บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง **"บทบาทของสำนักราชเลขาธิการในกระบวนการข่าวในพระราชสำนัก"** นี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตามประเด็นปัญหาในการวิจัยดังนี้

2.1 แนวคิดเรื่อง "สื่อมวลชน"

2.2 แนวคิดเรื่อง "เทคโนโลยีการสื่อสาร"

2.3 แนวคิดเรื่อง "บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน"

2.4 แนวคิดเรื่อง "นโยบายข่าว"

2.5 แนวคิดเรื่อง "ข่าว"

- ความหมายของข่าว
- ประเภทของข่าว
- องค์ประกอบของข่าว
- คุณค่าของข่าว
- แหล่งข่าว

2.6 แนวคิดเรื่อง "กระบวนการผลิตข่าว"

- กระบวนการผลิตข่าวหนังสือพิมพ์
- กระบวนการผลิตข่าววิทยุ
- กระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์

2.7 ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory) และการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting)

2.8 ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

DPU

2.1 แนวคิดเรื่อง "สื่อมวลชน"

สื่อมวลชน มาจากคำว่า "สื่อ" และ "มวลชน" สื่อเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสื่อสาร ดังนั้นจึงต้องทำความเข้าใจ "การสื่อสาร" ก่อน (จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ, 2547 : 5)

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (media/channel) (ปรมะ สตะเวทิน, 2527 : 7)

จากนิยามดังกล่าว องค์ประกอบ (components) พื้นฐานในการสื่อสาร ได้แก่

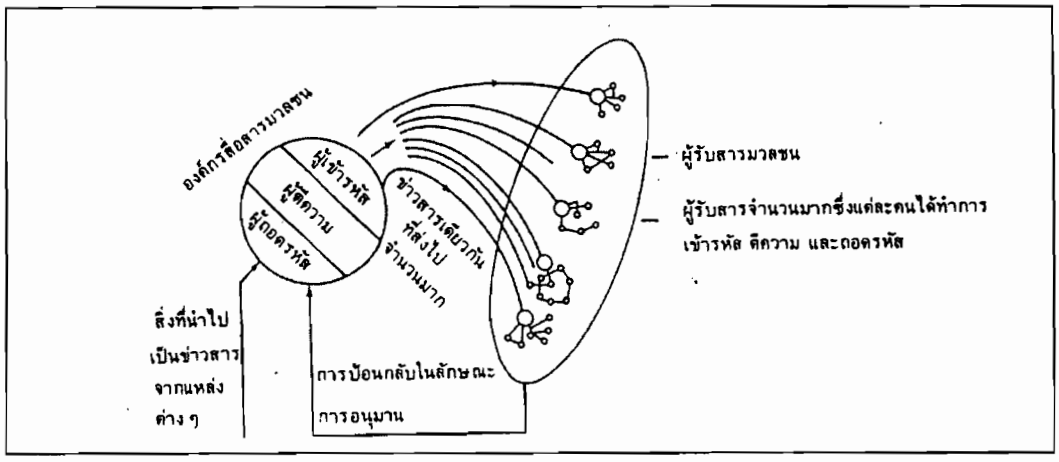
1. ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้ที่ทำการสื่อสาร
2. สาร คือ ข้อมูล เรื่องราว สิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อไปสู่ผู้รับสาร
3. สื่อ หรือ ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ ช่องทางที่จะนำสารไปยังผู้รับสาร
4. ผู้รับสาร คือ ผู้ที่ผู้ส่งสารต้องการติดต่อสื่อสารด้วย

การสื่อสารมวลชน (mass communication) เป็นการสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยมวลชนแต่ละกลุ่มหรือแต่ละคนอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน แต่สามารถรับสารได้พร้อม ๆ กัน จึงต้องสื่อสารผ่านสื่อ (medium) ไปยังมวลชน เช่น การส่งกระจายเสียงรายการข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยที่กรุงเทพมหานครไปยังประชาชนในจังหวัดต่าง ๆ

การสื่อสารดังกล่าวจะมีจำนวนผู้รับสารแตกต่างกัน การสื่อสารมวลชนเป็นความต้องการที่จะสื่อสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ขณะที่ผู้รับสารไม่ได้อยู่รวมกันในที่แห่งเดียวกัน สื่อที่ใช้ต้องสามารถไปถึงผู้รับสารได้ สื่อที่ใช้ในการส่งสารนี้เรียกว่า "สื่อมวลชน"

สื่อมวลชน หรือ mass media ในภาษาอังกฤษ จึงหมายถึง "สื่อ" (medium) ที่ใช้ส่งสารไปยังมวลชน ได้แก่

1. สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 กระบวนการสื่อสารมวลชน

ที่มา : Schramm (1997 : 7)

แสดงให้เห็นลักษณะการสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. สำนักพิมพ์และสถานีวิทยุกระจายเสียงหรือสถานีโทรทัศน์ โดยมีทีมผู้ผลิต (production team) ดำเนินการในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

2. ส่งสารโดยการเข้ารหัสด้วย ตัวอักษร ภาพนิ่ง (สำนักพิมพ์) หรือคำพูด เสียง (สถานีวิทยุกระจายเสียง) ภาพเคลื่อนไหว (สถานีโทรทัศน์)

3. ผ่านสื่อ ได้แก่ สื่อหนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

4. ไปสู่ผู้รับสาร คือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ที่ใช้ช่องทางการรับรู้ คือ ตา หู ทั้งตาและหู

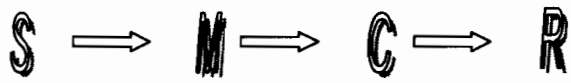
สื่อมวลชนและการสื่อสารมวลชนมีความหมายแตกต่างกัน

สื่อมวลชน เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชนคือเป็นช่องทางหรือสื่อ (channel/medium) ในการนำสารไปสู่มวลชน

การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารประเภทหนึ่ง เป็นการสื่อสารไปยังผู้รับสารที่เป็นมวลชน จึงมีความหมายครอบคลุมถึงทุกองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

ในกระบวนการข่าวในพระราชสำนัก สำนักราชเลขาธิการจึงเป็นผู้ส่งสารที่จะส่งสารคือข่าวในพระราชสำนัก ผ่านช่องทางต่าง ๆ ให้กับผู้รับสาร คือประชาชนทั่วไป ช่องทางที่ส่งสารได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่

DPU



(source) (message) (channel) (receiver)

สำนักราชเลขาธิการ ส่งข่าวในพระราชสำนัก ผ่านช่องทาง ไปยังประชาชนทั่วไป ช่องทางที่ส่งสารได้แก่

- สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์
- สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ราชกิจจานุเบกษา ประมวลพระราชกรณียกิจ
- สื่อใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต

ดังนั้น สำนักราชเลขาธิการจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (source) ที่เปรียบเสมือนเป็นแหล่งข่าวที่จะส่งข่าวผ่านสื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันพระมหากษัตริย์

ในโลกปัจจุบันการสื่อสารสู่มวลชน นอกจากจะสื่อสารผ่านสื่อมวลชนดั้งเดิม (traditional media) แล้วยังสามารถสื่อสารผ่านสื่อใหม่หรืออินเทอร์เน็ต (internet mass communication) ได้ อินเทอร์เน็ตเป็นพัฒนาทางเทคโนโลยี โดยเป็นเครือข่ายการติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่ทำให้สามารถแบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ทั่วโลก

ตารางที่ 2.1 แสดงสื่อมวลชนดั้งเดิมและสื่อมวลชนสมัยใหม่

สื่อมวลชนดั้งเดิม	**สื่อมวลชนสมัยใหม่**
- หนังสือพิมพ์	- หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (newspaper online หรือ online papers)
- นิตยสาร	- ออนไลน์แมกกาซีนหรือเว็บซีน (online magazines/ webzines)
- ภาพยนตร์	- วีดิโอออนดีมาน (video – on – demand)
- วิทยุกระจายเสียง	- เว็บเรดิโอ (web radio)
- โทรทัศน์	- เว็บทีวี (web TV)

2.2 แนวคิดเรื่อง "เทคโนโลยีการสื่อสาร"

เทคโนโลยีการสื่อสารได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนยุคปัจจุบันนี้มีสื่อทางด้านอิเลกทรอนิกส์จำนวนมาก หรือที่เรียกว่า "สื่อสมัยใหม่" (New Media) ซึ่งหมายถึงสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์และดิจิตอล ซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปได้รวดเร็วและกว้างไกล สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่ เครื่องไมโครอิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ เครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมต่าง ๆ ระบบ Teletext และระบบการประชุมทางไกล (Tele – conferencing System) ที่ได้รวมเอาเสียง ข้อความ และภาพไว้ในสื่อเดียวกัน

มีผู้ให้คำนิยามคำว่า "เทคโนโลยีการสื่อสาร" (Communication Technology) ไว้หลายอย่าง เช่น การนิยามว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นการนำคำว่า "เทคโนโลยี" มารวมกับคำว่า "การสื่อสาร" เป็น "เทคโนโลยีการสื่อสาร" หมายถึง ศิลปศาสตร์ วิธีการ กระบวนการ เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะคุณภาพ ประสิทธิผล และประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งรวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บสาร การส่งสาร การรับสาร และการป้อนกลับ

สำหรับคำว่า "สารสนเทศ" (Information) นั้น จะมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า "ข้อมูล" (data) แม้ว่าโดยข้อเท็จจริงแล้วสองคำนี้มีความแตกต่างกัน เพราะ "ข้อมูล" นั้นเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานภาพหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ "สารสนเทศ" นั้นเป็นข้อมูลที่ได้นำมาประมวลหรือจัดทำอยู่ในรูปแบบที่มีความหมายต่อผู้รับ เพราะฉะนั้น ในขณะที่ "ข้อมูล" เป็นข้อเท็จจริงที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ โดยยังไม่ได้ปรับปรุง แต่ "สารสนเทศ" จะต้องผ่านกระบวนการตกแต่งและปรับปรุงเสียก่อนที่จะส่งไปให้ผู้รับ

คำนิยามของ "เทคโนโลยีสารสนเทศ" (Information Technology) นั้น มีผู้ให้นิยามไว้หลายแบบ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประสานคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ โทรคมนาคม และมนุษย์ให้เข้ามาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบหนึ่งที่มีความสมบูรณ์

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การรวบรวม (collecion) เก็บรักษา (storage) จัดการ (process) แพร่กระจาย (disseminate) และการใช้ (use) สารสนเทศ โดยไม่ได้ตีกรอบไว้เพียงแค่เรื่องซอฟท์แวร์และฮาร์ดแวร์เท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงความสำคัญของมนุษยชาติและ

เป้าหมายที่พวกเขาได้สร้างขึ้นมาหลังจากที่ได้มีเทคโนโลยีชนิดนี้เกิดขึ้นในโลก (กาญจนา แก้วเทพ, 2539)

เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะมีบทบาทในการเป็นระบบเชื่อมโยงให้เกิดการสื่อสาร (intermedia systems) มากขึ้น คำว่า intermedia นั้น สร้างขึ้นใช้โดย Gary Gumpert และ Robert Cathcart (1986) หมายถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเป็นช่องทางให้เกิด (establishing) คงไว้ (maintaining) และปรับรื้อ (regulating) ปรากฏการณ์การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ส่งจดหมาย คุยกับคนรู้จัก หรือทำความรู้จักกับคนแปลกหน้า

Chesebro, J.W. และ Bonsall. DG. (1989) จัดให้คอมพิวเตอร์เป็น "เทคโนโลยี" ไม่ใช่ "tool" เพราะความก้าวหน้าในการพัฒนาคอมพิวเตอร์เป็นจุดกำเนิดของนวัตกรรมพื้นฐาน ซึ่งทำให้คำว่า "ข้อมูล" (information) มีความหมายชัดเจนขึ้น รวมทั้งคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดการเลือกกระบวนการเก็บรวบรวม (collected) ลำเลียง (processed) และแพร่กระจาย (distributed) ข่าวสารอีกด้วย

ปัจจุบันนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างมากในทุกด้าน เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถทำลายกำแพงในเรื่องของสถานที่และเวลาไปได้มาก การใช้ "อินเทอร์เน็ต" นับเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน โดยบริการที่ได้รับความนิยมและมีประโยชน์อย่างมากบริการหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต คือ การค้นหาข้อมูลผ่านระบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web)

ระบบ Internet ระบบนี้ได้รับการขนานนามว่าเป็นเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ นั่นคือเป็นเครือข่ายที่มีแม่ข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกมาต่อเชื่อมกันเป็นจำนวนมาก ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดในโลก ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมกับระบบอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร อาจส่งข่าวสารให้ถึงเพื่อนในต่างประเทศ

ปัจจุบันได้ดำเนินการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระบบ WWW (World Wide Web) เป็นเครือข่ายใยแมงมุม เพื่อเชื่อมโยงรายการ สารความรู้ ความบันเทิงไปยังจุดต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้ใช้เพียงเรียกให้ถูกต้องก็จะได้รับข้อเขียน ภาพ หรือคำพูดจากแหล่งต่าง ๆ นำไปใช้งานได้โดยให้รหัสตามมาตรฐานสากล ปัจจุบันนอกจากข้อความที่เป็นตัวอักษรแล้วจะสื่อสารในลักษณะ

"ภาพ" และ "เสียง" และอาจเป็นสีที่สวยงามในระบบ อี – เมล์ และวิดีโอ การสื่อสารอินเทอร์เน็ตเทียบได้กับใยแมงมุมที่มีจุดเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์หลายเครื่อง หลาย ๆ แห่งเข้าด้วยกันโดยไม่มีคอมพิวเตอร์กลาง คือ ไม่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายก็ได้ ในทางปฏิบัติจะใช้เชื่อมต่อกับโครงข่ายโทรศัพท์ที่ใช้สายใยแก้วนำแสงและสื่อสารผ่านดาวเทียมเพื่อการสื่อสารสารสนเทศจำนวนมหาศาลและครอบคลุมทั่วโลก (Interactive media)

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นคำเฉพาะที่ใช้กันในหมู่ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐต่อไป เราสามารถได้ยินคนกล่าวถึงอินเทอร์เน็ตได้จากทุกที่ แม้แต่ในชั้นเรียนของเด็กประถม อินเทอร์เน็ต ไม่เป็นองค์กร และไม่ได้เป็นสถาบัน ไม่มีใครเป็นเจ้าของอินเทอร์เน็ตหรือสามารถควบคุมมันได้ ดังที่ Brace (1997) ได้ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ตว่าคือการเชื่อมต่อระหว่างกันของคอมพิวเตอร์จำนวนมากในลักษณะเครือข่ายที่สามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ หรืออาจเรียกได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นข้อตกลง ซึ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารถูกถ่ายโอนจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่งได้

เว็บไซต์ หมายถึงสื่อประสม การเชื่อมต่อและนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และแหล่งความบันเทิงต่าง ๆ ไปยังกลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เว็บไซต์เติบโตอย่างรวดเร็ว ก็คือ ความง่ายในการใช้งานและการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งคนที่ดูแลเนื้อหาของเว็บเองก็คอยจะนำเสนอบริการใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นด้วย ในความเป็นจริงแล้วองค์ประกอบที่สลับซับซ้อนของเว็บไซต์อยู่ที่ความเป็นพลวัต และความสามารถในการรวมตัวกับคุณสมบัติของสื่ออื่น หรือเปลี่ยนแปลงไปเป็นสิ่งอื่น ๆ ได้

ความหลากหลายในด้านเนื้อหาของเว็บไซต์นั้นมีมากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ดั้งเดิมอื่น ๆ กล่าวคือในขณะที่โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ จะถูกควบคุม และมีกฎระเบียบมากมาย เว็บไซต์กลับไม่มีกฎระเบียบควบคุมเข้มงวด และด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้อาจกล่าวได้ว่า เว็บไซต์มีบางสิ่งที่ทุกคนต้องการ และด้วยข้อเท็จจริงที่ว่าเราสามารถเข้าถึงเว็บไซต์จากที่โรงเรียน ห้องสมุด ที่ทำงาน และบ้าน จึงมีความเป็นไปได้ที่ผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงเว็บไซต์และอินเทอร์เน็ตได้มากกว่าสื่ออื่น

ทางด้านการสื่อสารนั้น ถือว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่ทำให้กระบวนการสื่อสารเปลี่ยนจากรูปเส้นตรงแบบราบ ไปเป็นรูปวงกลม ที่มี

ชุมชนแห่งการเกาะกลุ่มของชุมชนเสมือน (Virtual Community) ที่มีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ระหว่างกันได้ตลอดเวลา ทำให้เกิดสภาพที่ไม่คำนึงถึงสถานที่ทางกายภาพและไม่คำนึงถึงเวลาขึ้น (สุกัญญา สุดบรรทัด, 2541 : 5)

Rice อ้างถึงในสุกัญญา สุดบรรทัด (2541 : 8) กล่าวว่าสื่อใหม่มีลักษณะสำคัญคือการขยายรสสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างขวางและสลับซับซ้อนมากขึ้น คุณลักษณะสำคัญของมันคือ ปฏิสัมพันธ์และการนำไปใช้ในอาณาจักรของสื่อเดิมได้ เช่น ใช้ Electronic Mail แทนสื่อบุคคล Video Conferencing ใช้แทนการสื่อสารในกลุ่ม และ Videotex ใช้ในการเอาสาธารณะมาใช้ส่วนบุคคล กล่าวง่าย ๆ ก็คือ สื่อใหม่สามารถจะเข้ามาทำงานในทุกบริบทที่สื่อชนิดอื่น ๆ ได้ปฏิบัติการอยู่แล้ว โดยเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่นี้เอื้ออำนวยให้มนุษย์เปลี่ยนแปรสภาพจากผู้ถูกกระทำไปสู่การเป็นผู้ร่วมกระทำอีกด้วย

เมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารแบบมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ แม้ว่าจะมีความคล่องตัวและเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัดทางการสื่อสารมากกว่า สื่อระหว่างบุคคล แต่หนังสือพิมพ์ก็ยังคงมีข้อจำกัดทางการสนองตอบและปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์

หากเมื่อพิจารณาถึงภาพรวมของศักยภาพที่มีอยู่ของการสื่อสารด้วยระบบคอมพิวเตอร์แล้วจะเห็นว่าการสื่อสารในรูปแบบใหม่นี้เป็นเสมือนการหลอมรวมของลักษณะที่เป็นคุณสมบัติของสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนเข้าด้วยกัน

ศุจิกา ดวงมณี (2539) ได้ทำวิจัยเรื่อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเวิล์ดไวด์เว็บของสื่อมวลชนไทย พบว่า สื่อทุกประเภทจึงต้องปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ทั้งด้านวัตถุประสงค์ของการใช้งานและลักษณะในการนำเสนอ เมื่อสื่อมวลชนประเภททีวี วิทยุ และหนังสือพิมพ์ นำเสนอตัวเองบนเวิลด์ไวด์เว็บจึงปรากฏลักษณะบางอย่างที่เหมือนกันสืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมบนสื่อเวิล์ดไวด์เว็บที่เป็นตัวหลอมรวมลักษณะเหล่านั้นเข้าด้วยกันและก่อให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่

ลักษณะแนวโน้มและทิศทางของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเวิล์ดไวด์เว็บของสื่อมวลชนไทย สรุปได้ 10 ประการ คือ

1. เผยแพร่ข้อมูลที่มีลักษณะของการสื่อสารปฏิสัมพันธ์
2. เผยแพร่ข้อมูลในลักษณะที่ง่ายต่อการสืบค้น
3. ใช้เทคโนโลยีด้าน Internet และ Multimedia
4. ใช้ภาพกราฟิก
5. คำนึงถึงความเร็วในด้านผู้ใช้งาน
6. มีความเป็นสากล
7. สร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแบบฉบับบนเวิลด์ไวด์เว็บ
8. สร้างความเป็นคลังข้อมูลข่าวสาร
9. บริการข้อมูลข่าวสารแบบตามคำขอ (on demand)
10. เป็นเครื่องมือทางการตลาด

เครือข่ายกาญจนาภิเษก

ในยุคที่การสื่อสารในสังคมสารสนเทศ โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางหรือช่องทางในกระบวนการสื่อสาร การเผยแพร่ข่าวในพระราชสำนักของสำนักราชเลขาธิการจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบการเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบถึงพระราชกรณียกิจของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศ์อย่างกว้างขวาง โดยเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเครือข่ายกาญจนาภิเษก

เครือข่ายกาญจนาภิเษก (The Golden Jubilee Network) คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศไทยที่มีข้อมูลเกี่ยวกับพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เช่น พระราชกรณียกิจ โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ พระราชดำรัส ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยที่น่าสนใจ และเป็นสิ่งที่คนไทยรู้จัก และภาคภูมิใจ เพื่อให้ประชาชนและผู้สนใจจากทุกมุมโลกสามารถเข้าถึงได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

DPU

เครือข่ายกาญจนาภิเษกจัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2539 น้อมเกล้า ฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเครือข่ายกาญจนาภิเษกได้โดยผ่านคอมพิวเตอร์ที่ต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือต่อเข้ากับเครือข่ายกาญจนาภิเษกโดยตรงผ่านโมเด็ม เพื่อเข้าถึงข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในเครือข่าย ที่นำเสนอในระบบ "เวิลด์ไวด์เว็บ" เริ่มเปิดให้เข้าชมได้ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม 2539 เวลา 09.09 น. ที่ http://kanchanapisek.or.th หรือ http://goldenjubilee.or.th

เครือข่ายกาญจนาภิเษกเป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่สำนักราชเลขาธิการใช้ในการเผยแพร่ข่าวในพระราชสำนัก เนื่องจากเทคโนโลยีที่ก้าวไปโดยไม่หยุดนิ่ง ทำให้สำนักราชเลขาธิการต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการข่าวในพระราชสำนักให้ทันสมัย เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.3 แนวคิดเรื่อง "บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน"

สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางสังคม ด้วยศักยภาพของสื่อมวลชนจึงทำให้สื่อมวลชนยิ่งทวีความสำคัญในฐานะสื่อกลางของการสื่อสาร ดังนั้นหากกล่าวถึงหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนจึงสมควรอ้างอิงหน้าที่สำคัญพื้นฐานของการสื่อสาร (ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2545 : 74)

Harold D. Lasswell นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้อธิบายหน้าที่ของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. **การสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม** (Surveillance of the environment) คือการเฝ้าดูแลสอดส่องเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งภัยอันตรายที่อาจส่งผลกระทบกับสมาชิกในสังคม

2. **การประสานสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆ ของสังคม** (Correlation of the parts of society) คือการสื่อสารช่วยให้สมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยความสงบเรียบร้อย

3. **การถ่ายทอดมรดกทางสังคม** (Transmission of social inheritance) คือช่วยให้อนุชนรุ่นหลังมีการสืบทอดวัฒนธรรมต่อ ๆ กันไปโดยไม่ขาดตอน

นอกจากหน้าที่พื้นฐานทั้ง 3 ประการแล้ว Charlers R. Wright หน้าที่ของการสื่อสารเพิ่มเติมอีกประการหนึ่งเป็นข้อที่สี่ คือ

4. **การให้ความบันเทิง** (Entertainment) เป็นการสร้างสรรค์ความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อเป็นการพักผ่อนและลดความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนประสบอยู่ในสังคม

สื่อมวลชนในฐานะสื่อหรือเครื่องมือในการสื่อสารของสมาชิกในสังคมจึงมีหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. **หน้าที่ในการให้ข่าวสาร** การให้ข่าวสาร นับเป็นหน้าที่แรกของสื่อมวลชนที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากกล่าวในบริบทของการสื่อสาร หน้าที่การให้ข่าวสารนับเป็นหน้าที่อันดับแรกที่เก่าแก่และยาวนานที่สุดของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ การให้ข่าวสารของสื่อมวลชนด้วยการเก็บรวบรวม ประมวล วิเคราะห์ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ภาพ เสียง เหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปเผยแพร่เป็นข่าวให้สมาชิกในสังคมได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมของสังคมนั้น ๆ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจของบุคคล ช่วยให้เกิดความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ส่งเสริมให้เกิดความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรม เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตัวเองของสมาชิกในสังคม การให้ข่าวสารอาจนับได้ว่ามีประสิทธิผลในการเสริมสร้างทางปัญญาของสมาชิกในสังคมอีกด้วย

2. **หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็น** นอกจากให้ข่าวสารแล้ว สื่อมวลชนยังต้องมีหน้าที่ในการอธิบายแปลความหมาย ตีความ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของข่าวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นบทบรรณาธิการทางหน้าหนังสือพิมพ์ที่แสดงถึงความคิดเห็น สารคดีเชิงข่าวทางโทรทัศน์ที่เสนอภูมิหลังของข่าวหรือเหตุการณ์และข้อวิพากษ์วิจารณ์ บทวิเคราะห์ข่าวทางวิทยุกระจายเสียงในการเปิดเผยสาเหตุของเหตุการณ์ และคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต การแสดงความคิดเห็นเหล่านี้จัดเป็นหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนที่ต้องทำเพื่อประโยชน์ของสมาชิกในสังคม

3. **หน้าที่ในการให้การศึกษา** การให้ศึกษานับเป็นการเสนอสาระความรู้อย่างมีระบบ มีวิธีการ เพื่อให้อยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ การให้การศึกษานี้สื่อมวลชนสามารถให้ได้ทั้งการศึกษาในระบบโรงเรียน การศึกษานอกระบบโรงเรียน และการศึกษาตามอัธยาศัย อัน

หมายรวมถึงการถ่ายทอดวัฒนธรรม ค่านิยม ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี บทบาทหน้าที่ของสมาชิกในสังคมด้วย สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำสารในลักษณะของความรู้และประสบการณ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสติปัญญา การปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ และการปรับภูมิปัญญาเข้าสู่มาตรฐานที่ใกล้เคียงกัน

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง สื่อมวลชนมีหน้าที่ตอบสนองทางด้านจิตวิทยาแก่สมาชิกในสังคมได้เป็นอย่างดี ด้วยการช่วยคลายเหงาเพื่อทดแทนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งมีน้อยลง ช่วยให้ร่างกายและจิตใจได้พักผ่อน และมีกำลังใจเพิ่มขึ้น รวมทั้งช่วยรักษาเยียวยาภาวะต่าง ๆ ภายในจิตใจ เช่น ความเศร้าหมอง ความวิตกกังวล ความผิดหวัง ช่วยให้หลีกหนีปัญหาต่าง ๆ ให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และลดความตึงเครียดของจิตใจ ซึ่งสื่อมวลชนนำเสนอในรูปของภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ รายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียง นวนิยาย เรื่องสั้นในสารคดี คอลัมน์บันเทิงต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์

คณะกรรมาธิการแมคไบรด์ (McBride Commission) แห่งองค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งองค์การสหประชาชาติ ได้ประมวลหน้าที่ของการสื่อสารไว้ประเภทใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ บทบาทหน้าที่ที่มองจากจุดยืนของปัจเจกชน และบทบาทหน้าที่ที่มองจากจุดยืนของสังคมโดยส่วนรวม

จากจุดยืนของปัจเจกชน บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารจำแนกได้เป็น 8 ประการ คือ

1. การให้ข่าวสาร (Information)
2. การขัดเกลาทางสังคม (Socialization)
3. การกระตุ้นเร้า (Motivation)
4. การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion)
5. การให้การศึกษา (Education)
6. การส่งเสริมวัฒนธรรม (Clutural Promotion)
7. การให้ความบันเทิง (Entertainment)
8. การประสาน (Integration)

และจากจุดยืนของสังคม มองเห็นบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการจรรโลงสังคมให้ดำรงอยู่ได้ สถาบันองค์การต่าง ๆ ไม่ว่าเล็กหรือใหญ่จะดำเนินงานอยู่ไม่ได้ถ้าไม่มีระบบการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่มีประสิทธิภาพและเพียงพอในการปฏิบัติงานและการดำรงชีวิต ข่าวสารทำให้เกิดการพัฒนา ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดความเจริญทางด้านจิตใจ

2.4. แนวคิดเรื่อง "นโยบายข่าว"

ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546 : 563) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ "นโยบาย" ว่า นโยบายเป็นคำมาจากภาษาบาลีโดยการสมาสคำว่า "นย" ซึ่งหมายถึง เค้าความที่สื่อให้เข้าใจเอาเอง กับคำว่า "อุปาย" หมายถึงวิธีการอันแยบคาย เล่ห์กล เล่ห์เหลี่ยม เข้าด้วยกัน และแปลเป็นความหมายว่า "หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทางในการดำเนินการ"

นโยบาย (policy) คือ หลักการ แนวทางและบรรทัดฐานจำนวนหนึ่งที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อชี้นำพฤติกรรม หรือทิศทางและเป้าหมายขององค์กรในการดำเนินการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (กิติมา สุรสนธิ, 2544 : 24) เช่น นโยบายหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีนโยบายดำเนินงานขององค์กร ดังนี้

1. นำเสนอข่าวด้วยความเป็นกลาง มีเนื้อหาเป็นจริง เป็นประโยชน์ต่อประชาชน โดยปราศจากอคติใด ๆ ทั้งสิ้น
2. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเป็นตัวแทนของประชาชนผู้เสนอความคิดเห็นสู่สังคม
3. นำเสนอข่าวที่รวดเร็วทันเหตุการณ์
4. นำเสนอความคิดเห็นในทางที่สร้างสรรค์ อันจะเกิดประโยชน์แก่บุคคลทั่วไปโดยไม่ทำลายชื่อเสียงของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นการเฉพาะ

(มนวิภา วงรุจิระ, 2547 : 149)

A.R. Ley Wayne (1952 : 198) อธิบายว่า นโยบาย คือ โครงการในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีคุณค่า หรือเป็นการตัดสินใจเลือกจุดมุ่งหมาย และวิธีการในการบริหารองค์การใดองค์การหนึ่ง

Carl J. Friedrich (1963 : 79) กล่าวว่า นโยบาย เป็นข้อเสนอแนวทางที่จะปฏิบัติการของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาล ภายในสภาพแวดล้อมแบบหนึ่ง ซึ่งจะมีทั้งอุปสรรค และโอกาสบางอย่างอยู่ด้วย ทำให้ต้องมีการเสนอนโยบายขึ้นมาเพื่อใช้ประโยชน์ และเอาชนะสภาวการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาล บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ต้องการ

นโยบายที่ดีควรมีคุณลักษณะตามที่ Joseph L. Massie และ John Douglas อ้างในวิทยานิพนธ์ของพิมพ์พรรณ เงินสว่าง (2542 : 51)

1. นโยบายจะชี้แนวทางให้การปฏิบัติงานขององค์การ บรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. นโยบายจะอธิบายให้ทุกคนในหน่วยงานทราบถึงแนวทางโดยส่วนรวมขององค์การ
3. นโยบายจะต้องเป็นข้อความที่เข้าใจได้ง่ายและควรจะต้องเป็นลายลักษณ์อักษร
4. นโยบายจะต้องชี้ให้เห็นถึงเงื่อนไขอันจำกัด และช่องทางในการปฏิบัติงานในอนาคต
5. นโยบายจะต้องสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ถ้าไม่จำเป็นแล้วนโยบายต้องการความมั่นคง แน่นอน เปลี่ยนแปลงได้บ้างตามความจำเป็น อย่างมีเหตุผล
6. นโยบายจะต้องเป็นเหตุเป็นผล และสามารถนำไปปฏิบัติได้
7. นโยบายจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้นำไปปฏิบัติสามารถแปลความ และตัดสินใจได้ด้วยตนเอง
8. นโยบายจะต้องได้รับการตรวจสอบและทบทวนเป็นระยะ ๆ

นโยบายด้านข่าวของแต่ละสื่อจะแตกต่างกันด้วยเหตุสำคัญ 4 ประการ

1. แนวความคิดขั้นพื้นฐาน (Basic concept)

สื่อในการให้ข่าวสารนั้นไม่ว่าจะเป็นวิทยุโทรทัศน์จะแตกต่างกันในภาษาที่ใช้ ส่วนหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะแตกต่างกันทั้งภาษาที่ใช้และรูปร่างหน้าตาด้วย นอกจากนี้สื่อแห่งข่าวสารทั้งหมดนี้ต่างเน้นความสำคัญของข่าวแตกต่างกันออกไป กล่าวคือการเลือกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งข้อคิดเห็นของบุคคล ปัญหาต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเสนอเป็นข่าวนั้น มีหลักการแตกต่างกันออกไปและวิธีการนำเสนอต่อผู้รับสารก็แตกต่างกันด้วย

2. แบบของเนื้อหาของเรื่องที่นำมาเสนอ (Content pattern)

เรื่องที่นำเสนอในสื่อมวลชนมีเนื้อหาแตกต่างกันออกไป บ้างก็ต้องการบอกข่าว (to inform) บ้างก็ต้องการให้ความบันเทิง (to entertain)

หนังสือพิมพ์จะเน้นหนักในการเสนอข่าว ส่วนนิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์จะเน้นหนักเรื่องการให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟัง

3. วิธีการเสนอข่าว (Journalistic treatment)

นโยบายทางด้านวิธีการเสนอข่าวก็แตกต่างกันเช่นเดียวกับเนื้อหาสาระของข่าวที่เลือกเสนอต่อผู้อ่านและผู้ฟัง เพราะเหตุว่าการที่จะให้ความสำคัญแก่ข้อเท็จจริงชิ้นไหนในจำนวนหลาย ๆ ชิ้น การตัดสินใจของสื่อแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน วิธีการเสนอก็ไม่เหมือนกัน สื่อแห่งข่าวสารบางชนิดให้ความพยายามในการเสนอข่าวแบบ Objective คือมุ่งความถูกต้องและไม่ลำเอียง หนังสือพิมพ์บางฉบับหรือวิทยุหรือโทรทัศน์บางสถานียอมให้เสนอข่าวแบบมีความคิดเห็นปนไปด้วย ในขณะเสนอข่าวกีฬา ข่าวสังคม และหรือข่าวอื่นอีกบางประเภท แต่ไม่ยอมสำหรับข่าวสำคัญ เช่น ข่าวการเมืองหรือข่าวต่างประเทศ เป็นต้น

สื่อแห่งข่าวสารบางชนิดสนับสนุนให้เสนอข่าวด้วยการเขียนให้ตื่นเต้น และอาจจะให้น้ำหนักแก่ข้อเท็จจริง โดยไม่คำนึงถึงสัดส่วนของความสำคัญ หรือความเด่นของข้อเท็จจริงนั้น จะเห็นได้จากข้อเท็จจริงที่ว่าบางสื่อแห่งข่าวสารอาจจะเน้นหนักในข่าวแบบเบาสมอง (soft news) แทนที่จะเน้นหนักในข่าวแบบหนักสมอง (hard news) เช่น ข่าวการเมือง การศึกษาและเศรษฐกิจ เป็นต้น

DPU

แบบการเสนอข่าว (style) ของหนังสือพิมพ์แตกต่างออกไป เช่น หนังสือพิมพ์ "สยามรัฐ" ไม่เสนอข่าวโดยการพาดหัวข่าวใหญ่ หรือเขียนความนำด้วยภาษาที่ตื่นเต้น ซึ่งตรงข้ามกับหนังสือพิมพ์ "ไทยรัฐ" หรือ "เดลินิวส์" หนังสือพิมพ์ในต่างจังหวัด เช่น "ถิ่นเหนือ" รายวันย่อมเสนอข่าวท้องถิ่น (local news) มากกว่าข่าวทั่ว ๆ ไป (non - local news)

4. เนื้อที่สำหรับข่าว (Space allocation)

เนื้อที่สำหรับตีพิมพ์ข่าวของหนังสือพิมพ์และช่วงเวลาการเสนอข่าวสำหรับวิทยุและโทรทัศน์ย่อมมีมากน้อยแตกต่างกันออกไป และเมื่อพิจารณาเนื้อที่สำหรับข่าวก็มักจะพิจารณาควบคู่กันไปกับเนื้อที่สำหรับโฆษณา เพราะเหตุที่ว่ารายได้ของสื่อมวลชนมาจากการโฆษณาเป็นส่วนใหญ่ เช่น หนังสือพิมพ์มักจะสงวนเนื้อที่สำหรับโฆษณาประมาณ 60% ของเนื้อที่ทั้งหมด เหลืออีก 40 % จะเป็นเนื้อที่สำหรับตีพิมพ์งานจากกองบรรณาธิการ อันมี ข่าว บทความ สารคดี เนื้อที่สำหรับบทนำหรือบทบรรณาธิการ เนื้อที่สำหรับข่าวนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามความสำคัญมากน้อยของข่าวประจำวัน (ประชัน วัลลิโก, 2527 : 48)

ในการศึกษาถึงบทบาทของสำนักราชเลขาธิการในกระบวนการข่าวในพระราชสำนักควรจะได้มีการศึกษาถึงนโยบายของสำนักราชเลขาธิการในเรื่องการทำข่าวในพระราชสำนัก ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดในเรื่องนโยบายข่าวมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงนโยบายข่าวของสำนักราชเลขาธิการ

2.5 แนวคิดเรื่อง "ข่าว"

ข่าวเป็นสิ่งที่มีอยู่ทุกยุคทุกสมัยแต่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อม และตราบใดที่มนุษย์ยังมีการติดต่ออยู่ในสังคม ข่าวก็เป็นสิ่งที่จะต้องมีอยู่เสมอตราบเท่าที่มีการติดต่อในสังคมนั้น

ความหมายของข่าว (What is news ?)

คำว่า "ข่าว" มีความหมายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละคนจะมองแง่มุมเหตุการณ์อย่างไร ทำให้นิยามของคำว่า "ข่าว" เป็นไปอย่างกว้างขวาง ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 : 184) ได้ให้ความหมายของข่าวไว้ว่า ข่าว คือ คำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งโดยปรกติมักเป็นเรื่องเกิดใหม่หรือเป็นที่สนใจ คำบอกกล่าว คำเล่าลือ

พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2538 : 87) ได้ให้คำจำกัดความของข่าว ไว้ว่า ข่าวคือการรายงานบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่ และเป็นที่สนใจของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นเรื่องระดับโลก ระดับชาติ หรือมีข้อจำกัดโดยสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ หรือโดยความสนใจอื่น ๆ

สุรินทร์ แปลงประสพโชค อ้างในวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2545 : 7) ให้ความหมายของข่าววิทยุกระจายเสียงไว้ว่า ข่าววิทยุกระจายเสียง หมายถึง รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทหนึ่งที่มีเนื้อหาหลักคือ ข่าวสาร เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชนทั่วไป โดยจัดเสนอออกอากาศเป็นรายการประจำหรืออาจเสนอแทรกในช่วงการกระจายเสียงอื่น ๆ ได้ในกรณีที่เร่งด่วนและเป็นการรายงานความคืบหน้าเพียงสั้น ๆ

พงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร (พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช, 2540) บรรณาธิการอำนวยการหนังสือพิมพ์มติชน ให้ความหมายข่าวว่า สิ่งที่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้ว แต่ยังไม่เป็นข่าว ทำได้โดยทำให้มันเกิดขึ้นมา ไม่จำเป็นต้องรอให้เกิดเหตุการณ์แล้วจึงรายงาน

อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544) ให้คำนิยาม “ข่าว” ว่า เหตุการณ์หรือข้อมูลใดที่เกิดขึ้นแล้วมีผลต่อการตัดสินใจของผู้อ่าน ไม่จำเป็นต้องเป็นเหตุการณ์ปัจจุบันทันด่วนเท่านั้น แต่รวมถึงเรื่องที่ยังไม่เคยเปิดเผย และการพยากรณ์เหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้น ถูกส่งผ่านสื่อได้อย่างไม่มีข้อจำกัดของเวลา

จากความหมายที่มีผู้ให้คำนิยามไว้มากมาย อาจกล่าวได้ว่านิยามของคำว่า “ข่าว” มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัย 3 ปัจจัย คือ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544)

1. ข้อเท็จจริง (fact) เหตุการณ์ (event) ความคิด (idea) ความเห็นที่เกิดขึ้นที่ปรากฏที่เพิ่งได้รับการค้นพบ หรือที่มีการคาดการณ์พยากรณ์

2. มีความสำคัญ (significantly) ความน่าสนใจ (interested) ต่อคนบางส่วนหรือคนส่วนใหญ่ในสังคมนั้น ๆ โดยสามารถวัดระดับความสำคัญ และความน่าสนใจได้

3. ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงานข่าว (reporting) ผ่านสื่อมวลชน (mass media) หากไม่มีการรายงานหรือสื่อข่าว สิ่งนั้นก็ยังคงเป็นเพียงข้อเท็จจริง

0193089

ประเภทของข่าว (Category of News)

ข่าวสามารถจำแนกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ โดยใช้เกณฑ์ในการจำแนกได้หลายเกณฑ์ อาทิ จำแนกตามคุณลักษณะ และความสำคัญของข่าว จำแนกตามเนื้อหาของข่าว และจำแนกตามพื้นที่ ฯลฯ ดังนี้

1. ประเภทของข่าวจำแนกตามคุณลักษณะ และความสำคัญของข่าว

หากพิจารณาตามคุณลักษณะและความสำคัญของข่าว ข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ข่าวหนัก (hard news) ข่าวเบา (soft news หรือ feature news) และข่าวเชิงสืบสวน (investigative reports)

ข่าวหนัก เป็นข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ มีความสำคัญหรือกระทบต่อคนจำนวนมาก เป็นข่าวที่ให้สาระประโยชน์ ที่สร้างสรรค์ประโยชน์ให้แก่สังคม เป็นเรื่องราวที่เข้าใจค่อนข้างยาก จึงต้องอาศัยความคิดความรู้ ความสนใจ และต้องมีภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ จึงจะเข้าใจ เช่น ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการศึกษา ข่าวสิ่งแวดล้อม และข่าววิทยาศาสตร์ ฯลฯ

ข่าวประเภทนี้มักทิ้งปัญหาบางอย่างให้ผู้รับสารต้องนำไปขบคิดแก้ปัญหาต่อไป มิใช่หยุดแค่รายงานข่าวเท่านั้น (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537 : 26)

ข่าวเบา เป็นข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของผู้รับสาร (audience) ไม่มากนัก แต่เป็นเรื่องราวที่ผู้รับสารให้ความสนใจ และสามารถดึงดูดความอยากรู้อยากเห็น ความสงสาร ความสงสัย หรือความพิศวงของคนได้ ซึ่งเหตุการณ์หรือเรื่องราวดังกล่าวมีตั้งแต่เกี่ยวกับสถานที่ ผู้คนทั่วไป สัตว์ ฯลฯ เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง ฯลฯ

ข่าวประเภทนี้มีองค์ประกอบของความน่าสนใจมากกว่าความสำคัญ มักเป็นเหตุการณ์ที่สร้างความสนใจให้ผู้อ่านในช่วงระยะเดียว แล้วจางหายไปจากความทรงจำของประชาชน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537 : 26)

ศูนย์สมเทศและหอสมุด
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ข่าวเชิงสืบสวนหรือข่าวเจาะ เป็นข่าวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน และมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวอย่างต่อเนื่องด้วยการสืบค้น เจาะลึก เก็บรวบรวมหลักฐาน และรายงานตามข้อเท็จจริง ข่าวเชิงสืบสวนนี้ จำเป็นต้องใช้เวลา ความมานะ พยายาม และงบประมาณมากกว่าข่าวโดยทั่วไป ข่าวเชิงสืบสวนได้แก่ ข่าวการเปิดโปงการคอร์รัปชั่น ข่าวเบื้องหลังเส้นทางการค้ายาเสพติด ฯลฯ

2. ประเภทของข่าวจำแนกตามเนื้อหาของข่าว

นอกจากจะแบ่งข่าวตามคุณลักษณะและความสำคัญของข่าวแล้ว ยังสามารถแบ่งตามเนื้อหาของข่าวได้ เป็น 3 ประเภท ได้แก่ เนื้อหาข่าวที่เป็นข้อมูลข่าวสารและความเป็นจริง (information/reality content) เนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องความบันเทิง (fantasy/entertainment content) และเนื้อหาข่าวโฆษณาธุรกิจ (advertisement/commercial content)

เนื้อหาข่าวที่เป็นข้อมูลข่าวสารและความเป็นจริง ได้แก่ ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวเกษตร ข่าวการศึกษา ข่าวสังคม ข่าวสุขภาพอนามัย ข่าวอาชญากรรม ข่าวพยากรณ์อากาศ ข่าวการจราจร ข่าวสิ่งแวดล้อม ข่าวร้องทุกข์ (ชาวบ้าน) ฯลฯ

เนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องบันเทิง ได้แก่ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ฯลฯ

เนื้อหาข่าวโฆษณาธุรกิจ ได้แก่ ข่าวเปิดตัวสินค้า ข่าวแนะนำบริการใหม่ของธุรกิจ

3. ประเภทของข่าวจำแนกตามพื้นที่

การจำแนกข่าวตามพื้นที่ข่าวเกิดขึ้นนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ข่าวในประเทศ (national news) และข่าวต่างประเทศ (international news)

ข่าวในประเทศ หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย ทุกภูมิภาค และทุกจังหวัด หรือกล่าวได้ว่าเป็นข่าวที่เกิดขึ้นทุกพื้นที่ของประเทศไทย สามารถจำแนกตามพื้นที่ได้เป็น 2 ส่วน คือ ข่าวส่วนกลาง และข่าวส่วนภูมิภาค

1) ข่าวส่วนกลาง (central news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2) ข่าวส่วนภูมิภาค (local news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตามภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ จะมีศูนย์ข่าวประจำภูมิภาคต่าง ๆ และมีผู้สื่อข่าวท้องถิ่นที่จะรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ไปยังสถานี

แม่ข่ายที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร สำหรับวิทยุกระจายเสียงนั้นมีระบบเครือข่าย และส่งสัญญาณกระจายเสียงทั่วประเทศจะมีผู้สื่อข่าวท้องถิ่นประจำจังหวัดเป็นผู้รายงานเข้าไปยังสถานีแม่ข่าย แต่หากเป็นการนำเสนอข่าวในพื้นที่ที่สถานที่ตั้งอยู่ จะเรียกข่าวนั้นว่า ข่าวท้องถิ่น

ข่าวต่างประเทศ หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น ข่าวที่เกิดขึ้นที่ประเทศญี่ปุ่น จีน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฯลฯ

องค์ประกอบของข่าว

ในการเขียนข่าวหรือการรายงานข่าวนั้น สิ่งที่คำนึงถึงคือการรวบรวมข้อมูลหรือรายละเอียดของข่าวให้ครบองค์ประกอบของข่าว โดยอาศัยการตอบคำถามพื้นฐาน 5 ข้อ เพื่อให้ได้ทั้งความสมบูรณ์และครบถ้วนของเนื้อหาข่าว รวมทั้งความถูกต้องและความชัดเจนของการเขียนข่าว คำถามพื้นฐาน 5 ข้อ คือ 5 W กับ 1 H ดังนี้

(1) ใคร (who) เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคล เช่น ใครทำอะไรที่เป็นความสนใจของผู้ฟังหรือผู้ชม ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว ข่าวนั้นมีใครที่เกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบบ้าง

(2) อะไร (what) เกิดอะไรขึ้น หรือการกระทำหรือเหตุการณ์ใดของข่าวที่เป็นการกระทำหรือเหตุการณ์สำคัญ การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นคืออะไร

(3) ที่ไหน (where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นที่ไหน

(4) เมื่อไร (when) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นวันเวลาใด

(5) ทำไมและอย่างไร (why and how) ทำไมการกระทำหรือเหตุการณ์จึงเกิดขึ้น และเกิดขึ้นได้อย่างไร

การตอบคำถามข้างต้นจะเป็นเครื่องมือช่วยในการรวบรวมข้อมูลหรือรายละเอียดของข่าวเพื่อให้ครบตามองค์ประกอบของข่าว และต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของข่าวที่มีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง (Facts) ความสนใจหรือความน่าสนใจ (Interest) และผู้อ่าน (Readers) หรือผู้รับข่าวสาร (Receivers) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้รับข่าวสาร ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่านหรือผู้รับสาร แต่เหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในระดับชุมชน สังคม และ

ระดับประเทศมีจำนวนมากมาย จึงเป็นหน้าที่ของผู้สื่อข่าวที่จะเป็นผู้คัดเลือกข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อนำเสนอสู่ผู้รับสาร โดยคำนึงถึงความมีคุณค่าของข่าว

คุณค่าของข่าว (News Values)

Mencher (อ้างในสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544 : 9) กล่าวถึงคุณค่าของข่าวว่า ข่าว คือ ข้อมูลข่าวสารที่ผู้คนต้องการเพื่อให้เป็นประโยชน์ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิต แต่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวจะทราบได้อย่างไรว่าเหตุการณ์ใดที่ไม่ปกติธรรมดา เหตุการณ์ใดที่ผู้คนควรทราบ สิ่งบ่งชี้นั้นก็คือคุณค่าของข่าวนั่นเอง

Harris and Spark (อ้างในสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544 : 9) ให้ความหมายของข่าวว่า "คุณค่าของข่าวชิ้นนั้นมีมากพอที่จะทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นตีพิมพ์มันลงไปในหน้าหนังสือพิมพ์"

ซึ่งสอดคล้องกับฉอ้าน วุฑฒิธรรมรักษา (อ้างในนันท์ภนัส วัฒนาจตุรพร, 2540) กล่าวถึงหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าว (News Judgement) ทั้งของหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ว่า ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าว หากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าทางข่าว (New Value) สูงก็จะได้รับการพิจารณานำมารายงานเป็นข่าว คุณค่าข่าวจึงขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. **ความรวดเร็วหรือความทันต่อเวลา** (Immediacy or Timeliness) นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าว ไม่ว่าจะเสนอข่าวทางสื่อมวลชนใดก็ตาม ข่าวที่มีคุณค่าควรเป็นข่าวจากเหตุการณ์ที่มีความใหม่สดหรือข่าวสารที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ อย่างน้อยก็เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นวันนี้ หรือเมื่อวานนี้ หรือในไม่กี่ชั่วโมงที่ผ่านมา มิใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนานแล้ว เพราะผู้รับสารมักให้ความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ร้อน หรือเรื่องราวที่ทันสมัย ดังคำกล่าวที่ว่า "ข่าวต้องสดเหมือนปลา"

คุณค่าของเหตุการณ์นั้น ๆ จะลดลงหากเวลาผ่านไป ดังที่อังเดร ไกร์ (Andre Gide) นักเขียนนวนิยายที่มีชื่อเสียงของฝรั่งเศส ได้กล่าวถึงงานหนังสือพิมพ์ว่า "ทุกสิ่งทุกอย่างในวันนี้จะมีความน่าสนใจน้อยลงในวันพรุ่งนี้" เหตุนี้จึงทำให้เรามักได้เห็นความนำของข่าวในหนังสือพิมพ์หรือได้ยินในโทรทัศน์ จะมีคำว่า "วันนี้" ปรากฏอยู่เสมอ

2 **ความใกล้ชิด** (Proximity/Nearness) เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว เพราะนักจิตวิทยาได้อธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่า มนุษย์สนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว อันอาจจะส่งผลกระทบถึงตัวเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ (geographically) และความใกล้ชิดทางใจหรือความรู้สึก (emotionally) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัวมีคุณค่าสูงได้พอ ๆ กับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ไกลตัว แต่มีความรู้สึกเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร

3. **ความเด่น** (Prominence) หมายถึง บุคคลสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักดีและมีชื่อเสียง เมื่อบุคคลนั้น ๆ เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่ว ๆ ไป แม้ว่าเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้นไม่ได้มีคุณค่า มีผลกระทบหรือความสำคัญต่อผู้อ่านหรือผู้ชมเลยก็ตาม ซึ่งความเด่นนี้รวมถึงสถานที่สำคัญ วัตถุล้ำค่า ฯลฯ ด้วย

4. **ความแปลกประหลาด** (Oddity/Unusualness) เมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม เหตุการณ์นั้นย่อมก่อให้เกิดความสนใจและมีค่าทางข่าวสูง ดังเช่นคำพูดที่ว่า "หมากัดคนไม่ใช่ข่าว คนกัดหมา นั่นแหละข่าว"

5. **กระทบกระเทือน** (Consequence) ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก มักจะได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า ข่าวที่ว่านี้อาจเป็นผลกระทบกระเทือนทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

6. **ความขัดแย้ง** (Conflict) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าทางข่าว เพราะความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของมนุษย์โดยทั่วไป อาจเป็นความขัดแย้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

7. **ความมีเงื่อนงำ** (Suspence/mystery) บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังลึกลับซับซ้อน สื่อมวลชนมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลาย ๆ วัน ซึ่งข่าวประเภทนี้จะได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวางมาก

DPU

8. ปุถุชนสนใจ (Human Interest) เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ (Emotion) ต่อเหตุการณ์หรือมีความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น เห็นอกเห็นใจ เศร้าโศกเสียใจ กลัว หรือหวาดระแวงว่าสักวันหนึ่งอาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้

9. เพศ (Sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศ พฤติกรรมหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับเพศมักจะได้รับความสนใจและมีคุณค่าพอจะเป็นข่าวได้เสมอ

10. ความขบขัน (Amusement) ในช่วงเวลาที่บรรยากาศทางเศรษฐกิจและการเมืองกำลังเคร่งเครียด สื่อมวลชนอาจเสนอข่าวขบขันเพื่อผ่อนคลายบรรเทาบรรยากาศได้บ้าง ชั่วขณะหนึ่ง ข่าวขบขันนี้อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของดาวตลกเองหรือจากเหตุการณ์อื่น ๆ

11. ความเปลี่ยนแปลง (Change) ในสังคมมนุษย์ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีหรือในทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมนุษย์ซึ่งเป็นหนึ่งในสังคม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ด้วย เพราะการเปลี่ยนแปลงย่อมกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

12. ความก้าวหน้า (Progress) มนุษย์มีความพยายามดิ้นรนที่จะเอาชนะธรรมชาติอยู่เสมอ มนุษย์จึงได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จึงทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจจึงถือได้ว่ามีคุณค่าทางข่าวสูงขึ้น

ก่อนที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ จะถูกรายงานเป็นข่าวนั้น นอกจากจะผ่านขั้นตอนการพิจารณาในการคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวดังได้กล่าวมาแล้ว ข่าวที่ได้รับการนำเสนอก็จะต้องถูกกองบรรณาธิการขององค์กรสื่อมวลชนต่าง ๆ ประเมินคุณค่าข่าวเพื่อคัดเลือกข่าวและจัดลำดับความสำคัญของข่าวที่จะเสนอในแต่ละวัน ซึ่งการประเมินคุณค่าข่าวนี้เป็นภาระหน้าที่ของกองบรรณาธิการที่ต้องรับผิดชอบ

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณสมบัติของข่าวว่าเป็นข่าวที่ดีและมีคุณภาพ (Mencher, 1997 อ้างใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544) มีดังนี้

1. **ความถูกต้อง** (Accuracy) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องในทุก ๆ ข้อความเกี่ยวกับชื่อ ที่อยู่ วันที่ อายุ ตลอดจนความหมายของข่าว ความถูกต้อง ยังรวมถึงการเน้นน้ำหนักในการเสนอข่าว บางครั้งนักข่าวอาจนำเอารายละเอียดที่ไม่สำคัญมาเน้นให้เป็นจุดสำคัญของเรื่อง ซึ่งเป็นการบิดเบือนเนื้อหาสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. **ความสมดุล** (Balance) หมายถึง ความสมดุลของเนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเน้นหรือเจาะจง และความสมบูรณ์ของเรื่องราว ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนนำเอาความสำคัญของข้อเท็จจริงต่างๆ มารายงานให้ได้ทุกแง่มุม

3. **ความเป็นกลาง** (Ojective) หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์โดยปราศจากความมีอคติและความลำเอียงใด ๆ ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามความเป็นกลางในการเสนอข่าวนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะบางครั้งนักข่าวมักใช้อารมณ์ ความรู้สึก และความคิดเห็นส่วนตัวลงไป ปะปนในเวลารายงานข่าว ทำให้มีความอคติและความลำเอียงเกิดขึ้น แต่ความยุติธรรมและความเป็นกลางยังเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนต้องระลึกและปฏิบัติ

4. **ความกระทัดชัดเจน** (Clear and Concise) หมายถึง การรายงานข่าวโดยใช้คำธรรมดา ง่ายต่อความเข้าใจและไม่กำกวม รายงานข่าวที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นการรายงานที่ใช้คำสั้น กระทัดรัด และได้ใจความชัดเจน

5. **ความสดและทันเหตุการณ์** (Immediacy of Recentness) หมายถึง เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้น ๆ และบางครั้งการรายงานข่าวอาจไม่จำเป็นต้องรอให้มีเหตุการณ์เกิดขึ้น ก็อาจนำมารายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบัน

แหล่งข่าว (news sources) (วีรพงษ์ พลนิกรกิจ , 2545 : 24)

การรายงานข่าวหรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีที่มาหลากหลายแหล่งที่มา ดังนี้

1. **พื้นที่เกิดเหตุการณ์** โดยอาศัยการสังเกตการณ์ (direct observation) ของผู้สื่อข่าว การสังเกตการณ์ในพื้นที่เกิดเหตุการณ์จะทำให้ผู้สื่อข่าวได้เห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการสังเกตทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้น

2. **สำนักข่าว** (news agencies) สำนักข่าวทำหน้าที่ในการรวบรวมและส่งข่าวกับสมาชิก ซึ่งทั้งสำนักข่าวในประเทศ ได้แก่ สำนักข่าวไทยขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) ฯลฯ และสำนักข่าวระหว่างประเทศ เช่น สำนักข่าว เอพี (AP : Associated Press) และสำนักข่าว ยูพีโอ (UPI : United Press International) ของสหรัฐอเมริกา สำนักข่าวรอยเตอร์ส (Reuters) ของประเทศอังกฤษ ฯลฯ หากข่าวนั้นเป็นข่าวที่ได้จากสำนักข่าว ผู้สื่อข่าวจะทำหน้าที่เป็นผู้เรียบเรียงข่าว และในกรณีที่เป็นข่าวที่ได้จากสำนักข่าวระหว่างประเทศ ผู้สื่อข่าวจะทำหน้าที่แปลและเรียบเรียงข่าวใหม่ (rewrite)

3. **สำนักโพล** (pollsters) โพล เป็นการสำรวจความคิดเห็นของคนต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์ขณะนั้นอย่างเป็นระบบโดยกลุ่มบุคคลหรือสถาบันต่าง ๆ ได้สำรวจขึ้น เช่น เอแบคโพล (ABAC Poll) ของสำนักวิจัยเอแบคโพล มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ สวนดุสิตโพลของสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ฯลฯ ซึ่งข้อค้นพบหรือข้อมูลจากการสำรวจดังกล่าวเป็นแหล่งข่าวที่ผู้สื่อข่าว (ทุกสื่อ) ให้ความสนใจและนำมาเสนอเป็นข่าวเสมอ โดยเฉพาะช่วงเลือกตั้ง หรือช่วงที่มีประเด็นปัญหาของสังคม

4. **ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น** (stringers) ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นเป็นแหล่งข่าวที่ทำหน้าที่ในการรายงานข่าวในภูมิภาคที่ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นดูแลอยู่เข้ามายังสถานีหรือสำนักข่าว

5. **สื่อมวลชนแขนงอื่น** โดยการติดตามความเคลื่อนไหวของสื่อมวลชนด้วยกัน เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์อื่น และหนังสือพิมพ์ ซึ่งหากผู้สื่อข่าวนำข่าวจากหนังสือพิมพ์มานำเสนอ ผู้สื่อข่าวควรคำนึงถึงการปรับภาษาจากภาษาเขียน และเป็นภาษาพูด (conversational) โดยอาจใช้วิธีอ่านทำความเข้าใจและเล่าให้ผู้ฟังและหรือผู้ชมฟัง

6. แหล่งข่าวที่เป็นประชาสัมพันธ์หน่วยงานต่าง ๆ นักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าวสำคัญของผู้สื่อข่าวเพราะนักประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งข่าวและจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในรูปของข่าวแจก (press releases) ซีดีรอม (cd-rom) การประชุมแถลงข่าว (press conference or news conference) จัดสัมภาษณ์พิเศษ จัดนิทรรศการ และจัดให้เข้าชมกิจการ (press tour) ฯลฯ เพื่อให้ข้อมูลสำหรับการเขียนข่าวแก่ผู้สื่อข่าวดังนั้นแหล่งข่าวที่เป็นประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จึงเป็นแหล่งข่าวอีกแหล่งหนึ่งของผู้สื่อข่าว

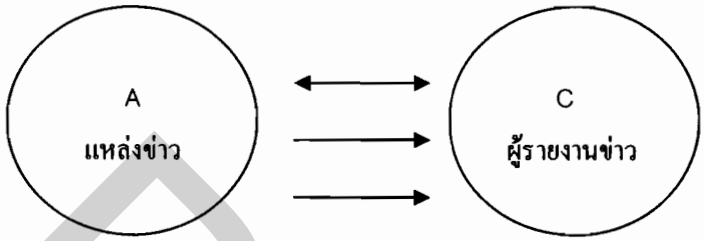
7. ห้องสมุด เป็นสถานที่ที่ใช้ในการค้นคว้า/วิจัย (research) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่จะใช้เป็นฐานข้อมูลในการเขียนข่าว ซึ่งอาจได้จากรายงาน เอกสาร และข้อมูลที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดทำขึ้น เช่น รายงานการประชุม หรือมติคณะรัฐมนตรี ฯลฯ รวมทั้งข้อมูลที่อ้างอิงได้อื่น ๆ เช่น ข่าวตัดจากหนังสือพิมพ์ (newspaper clippings) เทปบันทึกวิทยุหรือโทรทัศน์

8. อินเทอร์เน็ต ผู้สื่อข่าวสามารถค้นหาข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ ได้แก่ การขอซื้อข้อมูลที่เป็นฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์ (commercial databases) จากผู้ให้บริการข้อมูล หรือการค้นหาโปรแกรมค้นหา (search enginers) ซึ่งเป็นบริการทางอินเทอร์เน็ตที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เพียงให้คำสำคัญ โปรแกรมค้นหาก็จะทำการค้นหาชื่อที่ต้องการและที่เกี่ยวข้องให้

9. บุคคล หมายถึงบุคคลในเหตุการณ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้ร่วมในเหตุการณ์ หรือผู้ได้รับผลกระทบ โดยอาศัยการสัมภาษณ์ (interviews) การที่ผู้สื่อข่าวเดินทางไปรวบรวมรายละเอียดในพื้นที่ที่เกิดเหตุการณ์ การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่จะทำให้ได้ข้อเท็จจริงที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ โดยเฉพาะการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีส่วนร่วมหรือผู้เห็นเหตุการณ์ เช่น กรณีโจรปล้นธนาคาร อาจสัมภาษณ์พนักงานของธนาคารและลูกค้าของธนาคารที่อยู่ในเหตุการณ์

Gieber, W. and Jognson W. ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว โดยใช้แบบจำลองใน 3 ลักษณะ (พีระ จิรโสภณ, 2529)

ลักษณะที่ 1 บทบาทที่แยกจากกันระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ทั้งสองฝ่ายต่างรับรู้ในบทบาทของตัวเองเป็นอิสระต่อกันหรือไม่เกี่ยวข้องกัน

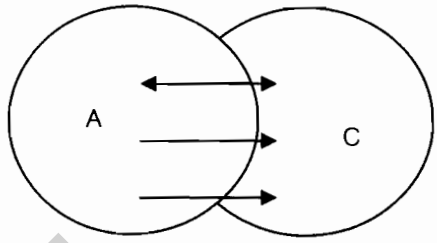


ภาพที่ 2.2 บทบาทที่แยกจากกันระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว

ในแบบจำลองนี้ แสดงให้เห็นสัมพันธ์ภาพระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว (ผู้ให้ข่าวกับนักข่าว) ว่าต่างคนต่างเป็นสมาชิกอยู่ในระบบสังคมของตนเองที่ไม่เหมือนกันและไม่เกี่ยวข้องกัน ทั้งคู่มีกรอบอ้างอิง (Frame of reference) ต่างกัน เพราะมีบทบาท ภาระหน้าที่ การรับรู้และค่านิยมภายในองค์กรของตนไม่เหมือนกัน ข่าวสารต่าง ๆ จะถ่ายทอดจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รายงานข่าว (ลูกศรทางเดียว) ในลักษณะเป็นทางการเสมอ เช่น การแถลงข่าว หรือการแจกข่าวสื่อมวลชนอย่างเป็นทางการ การสื่อสารระหว่างกัน (ลูกศร 2 ทาง) ในเรื่องนอกเหนือจากข่าวสารที่ต้องการจะถ่ายทอดมีน้อย ถึงมีก็เป็นลักษณะทางการ เช่น การซักถามในระหว่างการแถลงข่าว เป็นต้น

สัมพันธภาพในลักษณะนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นอิสระต่อกันของแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ผู้รายงานข่าวจะต้องเสนอข่าวอย่างเป็นกลางไม่เอนเอียงไม่เป็นเครื่องมือของแหล่งข่าวหรือแสวงหาผลประโยชน์จากแหล่งข่าว ขณะเดียวกันแหล่งข่าวเองก็มีบทบาทเพื่อองค์กรหรือสถาบันของตนเองโดยไม่คำนึงถึงหน้าที่หรือบทบาทของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสาร แหล่ง ข่าวจะให้ข่าวสารเฉพาะที่เห็นว่าควรถ่ายทอดเท่านั้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองฝ่ายต่างรับรู้ในบทบาทของตนเองเป็นอิสระต่อกันหรือไม่เกี่ยวข้องกัน

ลักษณะที่ 2 บทบาทที่กลมกลืนกันบางส่วนระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว

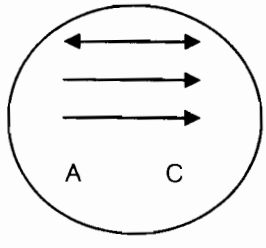


ภาพที่ 2.3 บทบาทที่กลมกลืนกันบางส่วนระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว

สัมพันธภาพในแบบจำลองที่ 2 นี้ แสดงให้เห็นว่าทั้งแหล่งข่าวและผู้รายงานข่าว แม้จะอยู่คนละองค์กรกัน แต่ก็มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอยู่ในระดับหนึ่ง ทั้งคู่มีบทบาทหน้าที่และรับรู้ในการเสนอข่าวสารที่คล้ายคลึงกันส่วนหนึ่ง การถ่ายทอดข่าวสาร (ลูกศรทางเดียว) ค่อนข้างจะไม่เป็นทางการ การสื่อข่าวและการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการในเรื่องอื่น ๆ (ลูกศร 2 ทาง) เกิดขึ้นได้อย่างไม่มีข้อจำกัดมากนัก

สถานการณ์ตามแบบจำลองที่ 2 นี้ เรามักจะพบเห็นมากกว่าแบบที่ 1 ซึ่งเป็นแบบอุดมคติ โดยปกติผู้สื่อข่าวมักจะต้องมีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าวเป็นการส่วนตัวอยู่บ้าง เพื่อจะได้ข่าวที่พิเศษล้ำลึกปกติทั่วไป ขณะเดียวกันแหล่งข่าวเองก็มีความสัมพันธ์เป็นส่วนตัวกับผู้สื่อข่าวอยู่บ้าง เพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงานหรือองค์กรของตน

ลักษณะที่ 3 บทบาทที่กลมกลืนกันสนิมระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว



ภาพที่ 2.4 บทบาทที่กลมกลืนสนิทระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว

สัมพันธภาพแบบนี้แสดงให้เห็นว่า ทั้งผู้สื่อข่าวและแหล่งข่าวต่างร่วมมือเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างในการเสนอข่าวสารไปยังสาธารณชน ทั้งคู่ต่างไม่เป็นอิสระต่อกัน ผู้สื่อข่าวอาจเป็นเครื่องมือของแหล่งข่าวหรือแหล่งข่าวอาจจะรับใช้ผู้สื่อข่าว การสื่อสารซึ่งกันและกันโดยวิธีการที่ไม่เป็นทางการ (ลูกศร 2 ทาง) จะมีบทบาทสำคัญกว่าการถ่ายทอดข่าวสารในลักษณะที่เป็นทางการ (ลูกศรทางเดียว)

จากสถานการณ์ของแบบจำลองทั้ง 3 ลักษณะนั้น โดยความสัมพันธ์แบบที่ 1 เป็นความสัมพันธ์แบบอุดมคติส่งผลต่อการรายงานข่าว คือ จะมีความเป็นกลางมากที่สุด แบบที่ 2 พบเห็นมากในชีวิตการทำงานของผู้สื่อข่าวทั้ง 2 ฝ่ายจำต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเป็นพิเศษในระดับหนึ่ง เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในการทำงานตามหน้าที่ของตน ส่วนแบบที่ 3 อาจมีพบเห็นบ้างแต่ไม่ใช่รูปแบบที่พึงปรารถนา เพราะบทบาทผู้สื่อข่าวถูกกลืนหรือควบคุมด้วยบทบาทแหล่งข่าว

กรอบแนวคิดเรื่อง “ข่าว” เพื่อผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจและศึกษาถึงข่าวในพระราชสำนัก ซึ่งถือว่าเป็นข่าวประเภทหนึ่งที่ต้องมีองค์ประกอบของข่าว คุณค่าของข่าว แต่ข่าวในพระราชสำนักมีความแตกต่างจากข่าวประเภทอื่นที่นำเสนอผ่านสื่อทั่วไป เนื่องจากเป็นข่าวที่เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งเป็นสถาบันที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน

ผู้วิจัยเห็นว่าสำนักราชเลขาธิการอาจทำหน้าที่เป็นทั้งแหล่งข่าวหรือผู้รายงานข่าว ในการเป็นแหล่งข่าวนั้นจำเป็นต้องพึ่งพาหรือเชื่อมโยงกับสื่อมวลชนอื่น ๆ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร ในบางครั้งสำนักราชเลขาธิการทำหน้าที่เป็นผู้รายงานข่าวที่จะต้องทำงานร่วมกันกับสื่อมวลชนอื่นอีกด้วย แนวคิดในเรื่อง “แหล่งข่าว” จึงใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงบทบาทของสำนักราชเลขาธิการในการที่เป็นแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ให้กับสื่อมวลชนอื่น

2.6 แนวคิดเรื่อง "กระบวนการผลิตข่าว"

Jeremy Tunstall อ้างในวิทยานิพนธ์ของศิริวรรณ อาชาศรีเพชร์ (2543 : 18) กล่าวถึงกระบวนการผลิตข่าวว่า เป็นวงจรรวมของการผลิตที่มีความเกี่ยวพันกันใน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. **การวางแผน** (Planning) คือ การเตรียมการผลิตที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จอันสูงสุด โดยลดช่องว่างของอัตราการเสี่ยงลงให้เหลือน้อยที่สุด

2. **การรวบรวม** (Gathering) คือ การปฏิบัติการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ต้องการด้วยวิธีการต่าง ๆ ภายใต้กรอบของงานที่กำหนดขึ้น การผลิตข่าวจะมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติการรวบรวมข่าว รวมทั้งข้อมูล และผู้ที่ปฏิบัติงาน วิธีการรวบรวมข่าวขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ และการตัดสินใจก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบนั้น

3. **การคัดเลือก** (Selection) คือ การกลั่นกรองคัดเอาข้อมูลที่มีความต้องการหรือทำหน้าที่ของผู้เฝ้าประตูสารนั่นเอง

4. **การนำเสนอ** (Presentation) คือ การนำเอาเรื่องที่ได้รับการคัดเลือกและนำเสนอโดยแพร่กระจายไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้บริโภค ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่นเป็นสิ่งตีพิมพ์ กระจายเสียงหรือแพร่ภาพทางโทรทัศน์ เป็นต้น

กระบวนการผลิตข่าวหนังสือพิมพ์ (มณวิภา วงรุจิระ, 2547 : 163)

กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์เริ่มต้นจาก การกำหนดนโยบายและเป้าหมายของการผลิตขององค์กรหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยปกติจะมีการแบ่งงานภายในองค์กรออกเป็น 3 ส่วน คือ กองบรรณาธิการ กองการผลิต และการจัดการ ซึ่งแต่ละกองมีหน้าที่รับผิดชอบและขั้นตอนการทำงานสรุปได้ดังนี้

1. การเตรียมต้นฉบับ กองบรรณาธิการทำหน้าที่แสวงหา รวบรวม และเรียบเรียงต้นฉบับข้อความ และต้นฉบับภาพ บรรณาธิการตรวจแก้ไขต้นฉบับ

2. การออกแบบจัดหน้า กองบรรณาธิการจะจัดวางตำแหน่งคอลัมน์ต่าง ๆ และภาพประกอบบนหน้ากระดาษให้เหมาะสม สวยงามและดึงดูดใจ

3. การพิมพ์ กองการผลิต จะจัดพิมพ์ต้นฉบับข้อความและภาพ ดูแลการพิมพ์ให้หนังสือพิมพ์ออกเป็นรูปเล่มสมบูรณ์พร้อมวางจำหน่าย

กระบวนการผลิตข่าววิทยุ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2544) มีดังต่อไปนี้

1. การเลือกข่าวที่จะนำเสนอ (collecting the news) เหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย การรายงานข่าวของสื่อมวลชนย่อมไม่สามารถนำเสนอได้ทุกข่าวที่เกิดขึ้น ผู้สื่อข่าวนับเป็นบุคคลแรกที่ทำหน้าที่เป็นผู้กลั่นกรองข่าวสาร (gatekeeper) นอกจากข่าวคือเหตุการณ์แล้ว ข่าวอาจเป็นข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็น ซึ่งมีอยู่มากมาย สุรินทร์ แปลงประสพโชค กล่าวว่า "มีเหตุการณ์ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นจำนวนมากที่ไม่เป็นข่าวแต่อย่างใด ดังนั้นสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ จึงขึ้นกับการเลือกของผู้สื่อข่าวเป็นสำคัญ ซึ่งต้องเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ และเป็นที่สนใจอย่างกว้างขวาง

2. การหาข่าว การสื่อข่าว หรือการรวบรวมข่าว (news gathering) เป็นหน้าที่ของผู้สื่อข่าวที่ต้องออกตระเวนหาข่าวตามแหล่งต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการข่าว ในการสื่อข่าวหรือการหาข่าว ผู้สื่อข่าวจะต้องเริ่มศึกษาและทราบที่มาที่ไปของข่าวนั้นว่า เบื้องหลังคืออะไร ใครเป็นคนสำคัญ ควรตั้งคำถามอย่างไร กับใคร และแท้ที่จริงแล้วอะไรคือแง่มุมที่น่าติดตามเพื่อช่วยให้การหาข่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย รวดเร็ว และง่ายขึ้น

3. การเขียนบทข่าววิทยุ (script writing) ข่าววิทยุเป็นการเขียนเพื่อการฟัง การเสนอข่าวทางวิทยุกระจายเสียงจึงต้องนำเสนอด้วยภาษาพูดแบบเชิงสนทนา (the conversational style) คือ วิธีการเขียนที่ทำให้ผู้ฟังได้เข้าใจได้ง่ายภายในเวลาอันรวดเร็ว การเขียนบทวิทยุจึงมักจะสั้นกว่าหนังสือพิมพ์ ผู้เขียนบทวิทยุจึงจำเป็นที่จะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้ทางด้านภาษา รู้จักเลือกใช้ถ้อยคำ วลี หรือประโยคที่กระทัดรัดเหมาะสม และมีความหมาย

4. การบรรณาธิกรข่าว (news editing) หมายถึง การตรวจแก้ ปรับปรุงบทข่าว เทปข่าว ให้มีความสมบูรณ์ถูกต้องตามข้อเท็จจริงก่อนออกอากาศ ผู้ที่รับผิดชอบงานบรรณาธิการข่าว คือ บรรณาธิการข่าว (news editor) ในการบรรณาธิการข่าว หากมีข้อบกพร่องมาก อาจต้องรื้อของเก่าที่ผู้สื่อข่าวเขียนมาหรือทำไว้ทิ้งไป แล้วเขียนขึ้นมาใหม่ (rewrite)

5. การจัดลำดับข่าว ผู้รับผิดชอบในการจัดทำข่าวก่อนออกอากาศ (ส่วนใหญ่คือ บรรณาธิการข่าว) จะต้องเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกข่าวที่จะออกอากาศแต่ละช่วงแล้วนำมาลำดับความสำคัญของข่าวที่เลือกมาเพื่อออกอากาศตามลำดับ

ในทางปฏิบัติโดยทั่วไปวิทยุจะถูกเขียนขึ้นมาเป็นชิ้นข่าวเสียก่อน แล้วจึงนำมาวางแผนทำเป็นตารางข่าว ซึ่งในบางครั้งแทบจะไม่มีเวลาวางแผนก่อนออกอากาศ เพราะข่าววิทยุจะถูกส่งเข้าสถานีเป็นระยะ ๆ นอกจากนี้ข่าวที่ถูกส่งเข้ามาก็มีมาก เป็นการยากที่จะฝ่ายข่าวจะนำเสนอเพื่อออกอากาศได้ทั้งหมด ดังนั้นการจัดลำดับข่าวจึงต้องนำข่าวที่ได้มาทั้งหมดมาชั่งน้ำหนักเพื่อพิจารณาว่า ข่าวใดมีคุณค่าเชิงข่าวหรือมีความสำคัญมากกว่า จากนั้นก็จะได้นำออกอากาศเป็นระยะ ๆ ไป

นอกจากการจัดลำดับข่าวที่ได้รับแต่ละวันดังกล่าวแล้ว เมื่อคัดเลือกมาแล้วยังต้องมีการจัดลำดับข่าวประเภทต่าง ๆ ตามความสำคัญก่อนหลังอีกด้วย ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์หน่วยงานที่รับผิดชอบสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ได้จัดลำดับข่าวประเภทต่าง ๆ ไว้ดังนี้

อันดับหนึ่ง ข่าวในพระราชสำนัก
อันดับสอง ข่าวประกาศพระราชบัญญัติ กฎกระทรวง และพระราชกำหนดต่าง ๆ
อันดับสาม ข่าวมติคณะรัฐมนตรี
อันดับสี่ ข่าวรัฐสภา การประชุมคณะรัฐมนตรี การประชุมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
อันดับห้า ข่าวผู้นำของประเทศในวงการรัฐบาล ทหาร ตำรวจ และข้าราชการระดับสูงต่าง ๆ
อันดับหก ข่าวทั่วไปที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน

กระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์ มีขั้นตอนตามลำดับงาน ดังนี้

1. การวางแผนงานข่าว เริ่มต้นที่การคัดเลือกประเด็นข่าว โดยที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าวแต่ละสายข่าวจะร่วมกันพิจารณาว่าข่าวในความรับผิดชอบตามสายงานข่าวที่แบ่งไว้นั้น ข่าวใดที่มีคุณค่าเพียงพอที่จะนำเสนอต่อสาธารณชน ซึ่งที่มาของประเด็นข่าวต่าง ๆ จะมาจากหลายแหล่ง เช่น จากการแจ้งของหน่วยงานต่าง ๆ มาโดยตรง จากสื่ออื่น ๆ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือจากบุคคลที่รู้จัก (แหล่งข่าว) เป็นต้น

2. การปฏิบัติงานข่าว เมื่อสามารถกำหนดข่าวและแนวทางข่าวแต่ละเรื่องที่จะนำเสนอในแต่ละข่าวแล้ว ก็เป็นหน้าที่ของแต่ละสายข่าวที่จะไปดำเนินการแบ่งงานให้ผู้สื่อข่าวของแต่ละสายข่าวออกไปปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ข่าวตามที่กำหนดไว้นั้น

3. การส่งข่าว การส่งข่าวนับเป็นหัวใจของการปฏิบัติงานข่าวขั้นตอนหนึ่ง เพราะแม้ว่าข่าวที่ผู้สื่อข่าวออกไปทำมานั้นจะดีหรือสมบูรณ์เพียงใด หากไม่สามารถส่งข่าวกลับเข้ามายังสถานีได้ข่าวนั้นก็ไม่สามารถนำเสนอได้นั่นเอง ดังนั้นเมื่อผู้สื่อข่าวปฏิบัติงานข่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะต้องพยายามส่งข่าวนั้น ๆ กลับเข้ามายังสถานีอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้บรรณาธิการข่าวของสายข่าวแต่ละสายที่รับผิดชอบนำข่าวนั้น ๆ เข้าสู่กระบวนการผลิตข่าว

4. การผลิตข่าว

เมื่อมีวัตถุดิบ คือเนื้อหาข่าวและภาพข่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การผลิตข่าว ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1) บรรณาธิการข่าวจะมีหน้าที่ดูแลให้เนื้อหาข่าวที่มีผู้สื่อข่าวส่งมานั้นเป็นไปอย่างถูกต้องตามที่ได้วางแผนข่าวไว้
2) จากนั้นก็จะส่งบทข่าวที่ตรวจสอบ เนื้อหานั้นให้กับ “รีไรท์เตอร์” เพื่อตรวจสอบการเขียนข่าว ข่าวที่จะสามารถออกอากาศได้ทุกข่าวจะต้องถูกตรวจสอบในขั้นตอนนี้เพื่อให้การใช้ภาษาเป็นไปอย่างถูกต้อง
3) ในขณะที่รีไรท์เตอร์ตรวจสอบบทข่าวในด้านความถูกต้องของภาษาข่าวนั้น เทปข่าวที่จะทำการออกอากาศในช่วงข่าวนั้น ๆ จะถูกส่งไปผลิต ซึ่งในที่นี้หมายถึงการตัดต่อข่าว ซึ่งขั้นตอนนี้ผู้ที่มีบทบาทสำคัญ คือ “โปรดิวเซอร์” ซึ่งจะควบคุมให้ภาพตรงกับบทข่าว โดยมีพนักงานตัดต่อเป็นผู้ปฏิบัติงานในขั้นตอนนี้ ตามที่โปรดิวเซอร์ข่าวต้องการ

5. การนำเสนอและแพร่ภาพ

ภาพข่าวที่ตัดต่อเสร็จเรียบร้อยแล้วจะถูกส่งไปพร้อมกับบทข่าวให้กับบรรณาธิการผู้มอบหมายงานข่าว เพื่อจัดลำดับข่าวที่จะออกอากาศในแต่ละช่วงเวลา

การจัดลำดับความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ มีลักษณะการจัดลำดับเหมือนกับวิทยุกระจายเสียง และสำหรับประเทศไทยแล้ว สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญแก่บุคคลเป็นพิเศษ ซึ่งจะเรียงลำดับบุคคลที่มีความสำคัญไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้

1. ข่าวบุคคล สถานีโทรทัศน์มักจะเรียงลำดับความสำคัญของบุคคล ดังต่อไปนี้
   - อันดับ 1 ข่าวสมเด็จพระสังฆราช
   - อันดับ 2 ข่าวพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้า ฯ พระบรมราชินีนาถ
   - อันดับ 3 ข่าวพระบรมราชวงศ์
   - อันดับ 4 ข่าวผู้แทนพระองค์ (องคมนตรี)
   - อันดับ 5 ข่าวนายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี ผู้นำทหาร ตำรวจ
   - อันดับ 6 ข่าวข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ระดับกระทรวง ทบวง กรม
   - อันดับ 7 ข่าวบุคคลทั่วไป
2. ข่าวในประเทศ
3. ข่าวต่างประเทศ
4. ช่วงท้ายของข่าวมักจะเสนอข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา

การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการเสนอข่าวสู่สาธารณะ นอกจากจะได้เปรียบสื่ออื่นในแง่ของการเข้าถึงประชาชนทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับได้อย่างกว้างขวางที่สุดแล้ว ในด้านของความรวดเร็วสื่อวิทยุกระจายเสียงได้เปรียบมากกว่าในด้านของกระบวนการการผลิต มีผู้เคยกล่าวไว้ว่า "ข่าววิทยุ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อ 5 นาทีที่ผ่านมา และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นใน 5 นาทีหน้านี้" โดยสื่ออื่นอย่างเช่น การเสนอข่าวทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ ต้องเสียเวลาในการเลือกภาพเหตุการณ์ ตัดต่อ จำกัดภาพ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ก็ต้องผ่านกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนและยุ่งยากมากกว่า เช่น ต้องผ่านกระบวนการพิมพ์ ไม่เหมือนกับข่าววิทยุที่นักข่าวสามารถอ่านออกอากาศได้ทันทีในกรณีข่าวด่วนหรือเวลาจำกัด แต่ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยให้ผู้สื่อข่าวรายงานสดจากสถานที่เกิดเหตุการณ์เลย ดังนั้นการแข่งขันในเรื่องเวลาจึงเป็นเรื่องสำคัญในการรายงานข่าวของสื่อมวลชน

DPU

การนำเสนอข่าวในรูปแบบข่าวโทรทัศน์นั้นมีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่น ๆ เนื่องจากสามารถกระตุ้นและดึงดูดความสนใจผู้รับข่าวสารได้เป็นอย่างดี นอกจากภาพและเสียงจะเป็นตัวโดดเด่นในการนำเนื้อหาเข้ามาสร้างความเข้าใจ ความสนใจได้ดี ซึ่งประกอบไปด้วยสาระ (messages) ที่เป็นความจริง ใหม่ สด น่าสนใจ และมีผลกระทบต่อประชาชนที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสาร (source) โดยอาศัยสื่อ (Channel)

ปัจจัยการนำเสนอรายการข่าว "ข่าวโทรทัศน์" (ดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2525) ระบุไว้ว่า ข่าวโทรทัศน์ นอกจากจะเต็มไปด้วยเนื้อหาสาระแล้ว สิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ในการนำไปใช้ในข่าวโทรทัศน์ ตามคุณลักษณะโดยรวมของสื่อโทรทัศน์ คือ ความบันเทิง ซึ่งหมายถึงความแจ่มชัด (to be bright) ความเคลื่อนไหว (to have movement) และมีจังหวะทุกย่างก้าว (to have pace) และรูปแบบที่ไม่ใช่การแสดง (Non-Dramatic Program) เพื่อจูงใจให้ผู้ดูสนใจในบุคลิกภาพของผู้ประกาศและสร้างความเชื่อมั่นด้วยการเสนอภาพ ซึ่งรายการข่าวโทรทัศน์ต้องประกอบด้วย

1. ภาพและดนตรีประจำรายการ (Title) ซึ่งใช้สำหรับเปิด – ปิด รายการข่าวเป็นสัญลักษณ์ให้คนดูทราบว่า เป็นรายการข่าว โดยใช้ภาพเด่น ๆ สำคัญ ในรอบปีขึ้นมาเป็น Title และดนตรีที่ใช้ประกอบเป็นข่าวทำนองเร้าใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะสถานี

2. ข่าวอ่าน (Straight News Copy) เป็นข่าวไม่มีภาพประกอบ ส่วนใหญ่เป็นข่าวที่เร่งด่วน หรือมีความสำคัญเป็นพิเศษ

3. ผู้ประกาศข่าว (Newscaster) มีส่วนสำคัญในการดึงดูดผู้ชมให้สนใจข่าว ผู้ประกาศจะต้องดูแลและพัฒนาตนเองตลอด

4. เพลงคั่นรายการข่าวแต่ละช่วง (Jingle) ใช้คั่นรายการข่าวก่อนตัดเข้าโฆษณา

5. ภาพนิ่ง อักษรวิ่ง (Tellop) ภาพเขียน แผนที่ อื่น ๆ เพื่อใช้ประกอบการรายงานรายละเอียดของข่าวให้ผู้ชมได้เข้าใจดียิ่ง

6. เทปโทรทัศน์ (Videotape) เทปโทรทัศน์มีส่วนสำคัญในการบันทึกภาพข่าว

7. การถ่ายทอดสดหรือถ่ายข่าวนอกสถานที่ (Outside Broadcast) เช่น การรายงานข่าวสด ๆ นอกสถานที่ เพื่อให้ผู้ชมเห็นความสดของข่าว เป็นการดึงดูดความสนใจในข่าว แต่วิธีนี้ค่าใช้จ่ายสูง จึงต้องจำกัดเฉพาะข่าวสำคัญ ๆ เท่านั้น

กรอบแนวคิดเรื่อง กระบวนการผลิตสื่ออื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในเรื่องของกระบวนการผลิตข่าวในพระราชสำนักของสำนักราชเลขาธิการว่าเป็นอย่างไร คล้ายคลึงกับกระบวนการผลิตข่าวทางวิทยุหรือทางโทรทัศน์หรือไม่ อย่างไร

2.7 ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory) และการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting)

Schramm อ้างในพัชนี เชยจรรยา และคณะ (2538 : 153) กล่าวว่า Gatekeeper เป็นผู้มีสิทธิในการเปิดเผย หรือปิดบังข่าวสารต่าง ๆ ที่จะส่งไปยังประชาชนเป็นเสมือนนายทวารของการรับข่าวสารของประชาชน และ Gatekeeper มีสิทธิในการเปิดและปิดประตูสารต่าง ๆ ที่มีมา ผู้ปิดเปิดประตูสารยังมีบทบาทสำคัญมากในการสื่อสารในสังคมทุกวันนี้ ซึ่งได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้เขียน ผู้พิมพ์ หัวหน้าหน่วยงานด้านสื่อสาร เป็นต้น

Kurt Lewin ได้อธิบายคำว่า Gatekeeper เหมือนกับบุคคลผู้ควบคุมการส่งต่อข่าวต่าง ๆ ไปยังช่องทางทั้งหลายของสื่อสารมวลชน หน้าที่ของเขาไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น ยังทำหน้าที่จัดสารนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการ ตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร เวลา หน่วงเหนี่ยวสารเอาไว้ หรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอบางส่วนเท่านั้น (อรนุช เลิศจรรยารักษ์, 2529 : 12)

White (1950) อ้างในนันท์นภัส วัฒนาจตุรพร (2543) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าวสารหรือ Gatekeeping เพื่อที่จะศึกษาถึง กิจกรรมการทำงาน ภายในห้องข่าว เป็นการคัดเลือกข่าวจำนวนมากจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อที่จะนำออกเผยแพร่สู่ สาธารณชน กิจการการคัดเลือกข่าวเป็นเรื่องที่น่าจะให้ความสนใจ เนื่องจากทำให้เราทราบถึง คุณค่าของข่าว โดยมีประเด็นที่ใช้ในการศึกษาคือ ต้องการที่จะรู้ว่าบรรณาธิการใช้เกณฑ์ส่วนตัวมากน้อยเพียงใดในการคัดเลือกข่าว จากการศึกษาพบว่าส่วนหนึ่งของการคัดเลือกข่าวเป็นความต้องการขององค์กรและอีกส่วนหนึ่งเป็นความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งต่างกันไปในสื่อแต่ละประเภท

Galtung & Ruge ได้ให้ความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว 3 ประการ คือ

1) ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุดและยากที่จะหลีกเลี่ยง มักจะมีเรื่องอุดมการณ์ทางความคิดเข้ามาเกี่ยวข้อง
2) ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว การเลือกเหตุการณ์ที่เข้ากับความคาดหวังของผู้รับ (สามารถเข้ากันได้กับเหตุการณ์ที่มีมาแล้วในอดีต) ต้องอยู่ภายในขอบเขตที่ยอมรับได้เป็นข่าวที่มีคุณค่า และต้องการที่สร้างสมดุลระหว่างข่าวประเภทต่าง ๆ

3) ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (เฉพาะวัฒนธรรมยุโรปเท่านั้น) คุณค่าของข่าวอยู่ที่เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นปกครอง คนใหญ่คนโต เพราะเชื่อว่าเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในความสนใจของประชาชน

ผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) เป็นบุคคลผู้ซึ่งควบคุมการไหลของข่าวสารบุคคลเหล่านี้ จะเป็นผู้ตัดสินว่าข่าวสารอะไรควรจะส่งต่อไป และข่าวสารอะไรควรจะส่งไปช้าหน่อย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด บุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารนี้ ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารเองและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2529) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "โทรทัศน์ วิธีคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวสถานีโทรทัศน์ในกรุงเทพ" โดยศึกษารายการข่าวในประเทศภาค 20.00 น. ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2529 ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5, 7 และ 9 พบว่า วิธีการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวขึ้นอยู่กับหลักการบริหารงานและนโยบาย วัตถุประสงค์ของสถานี ตลอดจนกฎหมายว่าด้วยระเบียบการบริหารงานทางวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เป็นแนวทางในการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญ การกำหนดวาระประเด็นสำคัญของข่าวนั้น ข่าวพระราชกรณียกิจจัดอยู่ในลำดับแรก รองลงมาคือ ข่าวรัฐบาล เน้นความสำคัญที่บุคคลในวงการรัฐบาลและเป็นเรื่องที่สมควรติดตามนำมาคิดพิจารณา หรือถกเถียงกัน

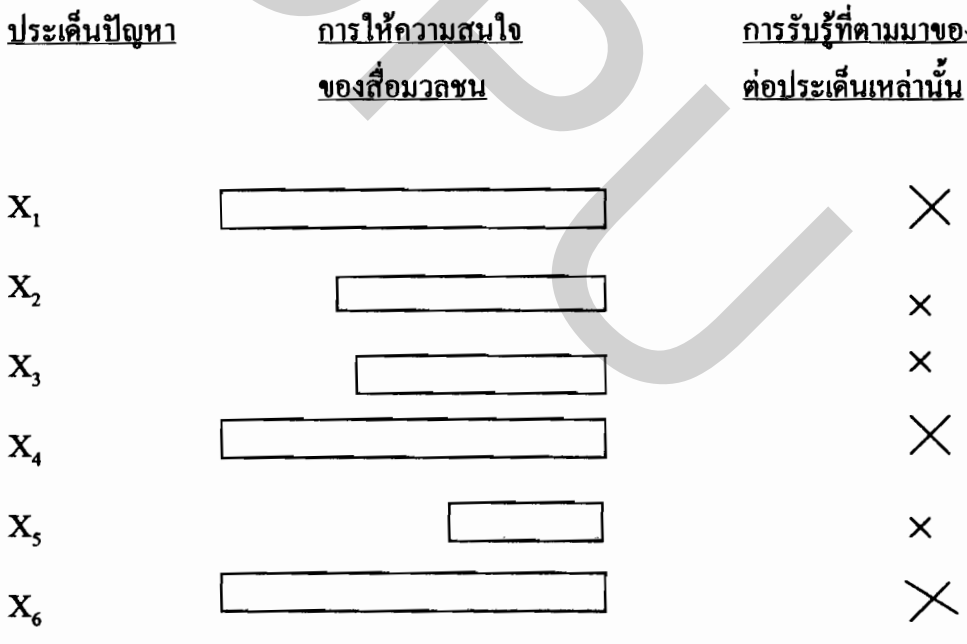
ในวงการสื่อสารมวลชน Gatekeeper หมายถึงบรรณาธิการ และนักข่าวตามสำนักพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวสาร เพื่อเสนอให้ประชาชนทราบ ดังนั้น ทั้งบรรณาธิการและนักข่าวจึงอยู่ในฐานะที่จะ "ควบคุม" (Control) ข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าว การตกแต่งและจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนการกำหนดเวลาในการเสนอข่าวสาร และลำดับความสำคัญของข่าว พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมข่าวนี้ ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการ วาระข่าวสาร (Agenda Setting)

การกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting)

การกำหนดวาระข่าวสาร หมายถึง การเสนอหรือไม่เสนอข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชน มีผลให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่าเรื่องนั้น เป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญ หรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาพิจารณา (สรัญญา ยุทธสารประสิทธิ์, 2542 : 26)

Denis McQuail and Sven Windahl (1981 : 63) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า "ผู้รับสารไม่เพียงแต่เรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะและเรื่องราวอื่น ๆ ผ่านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังเรียนรู้ถึงว่าจะให้ความสำคัญของประเด็นปัญหาหรือเรื่องหนึ่ง ๆ มากน้อยเพียงใดจากการที่สื่อ มวลชนได้เน้นเอาไว้"

โดยแบบจำลองแนวความคิดของการกำหนดวาระข่าวสาร มีลักษณะดังนี้



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสาร

DPU

ในแบบจำลองนี้ X ทางซ้ายมือ คือประเด็นปัญหาหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ที่สื่อมวลชนหยิบยกมานำเสนอให้สาธารณชนได้รับทราบ การเน้นเสนอเรื่องเหล่านี้โดยสื่อมวลชนมากน้อยต่างกัน (แสดงโดยรูปแท่งแนวนอน) ผลที่ตามมาก็คือ ทำให้สาธารณชนรับรู้ในประเด็นหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ เหล่านั้นไม่เหมือนกัน การนำเสนอมากก็ได้รับการพิจารณาเป็นหัวข้อเรื่องที่สำคัญมากด้วย (ขนาดของ X ทางขวามือแสดงระดับความสำคัญที่พิจารณาโดยสาธารณชน) ตามรูปแบบจำลองจะเห็นว่า X_1 X_4 และ X_6 ได้รับความสนใจในการนำเสนอจากสื่อมวลชนมาก ก็ได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญมาก ส่วนประเด็นอื่น ๆ (X_2 X_3 และ X_5) จะมีความสำคัญรองลงไปในสายตาของสาธารณชน

จากการที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตู โดยได้คัดเลือกข่าวแล้ว หลังจากนั้นได้ทำหน้าที่เป็นผู้จัดวาระสาร โดยจัดลำดับความสำคัญของข่าวซึ่งได้ให้ความสำคัญกับข่าวเหตุการณ์บางเหตุการณ์ และมีความเข้มของการนำเสนอเป็นอย่างมาก จึงได้ทำการนำเสนอเป็นข่าวอันดับแรกและให้เวลากับข่าวดังกล่าวมาก พร้อมทั้งเผยแพร่อย่างต่อเนื่องหลายวัน แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญกับข่าวนั้น ๆ เป็นอย่างยิ่ง

ในกระบวนการผลิตข่าวในสื่อใดก็ตาม ทุกขั้นตอนจะมีผู้รักษาประตู (Gatekeeper) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่กรองข่าว (Filtering) ด้วยการคัดเลือกข่าว (Selecting) โดยใช้ "คุณค่าของข่าว" (News Values) และ/หรือคุณลักษณะของข่าว (Characteristics of News) มาตัดสินใจเลือกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่างกันมาเป็นข่าวในการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "บทบาทของสำนักราชเลขาธิการในการเผยแพร่ข่าวในพระราชสำนัก" จึงต้องศึกษาถึงแนวคิดในเรื่องทฤษฎีปิดเปิดประตูสารและการกำหนดวาระสาร เพราะทุกขั้นตอนในการทำข่าวในพระราชสำนักต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ปิดเปิดประตูสารและกำหนดวาระสารที่จะเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ผู้วิจัยจะได้ศึกษาว่าในกระบวนการทำข่าวในพระราชสำนักมีใครทำหน้าที่เป็นผู้ปิดเปิดประตูสาร และมีการกำหนดวาระข่าวสารอย่างไร

2.8 ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

จากหลักฐานทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เชื่อว่ามนุษย์รู้จักการประชาสัมพันธ์และใช้วิธีการประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่ดึกดำบรรพ์แล้ว การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด หรือพฤติกรรมของประชาชนนั้น เริ่มมีมาตั้งแต่ครั้งยุคอารยธรรมตอนต้นสุด (the earliest civilizations) นักโบราณคดีได้ค้นพบหลักฐานบันทึกเกี่ยวกับการทำนาทำไร่ (farm bulletin) ในประเทศอิรักเมื่อ 1,800 ปีก่อนคริสต์ศักราช ซึ่งบันทึกนี้ได้แนะนำให้ชาวไร่ชาวนาทราบถึงวิธีการหว่านเมล็ดพืช วิธีการทดน้ำ วิธีการกำจัดหนูนา และวิธีเก็บเกี่ยวพืชผล (how to harvert their corps) ซึ่งนับว่าเป็นหลักฐานที่แนะนำให้มนุษย์สมัยนั้นรู้จักวิธีการด้านเกษตรกรรม รวมทั้งทำให้อนุชนรุ่นหลังได้ทราบเรื่องราวต่าง ๆ ด้วย

มนุษย์รู้จักใช้การประชาสัมพันธ์มาตั้งแต่ยุคกำเนิดอารยธรรม นั่นคือมนุษย์รู้จักการใช้การประชาสัมพันธ์ในหมู่เหล่าของตนเอง โดยผู้ที่เป็นหัวหน้าหรือผู้นำรู้จักวิธีการประชาสัมพันธ์กับผู้ที่เป็นลูกน้อง หรือผู้ที่อยู่ใต้การปกครองของตน เป็นการรู้จักใช้วิธีการและนโยบายที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจและสัมพันธ์ภาพอันดี รวมทั้งการสร้างความกลมเกลียวสามัคคีในหมู่เหล่าของตนเพื่อความเป็นปึกแผ่นมั่นคง

สำหรับวิธีการที่ผู้นำหรือหัวหน้าในสมัยโบราณ ใช้ติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับลูกน้องหรือผู้อยู่ใต้การปกครองของตนมี 3 วิธี คือ

1. การชี้แจงบอกกล่าวให้ทราบ ได้แก่ การแจ้งข่าวต่าง ๆ การบอกกล่าวประกาศให้ลูกน้องตนทราบ

2. การโน้มน้าวชักจูงใจ ได้แก่ การจูงใจให้เกิดความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ทั้งในการปฏิบัติตามและละเว้นไม่ปฏิบัติ

3. การสร้างความสามัคคีและความกลมเกลียวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ได้แก่ การสร้างความกลมเกลียวปึกแผ่น และชาตินิยม

ส่วนเครื่องมือสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ในสมัยนั้น บรรดาผู้นำต่าง ๆ ใช้เครื่องมือสื่อสารง่าย ๆ เช่น สัญญาณ (signal) เสียงกลอง ควันไฟ ฯลฯ รวมทั้งการใช้คำพูดอากัปกิริยาท่าทาง เช่น การโบกมือ การพยักหน้า เป็นต้น ทั้งนี้เพราะในสมัยนั้นยังไม่มีเครื่องมือ

สื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยเหมือนปัจจุบัน อย่างวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ฯลฯ

หลังจากที่มนุษย์สามารถประดิษฐ์เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอีกหลายประเภท และมีประสิทธิภาพดีขึ้นกว่าเดิม ทำให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องทางด้านการสื่อสารหรือประกอบวิชาชีพทางด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว บรรดาผู้ประกอบวิชาชีพเหล่านี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกทางด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ หรือเป็นนักประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ (PR Pratitioners)

ประมาณปี ค.ศ. 1900 มีบุคคลสำคัญผู้หนึ่งชื่อ ไอวี เลดเบตเตอร์ ลี (Ivy Ledbetter Lee) หรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า "ไอวี ลี" เป็นผู้บุกเบิกงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และเป็นผู้นำด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและความจริงให้แก่ประชาชนทราบ นับว่ามีบทบาทสำคัญยิ่งในการวางพื้นฐานด้านการประชาสัมพันธ์ปัจจุบัน จนได้รักการยกย่องให้เป็น "บิดาแห่งการประชาสัมพันธ์" (The Father of Public Relations)

ไอวี ลี เสนอแนวคิดของการประชาสัมพันธ์ว่า "ไม่ควรปิดหู ปิดตาประชาชน หรือเพิกเฉยละเลยต่อประชาชน (The public not be igored) แต่ควรแถลงความจริงให้ประชาชนได้ทราบ (It should given the truth) (เสกสรร สายสีสด, 2542 : 34)

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญกับทุกหน่วยงาน ทุกองค์การ เป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการใช้กลยุทธ์ และกลวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถาบันเพื่อให้เกิดความศรัทธา ความร่วมมือ และความเข้าใจอันดีต่อกัน

คำว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" ซึ่งหากแยกศัพท์ออกพิจารณาจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์มีความกลมกลืนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับระหว่างกลุ่มชนหรือระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับประชาชน โดยพิจารณาดังนี้

Public หมายถึง กลุ่มคน หมู่คน ประชาชน

Relations หมายถึง ความสัมพันธ์ ผูกพัน เกี่ยวข้อง

ความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546 : 657) ได้ให้ความหมายว่า "ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน"

ส่วนในหนังสือศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน"

นอกจากนี้ มีผู้ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ไว้ ดังนี้

วิจตร อาวะกุล (2539 : 1) ให้ความหมายของคำว่า "การประชาสัมพันธ์" หมายถึง กระบวนการสื่อสารของสถาบันกับประชาชนหรือสังคม เพื่อเป็นการพัฒนา สร้างเสริม ฟื้นฟู ธำรงรักษาภาพลักษณ์ สร้างสัมพันธภาพอันดี ให้ได้รับการสนับสนุน รักใคร นับถือ นิยม ยกย่อง เลื่อมใส ศรัทธา เช่นเดียวกับมนุษยสัมพันธ์ของบุคคล หรือการปฏิบัติการทางจิตวิทยา

วิรัช ลภิรัตนกุล (2540 : 1) ให้นิยามความหมายของคำว่า "การประชาสัมพันธ์" ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร (Communication) หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็น และข่าวสารจากหน่วยงานหรือองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือประชามติ (Public Opinion) ที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานหรือองค์การสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงใจ โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย คือองค์การสถาบันและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืน (Harmonious Adjust) กับสังคมได้ ฉะนั้น วัตถุประสงค์สำคัญของการประชาสัมพันธ์ก็คือ การสร้างสรรค์ ความเข้าใจอันดีกับประชาชน ตลอดจนการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานเพื่อให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อหน่วยงาน และให้ความร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การสถาบัน

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหาร (Management Function) ซึ่งต้องการอาศัยการวางแผนที่ดี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีมีความเห็นอกเห็นใจ และได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนที่สถาบันเกี่ยวข้อง โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการประเมินถึงประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์การและนำมาใช้ประกอบ เป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงาน

และนโยบายขององค์การ เพื่อให้สอดคล้องกับประชามติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีเผยแพร่กระจายข่าวสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

Raymon Simon ศาสตราจารย์วิชาการประชาสัมพันธ์แห่งมหาวิทยาลัยซีราคิวส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบันและบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (special publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างฉันไมตรี รวมทั้งการประเมินปฏิกิริยาท่าทีของประชาชน

Cutlip and Center นักวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยจอร์เจีย และมหาวิทยาลัยซานดิเอโก ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากหน่วยงานไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็น และประชามติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานอย่างจริงใจ โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน และช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้

อรุณ งามดี (2521 : 13) กล่าวถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ จุดหมายปลายทางที่มุ่งให้ประชาชนเข้าใจให้การสนับสนุนร่วมมือหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานของตน การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการชี้แจงข้อเท็จจริงให้ประชาชนเข้าใจถูกต้อง

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ อาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. มีความสำคัญในฐานะสื่อเชื่อมสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับประชาชน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมรับรู้ แลกเปลี่ยน และมีการแสดงความคิดเห็นของประชาชน
2. เป็นกลไกหนึ่งในกระบวนการทำงานและพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า ทั้งยังเป็นการช่วยเสริมสร้างสังคมทางอ้อม
3. เป็นเครื่องมือขจัดความเข้าใจผิดความขัดแย้งและอุปสรรคในการทำงานของกิจการ มีการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรหรือสถาบันด้วยวิธีการต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการสื่อสารประเภทหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนอยู่ 3 ประการด้วยกันคือ

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม
2. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง
3. การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยม

การประชาสัมพันธ์เป็นกลไกหนึ่งของการบริหารเพื่อสร้างความนิยม ความเข้าใจ และการสนับสนุนจากประชาชนต่อหน่วยงาน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความพยายามของหน่วยงานเพื่อชักจูงให้ประชาชนสนับสนุนกิจการและการดำเนินงานของหน่วยงาน

การสนับสนุนจากประชาชนมีความสำคัญยิ่งในโลกปัจจุบัน ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์เพื่อความนิยมที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการที่จะได้รับการสนับสนุนจากประชาชนนั้น จำเป็นที่จะต้องได้รับความนิยมจากประชาชนเสียก่อน

ความนิยมเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดความราบรื่นและบรรลุเป้าหมาย ความนิยม จากประชาชนทำให้กิจการของหน่วยงานเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคงซึ่งทำให้หน่วยงานสามารถประสบความสำเร็จได้

2. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง

ชื่อเสียงของหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะหากมีความเสียหายเกิดขึ้น ประชาชนจะขาดศรัทธาและความนิยมหน่วยงานก็จะดำเนินงานไปด้วยความยากลำบากและไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้

ชื่อเสียงของหน่วยงานมีส่วนเกี่ยวพันไปถึงภาพลักษณ์ ฉะนั้น หน่วยงานทุกแห่งจึงต้องปกป้องและรักษาชื่อเสียงของตนไว้ให้ดีเสมอ โดยมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต เอาใจใส่ต่อประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งเป็นพลเมืองดีในทุกด้าน การป้องกันและรักษาชื่อเสียงเป็นการสร้างฐานะของหน่วยงานให้มั่นคง เพราะหน่วยงานที่มั่นคงมีชื่อเสียงดีประชาชนก็จะเลื่อมใสให้ความร่วมมือดี

การป้องกันและรักษาชื่อเสียง กระทำได้โดยการพิจารณาหาข้อบกพร่องของตนเอง ในสิ่งที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สะดวกใจแก่ประชาชน หรืออาจทำให้ประชาชนเข้าใจผิด แล้วหาทางปรับปรุงแก้ไข นอกจากนี้ ยังต้องคอยตรวจสอบดูความเข้าใจของประชาชนเป็นระยะ ๆ เนื่องจากหากชื่อเสียงเสียไป ย่อมเป็นการยากที่จะกู้ชื่อเสียงที่ดีให้กลับคืนมา

ข่าวลือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์เสียหายแก่หน่วยงาน โดยเฉพาะข่าวลือในทางร้ายแก่หน่วยงาน ข่าวลือเป็นสิ่งที่ยากลำบากต่อการแก้ไข เพราะไม่มีต้นตอแน่ชัด ฉะนั้น วิธีป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานคือต้องทำดี มีความซื่อตรง ให้บริการด้วยดี บำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม มีการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่องและเปิดเผยคุณความดีประโยชน์ในฐานะของหน่วยงานตามช่วงจังหวะที่เหมาะสมเป็นการสร้างความศรัทธา ความนิยม และความไว้วางใจของประชาชน และเป็นการป้องกันการเข้าใจผิดและเสริมสร้างเกียรติคุณ รวมทั้งรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานด้วย

3. การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี

การสร้างความเข้าใจอันดีเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการที่หน่วยงานจะบริหารและดำเนินกิจการให้เกิดผลดี ประชาชนจะต้องเข้าใจความมุ่งหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินงาน ตลอดจนวิธีการอย่างถูกต้อง เพราะจะทำให้เกิดความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน

การสร้างความเข้าใจอันดีจะต้องทำกับประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานคือ

3.1 ประชาชนภายในหน่วยงาน จะต้องมีการชี้แจงแถลงข้อเท็จจริงของหน่วยงาน เช่น นโยบาย วัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน ความเจริญก้าวหน้า และผลงานให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบเป็นระยะ ๆ

ผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานเป็นบุคคลกลุ่มแรกซึ่งมีความใกล้ชิดและเป็นกำลังสำคัญของหน่วยงานมากที่สุด ฉะนั้น จึงต้องสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นตลอดเวลา เพราะความเข้าใจอันดีจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เกิดความรักใคร่สามัคคีกลมเกลียวกัน เสริมสร้างขวัญและกำลังใจ ความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้การบริหารและการดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และมีประสิทธิภาพ ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับชั้นเข้าใจปัญหาและนโยบายของหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และมีประสิทธิภาพผู้ปฏิบัติงานทุกระดับชั้น

เข้าใจปัญหาและนโยบายของหน่วยงานไปในทิศทางเดียวกัน ปัญหาด้านการขัดแย้งและแรงงานสัมพันธ์ก็จะลดน้อยลงและหมดไปในที่สุด

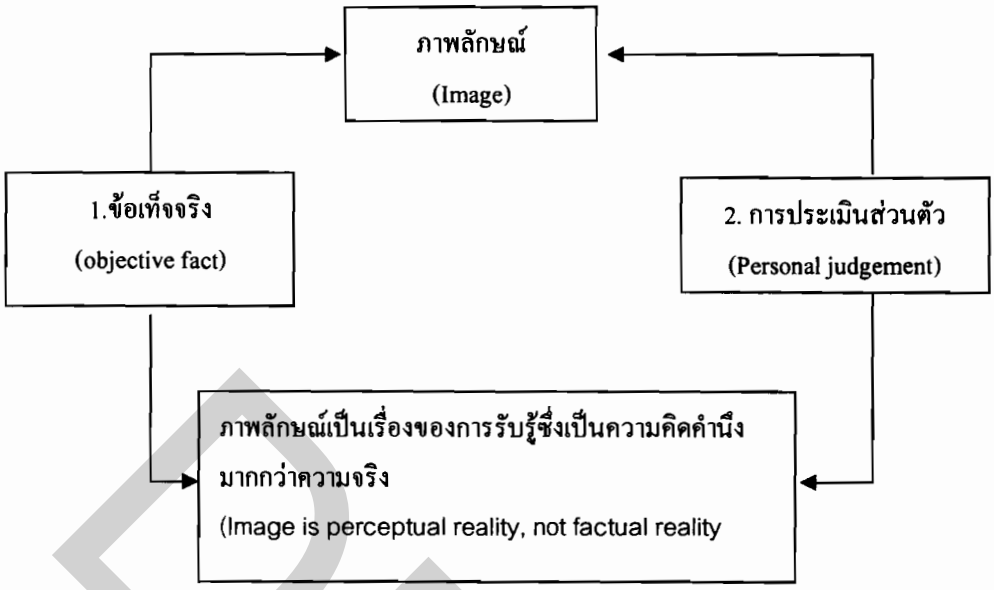
3.2 ประชาชนภายนอกหน่วยงาน จะต้องมีการสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นตลอดเวลาเพื่อความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดี

ประชาชนภายนอกหน่วยงาน อาจจะแบ่งเป็นกลุ่มย่อยได้หลายกลุ่ม บางกลุ่มก็มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานโดยตรง บางกลุ่มก็เกี่ยวข้องกับหน่วยงานทางอ้อม อย่างไรก็ตามไม่ว่าเกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อม หรือมากน้อยเพียงใด หน่วยงานจะต้องถือเป็นหน้าที่ที่จะต้องสร้างเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนเหล่านั้น เพราะความเข้าใจอันดีจะเป็นผลให้เกิดประชามติที่เป็นผลดีต่อหน่วยงาน

การสร้างความเข้าใจอันดีกระทำได้หลายรูปแบบ สำหรับประชาชนภายในอาจจะสร้างความเข้าใจด้วยสื่อแบบเผชิญหน้า (face to face) สื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ประเภทวารสารประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ส่วนประชาชนภายนอกเป็นการเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารเข้าช่วยเผยแพร่ขยายข่าวด้วย อันได้แก่ สื่อมวลชนและการจัดนิทรรศการ เป็นต้น

ภาพลักษณ์ (Image)

หากจะนิยามคำว่าภาพลักษณ์ให้ชัดเจนแล้วอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์คือข้อเท็จจริง (Objective facts) บวกกับการประเมินส่วนตัว (Personal judgedment) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล อยู่นานแสนนานยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริง (Reality) แต่เพียงอย่างเดียวแต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงด้วย



ภาพที่ 2.6 แสดงลักษณะของภาพลักษณ์
ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา (2541)

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง แม้ว่าจะเป็นสิ่งที่ฝังใจก็ตาม เราสามารถจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ได้ดังนี้

1. สามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ดีขึ้นได้ (Reinforce)
2. สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้ (Build)
3. สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้ (Change)

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดในเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาว่า นอกจากสำนักราชเลขาธิการจะมีบทบาทในกระบวนการข่าวในพระราชสำนักแล้ว สำนักราชเลขาธิการยังต้องทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ รักษาภาพลักษณ์ของสถาบันพระมหากษัตริย์ และแก้ไขความเข้าใจผิดเพื่อการธำรงรักษาและส่งเสริมให้เกิดความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

DPU

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. พรสวรรค์ อุทารวุฒิพงศ์ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน ผลการวิจัยพบว่า รัฐบาลตั้งกรมประชาสัมพันธ์ขึ้นครั้งแรกในชื่อกองการโฆษณา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่การปกครองระบอบประชาธิปไตยให้เป็นที่รู้จักและเลื่อมใสในหมู่ประชาชนชาวไทย และเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและไว้วางใจแก่นานาประเทศ

ในฐานะหน่วยงานของรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลักในการเผยแพร่นโยบายและผลงานของรัฐบาล ตลอดจนการสร้างความเข้าใจอันดีต่อรัฐบาล ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ความรู้ การศึกษา ความบันเทิง การกระตุ้นเร้า และสืบทอดมรดกทางสังคม ด้านลักษณะของงานกรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ทั้งผลิต การผลิตซ้ำ การเผยแพร่ และการบริโภค นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ยังมีบทบาท หน้าที่แฝงในการรักษาอำนาจของรัฐบาล และการครอบงำทางด้านทัศนคติและวัฒนธรรม

2. บุณยฤทธิ์ แหลมหลวง (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทของรายการถ่ายทอดพระราชพิธีและพิธีสำคัญของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ต่อการธำรงรักษาสถาบันพระมหากษัตริย์ ในวโรกาสเฉลิมฉลองพระชนมพรรษาครบ 60 ปี" ผลการวิจัยพบว่า "รายการถ่ายทอดพระราชพิธีและพิธีสำคัญของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นผลผลิตจากสื่อมวลชนของรัฐ การทำงานของรายการมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างศรัทธาและสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ซึ่งถือเป็นสถาบันหลักที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของสังคมไทย เป้าหมายขององค์กรและบุคคลากรที่ดำเนินการถ่ายทอดรายการพระราชพิธีและพิธีสำคัญล้วนมีแนวโน้มเป็นไปในทางที่สอดคล้องต้องกัน รูปแบบการนำเสนอรายการมีลักษณะผสมผสาน ทั้งแบบเป็นทางการและแบบเป็นกันเอง และยังพบว่าได้มีการเลือกสรรเนื้อหา ถ้อยคำประโยคหรือข้อความเพื่อใช้ในการนำเสนอเป็นอย่างดี ทำให้รายการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ กระบวนการสร้างความหมายของเนื้อหารายการทำหน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจถึงประวัติความเป็นมา รวมทั้งภูมิหลังของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพระราชพิธีและพิธีสำคัญ และทำหน้าที่ในการประสานสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆ ของสังคมด้วยการตอกย้ำเพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

3. สรัญญา ยุทธสารประสิทธิ์ (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ลักษณะการบริหารและลักษณะองค์กรที่ต่างกัน มีผลทำให้นโยบายการผลิตข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการบริหารเป็นแบบราชการจึงต้องเสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาสู่หน่วยงาน ต่างจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีการบริหารงานเป็นแบบเอกชน ที่มุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีชีวิตชีวา มีสีสัน เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนและความสนใจของประชาชน การเสนอข่าวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงสภาพของสังคมในขณะนั้น เสนอข่าวให้มีความน่าสนใจ และไม่กระทบกระเทือนกับข้อเท็จจริง

4. จำนรรจา ชุ่มชื่น (2547) ได้ศึกษาเรื่อง "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง : ศึกษากระบวนการแพร่กระจายความหมายในหนังสือพิมพ์ไทย ระหว่าง พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2542" โดยวิเคราะห์ลักษณะของแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอด "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" ตัวสาร คือ แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการนำเสนอ "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" ไปยังผู้รับนวัตกรรมหรือประชาชนผู้รับ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า องค์ประกอบในกระบวนการแพร่กระจายความหมายคือ ลักษณะของแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ได้แก่ แหล่งสารระดับต้นที่เป็นผู้ประดิษฐ์หรือคิดค้นนวัตกรรม คือ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และแหล่งสารระดับรองที่เป็นผู้นำความคิดที่ถ่ายทอดความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง

ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะแหล่งสารระดับรองคือผู้ถ่ายทอดความคิด ซึ่งมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ผู้นำทางความคิดที่ถ่ายทอดความหมายอย่างเดียว กับผู้นำทางความคิดที่ถ่ายทอดความหมายด้วยและนำไปสู่การปฏิบัติด้วย ลักษณะของนวัตกรรมหรือตัวสาร "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" ตามพระราชดำริ คือ แนวความคิดที่สื่อถึงพระมหากรุณาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงมีต่ออาณาประชาราษฎร์

และเมื่อพิจารณาในคุณลักษณะของความเป็นนวัตกรรมพบว่า "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" สามารถเข้ากันได้กับวิถีชีวิตแบบไทย แม้จะทำความเข้าใจได้ยากก็ตาม ก็ยังสามารถแบ่งส่วนเอาแนวทางตามที่เข้าใจไปปฏิบัติตามได้ ซึ่งสามารถเห็นผลที่เป็นรูปธรรมชัดเจนได้ ประกอบกับการเป็นนวัตกรรมที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทำให้มีการยอมรับนวัตกรรมนี้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

ส่วนช่องทางหรือสื่อที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเนื้อหา "แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง" ไปยังผู้รับสาร พบว่า สื่อมวลชนที่ถ่ายทอดสารเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติในการนำเสนอสารที่มีสาระรายละเอียดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเนื้อหาสารยากและซับซ้อน จึงต้องนำเสนอให้เห็นเป็นภาพหรือแปลสารให้จับต้องได้ จึงต้องใช้สื่อชนิดอื่น

ผู้รับสารหรือผู้รับนวัตกรรมในกระบวนการแพร่กระจายความหมายในเรื่องนี้ศึกษากลุ่มคนในเมืองที่มีสื่อให้เลือกมากมาย แต่บอกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ที่รับอ่านเป็นประจำไม่ได้ให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเท่าที่ควร ทุกคนรับรู้ว่า "เศรษฐกิจพอเพียง" เป็นพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ช่วยคนไทยให้พ้นจากปัญหาเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่นวัตกรรมในเรื่องนี้ คือ ความสำคัญของผู้ประดิษฐ์นวัตกรรมนี้ทำให้มีการยอมรับทันที ซึ่งทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมข้ามขั้นตอนจากขั้นต้นไปสู่ขั้นการยอมรับ แล้วจึงกลับมาที่ขั้นการสนใจหาข้อมูล แล้วทดลองทำในที่สุดแม้เนื้อหาจะยากก็ไม่พบผู้ปฏิเสธนวัตกรรมนี้

5. ฐากร ธรรมประทีป (2548) ศึกษาเรื่อง "สถานะและอำนาจหน้าที่ของราชเลขาธิการและสำนักราชเลขาธิการ" ซึ่งมุ่งชี้และวิเคราะห์ให้เห็นถึงบทบาทอำนาจหน้าที่ตลอดจนโครงสร้างการปฏิบัติงานของราชเลขาธิการและสำนักราชเลขาธิการที่มีภารกิจเกี่ยวงานเลขานุการในพระองค์พระมหากษัตริย์และพระบรมวงศ์ ตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 กำหนดให้สำนักราชเลขาธิการอยู่ในบังคับบัญชาของนายกรัฐมนตรี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานของรัฐอื่นดูเหมือนจะมีความเป็นอิสระ เพราะมิได้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานใดของฝ่ายบริหาร ทำให้สำนักราชเลขาธิการเป็นหน่วยงานที่มีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากหน่วยงานอื่นของรัฐในการปฏิบัติหน้าที่ 2 ลักษณะคือ การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะในบังคับบัญชาของนายกรัฐมนตรี และการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเลขานุการในพระองค์มหากษัตริย์ซึ่งเป็นงานที่มีความสำคัญยิ่ง ดังนั้นการกำหนดให้สำนักราชเลขาธิการเป็นหน่วยงานของรัฐที่อยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกันกับหน่วยราชการอื่น รวมทั้งอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของหัวหน้าฝ่ายบริหารน่าจะไม่เป็นการเหมาะสม ซึ่งอาจมีผลทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของสำนักราชเลขาธิการไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดความเป็นอิสระและเป็นกลางอย่างแท้จริงตามโครงสร้างทางปกครอง