

ถึงเวลามองปัญหาองค์กรข่าวด้วยกรอบแนวคิด Sociology of Journalism

ดวงแก้ว เรียรสวัสดิ์กิจ¹

บทคัดย่อ

Sociology of Journalism เป็นชุดความคิดในกระบวนทัศน์ในกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง (political economy) ที่มุ่งศึกษาลักษณะขององค์กรข่าวที่ดำเนินการอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม แนวคิดนี้ได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการวิจัยตามชนบัสังคมวิทยา ซึ่งอาศัยการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยการสังเกตการณ์ (observation) นักวิชาการในกลุ่มนี้จึงศึกษากระบวนการทำงานขององค์กรข่าวด้วยการเฝ้าสังเกตวิธีการทำงานของบรรณาธิการ การสื่อข่าว พัฒนาการของแนวคิดที่เริ่มก่อตัวมาตั้งแต่ยุคทศวรรษ 1980-1990 และนำไปสู่ข้อค้นพบว่า สื่อมวลชนนั้นทำงานอยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางการผลิต ทรัพยากรที่มี และระบบตลาดที่มีการแข่งขันสูง การหล่อหลอมให้วิชาชีพข่าวมีบรรทัดฐานทางวิชาชีพ (professional norms) ที่เข้มแข็ง เช่น คุณค่าข่าว (newsworthiness) มาตรฐานความเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) การรายงานข่าวอย่างเป็นกลาง (balance) การรู้จักแหล่งข่าว จึงเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อให้องค์กรสื่อสามารถผลิตข่าว ซึ่งคือ “สินค้า” ชนิดหนึ่งในมุมมองของ Sociology of Journalism ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนั้น บรรทัดฐานทางวิชาชีพยังเป็นการรับประกันว่าสังคมจะยังเชื่อถือและยอมรับองค์กรข่าวอยู่ อย่างไรก็ตาม บรรทัดฐานทางวิชาชีพดังกล่าวนั้นไม่ได้มีลักษณะตายตัว แต่ดำรงอยู่ในลักษณะหลักการกว้างๆ ที่เปิดโอกาสให้บุคลากรข่าวตีความและเลือกใช้งานได้ตามบริบทและสถานการณ์ ข้อสังเกตเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า องค์กรข่าวที่ดำเนินการภายใต้

^{*} วันที่รับบทความ 3 กุมภาพันธ์ 2564; วันที่แก้ไขบทความ 1 มีนาคม 2564; วันที่ตอบรับบทความ 20 มีนาคม 2564.

¹ อาจารย์ ดร. ประจำกลุ่มวิชาสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ข้อจำกัดของระบบตลาดกลับไม่ตอบโจทย์อุดมการณ์ของสื่อมวลชนที่เป็นฐานันดรที่สี่ในสังคมประชาธิปไตย เพราะกระบวนการผลิตต้องสนับสนุนให้องค์กรอยู่รอด ข้อเท็จจริงที่พบในข่าวจึงได้รับอิทธิพลจากข้อจำกัดต่างๆ ข่าวจึงเป็นพื้นที่ของแหล่งข่าวประเภทสถาบันที่มีอำนาจ (powerful institutions) และคนที่มีต้นทุนทางสังคม (established news source) มากกว่าคนทั่วไป (lay people) ผู้เขียนเสนอว่า การใช้แนวคิด Sociology of Journalism เพื่อสร้างกรอบการวิจัยจะมีประโยชน์สูงต่อการวิเคราะห์ปัญหาขององค์กรข่าวในประเทศไทยอย่างรอบด้าน และทำให้การอภิปรายและการถกเถียงเพื่อพัฒนาองค์กรข่าวก้าวหน้าไปกว่าเดิม ที่มักใช้กรอบแนวคิดที่มองปัญหาของสื่อมวลชนเป็นเรื่องจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

คำสำคัญ: แหล่งข่าว สังคมวิทยาแห่งวารสารศาสตร์ กระบวนการผลิตข่าว
ความเป็นวัตถุวิสัยในการรายงานข่าว อคติในข่าว บรรทัดฐานการ
รายงานข่าว องค์กรข่าว

Challenges of News Organisations in Capitalism: Rethinking with Sociology of Journalism

Duangkaew Dhiensawadkij²

Abstract

As one of the branches of political-economy theories, sociology of journalism approach studies news organizations operated in capitalist. Since sociology of journalism adopts a methodological approach from sociology, the scholars have observed work routine of news organization. The development of this approach allows researchers to identify particular limitations of a news production process, namely, scarce resources, time constrain, and highly competitive news market. Professional norms which are newsworthiness, objectivity, balance reporting, news sources accessibility are the necessary tools for the journalist to overcome time limit in news production. These professional norms can enhance credibility of news organization to the public. However, the professional norms are not rigid standard. Their flexibility allows the journalists to adapt and interpret these professional norms to suit particular occasions. In this sense, the role of journalism as the fourth estate ideology is questionable. Due to the necessity to survive harsh competitive market, news production process tends to favor the powerful institution and established sources, while lay people usually left out. In terms of news organisations in Thailand, I suggest that employing sociology of journalism for conceptual framework building is fruitful for the researchers. Despite from the debate revolves around the issue of ethical standard, sociology of journalism includes further insights in business model limitation of news organisations.

Keywords: news source, sociology of journalism, news production, objectivity in news, journalistic norms, news organisation

² Lecturer in the Department of Corporate Communication, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

1. บทนำ

Sociology of Journalism เป็นหนึ่งในชุดความคิดที่มีความเชื่อมโยงกับ กระบวนทัศน์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง (political economy) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดแบบ Marxism กระบวนทัศน์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองนี้มักถูกหยิบมาใช้วิเคราะห์สถาบันสื่อมวลชนที่ดำรงอยู่ภายใต้โครงสร้างทางสังคม โดยมองว่า องค์กรข่าวนั้นเป็นผลพวงของโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมือง และ กิยังทำหน้าที่สนับสนุนโครงสร้างเชิงอำนาจ (power structure) ในสังคมนั้นๆ ให้เดินหน้าต่อไปได้อย่างราบรื่น นักวิชาการในสาย political economy มักให้ความสนใจศึกษาบทบาทสำคัญขององค์กรข่าวในบริบทสังคมนั้นๆ ต่อการผลิตซ้ำอุดมการณ์เพื่อครอบงำในเชิงวัฒนธรรม (cultural hegemony) ด้วยการสร้างสามัญสำนึก (common sense) บางอย่างขึ้นในสังคม ให้มองอุดมการณ์หลักที่แฝงอยู่ในเนื้อหาข่าวนั้นเป็นเรื่องปกติเรื่องธรรมชาติ (cf. Gitlin, 2003: 254) เช่น การศึกษาของ Noam Chomsky (Herman and Chomsky, 1995) เกี่ยวกับการทำงานของสื่อมวลชนอเมริกันในช่วงสงครามเย็นเพื่อต่อสู้กับอุดมการณ์สังคมนิยม เป็นต้น

จุดร่วมของ Sociology of Journalism กับ political economy อยู่ที่การตั้งคำถามกับระบบทุนนิยม ซึ่งองค์กรข่าวนั้นทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งที่ทำารรักษาค่านิยมหลากหลายที่สนับสนุนให้เจ้าของปัจจัยการผลิตยังคงได้เปรียบในสังคม แต่จุดสนใจที่แตกต่างกันคือ การที่ Sociology of Journalism เน้นมุมมองที่ศึกษาสถาบันสื่อมวลชนในกรอบของการเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ผลิตข่าวอันเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง องค์กรข่าวนี้นี้ดำเนินการอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และองค์กรข่าวนี้นี้มีสภาพทั้งถูกกดทับจากระบบทุนนิยม และยังทำหน้าที่เสริมย้ำความแข็งแกร่งของระบบทุนนิยมไปพร้อมๆ กัน บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอหัวใจสำคัญของ Sociology of Journalism ให้เป็นพื้นฐานสำหรับผู้่านที่ต้องการต่อยอดไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดวิจัยเพื่อศึกษาองค์กรข่าว ผู้เขียนลำดับเรื่องโดยเริ่มจากที่มาที่ไปของการพัฒนากรอบแนวคิดนี้ ต่อด้วยข้อเสนอพื้นฐานของ Sociology of Journalism หลังจากนั้นจึงนำเสนอตัวอย่างจากปรากฏการณ์

ทางสังคมเกี่ยวกับข่าวสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนคุณค่าของแนวคิดนี้ประกอบ และนำไปสู่ข้อสรุปของผู้เขียนที่เสนอให้นักวิชาการนำ Sociology of Journalism ไปใช้พัฒนาแนวทางการสร้างกรอบวิจัยในอนาคต

2. การก่อตัวและปริณิณทลของแนวคิด Sociology of Journalism

แนวคิด Sociology of Journalism หรือที่ในบทความนี้จะเรียกในภาษาไทยว่า “สังคมวิทยาแห่งวารสารศาสตร์” ได้รับการพัฒนาขึ้นผ่านการนำเสนอของกลุ่มนักวิชาการที่สนใจศึกษากระบวนการผลิตข่าวขององค์กรข่าว ได้แก่ Herbert Gans, Gaye Tuchman, Michael Schudson และ Todd Gitlin เป็นต้น นักวิชาการเหล่านี้สนใจแง่มุมที่องค์กรข่าวจำเป็นต้องจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อใช้ในระบบการผลิตข่าวแต่ละขั้นตอน ภายใต้ข้อจำกัดที่องค์กรข่าวต้องแข่งขันให้ได้ในตลาด ทำให้ประเด็นเรื่องการทำกำไรนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่องค์กรต้องบรรลุเป้าหมายให้ได้ นอกเหนือไปจากปัจจัยการดำรงรักษาบรรทัดฐานของวิชาชีพสื่อมวลชน นักวิชาการกลุ่มนี้จึงมองว่า เนื้อหาข่าวเป็นผลลัพธ์ (output) ของการทำงานร่วมกันระหว่างปัจจัยด้านการทำกำไรและการเป็นสื่อมวลชนตามอุดมคติของวิชาชีพ ด้วยมุมมองดังกล่าว นักวิชาการในกลุ่มนี้อาศัยกระบวนการวิจัยด้วยวิธีวิทยาแบบการสังเกตการณ์ (observation) เพื่อเก็บข้อมูลกระบวนการผลิตข่าวขององค์กรสื่อ และนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจความเป็นจริงเกี่ยวกับการทำงานขององค์กรสื่อมวลชน และนำเสนอมุมมองที่มีต่อ “ข่าว” ในฐานะผลลัพธ์จากระบบการผลิต แนวคิดในเรื่องนี้ช่วยขยายความเข้าใจทางวิชาการเรื่ององค์กรข่าวและข่าวในฐานะ “ตัวบท” ให้มีความแตกต่างและลึกซึ้งกว่าเดิม Gans (1980) อธิบายข้อเสนอฟันฐาน (argument) ของ Sociology of Journalism ไว้ 3 ข้อ ดังนี้

- 1) ข่าวเป็นผลผลิตของกระบวนการผลิตที่ใช้เกณฑ์ทางวิชาชีพวารสารศาสตร์มาใช้ตัดสินใจว่าปรากฏการณ์แบบใด ข้อเขียนแบบใดสามารถนับเป็นข่าวได้ บุคลากรด้านสื่อมวลชน (journalist) ที่ผ่านกระบวนการคัดเลือก อบรม ฝึกฝน และการเลื่อนขั้นในสาย

วิชาชีพเท่านั้น จึงจะเป็นผู้ที่เลือกใช้เกณฑ์ทางวิชาชีพดังกล่าวได้แท้จริง อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า หลักเกณฑ์ทางวิชาชีพวารสารศาสตร์นั้นมีอยู่ทั้งในลักษณะที่เป็นกฎเกณฑ์อย่างเป็นทางการ และอยู่ในรูปแบบหลักการที่ยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ เมื่อผู้ปฏิบัติงานข่าวแต่ละคนทำงานอยู่ในพื้นที่ที่สำคัญ การใช้งานหลักเกณฑ์เหล่านี้มักถูกอธิบายว่า เพื่อตอบสนองประโยชน์สาธารณะ (แต่ไม่ได้อธิบายถึงประโยชน์ต่อกระบวนการผลิตขององค์กรข่าวเอง) ดังนั้น ผลผลิตของกระบวนการและหลักการเหล่านี้ซึ่งก็คือเนื้อหาข่าว จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมุมมองทางวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานข่าวด้วย ข่าวจึงไม่ได้สะท้อน “ความเป็นจริง” ทางสังคมได้ทั้งหมด ข้อเสนอจึงบ่งชี้ว่า งานข่าวมีลักษณะรวมศูนย์และขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติงานข่าวเป็นหลัก (journalist-centered)

- 2) ลักษณะการทำงานที่แท้จริงในภาคปฏิบัติขององค์กรข่าวนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการรักษาสมดุลระหว่างอำนาจทางการแข่งขันในตลาดข่าว ไปพร้อมกับทำหน้าที่เพื่อการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (socially constructed realities) เนื่องจากรายงานข่าวนั้นไม่ได้เป็นเพียงการทำหน้าที่เสาะแสวงหาความเป็นจริงที่มองได้อย่างหลากหลายในสังคม (realities) มานำเสนอ แต่แท้จริงแล้วองค์กรข่าวจำเป็นต้องคัดสรร “รูปแบบ” (repackage) การนำเสนอความเป็นจริงเหล่านั้นให้ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารและผู้รับชมได้ เพื่อให้ผู้บริโภคมองรับความเป็นจริงที่นำเสนอในข่าว หรืออีกนัยหนึ่งคือ จะนำเสนอความจริงอย่างไรที่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้บริโภคข่าว “รับได้” และตรงความต้องการ ในแง่นี้ทำให้องค์กรข่าวมีลักษณะที่ปรับตัวช้าและเปลี่ยนแปลงยาก (inertia) เพราะพฤติกรรมขององค์กรข่าวนั้นจะเปลี่ยนแปลงการทำงานได้หรือไม่ และรวดเร็วเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการตลาดและผู้บริโภคในสังคมนั้นๆ ด้วย

3) แม้ว่างานข่าวมักถูกกล่าวถึงตาม “อุดมคติ” ในฐานะสถาบันที่ต้องดำรงรักษาความเป็นกลางและให้ข่าวสารข้อมูลในประเด็นที่ซับซ้อนเพื่อให้สังคมวงกว้างมีความเข้าใจข้อเท็จจริงเรื่องนั้นๆ อย่างถูกต้อง แต่หากมองอีกมุมหนึ่งเราจะเห็นว่าเนื้อหาข่าวในสื่อมวลชนกลับมีลักษณะเชิงเหตุการณ์ (event-centered) มากกว่า ดังนั้นเนื้อหาข่าวจึงอาจจะไม่ใช่พื้นที่ที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคมได้อย่างต่อเนื่องตามที่ “ข่าว” มักถูกมองอย่างอุดมคติ ในทางตรงกันข้ามข่าวจึงเป็นพื้นที่การเล่าเรื่องราวของโลกใบนี้ เหตุการณ์ในข่าวจะถูกเล่าอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่า โลกความเป็นจริงในสังคมมีปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้การเล่าเรื่องแบบต่างๆ สะท้อนความเป็นจริงในสังคมนั้นได้มากที่สุด และสร้างการยอมรับของผู้คนจำนวนมากในสังคมได้มากกว่าการเล่าในแบบอื่นๆ ดังนั้น การทำงานขององค์กรข่าวจึงไม่ได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ปิดตายตัว แต่จะต้องฟังพาและปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมภายนอกที่เปลี่ยนไปด้วย

คุณค่าของข้อเสนอพื้นฐาน 3 ข้อนี้ คือการเปิดเผยว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข่าวกับสังคมนั้นจะมีความรอบด้านมากขึ้น เมื่อนำเอาปัจจัยด้านกระบวนการผลิตขององค์กรข่าว รวมทั้งปัจจัยภายนอกองค์กร อันได้แก่ ระบบตลาด สังคม และวัฒนธรรมที่องค์กรนั้นดำรงอยู่ในระบบมาพิจารณาร่วมด้วย เพราะแท้จริงแล้วนั้น เนื้อหาข่าวเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นทั้งหมด ไม่ได้เกิดจากหลักการพื้นฐานทางอุดมคติของการเป็นสถาบันฐานันดรที่สี่แต่เพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ Gans (1980) ระบุว่า ข่าวคือ “ข้อมูลที่ถูกส่งจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รับสาร โดยมีนักข่าวซึ่งมีบทบาททั้งในฐานะพนักงานของธุรกิจข่าวที่ดำเนินการในรูปแบบองค์กรและในฐานะสมาชิกของวิชาชีพวารสารศาสตร์ ทำหน้าที่สรุปกลั่นกรอง ปรับเปลี่ยนรูปแบบข้อมูลที่ไดมาจากแหล่งข่าวให้เหมาะสมกับผู้อ่านและผู้ชมของตนเอง เนื่องจากเนื้อหาข่าวสามารถสร้างผลกระทบได้มาก นักข่าวจึงมักถูกกดดันจากผู้คนและกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ทั้งแหล่งข่าวเองและผู้รับสาร ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีอิทธิพลเหนือตัวนักข่าวเองและองค์กรที่นักข่าวทำงานอยู่ด้วย”

(Gitlin, 2003: 251) จะเห็นได้ว่า ในมุมมองของ Gans นั้น เราไม่สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาข่าวได้โดยไม่ได้พิจารณาพร้อมกับบริบทของมัน รวมทั้งผู้เล่นที่อยู่ภายใต้ระบบการผลิตข่าว ได้แก่ แหล่งข่าว นักข่าว และผู้บริโภคข่าว ผู้เล่นเหล่านี้ดำรงอยู่ในระบบเดียวกันเชื่อมโยงกันผ่านการแย่งชิงพื้นที่ข่าวซึ่งถูกมองว่าเป็นพื้นที่เชิงอำนาจอย่างหนึ่ง เพื่ออธิบายโลกความเป็นจริงตามมุมมองและความเชื่อของตนเอง

Gitlin (2003) สนับสนุนแนวคิดข้างต้น และยังอธิบายว่า มุมมองต่อข่าวของกลุ่ม Sociology of Journalism ได้หันมาทบทวนว่า แท้จริงแล้ว “ข่าว” ไม่ใช่เพียงการรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมเท่านั้น แต่ข่าวยังทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของการเสริมยักระบบอำนาจของกระบวนการผลิตแบบเศรษฐกิจทุนนิยมด้วยเช่นกัน Gitlin อธิบายว่า หากศึกษากระบวนการผลิตข่าวโดยมองทั้งปัจจัยภายในองค์กรข่าว และปัจจัยภายนอกองค์กรข่าวร่วมกัน ก็จะพบว่า ข่าวเป็นผลผลิตที่ผ่านกระบวนการเชิงอำนาจมาตั้งแต่ต้นไปจนปรากฏเป็นเนื้อหาของชิ้นงานถึงมือผู้อ่าน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกแหล่งข่าวที่นักข่าวต้องการใช้มุมมองเรื่อง “อำนาจ” เข้ามาเป็นพื้นฐานของการคัดเลือก Schudson (1989: 112) พบว่า นักข่าวเริ่มหลีกเลี่ยงการพึ่งพาข้อมูลที่มาจากคำแถลงของเจ้าหน้าที่รัฐในกระบวนการทำข่าว เพราะนักข่าวอยู่ในฐานะที่ต้องตัดสินใจว่า ข้อมูลที่ได้รับมาจากรัฐนั้นจะสอดคล้องกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม และการบริโภคของผู้คนในยุคนี้หรือไม่ เช่น ข้อมูลที่ได้จากรัฐนั้นถูกต้องชัดเจนพอหรือไม่ ความเชื่อถือของผู้อ่านที่มีต่อเจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเริ่มลดลงในหลายๆ สังคม และท้ายที่สุดคือการรักษาสถานะผู้อ่านและผู้ชมไว้ ก็จะต้องใช้แหล่งข่าวที่ผู้อ่านยังมองว่าน่าเชื่อถือ จะเห็นได้ว่ากระบวนการรายงานข่าวนั้นมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย ไม่ใช่มีเพียงการตอบโจทย์อุดมการณ์สื่อมวลชนในฐานะฐานันดรที่สี่เท่านั้น จะเห็นได้ว่า “อำนาจ” ในที่นี้ไม่ได้ตรงกับสถาบันทางสังคมที่มีอำนาจอย่างเป็นทางการ เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ อีกต่อไป แต่เชื่อมโยงกับอำนาจในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมากกว่า เช่น อำนาจการซื้อของผู้บริโภคข่าว เป็นต้น

ในมุมมองของ Sociology of Journalism การทำงานของสื่อมวลชนไม่ได้มี “อิสระภาพ” (independency) ดังที่สังคมมักมองว่า สื่อมวลชนสามารถนำเสนอเรื่องราวข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างเสรี การศึกษาสถาบันสื่อมวลชนในมุมมองแบบ Sociology of Journalism ชี้ให้เห็นว่า ในการปฏิบัติงานจริงนั้น คนที่สวมหมวกสื่อมวลชนมักทำงานอย่างมี “อิสระภายใต้ข้อจำกัด” อย่างที่สามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ เองได้ (autonomy) แต่การตัดสินใจนั้นอยู่ภายใต้ข้อจำกัดที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่กฎหมายเท่านั้น การศึกษาองค์กรข่าวด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (observation) กระบวนการคัดเลือกข่าว ทั้งนี้ Bagdikian (2004) ได้ขยายความเข้าใจต่อการคัดเลือกเหตุการณ์เพื่อนำเสนอเป็นข่าว โดย Bagdikian อธิบายว่า เมื่อบรรณาธิการต้องคาดการณ์ว่า เหตุการณ์ใดจะมี “คุณค่าข่าว” มากพอ จึงส่งผู้สื่อข่าวในสังกัดไปทำข่าวเหตุการณ์นั้น และในขณะเดียวกัน ผู้สื่อข่าวที่อยู่ในพื้นที่ก็จะพิจารณาว่า ประเด็นใดในเหตุการณ์นั้นมี “คุณค่าข่าว” มากพอ จึงจะเลือกหยิบมานำเสนอ และผู้สื่อข่าวจะตัดประเด็นที่ไม่สอดคล้องกับ “คุณค่าข่าว” นั้นทิ้งไป ไม่นำมารายงาน ขั้นตอนทั้งหมดนี้จำเป็นต้องสอดคล้องกับนโยบายข่าวขององค์กร เพราะทั้งบรรณาธิการและผู้สื่อข่าวล้วนอยู่ภายใต้โครงสร้างการทำงานขององค์กรข่าว จะเห็นได้ว่า วิธีการคัดเลือกข่าวนั้นไม่ได้อิงกับ “ความเป็นจริง” (reality) ของเหตุการณ์ต่างๆ แต่กลับอยู่ในกรอบของเหตุผลทางวิชาชีพ (professional reason) และกรอบของเหตุผลทางธุรกิจขององค์กรข่าว (business reason) เช่น นโยบายข่าว ในแง่นี้สิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรข่าวประสบความสำเร็จ จึงอยู่ที่ว่าองค์กรสามารถส่งเสริมและคัดเลือกบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นบรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว มีความสามารถในการบริหารจัดการ วิเคราะห์ ตัดสินใจ ในระหว่างการทำงานได้ด้วยตนเอง (self-govern) อย่างรวดเร็ว แต่ที่ยึดมั่นในกรอบที่สำคัญคือ นโยบายข่าว และไปถึงเป้าหมายเรื่องการสร้างผลงานที่ทำให้ผู้บริโภคข่าวยอมรับได้ ทั้งนี้การผลิตข่าวจึงไม่ได้มุ่งนำเสนอเฉพาะความจริงของเหตุการณ์ต่างๆ แต่ต้องนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจในสายตาของผู้บริโภคด้วย ข้อจำกัดเหล่านี้ จึงทำให้องค์กรข่าวต้องเน้นย้ำให้ผู้ปฏิบัติงานข่าวตระหนักและยึดหลักมาตรฐาน “การ

ปฏิบัติทางวิชาชีพ” (professional practice) อย่างเคร่งครัดไปพร้อมๆ กับที่ให้อำนาจแก่ผู้ปฏิบัติงานชาวตะวันตกสินใจว่า อะไรควรเป็นข่าวในหน้างาน อาจกล่าวได้ว่า มุมมองของ Sociology of Journalism ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะมาตรฐานทางวิชาชีพ (professional standard) ขององค์กรชาวนั้น ไม่เพียงแต่ให้ประโยชน์ในแง่ที่ทำให้ “ข่าว” เป็นผลผลิตของการทำงานที่ตอบโจทย์ทางอุดมคติของวิชาชีพ แต่ยังมีบทบาทเป็นกลไกการควบคุมทางสังคมของผู้ทำงานข่าวที่ถูกกำกับปฏิบัติตามข้อตกลงทางวิชาชีพเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จทางธุรกิจคือ การรักษาความน่าเชื่อถือของข่าวในสายตาผู้บริโภคและความพอใจของผู้บริโภคไปพร้อมๆ กัน

ในแง่ของพัฒนาการของแนวคิด Sociology of Journalism นั้น ตั้งแต่ยุค 1980 เป็นต้นมา นักวิจัยเริ่มใช้กระบวนการวิจัยที่ได้รับอิทธิพลมาจากสายสังคมวิทยา (sociology) เช่น การสังเกตการณ์ (observation) จึงทำให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างไปจากการศึกษาขององค์กรสื่อด้วยวิธีการแบบอื่น ในที่สุดจะเห็นได้ว่าแนวคิดของกลุ่ม Sociology of Journalism นั้น ได้เปิดมุมมองใหม่ๆ ที่ทำให้นักวิชาการสามารถนำไปใช้วิเคราะห์บทบาทและการทำงานของสื่อมวลชนในแต่ละสังคมได้อย่างรอบด้าน และอยู่บนพื้นฐานของสื่อมวลชนในบริบททางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมากขึ้น นอกเหนือไปจากแนวคิดกระแสหลัก เช่น สื่อมวลชนมีบทบาทเป็นนายประตูข่าวสาร (gatekeeper) เป็นต้น ในปัจจุบันแนวคิด Sociology of Journalism ได้รับการนำไปใช้เป็นกรอบในการวิจัยองค์กรสื่อมวลชนอย่างกว้างขวางในโลกตะวันตก ผลการศึกษาของนักวิจัยมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทของสังคมนั้นๆ ที่องค์กรสื่อดำเนินกิจการอยู่ ดังนั้นในหัวข้อถัดไปผู้เขียนจึงจะนำเสนอประเด็นข้อค้นพบที่สำคัญของนักวิจัยในกลุ่มนี้ที่สะท้อนมุมมองที่สำคัญของ Sociology of Journalism

3. แนวคิดหลักของสังคมวิทยาแห่งวารสารศาสตร์ (Sociology of Journalism)

ความสนใจหลักของ Sociology of Journalism คือ การศึกษากระบวนการทำงานของผู้คนในวิชาชีพสื่อมวลชน ทั้งในแบบที่เป็นกิจวัตรประจำวัน (routine) เพื่อทำความเข้าใจว่านักข่าวทำงานและบริหารจัดการสถานการณ์ต่างๆ ที่พบเจอในวิชาชีพด้วยวิธีใด มีปัจจัยใดบ้างเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจแต่ละขั้นตอน และในท้ายที่สุด ผลงานของนักข่าวซึ่งก็คือเนื้อหาข่าวปรากฏออกมาในรูปแบบใด จากมุมมองนี้เองทำให้เห็นว่า แนวทางของ Sociology of Journalism นั้นไม่ได้มองว่าพื้นที่ข่าวเป็นกระจกที่สะท้อน “ความจริง” ของเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งในสังคมอย่างชัดเจนเที่ยงตรง แต่กลับมองว่า เนื้อหาของข่าวก็เป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากกระบวนการ “ประกอบสร้าง” ขึ้น โดยมีอิทธิพลของมาตรฐานทางวิชาชีพ และความอยู่รอดขององค์กรข่าวในตลาดการแข่งขันเป็นตัวหล่อหลอมให้ความจริงนั้นถูกนำเสนอออกมาในรูปแบบใด Schudson (1989: 1) อธิบายว่า “ข่าวก็เป็นเช่นเดียวกับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์ศึกษาปรากฏการณ์ในโลกธรรมชาติและผลิตองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ขึ้นมา ฉะนั้น นักข่าวก็เป็นผู้สังเกตความเป็นจริงในสังคมและผลิตข่าวขึ้นมา ฉะนั้น” ดังนั้นข่าวกับความจริงในสังคมจึงไม่ใช่สิ่งเดียวกัน เช่นเดียวกับที่ปรากฏการณ์ในโลกธรรมชาติและความรู้ทางวิทยาศาสตร์นั้นไม่ใช่สิ่งเดียวกัน ในทำนองเดียวกัน Tuchman (1976: 97) ระบุว่า

“เรา (นักวิชาการในสาย Sociology of Journalism) ไม่ได้กำลังนำเสนอว่านักข่าว “สร้างเรื่อง” (fake the news) แต่ข้อเสนอของเราคือ ข่าวเป็นผลจากกระบวนการผลิต ข่าวคือ “เรื่องราวชนิดหนึ่ง” ที่ถูกผลิตขึ้นมาเช่นเดียวกับเอกสารชนิดอื่นๆ ที่เนื้อหานั้นเป็นข้อเท็จจริงอันเกิดจากกระบวนการประกอบสร้างภายใต้ความคิดของผู้ผลิตที่ว่าอะไรคือสิ่งที่ถูกต้องตามมาตรฐานของสังกัด หรือของผู้ผลิตนั้นๆ”

งานวิจัยของ David Manning White (2018) ที่ใช้กระบวนการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นขนาดกลางในสหรัฐอเมริกา เพื่อวิเคราะห์บทบาทนายประตูข่าวสาร (gatekeeper) ของสื่อมวลชน ได้ขยายความเข้าใจข้างต้น และตอบคำถามว่า สาเหตุใดบางเหตุการณ์จึงได้รับการคัดเลือกมารายงาน แต่บางเหตุการณ์กลับไม่ได้รับเลือก ผลการวิจัยพบว่า ดุลยพินิจของบรรณาธิการที่ใช้ในการพิจารณาคุณค่าข่าวของเหตุการณ์ต่างๆ ไม่ได้เป็นไปตามมาตรฐานแบบวัตถุวิสัยเสมอไป นักวิจัยตรวจสอบชิ้นข่าวที่ไม่ได้รับเลือกจากบรรณาธิการ และพบว่า สาเหตุที่ข่าวนั้นๆ ถูกทิ้งไป ได้แก่ “ไม่น่าสนใจ” “ไม่มีที่พอ” “เขียนไม่ดี” “เอียง” ซึ่งเป็นดุลยพินิจที่มีความเป็นอัตวิสัยของตัวบรรณาธิการอยู่มาก เมื่อศึกษาเพิ่มด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบรรณาธิการก็พบว่า บางครั้งบรรณาธิการก็ใช้ธรรมเนียมทางการเมืองของตนเองเพื่อตัดสินใจว่า ชิ้นข่าวใดไม่สอดคล้องกับจุดยืนของตนและตัดทิ้งไป งานวิจัยนี้สะท้อนว่า กระบวนการคัดเลือกข่าวนั้นมาตีพิมพ์กลับอยู่บนพื้นฐานประสบการณ์ส่วนตัว ทักษะคติ และความคาดหวังของบรรณาธิการ ภายใต้ขอบเขตที่ยอมรับได้ในวิชาชีพว่า “ข่าว” ควรจะมีลักษณะอย่างไร การศึกษาของ Geiber ในปี 1964 ที่วิเคราะห์การคัดเลือกข่าวของกองบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ในรัฐ Wisconsin ก็ให้ข้อสรุปในทิศทางเดียวกันว่า “ภาระหน้าที่ของบรรณาธิการข่าวมีจำนวนมาก และมักต้องเผชิญแรงกดดันที่ต้องบริหารจัดการควบคุมให้บุคลากรทำงานตามขั้นตอนการผลิต ทำให้ข่าวออกมาได้ตามกำหนด และตอบโจทย์ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของ ทีมงานข่าว จนไม่มีเวลามากพอ เพื่อคำนึงถึงผลกระทบของการรายงานข่าวชิ้นนั้นๆ ต่อการสร้างความเป็นจริงในสังคม บรรณาธิการข่าวมักให้ความสำคัญกับความคิดและความต้องการของเจ้าของกิจการองค์กรข่าวมากกว่าใช้เกณฑ์ของตนเอง เพื่อประเมินว่าชิ้นข่าวที่นำเสนอ นั้นเป็นที่ยอมรับได้หรือไม่” สำหรับ Sociology of Journalism แล้ว แนวคิดนายประตูข่าวสาร (gatekeeper) จึงเป็นลักษณะของการเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนมากกว่าสะท้อนความเป็นจริงในวิชาชีพ เพราะการวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า กระบวนการคัดเลือกข่าวแท้จริงนั้นกลับซับซ้อน ไม่ได้ตรงไปตรงมา และเป็นอัตวิสัยสูง ชิ้นข่าวที่ได้

รับการรายงานจึงไม่ใช่ความจริงที่ถูกคัดเลือกขึ้นมานำเสนอ แต่เป็นผลผลิตของกระบวนการข้างต้น

ในหัวข้อนี้ ผู้เขียนได้เรียบเรียงประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอและข้อค้นพบในกรอบแนวคิดแบบ Sociology of Journalism มาไว้เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้อ่านที่ต้องการเริ่มต้นทำความเข้าใจแนวคิดดังกล่าว โดยผู้เขียนจะนำเสนอทีละประเด็นดังต่อไปนี้

3.1 อำนาจของแหล่งข่าว

ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับแหล่งข่าวเป็นหนึ่งในมุมมองสำคัญที่มักพบในงานที่ใช้กรอบแนวคิด Sociology of Journalism เพื่อศึกษาบทบาทและการทำงานขององค์กรสื่อมวลชนและบุคลากรข่าวที่ดำเนินการในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม แรงกดดันจากการรักษาอำนาจทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจขององค์กรสื่อมวลชนได้สร้างผลกระทบต่อกระบวนการผลิตข่าว เป้าหมายของกระบวนการผลิตข่าวสำหรับธุรกิจสื่อมวลชนในระบบนี้ จึงไม่ได้อยู่ที่การมุ่งนำเสนอ “ข้อเท็จจริง” อันเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป้าหมายสำคัญที่ละเลยไม่ได้คือ ต้องสร้างกระบวนการผลิตข่าวที่มีประสิทธิภาพ (efficiency) เพียงพอ ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัดทั้งเรื่องทักษะของทีมงานผลิต เทคโนโลยีที่มีเวลาและเงินทุนที่ใช้ในการผลิต เพื่อให้องค์กรข่าวอยู่รอดต่อไปได้ในภาวะการแข่งขันสูง นอกจากนั้นกระบวนการผลิตดังกล่าวต้องทำให้เกิดประสิทธิผล (effectiveness) กล่าวคือ ทำให้เกิด “ข่าว” ที่มีเนื้อหาตอบโจทย์ทางสังคมและรสนิยมผู้บริโภค ซึ่งจะสามารถรักษฐานผู้อ่านไว้ได้ และดึงดูดรายได้จากการโฆษณาอันเป็นรายได้หลักขององค์กรข่าวในระบบนี้ เมื่อพิจารณาบริบทดังกล่าว ประกอบกันกับการศึกษาองค์กรสื่อด้วยวิธีวิจัยตามชนแบบสังคมวิทยาด้วยการสังเกตการณ์ ทำให้ผลการวิจัยในมุมมองของ Sociology of Journalism พบข้อบ่งชี้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสื่อมวลชนกับแหล่งข่าวบางประเภทที่มีอิทธิพลเหนือกว่าแหล่งข่าวประเภทอื่นๆ ทั้งในการเข้าถึงพื้นที่ข่าว และการกำหนดทิศทางของประเด็นข่าว ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเนื่องจากสื่อมวลชน “จงใจ” ให้อำนาจแก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เกิดขึ้น

ในลักษณะผลพวงของกระบวนการผลิตภายใต้ข้อจำกัดข้างต้น ผู้เขียนได้สรุป รวบรวมประเด็นที่สะท้อนอิทธิพลของแหล่งข่าวในมุมมองของ Sociology of Journalism เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพที่สำคัญต่อการทำความเข้าใจมาดังนี้

3.1.1 เครือข่ายที่สื่อมวลชนใช้เข้าถึงข้อเท็จจริงในกระบวนการ ผลิตข่าว (Web of Facticity)

Tuchman (1980) สังเกตกระบวนการแสวงหาข้อเท็จจริงเพื่อใช้ รายงานข่าว และพบว่า การรายงาน “เหตุการณ์” ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันนั้น จะต้อง อาศัยความรวดเร็ว การที่จะรวบรวมข้อมูลและอธิบายเหตุการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ไม่ช้ากว่าคู่แข่งชั้นนั้น สื่อมวลชนมักใช้วิธีการติดต่อกับบุคคลที่เป็น “เครือข่าย” (Tuchman ใช้คำว่า “the news net”) ที่สื่อมวลชนคาดว่า คนเหล่านี้จะมี โอกาสได้รับรู้เหตุการณ์บางอย่างที่สำคัญในแต่ละวัน Tuchman ยกตัวอย่างข่าว อาชญากรรม ซึ่งไม่มีใครทราบล่วงหน้าจะมี “คดีใหญ่” ที่อาจเป็นที่สนใจของ ผู้คนในสังคมเกิดขึ้นในแต่ละวันหรือไม่ ที่ไหน อย่างไร หากเกิดคดีอาชญากรรม ขึ้น วิธีการที่จะทำให้ผู้สื่อข่าวได้รับข้อเท็จจริงของคดีได้รวดเร็วที่สุดก็คือ การเข้าถึง เจ้าหน้าที่ตำรวจที่รับผิดชอบคดีนั้นๆ เมื่อเป็นเช่นนั้นจึงพบว่า สถานีตำรวจมัก เป็นสถานที่ที่ผู้สื่อข่าวมักไปประจำอยู่เพื่อให้ได้ข้อมูลมารายงานข่าวทันทีที่เกิด เรื่อง การคาดการณ์ว่า “ที่ไหน” และ “ใคร” คือหัวใจสำคัญที่จะทำให้การรายงาน ข่าวเกิดขึ้นได้สำเร็จและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง จึงเป็นปัจจัยชี้ชัดว่า ผู้สื่อข่าวจะทำงาน ได้อย่างเป็นมืออาชีพหรือไม่ ลักษณะการทำงานเช่นนี้จึงไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะข่าว อาชญากรรมเท่านั้น เราจะเห็นว่าองค์กรสื่อมวลชนมักส่งผู้สื่อข่าวไปประจำอยู่ใน พื้นที่ที่สำคัญที่แนวโน้มจะเกิด “เหตุการณ์ใหญ่” และโดยธรรมชาติแล้วเหตุการณ์ ใหญ่อดังก้าว ก็มักจะใช้เกณฑ์ที่ว่าเป็นเหตุการณ์ที่สร้างผลกระทบได้สูงต่อผู้อ่าน จำนวนมาก เช่น เหตุการณ์ที่เกี่ยวกับนโยบายทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในปัจจุบันจึงมี “โต๊ะข่าว” (news bureau) ที่มีผู้สื่อข่าวประจำในสถานที่ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิด “ข่าวใหญ่” ขึ้น และ “เครือข่าย” เหล่านี้ทำงานร่วมกันเพื่อให้ สำนักข่าวไม่ “ตกข่าว” และรายงานได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง เช่น ทำเนียบรัฐบาล กระทรวง

สำคัญๆ เป็นต้น นักข่าวจึงมีความอ่อนไหวต่อการ “รายงานเหตุการณ์” และความคืบหน้าของมัน เพื่อไม่ให้ตนเอง “ตกข่าว” ดังที่ Gitlin (2003: 263) กล่าวว่า “ข่าวเป็นเรื่องของตัวเหตุการณ์ ไม่ใช่สิ่งที่เป็นที่มาของเหตุการณ์นั้น ข่าวเป็นเรื่องความขัดแย้งที่ต้องเห็นได้ชัด ความเห็นพ้องต้องกันเป็นข่าวไม่ได้ และข่าวก็คือข้อเท็จจริง ที่ทำให้คนรู้ว่าเหตุการณ์นั้นคืบหน้าไปถึงไหน แต่ไม่ใช่การอธิบายบริบทของเหตุการณ์นั้นอย่างลึกซึ้ง”

ในแง่นี้เอง ผู้คนในพื้นที่ที่สำนักข่าวส่งผู้สื่อข่าวไปประจำเป็นเครือข่ายนั้น จึงมีโอกาสมากกว่าผู้คนในพื้นที่อื่นๆ รวมทั้งผู้คนที่มียุทธพลทางสังคมน้อย ในทางตรงกันข้าม โอกาสที่ผู้มียุทธพลสูง เช่น นักการเมือง ข้าราชการระดับสูง พ่อค้ารายใหญ่ รวมไปถึงคนที่มีต้นทุนทางสังคมสูงในรูปแบบอื่นๆ เช่น ศิลปินที่มีชื่อเสียง จะมีโอกาสเข้าถึงสื่อมวลชนได้มากกว่า และมีโอกาสปรากฏตัวในพื้นที่ข่าวได้มากกว่าเช่นกัน เพราะทั้งสองฝ่ายอยู่ในเครือข่ายที่ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้ทั้งสองฝ่ายมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น บริบทดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อเนื้อหาข่าวที่ปรากฏสู่สาธารณชนด้วยเช่นกัน เพราะในแง่ของการรายงานเหตุการณ์นั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องหาคำอธิบายให้ได้อย่างรวดเร็วที่สุดว่า ในเหตุการณ์นั้นคือ “อะไร” กำลังเกิดขึ้นบ้าง และสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นสำคัญอย่างไรกับผู้อ่าน ในหลายกรณีนั้น การจะกำหนดชัดได้ว่า “อะไร” กำลังเกิดขึ้น ต้องอาศัยเวลาตรวจสอบข้อเท็จจริง หากผู้สื่อข่าวใช้เวลาในส่วนนี้มาก ก็มีโอกาที่จะผลิตชิ้นข่าวล่าช้ากว่าคู่แข่งเช่นกัน ดังนั้น การมีอยู่ของเครือข่ายที่ Tuchman เรียกว่า “web of facticity” นี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้สื่อข่าวประหยัดเวลาของการเข้าถึง “ข้อเท็จจริง” และชุดของคำอธิบายเหตุการณ์นั้นๆ Tuchman (1980: 184) ระบุว่า

“ข่าวไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม แต่ข่าวเป็นพื้นที่ประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมต่างหาก เพราะในกระบวนการที่เราเรียกว่า การสะท้อนภาพปรากฏการณ์สังคม แท้จริงแล้วพื้นที่ข่าวคือการให้คำอธิบายเรื่องราวเหตุการณ์นั้นไปพร้อมๆ กับบอกว่า เหตุการณ์นั้นมีความหมายอย่างไรกับคนในสังคม ในประการหลังนี้เอง

ที่พื้นที่ข่าวทำหน้าที่ทั้งการสร้างและการรื้อสร้างความหมายของ
ปรากฏการณ์ทางสังคมไปสู่ผู้อ่าน”

ดังนั้น เมื่อมีเพียงกลุ่มคนบางกลุ่มที่มักมีโอกาสมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ใน
การระบุข้อเท็จจริงว่า “อะไร” กำลังเกิดขึ้นในสังคม และสิ่งนั้นสำคัญอย่างไร
ก็สร้างปัญหาตามมาด้วย เพราะแท้จริงแล้วเหตุการณ์ทางสังคมนั้นซับซ้อน และ
มีหลายมิติหลายแง่มุม การที่พื้นที่ข่าวเต็มไปด้วยมุมมองจากเครือข่ายที่มีอิทธิพล
สูงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ก็อาจจะยิ่งเพิ่มความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้
มากขึ้นไปอีก ดังจะอธิบายและยกตัวอย่างในหัวข้อต่อไป

3.1.2 การพึ่งพิงแหล่งข่าวประจำ (Usual Source Dependency)

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวเป็นเรื่องสำคัญในกระบวนการผลิต
ข่าว เมื่อผู้สื่อข่าวต้องเร่งผลิตข่าวให้เสร็จสิ้นในเวลาที่กำหนด และมีเนื้อหาที่
นำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้นๆ อย่างถูกต้อง การประเมินว่าแหล่งข่าว
มีความน่าเชื่อถือมากเพียงพหรือไม่ จึงเป็นสิ่งสำคัญ ความใกล้ชิดระหว่าง
ผู้สื่อข่าวและแหล่งข่าวในกระบวนการผลิตข่าว มักเกิดขึ้นในเครือข่ายที่ผู้สื่อข่าว
ประจำอยู่ และเป็นส่วนสำคัญที่ผู้สื่อข่าวใช้ลดระยะเวลาในการแสวงหาและ
ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวได้ Tuchman (1980: 93) อธิบายว่า
ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการมักมีประสบการณ์ใกล้ชิดกับแหล่งข่าวประเภทสถาบัน
เป็นเครือข่าย ความสัมพันธ์ยาวนานระหว่างองค์กรสื่อและแหล่งข่าวสถาบันที่มี
ความซับซ้อน ผลักดันกระบวนการที่ผู้สื่อข่าวตัดสินใจข้อเท็จจริงใดที่น่าเชื่อถือ
พอสำหรับนำมารายงานข่าว แทนที่ผู้สื่อข่าวจะต้องประเมินเนื้อหาข้อเท็จจริง
ว่าถูกต้องหรือไม่ ก็ใช้วิธีการประเมินว่า ข้อเท็จจริงนั้นมาจากแหล่งใดทดแทน
เพื่อลดความยุ่งยากและระยะเวลาที่เสียไป Tuchman อธิบายขั้นตอนการ “อ้าง
สรุป” (generalization) ที่ผู้สื่อข่าวใช้ประเมินแหล่งข่าวจากการมีความสัมพันธ์
ระหว่างกันว่า ชั้นแรกแหล่งข่าวได้แสดงให้เห็นว่า ตนเองให้ข้อมูลที่มีความ
น่าเชื่อถือ (reliability) มาอย่างต่อเนื่อง ประการที่สองแหล่งข่าวบางประเภท
โดยเฉพาะแหล่งข่าวระดับสูงในองค์กรสถาบันมีแนวโน้มที่จะทราบข้อมูลและเรื่อง

ต่างๆ มากกว่าคนอื่นๆ ประการสุดท้าย นักข่าวต้องใช้ประสบการณ์และความรู้จักมักคุ้นที่มีต่อกระบวนการทำงานของสถาบันนั้นๆ เพื่อประเมินว่า ข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข่าวนั้นมีความสำคัญหรือไม่เพียงใด

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยเรื่องความสัมพันธ์ซึ่งหมายถึงความคุ้นเคยกันมีบทบาทสูงมากต่อการกำหนดว่า ข้อเท็จจริงใดจะปรากฏในพื้นที่ข่าวได้ ยิ่งระยะเวลาที่แหล่งข่าวและผู้สื่อข่าวคุ้นเคยกันมีเพิ่มขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้โอกาสที่แหล่งข่าวนั้นจะมีโอกาสพิสูจน์ความน่าเชื่อถือ (reliability) ของตนเองมากขึ้นเท่านั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการใช้วิธีการประเมินว่า ผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงขององค์กรมักเป็นบุคคลที่ให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากกว่าคนอื่นๆ ก็ย่อมทำให้โอกาสที่แหล่งข่าวระดับสูงที่ทำงานในองค์กรประเภทสถาบันมีโอกาสเข้ามามีบทบาทในกระบวนการสื่อสารมากขึ้นไปด้วย ในบริบทเช่นนี้ ความคุ้นเคยกันจึงทำให้แหล่งข่าวระดับสูงในองค์กรสถาบันกลายเป็น “แหล่งข่าวประจำ” ของการรายงานข่าว เพราะแหล่งข่าวประเภทนี้ได้ผ่านการประเมินมาเรียบร้อยแล้วจากผู้สื่อข่าว ในขณะที่คนทั่วไป (lay people) มีโอกาสน้อยหรือไม่มีโอกาสเป็นแหล่งข่าวเลย ผลกระทบที่น่าสังเกตต่อไปคือ พลัฏอำนาจของแหล่งข่าวสถาบันที่มีในการประกอบสร้างความเป็นจริงในเรื่องต่างๆ ผ่านพื้นที่ข่าว และความเป็นจริงในที่นี้มักเป็นความเป็นจริงที่สนับสนุนอุดมการณ์บางประการของสถาบันนั้นๆ ดังที่ Schudson (2003: 60) ระบุว่า “สื่อมวลชนมีแนวโน้มให้ความสำคัญ (bias) ต่อกฎระเบียบในสังคมมากกว่าความคิดเห็นที่แตกต่าง ให้ความสำคัญกับเรื่องวิทยาศาสตร์มากกว่าเรื่องศาสนา ให้ความสำคัญกับกลุ่มรายได้สูงมากกว่าคนจน” ในแง่นี้เอง ความคิดของ Schudson สอดคล้องกับ Herbert Gans (1982) ที่กล่าวว่า สื่ออเมริกันให้คุณค่าความเป็นอเมริกัน แต่ลดทอนคุณค่าวัฒนธรรมอื่น รักษาแบบแผนทางวิชาชีพ ไม่เห็นแก่ตัว เน้นประชาธิปไตย รับผิดชอบต่อระบบทุนนิยม ปัจเจกชนนิยม และเน้นความสมัยใหม่

ข้อสังเกตเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารที่ทำให้อำนาจของแหล่งข่าวบางประเภทมีมากขึ้นที่ได้สรุปประเด็นข้างต้นนี้ มีประโยชน์ต่อมุมมองในการวิเคราะห์องค์กรสื่อมวลชนที่ดำเนินการในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทั้งใน

แง่ของการวิเคราะห์กระบวนการผลิตข่าว การวิเคราะห์เนื้อหาข่าว (content analysis) ตลอดจนการวิเคราะห์ตัวบทในพื้นที่ข่าว (textual analysis) ในขณะที่แนวคิดหลักด้านบทบาทหน้าที่การทำงานของสื่อมวลชนตามกรอบเสรีนิยมพหุนิยม (liberal-pluralism) ซึ่งให้คุณค่ากับบทบาทหน้าที่ขององค์กรข่าว ในฐานะสถาบันทางสังคมที่มุ่งดำรงรักษาระเบียบสังคมแบบประชาธิปไตยด้วยการทำหน้าที่ฐานันดรที่สี่ (the fourth estate) อย่างชัดเจน และหนึ่งในนั้นคือ การเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชนเพื่อตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจของรัฐ แต่ผู้อ่านจะพบปรากฏการณ์ในสังคมหลายครั้งที่ดูเหมือนว่า สื่อมวลชนกลับไม่ได้แสดงบทบาทดังที่แนวคิดในกรอบเสรีนิยมได้ระบุไว้ ในหลายเหตุการณ์สื่อมวลชนให้พื้นที่เสียงของแหล่งข่าวผู้มีอำนาจมากกว่าคนธรรมดา เราจึงได้ยินข้อวิจารณ์จากสาธารณชนอยู่บ่อยครั้งว่าสื่อมวลชนในปัจจุบันนั้นละทิ้งอุดมการณ์และหน้าที่ที่พึงกระทำ อย่างไรก็ตาม Tuchman (1980: 161) ระบุว่า ปัจจุบันสื่อมวลชนยังคงทำหน้าที่เหมือนเดิม (ตามแนวคิดแบบเสรีนิยม) แต่การตีความว่าหน้าที่ดังกล่าวคืออะไร ได้เปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิงจากยุคแรกเริ่มของการเกิดวิชาชีพนี้ขึ้น การดำเนินการในระบบทุนนิยมทำให้สื่อมวลชนตีความว่า การนำเสนอข้อมูลให้รอบด้านออกสู่สาธารณะยังคงเป็นเรื่องจำเป็น แต่ข้อมูลนั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่ “น่าเชื่อถือ” ในสายตาของผู้อ่านไปพร้อมๆ กันด้วย เพราะการรักษาฐานผู้อ่านและผู้ชมเป็นเรื่องสำคัญต่อการอยู่รอด ดังนั้น การให้ความสำคัญกับ “แหล่งข่าว” ที่ทำให้ข้อมูลนั้นดูน่าเชื่อถือในสายตาของผู้อ่าน จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ด้วยเหตุนี้เอง การ “รู้จัก” แหล่งข่าวจึงกลายมาเป็นหลักปฏิบัติ (professional method) ที่สะท้อนว่า ใครคือสื่อมวลชน “มืออาชีพ” มากเท่าๆ กับหลักการรายงานข่าวให้รอบด้าน ผลที่เกิดขึ้นคือ สื่อมวลชนจึงมักพึ่งพาแหล่งข่าวระดับสูงขององค์กรรัฐและเอกชน (established news source) ที่ให้ความเชื่อมั่นได้สูงในกระบวนการสื่อข่าว ในท้ายที่สุด ฐานะการเป็น “คนกลาง” ของสื่อมวลชนจึงแตกต่างออกไปจากมายาคติเดิม ในมุมมองของ Sociology of Journalism นั้น การวิเคราะห์ให้เห็นที่มาที่ไปของปรากฏการณ์เหล่านี้ให้รอบด้านจะเป็นไปได้ยาก หากไม่ได้รวมเอาบริบทด้านการผลิตและลักษณะองค์กรข่าวเข้ามามีการพิจารณาด้วย

3.2 กลไกด้านโครงสร้างองค์กรและมาตรฐานความเป็นวิชาชีพของสื่อมวลชนในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

การศึกษาองค์กรสื่อด้วยการใช้วิธีสังเกตการณ์ตามชนบทสังคมวิทยา ทำให้แนวคิด Sociology of Journalism สามารถสะท้อนภาพเกี่ยวกับข้อจำกัดเชิงโครงการขององค์กรข่าวที่ต้องอยู่รอดในตลาดการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ข้อจำกัดเหล่านี้เกิดขึ้นในเงื่อนไขที่องค์กรข่าวต้องสร้างกลไกในการผลิตข่าว ที่ใช้ทรัพยากรอันจำกัดให้มีประสิทธิภาพ (efficiency) สำหรับธรรมชาติของธุรกิจข่าวนั้น “เวลา” (time) คือทรัพยากรที่มีความสำคัญสูงสุด นักข่าวและบรรณาธิการทำงานแข่งขันกับช่วงเวลาเหตุการณ์ดำเนินไปและเวลาที่คู่แข่งใช้ในการรายงานเหตุการณ์นั้น ในลำดับที่รองลงมาคือ งบประมาณที่ใช้ในการผลิตข่าวต่อชิ้น จากข้อจำกัดนี้เองทำให้องค์กรข่าวจะต้องออกแบบกลไกการทำงานที่ประหยัดทั้งเวลาและเงินทุน แต่สามารถเข้าถึงข้อเท็จจริงเพื่อนำมารายงานข่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนั้นองค์กรข่าวยังสร้างมาตรฐานการทำงานเชิงวิชาชีพขึ้นมาใช้งาน เพื่อกำกับวิธีการทำงานของผู้สื่อข่าวแต่ละคนให้ตอบโจทย์ขององค์กร ดังจะอธิบายประเด็นสำคัญที่แนวคิด Sociology of Journalism นำเสนอ ดังนี้

3.2.1 ผลกระทบของโครงสร้างฝ่ายข่าวต่อการเลือกใช้กรอบการรายงานข่าว (News Frame)

โครงสร้างองค์กรของฝ่ายข่าวที่ตอบโจทย์เป้าหมายด้านการบริหารจัดการทรัพยากรเวลาและเงินทุนคือ การแบ่งทีมการทำงานออกเป็นตามความชำนาญเฉพาะเรื่อง ดังที่ Allan (2011) เรียกว่า “topical specialization” ทั้งนี้เราจะเห็นว่า ฝ่ายข่าวจะแบ่งออกเป็น “โต๊ะข่าว” ที่มีความรู้เฉพาะทาง เรื่องหลักที่มักถูกนำเสนอในข่าว ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง อุตสาหกรรม การพาณิชย์ การศึกษา เป็นต้น ข้อดีของการแบ่งทีมการทำงานในลักษณะนี้ช่วยให้องค์กรข่าวสามารถพัฒนาบุคลากรข่าวแบบ “on the job training” ได้ง่ายมากขึ้น และตอบโจทย์เรื่องความรวดเร็วของการผลิตข่าวไปพร้อมๆ กัน เพราะผู้สื่อข่าวจะต้องเรียนรู้ทั้งบริบททางสังคมวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ ของประเด็นที่จะต้อง

รายงานข่าว ยิ่งผู้สื่อข่าวมีชั่วโมงบินในการรายงานข่าวเรื่องนั้นๆ มากขึ้นเท่าไร ก็ยิ่งได้เรียนรู้บริบทของเรื่องนั้นไปพร้อมๆ กันในตัว ข้อได้เปรียบอีกประการหนึ่ง และเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาอย่างยิ่งคือ โครงสร้างแบบ topical specialisation นี้เปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวได้สร้างความคุ้นเคยกับ “แหล่งข่าวประจำ” ในเรื่องนั้นๆ ได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน โครงสร้างแบบนี้จึงช่วยประหยัดเวลาที่ใช้รายงานข่าวได้ ดังที่ได้อธิบายไปแล้วในหัวข้อ 1.2 จะเห็นได้ว่า การ “รู้จัก” แหล่งข่าวได้กลายเป็นหนึ่งในมาตรฐานที่บุคลากรข่าวจำเป็นต้องสั่งสมเครือข่ายของตนเอง และโครงสร้างฝ่ายข่าวก็ได้รับการออกแบบรองรับเรื่องนี้ไว้

แม้ว่าข้อดีของโครงสร้างฝ่ายข่าวจะเอื้อให้กระบวนการผลิตข่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและแข่งขันได้ในตลาด แต่ผลกระทบของการออกแบบโครงสร้างเช่นนี้เกิดขึ้นต่อเนื้อหาข่าวโดยตรง เพราะแท้จริงแล้ว ปรากฏการณ์ทางสังคมนั้นไม่ได้ดำเนินไปด้วยตัวของมันเอง แต่ปรากฏการณ์ต่างๆ นั้นเชื่อมโยงกัน ผลักดันกัน ส่งผลกระทบต่อกันอยู่เสมอ ความขัดแย้งในสังคมเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็เช่นเดียวกัน ในขณะที่โครงสร้างฝ่ายข่าวได้ตีกรอบให้ผู้สื่อข่าวเลือกรายงาน ปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยมุมมองของเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้นตามที่ข่าวที่ผู้สื่อข่าวนั้นสังกัดอยู่ ผลที่เกิดขึ้นจึงทำให้เกิดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมถูกรายงานเพียงผิวเผิน ซึ่งหมายถึงรายงานเฉพาะสิ่งที่ปรากฏขึ้นแล้วในสังคมเท่านั้น แต่ขาดมิติของการสืบสวนไปถึงที่มาที่ไปและผลกระทบของเหตุการณ์นั้นในมิติอื่นๆ แม้ว่าเหตุการณ์เหล่านั้นจะถูกอธิบายด้วยมุมมองของแหล่งข่าวมากกว่าแหล่งเดียว แต่อย่างไรก็ตาม แหล่งข่าวเหล่านั้นก็มักจะตีกรอบให้เหตุการณ์นั้นๆ อยู่ในประเด็นที่สนับสนุนอุดมการณ์ของสถาบันที่ตนเองสังกัดอยู่ โอกาสที่เรื่องราวเหล่านั้นจะถูกรายงานผ่านกรอบของอุดมการณ์ที่หลากหลายมีไม่มากนัก กล่าวคือ โครงสร้างองค์กรข่าวแบบ topical specialization นี้ให้อำนาจกับแหล่งข่าวในการกำหนดกรอบ (event framing) ของเหตุการณ์สูงมาก Maras (2013) เรียกภาวะการรายงานข่าวที่ผู้สื่อข่าวมีบทบาทกำหนดกรอบของเหตุการณ์น้อยมาก หรือไม่มีเลย เพราะไม่รู้ตัวว่าข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวนั้นถูกวางกรอบมาเรียบร้อยแล้วว่า “frame blindness” ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเสมอ ทั้งนี้ Maras ไม่ได้หมายความว่า

ผู้สื่อข่าวมีอคติหรือจิตใจไม่รายงานข้อเท็จจริงบางประการ แต่เป็นเพราะข้อจำกัดต่างๆ ที่กำกับอยู่ทำให้ผู้สื่อข่าวไม่ได้รับวังตัวพอ

ตัวอย่างเช่น หากผู้สื่อข่าวโตะเศรษฐกิจได้รับมอบหมายให้ไปร่วมงานแถลงข่าวเกี่ยวกับการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินของรัฐวิสาหกิจ ประเด็นสำคัญที่มีความเป็นไปได้ที่ผู้สื่อข่าวจะต้องรายงานกลับมายังกองบรรณาธิการ ได้แก่ การเปิดประมูล เม็ดเงินของโครงการ การคำนวณจุดคุ้มทุน การระดมทุน ประเภทของเทคโนโลยีที่ใช้ ไปจนถึงศักยภาพในการจ่ายไฟฟ้า เป็นต้น ส่วนประเด็นที่เกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นประเด็นรองลงมาที่อาจพูดถึงหรือไม่พูดถึงก็ได้ เพราะไม่ใช่ “หน้าที่หลัก” ของการรายงาน “ข่าวเศรษฐกิจ” ดังนั้น ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจอาจจะไม่ติดตามประเด็นทางสิ่งแวดล้อมเลยเพราะอยู่ในภาวะ “frame blindness” ในท้ายที่สุดเนื้อหาของเหตุการณ์ดังกล่าวที่ปรากฏเป็นข่าวก็จะได้รับการวงกรอบให้ผู้อ่านมองการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินให้เป็น “เรื่องความคืบหน้าทางเศรษฐกิจ” ในหน้าข่าววันนั้นๆ ส่วนประเด็นทางสิ่งแวดล้อมก็อาจถูกกำหนดให้เป็นประเด็น “เคียงข้าง” (side story) หรือมานำเสนอในรูปแบบสื่อบุพิเศษในภายหลังเพราะไม่มีความเร่งด่วน หรืออาจจะไม่ปรากฏในพื้นที่ข่าวเลยก็เป็นได้ (Dhiensawadkij, 2018) หากมองในแง่ของแหล่งข่าวแล้ว วิธีการทำงานเช่นนี้ทำให้แหล่งข่าวมีแต้มต่อในการเลือกติดต่อเชื้อเชิญสื่อมวลชนบางกลุ่ม หากมองโดยผิวเผินก็จะเป็นการติดต่อกันตามลักษณะความชำนาญของสื่อมวลชนทีมนั้นๆ แต่หากมองให้ลึกลงไป จะเห็นได้ว่า ลักษณะดังกล่าวคือการเลือกสื่อมวลชนที่ทำงานสอดคล้องกับกรอบของเหตุการณ์ที่องค์กรของตนเองต้องการกำหนดในพื้นที่การสื่อสารสาธารณะ ดังเช่นตัวอย่างกรณีการลงทุนสร้างโรงไฟฟ้าถ่านหินนี้ นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรก็จะไม่เชิญสื่อมวลชนจากโตะข่าวสิ่งแวดล้อมเข้าร่วมงานแถลงข่าว เพราะไม่ต้องการวงกรอบให้เรื่องนี้เป็นปัญหาทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

สำหรับผู้สื่อข่าวนั้น การรายงานประเด็นข่าวที่เป็นความรับผิดชอบของโตะข่าวอื่นถือว่า “ไม่เป็นมืออาชีพ” และในขณะเดียวกัน ผู้สื่อข่าวก็มักจะยุ่งอยู่กับการรายงานเหตุการณ์รายวันที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนเองอยู่แล้ว

จนไม่มีเวลาสนใจเรื่องราวอื่นๆ ลักษณะโครงสร้างฝ่ายข่าวที่แยกตัวออกจากกันในลักษณะ “ไซโล” (silo) (Dhiansawadkij, 2018) จึงไม่เปิดโอกาสให้ผู้สื่อข่าวได้สร้างกรอบของตนเองสำหรับการมองเหตุการณ์เพื่อรายงานข่าว แต่ต้องอาศัยกรอบที่กำหนดมาแล้วจากแหล่งข่าวโดยไม่รู้ตัว ทั้งนี้ Gitlin (2003: 258) ระบุว่า สื่อมวลชนมักยอมรับอุดมการณ์หลัก และทำหน้าที่ผลิตซ้ำอุดมการณ์โดยไม่รู้ตัว สาเหตุที่ทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นพื้นที่ผลิตซ้ำทางอุดมการณ์ ก็เพราะสื่อมวลชนตระหนักว่า ตนเองทำงานในฐานะสถาบันทางสังคมที่แสดงออกว่าต้องดำรงรักษาความเป็นกลางไว้ พร้อมกันนั้นสื่อมวลชนก็ต้องระมัดระวังไม่ทำหน้าที่นอกเหนือจากมาตรฐานทางวิชาชีพที่กำลังกักอยู่ ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Maras ที่ระบุว่า frame blindness มักเกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว และแฝงอยู่ในลักษณะของการทำงานแบบ “มืออาชีพ” เราจะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนแต่ละโต๊ะข่าวนั้นจะรักษา “มารยาท” ของการทำงานที่ไม่ทำงานข้ามสายกัน ไม่เข้าหาแหล่งข่าวประจำของทีมอื่น ยกเว้นจะได้รับการมอบหมายอย่างเป็นทางการจากกองบรรณาธิการให้ทำงานร่วมกันในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ใหญ่ขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การผลิตซ้ำอุดมการณ์นั้นเกิดประสิทธิผล ก็เพราะมันแทรกตัวอยู่ในเรื่องทั่วๆ ไปในชีวิตประจำวันอย่างแยบยลและไม่เป็นที่สังเกต

3.2.2 ผลกระทบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพ (Professional Norms) ต่อเนื้อหาที่ถูกผลิต

เมื่อวิเคราะห์กระบวนการรายงานข่าวด้วยมุมมองแบบ Sociology of Journalism จะพบว่าเนื้อหาข่าวจะถูกรายงานด้วยมุมมองและรูปแบบใดนั้นมักเป็นผลมาจากบรรทัดฐานทางวิชาชีพที่สื่อมวลชนถือปฏิบัติอยู่ บรรทัดฐานหรือ norms นี้ไม่ได้ถูกระบุชัดแจ้งหรือเขียนออกมาเป็นข้อปฏิบัติอย่างชัดเจนตายตัว แตกต่างจากลักษณะของจริยธรรมจรรยาบรรณขององค์กรสื่อ อย่างไรก็ตาม จะพบว่า ผู้สื่อข่าวมักเคร่งครัดกับการปฏิบัติตามบรรทัดฐานที่บ่มเพาะจากการทำงานในโต๊ะข่าวนั้นๆ มุมมองของ Sociology of Journalism อธิบายว่าเมื่อแท้จริงแล้วบรรทัดฐานทางวิชาชีพดังกล่าวไม่ได้ตายตัว แต่ถือปฏิบัติกันในทิศทางที่คล้ายๆ กัน และอาจแตกต่างกันไปตาม “บริบท” การทำงานของ

กองบรรณาธิการ หรือโต๊ะข่าวแต่ละแห่ง ผู้สื่อข่าวมองว่า บริบทที่แตกต่างกันก็ยอมทำให้วิธีการทำงานของแต่ละคนต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ย่อมอยู่บนบรรทัดฐานร่วมกันว่า “ข่าว” คืออะไร Gitlin (2003: 264) เสนอว่า เรื่องนี้จึงเป็นปัญหาพื้นฐานที่ทำให้การทำงานเพื่อผลิตข่าวอุดมการณ์บางประการเกิดขึ้นในพื้นที่ข่าว เพราะเมื่อผู้ผลิตข่าวไม่ได้มี “มาตรฐาน” ตายตัวว่าข่าวคืออะไร การเปิดโอกาสให้มีการตีความบนความเชื่อที่ว่า ทุกคนมีบรรทัดฐานเดียวกันในการเลือกนำเสนอเหตุการณ์บางอย่าง และเรื่องบางเรื่องมาเป็นข่าว จึงโน้มเอียงต่อคนบางกลุ่ม อุดมการณ์บางอย่าง มากกว่าดำรงรักษาความเป็นวัตถุวิสัยของการทำงานข่าว “เมื่อสอบถามผู้สื่อข่าวว่าข่าวคืออะไร ก็จะพบว่าคำตอบที่ได้คลุมเครือมาก มีตั้งแต่ ‘ข่าวคือเรื่องอะไรก็ได้ที่เป็นเรื่องสำคัญ’ ไปจนถึง ‘ข่าวคือเรื่องอะไรก็ได้ที่น่าสนใจ’ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า ใครเป็นคนตั้งคำถาม ถามในบริบทไหน และการประเมินของผู้สื่อข่าวแต่ละคน” จะเห็นได้ว่า ข่าวกลายเป็นเรื่องอะไรก็ได้ หรือมากไปกว่านั้น ข่าวคือเรื่องที่กองบรรณาธิการบอกว่ามันเป็นคือข่าว

Tuchman (1980: 84) ตั้งคำถามที่น่าสนใจเกี่ยวกับนิยามของ “ข่าว” เมื่อวิเคราะห์ให้ลึกยิ่งขึ้นต่อการจัดประเภทกว้างๆ ของข่าว (typification of news) ที่สื่อมวลชนรายงานอยู่เป็นประจำ ได้แก่ ข่าวหนัก (hard news) และข่าวเบา (soft news) เมื่อสอบถามสื่อมวลชนร่วมกับการสังเกตก็จะพบว่า แท้จริงแล้วผู้สื่อข่าวไม่ได้จัดประเภทของข่าวหนักและข่าวเบาจากความแตกต่างของเนื้อหาข้อมูลที่จะถูกรายงานในข่าว โดยทั่วไปแล้วเรามักมองว่า ข่าวหนักย่อมหมายถึงข่าวของเหตุการณ์สำคัญที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบสูงต่อสังคม เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น ในขณะที่ข่าวเบามักเป็นข่าวของเหตุการณ์ที่ตอบสนองความอยากรู้ (human interest) ของผู้อ่าน แต่ Tuchman ตั้งข้อสังเกตว่า ที่จริงแล้ว การจัดประเภทย่อยว่าเหตุการณ์อะไรรายงานเป็นข่าวหนัก และเหตุการณ์อะไรรายงานเป็นข่าวเบาไม่ได้ขึ้นอยู่กับสาระของเหตุการณ์นั้นๆ (what is happening) แต่กลับขึ้นอยู่กับลักษณะที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นในสังคมต่างหาก (the way occurrences happen) กล่าวคือ เนื้อหาไม่ได้เป็นตัวกำหนดว่าข่าวนั้นจะถูกรายงานอย่างไร แต่ “จังหวะเวลา” (temporal

rhythm) ของเหตุการณ์นั้นต่างหากที่เป็นตัวกำหนดเงื่อนไขวิธีการรายงานข่าวว่าจะอยู่ในรูปแบบข่าวนักหรือข่าวเบา เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน มีองค์ประกอบของเรื่องราวที่โดดเด่นเห็นได้ชัดเจน และคุณค่าของเหตุการณ์นั้นจะเปลี่ยนไปตามเวลาที่ยืดออกไปเรื่องราวนั้นมักถูกนำเสนอในรูปแบบ “ข่าวนัก” ที่พลาดไม่ได้ (เพราะมีคู่แข่งขันทำข่าวเหตุการณ์นี้) ในขณะที่เรื่องราวที่ยังคงอยู่ในกระแสได้ ไม่มีลักษณะเร่งด่วนเท่ากับเรื่องอื่นๆ ในวันนั้น ก็มักจะถูกเลือกให้นำเสนอแบบข่าวเบา หรือเก็บไว้เป็นสัปดาห์ต่อไปในวันถัดๆ ไป ข้อเสนอของ Tuchman ทำให้เห็นว่า การนำเสนอข่าวจะออกมาในรูปแบบใด เข้มข้นเพียงใด ไม่ได้ถูกกำหนดด้วยข้อเท็จจริง เนื้อหา และผลกระทบของตัวเหตุการณ์นั้น แต่ผู้สื่อข่าวใช้เกณฑ์บรรทัดฐานที่ยึดหยุ่นของวิชาชีพเป็นตัวกำหนดรูปแบบการนำเสนอข่าว ความเข้มข้นของการรายงาน และทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน ในมุมมองของ Tuchman การอ้างว่าข่าวนั้นมีลักษณะ “วัตถุวิสัย” (objectivity) จึงเป็นเรื่องที่ต้องตั้งคำถาม เพราะแม้กระทั่งกระบวนการอธิบายนิยามว่าอะไรคือข่าว และระบบการจัดประเภทของข่าวเอง ก็อยู่บนบรรทัดฐานทางวิชาชีพที่ไม่เป็นวัตถุวิสัย

จะเห็นได้ว่า ชุดความคิดต่างๆ ของ Sociology of Journalism ได้แก่ อำนาจของแหล่งข่าว และกลไกด้านโครงสร้างองค์กรของฝ่ายข่าวที่เชื่อมโยงกับบรรทัดฐานทางวิชาชีพขององค์กร ได้นำไปสู่การศึกษาองค์กรข่าวและผลผลิตขององค์กรข่าวในสังคม โดยไม่ละทิ้งบริบททางด้านการผลิตและสภาพการดำเนินการขององค์กรในระบบทุนนิยม ในท้ายที่สุด การนำกรอบความคิดเหล่านี้ไปวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมที่สถาบันสื่อมวลชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น ทำให้เกิดการตั้งคำถามต่ออุดมคติของสถาบันสื่อมวลชนในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ในกรณีนี้ Gitlin วิพากษ์อุดมคติขององค์กรสื่อตามแนวคิดแบบเสรีนิยม เขาระบุว่า อุดมคติของการทำงานข่าวที่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ ความสำเร็จ และความเป็นวัตถุวิสัย เป็นอุดมคติที่วิชาชีพสื่อมวลชนจำเป็นต้องแสดงออกเพื่อรักษาคุณค่าทางวิชาชีพ แต่อย่างไรก็ตาม อุดมคติเหล่านี้ถูกตีความได้อย่างลื่นไหล เพราะไม่ได้มีมาตรฐานกำกับอยู่ชัดเจน ที่สำคัญ ระบบการทำงาน

ข่าวฝึกให้บุคลากรเฉยชากับเสียงของชนชั้นแรงงานและคนด้อยโอกาส พวกเขาถูกฝึกให้เชื่อว่า หัวใจสำคัญข่าวคือเรื่องความน่าเชื่อถือ และพวกเขาสรุปเอาว่า คนที่มีชื่อเสียงคือแหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ ความสั่นไหวของบรรทัดฐานทางวิชาชีพนี้จึงตอบโจทย์ความคาดหวังของสถาบันและกลุ่มคนที่มีอำนาจทางสังคมด้วยเหตุนี้เอง พื้นที่ข่าวจึงกลายเป็นพื้นที่การหล่อหลอมความคิด ความเชื่อ และการครอบงำทางอุดมการณ์ที่ตอบสนองต่อการดำรงอยู่ของสถาบันและกลุ่มคนที่มีอำนาจทางสังคมอย่างแยบยล ในหัวข้อถัดไปผู้เขียนจะนำเสนอตัวอย่างผลการศึกษาและกรณีศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมที่สะท้อนข้อโต้แย้งของ Sociology of Journalism ในภาคปฏิบัติการของสื่อมวลชน

4. บรรทัดฐานทางวิชาชีพเรื่องความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) และความเป็นกลาง (Balance Norms) ในข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สื่อมวลชนให้ความสำคัญต่อความเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) ของเนื้อหาข่าว การรายงานข่าวจะต้องเน้นข้อเท็จจริงและปราศจากอคติ (bias) ของผู้รายงาน เพราะจะมีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้คนในสังคม ความเป็นวัตถุวิสัยช่วยรักษาคุณค่าและสถานภาพทางวิชาชีพของสื่อมวลชน ลดโอกาสที่องค์กรข่าวจะถูกโจมตีจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้อ่าน แหล่งข่าวที่มีอำนาจในสังคม ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีผลต่อการได้รับเงินสนับสนุนทั้งในรูปแบบของค่าโฆษณาและสปอนเซอร์รูปแบบอื่นๆ จำนวนผู้อ่านเป็นแรงกดดันสำคัญที่ทำให้องค์กรสื่อจะต้องรักษามาตรฐานและชื่อเสียงด้านความน่าเชื่อถือไว้ (Gitlin 2003: 268-269) สื่อมวลชนจึงมีความระมัดระวังสูงเมื่อต้องรายงานข่าวในประเด็นต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงอุดมคติของความเป็นวัตถุวิสัย ทั้งนี้ McNair (2017) อธิบายว่า แนวคิดเรื่องความเป็นวัตถุวิสัยนี้มีความเชื่อมโยงกับอุดมการณ์การแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์หลักที่เติบโตในโลกตะวันตกช่วงยุคการรู้แจ้ง (Enlightenment) ที่เชื่อว่า ความรู้ที่จริงแท้นั้นเกิดขึ้นได้จากการศึกษาโลกวัตถุภายนอกด้วยการทดสอบและพิสูจน์ในเชิงประจักษ์ (empirical knowledge) ซึ่ง

จะทำให้มนุษย์เข้าถึงสัจจะในโลกธรรมชาติอย่างเที่ยงตรง วิชาชีพสื่อมวลชนซึ่งมีรากฐานการเติบโตมาพร้อมกับอุดมการณ์ทางวิทยาศาสตร์ จึงได้รับอิทธิพลทางความคิดดังกล่าวมาด้วย โดยบรรทัดฐานหลักของการทำงานข่าวคือ การแยกแยะความคิดเห็นของผู้รายงานข่าวออกจากข้อเท็จจริงที่ผู้รายงานข่าวสังเกตได้เป็นพื้นฐานสำคัญที่บุคลากรในงานข่าวต้องถือปฏิบัติ เพื่อหลีกเลี่ยงข้อกล่าวหาเรื่องการมือคดส่วนตัว นอกจากผู้รายงานข่าวต้องให้ความสำคัญอย่างมากเรื่องการเข้าถึงเครือข่าย (web of facility) ที่ทำให้ได้ข้อเท็จจริงมาพร้อมกับประเมินความน่าเชื่อถือของ “แหล่งข่าว” ดังที่อภิปรายไปในหัวข้อ 3.1.1 แล้ว ผู้สื่อข่าวยังต้องระมัดระวังไม่พึ่งพาแหล่งข่าวเพียงแหล่งเดียวเพื่อป้องกันข้อกล่าวหาเรื่องอคติ บรรทัดฐานของการแสวงหาข้อเท็จจริงจึงมีวิธีปฏิบัติที่ต้องรักษาความ “เป็นกลาง” (balance) ด้วยการนำเสนอข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวที่หลากหลายอย่างรอบด้าน ความเป็นกลางดังกล่าวจึงเป็นบรรทัดฐานที่แสดงให้ผู้อ่านเชื่อถือในความเป็นวัตถุวิสัย (objectivity) ขององค์กรข่าว

โดยทั่วไปแล้ว หลักปฏิบัติดังกล่าวมักส่งเสริมให้พื้นที่ข่าวเป็นสื่อกลางของการแสดงข้อเท็จจริงและความคิดเห็นของผู้คนที่หลากหลายในสังคม แต่ในบางกรณีบรรทัดฐานด้านความเป็นกลางกลับเป็นการสร้างผลกระทบต่อความเข้าใจสาธารณะ Boykoff and Boykoff (2007) พบว่า หลักการเรื่องความเป็นกลาง (balance) สร้างผลกระทบต่อความเข้าใจสาธารณะเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของสังคมอเมริกันในช่วงทศวรรษ 1980-1990 การวิจัยแบบ longitudinal study ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพในสหรัฐอเมริการะหว่างปี 1988-2004 พบว่า สื่อมวลชนอเมริกันให้พื้นที่แหล่งข่าวนักวิทยาศาสตร์สองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่สนับสนุนข้อค้นพบว่า กิจกรรมของมนุษย์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเกิดขึ้น (human caused climate change) และกลุ่มที่โต้แย้งแนวคิดดังกล่าวอย่างเท่าๆ กันเป็นระยะเวลานาน ลักษณะการนำเสนอนี้ตอบโจทยเรื่อง “ความเป็นกลาง” ในการรายงานข่าว แต่กลับสั่งสมความคิดของผู้คนอเมริกันให้เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศนั้นยังมีความไม่แน่นอน (climate change

uncertainty) การอ้างว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ทำให้สมดุลในโลกเสียไปเป็นเรื่องหลอกลวง (a hoax) ความเชื่อนี้สนับสนุนอุดมการณ์ของผู้มีอำนาจด้านเศรษฐกิจในสังคมอเมริกัน โดยเฉพาะบริษัทผู้ค้าน้ำมันขนาดใหญ่ที่ปฏิเสธความรับผิดชอบต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในยุคนั้น และในที่สุดความเชื่อเหล่านี้ผลักดันให้เกิดกลุ่มผู้ปฏิเสธเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change denier) ในสังคมอเมริกันในปัจจุบัน ในงานวิจัยของ Boykoff ชื่นต่อๆ มา (Boykoff, 2008; Boykoff et al., 2010) ที่ศึกษาเรื่องบรรทัดฐานความเป็นกลางของการรายงานข่าวที่มีต่อการนำเสนอ “ความเป็นจริง” ทางสังคม ก็มีผลการศึกษาในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า แม้สื่อมวลชนนั้นจะมีความคิดเห็นส่วนตัว (personal judgement) ต่อความจริงที่ปรากฏตรงหน้า แต่ก็ยังจำเป็นต้องยึดบรรทัดฐานของความเป็นกลางไว้ แม้จะขัดกับสามัญสำนึก (common sense) ที่มีต่อความจริง (truth) เรื่องนั้น ในภาคปฏิบัติแล้วสื่อมวลชนประเมินว่า การรักษาบรรทัดฐานทางวิชาชีพ (professional norms) มีความสำคัญเหนือกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นในการรายงานข่าว

ผลกระทบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพเรื่องความเป็นกลาง การใช้แหล่งข่าวประจำ รวมทั้งกระบวนการผลิตข่าวที่ต้องควบคุมการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าและแข่งขันได้ ไม่ได้เกิดขึ้นในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) ในสังคมอเมริกันเท่านั้น สำหรับสังคมไทยเอง เราจะพบว่า มิงงานวิจัยเกี่ยวกับข่าวสิ่งแวดล้อมจำนวนมากและหลากหลายประเด็นที่ชี้ให้เห็นว่า บริบทของบรรทัดฐานทางวิชาชีพสื่อเป็นปัจจัยหลักที่ลดทอนโอกาสที่ข่าวจะเป็นพื้นที่เอื้อให้เกิดความเป็นธรรมทางสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย และสร้างการเปลี่ยนแปลงในมิติของการพัฒนาสิ่งแวดล้อมได้ ในประเทศไทยปัญหาสิ่งแวดล้อมหลายเรื่องถูกรายงานด้วยกรอบความขัดแย้ง (conflict) เพื่อตอบโจทย์คุณค่าข่าว (news-worthiness) แต่กลับลดทอนปมปัญหาที่แท้จริงในเชิงประเด็น (issue oriented) และมุ่งรายงานตัวเหตุการณ์ความขัดแย้งที่รุนแรง (event-oriented) (จริยา ชื่นใจชน, 2548; สุเมธ วรรณพฤกษ์, ม.ป.ป.) ความขัดแย้งทางสิ่งแวดล้อมระหว่างสถาบันที่ทรงอำนาจและคนทั่วไป มักถูกรายงานในข่าวผ่านมุมมองของ

เจ้าหน้าที่รัฐ หรือผู้บริหารองค์กรเอกชนที่มีตำแหน่ง “น่าเชื่อถือ” ในขณะที่เสียงของคนทั่วไปที่ได้รับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นเนื้อหาในการรายงานข่าวที่ให้ความสำคัญรองๆ ลงมา (วิลาสินี พิพิธกุล, 2537; ชุมทอง นพพันธ์, 2552; Salathong, 2011) นอกจากนี้ ธรรมชาติของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในรูปการสั่งสมกินเวลานาน (inert) ทำให้สังเกตเห็นได้ยาก ผลกระทบนั้นกินวงกว้างและเกิดกับคนทั่วไป (lay people) เช่น ปัญหาน้ำกัดเซาะชายฝั่ง ปัญหาน้ำประปาเค็ม ปัญหามลพิษ PM 2.5 ปัญหาที่ดินทำกิน ปัญหาการรุกราน เป็นต้น คุณลักษณะเหล่านี้ไม่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของวิชาชีพสื่อมวลชนที่จะเลือกรายงานเรื่องที่ส่งผลกระทบชัดเจนทันที (obvious) มีความเข้มข้นของเหตุการณ์และมีเงื่อนไขเวลา (intense and timeliness) ทำให้การรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมนั้นมีลักษณะ “คุณค่าข่าว” ที่น้อยกว่าข่าวประเด็นอื่นๆ กว่าที่จะ “เป็นข่าว” ก็เข้าทำนอง “กว่าถั่วจะสุกกากก็ไหม้เสียแล้ว” เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมจะเป็นข่าวเมื่อความเดือดร้อนปะทุขึ้นอย่างรุนแรง ร้ายแรงยากเกินกว่าจะแก้ไขได้ และผู้คนก็ไม่สามารถเชื่อมโยงเหตุการณ์นั้นกับที่มาที่ไปที่บ่มเพาะมายาวนาน (cf. Dhiensawadkij, 2018)

5. บทสรุป: ทำไม Sociology of Journalism จึงจำเป็น เมื่อเรามองปัญหาองค์กรข่าวในประเทศไทย

Sociology of Journalism เป็นชุดความคิดที่เสนอให้เห็นแง่มุมของการศึกษาองค์กรสื่อที่ไม่ละทิ้งบริบททางการผลิตข่าวในรูปแบบองค์กรที่ดำเนินกิจการในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ในขณะที่แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนของวิชาชีพสื่อมวลชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเข้าใจสาธารณะในประเด็นต่างๆ และชวนให้ตั้งคำถามต่ออุดมการณ์ของสถาบันสื่อมวลชนในการดำรงรักษาความเป็นจริงในฐานะฐานันดรที่สี่ การใช้งาน Sociology of Journalism จะช่วยให้นักวิจัยเลอกวิเคราะห์ปรากฏการณ์ในสังคมที่สื่อมวลชนเข้าไปมีบทบาทในการผลิตสร้างและตอกย้ำความหมาย สนับสนุนอุดมการณ์หลักในสังคมนั้นๆ ได้อย่างรอบด้านมากขึ้นกว่าเดิม ที่นักวิจัยมักใช้กรอบแนวคิดในกลุ่มเสรีนิยม-พหุนิยม (liberal-pluralism) มาอธิบายปรากฏการณ์ เช่น gatekeeper และ functionalism

เพื่ออธิบายบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม นักวิจัยต้องไม่ลืมว่า Sociology of Journalism ไม่ได้เสนอว่า บุคลากรข่าว (newswriters) “จงใจ” บิดเบือนข้อเท็จจริง หรือ “บกพร่อง” ในการรายงานข่าว ในทางตรงกันข้าม Sociology of Journalism ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัด แรงกดดัน และบรรทัดฐานที่สั่งสมมาก่อนหน้าในวิชาชีพ ที่บุคลากรข่าวเหล่านั้นหลีกเลี่ยงไม่ได้ และต้องเผชิญในการปฏิบัติหน้าที่รายวัน การนำเอาตัวแปรเหล่านี้เข้ามาพิจารณาาร่วมด้วย เมื่อศึกษาองค์กรสื่อ จะทำให้นักวิจัยวิเคราะห์และอภิปรายปรากฏการณ์ได้บนพื้นฐานความเป็นจริง (realistic) ในระบบการผลิตแบบทุนนิยมมากขึ้น

ผู้เขียนมองว่า สำหรับการศึกษาองค์กรสื่อในประเทศไทยนั้น การรวมเอาแนวคิด Sociology of Journalism มาใช้สร้างกรอบการวิจัยจะมีคุณูปการอย่างสูงต่อข้อวิพากษ์และการพัฒนาให้องค์กรข่าวมีมาตรฐานการทำงานที่ตอบโจทยัปัญหาของประเทศกำลังพัฒนามากขึ้น เพราะความเข้าใจภาคปฏิบัติการขององค์กรสื่อเป็นพื้นฐานสำคัญที่สุดที่จะต่อยอดการอภิปรายประเด็นปัญหาในแวดวงข่าว สำหรับปัญหาของข่าวสิ่งแวดล้อมในไทยที่ยกตัวอย่างในหัวข้อก่อนหน้านี้ แท้จริงแล้วก็เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ไม่เพียงแต่ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเท่านั้นแต่ปัญหาสิ่งแวดล้อมรูปแบบอื่นๆ ในท้องถิ่นก็ไม่ “เป็นข่าว” และปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นแรงผลักดันให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่นๆ รุนแรงมากขึ้นอย่างทวีคูณ Cox (2010) กล่าวว่า โมเดลทางธุรกิจ (business model) ของการสื่อมวลชนเป็นประเด็นหลักที่ขัดขวางการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อม เพราะเมื่อรายได้โฆษณาเป็นรายได้หลักขององค์กรสื่อ อำนาจขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่ครอบครองทรัพยากรเพื่อการผลิตจึงมีอิทธิพลสูงมาก สภาพการดำเนินธุรกิจขององค์กรข่าวในไทยเอง ก็ส่งผลกระทบต่อข่าวสิ่งแวดล้อมเช่นกัน ดังกรณีทีหนังสือพิมพ์รายวันเกือบทุกฉบับยกเลิกโต๊ะข่าวสิ่งแวดล้อมเป็นหน่วยงานแรกในวิกฤติทางการเงินปี 2540 ก่อนหน้านั้นการเติบโตขององค์กรสื่อไทยพุ่งสูงจากเม็ดเงินค่าโฆษณาที่มีมากตามภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ อาจกล่าวได้ว่า พลังทางเศรษฐกิจนั้นคือแรงขับเคลื่อนหลักให้ธุรกิจสื่อมวลชนไทยของไทยเติบโตไปพร้อมกันทั้งธุรกิจโฆษณาและธุรกิจข่าว

(Chongkittavorn, 2013) ผู้เขียนจึงมองว่า กรอบการวิจัยที่รวมเอาแรงกดดันทางธุรกิจเข้ามาศึกษาร่วมด้วย จะทำให้มองเห็นตัวแปรของปัญหาต่างๆ อย่างรอบด้านมากขึ้น

ปัญหาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไทยได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางมาต่อเนื่อง ไม่เพียงเฉพาะประเด็นข่าวสิ่งแวดล้อมเท่านั้น หากติดตามปัญหาของสื่อมวลชนไทยที่เกิดขึ้นมาตลอด เฉพาะในปี 2020 ได้แก่ การเร่งรีบเพื่อนำเสนอข่าวให้ได้ก่อนคู่แข่งขั้นที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพข่าวและหลักจริยธรรม เช่น กรณีช่องอมรินทร์ทีวีรายงานข่าวแบบไลฟ์สดในวิกฤตก่อการร้ายที่ห้าง Terminal 21 จนทำให้เหยื่อหลายรายเสียชีวิต ลักษณะการเล่าข่าวที่กระตุ้นอารมณ์ (sensational news) ผู้ฟังมากกว่าให้ข้อเท็จจริง เช่น รายการเล่าข่าวเนชั่นทีวี รายการข่าวที่มุ่งเสนอประเด็นที่ “คนสนใจ” มากกว่าข้อเท็จจริงที่มีประโยชน์ เช่น กรณีข่าวอมรินทร์ทีวีกำหนดให้วาระวิถีชีวิตของนายไชยพล วิชา หรือ “ลุงพล” เป็นเรื่องหลักถ่ายทอดสดทุกวัน และกรณีปัญหาอื่นที่เป็นที่ถกเถียง ไปจนถึงการที่สื่อกระแสหลักงดการนำเสนอเรื่องข่าวกลุ่มผู้ชุมนุมที่เรียกร้องประชาธิปไตยในช่วงแรกนั้น ปัญหาที่ได้กล่าวถึงมานี้เป็นที่สนใจและวิพากษ์วิจารณ์ในพื้นที่สาธารณะ ตลอดจนวงเสวนาด้านการสื่อสารมวลชนในสถาบันอุดมศึกษา โดยกรอบการมองปัญหานี้ในแง่ที่ว่า สื่อมวลชนในยุคปัจจุบันไม่ได้ทำหน้าที่ได้ดีเท่าที่ควร เพราะไม่ตระหนักในจริยธรรมจรรยาบรรณในการเสนอข่าว ตลอดจน “เห็นแก่เรตติ้ง” มากเกินไป มักเป็นข้อโต้แย้งที่ได้รับการกล่าวถึงเสมอ วิธีการมองปัญหานี้มีประโยชน์ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมองว่า โอกาสที่นักวิจัย นักวิชาการ และสาธารณชน จะร่วมกันสร้างแรงกระเพื่อมให้องค์กรสื่อทำงานอย่างมีคุณภาพได้มากขึ้นนั้น จำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดของ Sociology of Journalism มาร่วมอภิปรายด้วย เพราะจะทำให้ข้อถกเถียงเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหาความด้อยคุณภาพของสื่อมวลชนก้าวไปได้ไกลกว่าประเด็น “จริยธรรมจรรยาบรรณ” เราจะได้เห็นว่า ข้อวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับจรรยาบรรณสื่อนี้มีมาอย่างต่อเนื่องนับสิบปีในประเทศไทย แต่เรากลับพบว่า ปัญหาคุณภาพของสื่อมวลชนนั้นไม่มีท่าทีจะดีขึ้น ผู้เขียนมองว่า หากเรายังคง

ใช้กรอบเรื่อง “จริยธรรมจรรยาบรรณ” มาเป็นแกนกลางในการอธิบายปัญหา จะไม่สามารถเข้าถึงรากฐานของปัญหาได้ และยังทำให้ปัญหาของสื่อมวลชนได้ กลายเป็นเรื่อง “จริยธรรมของปัจเจกบุคคล” ไปโดยปริยาย ผู้เขียนจึงสนับสนุน ให้นักวิจัย นักวิชาการ และสาธารณชน ลองพิจารณาใช้ชุดความคิด Sociology of Journalism ซึ่งครอบคลุมลักษณะการดำรงอยู่ขององค์กรสื่อในบริบทการผลิต แบบเศรษฐกิจทุนนิยม และยังอธิบายผลของบรรทัดฐานทางวิชาชีพของสื่อ มาสร้างกรอบแนวคิดในการถกเถียงและการศึกษาวิจัย นอกเหนือไปจากกรอบ แนวคิดกระแสหลักอื่นๆ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ชุมทอง นพพันธ์ (2552), *ผลของการวางกรอบในข่าวสิ่งแวดล้อมต่อการรับรู้ความเสี่ยง*, วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จริยา ชื่นใจชน (2548), *การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสิ่งแวดล้อมในหนังสือพิมพ์ไทย*, รายงานโครงการ เฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- วิลาสินี พิพิธกุล (2537), *บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการสื่อสารเรื่องความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม กรณีมลพิษจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ จังหวัดลำปาง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุเมธ วรรณพฤกษ์ (ม.ป.ป.), “บทบาทสื่อมวลชนต่อการเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมกรณี ‘สารพิษแม่เมาะ- น้ำพองเน่า’”, *สื่อมวลชนปริทรรศน์*: 39-41.

ภาษาอังกฤษ

- Allan, S. (2011), *News Culture*, Berkshire: Open University Press.
- Bagdikian, B. (2004), *The New Media Monopoly*, Boston: Beacon Press.
- Boykoff, M. et al. (2010), ‘Charismatic Megafauna’: *The Growing Power of Celebrities and Pop Culture in Climate Change Campaigns*, Environment Politics and Development Working Paper Series, WP28, Working Paper, Department of Geography, King's College London.

- Cox, R. (2010), *Environmental Communication and the Public Sphere*, London: Sage.
- Dhiansawadkij, D. (2018), *Reproducing the Politics of Climate Change: A Study of Thai Newspaper Reporting*, Cardiff University.
- Gans, H. (1980), *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*, California: Vintage Books.
- Gitlin, T. (2003), *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left with a New Preface*, Berkeley: University of California Press.
- Herman, E. and Chomsky, N. (1995), *Manufacturing Consent*, London: Vintage.
- Maras, S. (2013), *Objectivity in Journalism: Key concepts in Journalism*, Cambridge: Polity.
- McNair, B. (2017), "After Objectivity?: Schudson Sociology of Journalism in the Era of Post-Factuality", *Journalism Studies*, 18(10).
- Salathong, J. (2011), *Media Coverage in the Context of Education for Sustainable Development: Climate Change in Thailand's Newspapers*, Waseda University.
- Schudson, M. (1989), "The sociology of news production", *Media, Culture & Society*, 11(3): 263-282.
- _____. (2003), *The Sociology of News*, New York: WW.Norton and Company.
- Tuchman, G. (1976), "Telling Story", *Journal of Communication*, 26.
- _____. (1980), *Making News*, New York: Free Press.
- White, D. (2018), "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News", in Scammell, M. and Semetko, H. (eds.), in *The Media, Journalism and Democracy*, London: Routledge.

สื่อออนไลน์

- Boykoff, M. (2008), "Media and Scientific Communication: A Case of Climate Change", *Geological Society, London, Special Publications* 305, retrieved 5 September 2014 from <http://specpubgsl.highwire.org/content/305/1/11.short>.
- Boykoff, M. and Boykoff, J. (2007), "Climate Change and Journalistic Norms: A Case Study of US Mass-Media Coverage", *Geoforum*, 38(6): 1190-1204, retrieved 5 September 2014 from <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0016718507000188>.
- Chongkittavorn, K. (2013), "Thailand: A Troubled Path to a Hopeful Future", in Williams, L. and Rich, R. (eds.), *Losing Control: Freedom of the Press in Asia*, ANU Press: 219-238, retrieved 5 September 2014 from www.jstor.org/stable/j.ctt5vj71c.17.