

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในฐานะเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมที่ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีคุณลักษณะเชื่อมต่อสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ คือ สามารถตอบสนองความต้องการสื่อสารในทุกขณะเวลาและทุกสถานที่ ในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องมือในการพูดคุย ติดต่อกันเท่านั้น หากแต่ยังได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย ดังนั้น องค์กรสื่อมวลชนในฐานะผู้กระจายข่าวสารก็ได้สนองตอบความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดังกล่าว ด้วยการสร้างทางเลือกใหม่ในการบริโภคข่าวสารให้แก่ประชาชน โดยการเพิ่มการรายงานข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสารของคนในสังคม

แนวคิด ทฤษฎี ที่ได้นำมาประมวลเพื่อเป็นกรอบแนวทางในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมข่าวสาร
2. ทฤษฎีองค์กร
 - 2.1 ทฤษฎีองค์กรสื่อมวลชน
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย
3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว
 - 3.1 แนวคิดนายทวารข่าวสาร
4. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร
5. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
6. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication technology determinism)
7. แนวคิดเกี่ยวกับเอสเอ็มเอส
8. แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมข่าวสาร

Schement and Lievrouw (อ้างถึงใน ศศิธร อิทธานูเวคิน, 2538) กล่าวว่า เนื้อหา (Content) ของชีวิตทางสังคมในยุคสังคมข่าวสารนั้นได้เปลี่ยนไป โดยข่าวสารและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญ ในขณะที่สิ่งแวดล้อมบริบท (Context) ของชีวิตในสังคมข่าวสารยังคงเป็นแบบทุนนิยมและอุตสาหกรรมอยู่เช่นเดิม เนื่องจากสังคมอุตสาหกรรมนั้นมีลักษณะเด่นอยู่ที่ การคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล การแบ่งงานกันทำและการจัดองค์กรในรูปแบบบริษัทต่างๆ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของลักษณะสังคมทั้ง 3 ประเภtdังกล่าว ก็ล้วนแต่เพื่อเป็นการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์เท่านั้นเอง สิ่งเหล่านี้ถือเป็นตัวที่สำคัญว่า แท้จริงแล้วสังคมข่าวสาร ก็เป็นความสมบูรณ์แบบขั้นสูงสุดของทุนนิยมตามสโตลซ์ของการอุตสาหกรรม หาใช่สิ่งใหม่หรือเป็การปฏิวัติในรูปแบบของการจัดระเบียบสังคมแต่อย่างใดไม่ สังคมทุกอย่างต้องมีและใช้ข่าวสาร แต่สังคมข่าวสารเป็นสังคมใหม่ที่เกิดขึ้นเมื่อข่าวสารได้กลายเป็นธุรกิจสำคัญ หรือมีกิจกรรมเป็นเครือข่ายครอบงำความคิดของคนจำนวนมากในสังคม

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของสังคมข่าวสาร คือ ปริมาณและระดับการไหลเวียนของข่าวสารสูงมาก ปริมาณและระดับการเคลื่อนไหวของข่าวสารสูงอย่างนี้ สะท้อนความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมไปพร้อมกัน (อนุช อาภาภิรม, 2534)

Alvin Toffler (อ้างถึงใน ศศิธร อิทธานูเวคิน, 2538) ผู้แต่งหนังสือเรื่อง The Third Wave ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสังคมด้วยวิธีการเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสังคมเหมือนกับคลื่นที่ติดต่อกันมา Toffler เน้นในส่วนที่เกี่ยวกับความต่อเนื่องทางประวัติศาสตร์ ก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเกษตรกรรมหรือทางสังคมเกษตรกรรม โดย Toffler (1980) ได้แบ่งยุคเทคโนโลยีการสื่อสารเป็น 3 ยุค ดังต่อไปนี้

คลื่นลูกที่ 1 คือ การปฏิวัติทางเกษตรกรรม นับตั้งแต่ประมาณ 8,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึง ค.ศ.1750 เทคโนโลยียุคนี้เป็นเครื่องทุ่นแรงง่าย ๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของกล้ามเนื้อ สำหรับการสื่อสารในยุคนี้ยังมีลักษณะเป็นการพูดด้วยวาจาและติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เนื้อหาของข่าวสารจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน, คำสั่งสอนอบรมของพ่อแม่, ผู้นำหมู่บ้าน

คลื่นลูกที่ 2 คือ ยุคอารยธรรมอุตสาหกรรม เริ่มตั้งแต่ ค.ศ.1750 ถึง ค.ศ.1950 เทคโนโลยีในช่วงนี้ได้รับการพัฒนาให้เจริญยิ่งขึ้น มีเครื่องอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

เกิดระบบเครื่องจักรที่สามารถผ่อนแรงและสามารถทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างมาก เกิดระบบ Mass Production ในยุคนี้เป็นจุดกำเนิดของสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, วิทยุและโทรทัศน์ จึงช่วยให้มีช่องทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารมวลชนสามารถผ่านกำแพงที่เป็นเครื่องกีดขวางในแง่ของระยะทาง, เวลา, ชาติพันธุ์และชนบทรรมนิยมประเพณี ทำให้เกิดวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ขึ้น

คลื่นลูกที่ 3 คือ อารยธรรมเทคโนโลยีระดับสูง เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ.1950 เป็นต้นมา ซึ่งใช้เวลาเพื่อการพัฒนาเพียงระยะสั้น เทคโนโลยีได้พัฒนาเข้าสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการพัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีขนาดเล็กและราคาถูกลง สามารถนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมและระดับบุคคล

ความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ, สังคม, การเมือง, การศึกษาและวัฒนธรรม ทำให้เกิดความต้องการ "ข่าวสาร" อย่างมากมายในทุกวงการ

นอกจากนี้ Toffler (1990) ได้กล่าวถึง การสื่อสารในยุคคลื่นลูกที่ 3 ไว้ในหนังสืออำนาจใหม่ (Power Shift) ว่า สื่อมวลชนแบบใหม่ต้องมีความสามารถจะรองรับข้อมูลสารสนเทศได้ในปริมาณมาก ทั้งจะต้องส่งผ่านและแปรรูปข้อมูลได้ในอัตราเร็วสูง สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะโครงสร้างพื้นฐานทางอิเล็กทรอนิกส์ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. มีคุณสมบัติด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interactive) หมายถึง การที่ผู้รับสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับข่าวสารที่ได้รับ เช่น การสื่อสารผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า Telecomputer ซึ่งเป็นเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีคุณสมบัติด้านปฏิกิริยาตอบสนองและเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย

2. มีความสามารถเคลื่อนที่ได้ (Mobility) หมายถึง ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นลักษณะเด่นของสื่อแบบใหม่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่, คอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าหิ้ว ซึ่งผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารจากที่ไหนก็ได้

3. ความสามารถเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility) หมายถึง การที่เทคโนโลยีเพียงชิ้นเดียวแต่สามารถใช้เป็นสิ่งต่าง ๆ ได้ เช่น คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์และระบบโทรคมนาคม ถูกรวมอยู่ในอุปกรณ์เพียงชิ้นเดียว

4. ความสามารถเชื่อมต่อกันได้ (Connectivity) หมายถึง ความสามารถที่จะเชื่อมต่อกันได้ระหว่างสื่อ หรือเครื่องมือสื่อสารชนิดต่าง ๆ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา, สถานที่และระยะทาง

5. ความสามารถเข้าถึงได้ในทุก ๆ ที่ (Ubiquity) หมายถึง เนื่องจากระบบการสื่อสารแบบใหม่จะขยายตัวไปทั่วทุกมุมโลก และแผ่กระจายลงไปในทุกระดับของเศรษฐกิจและสังคมทำให้ไม่ว่าใครก็ตามสามารถเป็นเจ้าของอุปกรณ์การสื่อสารได้

6. มีลักษณะโลกาภิวัตน์ (Globalization) หมายถึง ระบบการสื่อสารแบบใหม่ก่อให้เกิดลักษณะเหมือนกันและมีผลกระทบถึงกันทั่วทั้งโลก

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้สื่อมวลชนในทุกแขนง ล้วนแล้วแต่พัฒนาและปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการข่าวสารของคนในสังคม ดังคำกล่าวที่ว่า "เรากำลังอยู่ในโลกของ Future Shock คือ โลกที่จะต้องอยู่โดยอาศัยคอมพิวเตอร์และเทเลคอมมิวนิเคชั่น ที่ผลิตงานได้อย่างน่ามหัศจรรย์ ทำให้โลกกลายเป็นยุคแห่งสังคมข่าวสาร" (Alvin Toffler อ้างถึงใน ศศิธร อิทธานูเวคิน, 2538)

ในยุคสังคมข่าวสาร สื่อมวลชนเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งรูปแบบของรายการ ลักษณะการใช้สื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดระบบการหาแหล่งข่าวในลักษณะเครือข่าย (Network) ไปทั่วโลก อุปกรณ์การสื่อสารใหม่ ๆ กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร, โทรสาร, วิทยุ, โทรศัพท์และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ล้วนแล้วแต่ถูกผลิตขึ้นเพื่อลดข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ คือ มีลักษณะเป็น Mobile สามารถเคลื่อนที่ได้ จึงทำให้อุปสรรคของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นได้ถูกขจัดออกไป

Alvin Toffler (1980) กล่าวว่า เรื่องที่ดูภายนอกเหมือนไม่มีอะไรเกี่ยวข้องกัน กลับกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เชื่อมโยงกันไปหมด การเปลี่ยนแปลงนี้เหมือนคลื่นกระหน่ำไปทั่ววงการสื่อสาร ตั้งแต่หนังสือพิมพ์, การกระจายเสียง, นิตยสารไปจนถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้รับผลกระทบ เครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ที่มีหลากหลายรูปแบบกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่จะเข้ามาทดแทนที่สื่อของสังคมในยุคคลื่นลูกที่สาม

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในงานวิจัย เนื่องจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสังคมข่าวสาร จะส่งผลให้มีความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในฐานะที่เป็นช่องทางหนึ่งของการสื่อสารในยุคสังคมข่าวสารที่สามารถตอบสนองความต้องการเปิดรับข่าวสารได้ด้วยความเร็ว ฉับไว และยังสามารถเข้าถึงผู้รับได้โดยตรงอีกด้วย โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีลักษณะเด่น คือ มีความสามารถในการเคลื่อนที่ (Mobility) ทำให้ผู้ใช้สามารถพกพาติดตัวไปได้ในทุกสถานที่ทำให้ไม่พลาดข่าวสารไม่ว่าจะอยู่จุดใดของโลก

2. ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)

Breed (อ้างถึงใน พรสุรีย์ ธนะศรีสีบวงส์, 2535) ได้วิเคราะห์ไว้ในการศึกษาเรื่อง Social Control in the News room : A Functional Analysis ว่า การแบ่งงานกันทำ โครงสร้าง เป้าหมาย และนโยบายขององค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดกฎเกณฑ์การทำงาน ให้สมาชิกภายในองค์กรนั้น ๆ ปฏิบัติตาม

ทฤษฎีองค์กรเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผน เพื่อสนองตอบกับการแก้ปัญหาความเสื่อมถอยและล่มสลายขององค์กร เนื่องจากองค์กรต้องดำเนินการอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีสมมติฐานว่าหากปล่อยให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยไม่มีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดแล้ว องค์กรย่อมเสื่อมสลายไปในที่สุด ดังนั้น ลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิธีในการจัดองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อให้เหมาะสมและเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อม รวมทั้งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ (กิตติพงศ์ ไทยเจริญ, 2541)

ในเศรษฐกิจแบบทุนนิยมโอกาสของการอยู่รอดและการเจริญเติบโตของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการรักษาและเพิ่มผลกำไร ดังนั้น อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งการปรับตัวของอุตสาหกรรมสื่อมวลชนมีลักษณะ ดังนี้ (ศศิญา วิจิตรจามรี, 2538)

1. การเติบโตแบบรวมตัว (Integration) เป็นการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่อัตราส่วนกำไรที่สูงขึ้น การขยายตัวของธุรกิจสื่อมวลชนแบบรวมตัวมีอยู่ 2 วิธี คือ

1.1 การรวมตัวตามแนวนอน (Horizontal Integration) หมายถึง การที่ธุรกิจสื่อมวลชนแบบใดแบบหนึ่งเข้าไปเป็นเจ้าของธุรกิจในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมากหรือเป็นการรวมกลุ่มผู้ผลิตที่มีกิจการใกล้เคียงกัน โดยใช้วิธีรวมกิจการ (Merge) หรือควบกิจการ (Take over) หรือการเปิดกิจการใหม่ขึ้น ทำให้สามารถขยายกิจการकुส่วนแบ่งในตลาดของสื่อแต่ละประเภทได้มากขึ้น

1.2 การรวมตัวในแนวตั้ง (Vertical Integration) หมายถึง การรวมกิจการหรือธุรกิจที่เอื้ออำนวยต่อกันในลักษณะของธุรกิจครบวงจร เช่น บริษัทหนังสือพิมพ์ขยายตัวมาสู่การผลิตกระดาษหนังสือพิมพ์เองด้วย นั่นคือ การเข้าดำเนินการตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตสินค้าจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ทำให้เจ้าของกิจการสามารถควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนได้ตาม

ต้องการซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันกับคู่แข่งเพราะจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยถูกลง ทั้งยังสร้างความคล่องตัวในการปรับราคาในการแข่งขัน

2. การเติบโตแบบกระจายตัว (Diversification) หมายถึง การขยายตัวที่กระจายไปสู่ธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะใกล้เคียงกับธุรกิจสื่อสารมวลชนหรืออาจจะแตกต่างอย่างมากก็ได้ ซึ่งจะทำให้บริษัทเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อครอบคลุมทุกเป้าหมายในอนาคตและเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดอัตราการเสี่ยง โดยกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจหลาย ๆ ประเภทในเครือ ซึ่งมีโอกาสทำให้อะไรโดยรวบดียิ่งขึ้นและเป็นการเพิ่มรายได้จากทรัพยากรของบริษัทที่มีอยู่ เช่น หนังสือพิมพ์หลายฉบับได้ขยายบทบาทไปสู่สื่อกระจายเสียง เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงขององค์กรจะเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. แรงผลักดันจากภายนอกองค์กร ซึ่งหมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่องค์กรไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้หรือควบคุมได้น้อย แรงผลักดันจากภายนอกองค์กรที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมีดังนี้

1.1 ปัจจัยทางด้านการตลาดหรือการบริการ หมายถึง สินค้าและบริการต่างๆ ที่องค์กรผลิต, ประเภทลูกค้า, ขนาดและความซับซ้อนของตลาด, องค์กรคู่แข่ง

1.2 ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง เครื่องมือและความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งปัจจุบันได้มีความก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว

1.3 ปัจจัยทางด้านสังคม หมายถึง ค่านิยม, ทัศนคติ, วัฒนธรรมและความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนไป

1.4 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ, ภาวะเงินเฟ้อ

2. แรงผลักดันภายในองค์กร ซึ่งหมายถึง ปัจจัยที่เป็นผลสืบเนื่องจากกระบวนการต่างๆ ภายในองค์กรและพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ แต่ละครั้งที่มีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือปรับวัตถุประสงค์ใหม่ก็อาจจำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างขององค์กรใหม่

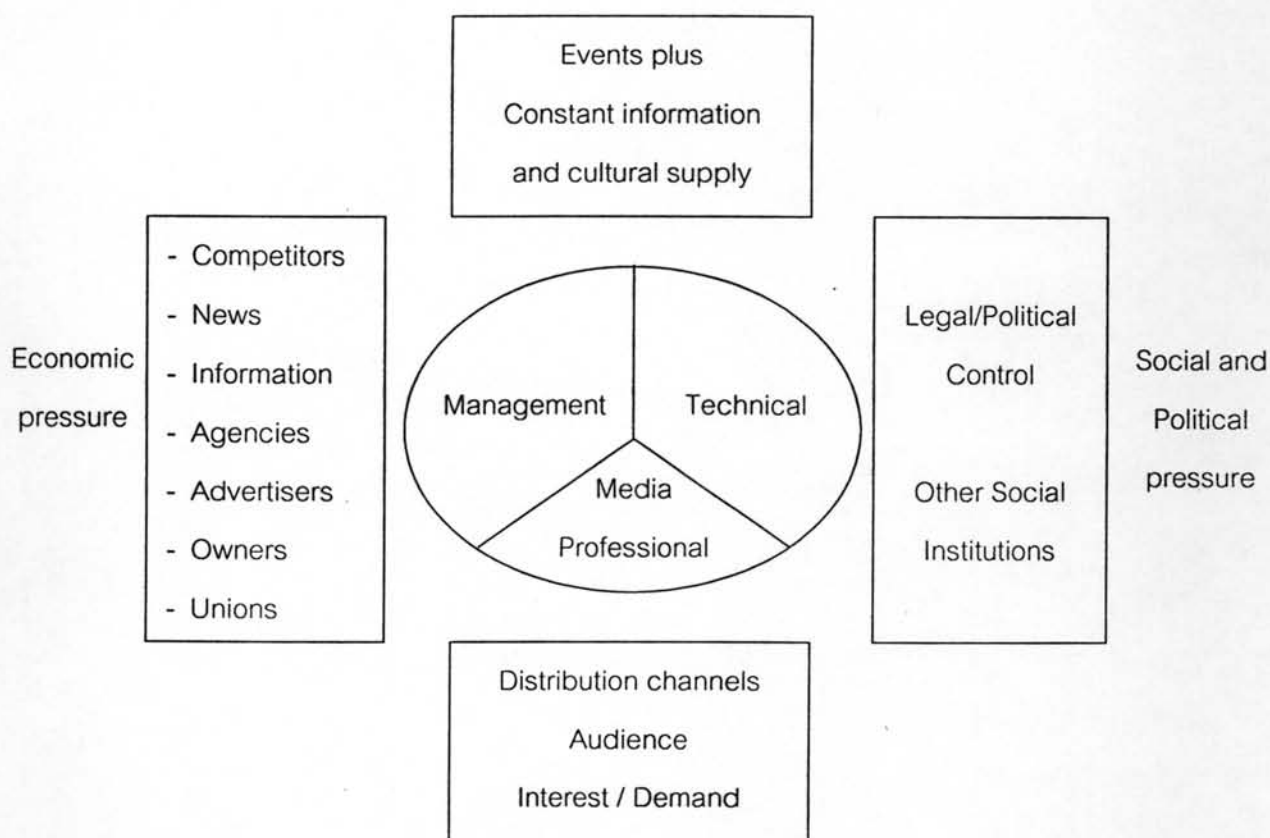
2.2 การปรับนโยบาย เมื่อมีการปรับนโยบาย องค์กรจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

2.3 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันวิทยาการและเทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว องค์กรที่ปรารถนาความก้าวหน้าได้พยายามนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ จึงอาจจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือขั้นตอนการบริหาร

2.1 ทฤษฎีองค์กรสื่อสารมวลชน

องค์กรสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย ฝ่ายจัดการ, ฝ่ายผลิตและนักสื่อสารมวลชน ซึ่งอาจเป็นบุคลากรกลุ่มเดียวกันหรือแยกเป็นฝ่ายก็ได้ องค์กรสื่อสารมวลชนมีวัตถุประสงค์ในการรับใช้สังคมและวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการประกอบกิจการจะอยู่ภายใต้แรงกดดันและอิทธิพลของสังคมซึ่งประกอบด้วย เหตุการณ์, ข้อมูลต่าง ๆ และวัฒนธรรม แรงกดดันทางการเมืองและสังคม การปกครอง ประกอบด้วย การควบคุมทางกฎหมายและรัฐบาล รวมทั้งการควบคุมจากสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังมีแรงกดดันทางด้านธุรกิจ คือ คู่แข่ง, หน่วยงานข้อมูลข่าวสาร, โฆษณา, เจ้าของและสภาพแรงงาน

McQuail (1987) ได้เสนอแนวคิดที่ว่า องค์กรสื่อสารมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร โดยสามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้



รูปที่ 3 : แสดงแบบจำลององค์กรสื่อสารมวลชนภายใต้แรงกดดันทางสังคม

(The Media Organization in a field of social forces)

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงองค์กรสื่อมวลชนที่อยู่ภายใต้แรงกดดันทางสังคม การเมือง และที่สำคัญ คือ แรงกดดันทางเศรษฐกิจ เหตุที่องค์กรสื่อมวลชนทุกองค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจ การผลิตและการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของสื่อมวลชนที่อยู่ภายใต้แรงกดดันของความต้องการในการขยายตลาดและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการสิ่งที่ตามมาคือ องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่ หลีกเลี่ยงการเสี่ยงภัยในรูปแบบต่างๆ

เมื่อพิจารณาจาก “แผนภาพองค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม” ของ Dennis McQuail แล้ว พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน อาจแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยผู้ส่งสาร

หมายถึง ปัจจัยซึ่งเกิดจากองค์กรสื่อสารมวลชนเอง ซึ่งองค์กรอาจควบคุมให้เป็นไปในแนวทางใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ การจัดการ (Management), เทคโนโลยี (Technology) และผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อ (Media Professional)

2. ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยแวดล้อม

หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่มีความเกี่ยวพันและมีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการพัฒนาองค์กรสื่อสารมวลชน เป็นปัจจัยที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาวะการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ, สังคมและการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ยากต่อการควบคุมหรือกำหนดให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กร ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ, คู่แข่งขัน, โฆษณา, แนวโน้มทางสังคมและนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ยังรวมถึงปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสารหรือผู้อ่านด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการและความสนใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่ออื่น ๆ ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งพิจารณาได้จาก ค่านิยม, ทศนคติและสังคมของผู้รับสาร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำว่า “นโยบาย” (Policy) ไว้ว่าเป็นคำที่มาจากภาษาบาลีโดยการสมาสคำว่า “นย” ซึ่งหมายถึง คำความที่สื่อให้เข้าใจเอาเอง กับคำว่า “อุปาย” หมายถึง วิธีการอันแยกคาย เล่ห์กล เล่ห์เหลี่ยม เข้าด้วยกัน และแปลเป็นความว่า “หลักและวิธีการปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทางในการดำเนินการ”

สมัยศ นาวีการ (2535) กล่าวว่า นโยบาย คือ แนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นมาอย่างกว้าง ๆ เพื่อการตัดสินใจทั่วทั้งบริษัท ดังนั้น นโยบายจะเป็นแนวทางอย่างกว้าง เพื่อการเชื่อมโยงระหว่าง การกำหนดและการดำเนินกลยุทธ์

เช่นเดียวกับ พยอม วงศ์สารศรี (2528) กล่าวว่า เป้าหมายหรือนโยบาย คือ จุดหมายปลายทางที่กำหนดขึ้นเพื่อให้การจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเอื้ออำนวยต่อทิศทางสุดท้ายที่กำหนดไว้ในองค์กรนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีความคิดเห็นขัดแย้งเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์กรในกลุ่มต่าง ๆ อาทิ กลุ่มเศรษฐศาสตร์มีปัญหว่า เป้าหมายสุดท้ายขององค์กรธุรกิจนั้นควรจะเป็นการก่อให้เกิดผลกำไรสูงสุดหรือเพื่อประโยชน์สุขของสังคม, สำหรับกลุ่มนักสังคมวิทยาก็มีความคิดว่าองค์กรที่มีรูปแบบ (Formal Organization) นั้น ควรจะนำมาศึกษาในแง่ที่เป็นสถาบันอันซับซ้อน ประกอบด้วยวิวัฒนาการของเป้าหมายหลายอย่างและมีเอกลักษณ์ของตนเองหรือในแง่ที่เป็นเครื่องมือเพื่อให้นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดขึ้นอย่างมีเหตุผล

จากคำจำกัดความหรือความหมายของนโยบาย อาจกล่าวได้ว่า นโยบายเป็นกรอบแนวทางสำหรับการตัดสินใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามวิธีการที่วางไว้ ในขณะที่เดียวกันนโยบายก็เป็นเสมือนเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมขององค์กรด้วยเช่นกัน

หากองค์กรมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนจะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจในนโยบายเป็นอย่างดี ประชุม รอดประเสริฐ (2527 : 21 - 23) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของนโยบายที่ดีว่ามีอยู่ 3 ประการ คือ

1. การกำหนดเป้าหมาย (Targets) ของสิ่งที่ต้องการทำ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสิ่งแรกในการกำหนดนโยบายเพื่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยเป้าหมายนั้นอาจเป็นทั้งจุดประสงค์ (Purpose) และผลงานที่เกิดขึ้นในที่สุด (Ended Result) ซึ่งจะมีลักษณะที่เป็นการกระทำอะไรและทำแล้วได้อะไร

2. การกำหนดวิถีทาง (Means) ในการดำเนินงาน นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของนโยบาย เพราะหากไม่มีการกำหนดวิถีทางต่าง ๆ ไว้แล้วนั้น นโยบายที่เกิดขึ้นก็ไม่อาจบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการได้ วิถีทางในการดำเนินงานจะเกิดขึ้นได้ย่อมต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หลักการและเกณฑ์ของนโยบาย ตลอดจนกลยุทธ์ (Tactics) และกลวิธี (Strategies) ต่าง ๆ อีกด้วย

3. ปัจจัย (Resources) ที่สนับสนุนการกระทำตามนโยบายที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ

3.1 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental Factors) ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

3.1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ เช่น ผลกำไร, ชื่อเสียงขององค์กร

3.1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งจะต้องกำหนดนโยบายให้ถูกต้องและเหมาะสม

3.1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลในการกำหนดนโยบาย เพราะหากข้อมูลที่ได้รับขาดข้อเท็จจริง ย่อมจะทำให้การกำหนดนโยบายผิดพลาด

3.2 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบแวดล้อม (Environmental Factors)

3.2.1 สภาพแวดล้อมทางการเมือง

3.2.2 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เช่น ลักษณะทางเศรษฐกิจขององค์กร, ลักษณะทางเศรษฐกิจของประชาชนในสังคม

3.2.3 สภาพแวดล้อมทางสังคม, วัฒนธรรมและระเบียบประเพณี รวมถึงค่านิยมและความเชื่อของคนในสังคม

3.2.4 สภาพทางภูมิศาสตร์ การกำหนดนโยบายจะต้องสอดคล้องกับสภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศด้วย

หากสภาพแวดล้อมด้านใดด้านหนึ่งมีผลกระทบอย่างรุนแรง นโยบายนั้นอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่อาจกำหนดขึ้นมาได้ ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น จึงต้องมีการประเมินนโยบายให้มีความเป็นไปได้, เหมาะสมกับกาลเวลา, สถานการณ์และมีความเป็นจริง

การนำทฤษฎีองค์กรและแนวคิดเกี่ยวกับนโยบายมาใช้ในงานวิจัยนั้นจะช่วยให้ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงการปรับตัวขององค์กรสื่อมวลชนให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่เพิ่มขึ้นจากเดิม ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาองค์กรทั้งสิ้น อย่างเช่นในกรณีของการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจในการเปิดให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางช่องทางนี้เป็นอย่างมาก ด้วยความรวดเร็วในการรับทราบข่าวสารจึงทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้กลายเป็นช่องทางใหม่ในการรายงานข่าวสาร

จากผู้ส่งถึงมือผู้รับได้โดยตรง ซึ่งก็ถือเป็นการปรับเปลี่ยนองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพสังคมสารสนเทศและเทคโนโลยีที่กำลังรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว

3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

ความหมายของคำว่า "ข่าว"

ความหมายของคำว่า "ข่าว" อาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่า แต่ละคนจะให้ความสำคัญต่อสิ่งที่จะนำมารายงานอย่างไร ทำให้นิยามของข่าวเป็นไปอย่างกว้างขวางตามคุณลักษณะที่ปรากฏในตัวมันเอง ความพยายามในการจำกัดความปรากฏออกมาหลายรูปแบบ พอจะกล่าวในที่นี้ (William Metz, 1977)

ข่าว คือ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่ประชาชนสนใจใคร่รู้

ข่าว คือ เหตุการณ์หรือ "ข่าวสาร" ที่รายงานให้ผู้อ่านทราบ

ข่าว คือ รายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันที่มีความยุติธรรม ทันเหตุการณ์ ถูกต้องกะทัดรัดและเที่ยงตรง

ข่าว คือ สิ่งที่ประชาชนสนใจ

ข่าว คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีความสำคัญ

ข่าว คือ สิ่งที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ตัดสินใจเลือกลงพิมพ์ เพื่อสนองต่อผู้อ่าน

ข่าว คือ สิ่งที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

James M. Neal and Suzanne S. Brown (1974) ได้ให้ความหมายของ "ข่าว" เอาไว้ว่า ข่าว คือ การรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ, ความนึกคิด, ความคิดเห็นและสถานการณ์ที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ

สำหรับนักสื่อสารมวลชนของไทยนั้น ก็ได้นิยามความหมายของข่าวไว้มากมาย ยกตัวอย่างเช่น

สุภา ศิริมานนท์ (อ้างถึงใน พิเศษฐ์ ขวาลาวัช, 2543) ได้อธิบายความหมายของ "ข่าว" ไว้ว่า

1. ข่าว คือ เรื่องราวอะไรอย่างหนึ่งซึ่งประชาชนจะต้องพูดถึง ถ้ายังเป็นเรื่องราวที่ชวนให้ผู้คนอยากแสดงความคิดเห็นมากเท่าไร ก็แปลว่ามันยังมี "คุณค่า" มากขึ้นเท่านั้น

2. ข่าว คือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นใหม่ ๆ สด ๆ ถูกถว้นและให้ภูมิปัญญา นำรู้เห็นหรืออาจจะได้แก่การค้นพบต่าง ๆ อาจเกี่ยวกับทรรคนะต่าง ๆ และอาจจะได้แก่เรื่องราว ชนิดต่าง ๆ ซึ่งกระทบถึงประชาชนคนอ่าน

3. ข่าว คือ ข้อเท็จจริง สาระสำคัญเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่าง หรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเกี่ยวกับการคิดซึ่งทำให้ผู้คนสนใจ เนื่องจากมีผลกระทบหรือมีอิทธิพล ต่อชีวิตของผู้คน หรือมีอิทธิพลต่อความอยู่เย็นเป็นสุขของผู้คน

นอกจากนี้ยังได้อธิบายเพิ่มเติมด้วยว่า ข่าวจะต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. จะต้องใหม่ จะต้องอยู่ในกระแสสพัดและจะต้องสด ทันสมัย
2. จะต้องเป็นที่สนใจแก่ประชาชนคนอ่าน
3. จะต้องผนึกรวมเอาไว้ซึ่งบางสิ่งบางประการหรือทุกประการ ซึ่งมีความน่าสนใจเช่น
ว่านั้น

จากนิยามข้างต้นพอสรุปได้ว่า "ข่าว" คือ รายงานของเหตุการณ์ซึ่งเป็นที่ต้องการและอยู่ในความสนใจของประชาชน ควรประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความน่าสนใจ (Interest), ข้อเท็จจริง (Facts) และผู้อ่าน (Readers) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่ น่าสนใจ สำหรับผู้อ่าน ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริง ให้เป็นที่สนใจแก่ผู้อ่าน (วัลลิกา อังสกุล, 2544)

ด้วยเนื้อหาที่มีจำนวนจำกัดในการรายงานข่าว จึงจำเป็นต้องมี "การคัดเลือกข่าว (News Judgement)" จากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวว่า เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมี "คุณค่าทางข่าว" สูง ก็จะได้รับพิจารณานำมารายงานเป็นข่าว ต่อไป

คุณค่าข่าว (News Values)

ในการศึกษาทางนิเทศศาสตร์ / วารสารศาสตร์ ผู้เรียนมักได้รับการอบรมสั่งสอน เกี่ยวกับคุณค่าข่าวซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบอยู่ในเหตุการณ์ที่ได้รับการรายงานข่าวตามแนวคิด ของนักวิชาการ นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน สามารถสรุปได้ ดังนี้ (ศศิธร ยูโกศล, 2545)

1. ความทันเหตุการณ์ (immediacy / timeliness) หมายถึง ความรวดเร็ว จับไว้ใน การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้รับสารรับทราบทันที อย่างไรก็ตามเหตุการณ์แม้ว่าจะเกิดขึ้นใน อดีตแต่เพิ่งนำมาเปิดเผยก็จัดอยู่ว่าเป็นองค์ประกอบของข่าวที่สร้างความสนใจเช่นกัน

2. ความใกล้ชิด (proximity / nearness) หมายถึง เหตุการณ์ใกล้ชิดกับตัวผู้รับสาร ทั้งด้านเวลา ระยะทางและความคิด ไม่ว่าจะเป็นการรู้จักบุคคลในข่าว สถานการณ์และสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว

3. ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) ความเด่นในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะป็นด้านบุคคล สถานที่และสิ่งของ ที่มักจะเป็นสิ่งดึงดูดหรือกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น เพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้รับสาร

4. ผลกระทบต่อเนื่องหรือที่ตามมา (consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับมวลชน อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคมที่เกิดขึ้นโดยทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้หากเหตุการณ์ที่อุบัติขึ้นนั้นมีผลกระทบต่อคนจำนวนมากย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนน้อย

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (mystery / suspense) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว ยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างหรือยังไม่สามารถหาสาเหตุที่แท้จริง ย่อมเป็นที่สนใจหรือกระหายใคร่รู้ของคนทั่วไป

6. ความผิดปกติ (unusual / oddity) โดยธรรมชาติมนุษย์มักจะสนใจในสิ่งที่แปลกประหลาดหรือไม่เคยพบเห็นมาก่อน

7. ความขัดแย้ง (conflict) คนส่วนใหญ่มักจะสนใจหรือให้ความสำคัญอย่างมากต่อเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้า เช่น ความขัดแย้งทางผลประโยชน์, ความขัดแย้งทางอุดมการณ์ เป็นต้น

8. องค์ประกอบทางด้านเพศ (sex) เรื่องเพศมีคุณค่าความเป็นข่าวเสมอเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัวของมนุษย์ เช่น ความผิดปกติทางเพศ การแต่งงานระหว่างชายกับชายและหญิงกับหญิง หรือแม้กระทั่งการต่อสู้ทางกฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี เป็นต้น

9. ความน่าสนใจตามปฏิกิริยาสนใจ (human interest) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกันกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ นับตั้งแต่อารมณ์โศกเศร้า เห็นอกเห็นใจ จนถึงอารมณ์ยินดีปรีดา รักเกลียด โกรธ อิจฉา ขบขัน ฯลฯ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย

10. ความก้าวหน้า (progress / change) เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม การพัฒนา ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งล้วนมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน

องค์ประกอบทั้ง 10 ประการ สามารถครอบคลุมถึงคุณลักษณะของ "ข่าว" ได้มากพอสมควร บางคนอาจแบ่งชื่อยองค์ประกอบออกย่อย ๆ ได้อีกหลายประการ แต่ก็ไม่พ้นคุณสมบัตินี้

ข้างต้น สังคมทุกวันนี้มีความสลับซับซ้อนในสิ่งที่เกิดขึ้นมากมาย เหตุการณ์เดียวอาจเกี่ยวโยงถึงหลายสาเหตุ มีผลกระทบกระเทือนในวงกว้างทำให้เข้าใจได้ยากขึ้น แต่โดยทั่วไปแล้ว คุณลักษณะของข่าวจะไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ "ข่าว" เป็นรายงานของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีความสำคัญและความน่าสนใจ องค์ประกอบต่าง ๆ แสดงถึงความสนใจของผู้อ่านข่าวที่ได้นำเสนอในรูปของข่าว ผูกพันกับชีวิตของมนุษย์อย่างใกล้ชิด ดังที่ว่า "ข่าวที่ดีที่สุด คือ ข่าวซึ่งเป็นที่สนใจของผู้คนส่วนมาก" (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537)

คุณภาพของข่าว (Quality of news)

ก่อนที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงจะถูกรายงานเป็นข่าวนั้น นอกจากจะผ่านขั้นตอนการพิจารณาในการคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวแล้ว ข่าวที่ได้รับการนำเสนอ ก็จะต้องพิจารณาในด้านคุณภาพของข่าวซึ่ง Charnley (1975 : 28 – 41) กล่าวว่า ข่าวที่ดีจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1. ถูกต้องครบถ้วนหรือถูกต้อง (accuracy) หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวที่ปรากฏในข่าว ไม่ว่าจะเป็นชื่อ ยศ ตำแหน่ง อายุ อาชีพ ที่อยู่ สถานที่ วันที่ ค่าแกลง ฯลฯ จะต้องมีการตรวจสอบให้ถูกต้องครบถ้วน เพื่อป้องกันการเสนอข่าวที่ผิดพลาด ซึ่งอาจเป็นผลร้ายต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าวหรือบรรณาธิการอาจถูกดำเนินคดีได้
2. สมดุลและเที่ยงธรรม (balance and fairness) หมายถึง ข่าวที่จะนำเสนอ นั้นจะต้องให้ความเป็นธรรมแก่คู่กรณีที่มีความขัดแย้งกัน โดยนำเสนอประเด็นสำคัญที่ทั้งสองฝ่ายแสดงความคิดเห็นมาในลักษณะที่สมดุลกัน เช่น บุคคลใดหรือกลุ่มบุคคลใดถูกผู้อื่นวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมหรือความคิดเห็นก็ต้องให้อีกโอกาสแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้โต้แย้งหรือชี้แจงข้อกล่าวหาหรือข้อเท็จจริงด้วย
3. เที่ยงตรงหรือภาววิสัย (objectivity) หมายถึง การรายงานเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา โดยปราศจากอคติหรือไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนข่าวโดยมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง
4. ง่าย กระชับรัดกุมและชัดเจน (simplicity, conciseness and clearness) หมายถึง ข่าวที่เขียนจะต้องใช้ภาษาหรือถ้อยคำสำนวนที่เข้าใจง่าย มีความกะทัดรัดไม่เยิ่นเย้อและจะต้องกระชับชัดเจน เมื่ออ่านแล้วไม่จำเป็นต้องอ่านซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงจะเข้าใจ โดยไม่ควรใช้คำกำกวมมีความหมายหลายแง่
5. ทันต่อเหตุการณ์ (recentness) หมายถึง ข่าวที่จะนำมาเสนอต้องมีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ แม้ว่าจะไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นก็ตาม แต่ก็อาจนำข้อเท็จจริงที่เหมาะสมและถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบันและเป็นที่น่าสนใจของประชาชนโดยทั่วไปมาเสนอเป็น

ข่าวได้ เช่น ผลกระทบที่เกิดจากการขึ้นราคาน้ำมันหรือขึ้นเงินเดือนข้าราชการ ถึงแม้ว่าจะยังไม่มี การขึ้นราคาน้ำมันหรือขึ้นเงินเดือนข้าราชการก็ตาม แต่กำลังอยู่ในระหว่างการปรับโครงสร้างราคา น้ำมันและเงินเดือนข้าราชการ ค่าครองชีพหรือราคาสินค้าก็เขยิบสูงขึ้นไปล่วงหน้าแล้ว

ชนิดของข่าว (Kinds of News)

จอห์น วุทฒิกรมรักษา (2536 : 3 - 21) อธิบายว่า ข่าวที่ปรากฏในปัจจุบันนี้ จะประกอบด้วยข่าวหลายชนิดด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการนำเสนอข่าวและ เพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ข่าวสารมากที่สุด สามารถแบ่งออกเป็นชนิดต่าง ๆ ดังนี้

1. ข่าวอาชญากรรม
2. ข่าวการเมือง
3. ข่าวศาล
4. ข่าวอุบัติเหตุ
5. ข่าวการประชุม
6. ข่าวปาฐกถา
7. ข่าวเศรษฐกิจ
8. ข่าวการศึกษาและวิทยาศาสตร์
9. ข่าวสังคม
10. ข่าวบันเทิง
11. ข่าวสตรี
12. ข่าวกีฬา

รูปแบบของข่าว สามารถแบ่งความสำคัญออกได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. หัวข่าว (Headline) หัวข่าวและการพาดหัวข่าวเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าว เพราะเป็นแหล่งแรกที่จะบอกผู้อ่านให้ทราบว่า มีข่าวที่น่าสนใจอะไรบ้าง นอกจากนี้หัวข่าวยังมีหน้าที่ที่สำคัญ คือ สร้างความดึงดูดใจของผู้อ่าน โดยการใช้คำหรือข้อความที่น่าสนใจ สะดุดตา และชวนติดตาม หน้าที่ประการต่อมาคือ การให้สาระสำคัญของข่าว ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาผู้อ่าน โดยผู้อ่านจะสามารถทราบได้ทันทีจากหัวข่าวว่า เรื่องราวหรือข่าวที่เสนอนั้นเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อะไรบ้าง

2. วรรคนำ (Leads) วรรคนำเป็นส่วนประกอบที่มีประเด็นที่สำคัญที่สุดของเรื่องราว หรือ เป็นการสรุปใจความหรือย่อเรื่องสำคัญของข่าวที่นำเสนอ โดยวรรคนำนั้นจะต้องตอบคำถามของ

5W's และ H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Where, When, Why และ How ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านทราบในเวลาอันรวดเร็วว่ามีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เวลาเท่าไร อย่างไรและทำไมจึงเกิดขึ้น

3. ส่วนเนื้อหาข่าวหรือเนื้อเรื่อง เป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวให้ผู้อ่านได้ทราบและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด เป็นส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดที่มากกว่าในส่วนวรรคหน้า โดยรูปแบบการเขียนข่าวจะเป็นในลักษณะปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid)

3.1 แนวคิดนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)

Kurt Lewin (อ้างถึงใน อรุณข เลิศจรรยาภรณ์, 2529 : 12) อธิบายคำว่า Gatekeeper ไว้ว่า เป็นเหมือนกับบุคคลผู้ซึ่งควบคุมการส่งต่อของข่าวต่าง ๆ ไปยังช่องทางทั้งหลายของสื่อมวลชน หน้าที่ของเขาเหล่านี้ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น เขาเหล่านี้ยังทำหน้าที่จัดสรรนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการ ตลอดจนกระทั่งการกำหนด การนำเสนอข่าวสาร เวลา หนองเหนี่ยวสารเอาไว้หรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กันหรือเลือกเสนอบางส่วนเท่านั้น

แนวความคิดเกี่ยวกับนายทวารข่าวสารหรือผู้เปิด - ปิดประตูข่าวสาร คือ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางในช่องทางการสื่อสาร เป็นผู้ตัดสินใจว่า ข่าวสารที่ตนได้รับมานั้น จะส่งไปยังมวลชนหรือไม่และส่งไปอย่างไร บุคคลที่ทำหน้าที่นี้มักได้แก่ บรรณาธิการข่าว, หัวหน้าข่าว, นักข่าว ซึ่งต้องใช้วิจารณญาณในการตัดสินใจเลือกและเสนอข่าวไปยังประชาชน (พัชนี เขยจรรยา และคณะ, 2538)

David Manning White (1950) ได้ทำการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าวสารหรือ Gatekeeping เพื่อที่จะศึกษาถึงกิจกรรมการทำงานภายในห้องข่าว เป็นการคัดเลือกข่าวจำนวนมากจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อที่จะนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชน กิจกรรมการคัดเลือกข่าวเป็นเรื่องที่น่าจะให้ความสนใจ เนื่องจากทำให้เราทราบถึงคุณค่าของข่าว โดยมีประเด็นที่ใช้ในการศึกษา คือ ต้องการที่จะรู้ว่าบรรณาธิการใช้เกณฑ์ส่วนตัวมากน้อยเพียงใดในการคัดเลือกข่าว

จากการศึกษาวิจัยของ White ได้ข้อสรุปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว ได้แก่

1. ทศนคติของบรรณาธิการ
2. ความเร่งรีบที่ใช้ในการทำงาน
3. คุณค่าข่าว
4. คุณภาพของการเขียนข่าว

5. หลักที่ยึดถือในการบริหาร
6. ความต้องการของผู้อ่าน
7. การแข่งขันระหว่างสื่อ

นอกจากนี้ Galtung & Ruge ได้ให้ความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว 3 ประการ คือ (อ้างถึงใน วิมลพรรณ ดั่งจิตเพิ่มความดี, 2541)

1. ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุดและยากที่จะหลีกเลี่ยง มักจะมีเรื่องอุดมการณ์ทางความคิดเข้ามาเกี่ยวข้อง
2. ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทข่าว การเลือกเหตุการณ์ที่เข้ากับความคาดหวังของผู้รับ (สามารถเข้ากันได้กับเหตุการณ์ที่มีมาในอดีต) ต้องอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ เป็นข่าวที่มีคุณค่าและต้องการที่จะสร้างสมดุลระหว่างข่าวประเภทต่าง ๆ
3. ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม คุณค่าของข่าวอยู่ที่เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นปกครอง คนใหญ่คนโต เพราะเชื่อว่าเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในความสนใจของประชาชน

จากการศึกษาดังกล่าว ได้สรุปถึงกระบวนการทำข่าว โดยแบ่งเป็น 2 แนวความคิด ดังนี้

แนวคิดที่ 1

เหตุการณ์ → เกณฑ์เลือกข่าว → รายงานข่าว → ความสนใจในข่าว

แนวคิดที่ 1 มีลำดับขั้นตอน คือ เริ่มจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ในโลกที่เกิดขึ้นอย่างไม่สามารถคาดการณ์ได้และเป็นเหตุการณ์ที่แปลกไปจากภาวะปกติ สื่อมวลชนจะมีการตอบสนองโดยการนำเกณฑ์การเลือกข่าวเข้าไปจับ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวต้องมีความสำคัญกับสาธารณชน แล้วนำข่าวที่ได้เลือกแล้วนั้นมารายงานให้แก่สาธารณชนได้ทราบ ผู้รับจะให้ความสนใจหรือไม่ก็อยู่ที่พฤติกรรมการคัดเลือกข่าวตามความสนใจของแต่ละคน

แนวคิดที่ 2

ความสนใจในข่าว → เกณฑ์เลือกข่าว → เหตุการณ์ → รายงานข่าว

แนวคิดที่ 2 เริ่มต้นจากการที่รู้ว่าเรื่องใดเป็นที่สนใจของประชาชน แล้วนำความสนใจนั้นมาเป็นเกณฑ์ในการเลือกข่าว รวมทั้งนำข้อบังคับหรือเรียกร้องขององค์กร รวมทั้งประเภทของข่าวเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย เหตุการณ์ที่ถูกนำมาเป็นข่าวจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสอดคล้องกับเกณฑ์

การเลือกข่าวเท่านั้น การรายงานข่าวก็ต้องเขียนให้เข้ากับเกณฑ์ของข่าวที่องค์กรได้ระบุไว้ ไม่ใช่เขียนโดยการอ้างความจริงที่เกิดขึ้นหรือเขียนตามที่ได้รับต้องการเท่านั้น

จากบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งใน คอลัมน์ส่องเงาสื่อ ของจุฬาสารราชดำเนิน (2548) ที่กล่าวว่า "การรายงานข่าวผ่านเอสเอ็มเอสนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนกัน เพราะในแต่ละวันเราจะต้องมาเลือกข่าวที่ดีที่สุดและตรงกระแสดความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จากข่าวทั้งหมดที่เข้ามาในตระกร้าข่าวแต่ละวัน" ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องข่าวและแนวคิดนายทวารข่าวสารมาใช้เป็นแนวทางเพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของบุคลากรในขั้นตอนของการคัดเลือกข่าว ซึ่งจะเห็นได้ว่า การส่งข่าวทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นองค์กรสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งมีความจำเป็นที่จะต้องคัดเลือกข่าวที่ดีที่สุดก่อนส่งถึงผู้บริโภค เพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างควมรำคาญให้แก่ผู้บริโภคในฐานะที่เป็นผู้รับข้อความข่าวนั้นเอง

4. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เข้าใจสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อเหตุผลใด ๆ ก็ตามผ่านสื่อมวลชนทุกชนิด อันได้แก่ วิทยุ, โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ มีผู้ให้ความหมายของการเปิดรับสารโดยเฉพาะจากสื่อมวลชนไว้หลายท่าน อาทิ

Charles Atkin (1973) (อ้างถึงใน สุภาภรณ์ พรหมดีราช, 2541) ยังกล่าวเกี่ยวกับผู้รับสารว่า "บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก จะมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย"

จากสมมติฐานของนักคิดกลุ่ม Uses and Gratifications Approach เชื่อว่า ในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารมีบทบาทสำคัญมากพอ ๆ กับผู้ส่งสาร เพราะผู้รับสารจะกระทำอย่างตั้งใจและอย่างเลือกสรรทุกขั้นตอน

การแสวงหาข่าวสารของกลุ่ม Information Acquisition seeking ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสาร โดยเริ่มต้นการสื่อสารที่ "ผู้รับสาร" เนื่องจากสังคมยุคข่าวสารในปัจจุบัน มีการผลิตข่าวสารมากเกินไปเกินความต้องการและความสามารถในการเปิดรับข่าวสารจากทุกแหล่งและทุกประเภท จากสภาพการณ์ที่ผู้รับสารต้องเผชิญกับข่าวสารจำนวนมาก ทำให้กลายเป็นความยุ่งยากในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้อย่างง่ายและรวดเร็ว (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ผู้รับสารจึงต้องมีกระบวนการเลือกเปิดรับสาร

สำหรับกระบวนการเปิดรับสาร (Selective Process) แคลปเปอร์ (Klapper) (อ้างถึงใน สุภาภรณ์ พรหมศิริราช, 2541) ได้แสดงรายละเอียดของขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกรับตาม คิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับ ความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความ ไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ด้วย การแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากการเลือกผู้ส่งสารแล้ว ขั้นตอนต่อมา ก็คือ การเลือกให้ความสนใจต่อสารที่ได้รับ นักทฤษฎีด้านข่าวสาร (Information Theorist) กล่าวว่า สายตาของคนเราสามารถที่จะรับข้อมูลได้ 5 ล้านส่วนใน 1 วินาที แต่สมองของเรา สามารถที่จะรับได้เพียง 500 ส่วนใน 1 วินาที ดังนั้น คนเราจึงต้องเลือกที่จะให้ความสนใจต่อสาร เท่าที่สมองของคนจะรับสารนั้นได้ นอกจากเราเลือกสาร โดยอาศัยความสนใจที่เรามีต่อสารแล้ว เรายังเลือกรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของเราและหลีกเลี่ยงที่จะรับสารที่ ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของเราด้วย

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน ไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะ อารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเอง

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะ ส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดของตนได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้นและ เปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากนั้น มาสโลว์ (Maslow) (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2523 : 6) กล่าวถึงปัจจัยที่ ทำให้บุคคลเลือกรับข่าวสารไว้ว่า มนุษย์มีความต้องการอยากเรียนรู้ (Needs for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากสังคม โดยมาสโลว์ได้ชี้ให้เห็น ข้อเท็จจริงดังต่อไปนี้

1. มนุษย์จะจงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal – directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Need for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

McCombs and Becker (1979 : 51 – 52) ได้วิจัยโดยเน้นถึงเหตุผลของบุคคลในการติดตามข่าวสารจากสื่อ เป็น 6 หัวข้อ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์, ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรมีความสำคัญที่จะเรียนรู้
2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. เพื่อต้องการข้อมูลประกอบการสนทนา พูดคุยในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลที่ข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่น
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. เพื่อเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. เพื่อความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

จากการศึกษาทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการข่าวสารของปัจเจกบุคคล นั้นก็คือ ความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) จากสื่อเพื่อนำไปใช้ประโยชน์, เพื่อสนองความสนใจและเพื่อความบันเทิง (Entertainment) โดยในการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้น ก็เพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดความเข้าใจที่มีอยู่เดิมและเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้, ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา

รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเรีงใจอีกด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสารหรือจะเฉยเมยต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ (Uses and Gratifications Approach)

คำว่า "ความพึงพอใจ (Gratifications)" นั้น แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (1979 : 50 – 52) อธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไปและเหตุผลนั้น ทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้น ๆ ได้ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ

สำหรับความหมายของคำว่า "ประโยชน์ (Uses)" กับ "ความพึงพอใจ (Gratifications)" นั้น โรเซนเกรน (Rosengren, 1974 : 269 – 285) กล่าวไว้ว่าทั้ง 2 คำมีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจและความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยจึงอาจจะศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวได้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อเป็นทฤษฎีที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชน (Function Model) ในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไรและสารอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้กระทำการสื่อสารและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน

ดังเช่นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของเวนเนอร์ (Wenner, 1985 : 171 – 193) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) เวนเนอร์ ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratification Map) โดยเวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Ortentational Gratifications) ใช้เพื่ออ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance), การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อ

ช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

กลุ่มที่ 2 การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratifications) ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para – Social Gratifications) เพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

กลุ่มที่ 4 การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ (Para – Orientational Gratifications) เพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไป เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

จากงานวิจัยของเวนเนอร์ชี้ให้เห็นว่า การใช้สื่อของผู้รับสารนั้นขึ้นอยู่กับ การได้รับความพึงพอใจ, ความต้องการ, ความปรารถนาหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งการศึกษาในแง่มุมนี้ มักทำการศึกษากับสื่อใหม่ (New Media) ที่เกิดขึ้น เพราะสื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อแต่ละชนิดแตกต่างกัน ออกไป

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ผู้รับสาร คือ ตัวจักรในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้ (Cassata and Asnte, 1979 : 88 – 89)

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อ นั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

ตามแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อได้อธิบายไว้ว่า “พฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันไป เพื่อสนองความต้องการอันเกิดจาก

พื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสภาพการณ์ทางสังคมของเขา"

ดังนั้น การบริโภคสื่อ ความต้องการข่าวสาร ข้อมูล จึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุลและทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ดังนั้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อใด ก็มักจะพิจารณาว่าสิ่งที่ได้รับจากสื่อ นั้น ๆ จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญด้วย ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็อาจแตกต่างกันในหลายกรณี

แม็คคอมบส์และเบคเกอร์ (McComb and Becker, 1979) ได้พยายามอธิบายว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อและเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไปและเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนนั้น ๆ ตอบสนองและสร้างความพอใจแก่บุคคลนั้นได้ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

บลัมเลอร์ ได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ดูโทรทัศน์ พบว่า ผู้ดูโทรทัศน์ได้รับความพึงพอใจจากการดูโทรทัศน์ที่สามารถจำแนกออกเป็นชุดตัวแปรของความพึงพอใจ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (Blumler : 1974 อ้างถึงใน พรรณพิมล วัฒนธรรมการดู) ได้ดังนี้

1. เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อ เพื่อหลบหนีปัญหา, เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำและเพื่อพักผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว
3. เอกลักษณ์ปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference), การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น
4. เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance)

การนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อมาใช้ในงานวิจัยนี้ ก็เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นว่า การที่บุคคลใด จะเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทใดนั้น ก็ล้วนแล้วแต่เป็นไปตามความพึงพอใจในสื่อประเภทนั้น ๆ ของแต่ละบุคคล แสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น

ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

6. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Communication technology determinism)

แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan แห่งสำนัก Toronto ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ ก็คือ สื่อทุกชนิด (media) คือ การขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (extension of experience) เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราทำให้เราสามารถคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยได้ในรูปแบบเสียง โทรศัพท์ทำให้มองเห็น ได้ยิน (และเกือบจะสัมผัส) กับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว McLuhan กล่าวว่า โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมายจนราวกับว่า ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องที่ไหนก็ได้ (space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์เป็นหมื่นๆ ไมล์ (space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (real time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทาง และกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจจะปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 :118 – 119)

Everett Rogers นักคิดกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบอ่อนๆ ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบันและได้ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545 : 122 – 124)

1. ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (face – to – face communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องกับ ลักษณะ “ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที” จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ e-mail หรือ computer – conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาล และเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปมาก

2. ลักษณะ individualized / demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการต่างๆ อย่าง เหมือนๆ กัน ในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงแม้วันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้

ให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาล และเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น ตัวอย่างง่ายๆ เช่น เครื่องอัดวีดีโอเทป การดูรายการเคเบิลทีวีแบบเสียเงินที่เลือกดูรายการได้เอง (pay per view) แม้แต่ระบบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบที่ผู้เรียนเลือกเรียนด้วยตนเอง ในเวลาใดก็ได้ ณ สถานที่ไหนก็ได้ เป็นต้น

3. ลักษณะ asynchronous nature of new communication คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronous) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว ตัวอย่างเช่น การใช้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาวๆ ที่เดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง ลักษณะ hardware ของคอมพิวเตอร์ก็เช่นเดียวกัน สามารถแยกซื้อเป็นส่วนๆ แล้วค่อยๆ มาประกอบเพิ่มภายหลังได้ นอกจากนั้น ยังหมายความถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย

7. แนวคิดเกี่ยวกับ SMS

7.1 วิวัฒนาการของการส่ง SMS

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าประเทศตะวันตกนั้นเป็นผู้พัฒนาโทรศัพท์มือถือขึ้น ฉะนั้น ในยุคแรกๆ ก็จะมีแต่การส่งข้อความในภาษาอังกฤษเท่านั้น แต่ถึงกระนั้นก็ยังมีการคิดค้นวิธีการส่งข้อความรูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ที่อยู่ในเครื่องมาทำเป็นตัวการ์ตูน หน้าคนที่แสดงอารมณ์ต่างๆ (Emoticon) และเริ่มมีการใช้ "คำย่อ" เพื่อเป็นการประหยัดเนื้อที่ในการส่ง SMS (SMS Abbreviation) ที่ส่งได้เพียง 160 ตัวอักษร ต่อการส่ง 1 ครั้ง จนเป็นที่นิยมกับผู้ใช้มือถือทั่วไป

ตัวอย่างสัญลักษณ์

ส่งจูบ	:*)
คนผมหยิก	@:-)
หัวเราะ	:-D
ล้อเล่นนะ	;-)

ตัวอย่างคำย่อ

AND (และ)	จะย่อเป็น N
Are you okay?	จะย่อเป็น r u ok?
Kiss	จะย่อเป็น x
Today	จะย่อเป็น 2day

จนมาถึงยุคหลังๆ ที่โทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ สิ่งหนึ่งที่ผู้พัฒนาให้ความสำคัญ ก็คือ ทำอย่างไรให้ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือชาวไทยสามารถส่งข้อความภาษาไทยได้ในแรกเริ่มการส่งข้อความไปอย่างไม่สะดวกรนัก เพราะมีการเรียงลำดับตัวอักษรภาษาไทยเหมือนกับภาษาอังกฤษ ในปุ่มกด 1 ปุ่ม (Alpha Numeric) ก็จะมีทั้งตัวเลขและตัวอักษรภาษาไทย เช่น ปุ่ม 2 ก็จะเป็นตัว อ - จ หรือ A - B - C ในภาษาอังกฤษ

จนในที่สุดผู้ให้บริการลำดับที่ 3 ในไทยอย่าง "อเรนจ์" ก็ได้คิดค้นรูปแบบการส่งภาษาไทยที่เรียกได้ว่าสมบูรณ์แบบ และเข้าใจง่ายมาก สำหรับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือชาวไทย แนวคิดหลักมาจากการม้วนหัวของตัวอักษรในภาษาไทยนั่นเอง แล้วอเรนจ์ก็ตั้งชื่อบริการนี้ว่า Thai SMS โดย Thai SMS นี้จะถูกรรจอยู่ในซิมของอเรนจ์ทุกใบ แต่การส่ง SMS เป็นภาษาไทยนั้น 1 ครั้งจะสามารถส่งได้เพียง 70 ตัวอักษร (รวมสระและเว้นวรรค)

7.2 ความหมายของ SMS

SMS หรือ Short Messaging Service เป็นระบบการสื่อสารในเครือข่ายของ GSM หรือ Global System of Mobile Communication โดยเป็นการสื่อสารในการรับและส่งข่าวสารที่เป็นตัวอักษรระหว่างโทรศัพท์มือถือซึ่งมีความยาวไม่เกิน 160 ตัวอักษร โดยสามารถควบคุมพื้นที่ให้บริการได้เท่ากับที่เครือข่าย GSM สามารถรองรับได้ การคิดอัตราค่าบริการจะคิดเป็นค่าคงที่ตามจำนวนครั้งในการส่งข่าวสาร (วิสุทธิ ศรีเมือง, 2547) เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 ข้อความดังกล่าวจะถูกส่งส่งโดยคลื่นวิทยุที่จัดเตรียมไว้ในเครือข่ายของโทรศัพท์มือถือ ข้อความเอสเอ็มเอสนี้สามารถส่งและรับได้ในช่วงเวลาเดียวกัน หรือแม้กระทั่งในเวลาที่กำลังใช้โทรศัพท์มือถืออยู่ ปัจจุบันมีจำนวนผู้ส่งเอสเอ็มเอสจำนวน 100 ล้านคนและเอสเอ็มเอสยังเป็นที่รู้จักกันดีในฐานะ "การเป็นจุดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของระบบการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือ (M - Commerce)" (Turban, 2005 : 190)

ด้วยความที่มีคุณสมบัติพิเศษ ทำให้เอสเอ็มเอสถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานต่างๆ บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่ง Kontzer (อ้างถึงใน Turban, 2005 : 211) กล่าวถึงการนำเอสเอ็มเอสมาใช้เพื่อการทำงานบนโทรศัพท์มือถือว่ามีลักษณะการใช้งานแบ่งออกเป็น 10 ประการด้วยกัน คือ

1. ใช้สำหรับการแจ้งเตือนเจ้าหน้าที่ทางเทคนิค เมื่อระบบเกิดความผิดพลาด
2. ใช้สำหรับการแจ้งเตือนเมื่อมีข้อความเสียงฉุกเฉินหรือเร่งด่วน
3. ใช้สำหรับยืนยัน การซื้อขายสินค้าเมื่อผู้ขายได้รับใบสั่งซื้อสินค้า

4. ใช้สำหรับแจ้งผู้เดินที่จะเดินทางเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือความล่าช้าต่างๆ เช่น เครื่องบิน ฯ
5. ใช้เสมือนเป็นสัญญาหรือเครื่องยืนยันในกลุ่มผู้ทำงาน เกี่ยวกับการได้รับและยอมรับข้อเสนอดังกล่าว ในแผนงาน
6. ใช้สำหรับกิจการทางด้านคลังสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมต่างๆ แรงจูงใจในการสำรองสินค้าที่
7. ใช้สำหรับให้บริการข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก
8. ใช้ในการเตือนแพทย์ในสถานการณ์ฉุกเฉินเกี่ยวกับคนไข้
9. ใช้เป็นเครื่องช่วยงานที่พนักงานขายในด้านการจัดเก็บข้อมูลการขายในแต่ละวันไปยังระบบฐานข้อมูลขององค์กร
10. ใช้สำหรับเตือนการนัดหมายและรายละเอียดต่างๆ

7.3 ประโยชน์ของการใช้ SMS

อันที่จริงประโยชน์ของ SMS มีมากมายเหลือเกิน แล้วแต่จะมีใครคิดค้นและนำไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สำหรับประเทศไทยแล้ว มีการใช้ SMS เป็น 4 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. การนำ SMS มาใช้ในวงการตลาด (SMS Marketing) การใช้ SMS เพื่อเป็นเครื่องมือทำการสื่อสารการตลาดยุคใหม่ เพิ่งจะเริ่มใช้กันเมื่อไม่นานมานี้ และสำหรับประเทศไทย ก็มีผู้ให้บริการ SMS อย่างเป็นทางการ ซึ่งนำเอา SMS มาใช้ในวงการตลาดนั้นก็เพื่อทำการส่งเสริมการขาย (SMS Advertising : Sale Promotion) เป็นหลัก โดยที่จะใช้ข้อความใน SMS นั้น เป็นเหมือนคูปองอิเล็กทรอนิกส์ (M – Coupons) เวลาใช้งานก็เพียงแต่ดาวน์โหลดมาที่มือถือ แล้วนำข้อความนั้นไปยื่นที่ร้านค้าที่ร่วมรายการ หรือการชิงโชคต่างๆ รวมไปถึงการใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ เช่น การส่ง SMS เพื่อแจ้งข่าวในการจัดกิจกรรมหรือสิทธิพิเศษอื่นๆ โดยข้อความ จะระบุ วัน เวลา สถานที่และเว็บไซต์ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม

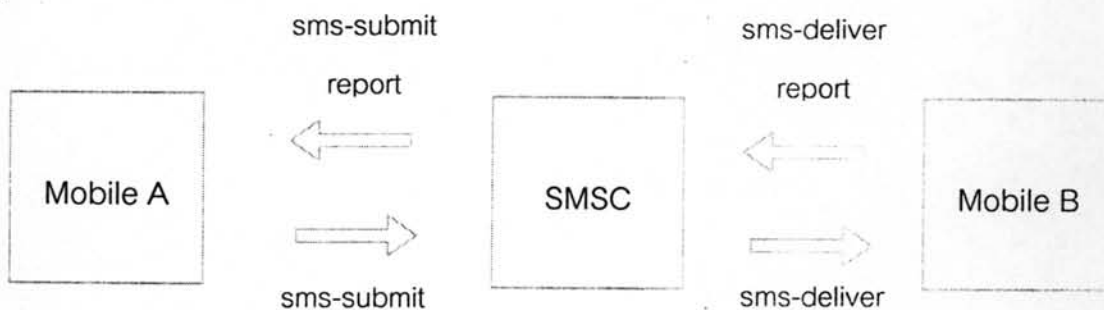
2. การใช้เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนสื่อหลักให้มีการสื่อสารแบบสองทาง หรือพูดง่าย ๆ ก็คือ การส่งข้อความ SMS ไปพูดคุย เสนอความคิดเห็น หรือแม้แต่วางแผนชิงรางวัลกับผู้ดำเนินรายการ ไม่ว่าจะผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์ ซึ่งทั้ง 3 หลักนี้ไม่สามารถสื่อสารแบบสองทางกับผู้รับสื่อได้อย่างทันที

3. ใช้เป็นเครื่องมือเตือนภัยของรัฐบาล อดีตนายกรัฐมนตรีใช้โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลและประชาชนเริ่มขึ้นเมื่อเดือนเมษายน ปี 2003 ที่รัฐบาลฮ่องกงได้ส่ง SMS ไปหาประชาชนกว่า 6 ล้านคน เพื่อสยบข่าวลือที่ว่า “ฮ่องกง เป็นเมืองที่ติดเชื้อไข้หวัดนก” นอกจากนี้แล้วยังมีองค์กรไม่หวังผลกำไรในอังกฤษ รวมใจกันจัดตั้งเป็นสมาคมชื่อว่า สมาคมแห่งระบบ

เตือนภัยฉุกเฉินทางโทรศัพท์ (The Cellular Emergency Alerts System Association หรือ CEASA) จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการใช้ SMS เป็นเครื่องมือเตือนภัยอีกด้วย และสำหรับประเทศไทยเมื่อปลายปี 46 กระทรวง ICT ได้เสนอให้มีการนำเทคโนโลยี SMS เป็นเครื่องมือเตือนภัยสำหรับคนไทย โดยเริ่มนำร่องจากการส่งข่าวการประชุมเอเปคเป็นโครงการแรก จนเมื่อเกิดเหตุภัยพิบัติแห่งชาติ "คลื่นยักษ์สึนามิ" เช้าถล่ม 6 จังหวัดทางภาคใต้ของไทย ทางกระทรวงไอซีทีก็ได้ประสานงานกับผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกราย ในการขอความร่วมมือการจัดทำระบบแจ้งเตือนผ่าน SMS ให้กับลูกค้าของผู้ให้บริการที่มีรวมกันกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนประชากร เพื่อสร้างระบบเตือนภัยอย่างเป็นทางการ เมื่อมีสัญญาณใดที่จะเกิดเหตุ ก็สามารถแจ้งไปก่อนเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติต่างๆ ได้ทันเวลาที่

4. ใช้เป็นเครื่องมือในการบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัย

7.4 โครงสร้างของการสื่อสารในระบบข่าวสารสั้น



รูปที่ 4 แสดงองค์ประกอบของการสื่อสารแบบข่าวสารสั้น

1. ระบบการสื่อสารแบบข่าวสารสั้นนี้มีองค์ประกอบ ดังแสดงในรูปที่ 1 ซึ่งในระบบนี้จะประกอบไปด้วย
2. ผู้ส่งและผู้รับข่าวสารสั้น คือ เลขหมายของผู้ใช้บริการที่ต้องการส่งข่าวสารสั้นและเลขหมายของผู้รับข่าวสารสั้น
3. SMSC หรือ Short Message Service Center ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการรับและส่งข่าวสารสั้นระหว่างผู้รับและผู้ส่ง โดยข่าวสารสั้นที่ผู้ส่งส่งไปนั้นจะถูกเก็บไว้ที่ SMSC และ SMSC จะทำหน้าที่รับผิดชอบในการส่งข่าวสารสั้นต่อไปยังผู้รับ หากผู้รับยังไม่พร้อมที่จะรับหรือรับไม่สำเร็จ SMSC ก็จะทำหน้าที่ในการส่งข่าวสารสั้นไปยังผู้รับใหม่จนกว่าผู้รับจะรับข่าวสารสำเร็จ เมื่อทำการส่งข่าวสารสำเร็จ SMSC อาจส่งรายงานการส่งไปยังผู้ส่ง หากผู้ส่งข่าวสารสั้นมีการขอให้ส่งรายงานในการส่งข่าวสารสั้น

7.5 ประเภทของข่าวสารสั้น

ประเภทของข่าวสารสั้นที่มีการส่งในระบบการสื่อสาร มีดังต่อไปนี้

1. SMS – DELIVER เป็นข่าวสารที่ส่งยังศูนย์บริการไปยังโทรศัพท์ปลายทาง
2. SMS – DELIVER – REPORT เป็นข่าวสารที่รายงานการได้รับข่าวสารจากโทรศัพท์มือถือปลายทางไปยังศูนย์บริการ
3. SMS – SUBMIT เป็นข่าวสารที่ส่งจากโทรศัพท์มือถือไปยังศูนย์บริการเพื่อส่งต่อไปยังปลายทาง
4. SMS – SUBMIT – REPORT เป็นข่าวสารที่รายงานการส่งข่าวสารไปยังโทรศัพท์มือถือปลายทาง จากศูนย์บริการส่งไปให้ต้นทาง
5. SMS – COMMAND เป็นข่าวสารที่เป็นคำสั่งจากโทรศัพท์ไปยังศูนย์บริการ
6. SMS – STATUS – REPORT เป็นข่าวสารรายงานสถานภาพจากศูนย์บริการไปยังโทรศัพท์มือถือ

7.6 การให้บริการรายงานข่าวผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(เอสเอ็มเอส)ในประเทศไทย

โมบาย มีเดีย “Mobile Media” หรือถ้าแปลตรงตัว ก็คือ “สื่อโทรศัพท์มือถือ” แต่ ณ วันนี้ “โมบาย มีเดีย” มีการพูดถึงกันอย่างแพร่หลายในระดับสากล และเกิดขึ้นจริงแล้วในหลายประเทศ “สื่อ + โทรศัพท์มือถือ” คำผสมเพียง 2 คำ สามารถอธิบายให้เห็นถึงการผสมกันระหว่างหลายหน่วยงาน มิใช่เพียงแต่กลุ่มผู้ทำธุรกิจโทรศัพท์มือถือตามแบบฉบับดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังเป็นการขยายขอบเขตของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือรายใหม่ๆ ด้วย เช่น สื่อมวลชน และนักการตลาด จนถึงขั้นสามารถสร้างนิยามใหม่ของคำว่า “สื่อ” ในวงการสื่อมวลชน และคำว่า “เครื่องมือสื่อสาร” ในวงการตลาดเลยทีเดียว

ปัจจุบันนี้มีผู้ประกอบการสื่อสารมวลชนหลายค่ายไม่ว่า ทีวี วิทยุ แม้แต่ค่ายสื่อหนังสือพิมพ์ ปรับตัวมาใช้กลยุทธ์บริการข่าวผ่านทางเอสเอ็มเอสกันมากขึ้น จากอดีตที่มีสื่อไม่กี่แห่งเปิดบริการขายข่าวเฉพาะกลุ่มผู้บริโภครายใหญ่เป็นนักธุรกิจ นักลงทุน ที่ต้องการข่าว ความเคลื่อนไหวของตลาดหลักทรัพย์เป็นหลัก นอกจากรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแบบเอสเอ็มเอสโพลล์แล้ว ทุกวันนี้การรายงานข่าวเด่น ประเด็นร้อนๆ สดผ่านทางเอสเอ็มเอสกำลังจะเป็นช่องทางการบริโภคข่าวสารที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง

การใช้เอสเอ็มเอสกับสื่อประเภทต่างๆ

- รายงานข่าวเด่นประเด็นร้อน
- รายงานข่าวต่างประเทศ

- เกาะติดสถานการณ์ต่างๆ
- รายงานข่าวกีฬา, รายงานผลการแข่งขัน
- รายงานข่าวท้องถิ่น
- รายงานข่าวบันเทิง

ตัวอย่างการใช้ SMS กับสื่อมวลชน

- สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น ให้บริการ "INN Hot News" รายงานข่าวด่วนทางผ่านทางเอสเอ็มเอส โดยผู้ใช้บริการจะได้รับข่าวประมาณ 200 ข่าวต่อเดือน สำนักข่าวไอเอ็นเอ็น โฆษณาว่า "สดทันทีที่มีข่าว" ด้วยศักยภาพจากความรวดเร็วของเครือข่ายร่วมด้วยช่วยกันและแหล่งข่าวที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

- หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ให้บริการผ่านระบบมือถือ "เอสเอ็มเอส" ซึ่งทีมงานของโพสต์ทูเดย์ยืนยันว่า ข่าวร้อน ข่าวด่วนจะส่งตรงถึงมือถือ ช่วยไม่ให้พลาดเหตุการณ์สำคัญ ในรอบวัน

- สำนักข่าวผู้จัดการออนไลน์ บริการส่งข่าวตรงถึงมือคุณภายใต้ชื่อ "SMS MGR" เท่านั้นทุกความเคลื่อนไหว ครอบคลุมทั้งข่าวด่วน ข่าวร้อน ข่าวสังคม การเมือง เศรษฐกิจ หุ่น บันเทิง และกีฬา ต่างประเทศ

- สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 (ททบ.5) บริการ TV5 SMS News ย่อโลกข่าวให้อยู่ในมือคุณ พลิกวงการข่าวกับ สุดยอดข่าวผ่าน SMS ส่งตรงเข้ามือถือแบบนาทีต่อนาที

- สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 บริการข่าวเด็ด 7 สี รับข่าวด่วนถึงมือคุณ

- ข่าวเด็ด (CH7 NEWS SMS) รับข่าวด่วนถึงมือคุณ
- ข่าวกีฬา (CH7 Sports SMS) รู้ผลกีฬารอบโลก
- ข่าวบันเทิง (Starberry) ไม่พลาดทุกข่าวบันเทิงทุกวัน

- สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.

- สำนักข่าวไทย (MCOT Xpress) บริการรายงานข่าวด่วนทันเหตุการณ์ประจำวันผ่าน SMS ทางโทรศัพท์มือถือทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ พร้อมข่าวบันเทิงและข่าวเศรษฐกิจ

- สำนักข่าวเนชั่น (Nation Mobile News) บริการข่าวสารทันใจ รู้ก่อนใครผ่าน Nation Mobile News พบกับข่าวสด ทันต่อเหตุการณ์กับเนชั่นได้ทุกที่ทุกเวลา

- เนชั่นทันข่าว บริการข่าวสารประเด็นร้อนทันควันนี้เรื่องการเมือง สังคม กีฬา และบันเทิง

- Nation English News บริการข่าวและความเคลื่อนไหวภาษาอังกฤษจากเนชั่น

- ข่าวด่วนกรุงเทพธุรกิจ บริการข่าวประเด็นร้อน ทันธุรกิจ

- ข่าวด่วนคมชัดลึก บริการข่าว เกาะติดสถานการณ์ คมทุกประเด็น
- ข่าวกีฬา (CH7 Sports SMS) รู้ผลกีฬารอบโลก
- หนังสือพิมพ์มติชน (Mobile News) เตือนคุณล่วงหน้า บอกคุณก่อนใครในสถานการณ์ข่าวที่เผ็ดร้อนแห่งยุค ข่าวสั้น SMS ผ่านโทรศัพท์มือถือทุกระบบจากทีมข่าวคุณภาพกลุ่มมติชน
 - มติชน
 - ข่าวสด
 - ประชาชาติธุรกิจ
- สยามกีฬา SMS
- สยามดารา SMS อัปเดตข่าวบันเทิงก่อนใคร

แนวคิดนี้นำมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายความสำคัญของเอสเอ็มเอสว่าเป็นบริการเสริมบนโทรศัพท์มือถือ ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารและส่งข้อความที่เป็นตัวอักษรตอบโต้กันได้อย่างรวดเร็ว และเนื่องจากเอสเอ็มเอสถือเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่โทรศัพท์มือถือทุกเครื่องสามารถให้บริการได้ จึงทำให้เอสเอ็มเอสกลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาคธุรกิจ, เอกชนและรัฐบาลต่างก็ให้ความสนใจและใช้เอสเอ็มเอสเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งข่าวสารในสังคมสารสนเทศอย่างเช่นปัจจุบัน

8. แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ

พันธุทิพย์ สายสุนทร (2546) กล่าวว่า มนุษย์ในสังคมไทยได้เรียนรู้โลกและชีวิตจากทั้งระบบการศึกษาในระบบจากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยส่วนหนึ่งและยังได้เรียนรู้จากระบบการศึกษานอกระบบจากสิ่งรอบตัวอีกส่วนหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่า สิ่งรอบตัวที่มีอิทธิพลมากที่สุด ก็คือ สื่อที่มีลักษณะมวลชน เราอาจจำแนกวิวัฒนาการของ "สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ ในประเทศไทย" ออกเป็น 2 ยุค กล่าวคือ

1. ในยุคแรก ซึ่งเป็น ยุคที่ผ่านมาจนถึงวันนี้ นั้น ดูเหมือนสื่อมวลชนที่มนุษย์ในสังคมไทยมักใช้ในการเรียนรู้โลกและชีวิตมีอยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะ คือ

- 1.1 หนังสือพิมพ์
- 1.2 ภาพยนตร์
- 1.3 วิทยุและโทรทัศน์

ซึ่งสื่อเหล่านี้ถูกเรียกว่า "สื่อเก่าดั้งเดิม" ซึ่งก็ยังใช้กันอยู่มากและคงไม่สาบสูญไปในระยะเวลาอันใกล้

2. ยุคที่สอง ก็คือ ยุคของวันนี้จนถึงพรุ่งนี้ ซึ่งมนุษย์ในสังคมไทยได้ใช้ "สื่อดิจิทัลที่เข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้" เพื่อเรียนรู้โลกและชีวิต เรามักเรียกสื่อประเภทนี้ว่า "สื่อใหม่" ซึ่งสื่อนี้มีลักษณะเป็น "สื่อที่คิดค้นขึ้นใหม่และจำนวนผู้ใช้งานกำลังเพิ่มขึ้นทุกวัน"

ในประการแรก สื่อมวลชนที่มนุษย์ในเกือบทุกบ้านมักมี ก็คือ หนังสือพิมพ์, ภาพยนตร์, วิทยุและโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้เป็นสื่อเก่าที่ยังใช้กันอยู่ในทุกครัวเรือนและสำหรับประเทศไทย สื่อมวลชนที่ปรากฏตัวมาแต่ดั้งเดิมนี้ ก็ได้มีลักษณะที่ "เก่าแก่จนล้าสมัย" ต่างก็มีวิวัฒนาการอย่างมากในทุกทิศทาง กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารก็มีลักษณะเหมือนจริงมากขึ้น, เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น, ราคาถูกลง, ให้ภาวะเสถียรแก่มนุษย์มากขึ้น เป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าส่วนหนึ่งและเป็นส่วนใหญ่ของความรู้ในตัวมนุษย์มีที่มาจากวิทยุและหรือโทรทัศน์ แต่ก็พบว่าในประเทศไทยนั้น สื่อมวลชนไทยก็ไม่แตกต่างไปจากสื่อมวลชนในโลกทุนนิยมตะวันตก กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารที่วิทยุและโทรทัศน์หยิบยื่นให้แก่มนุษย์ในสังคมไทยก็เต็มไปด้วยแนวคิดแบบพหุนิยมและมุ่งผลิตรายการเพื่อส่งเสริมบริโภคนิยมมากกว่าการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพชีวิต

สภาพการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อการปลูกฝังค่านิยมความเชื่อและทัศนคติแก่ประชาชนในด้านวัตถุนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชนงานวิจัยทั้งในและนอกประเทศไทยได้ชี้ถึงผลกระทบด้านวัฒนธรรมที่ทั้งวิทยุและโทรทัศน์นำมาสู่สังคมมนุษย์ว่ามีทั้งด้านดีและด้านไม่ดี จึงเป็นธรรมดาอย่างยิ่งที่การประกอบการสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ย่อมตกอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ ในบางสถานการณ์ที่รัฐบาลมีแนวคิดแบบเสรีนิยม รัฐก็จะเข้ากำกับดูแลสื่อวิทยุโทรทัศน์ในลักษณะที่ยืดหยุ่นและเท่าที่จำเป็น แต่ในสถานการณ์ที่รัฐบาลมีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม รัฐก็จะจำกัดเสรีภาพของสื่อมวลชนอย่างมาก

โดยการศึกษาของนักวิชาการด้านสื่อมวลชน พบว่า สื่อมวลชนที่มีบทบาทใกล้ชิดมนุษย์มากที่สุด ก็คือ วิทยุและโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่มีอยู่เกือบจะทุกครัวเรือนในโลกและด้วยพัฒนาการของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการกระจายข้อมูลข่าวสารทางโทรทัศน์ ดังนั้น ด้วยศักยภาพของ สื่อใหม่ที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพบนอินเทอร์เน็ตและมีลักษณะเป็นการ สื่อสารสองทางโต้ตอบได้ (interactive) จะเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยที่สามารถปรับตัวรับเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาแทนหรือผสมกับระบบเก่าแบบ analogue จึงได้เริ่มภาพลักษณ์ใหม่ที่มีความเป็น "Digital Television" ขึ้นบ้างแล้ว

ขอให้สังเกตความพยายามของสื่อเก่าที่จะนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการข้อมูลข่าวสารของตน ตลอดจนใช้อินเทอร์เน็ตในการส่งข้อมูลข่าวสารของตนควบคู่ไปกับการส่งทางช่องทางเดิมที่ตนมีอยู่ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์แทบทุกฉบับก็ยังคงตีพิมพ์บนกระดาษ แต่ก็มี เว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของตนและรายงานข่าวของตน ส่วนสถานีโทรทัศน์ทุกช่องก็ยังคงกระจายภาพทางจอโทรทัศน์ตามบ้าน แต่ก็มีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของตนและรายการของตน หรือให้บริการรายการโทรทัศน์ให้ชมได้อีกในเว็บไซต์หรือแม้กระจายภาพและเสียงในระบบ real time พร้อมทั้งที่ทำทางโทรทัศน์ วิทยุจำนวนมากมีเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรของตนและรายการของตนและจำนวนไม่น้อยที่ใช้โทรศัพท์พื้นฐานหรือโทรศัพท์มือถือหรือเพจเจอร์หรืออินเทอร์เน็ตในการจัดรายการร่วมกับผู้ฟัง สื่อใหม่จึงได้กลายมาเป็นตัวเสริมสร้างประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการลูกค้าให้แก่สื่อเก่า

สื่อใหม่เริ่มมีบทบาทอย่างมากในการป้อน "แนวคิดใหม่ ๆ และแปลก" ให้แก่มนุษย์ในสังคมไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และนอกจากนั้นสื่อใหม่ยังเสริมสร้าง "ความมั่นใจในวัฒนธรรมใหม่" ให้แก่มนุษย์ในสังคมไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน อีกเช่นกัน ขอให้สังเกตว่าวัฒนธรรมใหม่ที่สื่อใหม่ได้นำมาสู่สังคมไทยนั้นมีทั้งที่เป็นสิ่งที่ดีและสิ่งที่ไม่ดี ซึ่งความดีเลวขององค์ความรู้ที่ได้จากสื่อใหม่ ก็มีได้แตกต่างจากสื่อเก่า นั่นก็คือ ปრაกฏมิมิบริเวณที่เป็น "สีเทา" กล่าวคือ มิได้เลวที่สุดจนเป็นสีดำสนิท และมีได้ดีที่สุดจนเป็นสีขาวสะอาด

ด้วยความตื่นตัวของมนุษย์ในสังคมไทยต่อโลกเสมือนจริงในอินเทอร์เน็ตและด้วยต้นทุนและโอกาสที่มีอย่างมากมายให้มนุษย์เข้าสู่โลกใบใหม่ นี้เนื่องจากรัฐสนับสนุนอย่างมากมนุษย์จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ททยอยเข้าไปทำความรู้จักกับสภาพสังคมในอินเทอร์เน็ตและมีจำนวนไม่น้อยที่ตัดสินใจอาศัยอยู่ในอินเทอร์เน็ตโดยการเชื่อมต่อให้คอมพิวเตอร์ของตนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ผลก็คือ คอมพิวเตอร์เครื่องนั้นได้เข้ามาทำหน้าที่ของ "โทรศัพท์" ซึ่งเผื่อคอยที่จะรับข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาไม่ว่าผู้เป็นเจ้าของคอมพิวเตอร์นั้นจะอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์หรือไม่และในปัจจุบันมนุษย์อาจใช้ "โทรศัพท์มือถือ" ในการแจ้งเหตุทันที เมื่อมีข้อมูลข่าวสารที่เขาต้องการทราบผ่านเข้ามาในระบบอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของมนุษย์จึงไร้ข้อจำกัดทั้งในแง่เวลาและสถานที่

ในวันนี้เมื่อผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์หรือวิทยุหรือโทรทัศน์ก็ได้ใช้อินเทอร์เน็ตในการขยายประสิทธิภาพในการเข้าสู่ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าหรืออนาคตลูกค้า จึงเป็นปรากฏการณ์ที่สื่อเก่าและสื่อใหม่ได้ผสมผสานตัวจนเป็นสื่อเดียวกัน จะเห็นว่า ผู้ประกอบการสื่อเก่ามีต้นทุนดั้งเดิมทั้ง

ในด้านเงินทุน บุคลากรและองค์ความรู้ อย่างมากมายและเมื่อสื่อมวลชนเก่าที่มีความล้าครม
 อย่างนี้ มาสวมบทบาทของผู้ประกอบการให้บริการข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต ศักยภาพของสื่อใหม่นี้
 จึงเป็นโอกาสใหม่ของทั้งผู้ประกอบการ เป็นสินค้าประเภทใหม่ เป็นบริการประเภทใหม่ที่สามารถ
 เรียกเอาความหลงใหลและศรัทธาของผู้บริโภคมาสู่ตนได้มากขึ้นและเหนียวแน่นขึ้นเป็นสิ่งที่
 ปฏิเสธไม่ได้ว่า วันนี้นักข่าวในประเทศไทยสามารถอ่าน Le Matin เจกเช่นมนุษย์ที่อยู่ในประเทศ
 ฝรั่งเศส โดยใช้ความสะดวกรวดด้านเวลาและค่าใช้จ่ายที่ไม่ต่างกันทั้งที่หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ ถูกตีพิมพ์
 เป็นกระดาษในประเทศฝรั่งเศสคู่ขนานไปกับการปรากฏตัวบนอินเทอร์เน็ต ไม่มีช่องว่างในทาง
 ข้อมูลข่าวสารระหว่างมนุษย์ที่อ่าน Le Matin ในสองสถานที่ที่ไกลกัน กระบวนการเรียนรู้ของ
 มนุษย์ในทั้ง 2 สถานการณ์จากสื่อนี้จึงไม่ต่างกัน

วิลลิส (Jim Willis, 1994 อ้างถึงใน วรพวรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของ
 มัลติมีเดียและ "ชาวเทอร์โบ" ที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ ผู้คนจะติดต่อกันมากมาย
 เป็นการ "ระเบิด" ของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม บุคลิกภาพของคนจะ
 เปลี่ยนไป จะเกิดการดูดซึมบุคลิกภาพของผู้อื่นมาเป็นของเรา (A population of the self, or an
 absorption of others into ourselves) การรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้อื่นซ้ำ ๆ ซาก ๆ ทำให้ตนเองเสีย
 ความมั่นใจในตนเอง หญิงสาวที่เคยมีมาตรฐานในการวัดสถานะของตนเอง คือ "แม่และภรรยาที่
 ดี" จะเห็นโมเดลใหม่ ๆ ของความเป็นผู้หญิงที่ตนสามารถจะดูดซับมาใช้เป็นตนเองได้ ผู้คนจะ
 ขึ้นอยู่กับผู้อื่นหรือขึ้นอยู่ด้วยกันและกัน (Interdependence) สภาพเหล่านี้อาจขยายไปสู่ระดับชาติ
 หรือระดับสากล ผู้คนติดต่อข้ามค่านิยม, วัฒนธรรม ทำให้ได้เรียนรู้และชื่นชมสิ่งที่ดีงามของคนอื่น
 การติดต่อทางการเมือง ธุรกิจ ศิลปะ การศึกษาล้วนนำมาซึ่งการพึ่งพาระหว่างกันหรือขึ้นต่อกัน
 ทั้งสิ้น

สุกัญญา สุกบรรทัด (อ้างถึงใน วรพวรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540) กล่าวไว้ว่า ในยุคแห่ง
 โลกาวិวัฒน์และยุคแห่งสารสนเทศ จะมีความจริงเทียม (virtual reality) เกิดขึ้น นั่นคือ จะเกิด
 เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สร้างสถานการณ์จำลองขึ้นมาให้คนได้สัมผัส สถานการณ์นั้นเหมือนจริงมาก
 และลากดึงผู้ใช้ลงไปสัมผัสด้วยระบบมัลติมีเดีย มีทั้งตัวอักษร ภาพ วิดีโอ เสียง ด้วยรูปแบบของ
 ทูตีสัมพันธ์ ให้ผู้ใช้ได้เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย รับทุกข์และสุขเสมือนจริงทุกประการ เพียงแต่ว่ามัน
 "ไม่จริง"

กล่าวโดยสรุป คือ ปรากฏการณ์ดังกล่าวหาใช่อื่นใดไม่นอกจากเป็นวิวัฒนาการที่สืบต่อ
 กัน ดุจสายโซ่ นั่นคือ สภาวะหนึ่งเป็นเงื่อนไขให้เกิดอีกสภาวะหนึ่ง ต่างก็เป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน
 อากาศที่โลกเราอาศัยอยู่กำลังจะหดแคบลงทุกวัน ดูจะเป็นเรื่องที่คนจำนวนมากแทบจะรับไม่ได้

อยู่แล้ว ทว่าขณะเดียวกัน กลับมีอีกภาพหนึ่งซ้อนเข้ามาทำให้เกิดความปั่นป่วนและสับสน โลกเทียมที่กำเนิดทำให้เกิดสภาวะที่ประเทศทั้งหมดไร้พรมแดนจนกลายเป็นประเทศเดียวกัน หรือที่เรียกว่า โลกแห่งไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) หรืออภิมิติ เป็นเขตแดนของการสื่อสารแบบดิจิทัลที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันด้วยโทรคอมพิวเตอร์หรือระบบสื่อสารโทรคมนาคมที่ทำงานประสานกับคอมพิวเตอร์ พุดคุยกัน ปรีกกากัน แลกเปลี่ยนกัน จากกลุ่มเล็ก ๆ ขยายออกเป็นกลุ่มใหญ่จำนวนมากมายมหาศาลทั่วโลก และแต่ละกลุ่มก็สามารถติดต่อสื่อสารถึงกัน ประจวบอยู่ในบ้านเดียวกัน เมืองเดียวกัน ประเทศเดียวกัน

นั่นคือ โลกที่ข้อมูลจำนวนมากถูกเก็บไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้น ทันทีที่โทรศัพท์ถูกตัดขาด เครื่องแฟกซ์ถูกปิดและถอดปลั๊กคอมพิวเตอร์ออก อารยธรรมของโลกเทียมทั้งโลกก็จะดับมอดลง โลกเทียมนอกจากตัวของมันเองจะไร้พรมแดนแล้ว เทคโนโลยีที่สืดยอดยังทำให้สื่อไร้พรมแดนด้วย โลกของสื่อมวลชนจะถูกแทนที่ด้วยข่าวออนไลน์ จุดนี้เองที่โลกเทียมจะมีบทบาทในวิถีชีวิตคน เพราะโลกเทียมจะกำหนดการใช้ชีวิตของคนในสังคม, กำหนดการได้ประโยชน์จากการมีชีวิตอยู่ในสังคมและบางที่อาจกำหนดควมมีความจน ความทุกข์ความสุข ให้แก่เราอีกต่างหาก (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540 : 45)

8.1 ผลกระทบของธุรกิจการให้บริการข้อมูลข่าวผ่านอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปฎิเสธไม่ได้ว่า จัตุรจินดา (2548:25) กล่าวถึงผลกระทบของการให้บริการข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ดังนี้

1. ผลกระทบต่อผู้ประกอบการ

ผลกระทบในทางบวก

- เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ, สร้างงาน, สร้างรายได้
- ลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนของผู้ประกอบการ
- เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการ

ผลกระทบในทางลบ

- เกิดปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
- การสูญเสียโอกาสในการประกอบการเนื่องจากสินค้าและบริการทดแทน

สำหรับผลกระทบที่เกิดกับผู้ประกอบการ พบว่า การให้บริการดังกล่าวจะส่งผลดีให้กับผู้ประกอบการมากกว่าผลเสีย เพราะจุดมุ่งหมายหลักของการประกอบการ คือ กำไร การที่

สามารถขยายตลาดไปพร้อม ๆ กับการลดต้นทุนในการประกอบการและยังมีความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าเดิม ล้วนเป็นปัจจัยที่จะทำให้กิจการมีกำไรมากขึ้นทั้งสิ้น

2. ผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผลกระทบในทางบวก

- เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับชีวิตประจำวัน
- เพิ่มช่องทางในการใช้ E-learning
- ลดความจำเป็นในการเดินทาง
- เป็นศูนย์รวมข้อมูลด่วน
- เพิ่มความบันเทิง

ผลกระทบในทางลบ

- ปัญหาการละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล
- ปัญหาสื่อลามก
- ปัญหาการพนัน
- ปัญหาการหมิ่นประมาท
- ปัญหาการเอาเปรียบผู้บริโภค
- ภัยจากอินเทอร์เน็ตเข้าใกล้สังคมมากยิ่งขึ้น
- ค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือย

สำหรับผลกระทบที่เกิดกับผู้บริโภค พบว่า ในตัวของบริการข้อมูลที่มีอยู่ก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้บริโภคมากกว่าผลเสียที่เกิดขึ้น แต่ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคไม่ได้ใช้บริการเหล่านี้อย่างเต็มที่ อาจเพราะเหตุผลเรื่องความไม่รู้ถึงบริการต่าง ๆ ที่มีหรือความสามารถของเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอยู่ไม่รองรับกับบริการบางอย่าง ทำให้ความนิยมใช้บริการข้อมูลของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จะเป็นไปเพื่อความบันเทิงเสียมากกว่า

3. ผลกระทบต่อรัฐ

ผลกระทบในทางบวก

- เกิดรายได้ของรัฐในรูปแบบของการจัดเก็บภาษี

ผลกระทบในทางลบ

- การไม่สามารถระบุตัวผู้กระทำความผิดได้ เป็นปัญหาช่องว่างของการบังคับใช้กฎหมายที่อาจเกิดขึ้นจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ชำระค่าบริการด้วยบัตรเติมเงิน (Pre - paid)

การนำแนวคิดและทฤษฎีเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการงานวิจัยนี้ก็เพื่อเป็นแนวทางที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อและเทคโนโลยีในทุก ๆ แง่มุม ทั้งในแง่ของ

คุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่เกิดจากเทคโนโลยี เช่น ความรวดเร็วในการรับข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ , การเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ฯลฯ และในแง่ของพิษภัยต่าง ๆ เช่น การที่เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนก่อให้เกิดความสับสนในโลกเทียม หรือรวมทั้งปัญหาอาชญากรรมต่าง ๆ อาทิ การล่อลวงหรือการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมต่าง ๆ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับเพจเจอร์

ตริงษา เกตุกระหม่อม (2534) ศึกษาสภาพการณ์และลักษณะของการใช้วิทยุติดตามตัวในประเทศไทย พบว่า ผู้ใช้วิทยุติดตามตัวมีความต้องการที่จะใช้วิทยุติดตามตัวอยู่แล้ว เนื่องจากวิทยุติดตามตัวสามารถช่วยให้ผู้ใช้ติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็วขึ้นในขณะที่อยู่นอกสถานที่และในอนาคตมีแนวโน้มว่าอาจมีการใช้วิทยุติดตามตัวในเรื่องส่วนตัวมากขึ้น เนื่องจากคนมีเวลาให้กันน้อยลงและมีโอกาสที่จะพบปะแบบเผชิญหน้ากันน้อย สิ่งเหล่านี้จะทำให้คนต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสารในการติดต่อสื่อสารในเรื่องทั่วไป ทั้งเรื่องงานและชีวิตประจำวัน และต่อไปวิทยุติดตามตัวจะมีราคาถูกลง โดยจะเปลี่ยนจากสินค้าหรือของใช้เฉพาะกิจเป็นสินค้าหรือของใช้ในชีวิตประจำวัน

ชลพรรษ์ ธัมสัทยา (2539) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว) พบว่า ผู้รับข้อความข่าวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวทุก ๆ วันในทุกหมวดข่าว และยังคงก่อให้เกิดความต้องการติดตามข่าวสารดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ ตามมา นอกจากนี้ยังพบว่า ความแตกต่างทางด้านการศึกษาส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวแตกต่างกัน

งานวิจัยเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่

กมลวรรณ รัตนอำไพ (2535) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลโดยวิทยุโทรศัพท์เคลื่อนที่ของหน่วยธุรกิจ พบว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์จะมีการใช้ในธุรกิจอุตสาหกรรมมากที่สุด เมื่อแบ่งเป็นขนาดของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์จะใช้ในธุรกิจขนาดกลางมากที่สุด จะใช้ในธุรกิจไม่มีสาขาและบริษัทในเครือมากที่สุด เหตุผลในการเลือกใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เพื่อประโยชน์ในการทำงานที่ดีขึ้น การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้ประมาณวันละ 5 - 8 ครั้ง ผลที่ได้รับในการทำงานหลังจากใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ การทำงานรวดเร็วขึ้น, ประหยัดเวลาในการทำงาน ส่วนผลกระทบอื่น ๆ ที่เกิดจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เกิดความสบายใจมากขึ้นเพราะทำการสื่อสารได้ตลอดเวลา ผลกระทบ

ในทางลบ คือ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ปัญหาเรื่องเครือข่ายไม่ทั่วถึง การส่งข้อมูลมีคลื่นและสถานีไม่เพียงพอ

พัชริน จินดาปทีป (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณสมบัติในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงพอต่อความต้องการใช้มากที่สุดและศึกษาระดับความต้องการ ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้และเลือกซื้อ รวมทั้งศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ประกอบกันไปด้วย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้การวิจัยเชิงสำรวจและสุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดโควตาตามจำนวนประชากรแต่ละเขต เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้มากที่สุด เนื่องจาก ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ รongลงมาคือ เพื่อความสะดวกในชีวิตส่วนตัวและความจำเป็นทางธุรกิจ

รวีวรรณ ตั้งธนศฤงคาร (2542) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีต่อบริการเสริมประเภทสาระบันเทิงของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นและความสนใจใช้บริการเสริมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเสริมและแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการรับทราบบริการเสริม เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงบริการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจใช้บริการต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับเพศ, ระดับการศึกษา, รายได้และสถานภาพการสมรส นอกจากนั้นปัจจัยการตลาดที่สำคัญมากที่สุด คือ ส่วนลดค่าใช้จ่ายโทรศัพท์และการรับทราบบริการส่วนใหญ่ทราบจากนิตยสาร AIS Digest

วรวิภา เจริญศรีพรพงศ์ (2545) ได้ทำการศึกษาถึงการวิเคราะห์ความต้องการใช้โทรศัพท์มือถือของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระบบที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ของ AIS สาเหตุที่ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ตอบว่าเพราะความจำเป็น การตัดสินใจซื้อเป็นความต้องการของตนเองเป็นส่วนใหญ่ ค่าใช้จ่ายต่อเดือนส่วนใหญ่ใช้ไม่เกิน 500 บาทและใช้ติดต่อกับผู้ปกครองมากที่สุด บริการเสริมที่มีในตัวเครื่องโทรศัพท์มือถือและใช้บริการมากที่สุด คือ SMS

งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยี

อรวรรณ ปิลันธนโอบาท และคณะ (2536) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศและบทบาทในการพัฒนาสังคมไทย พบว่า เทคโนโลยีในสำนักงานให้ผลทางบวกมากกว่าทางลบ แต่มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นั่นคือ ปัญหาทางด้านความพร้อมและความชำนาญในการนำมาใช้ของบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญ แต่ก็มีแนวโน้มว่าจะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพิ่มมากขึ้น

บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์ (2542) ทำการศึกษาถึงผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อแนวโน้มพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสำรวจผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อแนวโน้มพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น เปรียบเทียบในแต่ละตัวแปร ได้แก่ เพศ ระดับชั้น สาขาวิชา อาชีพหลักของครอบครัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่า ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลทำให้นักศึกษามีแนวโน้มพฤติกรรมจริยธรรมในระดับ "ค่อนข้างต่ำ" โดยเพศ, ระดับชั้นและอาชีพหลักของครอบครัวที่มีอาชีพต่างกัน ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมจริยธรรมที่แตกต่างกัน และพบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลกระทบต่อแนวโน้มพฤติกรรมจริยธรรมในด้านของความเมตตากรุณามากที่สุด และด้านความรับผิดชอบน้อยที่สุด

จากการประมวลผลงานวิจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น พบว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ถือเป็นอุปกรณ์การสื่อสารที่ประชาชนจำนวนมากให้ความสนใจและมีความต้องการใช้เป็นอย่างมาก โดยมีได้มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพียงเพื่อโทรออกและรับสายเท่านั้น หากแต่ความต้องการในบริการเสริมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านข้อมูลข่าวสารก็เป็นอีกหนึ่งบริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากกลุ่มผู้ใช้ ดังนั้นในการศึกษาเรื่อง "การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และความคิดเห็นของผู้ใช้" จึงมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

- กลุ่มผู้รับข้อความข่าวมีพฤติกรรมการรับ – ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสที่แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากร
- กลุ่มผู้รับข้อความข่าวมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวที่ได้รับแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากร

นิยามตัวแปร		
ข้อความข่าว	หมายถึง	ข้อความตัวอักษรที่ถูกส่งจากองค์กรผู้ให้บริการการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านระบบข้อความสั้น ที่เรียกว่า เอสเอ็มเอส (Short Message Service) ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้รับบริการ
ข้อมูลข่าวสาร	หมายถึง	ข่าวในรูปแบบการรายงานข่าวสารประจำวันจากเหตุการณ์ข่าวที่เกิดขึ้น รวมทั้งสารสนเทศทั่วไป ทั้งที่เป็นสารสนเทศส่วนบุคคลหรือสารสนเทศสาธารณะทั่วไป
พฤติกรรมการรับ – ส่งเอสเอ็มเอส	หมายถึง	การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการรับส่งข้อความของกลุ่มผู้ใช้ โดยวัดจากปริมาณเฉลี่ยในการส่งและการรับเอสเอ็มเอสเกี่ยวกับสารสนเทศทั้งที่เป็นรายงานข่าวและการรับส่งสารสนเทศทั่วไป
กลุ่มผู้รับข้อความข่าว	หมายถึง	กลุ่มผู้รับบริการหรือเคยรับบริการการรายงานข่าวจากผ่านระบบเอสเอ็มเอสบนโทรศัพท์เคลื่อนที่
การกำหนดนโยบาย	หมายถึง	การกำหนดนโยบายขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของแต่ละองค์กร ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> • วัตถุประสงค์ในการให้บริการ • ขั้นตอนการดำเนินงาน,การจัดบุคลากร
ลักษณะการรายงานข่าว	หมายถึง	ข้อความข่าวที่ถูกรายงานผ่านเอสเอ็มเอสบนในด้านต่างๆ ต่อไปนี้ <ul style="list-style-type: none"> • ประเภทของข่าวที่ให้บริการ • ความถี่ในการส่งข่าว • หลักเกณฑ์ที่นำมาพิจารณาคัดเลือกข่าว
การใช้ประโยชน์	หมายถึง	การนำข้อความข่าวที่ได้รับผ่านระบบเอสเอ็มเอสไปใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ ตามระดับความถี่น้อย
ความพึงพอใจ	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจต่อบริการข่าวต่างๆ ที่ได้รับผ่านเอสเอ็มเอส