

การศึกษาเรื่อง “การประเมินสถานภาพและการทำหน้าที่ทางการเมืองของโทรทัศน์ ในช่วงรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร” ในช่วงตั้งแต่ปี 2544 – 2547 มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมิน สถานภาพและการทำหน้าที่ทางการเมืองของโทรทัศน์ เพื่อศึกษาการใช้โทรทัศน์ของรัฐบาลใน การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาลและกิจกรรมต่างๆ รวมถึงเพื่อศึกษาความ คิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการทำหน้าที่ทางการเมืองของโทรทัศน์ที่ดำรงอยู่ในช่วงรัฐบาล พ.ต. ทักษิณ ชินวัตร โดยใช้รูปแบบการวิจัย แบบนำ – แบบรอง (dominant – less dominant design) มาใช้ในการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ โดยอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแนวทางหลักในการ วิจัย แล้วเสริมด้วย การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งรูปแบบวิธีทั้งหมดจะใช้เพื่อศึกษา การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ และการประเมินการทำหน้าที่ทางการเมืองของสื่อโทรทัศน์ รวมถึงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการใช้สื่อโทรทัศน์ของรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร จากผลวิจัย มีข้อค้นพบ ดังนี้

1. สถานภาพสื่อโทรทัศน์ของรัฐมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างอย่างเห็นได้ชัด อันเนื่องมาจากผลกระทบของมาตรา 40 ที่มีอยู่ในรัฐธรรมนูญ และแนวนโยบายของรัฐบาลที่ ต้องการให้สื่อของรัฐมุ่งเน้นในเชิงสื่อพาณิชย์ (Commercial Station) มากขึ้น รวมทั้งอำนาจหน้าที่ รวมอยู่ในรัฐบาลส่งผลให้โครงสร้างที่เกิดขึ้นขัดแย้งกับการพยายามปฏิรูปสื่อ ดังต่อไปนี้

- ด้านกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่สื่อโทรทัศน์ (Ownership) ได้มีการ จัดตั้งและความพยายามที่จะบริหารในรูปแบบของบริษัทเพื่อนำเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ และการให้ สิทธิแก่เอกชนในการเข้ามาบริหารคลื่นความถี่แทนที่เกิดขึ้นทั้งของ องค์การสื่อสารมวลชนแห่ง ประเทศไทย กองทัพบกและกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งการกระทำดังกล่าวคล้ายกับต้องการจะบริหาร สื่อโทรทัศน์ในการครอบครองของตนเองในเชิงพาณิชย์มากกว่าในเชิงการพัฒนาเพื่อเตรียมพร้อม เข้าสู่การเป็นสื่อเพื่อบริการสาธารณะ

- ด้านการจัดการด้านรายได้ (Financial) และด้านนโยบายทางด้านรายการ (Programming Policy) จะเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสื่อโทรทัศน์ส่งผลให้สื่อของ รัฐต้องอยู่ภายใต้การกำกับของกลไกทางด้านการตลาดที่มุ่งเน้นในเรื่องการแสวงหากำไรสูงสุด ดังนั้น ภาพรวมที่เกิดขึ้นจึงกลายเป็นแนวโน้มที่สื่อของรัฐต้องการมุ่งเน้นนำเสนอรายการบันเทิง ที่ สามารถขายได้ด้วยมาตรวัดเรตติ้งเป็นสำคัญ

2. การทำหน้าที่ทางด้านการเมืองของสื่อโทรทัศน์ มีข้อค้นพบ 2 ประเด็น คือ

- ช่วงการแทรกแซงการทำงานของสื่อโทรทัศน์ภายใต้สภาพการอำนาจนิยมและผลประโยชน์ทับซ้อน พ.ศ. 2544 – 2545 พบว่า ภายใต้โครงสร้างสื่อโทรทัศน์ที่เน้นการมุ่งแสวงหารายได้เป็นหลักและยังอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐ ยังคงเป็นช่องทางที่เอื้อต่อการแสวงหาผลประโยชน์และแทรกแซงจากกลุ่มอำนาจต่างๆ แม้จะมีหลักคุ้มครองในรัฐธรรมนูญมาตรา 39 และ 41 แล้วก็ตามแต่ก็ยากที่จะมีประสิทธิภาพที่เพียงพอในการสามารถนำเอามาใช้ได้ในความเป็นจริง

- ช่วงอิทธิพลของระบบทุนที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้พื้นที่สาธารณะในการผลิตข่าวสาร พ.ศ. 2546 – 2547 พบว่า การเปลี่ยนแปลงของ อ.ส.ม.ท. (M.C.O.T) ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ เคลื่อนไหวตามไปด้วยทั้ง รูปแบบรายการข่าวประจำวัน และรายการเชิงสาระทางการเมือง การแข่งขันที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดรูปแบบรายการ “เล่าข่าว” และการมีรายการเชิงวิเคราะห์สถานการณ์ทางสังคม รวมถึงช่องทางการแสดงความคิดเห็นของประชาชนโดยผ่านระบบ SMS (Short Message Service)

3. การใช้โทรทัศน์ของรัฐบาลในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล และกิจกรรมต่างๆ ได้มีการอาศัยหลักการสื่อสารการตลาดเข้ามาช่วย ทั้งด้านการบริหารสื่อโทรทัศน์ เพื่อช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาล และการจัดวาระข่าวสารโดยเฉพาะกลวิธีการสร้างข่าวเพื่อกลบกระแสข่าวด้านลบในการบริหารประเทศ นอกจากนี้ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้อาศัยสื่อของรัฐผ่านช่องทางรายการ “นายกฯ ทักษิณคุยกับประชาชน” ในการสื่อสารกับประชาชนโดยตรง และเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับรัฐบาล

4. ผลการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก และผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 100 คน พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการติดตามข้อมูลข่าวสารพอสมควร และเข้าใจสถานการณ์ของโทรทัศน์ที่ไม่สามารถทำหน้าที่ทางการเมืองได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านอำนาจรัฐและอำนาจทุนที่รวมอยู่ภายใต้รัฐบาลนี้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังและมีความต้องการสื่อโทรทัศน์ที่สามารถบริการสาธารณะเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม รวมทั้งการมีเวทีสาธารณะของประชาชนในสื่อโทรทัศน์