

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “นโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนไทย” ผู้วิจัยได้อาศัย ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสาร
2. แนวคิดเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน (Media Performance)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งบทบาทหน้าที่ขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารเป็นกรอบในการวิเคราะห์หัวข้อนโยบายองค์กรสื่อมวลชนไทยด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศ และใช้แนวคิดเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนและแนวคิดเกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งบทบาทหน้าที่ขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนเป็นกรอบในการศึกษางานวิจัยในหัวข้อ “การปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนไทย” ผู้วิจัยจะทำการสรุปและแสดงถึงนโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย

1. แนวคิดเรื่องนโยบายการสื่อสาร

“นโยบายการสื่อสารหมายถึงหลักการและบรรทัดฐานจำนวนหนึ่งที่กำหนดขึ้นมาเพื่อชี้นำพฤติกรรมของระบบการสื่อสาร” ลักษณะของนโยบายการสื่อสารคือ การเป็นสิ่งมูลฐานและ การเป็นสิ่งที่ระยะยาว แต่ว่ามันมีนัยสำหรับการดำเนินงานที่มีความสำคัญในระยะสั้นด้วยรูปลักษณะของนโยบายการสื่อสารจักถูกกำหนดโดยแนวทางด้านการสื่อสารทั่วไปของสังคม นโยบายการสื่อสารกำเนิดจากคตินิยมทางการเมือง ภาวะทางสังคมและทางเศรษฐกิจของประเทศและค่านิยมต่างๆ ที่

เป็นต้นตอของสิ่งเหล่านี้ นโยบายการสื่อสารย่อมไม่เฝ้ามองที่จักเชื่อมโยงสิ่งดังกล่าวมานี้ให้สอดคล้องกับความต้องการอันแท้จริงและให้กับโอกาสต่างๆของ “การสื่อสาร”

วิธีการอย่างหนึ่งในการอธิบายถึงมิติต่างๆที่รวมสิ่งต่างๆไว้มากมายซึ่งเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารและการวางแผน ก็คือสิ่งที่จักกล่าวต่อไปนี้

- ส่วนประกอบและโครงสร้างของระบบการสื่อสาร
- หน้าที่ของระบบ
- “ลูกค้า” หรือผู้รับสารที่ใช้ระบบ โดยจำแนกออกเป็นกลุ่มอายุ ชั้นทางสังคม ทางเศรษฐกิจ เพศ อาชีพ นคร ชนบท การชักจูงต่างๆ ฯลฯ
- ส่วนประกอบและประเภทของข่าวสารในระบบ ได้แก่ ข่าว ความบันเทิง ข่าวสารทั่วไป การศึกษา ดนตรี ข้อมูล บทสนทนา ความคิดเห็น รูปแบบทางวัฒนธรรมต่างๆ ฯลฯ
- ค่านิยมและคุณภาพของเนื้อหาของข่าวสารเหล่านั้น เช่น สังคม สภากวีตฤวิสัย ความเกี่ยวข้องคล่องจง (Relevance) ประสิทธิภาพการศึกษา ความรุนแรง อารมณ์ขัน กามารมณ์ และการละเมิด ฯลฯ
- ข้อพิจารณาอื่นๆที่เกี่ยวกับระบบ ซึ่งได้แก่ หน้าที่ ผู้รับสาร ประเภทและคุณภาพของข่าวสารในด้านการเมือง การนิติบัญญัติ สังคมชาติพันธุ์ เทคนิค เศรษฐกิจ การจัดการ รัฐธรรมนูญ กฎหมาย ข้อบังคับที่สืบเนื่องมาจากอำนาจของกฎหมาย หลักประเพณีธรรมเนียม บรรทัดฐานและมาตรฐาน ข้อค้นพบงานวิจัย ชาติ ท้องถิ่น สถาบัน ระดับต่างๆทางวิชาชีพ

การนำเอาองค์ประกอบต่างๆของแต่ละมิติดังกล่าวมานี้มาคลุกเคล้าเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดเขตของนโยบายการวางแผนอย่างมากและสลับซับซ้อน ซึ่งเขตต่างๆ โดยมากแล้วล้วนมีแต่ความสำคัญในทุกประเทศ

การกำหนดนโยบายการสื่อสารแบบใหม่และแบบเบ็ดเสร็จใดๆที่จะดำเนินไปอย่างไรเป็นระบบก็ต่อเมื่อทราบถึงเขตต่างๆของภารกิจในการกำหนดนโยบาย การกำหนดนโยบายการสื่อสารจำเป็นต้องมีการพิจารณา การระบุและการชี้ขาดในเรื่องดังกล่าวต่อไปนี้

ขอบเขตของระบบการสื่อสารแต่ละระบบ (การครอบคลุมทางภูมิศาสตร์ ประชากรอันเป็นที่หมาย) นโยบายอาจมีขอบเขตระดับชาติ โดยส่งผลกระทบต่อทุกๆประเทศ หรืออย่างน้อยก็พาดพิงถึงหลายๆประเทศในภูมิภาค ทว่าเฉพาะในหมู่ของนโยบายของชาติด้วยกัน หรือ โดยร่วมกับปัจจัยอื่นๆ มันก็อาจส่งผลกระทบต่อประชากรบางส่วนเป็นการเฉพาะได้เช่นเดียวกัน (อาณาเขตทางภูมิศาสตร์ หรือประชากรที่มีชาติพันธุ์ ภาษาอาชีพและลักษณะพิเศษอื่นๆ)

ดังนั้นภารกิจอันดับแรกเลยที่เดียวคือ การระบุลักษณะต่างๆของประชาชนที่อยู่ในข่ายเกี่ยวข้องกับระบบการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้รับสาร อันเป็นที่หมาย ภารกิจในเขตนี้อาจกระทำด้วยการที่กักเอาเลยก็ได้ เป็นต้นว่า อาจถือว่าชาติทั้งชาติเป็นผู้รับสาร แต่วิธีการลุ่มๆกว้างๆ เช่นนี้มักทำให้เกิดความไขว้เขวและก่อให้เกิดความเสียหายแก่การตอบสนองความต้องการทางการสื่อสารหลายอย่างของประชากรส่วนที่มีความแตกต่างกันอยู่ อาจมีความจำเป็นต้องพิจารณาชนกลุ่มน้อยต่างๆหรือแม้กระทั่งแต่ชนกลุ่มใหญ่ต่างๆด้วยเช่นเดียวกัน ถ้าหากว่าในภาวะที่เป็นอยู่นั้น เขาไม่อาจเข้าถึงการสื่อสารได้ดีเท่าที่ควร ตัวอย่างเช่น ประชากรชนบท ชนชั้นกรรมกรชั้นต่ำและผู้หญิง เป็นต้น ที่สำคัญมากพอๆกันในที่นี้ก็คือ จำต้องพิจารณาว่าในขณะที่มีใครบ้างที่ถูกทอดทิ้งให้อยู่ภายนอกนโยบายการสื่อสารที่มีอยู่ ผู้ซึ่งไม่ได้เป็นผู้รับสารหรือผู้รับสารที่ถูกตัดขาดออกไปนั้นก็อาจมีความสำคัญต่อนโยบายได้มากเท่ากับผู้ที่ถูกถือกันว่าเป็นผู้รับสารเช่นกัน

หลักการและบรรทัดฐานต่าง ๆ นั่นคือค่านิยมทั้งหลายที่เป็นรากฐานของลักษณะหน้าที่ และความต้องการนานาชนิดที่ชี้แนะหรือควรชี้แนะ พฤติกรรมของระบบการสื่อสารนั่นเอง อาจพิจารณาได้ว่าระบบการสื่อสารต่างๆ มีนัยของแบบแผนทางค่านิยมอยู่สองด้านที่แตกต่างกัน : ค่านิยมคนกลุ่มหนึ่งเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของระบบการสื่อสาร ซึ่งย่อมส่งแรงสั่นสะเทือนไปถึงหน้าที่ทางสังคมและไปถึงเนื้อหาของสารในระบบการสื่อสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ค่านิยมดังที่กล่าวนี้กระจางขึ้นเมื่อพิจารณาคำถามดังต่อไปนี้ เช่น มันเป็นระบบเอกวิถีหรือทวิวิถี (One way or two way system) มันเปิดโอกาสให้มีการปฏิบัติการ (Feedback) หรือไม่ และ การสื่อสารเชิงหลายฝ่ายเป็นไปได้หรือไม่ มันเป็นอิสระจากข้อบีบบังคับและข้อกีดตันทางการเมืองและทางเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด มันสนองตอบต่อผลประโยชน์และต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันในสังคมเพียงได้เพียงไร ส่วนค่านิยมกลุ่มหนึ่งนั้นเกี่ยวข้องกับกระแสการสื่อสารต่างๆภายในระบบการสื่อสาร กล่าวคือ บรรทัดฐานในการคัดเลือกและในการสร้างสารต่างๆต่อไป

ด้วยเหตุที่เป็นที่ทราบกันกว้างขวางมากขึ้น ระบบการสื่อสารต่างๆมิใช่เป็นเพียงแต่หนทาง จากศูนย์กลางแห่งอำนาจที่ตั้งมั่นแล้วไปสู่สาธารณะชนทั่วไปฐานะที่เป็นที่หมาย เท่านั้น ดังนั้นจึงควรจะถามกันด้วยว่า ค่านิยมที่ครอบงำโครงสร้างต่างๆของสถาบันการสื่อสารเอาไว้ นั้น เปิดโอกาสให้สาธารณชนทั่วไปเป็น แหล่งที่มา ของการสื่อสารอย่างเท่าเทียมกันหรือไม่ ค่านิยมเหล่านั้นปกป้องสิทธิของปัจเจกชนในอันที่จะจักสื่อสาร เปิดโอกาสให้สาธารณะชนจะมีการเข้าถึงระบบและยินยอมให้มีการปฏิบัติการหรือไม่ บรรทัดฐานทางค่านิยมอีกประการหนึ่งเกิดจากการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการควบคุมระบบ การสื่อสารต่างๆและเกี่ยวกับขีดความสามารถของมันในการให้บริการแก่บรรดาชนกลุ่มน้อยต่างๆมากมาย ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นความคิดเห็นและเป็นผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่

อาจมีการพูดถึงในทำนองเดียวกันนี้ได้ไม่น้อยเกี่ยวกับกระบวนการ “รักษาทวาร” (Gatekeeping) ซึ่งโดยปรกติแล้วมีปรากฏอยู่ในสถาบันทางการสื่อสารทุกแห่งในขณะที่ทำการตัดสินใจว่าจะทำข่าวสารอะไรให้กลายเป็นเรื่องเป็นราวขึ้น จะละเว้นการตีพิมพ์ข่าวสารใดบ้าง รวมทั้งจะเสนอข่าวนั้นๆได้อย่างไรด้วย

สำหรับค่านิยมที่เกี่ยวกับกระแสดิจิทัลของเนื้อหาของการสื่อสารนั้น ควรจะได้ย้ำด้วยว่าการพิจารณาในทางนโยบายจะและต้องได้เฉพาะแต่สารซึ่งหรือควรได้รับการออกแบบขึ้นมาเพื่อบริโศกของสาธารณชนเท่านั้น ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของสื่อมวลชนและข้อมูลประเภทต่างๆที่มาจากแหล่งสาธารณะ อย่างเช่น การแลกเปลี่ยนการสื่อสารระหว่างคลังข้อมูลต่างๆเป็นต้น กล่าวกันอย่างจำกัดแล้ว สารชนิดอื่นๆ เช่น การติดต่อทางจดหมายและทางโทรศัพท์ส่วนบุคคลนั้นอยู่นอกเหนือนโยบายของการสื่อสาร การพิจารณาแบบแผนทางค่านิยมดังที่กล่าวมาแล้วนี้ ไม่ได้หมายความว่าให้มีการควบคุมการสื่อสารต่างๆอย่างละเอียดละออ แต่ความสนใจใหญ่เน้นอยู่ที่ตรงการระบุและการชี้ขาดค่านิยมต่างๆที่ปรากฏอยู่ในกระแสของสารต่างๆในระยะยาว

ค่านิยมของนโยบายการสื่อสารต่างๆควรมีมูลกำเนิดจากค่านิยมพื้นฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์ เช่นดังที่แสดงออกมา “ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน” ดังที่พิจารณาด้วยคตินิยมทางการเมืองต่างๆ และดังที่กำหนดเป็นรูปร่างขึ้นในค่านิยมเหล่านี้มิใช่เป็นการผสมผสานของค่านิยมต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้น อยู่ตลอดเวลา เพื่อเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการการสังคมและของสาธารณชน

บรรทัดฐานในทางค่านิยมอาจจะมีผลสำคัญเช่นกันในการกำหนดนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของชาติและระหว่างชาติ ค่านิยมของชาติและของวัฒนธรรมอันใดบ้างที่ควรจักได้รับการปกป้องและให้มีโอกาสแสดงออก ค่านิยมอะไรบ้างที่มีต้นเค้าของกระแสข่าวสารของประเทศในปัจจุบัน ทั้งขาไปและขามา ค่านิยมอื่นๆอะไรบ้างที่ควรจักเป็นเครื่องชี้หน้าที่ส่งไปสู่ประเทศอื่นๆ และของการแลกเปลี่ยนและของการเผยแพร่รายการระหว่างชาติ

ในการระบุและในการชี้ขาดเกี่ยวกับค่านิยมในการสื่อสารนั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงหน้าที่ทางสังคมของการสื่อสารด้วย ทั้งนี้เพราะข้อพิจารณาที่สำคัญประการหนึ่งในการชี้ขาดเกี่ยวกับค่านิยมก็คือ ผลกระทบของกิจกรรมทางการสื่อสารต่อสังคมและต่อปัจเจกชน ด้วยเหตุที่หน้าที่ทางสังคมของการสื่อสารนั้นย่อมสื่อถึงความต้องการทางการสื่อสาร ดังนั้นระบุและการชี้ขาดเกี่ยวกับค่านิยมสำหรับการสื่อสารย่อมต้องมีการพิจารณาถึงค่านิยมทางสังคม หน้าที่ทางสังคมและความต้องการทางสังคมไปด้วยโดยพร้อมๆกัน

องค์ประกอบที่จัดการได้ทางวัตถุและบุคคลของระบบการสื่อสาร นั้นนับว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์และของการวางแผนการสื่อสาร ภายในกระแสทั้งหมดของการสื่อสาร ส่วนประกอบที่น่าจะเหมาะสมที่สุดในการทำให้นโยบายประสบความสำเร็จจักต้องได้รับการระบุออกมา ขอแนะนำให้ใช้ส่วนต่างๆที่แยกออกจากกันได้ แต่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันอยู่เป็นเค้าโครง โดยพึงเข้าใจด้วยว่าส่วนต่างๆที่กล่าวนี้จักต้องได้รับการพิจารณาเทียบเคียงกับบรรทัดฐานเกี่ยวกับค่านิยมดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น และพึงเข้าใจด้วยว่ามันจะส่งแรงสั่นสะเทือนไปถึงส่วนต่างๆที่จัดการไม่ได้โดยตรงของกระบวนการสื่อสารที่แน่นอนทีเดียว ทัศนะกว้างๆจะมีรายละเอียดมากมาย ซึ่งในการวิเคราะห์จักต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ เวลา และทรัพยากร จำนวนมากอย่างแทบไม่น่าเชื่อทีเดียว ในทางปฏิบัติย่อมไม่อาจกำหนดและไม่อาจใช้นโยบายได้ นอกจากว่าได้มีการระบุความสนใจที่สำคัญๆ ออกมาแล้วนั้น ในแต่ละกรณี อาจตั้งเป็นคำถามขึ้นได้ว่า “จุดจัดค้ำ” (leverage points) ที่สำคัญๆและที่จัดการได้ ในแง่ที่การใช้นโยบายการสื่อสารน่าจะมีผลกระทบได้อย่างกว้างขวางที่สุดและได้อย่างมีประสิทธิภาพระยะยาวที่สุดอยู่ตรงไหน

การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เกี่ยวกับการควบคุมระบบการสื่อสารต่างๆดังที่ได้กล่าวแล้วในที่อื่นๆ นับได้ว่าเป็นภารกิจในระดับโครงสร้างที่สำคัญอย่างยิ่งของนโยบายการสื่อสาร การวิเคราะห์

ที่ว่านี้รวมไม่ถึงเฉพาะแต่ข้อบับบังคับต่างๆไป ที่มีต่อระบบการสื่อสารเท่านั้น แต่รวมถึงข้อพิจารณาทางการเมือง เครื่องล่อใจเชิงเศรษฐกิจ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสาร แบบแผนหน้าที่ทางสังคม และการวิเคราะห์ค่านิยมทั้งมวลที่เป็นมูลกำเนิดของการตัดสินใจภายในสถาบันทางการสื่อสารต่างๆเองด้วย

ด้านที่สองของนโยบายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างต่างๆและเกี่ยวข้องกับการจัดการต่างๆได้แก่ ความสะดวกทางเทคนิคในด้านการผลิต ในด้านการแพร่กระจาย และในด้านการรับสารทรัพยากรเหล่านี้มักถูกเรียกว่าเป็น “รูปธรรม” ของระบบการสื่อสาร การพิจารณา “รูปธรรม” ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงการระบุคัดเลือกเครื่องมือทางเทคนิคที่เข้าได้กับขอบเขตการสื่อสารที่กำลังอยู่ในการพิจารณาเท่านั้น “ทรัพยากรทางเทคนิค” อาจมีความหมายรวมไปถึงการผลิต การส่งเข้าและการขายเครื่องมือด้วยก็ได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีแง่มุมของทรัพยากรการสื่อสารของประเทศในด้านกว้างๆ ซึ่งได้แก่ โครงสร้างปฐมฐานทางเทคนิคเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย การส่งและการขายเครื่องมือด้วยก็ได้ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีแง่มุมของทรัพยากรทางการสื่อสารของประเทศในด้านกว้างๆซึ่งได้แก่ โครงสร้างปฐมฐานทางเทคนิคเกี่ยวข้องอีกด้วย เช่น การไฟฟ้า การขนส่ง ฯลฯ จนกระทั่งมันถึงขีดที่ต้องการเกี่ยวข้องโดยตรงอีกด้วย เช่น การไฟฟ้า การขนส่ง トラบาจนจนกระทั่งถึงขีดที่มันมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดตั้งและการปฏิบัติงานของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการสื่อสาร

ด้านที่สามก็คือโครงสร้างทางการบริหารต่างๆที่ควบคุมระบบการสื่อสารแต่ละระบบ และที่ควบคุมการประสานงานและการวางแผนทางการสื่อสารทั้งหมด การระบุชนิดของการควบคุมในทุกๆส่วนของระบบออกมานั้น นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อชี้ขาดว่า ข้อพิจารณาในทางบริหารที่เด่นๆนั้นคืออะไร เช่น มีทิศทางเพื่อการบริการสาธารณะหรือมีทิศทางเพื่อการค้า เป็นต้น และเพื่อกำหนดบทบาทให้แก่สถาบันฝ่ายรัฐบาล ฝ่ายรัฐสภา ฝ่ายบริหารและสถาบันทางสาธารณะฝ่ายอื่นๆผู้ทำหน้าที่กำหนดและต่อปฏิกริยาจากวงการอื่นๆ เช่น การศึกษา การเกษตรกรรม กิจกรรมทางวัฒนธรรม และฝ่ายผู้ใช้หรือผู้รับสารด้วยมากน้อยเพียงใด

กำลังคนและการฝึกฝนสำหรับสถาบันทางการสื่อสารต่างๆ ก็นับว่าเป็นความรับผิดชอบที่ไม่อาจละทิ้งไว้ให้เป็นเรื่องของการริเริ่มโดยอิสระได้เช่นกัน ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการสื่อสาร แต่ละประเทศจึงต้องรู้ล่วงหน้าว่า จำเป็นต้องฝึกอบรมนักวิชาชีพต่างๆตามความเป็นจริงและความต้องการอันแท้จริงและในขนาดตของระบบการสื่อสารที่จะดำเนินการกันนั้น จะบังเกิดขึ้นได้ก็โดยวิธีการอันนี้เท่านั้น นอกจากนี้แล้ว การฝึกอบรมไม่ควรจะเน้นกันแต่เพียงด้านทักษะ

ทางการผลิต การแพร่กระจายเท่านั้น แต่ควรพิจารณาถึงความต้องการด้านนักวิจัยและด้านผู้ทำหน้าที่ในการให้การฝึกอบรมทักษะต่างๆที่เกี่ยวกับการสื่อสารอีกด้วย

ผู้กำหนดนโยบายมักให้ความสนใจเป็นพิเศษกับเศรษฐกิจของระบบการสื่อสารอันดับแรกก็คือค่าใช้จ่ายและด้านผลประโยชน์เชิงเปรียบเทียบต่างๆ ในการใช้งบประมาณสาธารณะในด้านการสื่อสาร แต่ว่าเศรษฐกิจของระบบการสื่อสารมิใช่เพียงเท่านั้น เพราะถึงแม้ว่าจะไม่มีงบประมาณสาธารณะเข้ามาเกี่ยวข้องเลยก็ตาม เศรษฐกิจของกิจการทางการสื่อสารต่างๆ ก็ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั้งหมดของประเทศ และก็มีอิทธิพลโดยตรงต่อเนื้อหาและต่อหน้าที่ทางสังคมของสื่อ พุดตามข้อเท็จจริง จุดประสงค์หลายประการของนโยบายการสื่อสารจักสัมฤทธิ์ผลได้ก็ด้วยมาตรการทางเศรษฐกิจและทางการเงิน

สิ่งที่เกี่ยวข้องด้วยอย่างใกล้ชิดคือ ภาวะทางกฎหมายที่ควบคุมกิจการทางการสื่อสาร และมีอิทธิพลต่อผู้ที่จะใช้หรือผู้ที่แสดงออกโดยผ่านกิจการต่างๆ ดังกล่าวแล้ว รากฐานอย่างหนึ่งของการปรุงแต่งนโยบายการสื่อสารก็คือ การวิเคราะห์และการยอมรับอย่างเปิดเผยเกี่ยวกับสิทธิ ข้อผูกมัด และข้อจำกัดในทางกฎหมายอย่างที่เป็นอยู่ นอกเหนือไปจากกรอบทางกฎหมายทั่วไปก็คือ ปัญหาเฉพาะในทางกฎหมายต่างๆ เช่น ลิขสิทธิ์และสิทธิบัตรของนักแสดงระหว่างชาติ กฎหมายแรงงาน การเก็บภาษีต่างๆ ฯลฯ

รายการดังกล่าวมาข้างต้นนั้นไม่ได้มีเจตนาจักให้เป็นรายการที่สมบูรณ์ แต่เป็นเพียงสิ่งที่ชี้แนะให้เห็นถึงแง่มุมที่สำคัญๆ ที่ผู้กำหนดนโยบายจำเป็นต้องนำเข้ามาในการพิจารณาเมื่อฟังความสนใจไปยังระบบการสื่อสารต่างๆ

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสื่อสารมวลชนเป็นกรอบในการวิเคราะห์นโยบายการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทยทั้ง 4 แห่ง ของความต้องการ

2. แนวคิดเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน (Media Performance)

การกล่าวถึงเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน (Media Performance) มีพื้นฐานมาจากแนวคิดเรื่องความสนใจของมวลชน (Public Interest) ซึ่งเป็นประเด็นหลักของการวิเคราะห์ด้านเนื้อหา (McQuail, 1992) การปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นเรื่องที่สาธารณชนพิจารณาถึงภารกิจของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม หมายความว่า เป็นสิ่งที่สังคมคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อ นั่นอาจกล่าวได้ว่าสิ่งสำคัญในเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนเกี่ยวข้องกับเรื่องนโยบายของการนำเสนอเนื้อหาในสื่อนั่นเอง

1. เสรีภาพและอิสรภาพ (Freedom and Independence)

ความคาดหวังสูงสุดในเรื่องของเนื้อหาของสื่อมวลชนคือต้องสะท้อนให้เห็นถึงความมีเสรีภาพ แม้ว่าจะมีความกดดันหลายๆอย่างภายในสถาบันหรือองค์กร มันไม่ง่ายเลยในการเห็นถึงการแสดงออกซึ่งเสรีภาพของสื่อที่ปรากฏอยู่ข้างในเนื้อหา เนื้อหาบางประเภทสามารถแสดงเป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงความมีเสรีภาพมากน้อยในสื่อ ยกตัวอย่างเช่น ประเด็นคำถามในบทบรรณาธิการซึ่งสามารถเป็นสัญลักษณ์แห่งการใช้เสรีภาพและแสดงถึงจุดยืนของตัวเองในหลายๆวิธี ประกอบด้วยการแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นปัญหาที่มีความขัดแย้ง ต้องมีการรายงานประเด็นข้อขัดแย้งและข้อโต้ตอบ ซึ่งต้องเป็นไปตามแนวนโยบายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งต้องมีการอธิบายความเป็นมาของเหตุการณ์ และการรายงานความเป็นไปในแง่ของข้อเท็จจริง

สื่อมวลชนส่วนใหญ่ควรที่จะต้องสามารถประเมินได้ถึงระดับของความมีเสรีภาพ นอกเหนือไปจากงานด้านข่าว สื่อมวลชนต้องผลิตผลงานที่เป็นนวัตกรรมและไม่เป็นไปตามสิ่งที่ถูกคาดหวัง ไม่ทำตามแบบประเพณีและเป็นไปในแนวทดลอง สื่อมวลชนที่มีเสรีภาพส่วนใหญ่มักจะหันออกจากแบบฟอร์มที่ถูกกำหนดไว้และเต็มใจที่จะไม่ได้รับความนิยม เช่นเดียวกับกับอำนาจ แต่อย่างไรก็ตามหาเป็นเช่นนั้นมันก็จะไม่หลงเหลือถึงความเป็นสื่อมวลชนก็ได้

2. ความหลากหลายของเนื้อหา (Content Diversity)

การปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในด้านเนื้อหาประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ ดังนี้

- 2.1 มีความหลากหลายให้ผู้รับสารได้เลือก (Choice) ทั้งมิติด้านความสนใจ (Interest) และความชอบมากกว่า (Preference)
- 2.2 มีโอกาสในการเข้าถึงที่มากมายและหลากหลาย Access) (สำหรับการเป็น แหล่งข้อมูลและปากเสียงในสังคม
- 2.3 สะท้อนความจริงในด้านความเป็นไปที่หลากหลายของสังคม (Reflection)

หลักการแต่ละข้อทำให้ง่ายต่อการวัดความหลากหลายของเนื้อหา ในการกล่าวถึงความหลากหลายของเนื้อหานั้นจะต้องมีการประยุกต์เอากรอบภายนอกบางประการใช้กับเนื้อหาของสื่อ เช่น ความชื่นชอบของผู้รับสาร, ความเป็นจริงของสังคม และแหล่งข้อมูลในสังคม การขาดความหลากหลายสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อการแจกแจงแหล่งข้อมูล, เหตุการณ์, หลักฐาน, ชนิดของเนื้อหา ฯลฯ หายไปหรือไม่ได้แสดงออกมา

3. ความเป็นภววิสัยในข่าว (Objective in news)

มาตรฐานของความเป็นภววิสัยในข่าวทำให้เกิดการถกเถียงกันอย่างมากในเนื้อหาของ การรายงานข่าว ภายใต้หัวข้อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของอคติซึ่งเป็นคู่ตรงข้ามกับภววิสัย ความเป็นภววิสัยเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นที่ซับซ้อน เมื่อมันไปไกลกว่าความคิดง่าย ๆ ที่ว่าข่าวควรรายงานถึงสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นจริงๆ บนโลก (Hackett, 1984) ในทางหนึ่งมีความคิดย่อยๆ อีกหลายอย่างที่กล่าวว่าข่าวบอกเราเกี่ยวกับความจริง แต่ในอีกทางหนึ่งกล่าวว่าความเป็นกลางในการรายงานข่าวยังคงเปิดกว้างสำหรับการตีความที่หลากหลาย

ความคิดที่ง่ายที่สุดที่กล่าวว่าข่าวบอกเราเกี่ยวกับโลกแห่งความเป็นจริงสามารถอ้างถึงคำว่า "ข้อเท็จจริง" (Faculty) เป็นการอ้างถึงข่าวที่เกิดจากข้อมูลที่ชัดเจนซึ่งจำเป็นต่อการทำความเข้าใจ

เข้าใจหรือเกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์ ในแง่ของการรายงานข่าวมันหมายถึงการตอบคำถามของ ใคร? อะไร? ที่ไหน? เมื่อไหร่? และบางครั้ง ทำไม? แนวทางการประเมินข้อเท็จจริงในแง่ของ "คุณค่าด้านข้อมูล" ได้มีการกล่าวถึงไปแล้ว ข่าวสามารถเป็นคลังข้อมูลก็ต่อเมื่อข้อเท็จจริงจำนวนมากได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเสนอ

สำหรับการวิเคราะห์คุณค่าของข่าว ข่าวนั้นต้องมีความถูกต้องแม่นยำและมีความสมบูรณ์ในส่วนประกอบด้านต่างๆ ความถูกต้องแม่นยำเกิดจากการแยกบันทึกเหตุการณ์จากที่ต่างๆ เช่น การบันทึกของเอกสาร หรือ บันทึกโดยพยาน หรือ สื่ออื่นๆ หรือเกิดจากการรายงานข่าว เหตุการณ์จากแหล่งข่าวหรือผู้ตกเป็นข่าว หรืออาจหมายถึงความสอดคล้องกันในเนื้อหาของข่าว ความสมบูรณ์ของข่าวนั้นยากต่อการวัด โดยง่าย ๆ จากการประเมินว่าข่าวนั้นให้ข้อมูลมากน้อยแค่ไหน ตรงประเด็นมากแค่ไหน ข้อสังเกตง่าย ๆ ที่ว่าข่าวตรงประเด็นหรือไม่ วัดจาก 3 อย่าง 1 สิ่งที่ทฤษฎีกล่าวว่าข่าวสมควรจะมี 2. นักข่าวมืออาชีพตัดสินใจว่าตรงประเด็นมากที่สุด 3. ผู้รับสารพบว่าข่าวมีความน่าสนใจและมีประโยชน์

ข่าวต้องมี ความยุติธรรมมีความสำคัญยิ่งในหัวข้อข่าวที่เกี่ยวข้องกับข้อขัดแย้ง ข่าวที่เปิดกว้างต่อการตีความและการประเมินที่แตกต่างกันออกไป มาตรฐานของความยุติธรรมกล่าวอ้างถึงความสมดุลในการเลือกและการใช้แหล่งข้อมูล เช่นเดียวกับการสะท้อนถึงมุมมองที่แตกต่างกัน และความยุติธรรมในวิธีการเสนอข่าว เช่น การแยกแยะระหว่างข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น หลีกเลี่ยงการตัดสิน และการใช้อารมณ์สื่อในภาษาหรือภาพ การเสนอในรูปแบบของเร้าอารมณ์นั้นตรงกันข้ามกับการเสนอในแบบภววิสัย

4. สะท้อนความเป็นจริง (Reality Reflection)

การนำเสนอข่าวด้วยความมีอคติเป็นการบิดเบือนความเป็นจริง เช่น การเสนอภาพในแง่ลบของกลุ่มคนเล็กๆในสังคม , การปฏิเสธสิทธิสตรีในสังคม เป็นต้น

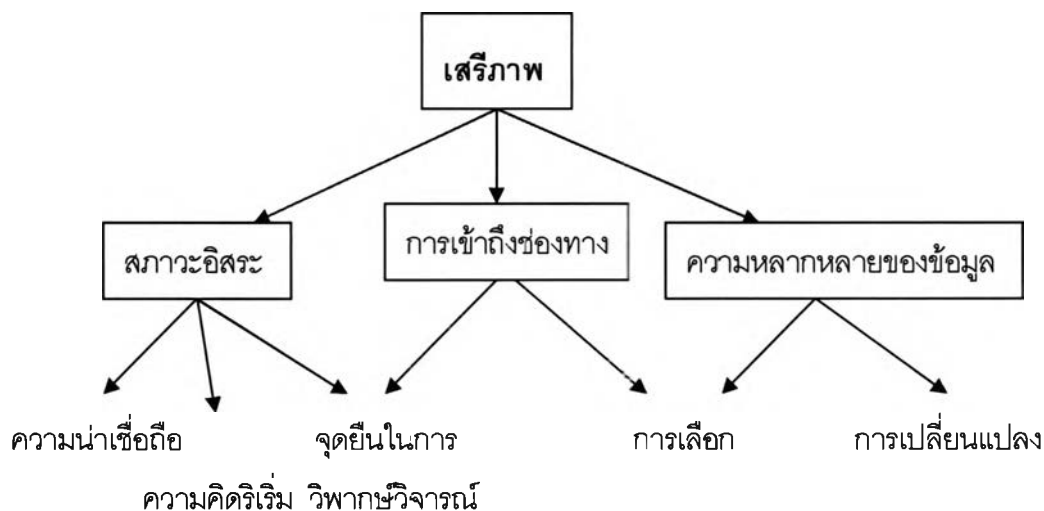
ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนเป็นกรอบในการวิเคราะห์ในหัวข้อการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศขององค์กรสื่อมวลชนไทย

3. แนวคิดเกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งบทบาทหน้าที่ขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

เดนิส แม็คควอล (Denis McQuail, 1994: 139-152) ได้แนวคิดนี้มาจากทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงว่า สื่อมวลชนถูกคาดหวังว่าควรจะทำหน้าที่อะไรให้กับสังคม ทั้งความเกี่ยวข้องของสื่อมวลชนกับผู้ที่อยู่เบื้องบนหรือโครงสร้างแห่งอำนาจเบื้องบนของสังคม และกับผู้รับสารจากสื่อมวลชน ทฤษฎีนี้จึงเกี่ยวเนื่องกันระบียบกฎเกณฑ์ และการควบคุมสื่อมวลชนให้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่สังคมเป็นผู้กำหนด ทั้งนี้เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคม โดยพยายามแสวงหาสิ่งต่างๆมาเสนอแก่ผู้รับสาร ดังนั้น สิ่งที่ทฤษฎีบรรทัดฐานนิยมได้เอียงกันก็คือประเด็นเกี่ยวกับโครงสร้างและการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อ โดยเกี่ยวเนื่องกับประเด็นหลักดังต่อไปนี้คือ เสรีภาพ ความเสมอภาค ความหลากหลาย คุณภาพของข้อมูล ระเบียบทางสังคมและความร่วมมือ และระเบียบทางวัฒนธรรม

ก. เสรีภาพของสื่อ

เสรีภาพเป็นสภาพการณ์ หมายถึง สิทธิในการแสดงออกและการแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี อย่างไรก็ตาม สิทธิเหล่านี้จะต้องเข้าถึงช่องทางและโอกาสที่จะรับข้อมูลที่หลากหลายด้วยเสรีภาพในการสื่อสารจึงมี 2 แง่มุมคือ การเสนอตัวเป็นปากเสียง และการตอบสนองความต้องการ ซึ่งก็เช่นเดียวกับการนำไปประยุกต์ใช้กับสื่อ ความอิสระก็นำไปสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ ความริเริ่ม และความหลากหลาย ดังนั้นเสรีจึงเกี่ยวเนื่องกับสภาพโครงสร้างการปฏิบัติงาน โอกาสที่คสภกลุ่มต่างๆในสังคมจะเข้าถึงช่องทางและผลประโยชน์ที่ผู้รับสารจะได้รับ ซึ่งสามารถแสดงได้เป็นแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองที่ 2 เสรีภาพของสื่อ

เพื่อให้ได้มาซึ่งเสรีภาพในการสื่อสาร สื่อจำเป็นต้องมีองค์ประกอบต่อไปนี้

- ปราศจากการตรวจสอบหรือการควบคุมจากรัฐ
- ประชาชนมีสิทธิที่จะรับข่าวสารต่างๆ ได้โดยเสรี
- สื่อมวลชนมีเสรีภาพในการได้มาซึ่งข้อมูลจากแหล่งข่าวที่เกี่ยวข้อง
- ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของเจ้าของสื่อ หรือผู้โฆษณาที่มีต่อการคัดเลือกข่าวและแสดงความคิดเห็น
- มีนโยบายบรรณาธิการที่แข็งแกร่งและวิพากษ์วิจารณ์ เสนอข่าวและความคิดเห็นได้อย่างสร้างสรรค์ มีความคิดริเริ่ม มีอิสระในการทำข่าวภายใต้กรอบของศิลปะและวัฒนธรรม

เสรีภาพของสื่อมีความสำคัญ คือ

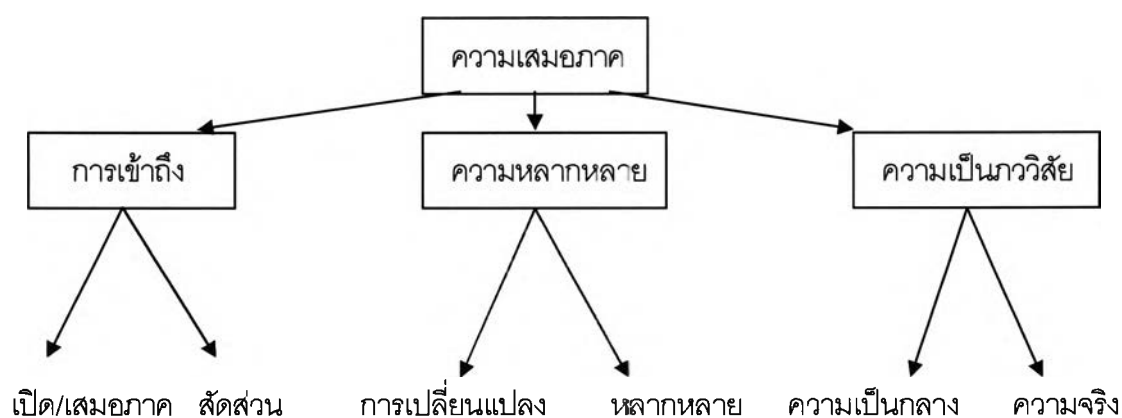
- ทำให้สาธารณชนตรวจสอบบุคคลที่อยู่ในอำนาจได้อย่างมีระบบและมีอิสระ ซึ่งเปรียบเสมือนหน้าที่สุนัขเฝ้าบ้าน หรือ บทบาทในการทำหน้าที่วิพากษ์วิจารณ์ของสื่อ

- กระตุ้นและให้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย รวมทั้งสภาพชีวิตในสังคม
- ให้โอกาสแสดงความคิดเห็น ความเชื่อ และทัศนคติเกี่ยวกับโลก
- ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและสังคมอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มปริมาณและความหลากหลายของเสรีภาพเท่าที่จะเป็นไปได้

ข. ความเสมอภาคของสื่อ

ความเสมอภาค หมายถึง สื่อควรเปิดโอกาสให้คนเข้าถึงสื่ออย่างเท่าเทียมกัน ทั้งผู้ที่พยายามเป็นเจ้าของสื่ออย่างเป็นทางการและผู้ที่มีความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ดังนั้น ความเสมอภาคจึงหมายถึง การปฏิบัติงานอย่างมีเสรีภาพและยุติธรรม

ความเสมอภาคทำให้เกิดความคาดหวังในการเข้าถึงอย่างยุติธรรม มีความสมดุลสำหรับการเป็นปากเสียง กล่าวอย่างสั้นๆ ก็คือ ความเสมอภาคทำให้ปราศจากการเลือกที่รักมักที่ชังหรืออคติในการเข้าถึงทั้งในแง่ของการเป็นผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งโอกาสที่จะมีความเสมอภาค ขึ้นอยู่กับระดับของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมประกอบกับความสามารถของระบบสื่อ กล่าวคือในทางปฏิบัติควรมีพื้นที่ของความเสมอภาคนี้เกี่ยวข้องไปถึงขอบเขตของความเป็นภควิสัยด้วย แม้ว่าจะมีความหมายและศักยภาพอื่น ๆ สนับสนุนด้วยก็ตาม โดยเฉพาะเรื่องของความเป็นอิสระและความเป็นอิสระในวิชาชีพ ซึ่งไม่เรื่องของความเสมอภาคนี้สามารถแสดงได้เป็นแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองที่ 3 ความเสมอภาคในการปฏิบัติงานของสื่อ

ค. ความหลากหลายของสื่อ

ความหลากหลายนับเป็นลักษณะอันสำคัญของเสรีภาพมีความเกี่ยวเนื่องกับแนวคิดเรื่องการเข้าถึง ความหลากหลายมีความสำคัญเพราะเป็นพื้นฐานของกระบวนการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าในสังคม อันเป็นรูปแบบของพหุนิยมในระบอบประชาธิปไตยที่เชื่อกันว่ามีควรถ่ายทอด

ตัวแปรพื้นฐานของหลักความหลากหลายในฐานะที่เป็นการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันนี้อาจแยกได้เป็น 2 ความหมาย ความหมายแรก ทุกคนควรได้รับการจัดแบ่งหรือมีโอกาสเป็นผู้ส่งเท่าเทียมกัน หรือความหมายที่สอง คือมีความยุติธรรมหรือความเหมาะสมในการกำหนดเข้าถึงและการปฏิบัติ การจัดแบ่งสื่อควรสะท้อนถึงการกระจายตัวในสังคมได้อย่างถูกต้องและมีสัดส่วน หรือสะท้อนความต้องการหรือความสนใจที่หลากหลายของผู้ฟังได้ และเนื้อหาของสื่อก็ควรตอบสนองต่อความแตกต่างของแหล่งข้อมูลหรือผู้รับสารได้

ความหลากหลายมีจุดยืนที่ใกล้เคียงกับเสรีภาพมาก กล่าวคือ ยังมีความแตกต่างมากเท่าไรก็ยังทำให้มีความหลากหลายให้กับผู้รับสารมากขึ้นเท่านั้น ความหลากหลายมีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

- สื่อควรสะท้อนถึงโครงสร้าง และเนื้อหาที่หลากหลายตามสภาพความเป็นจริงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม
- สื่อควรเสนอโอกาสในการเข้าถึงเสียงต่างๆซึ่งสังคมที่หลากหลาย และวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นสังคม
- สื่อควรเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นและจุดยืนที่แตกต่างของสังคม
- สื่อควรเสนอทางเลือกเนื้อหาที่ตอบสนองกับความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร

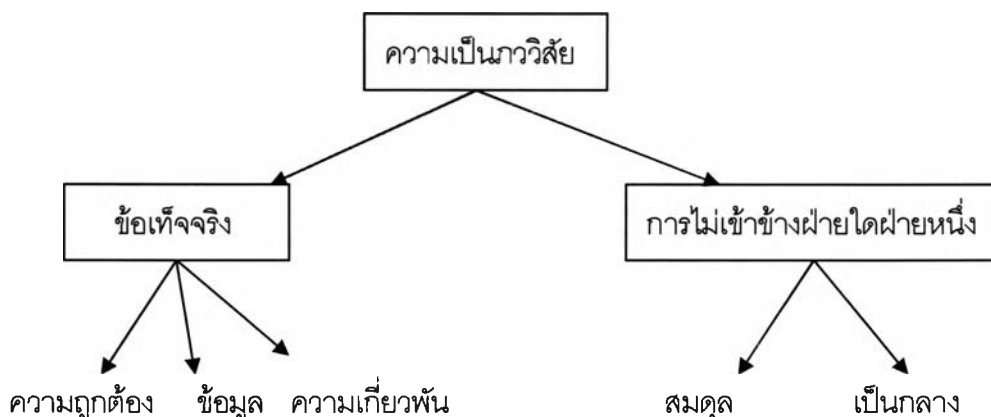
ความหลากหลายของสื่อมีความสำคัญ คือ

- ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะเมื่อสื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่เพิ่งจะมีสิทธิมีเสียงแต่ยังไม่มีอำนาจในสังคม
- ช่วยตรวจสอบการใช้เสรีภาพในทางที่ผิด
- เปิดโอกาสให้ชนกลุ่มน้อยรักษาเอกลักษณ์ของกลุ่ม ที่มีความแตกต่างจากคนกลุ่มใหญ่ในสังคมได้
- ทำให้สังคมมีความขัดแย้งน้อยลง ด้วยการเปิดโอกาสให้กลุ่มที่ขัดแย้งกันทำความเข้าใจกัน
- เพิ่มพูนวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนในสังคมให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ง. คุณภาพของข้อมูล

แนวคิดที่เป็นกลางที่สุดและเกี่ยวข้องกับคุณภาพของข้อมูลมากที่สุดก็คือ ความเป็นภววิสัย (Objectivity) ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของการปฏิบัติของสื่อ และเป็นทัศนคติเฉพาะต่อหน้าที่การเก็บรวบรวมข้อมูล กระบวนการ และการเผยแพร่ของสื่อ มีลักษณะสำคัญคือ ไม่ลำเอียงและเป็นกลางต่อสิ่งที่รายงาน ไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ยึดมั่นในความถูกต้องเป็นจริง ไม่ตกเป็นเครื่องมือของมือที่สาม ดังนั้นกระบวนการสังเกตและรายงานจึงไม่มีความเป็น อัตวิสัย (Subjectivity) หรือบางครั้งอาจกล่าวได้ว่า ไม่ถูกบิดเบือนนั่นเอง ความเป็นภววิสัยนี้มีความเกี่ยวข้องกับเสรีภาพและเสมอภาค กล่าวคือเสรีภาพเป็นสภาพที่จำเป็นสำหรับความไม่ลำเอียงและความเป็นจริง ในขณะเดียวกันภววิสัยก็ต้องการความยุติธรรมและความไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเสนอความจริงอย่างเสมอภาค การที่สื่อรายงานสิ่งต่างๆอย่างเป็นภววิสัยทำให้ ผู้รับสารเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งความคิดเห็นที่สื่อนำเสนอมากขึ้น ในขณะที่สื่อเองค้นพบว่าภววิสัยทำให้ข่าวของพวกเขา มีมาตรฐานสูงขึ้นและมีคุณค่าทางการตลาดมากขึ้น

Westerstahl (1983) ได้จำแนกองค์ประกอบของความเป็นภววิสัยโดยรูปแบบจำลอง
ดังนี้



แบบจำลองที่ 4 องค์ประกอบของความเป็นภววิสัย

เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพของข้อมูล สื่อจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังต่อไปนี้

- สื่อควรให้ความรู้และความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับข่าว และข้อมูลภูมิหลังเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคมและรอบโลก
- ข้อมูลมีความเป็นภววิสัยในแง่ของความถูกต้อง ความเชื่อถือตรงสมบูรณ์เพียงพอ เป็นจริง เชื่อถือได้ และแยกความจริงออกจากความคิดเห็น
- ข้อมูลมีความสมดุลและยุติธรรม โดยการรายงานในหลายแง่มุม ไม่ใส่อคติหรืออารมณ์ลงไป

ก. ระเบียบทางสังคมและความร่วมมือ

ระเบียบทางสังคมและความร่วมมือทางสังคม มีผลเกี่ยวข้องกับการรวมตัวและความปรองดองกันของสังคม โดยพิจารณาจากแง่มุมที่ต่างกัน แง่มุมแรกเกี่ยวข้องกับผู้มีอำนาจที่คอยดูแลสื่อ ซึ่งอย่างน้อยที่สุดผู้มีอำนาจเหล่านี้ต้องหารใช้สื่อสนับสนุนตน อีกแง่มุมหนึ่ง สังคมพหุนิยมกลับไม่อาจยอมรับการควบคุมนี้ได้ สื่อมวลชนจึงต้องมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่ผสมผสานกัน ทำให้เกิดคำถามตามมาว่าสื่อควรทำหน้าที่อย่างไร แนวคิดในเรื่องการจัดระเบียบสื่อจึงค่อนข้างยืดหยุ่นขึ้นอยู่กับว่าใครออกคำสั่ง และออกคำสั่งในลักษณะไหน โดยระเบียบทางวัฒนธรรม เช่น ศาสนา

ศิลปกรรมนิยมประเพณี และระเบียบทางสังคม เช่น ชุมชน สังคม จะต้องถูกจัดวางโครงสร้างภายใน ด้วยแ่งมุมจาก “บน” และ “ล่าง” ซึ่งเป็นแ่งมุมของคนที่มีอำนาจในสังคม และแ่งมุมของบุคคลและคนกลุ่มน้อยในสังคมซึ่งจะตอบสนองต่อระเบียบการควบคุมและระเบียบความร่วมมือที่แตกต่างกัน โดยฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ถูกบังคับ อีกฝ่ายเป็นอิสระหรือสามารถเลือกทางเลือกด้วยตนเอง ตามแบบจำลอง

สังคม

	จาก “บน”	จาก “ล่าง”
การควบคุม/ความ ยินยอม		ความร่วมมือ ความ เกี่ยวพัน
ที่ อ ต าม ย อ ด / ตามลำดับชั้น		อิสระ / เป็น ของ ตนเอง

ขอบเขต

แบบจำลองที่ 5 แนวคิดการจัดระเบียบทางสังคม

ทั้งนี้สามารถสรุปแ่งมุมเกี่ยวกับบรรทัดฐานที่เกี่ยวข้องกับระเบียบทางสังคมได้ดังนี้

- ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนที่สื่อให้บริการ สื่อควรจะสนับสนุนและแบ่งช่องทางหารสื่อสารของแต่ละชุมชน
- สื่ออาจจะช่วยเหลือสังคมโดยรวมโดยหารแสดงความใส่ใจต่อผู้เสียประโยชน์หรือผู้ด้อยโอกาสในสังคม
- สื่อไม่ควรไปสนับสนุนหรือชื่นชมผู้ที่ประพฤติฝ่าฝืนกฎหมายและระเบียบของสังคม
- ในแง่ของความมั่นคงของชาติ เสรีภาพของสื่อมวลชนอาจจะต้องขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ของชาติเป็นสำคัญ

- ในแง่ของศีลธรรม รสนิยมจะต้อง และความประพฤติที่ดี โดยเฉพาะในเรื่องของเพศและความรุนแรง รวมทั้งการใช้ภาษา สื่อควรจะต้องสนใจถึงระดับบรรทัดฐานของสังคมว่าอะไรที่สังคมยอมรับได้ และอะไรที่ควรหลีกเลี่ยง

จ. ระเบียบทางวัฒนธรรม

ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อเกี่ยวข้องกับทั้งวัฒนธรรมที่มีคุณค่าที่ได้จากเนื้อหาของสื่อ และทั้งการนำเสนอที่คำนึงถึงประสบการณ์จริงในชีวิต ส่วนย่อยของวัฒนธรรมจะเสนอในกรอบบรรทัดฐานที่เป็นไปตามกรอบหลักของสังคม วัฒนธรรมหลักก็คือส่วนที่เป็นทางการและมั่นคงแล้วซึ่งจะแสดงนัยยะถึงมาตรฐานทางวัฒนธรรม ในขณะที่วัฒนธรรมย่อยจะตรงกันข้าม กล่าวคือมีความหลากหลายและสัมพันธ์กัน โดยขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคลที่เกี่ยวกับการดึงดูดความสนใจ ความเกี่ยวพัน และความคุ้นเคยซึ่งสื่อต่างๆจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมย่อยในสังคม

บรรทัดฐานที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไม่มีผลในการบังคับใช้มากนักและสามารถเลือกใช้ได้ อย่างไรก็ตามมีหลักการที่ใช้กันได้อยู่ ดังต่อไปนี้

- เนื้อหาสื่อควรสะท้อน และแสดงออกทางภาษาและวัฒนธรรมชั่วคราวของคนทีื่อนั้นให้บริการ ซึ่งก็ควรเกี่ยวข้องกับประสบการณ์สังคมในชีวิตประจำวันของคน
- การจัดลำดับบางครั้ง ควรจะให้สื่อแสดงบทบาทการศึกษาโดยการให้ความรู้ อย่างต่อเนื่อง ถึงระดับชั้นต่างๆของวัฒนธรรมของชาติ
- สื่อควรสนับสนุนให้มีการริเริ่มสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม และผลิตผลงานที่มีคุณภาพสูง

การแสดงบทบาทสำคัญตามบรรทัดฐานของสื่อมวลชนตามประเด็นต่างๆดังกล่าวแล้ว จะมีความเป็นไปได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์กรสื่อผู้ผลิต และแรงกดดันจากบริบทภายนอกองค์กร

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการกีฬาฟุตบอลทางสื่อโทรทัศน์

“การตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย” โดย นายวรวิทย์ พัฒนาคิทธิกุล (2539) สรุปผลงานวิจัย ดังนี้ ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่มีผลประโยชน์จำนวนมากทำให้มีการแข่งขันกันสูง การดำเนินธุรกิจชนิดนี้จึงต้องอาศัยแนวคิดด้านการตลาดมาช่วยเสริม ในด้านปัจจัยที่เป็นส่วนกำหนดความสำเร็จของธุรกิจรายการฟุตบอลคือ ผู้ชมรายการ และผู้สนับสนุนรายการ

องค์ประกอบทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องคือ เจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอดรายการ ตัวรายการ สถานีโทรทัศน์ บริษัทผู้ซื้อเวลาทางสถานี ผู้บรรยายการแข่งขัน ผู้ชม ผู้สนับสนุนรายการ และสื่อมวลชน องค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์กันทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบด้านความนิยมรายการ หรือเรตติ้ง มาใช้กำหนดทิศทางและแนวโน้มความสำเร็จของรายการในด้านผู้ชมและรายได้

ธุรกิจรายการกีฬาทางโทรทัศน์เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ มีลักษณะโครงสร้างทางการตลาดเหมือนกัน คือ ผู้ผลิตได้แก่ เจ้าของลิขสิทธิ์การถ่ายทอด เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ได้แก่รายการฟุตบอล มีการซื้อขายผ่านพ่อค้าคนกลางได้แก่สถานีโทรทัศน์ และบริษัทที่ซื้อลิขสิทธิ์โดยตรง จากนั้นนำเสนอผ่านช่องทางจำหน่ายคือสถานีโทรทัศน์ มีการกำหนดราคาสินค้าด้วยอัตราค่าโฆษณาหรืออัตราค่าสมาชิก เคเบิลทีวี รวมทั้งมีการส่งเสริมด้านการตลาดด้วยการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ สุดท้ายจึงเป็นการส่งให้ผู้ชมเป็นผู้บริโภคสินค้า

ธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์อาศัยส่วนผสมทางการตลาด 4 ส่วน ได้แก่ (1)ด้านผลิตภัณฑ์คือรายการคุณภาพดี เป็นที่สนใจของผู้ชม (2)ด้านราคา มี 2 ส่วนคือ ราคาโฆษณาของฟรีทีวี และราคาค่าสมาชิกรายเดือนของเคเบิลทีวี (3)ด้านช่องทางการนำเสนอ คือ สถานีเป็นช่องทางการถ่ายทอดโดยใช้เทคนิคการจัดผังรายการให้เป็นรายการประจำ (4)ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้ชมสนใจติดตามรายการ

การดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ต้องเน้นแนวคิดด้านการตลาดที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์เป็นหลัก (Product Oriented) และแนวคิดที่ถือผู้บริโภคเป็นหลัก (Consumer Oriented) โดยเลือกรายการที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจของผู้ชมเป็นหลัก

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอกีฬาฟุตบอลในสื่อมวลชน

“การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการสารสนเทศกีฬาฟุตบอลในเว็บไซต์ของไทย” โดย เกรียงไกร กิจวิเชียรชัย (2544) ผลสรุปงานวิจัย ดังนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากลวิธีการสื่อสารทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ โดยกำหนดศึกษาเว็บไซต์ขององค์กรสื่อมวลชนไทย 3 แห่ง ได้แก่ www.hotleague.com ของบริษัททีวีฟอรัม จำกัด, www.thailandsonline.com ของบริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด และ www.siamsport.co.th ของบริษัทสยามสปอร์ตซินดิเคท จำกัด (มหาชน) แบ่งประเภทของเว็บไซต์ข้างต้นออกเป็น 3 ระดับโดยใช้เกณฑ์ขนาดของบริษัท ได้แก่ เว็บไซต์ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ตามลำดับ

นโยบายและวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดจะมีความคล้ายคลึงกันคือต้องการให้เว็บไซต์เป็นทางเลือกของผู้รับสารในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารฟุตบอลนอกเหนือจากสื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว ใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงานด้านธุรกิจของบริษัท และแสวงหารายได้จากการประกอบการด้านการทำเว็บไซต์ ในส่วนวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปในั้น เว็บไซต์ขนาดเล็กและกลางมุ่งแสวงหารายได้เป็นหลักจากการให้พื้นที่เช่าโฆษณา ส่วนเว็บไซต์ขนาดใหญ่ไม่เน้นเรื่องรายได้ เพราะมีองค์กรที่เข้มแข็ง มีต้นทุนจำนวนมากทำให้สามารถสนับสนุนการทำเว็บไซต์ได้เต็มที่

เนื้อหาของเว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดจะเป็นข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลเป็นหลัก เนื่องจากเป็นรายการแข่งขันที่ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสนใจติดตามการแข่งขันมากที่สุดแหล่งข้อมูลของ

เว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดมีแหล่งที่มาคล้ายคลึงกันคือ มาจากสื่ออื่นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้จากเว็บไซต์ต่างประเทศ สำหรับปริมาณข้อมูลข่าวสารนั้น เว็บไซต์ขนาดใหญ่จะมีข้อมูลมากและละเอียดที่สุด รองลงมาคือขนาดกลางและขนาดเล็กตามลำดับ เนื่องจากเว็บไซต์ขนาดใหญ่มีองค์กรขนาดใหญ่ด้านการศึกษาเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร ส่วนเว็บไซต์ขนาดกลางก็มีองค์กรด้านการศึกษาสนับสนุนเช่นกันแต่เป็นองค์กรขนาดเล็กกว่า และเว็บไซต์ขนาดเล็กมีพนักงานจำนวนน้อยจึงไม่สามารถอัปเดตข้อมูลได้มากและละเอียดเท่ากับเว็บไซต์ขนาดใหญ่และกลาง

นอกจากบริการด้านข้อมูลข่าวสารแล้ว เว็บไซต์ทั้ง 3 ขนาดยังมีบริการเสริมที่แตกต่างกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดึงดูดใจให้คนเข้ามาชมเว็บไซต์เป็นประจำ เช่น เกมส์ออนไลน์, บริการไดเรคเมล, บริการการสนทนาหรือกระดานสนทนาโต้ตอบ (เว็บบอร์ด) ผู้เข้ามาใช้บริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด

รายได้หลักของเว็บไซต์คือสปอนเซอร์ที่จะเข้ามาซื้อพื้นที่ในการโฆษณาภายในเว็บไซต์ นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการนำข้อมูลข่าวสารเดิมที่มีอยู่ไปขาย เช่น การรายงานผลการแข่งขันผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่, วิทยุติดตามตัว, และโทรศัพท์ 1900 หรือ การรับจ้างผลิตเว็บไซต์ให้กับสปอนเซอร์

กลวิธีการสื่อสารการตลาดที่แต่ละเว็บไซต์นำมาใช้คือ การนำเสนอบริการต่างๆ ที่หลากหลายในเว็บไซต์ เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งบริการของแต่ละเว็บไซต์มีปริมาณและรูปแบบที่แตกต่างกันไป แสดงว่าการทำธุรกิจเว็บไซต์ให้สามารถดำเนินอยู่ได้จะต้องสร้างเนื้อหา บริการที่โดดเด่น และมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ที่มีอยู่

ผู้บริโภคใช้บริการเว็บไซต์เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเองในการหาข้อมูล ข่าวสารกีฬาฟุตบอล เล่นเกมส์ ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ และสร้างสายสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านทางเว็บบอร์ด และการสนทนาในชุมชนเสมือน (Visual Community)

“การนำเสนอรายการฟุตบอลต่างประเทศกับการพนันฟุตบอล” โดย จิราพร กนะกาศัย (2544) ผลสรุปงานวิจัย ดังนี้ การนำเสนอเนื้อหากีฬาฟุตบอลของสื่อมวลชน 3 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ สื่อมวลชนได้พัฒนาการนำเสนอรายการฟุตบอลอย่างมีสีสัน ทั้งรูปแบบและเนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเชื่อมโยงกับการพนันมีมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ ส่วนวิทยุและโทรทัศน์ ไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพนัน โททัศน์มีอิทธิพลมากในการสร้างบรรยากาศการพนันจากการถ่ายทอดสด รวมถึงการบันทึกเทปซึ่งมีทั้งภาพและเสียง สำหรับวิทยุถ่ายทอดเสียงการบรรยายเกมการแข่งขันไม่สามารถสร้างบรรยากาศได้เท่ากับโทรทัศน์

เนื้อหาของกีฬาฟุตบอลต่างประเทศที่พบในสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภท สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ ข้อมูลที่นำไปใช้ในการพนันได้ทันที ข้อมูลที่ต้องตีความก่อนนำไปใช้ในการพนัน และ ข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปใช้ในการพนันได้เลย โดยข้อมูลประเภทแรกได้รับความนิยมจากผู้เล่นพนันในการนำไปใช้มากที่สุด ได้แก่ การทำนายผลการแข่งขันและอัตราต่อรอง

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารกีฬาฟุตบอลทำให้เกิดกระแสความนิยมฟุตบอล พร้อมกับกระแสนิยมการเล่นพนันฟุตบอลอย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นเหตุให้สื่อมวลชนเร่งพัฒนาแนวทางการนำเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาเพื่อตอบสนองต่อกระแสความนิยมดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เมื่อพบว่าผู้เล่นพนันนำข้อมูลจากสื่อต่างๆ ไปใช้ประกอบการค้าตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอล ทำให้อาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนกำลังทำหน้าที่ด้านลบ (Dysfunction) ที่อาจเป็นอันตรายต่อสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้