

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง

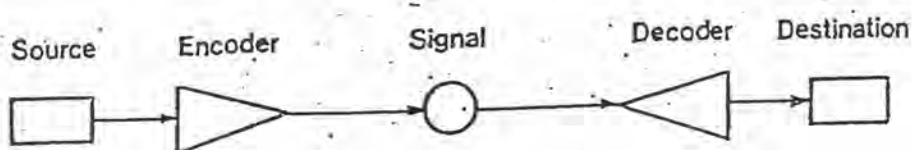
เมื่อพิจารณาแหล่งข่าวในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งในเหตุการณ์ทางการสื่อสาร ซึ่งปรากฏทั้งการกระทำและอาการแสดงทางการสื่อสารแล้ว ทฤษฎีที่สามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์เป็นพื้นฐานเบื้องต้นก็คือ ทฤษฎีการสื่อสาร อันถือว่าเป็นการพิจารณาอย่างกว้าง ๆ เพื่อบ่งแสดงถึงผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร สัมพันธภาพระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร รวมทั้งบริบทต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารนั้นเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังต้องอาศัยเกี่ยวกับการจัดองค์การ ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเมือง และแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะเด่นเชิงบริหาร เพื่อศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้าง รวมทั้งการบริหารงานสื่อสารของแหล่งข่าว ส่วนในแง่ของกระบวนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงานนั้น ผู้วิจัยจะได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับผู้รักษาประตู แนวความคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระ แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางวิชาชีพ ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รับสาร ลักษณะความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวตลอดจนแนวความคิดด้านข่าวสาร และคุณค่าของข่าวเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกระบวนการ

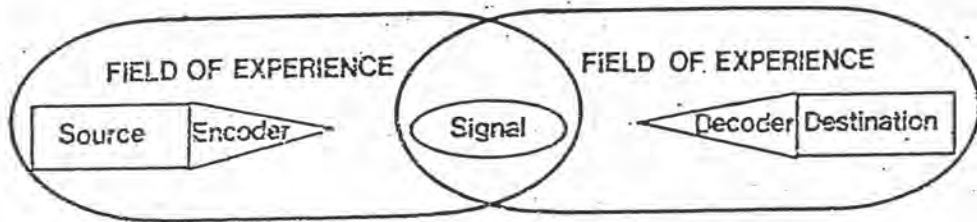
การศึกษาเรื่องการสื่อสารของมนุษย์มีวิวัฒนาการอย่างจริงจังเพียงช่วงระยะเวลากว่า 40 ปีเท่านั้น โดยในช่วงแรกเป็นแนวความคิดรวบยอดที่อาศัยแบบจำลองเชิง Linear หรือการสื่อสารทางเดียวที่ว่าด้วย ผู้ส่ง - ช่องทาง - สาร - ผู้รับ และถูกดัดแปลงอย่างรวดเร็วในระหว่างปี 1950 - 1959 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ เป็นไปตามความสนใจทั้งด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนหลายลักษณะ (สวานิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล : 2528) โดยเริ่มจากความจำเป็นที่จะต้องรวบรวมให้เห็นลักษณะของการสื่อสารให้สมบูรณ์ขึ้น เนื่องจากนักวิชาการได้พบข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดจากแบบจำลองในช่วงแรกซึ่งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อว่า ผู้ส่งสารเป็นผู้กระทำการสื่อสารไปยังผู้รับเพียงฝ่ายเดียว และผลที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสาร กระบวนการสื่อสารในยุคนี้จึงมีใช้ลักษณะ เชิงเส้นตรง หากเป็นวงจรที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ และเวียนกันไปดังที่ปรากฏในแบบจำลองของนักวิชาการต่าง ๆ เช่น

แบบจำลองของชเรมม์ (The Schramm Model)

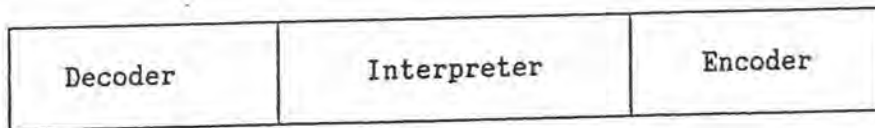
Wilbur Schramm ได้อธิบายกระบวนการสื่อสารไว้ในรูปของแบบจำลอง 4 แบบด้วยกัน (อ้างอิงใน ประมว สตะเวทิน : 2527)



ในแบบจำลองที่ 1 นั้น องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (source) ผู้เข้ารหัส (encoder) สัญญาณ (signal) ผู้ถอดรหัส (decoder) และผู้รับสาร (destination) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ผู้ส่งสารกับผู้เข้ารหัส สามารถรวมอยู่ในตัวคน ๆ เดียวกันได้ ในขณะที่ผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารก็สามารถรวมอยู่ในตัวคนอีกผู้หนึ่งได้เช่นกัน ส่วนสัญญาณ นั่นก็คือภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

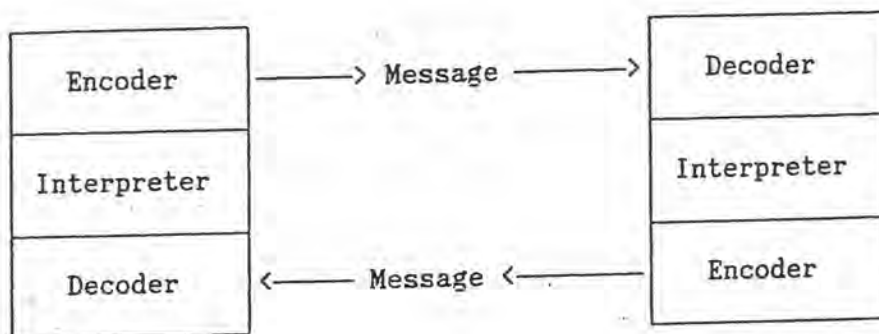


แบบจำลองแบบที่ 2 ผู้ส่งสารจะสามารถเข้ารหัสเพื่อที่จะทำการส่งสารได้เท่าที่ประสบการณ์ที่ตนเองพึงมีเท่านั้น ในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารก็สามารถถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจกับสารที่ได้รับตามประสบการณ์ที่มีอยู่เท่านั้น วงกลมสองวงที่ล้อมรอบผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงหมายถึง ขอบเขตของประสบการณ์ของแต่ละฝ่าย หากทั้งสองฝ่ายมีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันมาก การสื่อสารก็สะดวกในทางตรงกันข้าม หากไม่มีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารก็จะเกิดขึ้นไม่ได้



ชแรมม์ ได้อธิบายเพิ่มเติมตามแบบจำลองแบบที่ 3 ว่า ในกระบวนการการสื่อสารนั้นบุคคลแต่ละคนเป็นทั้งผู้เข้ารหัส และผู้ถอดรหัส ทั้งยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมายด้วย

ในแบบจำลองแบบที่ 4 ชแรมม์ได้เพิ่มองค์ประกอบในกระบวนการการสื่อสารอีก 2 องค์ประกอบคือ การสื่อสารกลับ (feedback) และ สื่อ (channel) ดังนี้



ชแรมม์ ได้สรุปว่า แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารตามที่ได้เสนอมานี้ใช้อธิบายได้ทั้ง การสื่อสารมวลชน การสื่อสารในกลุ่ม และการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วย (Schramm 1960)

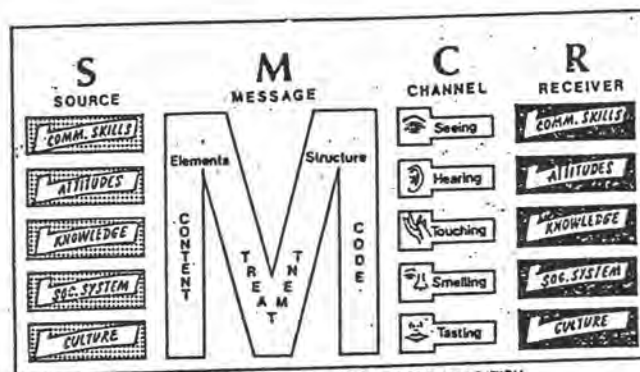
จากแบบจำลองแบบที่ 4 นี้ จะเห็นว่าชแรมม์ได้เสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบ สองทาง (Two-way Communication Process) โดยการสื่อสารกลับ (feedback) เป็นตัว แสดงลักษณะของการสื่อสารทางที่สอง

แบบจำลองของเบอร์โล (The Berlo Model)

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) ได้เขียนหนังสือชื่อ The Process of Communication เมื่อ ค.ศ. 1960 อธิบายถึงแบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร เบอร์โล กล่าวว่าในการการสื่อสารนั้นองค์ประกอบอยู่ 6 ประการคือ

1. ผู้ส่งสาร (Communication Source)
2. ผู้เข้ารหัส (Encoder)
3. สาร (Message)
4. สื่อ (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication Receiver)

เบอร์โลให้ทัศนะว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ทำหน้าที่ส่งสาร และผู้ทำหน้าที่ เข้ารหัสสามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้ รวมเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ในทำนองเดียวกันผู้ทำ หน้าที่ในการถอดรหัสและผู้ทำหน้าที่ในการรับสารก็สามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้เช่นกัน รวมเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) ดังนั้นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร ตามแนวคิดของเบอร์โลจึง สามารถสรุปได้เหลือ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) สื่อ (channel) และผู้รับสาร (receiver) แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันดีในนามของ SMCR Model นั้นเอง



A MODEL OF THE INGREDIENTS IN COMMUNICATION

2. การศึกษาในแง่ของโครงสร้างองค์การ

เมื่อองค์การหรือสถาบันถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง และดำเนินกิจการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ องค์การจึงมีอิทธิพลต่อระบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก (ผู้ส่งสารและผู้รับสาร) โดยเฉพาะองค์การที่เป็นทางการ ซึ่งมีเรื่องของชั้น (rank) อำนาจหน้าที่ (authority) ศักดิ์ศรี (prestige) ความนิยมนับถือ (esteem) เข้ามาเกี่ยวข้องกับบทบาท (role) ของบุคคลภายในองค์การด้วย ลักษณะขององค์การจึงนับได้ว่ามีส่วนสำคัญต่อวิธีการ และเหตุผลในการสื่อสาร รวมทั้งการกำหนดตัวผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตลอดจนประเภทเนื้อหาของสารที่เราจะทำการสื่อสารด้วย (ประมะ สตะเวทิน : 2528)

นอกจากนั้น การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างขององค์การยังมีความจำเป็นในแง่ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงกระแสการไหลของงาน ขอบเขตของงาน ตลอดจนกรอบที่เชื่อมโยงการทุ่มเทความพยายามจากขั้นตอนการวางแผนไปสู่ผลสำเร็จ รวมไปถึงการจัดวางช่องทางเพื่อการติดต่อสื่อสารและการตัดสินใจ (Howard M. Carlisle อ้างใน ธงชัย สันติวงษ์) หรืออีกนัยหนึ่งก็เป็นตัวโยงถึงทิศทางการไหลของการสื่อสารด้วย หากองค์การดังกล่าวมีการจัดแบ่งโครงสร้างอย่างไม่เป็นทางการ ธรรมชาติของการไหลทางการสื่อสารย่อมเป็นแบบไม่เป็นทางการด้วย ขณะเดียวกันก็เป็นสื่อ (Means) เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์การให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้งยังช่วยให้สามารถปฏิบัติให้สำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์โครงสร้างของแหล่งข่าวฯ จึงต้องอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์การดังกล่าว เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะที่มุ่งให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการด้วยระเบียบในการแบ่งขอบเขตหน้าที่งาน การแบ่งสรรทรัพยากรเพื่อการทำงานและวิธีการประสานการทำงานร่วมกันในระบบ

นอกจากการพิจารณาแหล่งข่าวฯ ในแง่ระบบของการจัดองค์การแล้ว เรายังสามารถวิเคราะห์ตามแนวทางเศรษฐศาสตร์การเมือง ซึ่งเป็นการศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสื่อมวลชน และเน้นในเรื่องที่เกี่ยวกับโครงสร้างการเป็นเจ้าของ รวมทั้งพลังทางด้านการตลาดของสื่อมวลชน ในแง่นี้ แหล่งข่าวฯ จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจ ซึ่งแม้จะมีความเกี่ยวข้องกับสถาบันทางการเมืองอย่างใกล้ชิดก็ตาม การผลิตเนื้อหาของสถาบันเหล่านี้ จะอยู่ภายใต้ความกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของเจ้าของหรือผู้ประกอบการ (Garnham : 1979) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือระบบการสื่อสารถูกกำหนดทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาจากตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคม (กาญจนา แก้วเทพ : 2530) ทั้งนี้ เพราะองค์การทุกองค์การที่เกิดขึ้นไม่ได้ตั้งอยู่โดดเดี่ยวเป็นอิสระเฉพาะตัวเอง แต่ต้องตั้งอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมซึ่งอยู่นอกตลอดเวลา ถ้าหากเอาแนวความคิดที่เกี่ยวกับระบบ (System concept) มาใช้ ก็อาจแสดงให้เห็นว่า องค์การที่มีลักษณะเป็นระบบเปิด (open system) จะมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันกับสภาพแวดล้อม

ภายนอกเสมอ ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้จะมีโอกาสหรือช่องทางต่าง ๆ สำหรับองค์การธุรกิจจะอาศัยประโยชน์ได้ แต่ในขณะเดียวกันก็จะเป็นข้อจำกัด (constraints) สำหรับองค์การธุรกิจด้วย ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ของสภาพแวดล้อมภายนอก จึงมีผลกระทบต่อชีวิตและการปฏิบัติภายในทุกองค์การอยู่ตลอดเวลา (ธงชัย สันติวงษ์ : 2530)

3. คุณลักษณะดีเด่นในเชิงบริหาร

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะดีเด่นในเชิงบริหารนี้ เป็นผลงานค้นคว้าวิจัยการบริหารงานของบริษัทอเมริกันที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างสูง ของโรมัส เจ.ปีเตอร์ กับโรเบิร์ต เอช.วอเตอร์แมน จูเนียร์ (1979) ซึ่งคุณลักษณะดีเด่นที่ได้ค้นพบมี 8 ประการ ดังนี้

1. มุ่งเน้นการปฏิบัติ (a bias for action) บริษัทดีเด่นได้มุ่งเน้นปฏิบัติอย่างจริงจังใน 3 เรื่องด้วยกันคือ การทำให้องค์กรคล่องตัว การทดลองปฏิบัติ และการทำระบบให้ง่าย

2. มีความใกล้ชิดกับลูกค้า (close to the customer) บริษัทดีเด่นได้ใกล้ชิดกับลูกค้าด้วยการใช้กลยุทธ์ด้านบริการ คุณภาพ และความเชื่อถือ รวมทั้งความเป็นนักหาช่องว่าง และการฟังความคิดเห็นของลูกค้า

3. มีความอิสระในการทำงานและความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ (autonomy and entrepreneurship) บริษัทได้ให้ความมีอิสระในการทำงานแก่พนักงานด้วยการกระจายอำนาจการดำเนินงานในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ และได้พยายามส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานช่วยกันคิดค้นสินค้าหรือบริการแปลก ๆ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมทั้งมีความอดทนต่อความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจากการทดลองคิดค้นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ อีกด้วย

4. เพิ่มผลผลิตโดยอาศัยพนักงาน (productivity through people) บริษัทดีเด่นได้ถือว่าพนักงานเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร ด้วยการปฏิบัติให้พนักงานเห็นอย่างจริงจัง เช่น ให้เกียรติและความไว้วางใจแก่พนักงานทุกระดับ รวมทั้งได้ใช้มาตรการต่าง ๆ ในด้านบวก ในการส่งเสริมจิตใจพนักงานให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานอยู่ตลอดเวลา อันเป็นผลทำให้บริษัทดีเด่นสามารถเพิ่มผลผลิตอย่างเห็นได้ชัด

5. สัมผัสงานอย่างใกล้ชิดและความเชื่อมั่นในคุณค่าเป็นแรงผลักดัน (hand-on and value driven) ผู้บริหารของบริษัทดีเด่นจะลงมาสัมผัสกับการปฏิบัติงานจริง ๆ มิใช่นั่งบริหารอยู่แต่ในสำนักงานเท่านั้น และพยายามปลุกฝังพนักงานให้มีความเชื่อมั่นในคุณค่าที่ดีต่าง ๆ เพื่อให้เกิดแรงผลักดันร่วมในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

6. ทนต่อธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวเนื่อง (stick to the knitting) บริษัทดีเด่นจะเลือกทนต่อเฉพาะธุรกิจที่ตนเองมีความถนัดหรือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจที่ได้ทำอยู่เท่านั้น เพราะมีความเชื่อว่า การทำธุรกิจที่ไม่เชี่ยวชาญมีโอกาสที่จะประสบกับความล้มเหลวได้มาก และอาจกระทบกระเทือนธุรกิจเดิมที่ได้ดำเนินการมาด้วยคืออยู่แล้ว

7. รูปแบบเรียบง่ายธรรมดา พนักงานอำนวยการมีจำกัด (simple from and lean staff) บริษัทดีเด่นได้จัดองค์การของหน่วยงานในระดับบน ด้วยการใช้รูปแบบโครงสร้างที่เรียบง่ายคือ สายงานที่จัดตามประเภทของสินค้า พร้อมกับได้กระจายอำนาจให้กับแต่ละสายงานอย่างเต็มที่ จึงทำให้พนักงานอำนวยการและหน้าที่งานในสำนักงานใหญ่มีจำนวนน้อยไปด้วย นอกจากนี้บริษัทดีเด่นยังมีความมุ่งมั่นอย่างจริงจังที่จะให้พนักงานทุกคนได้ทำงานด้านปฏิบัติการมากกว่าด้านอำนวยการ

8. เข้มงวดและผ่อนคลายในเวลาเดียวกัน (simultaneous loose tight properties) บริษัทดีเด่นได้เข้มงวดในการทำให้พนักงานเกิดความศรัทธา และเชื่อมั่นร่วมกันในคุณค่าของลูกค้า คุณภาพ บริการ การสื่อสารแบบไม่มีพิธีรีตอง การคิดค้นสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ได้ผ่อนให้พนักงานมีความอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ และได้ใช้สิ่งที่ผ่อนปรนไปให้กลับมาควบคุมการทำงานของพนักงานอย่างรัดกุม

4. การวิเคราะห์กระบวนการผลิตของแหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมัน

การศึกษาการสื่อสารมวลชนในฐานะระบบการผลิตชนิดหนึ่ง เป็นทัศนะที่เริ่มก่อตัวมาตั้งแต่การประชุม UNESCO (1969) ซึ่งเสนอให้มีการศึกษาการสื่อสารมวลชนในฐานะกระบวนการทางสังคมแบบหนึ่ง (Social Process) โดยมีใช่เป็นเพียงการถ่ายทอดข่าวสาร (Information) เท่านั้น แนวความคิดดังกล่าวเห็นความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาสถาบันการสื่อสารมวลชนทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ความเป็นมา เจเนอไซต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลโยงใยในระหว่างการสื่อสารมวลชนกับเจเนอไซเหล่านั้น รวมทั้งต้องพิจารณากระบวนการผลิตของการสื่อสารมวลชนด้วย

กาญจนา แก้วเทพ (2530 : 45) ได้กล่าวถึงการพิจารณาการสื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นกระบวนการผลิตว่า

"การผลิตสื่อนี้มีความต่อเนื่องกันเป็นข้อต่อที่ละข้อ (Chain) ของสายโซ่ ที่ทอดยาวจากผู้ส่งไปจนถึงผู้รับตลอดเส้นทางการผลิตสื่อและสารนี้. กว่าที่เหตุการณ์หนึ่งจะกลายมาเป็นข่าว กว่าที่นวนิยายเรื่องหนึ่งจะกลายมาเป็นละครวิทยุ กว่าที่บทประพันธ์ชิ้นหนึ่งจะกลายมาเป็นภาพยนตร์นั้น สื่อและสารเหล่านี้จะต้องผ่านกลไกของการเลือก (Select) การตัดทิ้ง (Reject) การละเลย (Ignore) การดัดแปลง (Adapt) และอื่น ๆ อีกอีกประการก่อนที่จะส่งถึงมือผู้รับ หรืออาจกล่าวได้ว่า ในขณะที่การศึกษาเรื่องสื่อสารมวลชนในยุคที่สองมีการเน้นแนวคิดที่ว่า ผู้รับนั้นมีกระบวนการเลือกรับ

สาร (Selective Exposure Perception) ในยุคที่สามนี้จะเห็นว่า ในด้านผู้ส่งเองก็มีการเลือกผลิตและเลือกส่งไม่แพ้กัน (Selective Production) และจำเป็นต้องให้ความสนใจในการวิเคราะห์ "ผู้ส่ง" ซึ่งอาจจะหมายความตั้งแต่เจ้าของกิจการ ตัวผู้สร้าง เรื่อยไปในทุกลำดับชั้น

กระบวนการผลิตงานของสื่อมวลชน

แม้แหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมัน จะมีช่องทางสื่อมวลชนขนาดใหญ่เพื่อการผลิตงานทางด้านสื่อมวลชนโดยเฉพาะ แต่ก็พอจะนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปขององค์การสื่อมวลชนมาประยุกต์เพื่อใช้วิเคราะห์ในแง่ขององค์การสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง que เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารกลุ่มเล็กๆ และเผยแพร่ออกไปอย่างช้า ๆ และมีความเกี่ยวเนื่องกับสื่อมวลชนประเภทอื่นในการเป็นแหล่งอ้างอิงหรือแหล่งข่าวสารด้านพลังงานน้ำมัน โดยเฉพาะ

สิ่งที่ต้องพิจารณาเป็นลำดับแรกอาจต้องพาตึงไปถึงจุดมุ่งหมายขององค์การ ซึ่งถือเป็นกรอบเบื้องต้นที่จะกำหนดบทบาทต่าง ๆ ของนักการสื่อสารภายในองค์การ ดังที่ปรากฏในการศึกษาของ Roston (1937, 1941) เกี่ยวกับผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ Washington และ Hollywood Star (อ้างใน ศิริชัย ศิริภายะ และ กาญจนา แก้วเทพ : 2531) ว่า องค์การสื่อมวลชนได้กำหนดบทบาทต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ โดยมีกลไกภายในที่ช่วยในการลดความขัดแย้งหรือความตึงเครียดที่เกิดขึ้น กลไกดังกล่าวมีลักษณะที่เป็นทั้งการควบคุม และการอบรมบ่มนิสัยทางด้านงานปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังพบอีกว่าฐานะของสมาชิกที่เป็นแกนหลักของอาชีพสื่อมวลชน มีลักษณะที่คลุมเครืออยู่สองด้าน ด้านหนึ่งเกี่ยวกับฐานะทางสังคมของบุคคลที่มีอาชีพสื่อมวลชน และอีกด้านหนึ่งเกี่ยวกับทักษะอาชีพ ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากสายอาชีพอื่น ๆ อาทิ ผู้ที่ทำงานสื่อมวลชนต้องสามารถเรียกร้องความสนใจ รู้จักรสนิยมของสาธารณชน เป็นบุคคลที่เข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้ สื่อสารได้ ทำให้คนชอบได้ และรู้จักธุรกิจสื่อมวลชนเป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วกระบวนการผลิตงานของสื่อมวลชนจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมพื้นฐาน (144 - 165) ดังนี้

1. ผลิตสารขึ้นมาใหม่และริเริ่มเผยแพร่ออกไป
2. เลือกส่งสารไปตามช่องทางของการสื่อสารที่มีอยู่
3. จัดดำเนินการกับสารที่ค้างอยู่ในกระบวนการไม่ว่าจะมาจากแหล่งใดก็ตาม เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดในการเผยแพร่

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่เกิดขึ้นเสมอ ๆ กับกิจกรรมพื้นฐานเหล่านี้ก็คือ

- ระบบการเลือกสรรงานการผลิตสื่อมวลชนและการไหลเวียนของระบบ

- การรักษาความต่อเนื่องของงานการผลิตอันจะมีผลต่อการเผยแพร่
- สร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับเกณฑ์ของการทำงานและสอดคล้องกับเทคโนโลยี
- การผลิตที่ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร

การเริ่มต้นกระบวนการผลิตงานสื่อมวลชน มักจะมีปัญหาสำคัญที่การเลือกเนื้อหา เมื่อทรัพยากรในการผลิตมากหรือน้อยเกินไป หมายความว่า นอกจากต้องพยายามเลือกเฟ้นบุคคลที่จะสร้างสารแล้วก็ต้องขจัดบุคคลที่ไม่ใช่ผู้สร้างสารอีกด้วย ลักษณะความขัดแย้งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของสื่อมวลชนนี้ Gerbner (1969) ให้ข้อเสนอแนะว่าการผลิตสารจำเป็นต้องมีการจัดการและเลือกสรรกลั่นกรอง ทั้งยังชี้ให้เห็นถึงอำนาจ (ที่แสดงออกมาในบทบาทต่างๆ กัน) ซึ่งสร้างความกดดันให้กับตัวสื่อมวลชน เป็นต้นว่าบทบาทของลูกค้าของสื่อมวลชน (ทาโฆฆา) คู่แข่งขัน (สื่อมวลชนอื่น ๆ) ผู้มีอำนาจ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางการเมืองและทางกฎหมาย) ผู้เชี่ยวชาญสถาบันอื่น ๆ และผู้รับสารของสื่อมวลชน ตามบทบาทต่าง ๆ เหล่านี้ นอกจากพยายามเข้ายึดครองสื่อมวลชนให้เป็นของตนเองแล้ว บางครั้งก็กลับเป็นแหล่งข่าวสารให้กับสื่อมวลชน ทั้งนี้แง่ของการสร้างสารหรือเป็นผู้หลีกเลี่ยงการสร้างสารด้วยจุดมุ่งหมายบางประการ

5. แนวความคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper)

ความคิดรวบยอดว่าด้วยผู้เฝ้าประตูนี้ เคิร์ท เลวิน (Kurt Lewin) นักสังคมวิทยา เป็นคนแรกที่นำศัพท์ Gatekeeper มาใช้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารว่าจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร โดยมีผู้ที่คอยทำหน้าที่ในการตัดสินใจหรือกลั่นกรองข่าวสารให้ผ่านหรือเคลื่อนต่อไปตามทิศทางที่กำหนด ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะกระทำตามกฎหมายเกณฑ์อันตรงไปตรงมา หรือกระทำตามความรู้สึกส่วนตัวของผู้เฝ้าประตูก็ได้

ชแรมม์ (Schramm) กล่าวว่า Gatekeeper เป็นผู้มีสิทธิในการเปิดหรือปิดข่าวสารที่จะส่งผ่านไปยังประชาชน เป็นเสมือนนายทวารของการรับข่าวสารของประชาชน

นายทวารข่าวสารจึงเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการสื่อสารของสังคมปัจจุบัน เพราะมีหน้าที่สำคัญในการตรวจสอบและเฝ้าสังเกตความเป็นไปของสภาพแวดล้อมในสังคม ทั้งแบบทางการ (นักข่าวบรรณาธิการข่าว ฯลฯ) และแบบไม่เป็นทางการ (ศูนย์รวมข่าวสื่อผู้มีอิทธิพลต่อการสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคม) โดยไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาเท่านั้น แต่ต้องจัดสารดังกล่าวให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการ รวมทั้งกำหนดการนำเสนอ หน่วงเหนี่ยวหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอบางส่วนบางเวลาเท่านั้น

จากข้อเขียนของ Bagdikian นักข่าวและบรรณาธิการข่าวจะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไร นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ดังนี้

1. หลักที่ยึดในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคน นั่นคือมองผู้อ่านว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยม ซึ่งยึดโดยกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ นั่นคือเขาจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้
4. ค่านิยมส่วนตัวและนิสัยแปลกๆ ของบรรณาธิการ เช่น ถ้าบรรณาธิการกลัวหรือไม่ชอบอะไรบางอย่าง เขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าวหรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์เด็ดขาด

การวิเคราะห์ที่พฤติกรรมของ Gatekeepers ส่วนมากเน้นที่การเลือกและตัดทอนข่าวสาร ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญพบว่า บรรณาธิการและนักข่าวทั่วไปเลือกเสนอข่าวสารโดยที่ไม่ได้คำนึงถึงประชาชนผู้รับข่าวสารเท่าไรนัก แม้จะได้ตระหนักถึงความต้องการและความสนใจของผู้อ่านหรือผู้ฟังบ้าง แต่ก็ยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่มาก การเลือกเสนอข่าวสารทางหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ จึงขึ้นอยู่กับการวินิจฉัยของบรรณาธิการและนักข่าวว่ามีความเหมาะสมเพียงไรและจะเป็นที่สนใจแก่ประชาชนหรือไม่ ส่วนข่าวสารที่ประชาชนต้องการหรือสนใจจริง ๆ นั้น อาจไม่มีโอกาสปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ก็ได้ ด้วยเหตุนี้จึงมักมีคำกล่าวพังเพยว่า "ข่าว" (news) ก็คือสิ่งที่บรรณาธิการหรือนักข่าวสร้างขึ้น และเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

แนวความคิดเรื่องผู้รักษาประตูที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะช่วยให้เข้าใจว่าแหล่งข่าวในฐานะผู้ส่งสารได้ทำหน้าที่เป็นผู้กลั่นกรองข่าวสารข้อมูลด้านพลังงานอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เพราะในกระบวนการผลิตสารนั้นมีการกลั่นกรองทุกขั้นตอน นับจากจุดเริ่มต้นจนถึงขั้นการเผยแพร่ และหากใช้ฐานการพิจารณาว่าการผลิตงานของสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับงานด้านข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็สามารถใช้หลักเกณฑ์การผลิตสารสนเทศด้านพลังงานได้ด้วย เพราะสารที่เผยแพร่จากแหล่งข่าวๆ ก็อยู่ในรูปของข่าวเป็นส่วนใหญ่

6. การกำหนดเรื่องพิจารณา (Agenda setting)

การกำหนดเรื่องพิจารณา เป็นแนวคิดที่มีสมมุติฐานเกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชนในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา แนวความคิดนี้ได้รับความนิยมมากในช่วงหลัง ๆ นักวิจัยชาวอเมริกันชื่อว่า มิลคอสม์ แมคคอมส์ และโดเนลต์ ซอว์ (1972, 1976) ได้ให้ทัศนะ (1976) ว่า "ผู้รับสารไม่เพียงแต่เรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะและเรื่องราวอื่นๆ ผ่านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังเรียนรู้ถึงว่าจะให้ความสำคัญของประเด็นปัญหาหรือหัวข้อหนึ่ง ๆ มากน้อยเพียงไร จากการที่สื่อมวลชนได้เน้นเอาไว้ ซึ่งความสามารถหรืออิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงความคิดในหมู่ปัจเจกชนนี้ นับเป็นลักษณะสำคัญมากอย่างหนึ่งของอำนาจของสื่อมวลชน" (สวินด์ ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล : 2528)

บุญเลิศ ศุภคิลก (2518: 30-37) กล่าวถึงทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดเรื่องพิจารณาที่ว่า คล้ายกับการเรียนรู้ทางการเมือง (political socialization) ซึ่งการวิเคราะห์วิวัฒนาการของความคิด (cognitions) เกี่ยวกับปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยเน้นความสำคัญของหน้าที่ในด้านข่าวสาร (information) มากกว่าหน้าที่ในทางชักจูงใจ (persuasion) นอกจากนั้นยังถือว่า สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดเรื่องหรือหัวข้อเกี่ยวกับปัญหาตลอดจนประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ให้ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไปได้รับทราบและตระหนักถึงปัญหา หรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดในสื่อ่นั้น

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเรื่องพิจารณาส่วนใหญ่ จึงศึกษาในประเด็นหัวข้อทางการเมือง และผลที่ออกมาที่ล้วนแต่แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีพลังสำคัญมากในการกำหนดวาระ (agenda setting) โดยเป็นผลในแง่ของความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดเห็น ไม่ใช่ผลทางด้านทัศนคติ หรือพฤติกรรมที่เกิดจากการสั่งสมในระยะยาว (พีระ จีระโสภณ : 2530) ซึ่งในเรื่องนี้ เบคเกอร์, แมคคอมบส์ และแมคเคลอยด์ (Becker, McCombs and Mcleod 1975: 39) ได้อธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวการศึกษา การกำหนดเรื่องพิจารณา และการเปลี่ยนทัศนคติ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมของสื่อมวลชน (media environment) จะเป็นตัวเร้าหรือสาเหตุให้เกิดพฤติกรรมของสื่อมวลชน (media behavior)
2. พฤติกรรมของสื่อมวลชน (media behavior) หมายถึง การเลือกและเสนอข่าวสารหรือวิธีการโน้มน้าวใจแล้วแต่กรณี ซึ่งจะก่อให้เกิดการตอบสนองจากมวลชนกลุ่มเป้าหมาย (audience response)
3. การตอบสนองจากมวลชนกลุ่มเป้าหมาย (audience response) ในขั้นแรกจะปรากฏในรูปของการพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงความคิด (cognition) และทัศนคติ (attitude) และหลังจากนั้นจะมีการตอบสนอง (response)
4. การตอบสนอง (response) ได้แก่ การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ในด้านของการกำหนดเรื่องพิจารณา จะเห็นว่าการตอบสนองของมวลชนกลุ่มเป้าหมายในระดับแรก หรือผลตอบสนองในระยะสั้น จะเป็นในรูปของความคิด (cognition) ได้แก่ ความเชื่อ และความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ลักษณะนี้จะซ่อนเร้นอยู่ภายในตัวของบุคคล

ในการศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดเรื่องพิจารณา ส่วนใหญ่จะเน้นที่ระดับความคิด หรือความเชื่อพื้นฐานทั่วไป เพราะสามารถสังเกตหรือวัดได้ง่าย และเชื่อว่าเป็นผลสืบเนื่องโดยตรงจากข่าวสารทางสื่อมวลชน ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับผลการตอบสนองในระยะยาว (subsequent audience

response) นั้น เป้าหมายที่สำคัญที่สุดท้ายคือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลจากแบบจำลองนี้ ข้อสันนิษฐานที่สำคัญประการหนึ่งคือ การพัฒนาทางด้านความคิด (cognition) ของคนมีส่วนสัมพันธ์กับการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ดังนั้น ถ้าการสื่อสารสามารถช่วยพัฒนาความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งย่อมมีผลในการพัฒนาพฤติกรรมในเรื่องนั้นของบุคคลด้วย

7. แนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญด้านข่าวสาร

ในปี 1972 มหาวิทยาลัย Pittsburgh ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดแบ่งหน้าที่และการดำรงตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญทางด้านข้อมูลข่าวสาร โดยสำรวจจากสถาบันทางการศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ตลอดจนหน่วยราชการต่าง ๆ ประมาณ 3,000 แห่ง ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีการจัดลำดับหรือประเภทของผู้รับผิดชอบทางด้านข่าวสารในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ (Debons, Horne และ Cronenweth : 1988)

1. เป็นนักทฤษฎีหรือนักวิทยาศาสตร์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลต่างๆ เช่น ด้านกฎหมาย จิตวิทยา และสังคมวิทยา เป็นต้น
2. เป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดระบบข่าวสาร ตลอดจนทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางในการ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับระบบข่าวสารขององค์กร
3. เป็นผู้ประสานงานด้านข้อมูลระหว่างผู้มีอำนาจตัดสินใจและผู้ที่มีความรอบรู้ในด้านต่างๆ
4. เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่กำกับ ดูแล และควบคุมระบบข่าวสารซึ่งประกอบไปด้วยบุคคล การได้รับข้อมูล การถ่ายทอด ตลอดจนกระบวนการที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมทั้งการประสานเกี่ยวกับระเบียบและวิชาการปฏิบัติงานต่างๆ ด้วย

หลังจากที่มีการศึกษาเพิ่มเติมในปี 1981 (Debons : 1981) จึงได้ผนวกลักษณะของผู้เชี่ยวชาญด้านข่าวสารเพิ่มขึ้นอีก 2 ประเภทคือ

1. ผู้บริหารสารสนเทศ มีหน้าที่ในการวางแผน พัฒนา และควบคุมข้อมูลข่าวสารตลอดจนวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร
2. นักการศึกษาหรือผู้ฝึกอบรม มีหน้าที่ในการจัดวางแผน การฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารข้อมูลในระดับต่าง ๆ

นอกจากการวิเคราะห์ความเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านข่าวสารแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงบุคคล

ผู้ประกอบงานพื้นฐาน ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องในฐานะที่เป็นนักการสื่อสารส่วนหนึ่งของผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ กล่าวคือ ได้มีการศึกษาครอบคลุมไปถึงผู้ร่วมงานของกระบวนการผลิตข่าวสารความรู้ด้วย ซึ่งสามารถจัดแบ่งประเภทตามลักษณะของงานได้เช่นเดียวกัน ดังนี้

1. ผู้ทำหน้าที่ขนส่งเคลื่อนย้ายข้อมูลความรู้ (transporter) โดยปราศจากการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข่าวสารใด ๆ ทั้งสิ้น
 2. ผู้ทำหน้าที่เสมือน "หม้อแปลง" (transformer) มีการปรับเปลี่ยนเฉพาะรูปแบบของข่าวสาร โดยไม่รวมถึงสาระหรือเนื้อหา (เช่น เลขๆ ซึ่งทำหน้าที่ติดต่อธุรกิจตามคำสั่ง โดยนำข้อมูลในรูปของตัวเลข มาแปลงเป็นจดหมายที่สมบูรณ์แบบ)
 3. ผู้ทำหน้าที่เก็บรักษาข้อมูล (routine processor) ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงทั้งเนื้อหาและรูปแบบเพื่อการเก็บรวบรวมได้
 4. ผู้ทำหน้าที่พิจารณาการเก็บรวบรวมข้อมูล (discretionary processor) ทำหน้าที่คล้ายกับผู้เก็บรักษาข้อมูล แต่เพิ่มบทบาทในการคัดเลือกหรือจัดระเบียบในการปรับปรุงหรือประเมินเนื้อหา
 5. ผู้บริหารข้อมูลความรู้ (managerial processor) ที่ได้รับมาอย่างหลากหลายและดำเนินการผลิตหรือกลั่นกรองให้สั้นกระชับในลักษณะต่าง ๆ ตามความจำเป็น หรือเพื่อความเหมาะสม ทั้งนี้ มักเป็นข้อมูลที่ได้รับมาจากสายการบังคับบัญชาที่เหนือกว่า
 6. ผู้แปลความ (interpreter) ซึ่งสามารถรับเปลี่ยนแปลงความรู้ทั้งในด้านรูปแบบและสาระ โดยพยายามรักษาไว้ซึ่งความถูกต้องตามเนื้อหาต้นฉบับให้มากที่สุด
 7. ผู้วิเคราะห์สาร (analyzer) โดยอาศัยวิจรรณญาณ ไหวพริบและทักษะเพื่อเป็นการขยายเนื้อหาในเชิงสนับสนุนบ้าง หรือใกล้เคียงกับสารเดิมที่ได้รับมา
 8. ผู้สร้างสรรค์สาร (original creator) เป็นผู้รวบรวมความรู้ที่ได้รับมาทั้งหมดจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อทำการสังเคราะห์และสร้างสรรค์สารตามพื้นฐานวิชาชีพ (ด้านการสื่อสาร)
8. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวสารกับผู้รับสาร

ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ (2531 : 278-279) กล่าวถึงทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชนอีกหลายทฤษฎี ที่พยายามจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในระดับ

ปัจเจกบุคคล เช่น ทฤษฎีที่เชื่อว่าแหล่งข่าวสารนั้นเป็นตัวโน้มน้าวให้เกิดผลลัพธ์บางประการตามมาซึ่งผลการศึกษาก็อาจจะสะท้อนให้เห็นถึงสถานะของแหล่งข่าว French & Raven ให้กรอบแนวคิดว่ามีรูปแบบของความสัมพันธ์ทางการสื่อสารที่ผู้ส่งสารสามารถใช้อำนาจทางสังคมที่ตนมีอยู่แล้ว มาสร้างอิทธิพลที่ทำให้ผู้รับยอมรับได้อย่างน้อย 5 แบบ โดยมีสมมุติฐานเบื้องหลังว่า อิทธิพลของสื่อนั้นก็คือการแสดงอำนาจอย่างหนึ่ง ซึ่งจะทำให้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติบางประการของตัวผู้ใช้อำนาจเองได้แก่

- การให้รางวัล : ความสามารถที่จะสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้รับสารจากการใช้สื่อได้
- การใช้กำลังบังคับ : การใช้มาตรการในทางลบ ในกรณีที่ผู้รับไม่ยอมทำตาม
- การเป็นแหล่งอ้างอิง : ลักษณะอันดึงดูดใจหรือข้อเสียของผู้ส่ง
- อำนาจความชอบธรรม : ความเชื่อแบบ "ชอบธรรม" ที่จะเชื่อฟังและทำตามผู้ส่งสารได้
- อำนาจในการเป็นผู้ชำนาญการ : ผู้ส่งหรือแหล่งข่าวสารมีความรู้ดีในเรื่องนั้น ๆ และผู้รับให้การยอมรับในความรอบรู้ดังกล่าว

9. แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ซึ่งนักวิชาการด้านการสื่อสารได้สรุปถึงคุณลักษณะที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารไว้หลายประการดังนี้ (Schement & Lievrow : 1987)

ความรู้และความสามารถ

ผู้ส่งสารที่จะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสารโดยทั่วไป มักจะเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถซึ่งพิจารณาจากปัจจัยหลายประการ เช่น ระดับการศึกษา ความใกล้ชิดกับข้อมูล และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในระดับสูงดังกล่าว หากไม่สามารถที่จะแสดงออกซึ่งความคิดอ่านให้บุคคลอื่นเข้าใจได้ ก็อาจจะได้รับความเชื่อถือเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น

บุคลิกหรือความประพฤติของแหล่งข่าว

เงื่อนไขทางด้านบุคลิกหรือความประพฤตินี้ไม่สามารถวัดกันได้ที่ระดับความรู้ ตลอดจนบุคลิกใด ๆ เนื่องจากเป็นเรื่องรายละเอียดที่เจาะลึกถึงธรรมชาติของตัวบุคคล กรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าความประพฤตินี้ผลต่อความน่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง ได้แก่ ภาพยนตร์ของรัฐบาลอเมริกันก่อนปี ค.ศ. 1960 เมื่อรัฐบาลบริหารงานในลักษณะตรงข้ามกับนโยบายที่เคยแถลงไว้ และทำให้ประชาชนเลิกเชื่อถือในตัวประธานาธิบดีโดยตรง



ความเยือกเย็นสุขุม

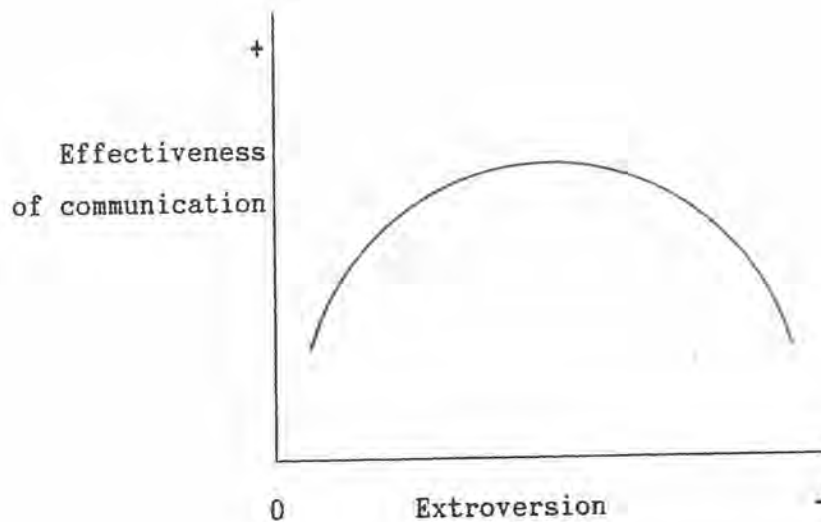
ผู้ที่สามารถรักษาความสงบเยือกเย็นไว้ได้ภายใต้ความกดดันของสถานการณ์ต่าง ๆ ย่อมได้รับความสะดวกใจมากกว่าผู้ที่มีอารมณ์หุนหันพลันแล่น ดังเช่นความพ่ายแพ้ในการชิงตำแหน่งประธานาธิบดีของวุฒิสมาชิก Muski ในปี 1972 นั้น บรรดานักวิเคราะห์ทางการเมืองได้ให้ทัศนะว่า เป็นเพราะเขาไม่สามารถควบคุมอารมณ์ได้เมื่อถูกสื่อมวลชนโจมตีเกี่ยวกับภรรยาของเขานั่นเอง

ความเป็นกันเองหรือความสามารถในการเข้าสังคม

มนุษย์เรามีแนวโน้มที่จะใช้เวลาในการสื่อสารกับผู้ที่แสดงว่าเป็นพวกห้องเดียวกัน ดังที่ปรากฏในรายงานวิจัยจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการโน้มน้าวหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติในด้านต่าง ๆ เช่น การเมือง การโฆษณา รวมทั้งด้านความคิดอ่านทั่วไป โดยแสดงออกมาในรูปของการสนับสนุนหรือให้ความช่วยเหลือเป็นส่วนใหญ่ แนวความคิดดังกล่าวนิยมใช้กันมากในแวดวงทางการเมือง

ความรู้สึกเปิดเผย

บุคคลที่มีลักษณะเปิดเผยไม่ลึกลับหรือซ่อนเร้นบางสิ่งบางอย่าง ย่อมสามารถควบคุมสถานการณ์การสื่อสารไว้ได้ หากความรู้สึกที่เปิดเผยเกินไประวากับเก็บเรื่องราวใด ๆ มิได้ ก็อาจทำให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่ายและกลายเป็นผลเสียต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของตนได้เช่นเดียวกัน



แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเปิดเผยกับประสิทธิภาพในการสื่อสาร

10. แนวความคิดเกี่ยวกับข่าวสารและคุณค่าของข่าว

ข่าวสารนับเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่มีการแลกเปลี่ยนกันมาแต่ครั้งโบราณกาลแล้ว ซึ่งในสมัยก่อนนี้ยังจัดว่ามีลักษณะพิเศษในแง่ของสาระประโยชน์ หากปัจจุบันข่าวสารถูกจัดเป็นสินค้าที่มีการซื้อขายกันเต็มรูปแบบเช่นเดียวกับสินค้าทั่ว ๆ ไป

การซื้อขายข่าวสารดังกล่าวมีทั้งที่อยู่ในรูปของวัตถุดิบเพื่อการผลิต และเป็นสินค้าสำเร็จรูปเปิดเสรี ข่าวดังกล่าวในสมัยนี้จึงมีฐานะเป็นนวัตกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่ผิดแผกไปจากสินค้าอื่น ๆ โดยเฉพาะในแง่ความคงทนถาวรและการบริโภคที่ไม่รู้จักหมด ทั้งนี้นักวิชาการด้านการสื่อสารได้สรุปถึงธรรมชาติของข่าวสารไว้ภายใต้บริบทต่าง ๆ (Schement and Lievronw : 1987) คือ

- Information as a Commodity
- Information as Energy
- Information as Communication
- Information as Facts
- Information as Data
- Information as Knowledge

Turner Catiedge แห่งหนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทมส์ ให้คำจำกัดความง่าย ๆ ของ "ข่าว" ว่า "ข่าวคือสิ่งใดก็ตามที่เราไม่รู้เมื่อวานนี้"

จากนิยามนี้ชี้ให้เห็นว่าข่าวมีความเกี่ยวข้องกับสารสนเทศใหม่ หรือการรายงานบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่และเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นเรื่องระดับโลก ระดับชาติ หรือมีข้อจำกัดโดยสภาพภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และความสนใจอื่น ๆ

คุณค่าของข่าวจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งรวมถึงสถานที่เกิดเหตุการณ์อันสัมพันธ์กับผู้รับสาร ผลกระทบในวงกว้าง จุดเด่นที่เกี่วข้องกับเหตุการณ์ ตลอดจนการแข่งขันของข่าวอื่นในช่วงเวลาเดียวกัน (Herriess Johnson อ้างใน เมตตา กฤติวิทย์ : 2530)

ชวรัตน์ เชิดชัย (2521 : 9-10) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของข่าวซึ่งพอจะนำมาใช้ในการพิจารณาถึงการผลิตข่าวสารของแหล่งข่าวฯ ได้ ดังนี้ คือ

ความถูกต้อง ข่าวต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่มีความถูกต้อง ซึ่งนอกจากจะเป็นความถูกต้องเกี่ยวกับเนื้อหา เรื่องราวของข่าว ชื่อ วันเดือนปี ที่อยู่ รายละเอียดอื่น ๆ แล้ว ยังหมายความรวมถึงวิธีการประกอบเนื้อหาเหล่านั้นในรูปของข่าว เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข่าวสารที่ถูกต้องแน่นอน

ความสมมูลย์ หมายถึงการเลือก การจัดรวบรวมข้อเท็จจริงเข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ทุกแง่มุม ไม่มีส่วนใดขาดหายหรือส่วนใดเกินความจำเป็น เพื่อให้เหตุการณ์ในข่าวมีความหมายเหมาะสมทั้งในแง่ของการเป็นข่าว ความสัมพันธ์ระหว่างข้อเท็จจริงต่าง ๆ กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อสาระของข่าวทั้งหมด

ความเที่ยงตรง ข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มิใช่เหตุการณ์ตามทรรศนะของบุคคลผู้มีโอกาส แต่ในฐานะที่เป็นผู้สื่อข่าว การรายงานข่าวใด ๆ จะต้องกระทำด้วยความเที่ยงธรรมเสมอ และบางครั้งเหตุการณ์ในข่าวอาจมีความสลับซับซ้อนเกินกว่าผู้อ่านจะเข้าใจได้ การรายงานข่าวอย่างธรรมดาอย่ามไม่เพียงพอ จึงต้องมีลักษณะเป็นการให้คำอธิบายเพื่อช่วยให้อ่านเข้าใจข้อเท็จจริงและภูมิหลังของข่าว

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาการขาดแคลนน้ำมันที่เกิดขึ้นในปี 2524 นับเป็นวิกฤตการณ์ด้านพลังงานที่รุนแรงที่สุดเท่าที่เคยผ่านมาก และก่อให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก สำหรับประเทศไทยในช่วงวิกฤตการณ์ดังกล่าว หนังสือพิมพ์และนิตยสารได้ให้ความสนใจและรายงานเรื่องราวค่อนข้างสูง ดังนั้น สุกัญญา ตีระวนิช (2527 : 79-81) จึงได้ทำการวิจัยเรื่อง "สิ่งพิมพ์กับปัญหาพลังงาน" ขึ้น ในรูปของการวิเคราะห์สาร (Content Analysis) ซึ่งได้คัดเลือกเฉพาะสถาบันปัญหาพลังงานอันเป็นปัญหาสำคัญของประเทศ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของหนังสือพิมพ์

ผู้วิจัย พบว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารได้รายงานข่าวมากกว่าจะชักจูงให้ประหยัดพลังงานหรือชี้แจงถึงความจำเป็นในการประหยัดพลังงาน การใช้ภาษาในการรายงานข่าวหนังสือพิมพ์รายวันจะไม่ใช้ภาษาที่เร้าอารมณ์ แต่การรายงานข่าวนิตยสารซึ่งอยู่ในรูปของสรุปข่าว มีการสอดแทรกความคิดเห็น เสียสละและใช้อารมณ์ขัน ส่วนคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์รายวันประเภทประชาชนนิยมเขียนอย่างเร้าอารมณ์ ทั้งวิจารณ์และเสียสละการแสดงความคิดเห็น บางครั้งยกข้อมูลขึ้นมา โดยไม่ระบุว่ามีข้อมูลนั้นมาจากที่ใด ส่วนการที่จะจับประเด็นใดมาเสนอ เสนออย่างไร เมื่อใด หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะกระทำไปโดยเอกเทศของตัวเอง

ทฤษฎี แนวคิดต่าง ๆ ตลอดจนผลงานวิจัย ซึ่งได้นำมาทบทวนไว้ข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจะใช้เป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในบทที่ 4 และ 5 ตามลำดับต่อไป