

ความเหลื่อมกันระหว่างเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ กับชาวประชาสัมพันธ์  
อันเป็นผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเซีย

นางสาว วศินี เคารพพงศ์



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-635-457-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17371673

**DISCREPANCY BETWEEN MEDIA CONTENT AND PRESS RELEASE  
AS RELATED TO THE IMAGE OF THE BANK OF ASIA**



**Miss Wasinee Kowrapapong**

**สถาบันวิทยบริการ**  
**จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts**

**Department of Mass Communication**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1996**

**ISBN 974-635-457-4**

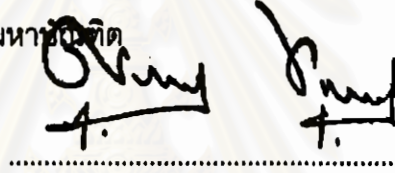
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความเหลื่อมกันระหว่างเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ กับชาวประชาสัมพันธ์  
อันเป็นผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเซีย

โดย นางสาวศินี เคารพพวงค์

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

( ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์ )

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

( รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต )



อาจารย์ที่ปรึกษา

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล )



กรรมการ

( รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี )



วคินี้ เคารพพวงศ : ความเหลื่อมกันระหว่างเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์ อันเป็น  
ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย (DISCREPANCY BETWEEN MEDIA CONTENT  
AND PRESS RELEASE AS RELATED TO THE IMAGE OF BANK OF ASIA) อ. ที่ปรึกษา :  
ผศ. จาระไน แกลโกศล, 205 หน้า. ISBN 974-635-457-4.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความเหลื่อมกันระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกไป  
กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ตลอดจนทิศทางการข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ระหว่าง  
ข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ ตั้งแต่ ปีพ.ศ.  
2536-2537 อันเป็นผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย

ผลการวิจัยพบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก มีความเหลื่อมกับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ในด้าน  
ปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว โดยส่วนใหญ่มีความเหลื่อมลดลง โดยมีค่าเฉลี่ยข่าวที่ส่งออกได้รับการ  
ตีพิมพ์ ในด้านปริมาณเนื้อหา ร้อยละ 53.4 และในด้านจำนวน ร้อยละ 44.3

ภาพโดยรวมทิศทางการข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการตีพิมพ์ ไม่มีความเหลื่อมกับทิศทางการ  
ส่งออก กล่าวคือ ได้รับการตีพิมพ์เป็นกลางสูงสุด รองลงมาทิศทางการเป็นบวก แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละ  
ประเด็นเรื่องพบว่า มีทั้งทิศทางที่เหลื่อมกัน แตกต่างกัน และเหมือนกัน อย่างไรก็ตามข่าวประชาสัมพันธ์ไม่  
ได้รับการนำเสนอในทิศทางเป็นลบเลย ในด้านข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ทิศทางการตีพิมพ์สอดคล้อง  
กับทิศทางการข่าวประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ มีทิศทางเป็นกลางสูงสุด

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชียที่ได้รับการนำเสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 ชื่อฉบับ  
ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง มีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นกลางมากที่สุด รองลง  
มาคือ มีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นบวก และมีภาพลักษณ์ในทิศทางเป็นลบอันดับสุดท้าย

ภาควิชา ..... การสื่อสารมวลชน .....  
สาขาวิชา ..... การสื่อสารมวลชน .....  
ปีการศึกษา ..... 2539 .....

ลายมือชื่อนิติต ..... วคินี้ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....



## C650818 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: DISCREPANCY / MEDIA CONTENT / PRESS RELEASE / IMAGE

WASINEE KOWRAPAPONG : DISCREPANCY BETWEEN MEDIA CONTENT AND PRESS RELEASE AS RELATED TO THE IMAGE OF BANK OF ASIA. THESIS ADVISOR : ASSIST. PROF. JARANAI GLAEGOSOL, 205 pp. ISBN 974-835-457-4.

The main purpose of the research is to find and measure publicity discrepancies, comparing the message from Bank of Asia PR releases and the message publicized by the media, and comparing messages publicized by the media based on information from other media sources. The media interpretation of both types of messages may affect the image of the organization.

The research studied both the organization PR publicity from 1993 and 1994 and the resulting message as it appeared in three different types of newspaper publications - quality, sensational and business newspapers issued nationwide as well as financial magazines. The "content analysis" technique was utilized.

The results of the research indicate that there is a discrepancy between organization publicity and media publicity, both in terms of message quantity and number of feature details. In most of the content published, an average 53.4% of the message quantity was published; whereas in terms of number of feature items, an average of 44.3% were published.

Generally, in terms of PR publicity by "feature items" for news and article, it could be said that there is no remarkable discrepancy between organization publicity and media publicity except for some items. No negative trends were detected from the resulting media publicity. In terms of considering media's interpretation of publicity, it mostly concurred with PR publicity, trending toward a neutral image.

In conclusion, it could be said that the image of the Bank of Asia as appearing in the 10 newspapers and 2 magazines studied, ranged from the highest percentage of publications presenting a neutral public image, followed by positive images and then by negative images.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่อนิสิต..... วกัน

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา..... 2539.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างราบรื่น ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้มีพระคุณหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จาระโน แกลโกศล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ และตรวจแก้การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาติ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี ซึ่งรับเชิญมาเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์ และได้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น เพื่อช่วยให้การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งให้ความกรุณาเป็นอย่างมากแก่ผู้วิจัย ในด้านคำแนะนำทางสถิติการวิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณพัชร ภัทรติลก เพื่อนที่แสนดีซึ่งให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด คุณศศิธร พลัดเดช และคุณสาทิศ เขียวชะอุ่ม ที่ปรึกษาแสนดี คุณจุฬาลักษณ์ ชัยพรหมประสิทธิ์ ที่ปรึกษาด้านคอมพิวเตอร์ และคุณพจน์ รัตนพฤกษ์ ที่ช่วยเหลือในการจัดทำรูปเล่มวิทยานิพนธ์ และคอยดูแลเอื้ออาทรอย่างเสมอมา ตลอดจนหัวหน้างานของผู้วิจัย ผู้อำนวยการฝ่ายนิเทศสัมพันธ์ คุณดวงใจ อมาตยกุล และเพื่อนร่วมงานทุกๆ คนที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ผู้ซึ่งคอยให้กำลังใจ และกระตุ้นเตือนให้ผู้วิจัยมุ่งมั่นจนสำเร็จการศึกษา

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
วดีณี เคารพพวงค์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ข
กิตติกรรมประกาศ .....	ค
สารบัญตาราง.....	ง
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
ปัญหาคำวิจัย .....	15
วัตถุประสงค์ .....	16
สมมติฐาน .....	16
ขอบเขตการวิจัย.....	16
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	17
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	19
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์.....	21
แนวคิดเรื่องข่าว.....	28
แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนสัมพันธ์.....	32
แนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชน.....	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3. ระเบียบวิธีวิจัย .....	39
รูปแบบการวิจัย .....	39
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง .....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	50
การนำเสนอข้อมูล .....	51
<b>4. ผลการวิจัย .....</b>	<b>53</b>
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ถึงความเหลื่อมระหว่างชาวประชาสัมพันธที่ส่งออก กับชาวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในด้านปริมาณเนื้อหา จำนวน และทิศทาง การตีพิมพ์ข่าว จำแนกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ และตามประเด็นเรื่อง	
ภาพรวมของการเสนอข่าวประชาสัมพันธ ใน ด้านปริมาณเนื้อหาและจำนวนในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	57
การนำเสนอประเด็นเรื่องของสื่อสิ่งพิมพ์ .....	63
สมมติฐานที่ 1 .....	67
สมมติฐานที่ 2 .....	70
ความเหลื่อมของทิศทางข่าวประชาสัมพันธส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	79
ประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมของทิศทางข่าวประชาสัมพันธ ส่งออกกับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	84
สมมติฐานที่ 3 .....	97
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ถึงข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ในด้านปริมาณเนื้อหาและ จำนวน จำแนกตามประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ และตามประเด็นเรื่อง	
ปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	98
ปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงใน หนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน .....	100



ปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง เปรียบเทียบกับ ข่าวประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน .....	101
ประเด็นเรื่องที่ได้รับการนำเสนอในข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง .....	103
ประเด็นเรื่องในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ นิตยสารการเงิน จำแนกตามปริมาณเนื้อหาและจำนวน .....	106
ทิศทางข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึงตามรายชื่อบริษัทของสื่อสิ่งพิมพ์ .....	112
ทิศทางประเด็นเรื่องตามปริมาณเนื้อหาและจำนวนข่าว .....	116
ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร เอเซีย จากทิศทางข่าวในเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ กับ ข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทางจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	131
ผลสรุปในแต่ละประเด็นเรื่องที่มีทิศทางบวก กลาง และลบ .....	132
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	135
สรุปผลการวิจัย .....	136
อภิปรายผล .....	155
ข้อเสนอแนะ .....	170
รายการอ้างอิง .....	174
ภาคผนวก .....	177
ประวัติผู้วิจัย .....	205

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	58
2. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป .....	60
3. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ .....	61
4. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในนิตยสารการเงิน .....	62
5. ตารางแสดงการเปรียบเทียบการเสนอข่าวของ สื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท ตามปริมาณเนื้อหาและจำนวน .....	63
6. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านปริมาณเนื้อหาของประเด็นเรื่อง ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	65
7. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านจำนวนของประเด็นเรื่องระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกกับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	68
8. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านปริมาณเนื้อหา ของประเด็นเรื่อง ระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออกกับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ จำแนก ตามหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน .....	72
9. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านจำนวน ของประเด็นเรื่องระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ส่งออก กับข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ จำแนกตาม หนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์ เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน .....	76
10. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านปริมาณเนื้อหา ระหว่างทิศทาง ข่าวประชาสัมพันธ์ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	80
11. ตารางแสดงความเหลื่อมในด้านจำนวนระหว่างทิศทาง ข่าวประชาสัมพันธ์ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	82
12. ตารางแสดงประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน ....	85

13. ตารางแสดงประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	88
14. ตารางแสดงประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	91
15. ตารางแสดงประเด็นเรื่องที่มีความเหลื่อมระหว่างทิศทางข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก กับทิศทางที่ได้รับการตีพิมพ์ ในนิตยสารการเงินตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	94
16. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	98
17. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง แยกตามประเภทหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน .....	100
18. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง เปรียบเทียบกับ ข่าวประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป .....	101
19. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง เปรียบเทียบกับ ข่าวประชาสัมพันธ์ ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ .....	102
20. ตารางแสดงปริมาณเนื้อหา และจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง เปรียบเทียบกับ ข่าวประชาสัมพันธ์ ในนิตยสารการเงิน .....	103
21. ตารางแสดงประเด็นเรื่องของข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	104
22. ตารางแสดงประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน ตามปริมาณเนื้อหา .....	107
23. ตารางแสดงประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ และนิตยสารการเงิน ตามจำนวนข่าว .....	110
24. ตารางแสดงทิศทางปริมาณเนื้อหา และทิศทาง จำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	113
25. ตารางแสดงการเปรียบเทียบทิศทางปริมาณเนื้อหา และ ทิศทางจำนวนข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท .....	116
26. ตารางแสดงทิศทางประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในหนังสือพิมพ์ทั่วไป ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	117

27. ตารางแสดงทิศทางประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	120
28. ตารางแสดงทิศทางประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในนิตยสารการเงิน ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	124
29. ตารางแสดงทิศทางประเด็นเรื่องของข่าวที่สื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ ตามปริมาณเนื้อหา และจำนวน .....	127
30. ตารางแสดงทิศทางปริมาณเนื้อหา ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	131
31. ตารางแสดงทิศทางจำนวน ระหว่าง ข่าวประชาสัมพันธ์ และข่าวสื่อมวลชนเขียนถึง ในสื่อสิ่งพิมพ์ .....	132