการศึกษารวบรวมเรื่องนักข่าว และแหล่งข่าวว่า มักจะมีความสนใจศึกษาค้นคว้าในประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับนักข่าว (External Relationship) แต่มักจะไม่ค่อยมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบรรณาธิการข่าวกับตัวนักข่าวเอง (Internal Relationship) ทั้งนี้โดยที่ที่มีความเชื่อกันอยู่แล้วว่า บรรดานักข่าวมักจะมีระบบเซ็นเซอร์ตัวเอง (Self-Censorship) เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดกับงานของตน

การบรรณาธิการข่าว (Editing)

โดยส่วนใหญ่แล้วในขั้นตอนของกระบวนการผลิตข่าวนั้น มักจะมีความสนใจศึกษาการทำงานในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล มากกว่าที่จะศึกษาขั้นตอนของบรรณาธิการ อันประกอบด้วยกิจกรรมอันหลากหลาย เช่น การแก้ไขข้อความ การตัดแปลงข้อความ การตัดการต่อ การเติม และการแต่งข้อความ รวมทั้งการร้อยเรียงรูปประโยคใหม่ การเปลี่ยนแปลงถ้อยคำที่ใช้ ฯลฯ นอกจากนั้นยังมียังงานศึกษาขั้นตอนของการบรรณาธิการในสื่อหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ แต่ในงานข่าวโทรทัศน์ยังมีการศึกษากันน้อย

ประเด็นเรื่องการบรรณาธิการที่มักได้รับความสนใจศึกษาค้นคว้าคือ เรื่องการตั้งสมญานามหรือฉายานาม (Lebelling) และการพาดหัวข่าวซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอที่สำคัญมากของหนังสือพิมพ์ แต่งานศึกษาดังกล่าวจะไม่ค่อยพบในข่าวโทรทัศน์เนื่องจากมีความเชื่อว่าข่าวโทรทัศน์ไม่มีการตั้งฉายาหรือพาดหัวข่าว

¹³ Tuchman, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 302-328.

แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง

Gurevitch and Blumler¹⁴ ที่เลียนแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารมาใช้ได้อธิบายนิยามของการสื่อสารทางการเมืองดังนี้

ในระดับผู้ส่งสาร จะประกอบด้วยกลุ่มบุคคล 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกคือ แหล่งข่าว ซึ่งอาจจะเป็นรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชน ฯลฯ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ สื่อมวลชนเองในบางกรณี สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่แหล่งข่าวส่งมาให้ แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนเองก็สามารถจะแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองได้ เช่น ในรูปแบบของบทวิเคราะห์ทางการเมือง การตั้งฉายานาม เป็นต้น

สำหรับเนื้อหาของข่าวสารนั้น จะมีลักษณะพิเศษเฉพาะ คือเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ในความหมายของการจัดสรร การต่อสู้ แย่งชิง ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของเนื้อหาทางการเมืองก็คือ เป็นเรื่องราวที่อยู่ในปริมณฑลของสาธารณะ (Public Affairs) เช่น เรื่องการเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย การทำงานของหน่วยงานของรัฐ ฯลฯ ตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวสารจึงเป็นบุคคลสาธารณะ (Public Figures) และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลประโยชน์ขอส่วนรวม (Public Interest)

ช่องทางสำหรับการได้มาซึ่งข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสารนั้น เป็นไปตามหลักของการสื่อสารมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ มีทั้งรูปแบบที่เป็นแบบฉบับ เป็นทางการ เช่น พรรคการเมือง เปิดแถลงข่าว นายกรัฐมนตรีให้สัมภาษณ์ ฯลฯ รวมทั้งรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถควบคุมช่องทางได้มากขึ้น เช่น การเจาะข่าวด้วยการค้นคว้าเอกสารหรือเลือกสัมภาษณ์ข้าราชการชั้นผู้น้อยที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเหตุการณ์ เป็นต้น

คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสารทางการเมืองก็คือ เป้าหมายของการส่งข่าวสาร ดังที่กล่าวมาแล้วว่า “การเมือง” เป็นเรื่องของการใช้อำนาจมาจัดการกับสถานะที่เป็นอยู่ ให้เป็นไปเจตจำนงของผู้กระทำ การดำเนินการสื่อสารทางการเมืองย่อมเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ เช่นนั้นลักษณะของการสื่อสารทางการเมืองจึงต้องเป็นรูปแบบหนึ่งของการ “การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ” (Persuasive Communication)

¹⁴ Gurevitch and Blumler, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้ภาพลักษณ์ของการสื่อสารทางการเมืองในสายตาของประชาชนทั่วไปมักมีลักษณะเป็น “การสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อการครอบงำ” (Manipulative Purpose) ซึ่งดูติดลบไปยิ่งกว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวเสียอีก และอาจจะเนื่องมาจากคุณลักษณะดังกล่าวนี้เอง ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้กับการสื่อสารทางการเมืองอยู่ 2 แบบ แบบแรกคือ กลัวและหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสาร (เช่นกลุ่มผู้หญิงที่ไม่อยากยุ่งกับการเมือง เพราะเป็นเรื่องโหดร้าย สกปรก) อีกแบบหนึ่งคือทำให้คนเบื่อ และเลิกติดตามข่าวสารทางการเมือง ปฏิกริยาทั้งสองแบบนี้ นับว่าเป็นอันตราย อย่างยิ่งสำหรับการปกครองระบบประชาธิปไตยที่มีเงื่อนไขเบื้องต้น คือ ประชาชนต้องตัดสินใจเองและปกครองตัวเองด้วยการติดตามข่าวสารการเมืองอย่างเพียงพอ

ในขณะที่ภาพลักษณ์ของ “การสื่อสารทางการเมือง” ค่อนข้างจะติดลบดังที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมือง” ซึ่งเริ่มตั้งแต่ประมาณปลายทศวรรษ 1930 (เกี่ยวกับเรื่องเทคนิคการโฆษณาชวนเชื่อ) ก็พลอยติดเชื่อมีภาพติดลบตามไปด้วย ทั้งนี้ เพราะการศึกษาในหัวข้อนี้ มักจะเน้นหนักไปที่การศึกษาผลกระทบ (Impact Study) ของวิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจหรือเพื่อโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง และอาจจะต้องใช้เวลาอีกนานกว่าจะลบภาพพจน์ดังกล่าวได้

มิติในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมือง”

เมื่อใช้ตัวแปร 2 ตัวที่เป็นองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองเป็นเกณฑ์ D. McQuail¹⁵ เสนอว่า จะมีมิติในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมือง” ได้ใน 4 มิติ คือ

1. การศึกษาสถาบันทางการเมืองในกระบวนการสื่อสาร
2. การศึกษาสถาบันสื่อมวลชนในแง่มุมของการเมือง
3. การวิเคราะห์ทิศทางของผู้รับสาร (Audience Orientation) ที่มีการสื่อสารทางการเมือง
4. ลักษณะของการสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมือง (Political Culture)

¹⁵ McQuail D., อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

ในการศึกษาการกระทำหรือปฏิบัติการของสื่อมวลชน (Media Performance) ในด้านการสื่อสารทางการเมือง พบว่าสื่อสามารถกระทำการได้หลาย ๆ รูปแบบ เช่น

- เป็นผู้กำหนดตารางเวลาและรายงานลักษณะเหตุการณ์ทางการเมือง (Structure Timing) เช่น รายงานการเรียกประชุมด่วนของพรรคการเมือง รายงานข่าวการเดินขบวน หรือการปรากฏตัวหรือไม่ปรากฏตัวของผู้นำ เป็นต้น
- เป็นผู้ให้นิยามกับช่วงเวลาวิกฤต (Define Crisis) ที่เป็นแรงผลักดันให้นักการเมืองต้องมีปฏิกิริยา เช่น การรายงานข่าวว่าสินค้าในตลาดแพงขึ้นอย่างพรวดพราด ทำให้รัฐบาลต้องมีมาตรการมาแก้ไข

สำหรับประเด็นที่สื่อมวลชนรายงานข่าวอย่างต่อเนื่องที่เรียกว่า “กั๊กไม่ปล่อย” จะให้นักการเมืองหรือข้าราชการต้องให้ความสนใจ เช่น กรณีการฆ่าบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สื่อมวลชนเกาะติดที่จะให้หาตัวผู้กระทำผิดให้ได้ เป็นต้น

- เป็นผู้ปั้นดาวดวงใหม่ทางการเมือง เช่น เวลาที่มีการถ่ายทอดการประชุมรัฐสภาทางโทรทัศน์ บรรดาผู้แทนราษฎรที่ถูกขึ้นอภิปรายได้อย่างดี มักจะถูกรายงานอย่างชื่นชมจากสื่อมวลชน และกลายเป็นดาวสภาอันส่งผลให้ประชาชนรู้จักอย่างต่อเนื่อง
- เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดสถาบันทางการเมืองใหม่ ๆ ตัวอย่างเช่น ในระหว่างที่มีการเลือกตั้ง สื่อมวลชนจะรายงานการสำรวจความนิยมที่ทำจากดูลิตโพลล์ ธรรมศาสตร์โพลล์ หรือการปั้น “โหรการเมือง” รวมทั้งการรายงานข่าวของสมาชิกคนจนที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเกษตรกรรายย่อย เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองและสื่อมวลชน จะมีลักษณะทั้งด้านที่ขัดแย้งและด้านที่ร่วมมือ ความสัมพันธ์ด้านที่ร่วมมือนั้นเกิดมาจากการที่ทั้งสองฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์จากอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น นักการเมืองได้อาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารของตน หรือประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ส่วนสื่อมวลชนก็ได้อาศัยนักการเมืองเป็นแหล่งข่าว ส่วนที่ขัดแย้งกันนั้นอาจเกิดมาจากผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน หรือเมื่ออีกฝ่ายหนึ่งไม่สนองประโยชน์ตามที่ต้องการ รวมทั้งการหล่อหลอมความเข้าใจที่แตกต่างกัน (เช่น ความเข้าใจต่อคำว่า “ข่าว”) อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่ายจะเป็นอย่างไร แต่โดยทั่วไปแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองก็มักจะมีลักษณะต่อเนื่อง แม้จะไม่ราบเรียบและยืนยาว

ในการวิเคราะห์กระบวนการผลิตข่าวสารทางการเมือง อาจมีแง่มุมที่วิเคราะห์ได้ ดังนี้

1. วิธีการรายงานข่าว

Gurevitch and Blumler¹⁶ รายงานว่า มีหลักการ 3 ประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิธีการรายงานข่าวรัฐสภา คือ

- Pragmatic Judgment หลักเกณฑ์นี้เกิดมาจาก 2 ปัจจัย ผสมผสานกัน คือ เกิดมาจาก “จุมูกข่าว” ของฝ่ายนักข่าวบวกผสมกับการประเมินความสนใจของผู้รับสาร
- Sacerdotal Orientation เป็นวิธีการรายงานที่อาศัยหลักเกณฑ์ที่มาจากความเชื่อเกี่ยวกับบทบาททางสัญลักษณ์และความชอบธรรมของสถาบันการเมืองเอง เช่น การใช้คำบรรยายว่า “รัฐสภาผู้ทรงเกียรติ” การต่อสู้ในรัฐสภาไม่ควรใช้ความรุนแรง (เช่น การชกต่อย) ผู้แทนราษฎรไม่ควรจะหนีการประชุม เป็นต้น

บทบาทที่ใช้อัตวิสัยของผู้รายงาน (Subjective) เป็นที่น่าสังเกตว่า บทบาทของอัตวิสัยในส่วนตัวของผู้จัดรายการทางการเมือง ผู้รายงานข่าว ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อในอุดมการณ์หรือระบบการเมืองแบบใดแบบหนึ่ง มักจะแยกไม่ออกจากการตั้งประเด็นทางการเมือง การคัดเลือกข้อมูล ฯลฯ หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นไปไม่ได้ที่ผู้ส่งสารทางการเมืองจะทำตัวให้ปราศจากจุดยืนหรือความเชื่อทางการเมืองของตนเองได้อย่างแท้จริง

ขีดจำกัดของกระบวนการผลิต การวิจัยอีกชุดหนึ่งจะพยายามระบุว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นอุปสรรคและขีดจำกัดของกระบวนการผลิต ตัวอย่างของการวิจัยบางชิ้นพบว่ามีปัจจัยเหล่านี้ เช่น

- การเซ็นเซอร์ตัวเอง (Self-Censorship) เนื่องจากประเด็นทางการเมืองเป็นเรื่องอ่อนไหว (Sensitive) และมักมีผลกระทบกลับมาตัวผู้ปฏิบัติงาน ดังที่ปรากฏอยู่บ่อย ๆ ถึงการโยกย้ายนักข่าวเพราะการรายงานข่าวไม่น่าพอใจสำหรับผู้มีอำนาจ ดังนั้นผู้ปฏิบัติงานจึงมักจะ “เซ็นเซอร์ตัวเอง” ก่อนที่จะถูกผู้มีอำนาจเซ็นเซอร์
- ขีดจำกัดของตัวสื่อเอง ตัวอย่างเช่น สื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีเวลาน้อย เมื่อจำเป็นต้องอธิบายประเด็นทางการเมืองที่มีลักษณะซับซ้อน เช่น การปฏิรูปการเมือง การแก้ไขรัฐธรรมนูญ ฯลฯ มักจะทำได้ในรายการทอล์กโชว์ที่มีเวลาเพียงครึ่งชั่วโมง เป็นต้น

¹⁶ Gurevitch and Blumler, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

2. การประเมินศักยภาพของสื่อมวลชน

Herman¹⁷ เสนอว่า ในการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของสื่อ นั้น นอกจากจะศึกษาถึงขีดจำกัดแล้ว ควรจะมีการศึกษาถึงศักยภาพของสื่อด้วยว่าภายใต้เงื่อนไขอันจำกัดเช่นนั้น สื่อยังสามารถทำงานได้อย่างไร ตัวอย่างเช่น ปาจารย์ ฐนะสมบุญกิจ¹⁸ พบว่า ในขณะที่บรรยากาศทางการเมืองของไทยมีลักษณะผันผวนขาดเสถียรภาพ และมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มผู้มีอำนาจอยู่ตลอดเวลา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังสามารถสร้างกลยุทธ์การรายงานข่าว ที่สามารถทำให้ตัวหนังสือพิมพ์ติดอันดับเป็นหนังสือพิมพ์ขายดีอันดับหนึ่งอยู่ตลอดเวลาได้

3. ความหลากหลายของการผลิต

ปัจจุบันนี้ยังมีนักวิชาการที่ถกเถียงปัญหากันว่า ทุกวันนี้สื่อมีความหลากหลายทั้งในแง่ระหว่างสื่อประเภทเดียวกัน และสื่อหลาย ๆ ประเภท

Elliot¹⁹ มีความเห็นว่า ยิ่งตัวสื่อมีความหลากหลายมากขึ้น ความหลากหลายของเนื้อหากลับยิ่งมีน้อยลง ทั้งนี้เพราะโครงสร้างการทำงานของทุกสื่อจะมีมาตรฐานเป็นแบบเดียวกัน และยิ่งจะทำให้ผู้รับสารต้องเล่นบทบาทเป็น Spectator มากยิ่งขึ้น

ในทางตรงกันข้าม McQuail²⁰ กลับเห็นว่า ยิ่งสื่อมีความหลากหลายโอกาสที่สื่อจะทำหน้าที่เป็น “เวทีเสรีทางความคิด” (Forum) ก็จะมีมากขึ้น

การวิเคราะห์เนื้อหา มีตัวอย่าง 2 ตัวอย่างที่แสดงให้เห็นผล จากการวิเคราะห์เนื้อหาว่าสามารถจะนำมาสู่ประเด็นทางการเมืองในความหมายที่กว้างขวางได้ เช่น งานของ Elliot²¹ วิเคราะห์ว่า เนื้อหารายการของการถ่ายทอดบรรดาประเพณีพิธีกรรมระดับชาติต่าง ๆ (ที่เป็นเรื่องราวสาธารณะ-Public Affairs) ได้ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของการรักษาเสถียรภาพและความเป็นระเบียบทางการเมือง (Political Order) ทั้งนี้เพราะการถ่ายทอดพิธีกรรมดังกล่าว เป็นหนทางเชื่อมโยงให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในประเทศชาติ และเกิดความรู้สึกว่าเป็น “พลเมือง” (เป็นส่วนหนึ่งของชาติ)

¹⁷ Herman, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

¹⁸ ปาจารย์ ฐนะสมบุญกิจ, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

¹⁹ Elliot, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

²⁰ McQuail, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

²¹ Elliot, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นการวิเคราะห์ “คำศัพท์ทางการเมือง” (Political Terminology) ดังที่เราจะสังเกตพบเสมอว่า ในการรายงานข่าวทางการเมืองบรรดาชื่อของประเทศต่าง ๆ ในโลก จะมี “ฉายานาม” ต่อท้ายเช่น รัสเซีย ประเทศหลังม่านเหล็ก อเมริกาตำรวจโลก (ใน Version ของโลกเสรี) หรืออเมริกาหัวใจจักรพรรดินิยม (ใน Version ของโลกสังคมนิยม) บรรดาฉายานาม ต่อท้ายเหล่านี้ ล้วนแล้วกำหนดทิศทางการรับรู้ของการสื่อสารของผู้รับสารทั้งสิ้น

เช่นเดียวกับการตั้งฉายานามหรือสมญานามให้แก่บรรดาผู้นำทางการเมือง เช่น ปาเปรมว่า “รูปหล่อ คอเอียง เสียงดี” หรือ “นักฆ่าลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา”

วันดี ทองงอก²² ได้ศึกษาวิจัยอย่างละเอียดในเรื่อง “สมญานามในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ช่วง พ.ศ. 2523-2531” เพื่อสำรวจกลวิธีในการสร้างสมญานาม เพื่อเข้าใจความหมาย รวมทั้ง วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้สมญานามดังกล่าว

จริยธรรมของผู้สื่อข่าว

จริยธรรมเป็นเรื่องของนามธรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของคนในชาติในแต่ละวิชาชีพ ต่างมีหลักและกฎเกณฑ์ในการดำรงไว้ซึ่งสิ่งที่ถูกต้อง และความดีงามเป็นบรรทัดฐานทางปฏิบัติให้ ผู้อยู่ในวิชาชีพนั้นปฏิบัติตาม หากมีการฝ่าฝืนเกิดขึ้น อาจถูกลงโทษด้วยการถูกขับออกจากวิชาชีพ หรืออาจต้องรับโทษทางกฎหมายได้ องค์การสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ ประจักษ์หนึ่งสถาบันสาธารณะ นับได้ว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องมีจริยธรรมเช่นเดียวกับวิชาชีพอื่น เพื่อเป็นเครื่องกำกับให้มีความ รับผิดชอบต่อหน้าที่ที่มีต่อสังคม โดยเฉพาะเนื้อหา และวิธีการรายงานข่าวสู่สาธารณชน จะต้อง ได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดและปราศจากอคติใด ๆ มิฉะนั้นแล้วข่าวสารที่ถูกรายงานผ่านสื่อ นั้นจะทำร้ายสังคมมากกว่าเป็นคุณต่อสังคม และอาจจะละเมิดสิทธิบุคคลอื่นให้เสียหายแก่ชื่อเสียง หรือเกียรติยศ อาจรุนแรงขนาดให้บุคคลนั้นถูกสังคมตราหน้า ดูหมิ่นได้ ผู้สื่อข่าวจึงเป็นบุคคลแรก ที่ต้องมีจริยธรรมไว้เป็นเข็มทิศ เพื่อกำหนดทิศทางการปฏิบัติภารกิจ²³

²² วันดี ทองงอก, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 236-267.

²³ พิศนัฐ ขวาลาธวัช, การรายงานข่าวชั้นสูง, พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2549), น. 312.

จริยธรรมวิชาชีพของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย มีการบัญญัติไว้ 6 ข้อ คือ ²⁴

1. ส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น
2. ให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใด ๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงต่อความเป็นจริง ต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยเร็ว
3. ในการได้มาซึ่ง ข่าว ภาพ หรือข้อมูลอื่นใด มาเป็นของตน ต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น
4. เคารพในความไว้วางใจของผู้ให้ข่าว และรักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
5. ปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือหมู่คณะโดยไม่ชอบธรรม
6. ไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพ หรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ซึ่งได้สถาปนาขึ้นในปี 2550 ได้ตราข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ. 2541 บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 มีนาคม 2541 โดยในหมวด 2 ได้บัญญัติจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ไว้ ดังนี้ ²⁵

- ข้อ 4 หนังสือพิมพ์ต้องยึดข้อเท็จจริง ความถูกต้อง แม่นยำ และความครบถ้วน
- ข้อ 5 หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข่าวเพื่อประโยชน์สาธารณะโดยไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน หรือหมู่คณะ
- ข้อ 6 หนังสือพิมพ์ต้องแสดงความพยายามให้เป็นธรรมกับทุกฝ่าย
- ข้อ 7 หนังสือพิมพ์ต้องไม่แต่งเติมเนื้อหาสาระของข่าว จนคลาดเคลื่อนเกินจากความเป็นจริง

²⁴สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, “จริยธรรมวิชาชีพของสมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย: ภาพลวงตาสื่อมวลชนในยุคทักษิณ,” ใน เอกสารครบรอบวันนักข่าว 5 มีนาคม 2547 (กรุงเทพมหานคร: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2547), น. 23.

²⁵ทองใบ ทองเปาด์, “การใช้เสรีภาพกับความรับผิดชอบของสื่อมวลชนไทยท่ามกลางวิกฤตประเทศ,” ครบรอบ 10 ปีสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ (4 กรกฎาคม 2550):62.

ข้อ 15 ในการเสนอข่าวหรือภาพใด ๆ หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงมิให้ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่ตกเป็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องให้ความคุ้มครองอย่างเคร่งครัดต่อสิทธิมนุษยชนของเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส

ในการเสนอข่าวตามวรรคแรกต้องไม่เป็นการซ้ำเติมความทุกข์หรือโศกนาฏกรรมอันเกิดแก่เด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาสนั้นไม่ว่าทางใดทางหนึ่ง

ข้อ 16 การพาดหัวข่าวและความนำของหนังสือพิมพ์จะต้องไม่เกินจากข้อเท็จจริงในข่าว และต้องสะท้อนใจความสำคัญหรือเนื้อหาหลักของข่าว

ข้อ 17 หนังสือพิมพ์ต้องไม่เสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามก อนาจาร หรือน่าหวาดเสียวโดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกของสาธารณชนอย่างถี่ถ้วน

ข้อ 18 ในการแสดงความเห็นหรือวิพากษ์วิจารณ์ หนังสือพิมพ์ต้องให้ความเที่ยงธรรมแก่ฝ่ายที่ถูกพาดพิงเสมอ

ข้อ 19 ข้อความที่เป็นประกาศโฆษณา ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ ต้องแสดงให้เห็นชัดว่าเป็นการประกาศโฆษณา จะแอบแฝงเป็นการเสนอข่าวหรือความคิดเห็นมิได้