

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหารายการ “เก็บตก” ในรายการข่าวภาคค่ำ โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นี้ได้อาศัยหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดการจัดประเภทรายการโทรทัศน์ของ Garry Whannel
2. แนวความคิดเกี่ยวกับข่าว
3. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าวและการประเมินคุณค่าข่าวโทรทัศน์
4. แนวคิดเรื่องตรรกะของเรื่องตลก
5. แนวคิดเรื่องความสำคัญของการศึกษาเรื่องเสียงหัวเราะและอารมณ์ขัน
6. แนวคิดการนำข่าวมาปรับเปลี่ยนเป็นบันเทิง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดประเภทรายการโทรทัศน์ของ Garry Whannel (1992)

Garry Whannel กล่าวไว้ในหนังสือ Fields in Vision: television sport and cultural transformation เกี่ยวกับลักษณะของรายการโทรทัศน์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลักคือ

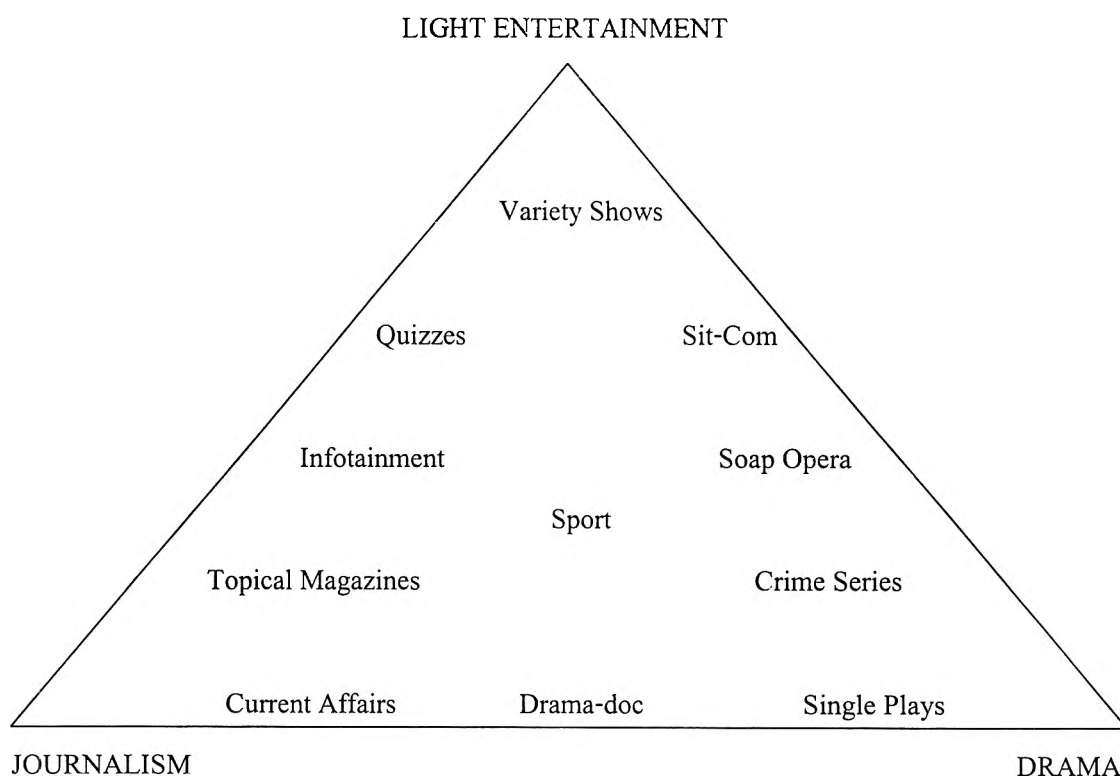
1) รายการโทรทัศน์ประเภทข่าว (Journalism) อันได้แก่ รายการข่าวเหตุการณ์ประจำวัน สารคดี ซึ่งรายการประเภทนี้มีลักษณะสะท้อนแนวคิดทางวิชาชีพเป็นสำคัญ นั่นคือถือหลักความ ยุติธรรม ความเป็นกลาง จริงจังหนักแน่น และอาศัยอ้างอิงต่อผู้มีอำนาจหน้าที่

2) รายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง (Light Entertainment) อันมีหลักการของการเป็น โทรทัศน์ที่ดี (good television) นั่นคือมีการเตรียมการที่ดี มีมาตรฐานทางวิชาชีพ อาศัยมาตรฐาน ทางเทคนิคระดับสูง มีการนำเสนออย่างมีชีวิตชีวา สร้างความตื่นเต้นเร้าใจด้วยลักษณะของบุคคล และดารา และดึงดูดผู้ชมได้แทบทุกกลุ่ม รวมทั้งมีค่านิยมของธุรกิจบันเทิง นั่นคือมีการประเมิน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวตามเกณฑ์ของธุรกิจบันเทิง

3) รายการโทรทัศน์ประเภทละคร (Drama) เป็นรายการที่ยึดแบบแผนของการละคร และการเล่าเรื่อง ซึ่งแม้ว่าจะมีความแตกต่างด้านศักดิ์ศรีทางวัฒนธรรมอยู่ค่อนข้างมาก ระหว่าง

ละครแบบเชคสเปียร์ ไปจนถึงละครประเภทตลกโดยการสร้างสถานการณ์ (Situation Comedy) แต่ความสำเร็จของละครแต่ละเรื่องก็ต้องขึ้นอยู่กับการดึงดูดผู้ชมด้วยการเล่าเรื่อง

Whannel ได้สร้างแผนภูมิของการจัดแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ในลักษณะต่างๆ ขึ้น โดยเขากล่าวว่าหากลากโยงเส้นระหว่าง 3 ประเภทหลักของรายการโทรทัศน์ดังกล่าวก็จะได้รูปสามเหลี่ยมซึ่งมีประเภทของรายการโทรทัศน์ต่างๆ แยกย่อยอยู่ภายในอีกจำนวนหนึ่ง (แผนภูมิที่ 1)



แผนภูมิที่ 1 การจัดแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ของ Garry Whannel (1992)

กล่าวโดยสรุปแล้ว ประเภทต่างๆ ของรายการโทรทัศน์นั้น การจัดแบ่งตามตามแนวทางของประเภทหลักทั้ง 3 ของรายการโทรทัศน์ นั่นคือ ข่าว บันเทิง และละคร โดยรายการประเภท Current Affairs เป็นรายการข่าวแบบทั้งหมด รายการประเภท Variety Shows เป็นรายการบันเทิงแบบทั้งหมด และรายการประเภท Single plays เป็นรายการละครแบบทั้งหมด

ส่วนรายการประเภท Topical Magazines, Infotainment, Quizzes นั้นมีลักษณะแฝงอยู่ของรายการประเภทข่าวและบันเทิง รายการประเภท Sit-Com, Soap Opera, Crime Series มีลักษณะแฝงอยู่ของรายการประเภทข่าวและละคร ส่วนรายการ Sport นั้น เนื่องจากอยู่ระหว่างกึ่งกลางของสามเหลี่ยม จึงมีลักษณะแฝงอยู่ของรายการทั้ง 3 ประเภทหลัก คือ ข่าว บันเทิง และละคร

แนวความคิดเกี่ยวกับข่าว

ข่าว คือ การบอกเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านี้มีผลกระทบต่อสังคม การเมือง หรือสาธารณชน เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับข่าวแล้ว จำเป็นที่จะต้องทราบคำตอบจากคำถามเหล่านี้คือ มีอะไรเกิดขึ้น, ใครมีส่วนเกี่ยวข้อง เกิดขึ้นที่ไหน, เกิดขึ้นเมื่อไร, ทำไมจึงเกิด และมีผลกระทบอย่างไร (Berger, 1990: 121)

Robert Park (1940) ได้ให้ความสนใจอย่างมากในเรื่องคุณสมบัติสำคัญของข่าว ซึ่งได้มีการเปรียบเทียบข่าวกับรูปแบบความรู้อื่น เช่น ประวัติศาสตร์เป็นการบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ส่วนข่าวนั้นตั้งอยู่ระหว่าง “เรื่องราวที่เป็นที่รู้จัก” กับ “เรื่องราวที่ให้ความรู้” เมื่อมีการเปรียบเทียบข่าวกับประวัติศาสตร์แล้ว สามารถถ่วงถ่วงได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ข่าวเป็นเรื่องของเวลา เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ และเกิดขึ้นบ่อยๆ ซึ่งเป็นลักษณะของรายการเก็บตก
- ข่าวมีลักษณะที่ไม่เป็นระบบ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเลย ซึ่งก็ไม่ใช่หน้าที่ของข่าวที่จะตีความปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านั้น
- ข่าวมีลักษณะเกิดและตาย ข่าวจะมีชีวิตอยู่ในขณะที่เหตุการณ์นั้นๆ กำลังเป็นข่าว เพื่อจุดมุ่งหมายในการบันทึกและอ้างอิง แต่ต่อมาก็จะมีรูปแบบความรู้แบบอื่นๆ เข้ามาแทนที่ข่าว
- เหตุการณ์ที่ถูกนำมาเป็นข่าวควรจะเป็นเรื่องที่ผิดปกติ และไม่คาดคิดมาก่อน ซึ่งมีความสำคัญมากกว่าที่จะคิดว่าข่าวนั้นมีความเป็นจริงขนาดไหน
- นอกเหนือจากลักษณะที่ไม่คาดคิดมาก่อนแล้ว ข่าวยังอาจถูกกำหนดลักษณะโดยคุณค่าของข่าว ซึ่งมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับความสนใจของผู้รับด้วย
- ข่าวมีลักษณะชี้แนะและกำหนดแนวทางความสนใจของผู้รับ แต่ข่าวไม่ใช่รูปแบบการให้ความรู้โดยตรง
- ข่าวเป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้

Berger (1990) ได้แบ่งประเภทของข่าวตามเนื้อหาที่ปรากฏได้ดังนี้ คือ ข่าวหนัก (Hard News) เป็นข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน หรือเป็นข่าวที่มีความสำคัญต่อสังคม, การเมือง, เศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นเรื่องราวที่เป็นที่ถกเถียงกัน ส่วนข่าวเบา (Soft News) ครอบคลุมเรื่องต่างๆ เช่น กีฬา, สารคดี, เรื่องที่ผู้คนให้ความสนใจ, มุมมองด้านต่างๆ, ความบันเทิง, การรายงานสภาพอากาศ, เรื่องเกี่ยวกับบรรณนิยมนและอาหาร, ฯลฯ (Berger, 1990: 123)

Tuchman (1978) ยังได้แบ่งประเภทของข่าวไว้อีก คือ ข่าวสั้น (Spot) ซึ่งเป็นข่าวที่เพิ่งเกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ ข่าวที่อยู่ระหว่างการติดตาม (Developing news) และข่าวต่อเนื่อง (Continuing news) นอกจากนี้ยังมีลักษณะของข่าวที่ถูกแบ่งโดยใช้เวลาเป็นตัวกำหนดก็คือ ข่าวก่อนตารางเวลา (Pre-scheduled) เป็นเหตุการณ์ประจำวันซึ่งได้มีการวางแผนไว้ก่อน การทำข่าวสามารถวางแผนได้ล่วงหน้า, ข่าวที่ไม่ได้มีในตารางเวลา (Unscheduled) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดและต้องเผยแพร่ทันที และข่าวที่ไม่ได้ใช้ตารางเวลากำหนด (Non-scheduled) ส่วนใหญ่มักเป็นข่าวเบาซึ่งไม่ได้ผูกติดกับเงื่อนไขด้านเวลา สามารถเก็บหรือนำออกมาใช้ได้ตามความเหมาะสม ได้สรุปประเภทของข่าวตามเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเวลาได้ดังตาราง 1 (McQuail, 1994: 218-219)

ตาราง 1 ประเภทของข่าวตามเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับเวลา

	วางแผนล่วงหน้า (Pre-scheduled)	ไม่มีการวางแผน (Unscheduled)	ไม่ใช้เวลากำหนด (Non-scheduled)
ข่าวหนัก	•	•	
ข่าวเบา			•
ข่าวสั้น		•	
ข่าวติดตาม		•	
ข่าวต่อเนื่อง	•	•	

Warren Breed (1956) ได้เสนอถึงคุณลักษณะของข่าวไว้ว่า ข่าวเป็นสิ่งที่ขายได้, เป็นเรื่องไม่ลึกซึ้ง, เข้าใจง่าย, มีความถูกต้อง, เน้นที่การกระทำ, มีความน่าสนใจ, มีรูปแบบเฉพาะตัว และมีความรอบคอบในการนำเสนอ

กระบวนการเสนอข่าว

White (1950) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าวสารหรือ Gatekeeping เพื่อที่จะศึกษาถึงกิจกรรมการทำงานภายในห้องข่าว เป็นการคัดเลือกข่าวจำนวนมากจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อที่จะนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชน กิจกรรมการคัดเลือกข่าวเป็นเรื่องที่น่าจะให้ความสนใจ เนื่องจากทำให้เราทราบถึงคุณค่าของข่าว โดยมีประเด็นที่ใช้ในการศึกษาคือ ต้องการที่จะรู้ว่า บรรณาธิการใช้เกณฑ์ส่วนตัวมากน้อยเพียงใดในการคัดเลือกข่าว จากการศึกษาพบว่าส่วนหนึ่งของการคัดเลือกข่าวเป็นความต้องการขององค์กร และอีกส่วนหนึ่งเป็นความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งต่างกันไปในสื่อแต่ละประเภท

Galtung & Ruge ได้ให้ความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว 3 ประการ คือ 1) ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุดและยากที่จะหลีกเลี่ยง มักจะมีเรื่องอุดมการณ์ทางความคิดเข้ามาเกี่ยวข้อง 2) ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว การเลือกเหตุการณ์ที่เข้ากับความคาดหวังของผู้รับ (สามารถเข้ากันได้กับเหตุการณ์ที่มีมาแล้วในอดีต) ต้องอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ เป็นข่าวที่มีคุณค่า และต้องการที่สร้างสมดุลระหว่างข่าวประเภทต่างๆ และ 3) ปัจจัยด้านสังคม-วัฒนธรรม (เฉพาะวัฒนธรรมยุโรปเท่านั้น) คุณค่าของข่าวอยู่ที่เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นปกครอง คนใหญ่คนโต เพราะเชื่อว่าเหตุการณ์ต่างๆ อยู่ในความสนใจของประชาชน

กระบวนการทำข่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แนวความคิด ดังนี้

เหตุการณ์ → เกณฑ์เลือกข่าว → รายงานข่าว → ความสนใจในข่าว

แนวคิดแรกมีลำดับขั้นตอนคือ เริ่มจากเหตุการณ์ต่างๆ ในโลกที่เกิดขึ้นอย่างไม่สามารถคาดการณ์ได้และเป็นเหตุการณ์ที่แปลกไปจากภาวะปกติ สื่อมวลชนจะมีการตอบสนองโดยการนำเกณฑ์การเลือกข่าวเข้าไปจับ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวต้องมีความสำคัญกับสาธารณชน แล้วนำข่าวที่ได้เลือกแล้วนั้นมารายงานให้แก่สาธารณชนได้ทราบ ผู้รับจะให้ความสนใจหรือไม่ก็อยู่ที่พฤติกรรมการคัดเลือกข่าวตามความสนใจของแต่ละคน

ความสนใจในข่าว → เกณฑ์เลือกข่าว → เหตุการณ์ → รายงานข่าว

เป็นแนวความคิดที่สองที่เริ่มต้นจากการที่รู้ว่าเรื่องใดเป็นที่สนใจของประชาชน แล้วนำความสนใจนั้นมาเป็นเกณฑ์ในการเลือกข่าว รวมทั้งนำข้อบังคับหรือเรียกร่องขององค์กร รวมทั้งประเภทของข่าวเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย เหตุการณ์ที่ถูกนำมาเป็นข่าวจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสอดคล้องกับเกณฑ์การเลือกข่าวเท่านั้น การรายงานข่าวก็ต้องเขียนให้เข้ากับเกณฑ์ของข่าวองค์กรได้ระบุไว้ ไม่ใช่เขียนโดยการอ้างความเป็นจริงที่เกิดขึ้น หรือเขียนตามที่ผู้รับต้องการเท่านั้น

ลักษณะเนื้อหาและรูปแบบของข่าว แบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ข่าวและเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ (News and human interest) ถ้าพิจารณาถึงคุณลักษณะของข่าวตามแนวคิดของ Breed แล้ว จะเห็นได้ว่ามีความตรงข้ามกับเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ กล่าวคือ ข่าวเป็นข้อมูลที่เป็นจริงเป็นจัง ส่วนเรื่องราวที่ผู้คนสนใจนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความบันเทิง, เป็นเรื่องของบุคคล และเป็นเรื่องที่กระตุ้นอารมณ์ แต่ในทางปฏิบัติแล้ว ยากที่จะแยกกันอย่างเด็ดขาด

งานของ Helen McGill Hughes (1940) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของข่าวและเรื่องราวที่ผู้คนสนใจ สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาได้ค่อยๆ เปลี่ยนแปลงจากข้อเขียนที่มีความรอบครอบมาสู่รูปแบบที่เอาใจประชาชน ในมุมมองของผู้ศึกษาเองเห็นว่า เรื่องราวที่ผู้คนสนใจนั้นไม่แตกต่างจากข่าว เพียงแต่ว่าเมื่อเรื่องราวที่ผู้คนสนใจปรากฏในรูปแบบของข่าว ผู้เขียนข่าวจะต้องมีทัศนคติพิเศษ คือ จะต้องรับทัศนคติของผู้อ่านมาเป็นทัศนคติของตนเอง กล่าวได้ว่าผู้เขียนข่าวเป็นผู้ที่ 'สามารถมองเห็นโลกได้อย่างที่ผู้อ่านมองเห็น' ด้วยเหตุนี้เอง ทำให้ลักษณะของข่าวแบบนี้เต็มไปด้วยการซุบซิบนิทาและวนเวียนอยู่แต่เรื่องของชาวบ้าน Damton (1975) ได้กล่าวว่าคุณสมบัตินี้ของข่าวมีต้นกำเนิดมาจากการเล่าเรื่อง จึงทำให้ผู้อ่านมีความสนใจใน 'เรื่องราวที่ผู้คนสนใจ' มากกว่า 'ข่าว' เกี่ยวกับการเมือง, เศรษฐกิจ และสังคม

ในสังคมชุมชนเล็กๆ ที่ซึ่งเพื่อนบ้านรู้จักซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี จะนำไปเป็นเรื่องในการซุบซิบนิทา การซุบซิบนิทาดูเหมือนว่าจะมีการแพร่กระจายออกไป เนื่องจากคนเรามีพื้นฐานที่สนใจในเรื่องของคนอื่น (Public figure) และจะมีการบอกเล่าในสิ่งที่ได้ยินได้ฟังมา (Huges, 1981: 105)

2. การเล่าเรื่อง กับการรายงานความเป็นจริง (Storytelling Vs. Factual reporting) รูปแบบของข่าวถือหลักเรื่องความเป็นกลาง เป็นการแสวงหาความถูกต้องและความเป็นจริง ภาษาของข่าวมีลักษณะเป็น 'เส้นตรง' กล่าวคือเป็นการรายงานเหตุการณ์ทิศทางเดียวโดยการให้ข้อมูล

ข่าวสาร, การอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น, การยกคำพูดของผู้อื่นมาอ้าง และมีการถกเถียงในประเด็นต่างๆ Glasgow Media Group (1980) ได้กล่าวไว้ว่า ‘ภาษาข่าวเป็นรูปแบบการนำเสนอที่เปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ง่าย ซึ่งปรากฏในรูปแบบ Constative (รูปแบบที่สามารถทดสอบได้ว่าจริง หรือเท็จ) แต่จะไม่ใช้รูปแบบ Performative (การตีความประกอบ)’

3. ประเภทของเรื่องราวที่น่าสนใจ ซึ่ง Herbert J. Gans (1980) ได้แบ่งไว้ดังนี้ คือ

3.1 เรื่องราวของคน (People stories) เป็นเรื่องเกี่ยวกับคนซึ่งได้กระทำหรือกระทำในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ รวมทั้งผู้ที่รับราชการมีพฤติกรรมแปลกเช่นคนธรรมดาทั่วไป ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจะรายงานข่าวเกี่ยวกับประธานาธิบดีเมื่อเขาแสดงออกในลักษณะเป็นส่วนตัว มีการอนุญาตให้สาธารณชนได้เห็นถึงความเป็นส่วนตัวของเขา จึงเป็นเหตุผลที่ว่า การรายงานข่าวกิจกรรมส่วนตัวของครอบครัวประธานาธิบดีถือว่าเป็นข่าวที่มีคุณค่ามาก

3.2 บทบาทที่ตรงข้าม (Role reversals) เป็นเรื่องราวของคนที่นักหนังสือพิมพ์เรียกว่า การลอบกัด กล่าวคือเป็นเรื่องกดดันของคนซึ่งไม่เป็นไปตามบทบาทที่ผู้อื่นคาดหวังไว้ เช่น ศาสตราจารย์ในวิทยาลัยกลายเป็นภารโรงหลังจากเกษียณ บทบาทที่ตรงข้ามนี้อาจเป็นเรื่องจริงก็ได้ด้วย ถ้าเป็นการพรรณนาถึงเรื่องที่เป็นแก่นสาระ เช่น เด็กเสเพลได้กลายเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาชุมชน หรือ เรื่องราวเกี่ยวกับกิจกรรมส่วนตัวของประธานาธิบดีมีความน่าสนใจ เนื่องจากนักการเมืองยากที่จะมีพฤติกรรมเหมือนอย่างคนธรรมดาทั่วไป

3.3 เรื่องราวที่ผู้คนสนใจ (Human-interests stories) เรื่องราวของคนซึ่งผ่านประสบการณ์ไม่ปกติที่สามารถกระตุ้นให้ผู้รับมีความเห็นอกเห็นใจ, สงสาร หรือสรรเสริญ เช่น ผู้เคราะห์ร้ายจากการเจ็บป่วยร้ายแรง หรือ คนซึ่งเป็นวีรบุรุษในอุบัติภัยต่างๆ ผู้คัดเลือกเรื่องเหล่านี้ก็เนื่องมาจากพวกเขาคาดหวังว่าผู้รับจะสมมติตัวเองเป็นผู้เคราะห์ร้าย หรือ เป็นวีรบุรุษเหล่านั้น

3.4 การตีแผ่เรื่องราว (Expose anecdotes) การรายงานข่าวแบบนี้เป็นเชิงตำหนิผู้กระทำและกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้คัดเลือกข่าวไม่ชอบ มักจะใช้เนื่องจากมีผู้ละเมิดกฎ เช่น ผู้บุกรุกทำลายป่า, ข้าราชการที่ประพฤติมิชอบหรือไปละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของประชาชน เป็นต้น

3.5 เรื่องของวีรบุรุษ (Hero stories) บุคคลผู้ซึ่งเอาชนะความลำบากยากแค้นต่างๆ ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เช่น นักพจญภัยสมัครเล่น หรือมีอาชีพสามารถปีนเขาที่ไม่เคยมีใครสามารถปีนได้มาก่อน เป็นการแสดงให้เห็นถึงการที่คนสามารถเอาชนะธรรมชาติโดยไม่ทำลายธรรมชาติเหล่านั้น เป็นต้น

3.6 เรื่องแปลกประหลาด (“Gee-whiz” stories) เป็นเรื่องที่กระตุ้นให้เกิดความประหลาดใจ แม้ว่าเรื่องบทบาทที่ตรงข้าม หรือเรื่องของวีรบุรุษ จะนับได้ว่าเป็นเรื่องแปลกประหลาดก็ตาม แต่เรื่องแปลกประหลาดนี้เป็นการรายงานถึงความบ้าคลั่ง, ศาสนา และอาชีพพิเศษ มีผู้ที่ให้คำนิยามเรื่องประเภทนี้ว่าเป็น “เรื่องเหนือธรรมชาติ, ไม่ปกติ แต่ก็ไม่ได้สร้างความหวาดกลัวใดๆ เป็นเรื่องของไก่ที่ออกไข่เป็นสีเขียว เป็นต้น”

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าวและการประเมินคุณค่าข่าวโทรทัศน์

การที่สื่อมวลชนจะเลือกสรรเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเพื่อที่นำมาเสนอเป็นข่าวจะต้องมีหลักเกณฑ์พื้นฐานบางประการในการตัดสินใจ ซึ่งหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเหล่านั้นเรียกว่าคุณค่าข่าว (News Value) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือองค์ประกอบของข่าว (News Elements) นั้นเอง

สถานีโทรทัศน์ BBC ของอังกฤษ กำหนดเกณฑ์ประเมินคุณค่าข่าวของบีบีซีไว้ 2 หลักเกณฑ์ ได้แก่ ความสำคัญ (Important) และความน่าสนใจ (Interest) ซึ่งหลักเกณฑ์ทั้ง 2 นี้ ไม่จำเป็นต้องมีความคู่กัน อาจจะมีอย่างใดอย่างหนึ่งในข่าวชิ้นเดียวหรือมีทั้ง 2 หลักเกณฑ์ในข่าวชิ้นเดียวกันก็ได้

Ted White และคณะ กำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินคุณค่าข่าวโทรทัศน์ไว้ 4 ประการ ได้แก่ ผลกระทบ (Impact) ความน่าสนใจ (Interest) ข้อมูลข่าวสาร (Information) และการเห็นและได้ยิน (Visual) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลกระทบ (Impact) ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อบุคคลหรือวิถีชีวิตของประชาชนจำนวนมาก เช่น ข่าวการขึ้นหรือลดภาษี ข่าวภาวะขาดแคลนน้ำมันเชื้อเพลิง, สงครามในตะวันออกกลาง การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรม และการแพร่ระบาดของยาเสพติด เป็นต้น

2. ความน่าสนใจ (Interest) โดยทั่วไปข่าวที่มีความน่าสนใจ จะเป็นข่าวที่ทำให้ผู้ชมหลุดพ้นจากความเครียด หรือ ชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ รวมทั้งเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความหวาดกลัว เช่น ข่าวการเสียชีวิตของดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงด้วยโรคมะเร็ง เป็นต้น

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชม เช่น การที่ผู้สื่อข่าวนำเสนอข่าวสารด้านการแพทย์ สาธารณสุข เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำข้อมูลข่าวสารนั้นไปใช้ในการชีวิตประจำวันได้

4. การเห็นและได้ยิน (Visual) หลักเกณฑ์ข้อนี้เป็นหลักเกณฑ์สำหรับข่าวโทรทัศน์โดยตรง เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ชมได้เห็นทั้งภาพและเสียง จึงจำเป็นต้องได้ภาพข่าวที่ตีนำเสนอแก่ผู้ชม

จออ่าน วุฒติกรรมรักษา กล่าวถึงหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าว (News Judgement) ทั้งของหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ว่า ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าว หากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าทางข่าว (New Value) สูง ก็จะได้รับพิจารณานำมารายงานเป็นข่าว คุณค่าข่าวจึงขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. ความสอดคล้องสมัย (Timeliness) นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าว เพราะผู้อ่านมักให้ความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ หรือเรื่องราวที่ทันสมัย ดังคำกล่าวที่ว่า “ข่าวต้องสดเหมือนปลา”

2. ความใกล้ชิด (Proximity/Nearness) เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว เพราะนักจิตวิทยาได้อธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่า มนุษย์สนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว อันอาจจะส่งผลกระทบต่อตัวเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

3. ความเด่น (Prominence) หมายถึง บุคคลสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี เมื่อบุคคลนั้นๆ เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งความเด่นนี้รวมถึงสถานที่สำคัญ วัตถุล้ำค่า ฯลฯ ด้วย

4. ความแปลกประหลาด (Oddity/Unusualness) เมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม เหตุการณ์นั้นย่อมก่อให้เกิดความสนใจและมีค่าทางข่าวสูง

5. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากมักจะได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า ข่าวที่ว่านี้อาจเป็นผลกระทบกระเทือนทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

6. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าทางข่าว เพราะความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของมนุษย์โดยทั่วไป อาจเป็นความขัดแย้งทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

7. ความมีเงื่อนงำ (Suspense/mystery) บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังลึกลับซับซ้อน สื่อมวลชนมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลายๆ วัน ซึ่งข่าวประเภทนี้จะได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างกว้างขวางมาก

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

9. เพศ (Sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศ หรือความผิดปกติทางเพศ

10. ความขบขัน (Amusement) ในช่วงเวลาที่บรรยากาศทางเศรษฐกิจและการเมืองกำลังเคร่งเครียด สื่อมวลชนอาจเสนอข่าวขบขันเพื่อผ่อนคลายบรรเทาบรรยากาศได้บ้างช่วงขณะหนึ่ง ข่าวขบขันนี้อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของดาวตลกเองหรือจากเหตุการณ์อื่นๆ

11. ความเปลี่ยนแปลง (Change) ในสังคมมนุษย์ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีหรือในทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมนุษย์ซึ่งเป็นหนึ่งในสังคม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ด้วย เพราะการเปลี่ยนแปลงย่อมกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

12. ความก้าวหน้า (Progress) มนุษย์มีความพยายามดิ้นรนที่จะเอาชนะธรรมชาติอยู่เสมอ มนุษย์จึงได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จึงทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจจึงถือได้ว่ามีคุณค่าทางข่าวสูงเช่นกัน

ก่อนที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงต่างๆ จะถูกรายงานเป็นข่าวนั้น นอกจากจะผ่านขั้นตอนการพิจารณาในการคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวดังได้กล่าวมาแล้วนั้น ข่าวที่ได้รับการนำเสนอ ก็จะต้องถูกกองบรรณาธิการขององค์กรสื่อมวลชนต่างๆ ประเมินคุณค่าข่าวเพื่อคัดเลือกข่าวและจัดลำดับความสำคัญของข่าวที่จะเสนอในแต่ละวัน ซึ่งการประเมินคุณค่าข่าวนี้นี้เป็นภาระหน้าที่ของกองบรรณาธิการที่ต้องรับผิดชอบ

แม้ว่าศาสตร์ทางการประเมินคุณค่าข่าว (News Evaluation) หรือคุณภาพของข่าว (Quality of News) จะเป็นศาสตร์ที่อยู่ในกรอบการศึกษาเรื่องผู้ส่งสาร หากแต่ผู้รับสารซึ่งผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่าเป็นผู้ที่มีความตื่นตัว (Active) และเป็นผู้เลือกสรรข่าวสาร เลือกบริโภคสื่อก็สามารถให้ความหมายของคุณค่าข่าวได้ในความหมายที่ไม่แตกต่างกัน

Mitchell V. Charnley ให้ความเห็นว่า ในการพิจารณาของสื่อมวลชนที่จะเลือกรายงานเหตุการณ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้น เมื่อพิจารณาจากคุณสมบัติของข่าวว่าเป็นข่าวที่ดีและมีคุณภาพ (Qualities of News) จะพิจารณาจากเกณฑ์ต่อไป

1. ความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องในทุกๆ ข้อความที่เกี่ยวกับ ชื่อ ที่อยู่ วันที่ อายุ ตลอดจนความหมายของข่าว ความถูกต้องยังรวมถึงการเน้นน้ำหนักในการเสนอข่าว บางครั้งนักข่าวอาจนำเอารายละเอียดที่ไม่สำคัญมาเน้นให้เป็นจุดสำคัญของเรื่อง ซึ่งเป็นการบิดเบือนเนื้อหาสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึง ความสมดุลของเนื้อหาข่าวที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกับการเน้นหรือเจาะจง และความสมบูรณ์ของเรื่องราว ความสมดุลจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสื่อมวลชนนำเอาความสำคัญของข้อเท็จจริงต่างๆ มารายงานให้ได้ทุกแง่มุม

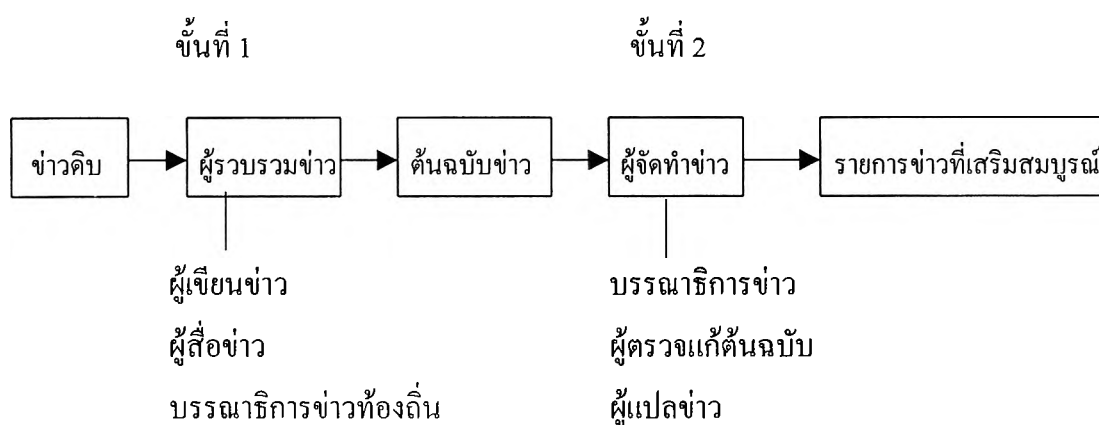
3. ความเป็นกลาง (Objective) หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ โดยปราศจากความอคติและความลำเอียงใดๆ ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามความเป็นกลางในการเสนอข่าวนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะบางครั้งนักข่าวมักใช้อารมณ์ ความรู้สึก และความคิดเห็นส่วนตัวลงไป ประปนในเวลารายงานข่าว ทำให้มีความอคติและความลำเอียงเกิดขึ้น แต่ความยุติธรรมและความเป็นกลางยังเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนต้องระลึกและปฏิบัติ

4. ความกระชับรัดชัดเจน (Clear and Concise) หมายถึง การรายงานข่าวโดยใช้คำธรรมดา ง่ายต่อความเข้าใจและไม่กำกวม รายงานข่าวที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นการรายงานที่ใช้คำสั้น กระชับ และได้ใจความชัดเจน

5. ความสดและทันเหตุการณ์ (Immediacy of Recentness) หมายถึง เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้นๆ และบางครั้งการรายงานข่าวอาจไม่จำเป็นต้องรอให้มีเหตุการณ์เกิดขึ้น ก็อาจนำมารายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบัน เช่น ข่าวค่าครองชีพ และข่าวผลกระทบของการขึ้นราคาน้ำมัน เป็นต้น

กระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์

ในการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ประจำวัน กว่าที่จะมีรายการข่าวนำเสนอได้นั้น “ข่าว” จะถูกรวบรวมผ่านการตรวจพิจารณาของบุคคลหลายคน กระบวนการผลิตข่าวประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 2 ขั้นตอน ขั้นรวบรวมข่าว และขั้นจัดทำข่าวดั่งแบบทดลอง



หากพิจารณาว่าการผลิตรายการข่าวที่กระจายการเช่นเดียวกับการผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ รายการข่าวโทรทัศน์จะประกอบด้วยขั้นตอนการผลิต 3 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นการผลิต 2.ขั้นการผลิต และ 3.ขั้นหลังการผลิต

ไม่ว่าจะพิจารณาให้การผลิตรายการข่าวประกอบด้วย 2 หรือ 3 ขั้นตอนในการผลิตข่าวโทรทัศน์ ทุกขั้นตอนมีผู้รักษาประตู (Gatekeeper) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย กล่าวคือ

ขั้นก่อนการผลิต ผู้รักษาประตูอันได้แก่บรรณาธิการข่าวประจำวันจะทำหน้าที่กรองข่าว (Filtering) ด้วยการคัดเลือกข่าว (Selecting) โดยใช้ “คุณค่าของข่าว” (News Values) และ/หรือคุณลักษณะของข่าว (Characteristics of News) มาตัดสินใจเลือกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่ต่างกันมาเป็นข่าวให้พอดีกับเวลาออกอากาศที่ได้กำหนดไว้

ขั้นการผลิต ผู้รักษาประตูอันได้แก่ ผู้สื่อข่าว ผู้รายงานข่าว ช่างภาพ ผู้แปลข่าว ผู้ตรวจแก้ข่าว บรรณาธิการประจำวันจะทำหน้าที่ผลิตต้นฉบับข่าว ภาพข่าวและกำหนดวิธีการนำเสนอ

ขั้นหลังการผลิต ผู้รักษาประตูอันได้แก่ บรรณาธิการข่าวประจำวันหรือหัวหน้าฝ่ายข่าว จะทำหน้าที่จัดลำดับ (Ranking) หรือจัดวาระข่าว (Agenda Setting)

แนวคิดเรื่องตรรกะของอารมณ์ขัน

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2536) อารมณ์ขันเป็นการเล่นกับความหมายที่มีแบบแผนแน่นอนอยู่แล้ว (Institutionalized Meaning) และความหมายใหม่อาจมีลักษณะแหวกจากกรอบที่วางไว้ เรื่องของอารมณ์ขันจึงเหมือนกับการเล่นเกม แต่ละฝ่ายต้องเข้าใจกฎเกณฑ์จึงจะเล่นได้ หากฝ่ายหนึ่งไม่เข้าใจหรือไม่รู้กฎเกณฑ์ เรื่องที่คิดว่าตลกก็อาจจะแปรเปลี่ยนเป็นการดูหมิ่นหรือการโฆษณาชวนเชื่อ ฯลฯ

การเล่นตลกคือการเล่นกับความหมาย ดังนั้น การเล่นตลกจึงมีวิธีเล่นอันเป็นลักษณะของการสร้างอักษหลักดังนี้คือ

1. การเล่นตลกกับภาษา
2. การเล่นตลกกับสามัญสำนึก
3. การเล่นตลกกับเรื่องในชีวิตประจำวัน
4. การเล่นตลกกับกลไกของชีวิต

1. การเล่นตลกกับภาษา

โดยทั่วไปการใช้ภาษาจะมีไวยากรณ์และรูปประโยคคอยกำกับให้เป็นแบบแผนเดียวกัน เมื่อไรก็ตามที่เราพูดถึงไปจากแบบแผนที่กำหนดไว้สิ่งที่เราพูดจะเป็นเรื่องน่าขันไปทันที การเล่นถ้อยคำหรือการเล่นกับสำนวนโวหารต่างๆ เป็นรูปแบบที่นิยมกันมากของการเล่นตลกกับภาษา วิธีการก็คือการนำเอาโครงสร้างเดิมของภาษา เช่น รูปประโยค หรือกลุ่มคำมากลับเสียใหม่จากซ้ายไปขวา หรือขวาไปซ้าย (จาก กข เป็น ขก เป็นต้น)

2. การเล่นตลกกับสามัญสำนึก

ในการจัดระเบียบสังคม แต่ละสังคมก็มีกฎเกณฑ์ว่าเรื่องใดสามารถพูดคุยกันได้บ้าง เปิดเผย และเรื่องใดบ้างเป็นเรื่อง “ต้องห้าม” หรือเป็นเรื่องเพื่อฝันที่เป็นจริงไปไม่ได้ กฎเกณฑ์เหล่านี้เป็นที่รับรู้กัน โดยทั่วไปจนกลายเป็นสามัญสำนึกของสมาชิกในสังคมนั้น แต่ถึงแม้ว่าสังคมจะกำหนดไว้ว่าเรื่องไหนบ้างที่ห้ามพูดแต่อย่างน้อยก็ยังมีสองประเภท คือ “คนบ้า” และ “เด็ก” ที่อยู่นอกกฎเกณฑ์ในเรื่องนี้ พวกเขาไม่รับรู้ข้อตกลงทางสังคม ทำให้สามารถพูดหรือแสดงออกในทางบ้าๆ บอๆ ที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานได้

3. การเล่นตลกกับเรื่องในชีวิตประจำวัน

ความขี้เล่นของมนุษย์ทำให้มนุษย์ทำให้สามารถหยิบเอาเรื่องรอบตัวมาล้อเลียนได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องในครอบครัว, เรื่องระหว่างมิตรสหาย, เรื่องศิลปวัฒนธรรม หรือเรื่องการเมืองที่ทุกคนมีประสบการณ์ร่วมในชีวิตประจำวัน วิธีการเล่นตลกกับเหตุการณ์เหล่านี้ทำได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเจตนาของเจ้าของอารมณ์ขันว่าต้องการเล่นตลกแบบจำอวด หรือว่าต้องการล้อเลียนอย่างเบาๆ เพื่อหยอกเย้าหรือเสียดสีรุนแรง

ถ้าเป็นการเล่นตลกแบบแรก ที่มุ่งหมายให้เกิดความขบขันเป็นหลักวิธีการที่ใช้มักเลือก การเลียนแบบที่เรียกว่า Parody ปัจจุบันการเล่นตลกแบบล้อเลียนเริ่มถูกนำมาใช้มากขึ้นในในรายการโทรทัศน์จะเห็นได้จากลีลาของพิธีกรบางคน หรือรายการที่จัดขึ้นมาโดยเฉพาะเช่น รายการเวทีวาที

การเล่นตลกประเภทเสียดสี หรือ Satire นอกจากสร้างความขบขันแล้วยังทำให้ทั้งผู้เล่น เกิดความสะใจที่ได้หัวเราะใส่คนอื่นหรือเป็นการระบายความคับข้องใจบางประการ ซึ่งโดยปกติถูกเก็บกดเอาไว้ การเล่นตลกนี้มักจะเป็นการเสียดสีทางการเมือง หรือวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาสังคม, ความสัมพันธ์ในครอบครัว หรือสถาบันทางสังคมอื่นๆ ตัวอย่างของ Satire ที่เราเห็นเป็นประจำคือ การ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ต่างๆ ทั้งประเภทช่องเดียวและหลายช่องจบ (Comic Strip) การเสียดสีในแนวนี้อาจเรียกเฉพาะเจาะจงไปได้ว่าเป็นการล้อเลียนแบบ Caricature หมายถึง การเขียนหรือแสดงภาพล้อบุคคลในลักษณะเกินจริงมักจะล้อสรีระของบุคคลสำคัญต่างๆ ผู้ล้อต้องการเผยให้เห็นคุณสมบัติที่ดีหรือที่ชั่วร้ายซึ่งเราอาจมองข้ามไป รูปแบบนี้มีอิทธิพลมากในการวิพากษ์วิจารณ์ผู้ที่อยู่ในอำนาจ เพราะนักเขียนภาพล้อจะเอานักการเมืองหรือผู้มีอำนาจในสังคมมาชำแหละเป็นชิ้นๆ ข้อแตกต่างของการ์ตูนการเมืองและการ์ตูนทั่วไปคือ แม้ว่าจะเขียนโดยวิธีการ Caricature เหมือนกัน แต่การ์ตูนจะไม่เน้นที่บุคคลสำคัญ มักเล่นตลกกับคุณสมบัติต่างๆ ของคนหรือเอาเรื่องเล็กๆ มาขยายผ่านการเขียนการ์ตูนเพื่อให้เห็นเป็นเรื่องจำขันทำให้เราเห็นว่าคนธรรมดาๆ ก็มีแง่มุมที่ตลกแฝงอยู่ นิยายสารการ์ตูนประเภทนี้ ได้แก่ ขายหัวเราะ, หนูจ๋า หรือ Mad และ Asterix ของต่างประเทศ

นอกจากนี้ Satire ยังสามารถนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ ได้อีก เช่น ละครแนว Satire ทั้งเรื่อง หรือเป็นบางส่วนของเรื่อง หรือเป็นบุคคลของตัวละครบางตัว ผู้เขียนอาจใช้การเสียดสีแบบ Ironic ที่ทำให้คนดูหัวเราะที่ๆ อยู่ในคอ หรือยิ้มน้อยๆ หรืออาจจะใช้การเสียดสีแบบ Sarcastic ที่มีความรุนแรง หรือทิ่มแทงกันอย่างตรงไปตรงมา บางครั้งก็ฆ่าตัวละครเพื่อให้เกิดความสะใจ (ในความหมายที่ทำให้ตัวละครตัวนั้นหมดความสำคัญ หรือไม่มีบทบาทเลย)

สำหรับตัวละครตลกโดยทั่วไปมักเรียกกันว่า Comedy ซึ่งเน้นที่ความตลกขบขันการนำเสนออาจใช้ลักษณะของ Parody ผสมผสานกับ Satire บ้าง แต่บ่อยครั้งละครตลกมักแทรกอยู่ในละครแนวเศร้าแบบ Tragedy ทำให้เส้นแบ่งระหว่างอารมณ์เศร้า และอารมณ์ขันปนเปกันแยกไม่ออกตัวอย่างเรื่องหลายรสนแบบนี้เป็นรูปแบบหลักรูปแบบหนึ่งของภาพยนตร์ไทยที่มักมีตัวคอยจีเส้นคนดู และชี้ให้เห็นแง่มุมที่จำขันของตัวเอง วิธีการนี้ทำให้แก่นเรื่องดำเนินไป

4. การเล่นตลกกับกลไกของชีวิต

นักสังคมวิทยาเช่น Zijderveld เห็นว่าพฤติกรรมทางสังคมของคนเรานั้นมีแบบแผนที่แน่นอน ซึ่งเกิดจากการปฏิบัติจนเป็นกิจวัตร และเป็นข้อตกลงร่วมกัน จนในที่สุดกลายเป็นสถาบันทางสังคมขึ้นมา สมาชิกของสังคมจะรับรู้แบบแผนทางการปฏิบัติตามบทที่ตนสวมอยู่ เช่น คนที่เป็นหมอ และคนไข้ ต่างก็มีการปฏิบัติเฉพาะของตนเมื่อต้องปะทะสังสรรค์กันเมื่อเราเรียนรู้บทบาทว่าเป็นคนไข้แล้ว ไม่ว่าจะไปพบหมอกคนไหน เราก็เข้าใจว่าต้องปฏิบัติตนเช่นไร หรือในกรณีของความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก, ครูกับศิษย์ ก็เช่นเดียวกัน แบบแผนที่มีลักษณะค่อนข้างตายตัวนี้ คือกลไกที่ทำให้สมาชิกของสังคมสามารถปะทะสังสรรค์กันได้ เหมือนกับที่เราเข้าใจการทำงานของเครื่องจักรตัวหนึ่งเมื่อเราไม่พบเครื่องจักรประเภทเดียวกันในที่อื่นๆ อีก เราก็เข้าใจการทำงานได้ทันที

แนวคิดเรื่องความสำคัญของการศึกษาเรื่องเสียงหัวเราะและอารมณ์ขัน

อารมณ์ขันในฐานะแรงต้านความคิดกระแสหลัก

สังคมมนุษย์มักไม่มีเอกภาพอย่างแท้จริง เพราะความแตกต่างขององค์ประกอบในด้านชนชั้นก็ดี ชาติพันธุ์ก็ดี หรือความเป็นหญิง/ชาย ล้วนเป็นอุปสรรคของบูรณาการทางสังคม ในบางสังคมเรายังพบค่านิยมที่แตกต่างออกไปจากค่านิยมกระแสหลักนี้ ค่านิยมกระแสรองอยู่ในสภาพเป็นคู่แข่ง และฝ่ายตรงข้ามของค่านิยมกระแสหลัก มีตัวอย่างที่เห็นได้จากอดีตและปัจจุบัน เช่น ขบวนการทางศาสนาที่แตกตัวจากสถาบันศาสนาหลักของสังคม ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อที่แตกต่างกัน ลักษณะเช่นนี้อาจสรุปได้ว่าค่านิยมใหม่ที่แตกตัวออกมา มีฐานะเป็นคู่กรณีและตัวถ่วงดุลของค่านิยมกระแสหลัก

เสียงหัวเราะและอารมณ์ขันไม่อาจเป็นพลังปฏิวัติของสังคมได้ ไม่ว่าจะพิจารณาจากทฤษฎี Functionalism หรือจากทฤษฎีความขัดแย้งทางสังคมเพราะนักเล่นตลกที่ตั้งอกตั้งใจสร้างเรื่องตลกเพื่อต่อต้านหรือทำลายค่านิยมกระแสหลัก จะมีสภาพเหมือนเด็กที่ขว้างปาทำลายของเล่นของตัวเอง อารมณ์ขันเป็นสิ่งที่ตีความและจับต้องได้ยาก เพราะรอยยิ้มและเสียงหัวเราะทำให้ไม่อาจแน่ใจว่าเรื่องข้างขึ้นนั้นยื่นเคียงข้างอุดมการณ์ใดกันแน่

อารมณ์ขัน เสียงหัวเราะ และการสื่อสาร

มนุษย์ติดต่อสื่อสารกัน โดยการเล่าเรื่องตลกสนุกสนาน ในเรื่องเหล่านี้เองเราจะพบการ แลกเปลี่ยนข่าวสารต่างๆ ระหว่างคนในกลุ่มเดียวกันหรือคนต่างกลุ่มต่างภาษา Donald Hayworth สันนิษฐานว่า ในยุคบุพกาลมนุษย์ได้ใช้เสียงหัวเราะเป็นสัญญาณการสื่อสารว่าอันตรายได้ผ่านพ้น ไปแล้ว สัญญานี้ทำให้สมาชิกของกลุ่มรู้ว่าทุกอย่างเป็นปกติแล้ว และคนที่หลบกระจัดกระจายอยู่ ก็สามารถกลับมารวมตัวกันได้อีกครั้งหนึ่ง Hayworth เชื่อว่าหน้าที่ในเรื่องนี้ของเสียงหัวเราะยังสื่อ มาจนปัจจุบัน เพราะเสียงหัวเราะแสดงให้เห็นว่าอยู่ในสภาพผ่อนคลายและกำลังมีความรื่นเริงสนุก สนานกัน ซึ่งนั่นย่อมหมายถึงว่าเป็นสภาพการณ์ที่ทุกอย่างมั่นคงปลอดภัย และรอยยิ้มก็น่าจะมีที่มา ใกล้เคียงกัน

นักทฤษฎีเกือบทุกคนมีความเห็นตรงกันว่า เสียงหัวเราะสร้างความเพลิดเพลินและ ความพึงพอใจให้เกิดขึ้น เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดทั้งในด้านสรีระและด้านจิตวิทยา ด้วย เหตุนี้นักทฤษฎีบางคนจึงเชื่อว่าคนจำนวนมากนิยมเล่าเรื่องขำขันเพื่อหาเรื่องหัวเราะ และทำให้ เพลิน Hayworth ไปไกลถึงขนาดตั้งสมมติฐานว่า น่าจะคนที่ชอบทำกิจกรรมที่หวาดเสียวเพียงเพื่อ ให้เกิดความสนุกสนาน ในตอนที่ผ่านช่วงวิกฤติไปแล้วเสียงหัวเราะประเภทนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของการ สื่อสาร ทั้งในแง่ของการเตือนภัยและการสร้างความเพลิดเพลินในกลุ่ม

แนวคิดเรื่องการปรับเปลี่ยนรายการข่าวเป็นรายการบันเทิง

การเสื่อมทรมลงของพื้นที่สาธารณะในยุคทุนนิยมเสรี

เคลเนอร์ (Kellner) มีข้อสังเกตว่าโทรทัศน์ไม่ได้ทำหน้าที่สร้างเสริมสิ่งที่เป็นประโยชน์ ของสังคม เขากล่าวว่า “โทรทัศน์และสื่ออื่นๆ ไม่เพียงแต่ไม่ได้ทำหน้าที่ด้านประชาธิปไตย โดยการ นำเสนอข้อมูลที่จำเป็นเพื่อให้พลเมืองได้รับรู้อย่างถูกต้องเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมอำนาจของบรรษัท ทุนธุรกิจและอำนาจรัฐเสียจนสิ้นเกิน” (Kellner 1990, xiii)

Habermas เรียกการเสื่อมทรมลงของพื้นที่สาธารณะภายใต้ระบบทุนนิยม หลังจาก ที่ชนชั้นกลางได้สร้างเวทีแห่งนี้ขึ้นมาในศตวรรษที่ 18 ว่าเป็นการกลับไปสู่ระบอบศักดินาอีกครั้ง หนึ่ง (Refejalization) คือเมื่อองค์กรสื่อหันไปจับมือกับกลุ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกลายเป็น พันธมิตรทางการเมืองกับรัฐ พื้นที่สาธารณะก็ถูกกลุ่มพันธมิตรเหล่านี้แย่งยึดไป ภาคประชาชน ถูกแปรเปลี่ยนจากผู้ที่เคยมีส่วนร่วมในการอภิปรายทางการเมือง กลายเป็นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร

จากสื่อเพียงอย่างเดียว ธรรมชาติของการสื่อสารถูกเปลี่ยนจากการสื่อสารเพื่อสาธารณะ (public communication) มาเป็นการประชาสัมพันธ์ (public relation) การโฆษณาและการสร้างความบันเทิง ซึ่งกีดกร่อนภาระหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะให้เสื่อมทรามลง ภาคประชาชนแตกสลายสูญเสียการเกาะเกี่ยวทางสังคม กลายเป็นผู้ชม (spectator) ซึ่งถูกสื่อปลุกกระดมให้เปล่งเสียงไชโยโห่ร้องตามเป็นระยะๆ แต่การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองขั้นพื้นฐานกลับถูกลดทอนลงจนแทบไม่เหลือ (Dahlgren 1995, 6-9)

ในอเมริการายการประเภทข่าว (รายงานข่าว พุดคุยข่าว วิเคราะห์ข่าว ฯลฯ) เป็นรายการที่ FCC ใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบการทำหน้าที่ของสื่อเพื่อ “ประโยชน์สาธารณะ” ทุกสถานีจึงต้องผลิตรายการข่าวแม้จะเป็นรายการที่ไม่ทำรายได้ให้แก่สถานีก็ตาม ดังนั้นเพื่อให้ข่าวขายได้เหมือนรายการอื่นๆ จึงมีการพลิกแพลงรูปแบบรายการข่าวให้น่าสนใจ ลักษณะเด่นได้แก่การเพิ่มคุณค่าความบันเทิง (entertainment value) เข้าไปมากๆ กระตุ้นความตื่นเต้นเร้าอารมณ์มากกว่าข้อเท็จจริง (sensationalism) เน้นข่าวบุคคลและข่าวอาชญากรรมที่เป็นความอยากรู้อยากเห็นของคน (human interest) ให้ความสำคัญกับบุคลิกหน้าตาของพิธีกรข่าว ทศวรรษที่ 1970 สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นในอเมริกาเริ่มใช้รูปแบบรายการข่าวแบบใหม่เรียกว่า Happy Talk หรือ Happy News โดยการทำข่าวให้เป็นเรื่องบันเทิง จนบางครั้งถึงขั้นตลกโปกฮา (slapstick) (Dahlgren 1995, 48) รายงานข่าวอากาศก็ทำให้อุตุระการตาด้วยเทคนิคโทรทัศน์ต่างๆ ปรากฏว่ารายการข่าวเริ่มทำรายได้ให้สถานี ต่อมาในทศวรรษที่ 1980 สถานีเครือข่ายระดับชาติซึ่งเริ่มสูญเสียผู้ชมให้กับเคเบิลทีวีก็ทำตามอย่างบ้าง ใช้จังหวะการรายงานข่าวที่ฉับฉิว รวดเร็ว (faster tempo) เพิ่มสีสันและสิ่งดึงดูดทางรูปแบบมากกว่าความเอาใจใส่ทางด้านเนื้อหา

ปัจจุบันเราสามารถพบเห็นรายการโทรทัศน์มากมายที่แสดงให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะในปริมาณของสื่อถูกเบี่ยงเบนความหมายไปจากเดิม รูปแบบรายการที่เรียกว่าสาระบันเทิงหรือ Infotainment ซึ่งผลิตขึ้นมาด้วยคุณค่าข่าว (news value) ที่แตกต่างไปจากเดิม มีส่วนทำลายความสำคัญและแนวคิดเกี่ยวกับข่าวไปมาก นอกจากนี้ยังเกิดรูปแบบรายการใหม่ๆ ที่เออแผลงมาในลักษณะกึ่งข่าว กึ่งบันเทิง กึ่งสาระความรู้อีกหลากหลายแบบ ทอล์กโชว์ (talk show) เป็นตัวอย่างรายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด อีกแบบหนึ่งคือแมกกาซีนโชว์ (magazine-style show) ที่สอดแทรกบันเทิงเข้าไปกับเนื้อหาที่เป็นข่าว รายการเหล่านี้จะเน้นดารา นักการเมืองและบุคคลสาธารณะ (public figure) ที่มีบุคลิกดี คุยเก่ง ให้มาพุดคุยสบายๆ เป็นกันเองกับผู้ชม เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้มีอำนาจในสังคมได้ใช้พื้นที่ในการโชว์ตัว (display) และประชาสัมพันธ์สร้างภาพให้กับตัวเอง

Hvitfelt (Dahlgren, 1995: 55) เล่าถึงรายการข่าวทางโทรทัศน์ของสวีเดนหลังจากที่ภาคเอกชนได้รับอนุญาตให้ทำธุรกิจสื่อโทรทัศน์ได้ โดยมีโทรทัศน์ภาคสาธารณะอีก 2 ช่องเป็นคู่แข่งว่าเพื่อจะทำรายการข่าวให้สู้กับสถานีเพื่อสาธารณะได้ โทรทัศน์เอกชนพยายามคิดหาวิธีการนำเสนอข่าวที่พลิกแพลงมีจุดขายทางการค้ามากๆ เนื้อหาข่าวที่แท้จริงหดหายไป เรื่องราวที่กระตุ้นอารมณ์ถูกนำมาใช้เพิ่มมากขึ้น นักการเมืองบางคนได้รับเชิญให้ไปออกรายการในมาดของดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงจากสื่อ (media celebrities) ตัวอย่างเช่น รัฐมนตรีต่างประเทศกับคาราเด็น ร็อคที่เป็นกระเทยคนหนึ่งเคยออกอากาศร่วมกันในรายการที่มีคอนเซ็ปต์ (concept) ว่า “อาภรณ์ เป็นเครื่องสร้างคน” (clothes make the man) โดยให้ทั้งสองคนแลกเสื้อผ้ากันใส่ จากนั้นนายกรัฐมนตรีได้ออกมาแสดงฝีมือผูกเนคไท (neck-tie) ต่อหน้ากล้องทีวีโดยมีพิธีกรเป็นผู้จับเวลา นักการเมืองบางคนถึงกับไปเล่นเกมสโรว์และยอมเข้าไปนั่งอยู่ในกรงคอยตอบคำถามไร้สาระต่างๆที่พิธีกรของรายการเป็นผู้ป้อนคำถามให้

สิ่งเหล่านี้บางคนอาจมองว่าเป็นเพียงเรื่องตลกโปกฮาที่ไม่มีอันตราย ช่วยให้ให้นักการเมืองดูเป็นมนุษย์เดินดินมากขึ้น บางคนกลับเห็นว่าเป็นการลดเกียรติและศักดิ์ศรีของนักการเมืองไม่เหมาะสมที่จะนำมาออกอากาศ แต่สูงขึ้นจากขอบเขตความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดส่วนตัวดังกล่าว ประเด็นที่ควรชี้แจงคือการสื่อสารทางการเมือง (เพราะเป็นรายการข่าวหรือรายการที่เอาบุคคลสาธารณะมาออกรายการ) ไม่ได้มีสาระที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม มีการแอบแฝงให้ “พื้นที่สาธารณะ” แก่นักการเมืองและกลุ่มอำนาจทางสังคมได้ตกแต่งตัวเองให้ดูดี เพราะการออกอากาศในรายการประเภทนั้น พวกเขาไม่ต้องเผชิญกับคำถามหนักๆ ที่ตอบยากหรือตอบไม่ได้ นอกจากนี้การพูดคุยแบบสบายๆ หรือบันเทิงไร้สาระของนักการเมืองก็ไม่ได้มีส่วนช่วยเสริมสร้างประชาธิปไตยแต่อย่างใด นอกจากเป็น “การแสดง” (display) เพื่อสร้างภาพ ด้วยเหตุนี้สิ่งที่ดูเหมือกับไม่เป็นการเมืองนั้นจริงๆ แล้วมีนัยทางการเมืองอย่างชัดเจน “พื้นที่สาธารณะ” ซึ่งอยู่ในปริมาตรทางการเมือง ถูกนำไปใช้อย่างจอมปลอม (Pseudo-public)

ในประเทศไทย แม้จะยังไม่เกิดสภาพถึงขั้นนั้น แต่การออกอากาศของนักการเมืองและเจ้าหน้าที่ระดับสูงในรายการประเภท “พบประชาชน” ที่มีอยู่หลายรายการ เป็นเพียงรูปแบบของพื้นที่สาธารณะที่ฉาบฉวย ไม่มีสาระเพียงพอ และไม่ได้ตอบสนองหลักการสิทธิขั้นพื้นฐานของพลเมือง 3 ข้อที่เราได้กล่าวมาแล้ว คือสิทธิในการรับรู้ข้อมูลที่หลากหลาย (เพราะเลือกเชิญมาฝ่ายเดียว) สิทธิในการตอบโต้ (เพราะเปิดโอกาสให้พูดข้างเดียว) และสิทธิในการแสวงหาทัศนคติที่แตกต่างกันมากกว่าหนึ่ง (เพราะไม่มีอะไรท้าทายให้คิดเห็นแตกต่างจากผู้พูด)

Postman (1985) แสดงความเห็นค่อนข้างรุนแรงต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับข่าว เขากล่าวว่า “ทุกสิ่งที่สื่อโทรทัศน์เข้าไปจับจะถูกเปลี่ยนให้เป็นการแสดงทางธุรกิจ (show business) ไปหมด แม้แต่ข่าวและการเมือง ความบันเทิงจึงมาเหนือกว่าการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างท่วมท้น” ส่วน Nieman report (1998) ก็เรียกว่าเป็นความอับยศของวงการข่าว (journalistic abasement) ซึ่งกำลังแพร่ระบาดไปทั่ว ข่าวก็ถูกทำให้เป็นเรื่องบันเทิงและการทำประชาสัมพันธ์ทางการเมือง ผลประโยชน์เพื่อตลาดมวลชนมาเป็นอันดับหนึ่ง ความซื่อสัตย์ต่อผู้รับสารมาเป็นอันดับรอง ในบทความเรื่อง “Full Quotation on Newsroom Ethics” Conrad Fink (Nieman Report, 1998: 3) กล่าวถึงผลสำรวจความเห็นของสาธารณะว่า ประชาชนส่วนใหญ่มองดูการทำงานของสื่อในแง่ลบ บุคคลในวงการสื่อถูกมองว่าเป็นพวกที่เย่อหยิ่ง มีอคติและลำเอียง ไม่ยุติธรรม ไม่มีจริยธรรม ความไม่เชื่อถือต่อสื่อแผ่ลูกกลมไปในวงกว้าง

กล่าวโดยย่อ การขยายตัวของสื่อภาคเอกชนที่ทำงานด้วยตรรกะการตลาดจะเป็นตัวบงคับไม่ให้สื่อสนับสนุนและเปิดพื้นที่สาธารณะโดยอัตโนมัติ สิ่งนี้จะส่งผลอย่างรุนแรงต่อสิ่งที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ความล้มเหลวของตลาด” (market failure) กล่าวคือสังคมได้รับประโยชน์จากตลาดน้อยกว่าที่ควร สื่อที่ถูกครอบงำด้วยระบบตลาดไม่เพียงแต่จะความหาตัวผู้ชมให้มากที่สุดด้วยการนำเสนอแต่สิ่งบันเทิงเบาสมอง ไม่แยแสการสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อสังคมเท่านั้น สื่อเอกชนยังพยายามสร้างบรรยากาศที่จะไม่รบกวนอารมณ์การดูโฆษณาของผู้ชมเช่นหลีกเลี่ยงไม่นำเสนอรายการที่มีเนื้อหาหนักซึ่งจะทำให้ผู้ชมต้องใช้ความคิดวิเคราะห์และเกิดความเครียด ดังนั้นหากผู้รับสารต้องการรายการที่มีเนื้อหาหนักแต่บังเอิญเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ของผู้โฆษณา สื่อก็พร้อมที่จะทิ้งคนดูเพื่อเอาใจผู้ให้โฆษณา

หัวใจสำคัญคือ “รายการข่าว”

ความสนใจของสังคมต่อพื้นที่สาธารณะในสื่อ รวมศูนย์อยู่ที่รายการข่าว เราจะรู้ว่าข่าวเป็นสินค้าได้อย่างไรก็ต่อเมื่อเข้าใจตรรกะการซื้อและการขายข่าวในตลาด ข่าวไม่เหมือนสินค้าทั่วไป ถ้าเราซื้อรถยนต์สักคัน ต้นทุนทั้งหมดของรถยนต์คันนั้นเราเป็นผู้จ่ายให้กับผู้ผลิตโดยตรง แต่สำหรับรายการข่าว คนจ่ายคือผู้โฆษณาซึ่งเป็นบุคคลที่สาม ถ้าเป็นสิ่งพิมพ์ เงินที่ได้จากโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 70-80 ของรายได้จากการขายข่าว (อีกร้อยละ 20-30 ของรายได้มาจากการจำหน่ายสิ่งพิมพ์ฉบับนั้น) แต่สำหรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ รายได้จากการผลิตข่าวมาจากผู้โฆษณาทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมด

แล้วผู้ชมเล่า จ่ายอะไรให้กับรายการข่าว นักเศรษฐศาสตร์ตอบว่าข่าวเป็นสินค้าสองต่อ (double commodity) ผู้ชมจ่าย “ความสนใจ” (attention) ให้กับสินค้าข่าวที่ดูแล้วผู้เสนอข่าวก็นำความสนใจนั้นไปขายให้กับผู้โฆษณาในอัตราที่ขึ้นต่อขนาดและคุณค่าเชิงพาณิชย์ของผู้ชม (ได้แก่ รายได้และวิธีการใช้ชีวิตของผู้ชมคนนั้น ฯลฯ) แม้จะจับต้องไม่ได้เป็นตัวตนแต่ความสนใจของผู้ชมเป็นสิ่งที่ค้ำยัน ผู้โฆษณายอมจ่ายเงินปีละหลายๆ พันล้านบาทก็เพื่อจับเจ้าตัว “ความสนใจ” ตัวนี้ให้ได้ (Picard, 1998)

การมีรายได้จากผู้โฆษณาแทนที่จะได้จากผู้บริโภคข่าวโดยตรง มีนัยสำคัญว่า วิธีเดียวที่จะมีกำไรมากๆ คือผลิตข่าวอะไรก็ได้ที่เข้าถึงคนหมู่มากที่สุด ไม่มีเหตุผลอะไรที่จะผลิตข่าวคุณภาพเยี่ยมแต่มีคนดูไม่กี่คน เพราะผู้โฆษณาจะเป็นผู้จ่ายค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยเลือกจ่ายให้กับสินค้าที่มี “คุณภาพทางด้านผู้ชม” (audience quality) ไม่ใช่ “คุณภาพทางด้านข่าว” (news quality) Bogart กล่าวว่า “ผู้โฆษณาไม่มีหน้าที่ต้องกังวลกับความหมายของการสื่อสารหรือผลที่ติดตามมาจากการสื่อสาร トラบเท่าที่การสื่อสารเป็นกลไกนำสารของพวกเขาไปถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย” (McManus, 1992) ด้วยเหตุนี้ ข่าวจึงไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ของข่าวเท่านั้น ที่สำคัญกว่านั้นก็คือ ข่าวต้องขายสินค้าด้วย

ยังมีอีกด้านหนึ่งซึ่งมีความสำคัญแต่ไม่ค่อยมีใครสังเกต เรากล่าวแล้วว่าผู้ให้โฆษณาสนใจแต่คุณภาพของผู้ชม ไม่สนใจคุณภาพของข่าว สื่อจึงพยายามหาทางลดต้นทุนรายการข่าวให้มากที่สุด วิธีที่ได้ผลคือพึ่งพาแหล่งข่าวของทางราชการเป็นหลัก ส่งนักข่าวเกาะติดสถาบันหรือองค์กรขนาดใหญ่ในเมืองเพียงไม่กี่แห่ง อาศัยข่าวแจกและการสัมภาษณ์บุคคลระดับสูงภาคธุรกิจและการเมืองจำนวนไม่กี่คนที่เดินเข้าเดินออกหน่วยงานเหล่านั้น เพียงเท่านั้นสื่อก็ผลิตข่าวประจำวันได้โดยไม่ต้องลงทุนมาก นอกจากข่าวที่ได้มาอย่างผิวเผินฉาบฉวยดังกล่าวแล้ว สื่อยังเน้นข่าวอีกประเภทหนึ่งคือข่าวเหตุการณ์ที่วางแผนไว้ล่วงหน้าหรือรู้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้น เช่น ข่าวการประชุม การจัดสัมมนา ข่าวกิจกรรมสังคม ฯลฯ คำว่า “หาข่าว” ในความหมายของนักข่าวรุ่นบุกเบิกใช้ไม่ได้กับองค์กรข่าวในยุคนี้ วิธีทำงานแบบ “รวบรวมข่าว” (news gathering) ซึ่งเก็บมาจากแหล่งข่าวต่างๆ เป็นเหตุผลที่อธิบายได้อย่างดีว่าเหตุใดสื่อต่างกันจึงนำเสนอรายงานข่าวที่เหมือนกัน ทำไมผู้ชมอย่างเราจึงไม่มีทางเลือก หมุนไปช่องไหนก็ต้องดูข่าวที่หาความแตกต่างกันแทบไม่ได้

ข่าวต้องแข่งขันกันแย่งความสนใจจากผู้ชม แต่บังเอิญข่าวไม่ใช่ธุรกิจที่จะทำกำไรได้มากเหมือนรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ตลาดข่าวเป็นตลาดเล็ก และยังเป็นตลาดที่หาตัวผู้ชมซึ่งสนใจติดตามดูข่าวจริงๆ ได้น้อยมาก มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดดูรายการโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่งของผู้ชม ผลการวิจัยพบว่าสำหรับรายการข่าวนั้น ผู้ชมเพียงส่วนน้อย

ที่ตอบว่าตั้งใจเลือกช่องใดช่องหนึ่งเพราะช่องนั้นมีรายการข่าวดี ส่วนใหญ่จะตอบว่าคุณข่าวเพราะบังเอิญกำลังดูรายการช่องนั้นอยู่แล้ว กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การดูข่าวมักเป็นผลพลอยได้จากการที่ผู้ชมคนนั้นเปิดรับรายการอื่นของสถานีช่องนั้นอยู่ก่อน

McManus จึงมีความเห็นว่า ตลาดข่าวประกอบด้วยคนเป็นจำนวนมากที่ไม่ได้สนใจและตั้งใจติดตามเรื่องราวของข่าวอย่างจริงจัง ตลาดข่าวของข่าวหนัก (serious news) ซึ่งผู้ชมต้องมีสมาธิจดจ่อกับเนื้อหาที่ลุ่มลึกและซับซ้อน เป็นเพียงส่วนเล็วเล็กๆ เมื่อเทียบกับตลาดความสนใจของผู้ชมที่กว้างใหญ่ (ผู้ชมรายการสารคดีข่าวของ MacNeil-Leher แห่งสถานีโทรทัศน์ PBS ของอเมริกาน่าจะเป็นตัวแทนขนาดของผู้ชมกลุ่มนี้ในอเมริกา) ดังนั้นเพื่อที่จะจับคนจำนวนมากให้สนใจรายการข่าวเพื่อเอาตัวเลขขายให้กับผู้โฆษณา ผู้ผลิตรู้ว่าจะต้องทำรายการข่าวให้ใกล้เคียงความบันเทิง “แม้แต่เนื้อหาที่ไม่ใช่ข่าวแต่เป็นบันเทิงล้วนๆ ก็ควรต้องบรรจุเข้าไปด้วย” (McManus, 1992: 791) รายการประเภท “สะกิดข่าว” “เก็บตก” “สาระขุ่น” “ใส่สีตีข่าว” และอื่นๆ ในโทรทัศน์ไทยที่จะตามมา ส่วนหนึ่งเป็นการปรับปรุงรูปแบบของข่าวให้เหมาะกับผู้ชมส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่ผู้ชมข่าวที่แท้จริง อีกส่วนหนึ่งเป็นการทำให้ข่าวเป็นสินค้าขายได้

ในกระบวนการทำข่าวให้ขายได้ สื่อมวลชนในฐานะเป็น “Gatekeeper” หรือนายทวารประตู จะทำการคัดเลือกและกลั่นกรองข่าว คำพูดที่ว่า “All news are view” อาจฟังดูน่าตกใจแต่เป็นความจริงที่ต้องยอมรับ ข่าวทุกข่าวนั้นมีทัศนคติส่วนตัวหรืออคติ (bias) ของสื่อรวมอยู่ เริ่มต้นตั้งแต่การใช้ผลประโยชน์ขององค์กรเป็นเกณฑ์พิจารณาตัดสินคุณค่าข่าว (value judgement) กระบวนการคัดเลือกและกลั่นกรองข่าวจึงสะท้อนจุดยืนของสื่อเรียบร้อยแล้ว จริงอยู่ในแง่ของการปฏิบัติการคัดเลือกข่าวจำเป็นต้องใช้วิจารณญาณของบุคคล ซึ่งหลีกเลี่ยงความเป็นอัตวิสัย (subjectivity) ได้ยาก ในทางทฤษฎีจึงควรต้องพยายามทำให้ข่าวมีความเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เช่น ข่าวจะต้องมีความรอบด้าน ครอบคลุมทุกสิ่งที่มีความ “สำคัญอย่างแท้จริง” แต่จุดยืนขององค์กรสื่อที่มีกำไรเป็นจุดเริ่มต้นจะไม่อนุญาตให้สื่อทำเช่นนั้น

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. **สุชาติ เพ็ชรแก้ว (2536)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ลักษณะอุตสาหกรรมข่าวในประเทศไทย” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมข่าวในประเทศไทยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ

1. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิตและให้บริการข้าวผ่านสื่อมวลชนอันได้แก่ สำนักข่าว
 2. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิตและกระจายข้าวให้แก่ผู้รับสารอันได้แก่ สื่อมวลชน
- ผลการวิเคราะห์ลักษณะอุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทยสรุปได้ 4 ประการคือ

1. ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมข้าวมีความสัมพันธ์กันอย่างเห็นได้ชัด
2. องค์กรประกอบในเชิงโครงสร้างส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ประกอบการ

ภายในอุตสาหกรรมข้าว

3. การดำเนินบทบาทของผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมข้าว
4. ระบบของอุตสาหกรรมข้าวทำให้สินค้าข้าวมีคุณลักษณะพื้นฐาน 2 ประการคือ
 - 4.1 สามารถนำมาผลิตซ้ำ
 - 4.2 เป็นเนื้อหาที่ผลิตและนำเสนอภายใต้เงื่อนไขของบริบทแวดล้อมต่างๆ

ซึ่งเนื้อหาของวิทยานิพนธ์เล่มนี้พูดถึงเรื่องของข้าวและผู้ประกอบวิชาชีพข่าวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรวมถึงเนื้อหาบางส่วนของผู้วิจัย

2. พรรณทิพา อุบลวรรณ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้อารมณ์ขันในการโฆษณาทางโทรทัศน์” โดยผลการวิจัยพบว่าอารมณ์ขันซึ่งนำมาใช้ในงานโฆษณาโทรทัศน์มีข้อดีมากกว่าข้อเสีย ข้อดีคือ อารมณ์ขันสามารถสร้างความสนุกสนานบันเทิง ดึงดูดใจผู้ชม สร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอ สามารถทำให้คนดูนำไปพูดต่อและสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่าย ทุกระดับ ในส่วนของข้อเสียพบว่า อารมณ์ขันจะดึงดูดความสนใจของผู้ชมไปจากสินค้าและวัตถุประสงค์ทำให้สินค้าขาดความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์ดูมีระดับที่ต่ำลง และการนำเสนอโฆษณาที่มีอารมณ์ขันบ่อยครั้งเกินไปทำให้ผู้รับสารไม่รู้สึกลด

ซึ่งเนื้อหาของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ พูดถึงอารมณ์ขันในภาพยนตร์ โฆษณา ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีที่เกี่ยวกับอารมณ์ขันของวิทยานิพนธ์เล่มนี้และเนื้อหาบางส่วนของวิทยานิพนธ์เล่มนี้มาใช้ได้

3. วัฒนา อนุวัฒน์นันทเขตต์ (2541) ได้ศึกษาเนื้อหารายการ “สะเด็ดข้าว” ในรายการข้าวภาคค่ำ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณค่าความเป็นข้าว สะเด็ดข้าวเกี่ยวกับการเมืองจะมีความทันต่อเหตุการณ์มากกว่าข้าวอื่นๆ และสะเด็ดข้าวด้านสาธารณูปโภคและด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจะมีความใกล้ชิดตัวประชาชนมากกว่าข้าวอื่นๆ และนอก

จากนั้นสะกิดข่าวมักมีความ เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีความสำคัญทางการเมืองในขณะนั้นมากที่สุด ส่วนสะกิดข่าวที่เกี่ยวกับการเมืองจะส่งผลกระทบต่อประชาชนในระยะยาว

ด้านการนำเสนอความบันเทิง มีการนำเสนอแบบผสมผสานกันระหว่างบทบาทของผู้ประกาศข่าว เทคนิคด้านภาพและเสียง นอกจากนั้นรูปแบบความบันเทิงส่วนใหญ่เป็นรูปแบบความบันเทิงที่เกิดจากความแตกต่างของแบบแผนที่คาดหมายและการล้อเลียน เสียคดี

ซึ่งเนื้อหาของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ส่วนหนึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยของผู้วิจัย รวมทั้งใจความบางช่วงบางตอนผู้วิจัยสามารถใช้ดูเพื่อเป็นแบบอย่างได้

4. สนมพร ฉิมเฉลิม (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ในกระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวของแต่ละสถานี พบว่ามีกระบวนการคัดเลือกทั้งสิ้น 4 กระบวนการดังนี้

1. กระบวนการคัดเลือกโดยการประกาศรับสมัครคัดเลือกอย่างเป็นทางการ
2. กระบวนการคัดเลือกโดยการไต่เต้าตามสายงาน
3. กระบวนการคัดเลือกโดยการดึงบุคคลภายนอกที่มีความสามารถโดดเด่นเป็นพิเศษ

4. กระบวนการคัดเลือกโดยระบบอุปถัมภ์

และหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์โดยเฉพาะบรรดาเจ้าของหรือผู้บริหารสถานีถือเป็นปัจจัยหลักในการมีอำนาจการตัดสินใจที่จะกำหนดหลักเกณฑ์ของกระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าว รวมไปถึงการเป็นผู้กำหนดบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยในด้านของลีลาของผู้ประกาศรายการที่สามารถนำมาอ้างอิงได้

เนื้อหาของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ส่วนหนึ่งสอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย ในการกล่าวถึงลักษณะการชมข่าวภาคค่ำ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการแต่งเติมงานวิจัยของผู้วิจัยให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นได้