บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง "บทบาทของดาวเทียมไทยคม ในฐานะดาวเทียมแห่งชาติของไทย" นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์และแนวคิดเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาไว้ 4 แนวคิด ได้แก่

1. เกณฑ์เรื่องวัตถุประสงค์ของดาวเทียมไทยคม
2. เกณฑ์เรื่องลักษณะกำหนดของสื่อกระจายเสียง
3. แนวคิดเรื่องเสรีภาพในการกระจายเสียง (Freedom of Broadcasting)
4. แนวคิดเรื่องแบบแผนใหม่แห่งการไหลของรายการโทรทัศน์ (New Patterns of Television Flow)

แนวคิดทฤษฎี

1. เกณฑ์เรื่องวัตถุประสงค์ของดาวเทียมไทยคม

ตามมติของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2534 (โดยนายอานันท์ ปันยารชุน ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี และนายนุกูล ประจวบเหมาะ ดำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม) ได้ให้ความหมายของโครงการดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศของไทย ในฐานะโครงการของประเทศ (National Project) หรือ "ดาวเทียมแห่งชาติ" ไว้ว่า ประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ ได้แก่

1. เป็นดาวเทียมสื่อสารดวงแรกของไทย อันเอื้อต่อการเติบโตของวงการการสื่อสารผ่านดาวเทียมของไทย

2. เป็นดาวเทียมสื่อสารที่อยู่ภายใต้สัญญากับกระทรวงคมนาคมแบบ BTO (หมายถึง "Built"-ผู้รับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการจัดสร้าง, "Transfer"-ผู้รับสัมปทานยอมให้ดาวเทียมทุกดวงและสถานีควบคุมดาวเทียมรวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการวงจรดาวเทียม ตกเป็นกรรมสิทธิ์ของกระทรวงคมนาคม และ "Operate"-กระทรวงคมนาคมมอบดาวเทียมและอุปกรณ์ภาคพื้นดินดังกล่าวให้ผู้รับสัมปทานครอบครองเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ)

3. ดาวเทียมและอุปกรณ์ภาคพื้นดินถือเป็นกรรมสิทธิ์ของชาติ โดยรัฐบาล (กระทรวงคมนาคม) เป็นเจ้าของโครงการ ซึ่งในฐานะผู้ให้สัมปทานนั้น กระทรวงคมนาคมจะให้สิทธิคุ้มครองแก่ผู้รับสัมปทานเป็นระยะเวลา 8 ปี ให้ผู้ใช้ดาวเทียมเพื่อการสื่อสารภายในประเทศไทยทั้งหมดเปลี่ยนมาใช้ดาวเทียมของประเทศไทยดวงดังกล่าว[1]

ในด้านของผู้รับสัมปทานโครงการดาวเทียมแห่งชาติคือ บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ยังได้แถลงวัตถุประสงค์ของดาวเทียมไทยคมไว้ด้วย โดยพตท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร ประธานกลุ่มบริษัทชินวัตร ได้กล่าวไว้ในวาระการจัดส่งดาวเทียมไทยคม 1 ขึ้นสู่วงโคจรว่า "ผมมีความฝันที่จะให้ไทยมีดาวเทียมเป็นของตัวเองมา 3-4 ปีแล้ว เพื่อเป็นศักดิ์ศรีของประเทศ เพราะประเทศในเอเชียมีดาวเทียมน้อยมาก ดาวเทียมเป็นหัวใจสำคัญในการแข่งขันกับนานาชาติ หากเกิดภาวะคับขันจะสามารถพึ่งพาตนเองได้ ที่สำคัญคือ จะช่วยพัฒนาการศึกษาให้กับผู้ด้อยโอกาสในชนบท เพื่อให้คนในประเทศไทยมีคุณภาพคุณธรรมมากขึ้น ซึ่งบริษัทได้จัดตั้งมูลนิธิไทยคมขึ้นเพื่อดำเนินการเรื่องนี้แล้ว และสิ่งที่อยากเห็นอีกประการหนึ่งคือ อยากให้มีผู้มาใช้บริการมากๆ เพราะดาวเทียมไทยคมมีคุณภาพเหนือดาวเทียมดวงอื่นในเอเชีย"[2]

นอกจากนั้น บริษัท ชินวัตรแซทเทลไลท์ จำกัด ผู้ดำเนินกิจการดาวเทียมไทยคม ยังได้แถลงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของดาวเทียมไทยคมไว้ดังนี้

1. เป็นชื่อเสียง เกียรติภูมิของประเทศไทย และมีผลต่อประโยชน์ในด้านความมั่นคงของชาติ

โดย ดร.นงลักษณ์ พินัยนิติศาสตร์ ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการของบริษัท ชินวัตรแซทเทิลไลท์ จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยว่า ดาวเทียมไทยคมจะมีประโยชน์ด้านการเป็นสื่อกลางในาารเผยแพร่วัฒนธรรม ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและ

---

[1] ส่วนกิจการอวกาศ สำนักนโยบายและแผนการขนส่งและสื่อสาร กระทรวงคมนาคม, 24 กันยายน 2542)

[2] มติชน (9 ธันวาคม 2536).

รวดเร็ว จากประเทศไทยไปยังต่างประเทศ จากเดิมที่ต่างประเทศเป็นฝ่ายเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อมายังประเทศไทยเพียงฝ่ายเดียว[3]

2. เป็นก้าวสำคัญที่นำประเทศไทยไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีทางอวกาศ

3. กระตุ้นให้เกิดการคิดค้น การประยุกต์ใช้งานใหม่ๆ ตลอดจนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของดาวเทียมและการสื่อสารอื่นๆ

4. ทำให้ประเทศไทยพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น เพราะการสื่อสารของชาติจะไม่อยู่ในมือของต่างชาติอีกต่อไป สามารถให้บริการช่องสัญญาณดาวเทียมในท้องถิ่นโดยคนไทยเอง ทำให้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นในการติดต่อและให้บริการ และกำหนดทิศทางในการพัฒนาการสื่อสารผ่านดาวเทียมได้มากขึ้น

5. สามารถสงวนเงินตราต่างประเทศในการเช่าใช้ช่องสัญญาณดาวเทียมของต่างประเทศ และยังสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้จากการให้ต่างประเทศเช่าช่องสัญญาณบางส่วน

6. มีช่องสัญญาณหรือทรานสปอนเดอร์สำหรับประเทศไทยมากขึ้น

7. "ไทยคม" เป็นดาวเทียมสื่อสารของประเทศไทยเองซึ่งออกแบบมาใช้งานที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยมากขึ้น เช่น มีความแรงของสัญญาณดีกว่าดาวเทียมอื่น ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก และคุณภาพดีกว่า

8. พื้นที่บริการครอบคลุมเชื่อมโยงประเทศไทยเข้ากับประเทศสำคัญหลายแห่ง ทำให้การสื่อสารระหว่างประเทศสะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจต่อเนื่องตามมาด้วย

9. เป็นครั้งแรกที่จะมีการใช้ความถี่ย่าน Ku-Band ในประเทศไทย ซึ่งมีความถี่สูง เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับเทคนิคการบีบอัดสัญญาณ (Digital Compression Technology - MPEG 2) แล้วจะทำให้สามารถส่งจำนวนช่องสัญญาณได้มากถึง 4-8 ช่อง ต่อ 1 ทรานสปอนเดอร์ (ในขณะที่ระบบอนาล็อกสามารถส่งได้ 1 ช่อง ต่อ 1 ทรานสปอนเดอร์) และเนื่องจาก Ku-Band มีความถี่สูงมาก ผู้รับจึงสามารถรับสัญญาณได้โดยใช้จานรับสัญญาณดาวเทียมขนาดเล็ก ทั้งหมดนี้เอื้อต่อการเกิดขึ้นของระบบการแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือน หรือระบบ Direct to Home Broadcasting (DTH) ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องในด้านนี้มากขึ้น

10. สามารถใช้เป็นระบบการสื่อสารสำรองสำหรับเครือข่ายภาคพื้นดินที่มีอยู่แล้ว

---

[3] "จากไทยคม 1 สู่ไทยคม 3...สื่อสารกันได้ใต้ฟ้าเดียวกัน." สยามโพสต์ (วันที่ 14 เมษายน 2540): 14

จากวัตถุประสงค์ของดาวเทียมไทยคมทั้งของกระทรวงคมนาคมและบริษัท ชินวัตร แซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปเป็นเกณฑ์ที่จะใช้ทำการศึกษาบทบาทตามวัตถุประสงค์ของดาวเทียมไทยคม ดังนี้

1. ดาวเทียมไทยคมเป็นดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศดวงแรกของประเทศไทย ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของประเทศโดยกระทรวงคมนาคมเป็นเจ้าของโครงการ และเอื้อต่อการเติบโตของวงการการสื่อสารผ่านดาวเทียมของไทย

2. ดาวเทียมไทยคมเป็นช่องทางที่เอื้อให้เกิดการสร้างความเท่าเทียมด้านการสื่อสารแก่ประชาชนทั่วประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาสในชนบท

3. ในฐานะของดาวเทียมสื่อสารของประเทศ ดาวเทียมไทยคมช่วยให้วงการสื่อสารของไทยสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น แทนที่การพึ่งพาแต่บริการของต่างชาติดังที่เคยเป็นมา

4. ในฐานะของดาวเทียมสื่อสารของประเทศ ดาวเทียมไทยคมจะสร้างชื่อเสียงเกียรติภูมิให้แก่ประเทศไทย และนำไปสู่การแข่งขันกับต่างชาติ โดยเฉพาะด้านการใช้ดาวเทียมเป็นช่องทางในการสื่อสารกระจายเสียงเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยไปยังต่างประเทศ จากเดิมที่ต่างประเทศเป็นฝ่ายเผยแพรวัฒนธรรมผ่านสื่อมายังประเทศไทยเพียงฝ่ายเดียว

5. ดาวเทียมไทยคมเอื้อต่อการพัฒนาระบบการสื่อสารกระจายเสียงผ่านดาวเทียมของไทย โดยเฉพาะการเกิดระบบการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์โดยตรงสู่ผู้รับ (Direct-to-Home Broadcasting)

2. เกณฑ์เรื่องลักษณะกำหนดของสื่อกระจายเสียง

Sydney W. Head (1985) ได้จำแนกลักษณะกำหนด (attributes) ของสื่อกระจายเสียงไว้ 7 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่เกิดขึ้นพร้อมๆกันในทุกที่ (Ubiquity)

กล่าวได้ว่า ไม่มีสื่อใดเข้าถึงผู้คนได้กว้างขวางเท่าสื่อกระจายเสียง เพราะสื่อกระจายเสียงสามารถเอาชนะสิ่งกีดขวางทั้งโดยธรรมชาติหรือสิ่งกีดขวางที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความห่างไกลของพื้นที่, ความขาดแคลนเส้นทางคมนาคม และความไม่รู้หนังสือ ด้วยเหตุนี้สื่อกระจายเสียงจึงเป็นสื่อเพียงชนิดเดียวที่เข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมากในสภาพแวดล้อมและ

เงื่อนไขที่หลากหลาย นอกจากนั้น การกระจายเสียงยังเข้าถึงคนได้ทุกวัย ทุกสถานที่และทุกระดับชั้น ทั้งที่มีและไม่มีการศึกษา

2. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่ใกล้ตัว (Immediacy)

สื่อกระจายเสียงมีความใกล้ชิดกับคนมากที่สุดและพร้อมแก่การเปิดรับของคนตลอดเวลา ไม่มีเวลาของการส่งมาเป็นเงื่อนไขเหมือนสื่อชนิดอื่นๆ (เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน, นิตยสารรายปักษ์, สื่อภาพยนตร์ที่ฉายเป็นรอบ) ให้บริการต่อเนื่องและสามารถส่งข้อมูลข่าวสารมายังผู้รับซึ่งก็ทำให้รายการต่างๆมีความสอดคล้องกับความต้องการและอารมณ์ของผู้รับ นอกจากนั้น ยังสามารถถ่ายทอดภาพและเสียงจริงจากสถานที่เกิดเหตุมายังผู้รับได้อย่างทันเวลา (real-time) อีกด้วย

3. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่ต้องใช้วัตถุดิบในการผลิตมากที่สุด (Voracity)

การที่สื่อกระจายเสียงสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทำให้มันกลายเป็นสื่อที่มีความ "หิวกระหาย" ข้อมูล (voracious appetite) มากยิ่งกว่าสื่อชนิดใดๆ ความต้องการดังกล่าวนี้ส่งผลให้ระบบกระจายเสียงเล็กๆในบางประเทศประลบปัญหาทั้งด้านเศรษฐกิจและความสามารถในการสร้างสรรค์รายการ จึงจำเป็นต้องขอความช่วยเหลือจากภายนอกในรูปของการแลกเปลี่ยนรายการเพื่อให้เกิดความหลากหลายและลดต้นทุนในการผลิตลง ปรากฏการณ์นี้นำไปสู่การซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน (Syndication) ทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ (ซึ่งก็ทำให้การกระจายเสียงมีมิติของระดับโลกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย)

4. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่น (Flexibility)

สื่อกระจายเสียงสามารถครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางที่มีความแตกต่างกันในด้านขนาดและรูปร่างซึ่งก็ทำให้ผู้ถ่ายทอดสัญญาณกระจายเสียงสามารถเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายในระดับภูมิภาค, ระดับประเทศและระดับโลกได้ ผู้ผลิตรายการระดับท้องถิ่นหรือภูมิภาคก็อาจถ่ายทอดสัญญาณของตนไปทั่วประเทศได้ผ่านห้องควบคุม ความยืดหยุ่นประการนี้มีนัยสำคัญต่อนโยบายการกระจายเสียงแห่งชาติ ตัวอย่างเช่น การที่ผู้ผลิตใช้เครือข่ายร่วมกันถ่ายทอดรายการที่ผลิตจากส่วนกลางจะมีผลดีต่อฝ่ายผู้ผลิตเอง แต่ในขณะเดียวกันก็จะทำให้มีความหลากหลายของรายการลดลงและจะทำให้ผู้ชมได้รับความพึงพอใจในระดับน้อยกว่าที่เคยได้รับจากรายการท้องถิ่น เป็นต้น

5. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่อาศัยความสมัครใจในการเปิดรับ (Voluntariness) และสร้างความรู้สึกในการเป็นเจ้าของสื่อของผู้รับมีมากกว่าสื่อชนิดอื่น

การกระจายเสียงเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เป็นผู้เลือกอย่างเสรี โดยผู้ชมจะต้องลงทุนในด้าน hardware ด้วยการซื้อและเป็นเจ้าของเครื่องรับสัญญาณ(ซึ่งทำให้การกระจายเสียงแตกต่างจากสื่อชนิดอื่นๆเช่น หนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์ที่ผู้ชมมีเสรีในการเลือกเช่นกัน) การที่ผู้ชมเป็นฝ่ายเลือกรับนี้ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องคัดสรรรายการและกำหนดตารางเวลาออกอากาศที่ดึงดูดใจผู้ชมเหนือผู้ผลิตรายอื่น นอกจากนั้น การที่ผู้ชมต้องลงทุนซื้อเครื่องรับก็ทำให้เกิดความรู้สึกถึงสิทธิในการเป็นเจ้าของสื่อของตน มากกว่าที่เคยรู้สึกต่อสื่อชนิดอื่น

6. สื่อกระจายเสียงเป็นสื่อที่ง่ายต่อการรบกวน (Interference Proneness)

สถานีต่างๆสามารถถ่ายทอดคลื่นสัญญาณรบกวนกันได้ รวมทั้งอาจจะถูกรบกวนจากแหล่งพลังงานคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าอื่นๆได้ด้วย ทำให้รัฐต้องเข้ามากำกับดูแล ทำการจัดสรรและวางข้อกำหนดทางเทคนิคเพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างเหมาะสม และเนื่องจากคลื่นวิทยุสามารถข้ามพรมแดนของประเทศได้ จึงจำเป็นต้องมีกฎระเบียบด้านเทคนิคระหว่างประเทศด้วย ความจำเป็นประการนี้ส่งผลให้รัฐมักเข้ามาแทรกแซงระบบการกระจายเสียงด้วยเหตุผลด้านสังคมและการเมือง

ลักษณะกำหนดประการนี้ของสื่อกระจายเสียงอาจทำให้เกิดการขาดแคลนคลื่นตามมา จึงต้องมีการจำกัดจำนวนสถานีวิทยุหรือดาวเทียมบนวงโคจรเพื่อป้องกันการรบกวนสัญญาณกัน แม้จะมีการพัฒนาเทคโนโลยีและกฎระเบียบต่างๆเพื่อผ่อนคลายปัญหาการขาดแคลนนี้ แต่ก็ยังไม่อาจกำจัดปัญหาให้หมดไปได้

7. สื่อกระจายเสียงมีศักยภาพในการควบคุมสังคม (Potential for Social Control)

จากลักษณะกำหนดทั้งหมดที่กล่าวมาทำให้การกระจายเสียงมีศักยภาพในการควบคุมสังคมเหนือกว่าสื่อชนิดอื่นๆและท้าทายสถาบันที่มีหน้าที่ในการกล่อมเกลาคนในสังคมอย่างสถาบันครอบครัวและโรงเรียน การกระจายเสียงส่งผลกระทบต่อคนมากแค่ไหนและในทิศทางใดนั้นยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ แต่รัฐก็มองเห็นว่าสื่อกระจายเสียงมีผลต่อคนจึงเข้ามาทำการควบคุมมิให้มันมีอำนาจมากจนเกินไป

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากลักษณะกำหนดของสื่อกระจายเสียง 7 ประการข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเป็นเงื่อนไขสำคัญๆที่จะนำมาใช้ในการศึกษาและตรวจสอบบทบาทตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อของดาวเทียมไทยคมในด้านการสื่อสารกระจายเสียงในปัจจุบัน (ตามที่กำหนดไว้ในแนวคิดที่ 1) ว่า ได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ดังต่อไปนี้

1. การใช้งานดาวเทียมไทยคมในปัจจุบัน สามารถครอบคลุมพื้นที่กว้างและเข้าถึงผู้คนจำนวนมากหลากหลายกลุ่มหรือไม่ อย่างไร

2. การใช้งานดาวเทียมไทยคมในปัจจุบัน เอื้อให้เกิดการถ่ายทอดภาพและเสียงจริงจากสถานที่เกิดเหตุมายังผู้รับอย่างทันเวลาหรือไม่ อย่างไร

3. การใช้งานดาวเทียมไทยคมในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนรายการในระดับระหว่างประเทศหรือไม่ อย่างไร

3. **แนวคิดเกี่ยวกับเสรีภาพในการกระจายเสียง** (Freedom of Broadcasting)

ซึ่ง Head (1985) ได้กล่าวถึงไว้ 2 แนวทางด้วยกัน ได้แก่

1. หลักการไหลของรายการอย่างเสรี (Free Flow Doctrine)

ในช่วงทศวรรษที่ 1950 และ 1960 UNESCO ได้เข้ามาให้การช่วยเหลือด้านการสื่อสารกระจายเสียงแก่ประเทศต่างๆโดยเฉพาะประเทศในกลุ่มโลกที่สาม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายการไหลของรายการอย่างเสรี โดยให้ความช่วยเหลือในด้านสาธารณูปโภคเกี่ยวกับสื่อ, พัฒนาฝึกหัดบุคลากรและลดอุปสรรคด้านต่างๆเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น (ตัวอย่างเช่น ลดอัตราค่าโทรเลขโทรศัพท์) โดยเกิดเป็นข้อตกลงเห็นพ้องกันทั่วไปว่า 1) การไหลเวียนของข้อมูลอย่างไม่มีข้อจำกัดไปทั่วโลกนั้น จะช่วยเพิ่มโอกาสในการรักษาไว้ซึ่งความสงบของส่วนรวม และ 2) หลักการไหลของข้อมูลข่าวสารอย่างเสรีคือหนทางในการไปสู่จุดมุ่งหมายดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาต่อมาโดยเฉพาะในยุคสงครามเย็นระหว่างประเทศเสรีนิยม (นำโดยสหรัฐอเมริกา)และสังคมนิยม(นำโดยสหภาพโซเวียต)ซึ่งมีข้อมูลข่าวสารเป็นอาวุธสำคัญนั้น ประเทศในกลุ่มสังคมนิยมและประเทศโลกที่สามอื่นๆที่หลุดพ้นจากการเป็นประเทศอาณานิคมได้ออกมาโต้แย้งหลักการไหลของข้อมูลอย่างเสรีดังกล่าวนั้นว่า แท้จริงแล้วเป็นการไหลเพียงทางเดียว (one-way flow) คือจากประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีองค์กรสื่อชั้นนำ ไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งอาจจะนำไปสู่ "การล่าอาณานิคมแบบใหม่" ด้วยการ

ครอบงำทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมผ่านสื่อ (Media Imperialism) ซึ่งเป็นผลมาจากหลักการไหลของข้อมูลอย่างเสรีนั่นเอง

ข้อขัดแย้งดังกล่าวได้ทำให้เกิดแนวทางใหม่เกี่ยวกับเสรีภาพของการกระจายเสียง เรียกว่า "ระเบียบโลกใหม่แห่งการไหลของข้อมูลข่าวสาร" (New World Information Order - NWIO)

2. ระเบียบโลกใหม่แห่งการไหลของข้อมูลข่าวสาร (New World Information Order - NWIO)

นักวิจารณ์ชาวตะวันตกได้ให้นิยามไว้ว่าคือ "กระบวนการวิวัฒนาการที่แสวงหาความยุติธรรมและสมดุลเท่าเทียมในการไหลและเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสาร, สิทธิของประเทศต่างๆในตัดสินใจกำหนดนโยบายด้านการสื่อสารภายในประเทศด้วยตนเอง และท้ายที่สุด ในระดับระหว่างประเทศจะต้องมีการไหลแบบสองทาง (two-way flow) ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการและกิจกรรมของประเทศที่มีการพัฒนาต่ำกว่า อย่างถูกต้องเป็นจริง"[4]

ส่วน Mustapha Masmoudi เจ้าหน้าที่ประเทศตูนิเซียซึ่งได้กลายมาเป็นหนึ่งในหัวหน้าคณะโฆษกของ NWIO ใน UNESCO ได้ให้คำนิยามไว้ว่า คือ

"การก่อร่างของกรอบความคิดใหม่ที่นำไปสู่ระบบการสื่อสารระหว่างประเทศที่เสรียิ่งขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ยุติธรรมขึ้นและสมดุลมากขึ้น ซึ่งอยู่บนรากฐานของหลักการประชาธิปไตยและความเท่าเทียมในด้านความสัมพันธ์ระหว่างรัฐอธิปไตยต่างๆ

เหนืออื่นใดทั้งหมด มันจะเปิดโอกาสให้ปัจเจกบุคคล, ชุมชนและประเทศได้แสดงความต้องการ ความสนใจและปัญหาของตนเองในการต่อสู้เพื่อกำหนดอนาคตที่ดีกว่า ระเบียบใหม่นี้จะช่วยให้เกิดเสรีภาพและความยุติธรรม ตลอดจนช่วยป้องกันมิให้เกิดความตึงตระหนกในหมู่ประชาชน, ยุติการเหยียดหยามเผ่าพันธุ์, ยุติการครอบงำด้านปัญญาและอุดมการณ์ และรักษาไว้ซึ่งสันติภาพในโลก

ระเบียบใหม่จะต้องดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและค่านิยมของแต่ละวัฒนธรรม ในขณะเดียวกับที่ส่งเสริมให้เกิดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่นและสร้างการแลกเปลี่ยนอย่างสมดุลในปริมณฑลของวัฒนธรรมเหล่านั้น"[5]

---

[4] McPhail, 1981 : 14

[5] อ้างถึงใน McPhail, 1981: 237-238

หลักการของ NWIO ในมิติที่เกี่ยวข้องกับการไหลของรายการ ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1) การไหลของรายการจากประเทศที่พัฒนาแล้วไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนานั้น จะต้องไม่ทำให้เกิดการครอบงำทางวัฒนธรรม หรือ "จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม" (Cultural Imperialism) ทั้งจากปริมาณและเนื้อหาของรายการ แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาควรจะใช้ประโยชน์จากการไหลดังกล่าวนี้ ด้วยการส่งเสริมให้ผู้ผลิตระดับท้องถิ่นรับเอาเทคโนโลยีวัตถุดิบและความรู้ความชำนาญในการสร้างและกระจายเสียงรายการที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมของตน

2) การไหลของรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือรายการข่าว จะต้องเป็นการไหลแบบสมดุล (balanced flow of news) ทั้งในด้านปริมาณและเนื้อหา กล่าวคือ ประเทศโลกที่สามจะต้องมีสิทธิในการส่งกระจายเสียงข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศของตนไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว ในปริมาณที่เท่าเทียมกับการรับข่าวของประเทศที่พัฒนาแล้วเข้ามา และด้วยเนื้อหาที่ถูกต้องแท้จริง

จากแนวคิดเรื่องเสรีภาพในการกระจายเสียงนี้ ผู้วิจัยจะนำมาใช้ศึกษาการนำเข้าและส่งออกรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมไทยคมว่า ประเทศไทยในฐานะของประเทศในโลกที่สาม ได้ใช้ประโยชน์ของดาวเทียมแห่งชาติในการส่งข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศไทยไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงไร มีความสมดุล (balanced flow) ของการนำเข้าและส่งออกรายการระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศหรือไม่

4. แนวความคิดเรื่อง "แบบแผนใหม่แห่งการไหลของรายการโทรทัศน์" (New Patterns of Television Flow)

นักสื่อสารมวลชนยุคใหม่ เช่น Varis (1984), Tracy (1988), Sinclair (1990), Tomlinson (1991), McAnany & Wilkinson (1992) และ Naficy (1993) ได้ศึกษาความเป็นจริงที่เปลี่ยนแปลงไปและเสนอแนวคิดว่า แม้ว่าการจราจรแบบ one way street (การส่งรายการเพียงทางเดียวจากประเทศศูนย์กลางที่มีศักยภาพในการผลิตสูงไม่กี่ประเทศ ไปสู่ประเทศ

เป้าหมายซึ่งไม่มีหรือมีศักยภาพต่ำกว่า) จะเป็นเส้นทางสายหลักที่มีจักรวรรดินิยมทางสื่อเป็นผู้ครอบงำสื่อของโลกอยู่ก็จริง แต่แนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงสุดท้ายของศตวรรษนี้ก็คือ มีเส้นทางสายรองเส้นเล็กเส้นน้อย (smaller roads) ซึ่งเป็นช่องทางการแลกเปลี่ยนข่าวสารและสื่อต่างๆในระดับภูมิภาค (regional) และระดับชาติ (national) เกิดขึ้นอีกมากมาย เห็นได้ชัดในภูมิภาคที่ประชากรมีภาษาและวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน ซึ่ง Sinclair (1996) เรียกว่า "geolinguistic region (ภูมิภาษาศาสตร์)" โดย Sinclair ได้ชี้ให้เห็นสภาพที่กำลังเกิดขึ้นในโลกขณะนี้ว่า

"...ในละตินอเมริกา เอเชียและตะวันออกกลาง แต่ละ 'ภูมิภาษาศาสตร์' นี้ต่างก็มีศูนย์กลางการผลิตรายการโทรทัศน์หนึ่งหรือลองแห่งที่อยู่ในฐานะครอบงำในภูมิภาคของตน เม็กซิโกและบราซิลเป็นศูนย์กลางในละตินอเมริกา ฮ่องกงและไต้หวันเป็นศูนย์กลางรายการโทรทัศน์สำหรับประชากรที่พูดภาษาจีนในเอเชีย อียิปต์เป็นศูนย์กลางสำหรับโลกอาหรับและอินเดียผลิตรายการสำหรับประชากรอินเดียที่กระจายอยู่ในเอเชียและแอฟริกา..."[6]

Sinclair (1996) ได้เสนอการวิเคราะห์แบบแผนใหม่ของโทรทัศน์โลกด้วยการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของท้องถิ่นในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยคัดเลือกประเทศซึ่งเป็น non-metropolitan ที่สำคัญๆซึ่งส่งออกรายการไปยังประเทศอื่นๆ สิ่งนี้รวมถึงปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "contra-flow" (Boyd-Barrett และ Kishan Thussu; 1992) ซึ่งหมายถึง บรรดาประเทศที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นลูกค้าหลักของจักรวรรดินิยมทางสื่อ เช่น เม็กซิโก, แคนาดาและออสเตรเลีย ต่างก็ประสบความสำเร็จในการส่งออกรายการและบุคลากรกลับไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาที่ถือว่าเป็นเจ้าจักรวรรดิทางสื่อ

เนื่องจากดาวเทียมไทยคมมิได้มีพื้นที่ให้บริการครอบคลุมเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมอีกหลายประเทศส่งผลให้ดาวเทียมไทยคมมีศักยภาพในการเป็นสื่อกลางของการแลกเปลี่ยนรายการ โดยเฉพาะในระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มีภาษาและวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดประการนี้ในการศึกษาบทบาทของดาวเทียมไทยคมในปัจจุบันว่า ได้ช่วยให้การสื่อสารของประเทศไทยเกิดแบบแผนใหม่ๆแห่งการไหลของรายการโทรทัศน์หรือไม่ และอย่างไร

---

[6] Sinclair, John. New Patterns in Global Television: Pheripheral Vision. Oxford University Press Inc., New York, 1996: 8.

สรุปการใช้เกณฑ์และแนวคิดในงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง "บทบาทของดาวเทียมไทยคม ในฐานะดาวเทียมแห่งชาติของไทย" นี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นการตรวจสอบบทบาทของดาวเทียมไทยคมโดยเฉพาะด้านการกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ โดยยึดวัตถุประสงค์ด้านต่างๆของโครงการดาวเทียมไทยคมเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา และใช้แนวคิดอื่นๆประกอบในการอธิบายเพิ่มเติม ดังอาจสรุปเป็นกรอบความคิดหลักของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. การพิจารณาบทบาทของดาวเทียมไทยคม ในฐานะที่เป็นดาวเทียมสื่อสารภายในประเทศดวงแรกของประเทศไทยและถือเป็นกรรมสิทธิ์ของประเทศโดยกระทรวงคมนาคมเป็นเจ้าของโครงการ

2. การพิจารณาบทบาทของดาวเทียมไทยคมในด้านการสร้างความเท่าเทียมทางการสื่อสารให้แก่ประชาชนหลากหลายกลุ่มในพื้นที่กว้างขวางทั่วประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาสในชนบท

3. การพิจารณาบทบาทของดาวเทียมไทยคมในด้านการทำให้วงการสื่อสารกระจายเสียงของไทยพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น ไม่ต้องตกอยู่ภายใต้เงื่อนไขของต่างชาติอีกต่อไป

4. การพิจารณาบทบาทของดาวเทียมไทยคมในด้านการสร้างชื่อเสียง เกียรติภูมิให้แก่ประเทศไทยและการแข่งขันกับต่างชาติ การใช้ดาวเทียมเป็นช่องทางในการสื่อสารกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยไปยังต่างประเทศ (โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว) รวมถึงโอกาสในการเกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนรายการระหว่างประเทศอย่างสมดุล (balanced flow) ทั้งด้านปริมาณ-เนื้อหารายการ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันในระดับภูมิภาคระหว่างประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาษาศาสตร์ (Geolinguistic Regions) เดียวกัน กลายเป็นเส้นทางสายรอง (smaller roads)

5. การพิจารณาบทบาทของดาวเทียมไทยคมในด้านการพัฒนาระบบการสื่อสารกระจายเสียงผ่านดาวเทียมของไทย อาทิ ก่อให้เกิดการถ่ายทอดภาพและเสียงจริงจากสถานที่เกิดเหตุมายังผู้รับอย่างทันเวลาหรือไม่ อย่างไร, ก่อให้เกิดระบบแพร่ภาพสัญญาณโทรทัศน์โดยตรงสู่บ้านเรือน (Direct-to-home Broadcasting) ขึ้นหรือไม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วลัยพร หลายสรรพสิริ (2537) ทำการศึกษาเรื่อง "การบริการโทรคมนาคมผ่านดาวเทียมของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่ให้กับสื่อมวลชน ในส่วนที่ช่วยการไหลของข่าวสาร ปี 2532-2534" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึง ลักษณะและรูปแบบของบริการโทรคมนาคมผ่านดาวเทียมแต่ละประเภทของการสื่อสารแห่งประเทศไทย รวมถึงกระบวนการจัดการในการให้บริการแก่สื่อมวลชนในส่วนที่ช่วยการไหลของข่าวสาร ปี 2532-2534

การศึกษานี้ ได้นำแนวคิดเรื่อง "ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมผ่านดาวเทียม" มาร่วมเป็นกรอบในการวิเคราะห์ซึ่งผลของการศึกษา พบว่า การสื่อสารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้บริการการถ่ายทอดรับ-ส่งสัญญาณโทรคมนาคมผ่านดาวเทียม INTELSAT แก่สื่อมวลชนเพื่อให้เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสารใน 2 ลักษณะ คือ 1) การเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเชื่อมโยงทางเดียว (one-way link) และ 2) การเป็นวงจรของการสื่อสารเชื่อมโยงแบบสองทาง (full two-way link) ซึ่งปริมาณการใช้งานของสื่อมวลชนมีการใช้บริการลักษณะแรกมากกว่าลักษณะที่สอง

ในส่วนของการใช้บริการโทรคมนาคมผ่านดาวเทียมที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์นั้น ผู้ศึกษาพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นลูกค้าสื่อมวลชนกลุ่มที่มีการใช้ "บริการถ่ายทอดโทรทัศน์ระหว่างประเทศผานดาวเทียม" (International Television Transmission Service Via Satellite) มากที่สุด โดยลูกค้าได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3, 5, 7 และ 9 ที่ใช้บริการทั้งการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียมจากส่วนกลางไปทั่วประเทศ หรือถ่ายทอดผ่านดาวเทียมจากประเทศไทยไปทั่วโลกผ่านดาวเทียม INTELSAT โดยรายการโทรทัศน์ดังกล่าวนี้แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทตามลักษณะของการถ่ายทอด คือ

1. รายการที่ถ่ายทอดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบประจำ (ด้านรับ)

ในช่วงปี 2532-2534 พบว่า กสท.ได้ดำเนินการถ่ายทอดรายการประเภทนี้ทั้งสิ้น 117,165 ครั้ง โดยรายการส่วนใหญ่เป็นประเภทข่าวที่สื่อโทรทัศน์ในไทยมีความประสงค์จะรับเป็นประจำทุกวันและในเวลาเดียวกัน ตัวอย่างเช่น

- ข่าว CNN (USA) มายังสถานีโทรทัศน์ช่อง 5, 7

- รายการ ABC World News จาก ABC (USA) มายัง IBC กรุงเทพฯ

- ข่าวจาก Visnews (London) มายังรายการโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ (TPT) ที่ช่อง 5

2. รายการที่ถ่ายทอดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบครั้งคราว (ด้านรับ) แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

2.1 ข่าวทั่วไป เช่น ข่าวการประชุม World Bank (USA - ช่อง 5)

2.2 ข่าวกีฬา เช่น ฟุตบอลโลก 1990 (โรม อิตาลี - โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ)

2.3 ข่าวบันเทิง เช่น Asia Pacific Singing Contest (ATV ฮ่องกง - ช่อง 3)

2.4 สารคดี เช่น รายการ Space Special (TBS - ช่อง 3)

3. รายการที่ถ่ายทอดโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแบบครั้งคราว (ด้านส่ง)

เป็นรายการที่สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆในประเทศแจ้งความจำนงต้องการถ่ายทอดรายการไปยังรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ โดยรายการที่ถ่ายทอดคือข่าวประเภทต่างๆ รวม 4 ประเภท ได้แก่

3.1 ข่าวทั่วไป เช่น ข่าวประธานาธิบดีสหรัฐฯเยือนไทย (ช่อง 7 - CBS), วิเคราะห์การยึดอำนาจในโซเวียต (ช่อง 9 - NHK)

3.2 ข่าวกีฬา เช่น ศึกมวยมูนซังกิล vs เขาค้อ (ช่อง 7 - KBS)

3.3 ข่าวบันเทิง เช่น The Best Ten (ช่อง 7 - TBS)

3.4 สารคดี เช่น World People's Day (ช่อง 5 - CNN/USA)

ปริยานุช ห้องสำเริง (2538) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวีในประเทศไทย ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มและทิศทางที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยภายหลังจากการที่ประเทศไทยมีดาวเทียมเป็นของตนเอง และมีการนำเทคโนโลยีใหม่ของดาวเทียมไทยคมมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการออกอากาศสัญญาณโทรทัศน์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF ในประเทศไทย นำดาวเทียมไทยคมมาใช้เสริมระบบการออกอากาศของแต่ละสถานีในลักษณะของการใช้ทวนสัญญาณไปยังสถานีเครือข่ายภูมิภาคเพื่อทำการออกอากาศซ้ำอีกครั้ง แต่ไม่ได้ปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีใหม่ในระบบโดยตรงสู่บ้านเรือน เนื่องจากเหตุผลในด้านค่าใช้จ่ายในการลงทุนและความไม่มั่นใจในเทคโนโลยีที่เป็นของใหม่ ตลอดจนไม่มั่นใจต่อตลาดของชุดอุปกรณ์รับสัญญาณโดยตรงจากดาวเทียมว่า จะได้รับความนิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชนผู้รับชมหรือไม่

ส่วนผู้ประกอบในธุรกิจโทรทัศน์เคเบิลทีวี มีการนำดาวเทียมไทยคมมาใช้เสริมระบบการออกอากาศเพื่อใช้ทวนสัญญาณไปยังสถานีเครือข่ายภูมิภาคเพื่อทำการออกอากาศซ้ำเช่นเดียวกับโทรทัศน์ระบบ VHF แต่เคเบิลทีวีได้ประกาศว่า จะดำเนินการปรับเปลี่ยนมาใช้เทคโนโลยีใหม่ในระบบโดยตรงสู่บ้านเรือน เนื่องจากเหตุผลที่ว่า คุณสมบัติของเทคโนโลยีใหม่ระบบนี้สามารถส่งสัญญาณได้ครอบคลุมทั่วประเทศซึ่งเป็นการช่วยประหยัดการลงทุนจัดตั้งสถานีเครือข่ายแห่งใหม่ และเนื่องจากเหตุผลทางเทคนิคเกี่ยวกับความคมชัดของสัญญาณเพราะเป็นการรับสัญญาณโดยตรงจากดาวเทียม อีกทั้งผู้ประกอบการเคเบิลทีวียังเชื่อว่าตลาดของชุดอุปกรณ์รับสัญญาณโดยตรงจากดาวเทียมจะสามารถได้รับความนิยมจากผู้ชมได้

พงศ์อมร สุขสมจิตร (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทของการสื่อสารผ่านดาวเทียม ในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุ ในช่วงระหว่างปี 2536-2537" โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง และแนวคิดโลกผกผัน มาเป็นแนวทางการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบและเนื้อหาการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงผ่านดาวเทียม คือ รายการสไมล์เรดิโอเน็ทเวิร์ค และ รายการเรดิโอโหวต แซทเทิลไลท์ ทั้งสองเป็นการจัดผังรายการแบบฟอร์แมท สเตชั่น โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการถ่ายทอดวิทยุผ่านดาวเทียมมาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข่าวสารจากสถานีแม่ข่ายในกรุงเทพฯไปยังสถานีเครือข่ายทั่วประเทศ

บทบาทของการสื่อสารผ่านดาวเทียม ในฐานะเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารนับว่ายังไม่ได้ทำหน้าที่เต็มที่ในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการ เพราะรูปแบบและเนื้อหาของรายการนั้นไม่ได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร แต่ถูกกำหนดโดยองค์กรผู้ผลิตรายการและใช้การสื่อสารผ่านดาวเทียมเป็นช่องทางในการถ่ายทอดเนื้อหาทางธุรกิจ

ผู้ศึกษาได้แจกแจงรายละเอียดว่า สาเหตุที่บริษัท มีเดีย พลัส ต้องผลิตรายการผ่านดาวเทียมก็เพราะความต้องการเป็นผู้นำในวงการวิทยุกระจายเสียง และต้องการให้คนทั้งประเทศได้รับข่าวสารเท่าเทียมกันหมด แต่ในการดำเนินงานได้มีการปรับเปลี่ยนและยกเลิกบางรายการเนื่องจากพบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรุงเทพฯนั้นไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังในภูมิภาคอื่นๆที่สัญญาณของรายการถ่ายทอดผ่านดาวเทียมไปถึง โดยสถานีเครือข่ายของรายการนี้มีอาทิ สถานีในจังหวัดเชียงราย, สกลนคร, เพชรบูรณ์, นราธิวาส, กาญจนบุรี เป็นต้น ส่วนรายการเรดิโอโหวต แชทเทิลไลท์ ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัดมีการถ่ายทอดรายการผ่านดาวเทียมไปยังสถานีเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่, เชียงราย, พิษณุโลก, ขอนแก่น, นครราชสีมา, ภูเก็ต, สงขลา, จันทบุรี

นอกจากนั้น ผู้ศึกษายังได้จำแนกบทบาทของดาวเทียมที่มีต่อการถ่ายทอดรายการวิทยุทั้ง 2 รายการออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่

1 บทบาทด้านการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทางสังคม คือ รายการข่าวสั้นต้นชั่วโมงที่ประกอบอยู่ในรายการวิทยุนั้นๆ

2. บทบาทด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมธุรกิจ เนื่องจากในการศึกษาพบว่า แม้ทางบริษัทผู้ผลิตจะพยายามแสดงให้เห็นว่าตนจะเป็นผู้นำข่าวสารไปสู่ภูมิภาคด้วยการถ่ายทอดรายการผ่านดาวเทียม แต่ในทางปฏิบัติก็ไม่มีการดำเนินงานที่ชัดเจนมากไปกว่าการถ่ายทอดข่าวสารทางการตลาดและการโฆษณาของบริษัทไปสู่ผู้ฟังทั่วประเทศ ตลอดจนข่าวสารที่ส่งไปก็ไม่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจหรือต่อการดำเนินชีวิตของผู้ฟังในภูมิภาคต่างๆแต่อย่างใด กล่าวอีกนัยหนึ่ง การถ่ายทอดวิทยุผ่านดาวเทียมไปเป็นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลทางการค้าของบริษัทเจ้าของกิจการ โดยเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการของบริษัทแม่เป็นทอดๆ เช่น ช่วงโฆษณาของรายการสไมล์เรดิโอ เน็ทเวิร์ค ก็จะเป็นการโฆษณาชักชวนให้สมัครสมาชิกไทยสกายทีวีและนิตยสารชีวิตชีวาซึ่งต่างก็เป็นกิจการในเครือของบริษัท มีเดีย พลัส นั่นเอง