

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทที่สำคัญของรายการโทรทัศน์ชื่อ "มองต่างมุม" ในฐานะเป็นตลาดเสรีทางความคิด ซึ่งเผยแพร่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ผู้วิจัยได้นำแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่

แนวคิด เกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

ปัจจุบัน สื่อสารมวลชนได้เข้ามามีส่วนสำคัญในฐานะที่เป็นสะพาน เชื่อมข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และการแสดงออกทางสังคม ระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนกับประชาชนทั่วไปในฐานะผู้รับสาร ดังจะ เห็นได้จากแนวคิดของ เดนิส แมคควอล (Denis McQuail:1987) ในทฤษฎี การสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ที่กล่าวถึงองค์กรผู้ผลิต สื่อมวลชน ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางสังคม ได้มีการดำเนินกิจกรรม ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (production) การผลิตซ้ำ (reproduction) และ การเผยแพร่ (distribution) ข่าวสาร และความรู้ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนทั่วไปในฐานะผู้รับสาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

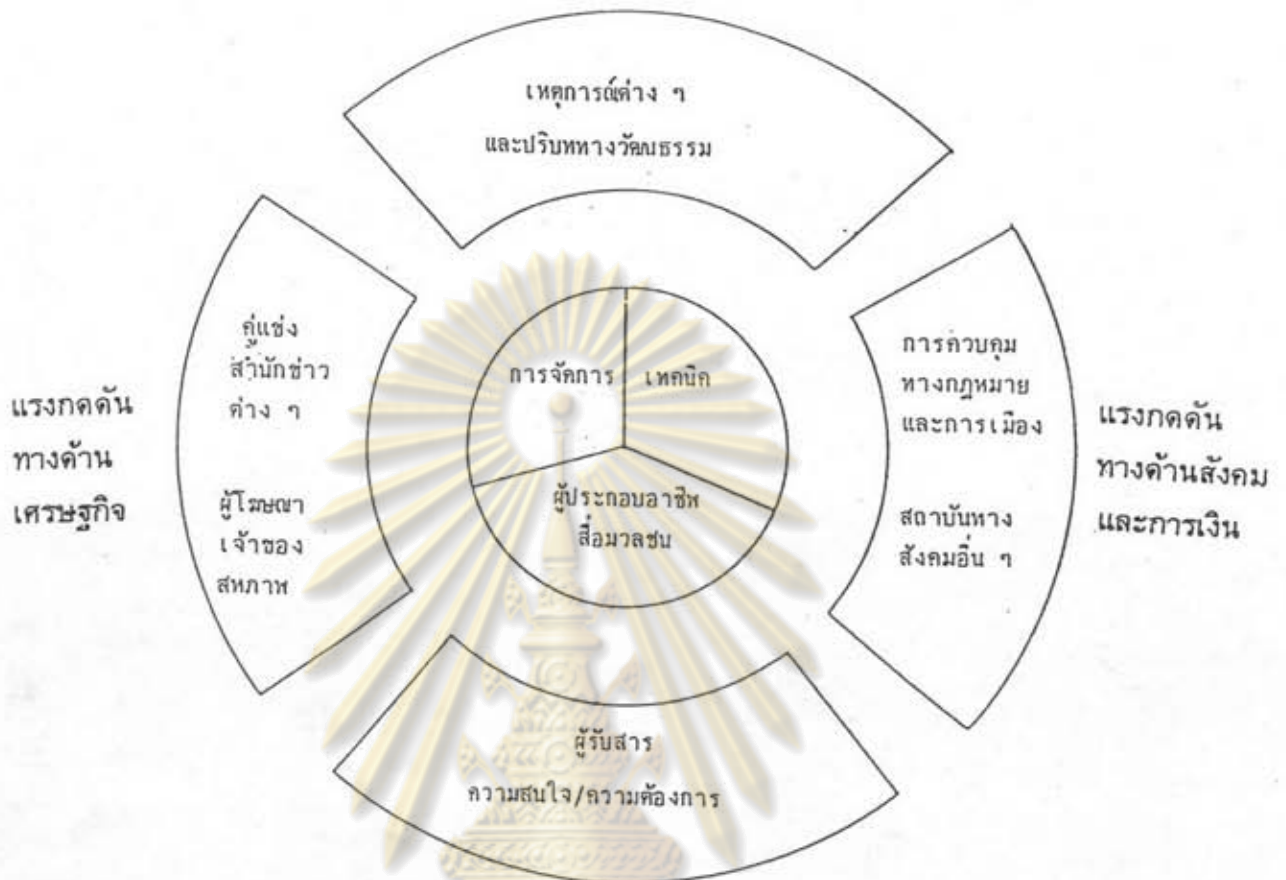
ด้วยเหตุนี้ การปฏิบัติงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จึงต้องคำนึงถึง ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทางสังคม ซึ่งอาจเป็นแรงกดดันต่อภาระหน้าที่ และเป็น การสร้างบรรทัดฐานให้ผู้ทำการสื่อสารมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่ตน

คำรองอาศัยอยู่ด้วย เราจึงมักพบเห็นอยู่เสมอว่า สื่อมวลชนแต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ฯลฯ จึงมักมีมติของตัวเอง ทั้งในแง่ของระบบการจัดการ เวลา และสถานที่ พร้อม ๆ กับยังถูกจำกัดโดยการยอมรับของกรอบต่างๆ ทางสังคม

ดังนั้น ความสัมพันธ์ในวัฒนธรรมการผลิตสื่อสารมวลชน อาจกล่าวได้ว่า บุคคลผู้ที่อยู่ในฐานะผู้สื่อสารกับมวลชน ย่อมต้องปฏิบัติงานอยู่ภายใต้กรอบนโยบายขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนที่ตนสังกัดอยู่ ในขณะที่เดียวกัน องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนก็ถูกกำหนดให้ปฏิบัติงาน หรือผลิตผลงานของตนออกมาภายใต้กรอบของสถาบันอื่น ๆ ในสังคม จึงเปรียบเสมือนว่าทุก ๆ ส่วนในสังคมได้ทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมอีกต่อหนึ่ง

เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ได้กล่าวถึง การที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนถูกควบคุมในระดับต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้น องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน จึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของมันเอง แต่จะต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางแรงกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะ เป็นภายในหรือภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติงานขององค์กร โดยสามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้ (อารยา ขันทปราบ. 2537 : 8-9)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แบบจำลองแสดงภาพขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนภายใต้แรงผลักดันทางสังคม

ที่มา : Denis McQuail. Mass Communication Theory. 2<sup>nd</sup> ed.

(London : Sage Publications', 1987)

## จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการใช้แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ในการวิเคราะห์รายการมอต่างมุม ก็เพื่อจะศึกษาว่า สถานีวิทยุทัศน์แห่งชาติแห่งประเทศไทย ช่อง 11 ในฐานะเป็นองค์กรผู้ผลิตและนำเสนอรายการนี้ ได้มีปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรอะไรบ้าง ที่มามีอิทธิพลหรือมีผลกระทบต่อการจัดและนำเสนอรายการมอต่างมุม ซึ่งเป็นสถานีของรัฐและยังอยู่ภายใต้การบริหารงานแบบระบบราชการ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ (2537) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการมอต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมอต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมรายการมอต่างมุม จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งความต้องการข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพอใจจากการใช้สื่อ

บุติกา อารีกุล (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง ผลการวิจัยพบว่า รายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง แม้ว่าจะได้มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และวิธีการนำเสนอให้มีสีสันและน่าเชื่อถือมากขึ้น ด้วยการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นกลาง และเป็นรายการของคนทุกกลุ่ม ประกอบกับรูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจ ก็ดูเหมือนจะมีวัตถุประสงค์เพื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นวันเวลา และสถานีออกอากาศที่เอื้ออำนวย แต่รายการนี้กลับไม่ได้ให้อะไรแก่ประชาชนเท่าใดนัก เมื่อเทียบกับผลประโยชน์ที่ชนชั้นนำจัดสรรแบ่งปันกันเอง เพราะรายการนี้ไม่ได้นำเสนอเนื้อหาเจาะลึกหรือช่วยให้เกิดการพัฒนาความคิดทางการเมือง เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลงาน และการแก้ไขภาพพจน์ของรัฐบาลต่อปัญหาในเรื่องต่าง ๆ บทบาทของรายการจึงมีอยู่ในขอบเขต 4 ประเด็นหลักคือ การใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล การโน้มน้ำหนักใจ การเผยแพร่และปลุกฝังอุดมการณ์และการควบคุมสังคมเพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่ผู้ปกครองประเทศ

พรสวรรค์ อุทราวุฒิพงศ์ (2535) ได้ทำการวิจัย เรื่อง บทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน ผลการวิจัย พบว่า ในฐานะหน่วยงานของรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลักในการเผยแพร่นโยบายและผลงานของรัฐบาล ตลอดจนการสร้างความเข้าใจอันดีต่อรัฐบาล ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชน กรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ความรู้ การศึกษา ความบันเทิง การกระตุ้นเร้า และสืบทอดมรดกทางสังคม ด้านลักษณะของงาน กรมประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ ทั้งการผลิต การผลิตซ้ำ การเผยแพร่ และการบริโภค นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ยังมีบทบาทหน้าที่แฝงในการรักษาอำนาจของรัฐบาล และการครอบงำทางด้านทัศนคติและวัฒนธรรม

วิชัย โวหารดี (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเขียนข่าวสารทางการเมืองในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อ. เมือง จ. บึงฉวกร พ.ศ. 2520 ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนเปิดรับข่าวสารทางการเมืองเพื่อนำไปใช้ตอบสนองความต้องการทางความรู้มากกว่าทางอารมณ์ ทั้งนี้เนื่องจากข่าวสารทางการเมืองเป็นข่าวสารที่มุ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้ทางการเมืองและปัญหาของสังคม เป็นเรื่องสำคัญต่อการดำเนินชีวิตส่วนรวม ทำให้พฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเมืองแตกต่างไปจากการรับข่าวสารประเภทอื่น ๆ ซึ่งอาจนำไปตอบสนองทางด้านอารมณ์ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายอารมณ์

ชวลีสา มากแผนทอง (2538) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุดทุ่งแสงตะวัน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1. อุทิศคิตและความมุ่งหมายขององค์กรผู้ผลิต มุ่งเน้นการสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับในระดับอาชีพ และมุ่งหวังสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม 2. คณะผู้ผลิตรายการต่างปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะที่มีการประสานงานที่ดี 3. เจื้อนใจและข้อจำกัดในการดำเนินการผลิตที่สำคัญมี 5 ประการ คือ สถานที่ถ่ายทำ ตัวละคร เวลา สถานีโทรทัศน์ และแหล่งข้อมูล

สุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์ (2537) ได้ทำการวิจัย เรื่อง บัจฉัย ที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ในประเทศไทย ปีพุทธศักราช 2536 ผลงานวิจัย พบว่า ลักษณะการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก มี 4 ประการ คือ 1. สถานีโทรทัศน์ผลิตรายการเอง 2. สถานีโทรทัศน์ร่วมกับองค์กรอื่นผลิตรายการ 3. องค์กรเอกชนดำเนินการเอง 4. องค์กรเอกชนร่วมกันดำเนินการ สำหรับบัจฉัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในประเทศไทย พุทธศักราช 2536 คือ 1. บัจฉัยภายในองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้แก่ องค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ลักษณะการนำเสนอรายการและงบประมาณ 2. บัจฉัยภายนอกองค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการ บริษัทโฆษณา สถานีโทรทัศน์ กฎระเบียบของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก นโยบายของรัฐบาล เด็กที่มีส่วนร่วมในรายการ และรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดีเด่น บัจฉัยที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ผู้สนับสนุนรายการ บริษัทโฆษณา และสถานีโทรทัศน์ ตามลำดับ

อารยา ชันทปราบ (2538) ได้ทำการวิจัย เรื่อง บัจฉัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการประเด็นทางเศรษฐกิจ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ผลการวิจัย พบว่า การผลิตรายการ "จับกระแสเศรษฐกิจ" เป็นผลกระทบมาจากบัจฉัยดังต่อไปนี้ 1. บัจฉัยด้านองค์กรผู้ผลิต ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการบริหารวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ได้กำหนดวัตถุประสงค์ให้เน้นเนื้อหาประเด็นข่าวเศรษฐกิจ ที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน 2. บัจฉัยด้านคณะผู้ผลิตรายการ คือ ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ มีประสบการณ์ในการทำข่าวไม่มากพอ และยังขาดพื้นฐานความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์โดยตรง การวิเคราะห์ประเด็นข่าวในเชิงลึกต้องอาศัยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อข่าวจะมีเสรีภาพในการสร้างสรรค์รายการโดยใช้ดุลพินิจส่วน

บุคคล ภายใต้กรอบนโยบายขององค์กร

ที่ปวีท พงษ์ไพบูลย์ (2534) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พัฒนาการของ บริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อศึกษาว่า องค์กรแบบเป็นทางการกับ องค์กรแบบไม่เป็นทางการ มีคุณลักษณะแตกต่างกันอย่างไร โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะ ศึกษาถึงปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ที่มีผลกระทบต่อการผลิตรายการ เพื่อ ดูว่าองค์กรแบบไหนมีความคล่องตัวและมีอิสระมากกว่ากัน ผลการวิจัย พบว่า บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะการดำเนินงานแบบองค์กรที่ประกอบไปด้วยผู้ ร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งถูกจัดแบ่งออกโดยระบบการแบ่งงานกันทำ(Division of Labour) และถือว่าบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็คือ องค์กรสังคมองค์กรหนึ่ง ที่อยู่ในระบบสังคมโดยรวมอีกทีหนึ่ง ดังนั้น จึงไม่สามารถดำเนินงานได้โดยอิสระ ด้วยตัวขององค์กรเอง แม้จะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับมิติทางเศรษฐกิจ การเมือง และ มิติทางสังคมอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย