

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงกรณีศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายว่า สื่อหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอข่าวในแต่ละกรณีอย่างไรและแหล่งข่าวแต่ละกลุ่มหรือแต่ละปัจเจกบุคคลใช้กลยุทธ์ใดในการเข้าถึงพื้นที่สื่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชน ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2548 – 31 มกราคม 2549 และการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกบุคคลดังต่อไปนี้

- 1.เดือนเพ็ญ ศิลาเกษ
- 2.รัตนา สัจจเทพ
- 3.กรรณิการ์ กิจติเวชกุล
- 4.สุชิน ตียวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
- 5.ภาคภูมิ ป่องภัย บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน
- 6.ผศ.รุจน์ โกมลบุตร อาจารย์คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 7.อ.แก้วกาญจน์ จูเจริญ อาจารย์คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โดยแบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1

สื่อกับแง่มุมและทิศทางในการนำเสนอข่าว

สรุปลักษณะการนำเสนอข่าวในแต่ละกรณี โดยวิเคราะห์การเล่าเรื่อง, การกำหนดวาระข่าวสาร, การชูประเด็นข่าวสาร, การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหา และการประกอบสร้างความหมายในข่าว โดยเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชน

ส่วนที่ 2

แหล่งข่าวกับกลยุทธ์ในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1

สรุปกลยุทธ์การใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวแต่ละกรณี โดยวิเคราะห์จากเนื้อหาข่าว และการสัมภาษณ์เชิงลึกว่าแหล่งข่าวมีการวางกลยุทธ์เพื่อให้หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวได้อย่างไร และสรุปทัศนคติของบรรณาธิการข่าวและนักวิชาการวารสารศาสตร์ที่มีต่อการใช้กลยุทธ์เหล่านั้น ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบกลยุทธ์และการตอบรับจากสื่อในแต่ละกรณี

จากนั้นจึงเป็นส่วนของการอภิปรายโดยประมวลข้อมูลที่ได้เพื่อตอบปัญหานำวิจัย และเสนอแนะแนวทางในการทำหน้าที่ของสื่อ และข้อเสนอแนะในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะการนำเสนอข่าว

1.1 กรณีการทุบรถยนต์ฮอนด้า รุ่น CRV ของ น.ส.เดือนเพ็ญ ศิลาเกษ

- การเล่าเรื่องในข่าว ไทยรัฐและมติชนนำเสนอในแก่นเรื่องเดียวกันคือการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภค โดยมีโครงเรื่องที่ไม่ต่างกันคือเล่าเรื่องตามลำดับเหตุการณ์ซึ่งเริ่มเรื่องจากเหตุการณ์ที่ถึงจุดแตกหักไปสู่การคลี่คลายปมในตอนท้ายเรื่อง โดยมี น.ส.เดือนเพ็ญเป็นตัวละครเอกของเรื่อง และทั้ง 2 ฉบับมีการใช้สำนวนภาษาในการเล่าเรื่องแบบเดียวกันคือใช้การบรรยายอย่างละเอียด โดยขยายความให้ข่าวมีสีสันเสมือนว่าเหตุการณ์ในข่าวกำลังดำเนินอยู่จริง

- การกำหนดวาระข่าวสาร ไทยรัฐและมติชน มีการกำหนดวาระข่าวสารที่สอดคล้องกัน คือมีการนำเสนอเป็นข่าวใหญ่ในช่วงเวลาสั้นๆ เท่านั้น แต่มีการเกาะติดกระแสการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภครายอื่นๆ นำเสนอในพื้นที่ข่าวหน้า 1 อย่างต่อเนื่อง

- การขู่ว่าจะเดินขบวน ไทยรัฐและมติชนต่างก็ให้ความสนใจในประเด็นการเรียกร้องสิทธิของผู้บริโภคมากกว่าประเด็นอื่น เช่น ประเด็นความบกพร่องของกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค หรือประเด็นปัญหาที่องค์กรเพื่อผู้บริโภคไม่มีอำนาจต่อรองกับองค์กรภาคธุรกิจ ซึ่งประเด็นที่ไม่ได้ถูกขู่นั้นมานี้มักปรากฏเพียงเล็กน้อยในเนื้อข่าวและในบางกรณีก็ไม่ถูกนำเสนอเลย

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับสร้างกรอบขึ้นมาเหมือนกันว่าผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงสิทธิผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ และการที่ผู้บริโภคออกมาเรียกร้องนี้เป็นสิ่งที่ควรสนับสนุน ทั้งไทยรัฐและมติชนจึงเน้นการนำเสนอแหล่งข่าวที่มีการให้ข้อมูลและทัศนะที่สอดคล้องกับกรอบที่สื่อสร้างขึ้นมานี้

- การประกอบสร้างความหมาย กรณีข่าว น.ส.เดือนเพ็ญ ซึ่งเป็นผู้ประท้วงด้วยการทุบรถเป็นคนแรกนั้น สื่อประกอบสร้างความหมายให้เป็นผู้หญิงใจเด็ด ไม่ยอมถูกเอาเปรียบ และประกอบสร้างความหมายให้บริษัทฮอนด้าเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าไม่ได้คุณภาพและปิดกั้นให้กับผู้บริโภค การประกอบสร้างความหมายเช่นนี้เป็นการเพิ่มความชอบธรรมให้กับการกระทำของ น.ส.เดือนเพ็ญ และทำให้การเรียกร้องของ น.ส.เดือนเพ็ญ ประสบผลสำเร็จ

ขณะที่กรณีการประท้วงประจານบริษัทรถยนต์ของปัจเจกบุคคลรายอื่นๆ นั้น ถูกประกอบสร้างความหมายให้เป็นผู้เสียหายแบบ อีกทั้งหลายกรณีผู้ประท้วงเองก็เรียกร้องมากเกินไปเกินกว่าสิทธิที่พึงจะได้รับ เป็นการประกอบสร้างความหมายให้กับเหตุการณ์นี้ว่าเป็นการขวยโอกาสจากการเป็นข่าวมากกว่าจะประสบความสำเร็จจริงๆ

1.2 กรณีการทำบ้านสีดำของนางรัตนา สัจจเทพ

- การเล่าเรื่องในข่าว แก่นเรื่องและโครงเรื่องที่ไทยรัฐและมติชนนำเสนอในกรณีข่าวนี้ไม่แตกต่างกันคือใช้การเรียกร้องขอความเป็นธรรมของผู้ซื้อบ้านที่ถูกขโมยเป็นแก่นเรื่อง โดยเล่าเรื่อง

ตามลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ย้อนให้เห็นถึงปมปัญหาที่ผ่านมานับ 10 ปี แล้วเล่าเรื่องไปสู่จุดที่ทำให้ปัญหาถูกแก้ไขในที่สุดผ่านความเคลื่อนไหวของตัวละครหลักคือนางรัตนา โดยมีการใช้สำนวนโวหารเพื่อดึงดูดความสนใจและเร้าความรู้สึกของผู้รับสารด้วยการขยายความแบบใส่สีสันและเน้นให้เห็นอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลในข่าว

- การกำหนดวาระข่าวสาร ลักษณะการนำเสนอข่าวการทำบ้านสีดำของนางรัตนาเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างไทยรัฐและมติชน พบว่า มติชนให้ความสำคัญกับข่าวนี้น่ามากกว่าไทยรัฐ โดยมติชนมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง และนำเสนอในพื้นที่ข่าวหน้า 1 สลับกับการเป็นข่าวหน้าใน ขณะที่ไทยรัฐนำเสนอในลักษณะของข่าวสั้นเป็นส่วนใหญ่

- การขู่ว่าจะประณามข่าวสาร ทั้งไทยรัฐและมติชนต่างก็ขู่ว่าจะประณามเรื่องเงินชดเชยและบ้านหลังใหม่ที่นางรัตนาจะได้รับ โดยละเอียดประณามการติดตามความคืบหน้าในการนำผู้กระทำผิดมาลงโทษและไม่ได้นำเสนอประเด็นปัญหาในเชิงโครงสร้างแต่อย่างใด

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร ไทยรัฐและมติชนสร้างกรอบเนื้อหาเหมือนกันว่านางรัตนาถูกกลั่นแกล้ง โดยใช้การนำเสนอข้อมูลและทัศนคติของแหล่งข่าวที่ชี้ถึงความบกพร่องของเจ้าหน้าที่ กทม. ได้แก่ ข้อมูลและหลักฐานของนางรัตนาในการกล่าวโทษผู้กระทำผิด และการที่นายอภิรักษ์ออกมายอมรับเองว่าเป็นความบกพร่องต่อหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ กทม. แต่ไม่มีหลักฐานที่จะเอาผิดได้ ซึ่งเป็นไปตามกรอบเนื้อหาที่สื่อสร้างขึ้น

- การประกอบสร้างความหมาย สื่อทั้ง 2 ฉบับประกอบสร้างความหมายให้กับเหตุการณ์และตัวนางรัตนาว่ามีความเดือดร้อนและต้องร้องขอความเป็นธรรมอย่างยากลำบากมานานนับ 10 ปี ทำให้กระแสวิพากษ์วิจารณ์มีความเห็นอกเห็นใจนางรัตนา แต่การยื่นหยัดประวัตรโดยไม่ประนีประนอมนั้นถูกประกอบสร้างให้เป็นคนเจ้าคิดเจ้าแค้น และการปฏิเสธเงินชดเชย 6 ล้านบาททำให้สังคมมองว่านางรัตนามีแผนการที่จะเรียกร้อยเงินเยียวยาให้มากกว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นจริง ส่งผลต่อการปักหลักประท้วงของนางรัตนาในช่วงท้ายของเหตุการณ์ที่กระแสวิพากษ์วิจารณ์และสื่อให้การสนับสนุนข้อเรียกร้องของนางรัตนาลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด จนกระทั่งเรื่องราวมาคลี่คลายเมื่อนางรัตนายอมย้ายออกจากลานหน้าศาลาว่าการกรุงเทพฯ และยอมรับเงินช่วยเหลือจำนวน 12.5 ล้านบาท

1.3กรณีการชุมนุมคัดค้านการเจรจาเปิดเขตการค้าเสรี (FTA) ไทย-สหรัฐ ที่จังหวัดเชียงใหม่

- การเล่าเรื่องในข่าว ไทยรัฐและมติชนมีรูปแบบการเล่าเรื่องที่แตกต่างกันคือไทยรัฐใช้ประเด็นความขัดแย้งเป็นแก่นเรื่อง โดยเริ่มเล่าเรื่องจากเหตุการณ์การปะทะกันของฝ่ายผู้คัดค้านกับตำรวจ ขณะที่มติชนใช้ประเด็นความไม่ชอบมาพากลในการทำ FTA เป็นแก่นเรื่อง โดยเริ่มเล่าเรื่องตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมการของทั้ง 2 ฝ่าย เน้นที่ประเด็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยหนังสือ

พิมพ์ทั้ง 2 ฉบับมีการใช้การบรรยายเหตุการณ์ด้วยสำนวนภาษาที่สร้างสีสันในข่าว และทำให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการเห็นภาพได้อย่างชัดเจน

- การกำหนดวาระข่าวสาร ไทยรัฐให้ความสำคัญกับเหตุการณ์นี้ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับมติชน โดยไทยรัฐนำเสนอเป็นภาพข่าวหน้า 1 และรายงานข่าวรวมอยู่ในข่าวการเมืองในลักษณะของข่าวที่มีหลายเนื้อหา ขณะที่มติชนให้ความสำคัญกับข่าวนี้อย่างมาก โดยนำเสนอเป็นข่าวหน้า 1 ติดต่อกันเกือบตลอดทั้งเดือน

- การชูประเด็นข่าวสาร ไทยรัฐชูประเด็นข่าวที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน มีความขัดแย้งและความรุนแรงของเหตุการณ์เป็นสำคัญ ขณะที่มติชนชูประเด็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากข้อตกลงเปิดเขตการค้าเสรีเป็นประเด็นหลัก

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร ไทยรัฐสร้างกรอบขึ้นมาว่าการทำ FTA เป็นเรื่องที่ดี ควรเดินหน้าต่อไป โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลจากแหล่งข่าวที่เป็นฝ่ายสนับสนุนมากกว่าฝ่ายคัดค้าน ขณะที่มติชนสร้างกรอบขึ้นมาว่าหากเปิด FTA ไทย-สหรัฐ จะส่งผลกระทบต่อสังคมไทยมากกว่าจะเป็นผลดีอย่างที่ฝ่ายคณะผู้เจรจากล่าวอ้าง จึงเน้นข้อมูลและทัศนะจากเครือข่ายภาคประชาชนที่ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อคัดค้านการเจรจา FTA ในครั้งนี้

- การประกอบสร้างความหมาย ไทยรัฐมีการประกอบสร้างความหมายให้กลุ่มผู้เจรจาเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลในการเจรจาให้สังคมรู้ และประกอบสร้างให้กลุ่มผู้คัดค้านเป็นฝ่ายที่ไม่ทำตามกติกา มีการใช้ความรุนแรงและก่อความวุ่นวายในการชุมนุมเรียกร้อง ขณะที่มติชนประกอบสร้างให้ฝ่ายสนับสนุนการเจรจาเป็นผู้ที่คิดกันไม่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาข้อตกลง FTA ครั้งนี้ อีกทั้งยังมีประเด็นผลประโยชน์ทับซ้อนเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้กลุ่มผู้คัดค้านถูกประกอบสร้างความหมายให้เป็นผู้ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติและมีความชอบธรรมในการต่อสู้ในครั้งนี้

1.4 กรณีการสาธิตสินค้าด้วยการเปลือยหน้าอก

- การเล่าเรื่องในข่าว ไทยรัฐและมติชนมีแก่นเรื่องเหมือนกันคือความไม่เหมาะสมของพฤติกรรมการเปลือยอกเพื่อสาธิตสินค้า โดยใช้การเล่าเรื่องตามลำดับเหตุการณ์ โดยทั้งไทยรัฐและมติชนต่างให้ความสำคัญกับปุกกีและ น.ส.มีสุข เป็นตัวละครหลัก มีการเล่าเรื่องโดยใช้สำนวนภาษาที่โลดโผน รวมทั้งมีการใช้ถ้อยคำเปรียบเปรยและเล่นคำเพื่อสร้างสีสัน

- การกำหนดวาระข่าวสาร ไทยรัฐมีการให้ความสำคัญกับข่าวนี้นี้มากกว่าหนังสือพิมพ์เน้นคุณภาพอย่างมติชน โดยไทยรัฐนำเสนอเป็นข่าวใหญ่ติดต่อกันเกือบทั้งสัปดาห์ ขณะที่มติชนนำเสนอเป็นข่าวขนาดเล็กในพื้นที่ข่าวหน้า 1 และรายงานความคืบหน้าในข่าวหน้าใน

- การชูประเด็นข่าวสาร ไทยรัฐและมติชนต่างก็ชูประเด็นที่ว่าด้วยการเปลี่ยออกในที่สาธารณะเป็นเรื่องที่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย ทำให้เกิดกระแสสังคมเรียกร้องให้ต้องมีการลงโทษผู้เกี่ยวข้อง

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับต่างก็สร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาว่าการเปลี่ยออกต่อสาธารณชนเป็นเรื่องที่ผิดศีลธรรม ซึ่งทัศนะของแหล่งข่าวแทบทุกฝ่ายเป็นไปตามกรอบนี้ โดยเน้นว่าการโชว์หน้าอกเพื่อโฆษณาสินค้าเป็นการกระทำที่มีความผิดร้ายแรงไม่มีความละอายใจ ซึ่งกรอบการรับรู้นี้เป็นไปตามวิถีคิดและความเชื่อของสังคมไทยอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดกระแสสังคมกดดันให้ผู้เกี่ยวข้องต้องรับผิดชอบ

- การประกอบสร้างความหมาย ไทยรัฐและมติชนประกอบสร้างความหมายด้วยการพาดหัวข่าวที่เป็นลบ และนำเสนอทัศนะของแหล่งข่าวที่เน้นว่าการสาธิตสินค้าด้วยการเปลี่ยหน้าอกนี้เป็นการกระทำที่ไม่เหมาะสมกับสภาพสังคมไทย เป็นการกระทำที่ขาดความละอาย เป็นความผิดร้ายแรงที่ต้องมีการลงโทษ โดยเฉพาะ น.ส.มีสุข ซึ่งทำหน้าที่พิธีกร ถูกประกอบสร้างให้เป็นผู้กระทำ ความผิดอย่างร้ายแรง ฐานดูถูกความเป็นสตรีเพศ และขาดสามัญสำนึกของการเป็นสื่อมวลชนที่ดี จนถูกสังคมกดดันให้ต้องสละสิทธิ์การรับรางวัลสตรีดีเด่นประจำปี ขณะเดียวกันทั้งไทยรัฐและมติชนต่างก็ให้ความสำคัญกับประเด็นการโชว์หน้าอกน้อยอย่างต่อเนื่องและการใช้ถ้อยคำภาษา เช่น สาวอกแพบ สาวอกไข่ดาว ซึ่งเป็นการประกอบสร้างความหมายว่าเรื่องของสตรีโดยเฉพาะหน้าอกเป็นเรื่องสำคัญ หน้าอกที่พึงปรารถนาคือหน้าอกที่มีขนาดใหญ่และเต่งตึง

1.5 กรณีการแถลงข่าวตั้งครรภ์ของแฮมม-คัทลียา แมคอินทอช

- การเล่าเรื่องในข่าว ไทยรัฐและมติชนมีการใช้แก่นเรื่องที่แตกต่างกันคือ ไทยรัฐเล่าเรื่องด้วยแก่นเรื่องที่ว่า เป็นข่าวดีของคัทลียาที่ตั้งครรภ์ ขณะที่มติชนเล่าด้วยแก่นเรื่องที่ว่า คัทลียากำลังประสบปัญหาในชีวิต ทั้งนี้ในส่วนของโครงเรื่อง ไทยรัฐมีการเล่าเรื่องไปในทิศทางที่เป็นข่าวดีด้านบวกต่อคัทลียา ในขณะที่มติชนนำเสนอในประเด็นความขัดแย้งและประกอบสร้างความหมายในเชิงลบกับเหตุการณ์นี้

- การกำหนดวาระข่าวสาร ไทยรัฐกำหนดวาระข่าวสารให้กรณีนี้เป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่อง และติดตามรายงานข่าวอย่างเจาะลึก ขณะที่มติชนมีการให้พื้นที่และความถี่ในการเสนอข่าวนี้ไม่มาก

- การชูประเด็นข่าวสาร การนำเสนอข่าวของไทยรัฐมีการชูประเด็นข่าวเกี่ยวกับคัทลียาในเชิงบวก ซึ่งแตกต่างจากมติชนที่นำเสนอประเด็นที่เป็นข่าวลบมากกว่า โดยทั้ง 2 ฉบับต่างก็เน้นที่องค์ประกอบข่าวในแง่ความเด่นของบุคคลและเป็นเรื่องที่ปุณชนสนใจ

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร ไทยรัฐสร้างกรอบการรับรู้ที่เป็นบวกให้กับตัวคัทลียา โดยนำเสนอความคิดเห็นของแหล่งข่าวที่ให้กำลังใจคัทลียา และเน้นย้ำว่าการตั้งครรภ์ทำ

ให้คัทลียาและครอบครัวมีความสุข ขณะที่มติชนสร้างกรอบการรับรู้ที่เป็นลบต่อตัวคัทลียา โดยเน้นให้ข้อมูลในเชิงลบมากกว่าข้อมูลที่เป็นบวก

- การประกอบสร้างความหมาย การประกอบสร้างความหมายของไทยรัฐในช่วงแรก ประกอบสร้างความหมายให้เห็นว่าคัทลียากำลังมีความสุข เพราะรู้สึกดีใจที่รู้ว่าตั้งครรภ์ตั้งนั้นจึงเป็นข่าวดีที่ทุกคนน่าจะร่วมยินดีด้วย อีกทั้งการจัดแถลงข่าวยังแสดงให้เห็นว่าคัทลียาเป็นดาราสาวที่เปิดเผยตรงไปตรงมา เมื่อยืนยันว่าไม่รู้ตัวมาก่อนว่าตั้งครรภ์ ก็แสดงว่าไม่รู้จริงๆ แต่เมื่อกระแสสังคมออกมาในเชิงลบ ช่วงหลังไทยรัฐจึงประกอบสร้างความหมายว่าคัทลียาเป็นผู้หญิงที่น่าเห็นใจ ต้องอุ้มท้องระหกระเหินหลบหน้าผู้คนในสังคมเพราะกระแสความไม่พอใจที่เกิดขึ้น ขณะที่มติชนมีการตั้งฉายาให้กับคัทลียาว่า “เหม่ม เบนโล” ซึ่งมีความหมายแฝงถึงการกลบเกลื่อน ไม่พูดความจริงของนางเอกสาว และการนำเสนอข่าวของมติชนยังเป็นการประกอบสร้างความหมายให้กับตัวคัทลียาว่าไม่มีความสุขจริงอย่างที่แสดงออกมา เพราะต้องเจอกับปัญหาหลายด้าน ภายหลังจึงมีการนำเสนอในแง่ที่ว่าคัทลียากำลังประสบปัญหารุมเร้าหลายด้าน ทั้งเรื่องงานแสดงและการทำธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพจิตใจของคัทลียาและเด็กในท้องได้ จึงเป็นการประกอบสร้างความหมายให้ประชาชนเกิดความเห็นใจคัทลียามากขึ้น

1.6 กรณีรายการเรียลิตี้โชว์แก้ปัญหาคความยากจน ที่อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด

- การเล่าเรื่องในข่าว ไทยรัฐและมติชนมีแก่นเรื่องที่เหมือนกันคือการติดตามคู่มือการแก้ปัญหาความยากจนของ พ.ต.ท.ทักษิณในรูปแบบรายการเป็นเรียลิตี้โชว์ว่าจะได้ผลจริงหรือไม่ และมีการใช้โครงเรื่องแบบเล่าตามลำดับเหตุการณ์ โดยมีการเล่าอย่างละเอียดถึงบทบาทของตัวละครหลักในข่าวนี้คือ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ซึ่งทั้ง 2 ฉบับใช้การบรรยายให้เห็นภาพเหตุการณ์เสมือนเหตุการณ์กำลังดำเนินอยู่จริง และสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลในข่าวโดยมีการนำเสนอคำให้สัมภาษณ์ แบบ Direct Quote เพื่อสร้างสีสันให้กับข่าว

- การกำหนดวาระข่าวสาร ลักษณะการนำเสนอข่าวของไทยรัฐและมติชนในกรณีนี้มีความสอดคล้องกัน โดยสื่อทั้ง 2 ฉบับต่างก็นำเสนอข่าวนี้อย่างต่อเนื่องในพื้นที่ข่าวหน้า 1

- การขุดประเด็นข่าวสาร หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับขุดประเด็นความเคลื่อนไหวในการลงพื้นที่ของ พ.ต.ท.ทักษิณ โดยการนำเสนอภาพและข่าวพาดหัวถึงการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกับชาวบ้าน เช่น ล้อมวงรับประทานอาหารกับชาวบ้าน เยี่ยมเยียนผู้ป่วย พายเรือ และชื้อรถจักรยานยนต์ตระเวนไปรับฟังปัญหาตามหมู่บ้านต่างๆ ฯลฯ โดยประเด็นที่ถูกเน้นมากที่สุดคือการที่ พ.ต.ท.ทักษิณ แจกเงินให้ชาวบ้าน

- การสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาข่าวสาร ไทยรัฐและมติชนสร้างกรอบการรับรู้เนื้อหาขึ้นมาว่ารูปแบบการแก้ปัญหาของ พ.ต.ท.ทักษิณไม่สามารถแก้ปัญหาได้จริง โดยเลือกนำเสนอข้อมูล

และความคิดเห็นของนักวิชาการและนักการเมืองฝ่ายค้านที่ชี้ว่าว่านายภกลงพื้นที่ในลักษณะของผู้มีอำนาจไปแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ไม่สามารถให้เป็นบทเรียนหรือแบบอย่างได้ การลงพื้นที่ของนายภจเจแต่ผักชีโรยหน้า เมื่อกลับไปทุกอย่างก็เหมือนเดิม และไม่ใช้วิธีการแก้ปัญหาความยากจนที่ยั่งยืน การแก้ปัญหาด้วยการแจกเงินและที่ดินทำกินเป็นการสร้างภาพลักษณ์และค่านิยมที่ผิดในสังคมไทย กลายเป็นว่าการแก้ปัญหาทุกอย่างแก้ได้ด้วยเงินสดในกระเป๋าของคนมีเงิน บั่นทอนความเข้มแข็งในชุมชน

- การประกอบสร้างความหมาย การลงพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาของความยากจนของ พ.ต.ท.ทักษิณ ถูกประกอบสร้างจากภาพการดำเนินชีวิตอย่างง่าย ๆ กินอยู่ร่วมกับชาวบ้าน ให้เกิดความหมายกับ พ.ต.ท.ทักษิณ ว่าเป็นผู้นำประเทศที่เข้าถึงประชาชนระดับรากหญ้า แม้จะร่ำรวยแต่ก็สามารถใช้ชีวิตติดดินได้ นอกจากนี้การลงพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาด้วยตัวเองยังเป็นการประกอบสร้างให้ พ.ต.ท.ทักษิณ เป็นคนที่พูดจริงทำจริง และไม่ทอดทิ้งประชาชนแม้จะเป็นพื้นที่ทุรกันดารเพียงใด ซึ่งการเลือกลงพื้นที่ที่ อ.อาจสามารถ จึงเป็นการสื่อความหมายได้ว่า อาจทำให้สามารถแก้ปัญหาความยากจนในพื้นที่นี้ได้

ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับก็ย้ำเน้นด้วยการนำเสนอทัศนะของนักการเมืองฝ่ายค้านและนักวิชาการซึ่งเป็นการประกอบสร้างความหมายให้ พ.ต.ท.ทักษิณเป็นนักสร้างภาพที่ไม่ได้คิดจะลงพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาจริงๆ และการแจกเงินส่วนตัวและที่ดินทำกินนั้นเพื่อสร้างภาพให้ พ.ต.ท.ทักษิณเป็นเศรษฐีใจบุญผู้เป็นที่พึ่งของคนยากจน แต่แท้จริงแล้วทำให้เห็นว่า พ.ต.ท.ทักษิณเป็นคนที่ชอบแก้ปัญหาด้วยเงิน

ส่วนที่ 2 แหล่งข่าวกับกลยุทธ์ในการเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและประมวลจากคำให้สัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาชีพและนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ พบว่ารูปแบบกลยุทธ์ที่แหล่งข่าวใช้มีความเชื่อมโยงกับการพิจารณาคัดเลือกข่าวหน้า 1 เนื่องจากการพิจารณาคัดเลือกข่าวหน้า 1 ใช้อองค์ประกอบข่าวเป็นเกณฑ์ ทำให้เหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบข่าวสอดคล้องกับนโยบายของหนังสือพิมพ์มีโอกาสได้รับการนำเสนอข่าวมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สุชิน ดิยวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบข่าวที่ไทยรัฐซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นปริมาณให้น้ำหนักในการคัดเลือกมากที่สุดนั้นคือ องค์ประกอบข่าวด้านความรุนแรง ความแปลก ความสำคัญ และความเด่นของตัวบุคคลที่เป็นข่าว ซึ่งก็คือบุคคลสาธารณะที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น ศิลปินนักแสดง นักการเมือง ผู้มีชื่อเสียงในวงสังคม บุคคลสาธารณะเหล่านี้จึงสามารถใช้ความมีชื่อเสียงเป็นกลยุทธ์ใน

การเรียกร้องความสนใจจากสื่อ ประกอบกับการชูประเด็นที่ปฎิชนสนใจ ก็สามารถเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ได้อย่างง่ายดาย

อย่างกรณีการแถลงข่าวตั้งครุฑของคัทลียา แมคอินทอช ซึ่งนอกจากการเป็นคนดังแล้ว คัทลียายังมีการใช้กลยุทธ์ในการเรียกร้องความสนใจจากสื่อด้วยการชูประเด็นที่ประชาชนสนใจ อยากรู้ อยากเห็นกันมาก นั่นคือการเปิดตัวแฟนหนุ่ม และการยอมรับว่ากำลังตั้งครุฑ ทั้งนี้แม้ว่าสังคมไทยจะเริ่มมีการยอมรับพฤติกรรมทางท่อนแต่งมากขึ้น แต่ยังไม่เคยมีคนดังคนไหนที่กล้าออกมายอมรับว่าท่อนแต่ง เนื่องจากถูกสังคมคาดหวังให้เป็นตัวอย่างที่ดีแก่เยาวชน คัทลียาจึงสามารถเรียกร้องความสนใจจากสื่อทุกแขนงได้ แต่ควบคุมวิธีการนำเสนอของสื่อและการตีความของประชาชนไม่ได้ ทำให้การแถลงข่าวเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์กลับยิ่งเป็นการทำลายภาพลักษณ์ให้เสียหายมากขึ้นไปอีก

กรณีการแถลงข่าวตั้งครุฑของคัทลียานี้สะท้อนให้เห็นว่าบุคคลสาธารณะกับสื่อต่างเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ถึงแม้ว่าการนำเสนอข่าวกรณีนี้จะสร้างกระแสที่เป็นลบต่อตัวคัทลียามากกว่าจะเป็นผลดี แต่หากพิจารณาจากพื้นที่ในการนำเสนอข่าวก็ถือได้ว่าการแถลงข่าวครั้งนี้ประสบความสำเร็จ และสื่อเองก็สามารถขายข่าวได้

ขณะที่บุคคลสาธารณะอย่าง พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นอกจากจะใช้ความเป็นคนดังและการชูประเด็นที่ทำให้สื่อสนใจแล้ว ยังมีการใช้กลยุทธ์เพื่อยึดครองพื้นที่ข่าวได้อย่างเบ็ดเสร็จอีกด้วย โดยการนำเสนอรูปแบบเหตุการณ์ที่มีความแปลกใหม่ ด้วยการทำรายการเรียลิตี้โชว์สาริตการแก้ปัญหาความยากจน ที่ อ.อาจสามารถ จ.ร้อยเอ็ด ขึ้นมา ซึ่งนอกจากจะเป็นเหตุการณ์ที่แปลกใหม่ไม่เคยมีผู้นำประเทศที่ไหนทำมาก่อนแล้ว พ.ต.ท.ทักษิณ ยังมีการใช้กลยุทธ์เพื่อเรียกร้องความสนใจจากสื่ออย่างต่อเนื่องด้วยการทำกิจกรรมแบบชาวบ้านๆ และมี Action ที่สอดคล้องกับลักษณะภาพข่าวที่สื่อต้องการนำเสนอ เช่น พายเรือ นั่งรถอีแต่น ซี่รดจักรยานยนต์ และนั่งล้อมวงกินข้าวเหนียวกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นภาพที่ตรงข้ามกับชีวิตจริงที่ พ.ต.ท.ทักษิณเป็นผู้บริหารประเทศ อีกทั้งยังเป็นถึงมหาเศรษฐี ทำให้ภาพการใช้ชีวิตแบบชาวบ้านๆนี้เกิดความโดดเด่นขึ้นมา

ซึ่งจากทัศนะของ ภาคภูมิ ป่องภัย บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน วิเคราะห์รายการเรียลิตี้โชว์สาริตการแก้ปัญหาความยากจนว่า ทีมงานของ พ.ต.ท.ทักษิณ จับทิศทางการนำเสนอข่าวของสื่อถูก อีกทั้งยังมีอำนาจในการควบคุมสื่ออยู่ด้วย ทำให้ยึดครองพื้นที่สื่อได้อย่างต่อเนื่อง ชาวบ้านจึงเชื่อตามข่าวที่เห็นและทะเลาะแค้นให้ พ.ต.ท.ทักษิณ

ขณะที่การเป็นคนดังทำให้สามารถเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่แทบไม่ต้องมีองค์ประกอบข่าวด้านอื่นๆเลยก็ได้ ซึ่งตรงข้ามกับการเป็นปัจเจกบุคคลซึ่งไม่ใช่บุคคลสาธารณะ แม้จะชูประเด็นที่มีความสำคัญแต่ก็มักไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมากนัก แหล่งข่าวเหล่านี้จึงต้องมีการใช้กลยุทธ์โดยสร้างหรือเน้นองค์ประกอบข่าวที่หนังสือพิมพ์สนใจให้เด่นขึ้นมา

ดังเช่นกรณีการทุบรถยนต์ฮอนด้า รุ่น CRV ของนางสาวเดือนเพ็ญ ศิลากษ ซึ่งมีการใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ด้วยการสร้างเหตุการณ์ที่แปลกใหม่ ไม่เคยมีใครเคยทำมาก่อน โดยนางสาวเดือนเพ็ญใช้กลยุทธ์เพื่อเรียกร้องความสนใจจากสื่อด้วยการใช้ค้อนปอนด์และพลั่วทุบรถยนต์มูลค่ากว่า 1 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประจานความไม่รับผิดชอบของบริษัทฮอนด้า และต้องการให้คนในสังคมเล็งสนับสุนนรถยนต์ยี่ห้อนี้

สุชิน ดิยวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ชี้ให้เห็นว่าการทุบรถประท้วงเป็นเรื่องที่เพิ่งเคยเกิดขึ้นครั้งแรก เป็นเหตุการณ์ร้ายแรง มีผลกระทบต่อความรู้สึกของคนที่ใช้รถ มีความแปลกใหม่ มีความรุนแรง เป็นข่าวที่คนสนใจ สื่อจึงนำเสนอเป็นข่าวหน้า 1

กลยุทธ์การทุบรถของนางสาวเดือนเพ็ญจึงเป็นการเพิ่มองค์ประกอบข่าวให้มีสีสันและทำให้เหตุการณ์มีความเด่นมากยิ่งขึ้น หนังสือพิมพ์ทั้งประเภทเน้นปริมาณอย่างไทยรัฐและเน้นคุณภาพอย่างมติชนจึงสามารถนำเสนอข่าวนี้นี้ในหน้า 1 ได้ทั้งในฐานะของข่าวที่ขายได้และข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การนำเสนอข่าวนี้นี้จึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนในวงกว้าง ทำให้บริษัทฮอนด้าต้องทำตามข้อเรียกร้องของ น.ส.เดือนเพ็ญเพื่อยุติข่าว และกอบกู้ภาพลักษณ์ ทำให้ประเด็นปัญหาของ น.ส.เดือนเพ็ญ ถูกแก้ไขแทบจะในทันทีที่สื่อเสนอข่าวออกไป

นอกจากนี้แหล่งข่าวที่ต้องการเป็นข่าวยังมีการใช้สัญญาะในการเรียกร้องความสนใจจากสื่อให้นำเสนอข่าวอีกด้วย เช่นกรณีการทำบ้านเป็นสีดำนางรัตนา สัจเทพ

ผศ.รุจน์ โกมลบุตร อาจารย์ประจำภาควิชาสิ่งพิมพ์และหนังสือพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ให้ความเห็นถึงกรณีของนางรัตนาว่า เรียกร้องมาเป็น 10 ปีแต่ไม่เคยได้รับความสนใจ การทำบ้านสีดำจึงคล้ายกับเป็น Scenario เกือบจะสุดท้ายของนางรัตนาแล้ว ต้องทำสัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อให้สื่อสนใจ

สอดคล้องกับทัศนะของ ภาคภูมิ ป่องภัย บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน ที่สะท้อนให้เห็นว่า นางรัตนาต้องทำให้สื่อทุกฉบับสนใจ ด้วยการใช้กลยุทธ์สร้างความแปลกใหม่โดยการทำบ้านสีดำ และค่อยๆเพิ่มระดับความน่าสนใจของกิจกรรม จนกระทั่งสามารถเรียกร้องจนชนะได้

การเรียนรู้ว่าสื่อให้ความสนใจที่จะนำเสนอข่าวแบบไหน ทำให้นักวางแผนทางตลาดมีการปรับตัว และรู้จักใช้กลยุทธ์ในสร้างเหตุการณ์ให้สื่อสนใจมากขึ้น โดย ภาคภูมิ ป่องภัย บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน อธิบายว่านักการตลาดปรับตัวโดยหยิบเอาคุณค่าข่าวขึ้นมาเป็นหลักแล้วดูว่าลักษณะของสื่อแต่ละประเภทอยากได้ภาพหรือข่าวแบบไหน ก็จะใช้เป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอ ยิ่งแปลก ยิ่งหวือหวา ยิ่ง Talk of the town ยิ่งถูกนำมาใช้บ่อยขึ้น ถึงจะหมิ่นเหม่ต่อการผิดกฎหมาย ทำแล้วถูกดำเนิน แต่ก็บรรลุเป้าหมายแล้วคือการได้เป็นข่าว

ดังเช่นในกรณีการสาธิตผลิตภัณฑ์ด้วยการเปลี่ยนหน้าอก ที่ทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงในสังคมนั้น แม้ว่าผู้จัดการสาธิตผลิตภัณฑ์จะให้เหตุผลว่าต้องเปลี่ยออกสาธิตเพราะต้องการให้เห็นสรรพคุณสินค้าจริงๆ ไม่ได้ต้องการกระทำอนาจารเพื่อให้เป็นข่าวดังแต่อย่างใด แต่การเชิญสื่อมาร่วมงานที่ชวนให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์เช่นนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้จัดงานสาธิตผลิตภัณฑ์ต้องการเรียกร้องความสนใจจากสื่อด้วยการสร้างองค์ประกอบข่าวในแง่ความแปลก ความขัดแย้ง องค์ประกอบทางเพศ ปุณชนสนใจ และความเด่นของคนดังที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้

สุชิน ตียวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ให้ความเห็นต่อกรณีนี้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่นักการตลาดใช้เพื่อให้สื่อสนใจ เพราะมีความแปลก เป็นเรื่องที่ปุณชนสนใจ อีกทั้งมีบุคคลสาธารณะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ด้วย แม้สื่อจะรู้เท่าทันว่าเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า แต่ก็ต้องนำเสนอข่าวเพราะมีองค์ประกอบข่าวที่น่าสนใจ

การเรียนรู้ว่าสื่อมักจะนำเสนอข่าวแบบไหน นอกจากจะเป็นช่องทางในการเข้าถึงพื้นที่ข่าวของนักการตลาดแล้ว ยังทำให้กลุ่มองค์กรหรือนักเคลื่อนไหวมีโอกาสในการพูดผ่านสื่อมากขึ้น ดังเช่นกรณีเครือข่ายประชาชนและองค์กร NGO ต่างๆ ที่เคลื่อนไหวเพื่อคัดค้านการเจรจา FTA ซึ่งต้องการใช้พื้นที่สื่อในการนำเสนอข้อมูลสู่กับฝ่ายคณะผู้เจรจาหรือฝ่ายรัฐบาลที่มีองค์ประกอบของตัวบุคคลที่มีความสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรีซึ่งมีโอกาสในการถูกนำเสนอข่าวได้มากกว่า ดังนั้นการจะแย่งชิงพื้นที่ข่าวให้ได้จึงต้องสร้างองค์ประกอบข่าวให้เหตุการณ์มีความเด่นเพื่อให้สื่อสนใจนำเสนอ

นางสาวกรรณิการ์ กิจติเวชกุล สมาชิกกลุ่มศึกษาเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA Watch) ผู้อยู่เบื้องหลังกลยุทธ์ที่เครือข่ายภาคประชาชนใช้ในการเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 อธิบายว่าการจะเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ได้ต้องเริ่มจากการให้ข้อมูลเบื้องต้นแก่สื่อและสาธารณะเพื่อทำความเข้าใจ และให้เห็นที่มาที่ไปของกระบวนการคัดค้าน ซึ่งขั้นตอนนี้ต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้และพัฒนาความคิดไปพร้อมๆ กัน จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนของการ Action เพื่อสร้างความสนใจให้สื่อนำเสนอ โดยมีการออกแบบให้ Action แต่ครั้งต้องมีเนื้อหาที่จะทำให้คนเข้าใจง่ายด้วย เพราะการปรากฏในหน้าข่าวมีความสำคัญและมีความหมายกับการออกมาเคลื่อนไหวแต่ครั้ง ดังนั้นหากไม่ถูกเสนอข่าวที่มีการลงรายละเอียด ก็ต้องเป็น Action ที่เห็นเพียงแค่ภาพข่าวก็สื่อให้คนเข้าใจได้

สุชิน ตียวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สรุปให้เห็นว่ากลยุทธ์ที่จะทำให้แหล่งข่าวเข้าถึงพื้นที่ข่าว 1 ของไทยรัฐได้นั้น คือจะต้องเป็นกลยุทธ์ที่มี Action ซึ่งเมื่อนำเสนอเป็นข่าวแล้วชาวบ้านให้ความสนใจ มีกระตือรือร้น มีประเด็นที่โดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับเหตุการณ์

ความสำคัญในแต่ละวัน และจะต้องมีความสอดคล้องกับการเป็นหนังสือพิมพ์อาชญากรรมของ
ไทยรัฐที่มองในแง่ความสำคัญของข่าวชายเป็นหลัก

ขณะที่ภาคภูมิ ป่องภัย บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน กล่าวถึงการใช้กล
ยุทธ์ของแหล่งข่าวเพื่อเข้าถึงพื้นที่ข่าว 1 ของมติชน ว่า คนที่ต้องการเป็นข่าวจะต้องมีคุณค่าเป็น
ข่าวถึงระดับที่สื่อตั้งเกณฑ์ไว้ ซึ่งต่อไปยังต้องใช้กลยุทธ์ที่ซับซ้อนเพื่อให้เป็นข่าวมากขึ้น แต่อย่างไร
ก็ตามการจะเป็นข่าวได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับคนที่ทำข่าว ไม่ได้อยู่ที่คนที่ต้องการจะเป็นข่าว เพราะประเด็น
ของแหล่งข่าวที่ไม่ใช่บุคคลสาธารณะมักมีพลังในตัว เพียงแต่ว่าสื่อจะไปหาหรือไปหยิบมาได้
เมื่อไหร่ ขึ้นอยู่กับผู้ผลิตหรือคนทำงานสื่อที่จะขวนขวายหาหรือไม่ หรือปล่อยให้พวก Agency
ปล่อยให้คนสาธารณะดึงเอาพื้นที่ข่าวหน้า 1 ไปหมด ถ้าคนทำตระหนักหรือเท่าทันแล้วก็จะเห็นคุณ
ค่าของคนขายขอบหรือว่าคนตัวเล็กๆ จะช่วยให้คนที่ไม่มีโอกาสได้มีโอกาสเป็นข่าวหน้า 1 มากขึ้น
ได้

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้เลือกอภิปรายผลการวิจัยในบางประเด็น ดังนี้

1. กลยุทธ์ในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าว

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและสัมภาษณ์เชิงลึกแหล่งข่าว นักวิชาชีพ และนักวิชาการวารสาร
ศาสตร์ พบว่า การรายงานข่าวหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชนมีการใช้องค์ประกอบข่าว
เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือก โดยแต่ละกรณีข่าวไทยรัฐและมติชนมีการพิจารณาจากองค์ประกอบข่าว
ที่คล้ายคลึงกัน

ดังเช่นกรณีการทุบรถยนต์ฮอนด้า รุ่น CRV ของนางสาวเดือนเพ็ญ ศิลาเกษ ซึ่งจากการ
สัมภาษณ์ สุชิน ตียวัฒน์ หัวหน้าข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และ ภาคภูมิ ป่องภัย
บรรณาธิการข่าวหน้า 1 หนังสือพิมพ์มติชน ต่างก็ระบุตรงกันว่ากรณีนี้มีองค์ประกอบข่าวที่สำคัญ
คือความแปลกใหม่ มีความรุนแรง และมีผลกระทบในวงกว้าง จึงเห็นว่ามีค่าและมีความสำคัญและมี
ลักษณะของข่าวที่น่าเสนอเป็นข่าวใหญ่ได้

สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนิตา แสนคำ (2543) เรื่อง “ดุลยพินิจในการคัดเลือกข่าว
หน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน” ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าข่าวมีอิทธิพลมากที่สุดต่อดุลยพินิจใน
การคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่ง

ขณะที่บุคคลสาธารณะมีโอกาสในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ได้มากกว่าคนธรรมดาทั่วไป ดัง
เช่น Galtang & Ruge (1965 อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 205-206)
ชี้ว่า ข่าวจะต้องไม่เป็นเรื่องของคนธรรมดาสามัญที่ไม่ใช่ชนชั้นนำ ข่าวเกี่ยวกับบุคคลระดับสูงจะ

เป็นข่าวที่มีคุณค่าเสมอ เป็นข่าวใหญ่และได้รับการรายงานมาก และยิ่งเหตุการณ์นั้นมีผลลบมากเท่าใด โอกาสที่จะได้เป็นข่าวก็มีมากเช่นกัน

ดังนั้นในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณค่าข่าวในตัวเองคือไม่ใช่คนดังหรือคนสำคัญในสังคม จึงต้องออกแบบกลยุทธ์ให้มืองค์ประกอบข่าวที่หนังสือพิมพ์สนใจ ดังเช่นกรณีการทุบรถของนางสาวเดือนเพ็ญ ศิลาเกษ และการทาบ่านสีดำของนางรัตนา สัจจเทพ ซึ่งเห็นตรงกันว่าประเด็นปัญหาอย่างเดียวไม่สามารถทำให้สื่อสนใจเสนอข่าวได้ จึงต้องใช้วิธีการที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนเพื่อให้เป็นข่าว

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shoemaker, Chang และ Brendling (1987 อ้างถึงในธนิตา แสนคำ, 2543 : 24-25) ที่พบว่ามีความเบี่ยงเบน 3 ลักษณะที่เป็นปัจจัยให้เหตุการณ์ถูกคัดเลือกมาเป็นข่าว คือ ความเบี่ยงเบนทางสถิติ (Statistical deviance) ความเบี่ยงเบนทางการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Potential for social change deviance) และความเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐาน (Normative) โดยมีคุณค่าข่าว 4 ลักษณะที่จัดอยู่ในประเภทความเบี่ยงเบน ได้แก่ ความแปลก ความขัดแย้ง ความสะท้อนอารมณ์ และความเด่น

อย่างไรก็ตาม Herbert J. Gans (1979, อ้างถึงใน รุ่งนภา เขี่ยมงามทรัพย์, 2545 : 20-22) ชี้ให้เห็นว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีอำนาจหรือไม่มีความใกล้ชิดกับนักข่าวนั้นจะเป็นข่าวได้ต้องรู้วิธีที่จะติดต่อกับนักข่าวด้วย เพราะนักข่าวมักจะสนใจหาข้อมูลจากแหล่งข่าวที่มีอำนาจหรือมีความคุ้นเคยกันมากกว่าแหล่งข่าวที่ไกลตัวและคาดเดาไม่ได้ว่าจะให้ข้อมูลอะไร ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ประชาชนต้องอาศัยการก่อความไม่สงบหรือสร้างเหตุการณ์ข่าวในการเข้าถึงนักข่าว และชาวบ้านที่ไม่มีโอกาสในการเข้าถึงพื้นที่สื่อเพราะไม่ใช่บุคคลสำคัญ อีกทั้งไม่รู้วิธีที่จะเรียกร้องความสนใจจากนักข่าวก็ยิ่งหมดหนทางที่จะเข้าถึงพื้นที่สื่อได้

2. วิธีการนำเสนอข่าวของสื่อ

จากการวิเคราะห์เนื้อหา โดยพิจารณาจากแง่มุมและวิธีการนำเสนอที่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชนใช้รายงานข่าว พบว่า หนังสือพิมพ์ 2 ประเภทนี้มีการจัดลำดับความสำคัญของข่าวในแต่ละกรณีที่แตกต่างกัน โดยไทยรัฐจะให้พื้นที่และนำเสนอข่าวที่มีองค์ประกอบข่าวที่เป็นบุคคลสาธารณะและเป็นข่าวที่เร้าอารมณ์ในปริมาณที่มากกว่ามติชน เช่น กรณีข่าวหม่อม คัทลียา ตั้งครุฑฯ ขณะที่มติชนจะจัดวางระฆังข่าวสารให้กับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคมมากกว่า เช่น การชุมนุมคัดค้าน FTA ที่ จ.เชียงใหม่

ซึ่งสอดคล้องกับการแบ่งประเภทหนังสือพิมพ์ของพีระ จิรโสภณ (2528 : 191-192) ที่แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์แนวคุณภาพจะนำเสนอเนื้อหาเน้นข่าวที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆได้ เช่น ข้อมูลในการตัดสินใจ วิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น ขณะที่หนังสือพิมพ์ปริมาณ มีวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการเสนอข่าว

ประเภทเร้าอารมณ์ผู้อ่าน (Sensation) ดึงดูดความสนใจโดยการพาดหัวข่าวตัวโต มีรูปภาพประกอบข่าวมากมาย รูปแบบการเขียนเต็มไปด้วยสีสันจินตนาการ

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวยังพบว่าการประกอบสร้างความหมายผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่องและสัญลักษณ์ที่ปรากฏในข่าว พบว่าไทยรัฐและมติชนประกอบสร้างความหมายให้กับข่าวที่คล้ายคลึงกัน เช่น กรณีการเปลี่ยออกสาริตสินค้า ที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทประกอบสร้างให้เป็นความผิดร้ายแรงในสังคมไทย ขณะที่กรณีของแฮมม-คัทเลีย ไทยรัฐและมติชนประกอบสร้างความหมายให้แตกต่างกัน คือไทยรัฐสร้างความหมายให้ว่าคัทเลียกำลังมีความสุข แต่มติชนสร้างความหมายให้เหตุการณ์นี้ว่าเป็นการกลบเกลื่อนความทุกข์ของนางเอกสาวที่ถูกมัลล้อมไปด้วยปัญหา หรือกรณีการคัดค้าน FTA ซึ่งไทยรัฐให้ความสำคัญกับแหล่งข่าวฝ่ายรัฐบาลมากกว่าฝ่ายผู้คัดค้าน ขณะที่มติชนแสดงจุดยืนเดียวกับฝ่ายคัดค้าน ทำให้มีการประกอบสร้างความหมายที่แตกต่างกันไปแม้จะเป็นข่าวกรณีเดียวกันก็ตาม

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนา ประยูรรักษ์ (2545) เรื่อง การประกอบสร้างความหมายจริง และการตัดสินผู้ตกเป็นข่าวด้วยการเล่าเรื่องในหนังสือพิมพ์ ที่พบว่าการนำเสนอข่าวทำให้เกิดการประกอบสร้างความจริงได้ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าว ธรรมเนียมปฏิบัติในการนำเสนอข่าว การอิงอยู่กับแหล่งข่าวเพียงไม่กี่แหล่ง และปัจจัยเชิงวารสารศาสตร์อื่นๆแล้วแต่กรณี

3. ผลต่อเนื่องจากการเสนอข่าว

จากการวิจัย พบว่า การที่แหล่งข่าวไม่สามารถควบคุมทิศทางการทำงานของสื่อได้ จึงทำให้ผลต่อเนื่องจากการเป็นข่าวไม่เป็นไปอย่างที่แหล่งข่าวคาดหวังไว้ก็ได้ เช่นในการแถลงข่าวเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์ของแฮมม-คัทเลียที่พยายามสร้างหรือช่วงชิงพื้นที่ในการให้ความหมายเพื่อจะอธิบายตัวตนในขณะนั้นว่าการตั้งครมเป็นข่าวดี และไม่ได้ทำอะไรผิด และต้องการให้ทุกคนยินดีกับตนด้วย แต่กระแสตอบรับจากสังคมกลับบ่งชี้ว่าการแถลงข่าวทำให้ภาพลักษณ์ของคัทเลียเป็นลบมากขึ้น ดังนั้นภายหลังจากการแถลงข่าวคัทเลียจึงต้องหันมาสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่สำนึกผิดและนำเสนอสาร เพื่อเป็นการเปิดช่องทางให้ตัวเองได้สามารถกลับคืนสู่สังคมในความหมายใหม่ได้อีกครั้ง

ซึ่ง Goffman, E. (อ้างถึงใน ฟารีดา เตชะวรินทร์เลิศ, 2548 : 21) อธิบายไว้ว่า ประชาชนจะทำการตีความสิ่งที่เกิดขึ้นรอบโลกผ่านกรอบ หรือแบบแผนการตีความที่พวกเขา มี ช่วยให้คุณสามารถวางตำแหน่ง (Locate) ระบุ แยกแยะ (Identity) หรือให้ชื่อ (Label) กับเหตุการณ์นั้นได้ ซึ่งแต่ละคนจะมีการมองที่แตกต่างกันออกไป เพราะมีกรอบอ้างอิงที่แตกต่างกัน ดังนั้นกรณีของคัทเลียจึงเกิดจากการที่เนื้อหาสารไม่เข้ากับระบบความเชื่อของผู้รับสาร ทำให้การตีความของประชาชนผู้รับสารที่ไม่ตรงกับสิ่งที่คัทเลียคาดคิดไว้

แต่ในกรณีการเสนอข่าวการสาธิตผลิตภัณฑ์กระชับทรงอก ที่ถึงแม้ว่ากระแสวิพากษ์วิจารณ์จะเป็นลบ แต่ยอดจำหน่ายสินค้ากลับสูงเกินกว่าที่เจ้าของสินค้าได้ตั้งเป้าไว้ ซึ่งสื่อเองก็รู้เท่าทันดีว่าข่าวในลักษณะเช่นนี้เป็นการสร้างความอื้อฉาวเพื่อให้เป็นกระแสร้อนแรงในสังคมให้คนจดจำสินค้าได้ แต่สื่อก็นำเสนออย่างหือหวาจนสินค้านี้โด่งดังในชั่วข้ามคืน พื้นที่ข่าวหน้า 1 จึงเป็นพื้นที่ที่มีอิทธิพลต่อสาธารณชนอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตามแม้จะควบคุมทิศทางการนำเสนอข่าวไม่ได้ แต่พื้นที่ข่าวหน้า 1 ยังคงเป็นพื้นที่ที่ก่อให้เกิดกระบวนการต่อสู้และต่อต้านการครอบงำอยู่ด้วยเสมอ ดังเช่นกรณีการทุบรถยนต์ฮอนด้า รุ่น CRV ของนางสาวเดือนเพ็ญซึ่งดัดรนต่อสู้เพื่อแย่งชิงพื้นที่ในการให้คำนิยามการเป็นผู้บริโภคแบบใหม่ เพราะการที่บริษัทฮอนด้าไม่ยอมให้ลูกค้าต่อรองได้ เป็นการมองว่าลูกค้าไร้ตัวตน เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจในลักษณะของการครอบงำเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตัวเองไว้และลดทอนสิ่งที่ผู้บริโภคจะกระทำได้ การทุบรถจึงเกิดจากความอัดอัดกับความหมายเดิมๆ ที่ผู้บริโภคเป็นฝ่ายถูกกระทำมาโดยตลอด ไม่สามารถต่อรองอะไรได้ จึงใช้พื้นที่ข่าวเป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ในการสร้างความหมายของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคมีตัวตน มีสิทธิ และมีอำนาจที่จะต่อรองได้โดยใช้การประท้วงประจักษ์เป็นการสร้างเงื่อนไขให้ผู้ผลิตสินค้าจะต้องยอมรับ

ขณะที่การต่อสู้ของนางรัตนาด้วยการทาบ่านเป็นสีดำก็เป็นความพยายามที่จะแย่งชิงพื้นที่สื่อเพื่อผลักดันประเด็นปัญหาส่วนตัวให้เป็นประเด็นสาธารณะ เพราะการขัดแย้งกับหน่วยงานราชการและผู้มีอิทธิพล ทำให้นางรัตนาถูกลดทอนความเป็นมนุษย์ ไม่มีอำนาจที่จะลุกขึ้นมาตอบโต้ ไม่มีแม้แต่พื้นที่ที่จะแสดงตัวตนเพื่อต่อสู้ต่อรอง จึงต้องอาศัยพลังอำนาจในรูปแบบของกระแสสังคมและการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ช่วยให้การเคลื่อนไหวของนางรัตนามีความหมายมากขึ้น จนกระทั่งได้รับการเยียวยาและแก้ปัญหาให้ในที่สุด

สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง "การร้องทุกข์ผ่านสื่อมวลชนในช่วงเปลี่ยนผ่านคณะรัฐบาลจากรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ สู่อำนาจนายอานันท์ ปันยารชุน (พฤศจิกายน 2533-พฤษภาคม 2534)" โดย กฤษณ์ ทองเลิศ (2535) ที่พบว่า ผลกระทบจากการนำเสนอเรื่องร้องทุกข์ผ่านสื่อมวลชนนั้น ส่วนหนึ่งได้รับการตอบกลับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของพฤติกรรม เช่น การเร่งลงมือปฏิบัติตามคำร้องทุกข์ การหยุดยั้งการกระทำที่ก่อให้เกิดความทุกข์ ขณะที่บางกรณีพบว่าเป็นเรื่องที่ไม่มีความจริง ทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งในสังคมได้ (Social Conflict) ซึ่งมักเป็นกรณีของปัญหาการประพาศติมิชอบของเจ้าหน้าที่รัฐ

นอกจากนี้การกีดกันหรือผลักดันประชาชนให้อยู่นอกวงเจรจา FTA ซึ่งเป็นการใช้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ โดยที่กลุ่มผู้เจรจาพยายามอ้างว่าจะเป็นผู้รักษาผลประโยชน์ของชาติเอง ขณะที่กีดกันคนอื่น เช่น นักวิชาการ ส.ว. หรือ NGO ออกไป กระบวนการเคลื่อนไหวภาคประชาชนจึงต้องต่อสู้ต่อรองผ่านพื้นที่สื่อ เพื่อแย่งชิงการสร้างความหมายของการเจรจา FTA ขึ้นมาใหม่ เพราะ

การเปิดเขตการค้าเสรีส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตประชาชนทั่วประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การกีดกันการมีส่วนร่วมของประชาชนด้วยการให้สัมภาษณ์ว่าพวกที่ออกมาเคลื่อนไหวเป็นพวกก่อความไม่สงบ เป็นพวกมือที่ 3 เข้ามาสร้างสถานการณ์ เป็นการพยายามตีปิดป้ายให้การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนหมดพื้นที่ยืน

สอดคล้องกับแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเป็นพื้นที่สาธารณะที่ก่อให้เกิดการต่อสู้ต่อรองทางอุดมการณ์ (Ideology struggle) เพื่อต่อต้านการครอบงำทางความคิดของชนชั้นผู้มีอำนาจในสังคม ตามแนวคิดของกลุ่ม Hegemonic Theory of Media (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) ที่นำเอามาใช้ได้ 2 ประเด็นหลัก คือ Political hegemony อันหมายถึงความถึงการสถาปนาระบบการเมืองระบบหนึ่งให้กลายเป็นระบบหลักของสังคม และทำให้รูปแบบอื่นๆ ถูกถือว่าไม่มีความชอบธรรม ส่วน Cultural hegemony เปลี่ยนมิติมาเป็นด้านวัฒนธรรม อันหมายถึงการสถาปนาระบบความคิด ระบบอุดมการณ์ ระบบวัฒนธรรมอันหนึ่งให้เป็นระบบคิดหลักและวัฒนธรรมหลักของสังคม และกีดกันระบบคิดอื่นๆ วัฒนธรรมแบบอื่นๆ ให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่ชอบธรรมไป ซึ่งกลยุทธ์ของการ hegemony นี้ก่อให้เกิดกระบวนการต่อสู้และต่อต้านการครอบงำอยู่ด้วยเสมอ

และไม่ว่าสื่อจะนำเสนอข่าวอย่างรู้เท่าทันแหล่งข่าวหรือไม่ แต่การได้ปรากฏเป็นข่าวในหลายๆ กรณี แหล่งข่าวก็ถือว่าประสบความสำเร็จในการสร้างกระแสข่าวแล้ว เช่นในรายการเรียลิตี้โชว์ที่อำเภออาจสามารถนั้น สิ่งที่ พ.ต.ท.ทักษิณ ต้องการจะสื่อสารจากการลงไปใช้ชีวิตติดดินร่วมกับชาวบ้านนั้นคือความพยายามที่จะตอกย้ำภาพลักษณ์ผู้นำประเทศที่เข้าถึงประชาชนทุกระดับ เพื่อไม่ให้ภาพลักษณ์การเป็นมหาเศรษฐีหรือแม้กระทั่งภาพของนักธุรกิจทำให้เข้าไม่ถึงชาวบ้านที่เป็นรากหญ้า บุคลิกลักษณะของการเป็นผู้นำแบบประชานิยมจึงต้องปรับเปลี่ยนให้ถูกใจประชาชนได้ทุกกลุ่ม เป็นการหวังผลเพียงแค่การได้ยึดพื้นที่สื่อและให้ได้ประชาสัมพันธ์ตัวเองในช่วงที่ใกล้เลือกตั้ง

วิธีแก้ปัญหาคือไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ได้จึงไม่ใช่แค่การเรียนรู้ของประชาชนที่จะต้องรู้จักเล่นตามเกมของสื่อ เพราะสุดท้ายแล้วพื้นที่ข่าวหน้า 1 ก็จะเป็นเพียงพื้นที่ที่ให้คนเข้ามาแข่งขันกันด้วยรูปแบบที่หวือหวาแปลกใหม่ การเปิดพื้นที่สื่อให้กับประเด็นและแง่มุมที่หลากหลายจึงเป็นเรื่องที่นายประจักษ์วารหรือองค์กรสื่อจะต้องปรับวิธีคิดและปรับตัวให้ภาคประชาชน นักวิชาการ คนด้อยโอกาส คนธรรมดาทั่วไป ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการถูกพูดถึงในข่าวมากขึ้น โดยที่ตัวคนทำข่าวเองต้องตระหนักและเห็นคุณค่าของคนชายขอบหรือคนที่ไม่มีโอกาสได้มีโอกาสเป็นข่าวหน้า 1 มากขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อการทำหน้าที่ของสื่อ

1. หนังสือพิมพ์ควรเปิดพื้นที่ให้ข่าวสารสาธารณะจากทุกสถานที่และทุกบุคคลได้เปิดเผยสู่สาธารณชนอย่างกว้างขวางเท่าที่จะสามารถทำได้
2. หนังสือพิมพ์ควรปรับเปลี่ยนทัศนคติในการนำเสนอข่าว โดยควรเปิดมุมมองให้กับประชาชนด้วยการชูประเด็นข่าวที่เป็นประโยชน์มากขึ้น
3. หนังสือพิมพ์ควรใช้แหล่งข่าวบุคคลที่หลากหลายเพื่อให้ประเด็นข่าวมีหลายมิติมากขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งข่าวบางกลุ่ม คือนักวางแผนทางการตลาดและบุคคลสาธารณะ ทำให้ไม่สามารถนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการวางแผนในการเข้าถึงพื้นที่สื่อของแหล่งข่าวได้อย่างครบถ้วน และกรณีศึกษาที่เลือกมา 6 กรณีนี้เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลา 1 ปี 1 เดือน ทำให้ไม่สามารถนำเสนอปรากฏการณ์การใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงพื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวได้อย่างครอบคลุมครบถ้วน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อแจกแจงรูปแบบกลยุทธ์ที่ถูกนำเสนอเป็นข่าวหน้า 1 มากที่สุด พร้อมศึกษาวิเคราะห์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น
2. ควรมีการศึกษาการรับรู้ของผู้อ่านข่าวว่ามีทัศนคติต่อปรากฏการณ์การใช้กลยุทธ์ในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวนี้อย่างไร
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอข่าวที่เกิดจากการใช้กลยุทธ์ในการใช้พื้นที่ข่าวหน้า 1 ของแหล่งข่าวในสื่อประเภทอื่นๆ ด้วย
4. ควรศึกษาถึงการมีโอกาสในการใช้พื้นที่สาธารณะจากหนังสือพิมพ์ในกรณีอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น การแสดงความคิดเห็น การร้องเรียน การให้ข้อมูลความรู้ ฯลฯ