

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารมวลชนนับเป็นอีกสถาบันหนึ่ง ซึ่งได้ก้าวเข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อสังคมทุก ๆ สังคม เพราะว่าสถาบันสื่อมวลชนนั้นได้ทำหน้าที่อยู่หลายประการ กล่าวคือได้ให้บริการทางด้านข่าวสารข้อมูล ความรู้ ความเคลื่อนไหว และความเป็นจริงที่เที่ยงตรงและสมคูลย์ ตลอดจนรายงานสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของสังคมนั้น ๆ ให้ประชาชนได้รับทราบ อีกทั้งยังเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนจากประชาชนที่คอยทำหน้าที่สอดส่องดูแล และตรวจสอบการทำงานบริหารของฝ่ายรัฐบาลด้วย อีกทั้งสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมที่มีการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจอย่างสูง สร้างให้ประชาชนต้องตกอยู่ในสภาวะแห่งความกดดัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเร่งรีบแข่งขันกับเวลาและเต็มไปด้วยความเคร่งเครียด สถาบันสื่อมวลชนนี้เองที่ได้เข้ามาทำหน้าที่ช่วยลดภาวะความกดดันดังกล่าวด้วยวิธีการนำเสนอสาระและความบันเทิงภายใต้รูปแบบวิธีการนำเสนอต่าง ๆ ตามคุณลักษณะเฉพาะตัวของสื่อมวลชนแต่ละประเภทที่ทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปและจากการที่สื่อมวลชนสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกสถานที่และตลอดเวลา จึงทำให้สื่อมวลชนได้รับความนิยมและยังมีบทบาทในฐานะที่เป็นสถาบันหนึ่งที่ช่วยเกื้อหนุนคุณประโยชน์ต่อสังคมเป็นอย่างมาก

ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายโทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะให้ความสมบูรณ์ลดขั้นตอนของความยุ่งยากลงได้สามารถเข้าถึงทุกครัวเรือนโดยง่าย นอกจากนั้นยังมีข้อได้เปรียบที่สามารถถ่ายทอดให้ผู้ชมได้สัมผัสทั้งภาพและเสียง อีกทั้งยังมีการนำเสนอข่าวสารเรื่องราว

หลากหลายซึ่งมีทั้งเนื้อหาสาระและความบันเทิงครบถ้วน ผู้ชมสามารถเลือกชมได้ตามความสนใจ ดังนั้น โทรทัศน์จึงมีข้อจำกัดน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ

วิทยุกระจายเสียงก็เป็นสื่อมวลชนอีกประเภทหนึ่งเช่นกันที่ได้รับความนิยมอย่างมาก สื่อวิทยุนี้สามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แม้ว่าผู้รับข่าวสารจะอยู่ต่างสถานที่กันก็สามารถรับข่าวสารในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกันได้ แต่อาจมีข้อจำกัดที่ว่า ผู้รับข่าวสารจากวิทยุจะสามารถรับฟังได้แต่เสียงและต้องมีเครื่องรับวิทยุอีกทั้งยังต้องอยู่ในสถานที่ที่สามารถรับคลื่นวิทยุได้ สำหรับหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อมวลชนที่สามารถให้ข่าวสารในส่วนของข้อมูลได้คร่าวละมาก ๆ และสามารถให้รายละเอียดในส่วนเนื้อหาของข่าวแต่ละข่าวได้มาก ผู้อ่านสามารถอ่านทวนซ้ำไปมาที่ครั้งก็ได้ แต่ก็มีข้อจำกัดทางด้านเวลาคือข่าวสารข้อมูลที่ได้มานำเสนอจะมีความล่าช้าและจะสามารถรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ได้นั้นจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการอ่านเท่านั้นจึงจะสามารถรับข่าวสารได้

จากที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า สื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อความหมายต่าง ๆ เพราะสามารถสื่อความหมายโดยภาพและเสียง ผู้ชมสามารถรับรู้สัมผัสได้ทั้งสองทาง รายละเอียดในเนื้อหาต่าง ๆ ถูกตอกย้ำสองครั้ง เกิดความสมจริงสมจัง (*realistic medium*) เพราะโทรทัศน์สามารถให้ภาพที่สมจริงสมจัง จนคนส่วนใหญ่เชื่อว่าเป็นความจริง (*Fiske, 1987*) และนอกเหนือจากนี้ภาพที่ปรากฏจากจอโทรทัศน์ยังสามารถสื่อความหมายได้ด้วยเทคนิควิธีการสื่อความหมายผ่านการใช้มุมกล้อง เพื่อบ่งบอกถึงระยะทางให้อารมณ์ความรู้สึกของการมีส่วนร่วมแก่ผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ความชัดเจนในการสื่อความหมายกับผู้ชมจะมีมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ และการชมรายการโทรทัศน์ก็เป็นสิ่งที่สะดวกประหยัด

เพราะสามารถชมได้ทุกเวลาที่บ้านประชาชนส่วนมากจึงให้ความนิยมแก่สื่อประเภทนี้

ขั้นตอนการทำงานให้บริการข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของสื่อมวลชนนั้นต้องผลิตผลงานภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ อาทิเช่น ความกดดันทางด้านการเมือง ผลประโยชน์ในแง่ของการเป็นองค์กรเชิงธุรกิจ หรือผลิตผลงานเพื่อให้สอดคล้องกับหลักอุดมการณ์ของผู้ทำการตัดสินใจหรือผู้มีอำนาจสิทธิขาดแห่งองค์กรนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

ทฤษฎีการจัดการองค์กร (Organization Theory) เป็นแนวคิดหนึ่งในการพิจารณาองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่ง ที่ต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการรักษาดุลยภาพระหว่างความต้องการของส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะได้รับ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ก็จะต้องกระทำภายในกรอบของความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดดังกล่าวข้างต้น เกิดจากการศึกษาของ เชสเตอร์ เบร์นาร์ด (Chester Barnard : 1983) ซึ่งสังเกตเห็นว่า องค์กรจะดำรงอยู่ได้นั้นต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า เจ้าของ ตัวแทน ฯลฯ โดยกลุ่มต่าง ๆ ที่ผูกพันกับองค์กรนั้น มักจะให้การสนับสนุนและในขณะเดียวกันก็แสดงความต้องการของตนเองออกมาด้วย เป็นการแสดงให้เห็นดุลยภาพของความต้องการและผลตอบแทนที่ได้รับ องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับดุลยภาพระหว่างความต้องการของเจ้าของ ศูนย์อำนาจทางการเมือง หลักการทางวิชาชีพสื่อสารมวลชนของพนักงานกับผลตอบแทนที่องค์กรนั้น ๆ ได้รับ รวมไปถึงการผลิตรายการ

ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร อันจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ต่อมา ฟิลลิป เซลซนิก (Philip Selznick : 1957) นักสังคมวิทยาผู้มี ความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดสถาบัน ได้เน้นให้เห็นว่าทุกองค์กรมีกระบวนการ “การจัดสถาบัน” (Institutionalization) เพื่อให้องค์กรนั้นดำรงอยู่ เพื่อทำประโยชน์ ให้แก่สังคมโดยส่วนรวม ดังนั้นองค์กรจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้จำเป็นต้องผูกพันกับกลุ่ม คนและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ด้วย กระบวนการจัดองค์กรหรือสถาบันจึงต้องมุ่งไปที่ การยอมรับเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้องค์กรนั้นดำรงอยู่ได้ องค์กรหรือสถาบันบางแห่ง จัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตสินค้าและแสวงหาผลกำไรให้ได้มากที่สุด แต่องค์กรหรือสถาบัน บางแห่งก็ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหาผลกำไร โดยอาศัยกลยุทธ์ในการบริหารงาน ขององค์กรที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งกลยุทธ์การบริหารองค์กรนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าได้รับการยอมรับและสามารถเข้ากันได้กับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดองค์กรหรือสถาบันสามารถสร้างความมั่นคงและความภักดีต่อองค์กรได้ แต่ เมื่อใดที่มีความต้องการการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ก็ไม่สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว เช่นกัน กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงขององค์กรจะต้องเกิดขึ้นจากความต้องการเปลี่ยนแปลงของทุกคนร่วมกันมิฉะนั้นอาจเกิดความขัดแย้งและล้มเหลวได้ ดังนั้นกลยุทธ์ การบริหารงานองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะต้องทำให้เกิดดุลยภาพ ระหว่างองค์กรและ ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

แนวคิดนี้จะนำไปเป็นกรอบในการพิจารณาวิเคราะห์งานวิจัยชิ้นนี้ ในแง่ ของผลประโยชน์กำไรของผู้เป็นเจ้าของสื่อมวลชน(ผู้ประกอบการ) ที่ส่งผลกระทบไป สู่การผลิตรายการของสื่อที่ไม่มีอิสรภาพ เพราะต้องตกอยู่ภายใต้โครงสร้างอันจำกัดนี้ ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องผลิตรายการ เพื่อรักษาความอยู่รอดทางเศรษฐกิจขององค์กรเนื่อง

จากสื่อมวลชนนั้นไม่ใช่ของประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง ทว่าเป็นขององค์กรบางกลุ่มเท่านั้น จากแนวคิดของทฤษฎีองค์กรที่ว่าพลังผลักดันทางเศรษฐกิจและการตลาดสามารถทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง เช่น การรวมศูนย์ของรสนิยมของผู้ดูผู้ชมส่วนใหญ่ให้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผลผลิตสื่อไม่หลากหลายและโอกาสที่กลุ่มชนชั้นต่าง ๆ ในสังคมจะเข้าถึงสื่อมวลชนนั้นมีอย่างจำกัดและไม่เท่าเทียมกัน อีกทั้งค่านิยมต่อการผลิตครั้งละมาก ๆ อย่างซ้ำซากกลายเป็นค่านิยมหลักและแพร่หลายไปทั่ว ทั้งนี้เนื่องจากผลงานที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย หรือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ย่อมต้องมีการลงทุนสูงซึ่งจะลดกำไรของการประกอบการให้น้อยลงน้อยลง ดังนั้นเนื้อหาสื่อมวลชนส่วนใหญ่จึงเป็นการนำแก่นเรื่องและภาพลักษณ์เก่ามาตกแต่งใหม่ ผลที่ตามมาคือการสื่อสารทางวัฒนธรรมมีสภาพที่ล่าช้ากว่าความเป็นจริง (ศิริชัย ศิริกาเยะและกาญจนา แก้วเทพ, 2531)

ในบางช่วงของสังคมที่เกิดสภาวะวิกฤติ สื่อมวลชนยังขาดอิสรภาพในการนำเสนอข่าวสารโดยการควบคุมของรัฐบาลอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบหรือวิธีการต่าง ๆ ของสื่อมวลชนนั้น ยังต้องถูกควบคุมตรวจตราจากนโยบายของรัฐ คือระบบการเซนเซอร์ (censorship) และการควบคุมจรรยาบรรณวิชาชีพจากสื่อมวลชนด้วยกันเองอีกด้วย จะเห็นได้ว่าความกดดันหรือการแข่งขันทางด้านการตลาดและข้อจำกัดจากนโยบายของรัฐบาลนั้น มีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการทำงานของสื่อมวลชนและ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมที่เป็นระบบทุนนิยม การวิเคราะห์การแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์จึงสามารถพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อและโครงสร้างในระบบทุนนิยม

สิทธิการรับรู้ข่าวสารของสื่อมวลชน (The Right to know)

เสรีภาพในการแสวงหาข่าวสารของสื่อมวลชน เป็นที่ยอมรับและมีการรับรองเสรีภาพนี้ไว้ในกฎหมายในประเทศต่าง ๆ แต่ทั้งนี้จะต้องไม่ไปล่วงล้ำสิทธิส่วนตัว (Invasion of Privacy) ซึ่งเป็นสิทธิส่วนบุคคลที่จะอยู่อย่างสันโดษโดยปลอดจากการแทรกสอด หรือถือเอาหรือแสวงประโยชน์โดยมิชอบในเรื่องส่วนตัวหรือกิจกรรมส่วนตัวโดยแท้จริงของเขา หรือการนำข้อเท็จจริงไปเผยแพร่แก่สาธารณชน (กุลพลพลวัน , 2532) ซึ่งเป็นสิทธิการรับรู้ของประชาชนเป็นพื้นฐานสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อมวลชน

เนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน อาจก่อให้เกิดผลดีหรือผลร้ายต่อสังคมได้ ด้วยอิทธิพลของสื่อตนเองได้มีนักวิชาการเสนอแนวคิดควบคุม (ลักษณะมีคงลาภ , 2534) วิลเบอร์ ชเรมม์ (Wilber Schramm , 1966) กล่าวถึงกลไกที่สังคมอาจนำมาใช้เพื่อสนับสนุนเตือนสื่อมวลชน ให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบ

1. กลไกรัฐบาลและกฎหมายต่าง ๆ ที่รัฐออกมาเพื่อควบคุมสื่อมวลชน
2. กลไกสื่อมวลชนเอง ซึ่งอาจประกอบด้วยสื่อมวลชนที่ทำงานสื่อมวลชนสมาคมหรือองค์กรต่าง ๆ ของสื่อมวลชน
3. กลไกสาธารณชนหรือองค์กร สมาคมสาธารณะจัดตั้งขึ้นมา

ทั้งนี้รัฐบาลจะลดภาระดูแล หากระบบการสื่อสารดี มีความรับผิดชอบสูงของสื่อและชเรมม์เห็นว่าการควบคุมตนเองของสื่อมวลชนเป็นดีที่สุดกล่าวคือ มีความรับผิดชอบตนเอง ทำหน้าที่อย่างเหมาะสมในสิ่งจำเป็นหนึ่งในงานการสื่อสาร

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ได้แบ่งมาตรการควบคุมสื่อมวลชนเป็น 4 มาตรการ ดังนี้

1. มาตรการควบคุมตนเอง (Self Control)

เป็นจิตสำนึกและความตระหนักในวงการสื่อมวลชนเอง บทบาทหน้าที่อันเหมาะสมของสื่อมวลชนต่อสังคมโดยส่วนรวม

1.1 จรรยาบรรณของสื่อมวลชน เป็นจริยธรรมของนักนิเทศศาสตร์ หรือนักการสื่อสารในฐานะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพ

1.2 สาขาวิชาชีพทางด้านวารสารศาสตร์,นิเทศศาสตร์

2. มาตรการควบคุมโดยสาธารณะ (Public Control)

ควบคุมโดยสาธารณะ เช่น การควบคุมที่เกิดจากสาธารณชนนอกสื่อ แต่มีปฏิกริยาต่อสื่อมวลชนในฐานะผู้ติดตามแบ่งออกเป็น 5 แบบ ตามลักษณะของผู้รับสาร

2.1 การควบคุมโดยปัจเจกชน เช่น แสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.2 การควบคุมจากประชาชนผู้บริโภคข่าวสาร เช่น การงดเปิดรับสื่อ

2.3 การควบคุมจากกลุ่มผลประโยชน์ เช่น การรวมตัวกันเป็นกลุ่มผลประโยชน์เมื่อรายการต่าง ๆ ก่อความรู้สึก จึงรวมตัวกันตอบโต้สื่อมวลชน

2.4 การควบคุมตามมติมหาชน เช่น มหาชนไม่สนับสนุนรายการของสื่อ
คู่ได้จากยอดโฆษณาที่ต่ำ

2.5 ระบบการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะสื่อมวลชนด้วยกัน

3. มาตรการควบคุมทางกฎหมาย (Legal Control)

การควบคุมอาศัยกระบวนการทางกฎหมาย ที่ศาลเป็นผู้วินิจฉัยและผู้มีส่วน
ร่วมในกระบวนการสื่อสารไม่ว่าปัจเจกชน นักเขียน นักจัดรายการ บริษัท สังคม
และรัฐบาล

4. มาตรการควบคุมทางการปกครอง (Politic Control)

การควบคุมด้วยการใช้การเมืองการบริหาร โดยคณะบุคคลหรือหน่วย
ราชการ ขึ้นอยู่กับลักษณะการเมืองของรัฐบาล เช่น กระทรวงมหาดไทย นโยบาย
แห่งรัฐว่าด้วยเสรีภาพและความรับผิดชอบของสื่อมวลชน

นโยบายแห่งรัฐหมายถึง นโยบายขององค์กรที่มี 3 องค์ประกอบ คือ
ดินแดน รัฐบาลและประชาชน ซึ่งตามสภาพความเป็นจริงและยึดถือปฏิบัติครอบ
คลุมถึง(สมควร กวียะ,2536)

1. นโยบายของรัฐ
2. นโยบายของรัฐบาล
3. แนวทางปฏิบัติที่กำหนดโดยเจ้าหน้าที่ของรัฐ

สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์และภาพยนตร์ สื่อมวลชน มีวิวัฒนาการกลายเป็นสถาบันสังคมที่มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมโยงสังคมมวลชนไว้ด้วยระบบข่าวสารสาธารณะ (Public Information System) และสื่อมวลชนเป็นองค์กรที่ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของสังคม จึงประกอบด้วยบุคคล สถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อธรรมชาติและสื่อประดิษฐ์ ที่ถูกนำมารวมกัน เพื่อปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับนโยบายแห่งรัฐไทย ปรากฏในรัฐธรรมนูญที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ นโยบายแห่งรัฐกล่าวได้ว่า รัฐธรรมนูญของไทยทุกฉบับตั้งแต่ พ.ศ. 2475 กำหนดให้ประเทศไทยใช้ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ระบุให้ประชาชนมีอำนาจสูงสุด หรือมีอำนาจอธิปไตย ให้ประชาชนมีสิทธิและเสรีภาพตามหลักสิทธิมนุษยชนสากล แต่ก็มีกรให้เงื่อนไขว่า เสรีภาพนั้น ๆ จะต้องอยู่ในบังคับแห่งกฎหมายที่ออกโดยทั้งรัฐสภาและหัวหน้าคณะปฏิวัติ คณะปฏิรูป คณะรักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติ ซึ่งการควบคุมตามแบบหลังนี้มักจะเป็นลักษณะอำนาจนิยม ดังเช่นกรณีของคำสั่งคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินฉบับที่ 42 (ใช้ระหว่าง พ.ศ. 2519 - 2533) ที่ถูกยกเลิกไปแล้ว นอกจากนี้ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญบางฉบับระบุว่า “ การจำกัดเสรีภาพเช่นว่านี้จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะ ”

แนวความคิดด้านกฎหมายเฉพาะสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชน

1. ด้านควบคุมการใช้เสรีภาพ

อาจพิจารณาเรื่องการควบคุมได้ 2 ลักษณะ คือ ควบคุมผ่านองค์กรหรือสถาบันและควบคุมตัวบุคคลผู้ประกอบอาชีพ ดังนี้

(1) ควบคุมผ่านองค์กรหรือสถาบันบทบาทของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในด้านนี้ เช่น การที่กฎหมายรองรับองค์กรหรือสถาบันสื่อมวลชนนั้น ๆ ว่าเป็นองค์กรที่ชอบโดยกฎหมาย อาจเป็นการตั้งโดยกฎหมายหรือจดทะเบียนขออนุญาต กรณีนี้กฎหมายจะควบคุมนโยบายหรือวัตถุประสงค์ และการดำเนินงานมิให้ปฏิบัติในทางที่ขัดต่อกฎหมาย หรือล่อลวงสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น หากฝ่าฝืนจะมีมาตรการลงโทษองค์กรนั้น

(2) ควบคุมตัวบุคคลผู้ประกอบอาชีพบทบาทของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในด้านนี้ เช่น การมีกฎหมายกำหนดคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ประกอบอาชีพนี้ หรือควบคุมขั้นตอนในการขอใบอนุญาตประกอบอาชีพ รวมทั้งบังคับให้ปฏิบัติวิชาชีพโดยยึดหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ หากละเมิดกฎหมายหรือฝ่าฝืนจริยธรรมอาจถูกลงโทษ

2. ด้านคุ้มครองการใช้สิทธิเสรีภาพ

ในทุกสังคมย่อมมีปัญหาขัดแย้งกัน อันเนื่องมาจากการแข่งขันสร้างสมอำนาจและผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ กัน ซึ่งย่อมมีทั้งผู้ได้เปรียบและเสียเปรียบ ผู้ชนะและผู้แพ้ ผู้ที่ได้อำนาจและเสียอำนาจ จึงมีความยุติธรรมปะปนอยู่ทั่วไปในวงการต่าง ๆ สื่อมวลชนเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องจากบุคคลทั่วไปว่า เป็นปากเป็นเสียงของประชาชน หรือกระจกเงาสะท้อนปัญหาของสังคมหรือความเป็นธรรมที่ปวงมาติแผ่ ประจานหรือเสนอให้มหาชนรับทราบ และผู้ที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องจะได้แก้ปัญหาให้ลุล่วงไป สังคมจึงยอมรับรองสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนในเรื่องนี้ระดับหนึ่งและการยอมรับนี้เองก็คือการคุ้มครองโดยอาศัยกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในเรื่องนั้น ๆ

การควบคุมสื่อและโครงสร้างของสื่อในระบบทุนนิยมนี้ เน้นถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสื่อ โดยจะให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์โครงสร้างของการเป็นเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนว่า ใครคือผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการปฏิบัติงานของสื่อตลอดจนศักยภาพทางด้านการตลาดของสื่อมวลชนในขณะนั้น ดังนั้นสถาบันสื่อมวลชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจและสถาบันทางการเมือง จากแนวคิดดังกล่าวนี้เองได้ส่งผลกระทบต่อไปยังกระบวนการผลิตงานของสื่อมวลชน เพราะตกอยู่ภายใต้ภาวะกดดันของความต้องการขยายตลาด และแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้เป็นเจ้าของสื่อ อีกทั้งยังสามารถควบคุมช่องทางการเผยแพร่และการครอบงำทางข่าวสาร จึงเกิดการผูกขาดการเป็นเจ้าของสื่อมวลชนขึ้น ยังผลให้สื่อมวลชนนั้นต้องขาดความเป็นอิสระและมีความจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อการขยายตัวของตลาดที่มีขนาดใหญ่มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นสถาบันสื่อสารมวลชนจึงเป็นช่องทางอันสำคัญของสถาบันเศรษฐกิจอันนำไปสู่ขั้นตอนการผลิตสินค้า ซึ่งก็คือเนื้อหารายการต่าง ๆ นั่นเอง โดยที่จำเป็นต้องเพิ่มความพยายามอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อทำให้ผู้รับสารสนใจต่อการโฆษณาสินค้า และสร้างพฤติกรรมของผู้รับสื่อไปในแนวทางวัตถุนิยม (McQuail , 1992) แนวคิดนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์กระบวนการผลิต ในแง่ของผลกำไรของผู้ประกอบการที่ว่า กระบวนการผลิตสื่อภายใต้สภาวะแข่งขันทางการตลาดได้ส่งผลกระทบต่อไปสู่การผลิตรายการของสื่อที่ไม่มีอิสรภาพ อันเนื่องมาจากการดำเนินงานด้านรายการ ของสื่อมวลชนต้องตกอยู่ภายใต้โครงสร้างอันจำกัดที่ประกอบด้วยแรงกดดันจากภาวะการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และสภาพภาพของภาวะการณ์ทางการเมืองในแต่ละยุคสมัยนั่นเอง

แม้ว่าจะมีข้อจำกัดในการผลิตรายการ หากรูปแบบรายการที่แปลกใหม่น่าสนใจนี้เปรียบเสมือนเป็นสินค้าชั้นดี ที่สามารถดึงดูดให้ผู้ซื้อเวลาโฆษณาสนใจในรายการ ซึ่งด้วยจำนวนผู้ซื้อเวลาโฆษณาที่มีอยู่อย่างจำกัดและอัตราการแข่งขันที่สูงระหว่างผู้ผลิตรายการ จึงเป็นเหตุให้ผู้ผลิตส่วนใหญ่จำเป็นต้องแข่งขันกันอย่างรุนแรง เพื่อพัฒนาคุณภาพของรายการให้มีความแปลกใหม่น่าสนใจอยู่เสมอ ดังนั้นจึงพบได้โดยทั่วไปว่ารายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ ได้ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อเวลาโฆษณาหรือผู้อุปถัมภ์รายการนั่นเอง

การถูกวางกรอบบังคับให้อยู่ภายใต้โครงสร้างทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของสื่อมวลชนอันจำกัด ซึ่งต้องทำงานเพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ทางธุรกิจ ดังนั้นเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอจึงจำเป็นต้องคัดเลือกและกลั่นกรองเฉพาะส่วนที่คุ้มค่ามากที่สุด สื่อมวลชนจึงต้องแสดงบทบาทของการเป็นผู้กรองข่าวสาร และในขณะเดียวกันนี้เองยังต้องทำหน้าที่กำหนดประเด็นสำคัญของเรื่องที่น่าเสนอต่อมวลชนผู้รับสารอีกด้วย

การที่สื่อโทรทัศน์ได้รับการตอบรับทางด้านความนิยมจากประชาชนเป็นจำนวนมากนี้เอง การแข่งขันกันระหว่างรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยผลประโยชน์และเม็ดเงินอันมหาศาลจากประชาชนผู้บริโภคสื่อโทรทัศน์จึงเป็นช่องทางที่ดีสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ การตัดสินใจลงโฆษณาหรือซื้อเวลาสำหรับโฆษณาสินค้าในแต่ละรายการนั้น ผู้ซื้อเวลามักต้องการช่วงเวลาที่มีค่าที่สุด นั่นก็คือซื้อเวลาที่มีจำนวนผู้ชมมากที่สุด ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์รายการใดหากต้องการขายเวลาของตนให้ได้ราคาสูงแล้วย่อมต้องพยายามผลิตรายการของตน ให้ได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการเป็นจำนวนมากที่สุด ดังนั้นจึงเกิดภาวะการแข่งขันทางการตลาด เพื่อแย่งชิงจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์

ขึ้นอย่างมาก จากภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เอง ที่ได้มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่แปลกใหม่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจ-การเมือง

แนวคิดเศรษฐกิจ-การเมือง

แนวคิดเศรษฐกิจ-การเมืองนี้ จะเน้นถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสื่อมากกว่าเนื้อหาทางด้านอุดมการณ์ของสื่อ โดยจะให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์โครงสร้างของการเป็นเจ้าของกิจการสื่อสารมวลชน และศักยภาพทางด้านการตลาดของสื่อมวลชนในขณะนั้น ดังนั้นเองสถาบันสื่อสารมวลชนจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจและก็เกี่ยวพันกับสถาบันทางการเมืองอย่างแยกไม่ออก และจากลักษณะดังกล่าวนี้เอง จึงได้ทำให้การผลิตเนื้อหาต่าง ๆ ของสื่อมวลชนต้องตกอยู่ภายใต้ภาวะกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และความต้องการหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้เป็นเจ้าของสื่อ หรือผู้ประกอบการสื่อมวลชนที่ต้องการผลกำไรจากการทำงานของสื่อ เพราะผลกำไรที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนนั้นมีมูลค่ามหาศาล ดังนั้นเองจึงเกิดการผูกขาดขึ้นสื่อมวลชนขาดความเป็นอิสระและมีความจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่

ดังนั้นสถาบันสื่อสารมวลชน จึงเป็นกระบวนการของสถาบันเศรษฐกิจ อันนำไปสู่การผลิตสินค้าซึ่งก็คือเนื้อหาของรายการ โดยจะต้องทำให้ผู้รับสารสนใจต่อการโฆษณาสินค้าและสร้างพฤติกรรมของประชาชนผู้รับสื่อไปในทางวัตถุนิยม (นันทวัน สุชาโต ,2532)

แนวคิดเรื่องการนำเสนอวาระของการรับรู้ข่าวสาร (AGENDA SETTING)

หน้าที่ในการกำหนดเรื่องพิจารณานี้เป็นแนวคิดของแมคคอมบส์ (McCombs และชอว์ (Shaw) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดเรื่องหรือหัวข้อเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ให้ประชาชนผู้รับสารทั่วไปได้รับทราบ และตระหนักถึงประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสื่อเหล่านั้น ๆ ลักษณะผลของการสื่อสารมวลชนมีผลโดยตรงกับผู้รับสารในระยะยาว ไม่เกิดขึ้นโดยทันที นอกจากนี้ยังเป็นผลในด้านความรู้ ความเข้าใจ ไม่ใช่ผลทางด้านทัศนคติหรือพฤติกรรม (พีระ จิร โสภณ, 2530)

จากการศึกษาของวอลเตอร์ ลิปแมน (1922) ได้เสนอว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างภาพ (make belief) ต่าง ๆ ขึ้นในสมองของผู้รับสาร มีบทบาทในการช่วยให้เราได้รับทราบและเรียนรู้ เกี่ยวกับสถานการณ์ในโลกภายนอก และยังมีบทบาทในแง่ที่เป็นผู้กำหนดประเด็นการรับรู้เหตุการณ์ข่าวสารของประชาชน กระบวนการรับรู้เรื่องราว เหตุการณ์และข่าวสารของประชาชน จากเหตุการณ์ทั่วไปที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมนั้น ๆ การผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องทำการคัดเลือกประเด็นหรือหัวข้อเพื่อนำเสนอ ซึ่งจะมียุทธศาสตร์ในแง่ที่เป็นผู้กำหนดประเด็นเรื่องราวของการรับรู้รวมถึงการจัดเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลังของเหตุการณ์นั้น ๆ รวมทั้งส่วนของเนื้อหา รายละเอียดทั้งหมดของข่าวสารซึ่งรายการได้คัดเลือกมานำเสนอแก่ผู้ชมด้วย

รายการทีวีวาทิ 9 ไหม่นั้น นับเป็นรายการที่มีรูปแบบเฉพาะ นำเสนอเนื้อหาสาระในประเด็นปัญหาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางการเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมหรือวัฒนธรรมขึ้นมาเสนอ ในลักษณะที่มีเนื้อหาเปรียบเทียบและเสียดสี ซึ่งเนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกจัดเรียงและคัดเลือกโดยผู้ผลิตรายการ เพื่อนำเสนออย่างเป็นลำดับขั้นตอนด้วยวิธีการหลากหลาย

และเนื้อหาต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในงานของสื่อมวลชนนั้นบางครั้งยังมีความซับซ้อน ต้องมีการตีความหมาย จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดกระบวนการสร้างความหมายมาเพื่ออธิบายถึงความหมายของรายการนี้

กระบวนการสร้างความหมาย (Signification Process)

ผลงานของสื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นงานที่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์จำนวนมาก หรือจะกล่าวว่าเป็นงานที่นำเอาสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาร้อยเรียงเข้าด้วยกันเพื่อสื่อความหมายก็ได้ ดังนั้นถ้าต้องการรับรู้ซึ่งความหมายที่แท้จริงที่ตรงกับจุดประสงค์ในการนำเสนอของผู้ผลิตสื่อ นั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมายของสารนั้น ๆ

แนวทางสัญวิทยาจึงถูกนำมาใช้ในการตีความวิเคราะห์ความหมายในงานของสื่อมวลชนว่าสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ถูกเลือกสรรมาใช้ในสื่อ เช่น ภาษา ลักษณะการพูด น้ำเสียงต่าง ๆ การแสดงออก ฉาก การแต่งกาย เป็นต้น ว่าสิ่งเหล่านี้สื่อความหมายถึงอะไร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าในการเสนองานของสื่อมวลชนต้องตกอยู่ภายใต้โครงสร้างอันจำกัดที่ประกอบไปด้วยแรงกดดันจากภาวะการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ และสถานภาพของภาวะการณ์ทางการเมืองในแต่ละยุคสมัย เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องพิจารณาตามบริบทในสังคม ดังนั้นการคัดเลือกแต่ละประเด็นที่จะนำเสนอในรายการแต่ละครั้งนั้น ทางผู้ผลิตรายการจึงต้องเลือกเหตุการณ์มาเป็นตัวแทนของแต่ละช่วงเวลา และสร้างความหมายตัวแทนทางสัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อช่วยในการสื่อสารใช้แทนความหมายที่ต้องการนำเสนอที่แท้จริง

องค์ประกอบสำคัญขั้นพื้นฐานของระบบสัญลักษณ์ ได้แก่

1) สัญญะ (sign)

สัญญะ คือ สิ่งที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยถือเป็นตัวแทนของสิ่งอื่นๆ (Fiske 1982 : 41- 46)เฟอ์ร์ดีนาน เดอ ซอสซูร์ นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสซึ่งเป็นบิดาของศาสตร์นี้ได้ให้แนวคิดว่าสัญญะ(sign) เป็นการรวมกันระหว่างคอนเซ็ปต์กับ sound-image ซึ่งเป็นการรวมกันที่ไม่สามารถแยกออกได้ โดยมีองค์ประกอบ สำคัญ 2 อย่าง คือ

- ตัวหมาย (signifier) หมายถึง ภาพวัตถุหรือเสียง เป็นส่วนหนึ่งของสัญญะที่มีรูปแบบทางวัตถุที่บ่งบอกถึงความหมาย (sound-image)

- ตัวหมายถึง (signified) หมายถึง มโนทัศน์หรือความรู้สึกนึกคิด อันเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการรับรู้เกี่ยวกับตัวหมายนั้น

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงนั้น เป็นสิ่งที่ไม่มีการกำหนดไว้ (arbitrary) ความหมายของตัวหมายต้องเรียนรู้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งบอกนัยว่าจะต้องมีการรวมกันเป็นโครงสร้างหรือรหัส (code) ที่เราใช้ช่วยในการตีความสัญญะนอกจากนี้ซอสซูร์ได้เสนอความเห็นที่ concept จะมีความหมายได้เพราะความสัมพันธ์และความสัมพันธ์พื้นฐานคือ ความสัมพันธ์ในลักษณะตรงข้ามกัน เช่น คำว่า “ รวย ” ไม่มีความหมายอะไรถ้าไม่มีคำว่า “จน” เช่นเดียวกับ “ความสุข” จะมีความหมายเมื่อเทียบกับ “ ความทุกข์ ” “ concept ต่าง ๆ นั้น มีความแตกต่างกันและไม่ได้ถูกกำหนดความหมายโดยเพียงเนื้อหาในเชิงบวกเท่านั้น แต่จากเชิงตรงข้ามด้วยในแง่ความสัมพันธ์กับคำอื่น ๆ ในระบบ ” (Sausaure , 1966) ดังนั้นจึงไม่ใช่เพียงเนื้อหาแต่เป็นความสัมพันธ์รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งกับระบบที่เป็นตัวกำหนดความหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับตัวหมายและตัวหมายถึงดังกล่าว ได้ถูกนำมาใช้เสมอในการสื่อสาร เมื่อใดก็ตามที่เราใช้ตัวหมายได้เหมาะสม เราสามารถสื่อสิ่งที่ต้องการหรือตัวหมายถึงนั่นเอง ในรายการโทรทัศน์นั้นองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การแสดงตัวละครหรือผู้ร่วมรายการ ฉาก การแต่งกายและอุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อช่วยประกอบขยายความในการสื่อความหมาย

2) รหัส (code)

รหัส คือ รูปแบบของความเกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วยกฎเกณฑ์ซึ่งเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมที่ใช้กันนั้น (Fiske 1982 : 64 - 65) รหัสเป็นรูปแบบความเกี่ยวข้องที่มีความสัมพันธ์สลับซับซ้อนมาก หรือเป็นโครงสร้างที่ซ่อนเร้น (secret structure) และเราทุกคนเรียนรู้จากสังคมและวัฒนธรรมผ่านการกล่อมเกลาทางสังคมในอดีตมักพบว่า คนต่างสังคมและวัฒนธรรมไม่สามารถเข้าใจความหมายหรือรหัสกันได้อาจตีความหมายเบี่ยงเบนออกไป ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับรหัสจึงเน้นถึงมิติทางสังคมในการสื่อสารเพื่อลดช่องว่างและช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แม้ว่าผู้ส่งสารจะอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันกับผู้รับสาร

รหัสมีความสัมพันธ์กันในฐานะที่เป็นตัวทำให้เกิดข้อตกลงพื้นฐานระหว่างผู้ใช้รหัสและเป็นประสบการณ์ร่วมกันของคนในสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน แต่ก็ยังพบอยู่เสมอว่าการตีความหมายสารของผู้รับสารนั้น ไม่ถูกต้องตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการให้เข้าใจรับรู้ เพราะมีความแตกต่างกันทางด้านชนชั้น ระดับการศึกษา ทักษะคติ อุดมการณ์ทางการเมืองและมุมมองอื่น ๆ

โครงสร้างรหัสที่ใช้ในโทรทัศน์

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า รายการโทรทัศน์เป็นผลผลิตของสื่อสารมวลชนและอยู่ในรูปแบบของระบบสัญญาณ ที่มีรหัสเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้รับสาร ซึ่งโครงสร้างของรหัสที่ใช้ในโทรทัศน์ มีการวางไว้ (Fiske 1987:4-6) ดังนี้

1) ระดับความเป็นจริง (reality)

พื้นฐานความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงนั้นมองว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นถูกเข้ารหัสและไม่เคยมีลักษณะ “ดิบ” เลย อะไรก็ตามที่เข้ามาเป็นความจริงในวัฒนธรรมล้วนเป็นผลจากรหัสทางวัฒนธรรม เราสามารถรับรู้และทำความเข้าใจถึงความเป็นจริงด้วยรหัสทางวัฒนธรรม ดังนั้นเหตุการณ์ต่างๆที่ถูกนำเสนอทางโทรทัศน์จึงถูกเข้ารหัสไว้แล้วโดยรหัสทางสังคม (social code) ไม่ว่าจะเป็นลักษณะการพูด การแต่งกาย การแต่งหน้า รูปร่างหน้าตา กริยาท่าทางสภาพแวดล้อม พฤติกรรม และอื่นๆ สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นรหัสทางสังคม

นอกจากนี้ในโครงสร้างของรหัสระดับต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบของรหัสนัยย่อยการถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์หรือการชี้นำต่าง ๆ ได้อาศัยรหัสเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมาย ซึ่งการวิเคราะห์ทางสัญวิทยาเป็นความพยายามที่จะเปิดเผยให้เห็นถึงระดับชั้นของการเข้ารหัสความหมาย ที่ถูกผูกขึ้นมาเป็นโครงสร้างในรายการโทรทัศน์ในส่วนรายละเอียดปลีกย่อยของรหัสมีองค์ประกอบดังนี้

1) การคัดเลือกผู้แสดง (casting) ผู้ร่วมรายการต่าง ๆ เป็นส่วนสำคัญต่อการนำเสนอรายการ เพราะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์ของรายการเพื่อทำ

การสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง การคัดเลือกตัวแสดงจึงจำเป็นต้องเลือกผู้ที่สามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ดี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ที่นำเสนอตนเอง

2) ฉากและการแต่งกาย (setting and costume) ฉากและการแต่งกายมีความสำคัญในระบบสัญญาณ โดยสามารถที่จะแสดงถึงรหัสของการนำเสนอในแต่ละครั้งได้ และยังเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทและฐานะทางสังคมได้อย่างชัดเจนว่าผู้ร่วมรายการนั้นได้สวมบทบาทเป็นอะไรและในแต่ละบทบาทนั้น มีความมุ่งหมายเพื่อนำเสนอหรือมีแนวคิดอุดมการณ์เป็นเช่นไร เป็นวิธีให้ภาพลักษณ์ผู้ร่วมรายการรวมทั้งบทบาท สัญลักษณ์ภายนอก แสดงถึงโครงสร้างทางสังคม ทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏนำเสนอออกมาล้วนแต่มีความสำคัญ ไม่มีอะไรที่ปราศจากความหมายทางสัญลักษณ์ (Goodlad , 1971)

3) การแสดง (action) ในของรายการโทรทัศน์นั้น มีการแสดงสวมบทบาทเพื่อเลียนแบบท่าทางต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งมีตัวตนจริงในสังคม เพื่อช่วยในการสื่อสารกับผู้ชมรายการให้เข้าใจความหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4) ภาษา ภาษา เป็นส่วนสำคัญในรหัสของการสื่อสาร เพราะเป็นส่วนที่มีนัยยะกับการสื่อความหมายของรายการไปยังผู้ชม ซึ่งอาจแฝงไว้ซึ่งการชี้นำ

รายการทีวีวาที 9 ใหม่ เป็นรายการที่ใช้สัญลักษณ์ประกอบในการสื่อความหมาย เพราะมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับบริบทการเมืองจึงต้องให้ความสำคัญระดับระวางถึงแรงกดดันทางการเมืองที่จะกระทบเข้ามาในรายการ ในบริบททางด้านการเมืองเช่นนี้ ผู้ผลิตรายการต้องการเสนอแนวความคิดโดยตรงตามที่ต้องการไม่ได้ ดังนั้นจึงได้ใช้ตัวแทนเพื่อช่วยในการสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร ดังที่ปรากฏเช่น

การแสดงออก อุปกรณ์ประกอบ การแสดง ภาษา ซึ่งสื่อความหมายโดยตรงและ
 ความหมายแอบแฝง ดังนั้นเพื่อเข้าใจถึงโครงสร้าง รูปแบบและเนื้อหาของรายการ
 ทั้งในส่วนที่ปรากฏอย่างเด่นชัดและส่วนที่แอบแฝงเป็นนัยยะไว้ในเนื้อหานั้น ๆ ซึ่งต้อง
 อาศัยการตีความหมาย ดังนั้นการวิเคราะห์จึงใช้แนวทางกระบวนการสร้างความ
 หมาย ช่วยในการวิเคราะห์จากเนื้อหา (text) ของรายการทีวีวาทิ 9 ใหม่ โดยการ
 ศึกษาทั้งในแง่ภาษาและระบบสัญญาณ (sign) ในกระบวนการสร้างความหมายของราย
 การ ซึ่งความหมายดังกล่าวถูกควบคุมจากองค์ประกอบในรายการที่เต็มไปด้วยความ
 ซับซ้อน นับตั้งแต่รูปแบบและวิธีการในการนำเสนอที่มีอยู่หลายประเภท ประเด็น
 ยุติติในการนำเสนอ (ซึ่งมักเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมือง) การแสดงออกต่าง ๆ ของ
 พิธีกรที่ถูกคัดเลือกมาเป็นผู้นำเสนอ รวมไปถึงศิลปะการพูดต่าง ๆ ที่มีการเสียดสี
 ล้อเลียนและวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอเหล่านั้น สามารถพบได้ว่าความ
 หมายของสัญญาณที่ปรากฏในรายการทีวีวาทิ 9 ใหม่ นี้ เป็นความหมายโดยนัย
 (Connotative Meaning)

การวิเคราะห์ของรายการ ทีวีวาทิ 9 ใหม่ พ.ศ.2535 นี้ จึงใช้แนวคิดเกี่ยว
 กับสถาบันองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน แนวคิดเกี่ยวกับเสรีภาพของสื่อมวลชน แนวคิด
 เรื่องการจัดลำดับความสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และกระบวนการสร้าง
 ความหมาย เพื่อเข้าใจถึงวิวัฒนาการของรายการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและลักษณะการ
 เลือกสรรประเด็นการเมืองของรายการทีวีวาทิ 9 ใหม่