

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความคาดหวังของผู้ชมรายการข่าวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อทางเลือก “สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง” ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าและทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อให้ประกอบในการดำเนินการและเป็นแนวทางในการวิจัย มีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
- 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ
- 2.3 แนวคิดเรื่องการเปิดรับสาร
- 2.4 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและข่าวโทรทัศน์
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือก
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ( Functional Theory)

ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนพัฒนามาจากทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 197-219) ซึ่งมีแนวคิดหลักในการเปรียบเทียบสังคมกับร่างกายมนุษย์ โดยถือว่าร่างกายทั้งหมดเป็นระบบใหญ่ ระบบใหญ่นี้จะประกอบด้วยระบบย่อย ๆ (เช่นอวัยวะทั้ง 32) ซึ่งต่างต้องพึ่งพาอาศัยกันประสานงานกัน (Interdependence) เพื่อให้ระบบทั้งระบบมีความสมดุล ทุกส่วนจะต้องมีการแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ และต้องสอดคล้องประสานกัน (Harmony/Cohesive) เพื่อตอบสนองทั้งความต้องการเฉพาะส่วนและความต้องการโดยรวม โดย Harold Lasswell นักรัฐศาสตร์และนักวิจัยสื่อสารมวลชน กล่าวว่า สื่อมวลชนในฐานะที่เป็นระบบย่อยจึงมีบทบาทหน้าที่เป็นไปตามความต้องการของสังคมในระบบสังคมใหญ่เพื่อการธำรงรักษาไว้ซึ่งเสถียรภาพของสังคม

Lasswell (1948 อ้างถึงใน กาญจนนา ครรภาฉาย, 2548, น. 14) จึงได้กำหนดบทบาทหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. หน้าที่ในการสังเกตและรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the Environment) ซึ่งหมายถึงหน้าที่ในด้านการสังเกต และติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับทำหน้าที่เก็บเกี่ยวรวบรวมและรายงานข่าว (News Reporting) หรือแจ้งข่าวสาร (Informing) ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคมให้ตระหนักถึงอันตราย และมองเห็น โอกาสหรือช่องทางต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม

2. หน้าที่ในการประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้สัมพันธ์กัน (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment) ซึ่งหมายถึงการทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์ และเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความและอธิบายเหตุการณ์ และเรื่องราวต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกของสังคม ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้สังคมมีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การวิพากษ์วิจารณ์สังคม ซึ่งเป็นผลพวงจากการให้คุณค่าของข่าวที่เกิดขึ้นภายในสังคม จึงไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่เป็นการแปลความหมาย (Interpretation) จากเนื้อหาของข่าวที่เกิดขึ้น ดังนั้น การวิพากษ์วิจารณ์ จึงเป็นการเชื่อมโยงปรากฏการณ์ของข่าวนั้น ๆ กับทัศนคติของผู้เขียน เพื่อหวังผลสอดคล้องทางความคิดและเอกภาพทางสังคม เท่ากับทำหน้าที่ในการจูงใจ โน้มน้าวใจ (Persuasion) หรือ บทบาทบรรณาธิการ (Editorial)

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม จากรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the Social Heritage) ซึ่งหมายถึงหน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ได้เรียนรู้บทบาท และสถานภาพทางสังคม หรือเรียกอีกอย่างว่าหน้าที่ในการให้ความรู้ในทางอ้อม หรือการให้การศึกษา (Education)

Wibur Schramm (1964 อ้างถึงใน กาญจนนา ครรภาฉาย, 2548, น. 15) ได้เสนอเพิ่มบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนอีก 1 ประการ คือรวมเป็นหน้าที่ที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการสร้างสรรค์ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ให้แก่สมาชิกเพื่อเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่สมาชิกแต่ละคนในสังคมประสบอยู่

Denis McQuail (1978 อ้างถึงใน กาญจนนา ครรภาฉาย, 2548, น. 15) ได้เพิ่มบทบาทหน้าที่ประการที่ 5 ของสื่อมวลชน คือ

5. การกระตุ้นเร้า หรือปลุกคั้น (Mobilization) โดย McQuail เห็นว่าการกระตุ้นเร้าเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนจะต้องปฏิบัติเพื่อการพัฒนาผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมแบบแผน พฤติกรรม และคุณค่าที่สำคัญบางประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะวิกฤต

#### บทบาทของโทรทัศน์กับการเมือง

Brain McNair (1995 อ้างถึงใน รัตนา ทิมเมือง, 2539, น. 9) ได้สรุปแนวคิดบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ในด้านการเมืองไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. สื่อมีหน้าที่แจ้งข่าวสารแก่ประชาชน (Inform) ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวในลักษณะที่เป็นการสังเกตสภาพแวดล้อม (Surveillance) หรือการเฝ้าดูเหตุการณ์ (Monitor)
2. สื่อต้องให้การศึกษาแก่ประชาชน (Educate) โดยให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือข้อเท็จจริง (Fact)
3. สื่อต้องเป็นเวที (Platform) สำหรับวาทกรรมทางการเมืองในสาธารณะ เปิดให้มีการสำรวจประชามติและความคิดเห็นของสาธารณะชนในเรื่องสำคัญ
4. หน้าที่ที่ต้องรายงานข่าวและการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลและสถาบันทางการเมืองแก่ประชาชนในลักษณะการเป็นสุนัขเฝ้ายาม (Watchdog)
5. สื่อมวลชนในฐานะประชาธิปไตยต้องสามารถใช้เป็นช่องทางการสนับสนุนการแสดงทัศนคติในทางการเมือง

นภดลชาติประเสริฐ (2535 อ้างถึงใน กาญจนา ครรภาฉาย, 2548, น. 16-17) กล่าวถึงสื่อโทรทัศน์ไทยว่า ควรทำหน้าที่ในรูปแบบต่าง ๆ ต่อการเมืองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งมีใจความสำคัญ ดังนี้

1. การนำเสนอข่าวสารต่างๆ ที่ครอบคลุมความเห็นที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โทรทัศน์จะสะท้อนความคิดเห็นทั้งจาก ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ รัฐบาล ฝ่ายค้าน ซึ่งประชาชนจะเป็นผู้ตัดสิน หรือประเมินปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นด้วยตนเองจากข้อมูลที่ได้รับ
2. การให้ความรู้โดยตรงเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตย เช่น การณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ไม่ซื้อสิทธิ ขายเสียง
3. การให้ความรู้ทางอ้อมเกี่ยวกับระบอบประชาธิปไตย โดยการสอดแทรกเข้าไปในรายการต่าง ๆ เช่น รายการเพลง รายการละคร ฯลฯ
4. การเปิดให้มีการหาเสียงเพื่อการเลือกตั้งทางโทรทัศน์ เช่น พรรคการเมืองต่าง ๆ แลกสนธิบายพรรคทางโทรทัศน์ต่อประชาชน

5. การรายงานผลการเลือกตั้ง การเลือกตั้งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดในระบอบประชาธิปไตย ผลการเลือกตั้งจึงเป็นที่สนใจแก่ประชาชน โทรทัศน์จึงควรมีบทบาทรายงานผลการเลือกตั้งให้รวดเร็วและเที่ยงตรงที่สุด

6. การถ่ายทอดประชุมรัฐสภา ไม่ว่าจะเป็นการประชุมวุฒิสภา หรือสภาผู้แทนราษฎรก็ตาม ถือได้ว่าเป็น กิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากรัฐสภามีหน้าที่ออกกฎหมายและควบคุมการทำงานของรัฐบาล ดังนั้นประชาชนจึงควรที่จะได้มีโอกาสรับทราบการปฏิบัติหน้าที่ของผู้แทนของตนว่าปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

จากทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน และแนวคิดบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ต่อการเมืองไทยที่ควรจะเป็น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงที่มีต่อบทบาทด้านต่าง ๆ ทางการเมือง ของรายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง ได้แก่ หน้าที่ในการสอดส่องดูแลสังเกตการณ์หรือรายงานข่าวสารการเมืองที่เกิดขึ้น (Information) ต่อมา คือ หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ (Editorial) ประเด็นทางการเมืองซึ่งเป็นข่าวหรือเป็นที่สนใจในขณะนั้น และการให้ความรู้ในทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับการเมือง (Education) เช่น ความรู้ในการเลือกตั้ง ระบบการเมืองไทย เป็นต้น สุดท้าย คือหน้าที่ในการกระตุ้น (Mobilization) ให้เกิดความสนใจการเมือง

## 2.2 ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) โดยใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสารด้วยหลักการเดียวกันคือ เน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและเหตุผล ตามหลักการที่ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดนั้น จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่าเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะการเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายและผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528, น. 64)

ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

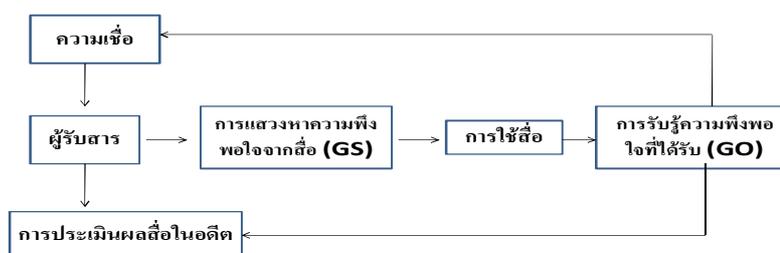
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายใน แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถ อธิบายวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสาร สามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมา

ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อจึงนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสาร ในลักษณะใดบ้างเช่น การดูข่าวก็ได้รางวัลเป็นข้อมูล การดูละครก็ได้รางวัลเป็นความสนุกสนาน ความบันเทิง เป็นต้น รางวัลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อั้นจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคล กำหนดคุณค่า (Value หรือเรียกง่าย ๆ ว่า ความชอบเป็นส่วนตัว) แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ดังนั้นเมื่อซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่าน จึงเปิดหน้าละครก่อนอ่านข่าว หรืออาจกริโมทคอนโทรลเปลี่ยนช่องที่กำลังมีข่าวไปสู่ช่องที่มีละคร เป็นต้น ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratifications) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 86)

Philip Palmgreen and J.D. Rayburn (1985, p. 187) ได้นำแนวคิดของทฤษฎีนี้มาแสดงเป็นแบบจำลอง ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

Palmgreen and Rayburn อธิบายแผนภาพข้างต้นนี้ว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสาร (X) เกิดจากการทำงานผสมผสานระหว่างการรับรู้ว่าจะได้รับประโยชน์อะไรบ้างจากสื่อและความชื่นชอบส่วนตัว (Value) ที่บุคคลนั้นมีต่อประโยชน์ที่คาดเอาไว้ว่าจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังได้แยกแยะระหว่าง "ความคาดหวังว่าจะได้รับความพอใจ" (การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ Gratifications Sought – GS) และ "ความพึงพอใจที่ได้รับจริง" (Gratification Obtained – GO) และยังมีตัวแปรเรื่อง "ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น" หลังจากที่ใช้สื่อมาเป็นเวลานานพอสมควร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับสูงมาก อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นไปด้วย ในทำนองเดียวกันหากเป็นกรณีที่ GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดขึ้นก็จะกลับกัน

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2530, น. 112) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับทฤษฎีนี้โดยอ้างถึงคำกล่าวของ Mcquail and Gurevitch ว่า ในการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ โดยยึดแต่เพียงหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้กระทำ (Actor) และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่

นอกจากนี้ยังได้เสนอว่า เมื่อหลักการทั้งหลายของแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจหรือทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อได้ถูกนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาประสบการณ์ของผู้รับสารจากสื่อมวลชน แนวทางปฏิบัติมักเป็นดังนี้

1. ใช้วิธีการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบว่าทำไมผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อต่าง ๆ ผู้รับสารจะรู้ตัวว่าแรงจูงใจของตนคืออะไร คำตอบที่ได้มักจะเป็นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2. อย่าด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุกอย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความหมายประสบการณ์เดียวกันแตกต่างกัน โดยนำเอาความเห็นส่วนตัวเข้าไปปะปนในการให้ความหมายด้วย จึงควรเปิดโอกาสให้ผู้ตอบคำถามในแบบสอบถาม อธิบายความหมายของตนประกอบด้วย

- 2.1 เมื่อถามคำถาม พยายามเพิกคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับสื่อมวลชนพยายามมุ่งไปที่ผลในอนาคตไม่ใช่ผลจากอดีต

- 2.2 พยายามตีกรอบของคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านการใช้สื่อเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารปัจจุบันมองเห็นว่าจะได้จากสื่อมวลชน(ในอนาคต)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่าพฤติกรรมทั้งหลายของคนเราเกิดขึ้นจากการคาดคะเนล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำ โดยแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุผลที่น่าพึงพอใจสำหรับตนเอง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ชมรายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน และตอบสนองความต้องการข่าวสารของผู้ชมได้อย่างดีที่สุด ความคาดหวังนั้นจะประสบความสำเร็จ สมหวังหรือไม่นั้นย่อมจะทราบผลภายหลังจากการรับชมรายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงแล้ว ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงความคาดหวังที่มีอยู่หลังเปิดรับชมรายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง ซึ่งจะสามารรถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ไปได้ว่าสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างเหมาะสมหรือไม่ และผู้ชมมีความคาดหวังต่อสื่อทางเลือก “สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง” เป็นอย่างไร

### 2.3 แนวคิดเรื่องการเปิดรับสาร (Selective Exposure)

การคัดเลือกข่าวสารของบุคคลนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ตามสภาพแวดล้อม ความต้องการหรือความสนใจของแต่ละบุคคลโดยผ่านกระบวนการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้นตอนด้วยกัน (พีระ จิตร โสภณ, 2537, น. 636-639) ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของคนอยู่เสมอ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับ หรือบางรายการ

Schramm (1973, p. 28) ได้กล่าวถึงปัจจัยในการเลือกเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบบแผนการเลือกเปิดรับสาร ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสารแตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการ เพื่อตอบสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากอีกอย่างหนึ่งด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุสิ่งของหรือเรื่องราวต่าง ๆ
4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น
5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคน จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นั้น หมายถึงสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วนของคนอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้นระยะเวลาที่ได้รับการศึกษา รวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อการโน้มน้าวใจ
6. บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่าความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นตัวมักได้รับอิทธิพลทางสังคมง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั้นเอง

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่นและมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิผลของการสื่อสารจะมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ เราจะยังสังเกตได้อีกว่าอารมณ์ของผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ทั้งความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั่นเอง และความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว เกี่ยวกับข่าวสารนั้น

8. ทักษะคิด เป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งโดยปกติ ทักษะคิดของผู้รับสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทักษะคิดเปลี่ยนแปลงไป การส่งข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

Todd Hunt and Brent D. Ruben (อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2539, น. 122) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือกในการสื่อสาร ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการในการเลือกของมนุษย์ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการในระดับสูงและความต้องการในระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดทางเลือกของเรา เราเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทักษะคิดและความค่านิยม (Attitudes and Values) ทักษะคิดคือความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preferences and predispositions) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่เราควรจะทำหรือไม่ ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ดังนั้นทั้งทักษะคิดและค่านิยมจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมาย และการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายสาร และการเลือกจดจำเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมาย

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราที่เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้ เช่น โอกาสที่คนที่รู้เฉพาะภาษาไทยจะใช้เวลาฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรืออ่านหนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศมาก ๆ นั้นคงอยู่ในระดับต่ำ สาเหตุก็เนื่องมาจากความสามารถด้านภาษาที่จำกัด

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ ฯลฯ เป็นการกระทำจากการเลือกของเรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาข่าวสารมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ของเรา

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ หรือบางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้ หมายความว่า สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของมวลชนผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องการถูกมองว่าเป็นอย่างไร และการที่เราคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร มวลชนผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

McLeod (อ้างถึงใน พรนภา แก้วลาย, 2539, น. 13) ได้กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กันอยู่ 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดจากความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ แยกตามประเภทของรายการเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป

สำหรับแนวคิดการเปิดรับสารนั้นทางผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดนี้มาอธิบายถึงพฤติกรรม และปัจจัยที่ผลักดันให้คนเปิดรับข่าวสาร โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดในเรื่องของตัวชี้วัด (Index) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ McLeod มาใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวทางสถานีข่าว โทรทัศน์ 24 ชั่วโมง

#### 2.4 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

การวิเคราะห์ผู้รับสารนั้น เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร เราทำการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อประโยชน์ 2 ประการด้วยกัน คือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533, น. 111)

1. เพื่อทราบว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมายของเรา (Target audience or intended receivers) ผู้รับสารเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร มีความต้องการอย่างไร มีความสนใจอะไร มีความรู้ขนาดไหน มีทัศนคติและค่านิยมอย่างไร จะตีความหมายของสารอย่างไร และจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสารอย่างไร

2. เมื่อทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายของเราเป็นใครแล้ว เราจะต้องวางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมปรับการสื่อสารของเราให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายก่อนลงมือทำการสื่อสาร

ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตนเอง เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ ทักษะสติปัญญา และประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารอย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือมีตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย การสื่อสารกลุ่มใหญ่ ไปจนกระทั่งการสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์เป็น คน ๆ ไปได้ แต่ในกรณีที่ผู้รับสารประกอบไปด้วยกลุ่มคนจำนวนมากหรือมีลักษณะเป็นมวลชน เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็น คน ๆ ไปได้ นอกจากนี้ ผู้ส่งสารก็ไม่ว่างที่จะรู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากมาย เช่น การสื่อสารสู่มวลชนจึงต้องจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตาม เพศ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษาศาสนา เป็นต้น โดยมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะดังกล่าวร่วมกัน ย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน เมื่อผู้ส่งสารทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายคือใคร มีลักษณะอย่างไร ก็จะได้วางแผนปรับการสื่อสารมวลชนของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสาร เพื่อผลสำเร็จของการสื่อสาร โดยการปรับตัวเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดสาร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับผู้รับสาร

เป้าหมาย เช่น จะเสนอรายการเด็กทางสถานีโทรทัศน์ ก็จะต้องรู้ว่า เด็กคิดอย่างไร มีความต้องการแค่ไหน ชอบอะไรบ้าง เป็นต้น (ประมะ สตะเวทิน, 2533, น. 112)

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารนั้น เกิดขึ้น เมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจกลุ่มผู้รับที่เป็นเป้าหมายของตน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์จะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าใด เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่า ใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร แนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์จึงเชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไป ด้วย การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่าง ๆ ไปแตกต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่ม จึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว นอกจากจะหมายถึงการเลือกใช้ถ้อยคำภาษา หรือการใช้วัจนะภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์มักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม และการดำเนินชีวิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างที่ต่างกันไป ผู้หญิงที่เป็นกลุ่มแม่บ้านนิยมฟังวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าการเปิดรับสื่ออย่างอื่น คนที่มีการศึกษาน้อยย่อมฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือหรือหนังสือพิมพ์ คุณสมบัติทางด้านประชากรศาสตร์ได้ผลักดันให้คนที่มีความสัมพันธ์กันหรือคล้ายคลึงกัน ต้องมีกิจกรรมในทำนองเดียวกันและพฤติกรรมต่าง ๆ ก็จะคล้ายคลึงกัน (ยุบล เบนญรงค์กิจ, 2534, น. 65) ในที่นี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ทำการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่

#### อายุ

อายุของมวลชนผู้รับสาร เป็นลักษณะประการหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารได้ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม นอกเหนือจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย ในขณะที่เดียวกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุน้อยมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ เช่น ข่าวการอภิปรายปัญหาสังคม รายการ

ศาสนา ดนตรีคลาสสิก และไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมักจะดูรายการ โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาและข่าวสารด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 105)

#### เพศ

การวิจัยทางจิตวิทยาหลาย ๆ ชิ้น ได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 106) สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละครในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายมักดูรายการข่าวและกีฬา พฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่า เด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและโจรกรรมมากที่สุด นอกจากนั้น ยังพบว่าผู้อ่านข่าวและหญิงมีผลต่อการจดจำข่าว และความเชื่อถือข่าวของผู้ฟังชายและหญิงด้วย (วิยดา เกียวกุล, 2538, น. 28)

#### การศึกษา

การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน หรือในสาขาวิชาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้ เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนที่มีการศึกษาสูง (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 108)

#### อาชีพ

คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์และมีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของการเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานในภาคเอกชน อาจจะคำนึงถึงรายได้และการศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อหรือจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการ เพื่อรักษาสถานภาพทางสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกัน ก็มีความคิดเห็น ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 107)

จากแนวคิดดังกล่าวจะพบว่า ความแตกต่างของบุคคลในเรื่องลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์นับได้ว่าเป็นเหตุผลพื้นฐานสำคัญที่ทำให้บุคคลแต่ละบุคคล มีพฤติกรรมการเปิดรับ และความคาดหวังที่มีต่อสื่อทางเลือก “สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง” ที่แตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงนำมาใช้ศึกษากลุ่มผู้ชมรายการข่าวในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับและความคาดหวังที่มีต่อสื่อทางเลือก “สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง” แตกต่างกันหรือไม่ และลักษณะทางประชากรศาสตร์ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการเปิดรับและความคาดหวังที่มีต่อสื่อทางเลือก “สถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง”

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและข่าวโทรทัศน์

### 2.5.1 ความหมายของ “ข่าว”

ในเรื่องของ “ข่าว” นั้นการแจ้งข่าวสารให้กับประชาชนเป็นวัตถุประสงค์ในยุคแรกๆ ที่มนุษย์เริ่มรู้จักใช้การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือ นับตั้งแต่การเริ่มต้นของการสื่อสารมวลชนโดยสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเป็นสื่อมวลชนในยุคแรก ๆ ดังนั้น คำนิยามของข่าวจึงอิงกับแนวคิดการเสนอข่าวทางสื่อหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม ในแง่ของข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น ก็มีแนวคิดเช่นเดียวกับที่เสนอข่าวผ่านสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งจะต้องมีพื้นฐานอยู่ที่ความถูกต้องเป็นจริง (สรรพสิริ วิริยะสิริ, 2530, น. 611) ได้มีผู้ให้คำนิยามของ “ข่าว” ไว้มากมาย ที่เด่น ๆ เช่น

ปทานุกรมประวัติศาสตร์อเมริกัน (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชวลาธวัช, 2543, น. 6) ได้ให้คำจำกัดความคำว่า “ข่าว” เอาไว้ดังนี้ “ข่าว” คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีการรายงานคือการรวบรวมเตรียมหรือการเสนอโดยปกติจะทำตามรูปแบบที่ถูกต้องของการรายงานข่าว

สุภา ศิริमानนท์ (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชวลาธวัช, 2543, น. 2) ได้อธิบายความหมายของ “ข่าว” ไว้ว่า

1. ข่าว คือ เรื่องราวอะไรอย่างหนึ่งซึ่งประชาชนจะต้องพุดถึง ถ้ายังเป็นเรื่องราวที่ชวนให้ผู้คนอยากแสดงความคิดเห็นมากเท่าไร ก็แปลว่ามันยังมี “คุณค่า” มากขึ้นเท่านั้น
2. ข่าว คือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นใหม่ ๆ สด ๆ และให้ภูมิปัญญา นำรู้เห็นหรืออาจจะได้แก่การค้นพบต่าง ๆ อาจเกี่ยวกับทฤษฎีต่าง ๆ และอาจจะได้แก่เรื่องราวชนิดต่าง ๆ ซึ่งกระทบถึงประชาชนคนอ่าน

3. ข่าวนั้น คือ ข้อเท็จจริง สำคัญเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่าง หรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเกี่ยวกับการคิดซึ่งทำให้ผู้คนสนใจ เนื่องจากมีผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อชีวิตของผู้คน หรือมีอิทธิพลต่อความอยู่เย็นเป็นสุขของผู้คน

นอกจากนี้ ยังได้อธิบายเพิ่มเติมด้วยว่า ข่าวจะต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. จะต้องใหม่ จะต้องอยู่ในกระแสสะพัด และจะต้องสดทันสมัย
2. จะต้องเป็นที่สนใจแก่ประชาชนคนอ่าน
3. จะต้องผนึกรวมเอาไว้ซึ่งบางสิ่งบางประการหรือทุกประการซึ่งมีความน่าสนใจเช่นว่านั้น

พงษ์ศักดิ์ พยัคฆิเชียร (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชาวลาธวัช, 2543, น. 2) กล่าวว่า “ข่าว คือ สิ่งที่เกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นแล้วแต่ยังไม่ปรากฏเป็นข่าว เราทำได้โดยทำให้มันเกิดขึ้นมา เพราะข่าวมันไม่จำเป็นต้องรอให้เกิดการณ์เกิดแล้วจึงรายงาน เช่น การทุจริตคอร์รัปชัน ไซ้ว่าจะถูกจับแล้วถึงเป็นข่าวแต่ความจริงมันเป็นข่าวของมันอยู่แล้ว แต่ยังไม่มีการไปทำมันขึ้นมา เพียงแต่เราไปรู้และเขียนมันก็เป็นข่าว ตัวข่าวเกิดขึ้นตลอดเวลาทุกหนทุกแห่ง ไม่ใช่ไซ้เข้าไปแล้วมันไม่เป็นข่าวเลย เช่น กรณีไฟไหม้ตึกโรงงานเป็นข่าวแล้ว ไม่ได้จับเพียงแค่นั้น ยังมีเรื่องต้องพูดกันอีกต่อไปว่าจะป้องกันอย่างไรไม่ให้ไฟไหม้ตึก ทำไม่ถึงเกิดไฟไหม้ อะไรอยู่เบื้องหลังการไหม้ และจะมีโอกาสไหม้เช่นนี้ อีกไหม้”

สุทธิชัย บุณนาค (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชาวลาธวัช, 2543, น. 2) กล่าวว่า ข่าว คือ เหตุการณ์เรื่องราว หรือข้อมูลที่น่าสนใจ สนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ มีผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นการทำมาหากิน การดำเนินชีวิต สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นข้อมูลที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญาและรู้เท่าทัน ทั้งนี้ จะเป็นเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่เพิ่งค้นพบหรือถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็น โดยเชื่อมโยงหรือกระทบกับสถานการณ์ปัจจุบันหรืออนาคต

นอกจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีผู้ให้คำนิยามเพื่ออธิบายความหมายของ “ข่าว” เพิ่มเติมอีกมากมาย (ศรีทิพย์ ชันสุวรรณ, 2536, น. 215) ยกตัวอย่างเช่น

1. ข่าว คือ เรื่องราวของเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็น ซึ่งเป็นที่สนใจของคนทั่วไป
2. ข่าว คือ การนำเสนอรายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันในหนังสือพิมพ์ หรือวารสารอื่น หรือในวิทยุและโทรทัศน์
3. ข่าว คือ อะไรก็ตามที่ทันต่อเวลา เป็นที่สนใจของผู้อ่านจำนวนหนึ่ง และข่าวที่ดีที่สุดก็คือข่าวซึ่งเป็นที่สนใจมากที่สุดของคนจำนวนมากที่สุด

4. ข่าว คือความรู้ที่ทันต่อเวลาและถูกต้อง เกี่ยวกับเหตุการณ์ การค้นพบ ความคิดเห็น และเรื่องราวทุกอย่างที่มีผลกระทบหรือเป็นที่สนใจ

จากนิยามทั้งหลาย พอจะสรุปได้ว่า “ข่าว” คือรายงานของเหตุการณ์หรือความคิดเห็น ซึ่งนักข่าวและบรรณาธิการ ได้พิจารณาเลือกสรรด้วยความเชื่อมั่นว่า เหตุการณ์หรือความคิดเห็น เองนั้น “ไม่เป็น” ข่าวจนกว่ามันจะถูกนำมารายงานให้ผู้อื่นได้ทราบโดยการเสนอ “ข่าว” ดังนั้น ข่าว จึงเป็นรายงานเหตุการณ์ซึ่งเป็นที่ต้องการและอยู่ในความสนใจของประชาชน เรื่องราวที่น่าสนใจ นั้นอาจ ได้แก่เรื่องราวอะไรก็ได้ (ศิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2536, น. 216)

#### 2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์

สำหรับการนำเสนอข่าวผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยทั่วไป แนวคิดเกี่ยวกับ “ข่าว” ตามที่ได้กล่าวเอาไว้ข้างต้นนั้น ก็สามารถนำมาอธิบายเปรียบเทียบและใช้กับสื่อวิทยุโทรทัศน์ได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งต่างก็ใช้วิธีการรายงานเหตุการณ์หรือแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อไปยังผู้ชมผู้ฟังจำนวนมากในลักษณะมวลชน เนื้อหาที่น่าสนใจผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์จะมีความได้เปรียบที่ที่สามารถรายงานได้อย่างรวดเร็วและสามารถเห็นทั้งภาพและเสียงไปพร้อม ๆ กัน สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชม ผู้ชมโทรทัศน์ไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถชมรายการจากโทรทัศน์ได้ จึงทำให้การเสนอข่าวทางวิทยุโทรทัศน์ได้เปรียบกว่าการนำเสนอข่าวผ่านทางสื่อมวลชนอื่น ๆ

ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2525, น. 1) ได้กล่าวถึง “ข่าวโทรทัศน์” น่าจะหมายถึง “ข่าวสาร (Information) ที่เกิดขึ้นจริง ใหม่ น่าสนใจ และมีผลกระทบต่อสาธารณชน ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์สามารถสื่อข่าว รายงานข่าว ถ่ายภาพและภาพยนตร์ บันทึกภาพได้ เพื่อจัดทำรายการข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งอาจออกอากาศในรูปแบบของ ภาพยนตร์ ภาพ การอ่านข่าว หรือการอ่านข่าวประกอบภาพยนตร์ หรือภาพ”

ปรมะ สตะเวทิน (2539, น. 60) ได้สรุปเอาไว้ว่า ข่าวชนิดต่าง ๆ ของสื่อมวลชน สามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ได้ 2 ประเภท ตามลักษณะการตอบสนองและความต้องการ (Need Satisfaction) ของผู้รับสาร หรือการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร ได้แก่

1. ข่าวเบา (Soft News) หมายความว่า ข่าวที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับผู้รับสารได้ทันที (Immediate Reward) ผู้รับสารต้องการทราบว่าเกิดอะไรขึ้น ผู้รับสารมักใช้ข่าวประเภทนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการสนทนาในสังคม ใช้ในชีวิตประจำวันของตน ข่าวประเภทนี้จึงเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไปของมนุษย์ เข้าใจง่าย และให้ผลทางอารมณ์แก่ผู้รับสาร ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ความหยวนะ บันเทิง กีฬา สังคม สตรี ฯลฯ

2. ข่าวหนัก (Hard News) หมายความว่า ข่าวที่ตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับผู้รับสารช้า (Delayed Reward) แม้ผู้รับสารจะทราบว่าเกิดอะไรขึ้น แต่การนำไปใช้

ประโยชน์ที่แท้จริงของผู้รับสารคือ การให้ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการทำงานของตน ผู้รับสารมีความพอใจที่จะได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้รู้และผู้มีการศึกษา ข่าวประเภทนี้หนักและยากแก่การเข้าใจ เป็นข่าวที่ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานของผู้รับสารในการที่จะทำความเข้าใจกับข่าว ตัวอย่างของข่าวหนักได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ การศึกษา วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

หรือแบ่งตามประเภทของข่าว ซึ่งจำแนกได้ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน 2539, น. 155)

1. ข่าวอาชญากรรม ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับฆาตกรรม การปล้นจี้ การปล้นทำร้ายร่างกาย การค้ายาเสพติด การลักพาตัวเพื่อเรียกค่าไถ่ และการกระทำต่าง ๆ ที่ผิดกฎหมายอาญา
2. ข่าวการเมือง ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การปกครอง เช่น รัฐบาล รัฐสภานักการเมือง พรรคการเมือง ประเด็นทางการเมือง ความคิดเห็นทางการเมืองของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุม การประท้วง และการจลาจล อันเนื่องมาจากสาเหตุทางการเมือง
3. ข่าวความหายนะ ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติ และความสูญเสียทั้งหลายอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ เช่น ไฟไหม้ ดินถล่ม แผ่นดินไหว ฯลฯ
4. ข่าวต่างประเทศ ได้แก่ ข่าวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม ความหายนะ ความร่วมมือและความขัดแย้งระหว่างประเทศ
5. ข่าวเศรษฐกิจ ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการค้า ธุรกิจ อุตสาหกรรม ราคาสินค้า ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย การเงิน การธนาคาร การตลาด อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การลงทุน การผลิตทางการเกษตร ฯลฯ
6. ข่าวสังคม เป็นการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม
7. ข่าวสตรี เป็นข่าวที่มุ่งเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสตรีโดยเฉพาะ ทั้งในเรื่องอุดมการณ์สังคม ตลอดจนความบันเทิง เช่น สิทธิสตรี บทบาท และหน้าที่ของสตรี การกดขี่ทางเพศ แฟชั่น ความงาม ฯลฯ
8. ข่าวบันเทิง เป็นข่าวเกี่ยวกับดารา นักร้อง เพลง และศิลปะการแสดง เพื่อสร้างความจรรโลงใจให้กับมวลชนผู้รับสาร
9. ข่าวการศึกษา เป็นรายงานข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการศึกษาทั้งในด้านการดำเนินงาน และกิจกรรมการศึกษา ประกาศ กฎเกณฑ์ และกิจกรรมของสถาบันการศึกษาเยาวชน ฯลฯ
10. ข่าวเกษตรกรรม เป็นข่าวที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสาร และการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนความก้าวหน้า ในการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ ทำไร่ ทำสวน ทำนา ปุ๋ย เทคโนโลยีการผลิต การตลาดทางการเกษตร ฯลฯ

11. ข่าวสาธารณสุข เป็นข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย ซึ่งทำให้ประชาชนมีข่าวสารที่ทันสมัย เกี่ยวกับการรักษา และป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ การใช้จ่าย อากาศของโรค สาเหตุของโรค

12. ข่าวกีฬา เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับผลการแข่งขัน กำหนดการแข่งขัน ข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลในวงการกีฬา แพน และกิจกรรมทางการกีฬา ฯลฯ

นอกจากการจำแนกข่าวตามประเภทต่าง ๆ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว รายการข่าวอาจจัดให้มีรายการที่เสริมเพิ่มคุณค่าของรายการข่าวโทรทัศน์ได้ดังนี้

1. รายการวิจารณ์ข่าว ข่าวเป็นข้อเท็จจริง การวิพากษ์วิจารณ์โดยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อาจทำได้ แลอาจเพิ่มคุณค่าข่าวยิ่งขึ้น แต่การวิพากษ์วิจารณ์ของโทรทัศน์ ก็จะต้องแยกไว้เป็นรายการวิจารณ์ข่าวต่างหาก ไม่เกี่ยวข้องกับรายการข่าว

2. รายการขยายข่าว รายการข่าวทางโทรทัศน์อาจเสริมเพิ่มคุณค่า ด้วยการจัดให้มีรายการขยายข่าวขึ้นต่างหากจากรายการข่าวโทรทัศน์ การให้รายละเอียดไว้ในรายการข่าว จะทำให้ข่าวนั้นยาวเกินไปสำหรับผู้ที่ไม่สนใจหรือไม่ได้ประโยชน์จากข่าวนั้น ควรแยกไว้เป็นรายการข่าวตามปกติ

3. รายการสารคดี การจัดให้มีสารคดีที่ให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุการณ์ สถานที่ หรือตัวบุคคลที่เป็นข่าว ย่อมเป็นสิ่งช่วยเสริมเพิ่มคุณค่าแก่ข่าวโทรทัศน์เช่นเดียวกับรายการขยายข่าว รายการสารคดีที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ข่าวโทรทัศน์ ไม่ควรรวมอยู่ในรายการข่าว เพราะนอกจากจะทำให้ข่าวนั้นยาวเกินไปแล้ว ยังอาจทำให้เกิดความโน้มเอียงในการใช้วิจารณ์ด้วยตนเองของผู้ช่วยข่าวโทรทัศน์ได้อีกด้วย

ในส่วนของอรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2529, น. 9) ได้กล่าวถึงรายการข่าวประกอบประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. รายการเบื้องหลังข่าว (News Background Programs) เป็นรายการที่เสนอข้อเท็จจริงเพิ่มเติมจากข่าว ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว โดยที่ผู้จัดไม่สอดแทรกความคิดเห็นของตนลงไปในรายการ รายการนี้มุ่งหวังให้ผู้ชมเกิดความคิดขึ้นเองโดยอาศัยข้อเท็จจริงที่จัดเสนอ เช่นเดียวกับรายการข่าวเจาะ (News-In-Depth Programs) เป็นการนำเอาปัญหาสำคัญของเหตุการณ์ปัจจุบันซึ่งเป็นข่าวมาอธิบายแจกแจงรายละเอียดข้อเท็จจริงที่แอบแฝงอยู่ให้กระจ่าง

2. รายการวิจารณ์ข่าว (News Commentary Programs) เป็นการนำเสนอภูมิหลังของ ข่าวสาร เหตุการณ์ และเสนอข้อคิดเห็นเพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถตีความหมายในส่วนสำคัญของ ข่าวได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้วิจารณ์ข่าวจะต้องพยายามโน้มน้าวให้ผู้ชมเกิดความคิดเห็นคล้าย ตามผู้วิจารณ์ด้วย

3. รายการวิเคราะห์ข่าว (News Analysis) เป็นรายการซึ่งบรรยายรายละเอียดถึงภูมิหลัง ของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว พร้อมกับอธิบายแสดงถึงเงื่อนไขอันซับซ้อน สาเหตุซึ่งทำให้ปัญหา ต่าง ๆ ขยายตัว โดยแจกแจงอย่างละเอียดถี่ถ้วน แสดงข้อคิดเห็นของตนเองหรืออ้างผู้เชี่ยวชาญก็ได้และ ทำนายเหตุการณ์ หรือพิจารณาถึงความเป็นไปได้ว่าเหตุการณ์นั้นจะคลี่คลายหรือผันแปร ไปทางใด รายการแปลความหมายข่าว (Interpretative News หรือ News Interpretation) ก็มีความหมาย ใกล้เคียงกับรายการวิเคราะห์ข่าว นั่นคือ เป็นรายการประเภทอธิบายให้รายละเอียดเบื้องหลัง เหตุการณ์ที่เป็นข่าว วิเคราะห์เหตุการณ์ข่าว ตลอดจนเสนอแนะข้อคิดเห็น ทางเลือกและเสนอข้อ แก้ไขในเหตุการณ์ที่เป็นข่าวนั้น พร้อมกับจูงใจให้ผู้ชมโน้มน้าวไปทางใดทางหนึ่ง

4. รายการเสนอบันทึกเรื่องราวหรือสารคดีเชิงข่าว (Documentary News) เป็นรายการที่ เสนอบันทึกเรื่องราวรายละเอียดเหตุการณ์สำคัญ เหตุการณ์ที่เป็นข่าว ปัญหาทางเศรษฐกิจสังคม และการเมือง รายการนี้ให้การศึกษาและเรื่องราวข้อเท็จจริงแก่ผู้ชม ในขณะที่เดียวกันก็มุ่งให้ความ บันเทิงแก่ผู้ชมด้วยเช่นกัน

### 2.5.3 แนวคิดเรื่องคุณค่าข่าวและการประเมินคุณค่าข่าวโทรทัศน์

Thomas Pasqua et. al (1990 อ้างถึงใน ศิริพร วุฒิทวี, 2542, น. 17) กล่าวว่า การที่ สื่อมวลชนจะเลือกสรรเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพื่อที่นำมาเสนอเป็นข่าวจะต้องมีหลักเกณฑ์ พื้นฐานบางประการในการตัดสินใจ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเหล่านั้นเรียกว่า คุณค่าข่าว (News Value) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือองค์ประกอบของข่าว (News Elements) นั่นเอง

Ted White et. al (1984 อ้างถึงใน ศิริพร วุฒิทวี, 2542, น. 17) กำหนดหลักเกณฑ์ใน การประเมินคุณค่าข่าวโทรทัศน์ไว้ 4 ประการ ได้แก่ ผลกระทบ (Impact) และความน่าสนใจ (Interest) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และการเห็นและได้ยิน (Visual) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลกระทบ (Impact) ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อบุคคลหรือวิถีชีวิตของประชาชนจำนวนมาก เช่น ข่าวการขึ้นหรือลดภาษี ข่าวภาวะขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง , สงครามในตะวันออกกลาง การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมและการแพร่ระบาดของยาเสพติด เป็นต้น

2. ความน่าสนใจ (Interest) โดยทั่วไปข่าวที่มีความน่าสนใจ จะเป็นข่าวที่ทำให้ผู้ชม หลุดพ้นจากความเครียด หรือ ชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ รวมทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความหวาดกลัว เช่น ข่าวการเสียชีวิตของดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงด้วยโรคมะเร็ง เป็นต้น

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชม เช่น การที่ผู้สื่อข่าวนำเสนอข่าวสารด้านการแพทย์ สาธารณสุข เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำข้อมูลข่าวสารนั้นไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

4. การเห็นและได้ยิน (Visual) หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นหลักเกณฑ์สำหรับข่าวโทรทัศน์โดยตรง เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ชมได้เห็นทั้งภาพและเสียง จึงจำเป็นต้องได้ภาพข่าวที่ดีนำเสนอแก่ผู้ชม

ฉ้อฉล วุฒติกรรมรักษา (2536, น. 9-15) กล่าวถึงหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าว (News Judgment) ทั้งของหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ว่า ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าว หากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าของข่าว (News Value) สูง ก็จะได้รับพิจารณานำมารายงานเป็นข่าว คุณค่าข่าวจึงขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. ความสดต่อสมัย (Timeliness) นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าว เพราะผู้อ่านมักให้ความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ หรือ เรื่องราวที่ทันสมัย ดังคำกล่าวที่ว่า “ข่าวต้องสดเหมือนปลา”

2. ความใกล้ชิด (Proximity/Nearness) เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว เพราะนักจิตวิทยาได้อธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่า มนุษย์สนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว อันอาจจะส่งผลกระทบต่อตัวเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

3. ความเด่น (Prominence) หมายถึง บุคคลสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี เมื่อบุคคลนั้น ๆ เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งความเด่นนี้รวมถึงสถานที่สำคัญ วัตถุล้ำค่า ฯลฯ ด้วย

4. ความแปลกประหลาด (Oddity/Unusualness) เมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม เหตุการณ์นั้นย่อมก่อให้เกิดความสนใจและมีคุณค่าทางข่าวสูง

5. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก มักจะได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า ข่าวที่อาจเป็นผลกระทบกระเทือนทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

6. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าทางข่าว เพราะความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของมนุษย์โดยทั่วไป อาจเป็นความขัดแย้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

7. ความมีเงื่อนงำ (Suspense/mystery) บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังลึกลับ ซับซ้อน สื่อมวลชนมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลาย ๆ วัน ซึ่งข่าวประเภทนี้จะได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวางมาก

8. ปุถุชนสนใจ (Human Interest) เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความรู้สึก สะเทือนอารมณ์ (Emotion) ต่อเหตุการณ์หรือมีความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น เห็นอกเห็นใจ เสรีโสกลีเยใจ กลัว หรือหวาดระแวงว่าสักวันหนึ่งอาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้

9. เพศ (Sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกันและ ต่างเพศ หรือ ความผิดปกติทางเพศ

10. ความขบขัน (Amusement) ในช่วงเวลาที่บรรยากาศทางเศรษฐกิจและการเมือง กำลังเคร่งเครียด สื่อมวลชนอาจเสนอข่าวขบขันเพื่อผ่อนคลายบรรยากาศได้บ้างช่วงขณะหนึ่ง ข่าว ขบขันนี้อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของดาวตลกเองหรือจากเหตุการณ์อื่น ๆ

11. ความเปลี่ยนแปลง (Change) ในสังคมมนุษย์ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมออาจ เป็นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีหรือในทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมนุษย์ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งในสังคม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ด้วย เพราะการ เปลี่ยนแปลงย่อมกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

12. ความก้าวหน้า (Progress) มนุษย์มีความพยายามดิ้นรนที่จะเอาชนะธรรมชาติอยู่เสมอ มนุษย์จึงได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จึงทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจจึงถือได้ว่ามีคุณค่าทางข่าวสูง เช่นกัน

Mitchell V. Charnley (1966 อ้างถึงใน ครุณี หิรัญรักษ์, 2529, น. 17) ให้ความเห็นว่าการพิจารณาของสื่อมวลชนที่จะเลือกรายงานเหตุการณ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้น เมื่อพิจารณาจาก คุณสมบัติของข่าวว่าเป็นข่าวที่ดีและมีคุณภาพ (Qualities of News) จะต้องพิจารณาจากเกณฑ์ต่อไปนี้

1. ความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องในทุก ๆ ข้อความที่เกี่ยวข้อง ชื่อ ที่อยู่ วันที่ อายุ ที่อยู่ ตลอดจนความหมายของข่าว ความถูกต้องยังรวมถึงการเน้นน้ำหนักในการเสนอข่าว บางครั้งนักข่าวอาจนำเอารายละเอียดที่ไม่สำคัญมานั้นให้เป็นจุดสำคัญของเรื่อง ซึ่งเป็นการบิดเบือนเนื้อหาสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลของเนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ การเน้นหรือเฉพาะเจาะจง และความสมบูรณ์ของเรื่องราว ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสื่อมวลชน นำเอาความสำคัญของข้อเท็จจริงต่าง ๆ มารายงานให้ได้ทุกแง่มุม

3. ความเป็นกลาง (Objective) หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ โดยปราศจากอารมณ์และความลำเอียงใด ๆ ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามความเป็นกลางในการเสนอข่าว นั้นเป็นไปได้ยาก เพราะบางครั้งนักข่าวมักใช้อารมณ์ ความรู้สึก และความคิดเห็นส่วนตัวลงไปปะปนในเวลารายงานข่าว ทำให้มีความอคติและความลำเอียงเกิดขึ้น แต่ความยุติธรรมและความเป็นกลางยังเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนต้องระลึกและปฏิบัติให้ได้

4. ความกะทัดรัดชัดเจน (Clear and Concise) หมายถึง การรายงานข่าวโดยใช้คำธรรมดา ง่ายต่อความเข้าใจและไม่กำกวม การรายงานข่าวที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นการรายงานที่ใช้คำสั้น กะทัดรัด และได้ใจความชัดเจน

5. ความสดและทันเหตุการณ์ (Immediacy of Recentness) หมายถึง เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้น ๆ และบางครั้งการรายงานข่าวอาจไม่จำเป็นต้องรอให้มีเหตุการณ์เกิดขึ้น ก็อาจนำมารายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลา ปัจจุบัน เช่น ข่าวค่าครองชีพ และข่าวผลกระทบของการขึ้นราคาน้ำมัน เป็นต้น

จากแนวความคิดเกี่ยวกับข่าวนั้นผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการสำรวจรูปแบบรายการข่าวและประเภทรายการข่าวที่ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครเลือกเปิดรับ รายการข่าวทางสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงมากที่สุด

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง

ซีเอ็นเอ็น หรือ Cable News Network (CNN) นับเป็นสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงแห่งแรกของโลก ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 1980 โดย Ted Turner นักธุรกิจชาวอเมริกัน ที่เมืองแอตแลนต้า รัฐจอร์เจีย ประเทศสหรัฐอเมริกา

แนวความคิดในการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ซีเอ็นเอ็น สืบเนื่องมาจากในช่วงเวลาดังกล่าว ได้มีเหตุการณ์ทางการเมืองที่สำคัญ ๆ ซึ่งประชาชนทั่วโลกให้ความสนใจ และติดตามความเป็นไป เช่น การจับชาวอเมริกันเป็นเชลยในกรุงเตหะราน ประเทศอิหร่าน รวมทั้งทหารโซเวียตบุกยึดครองประเทศอัฟกานิสถาน เป็นต้น Turner ต้องการเสนอข่าว และเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เป็น รายการสดต่อผู้ชมทั่วโลก จึงได้ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์เคเบิลข่าวแพร่ภาพผ่านดาวเทียมไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก (ชลธิชา เจริญกิจ, 2544, น. 18) โดยมีเป้าหมายเริ่มแรกก็คือ การเผยแพร่รายงานข่าวไปตามสายเคเบิลทีวี เพื่อให้ชาวอเมริกันที่บอกรับเป็นสมาชิกมีโอกาสได้ชมข่าวทั้งในและต่างประเทศเชิงลึก ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน โดย Turner ได้กล่าวไว้ในวันเปิดเครือข่ายวันแรกว่า “ทำข่าวเมื่อมันเป็น

ข่าว ไม่ใช่ทำรายงานประวัติศาสตร์ย้อนหลัง สิ่งที่เราต้องการ คือ การนำเสนอข่าวทั้ง 2 ด้าน และปล่อยให้ผู้ชมตัดสินใจว่าจะเชื่อด้านใด”

ในระยะแรกนั้น นักวิจารณ์ทั้งหลายทั้งปวงไม่ลังเลที่จะล้อเลียนว่า ซีเอ็นเอ็น (CNN) คงจะย่อมาจาก “เครือข่ายบะหมี่ไก่” (Chicken Noodle Network) ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญธุรกิจสื่อมวลชนจากนครนิวยอร์ก จรด นครลอสแอนเจลิส ล้วนส่งเสียงหัวเราะกันดัง ๆ นักการเงินแถววอลล์สตรีทก็สรุปกันง่าย ๆ ว่า ซีเอ็นเอ็น คงจะไปไม่ไหว และอาจจะพาลดึงเอาธุรกิจอื่น ๆ ของ Turner ล้มละลายไปด้วย แต่มาบัดนี้ใคร ๆ ก็รู้สึกที่ซีเอ็นเอ็น เป็นแหล่งข่าวที่ทรงอิทธิพลที่สุดในอเมริกาไม่ว่าจะเป็นทำเนียบขาว กระทรวงกลาโหม สถานทูตต่างประเทศ ตลอดจนทั้ง โรงแรมต่าง ๆ และบ้านเรือนของผู้คนจำนวนนับล้าน ๆ ต่างก็หันมาใช้บริการซีเอ็นเอ็น เป็นประจำกันทั่วทั้งประเทศ (บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา, 2539, น. 55)

การทำงานของซีเอ็นเอ็นจะเริ่มตั้งแต่ 8 โมงเช้า โดย Turner เป็นประธานการประชุมเพื่อทบทวนว่าจะมีข่าวอะไรบ้างสำหรับในวันนั้น ผู้ผลิตรายการ และผู้เขียนข่าวประจำโต๊ะซึ่งจัดเป็นวงกลม เตรียมรวบรวมข่าวแต่ละชั่วโมง เพื่อจัดทำเป็นรายงานประจำวัน รายการข่าวของซีเอ็นเอ็นแตกต่างจากรายการของเครือข่ายโทรทัศน์ของสหรัฐโดยทั่วไป ซึ่งมีเพียง 2-3 รายการข่าวต่อกัน แต่ของซีเอ็นเอ็นไม่มีกำหนดจบสิ้นตายตัว ข่าวจะส่งออกอากาศทันทีที่ทางสถานีได้รับ เวลาทุกช่วงของซีเอ็นเอ็นถือว่าเป็นเวลาที่ดีที่สุดทั้งสิ้น และจะพยายามให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข่าว และเพิ่มแง่มุมต่าง ๆ ในการรายงานข่าว

ซีเอ็นเอ็นเริ่มโด่งดังไปทั่วโลก เนื่องมาจากการรายงานข่าวการสังหารหมู่ที่จตุรัสเทียนอันเหมิน และสงครามอ่าวเปอร์เซียที่โดดเด่นกว่าเครือข่ายข่าวอื่น ๆ (Andrew Boyd, 1994, p. 111) โดยสามารถรายงานสดให้ผู้ชมได้รับชมจากสถานที่เกิดเหตุจริง ในขณะที่สถานีคู่แข่งทำได้แค่เพียงรายงานข่าวจากประเทศใกล้เคียงเท่านั้น

ซีเอ็นเอ็นให้ความสำคัญกับการรายงานข่าวสด (Live) มากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ผู้ชมจะรู้สึกผูกพัน และอยากรู้อยากเห็นว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นอย่างไรต่อไป รายการข่าวโทรทัศน์ของซีเอ็นเอ็น จะใช้ระบบรายการหมุนเวียนทุกข่าวที่เสนอออกไปจะหมุนเวียนกลับมาเป็นรอบ ๆ แต่ละรอบจะมีเนื้อหาใหม่เพิ่มขึ้น และมีส่วนของเนื้อหาที่เดิมถูกละทิ้งไป เพื่อให้ข่าวนั้นสดอยู่เสมอ และพร้อมจะรับกับข่าวใหม่ล่าสุดที่แทรกเข้าสู่รายการ (Hank Whittmore, 1991, pp. 74-75)

ในปี 1985 ซีเอ็นเอ็นได้ขยายเครือข่ายออกนอกสหรัฐอเมริกา โดยจัดตั้ง ซีเอ็นเอ็นไอ หรือ CNNI (CNN International) เพื่อรายงานเหตุการณ์โลก 24 ชั่วโมง ผ่านดาวเทียมไปยังภูมิภาคอื่นของโลก ทั้งยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง เป้าหมายของการออกอากาศผ่านดาวเทียมในแต่ละภูมิภาคคือ การจัดทำรายการให้เหมาะสมกับความสนใจ และความนิยมในการรับชมของแต่ละภูมิภาคที่ต่างกันทั่วโลก รวมถึงการเข้ามาบุกตลาดเอเชีย โดยเปิดศูนย์ข่าวผลิตรายการข่าวขึ้นที่เกาะฮ่องกงในปี 1995 เพื่อรายงานข่าวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยจะเน้นข่าวเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และแนวโน้มสังคมในภูมิภาคนี้ จากการที่ซีเอ็นเอ็นไอ มีการทำรายการเอง และมีสำนักงานประจำท้องถิ่นในภูมิภาคนี้ จากการที่ซีเอ็นเอ็นไอ มีการทำรายการเอง และมีสำนักงานประจำท้องถิ่นในการผลิตรายการเองทั้งในลอนดอน ฮ่องกง และแอตแลนต้า จึงทำให้ซีเอ็นเอ็นไอเป็นเครือข่ายแห่งแรกที่สามารถกระจายข่าวสารไปได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง ครอบคลุมบ้านเรือนจำนวน 170 ล้านหลังคาเรือนใน 212 ทั่วโลก ปัจจุบันซีเอ็นเอ็นมีพนักงานทั้งสิ้น 4,000 คน และมีสำนักข่าว 37 แห่งทั่วโลก (รวมทั้งประเทศไทยด้วย) พร้อมทั้งสาขาอีก 800 แห่ง ที่รวมแล้วสามารถเข้าถึงผู้ชมกว่าพันล้านคนทั่วโลก (ชนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 67)

ด้วยเหตุนี้ ซีเอ็นเอ็น จึงกลายเป็นเครือข่ายโทรทัศน์ที่มีลูกข่ายจัดกระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก ซึ่งรวมไปถึงชนชั้นนำอย่างกษัตริย์ ราชนิ ปรธานาธิบดี นายกรัฐมนตรี หัวหน้าพรรคการเมือง ผู้นำศาสนา นายธนาคาร นักธุรกิจ นักเล่นหุ้น (บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา, 2539, น. 56)

หนังสือพิมพ์ซันเดย์ ทามส์ (Andrew Boyd, 1994, p. 111) กล่าวว่า “ซีเอ็นเอ็นกลายเป็นสถานีโทรทัศน์ที่โด่งดังที่สุดในโลก เป็นบริการข่าวสารที่ผู้นำทั่วโลกเรียกใช้ นอกจากสหรัฐอเมริกาแล้ว ซีเอ็นเอ็นยังมีอิทธิพลกับวงการสื่อมวลชนทั่วโลก ทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น มีข่าวด่วนเข้ามา กองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ จะหมุนไปที่ช่องซีเอ็นเอ็น

ความสำเร็จของซีเอ็นเอ็น ทำให้เกิดความตื่นตัวในอันที่จะลอกเลียนแบบซีเอ็นเอ็น ขึ้นทั่วโลก ในยุโรป เดิมที สกาย นิวส์ (Skynews) ของ Rupert Murdoch นับเป็นเครือข่ายข่าว 24 ชั่วโมงแห่งเดียวของภูมิภาคนี้ แต่นับจากซีเอ็นเอ็นประสบความสำเร็จ สถานีโทรทัศน์บีบีซี แห่งประเทศอังกฤษก็เปิดตัว บีบีซีเวิลด์ เพื่อออกอากาศไปทั่วโลกตามออกมา ปัจจุบันมีสถานีข่าว 24 ชั่วโมงมากมายทั่วโลกที่จัดตั้งขึ้น โดยมี ซีเอ็นเอ็น เป็นต้นแบบ ซึ่งรวมถึงในประเทศไทยของเราด้วย

จากแนวความคิดเกี่ยวกับสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง ข้างต้นนี้ผู้วิจัยได้นำมาใช้อธิบายถึงคุณลักษณะของสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงของประเทศไทยที่อยู่ในขอบเขตของการศึกษาวิจัยครั้งนี้

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือก

Chris Atton (2002, p. 18) และ Lauren Kessler (1984, p. 39) ได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือกไว้ว่า ความสัมพันธ์ของสื่อมวลชนกับการเมืองคือ การสร้างประชาธิปไตยให้กับสังคม การเคลื่อนไหวเพื่อประชาธิปไตยในประวัติศาสตร์โลกนั้น เริ่มขึ้นพร้อมกับสิ่งที่เรียกว่า “พื้นที่สาธารณะ” (Public Sphere) ซึ่งหมายถึงสถานที่ หรือเวทีที่ประชาชนมาพบกันเพื่ออภิปราย โต้เถียงปัญหาต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อชุมชนที่พวกเขาใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน การอภิปรายโต้เถียงเหล่านี้จะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งก่อให้เกิดความรู้ร่วมกันและนำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองของสาธารณชนในอันดับต่อไป ซึ่งปัจจุบันพื้นที่สาธารณะที่เป็นสื่อก็ได้มีความสำคัญขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากศักยภาพของสื่อมวลชนเองที่สามารถแปรเรื่องที่เป็นส่วนตัว (Private) ให้กลายเป็น ส่วนรวม (Public) เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นพื้นที่ของบุคคลสาธารณะ (Public Figure) สื่อมวลชนจึงเป็นพื้นที่สาธารณะที่สำคัญในสังคม

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการนิยามสื่อมวลชนว่าเป็นตลาดความคิดเห็น (The Marketplace of Idea) ซึ่งสนับสนุนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอันหลากหลาย และยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อพิจารณาหาข้อสรุปที่เหมาะสมต่อเหตุการณ์ใด ๆ ในช่วงเวลานั้น ในสภาพความเป็นจริงก็ได้มีการกีดกันการเข้าถึงและการแสดงความคิดเห็นสำหรับพวกที่มีความคิดเห็นตรงกันข้ามกับพวกของตน หรือกีดกันพวกกลุ่มชนชั้นรองลงไปในสังคม (เช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการกีดกันคนดำ กลุ่มเฟมินิสต์ หรือชาวต่างชาติที่ไม่ใช่ชาวอเมริกันผิวขาวและไม่ใช่ภาษาอังกฤษ กลุ่มต่อต้านสงคราม เป็นต้น) ผู้ที่เข้าถึงสื่อและสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมักจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในสังคม ไม่ว่าจะเป็น นักการเมือง เจ้าของบริษัท บัณฑิตและชนชั้นสูงในสังคม ซึ่งด้วย ลักษณะเช่นนี้จึงเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการมีสื่อของตนเอง เพื่อสื่อสารกันเองในกลุ่มและเพื่อสื่อสารสู่สาธารณะ ที่เรียกว่าเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media)

สิ่งที่สื่อทางเลือกนำเสนอมีลักษณะพอสรุปได้คือ จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความคิดเห็นของคนกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยในสังคม ซึ่งมักจะเป็นการแสดงทัศนคติที่ค่อนข้างตรงกันข้ามและท้าทาย ความเชื่อ ค่านิยมเดิมของสังคม นอกจากนั้น เรื่องที่ถูกลำเอียงออกมาเสนอ มักจะไม่ได้เป็นที่สนใจหรือเผยแพร่โดยสื่อทั่ว ๆ ไปที่มีอยู่ในสังคม พวกเขาปรารถนาที่จะเสนอแง่มุมอื่นที่มีต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ได้รับรู้

Michele Albert (อ้างถึงในอนุช อภาภิรม, 2545, น. 32) ผู้ทำงานเกี่ยวกับสื่อทางเลือกในสหรัฐอเมริกาเป็นเวลาสิบ ๆ ปีให้ทัศนะว่า สิ่งที่แยกสื่อทางเลือกออกจากสื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) น่าจะอยู่ที่วิธีการจัดตั้งและการทำงานขององค์กร โดยเขากล่าวว่า สื่อทางเลือกไม่ได้ตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไร (ขณะที่สื่อกระแสหลักตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด เช่น การขาย

ผู้รับสารให้แก่บริษัทที่จะลงโฆษณา) และสื่อทางเลือกมีโครงสร้างเพื่อกลับเคลื่อนความสัมพันธ์แบบลำดับชั้นทางสังคมที่เป็นอยู่ (ขณะที่สื่อกระแสหลักจะมีการจัดตั้งที่เสริมความแข็งแกร่งให้แก่ความสัมพันธ์แบบลำดับชั้นทางสังคม) และสื่อทางเลือกก็เป็นอิสระจากสถาบันสังคมอื่น โดยเฉพาะบรรษัทขนาดใหญ่ (ขณะที่สื่อกระแสหลักมักถูกควบคุมจากสถาบันทางสังคมอื่น โดยเฉพาะบรรษัทขนาดใหญ่)

สำหรับ The Royal Commission on the Press (1977, p. 2) ก็ได้เสนอนิยามของสื่อทางเลือกไว้เช่นกัน ซึ่งประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. สิ่งพิมพ์ทางเลือกนั้นจะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของชนกลุ่มน้อย (Small Minorities)
2. มีการแสดงทัศนะที่ขัดแย้งกับความเชื่อของคนส่วนใหญ่
3. มีการเสนอข้อมูลข่าวสารในหัวข้อที่ไม่สามารถหาได้จากสำนักข่าวทั่ว ๆ ไป

นอกจากนี้ John Fiske (1992, p. 26) ให้ความเห็นว่า ความแตกต่างระหว่างสื่อกระแสหลักกับสื่อทางเลือกนั้นอยู่ที่การคัดเลือกข่าวสารที่จะนำเสนอและกระบวนการคัดเลือกข่าวสารนั้นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการระงับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม

ในอเมริกาได้มีการตีพิมพ์เรื่องเกี่ยวกับ US's Top Censored Stories โดย Project Censored ในปี 1999 โดยลงเนื้อหาข่าวว่า มีข่าว 25 เรื่องที่ถูกเซ็นเซอร์ เรียกว่า เป็นข่าวที่ไม่เป็นข่าว และมีเพียง 4 เรื่อง จากจำนวนดังกล่าวที่ปรากฏในสื่อกระแสหลัก ซึ่ง Project Censored ได้อนุมานว่า สื่อทางเลือกนั้นก็คือสิ่งที่มีเนื้อหาที่ไม่ได้ปรากฏอยู่ในสื่อกระแสหลัก (ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม เช่น อำนาจรัฐ แรงกดดันจากผู้โฆษณา รูปแบบรายงานข่าวแบบดั้งเดิม เป็นต้น)

ตัวอย่างการประกาศจุดยืนของสื่อทางเลือกในประเทศอังกฤษ เช่น Liverpool Free Press ได้ประกาศจุดยืนว่า ไม่ต้องการที่จะสร้างกำไร และเชื่อว่าการทำหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินงานโดยนักธุรกิจนั้นจะต้องมีข่าวส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ถูกเผยแพร่ ซึ่งข่าวประเภทนี้สื่อของพวกเขาเองจะรายงานต่อสาธารณะและจะรายงานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชน โดยการดำเนินงานทั้งหมด จะไม่มีบรรณาธิการหรือเจ้าของแต่จะถูกดำเนินงานโดยอาสาสมัคร ซึ่งไม่ได้รับค่าตอบแทน

ศักยภาพของสื่อทางเลือกนั้น นอกจากจะเป็นการสื่อความหมายในกลุ่มของตนและแสดงความคิดเห็นของกลุ่มของตนสู่สาธารณชนแล้ว สื่อทางเลือกยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางอำนาจที่สำคัญในการประกาศมุมมอง ความคิดเห็นหรือเสียงของส่วนน้อยที่สวนกระแสสังคม สื่อทางเลือกสามารถที่จะให้ผู้อ่านรับรู้ประสบการณ์จริง ๆ ของผู้อื่นคนอื่น ๆ เข้าถึงข้อมูลที่ผู้อ่านคนอื่นมี หรือในบางโอกาสสื่อทางเลือกก็ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายทางสังคมวัฒนธรรม

และสังคมทางการเมือง (ที่ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ไม่อาศัยวิธีการทางรัฐสภา)

คุณสมบัติพิเศษของสื่อชนิดนี้ก็คือการที่มันไม่ต้องการผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการศึกษามาโดยตรงหรือไม่ต้องการมีอาชีพทางด้านสื่อสารมวลชนบุคลากรผู้ทำสื่อทางเลือกสามารถทดแทนได้ด้วยการศึกษาดด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นคนรวย – จน วัยหนุ่ม วัยกลางคน หรือคนแก่ เชื้อชาติที่แตกต่างกันออกไป เหล่านี้ อุทิศตัวกันมาทำโดยจะอาศัยการเรียนรู้โดยลองผิดลองถูก เป้าหมายคือทำให้โลกดีขึ้นและไม่สนใจกำไรในการทำสื่อ

ในการทำสื่อทางเลือกนั้น ก็ไม่ต่างไปจากการได้รับการศึกษาที่ถูกต้องมากนัก ผู้ทำสื่อเหล่านี้สนใจในการได้รับความรู้จากกิจกรรมของพวกเขา เช่นการสิ่งที่เขียนลงไป ซึ่งก็มีบางกรณีที่คนเหล่านี้จะได้รับการยอมรับจนกระทั่งเป็นหนทางไปสู่การเข้ามาทำงานอย่างเต็มตัวต่อไป ไม่ว่าจะเป็นนักรณรงค์เคลื่อนไหว นักเขียน ฯลฯ แต่ทว่าเรื่องของ การได้รับการศึกษาอย่างถูกต้อง ก็ยังคงมีบทบาทในเรื่องของการผลิตสื่อและบริหารองค์กรสื่อ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในสื่อทางเลือกจะนำไปสู่ภาพสะท้อนของการลงมือทำ เป็นการรับรู้ที่ได้จากข้อมูลที่ผ่านเข้ามา หรือข้อมูลที่ได้จากการลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Action on Action) ซึ่งการพัฒนาการที่เกิดขึ้นจากการกระทำเหล่านี้ จะมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลง วิถีของโลก ของผู้ที่อาศัยอยู่ในนั้น เมื่อปัจเจกบุคคลสามารถที่จะตระหนักในศักยภาพตนเองและพัฒนาความตระหนักในตนเอง จนสามารถที่จะเข้าใจสถานะของผู้อื่นในสังคม รวมไปถึงศักยภาพและการมีส่วนร่วมของคนเหล่านั้นได้ การทดลองและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ด้วยความเป็นไปได้อื่นๆ ของ ความเป็นอยู่ และ การกระทำ จะเป็นหัวใจของกิจกรรมนั้น ๆ สิทธิในการปกครองตนเอง และการหายไปของความไม่สมดุลในความสัมพันธ์เชิงอำนาจสามารถพัฒนาไปสู่ ภาพสะท้อนของธรรมเนียมปฏิบัติ (อนุช อาภาภิรม, 2545, น. 57) ซึ่งจะทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างตนเองและวิถีของโลก ดังคำกล่าวของ Hilary Wainwright ที่ว่า ภูมิปัญญาในระดับรากหญ้าเหล่านี้ทำให้เกิดการทบทวนและจัดระเบียบวิถีชีวิตประจำวัน ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงตนเองและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม

นอกจากนี้สื่อทางเลือกกับความเป็นประชาธิปไตยยังมีความสัมพันธ์กันคือ ในขณะที่สื่อทางเลือกมีความสามารถที่จะระบายความรู้สึกและตีพิมพ์ความคิดเหล่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างและขัดแย้งอย่างรุนแรงกับรูปแบบของสื่อมวลชน โดยที่นักอ่านถูกจำกัดสิทธิในการเข้าถึงสื่อประเภทสื่อมวลชนอยู่มาก อย่างดีก็แค่ส่งจดหมายไปยังบรรณาธิการเท่านั้น (ซึ่งน้อยครั้งที่จะได้ลงพิมพ์) ในจุดนี้ สื่อทางเลือกต่าง ๆ อ้างว่ามีความเป็นประชาธิปไตยเต็มที่ เพราะเน้นให้ผู้อ่าน เข้ามามีส่วนร่วมมาก เช่น มีการตีพิมพ์บทความที่ผู้อ่านส่งมาอย่างบ่อยครั้ง หรือได้มีส่วนร่วมกับกองบรรณาธิการในการตัดสินใจต่าง ๆ ได้ หรือกระทั่งเข้าร่วมกับกองบรรณาธิการเสียเอง และด้วย

รูปแบบการเข้าถึงได้ง่ายของสื่อทางเลือก มันจึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตีพิมพ์ด้วยตัวเอง หมายความว่า หนึ่งในผู้อ่านอาจจะตีพิมพ์หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารขึ้นมาใหม่ได้อย่างอิสระเสรี ที่เรียกว่า Zines ซึ่งหมายถึง หนังสือที่ผลิตเป็นมือสมัครเล่น ผลงานนั้นจะถูกผลิตและโปรโมทอย่าง ถูก ๆ โดยการทำสำเนาขึ้นมาหลาย ๆ ชุด และความแตกต่างระหว่างผู้อ่านนั้น แยกกันค่อนข้าง ลำบากมาก ในการผลิตนี้ใช้เงินทุนเพียงเล็กน้อยเท่านั้นรวมถึงการจำกัดในรูปแบบเนื้อหาก็มีน้อย อีกด้วย

สำหรับกลยุทธ์หลักของการผลิตและการกระจายสินค้าของสื่อทางเลือกนั้น คือการ Anti-Copyright และ Open Distribution โดย Anti – Copyright คือการที่อนุญาตให้ผู้ซื้อหรือผู้อ่าน สามารถทำซ้ำ (Copy) ขึ้นมาก็ชุดก็ได้ แต่ห้ามทำเพื่อแสวงหากำไร ซึ่งสื่อทางเลือกนั้นก็จะมี ข้อความ Anti – Copyright ไว้เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อ หรือผู้อ่านช่วยกันเผยแพร่ผลงานของตน อันเป็น จุดมุ่งหมายอย่างหนึ่งของสื่อทางเลือก หรือในบางสื่อเพียงแค่บอกเจ้าของเท่านั้นว่าจะทำซ้ำเพื่อ เผยแพร่ ซึ่งการบอกวัตถุประสงค์นี้จะทำให้เป็นการตรวจสอบไปในตัวด้วยว่า งานของผู้เขียนถูก เผยแพร่ไปมากเพียงใดแล้ว

ส่วนการ Open Distribution ก็เป็นเรื่องที่ควบคู่ต่อมาจาก Anti – copyright โดยจากการ ที่มีการลงข้อความเกี่ยวกับ Anti – copyright กันอย่างกว้างขวางเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ หนังสือชื่อ Counter Information ถึงเตรียม Duplicate printing page ให้กับคนที่ต้องการพิมพ์ซ้ำ ซึ่ง เรียกว่าเป็นการ Open Distribution นั่นเอง

แนวคิดเรื่องสื่อทางเลือกนั้นเกิดขึ้นเพราะการขาดการเข้าถึงสื่อกระแสหลัก พวกเขาจึง ต้องการเวทีเสรีในการแสดงความคิดเห็นของตนเอง ด้วยการทำสื่อของตนเองขึ้น จากแนวความคิด เกี่ยวกับสื่อทางเลือกนี้ผู้วิจัยได้นำมาใช้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อทางเลือก เพื่อประกอบกับ การศึกษาความคาดหวังที่ผู้ชมมีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงในฐานะสื่อทางเลือก

## 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ

กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน รัชนิวรรธ ดวงแก้ว, 2549, น. 23) ได้กล่าวถึง ความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือคำว่า “พื้นที่” และ “สาธารณะ” ความหมายของคำ 2 คำนี้ มีดังนี้

“พื้นที่” ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นทั้งรูปธรรม “พื้นที่” หมายถึง อาณาบริเวณแห่งใด แห่งหนึ่ง (area) ที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน (boundary) เช่นพื้นที่ในโรงงาน พื้นที่ใน บ้าน พื้นที่ในบริเวณวัด หรือห้างสรรพสินค้าที่กำหนดไว้แน่นอน

ลักษณะทาง นามธรรม “พื้นที่” มีความหมายทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม เช่น เวทีทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจต่อกัน เช่นรายการ โทรทัศน์ประเทศ News & Talk show มีการเชิญตัวแทนผู้นำชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวเขา ฯลฯ มาเล่าประสบการณ์ทำงานของเศรษฐกิจแบบพอเพียง การพึ่งพาตนเอง แทนที่เศรษฐกิจแบบฟองสบู่ที่เคยยึดพื้นที่สาธารณะอยู่ ทำให้เห็นว่าคุณสมบัติและภูมิปัญญาในระดับรากหญ้า (grass-root) เข้ามามีที่ทางในเวทีสาธารณะของสังคม

“สาธารณะ” หมายถึง “ส่วนรวม” (Public) และขยายไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจสอดคล้องกันหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งคำว่า “สาธารณะ” ก็มีได้ 2 นัยยะ ทั้งลักษณะรูปธรรมเช่น สวนสาธารณะ คือ สวนของส่วนรวม และในเชิงนามธรรมเช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม โดยไม่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนตัว เป็นต้น

“พื้นที่สาธารณะ” เริ่มต้นตั้งแต่ยุคสมัยศตวรรษที่ 17 ในยุคที่ศักดินา โดยมีแต่สถาบันกษัตริย์และสถาบันศาสนา เท่านั้น ที่มีสิทธิในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในทางการเมือง (Public sphere in political society)

Jurgen Habermas (อ้างถึงใน รัชนิวรรณ ดวงแก้ว, 2549, น.24) เป็นนักวิชาการในสำนักแฟรงเฟิร์ต ที่มีความสนใจในเรื่องบทบาทของการสื่อสาร หรือ สื่อสารมวลชน กับการสร้างพื้นที่สาธารณะ โดย Habermas ได้ให้คำนิยาม แนวคิดเรื่อง พื้นที่สาธารณะว่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (Sense of public) ซึ่งแนวคิดนี้มีได้เลื่อนลอยเป็นนามธรรม แต่เป็นการปฏิบัติทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมแต่ละยุค โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนในช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมา ถือเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสมัยของทุนนิยมผูกขาด (Monopoly capitalism) ซึ่งสื่อมวลชนมีลักษณะที่เป็นสินค้าเช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ที่ในด้านหนึ่งก็มีลักษณะเป็นสินค้า (Commodity) ดังจะเห็นได้จากธุรกิจสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ต่างก็หวังผลกำไรสูงสุด เมื่อต้องมีการลงทุนในการผลิต ผลประโยชน์อันมหาศาลในธุรกิจ ตลอดจนสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้เจ้าของธุรกิจสื่อสารมวลชนไม่เพียงแต่ใช้อำนาจทางเศรษฐกิจที่ตัวเองมีเท่านั้น เพราะสื่อโทรทัศน์ที่ก่อให้เกิดความรู้ (Knowledge) และความบันเทิง (Entertainment) แต่อีกด้านก็มีลักษณะสำคัญในการกำหนดจิตสำนึกในสังคมหรือ การครอบงำทางวัฒนธรรม (Cultural domination) หรือครอบงำความคิด (Hegemony) ด้วย

เจ้าของธุรกิจสื่อสารมวลชนไม่เพียงแต่ใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเท่าที่ตัวเองมีอยู่เท่านั้น แต่ยังใช้อำนาจทางการเมือง หรือ อำนาจรัฐเข้ามาเกี่ยวพัน เพราะอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อน (Conflict of interest) ระหว่างผลประโยชน์ทางธุรกิจกับ “ความเป็นกลาง” ของสื่อ และท้ายสุด ทุน

ย่อมเป็นปัจจัยชี้ขาด ซึ่งส่วนมากแล้วสื่อมักจะรับใช้ผู้มีอำนาจในรัฐบาลมากกว่าประชาชน ในแง่นี้สื่อก็ไม่ได้เป็นอิสระจากทุน ตรงกันข้ามกลับถูกทุนเป็นตัวกำหนด

ฌองส์ เฟ็ชรประเสริฐ (2546, น.79) พบว่า ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตย การครอบงำความคิดโดยผ่านวัฒนธรรม (Cultural hegemony) ทำให้ความคิดในการต่อต้านระบบเป็นไปได้ยากลำบากขึ้น เพราะสินค้าวัฒนธรรมจะเป็นตัวเชื่อม (Social cement) ให้ผู้รับสื่อมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ขณะเดียวกันก็ได้สร้างความเป็นปัจเจกชนปลอม ๆ ขึ้นมาด้วย กล่าวในแง่สินค้าวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการควบคุมความคิดจิตสำนึกของผู้คนในสังคมได้เป็นอย่างดี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เสรีภาพและความรู้สึกที่จะต่อต้านหรือปฏิเสธระบบของผู้รับสารจะเหือดหายไปที่สุดในที่สุด

ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อระบบวัฒนธรรมและข้อมูลข่าวสารกลายเป็นสินค้า ผู้ที่มีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในสังคมมากที่สุดก็คือ ธุรกิจเอกชนด้านสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสื่อขนาดใหญ่ เพราะเป็นกลุ่มผู้ผลิตและกระจายสื่อ ซึ่งทำหน้าที่ในการแปรรูปความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ออกมาเป็นภาษาสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และนำมาขายเป็นสินค้า ประเด็นที่สำคัญในที่นี้ก็คือ อะไรที่เคยเป็นวัฒนธรรมของสาธารณชน (Popular culture) ก็จะเปลี่ยนรูปแบบร่างกลายเป็นวัฒนธรรมของธุรกิจเอกชน (Corporate Culture) และตกเป็นสมบัติส่วนตัวของบริษัทเอกชนในท้ายที่สุด แนวโน้มของปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้พื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ซึ่งเป็นปริณิณที่เกี่ยวกับการเมืองและผลประโยชน์ส่วนรวมมีน้อยลง สิทธิของประชาชนในฐานะของ “พลเมือง” ก็จะมีช่องทางแสดงออกได้น้อยลงตามไปด้วย รูปแบบการแสดงออกซึ่งการมีส่วนร่วมในสังคมอาจเหลือเพียงแต่การชุมนุม การเดินขบวนหรือยื่นจดหมายเปิดผนึก เป็นต้น

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะมาใช้ในการอธิบายส่วนขยายคุณลักษณะของแนวคิดเกี่ยวกับสื่อทางเลือกที่จะต้องทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะให้กับประชาชนในการแสดงความคิดเห็น อีกทั้งผู้วิจัยยังนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นกรอบสำหรับกำหนดถึงบทบาทพื้นที่สาธารณะที่ผู้ชมรายการข่าวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังต่อสถานีข่าวโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงในด้านบทบาทพื้นที่สาธารณะ

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรา สุภวิวรรณ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของสมาชิกอิตทีวี่ที่มีต่อช่องอิตแซนแนล” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับชมช่องอิตแซนแนลของสมาชิกอิตทีวี่ และศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของสมาชิกอิตทีวี่ที่มีต่อรายการของช่องอิตแซนแนล

จากกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการของฮิตแซนแนลทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 15-25 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นสมาชิกเคเบิลฮิตทีวีน้อยกว่า 1 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการของช่องฮิตแซนแนลในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกันไป ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการของช่องฮิตแซนแนลบ่อยมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.01-00.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับชมรายการของช่องฮิตแซนแนลในแต่ละวันนาน 1-3 ชั่วโมง

จากผลการศึกษาความถี่ในการเปิดรับชมรายการต่าง ๆ ทางช่องฮิตแซนแนลในหนึ่งสัปดาห์จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความถี่ของการเปิดรับชมรายการต่าง ๆ ของช่องฮิตแซนแนลแตกต่างกัน

ผลการศึกษาช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการช่องฮิตแซนแนลบ่อยมากที่สุดจำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกช่วงอายุเปิดรับชมช่องฮิตแซนแนลในช่วงเวลาเดียวกัน คือ ช่วงเวลา 20.01-00.00 น. สำหรับกลุ่มตัวอย่างอายุ 46 ปีขึ้นไปเปิดรับชมช่องฮิตแซนแนล ช่วงเวลา 20.01-00.00 น. และช่วงเวลา 08.01-12.00 น. ในสัดส่วนเท่ากัน ดังนั้นอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อช่วงเวลาการเปิดรับชมช่องฮิตแซนแนล

สำหรับผลการศึกษาเวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับชมรายการช่องฮิตแซนแนลในแต่ละวัน จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุเปิดรับชมช่องฮิตแซนแนลนานเท่ากันคือ 1-3 ชั่วโมงในแต่ละวัน ดังนั้นอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระยะเวลาการเปิดรับชมช่องฮิตแซนแนลในแต่ละวัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการต่าง ๆ ของช่องฮิตแซนแนลระดับปานกลาง ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรายการฮิตมิวสิกมาก ในขณะที่มีความพึงพอใจรายการสัมมนาต่าง ๆ คือ ชอบน้อย

ส่วนประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับชมรายการช่องฮิตแซนแนลด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์มาก ส่วนประโยชน์ที่ได้รับข่าวสาร ด้านการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ตนเอง ด้านการปฏิสัมพันธ์สังคม กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์ปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังที่มีต่อรายการของช่องฮิตแซนแนลแตกต่างกันไป อาทิ รายการข่าวท้องถิ่นหรือรายการฮิตนิวส์ ควรนำเสนอข่าวอย่างฉับไวทันเหตุการณ์ ปรับปรุงการอ่าน น้ำเสียง รวมทั้งบุคลิกของผู้ประกาศข่าว และควรนำเสนอข่าวให้มีประเด็นที่หลากหลายแตกต่างจากช่องฟรีทีวี รายการฮิตไนน์ และรายการสัมมนาเป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่

เคยเปิดรับชม และรายการฮิตมิวสิกเป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก ให้ความสนใจพอใจในระดับมาก

สุนทร สกลวิสูตร (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ และเพื่อศึกษาปัจจัยของผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงานมากที่สุด มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุดและมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้จำนวนเท่ากัน ภาคละ 100 คน จากผลการวิเคราะห์ พบว่า

ผู้ชมให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหารายการ พิธีกรข่าว/ผู้ประกาศข่าว ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ เวลาออกอากาศ แกร็บเชิญ/แหล่งข่าว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผู้ชม ชมข่าวการเมืองมากที่สุด เหตุผลที่ชมมากที่สุดเพราะอยากรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวมากที่สุด ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ชม ชมรายการข่าวมากที่สุด ช่องที่ชมรายการข่าวมากที่สุดคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เหตุผลที่เลือกช่องนี้เพราะข่าวทันเหตุการณ์มากที่สุด ผู้ชมชมข่าวที่บ้านมากที่สุด โดยมีความถี่มากกว่า 1 ครั้ง/วัน

ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกันในประเด็นดังนี้ คือ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลต่อการชม ช่วงเวลาในการชม สถานที่ชม ความถี่ในการชม

ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ มีผลต่อ ประเภทรายการข่าวที่ชมและเหตุผลที่ชมรายการข่าว อายุมีผลต่อ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลในการชมและช่วงเวลาที่ชม อาชีพมีผลต่อ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชม และความถี่ในการชม ระดับการศึกษา มีผลต่อ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชมและผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลในการชม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรืออิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชม สถานที่ชมและความถี่ในการชม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข้าว) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งได้แก่ ด้านเนื้อหา รายการ รูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอเทคโนโลยีต่าง ๆ เวลาออกอากาศและแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว

กนกพร เอกกะสินสกุล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวังของผู้ฟังต่อบทบาทของวิทยุชุมชนในจังหวัดลำปาง” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุชุมชนของผู้ฟังในจังหวัดลำปาง ศึกษาความคาดหวังในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุชุมชนของผู้ฟังในจังหวัดลำปาง และศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวังจากการรับฟังรายการสถานีวิทยุชุมชน จังหวัดลำปางกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ฟังในจังหวัดลำปาง มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุชุมชนโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับดีมากทั้ง 4 ด้าน สำหรับด้านที่มากที่สุดคือ ด้านการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการ ทั้งนี้ผู้ฟังจะพึงพอใจรายการที่ผู้ดำเนินรายการพูดจาไพเราะ นำฟัง คอยสนุกและเป็นกันเองมากที่สุด ด้านรูปแบบรายการ พบว่าผู้ฟังมีความพึงพอใจในรูปแบบรายการเพลงมากที่สุด ด้านวิธีนำเสนอรายการพบว่าผู้ฟังมีความพึงพอใจในการที่ใช้ภาษาให้สอดคล้องกับท้องถิ่นมากที่สุด และด้านเนื้อหาพบว่าผู้ฟังมีความพึงพอใจรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิงและเน้นการเปิดเพลงมากที่สุด

ความคาดหวังในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุชุมชนของผู้ฟังในจังหวัดลำปาง พบว่าผู้ฟังมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน โดยความคาดหวังด้านที่มีมากที่สุดคือ ด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ ผู้ฟังคาดหวังให้ผู้ดำเนินรายการพูดจาไพเราะ นำฟัง คอยสนุกและเป็นกันเองมากที่สุด ความคาดหวังด้านการนำเสนอรายการพบว่าผู้ฟังคาดหวังให้การนำเสนอรายการใช้ภาษาให้สอดคล้องกับท้องถิ่นมากที่สุด ความคาดหวังด้านบทบาทในการพัฒนาชุมชนของวิทยุชุมชนพบว่า ผู้ฟังคาดหวังให้วิทยุชุมชนเป็นสื่อช่วยจำหน่าย เผยแพร่สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชุมชนมากที่สุด ความคาดหวังด้านเนื้อหารายการพบว่าผู้ฟังคาดหวังให้สถานีวิทยุชุมชนมีรายการเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพมากที่สุด และความคาดหวังด้านรูปแบบรายการผู้ฟังคาดหวังให้สถานีวิทยุชุมชนมีรูปแบบรายการที่มีความหลากหลายทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอมากที่สุด

การเปรียบเทียบความพึงพอใจ และความคาดหวังจากการรับฟังรายการสถานีวิทยุชุมชน จังหวัดลำปางกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ฟังที่มีอายุและการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจและความคาดหวังจากการรับฟังรายการสถานีวิทยุชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 แต่ผู้ฟังที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจและความคาดหวังจากการรับฟังรายการสถานีวิทยุชุมชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ปรเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “เจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9 and TITV)” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำ ทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9, และทีไอทีวี) ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาเจตคติที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9, และทีไอทีวี) ของผู้ชมเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม จำแนก ตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวน และไคว-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่เลือกชมช่องทีไอทีวี ใช้เวลารวมมากกว่า 4 ชั่วโมง/สัปดาห์ ชมเฉพาะประเด็นข่าวที่สนใจและ รับชมที่บ้าน เหตุผลที่ชมเพื่อต้องการรับทราบข่าวสาร เหตุผลสำคัญที่ติดตาม คือ มีการนำเสนอข่าว ที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ และสนใจชมข่าวประเภทข่าวสังคม ชุมชน และอาชญากรรมมากที่สุด ผู้ชม รายการโทรทัศน์มีเจตคติต่อรายการข่าวภาคค่ำ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เจตคติในระดับ มากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการเสนอทันเหตุการณ์ เนื้อหาที่มีความถูกต้องน่าเชื่อถือและสื่อบข่าว เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มี พฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ผลการเปรียบเทียบเจตคติของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำของผู้ชมจำแนก ตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ชมที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนต่างกันมีเจตคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

ณัฐนันท์ สิริเจริญ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสาร ทางการเมืองจากผู้ดำเนินรายการเล่าข่าวการเมืองผ่านทางสื่อทีวีดาวเทียมและสื่อวิทยุชุมชน กรณีศึกษา: สถานีสุวรรณภูมิและคลื่นประชาธิปไตย 92.25 MHz” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านความแตกต่างของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการเปิดรับสารข่าวการเมือง ศึกษาระดับทัศนคติของประชาชนทั้งในเชิงลบ และเชิงบวกกับปัจจัยด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ศึกษาความต้องการและความพึง พอใจที่กลุ่มผู้รับสารมีต่อปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการเล่าข่าวการเมือง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความแตกต่างของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการ นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ประชาชนได้รับ รวมทั้งการวัดระดับทัศนคติจากการ

เปิดรับข่าวสารการเมืองโดยผู้ดำเนินรายการเล่าข่าวการเมืองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทั้งในเชิงลบและเชิงบวก

ความรู้สึกในเชิงบวก คือ ได้รับข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อคอยตรวจสอบการทำงานใช้งบประมาณของนักการเมืองฝ่ายรัฐบาล และติดตามตรวจสอบการทำงานของฝ่ายค้านกับความสามารถในการคานอำนาจรัฐ การค้านในลักษณะสืบสวนสอบสวนเพื่อทำความจริงให้ปรากฏ การใช้ข้อมูลที่เป็นจริงมาบอกต่อสื่อมวลชนและประชาชน

ความรู้สึกในเชิงลบ คือ ความรู้สึกหมดศรัทธา ขาดความเชื่อถือในตัวนักการเมืองและความไม่โปร่งใสในการบริหารราชการแผ่นดิน ข่าวการคอร์ปชั่นในทุกรูปแบบที่เกิดจากนักการเมืองเป็นส่วนใหญ่ ข่าวสารเรื่องการซื้อสิทธิ์ขายเสียงจากทุกพรรคการเมืองที่เหมือนๆ กันทำให้เกิดความรู้สึกด้านลบและเบียดเบียนนักการเมืองทุกฝ่ายที่ทำตัวสร้างภาพเสมือนเป็นคนดีทำงานเพื่อประชาชน แต่ในข่าวสารที่ปรากฏออกมาจากสื่อที่ได้ติดตามรับชมรับฟังกลับมีแต่เรื่องการโกงกิน การแก่งแย่งผลประโยชน์และชิงดีชิงเด่นเอาชนะคะคานกันในทุกรูปแบบ โดยเฉพาะนักการเมืองของฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน

ปัจจัยด้านผู้ดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ให้คะแนนในเกณฑ์วัดระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องเกี่ยวกับ 1.วิธีการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกันเอง 2. มีอารมณ์ขันสนุกสนาน 3. น้ำเสียงที่พูดที่อ่านข่าวชัดเจน มีน้ำหนัก ฟังสบาย ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องเกี่ยวกับ 1.การวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจัยเนื้อหาข่าวอย่างเข้มข้นและแตกต่างจากสื่อกระแสหลัก เช่น ฟรีทีวี วิทยูกระแสหลักของรัฐและเอกชน 2. เนื้อหาเป็นสื่อทางเลือกจึงมีความคาดหวังในการแสดงความคิดเห็นอย่างเข้มข้นและเสริมข้อมูลอื่นๆ รอบด้านเพิ่มเติมเข้าไปในการนำเสนอข่าวการเมืองด้วย ส่วนประเด็นอื่นๆ จะให้น้ำหนักลดหลั่นรองกันลงมา

สรุปโดยภาพรวม จึงเห็นได้ว่าผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากผู้ดำเนินรายการเล่าข่าวการเมือง ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งในการโน้มน้าวจิตใจ ให้ความรู้สร้างความเข้าใจ รวมทั้งการชี้แนะ ครอบงำ และยังส่งผลไปถึงขั้นตอนต่อไป คือ การสามารถเข้าไปมีส่วนในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความพึงพอใจของผู้รับสารทั้งในเชิงลบและเชิงบวกได้อย่างมีนัยสำคัญเห็นผลเป็นรูปธรรมชัดเจน