

การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร



นางสาว ศศิธร ยุวโกศล

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-1186-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AUDIENCE' S DEFINITION OF NEWS

Miss Sasithon Yuwakosol

สถาบันวิทยบริการ

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

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-1186-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร
โดย	นางสาว ศศิธร ยิวโกศล
สาขาวิชา	วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ สุภัตญา สุดบรรทัด)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(อาจารย์ ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาว ศศิธร ยุวโกศล : การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร. (AUDIENCE'S DEFINITION OF NEWS) อ. ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ จำนวน 158 หน้า. ISBN 974-17-1186-7.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการให้ความหมายข่าวของผู้รับสารในมิติด้านข้อมูล ด้านคุณภาพ และด้านอุดมการณ์ รวมถึงจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว และปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกัน ซึ่งวิธีการเก็บข้อมูลใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่าจุดประสงค์หลักในการเปิดรับข่าวของผู้รับสารเน้นการสนองความต้องการด้านปัญหาเป็นหลัก ตามด้วยความต้องการด้านความบันเทิง และการสนองความต้องการด้านอัตลักษณ์ของตนเอง

ด้านการให้ความหมายข่าวพบว่าผู้รับสารให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลหรือคุณลักษณะของข่าว ด้วยองค์ประกอบด้านจริยธรรมหรือคุณธรรม ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม ความไม่ปกติ ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล และความบันเทิง ส่วนมิติด้านคุณภาพประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความถูกต้อง ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ และความดึงดูดใจ

ในมิติด้านอุดมการณ์พบว่าผู้รับสารส่วนใหญ่มีการมองธรรมชาติข่าวด้วยแนวคิดหลักแบบคาดหวังเชิงบรรทัดฐานที่เห็นว่าข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นเหมือนกระจกเงาที่ส่องสะท้อนสังคม มากกว่าการมองว่าข่าวคือสินค้า ข่าวคือการสร้างความเป็นจริงทางสังคม และข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์

ความแตกต่างทางการศึกษาเป็นปัจจัยหลักด้านประชากรที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวที่ต่างกันในแต่ละมิติ

ส่วนผู้เปิดรับข่าวโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อทราบความเป็นไปของเหตุการณ์ต่างๆ เป็นแหล่งความรู้ และเพื่อการฆ่าเวลา จะให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านความมีประโยชน์ ความมีจริยธรรมหรือคุณธรรม ความถูกต้อง และความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ

ข้อสังเกตจากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าสภาพการบริโภคข่าวในชีวิตจริงผู้รับสารมีการใช้สื่อในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก ให้อำนาจต่อนักข่าวในการเลือกเหตุการณ์มานำเสนอ ไม่ค่อยตั้งคำถามหรือเรียกร้องเกี่ยวกับกระบวนการนำเสนอข่าว นอกจากนี้ผู้รับสารขาดความรู้เท่าทันสื่อ ไม่ตระหนักรู้ถึงสิ่งที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังการผลิตข่าว ทำให้ข่าวยังคงเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างและธำรงรักษาอุดมการณ์ต่างๆ ของสังคมต่อไป

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2545

## 4285127428 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: DEFINITION OF NEWS/ AUDIENCE/ PERCEPTION

SASITHON YUWAKOSOL : AUDIENCE'S DEFINITION OF NEWS. THESIS ADVISOR :  
DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D. 158 pp. ISBN 974-17-1186-7.

The objective of this research is to study audience's definition of news in the following dimensions – information, quality, and ideology, their objectives in being exposed to news, and factors which influence their varying definition of news. The study uses these methodologies – questionnaire-based survey research, focus group interviews, and in-depth interviews.

The research finds that the main objective of the studied audiences in exposing themselves to news is to satisfy their cognitive needs, followed by entertainment and personal integrative needs, in that order.

As far as their defining of news is concerned, it is found that audiences rate the following elements as important in the informative dimension of news – ethics or morality, public interest, oddity, personal interest, and entertainment. In terms of qualitative dimension, these elements are listed – accuracy, professional standard, and appeal.

With regard to the ideological dimension, the study finds that most audiences tend to perceive nature of news from a perspective of normative expectation, that is, they view news as reports of events that mirror true social happenings rather than seeing news as commodity, social construction, and ideological apparatus.

Difference in educational background is found to be a major factor influencing audience's varying definitions of news.

Audiences who are exposed to news to keep themselves informed of events and other knowledge, and to kill time rank the following elements of news as important – usefulness, ethics and morality, accuracy, and professional standard.

Other observations from the study show that in actual scenario of news consumption, audiences tend to use the media passively rather than pro-actively. They also tend to relegate the power in selecting newsworthy events entirely to the journalists and do not question or demand much from news-making processes. In addition, audiences lack media literacy and fail to realize the true forces behind news production. This ignorance helps sustain the notion of news as ideological apparatus.

Department.....Journalism.....

Student's signature.....

Field of study.....Journalism .....

Advisor's signature.....

Academic year .....2002.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งกรุณาให้ความรู้ และข้อคิดต่างๆ ทั้งในเรื่องวิทยานิพนธ์ และเรื่องอื่นๆ อันมีค่าอย่างสูงต่อผู้วิจัย ขณะเดียวกัน ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ สุภิญญา สุดบรรทัด ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ วจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต รัตนันทน ซึ่งคอยให้ความช่วยเหลือยามที่ผู้วิจัยประสบปัญหาต่างๆ

ขอขอบใจเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกกลุ่ม ทั้งนิเทศศาสตร์ อักษรศาสตร์ สตรีวิทยา และอื่นๆ ที่ให้กำลังใจ กำลังกาย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณ เจ้าพี่นาย และพี่ๆ เจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์อีกหลายคน ที่คอยถามไถ่ และช่วยอำนวยความสะดวกในการทำวิทยานิพนธ์

และที่ขาดไม่ได้คือ ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า เพื่อมาให้ข้อมูลที่ มีประโยชน์

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ แม่ และพ่อ ที่ทำให้ลูกได้มีวันนี้

ผู้วิจัย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย.....	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของข่าว.....	6
2.1.1 แนวคิดข่าวแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน.....	7
2.1.2 แนวคิดข่าวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม.....	9
2.1.3 แนวคิดข่าวคือสินค้า.....	10
2.1.4 แนวคิดข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนอเหตุการณ์.....	13
2.2 แนวคิดการคัดเลือกข่าวและองค์ประกอบของข่าว.....	16
2.2.1 องค์ประกอบของข่าว.....	17
2.2.2 คุณภาพของข่าว.....	22
2.3 แนวคิดด้านผู้รับสาร.....	23
2.3.1 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ.....	23
2.3.2 แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร.....	27
2.3.3 ทฤษฎีความคาดหวัง.....	30
2.3.4 ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ.....	32
2.4 ข้อสันนิษฐานการวิจัย.....	36
2.5 นิยามศัพท์.....	36
2.6 กรอบการวิจัย.....	38
3. ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40

บทที่

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
4. ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	45
4.1.1 ลักษณะทางประชากร.....	45
4.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าว.....	47
4.1.3 การให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร.....	52
4.1.3.1 มิติด้านข้อมูล.....	53
4.1.3.2 มิติด้านคุณภาพ.....	55
4.1.3.3 มิติด้านอุดมการณ์.....	58
4.1.4 ลักษณะทางประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ที่สัมพันธ์ กับการให้ความหมายข่าว.....	59
4.1.4.1 ลักษณะทางประชากร.....	59
4.1.4.2 จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว.....	83
4.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	112
4.2.1 คุณลักษณะของข่าว.....	113
4.2.2 คุณภาพข่าว.....	116
4.2.3 อุดมการณ์.....	120
4.2.4 หน้าที่.....	122
4.2.5 ความพึงพอใจในข่าวปัจจุบัน.....	124
4.2.6 ความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการเสนอข่าว.....	127
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	130
5.2 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	146
รายการอ้างอิง.....	148
ภาคผนวก .....	152
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	158



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละตามเพศ.....	45
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละตามอายุ.....	46
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละตามระดับการศึกษา.....	46
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละตามอาชีพ.....	47
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละตามความถี่ในการเปิดรับข่าว.....	47
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าว.....	48
ตารางที่ 7 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าว.....	48
ตารางที่ 8 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่ชื่นชอบในการเปิดรับข่าว.....	49
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว.....	50
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของประเภทข่าวที่ชื่นชอบ.....	51
ตารางที่ 11 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่น่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าว.....	51
ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการด้านคุณลักษณะของข่าว เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย.....	52
ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของข่าว.....	54
ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะของข่าว.....	55
ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการด้านคุณภาพของข่าว เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย.....	56
ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณภาพของข่าว.....	57
ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยองค์ประกอบด้านคุณภาพของข่าว.....	58
ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย.....	58
ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	59
ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน.....	60
ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ.....	60
ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน.....	61
ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้านจริยธรรมหรือคุณธรรม.....	62
ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม.....	62
ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ.....	63

ตารางที่ 26	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน...63	63
ตารางที่ 27	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในองค์ประกอบด้านความ ไม่ปกติ.....64	64
ตารางที่ 28	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....64	64
ตารางที่ 29	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่างกัน.....65	65
ตารางที่ 30	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ต่างกัน.....65	65
ตารางที่ 31	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้าน ความถูกต้อง.....66	66
ตารางที่ 32	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้าน ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ.....66	66
ตารางที่ 33	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน.....67	67
ตารางที่ 34	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในองค์ประกอบด้านความ ถูกต้อง.....67	67
ตารางที่ 35	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....68	68
ตารางที่ 36	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ แตกต่างกัน.....69	69
ตารางที่ 37	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันในข้อความ “ข่าวเป็นการเสนอ เหตุการณ์อย่างบิดเบือน”.....70	70
ตารางที่ 38	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันในข้อความ “ข่าวเป็นการสร้าง เหตุการณ์ขึ้นมาใหม่”.....70	70
ตารางที่ 39	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันในข้อความ “ข่าวถูกกำหนด หรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม.....71	71
ตารางที่ 40	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการ ศึกษาแตกต่างกัน.....71	71
ตารางที่ 41	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในข้อความ “ข่าวถูกเลือกมา นำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว”.....73	73
ตารางที่ 42	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในข้อความ “ข่าวเป็นสิ่งที่ ผู้รับสารสนใจหรือต้องการ.....74	74
ตารางที่ 43	การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในข้อความ “ข่าวเลือก รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนล้วนเท่านั้น.....74	74

ตารางที่ 44	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ชาวคือ เหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง".....	75
ตารางที่ 45	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ชาวได้ รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม".....	75
ตารางที่ 46	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ชาวถูก จัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว".....	76
ตารางที่ 47	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับการให้ความหมายข่าวใน ด้านอุดมการณ์.....	77
ตารางที่ 48	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ชาวเป็นสิ่งที่ ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ".....	78
ตารางที่ 49	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ชาวนำเสนอ เหตุการณ์อย่างบิดเบือน".....	79
ตารางที่ 50	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ชาวเรื่องของ คนกลุ่มน้อยในสังคม".....	79
ตารางที่ 51	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ชาวเป็นการสร้าง เหตุการณ์ขึ้นใหม่".....	80
ตารางที่ 52	การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ชาวได้รายงาน สิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม".....	81
ตารางที่ 53	สรุปเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าว.....	81
ตารางที่ 54	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อทราบความ เป็นไปของเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	84
ตารางที่ 55	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่ง ความรู้ทั่วไปเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	84
ตารางที่ 56	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่ง ความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	85
ตารางที่ 57	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบผู้เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงกับการให้ความหมายข่าวในมิติด้าน ข้อมูลเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	85
ตารางที่ 58	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อ พุดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	86
ตารางที่ 59	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อการพักผ่อนเป็น จุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	86
ตารางที่ 60	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความอยากรู้ อยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	87



ตารางที่ 77	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อแสดง ความเป็นตัวของตัวเองเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	95
ตารางที่ 78	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อทราบ ความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	96
ตารางที่ 79	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็น แหล่งความรู้ทั่วไปเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	97
ตารางที่ 80	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็น แหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	98
ตารางที่ 81	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความ บันเทิงเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	99
ตารางที่ 82	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็น หัวข้อ สนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	101
ตารางที่ 83	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อการ พักผ่อนเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	102
ตารางที่ 84	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความ อยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	103
ตารางที่ 85	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อ ฆ่าเวลาเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	104
ตารางที่ 86	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อสร้าง ความมั่นใจ / เชื่อมั่น เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	105
ตารางที่ 87	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็น กรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรมเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	106
ตารางที่ 88	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อ ความตื่นเต้น / สะใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	107
ตารางที่ 89	การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อแสดง ความเป็นตัวของตัวเองเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง.....	108
ตารางที่ 90	สรุปปัจจัยด้านจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าว.....	109

## สารบัญภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1	แบบจำลองการคัดเลือกและเฝ้าประตู่ข่าวสาร.....21
รูปภาพที่ 2	แบบจำลององค์ประกอบของการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อมวลชน.....25
รูปภาพที่ 3	แบบจำลองการแสวงหาข่าวสาร และการได้รับความพึงพอใจ.....31
รูปภาพที่ 4	ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ ผู้รับสาร และสังคม.....34
รูปภาพที่ 5	ภาพแสดงกรอบการวิจัย.....38
รูปภาพที่ 6	แบบจำลองสรุปการให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร.....145



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ข่าวสารมีความสำคัญสำหรับมนุษย์เพราะเป็นสิ่งช่วยในการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่สังคมมีความสลับซับซ้อนเกี่ยวโยงกันในทุกด้าน มีการแข่งขันและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เราจึงต้องการข้อมูลข่าวสารรอบด้านในการดำเนินชีวิตประจำวัน ข่าวสารจึงมีบทบาทและความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารขั้นพื้นฐานของคนในสังคมส่วนใหญ่มาจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อย่าง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่าง โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต

สื่อมวลชนซึ่งได้รับหน้าที่รายงานข้อมูลข่าวสารความเป็นไปของสังคมมาเป็นเวลานานก็คือ สื่อหนังสือพิมพ์ Dasu Krishnamoorty(2000) กล่าวไว้ว่างานหลักของหนังสือพิมพ์คือ การรายงานเรื่องราวของสังคมให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง (truth) และสมบูรณ์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เครื่องมือหนึ่งที่ได้รับการนิยมและมีความจับใจในการรายงานได้แก่ "ข่าว"

ขณะที่ Harvey Molotch และ Marilyn Lester (1974) กล่าวว่า ทุกคนต้องการข่าวในชีวิตประจำวัน ข่าวจะบอกเรื่องราวที่เราไม่ได้มีประสบการณ์ตรง และทำให้เรื่องราวดังกล่าวสามารถสังเกตได้ และมีความหมายขึ้น

Bernard Berelson (1960 อ้างถึงใน พนิต กุลศิริ,2528) ศึกษาพบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์โดยทั่วไปต้องการอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อประโยชน์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อใช้เป็นแหล่งข่าวและอธิบายเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบัน
2. เพื่อเป็นเครื่องนำทางในชีวิตประจำวัน
3. เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจโดยการอ่านบทความ เรื่องชวนหัว การ์ตูน
4. เพื่อใช้เป็นแหล่งความคิดหรือประสบการณ์ โดยอาศัยแนวคิดของหนังสือพิมพ์ประกอบแนวความคิดของตนในการถกเถียงหรืออภิปรายประเด็นปัญหาต่างๆ กับบุคคลอื่น
5. เพื่อมีความสัมพันธ์กับสังคม ผู้อ่านจะได้ทราบแนวทางจริยธรรม คีลธรรมของสังคม ซึ่งจะช่วยให้บุคคลต่างๆ ในสังคมได้ติดต่อกันโดยทางอ้อมได้ด้วย

อย่างไรก็ตามได้มีข้อถกเถียงถึงการเสนอข่าวของสื่อมวลชนปัจจุบันว่ามีความบกพร่อง ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเสนอข่าวเร้าอารมณ์มากกว่าข่าวพัฒนา เสนอข่าวลบมากกว่าข่าวบวก เสนอข่าวอย่างมีอคติ ใส่สีตีไข่ ใส่ความคิดเห็นของนักข่าวเองลงไปด้วย เลือกลงข่าวเฉพาะบางกลุ่มและละเลยบางกลุ่มในสังคมไป เช่น เด็ก สตรี คนยากจน ฯลฯ เน้นข่าวเพื่อขายมากกว่าข่าวที่เป็นประโยชน์

จากปัญหาข้างต้นทำให้เราต้องย้อนกลับไปมอง ณ จุดแรกของกระบวนการผลิตและนำเสนอข่าวว่าแท้จริงแล้ว "ข่าว" คืออะไร ข่าวที่ดีต้องมีลักษณะเช่นไร และหลักเกณฑ์ใดที่ใช้ในการตัดสินความเป็นข่าว เพื่อให้

เห็นภาพความเป็นจริงในการนำเสนอข่าว เพราะนักหนังสือพิมพ์ทั้งหลายปฏิบัติหน้าที่ในการรายงานข่าวตามที่เคยกระทำมาภายใต้การให้ความหมายของข่าวและหลักเกณฑ์ต่างๆที่แต่ละคนมี ข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งอาจใช่หรือไม่ใช่ข่าวสำหรับหนังสือพิมพ์อีกฉบับก็เป็นได้

ในการนำเสนอข่าวจุดประสงค์หลักคือแสวงหาข่าวสารมาสนองความต้องการของประชาชนหรือผู้อ่านนั่นเอง ผู้อ่านจึงมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตข่าว และคงไม่มีใครปฏิเสธว่า หนังสือพิมพ์ปัจจุบันคือธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่งว่าตามหลักแล้วในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมผู้บริโภคคือราชา ดังนั้นผู้ผลิตจะผลิตอะไรก็ตามต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้อ่านเป็นหลัก เพื่อให้สินค้านั้นสามารถขายและมีกำไรได้ ในธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็เช่นเดียวกันต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้อ่านเป็นหลัก ดังที่ Becker และ Roberts (1992 อ้างถึงใน กิ่งปรางค์ สมจิตต์ ,2542) กล่าวว่า ผู้อ่านมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นอย่างดี เพราะผู้อ่านเป็นผู้ซื้อจึงย่อมมีอิทธิพลต่อการกำหนดมาตรฐานในการนำเสนอ และจำนวนยอดขายได้ ส่วนงานวิจัยของ Johan Galtung และ Mari Ruge (อ้างถึงใน ธงไชย มหาไตรภพ,2532) ศึกษาเรื่อง "The Structure of Foreign News" ในปี ค.ศ.1965 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อการคัดเลือกเพื่อนำเสนอข่าวสารในจำนวนปัจจัย 3 ประการ นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านองค์กร ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมแล้ว ปัจจัยทางด้านผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายก็มีผลต่อการคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอด้วย กล่าวคือ การคัดเลือกสารจะต้องคำนึงถึงความต้องการ หรือความคาดหวังของผู้รับสารด้วยว่า ผู้รับสารนั้นต้องการที่จะรู้เห็นในเรื่องอะไร

แม้ว่าคนส่วนใหญ่เห็นว่าความต้องการและประโยชน์ของผู้รับสารหรือผู้อ่านมีความสำคัญต่อกระบวนการผลิตข่าว แต่ในความเป็นจริงผู้ที่ทำหน้าที่คัดเลือกสิ่งที่จะมาเป็นข่าวหรือกำหนดข่าวคือผู้ผลิตข่าวอันได้แก่บรรณาธิการและนักข่าวมิใช่ผู้อ่าน ผู้อ่านมีสิทธิรู้เฉพาะที่หนังสือพิมพ์ต้องการให้รู้เท่านั้น โดยหลักเกณฑ์ที่มักอ้างถึงในการตัดสินความเป็นข่าว คือ คุณค่าข่าว(news values) อันประกอบด้วย ความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ (timeliness) ผลกระทบ (impact) ความเด่นของบุคคล(prominence of people involved) ความใกล้ชิด (proximity to audience) ความขัดแย้ง (conflict) ฯลฯ ส่วนองค์ประกอบคุณภาพข่าวที่ดี คือ ความถูกต้อง (accuracy) ความสมดุล(balanced) ความเป็นกลาง(objective) ความกะทัดรัดชัดเจน(concise and clear) ซึ่งเกณฑ์หรือกรอบในการตัดสินนี้ได้กลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติของกลุ่มคนผลิตข่าวปัจจุบัน

การที่ผู้ผลิตข่าวเป็นผู้กำหนดข่าวแทนผู้อ่าน ทำให้เกิดคำถามตามมาว่าเชื่อมั่นได้อย่างไรว่าสิ่งที่ผู้ผลิตข่าวกำหนดนั้นถูกต้องและตรงกับที่ผู้อ่านต้องการ ผู้อ่านคิดหรือเห็นความเป็นข่าวแบบที่บรรณาธิการหรือนักข่าวคิดหรือไม่ เพราะคุณค่าข่าวดังกล่าวเป็นแนวคิดที่รับมาจากโลกตะวันตก และมุ่งด้านการแข่งขันตามกระแสของสังคมทุนนิยมเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด รูปแบบและเนื้อหาจึงเน้นเรียกความสนใจและสนองความต้องการทางอารมณ์ของผู้่านมากกว่าประโยชน์ทางปัญญา บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2542) กล่าวว่าหนังสือพิมพ์จะต้องทำสินค้าของตนให้ได้รับความสนใจจากตลาดมากขึ้นเรื่อยๆอยู่เสมอ ไม่คำนึงถึงมาตรฐานทางคุณภาพและรสนิยมเท่าไร ขอให้ขายดีก่อนเป็นใช้ได้ จนกระทั่งหนังสือพิมพ์เป็นเสมือนสินค้าที่เป็นสุดยอดของการจัดจาก นอกจากจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกหุหลายตายาลายมากขึ้นทุกทีแล้ว ผลกระทบในอีกระดับหนึ่งก็คือการชักนำให้ผู้อ่านใช้ความรู้สึกมากกว่าสมองในการตัดสินว่าอะไรสำคัญไม่สำคัญเพียงใด



ด้วยการที่กรอบของการทำข่าวยังคงเป็นเรื่องความขัดแย้ง ความเสียหาย ความพินาศ ความเด่นของบุคคล ตามแนวคิดคุณค่าข่าวปัจจุบัน ทำให้เกิดข้อถกเถียงระหว่างฝ่ายนักวิชาการและนักวิชาชีพถึงเรื่องของความเป็นประโยชน์ ความมีสาระของข่าว รวมไปถึงคุณภาพของข่าวเช่นเรื่องความถูกต้อง เรื่องความเป็นกลางในการรายงานข่าว ต้องไม่ใส่อารมณ์ ความรู้สึก อคติ ของนักข่าวลงไป แต่ในการทำงานจริงเพียงแค่การคัดเลือกข่าว นักข่าวก็ต้องใช้ความรู้สึกของตนในการตัดสินใจแล้ว งานวิจัยของ Rosengren ในปี ค.ศ.1974 และ เพ็ญแข เอี่ยมนิรันทร์ ในปี พ.ศ.2537 (อ้างถึงใน กิ่งปรางค์ สมจิตต์, 2542) ที่ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยใดที่มีผลในการคัดเลือกข่าวสารเพื่อนำเสนอผู้อ่าน " ผลการศึกษาทั้งหมดพบว่า ในการคัดเลือกข่าว ปัจจัยทางด้านความสนใจส่วนตัวของผู้เลือกแต่ละคนย่อมมีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะแต่ละบุคคลย่อมมีความรู้สึกส่วนตัว ความชอบไม่ชอบที่แตกต่างกัน มีการเรียนรู้และประสบการณ์ของตนเป็นหลักในการตัดสินใจ

นอกจากนี้ข่าวอาจไม่ใช่ความจริงทั้งหมดเพราะเบื้องหลังของความเป็น"ข่าว"ยังมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรียกว่าการสร้างความเป็นจริงและอุดมการณ์ด้วย โดย Gaye Tuchman ศึกษาข่าวในแง่ของความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้นและเสนอเรื่อง "News as a Constructed Realities" ไว้ในปี ค.ศ.1978 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับแนวคิดที่ใช้ศึกษาข่าวในแง่มุมดังกล่าว Tuchman เชื่อว่าสื่อมวลชนกำหนดกรอบให้เรารับรู้เหตุการณ์ในสังคม โดยที่งานข่าว (newswork) ได้เปลี่ยนแปลงสิ่งที่เกิดขึ้นให้เป็นข่าวด้วยการสร้างความหมายให้กับเหตุการณ์นั้น (อ้างถึงในยุพดี เผ่าสุขถาวร ,2538)

อย่างไรก็ตามแม้จะเกิดข้ออภิปรายวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากมายถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และคุณภาพของข่าวปัจจุบัน แต่ผู้ที่ออกมาแสดงความคิดเห็นยังคงเป็นกลุ่มนักวิชาการและนักวิชาชีพด้วยกันเอง ในขณะที่กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่คือประชาชนทั่วไปกลับไม่ค่อยออกมาเรียกร้องหรือแสดงความต้องการที่แท้จริงของตน เพราะหากว่าหนังสือพิมพ์ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประโยชน์ ไม่มีความรับผิดชอบต่อความจริงแล้ว ผู้อ่านน่าจะไม่เปิดรับหรือซื้อหามาอ่าน ตามแนวคิดเรื่องการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่ว่า บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหากการใช้สื่อประเภทต่างๆ แต่ในความเป็นจริงปรากฏว่ายอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทหัวสีกลับมียอดจำหน่ายสูง ข่าวประเภทที่เน้นอารมณ์ความรู้สึกทันทีทันใด เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวดารานักแสดง ยังคงได้รับความสนใจจากประชาชนอยู่เช่นเดิม

จากการเสวนาทางวิชาการเรื่อง "ข่าวที่เป็นประโยชน์กับข่าวที่ขายได้:องค์ประกอบข่าวใหม่ที่ต้องพิจารณา" ซึ่งจัดขึ้นที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีประเด็นกล่าวถึงเรื่องนี้ว่า ปัจจุบันประชาชนไม่มีความเข้มแข็งในการเปิดรับหรือการบริโภคสื่อ ดังเช่น วิลาลินี พิพิธกุล กล่าวว่า

"สื่อมวลชนทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นเหมือนผู้ชมกีฬา ไม่สามารถวิพากษ์วิจารณ์ได้ว่าตรงไหนมีหรือไม่มีประโยชน์กับสาธารณะ เพราะฉะนั้นการตัดสินใจว่าข่าวนั้นถูกใจหรือไม่อยู่ที่อารมณ์ของผู้บริโภคไม่ได้อยู่ที่การใช้ความคิดเห็นในการวิพากษ์ เมื่อผู้บริโภคไม่แข็งแรง การคัดเลือกข่าวของผู้ผลิตก็มองแค่เพียงว่าทำอย่างไรถึงจะตอบสนองอารมณ์ของผู้บริโภคให้เกิดความถูกใจถูกรสนิยม การที่ผู้บริโภคไม่ได้แสดงบทบาทในฐานะผู้บริโภคที่

แท้จริงเนื่องจากว่าพวกเขายังคงอยู่ในสภาพสังคมแบบเดิมๆ อุดมการณ์สังคมเป็นแบบเดิม นักข่าวก็เสนอข่าวแบบเดิม”

สอดคล้องกับ สุกัญญา สุตบรรพัตต์ ซึ่งกล่าวในการเสวนาครั้งเดียวกันนี้ว่า ประชาชนจริงๆ แล้วไม่ค่อยแข็งแรง ทำให้มองเห็นภาพสังคมว่าเหมือนคนทั้งหลายกำลังดิ้นขลุกขลักอยู่ในกะลาที่ครอบ สื่อนำเสนอข่าวไปคนก็ฟัง และอ่านสิ่งที่สื่อเสนอ ไม่ค่อยลุกขึ้นมาพูดอะไร

ขณะที่อภิชาติ ศักดิ์เศรษฐี ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวและหัวหน้าข่าวหน้าหนึ่งหนังสือพิมพ์มติชน กล่าวไว้เช่นกันในการเสวนาว่า

“การที่หนังสือพิมพ์เสนออะไรต่างๆ ไปแล้ว ไม่ค่อยมีใครอยากไปได้แย่งอะไรมากนัก ด้านหนึ่งอาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคไม่อยากตอแยกับหนังสือพิมพ์ เนื่องจากมองว่าหนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจ ข้าราชการของนักธุรกิจกลุ่มหนึ่ง คุณจะทำอะไรก็ทำกันไป ถ้าผู้บริโภคพอใจก็จะซื้อ ไม่พอใจก็ไม่ซื้อ”

ดังนั้นปัจจุบันยังไม่มีผู้ใดสามารถตอบคำถามว่าประชาชนต้องการอะไรจากข่าวกันแน่ เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ไม่เคยออกมาแสดงความต้องการของตน ซึ่งอาจเป็นเพราะประชาชนเคยชินกับการเปิดรับสื่อแบบทางเดียว จนไม่สามารถพิจารณา วิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ หรือแสดงความคิดเห็น ความต้องการได้ หรืออาจเป็นเพราะประชาชนพอใจกับข่าวในปัจจุบันแล้ว นักข่าวจึงเสนอข่าวไปตามรูปแบบ และกรอบแนวคิดเดิมที่เคยกระทำมาด้วยเข้าใจว่าสิ่งนี้คือสิ่งที่ประชาชนสนใจหรือควรจะได้รับแล้ว นักข่าวจึงกลายเป็นผู้ตัดสินใจข่าวและเป็นผู้กำหนดวาระสังคมไปในที่สุด ทั้งๆ ที่ผู้ได้รับประโยชน์จากข่าวคือประชาชน ซึ่งควรจะได้กำหนดเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นและความน่าสนใจในการศึกษาถึงมุมมองของประชาชนทั่วไปต่อ "ข่าว" ในปัจจุบันว่า ประชาชนหรือผู้รับสารคิดว่า "ข่าว" คืออะไร มีการมองความเป็นข่าวด้วยหลักเกณฑ์ใด และเห็นว่าองค์ประกอบของข่าวที่มีคุณภาพต้องประกอบด้วยสิ่งใด รวมไปถึงการตระหนักรู้ของผู้รับสารถึงเบื้องลึกหรือสิ่งที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตข่าว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลประโยชน์ การครอบงำทางความคิด การสร้างความเป็นจริงทางสังคม เป็นต้น ตลอดจน ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อมุมมองต่อ "ข่าว" ของแต่ละบุคคล เพื่อทราบถึงสภาพความเป็นจริงของการบริโภคข่าวสารของประชาชนในสังคมปัจจุบันว่าเป็นเช่นไร นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางด้านข่าวที่มาจากผู้รับสาร มิใช่จากเพียงนักวิชาการหรือนักวิชาชีพ นอกจากผลที่ได้จากงานวิจัยอาจเป็นแนวทางในเชิงปฏิบัติสำหรับนักวิชาชีพในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการผลิตและนำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่แท้จริง

### ปัญหานำวิจัย

1. จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวของผู้รับสารคืออะไร
2. ผู้รับสารทั่วไปมีการให้ความหมายของข่าวในมิติต่อไปนี้เช่นไร
  - 2.1 มิติด้านข้อมูล
  - 2.2 มิติด้านคุณภาพ
  - 2.3 มิติด้านอุดมการณ์
3. ปัจจัยด้านคุณลักษณะประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวมีผลต่อการให้ความหมายของข่าวของผู้รับสารหรือไม่

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ให้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับข่าวจากมุมมองของผู้รับสารในด้านของความคาดหวังจากข่าว คุณค่าข่าว คุณภาพข่าว
2. นำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในแง่มุขวิทยาการเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวของผู้รับสาร และในแง่มุมมองของการปฏิบัติเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการผลิตข่าว และนำเสนอข่าว
3. ใช้ประโยชน์ในการเสริมศักยภาพในการเป็นผู้บริโภคข่าวของประชาชน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของข่าว

ก่อนศึกษาเรื่องของ "ข่าว" ในมุมมองของผู้รับสารนั้น เราคงจำเป็นต้องทาบว่าที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันในสังคมมีมุมมองต่อข่าวกันมาไว้อย่างไร โดยคำถามที่ว่า "ข่าวคืออะไร" หรือ "อะไรคือข่าว" มีผู้พยายามให้คำจำกัดความ หรืออธิบายความหมายไว้มากมายทั้งที่เป็นนักวิชาชีพและนักวิชาการทางวารสารศาสตร์

แต่จนกระทั่งปัจจุบันก็ยังหาผู้มีความสามารถนิยามคำว่า "ข่าว" ให้ได้ความสมบูรณ์ครบถ้วนไม่ได้ ทั้งนี้เพราะ "ข่าว" นั้นเป็นมโนทัศน์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม สามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่างไปได้ตามแต่ประสบการณ์และความสนใจของมนุษย์ นอกจากนี้ "ข่าว" ยังเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ป็นนามธรรมหรือปรัชญาด้วย

การให้ความหมายหรือคำจำกัดความต่างๆจึงยอมไม่ใช่สิ่งที่นึกคิดขึ้นมาลอยๆ หากแต่มีเงื่อนไขหรือปัจจัยต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และปัจจัยส่วนบุคคล ล้อมรอบความหมายนั้นๆอยู่ด้วย ดังนั้นการศึกษาเข้าไป ถึงเบื้องหลังของความหมายของ "ข่าว" แต่ละความหมาย ยิ่งทำให้เข้าใจถึงทัศนคติมุมมองที่นักวิชาชีพและนักวิชาการแต่ละฝ่ายมีต่อข่าว ซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนปัจจุบัน

สุกัญญา สุตบรรทัด (2528) กล่าวว่าคำว่า "News" (ข่าว) มีอายุประมาณราว 500 ปี และมีวิวัฒนาการอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เช่น หนังสือข่าวในยุคต้นๆ ของยุโรปให้คำจำกัดความของข่าวอย่างแคบๆ ว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมใดสังคมหนึ่ง เรื่องที่เล่าลือต่อกันมาโดยหาหลักฐานอันใดไม่ได้ เช่นเรื่องผีดูดเลือดก็ถือเป็นข่าวที่ลึกลับพิศมัยกันอย่างกว้างขวาง พจนานุกรม New English Dictionary กล่าวว่า คำว่า "News" นี้ได้ใช้กันมาอย่างแพร่หลายหลังปี ค.ศ. 1500 และตัวอย่างของข่าวที่พจนานุกรมฉบับนี้ยกมาแสดงนั้น เป็นข่าวจากสกอตแลนด์ ในปี ค.ศ. 1423 คำคล้ายของ "News" ที่เก่าแก่ที่สุดคือ "tydings" ซึ่งหมายถึงกระแสน้ำ

ส่วน Hiley H. Ward (1997) ให้ที่มาของคำว่า "News" ไว้ในหนังสือ Mainstreams of American Media History ว่า "News" หมายถึง "novelties" ในภาษาอังกฤษยุคกลาง ซึ่งคำนี้ถูกใช้มาตั้งแต่ราวศตวรรษที่ 12 นอกจากนี้คำว่า "News" สามารถสืบย้อนที่มากลับไปถึงคำว่า "neos" ในยุคกรีกโบราณซึ่งหมายถึง ใหม่ สด และคำว่า "navus" ในภาษาละติน

จากงานเขียนของ สุกัญญา สุตบรรทัด เรื่อง "สายโซ่แห่งการสื่อสาร" (2528) ซึ่งแบ่งสังคมออกเป็นยุคตามแนวของ อัลวิน ทอฟเลอร์ ทำให้เห็นวิวัฒนาการทางการสื่อสารโดยเฉพาะด้านข่าวสารและแนวคิดหลักของสังคมแต่ละยุคสมัยที่เชื่อมโยงเป็นสายโซ่คล้องกันอย่างต่อเนื่อง เป็นเหตุเป็นผลกัน ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ในสังคมเกษตรกรรมแต่เดิมข่าวคือการเล่าเหตุการณ์ต่างๆที่ได้ประสบพบเจอ เรื่องแต่ง เรื่องเล่าคือเรื่องเกี่ยวกับสงคราม กษัตริย์ ขุนนาง พระเจ้า โดยออกมาในรูปของตัวเขียน บทกวี บทขับลำนำ ต่อมาหลังการประดิษฐ์แท่นพิมพ์ชนิดหมุน เกิดสื่อสิ่งพิมพ์ขึ้นมากมาย ทำให้เกิดการ กระจายความรู้วิทยากรต่างๆ ผู้คนเริ่มคลายความเชื่อมั่นในพระเจ้าและหันมาสนใจในความสามารถของมนุษย์ สื่อสิ่งพิมพ์ได้รับมอบหน้าที่ทางสังคมในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน แนวคิดหลักของสังคมเคลื่อนไปสู่ความยึดมั่นในเหตุผลและความเป็นวิทยาศาสตร์ ไม่ยอมรับในสิ่งที่พิสูจน์ไม่ได้ มองโลกอย่างเป็นวัตถุวิสัย(objective) ซึ่งเชื่อว่าจะสามารถทำความจริงทั้งหลายให้เกิดขึ้นได้

ทางวงการวารสารศาสตร์ได้นำแนวคิดนี้มาสร้างเป็นแนวคิดหลัก คือ การรายงานข่าวแบบวัตถุวิสัย ทำให้ข่าวเป็นเหมือนวัตถุชนิดหนึ่งซึ่งสื่อมีหน้าที่ในการนำไปเสนอแก่ประชาชน ให้ประชาชนนำไปทดลองศึกษาตรวจสอบ จนกว่าจะก่อให้เกิดความรู้ใหม่ซึ่งเชื่อว่าเป็น "ความจริง" นักข่าวต้องไม่แสดงความคิดเห็นใดๆลงไป ข่าว เหมือนหนึ่งไร้ความรู้สึก เหมือนเครื่องจักร

นอกจากนี้ยุคอุตสาหกรรมข่าวถูกทำให้มีลักษณะเป็นเหมือนสินค้าที่ผลิตเพื่อมุ่งเสนอขายให้มวลชน และกลายเป็นที่มาของคำว่า "สื่อมวลชน"

เมื่อสังคมก้าวเข้าไปสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ สังคมที่ความสลับซับซ้อน เกิดมีแนวคิดระบบปรัชญาแบบหลังสมัยใหม่(post-modernism) อันเป็นผลจากความสับสนในการที่ต้องเลือกความหลากหลายของความจริงหรือความถูกต้อง แนวคิดนี้มองว่า "ความจริง" ไม่ใช่สิ่งที่แสวงหาได้ด้วยเหตุผลหรือเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ส่วนข่าวที่ถูกกระทำให้เป็นเสมือนวัตถุ ถูกตั้งข้อสงสัยว่าไม่ได้ให้ข้อมูลที่ เป็น "จริง" แก่สาธารณะ เพราะเลือกสะท้อนเหตุการณ์เพียงบางส่วน เช่น สะท้อนในส่วนของคนในเมือง สะท้อนความคิดอ่าน ความมุ่งมาดปรารถนาของคนเหล่านี้ซึ่งเป็นเพียงคนกลุ่มเดียว จึงไม่อาจสร้างหรือหา "ความจริง" ของสังคมโดยรวมได้

ค่านิยมที่กล่าวมาคือภาพกว้างๆของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ส่งผลต่อการให้ความหมายหรือมุมมองต่อข่าว ทำให้เห็นว่าข่าวเป็นสิ่งที่ลื่นไหลไปตามกรอบความคิดหรือปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่อยู่เบื้องหลัง ดังนั้นข่าวในความคิดของแต่ละคนย่อมไม่เหมือนกันโดยที่เดียว หรืออาจแตกต่างกันอย่างสุดขั้วเลยก็เป็นได้ ซึ่งในลำดับต่อไปจะเป็นการจัดประเภทของการให้นิยามข่าวที่ผู้วิจัยรวบรวมมาได้ โดยแบ่งออกตามกรอบแนวคิดหลักๆ ดังต่อไปนี้

### **แนวคิดแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน**

กลุ่มผู้ให้นิยามข่าวประเภทนี้มีมุมมองต่อข่าวว่าข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ และเรื่องราวที่เกิดขึ้น ฉะนั้นข่าวจึงไม่ใช่การแสดงความคิดเห็น การแสดงความคิดเห็นนั้นย่อมต้องแยกต่างหากจากการเสนอรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การให้นิยามข่าวในกลุ่มนี้เป็นการมองข่าวด้วยกรอบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพ(professional norm) เช่น ความเป็นกลาง

ความเป็นวัตถุวิสัย ฯลฯ รวมไปถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่นักข่าวพึงมีต่อสังคมโดยไม่มีปัจจัยด้านการสร้างเรื่องราว(story construction) ปัจจัยด้านองค์กรหรือสถาบันที่ควบคุมนักข่าวเข้ามาเกี่ยวข้องต่อสิ่งที่เรียกว่า"ข่าว"ตัวอย่างของการให้นิยามข่าวประเภทนี้ได้แก่

ไพศาล มังกรโชยา นักข่าวอาวุโส (อ้างถึงใน พิเศษรัฐ ขวาลาธวัช และคณะ,2539) ให้ทรรศนะต่อความหมายข่าวว่า **"ข่าว"** คือ รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม ต่อปัญหาความมั่นคงของชาติ ข่าวที่ดีต้องเที่ยงตรง ไม่ปิดบังข้อเท็จจริง ขณะเดียวกันไม่ก้าวข้ามขึ้นมา ข่าวที่ดีนั้นไม่ใช่คิดถึงความเร็ว คิดแต่จะสร้างอารมณ์ ข่าวสยดสยอง ข่าวกามารมณ์ เพื่อค่านึงถึงแต่การค้า ข่าวที่ดีต้องมีประโยชน์ในการสร้างค่านิยมใหม่ เพราะหนังสือพิมพ์มีหน้าที่รับผิดชอบต่อส่วนรวมกับสถาบันอื่นๆ สร้างสรรค์สังคมที่ดีกว่า สดใสกว่า สร้างความหวังใหม่ให้แก่คนยากจนบ้าง

Charnley (1965 อ้างถึงใน อติสา วงศ์ลักษณะพันธ์,2542) กล่าวว่า ข่าวคือข้อมูลที่ได้รับการเผยแพร่ ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบถึงสิ่งที่กำลังดำเนินอยู่ จึงอาจกล่าวได้ว่า ข่าวคือการรายงาน (report) เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ปรากฏขึ้นในระยะเวลาเหมาะสม(timely) รัดกุม(concise) และถูกต้องวณ(accuracy)

ส่วน William L. Rivers (1984 อ้างถึงใน ธงชัย มหาไตรภพ ,2532) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าข่าวไว้ว่า "ข่าว" คือ การรายงานอย่างทันที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ (events) ข้อเท็จจริง(facts) และความคิดเห็น(opinions) ที่ผู้คนจำนวนมากให้ความสนใจ และอาจนิยามคำว่าข่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่คนเราไม่ทราบเมื่อวานนี้ สิ่งที่คุณอ่านต้องการทราบ สิ่งที่ยุติการตัดสินใจที่จะนำลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ และเป็นสิ่งที่มีความทันที่หรือรายงานเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ของวันพฤษภาคมนี้

นอกจากข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงแล้ว บางคนให้นิยามข่าวโดยพิจารณาไปถึงเรื่องของคุณค่าข่าว(News Values) อันได้แก่ ความสดใหม่ ความผิดปกติ ความสนใจของมนุษย์ ฯลฯ ดังเช่น Rober Mcleish (1988:65 อ้างถึงใน ยุพดี เผ่าสุขถาวร,2538) ข่าว คือ ข้อเขียนใหม่ น่าสนใจ และเป็นความจริง ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้ฟังไม่รู้มาก่อน เป็นเรื่องที่ทันสมัย เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อผู้ฟังไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และเรื่องที่น่ามารายงานนั้นต้องเป็นความจริง

ส่วน ยงยุทธ รักษาศรี (2525) ให้นิยามว่า ข่าวคือ รายงานเหตุการณ์ที่ผู้คนให้ความสนใจในขณะใดขณะหนึ่ง และข่าวที่ดีนั้นจะต้องเป็นข่าวซึ่งมีความสำคัญต่อผู้อ่าน และผู้อ่านมีความสนใจเป็นอย่างมาก

สุภา ศิริมานนท์ (2525 อ้างถึงใน กรกช สุรกุล ,2540) ให้นิยามว่า"ข่าว"เป็นการรายงานของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีความสำคัญและน่าสนใจ องค์ประกอบต่างๆแสดงถึงความสนใจของผู้อ่านข่าวได้นำเสนอในรูปแบบของข่าว ผูกพันกับชีวิตของมนุษย์อย่างใกล้ชิด ดังที่ว่า"ข่าวที่ดีที่สุด คือ ข่าวซึ่งเป็นที่น่าสนใจของผู้คนส่วนมาก"

ในขณะที่ Ralph S. Izard (1973 อ้างถึงใน ชัยยุทธ โชติบาล, 2541) ชาวคือเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น และมีความสำคัญที่จะสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านเป็นจำนวนมาก และข่าวที่สำคัญที่สุดคือข่าวที่สร้างความสนใจให้กับคนเป็นจำนวนมากหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ข่าวสดที่มีคนจำนวนมากให้ความสนใจ

อาจกล่าวได้ว่าการให้ความหมายข่าวในแนวความคิดหวังเชิงบรรทัดฐานนี้คือการมองว่า ข่าวคือ กระบวนการสะท้อนภาพสังคมที่เกิดขึ้น เป็นการรายงานเรื่องราวเหตุการณ์ที่คนในสังคมเห็นว่าสำคัญ ดังที่ Roscho (อ้างถึงใน Dasu Krishmoorty, 2000) กล่าวว่า นิยามข่าวของสังคมหนึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคมนั้น โครงสร้างของสังคมจะสร้างบรรทัดฐาน รวมไปถึงทัศนคติที่ส่งผลต่อแง่มุมในการใช้ชีวิตของสังคมว่าเรื่องใดสำคัญ หรือน่าสนใจต่อประชาชน สิ่งที่ข่าวนำเสนอต่อสังคมคือกระจกที่สะท้อนสิ่งที่สังคมเห็นว่าสำคัญหรือน่าสนใจ การเปลี่ยนนิยามของข่าวจะเกิดขึ้นเมื่อโครงสร้างและสถาบันทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปก่อน ในทัศนะของ Roscho การให้นิยามข่าวขึ้นอยู่กับโครงสร้างของสังคมเป็นหลัก ไม่ใช่กิจกรรมของนักข่าวหรือองค์กรข่าว

สรุปจากแนวคิดของ Roscho ข้างต้น สามารถแสดงตัวอย่างของการให้ความหมายข่าวที่ขึ้นอยู่กับ โครงสร้างของสังคมได้ ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นยุคที่สังคมตะวันตกได้หลุดพ้นจากการ ครอบงำทางการเมืองและศาสนา ลัทธิเหตุผลนิยม ความเชื่อในความมีเหตุผลและเสรีภาพของมนุษย์ ความคิดเชิงเหตุผลอย่างวิทยาศาสตร์ กลายเป็นแนวคิดหลักของสังคม ข่าวในยุคนี้จึงเน้นลักษณะความเป็นวัตถุวิสัยซึ่ง เป็นการรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ ไม่มีความคิดเห็น หรืออคติของผู้สื่อข่าวปะปน หากปล่อยให้ประชาชน เป็นผู้ตรวจสอบและตัดสินใจเอง อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ในยุคสังคมประชาธิปไตยเช่นปัจจุบัน ซึ่งมีเรื่องของสิทธิ และเสรีภาพเป็นกระแสแนวคิดหลัก ทางหนึ่งคือเสรีภาพของสื่อมวลชนหรือคนทำข่าวในการเสนอข่าวอย่างไม่ ถูกควบคุมจากอำนาจใดๆ ทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล และสอดส่องความเป็นไปของสังคม อีกทางหนึ่ง คือ เสรีภาพของผู้รับข่าว ซึ่งมีสิทธิที่จะรู้จะเห็น และแสดงความคิดเห็นของตนต่อเรื่องต่างๆ ดังนั้นข่าว คือสิ่งที่ ต้องโปร่งใส ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างเปิดเผย และเป็นไปเพื่อประโยชน์ของประชาชน

คำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นคือตัวอย่างของการให้ความหมาย "ข่าว" ที่เป็นแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นความ คาดหวังเชิงบรรทัดฐานโดยมองอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ข่าว เป็นการรายงานเหตุการณ์จริง ข้อเท็จจริง ข่าวคือ กระบวนการสะท้อนความเป็นจริงทางสังคม ส่งความเคลื่อนไหวความเป็นไปของโลกเหมือนกระจกเงา นอกจากนี้ บางท่านยังให้ความหมายข่าวรวมถึงเรื่องของคุณค่าข่าว เช่น ต้องเป็นสิ่งที่สดใหม่ สำคัญ และเป็นที่น่าสนใจ ของผู้คนที่ด้วย

### แนวคิดข่าวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม

หลายคนมองว่าข่าวคือ การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโลก เป็นเหมือนกระจกส่องสะท้อนภาพ สังคม ดังที่ ยุพดี เผ่าสุทธาวรร,2538 กล่าวไว้ว่า แนวคิดทางสังคมวิทยาแบบดั้งเดิม (Traditional Sociologies) นั้นพิจารณาผู้ทำข่าวในฐานะที่เป็น "ผู้กระทำทางสังคม" (Social Actor) และอธิบายการทำงานด้านข่าวว่าเป็น ผลผลิตของกระบวนการสังคมประกิต ความหมายของคำว่าข่าวในสังคมใดจะขึ้นกับโครงสร้างของสังคมนั้นๆ โครงสร้างทางสังคมจะเป็นผู้กำหนดบรรทัดฐาน และทัศนคติในเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ทางสังคม ซึ่งเป็นเรื่องที่คน

ในสังคมนั้นเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ จากแนวคิดนี้เองที่ว่าชาวเป็นกระจกสะท้อนสังคม เพราะผู้ทำข่าวต้องเสนอข่าวหรือเรื่องราวให้เหมาะสมกับทัศนคติและบรรทัดฐานทางวิชาชีพ โดยการเสาะแสวงหาเรื่อง เลือกรื่อง รวมทั้งวิธีในการนำเสนอข่าวซึ่งคิดว่าคนในสังคมนั้นจะสนใจ และเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญ ความหมายของคำว่า "ข่าว" ของสังคมจะเปลี่ยนไปได้ก็ต่อเมื่อโครงสร้างและสถาบันทางสังคมเปลี่ยนแปลงก่อน

Frank Stantor (อ้างถึงใน Leah R. Ekdorn ,1981) อดีตประธานของเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ CBS กล่าวถึงเรื่องนี้อย่างชัดเจนเช่นเดียวกันว่า สิ่งที่สำคัญคือการยกกระจกขึ้นส่องสังคม และพยายามรายงานมันอย่างน่าเชื่อถือที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งคำนิยามนี้แสดงให้เห็นถึงข้อตกลงเบื้องต้นที่ว่า ประการที่หนึ่ง ไม่มีปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลและองค์กรเข้ามาสร้างเนื้อหาข่าว ประการที่สองเหตุการณ์เรื่องราวถูกสะท้อนเหมือนกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นต่อหน้ากระจก ประการสุดท้ายคือทุกๆ แง่มุมของสังคมที่ปรากฏจะถูกสะท้อนในกระจกของสิ่งที่เรียกว่า "ข่าว"

อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมองในทิศทางตรงข้าม พวกเขาเห็นว่าไม่ได้เป็นกระจกที่สะท้อนภาพเหตุการณ์ในสังคมที่แท้จริงเสมอไป นักข่าวไม่ได้มีกระจกพกพา(pocket mirror) ไปทุกที่ ดังเช่นที่ผู้ทำข่าวของCBS แสดงความเห็นไว้คือพวกเรา(ในฐานะผู้ทำข่าว) มีงานที่ครอบคลุมทั้งประเทศ จึงไม่สามารถตั้งกล้องและคอยข่าวที่จะเกิดขึ้น พวกเราต้องวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อน ดังนั้นข่าวจึงส่องสะท้อนเฉพาะบางส่วนของสังคมที่ได้ เลือกไว้มิใช่ทุกส่วนของสังคม

Menaker (อ้างถึงใน Leah R. Ekdorn, 1981) บรรยายคำว่า "ข่าว" โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวทางโทรทัศน์ว่าเป็น กระจกกล (funhouse mirror) ซึ่งแม้ส่องสะท้อนแต่ก็บิดเบือนภาพเหล่านั้นโดยทำให้ภาพหรือเหตุการณ์เหล่านั้นหดลง หรือ ยาวขึ้น ดังนั้นคำถามเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ของภาพสะท้อนและความเป็นจริงในข่าวจึงเกิดขึ้น และนักปรัชญาทั้งหลายพยายามตอบคำถามนี้โดยการศึกษาเนื้อหาของข่าวเพื่อดูถึงอคติที่แฝงอยู่

ในเรื่องของ"ความเป็นจริงทางสังคม"(social reality) นั้น กลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการ หรือ แนวทางวิวัฒนาการศึกษาได้เชื่อมโยงแนวคิดที่เป็นเสาหลักของกลุ่ม คือ สิ่งที่เราเรียกว่า "ความเป็นจริง"(reality)นั้นมิใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว(out there) ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา (construct) เมื่อเชื่อมโยงแนวคิดนี้มาที่เรื่องของสื่อมวลชน เราอาจจะอธิบายได้ว่าในด้านสื่อมวลชน สิ่งที่เราเรียกว่า "ข่าว" มิใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ"สร้าง"ความเป็นจริงจากเหตุการณ์ขึ้นมา ในขณะที่ตัวเหตุการณ์เองมีหลายมิติมากแล้วแต่นักข่าวแต่ละคนจะหยิบเหตุการณ์นั้นมาสร้างเป็นข่าวได้อย่างไร(กาญจนา แก้วเทพ,2541)

ส่วน เสถียร เชนประทับ (2542) กล่าวว่า ข่าวเป็นปรากฏการณ์ที่ถูกรายงานตามมุมมองของนักหนังสือพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ข่าวเป็น "การสร้างความเป็นจริงทางสังคม(construction of social reality)" ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันซึ่งต้องคำนึงถึงลำดับความสำคัญ ความนิยม(Preference) ความเกี่ยวพัน (Concerns) ความรู้สึก(Sensitivity) ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม ทัศนคติ ค่านิยมและบรรทัดฐาน



อาจเป็นผลมาจากโครงสร้างของสังคม วิธีการกลมกล่อมทางสังคม(Socialization) และการเรียนรู้ด้านวิชาชีพ(Professionalization) ภายในโครงสร้างของสังคมนั้น

นักวิชาการ เช่น Gaye Tuchman , Edwin Diamond และ Ron Powers (อ้างถึงใน Leah R. Ekdom, 1981) มีความเห็นต่อเรื่องนี้ในลักษณะเดียวกัน พวกเขาเห็นด้วยว่า ข่าว คือ การสร้างความเป็นจริงขึ้นมาใหม่(reconstruction of reality) ซึ่งสิ่งที่สร้างขึ้นมามีความหมายที่ต่างไปจากความเป็นจริงทางสังคมคลุมเครือมากกว่าที่จะเปิดเผยความเป็นจริง นอกจากนี้พวกเขาตระหนักว่าภาพที่กระจัดจาง(ข่าว) สะท้อนนั้นไม่มีทางที่จะเป็นวัตถุวิสัย(objective)อย่างแน่นอน

สอดคล้องกับ ศิริชัย ศิริกายะ(อ้างถึงใน ธีรรัตน์ พันทวี ,2537) ซึ่งเสนอว่า การสื่อสารเป็นเรื่องอัตวิสัย(subjectivity) เมื่อคนรับรู้แล้วจะนำมาสร้างความหมาย(making sense)ด้วยตนเอง สารจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการสังเกตของมนุษย์ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านอวัยวะ เวลา สถานที่ และประสบการณ์ มนุษย์เราจึงสรรคสารขึ้นมาจากการสังเกตในเวลาและสถานที่หนึ่ง และมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในบริบทที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมาเท่านั้น ซึ่งเรื่องนี้ Stwart ได้กล่าวว่า การที่เราจะเข้าใจกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ได้ควรเริ่มจากการยอมรับความจริงที่ว่า มนุษย์รับรู้สิ่งต่างๆจากมุมมองที่อยู่ภายในตัวบุคคลนั่นเอง ดังนั้นข่าวจึงเป็นการรายงานที่มองจากบางแง่บางมุมเท่านั้น

Gaye Tuchman (อ้างถึงใน ยุพดี เฝ้าสุทธาวร,2538) มองข่าวในฐานะของการดำรงสถานะที่เป็นอยู่(status quo) ให้เป็นรูปธรรมขึ้นและจำกัดความรู้ของผู้รับสาร Tuchman ศึกษา "ข่าว" ในแง่ของความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้น และเสนอเรื่อง News as a Constructed Realities ไว้ในปี 1978 มีสาระสำคัญเกี่ยวกับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา"ข่าว"ในมุดังกล่าว Tuchman เชื่อว่า สื่อมวลชนกำหนดกรอบให้คนเรารับรู้เหตุการณ์ในสังคม โดยที่งานข่าว(Newswork)ได้เปลี่ยนแปลงสิ่งที่เกิดขึ้นให้เป็นข่าว ด้วยการสร้างความหมายให้กับเหตุการณ์นั้น ผู้ทำข่าวก็เป็นสมาชิกของสังคมด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักข่าวและบรรณาธิการจึงรับรู้และเข้าใจความเป็นจริงทางสังคมในฐานะเป็นผลผลิตของสังคม(social actor) โดยการนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปของข่าวเพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนบางท่าน(Glasgow University Media Group,1972:1 อ้างถึงใน เสถียร เศษประทับ,2542) ชี้ให้เห็นว่าข่าวซึ่งเสนอข้อเท็จจริงโดยตรงไปตรงมานั้น มิได้สะท้อนความเป็นจริงภายนอกหรือความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (External Reality) เท่านั้น เพราะมีการตีความเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ ในการตีความต้องอาศัยกรอบในการตีความ ซึ่งกรอบนี้เป็นผลจากปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านวัฒนธรรมทั้งภายในและภายนอกสังคมนั้นมีอิทธิพลต่อการเขียนและการเสนอข่าวของนักข่าว เพราะฉะนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าข่าวเป็นประดิษฐ์กรรมทางวัฒนธรรม(Cultural Artifact) อย่างหนึ่งซึ่งถูกกำหนดขึ้นตามวิถีทางที่สังคมถูกสร้างขึ้น

จากความคิดเห็นของนักวิชาการและนักวิชาชีพดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ชาวมิใช่การสะท้อนภาพ เหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งหมด แต่เป็นการสะท้อนเพียงบางส่วนที่อาจถูกขัดเกลาคบแต่งขึ้นมาเสียใหม่ ด้วยเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น เรื่องของเวลาและสถานที่ ปัจเจกบุคคล องค์กร วัฒนธรรมของสังคม ฯลฯ ชาวจึงเป็นการสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นใหม่ที่อาจเหมือน คล้าย หรือไม่ตรงกับความจริงที่เกิดขึ้นก็เป็นได้

### แนวคิดข่าวคือสินค้า

นักวิชาการจำนวนหนึ่งได้ให้ความหมายและอธิบาย"ข่าว" โดยวางอยู่บนความคิดว่าข่าวคือสิ่งที่ถูกผลิตขึ้น ข่าวคือสินค้าที่ผลิตโดยปัจเจกบุคคล และถูกจัดระเบียบโดยผู้มีตำแหน่งสูง ผู้บังคับบัญชา และโครงสร้างองค์กร (เช่น ผู้พิมพ์ หัวหน้าข่าวฝ่ายต่างๆ นโยบายองค์กร) เพื่อให้ตรงกับความต้องการขององค์กรสื่อมวลชนนั้น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่สามารถเป็นข่าวได้ด้วยตัวเอง หากเกิดจากกระบวนการคัดเลือกจากผู้ผลิตข่าว

Walter Lippmann (1922) นับเป็นหนึ่งในจำนวนนักวิชาการคนแรกๆ ของศตวรรษที่มองข่าวเป็นสินค้า(product) ของกิจวัตรประจำวันของนักข่าวและกระบวนการผลิตข่าว หนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ส่งไปถึงผู้อ่านคือผลของขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรว่าสิ่งใดควรได้รับการตีพิมพ์ และควรวางไว้ ณ ตำแหน่งใด รวมถึงขนาดพื้นที่ที่ใช้และจุดที่เน้น ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งๆที่เรียกว่ามาตรฐานทางวัตถุวิสัย(objective)

นอกจากนี้ Lippmann อธิบาย "ธรรมชาติ" ของ "ข่าว" ว่า วิถีแห่งชีวิตของปัจเจกชนจะมีคุณค่าเป็นข่าว (newsworthy) ก็ต่อเมื่อการกระทำของเขาหรือสิ่งที่อุบัติขึ้นแก่เขาปรากฏเป็นสาระสำคัญในบันทึกสาธารณะ (public recorder) และการที่สิ่งเหล่านี้จะปรากฏในบันทึกสาธารณะได้นั้นจะต้องเป็นการกระทำที่เปิดเผย (overt act) ซึ่งมีคุณค่าต่อความสนใจของสาธารณะชนด้วย

คำอธิบายดังกล่าว หมายถึง บุคคลแต่ละคนอาจจะปฏิบัติกิจกรรมของเขาทุกวันติดต่อกันไปเป็นเวลา นับสิบปีโดยที่ไม่ปรากฏเป็นข่าวเลยก็ได้ แต่ถ้าหากว่าบุคคลนั้นฆ่าผู้อื่นตาย หรือธุรกิจของเขาล้มเหลว ถูกศาลพิพากษาว่ามีความผิดหรือพิพากษาว่าล้มละลาย การกระทำหรือสิ่งที่อุบัติขึ้นดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นเรื่องราวในบันทึกสาธารณะ และหนังสือพิมพ์ได้นำข้อเท็จจริง (facts) ที่ปรากฏไปรายงานให้สาธารณะชนได้รับรู้แล้ว นั่นคือ "ข่าว"

Walter Gieber (1964) กล่าวว่า ข่าวคืออะไรก็ตามที่คนทำหนังสือพิมพ์ทำขึ้นมา (News is what Newspapermen make it.) สอดคล้องกับ Stuart Hall (อ้างถึงใน Dasu Krishnamoorthy, 2000)กล่าวว่า ข่าวคือสินค้าและเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นสินค้าหลักของระบบสื่อสารมวลชนที่เรียกว่า "สินค้าวัฒนธรรม" นักข่าวและบรรณาธิการคือผู้เลือกสิ่งที่จะมาเป็นข่าวในแต่ละวัน ดังนั้นการคัดเลือกข่าวจึงขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสาร(knowledge about the audience) ข้อตกลงเบื้องต้นของสังคม(assumptions about society) และอุดมการณ์(ideology)

ส่วน เสถียร เชนประทับ (2542) ให้ความเห็นว่า แนวทางหนึ่งในการนิยามข่าว คือ การมองข่าวว่าเป็นสินค้าที่หนังสือพิมพ์พยายามจะขาย พ่อค้าไม่ค่อยคำนึงถึงความจำเป็นจริงๆ ของลูกค้า แต่จะคำนึงว่าจะอะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และจะทำให้สินค้าของตนเป็นที่ดึงดูดใจเพื่อให้ลูกค้าต้องการมากขึ้นได้อย่างไร มีคำถามว่าหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นธุรกิจเอกชนในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้น สนองความต้องการของลูกค้าหรือสร้างความต้องการให้แก่ลูกค้า คำตอบอาจเป็นได้ทั้งสองอย่าง แต่ความต้องการข่าวของลูกค้าและการให้ข่าวเพื่อสนองหรือกระตุ้นความต้องการบางอย่างนั้น ตั้งอยู่บนข้อสันนิษฐานว่า ข่าวมีองค์ประกอบบางอย่าง ผู้บริโภคอาจไม่ตระหนักว่าข่าวมีองค์ประกอบอะไรบ้าง แต่นักข่าวทราบดีว่าข่าวมีองค์ประกอบอะไรบ้าง

Penn Kimball (1994) กล่าวถึงในลักษณะเดียวกันว่า สิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในระบบเครือข่ายโทรทัศน์ตอนนี้ คือ การให้ความหมายใหม่ต่อข่าวโดยมีแรงขับเคลื่อนจากการคำนึงถึงด้านการเงิน และความนิยม ข่าวคือสิ่งที่ผู้ผลิตข่าวสามารถจะครอบครองได้ และข่าวใดจะได้รับการออกอากาศนั้น ถูกตัดสินจากการจัดลำดับ (ratings) จากตรงนี้ทำให้กำแพงที่เคยกั้นระหว่างด้านของธุรกิจกับด้านข่าวได้ค่อยๆ หลายลงเรื่อยๆ

ในขณะที่ Herbert J. Gans อธิบายไว้ในงานศึกษาของเขาเรื่อง "Deciding What's New" (1979) ว่าข่าว คือ ข้อมูลที่ส่งผ่านจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รับสาร นักข่าวมีบทบาทในการขัดเกลาและเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบ (ข้อมูล) ที่มาจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รับสารในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและใกล้ชิดกับผู้รับสารเหล่านั้น

สรุปแล้วการให้ความหมายข่าวในแนวมองว่าในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเช่นปัจจุบัน ไม่มีใครปฏิเสธว่า การแสวงหากำไรคือเป้าหมายหลักของธุรกิจทุกประเภท ไม่เว้นแต่ธุรกิจสื่อสารมวลชน ดังนั้นนายทุนหรือผู้ผลิตย่อมต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ เพื่อให้สินค้านั้นขายได้และมีกำไรด้วย "ข่าว" ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมจึงต้องทำให้ถูกใจผู้รับสาร ด้วยการเข้าสู่ขบวนการผลิตที่ต้องคัดสรร จัดรูปแบบ ให้เป็นที่พึงพอใจ และสร้างผลประโยชน์ให้นายทุนผู้ผลิตในที่สุด

### แนวคิดข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์

"ข่าว" นอกจากถูกมองว่าเป็นการสร้าง ความหมายทางสังคมขึ้นใหม่แล้ว ในเบื้องต้นนั้น "ข่าว" เกี่ยวข้องกับเรื่องของ การสร้างอุดมการณ์ อำนาจ ผลประโยชน์ การควบคุมทางสังคม ที่แฝงเร้นอยู่ภายใต้สังคมเศรษฐกิจทุนนิยม นักวิชาการสื่อสารมวลชนสายวิพากษ์ ซึ่งมีรากฐานแนวคิดเบื้องต้นจาก Karl Marx ได้กล่าวถึงเรื่องอุดมการณ์กับการสื่อสารมวลชนไว้หลากหลาย แต่มีหลักร่วมกัน คือ มองว่าเนื้อหาของสื่อถูกควบคุมและกำหนดให้เป็นไปในรูปแบบหนึ่งๆ เพื่อรักษาประโยชน์และสถานะทางสังคมหรืออำนาจ (status quo) ของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่อยู่ส่วนยอดของสังคม เช่น นายทุน นักการเมือง ผู้มีอำนาจ

Karl Marx มองสังคมทุนนิยมว่าเกิดลักษณะของชนชั้น คือ ชนชั้นนายทุน (elites) และชนชั้นแรงงาน (worker) โดยชนชั้นที่มีอำนาจจะเข้าครอบครองเป็นเจ้าของทุนและปัจจัยการผลิตต่างๆ เมื่อควบคุมปัจจัย

ด้านเศรษฐกิจได้แล้ว ชนชั้นนี้ก็จะเข้าครอบงำปัจจัยด้านการเมือง วัฒนธรรม อุดมการณ์ รวมทั้งสื่อมวลชนด้วย ชนชั้นนายทุนจะเผยแพร่แนวคิดวัฒนธรรม หรือที่ Marx ใช้คำว่า อุดมการณ์(ideology) หนึ่งๆไปสู่ชนชั้นอื่นๆ ของสังคม ซึ่งอุดมการณ์ที่ว่ามีลักษณะเพื่อธำรงรักษาสถานะอำนาจและผลประโยชน์ของกลุ่มนายทุน โดยที่กลุ่มชนชั้นอื่นไม่ทันรู้ตัวว่าตัวเองกำลังถูกเอาเปรียบและตกเป็นเหยื่อในการแสวงหาผลประโยชน์

เมื่อเชื่อมโยงแนวคิดเข้ากับสื่อมวลชน Marx มองว่าหนังสือพิมพ์ดำเนินการไปตามหลักของระบบทุนนิยมไม่ว่าจะเป็นเรื่อง"พลังการผลิต" (เช่น วัตถุดิบ เทคโนโลยี แรงงาน) และ"ความสัมพันธ์ทางการผลิต" (นายทุนเป็นเจ้าของ คนงานเป็นลูกจ้าง) เจ้าของหนังสือพิมพ์จะเป็นนายทุนเสมอไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติหรือระดับนานาชาติก็ตาม คนกลุ่มนี้เข้ามาทำหนังสือพิมพ์เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางชนชั้นของตนเองด้วยวิธีการสองด้านคือ เอาเปรียบแรงงานลูกจ้างและเอากำไรจากผู้บริโภค ตามหลักของแนวคิดพื้นฐานที่ได้กล่าวมาแล้ว เมื่อนายทุนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต หนังสือพิมพ์ก็ย่อมสามารถควบคุมการผลิตความคิดที่อยู่ในเนื้อหาของสื่อได้ด้วย ในแง่หนังสือพิมพ์จึงเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่อุดมการณ์และค่านิยมของผู้ปกครอง(นายทุน) ให้แก่คนอื่นในสังคม และปฏิเสธความคิดที่แตกต่างออกไป ผลจากการควบคุมกลไกทางความคิดดังกล่าวทำให้คนงานล้มล้างสิ่งที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของตน และกลับใช้ชีวิตเพื่อรักษาผลประโยชน์ของนายทุนแทน (กาญจนา แก้วเทพ ,2542)

ดังนั้นจากแนวคิดข้างต้น"ข่าว"ในฐานะผลผลิตของกระบวนการสื่อสารมวลชนก็คือเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่อุดมการณ์ของชนชั้นที่มีอำนาจนั่นเอง ดังที่นักวิชาการหลายๆท่านให้ทัศนะต่อข่าวไว้ในลักษณะเดียวกัน ดังนี้

Golding และ Elliott (1979) กล่าวว่า ข่าวคืออุดมการณ์ซึ่งเสนอภาพรวมของความเป็นจริงที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจในสังคม สิ่งนี้เกิดขึ้นได้โดยองค์ประกอบหลักสองประการ ประการแรก คือ กระบวนการทางสังคม ข่าวได้เสนอกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างซ่อนเร้นและแสดงภาพของโลกในฐานะเหตุการณ์เดี่ยวที่มีความต่อเนื่องกัน ประการที่สอง คือ การขาดหายของมิติอำนาจทางสังคม ข่าวเสนอเรื่องราวทางการเมืองในรูปของสิ่งที่เป็นประเพณี(rituals) และละเว้นที่จะพิจารณาถึงหรือกล่าวถึงอำนาจทางเศรษฐกิจ ผลลัพธ์คือ ภาพของโลกที่ปรากฏออกมาในข่าวคือโลกที่ไม่มิได้เปลี่ยนแปลง และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

ในขณะที่ Stuart Hall และคณะ (1978) เสนอว่าเราสามารถวิเคราะห์สื่อได้ด้วยทฤษฎีของอำนาจทางอุดมการณ์และบทบาทของสื่อกับแหล่งข่าวที่มีอำนาจ กลุ่มทางสังคมบางกลุ่มได้รับประโยชน์จากสถานะพิเศษ(special status)ของตนผ่านทางอำนาจสถาบัน(institutional power) การมีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง(expert knowledge) และชื่อเสียงฐานะ(representative standing) คนกลุ่มนี้จัดเป็นพวกผู้กำหนดความหมายเบื้องต้นของเรื่องราวต่างๆในสังคมเพราะสิทธิพิเศษทางโครงสร้างสังคมทำให้ความคิดเห็นของบุคคลที่มีอำนาจเหล่านี้ได้รับการนำเสนอขึ้นมาผ่านทางสื่อ และสื่อเป็นผู้แสดงบทบาททรงในการผลิตข้อความนั้น

ส่วน Jaap van Ginniken (1998 อ้างถึงใน Dasu Krishnamoorthy, 2000) กล่าวว่า ชาวได้ผลิตสิ่งที่เรียกว่าวาทะกรรมทางอุดมการณ์(ideological discourse) แม้ว่านักข่าวบางคนเห็นว่าตนเองเป็นกลาง แต่ Ginniken แย้งว่าการมองว่าบางทัศนะเป็นการสร้างอุดมการณ์บางทัศนะไม่ใช่เช่นนั้นเป็นการเข้าใจผิดอย่างยิ่ง ทุกทัศนะคืออุดมการณ์โดยนัยยะที่ว่ามันเป็นสิ่งซึ่งดำรงอยู่ในระบบความคิดที่ยิ่งใหญ่ ทุกคนมีทัศนคติเห็น และความเข้าใจของตนและสิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นอุดมการณ์เมื่อพวกเขาต้องการการแสดงความคิดเห็น การปฏิบัติเหมือนกันกับพวกเขา

ในขณะที่ Gerbner (1966) เสนอว่า เนื้อหาทุกรูปแบบและทุกอย่างที่ต้องเกี่ยวข้องกับบรรณาธิการไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่เปิดเผยหรือไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนล้วนมีรากฐานมาจากอุดมการณ์(ideological bias) และมีมิติทางการเมืองซึ่งหยั่งรากลึกลงไปในลักษณะเชิงโครงสร้างของสื่อ(structural characteristic) แก่มุมอุดมการณ์และแนวโน้มทางการเมืองจะถูกแสดงออกและปลุกฝังผ่านทางข่าวที่ไม่ใช่การเมือง(non-political news) ในสัดส่วนที่พอๆกันหรือมากกว่าข่าวการเมืองเสียด้วยซ้ำ และปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์เชิงพาณิชย์พอกๆกับหนังสือพิมพ์ของพรรคการเมือง

เมื่อข่าวไม่ใช่สิ่งที่ปราศจากค่านิยม (value free) แล้ว การตัดสินใจว่าค่านิยมหรือคุณค่าใดที่ควรมีจึงเป็นสิ่งสำคัญ คุณค่าข่าวเป็นเรื่องสำคัญจนเราไม่ควรละเลยในการระมัดระวังใส่ใจด้านของอุดมการณ์ดังที่ Martin Ryder กล่าวว่า เราคือสิ่งที่เรากิน(We are what we eat.) พูดให้ชัดคือสิ่งใดที่เรากินเข้าไปก็จะกลายเป็นเรา เราเป็นอย่างไรที่เราอ่าน(We are what we read.) และสิ่งที่เราอ่านก็จะกลายเป็นตัวเรา แทบไม่ต้องสงสัยเลยว่าในชีวิตประจำวันเราบริโภคข่าวสารเพียงด้านเดียวของโลก เราไม่สามารถประเมินภาพของโลกนี้ได้จนกว่าเราจะได้ภาพส่วนที่เหลือ ดังนั้นข่าวจึงเป็นการเลือกประเด็นเรื่องราวเฉพาะด้านและกำหนดทิศทางของวาทกรรมสาธารณะ(public discourse) (อ้างถึงใน Dasu Krishnamoorthy, อ้างแล้ว)

สรุปแล้วการให้ความหมายต่อข่าวตามแนวคิดแบบอุดมการณ์นี้มองว่า ข่าวประกอบด้วยคุณค่าหรือค่านิยม(values) ที่คนกลุ่มหนึ่งซึ่งมีอำนาจหรือเกี่ยวข้องกับการผลิตข่าวส่งไปสู่ผู้รับสารทั่วไปอย่างไม่รู้เนื้อรู้ตัวเพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ข่าวจึงมิใช่การรายงานเหตุการณ์เหมือนกระจกทั่วไป หากถูกกั้นด้วยแผ่นกรอง(filter)ต่างๆตามที่คนกลุ่มหนึ่งๆต้องการ ก่อนเสนอมาสู่ผู้รับสาร เช่นที่ Herman และ Chomsky (1988) เสนอเรื่อง The Propaganda Model ว่าเงินและอำนาจสามารถกรอง(filter)ข่าวให้เป็นไปตามที่ต้องการจะตีพิมพ์ รัฐบาลและผลประโยชน์ส่วนบุคคลมีสิทธิพิเศษในการเข้าถึงข่าวทำให้ข้อความของพวกเขาส่งตรงไปสู่สาธารณชน ผู้มีอำนาจสามารถกำหนดวาทกรรม กำหนดสิ่งที่ประชาชนทั่วไปจะได้เห็นได้ยินและคิดถึงเรื่องใดๆก็ตาม ดังนั้นข่าวจึงเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของชนชั้นที่อยู่ส่วนบนของสังคม เช่น เจ้าของสื่อ นักธุรกิจ นักการเมือง ฯลฯ

## 2. การคัดเลือกข่าวและองค์ประกอบของข่าว

ชีวิตประจำวันของเรามีเหตุการณ์เกิดขึ้นมากมายตลอดเวลา แต่กระนั้นไม่ใช่ทุกเหตุการณ์ที่ได้รับการตีพิมพ์หรือนำเสนอเป็นข่าว นักข่าวไม่สามารถนำทุกเหตุการณ์มานำเสนอได้ด้วยปัจจัยหลายๆด้าน เช่น กำลังคน เวลา สถานที่ การแข่งขัน ฯลฯ ดังนั้นจึงต้องมีเกณฑ์ในการคัดเลือกว่าสิ่งใดควรเป็นข่าว ซึ่งนักข่าวแต่ละคนแต่ละองค์กรก็มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกที่แตกต่างกันไป

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน ธีรรัตน์ พันทวี, 2536) ได้กล่าวถึงงานศึกษาของ Galtung & Ruge (1965) ว่าปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกข่าวมี 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยด้านองค์กร
2. ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว
3. ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุดและหลีกเลี่ยงได้ยากที่สุด และมีปัญหาอุดมการณ์ติดตามมา ส่วนปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเภทของข่าว คือ การเลือกเหตุการณ์ที่เข้าได้กับความคาดหวังส่วนหนึ่งของผู้รับสาร (หมายความว่า เข้าได้กับเหตุการณ์ที่เคยมีมาแล้วในอดีต) ต้องคำนึงถึงความต้องการหรือความคาดหวังของผู้รับสารด้วยว่าผู้รับสารต้องการที่จะรู้เห็นในเรื่องอะไร ส่วนปัจจัยด้านวัฒนธรรมคือ การให้คุณค่าของข่าวกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้มีอำนาจและมีบทบาทสูงในสังคมหรือชาติที่เป็นชาติชั้นนำ เป็นต้น ทำให้เราสามารถคาดคะเนถึงเนื้อหาข่าวได้ว่า ข่าวต้องไม่เป็นเรื่องเกี่ยวกับคนธรรมดาสามัญที่ไม่ใช่ชนชั้นนำ ไม่มีความสำคัญทางการเมือง ไม่ใช่เรื่องที่ค่อยๆเกิดขึ้นในระยะเวลานาน และไม่ตื่นเต้นเร้าใจ

ศิริชัย ศิริกายะ (2531 อ้างถึงใน กิ่งปรางค์ สมจิตต์ , 2542) กล่าวเพิ่มว่า ตามแนวคิดของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองมาร์กซิสต์การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอสู่สาธารณชนนั้น เนื้อหาที่เลือกนำเสนอควรมีลักษณะเอาใจตลาดผู้อ่านซึ่งเป็นผู้รับสารเป้าหมาย และควรเสนอเนื้อหาเพื่อขยายจำนวนผู้รับสารของตน และจากการศึกษากลุ่มผู้รับสารโดยส่วนใหญ่ในประเทศนั้น พบว่าจะจะเป็นกลุ่มชนชั้นที่มีการศึกษาระดับปานกลางและระดับการศึกษาต่ำ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารจำนวนมากของประเทศ (ดวงทิพย์ วรพันธ์, 2531: 136 อ้างถึงใน กิ่งปรางค์ สมจิตต์ , 2542) ดังนั้นการตัดสินใจในการคัดเลือกข่าวสารและภาพข่าวในลักษณะต่างๆที่ ต้องคำนึงถึงรสนิยม ความต้องการของผู้อ่านที่เป็นตลาดการค้าข้างต้น ข่าวสารและภาพข่าวด้านต่างๆ ในหนังสือพิมพ์จึงต้องมีลักษณะไม่เคร่งเครียดหรือไม่เน้นเรื่องราวที่มีสาระมากๆ

อย่างไรก็ดีในกระบวนการคัดเลือกข่าวโดยทั่วไปหลักเกณฑ์ที่นักวิชาชีพมักอ้างถึง คือ เรื่องคุณค่าข่าว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ของข่าว ซึ่งเป็นตัวที่ใช้พิจารณาว่าเหตุการณ์ใดเป็นข่าวหรือไม่ และข่าวแต่ละข่าวนั้นมีคุณค่ามากน้อยต่างกันอย่างไร องค์ประกอบดังกล่าวนี้นักวิชาชีพเกี่ยวกับข่าวได้กำหนดขึ้นไว้ โดยเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ผู้รับสารทั่วไปให้ความสนใจ

### องค์ประกอบของข่าว(News Elements)

องค์ประกอบของข่าวหรือคุณลักษณะของสิ่งที่มาเป็นข่าว ตามแนวคิดของนักวิชาการ และนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความทันต่อเหตุการณ์ (immediacy) หมายถึง ความรวดเร็วฉับไวในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้รับสารได้ทราบทันที เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจของมนุษย์เราทั้งสิ้น เหตุนี้เองสื่อมวลชนจึงแข่งขันกันในความฉับไวของการเสนอข่าว ยิ่งเหตุการณ์ล่าสุดเท่าไร คุณค่าของข่าวหรือความสนใจของผู้รับสารก็มากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตามเหตุการณ์แม้ว่าจะเกิดขึ้นในอดีตแต่เพิ่งนำมาเปิดเผยก็จัดอยู่ว่าเป็นองค์ประกอบของข่าวที่สร้างความสนใจเช่นกัน

ปัจจุบันบรรณาธิการหนังสือพิมพ์จะให้ความสนใจและความสำคัญของเวลาหรือ ความทันต่อเหตุการณ์ของข่าวน้อยกว่าความสำคัญของเรื่อง ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มีกระบวนการผลิตหรือเสนอข่าวที่ช้ากว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และโทรทัศน์ โดยส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์มักจะประสบปัญหาของความเป็นจริงที่ว่า การสื่อข่าวบางประเภทจะไม่สามารถเสนอได้ทันทีทันใด แต่ต้องรอให้ได้ซึ่งข้อมูลที่แน่ชัดและรายละเอียดที่มากเพียงพอต่อ การเสนอข่าวสารเพื่อความถูกต้องและไม่คลาดเคลื่อนต่อความเป็นจริง ดังนั้นข่าวดังกล่าวจะมีความล่าช้ามากกว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุ โทรทัศน์ แต่มีคุณค่าของข่าวที่ดีและมีข้อมูลที่ให้รายละเอียดที่พร้อมกว่า (ดร.ณี หิรัญรักษ์ ,2529)

2. ความใกล้ชิด (proximity) หมายถึง เหตุการณ์ที่ใกล้ชิดกับตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านเวลา ระยะทาง และความคิดไม่ว่าจะเป็นการรู้จักบุคคลในข่าว สถานการณ์ และสถานที่ที่เกี่ยวข้องในข่าว องค์ประกอบในเรื่องความใกล้ชิดนี้เป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยทั่วไปที่มักจะให้ความสนใจต่อสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากกว่าสิ่งที่อยู่ห่างไกลออกไป โดยทั่วไปบรรณาธิการข่าวมักมองหาข่าวหรือเสาะหาข่าวที่เป็น "ข่าวท้องถิ่น" หรือใกล้ชิดกับผู้รับสารในชุมชนให้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อผู้รับสารซึ่งมีความสัมพันธ์และได้รับผลกระทบที่มาจากข่าวหรือเหตุการณ์นั้นโดยตรงและทางอ้อม
3. ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) ความเด่นในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นในด้านของบุคคล สถานที่ และสิ่งของ เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างความพอใจให้กับผู้รับสาร มักเป็นสิ่งที่ดึงดูดและกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น จุดเด่นต่างๆเหล่านี้เป็นสิ่งที่สื่อมวลชนนำมาเสนอเพื่อสนองความต้องการในกลุ่มผู้รับสาร
4. ผลกระทบต่อ เนื่องหรือที่ตามมา (consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับมวลชน อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพ หรือทางสังคม ผลกระทบนี้อาจเกิดขึ้นโดยตรงหรือทางอ้อม องค์ประกอบข้อนี้หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามเมื่ออุบัติขึ้นแล้ว จะมีผลกระทบต่อผู้คนเป็นจำนวนมาก ย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าอุบัติการณ์ที่มีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนน้อย

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (mystery) หมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างหรือยังไม่สามารถเสาะหาสาเหตุที่แท้จริง แล้วมักกระตุ้นให้ผู้อ่านสงสัยใคร่ติดตามให้ถึงที่สุด
6. ความผิดปกติ (unusual) โดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วมักสนใจต่อสิ่งใดก็ตามที่แปลกหรือไม่เคยเห็นมาก่อน
7. ความขัดแย้ง (conflict) คนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญอย่างมากต่อเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้า เช่น ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ขัดแย้งทางอุดมการณ์ ขัดแย้งทางด้านความคิดทางเพศ ความขัดแย้งมีคุณค่าสูงเพราะธรรมชาติของมนุษย์อยากรู้ถึงสาเหตุของความขัดแย้งนั้น
8. องค์ประกอบทางด้านเพศ (sex) ความสนใจในเพศตรงข้าม เป็นธรรมชาติของมนุษย์และจัดเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุดก็ว่าได้ เช่น ความผิดปกติทางเพศ องค์ประกอบข้อนี้มิได้หมายถึงเรื่องเฉพาะระหว่างหญิงกับชายเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆทางสังคมด้วย เช่นการต่อสู้เพื่อแก้กฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี เป็นต้น
9. ความน่าสนใจตามปฏุนิยม (human interest) ความสนใจของมนุษย์ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์นับตั้งแต่โศกเศร้าไปจนถึง ยินดีปีติ รัก เกลียด อิจฉา กลัว ขบขัน ความปรารถนาดี ความโกรธแค้น ฯลฯ เหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบเช่นนี้ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย
10. ความก้าวหน้า หมายถึง เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม การพัฒนา ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม การศึกษา ซึ่งล้วนมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน

เสถียร เขยประทับ (2542) กล่าวถึงเรื่องคุณค่าข่าวไว้ว่า ก่อนที่นักข่าวอาชีพจะเลือกเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นมาเป็นข่าว จะต้องพิจารณาคุณลักษณะของมันก่อน คุณลักษณะเหล่านี้เป็นที่ทราบกันดี เพราะผู้ได้รับการศึกษาอบรมด้านหนังสือพิมพ์จะเริ่มต้นด้วยการจดจำองค์ประกอบของข่าว เช่น การขัดแย้ง (Conflict) ความตึงเครียด (Tension) ความประหลาดใจ (Surprise) ความก้าวหน้า (Progress) ชัยชนะ (Triumph) ความสำเร็จ (Achievement) ความหายนะ (Disaster) ความปราชัย (Defeat) ความพินาศ (Destruction) ผล (Consequence) ผลกระทบ (Impact) ความเด่น (Prominence) บุคลิกภาพ (Personality) ความแปลก (Novelty) ความผิดปกติ (Unusual) ความทันเหตุการณ์ (Timeliness) ความสด (Freshness) ความใหม่ (Newness) ความใกล้ชิด (Proximity) เรื่องเล่าอารมณ์ (Human interest) การมีผลต่อความรู้สึก (Appealing to emotion) ความชัดเจนและความแน่นอน (Clarity and certainty)



ส่วน Galtung และ Ruge (อ้างถึงใน James Watson ,1998 และ เสถียร เขยประทับ,2542) ได้เสนอเรื่องการคัดเลือกและนำเสนอข่าวต่างประเทศ และปัจจัยความเป็นข่าว(News factors) 12 ประการ เป็นบทความไว้ใน Journal Of International Peace Research ทั้งสองกล่าวว่าเหตุการณ์จะมีโอกาสถูกรายงานมากขึ้นถ้าเหตุการณ์นั้นๆประกอบด้วยปัจจัยตั้งแต่หนึ่งหรือมากกว่านั้น โดยปัจจัย 12 ประการ ได้แก่

1. การเกิด(Frequency) เหตุการณ์เกิดขึ้นและคลี่คลายเป็นข่าวภายในช่วงเวลาที่ยอดคลั่งกับช่วงเวลาของสื่อ นั่นคือปกติสื่อจะบันทึกเหตุการณ์ภายในเวลาประมาณ 24 ชั่วโมง ตัวอย่างเช่น การฆาตกรรมมีความเป็นข่าวมากกว่าความเจ็บโตอย่างช้าๆของประเทศโลกที่สาม เป็นต้น
2. ความกว้างใหญ่หรือใหญ่โต(Amplitude) เหตุการณ์ที่ใหญ่หรือน่าตื่นเต้นผิดปกติจะสามารถผ่านหรือบรรลุสิ่งทีเรียกว่าจุดคัดเลือก(threshold value)ไปเป็นข่าวได้ ดังคำกล่าวที่ว่า"ยิ่งการฆาตกรรมมีความรุนแรงเท่าใดก็ยิ่งทำให้พาดหัวข่าวใหญ่ขึ้นเท่านั้น" อย่างไรก็ตามความใหญ่โตของเหตุการณ์อย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อความเป็นข่าว เหตุการณ์อาจต้องเกี่ยวพันกับความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์หรือวัฒนธรรมด้วย เช่น เครื่องบินตกที่เนปาลคนตายเกือบ 200 คน "อาจ"ได้รับการรายงานในหนังสือพิมพ์ตะวันตก แต่ถ้ารายงานเพิ่มว่ามีชาวเรือรวมอยู่ในนั้นด้วย ซึ่งแม้ว่าเพียงจำนวนเล็กน้อย แต่ก็สามารถทำให้เรื่องนี้หลายเป็นวาระของสังคมตะวันตกได้
3. ความไม่กำกวม(Unambiguuty)หรือความชัดเจนของเหตุการณ์ ยิ่งเหตุการณ์ไม่กำกวมเท่าใดยิ่งถูกสังเกตและรายงานมากขึ้นเท่านั้น แต่บางกรณีเหตุการณ์ที่คลุมเครือซับซ้อนทว่ามีความใหญ่โตเพียงพอก็ถูกนำเสนอได้
4. มีความหมาย(Meaningfulness) เหตุการณ์ต้องมีความหมายในแง่ของความเกี่ยวข้องหรือความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม(culturally relevant or proximate) กล่าวคือเหตุการณ์ต้องสามารถนำมาตีความหมายภายในกรอบวัฒนธรรมของผู้เปิดรับและต้องมีความเกี่ยวข้อง ความเกี่ยวข้องอาจมีความสำคัญมากกว่าความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์
5. ความคล้อยจอง (Consonance) หมายถึง ข่าวคือสิ่งที่คาดหมายได้ว่าจะเกิดขึ้น หรือถ้าเป็นสิ่งที่คาดหมายไม่ได้ก็สามารถทำให้เข้าใจได้โดยอาศัยแนวทางจากสิ่งที่เคยเกิดขึ้นทีหลัง
6. ความไม่คาดหมาย(Unexpectedness) เหตุการณ์ต้องเป็นสิ่งที่ไม่คาดหมาย "ภายในกรอบของการมีความหมายและความคล้อยจอง" และ / หรือหายาก(rare) เช่น การค้นพบต้นไม้หรือสัตว์ตระกูลหนึ่งซึ่งคนทั่วไปคิดว่าสูญพันธุ์ไปแล้ว
7. ความต่อเนื่อง(Continuty) เมื่อเหตุการณ์ถูกคัดเลือกเป็นข่าวก็จะคงความเป็นข่าวไปในระยะหนึ่ง แม้ว่าบางทีเหตุการณ์อาจลดความสำคัญลงไปแล้ว

8. ส่วนประกอบ(Composition)ข่าวที่มีองค์ประกอบหลากหลายและสมดุลจะมีคุณค่าหรือเป็นที่นิยมอ่านมากกว่า เช่น เมื่อนำเสนอข่าวร้าย(bad news)จะมีการเรียกร้องหาข่าวดี(good news)เพื่อความสมดุล ความเข้มงวดต้องคู่กับความรื่นเริง เบิกบาน ความน่ากลัวกับความอบอุ่น เป็นต้น

ปัจจัย 8 ประการข้างต้น อาจเรียกว่าปัจจัยที่ไม่ผูกพันกับวัฒนธรรม(cultural-free) กล่าวคือ จะไม่แปรเปลี่ยนไปตามเกณฑ์มาตรฐานประเมินค่าตะวันออก-ตะวันตก เหนือ-ใต้ หรือศูนย์กลาง-รอบนอก" (corner of the world)

ส่วนปัจจัยที่เหลืออีก 4 ประการ ผูกพันเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม(culture-bound)ซึ่งได้แก่

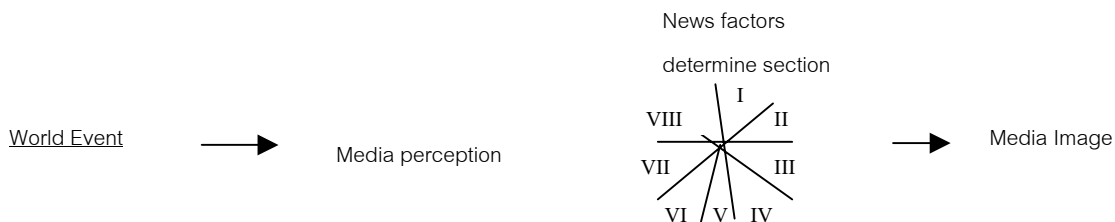
1. ความเป็นยอดของชาติในข่าว(elite nations)
2. ความเป็นยอดของประชาชน(elite people)
3. การมองเหตุการณ์ว่าเป็นผลมาจากการกระทำของปัจเจกบุคคล(personalized)
4. การให้น้ำหนักกับเหตุการณ์ข่าวเชิงลบ(negativity)

จากปัจจัยทั้ง 12 ประการดังกล่าว Galtung และ Ruge ได้กำหนดเป็นสมมติฐาน 5 ข้อคือ

1. ยิ่งเหตุการณ์เป็นไปตามปัจจัยที่กล่าวข้างต้นมากขึ้น เหตุการณ์นั้นมีแนวโน้มที่จะถูกคัดเลือกเป็นข่าวมากขึ้น[การเลือก(Selection)]
2. เมื่อเหตุการณ์ถูกเลือกเป็นข่าวแล้ว ปัจจัยที่ทำให้เหตุการณ์มีคุณค่าข่าวจะได้รับการเน้นหรือตอกย้ำยิ่งขึ้น[การบิดเบือน(Distortion)]
3. ทั้งกระบวนการเลือกและการบิดเบือน(Selection and Distortion)เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนตั้งแต่เหตุการณ์จนถึงผู้อ่าน[การทำซ้ำ(Replication)]
4. ยิ่งเหตุการณ์เป็นไปตามปัจจัยต่างๆมากขึ้นเท่าไร ก็ยังมีโอกาสกลายเป็นข่าว หรือแม้แต่พาดหัวข่าว(Headlines)มากขึ้น[การเพิ่ม(Addity)]
5. เหตุการณ์ที่เป็นไปตามปัจจัยหนึ่งน้อย จะต้องเป็นไปตามปัจจัยอื่นมากขึ้นจึงจะถูกเลือกเป็นข่าว[การทำให้ครบ(Complementary)]

นอกจากนี้ Galtung และ Ruge เสนอแบบจำลองของการคัดเลือกและเฝ้าประตูข่าวสารไว้ในปี ค.ศ.1965 โดยเปรียบเทียบเหตุการณ์ในโลก(world event) เหมือนแขกที่กำลังเข้ามาในโรงแรม คนเฝ้าประตูเปรียบเหมือนการรับรู้ข่าวของสื่อ (media perception) ซึ่งอนุญาตให้แขกบางคนเท่านั้นสามารถผ่านประตูเข้าไปได้ ประตูที่ว่าก็คือวงล้อของคุณค่าข่าวที่เป็นตัวคัดเลือกบางเหตุการณ์พิเศษเท่านั้น เหตุการณ์พิเศษเหล่านี้ถือว่าถูกผ่านกระบวนการจัดรูปร่างและคัดเลือกออกมาเป็นรูปแบบของภาพที่สื่อเสนอ(media image)ดังแบบจำลองดังกล่าว

### รูปภาพที่ 1 แบบจำลองการคัดเลือกและเฝ้าประตูข่าวสาร



แบบจำลองของ Galtung และ Ruge สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องผู้เฝ้าประตูข่าวสาร(Gatekeeper) ของ นักสังคมวิทยา ซึ่งเป็นคนแรกที่นำศัพท์คำนี้มาใช้อธิบายทางสื่อสารมวลชน โดยอธิบายว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสาร และในช่วงนี้จะต้องมีผู้หนึ่งที่ทำหน้าที่ในการกลั่นกรองข่าวสารซึ่งเรียกกันว่าผู้เฝ้าประตูข่าวสาร

ผู้เฝ้าประตูข่าวสารในกระบวนการผลิตข่าวก็คือบรรดานักข่าว บรรณาธิการข่าวของสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวสาร เพื่อเสนอให้ประชาชนได้รับทราบ ดังนั้นผู้เฝ้าประตูข่าวสารนี้จึงอยู่ในฐานะที่สามารถ กำหนด ควบคุม ตบแต่ง ข่าวสารต่างๆก่อนเสนอสู่ประชาชน

ดังเช่นจากการศึกษาของDavid Manning White ในปี ค.ศ. 1950 ที่ผลการศึกษาค้นพบว่า เป็นความจริงทางจิตวิทยาที่คนเรามักจะรับรู้ความถูกต้องของสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะที่ตรงกับความเชื่อของเขา เหมือนกับบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นนายประตูข่าวสาร(Gatekeeper) หรือผู้กลั่นกรองสารที่อาจเลือกข่าวสารเพื่อสนองต่อประชาชนเฉพาะเรื่องราวที่เขาสนใจเฉพาะตัวได้ ส่วน George Gerbner(1964 อ้างถึงในกิ่งปรานต์ สมจิตต์,2542) ศึกษาเรื่อง "Ideological Perspectives and Political Tendencies in News Reporting" ผลการศึกษาพบว่าโดยพื้นฐานแล้ว ไม่มีระบบการคัดเลือกและเก็บรวบรวมข่าวสารที่แน่นอนตายตัว และไม่มีระบบการคัดเลือกและรายงานข่าวที่ไหนที่ไม่มีการใช้ความสนใจส่วนตัวเข้าไปเกี่ยวข้อง

ดังนั้นกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลของผู้คัดเลือกข่าวสาร เช่น ความคิด ความเชื่อ ความสนใจ นั้นมีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกเหตุการณ์ที่จะมาเป็นข่าวเช่นกัน ซึ่งผู้คัดเลือกข่าวแต่ละคนย่อมมีปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลที่ละม้ายคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันไปตามความรู้ ประสบการณ์ และการขัดเกลาทางสังคม ทำให้การรับรู้ต่อความเป็นข่าวของพวกเขาเหมือนหรือต่างกัน และส่งผลต่อการนำเสนอข่าวที่เป็นไปในทางเดียวกันหรือต่างกันไปด้วย

### คุณภาพของข่าว(Quality of News)

คุณสมบัติของข่าวนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่บรรดานักข่าวและบรรณาธิการข่าวใช้อ้างอิงในการคัดเลือกข่าว อันประกอบไปด้วย

1. ความถูกต้อง(accuracy) ข่าวต้องมีความถูกต้อง คือ ถูกต้อง และครบถ้วน ข่าวต้องมีความถูกต้อง เทียบเท่าแน่นอนในเรื่องต่างๆ ให้ข้อเท็จจริงรอบด้าน เห็นภาพรวมของประเด็นที่หลากหลาย ไม่ใช่ภาพเพียงด้านใดด้านหนึ่ง
2. ความสมดุล(balanceness) ความสมดุลเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของการรายงานข่าว ความสมบูรณ์ของข่าวอยู่ที่การเสนอข้อเท็จจริงที่สมดุล เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ได้ ความสมดุลนี้ไม่ได้หมายถึงการเสนอรายละเอียดทุกบททุกตอน แต่ต้องเน้นในเรื่องการเลือกข้อเท็จจริงที่เป็นผลของเหตุการณ์อย่างถูกต้อง
3. ความเป็นกลาง(objectivity) หมายถึง การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ หรือใส่ความคิดเห็นของผู้เขียน พยายามเสนอข่าวที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมให้มากที่สุด พยายามไม่เอาตัวเองเข้าไปผูกพันกับเหตุการณ์ หรือการรายงาน
4. ความกะทัดรัดชัดเจน(concise and clarity) ข่าวที่ดีควรมีรูปแบบการเขียนที่กระชับโดยใช้ภาษาที่สั้น รัดกุม อ่านแล้วเข้าใจทันที การเขียนข่าวที่ดีต้องเขียนอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน ภาษาและความหมายต้องมีความสมดุลในตัวเอง
5. ความทันต่อเหตุการณ์(recentness) ข่าวที่มีคุณค่าต้องเป็นข่าวปัจจุบัน เกิดขึ้นเร็วๆ นี้ หรือวันนี้ ข่าวบางข่าวอาจไม่จำกัดต้องมีเหตุการณ์เกิดขึ้นก็อาจนำมารายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบันได้

อย่างไรก็ตามหลักเกณฑ์ของคุณภาพข่าวยังคงมีปัญหา เพราะหลักเกณฑ์ดังกล่าวตั้งอยู่บนข้อสันนิษฐานว่า การรายงานข่าวคือการสะท้อนเหตุการณ์จริงๆ ไม่มีการเสริมแต่ง หรือสร้างขึ้นมาใหม่ แต่ในความเป็นจริงนั้นคงไม่มีใครสามารถยอมรับอย่างแน่นอนว่าข่าวในปัจจุบันเป็นเช่นนั้นจริงๆ

งานศึกษาของ Michael W. Singletary ในปี ค.ศ. 1977(อ้างถึงใน กิ่งปรางค์ สมจิตต์,2542) เรื่อง "What Determines the News" ที่สรุปว่าโดยทั่วไปแล้ว บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาคัดเลือกข่าวสารเพื่อเสนอต่อประชาชนผู้อ่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า กระบวนการและหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวพิจารณาจากคุณค่าของข่าว (News Values) และคุณสมบัติของข่าว (Quality of News) เป็นสำคัญ แต่ในความเป็นจริงแล้วยังค้นพบอีกว่า การคัดเลือกข่าวสารยังต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆที่เข้ามามีอิทธิพลเกี่ยวข้องในการคัดเลือกด้วย

### 3. แนวคิดด้านผู้รับสาร

เรื่องของการให้ความหมายข่าวและการคัดเลือกข่าวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น เป็นมุมมองด้านข่าวใน ส่วนของเหล่านักวิชาการ นักวิชาชีพทั้งหลาย อย่างไรก็ตามในกระบวนการนำเสนอข่าว จุดประสงค์ประการหนึ่ง ก็คือ แสวงหาข่าวสารมาสนองความต้องการของประชาชนหรือผู้รับสารนั่นเอง ผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อ กระบวนการผลิตข่าว แต่ความต้องการข่าวสารของผู้รับสารก็มีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่ง ความต้องการข่าวสารที่แตกต่างกันไปย่อมส่งผลต่อมุมมองและการให้ความหมายต่อข่าวรวมถึงการเปิดรับข่าว สารจากสื่อที่แตกต่างกันตามไปด้วย

ในยุคแรกของการศึกษาทางด้านสื่อสารมวลชน แนวคิดทฤษฎีส่วนใหญ่มุ่งความสนใจไปที่ผลกระทบ ของสื่อต่อผู้รับสาร สื่อหรือผู้ส่งสารถูกมองว่ามีอิทธิพลมากมายมหาศาล ในขณะที่ผู้รับสารถูกมองในลักษณะ ของผู้ถูกกระทำ(passive)ที่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อ แต่เมื่อเวลาผ่านไปงานวิจัยหลายๆชิ้นได้สร้างแนวคิด ใหม่เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสารว่าจริงๆแล้วสื่อไม่ได้มีอิทธิพลมหาศาล ขณะเดียวกันผู้รับสารมีลักษณะ การเปิดรับสื่ออย่างเป็นทางการ (active) คือเปิดรับสื่ออย่างมีจุดประสงค์ อย่างไรก็ตามได้เกิดแนวคิด ประนีประนอมระหว่างกลุ่มที่เชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลมากมายกับกลุ่มที่เห็นว่าสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างจำกัด โดยแนวคิดนี้เน้นความสัมพันธ์ของสื่อ ความต้องการของผู้รับสารและสังคม ว่ามีผลต่อความคิด ความรู้สึก และ พฤติกรรมของผู้รับสารที่แตกต่างกันไป

สรุปแล้วจากเหตุผลข้างต้นการวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นสิ่งสำคัญในการวิจัยครั้งนี้เพื่อเข้าใจเรื่องราว ของข่าวที่มาจากด้านผู้รับสารจริงๆ โดยแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและอธิบายเรื่องนี้ได้แก่

#### -ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ(The Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจถือกำเนิดขึ้นในอเมริการาวๆปีค.ศ. 1940 เป็นต้นมา โดยใช้มุมมอง ทางด้านของจิตวิทยา เปลี่ยนจุดเน้นจากการศึกษาผลกระทบโดยตรงของสื่อต่อผู้รับสารไปสู่การศึกษาว่าผู้รับ สารมีการใช้สื่ออย่างไร แนวทางทฤษฎีนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับกลุ่มที่เชื่อในความมีเหตุผลมีผลของ มนุษย์(Human Rationality)ซึ่งเห็นว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล และประกอบไปด้วยความ เป็นปัจเจกบุคคล ความต้องการและการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันตามพื้นฐานทางจิตใจและประสบการณ์ที่ บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา

ในปี ค.ศ.1973 Katz และคณะได้ศึกษาความต้องการของผู้ใช้สื่อมวลชนในประเทศอิสราเอล งานวิจัย ชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานด้านการใช้สื่อและความพึงพอใจ โดยได้สร้างมาตรวัดความ ต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น ด้วยการนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการ ในแง่ต่างๆ ดังนี้(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ,2542)

ลักษณะความต้องการ (Mode)	เป้าหมายการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก (Connection)	บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึง(Referent)
1.ความต้องการให้เพิ่มมากขึ้น 2.ต้องการให้น้อยลง 3.ต้องการให้ได้มา	1. การติดต่อเพื่อรับข่าวสารหรือความรู้ 2. การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทาง3. อารมณ์ 4. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นคง5. และสถานะภาพ 6. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยง7. ความสัมพันธ์	1.ตนเอง 2.ครอบครัว 3.เพื่อนฝูง 4.สังคม 5. ขนบประเพณี วัฒนธรรม

จากองค์ประกอบทั้งสามประการนี้ Katz และคณะได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ จากนั้นนำข้อความมาสร้างมาตรวัดระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล(individual's need salience) โดยใช้มาตรวัด 3 ระดับคือ ความต้องการแ่งนี้ (1)สำคัญมาก (2)สำคัญพอใช้ (3)ไม่สำคัญเลย เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลที่ใช้สื่อต่างๆ ตามความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับตนเองและความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่นและสิ่งอื่นๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงติดต่อด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนของบุคคล

นอกจากนี้ Katz , Gurevitch และ Hass นำข้อความ 35 ข้อความแยกตามความต้องการข่าวสารตามลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมได้ 5 กลุ่มดังนี้ (อ้างถึงใน Serverin ,1992)

1. Cognitive needsคือความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและข่าวสารเพื่อได้รับข้อมูลความเป็นไปในชีวิต ความรู้ และความเข้าใจ ในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
2. Affective needs คือ ความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ(pleasure) ประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์( emotion) หรือประสบการณ์ทางด้านสุนทรีย์ะ
3. Personal integrative needs คือความต้องการข่าวสารของบุคคลเพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง
4. Social integrative needs ความต้องการข่าวสารของบุคคลเพื่อการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน และบุคคลอื่นๆ รวมถึงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมรอบข้าง
5. Tension release needs คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลบหนีบางสิ่งในโลกความจริง และเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียด

จากงานวิจัยนี้ Katz ได้กล่าวถึงเป้าหมายของการศึกษาการใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ว่า 1.เพื่ออธิบายว่าบุคคลมีการใช้สื่อสนองความต้องการของตนเช่นไร 2. เพื่อเข้าใจถึงแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมการใช้

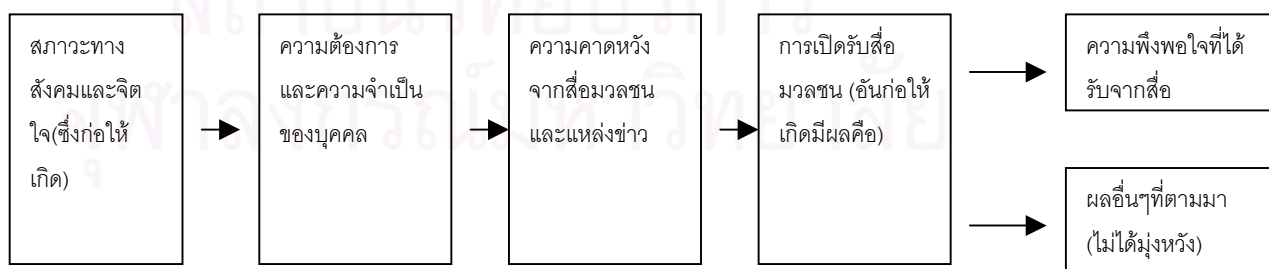
สื่อ 3. เพื่อคะแนนผลลัพธ์ที่ตามมา ความต้องการ แรงจูงใจ และพฤติกรรม โดยKatz และคณะได้สรุปออกมาเป็นแบบแผนดังนี้

"(1)สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ(2)ความต้องการของบุคคล (3)การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4)สื่อและแหล่งที่มาของสาร ซึ่งนำไปสู่ (5)รูปแบบการใช้สื่อ หรือพฤติกรรมอื่นๆของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน (6)ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7)ผลลัพธ์อื่นๆที่บางครั้งไม่ได้คิดมาก่อน"

นอกจากนี้ Rosengern(1974) Katz และคณะ (1974) (อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ ,2542)ได้เสนอข้อตกลงเบื้องต้น 5 ประการ ที่เป็นพื้นฐานของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

1. พฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งรวมถึงการเลือกและใช้สื่อเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย ผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้เข้าร่วมในการสื่อสารอย่างผู้กระทำ(active) โดยสามารถเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาของสื่อ
2. บุคคลมีความสมัครใจและตัดสินใจในการเลือกและใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการหรือความปรารถนาที่หายไป
3. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยาเป็นตัวทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการสื่อสาร
4. สื่อต้องแข่งขันกับรูปแบบการสื่อสารประเภทอื่นๆ ที่สามารถสนองความต้องการของบุคคลได้เช่นกัน เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล
5. โดยปกติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้วยกันเองจะมีอิทธิพลต่อกันมากกว่าสื่อ อย่างไรก็ตาม การที่คนมีอิทธิพลต่อกันนั้นได้ส่งรูปแบบและผลของการใช้สื่อมาสู่กันและกันด้วย จากกระบวนการนี้อาจกล่าวได้ว่าสื่อจึงเข้ามามีผลต่อลักษณะบุคคล โครงสร้างเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง ของสังคมด้วย

## รูปที่ 2 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อมวลชน



จากแบบจำลองการใช้สื่อและความพึงพอใจสามารถอธิบายได้ว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจของบุคคลก่อให้เกิดความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไป และเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆเพื่อสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชน หรือ แหล่งข่าวสาร

อื่นๆที่แตกต่างกันไป และผลที่ได้รับคือ ความพึงพอใจตามความต้องการ หรือ อาจได้รับผลอื่นๆที่ไม่ได้มุ่งหวังไว้ตามมา

ด้านการเลือกใช้และเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันของผู้รับสาร Levy และ Windahl (อ้างถึงใน กาญจนากาญจนทวี ,2542) ได้สร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้รับสาร โดยพิจารณาจากกิจกรรม 3 ประการคือ

- การเลือกเปิดรับสาร
- การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง
- การใช้ประโยชน์จากสื่อ

โดยการศึกษานี้ได้ดูรูปแบบจากกิจกรรมของผู้รับสารระหว่างเวลาของการใช้สื่อ คือ ดูว่าผู้รับสารมีพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไร เช่น ก่อนการเปิดรับสื่อ การเลือกใช้สื่อประเภทใด ความต้องการในขณะที่เปิดรับสาร ความคิดความเข้าใจต่อสาร การทำกิจกรรมระหว่างเปิดรับสาร หลังจากเปิดรับสารผู้รับสารได้นำสิ่งที่ได้ไปใช้ประโยชน์อย่างไร

จากการศึกษา Levy และ Windahl ได้แบ่งประเภทการที่ผู้รับสารใช้สื่ออย่างไร ตามวัตถุประสงค์การเลือกใช้สื่อ 3 ประเภท คือ

1. Preactivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข่าวสารข้อมูล และใช้ข่าวสารในการพัฒนาความคิดของตน
2. Duractivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการด้านอารมณ์
3. Postactivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางด้านสังคม มีการนำสารที่ได้รับไปใช้เพื่อสร้างค่านิยม และสร้างคุณค่าให้กับตนเองและครอบครัว

ตัวอย่างงานวิจัยทางด้านข่าวที่สนับสนุนทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ เช่น งานวิจัยของ พรนภา แก้วลาย(2539) วิจัยเรื่อง "ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายททบค: ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการข่าวสาร และความพึงพอใจของข้าราชการกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายททบค และความสัมพันธะระหว่างกัน ผลการวิจัยพบว่าเรื่องความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังมีสูงถึงร้อยละ 99.4 โดยมีการคาดหวังเพื่อการติดตามข่าวมากที่สุด ส่วนตัวแปรด้าน เพศ เป็นคุณลักษณะของประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายททบคกล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังมากกว่าเพศหญิง ส่วนในเรื่องการคาดหวัง ความพึงพอใจเพื่อสนับสนุนความคิดหรือเสริมย้ำความเชื่อ ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเพื่อสนทนากับผู้อื่น สำหรับความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมง

ส่วน วิยดา เกียวกุล(2538) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวโทรทัศน์



ทัศน์ในระดับที่สูง ประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างชอบชมมากที่สุด 3 อันดับ คือ 1.ข่าวการเมือง/รัฐบาลในประเทศ 2.ข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียม 3.ข่าวบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม ส่วนเหตุผลของการชมข่าวโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็เพื่อต้องการที่จะทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ รองลงมาคือ ก็เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เพื่อนำเรื่องราวต่างๆที่ได้รับไปใช้การสนทนาพูดคุยกับบุคคลอื่นๆ ฯลฯ นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจแตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า เมื่อเชื่อมโยงทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจกับการศึกษาเรื่องการให้ความหมายหรือมุมมองของผู้รับสารต่อ "ข่าว" แล้ว ทฤษฎีนี้สามารถช่วยเป็นแนวทางในการค้นหาว่า ผู้รับสารปัจจุบันโดยทั่วไปเปิดรับข่าวด้วยจุดมุ่งหมายหรือความต้องการอันใด รวมไปถึงความสัมพันธ์ของความต้องการของบุคคลกับการเลือกเปิดรับ "ข่าว" จากสื่อที่แตกต่างกัน

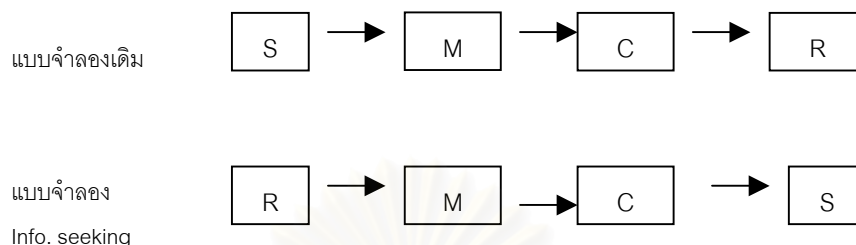
#### -แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร(Information Seeking )

มนุษย์ทุกคนมีความต้องการข่าวสาร เพื่อตอบสนองของวัตถุประสงค์ต่างๆทางจิตใจและสังคม ดังนั้นจึงทำให้เกิดพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆมาตอบสนองความต้องการนั้นๆ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นจากความต้องการ(needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา

Atkin (1973 อ้างถึงใน กาญจนา กาญจนทวี,2542) กล่าวถึงมโนทัศน์เกี่ยวกับความต้องการข่าวสารว่ามีบทบาทต่อพฤติกรรมแสวงหาและบริโภคข่าวสาร โดยปัจจัยที่นำไปสู่พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารอธิบายได้ด้วยเงื่อนไขของการใช้ประโยชน์(utility) ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. instrumental utility คือความต้องการข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ทางสังคม การดำเนินชีวิตประจำวัน การพบปะติดต่อกับบุคคลอื่นๆ เช่น ข่าวสารเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการบริโภค ข่าวสารเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการทำงานของรัฐ
2. non- instrumental utility คือ ความต้องการข่าวสารเพื่อประโยชน์ด้านความพึงพอใจ การเติมเต็มความเพลิดเพลินยินดี

แนวความคิดการแสวงหาข่าวสารจึงเป็นแนวทางที่แตกย่อยมาจากกลุ่มทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ซึ่งเชื่อในลักษณะที่active ของผู้รับสารอย่างมาก ข้อเสนอของกลุ่มInformation Seeking ได้กลับลำดับของผู้ส่งสารและผู้รับสารในแบบจำลองดังนี้



สำหรับวิธีการหรือหลักการทั่วไปในการแสวงหาข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น Schram(1973 อ้างถึงใน กาญจนาน กาญจนทวี,2542) กล่าวไว้ว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการคือ การใช้ความพยายามน้อยที่สุด(Least Effect) และสามารถบรรลุเป้าหมายหรือผลที่จะได้มากที่สุด โดยแสดงออกมาในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง(Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้(effort Required)}}$$

(Fraction of Selection)

จากสูตรข้างต้นอธิบายได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือเลือกข่าวสารนั้น แต่ละบุคคลจะคำนึงถึงผลตอบแทนหรือผลที่ได้รับว่าคุ้มค่ากับความพยายามที่ต้องใช้ในการแสวงหาข่าวสารหรือไม่ ถ้าผลตอบแทนมีมากกว่าความพยายามที่ต้องใช้ บุคคลย่อมแสวงหาสารนั้นๆ แต่หากผลตอบแทนมีค่าน้อยกว่าความพยายามที่ต้องใช้ไป บุคคลจะเมินเฉยต่อการเปิดรับสารนั้น(Information Ignoring)

ตัวอย่างเช่น การที่คนส่วนใหญ่นิยมเปิดรับข่าวประเภทข่าวเบา(soft news) และข่าวเชิงลบ(negative news) เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวภัยพิบัติ ข่าวทะเลาะเบาะแว้ง อาจเป็นเพราะ ข่าวทั้งสองเป็นเรื่องเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และก่อให้เกิดผลทางอารมณ์ทันที ความพยายามที่ต้องลงทุนไปให้ได้ข่าวสารจึงมีน้อยกว่าผลที่ได้รับ อีกตัวอย่างหนึ่งเช่น การเลือกเปิดรับข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ เพราะการอ่านสื่อหนังสือพิมพ์ต้องอาศัยความพยายามด้านทักษะของการอ่าน และใช้เวลามากกว่าสื่อโทรทัศน์ ซึ่งไม่ต้องอาศัยทักษะการอ่าน และสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมไปกับการเปิดรับข่าวอีกด้วย

Atkin กล่าวถึงหลักการเลือกข่าวสารในลักษณะเดียวกับSchram โดยบุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน(Reward Value) กับการลงทุนลง

แรง(Expenditures)และพันธะผูกพัน(Liabilities)ที่จะตามมา คือ ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่า การลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่หากบุคคลเห็นว่าการเปิดรับข่าวสารนั้นอาจก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่พอใจ ก็จะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น(Information Avoidance)แต่ถ้าหากการพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้นต้องใช้ความพยายามมาก บุคคลนั้นก็จะใช้วิธียอมรับข่าวสารนั้นอย่างไม่เต็มใจ(Information Yielding)

นอกจากนี้กระบวนการหรือพฤติกรรมเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ( Selective Process)มีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ฯลฯ โดยกระบวนการหรือพฤติกรรมในการเลือกข่าวสาร อาจกล่าวได้ว่าเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้น คือ

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ(Selective Process) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากทางสื่อมวลชนแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง
2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ(Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารอาจจะตีความหมายของข่าวขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านทางสื่อมวลชนไม่ตรงกับข่าวที่ส่งไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจ ประสบการณ์ ทศนคติ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือแม้แต่ตามสภาวะของอารมณ์ขณะนั้นอีกด้วย
3. การเลือกจดจำ(Selective Retention) หมายถึง แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารต่างๆ เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ฯลฯ ของผู้รับสารเอง

เมื่อกล่าวถึงเรื่องของการรับรู้หรือการตีความ S.Shyam Sundar (1999) ทำการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้เนื้อหาข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ของผู้รับสารโดยใช้วิธี exploratory factor analyses เพื่อมุ่งตอบคำถามว่าผู้รับสารมีความแตกต่างกันในมิติใดบ้างในการรับรู้ข่าว พบว่าผู้รับสารใช้ปัจจัยอย่างน้อยที่สุด 4 ประการในการรับรู้เนื้อหาข่าวจากสื่อทั้งสองประเภท ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความชอบ (liking) คุณภาพ (quality) และ ความเป็นข่าว (newsworthiness/representativeness)

ในประเภทสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ปัจจัยความน่าเชื่อถือประกอบไปด้วย ความมีอคติ(biased) ความเที่ยงธรรม(fair) และความเป็นกลาง(objectivity) ปัจจัยความชอบประกอบด้วยความน่าเบื่อ(boring) ความสนุกสนาน(enjoyable) ความน่าสนใจ(interesting) ความมีชีวิตชีวา(lively) ความพอใจ(pleasing) ส่วนปัจจัยทางด้านคุณภาพประกอบด้วย ความถูกต้อง(clear) ความเชื่อถือได้(believable) ความชัดเจน (clear) ความปะติดปะต่อ(coherent) ความเข้าใจ(compressive) ความกะทัดรัด(coucise) การใช้ภาษาที่ดี(well-written) สุด

ท้ายปัจจัยด้านความเป็นข่าว ประกอบด้วย ความโกลาหล(Disturbing) ความสำคัญ(important) ความเกี่ยวข้อง(relevant) และความใหม่(timely)

ในขณะที่สื่อออนไลน์นั้นผู้รับสารมีการรับรู้ต่อเนื้อหาข่าวค่อนข้างใกล้เคียงกับสื่อสิ่งพิมพ์ มีข้อแตกต่างเพียงเล็กน้อยคือในสื่อออนไลน์ผู้รับสารไม่ค่อยให้น้ำหนักต่อเรื่องความถูกต้อง ความเชื่อถือได้ และความโกลาหล เท่ากับในสื่อสิ่งพิมพ์

อย่างไรก็ดี Sundar เสนอว่าการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดตรงที่กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาทางนิเทศศาสตร์ ซึ่งค่อนข้างมีความรู้ในด้านสื่อ ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนทั่วไปในทุกๆระดับเราอาจได้คำตอบเกี่ยวกับการรับรู้"ข่าว"ของผู้รับสารที่นักวิชาการและนักวิชาชีพทั้งหลายไม่เคยคิดมาก่อนเลยก็เป็นได้

ส่วน Nass , Reeves and Leshner วิจัยโดยสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 57 คน ให้ลำดับคำคุณศัพท์หรือวลีที่ใช้ในการบรรยายถึงข่าวทางโทรทัศน์ ต่อจากนั้นนำคำที่ถูกอ้างถึงมากมาให้กลุ่มตัวอย่าง 44 คน ลำดับน้ำหนักของคำแต่ละคำในการบรรยายข่าวโทรทัศน์(9 - point likert scale) ผู้วิจัยรายงานได้ว่าคำคุณศัพท์ 5 คำที่ได้รับ การจัดลำดับ สูงสุด เมื่อกล่าวถึงข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ สำคัญ (important) ให้ความรู้(informative) โกลาหล(disturbing) จริงจัง(serious) น่าสนใจ(interesting) (อ้างถึงใน S. Shyam Sundar ,1999)

ในยุคสังคมสารสนเทศเช่นปัจจุบัน เกิดประเด็นใหม่คือ บุคคลต้องเผชิญหน้ากับความท่วมท้นของข่าวสาร ซึ่งมากเกินความต้องการ และความสามารถในการเปิดรับข่าวสารจากทุกแหล่ง แต่ในขณะเดียวกันสังคมมีความซับซ้อนและเกิดความต้องการข่าวสารเพื่อมาลดความไม่แน่ใจ(Uncertainty)ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เกิดเป็นความยุ่งยากและซับซ้อนในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการ หลักการในการแสวงหาข่าวสารจึงมีความสำคัญต่อบุคคลมากขึ้นเพื่อตัดสินใจคัดเลือกเปิดรับข่าวสารที่ต้องการจริงๆ

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีแสวงหาข่าวสารเน้นว่าการแสวงหาข่าวสารของบุคคลเกิดขึ้นจากความต้องการข่าวสาร(Information Needs) และในการแสวงหาข่าวสารบุคคลจะมีหลักในการเลือกและเปิดรับข่าวสาร ด้วยการคาดคะเน ปัจจัยด้านผลตอบแทน ความพยายาม และพันธะผูกพัน ซึ่งนำไปสู่การเปิดรับหรือเพิกเฉยข่าวสารต่างๆ นอกจากนี้พฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสาร ยังประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน คือ 1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ 2. การเลือกรับรู้หรือตีความ 3. การเลือกจดจำ

#### - ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy- Value Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังนี้เป็นหนึ่งในแนวทางของการศึกษาเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจ เพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีกล่าวไว้ว่า ทิศนคติต่อสื่อของแต่ละบุคคลถูกตัดสินจาก ความเชื่อ (belief) และการประเมินค่า(evaluation)

Palmgreen และคณะ (1984 อ้างถึงใน Stephen W. Littlejohn ,1996) ได้นิยามการแสวงหาความพึงพอใจ (gratifications sought) ในความหมายที่ว่า คือ ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อสามารถจัดหามาให้ และการประเมินค่าของเนื้อหาสื่อ เช่น ถ้าบุคคลเชื่อว่ารายการโทรทัศน์รายการนี้สามารถให้ความบันเทิงได้ และบุคคลนั้นประเมินค่าความบันเทิงว่าเป็นสิ่งที่ดี เขาจะได้รับความพึงพอใจจากความต้องการด้านความบันเทิงจากการดูรายการโทรทัศน์นั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลเชื่อว่ารายการโทรทัศน์นี้เสนอเรื่องที่ไม่ค่อยสมจริง และเขาประเมินค่าเนื้อหาที่ไม่สมจริงว่าไม่ดี เขาจะเลียงไม่ดูรายการนั้นๆ

จากคำกล่าวของ Palmgreen สามารถแสดงเป็นสูตรได้ดังนี้

$$Gs = \sum b_i e_i$$

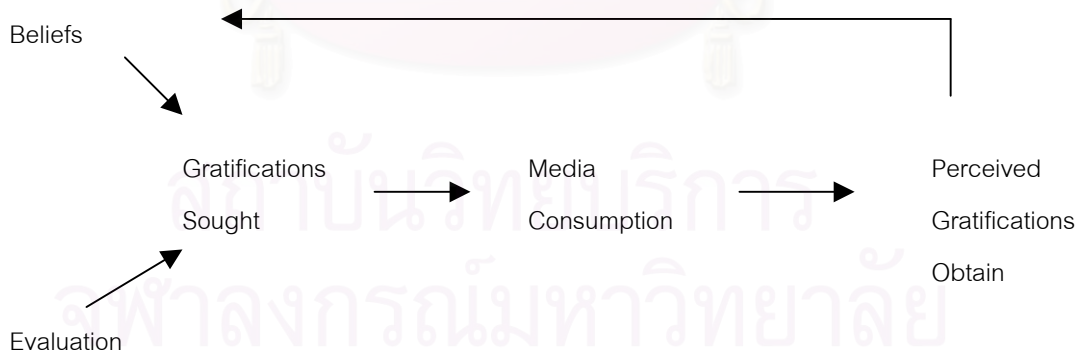
โดยที่

GS=การแสวงหาความพึงพอใจ

b=ความเชื่อ

e=การประเมินค่า

จากสูตรกล่าวต่อได้ว่าบุคคลเมื่อได้รับความพึงพอใจแล้วจะเกิดเป็นประสบการณ์และการรับรู้ ซึ่งจะกลับไปสนับสนุนความเชื่อต่อสื่อหรือเนื้อหาสื่ออื่นๆเพื่อใช้ในการพิจารณาการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาสื่อประเภทนี้อีกในอนาคต



รูปภาพที่ 3 แบบจำลองการแสวงหา และการได้รับความพึงพอใจ(Expectancy-Value Model of Gratifications Sought and Gratifications Obtained)

David Swanson และ Austin Babrow (1989 อ้างถึงใน Littlejohn ,1996) ได้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจในสื่อ โดยศึกษาลักษณะนิสัยการดูข่าวโทรทัศน์ของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษามหาวิทยาลัย Illinois ซึ่งถูกให้ทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ เพื่อหาคำตอบดังนี้

-นักศึกษาดูข่าวหรือไม่ และ รู้สึกอย่างไรต่อข่าว โดยใช้คำถามว่าพวกเขาดูข่าวท้องถิ่น และข่าวอื่นๆกี่ครั้งต่อสัปดาห์ มีใครบอกให้เขาควรดูข่าวหรือไม่ ระยะเวลาที่พอจะเป็นไปได้ในการดูข่าวเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ฯลฯ ซึ่งคำถามเหล่านี้จะทดสอบทัศนคติของนักศึกษาต่อข่าว

-ข่าวอะไรที่สร้างความพึงพอใจต่อความต้องการที่หลากหลาย(various needs)ของบุคคล โดยใช้คำถามว่า นักศึกษาได้รับความพึงพอใจจากการดูข่าวหรือไม่

ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติ (ความคาดหวัง) ต่อข่าวมีความเกี่ยวข้องกับปริมาณการใช้ข่าวเพื่อสนองความต้องการหนึ่งของแต่ละบุคคล

อย่างไรก็ตามแนวคิดของความคาดหวังและการประเมินค่านี้จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสาร แต่ยังคงมีปัจจัยอื่นที่เป็นเหตุผลเช่นกันโยงใยเป็นลูกโซ่ในการอธิบายกระบวนการใช้สื่อ

นอกจากนี้ความเชื่อ (belief) ของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อสามารถจัดหามาให้ นั้นเป็นผลมาจาก 1.วัฒนธรรมและสถาบันทางสังคม (culture and social institutions) รวมไปถึงตัวสื่อเอง 2.สภาวะแวดล้อมทางสังคม (social circumstances)เช่น ความเพียงพอของสื่อ 3.ลักษณะเฉพาะหรือนิสัยของบุคคล (traits) ส่วนการประเมินค่า (evaluation) เป็นผลมาจาก 1.ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (cultural and social factors) 2.ความต้องการ (needs) 3.ลักษณะเฉพาะทางจิตใจ (psychological traits)

สรุปแล้ว ความเชื่อ และ การประเมินค่าหรือคุณค่าคือตัวกำหนดการแสวงหาความพึงพอใจและนำไปสู่การตัดสินใจเปิดรับหรือบริโภคสื่อ

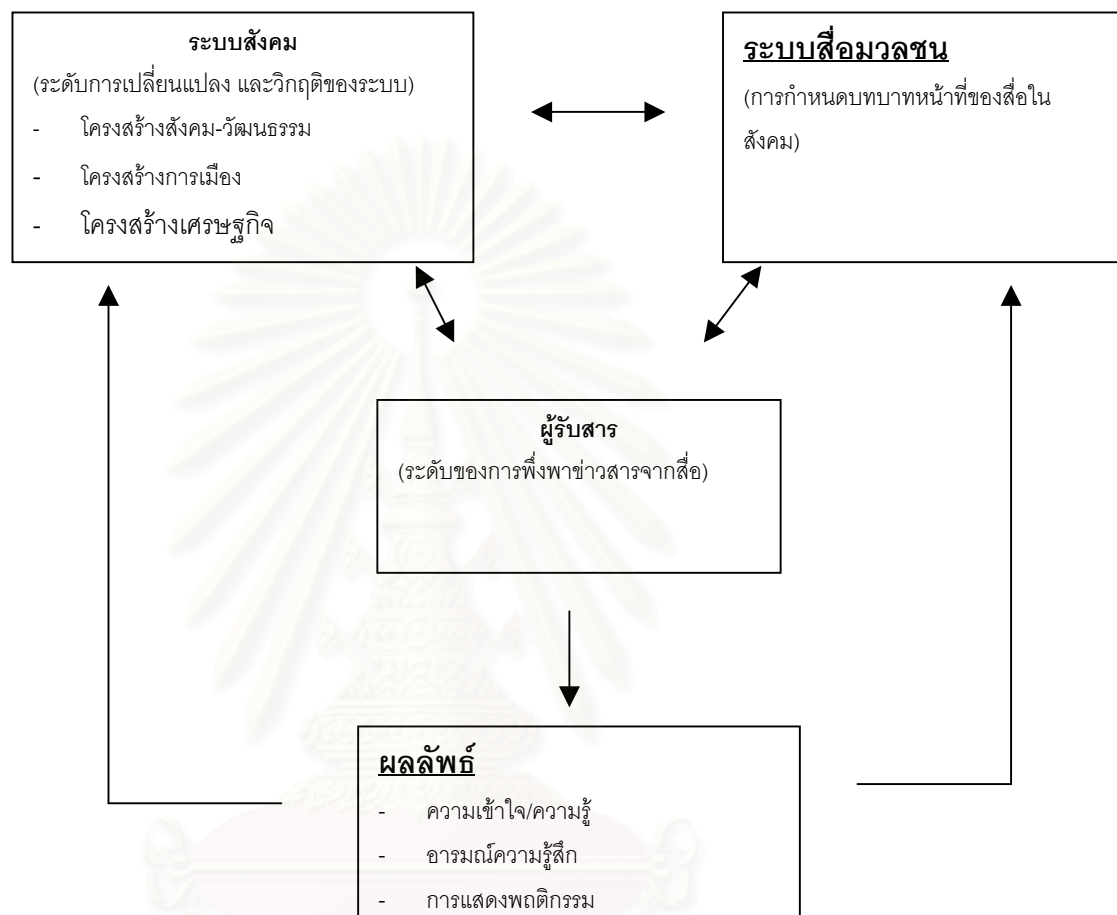
### - ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ (dependency theory)

ในสังคมสารสนเทศสมัยใหม่ที่มีความสลับซับซ้อนของเรื่องราวต่างๆมากขึ้น คนในสังคมเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ของโลกโดยมิได้ผ่านประสบการณ์ตรง หากแต่รู้จักโดยผ่านสื่อ จึงกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการเชื่อมโยงบุคคลเข้ากับโลก ดังนั้นเกิดเป็นภาวะที่บุคคลต้องอาศัยสื่อมวลชนเพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อเป็นแนวคิดที่อธิบายว่าแต่ละบุคคลมีการพึ่งพาสื่อแตกต่างกันไปด้วยปัจจัยหลายๆ ประการ เป็นแนวคิดที่ประนีประนอมระหว่างแนวคิดที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงและอย่างมากต่อบุคคล แต่ทว่าในอีกเงื่อนไขหนึ่งก็มีอิทธิพลน้อยมากและเป็นอิทธิพลทางอ้อมๆ เท่านั้น

ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ ผู้รับสาร และสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ระดับของการพึ่งพาสื่อแตกต่างกันไป กล่าวคือ ในส่วนของสังคมจะเป็นตัวกำหนดความต้องการของข่าวสาร เช่น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ความไร้ระเบียบ หรือความขัดแย้งขึ้น ผู้คนจะเกิดความไม่แน่ใจ และในช่วงเวลานี้เองความต้องการของข่าวสารจากสื่อจะสูง ในส่วนระบบสื่อมวลชนการพึ่งพาสื่อขึ้นอยู่กับบทบาทในการทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร เช่น ในสังคมเมืองสื่อทำหน้าที่หลายด้าน ทั้งแง่ของการให้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง การทำหน้าที่เป็นศูนย์ข่าวบ้านหรือฐานันดรที่สี่ การเฝ้าระวังภัย การให้ข้อมูลทางระบบเศรษฐกิจ การสร้างความบันเทิงเพื่อให้ผู้คนผ่อนคลาย ดังนั้นเมื่อสื่อมีหน้าที่ต่อสังคมมากเท่าใด การพึ่งพาสื่อยิ่งมากขึ้นเท่านั้น ส่วนผู้รับสารนั้นระดับการพึ่งพาข่าวสารของสื่อย่อมแตกต่างกันไป เช่น บางคนอาจสนใจด้านกีฬา ขณะที่อีกกลุ่มสนใจตลาดหุ้น หรือบางคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมเป็นอย่างมาก และต้องการสื่อเพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารในสังคม ขณะที่คนชายขอบของสังคมมีการใช้สื่อเพื่อจุดประสงค์นี้เพียงเล็กน้อย ดังนั้นระดับความต้องการข่าวสารจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีส่วนกำหนดระดับการพึ่งพาสื่อ ทำให้ปัจเจกบุคคลไม่ได้พึ่งพาสื่อหรือได้รับอิทธิพลจากสื่ออย่างเท่าเทียมกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รูปภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อ ผู้รับสาร และสังคม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เนื้อหาหลักของทฤษฎีพึ่งพาสื่อมีสมมติฐาน 4 ข้อที่เกี่ยวข้องคือ

1. ลักษณะของโครงสร้างแต่ละแบบเป็นอย่างไร
2. โครงสร้างดังกล่าวจะกำหนดให้สื่อมวลชนมีบทบาทต่อผู้รับสารมากน้อยแตกต่างกัน
3. อันจะมีผลให้ผู้รับสารต้องพึ่งพาสื่อมากน้อยแตกต่างกันไป
4. และผลลัพธ์สุดท้ายก็คือจะต้องตัดสินใจว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากน้อยต่างกันไป

ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อแตกต่างจากแนวคิดของการใช้สื่อและความพึงพอใจตรงที่เน้นความสัมพันธ์ของสื่อ ผู้รับสาร และสังคม ในฐานะเป็นปัจจัยกำหนดการพึ่งพาสื่อ ส่วนแนวคิดการใช้สื่อและความพึงพอใจเน้นลงไปที่ความต้องการทางจิตใจของบุคคล

Ball – Rokeach และ De Fleur (1976 อ้างถึงใน Severin, 1992) ผู้บุกเบิกทฤษฎีนี้อธิบายว่ายิ่งการพึ่งพาสื่อในสารหนึ่งๆมีมากขึ้นเท่าใด ยิ่งมีความน่าจะเป็นสูงที่สารนั้นจะส่งผลไปสู่ความคิด ความรู้สึก พฤติกรรมของผู้รับสาร

Ball – Rokeach และ De Fleur ชี้ว่า ความต้องการประการหนึ่งของบุคคลคือ การลดความกำกวม ความไม่แน่ใจ ในสังคมสมัยใหม่อันซับซ้อน มีเรื่องราวมากมายที่ผู้รับสาร (คนในสังคม) ยังไม่แน่ใจ และเรื่องเหล่านี้ก็ทวีเพิ่มขึ้นทุกในวัน ความกำกวมหรือความไม่แน่ใจนี้จึงตอกย้ำและส่งผลให้ผู้คนหันหน้าหาสื่อมวลชนเพื่อลดความไม่แน่ใจเหล่านี้ และเพราะเหตุนี้เองทำให้สื่อมวลชนมีอำนาจในการกำหนดและสร้างความเป็นจริงให้สังคม

จากทฤษฎีการพึ่งพาสื่อสรุปได้ว่า เมื่อบุคคลมีการพึ่งพาสื่อในระดับที่ไม่เท่ากัน ย่อมทำให้อิทธิพลของสื่อต่อบุคคลไม่เท่ากันไปด้วย ดังนั้นบุคคลหนึ่งๆ จึงมีความรู้ความเข้าใจ และภาพเกี่ยวกับ “ข่าว” ที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยต่างๆ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

เนื่องจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ยังมีไม่มากพอในการนำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่เด่นชัดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงอาศัยทฤษฎีที่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารซึ่งกล่าวมาข้างต้นสร้างเป็นข้อสันนิษฐานการวิจัย ภายใต้กรอบแนวคิดที่ว่าปัจเจกบุคคลมีความแตกต่างกัน มีความต้องการและพึงพาข่าวสารในระดับที่ไม่เท่ากัน ซึ่งส่งผลให้มีการให้ความหมาย และรับรู้แง่มุมต่างๆของข่าวแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เบื้องต้นก่อนทำการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการกล่าวถึงข่าวในด้านของคุณลักษณะ และคุณภาพ มากกว่าตระหนักถึงหรือกล่าวถึงในแง่ของอุดมการณ์

จากข้อมูลข้างต้นจึงตั้งเป็นข้อสันนิษฐานการวิจัย ดังนี้

### ข้อสันนิษฐานการวิจัย

- ประการแรก ผู้รับสารมีการให้ความหมายข่าวใน มิติด้านข้อมูล มิติด้านคุณภาพ มากกว่าการรับรู้ข่าว ในมิติด้านอุดมการณ์
- ประการที่สอง ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวต่างกันมีการให้ความหมายต่อข่าวแตกต่างกันไป
- ประการที่สาม ผู้รับสารมีการให้ความหมายข่าวแตกต่างกันไปจากความหมายของนักวิชาชีพหรือนักวิชาการที่เคยมีมาแต่เดิม

### นิยามศัพท์

**การให้ความหมายข่าว** คือ การอธิบายความเป็นข่าว ซึ่งมาจากความคิดเห็น หรือ ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

**มิติด้านข้อมูล** คือ คุณลักษณะของสิ่งที่เป็นข่าว เช่น ความสดใหม่ ความขัดแย้ง ความน่าสนใจ ความใกล้ชิด ฯลฯ

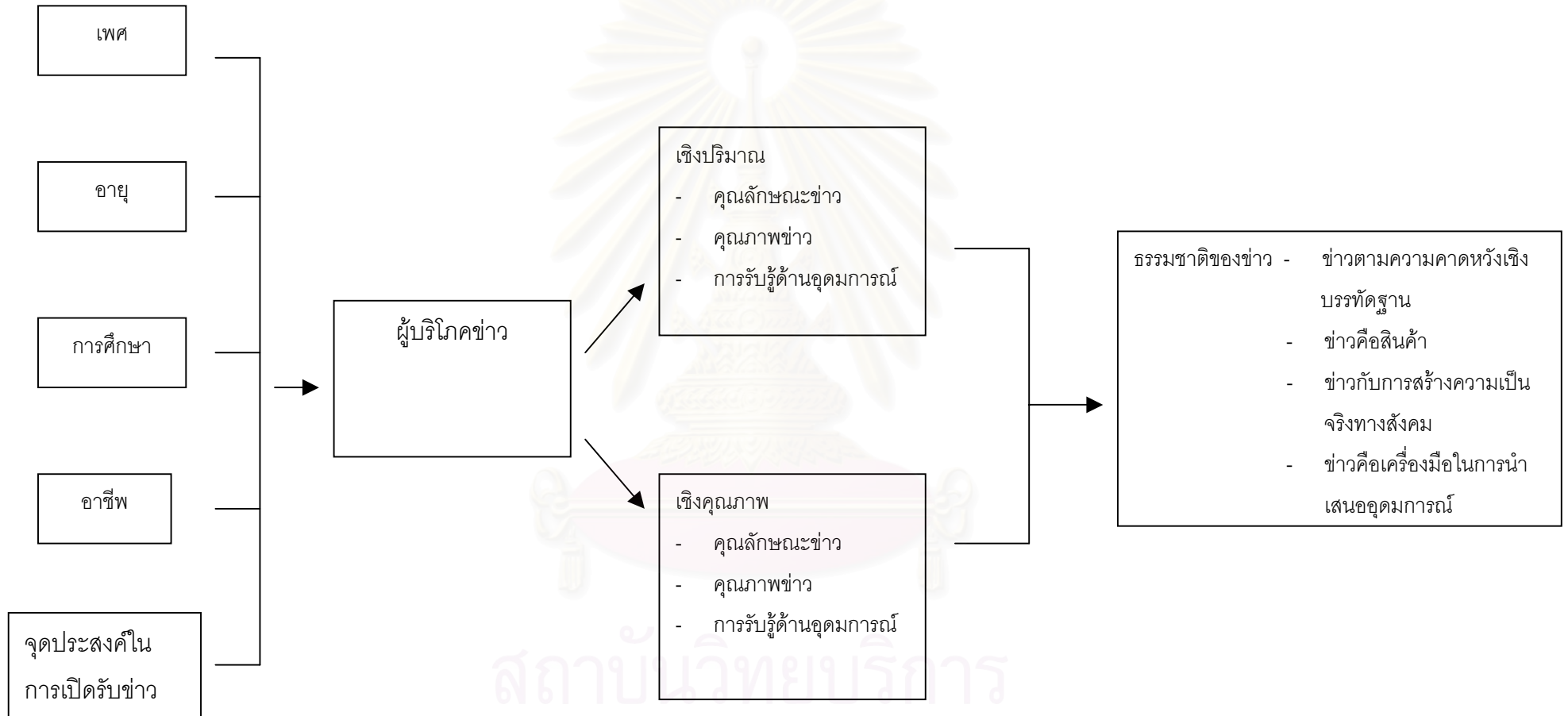
**มิติด้านคุณภาพ** คือ คุณสมบัติของข่าวที่ดี เช่น ความถูกต้อง ความกะทัดรัดชัดเจน ความเป็นกลาง ฯลฯ

**มิติด้านอุดมการณ์** คือ ชาวเป็นเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์ต่างๆ ได้แก่ อุดมการณ์ของนายทุน นักการเมือง ซึ่งควบคุมเนื้อหาข่าว เพื่อรักษาอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือสังคมของตน ส่วนเรื่องของผลประโยชน์คือ การควบคุมกำหนดเนื้อหาข่าวเพื่อรักษาและแสวงหาผลประโยชน์ หรือกำไรของเจ้าของสื่อ นายทุน และนักการเมือง มิติด้านอุดมการณ์หมายถึงรวมถึงการสร้างความเป็นจริงทางสังคม ตามมุมมองของผู้ผลิตข่าวที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคม

**ปัจจัยที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าว** คือ สิ่งที่มีส่วนต่อบุคคลในการรับรู้ และให้ความหมายต่อข่าว เช่น การศึกษา สถานะทางสังคม จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รูปภาพที่ 5 ภาพแสดงกรอบการวิจัย

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาถึงการให้ความหมาย ทศนคติ และความต้องการของประชาชนทั่วไปที่มีต่อข่าว รวมถึงพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (focus group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีด้วยกัน 3 กลุ่มตามวิธีการวิจัยทั้ง 3 แบบ ดังนี้

1. **วิธีวิจัยเชิงสำรวจ** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประมาณ 400 คน คำนวณจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อนที่ 5% และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ 95 % และใช้สูตรการคำนวณ คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดให้เท่ากับ 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยจำนวนขนาดของประชากรในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 5,662,499 คน (ข้อมูลประชากรกรุงเทพมหานคร จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ) เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรจะได้ ดังนี้

$$n = \frac{5,662,499}{1 + 5,662,499 (0.05)^2}$$

$$n = 399.99992$$

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 5,662,499 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นจึงใช้วิธีสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความบังเอิญในย่านชุมชนที่มีประชากรหลากหลาย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน

2. **การสนทนากลุ่ม** (focus group) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสนทนากลุ่มจะใช้วิธีการสุ่มแบบอสาสมัคร โดยการประกาศหรือการแนะนำบอกต่อ และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม

กลุ่มละประมาณ 5 – 8 คน ตามอายุ และการศึกษา ให้มีความคล้ายคลึงกัน เพื่อลดอุปสรรคแทรกที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการสนทนากลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่	อายุ	การศึกษา
1	15 – 25 ปี	สูงกว่า ม.6
2	26 – 40 ปี	สูงกว่า ม.6
3	มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	สูงกว่า ม.6
4	15- 25 ปี	ไม่เกิน ม.6
5	26 – 40 ปี	ไม่เกิน ม.6
6	มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	ไม่เกิน ม.6

3. **การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะใช้วิธีการสุ่มแบบอาสาสมัคร จำนวน 12 คน ซึ่งใช้เกณฑ์การแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยเช่นเดียวกับการสนทนากลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่	อายุ	การศึกษา	จำนวน
1	15 – 25 ปี	สูงกว่า ม.6	2
2	26 – 40 ปี	สูงกว่า ม.6	2
3	มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	สูงกว่า ม.6	2
4	15- 25 ปี	ไม่เกิน ม.6	2
5	26 – 40 ปี	ไม่เกิน ม.6	2
6	มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	ไม่เกิน ม.6	2

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. **การวิจัยเชิงสำรวจ** เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงกว้าง ใช้แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยคำถามปลายปิด และปลายเปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นด้านคุณลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าว ประเภทของสื่อที่ใช้ ความพึงพอใจในสื่อจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ประเภทของข่าวที่เปิดรับ และความน่าเชื่อถือในสื่อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลด้านการให้ความหมายและการรับรู้ข่าวในมิติทั้งสาม ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านคุณภาพ และด้านอุดมการณ์

ก่อนที่ผู้วิจัยจะทำการสร้างแบบสอบถาม ได้ทำการสำรวจเบื้องต้นโดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของข่าว และคุณภาพของข่าวที่ต้องการ ในลักษณะของคำถามปลายเปิด จากนั้นนำคำตอบที่ได้มาผนวกเข้ากับคุณลักษณะข่าว และคุณภาพข่าวจากแนวคิดทฤษฎีที่มีอยู่เดิมเพื่อให้ได้แบบวัดที่ครอบคลุมในทุกด้าน สุดท้ายจึงได้มาเป็นเครื่องมือวัดซึ่งประกอบไปด้วยคำถามแสดงคุณลักษณะของข่าวจำนวน 37 คำ คำแสดงคุณภาพข่าวจำนวน 21 คำ อย่างไรก็ตามทั้งคำแสดงคุณลักษณะและคุณภาพข่าวในที่นี้ มีบางส่วนที่ซ้ำซ้อนกัน เหตุเพราะผู้วิจัยได้ให้ผู้บริโภคว่าเป็นผู้คิดเอง ซึ่งตามธรรมชาติของการให้คำตอบเช่นนี้การซ้ำซ้อนหรือคาบเกี่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ แต่ความหมายของคำจะเน้นต่างกันในเรื่องของคุณภาพและคุณลักษณะ

ในส่วนของการศึกษาการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อความที่ใช้เป็นตัวชี้วัดในเรื่องอุดมการณ์จำนวน 17 ข้อความ ซึ่งมาจากแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่างๆ ในหลายๆแง่มุมสร้างเป็นแบบสอบถามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อความนั้นๆ ซึ่งสามารถแยกออกตามแนวคิดหลักเกี่ยวกับความหมายข่าวในบทที่ 2 ได้ดังต่อไปนี้

ความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน	การสร้างความเป็นจริงทางสังคม	ข่าวคือสินค้า	การครอบงำทางอุดมการณ์
<ul style="list-style-type: none"> <li>-ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ</li> <li>-ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ</li> <li>-ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม</li> <li>-ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง</li> <li>-ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม</li> <li>-ข่าวรายงานเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจรรยาบรรณของวิชาชีพ</li> <li>-ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ข่าวถูกนำเสนอโดยผ่านการศึกษาจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอแตกต่างกันไป</li> <li>-ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเลี้ยวเท่านั้น</li> <li>-ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน</li> <li>-ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว</li> <li>-ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค</li> <li>-ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ/ความสนใจของแต่ละบุคคล</li> <li>-ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม</li> <li>-ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม</li> </ul>

แนวคิดข่าวแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน ผู้วิจัยสร้างข้อความจากคำนิยามข่าวของนักวิชาการ และนักวิชาชีพสื่อมวลชนที่ให้ไว้ตามกรอบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพ เช่น ข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เทียบตรง มีความสำคัญ และน่าสนใจ ฯลฯ

แนวคิดข่าวคือการสร้างความเป็นจริงทางสังคม ผู้วิจัยสร้างข้อความที่วัดจากแนวคิดของ Tuchman และนักวิชาการอื่นๆ ซึ่งศึกษา “ข่าว” ในแง่ของความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้น และการเสนอข่าวโดยผ่านการตีความ เหตุการณ์ต่างๆ

แนวคิดข่าวคือสินค้า ผู้วิจัยสร้างข้อความที่วัดจากแนวคิดของ Walter Lipmann ซึ่งเป็นหนึ่งในจำนวนนักวิชาการคนแรกๆ ของศตวรรษที่มองข่าวเป็นสินค้าของกิจวัตรประจำวันของนักข่าว และกระบวนการทำข่าว

แนวคิดสุดท้ายคือ ข่าวในด้านของการครอบงำทางอุดมการณ์ ผู้วิจัยสร้างข้อความที่วัดจากแนวคิดหลักของ Karl Marx ที่มองว่าเนื้อหาของสื่อถูกควบคุมและกำหนดให้เป็นไปในรูปแบบหนึ่งๆ เพื่อรักษาผลประโยชน์ และสถานะทางสังคม หรืออำนาจของคนกลุ่มหนึ่งที่อยู่ส่วนยอดของสังคม เช่น นายทุน นักการเมือง ผู้มีอำนาจ ฯลฯ

จากขั้นตอนทั้งหมด สุดท้ายจึงได้แบบสอบถามในส่วนที่สามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนย่อย ดังนี้

- ส่วนแรก เป็นการวัดการให้ความหมายข่าว ในมิติด้านข้อมูล โดยการประเมินค่าจากคำที่แสดงถึงคุณลักษณะของข่าวจำนวน 37 คำ ด้วยวิธี Likert Scale
- ส่วนที่สอง เป็นการวัดการให้ความหมายข่าว ในมิติด้านคุณภาพ โดยการประเมินค่าจากคำที่แสดงถึงคุณภาพของข่าวจำนวน 21 คำ ด้วยวิธี Likert Scale
- ส่วนที่สาม เป็นการวัดการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ โดยการประเมินค่าจากข้อความจำนวน 17 ข้อความ ด้วยวิธี Likert Scale

ในการประเมินค่ามีเกณฑ์การให้คะแนน 5 อันดับ คือ มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

2. การสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายในประเด็นด้านการให้ความหมายข่าว การรับรู้ทัศนคติความต้องการ และความคาดหวังต่อข่าว โดยแบ่งตามกลุ่มที่กำหนด ซึ่งมีกรอบคำถามเบื้องต้นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

- พฤติกรรม และจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว



- การให้ความหมายข่าวในมิติด้าน
  - ข้อมูล
  - คุณภาพ
  - อุดมการณ์
  
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวของแต่ละบุคคล เช่น ความคาดหวัง ความต้องการ ความพึงพอใจ ฯลฯ

3. **การสัมภาษณ์เชิงลึก** เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในแต่ละประเด็น โดยคำถามจะใช้คำถามเบื้องต้นเดียวกับการสนทนากลุ่ม และเพิ่มประเด็นของความพึงพอใจ และความเคลื่อนไหวของประชาชนเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว เพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของการให้นิยามข่าวกับปฏิกิริยาต่อข่าวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจธรรมชาติของการนิยามข่าวได้ลึกซึ้งมากขึ้น

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาลงรหัสข้อมูลเพื่อประเมินผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS
2. ในส่วนของข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจะแยกออกเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

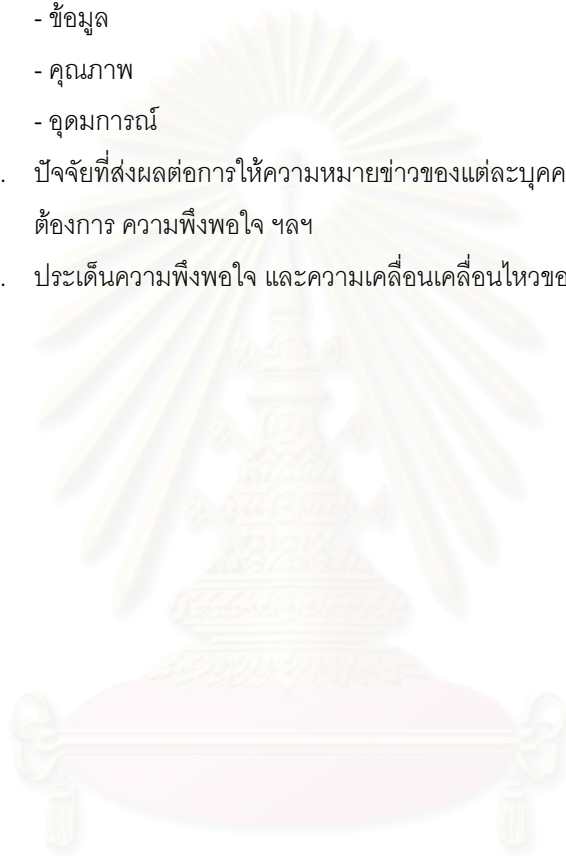
แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกได้ดังนี้
  - **การวิเคราะห์เชิงพรรณนา** จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 2 และ3 เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าว ประเภทของสื่อที่ใช้ ความพึงพอใจในสื่อ จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ประเภทของข่าวที่เปิดรับ ความน่าเชื่อถือต่อสื่อประเภทต่างๆ รวมถึงการให้ความหมายต่อข่าวในมิติต่างๆ โดยที่กล่าวมาทั้งหมดจะใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ร้อยละ การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ย
  - **การวิเคราะห์เชิงอนุมาน**
    - : การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) จากแบบสอบถามในส่วนที่สาม ซึ่งเป็น การวัดการให้ความหมายข่าวในด้านข้อมูล และด้านคุณภาพ เพื่อหาโครงสร้างความสัมพันธ์ของการให้ความหมายข่าวของผู้รับสารในแต่ละด้าน ซึ่งในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การหมุนแกนด้วยวิธีแวนแมทซ์เพื่อทำการ Factor loading หาองค์ประกอบ

: ใช้สถิติ ANOVA ในการหาสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ต่อการให้ความหมายข่าวในมิติต่างๆ

2. **การวิจัยเชิงคุณภาพ** โดยอาศัยการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งการวิเคราะห์จะเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

1. พฤติกรรม และจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว
2. การให้ความหมายข่าวในมิติด้าน
  - ข้อมูล
  - คุณภาพ
  - อุดมการณ์
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวของแต่ละบุคคล เช่น ความคาดหวัง ความต้องการ ความพึงพอใจ ฯลฯ
4. ประเด็นความพึงพอใจ และความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการนำเสนอข่าว



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร” ในครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการวิจัยทั้งสิ้น 3 วิธี ได้แก่

- การวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม
- การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม
- การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก

ซึ่งสามารถแสดงผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

### การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด ประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังต่อไปนี้

#### 1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน ประกอบไปด้วย เพศชาย ร้อยละ 34.3 เพศหญิง ร้อยละ 65.4 และไม่ระบุเพศ ร้อยละ 0.5 (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	137	34.3
หญิง	261	65.4
ไม่ระบุ	2	0.5
รวม	400	100.00

#### 2. อายุ

ระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น กลุ่มอายุ 15-25 ปี ร้อยละ 43.5 กลุ่มอายุ 26-35 ปี ร้อยละ 31.5 กลุ่มอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 15.8 กลุ่มอายุ 46-55 ปี ร้อยละ 7.5 และกลุ่มอายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 1.8 (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-25	174	43.5
26-35	126	31.5
36-45	63	15.8
46-55	30	7.5
มากกว่า 55	7	1.8
รวม	400	100.00

### 3. การศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา/ปวส. มัธยมปลาย/ปวช. ปริญญาโทหรือสูงกว่า มัธยมต้น และต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 ตามลำดับ (ดูตารางที่3)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ป.6	20	5.0
มัธยมต้น	31	7.8
มัธยมปลาย/ปวช.	55	13.8
อนุปริญญา/ปวส.	57	14.3
ปริญญาตรี	197	49.3
ปริญญาโทขึ้นไป	40	10.0
รวม	400	100.00

### 4. อาชีพ

ด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 41.8 ตามด้วย นิสิตนักศึกษา ร้อยละ 21.3 รับจ้าง หรือ ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 12.0 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.0 แม่ค้า / พ่อค้า ร้อยละ 8.0 อื่นๆ ได้แก่ ประกอบกิจการส่วนตัว อาชีพอิสระ และตกงาน ร้อยละ 2.8 แม่บ้าน / พ่อบ้าน ร้อยละ 2.3 และไม่ระบุอาชีพ ร้อยละ 2.0 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	9.0
นักธุรกิจ	10	2.5
รับจ้าง (ผู้ใช้แรงงาน)	48	12.0
พนักงานบริษัทเอกชน	167	41.8
แม่ค้า/พ่อค้า	32	8.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	9	2.3
นิสิต นักศึกษา	85	21.3
อื่นๆ	11	2.8
ไม่ระบุ	2	0.5
รวม	400	100.00

## พฤติกรรมในการเปิดรับข่าว

## 1. ความถี่ในการเปิดรับข่าว

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเปิดรับข่าวเป็นประจำทุกวัน ถึงร้อยละ 64.0 ส่วนผู้ที่เปิดรับน้อยที่สุดคือ เฉลี่ยน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน ร้อยละ 1.5 อย่างไรก็ตามไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนใดเลยที่ไม่เคยเปิดรับข่าว (ดูตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละตามความถี่ในการเปิดรับข่าว

ความถี่ในการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำทุกวัน	256	64.0
เฉลี่ยสัปดาห์ละ 3-6 วัน	107	26.8
เฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 วัน	29	7.3
เฉลี่ยน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน	6	1.5
ไม่เคยเลย	0	0.0
ไม่ระบุ	2	0.3
รวม	400	100.00

## 2. ระยะเวลาในการเปิดรับข่าว

ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ในการเปิดรับข่าวในแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง ครั้งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 5 เท่านั้นที่เปิดรับข่าวแต่ละครั้งเฉลี่ยเกิน 3 ชั่วโมง ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าว

ระยะเวลาในการเปิดรับข่าว	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ชั่วโมง	20	5.0
2-3 ชั่วโมง	37	9.3
1-2 ชั่วโมง	121	30.3
ครึ่ง - 1 ชั่วโมง	158	39.5
ไม่เกิน 30 นาที	63	15.8
ไม่ระบุ	1	0.3
รวม	400	100.00

## 3. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าว

จากการให้กลุ่มตัวอย่างจัดอันดับประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าว พบว่าโทรทัศน์เป็นสื่ออันดับที่ 1 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เปิดรับข่าว อันดับรองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าว

ประเภทสื่อ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
โทรทัศน์	238	83	32	5
อินเทอร์เน็ต	22	19	39	119
วิทยุ	38	71	151	47
หนังสือพิมพ์	80	157	81	20
อื่นๆ	2	-	6	13

#### 4. ประเภทของสื่อที่ชื่นชอบในการนำเสนอข่าว

ในส่วนของสื่อที่ชื่นชอบในการนำเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบโทรทัศน์มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่าโทรทัศน์มีความสะดวกในการเปิดรับ และสามารถเห็นภาพและได้ยินเสียงประกอบไปด้วย ขณะที่ผู้ที่ชื่นชอบสื่อหนังสือพิมพ์ให้เหตุผลว่า หนังสือพิมพ์มีรายละเอียดมากกว่า และสามารถเลือกได้ว่าจะอ่านหรือไม่อ่านข่าวใด (ดูตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่ชื่นชอบในการนำเสนอข่าว

ประเภทสื่อ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
โทรทัศน์	280	63	19	3
อินเทอร์เน็ต	24	31	48	117
วิทยุ	24	48	152	76
หนังสือพิมพ์	63	180	80	12
อื่นๆ	1	2	2	10

#### 5. จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ มากที่สุด (ร้อยละ 92.5) รองลงมาคือ เป็นแหล่งความรู้ทั่วไป (ร้อยละ 79.5) เป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตรประจำวัน (ร้อยละ 70.0) เพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 56.8) นำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนา (46.8)

ในขณะที่จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว 3 อันดับสุดท้าย ได้แก่ เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม (ร้อยละ 7.5) ความตื่นเต้น / สะใจ (ร้อยละ 5.8) เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง (ร้อยละ 4.5) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 9

สังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อสนองความต้องการด้านปัญญา(cognitive needs) ได้แก่ เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ เป็นแหล่งความรู้ทั่วไป ในขณะที่รองลงไปคือด้านความบันเทิง (affective needs) เช่น เพื่อความบันเทิง นำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนา พักผ่อน ในขณะที่จุดประสงค์ลำดับท้ายคือ การสนองความต้องการด้านอัตลักษณ์ของตน ได้แก่ การสร้างความมั่นใจ / เชื้อมั่น เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรม เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว

จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ	370	92.5
เป็นแหล่งความรู้ทั่วไป	318	79.5
เป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน	280	70.0
เพื่อความบันเทิง	227	56.8
นำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่นๆ	187	46.8
พักผ่อน	128	32.0
อยากรู้อยากเห็น	121	30.3
ฆ่าเวลา	61	15.3
สร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น	52	13.0
เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม	30	7.5
ความตื่นเต้น / สะใจ	23	5.8
เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง	18	4.5
อื่นๆ	11	2.8

#### 6. ประเภทข่าวที่ชื่นชอบ

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างตอบว่าจุดประสงค์หลักในการเปิดรับข่าวคือเพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ แต่เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกประเภทข่าวที่ชื่นชอบปรากฏว่าข่าวบันเทิงเป็นประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด (ร้อยละ 68) ในขณะที่อันดับรองมาเป็นข่าวการเมือง (ร้อยละ 60.3) และข่าวเศรษฐกิจ (ร้อยละ 57.8) ดังตารางที่ 10

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของประเภทข่าวที่ชื่นชอบ

ประเภทข่าว	จำนวน	ร้อยละ
บันเทิง	272	68.0
การเมือง	241	60.3
เศรษฐกิจ	231	57.8
ต่างประเทศ	227	56.8
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	189	47.3
กีฬา	162	40.5
การศึกษา เยาวชน ศิลป วัฒนธรรม	149	37.3
สังคม	129	32.3
อาชญากรรม	128	32.0
เกษตร	57	14.3
ข่าวซุบซิบ	53	13.3
ศาสนา	32	8.0
อื่นๆ	12	3.0

### 7. สื่อที่มีความน่าเชื่อถือ

จากการให้กลุ่มตัวอย่างจัดอันดับประเภทของสื่อที่คิดว่ามีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจัดอันดับให้สื่อโทรทัศน์เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ตตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงอันดับประเภทของสื่อที่น่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าว

ประเภทสื่อ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4
โทรทัศน์	326	28	13	5
อินเทอร์เน็ต	15	32	59	156
วิทยุ	9	124	121	60
หนังสือพิมพ์	32	142	119	36
อื่นๆ	8	-	-	3

### การให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร

เนื่องจากการศึกษาการให้ความหมายข่าวในครั้งนี้ เป็นการศึกษจากมุมมองที่เป็นธรรมชาติของผู้รับสาร ดังนั้นการให้ความหมายข่าวทั้งในมิติด้านคุณลักษณะ และคุณภาพข่าว จึงผสมผสานความคาดหวัง และความต้องการของประชาชน ไม่ใช่การนิยามที่ชัดเจนแบบนักวิชาการ โดยผลการวิจัยแสดงได้ดังนี้

#### 1. การให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างประเมินความต้องการด้านข้อมูลหรือคุณลักษณะของเหตุการณ์ที่จะมาเป็นข่าวจากจำนวนค่าทั้งสิ้น 37 ค่า ด้วยวิธี Likert Scale 5 อันดับ โดย 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด ซึ่งสามารถแสดงผลการวิจัยเป็นค่าเฉลี่ยตามลำดับได้ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการด้านคุณลักษณะของข่าว เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย

คุณลักษณะของข่าว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
ทันต่อเหตุการณ์	395	4.61	.80
มีประโยชน์	395	4.48	.99
ให้ความรู้	397	4.48	.82
ถูกต้อง	382	4.29	1.07
เกี่ยวกับความก้าวหน้า/พัฒนา	385	4.27	.92
เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง	382	4.27	.94
สร้างสรรค์	391	4.24	1.06
ถูกศีลธรรมจรรยา	386	4.13	1.11
ให้อุทาหรณ์	384	4.10	.93
เป็นเรื่องที่ส่งผลต่อคนส่วนมาก	393	4.01	1.24
สะท้อนสังคม	391	3.99	1.04
น่าสนใจใคร่รู้	386	3.96	.98
เกี่ยวกับความสำเร็จ	385	3.94	.99
เป็นเรื่องความทุกข์ยากของประชาชน	390	3.88	1.09
ไม่สร้างความเดือดร้อน	387	3.83	1.20
ใกล้ชิดกับประชาชน	388	3.79	1.03
ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ	396	3.73	1.13
บุคคล/สถานที่/สิ่งของที่เป็นข่าวมีความสำคัญหรือโดดเด่น	392	3.59	1.02
เป็นปัญหาของสังคม	394	3.59	1.36

คุณลักษณะของข่าว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
เป็นเรื่องที่ท่านเองสนใจ	390	3.52	1.14
เบาสบาย	383	3.37	1.08
มีผลกระทบ	393	3.34	1.40
ร้ายแรง	386	3.24	1.43
เกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับตัวท่านเอง	390	3.12	1.38
ตื่นเต้น	388	2.79	1.11
แปลก	390	2.83	1.12
มีความตึงเครียด	385	2.70	1.14
ประหลาดใจ	389	2.66	1.08
ผิดปกติ	386	2.60	1.23
มีความขัดแย้ง	390	2.56	1.08
ลึกลับซ่อนเงื่อน	386	2.53	1.18
เป็นเรื่องทางเพศ	385	2.50	1.10
เหลือเชื่อ	384	2.45	1.09
ไร้อารมณ์	389	2.44	1.19
เป็นเรื่องของคนกลุ่มน้อย/คนบางกลุ่ม	394	2.44	1.05
หายหน้า	390	2.32	1.21
เป็นเรื่องส่วนบุคคล	388	2.01	1.11

ต่อจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ ( factor analysis ) เพื่อดูโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรภายใต้โครงสร้างเดิมว่ามีมิติหรือองค์ประกอบใดรวมอยู่บ้าง และเพื่อเป็นการลดทอนจำนวนตัวแปรให้เหลือจำนวนน้อยแต่สามารถอธิบายมิติที่รวมอยู่ในโครงสร้างเดิมหรือในที่นี้ก็คือตัวแปรด้านคุณลักษณะได้อย่างครอบคลุมชัดเจน

จากค่าทั้งสิ้น 37 ค่า ผู้วิจัยได้หาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ และทดสอบค่า MSA ( the measure of sampling adequacy) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ทดสอบว่าตัวแปรนั้นๆ มีความเหมาะสมเพียงพอที่จะอธิบายองค์ประกอบหรือไม่ โดยค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของ MSA ในที่นี้เท่ากับ 0.828 ขึ้นไป ดังนั้นจึงเหลือตัวแปรที่จะใช้ในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 22 ตัว ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของข่าว

คุณลักษณะของข่าว	จริยธรรม หรือคุณ ธรรม	ความมี ประโยชน์ ต่อส่วนรวม	ความไม่ ปกติ	ความมี ประโยชน์ เฉพาะ บุคคล	ความ บันเทิง
เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง	.764*	.178	-.026	-.006	-.060
ถูกต้อง	.741*	.190	.124	.164	-.197
ให้อุทธรณ์	.697*	.244	-1.39	.112	.060
ไม่สร้างความเดือดร้อน	.656*	.087	-.082	.121	-.105
ถูกต้องจรรยาบรรณ	.535*	.487	-.059	.136	-.019
นำเสนอใจใคร่รู้	.515*	.333	.106	.085	.197
ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ	.420*	.325	.022	.286	.106
เกี่ยวกับความก้าวหน้า / พัฒนา	.157	.773*	-.101	.167	-.010
มีประโยชน์	.095	.706*	.072	.114	-.168
สะท้อนสังคม	.233	.622*	.080	-.086	.110
สร้างสรรค์	.404	.610*	.076	.352	-.139
ทันต่อเหตุการณ์	.282	.468*	.131	.233	-.171
เกี่ยวกับความสำเร็จ	.428	.445*	-.263	.167	.201
มีผลกระทบ	.030	-.041	.794*	.055	-.065
ผิดปกติ	.040	-.080	.766*	.258	.060
มีความขัดแย้ง	-.107	.094	.643*	-.229	.169
ลึกลับซ่อนเงื่อน	-.081	.141	.581*	-.121	.403
ให้ความรู้	.076	.278	-.060	.734*	.074
ใกล้ชิดกับประชาชน	.241	.110	.059	.701*	-.096
เหลือเชื่อ	.082	-.056	.310	-.012	.722*
เป็นเรื่องส่วนบุคคล	-.316	-.080	.066	-.064	.545*
เบาสมอง	.416	-.053	-.306	.271	.490*

EIGENVALUE &gt; 1

ตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ หลังจากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนแมกซ์ (varimax) สรุปได้จำนวนทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมของการให้ความหมายข่าวของกลุ่มตัวอย่างด้านข้อมูลหรือคุณลักษณะของข่าว อันได้แก่

1. จริยธรรมหรือคุณธรรม
2. ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม

3. ความไม่ปกติ
4. ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล
5. ความบันเทิง

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแต่ละองค์ประกอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวมมากที่สุด ในขณะที่องค์ประกอบด้านความบันเทิงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะของข่าว

องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของข่าว	ค่าเฉลี่ย
1. จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.03
2. ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.25
3. ความไม่ปกติ	2.75
4. ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.14
5. ความบันเทิง	2.59

## 2. การให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ

ในด้านการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างประเมินความต้องการด้านคุณภาพของข่าวจากจำนวนค่าทั้งสิ้น 21 ค่า ด้วยวิธี Likert Scale โดย 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยตามลำดับได้ดังตารางที่ 15

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยความต้องการด้านคุณภาพของข่าว เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย

คุณภาพข่าว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
ทันเหตุการณ์	394	4.61	.77
ถูกต้อง	391	4.61	.83
มีประโยชน์	392	4.60	.71
มีข้อเท็จจริง	394	4.56	.79
ตรงประเด็น	392	4.53	.80
มีเนื้อหาชัดเจน	390	4.52	.81
เชื่อถือได้	389	4.51	.83
มีเหตุผล	392	4.44	.85
ใช้ภาษาถูกต้อง	392	4.43	.91
ตรวจสอบ/อ้างอิงได้	388	4.41	.89
ให้ข้อมูลรอบด้าน	395	4.38	.89
มีการวิเคราะห์	389	4.21	.94
น่าติดตาม	391	4.18	.92
ใช้ภาษาน่าอ่านน่าฟัง	391	4.12	.99
ไม่สร้างความสะดวกร้อน	389	4.08	1.10
มีความลึกของเนื้อหา	387	4.03	1.01
ให้ข้อสรุป	393	3.91	1.02
ให้กำลังใจ/แรงจูงใจ	390	3.88	1.04
ไม่ได้ความคิดเห็นของนักข่าว	386	3.88	1.25
มีผลกระทบ	391	3.20	1.35
มีการชี้แนะ / ชี้แนะโดยนักข่าว	390	2.97	1.42

จากตารางเห็นได้ชัดว่า กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างให้ความสำคัญต่อคุณภาพข่าวในการสนองด้านความเข้าใจหรือการใช้ประโยชน์ได้ เช่น ความถูกต้อง มีประโยชน์ มีข้อเท็จจริง ตรงประเด็น มากกว่าด้านของอารมณ์ เช่น ความน่าติดตาม การใช้ภาษาน่าอ่านน่าฟัง นอกจากนี้ยังเกิดได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อเรื่องของความมีผลกระทบน้อยกว่าเรื่องอื่น จึงอาจกล่าวได้ว่าในสายตาของประชาชน ข่าวไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องที่มีผลกระทบ

ต่อจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ด้วยวิธีเดียวกับมิติด้านข้อมูล โดยทดสอบที่ค่า  $MSA = 0.919$  ดังนั้นจึงเหลือตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 19 ตัว ตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณภาพข่าว

คุณภาพข่าว	ความถูกต้อง	ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	ความดึงดูดใจ
ทันเหตุการณ์	.824*	.037	.231
มีข้อเท็จจริง	.775*	.231	.167
ตรงประเด็น	.666*	.371	.123
ตรวจสอบ/อ้างอิงได้	.628*	.491	.099
มีประโยชน์	.601*	.294.	.214
ถูกต้อง	.590*	.425	.125
เชื่อถือได้	.568*	.561	.044
ใช้ภาษาถูกต้อง	.548*	-.023	.396
ให้ข้อมูลรอบด้าน	.545*	.357	.277
มีเหตุผล	.407	.647*	.205
มีการวิเคราะห์	.280	.614*	.256
ไม่ใส่ความคิดเห็นของนักข่าว	.019	.554*	-.015
ไม่สร้างความคิดเห็น	.230	.551*	.313
มีเนื้อหาชัดเจน	.515	.542*	.158
ให้กำลังใจ / แรงจูงใจ	-.024	.258	.746*
น่าติดตาม	.248	.084	.690*
ให้ข้อสรุป	.272	.015	.645*
ใช้ภาษาน่าอ่านน่าฟัง	.178	.409	.563*

EIGENVALUE &gt; 1

จากตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ หลังจากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนิแม็กซ์ (varimax) สรุปได้จำนวนทั้งสิ้น 3 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมของการให้ความหมายข่าวของกลุ่มตัวอย่างในด้านคุณภาพของข่าว อันได้แก่

1. ความถูกต้อง
2. ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ
3. ความดึงดูดใจ

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านคุณภาพข่าว พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านความถูกต้องมากที่สุด รองลงมาคือความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ และ ความดึงดูดใจ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยองค์ประกอบด้านคุณภาพของข่าว

องค์ประกอบด้านคุณภาพของข่าว	ค่าเฉลี่ย
1. ความถูกต้อง	4.51
2. ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.21
3. ความดึงดูดใจ	4.01

### 3. การให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์

จากการให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าข่าวปัจจุบันมีลักษณะดังข้อความที่ให้มาทั้ง 17 ข้อความ มากน้อยเพียงใด เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ด้านอุดมการณ์ที่ปรากฏอยู่ในข่าวของผู้รับสาร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า “ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ” อันดับรองลงมาคือ “ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ” ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุดกับข้อความที่ว่า “ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน” และ “ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่” รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

ข้อความ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	396	4.20	.89
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจ หรือต้องการ	391	3.80	.87
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	380	3.73	1.05
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	393	3.60	.95
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	396	3.52	.95
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	378	3.48	1.05
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจรรยาบรรณของวิชาชีพ	392	3.47	1.13
ข่าวถูกนำเสนอโดยผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอแตกต่างกันไป	389	3.45	1.05
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	391	3.43	1.11
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	396	3.41	1.03
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	394	3.40	1.05
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	395	3.37	1.06



ข้อความ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	390	3.17	1.33
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	390	3.08	1.13
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	393	2.77	1.02
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	394	2.73	1.21
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	389	2.73	1.12

### ลักษณะทางประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ที่สัมพันธ์กับการให้ความหมายข่าว

หลังจากได้ศึกษาการให้ความหมายข่าวในมิติทั้งสามด้านในเบื้องต้นแล้ว ผู้วิจัยต้องการศึกษาต่อว่าผู้รับสารมีความแตกต่างของการให้ความหมายข่าวหรือไม่ โดยอาศัยลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว เป็นตัวแปรในการเปรียบเทียบแต่ละมิติ

#### 1. ลักษณะทางประชากร

##### 1. มิติด้านข้อมูล

##### 1.1 เพศ

จากการเปรียบเทียบพบว่าความแตกต่างทางเพศไม่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(ดูตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างเพศชายและเพศหญิง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	ชาย	หญิง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.96	4.08	0.77	0.71	-1.56	0.32
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.22	4.26	0.68	0.67	-0.6	0.69
3.ความไม่ปกติ	2.86	2.70	0.91	0.90	1.7	0.76
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.11	4.15	0.73	0.80	-0.62	0.40
5.ความบันเทิง	2.65	2.56	0.68	0.74	1.28	0.22

P < 0.05\*

## 1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลแตกต่างกันในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า  $f = 5.15$  (ดูตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

องค์ประกอบ	อายุ(ค่าเฉลี่ย)					ค่า f.	Sig.
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี		
1. จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.09	4.00	4.02	4.00	3.71	.67	.60
2. ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.22	4.29	4.23	4.29	4.14	.29	.88
3. ความไม่ปกติ	2.95*	2.67	2.45*	2.45	3.16	5.15	.00*
4. ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.03	4.15	4.33	4.29	4.21	2.05	.08
5. ความบันเทิง	3.62	2.58	2.61	2.45	2.05	1.19	.31

Df. = 4

$p < 0.05^*$

เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Dunn - Sidak พบว่า มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ 15-25 ปี กับกลุ่มอายุ 36-45 ปี โดยกลุ่มอายุ 15-25 ปี ให้ความหมายข่าวในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติมากกว่า ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (ดูตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ

อายุ	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี
15-25 ปี	-	-.27	-.49	-.49	.21
26-35 ปี	.27	-	-.21	-.21	.49
36-45 ปี	.49*	.21	-	.00	.70
46-55 ปี	.49	.21	0.0	-	.70
มากกว่า 55 ปี	-.21	-.49	-.70	-.70	-

$P < 0.05^*$

## 1.3 การศึกษา

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน

องค์ประกอบ	การศึกษา(ค่าเฉลี่ย)						ค่า f.	Sig.
	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยม ต้น	มัธยม ปลาย/ ปวช.	อนุปริ ญา/ ปวส.	ปริ ญา ตรี	ปริ ญา โทหรือ สูง กว่า		
1.ความมีจริยธรรมหรือคุณธรรม	3.37*	3.93	4.00	3.84	4.15*	4.21*	6.02	.00*
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	3.86*	4.23	4.28	4.01*	4.33*	4.34	3.59	.00*
3.ความไม่ปกติ	2.52	2.51	2.49*	2.79	2.79	3.11*	2.99	.01*
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.10	4.23	4.13	4.02	4.16	4.08	.65	.65
5.ความบันเทิง	2.29	2.64	2.70	2.70	2.58	2.38	1.84	.10

Df. = 5  $p < 0.05^*$

ตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีความแตกต่างกันในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลทั้งสิ้น 3 องค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Dunn-Sidak ดังนี้

องค์ประกอบด้านความมีจริยธรรมหรือคุณธรรม เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ที่ค่า  $f = 6.02$  โดยกลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านนี้น้อยกว่าอีกสองกลุ่มที่เหลือ(ดูตารางที่ 23)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้านจริยธรรมและคุณธรรม

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.56	.62*	.46	.78*	.84*
มัธยมต้น	-.56	-	.07	-.09	.21	.27
มัธยมปลาย/ ปวช.	-.62	-.07	-	-.15	.15	.21
อนุปริญญา/ ปวส.	-.46	.09	.15	-	.31	.37
ปริญญาตรี	-.78	-.21	-.15	-.31	-	.06
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	-.84	-.27	-.21	-.37	-.06	-

P<0.05\*

องค์ประกอบด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา  
ระดับปริญญาตรี กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 และกลุ่มอนุปริญญาหรือ ปวส. ที่ค่า  $f = 3.59$  โดยกลุ่ม  
ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านนี้มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มการศึกษาอนุปริญญา  
หรือ ปวส. และกลุ่มการศึกษาน้อยกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 ดังแสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในองค์ประกอบด้านความมี  
ประโยชน์ต่อส่วนรวม

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.37	.41	.15	.47*	.47
มัธยมต้น	-.37	-	.05	-.22	.10	.10
มัธยมปลาย/ ปวช.	-.41	-.05	-	-.26	.05	.06
อนุปริญญา/ ปวส.	-.15	.22	.26	-	.31*	.32
ปริญญาตรี	-.47	-.10	-.06	-.31	-	.01
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-.47	-.10	-.06	-.32	-.01	-

P<0.05\*

องค์ประกอบด้านความไม่ปกติ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาระดับมัธยมปลายหรือปวช. กับกลุ่มการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป ที่ค่า  $f = 2.99$  โดยกลุ่มระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านนี้มากกว่า ส่วนกลุ่มการศึกษาอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง (ดูตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน ในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ

การศึกษา	ต่ำกว่าประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	-.01	-.03	.27	.27	.59
มัธยมต้น	.01	-	-.02	.28	.28	.60
มัธยมปลาย/ ปวช.	.03	.02	-	.29	.30	.62*
อนุปริญญา/ ปวส.	-.27	-.28	-2.99	-	.00	.32
ปริญญาตรี	-.27	-.28	-.30	.00	-	.32
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	.59	-.60	-.62	-.32	-.32	-

$P < 0.05^*$

#### 1.4 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความแตกต่างกันการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ มีค่า  $f$  ที่ 4.11 (ดูตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน

องค์ประกอบ	อาชีพ(ค่าเฉลี่ย)								ค่า f.	Sig.
	ข้าราชการ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัท เอกชน	แม่ค้า / พ่อค้า	แม่บ้าน /พ่อ บ้าน	นิสิต นัก ศึกษา	อื่นๆ		
1.ความมีจริยธรรมหรือคุณ ธรรม	3.90	4.10	3.86	4.15	3.93	4.06	3.95	4.49	2.33	.19
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วน รวม	4.27	4.49	4.14	4.33	4.12	4.33	4.13	4.40	1.17	.313
3.ความไม่ปกติ	2.76	2.41	2.38*	2.80	2.26*	2.68	3.10*	2.79	4.11	.00*
4.ความมีประโยชน์เฉพาะ บุคคล	4.22	4.35	4.18	4.17	4.38	4.44	3.86	4.45	2.43	.01
5.ความบันเทิง	2.37	2.46	2.53	2.58	2.71	2.25	2.74	2.51	1.29	.24

Df. = 8

$p < 0.05^*$

และเมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง และกลุ่มนิสิตนักศึกษา กับกลุ่มแม่ค้า/พ่อค้า โดยกลุ่มนิสิตนักศึกษาให้ความสำคัญในองค์ประกอบนี้มากกว่า ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน ในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อ บ้าน	นิสิตนัก ศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-	-.34	-.37	.03	-.49	-.07	.34	-.02
นักธุรกิจ	.34	-	-.02	.38	-.15	.27	.68	.31
รับจ้าง	.37	.02	-	.41	-.12	.29	.71*	.34
พนักงานบริษัท เอกชน	-.03	-.38	-.41	-	-.53	-.11	.30	-.06
แม่ค้าพ่อค้า	.49	.15	.12	.53	-	.42	.83*	.46
แม่บ้านพ่อบ้าน	.07	-.27	-.29	.11	-.42	-	.41	.04
นิสิตนักศึกษา	-.34	-.68	-.71	-.30	-	-.41	-	-.36
อื่นๆ	.02	-.31	-.34	.06	-.46	-.04	.36	-

P<0.05\*

## 2. มิติด้านคุณภาพ

### 2.1 เพศ

จากการเปรียบเทียบพบว่าความแตกต่างทางเพศไม่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ดูตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างเพศชายและเพศหญิง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	ชาย	หญิง				
ความถูกต้อง	4.47	4.52	0.61	0.63	-0.79	0.42
ความเป็นมาตรฐานทาง วิชาชีพ	4.17	4.23	0.71	0.70	-0.79	0.42
ความดึงดูดใจ	3.97	4.02	0.74	0.76	-0.66	0.50

P<0.05\*

## 2.2 อายุ

ไม่มีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับการให้ความหมายข่าวหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ (ดูตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน

องค์ประกอบ	อายุ(ค่าเฉลี่ย)					ค่า f.	Sig.
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี		
ความถูกต้อง	4.51	4.50	4.49	4.55	4.44	0.07	0.99
ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.23	4.21	4.19	4.17	4.12	0.11	0.97
ความดึงดูดใจ	3.95	3.99	4.09	4.20	3.96	0.88	0.47

Df. = 4

$p < 0.05^*$

## 2.3 การศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง ที่ค่า  $f = 2.80$  และองค์ประกอบด้านการนำเสนอข้อมูล ที่ค่า  $f = 4.18$  ผลดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้าน คุณภาพระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน

องค์ประกอบ	การศึกษา(ค่าเฉลี่ย)						ค่า f.	Sig.
	ต่ำกว่า ประถม6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า		
ความถูกต้อง	4.30	4.45	4.49	4.29*	4.57*	4.65	2.80	.01*
ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	3.80*	4.10	4.06	4.04	4.33*	4.35	4.18	.00*
ความดึงดูดใจ	3.92	4.19	4.04	3.95	4.02	3.86	0.83	.52

Df. = 8

$p < 0.05^*$

จากนั้นทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Dunn-Sidak พบว่า

ในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. กับกลุ่มการศึกษาปริญญาตรี โดยกลุ่มปริญญาตรีให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านนี้มากกว่ากลุ่มอนุปริญญา/ปวส. ส่วนกลุ่มการศึกษาอื่นๆไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน ในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง

การศึกษา	ต่ำกว่าประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.14	.19	-.01	.26	.34
มัธยมต้น	-.14	-	.04	-.15	.12	.20
มัธยมปลาย/ ปวช.	-.19	-.04	-	-.20	.07	.15
อนุปริญญา/ ปวส.	.01	.15	.20	-	.28*	.36
ปริญญาตรี	-.26	-.12	-.07	-.28	-	.08
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-.34	-.20	-.15	-.36	-.08	-

P<0.05\*

ส่วนในองค์ประกอบด้านความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษา ระดับต่ำกว่าประถม6 กับกลุ่มปริญญาตรี โดยกลุ่มปริญญาตรีให้ความสำคัญกับองค์ประกอบนี้มากกว่า (ดูตารางที่ 32)

ตารางที่32 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน ในองค์ประกอบด้านความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ

การศึกษา	ต่ำกว่าประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.29	.25	.23	.52*	.54
มัธยมต้น	-.29	-	-.15	-.54	.23	.25
มัธยมปลาย/ ปวช.	-.25	.15	-	-.09	.27	.29
อนุปริญญา/ ปวส.	-.23	.54	.09	-	.28	.31
ปริญญาตรี	-.52	-.23	-.27	-.28	-	.02
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-.54	-.25	-.29	-.31	-.02	-

P<0.05\*



## 2.4 อาชีพ

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากต่างอาชีพมีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในองค์ประกอบด้านความถูกต้องโดยมีค่า  $f = 1.74$  (ดูตาราง 33 ประกอบ)

ตารางที่33 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน

องค์ประกอบ	อาชีพ(ค่าเฉลี่ย)								ค่า f.	Sig.
	ข้าราชการ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นัก ธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัท เอกชน	แม่ค้า / พ่อค้า	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	นิสิต นัก ศึกษา	อื่นๆ		
ความถูกต้อง	4.45	4.40	4.45	4.62*	4.46	4.49	4.34*	4.70	1.74	0.08*
การนำเสนอ	4.09	4.06	4.09	4.33	4.08	4.24	4.12	4.52	1.61	0.11
ความดึงดูดใจ	4.02	4.20	4.16	4.02	4.22	3.83	3.80	4.09	1.59	0.12

Df. = 8  $p < 0.05^*$

และเมื่อทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunn-Sidak พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มนิสิต นักศึกษา กับพนักงานบริษัทเอกชน โดยกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านความถูกต้องมากกว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษา ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างดังแสดงในตารางที่ 34

ตารางที่34 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน ในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อ บ้าน	นิสิตนักศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-	-.05	.00	.17	.01	.04	-.11	.25
นักธุรกิจ	.05	-	.05	.22	.06	.09	-.06	.30
รับจ้าง	.00	-.05	-	.17	.01	.04	-.11	.25
พนักงานบริษัท เอกชน	-.17	-.22	-.17	-	.16	-.13	-.28	-.08
แม่ค้าพ่อค้า	-.01	-.06	-.01	.16	-	.03	-.12	.24
แม่บ้านพ่อบ้าน	-.04	-.09	-.04	.13	-.03	-	-.15	.21
นิสิตนักศึกษา	.11	.06	.11	.28*	.12	.15	-	.36
อื่นๆ	-.25	-.30	-.25	.08	-.24	-.21	-.36	-

$p < 0.05^*$

### 3. มิติด้านอุดมการณ์

#### 3.1 เพศ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ด้วยการทดสอบค่า t. พบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศชายหญิงกับการให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ (ดูตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	ชาย	หญิง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.17	4.21	0.96	0.86	-.40	.68
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.43	3.34	1.04	1.07	.74	.45
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.38	3.44	1.09	1.00	-.51	.61
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.65	2.79	1.20	1.20	-1.08	.28
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.70	2.81	1.05	1.01	-1.06	.28
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.70	3.84	0.85	0.88	-1.53	.12
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเล็กน้อยเท่านั้น	3.09	3.08	1.09	1.15	.04	.96
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.67	3.57	0.95	0.94	.99	.32
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.63	3.46	0.94	0.95	1.71	.08
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.78	2.70	1.18	1.09	.62	.53
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.46	3.45	1.11	1.02	.07	.94
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.46	3.37	1.05	1.05	.86	.38
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.45	3.51	1.14	0.98	-.49	.39
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.50	3.44	1.13	1.13	.57	.56
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.44	3.44	1.10	1.11	-.02	.98
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	3.06	3.25	1.35	1.31	-1.34	.18
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.65	3.77	1.12	1.02	.39	1.02

P<0.05\*

### 3.2 อายุ

จากตารางที่ 36 ด้านล่าง แสดงค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 3 ข้อความ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของ Dunn-Sidak ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	อายุ (ค่าเฉลี่ย)					ค่า f.	Sig.
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี		
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.06	4.26	4.32	4.43	4.43	2.15	.07
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.45	3.35	3.33	3.13	3.00	.87	.47
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.36	3.42	3.60	3.43	3.00	.88	.47
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.82*	2.82*	2.66	2.07*	2.71	2.56	.03*
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.84	2.79	2.72	2.61	2.29	.80	.52
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.84	3.68	3.85	3.96	3.17	.96	.42
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เลี้ยวเท่านั้น	3.11	3.09	3.17	2.64	3.17	1.18	.31
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.63	3.54	3.56	3.86	3.29	.92	.44
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.50	3.49	3.54	3.57	4.00	.52	.72
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.91*	2.65	2.65	2.15*	2.43	3.38	.01*
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.56	3.35	3.54	2.96	3.71	2.39	.05
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.27	3.46	3.49	3.83	3.14	2.19	.06
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.56	3.42	3.37	3.44	3.71	.62	.64
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.45	3.44	3.36	3.93	3.57	1.43	.22
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.38	3.57	3.41	3.14	3.86	1.33	.25
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	3.24*	3.27*	3.09	2.48*	3.29	2.33	.05*
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.73	3.72	3.84	3.60	3.29	.48	.75

Df. = 4 p < 0.05\*

ข้อความที่ว่า “ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน” มีค่า  $f = 2.56$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 46-55 ปี กับกลุ่มอายุ 26-35 ปี และ 15-25 ปี โดยกลุ่มอายุ 15-25 ปี และ 26-35 ปี เห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ในขณะที่กลุ่มอายุ 46-55 ปี เห็นด้วยน้อยที่สุดกับข้อความนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 ส่วนกลุ่มอายุอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ในตารางที่ 37 เป็นแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุกับการให้ความหมายข่าวในข้อความนี้

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันข้อความ “ข่าวเป็นการเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน”

อายุ	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี
15-25 ปี	-	.00	-.16	-.74	-.10
26-35 ปี	.00	-	-.16	-.74	-.10
36-45 ปี	.16	.16	-	-.58	.05
46-55 ปี	.74*	.74*	.58	-	.64
มากกว่า 55 ปี	.10	.10	-.05	-.64	-

$P < 0.05^*$

ส่วนข้อความที่ว่า “ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่” มีค่า  $f = 3.38$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 15-25 ปี กับกลุ่มอายุ 46-55 ปี โดยกลุ่มอายุ 15-25 ปี เห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 2.91 ในขณะที่กลุ่มอายุ 46-55 ปี เห็นด้วยน้อยที่สุดกับข้อความนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของค่าเฉลี่ยได้ในตารางที่ 38

ตาราง 38 เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันข้อความ “ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่”

อายุ	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี
15-25 ปี	-	-.26	-.26	-.76	-.48
26-35 ปี	.26	--	.00	-.51	-.22
36-45 ปี	.26	.00	-	-.50	-.22
46-55 ปี	.76*	-.51	.50	-	.28
มากกว่า 55 ปี	.48	.22	.22	-.28	-

$P < 0.05^*$

ส่วนข้อความที่ว่า “ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม” มีค่า  $f = 2.33$  และพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 46-55 ปีกับกลุ่มอายุ 15-5 ปี และ 26-35ปี โดยกลุ่มอายุ 26-35 ปี เห็นด้วยมากที่สุดกับข้อความนี้ รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 15-26 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 46-55 ปี เห็นด้วยน้อยที่สุดในขณะที่กลุ่มอายุอื่นๆไม่พบความแตกต่าง (ดูตารางที่ 39)

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันข้อความ“ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม”

อายุ	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี
15-25 ปี	-	.03	-.15	-.76	.05
26-35 ปี	-.03	-	-.19	-.79	.02
36-45 ปี	.15	.19	-	-.60	.20
46-55 ปี	.76*	.79*	-.60	-	.80
มากกว่า 55 ปี	-.05	-.02	-.20	-.80	-

$P < 0.05^*$

### 3.3 การศึกษา

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกัน

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	การศึกษา (ค่าเฉลี่ย)						ค่า f.	Sig.
	ต่ำกว่า ประถม ม 6	มัธยม ต้น	มัธยม ปลาย /ปวช.	อนุปริ ญาญา/ ปวส.	ปริญา ตรี	ปริญญา โทหรือ สูงกว่า		
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.20	4.33	4.29	4.18	4.23	3.83	1.73	.12
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.42	3.17*	3.33*	3.12*	3.32*	4.13*	5.28	.00*
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.30	2.73	3.51	3.14	3.38	3.65	1.99	.07
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.50	2.53	2.48	2.68	2.82	2.98	1.39	.22
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.89	2.66	2.46	2.79	2.82	3.00	1.80	.11
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.50	3.68	3.78	3.79	3.93*	3.40*	2.97	.01*

การให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์	การศึกษา (ค่าเฉลี่ย)						ค่า t.	Sig.
	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยม ต้น	มัธยม ปลาย / ปวช.	อนุปริ ญาญา/ ปวส.	ปริญญา ตรี	ปริญญา โทหรือสูง กว่า		
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	2.72*	3.14	3.04	2.75*	3.09*	3.68*	3.70	.00*
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	2.88*	3.69	3.44	3.60	3.72*	3.50	3.16	.00*
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.32	3.47	3.47	3.63	3.57	3.28	1.04	.39
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.29	2.43	2.75	2.76	2.77	2.85	1.08	.36
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและ วัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอ ต่างกันไป	3.18	3.17	3.59	3.46	3.39	3.85	2.11	.06
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.68*	3.70*	3.55*	3.55*	3.41*	2.63*	5.93	.00*
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญ โดยผู้ผลิตข่าว	3.35	3.39	3.06*	3.29*	3.56	4.05*	4.92	.00*
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่าง เป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชา ชีพ	3.83	3.80	3.58	3.70	3.38	3.00	3.17	.00
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและ ทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	2.83	3.20	3.59	3.18	3.49	3.78	3.05	.01
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มี อำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	2.33	2.73	3.23	3.18	3.22	3.55	2.85	.01
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.31	3.48	3.64	3.54	3.85	3.90	1.94	.08

Df.=5 p<0.05\*

จากตารางที่ 40 แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับการให้ความหมายข่าวในด้านอุดม  
การณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการให้ความหมายข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน  
ข้อความต่อไปนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อความที่ว่า “ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว” มีค่า  $f = 5.28$  เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunn-Sidak พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาระดับมัธยมต้น มัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโทขึ้นไป โดยกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด ตามด้วยกลุ่มการศึกษาระดับมัธยมปลาย ปริญญาตรี และมัธยมต้น ตามลำดับ ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ในตารางที่ 41

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องข้อความ “ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว”

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	-.25	-.09	-.30	-.10	.70*
มัธยมต้น	.25	-	.15	-.05	.15	.95*
มัธยมปลาย/ปวช.	.09	-.15	-	-.20	-.01	.80*
อนุปริญญา/ ปวส	.30	.05	.20	-	.20	1.00*
ปริญญาตรี	.10	-.15	.01	-.20	-	.81*
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-.70	-.95	-.80	-1.00	-.81	-

$P < 0.05^*$

ข้อความที่ว่า “ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสนใจหรือต้องการ” มีค่า  $f = 2.97$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทขึ้นไป โดยกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีเห็นด้วยกับข้อความนี้มากกว่า ขณะที่กลุ่มการศึกษาอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง (ดูตารางที่ 42)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ข่าวเป็นสิ่งที่คุณรับ  
สาร สนใจหรือต้องการ"

การศึกษา	ต่ำกว่าประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.18	.28	.29	.43	-.10
มัธยมต้น	-.18	-	.10	.11	.25	-.28
มัธยมปลาย/ปวช.	-.28	-.10	-	.01	.15	-.38
อนุปริญญา/ ปวส	-.29	-.11	-.01	-	.14	-.39
ปริญญาตรี	-.43	-.25	-.15	-.14	-	-.53
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	.10	.28	.38	.39	.53*	-

P<0.05\*

ข้อความที่ว่า "ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์เพียงบางส่วนเลี้ยวเท่านั้น" มีค่า  $f = 3.70$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถม 6 อนุปริญญา/ปวช. ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า โดยกลุ่มปริญญาโทหรือสูงกว่าเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถม 6 เห็นด้วยน้อยที่สุด ดังแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในตารางที่ 43

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ข่าวเลือกรายงาน  
เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเลี้ยวเท่านั้น"

การศึกษา	ต่ำกว่าประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.42	.32	.03	.36	.95*
มัธยมต้น	-.42	-	-.11	-.39	-.05	.53
มัธยมปลาย/ปวช.	-.32	.11	-	-.29	.05	.64
อนุปริญญา/ ปวส	-.03	.38	.29	-	.34	.92*
ปริญญาตรี	-.36	.05	-.05	-.34	-	.59*
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	-.95	-.53	-.64	-.92*	-.59*	-

P<0.05\*

ข้อความที่ว่า "ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง" มีค่า  $f = 3.16$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถม 6 กับปริญญาตรี โดยกลุ่มปริญญาตรีเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด (ดูตารางที่ 44)



ตารางที่ 44 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง"

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.81	.55	.71	.84*	.62
มัธยมต้น	-.81	-	-.25	-.09	.03	-.19
มัธยมปลาย/ปวช.	-.55	.25	-	.16	.29	.06
อนุปริญญา/ ปวส	-.71	.09	-.16	-	.13	-.10
ปริญญาตรี	-.94	-.03	-.29	-.13	-	-.22
ปริญญาโท หรือสูง กว่า	-.62	.19	-.06	.10	.22	-

P<0.05\*

ข้อความที่ว่า "ข่าวได้รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม" มีค่า  $f = 5.93$  พบความแตกต่างในทุกกลุ่มการศึกษา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยกับข้อความได้ดังนี้ กลุ่มการศึกษามัธยมต้น กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถม 6 กลุ่มการศึกษามัธยมปลาย /ปวช. กลุ่มการศึกษอนุปริญญา/ปวส. กลุ่มการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มปริญญาโทหรือสูงกว่า ซึ่งแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในตารางที่45

ตารางที่45 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในเรื่องความ "ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม"

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.02	-.14	-.13	-.28	-1.06
มัธยมต้น	-.02	-	-.15	-.15	-.29	1.08
มัธยมปลาย/ปวช.	.14	.15	-	.00	-.14	-.92
อนุปริญญา/ ปวส	.13	.15	.00	-	-.15	-.93
ปริญญาตรี	.28	.29	.14	.15	-	-.78
ปริญญาโท หรือสูง กว่า	1.06*	1.08*	.92*	.93*	.78*	-

P<0.05\*

ข้อความสุดท้าย คือ “ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว” มีค่า  $f = 4.92$  พบความแตกต่างในกลุ่มมัธยมปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. และกลุ่มปริญญาโทขึ้นไป โดยกลุ่มปริญญาโทขึ้นไปเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด (ดูตารางที่ 46)

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันในข้อความ”ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว”

การศึกษา	ต่ำกว่า ประถม 6	มัธยมต้น	มัธยมปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ต่ำกว่าประถม 6	-	.04	-.29	-.06	.21	.70
มัธยมต้น	-.04	-	-.33	-.11	.17	.66
มัธยมปลาย/ปวช.	.29	.33	-	.23	.50*	.99*
อนุปริญญา/ ปวส	0.06	.11	-.23	-	.28	.77*
ปริญญาตรี	-.21	-.17	-.50	-.28	-	.49
ปริญญาโท หรือสูง กว่า	-.70	-.66	-.99	-.77	-.49	-

$P < 0.05^*$

### 3.4 อาชีพ

การทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างอาชีพและการให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์แสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 3 ข้อความ จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunn - Sidak ได้ผลดังนี้ (ดูตารางที่ 47 ประกอบ)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับการให้ความหมายข่าวในด้าน  
อุดมการณ์

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดม การณ์	อาชีพ (ค่าเฉลี่ย)								ค่า f.	Sig.
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	นัก ธุรกิจ	รับ จ้าง	พนักงาน บริษัท เอกชน	แม่ค้า/ พ่อค้า	แม่บ้าน /พ่อ บ้าน	นิสิต นัก ศึกษา	อื่นๆ		
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความ สำคัญ	4.25	4.90*	4.38*	4.27*	4.31	4.44	3.81*	3.82	3.98	.00*
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของ นักข่าว	3.19	3.20	3.17	3.40	3.41	3.00	3.81	3.82	.98	.45
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสน ใจของแต่ละบุคคล	3.61	3.30	3.46	3.36	3.63	3.78	3.28	3.73	.89	.52
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.57	2.20	2.23*	2.83	2.77	2.33	2.93*	2.91	2.27	.02*
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.60	2.70	2.41*	2.80	2.74	2.89	2.99*	2.82	1.49	.15*
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือ ต้องการ	4.06	3.33	3.62	3.90	3.68	3.67	3.67	3.73	1.73	.08
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	2.85	2.80	2.80	3.07	3.17	2.89	3.31	3.45	1.24	.27
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมัน เอง	3.54	4.30	3.40	3.76	3.42	3.25	3.44	3.64	2.39	.01
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.67	3.90	3.57	3.49	3.37	3.50	3.41	3.91	1.08	.37
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.46	2.30	2.65	2.62*	2.69	2.88	3.11*	2.91	1.96	.05*
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคม และวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูก นำเสนอต่างกันไป	3.24	3.20	3.37	3.45	3.43	2.87	3.67	3.40	1.05	.39
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของ สังคม	3.56	4.20	3.77*	3.40	3.29	3.25	3.13	3.18*	2.52	.01*
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความ สำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.64	3.20	3.30	3.44	3.66	3.29	3.58	3.56	.60	.77
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่าง เป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของ วิชาชีพ	3.47	3.90	3.48	3.44	3.68	4.00	3.32	3.45	1.17	.31
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือก และทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.67	3.20	2.98	3.43	3.60	3.75	3.48	3.82	1.59	.12
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มี อำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	2.97	2.70	2.89	3.16	3.31	2.75	3.51	3.00	1.41	.18
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.82	4.10	3.36	3.91	3.43	3.75	3.61	3.91	2.34	.18

Df. = 8 p<0.05\*

ข้อความที่ว่า “ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ” มีค่า  $f = 3.98$  พบความแตกต่างในกลุ่มอาชีพ นักธุรกิจ รับจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิตนักศึกษา โดยกลุ่มนักธุรกิจ เห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด ตามด้วย อาชีพรับจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน และนักศึกษา (ดูตารางที่ 48)

ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในข้อความ “ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ”

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อ บ้าน	นิสิตนักศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-	.65	.13	.02	.06	.19	-.44	-.43
นักธุรกิจ	-.65	-	-.52	-.63	-.59	-.46	-1.09	-1.08
รับจ้าง	-.13	.52	-	-.11	-.07	.06	-.57	-.56
พนักงานบริษัท เอกชน	-.02	.63	.11	-	.04	.18	-.46	-.45
แม่ค้าพ่อค้า	-.06	.59	.07	-.04	-	.13	-.50	-.49
แม่บ้านพ่อบ้าน	-.19	.46	-.06	-.18	-.13	-	-.63	-.63
นิสิตนักศึกษา	.44	1.09*	.57*	.46*	.50	.63	-	.01
อื่นๆ	.43	1.08	.56	.45	.49	.63	-.01	-

$P < 0.05^*$

ข้อความที่ว่า “ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน” มีค่า  $f = 2.27$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับ นิสิตนักศึกษา โดยกลุ่มนักศึกษาเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นไม่พบความแตกต่างในข้อนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยได้ในตารางที่ 49

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ข่าวนำเสนอเหตุการณ์  
อย่างบิดเบือน"

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อบ้าน	นิสิตนัก ศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-	-.37	-.34	.26	.20	-.24	.37	.34
นักธุรกิจ	.37	-	.03	.63	.57	.13	.74	.71
รับจ้าง	.34	-.03	-	.60	.53	.10	.71*	.68
พนักงานบริษัท เอกชน	-.26	-.63	-.60	-	-.06	-.50	.11	-.08
แม่ค้าพ่อค้า	-.20	-.57	-.53	.06	-	-.43	.17	.14
แม่บ้านพ่อบ้าน	.24	-.13	-.10	.50	.43	-	.61	.58
นิสิตนักศึกษา	-.37	-.74	-.71	-.11	-.17	-.61	-	-.03
อื่นๆ	-.34	-.71	-.68	.08	-.14	-.58	.03	-

P<0.05\*

ข้อความที่ว่า "ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม" มีค่า  $f = 1.49$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพรับจ้าง กับนิสิตนักศึกษา โดยกลุ่มนิสิตนักศึกษาเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด (ดูตารางที่ 50)

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ข่าวเรื่องของคน  
กลุ่มน้อยในสังคม"

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อบ้าน	นิสิตนัก ศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	-	.10	-.19	.20	.14	.29	.41	.22
นักธุรกิจ	-.10	-	-.29	.10	.04	-.19	.31	.12
รับจ้าง	.19	.29	-	.39	.33	.48	.60*	.41
พนักงานบริษัทเอกชน	-.20	-.10	-.39	-	-.06	.09	.21	.02
แม่ค้าพ่อค้า	-.14	-.04	-.33	.06	-	.15	.27	.08
แม่บ้านพ่อบ้าน	-.29	.19	-.48	-.09	-.15	-	.12	-.07
นิสิตนักศึกษา	-.41	-.31	-.60	-.21	-.27	-.12	-	-.19
อื่นๆ	-.22	-.12	-.41	-.02	-.08	.07	.19	-

P<0.05\*

ข้อความที่ว่า “ชาวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นใหม่” มีค่า  $f = 1.96$  พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษา และพนักงานเอกชน โดยกลุ่มนิสิตนักศึกษาเห็นด้วยกับข้อความนี้มากกว่า ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นไม่พบความแตกต่างในข้อนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ดูตารางที่ 51)

ตารางที่ 51 เปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องข้อความ “ชาวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นใหม่”

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงานบริษัท เอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อ บ้าน	นิสิตนักศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-.	-.16	.20	.16	.23	.42	.65	.45
นักธุรกิจ	.16	-	.35	.32	.39	.58	.81	.61
รับจ้าง	-.20	-.35	-	-.03	.03	.22	.45	.26
พนักงานบริษัท เอกชน	-.16	-.32	.03	-	.06	.25	.49*	.29
แม่ค้าพ่อค้า	-.23	-.39	-.03	-.06	-	.19	.42	.22
แม่บ้านพ่อบ้าน	-.42	-.58	-.22	-.25	-.19	-	.23	.03
นิสิตนักศึกษา	-.65	-.81	-.45	-.49	-.42	-.23	-	-.20
อื่นๆ	-.45	-.61	-.26	-.29	-.22	-.03	.20	-

$P < 0.05^*$

ข้อความที่ว่า “ชาวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม” มีค่า  $f = 2.52$  มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษา กับกลุ่มอาชีพรับจ้าง โดยกลุ่มอาชีพรับจ้าง เห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด ซึ่งตารางที่ 52 ด้านล่าง แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคู่

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันในเรื่องความ "ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม"

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	นักธุรกิจ	รับจ้าง	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่ค้าพ่อค้า	แม่บ้านพ่อ บ้าน	นิสิตนักศึกษา	อื่นๆ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	-	.64	.21	-.16	-.27	-.31	-.43	-.37
นักธุรกิจ	-.64	-	-.43	-.80	-.91	-.95	- 1.07	-1.02
รับจ้าง	-.21	.43	-	-.37	-.48	-.52	-.64	-.58
พนักงานบริษัท เอกชน	.16	.80	.37	-	-.11	-.15	-.27	-.21
แม่ค้าพ่อค้า	.27	.91	.48	-.11	-	-.04	-.16	-.11
แม่บ้านพ่อบ้าน	.31	.95	.52	.15	.04	-	-.12	-.07
นิสิตนักศึกษา	.43	1.07	.64*	.27	.16	.12	-	.05
อื่นๆ	.37	1.02	.58	.21	.11	.07	-.05	-

จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวแตกต่างกันในมิติด้านข้อมูล คุณภาพ  
อุดมการณ์ สามารถสรุปเปรียบเทียบออกมาให้เห็นได้ชัดเจนดังตารางด้านล่าง

ตารางที่ 53 สรุปเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าว  
มิติด้านข้อมูล

ลักษณะทางประชากร	องค์ประกอบ	ความแตกต่าง
- อายุ	ความไม่ปกติ	15-25 ปี > 36-45 ปี
- การศึกษา	ความมีจริยธรรมหรือคุณธรรม	ปริญญาโทขึ้นไป > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
		ปริญญาตรี > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
	ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	ปริญญาตรี > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
		ปริญญาตรี > อนุปริญญา / ปวส.
	ความไม่ปกติ	ปริญญาโทขึ้นไป > มัธยมปลาย/ ปวช.
- อาชีพ	ความไม่ปกติ	นิสิตนักศึกษา > รับจ้าง
		นิสิตนักศึกษา > พ่อค้าแม่ค้า

### มิติด้านคุณภาพ

ลักษณะทางประชากร	องค์ประกอบ	ความแตกต่าง
- การศึกษา	ความถูกต้อง	ปริญญาตรี > อนุปริญญา/ปวส.
	ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	ปริญญาตรี > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
- อาชีพ	ความถูกต้อง	พนักงานบริษัทเอกชน > นิสิตนักศึกษา

### มิติด้านอุดมการณ์

ลักษณะทางประชากร	ข้อความ	ความแตกต่าง
- อายุ	ชื่อนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	15-25 ปี และ 26-35ปี > 46-55 ปี
	ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นใหม่	15-25 ปี > 46-55 ปี
	ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	15-25 ปี > 46-55ปี
		26-35 ปี > 46-55ปี
- การศึกษา	ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	ปริญญาโทขึ้นไป > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
		มัธยมต้น
		มัธยมปลาย/ปวช.
		อนุปริญญา/ ปวส.
		ปริญญาตรี
	ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสนใจหรือต้องการ	ปริญญาตรี > ปริญญาโทขึ้นไป
	ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสีย	ปริญญาโทขึ้นไป > กลุ่มต่ำกว่า ป.6
		อนุปริญญา/ ปวส.
		ปริญญาตรี
	ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยมันเอง	ปริญญาตรี >กลุ่มต่ำกว่า ป.6



	ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	ปริญญาโทขึ้นไป < กลุ่มต่ำกว่า ป.6
		มัธยมต้น
		มัธยมปลาย/ปวช.
		อนุปริญญา/ ปวส.
		ปริญญาตรี
	ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	ปริญญาโทขึ้นไป > มัธยมปลาย อนุปริญญา/ปวส.
		ปริญญาตรี > มัธยมปลาย
- อาชีพ	ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	นิสิตนักศึกษา < นักรูจัก
		รับจ้าง
		พนักงานบริษัทเอกชน
	ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	นิสิตนักศึกษา > รับจ้าง
	ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	นิสิตนักศึกษา > รับจ้าง
	ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	นิสิตนักศึกษา > พนักงานบริษัทเอกชน
	ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	รับจ้าง > นิสิตนักศึกษา

จากตารางสรุปแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้รับสารให้ความหมายข่าวในแต่ละมิติแตกต่างกัน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอาชีพ และอายุ

## 2. จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว

นอกจากลักษณะทางประชากรจะมีความสัมพันธ์ต่อการให้ความหมายที่แตกต่างกันแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มถึงจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวของผู้รับสารว่ามีความสัมพันธ์ต่อการให้ความหมายด้วยหรือไม่ โดยอาศัยการเปรียบเทียบความแตกต่างที่ละวัตถุประสงค์ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นั้นๆ เป็นอันดับแรก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รองหรือไม่ได้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นั้นๆ เลย ซึ่งผลการวิจัยปรากฏดังนี้

### 1. มิติด้านข้อมูล

#### - จุดประสงค์เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์ในการทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ เป็นอันดับแรก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เลย พบว่ามีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวในองค์ประกอบด้าน จริยธรรมหรือคุณธรรม ด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม และความมี

ประโยชน์เฉพาะบุคคล โดยผู้ที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับข่าวเพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ให้  
ความสำคัญกับองค์ประกอบข้างต้นมากกว่า ดังตารางที่ 54

ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อทราบความ  
เป็นไปของเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.10	3.86	0.69	0.81	2.82	0.00*
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.30	4.08	0.62	0.79	2.92	0.00*
3.ความไม่ปกติ	2.79	2.62	0.91	0.89	1.61	0.66
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.16	4.07	0.72	0.91	1.00	0.00*
5.ความบันเทิง	2.56	2.66	0.73	0.68	-1.20	0.09

P < 0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป

ผลจากการทดสอบค่าเฉลี่ยพบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว  
ในมิติด้านข้อมูล ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป กับผู้ใช้เป็นวัตถุประสงค์  
รองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เลย ดังตารางที่ 55

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่ง  
ความรู้ทั่วไปเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.04	4.03	0.84	0.72	0.02	0.13
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.16	4.25	0.79	0.67	-0.58	0.16
3.ความไม่ปกติ	2.82	2.75	0.70	0.92	0.35	0.05
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	3.92	4.15	0.96	0.76	-1.28	0.08
5.ความบันเทิง	2.58	2.59	0.66	0.72	-0.04	0.41

P < 0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน

จากตารางที่ 56 ด้านล่างแสดงให้เห็นว่าไม่มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันกับ ผู้ที่เข้าเป็นวัตถุประสงค์รองหรือไม่ใช้เปิดรับเพื่อวัตถุประสงค์นี้

ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.61	4.05	0.78	0.72	-1.38	0.52
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	3.80	4.26	0.77	0.66	-1.74	0.89
3.ความไม่ปกติ	2.53	2.76	0.83	0.91	-0.25	0.47
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	3.92	4.15	0.91	0.77	0.58	0.16
5.ความบันเทิง	2.57	2.59	0.74	0.72	0.82	0.77

P < 0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อความบันเทิง

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่เข้าเป็นวัตถุประสงค์รองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้ มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูล ในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติ โดยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นจุดประสงค์หลัก ให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านความไม่ปกติมากกว่า(ตารางที่ 57)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบผู้เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิง กับการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.74	4.07	0.77	0.72	-1.70	0.91
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	3.83	4.34	0.58	0.67	-2.84	0.58
3.ความไม่ปกติ	3.08	2.67	0.65	1.00	1.54	0.01*
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	3.93	4.24	0.56	0.79	-1.49	0.13
5.ความบันเทิง	3.15	2.55	0.65	0.73	3.04	0.26

P < 0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อนำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพบความแตกต่างระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการนำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้ โดยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นจุดประสงค์หลัก ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านความมีประโยชน์เฉพาะบุคคลน้อยกว่า ดังตารางที่ 58

ตารางที่ 58 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงครอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.54	4.04	0.66	0.73	-1.65	0.45
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	3.43	4.26	1.00	0.66	-2.99	0.19
3.ความไม่ปกติ	2.52	2.75	1.07	0.91	-0.61	0.75
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	3.41	4.15	1.31	0.76	-2.23	0.01*
5.ความบันเทิง	2.44	2.59	0.68	0.72	-0.49	0.93

$P < 0.05^*$

- จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการพักผ่อนให้ความสำคัญต่อข่าวในองค์ประกอบด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ในอันดับรองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เลย (ตารางที่ 59)

ตารางที่ 59 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อการพักผ่อน เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงครอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.90	4.04	0.95	0.72	-0.60	0.62
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.06	4.26	0.95	0.66	-0.87	0.02*
3.ความไม่ปกติ	2.30	2.76	1.05	0.92	-1.59	0.45
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.00	4.14	0.94	0.77	-0.58	0.21
5.ความบันเทิง	2.80	2.58	0.52	0.73	0.92	0.22

$P < 0.05^*$

### - จุดประสงค์เพื่อความอยากรู้อยากเห็น

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูล ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 60)

ตารางที่ 60 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความอยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.85	4.04	0.70	0.73	-0.70	0.92
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.07	4.25	0.83	0.67	-0.74	0.33
3.ความไม่ปกติ	2.90	2.75	1.11	0.91	0.47	0.92
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.12	4.12	0.83	0.77	-0.06	0.96
5.ความบันเทิง	2.70	2.58	0.62	0.72	0.46	0.84

P < 0.05\*

### - จุดประสงค์เพื่อฆ่าเวลา

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการฆ่าเวลามีการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลแตกต่างจากผู้ที่เปิดรับเพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรองหรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เลย โดยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการฆ่าเวลาให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านจริยธรรมหรือคุณธรรม ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล และความบันเทิงมากกว่า

ตารางที่ 61 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อฆ่าเวลาเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.48	4.03	0.23	0.74	1.64	0.01*
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.69	4.24	0.24	0.68	1.73	0.01*
3.ความไม่ปกติ	1.96	2.73	1.17	0.91	-2.31	0.28
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.92	4.12	0.18	0.77	2.72	0.00*
5.ความบันเทิง	2.76	2.57	0.25	0.73	0.62	0.02*

P < 0.05\*

**- จุดประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น**

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว  
มิติด้านข้อมูล ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่นเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง  
หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 62)

**ตารางที่ 62 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อสร้างความ  
มั่นใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง**

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.52	4.03	0.45	0.73	1.14	0.35
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.30	4.24	0.69	0.67	0.89	0.94
3.ความไม่ปกติ	3.83	2.74	1.04	0.91	2.06	0.89
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.83	4.13	0.28	0.77	1.55	0.11
5.ความบันเทิง	3.22	2.58	0.19	0.72	1.51	0.10

P < 0.05\*

**- จุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม**

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์ในการเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมหรือศีลธรรม ให้ความสำคัญต่อองค์  
ประกอบด้านความมีประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นหลัก ดังแสดงในตาราง  
ที่ 63

**ตารางที่ 63 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นกรอบอ้างอิง  
เชิงทางจริยธรรมและศีลธรรมเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง**

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.14	4.03	0.38	0.73	0.34	0.09
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.61	4.24	0.29	0.67	1.13	0.04*
3.ความไม่ปกติ	2.69	2.75	0.94	0.91	-0.16	0.91
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.50	4.13	0.44	0.77	1.13	0.10
5.ความบันเทิง	2.55	2.59	0.54	0.72	-0.12	0.49

P < 0.05\*

### - จุดประสงค์เพื่อความตื่นเต้น / สะใจ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว มิติด้านข้อมูล ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นเต้น / สะใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือ ไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 64)

ตารางที่ 64 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นเต้น สะใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	3.14	4.04	0.94	0.72	-2.46	0.77
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	3.33	4.26	0.54	0.67	-2.75	0.29
3.ความไม่ปกติ	2.37	2.75	0.92	0.91	-0.83	0.92
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	3.37	4.15	0.47	0.77	-1.99	0.26
5.ความบันเทิง	2.75	2.58	0.31	0.72	0.44	0.14

P < 0.05\*

### - จุดประสงค์เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านข้อมูล เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือ ไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้

ตารางที่ 65 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลผู้เปิดรับข่าวเพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเองเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.จริยธรรมหรือคุณธรรม	4.28	4.03	0.60	0.73	0.47	0.61
2.ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.58	4.25	0.58	0.67	0.69	0.63
3.ความไม่ปกติ	3.25	2.75	0.35	0.91	0.76	0.20
4.ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	4.25	4.14	1.06	0.77	0.19	0.70
5.ความบันเทิง	3.50	2.58	0.70	0.72	1.78	0.82

P < 0.05\*

## 2. มิติด้านคุณภาพ

### - จุดประสงค์เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่าผู้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการทราบความเป็นไปของเหตุการณ์ข่าวสารต่างๆ ให้ความสำคัญต่อคุณภาพข่าวในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง และความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพมากกว่า ผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์นี้ (ตารางที่ 66)

ตารางที่ 66 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.56	4.34	0.57	0.73	3.14	0.00*
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.24	4.13	0.66	0.80	1.37	0.01*
3. ความตั้งใจ	4.04	3.92	0.72	0.81	1.41	0.70

P < 0.05\*

### - จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว มิติด้านคุณภาพ ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 67)

ตารางที่ 67 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่งความรู้ทั่วไปเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.30	4.52	0.80	0.61	-1.55	0.05
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.11	4.22	0.77	0.70	-0.64	0.12
3. ความตั้งใจ	3.66	4.02	0.93	0.73	-0.59	1.02

P < 0.05\*



- จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง ไม่มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 68)

ตารางที่ 68 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.33	4.51	0.53	0.62	-1.05	0.72
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.02	4.22	0.54	0.71	-1.01	0.42
3. ความตั้งใจ	3.62	4.02	0.59	0.75	-1.95	0.12

P < 0.05\*

- เพื่อความบันเทิง

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในด้านความบันเทิง ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้านความตั้งใจน้อยกว่าผู้ที่ไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นหลัก ดังแสดงในตารางที่ 69

ตารางที่ 69 การแสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบผู้เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิง กับการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.18	4.52	0.72	0.61	-2.08	0.32
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	3.84	4.23	0.84	0.69	-2.11	0.72
3. ความตั้งใจ	3.90	4.01	0.40	0.76	-0.57	0.01*

P < 0.05\*

-นำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในนำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ พบว่าไม่มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 70

ตารางที่ 70 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อพุดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.03	4.51	0.49	0.62	-1.87	0.38
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.00	4.22	0.59	0.70	-0.73	0.72
3. ความตั้งใจ	4.12	4.00	0.56	0.75	-0.86	0.40

P < 0.05\*

#### - พักผ่อน

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการพักผ่อน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 71)

ตารางที่ 71 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อพักผ่อนเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.70	4.50	0.45	0.62	0.96	0.34
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.50	4.21	0.47	0.71	1.27	0.20
3. ความตั้งใจ	4.15	4.00	0.63	0.75	0.59	0.47

P < 0.05\*

#### - อยากรู้ อยากเห็น

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการสนองความอยากรู้ อยากเห็น กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ พบว่าไม่มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 72

ตารางที่ 72 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความอยากรู้  
อยากเห็น เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.17	4.51	0.81	0.62	-1.52	0.13
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.10	4.22	0.73	0.70	-0.47	0.53
3. ความตั้งใจ	3.59	4.01	0.61	0.75	-1.58	0.51

P < 0.05\*

#### - ฆ่าเวลา

ผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการฆ่าเวลา พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ในองค์ประกอบด้านความถูกต้อง ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ และความตั้งใจ ดังตารางที่ 73

ตารางที่ 73 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อฆ่าเวลาเป็น  
จุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.95	4.50	0.08	0.62	1.89	0.00*
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	5.00	4.20	0.00	0.70	2.97	0.00*
3. ความตั้งใจ	4.89	3.99	0.19	0.75	3.16	0.00*

P < 0.05\*

#### - สร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการสร้างความมั่นใจหรือเชื่อมั่น ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้วัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ ดังตารางที่ 74

ตารางที่ 74 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อสร้างความ  
มั่นใจ / เชื่อมมั่นเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.88	4.50	0.19	0.62	1.05	0.16
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.73	4.21	0.46	0.70	1.26	0.43
3. ความตั้งใจ	4.41	4.00	0.28	0.75	0.93	0.13

$P < 0.05^*$

- เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมหรือศีลธรรมให้ความสำคัญต่อ  
ข่าวในองค์ประกอบด้านความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพมากกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ในอันดับรอง หรือไม่  
ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 75)

ตารางที่ 75 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นกรอบ  
อ้างอิงทางจริยธรรมหรือศีลธรรมเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.57	4.50	0.48	0.13	0.46	0.29
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.25	4.21	0.41	0.11	0.21	0.02*
3. ความตั้งใจ	4.15	4.00	0.75	0.75	0.81	0.69

$P < 0.05^*$

- ความตื่นตัว / สะใจ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวใน  
มิติด้านคุณภาพ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการสนองความตื่นตัว / สะใจ กับผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อ  
วัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้ ดังตารางที่ 76

ตารางที่ 76 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นตัว  
/ สะใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.19	4.51	0.79	0.62	-1.37	0.79
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	3.80	4.22	0.98	0.70	-1.57	0.20
3. ความตั้งใจ	4.14	4.00	0.49	0.75	0.46	1.92

P < 0.05\*

- เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรองหรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ ดังตารางที่ 77

ตารางที่ 77 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเองเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
1.ความถูกต้อง	4.99	4.50	0.07	0.62	0.98	0.14
2.ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	4.70	4.21	0.42	0.70	0.96	0.41
3. ความตั้งใจ	4.37	4.00	0.17	0.75	0.68	0.12

P < 0.05\*

### 3. มิติด้านอุดมการณ์

- จุดประสงค์เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ กับผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์นี้(ตารางที่ 78)

ตารางที่ 78 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อทราบ  
ความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.21	4.16	0.89	0.89	0.55	0.99
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.33	3.49	1.06	1.06	-1.32	0.60
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.39	3.49	1.00	1.13	-0.81	0.08
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.73	2.73	1.22	1.18	0.34	0.71
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.77	2.79	0.99	1.11	-0.23	0.11
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.84	3.66	0.86	0.90	1.80	0.23
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เสียเท่านั้น	3.00	3.32	1.13	1.09	-2.47	0.64
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.60	3.62	0.93	1.01	-0.20	0.13
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.51	3.55	0.96	0.93	-0.38	0.66
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.69	2.82	1.10	1.18	-0.98	0.26
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ ให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.44	3.48	1.06	1.02	-0.33	0.66
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.38	3.47	1.04	1.09	-0.74	0.33
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.47	3.51	1.04	1.07	-0.31	0.69
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.43	3.56	1.10	1.22	-0.95	0.08
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค	3.42	3.48	1.10	1.13	-0.42	0.63
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผล ประโยชน์ในสังคม	3.13	3.28	1.30	1.42	-0.94	0.11
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.78	3.59	1.04	1.08	1.52	0.35

P < 0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้ทั่วไป ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรองหรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 79)

ตารางที่ 79 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่งความรู้ทั่วไปเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.30	4.19	0.66	0.90	0.52	0.21
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.35	3.37	0.93	1.07	-0.07	0.27
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.25	3.42	1.07	1.03	-0.72	0.73
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.65	2.74	1.04	1.21	-0.31	0.33
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.90	2.77	1.12	1.02	0.56	0.46
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.80	3.80	1.01	0.86	0.02	0.56
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	2.85	3.09	1.18	1.12	-0.93	0.63
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	4.00	3.58	0.86	0.95	1.92	0.11
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.55	3.52	1.15	0.94	0.15	0.38
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.45	2.74	1.15	1.12	-1.13	0.57
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.25	3.46	1.12	1.05	-0.87	0.54
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.80	3.38	0.83	1.06	1.73	0.07
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.53	3.48	1.02	1.05	0.19	0.93
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.95	3.44	1.10	1.13	1.97	0.99
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.40	3.44	1.39	1.09	-0.14	0.05
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	2.90	3.19	1.59	1.32	-0.93	0.06
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.65	3.74	1.18	1.05	-0.35	0.70

P<0.05\*

#### - จุดประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์หลักในการเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน กับผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้เป็นอันดับรอง หรือไม่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 80)

ตารางที่ 80 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.08	4.20	1.04	0.89	-0.49	0.32
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.08	3.38	0.95	1.06	-1.00	0.26
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.38	3.42	0.96	1.04	-0.10	0.39
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.85	2.73	0.90	1.22	0.34	0.08
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.69	2.78	1.03	1.02	-0.29	0.91
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.69	3.80	0.75	0.88	-0.43	0.70
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	3.23	3.07	0.93	1.13	0.49	0.32
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.54	3.61	1.20	0.94	-0.25	0.23
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.62	3.51	0.87	0.95	0.37	0.57
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.62	2.73	0.96	1.13	-0.36	0.51
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.23	3.46	1.36	1.04	-0.76	0.09
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.23	3.41	0.93	1.05	-0.60	0.35
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.46	3.48	1.27	1.04	-0.07	0.28
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	2.92	3.49	1.19	1.12	-1.77	0.58
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.08	3.45	1.04	1.11	-1.18	0.62
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	2.92	3.18	1.04	1.34	-0.68	0.05
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.82	3.73	1.08	1.05	0.27	0.64

P<0.05\*



### - จุดประสงค์เพื่อความบันเทิง

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นวัตถุประสงค์หลัก กับวัตถุประสงค์รองพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นวัตถุประสงค์หลักเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า “ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม” และ “ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม” มากกว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นจุดประสงค์รอง

### ตารางที่ 81 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อความบันเทิงเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	3.93	4.21	1.03	0.89	-1.16	0.66
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.33	3.37	0.98	1.06	-.12	0.23
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.00	3.43	1.07	1.03	-1.58	0.72
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.53	2.74	1.41	1.20	-.65	0.15
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	3.07	2.76	0.88	1.03	1.13	0.04*
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.73	3.80	0.88	0.87	-.28	0.78
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	3.13	3.08	1.06	1.13	0.18	0.70
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.53	3.61	1.06	0.94	-0.29	0.37
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.53	3.52	0.92	0.95	0.06	0.78
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.87	2.72	1.30	1.11	0.49	0.35
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.73	3.44	0.80	1.06	0.19	1.06
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.67	3.39	1.11	1.05	0.99	0.78
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.71	3.47	0.91	1.05	0.84	0.42
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	4.33	3.43	0.82	1.13	3.06	0.10
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.33	3.44	0.98	1.12	-0.36	0.38
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	2.87	3.18	1.60	1.32	-0.90	0.18
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	4.00	3.72	0.65	1.07	1.00	0.00*

P<0.05\*

- จุดประสงค์นำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ

จากการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นวัตถุประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง พบความแตกต่างในการรับรู้ข่าวมิติด้านอุดมการณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในแง่ต่อไปนี้ (ตารางที่ 82)

“ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน” พบว่า ผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นวัตถุประสงค์หลักเห็นด้วยกับข้อความนี้มากกว่า

“ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป” ในข้อความนี้ ผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นวัตถุประสงค์หลักเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อยกว่า

“ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค” ในข้อความนี้ ผู้เปิดรับข่าวเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นวัตถุประสงค์หลักเห็นด้วยกับข้อความนี้น้อยกว่า ผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 82 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นหัวข้อ  
สนทนาพูดคุยกับคนอื่น ๆ เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.33	4.19	0.82	0.89	0.37	0.86
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.50	3.37	1.05	1.06	0.30	0.81
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.17	3.42	1.17	1.03	0.92	-0.59
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	3.00	2.73	.00	1.21	0.54	0.00*
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	3.17	2.77	0.75	1.03	0.94	0.27
ข่าวเป็นผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.33	3.80	0.52	0.87	-1.31	0.25
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เสียเท่านั้น	3.67	3.07	0.82	1.13	1.28	0.42
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.33	3.61	1.03	0.95	-0.70	0.64
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.00	3.53	0.89	0.95	-1.34	0.53
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.83	2.73	0.98	1.12	0.23	0.21
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.00	3.46	0.63	1.05	-1.05	0.02*
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.50	3.40	1.38	1.05	0.22	0.21
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	2.83	3.49	1.17	1.04	-1.53	0.94
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.83	3.46	0.75	1.13	0.80	0.08
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค	3.00	3.44	0.63	1.11	-0.96	0.01*
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผล ประโยชน์ในสังคม	3.83	3.16	0.75	1.34	1.22	0.05
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.83	3.73	1.17	1.05	0.23	0.84

P<0.05\*

#### - จุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็น  
วัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์นี้ พบว่าผู้เปิดรับข่าวเพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก เห็นด้วยมากกว่า  
กับข้อความที่ว่า “ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม” และ “ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดย  
ผู้ผลิตข่าว” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 83

ตารางที่ 83 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อการ  
พักผ่อน เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	3.90	4.20	0.74	0.90	-1.06	0.33
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.90	3.35	0.74	1.06	1.61	0.05
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.50	3.41	1.27	1.03	0.26	0.17
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.50	2.74	0.97	1.21	0.35	-0.62
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.50	2.78	1.18	1.02	0.34	-0.85
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.40	3.81	0.97	0.87	-1.45	0.50
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เสียเท่านั้น	3.30	3.07	0.95	1.13	0.62	0.37
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.30	3.61	0.67	0.95	-1.02	0.16
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.80	3.51	0.63	0.95	0.95	0.04*
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	3.20	2.72	1.03	1.12	1.35	0.51
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ ให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.70	3.44	0.67	1.06	0.72	0.08
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.70	3.40	0.95	1.05	0.90	0.47
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.90	3.47	0.57	1.05	1.28	0.00*
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.30	3.47	1.49	1.12	-0.47	0.28
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค	3.80	3.43	1.14	1.11	1.05	0.79
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผล ประโยชน์ในสังคม	4.00	3.15	1.05	1.33	1.99	0.17
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.33	3.74	1.14	1.04	-1.14	0.18

P<0.05\*

#### - จุดประสงค์เพื่อความอยากรู้อยากเห็น

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว  
มิติด้านอุดมการณ์ ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความอยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์  
รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ (ตารางที่ 84)

ตารางที่ 84 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความ  
 อยากรู้ อยากรู้อยากเห็นเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	3.88	4.20	0.64	0.90	-1.03	0.16
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	2.88	3.38	1.25	1.05	-1.32	0.91
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	2.88	3.43	1.13	1.03	-1.49	0.79
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	3.00	2.73	1.51	1.20	0.63	0.28
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	3.13	2.77	1.25	1.02	0.98	0.69
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	4.13	3.79	0.64	0.87	1.08	0.16
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เสียเท่านั้น	3.13	3.08	1.25	1.13	0.11	0.95
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.63	3.60	1.19	0.94	0.06	0.32
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.38	3.52	1.41	0.94	-0.43	0.06
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	3.38	2.71	1.41	1.11	1.65	0.36
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ ให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.88	3.44	1.13	1.05	1.15	0.86
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.63	3.40	1.41	1.04	0.60	0.08
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.00	3.49	1.00	1.05	-1.23	0.17
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	2.88	3.48	1.13	1.13	-1.50	0.66
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค	3.13	3.44	1.13	1.11	-0.79	0.90
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผล ประโยชน์ในสังคม	3.13	3.17	1.46	1.33	-0.10	0.97
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.75	3.73	0.71	1.06	0.05	0.21

P<0.05\*

#### - จุดประสงค์เพื่อฆ่าเวลา

ผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการฆ่าเวลา มีการรับรู้ข่าวในมิติด้านอุดมการณ์มากกว่าผู้เปิดรับ  
 ข่าวเพื่อฆ่าเวลาเป็นวัตถุประสงค์รองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในแง่มุมดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 85)

- “ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว”

- “ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล”
- “ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงบางส่วนเลี้ยวเท่านั้น”
- “ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มใหญ่ในสังคม”
- ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป
- ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค”

ตารางที่ 85 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อฆ่าเวลา เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.71	4.19	0.49	0.90	1.55	0.15
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	4.86	3.34	0.38	1.05	3.82	0.00*
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	4.86	3.39	0.38	1.02	3.78	0.00*
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	3.67	2.72	1.51	1.20	1.91	0.66
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	1.86	2.79	1.21	1.01	-2.40	0.46
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	2.57	3.82	0.98	0.85	-3.81	0.61
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเลี้ยวเท่านั้น	4.00	3.06	0.58	1.13	2.19	0.02*
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.86	3.60	0.90	0.95	0.71	0.19
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.86	3.51	0.38	0.95	0.95	0.00*
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	3.86	2.71	0.90	1.11	2.71	0.09
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	4.00	3.44	0.00	1.06	1.40	0.00*
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	2.86	3.41	0.69	1.05	-1.39	0.06
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.86	3.47	0.90	1.05	0.95	0.11
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	2.50	3.48	1.52	1.12	-2.12	0.38
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	4.71	3.41	0.49	1.10	3.11	0.02*
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	4.67	3.15	0.82	1.33	2.79	0.06
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	2.29	3.76	0.95	1.04	-3.72	0.61

P<0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น

ผู้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น มีการรับรู้ข่าวในมิติด้านอุดมการณ์แตกต่างจากผู้เปิดรับข่าวเพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น เป็นวัตถุประสงค์รองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในแง่มุมมองต่อไปนี้

- “ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว”
- “ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ”

ตารางที่ 86 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น เป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.33	4.20	1.15	0.89	0.26	0.55
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	4.00	3.36	0.00	1.06	1.03	0.00*
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	4.00	3.41	1.00	1.03	0.98	0.56
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	3.67	2.73	0.58	1.21	1.34	0.15
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	4.00	2.76	1.00	1.02	2.09	0.65
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	4.00	3.79	0.00	0.87	0.40	0.02*
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	4.33	3.07	0.58	1.13	1.94	0.26
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.67	3.60	1.15	0.96	0.11	0.74
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	4.00	3.51	1.00	0.95	0.88	0.65
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	4.00	2.72	1.00	1.12	1.98	0.46
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	4.00	3.45	1.00	1.05	0.91	0.53
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.67	3.40	0.58	1.05	0.43	0.17
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.67	3.48	1.53	1.04	0.30	0.47
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	4.33	3.46	0.58	1.13	1.33	0.12
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	4.33	3.43	1.15	1.11	1.41	0.90
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	4.00	3.17	1.73	1.33	1.08	0.60
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.67	3.73	0.58	1.06	-.10	0.28

P<0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการให้ความหมายข่าว มิติด้านอุดมการณ์ ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรมเป็นจุดประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้ เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อวัตถุประสงค์นี้ ดังตารางที่ 87

ตารางที่ 87 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรมเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	4.33	4.19	0.82	0.89	0.37	0.86
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	2.67	3.38	1.21	1.05	-1.63	0.62
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.33	3.42	0.52	1.04	-0.19	0.07
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.67	2.73	1.03	1.21	-0.13	0.43
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	2.33	2.8	0.82	1.03	-1.06	0.53
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.50	3.80	1.05	0.87	-0.83	0.50
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เลี้ยวเท่านั้น	3.17	3.08	1.33	1.13	0.19	0.98
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.83	3.60	0.75	0.95	0.59	0.27
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.33	3.52	0.52	0.95	-0.48	0.08
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.00	2.74	1.00	1.12	-1.46	0.65
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.50	3.45	0.55	1.06	0.11	0.11
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	3.17	3.41	1.47	1.04	-0.55	0.21
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	4.33	3.47	0.82	1.04	2.01	0.37
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.33	3.47	1.3	1.12	-2.92	0.11
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตาม ความต้องการของผู้บริโภค	3.67	3.43	1.03	1.11	0.51	0.52
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	3.67	3.16	1.75	1.33	0.91	0.26
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.83	3.73	0.75	1.06	0.23	0.27

P<0.05\*



- จุดประสงค์ความตื่นเต้น / สะใจ

จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นเต้น/สะใจเป็นวัตถุประสงค์หลัก กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง หรือไม่ได้เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์นี้ พบว่าผู้เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นเต้นสะใจเป็นหลัก เห็นด้วยมากกว่ากับข้อความที่ว่า “ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 88

ตารางที่ 88 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อความตื่นเต้น / สะใจเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	3.67	4.21	0.82	0.89	-1.46	0.86
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.50	3.37	0.84	1.06	0.30	3.44
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	2.83	3.42	1.33	1.03	-1.38	0.27
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	2.67	2.73	1.21	1.21	-0.13	0.98
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	3.17	2.77	0.75	1.03	0.94	0.27
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	3.67	3.80	0.82	0.87	-0.36	0.90
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	3.17	3.08	0.98	1.13	0.19	0.31
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	3.50	3.60	0.84	0.95	-0.26	0.56
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	3.83	3.51	1.17	0.95	0.82	0.66
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	2.50	2.73	1.05	1.12	-0.50	0.70
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	3.83	3.44	0.98	1.05	0.90	0.86
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	4.17	3.39	0.75	1.05	1.80	0.15
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	4.17	3.47	0.75	1.05	1.62	0.17
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	3.83	3.46	0.98	1.13	0.80	0.57
ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	3.33	3.44	1.21	1.11	-0.22	0.78
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม	4.00	3.16	0.63	1.34	1.53	0.00*
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	3.17	3.74	1.33	1.05	-1.32	0.82

P<0.05\*

- จุดประสงค์เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง กับผู้ที่ใช้เป็นวัตถุประสงค์รอง ไม่มีความแตกต่างในการให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 89

ตารางที่ 89 การเปรียบเทียบการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ระหว่างผู้เปิดรับข่าวเพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเองเป็นจุดประสงค์หลัก กับจุดประสงค์ประสงค์รอง

การให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์	ค่าเฉลี่ย		ค่า S.D.		t-value	Sig.
	หลัก	รอง				
ข่าวเป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ	3.50	4.20	0.71	0.89	-1.10	0.59
ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	3.50	3.37	0.71	1.06	0.17	0.34
ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	3.00	3.42	1.41	1.03	-0.56	0.72
ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	3.00	2.73	1.41	1.21	0.31	0.99
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	3.50	2.77	0.71	1.02	1.00	0.45
ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	4.50	3.79	0.71	0.87	1.14	0.60
ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เสียเท่านั้น	4.00	3.07	1.41	1.13	1.15	0.82
ข่าวคือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง	2.50	3.61	0.71	0.95	-1.65	0.43
ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	5.00	3.51	0.00	0.94	2.22	0.02
ข่าวเป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่	4.00	2.72	1.41	1.12	1.61	0.87
ข่าวถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้ เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	4.50	3.44	0.71	1.05	1.41	0.36
ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม	4.50	3.40	0.71	1.05	1.48	0.33
ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	3.50	3.48	0.71	1.05	0.02	0.35
ข่าวรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วย บรรทัดฐานและจริยธรรมของวิชาชีพ	4.50	3.46	0.71	1.13	1.30	0.25
ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความ ต้องการของผู้บริโภค	3.50	3.43	2.12	1.11	0.08	0.17
ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผล ประโยชน์ในสังคม	3.00	3.17	2.83	1.33	-0.18	0.08
ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	4.00	3.73	0.00	1.06	0.36	0.06

P<0.05\*

ผลจากการศึกษาปัจจัยด้านจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปให้เห็นชัดเจนได้ดังตารางที่ 90 ด้านล่าง

ตารางที่ 90 สรุปปัจจัยด้านจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าว

**มิติด้านข้อมูล**

จุดประสงค์	องค์ประกอบ	ความแตกต่าง
- เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ	- จริยธรรมหรือคุณธรรม	หลัก > รอง
	- ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	หลัก > รอง
	- ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	หลัก > รอง
- เพื่อความบันเทิง	- ความไม่ปกติ	หลัก > รอง
- เพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุยกับคนอื่น	- ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	หลัก < รอง
- พักผ่อน	- ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	หลัก < รอง
- ฆ่าเวลา	- จริยธรรมหรือคุณธรรม	หลัก > รอง
	- ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	หลัก > รอง
	- ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล	หลัก > รอง
	- ความบันเทิง	หลัก > รอง
- เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม	- ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม	หลัก > รอง

**มิติด้านคุณภาพ**

จุดประสงค์	องค์ประกอบ	ความแตกต่าง
- เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ	- ความถูกต้อง	หลัก > รอง
	- ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	หลัก > รอง
- เพื่อความบันเทิง	- ความดึงดูดใจ	หลัก < รอง

- ฆ่าเวลา	- ความถูกต้อง	หลัก > รอง
	- ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	หลัก > รอง
	- ความตั้งใจ	หลัก > รอง
- เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม	- ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ	หลัก > รอง

### มิติด้านอุดมการณ์

จุดประสงค์หลักในการเปิดรับข่าว	ข้อความ	ความแตกต่างระหว่างผู้ที่ใช้เป็นจุดประสงค์หลักและรอง
- เพื่อความบันเทิง	- ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม	หลัก > รอง
	- ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม	หลัก > รอง
- นำไปเป็นหัวข้อสนทนาพูดคุย	- ข่าวนำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน	หลัก > รอง
	- ข่าวถูกนำเสนอโดยผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอแตกต่างกันไป	หลัก < รอง
	- ข่าวเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	หลัก < รอง
- เพื่อการพักผ่อน	- ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	หลัก > รอง
	- ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว	หลัก > รอง
- ฆ่าเวลา	- ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	หลัก > รอง
	- ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล	หลัก > รอง
	- ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วนเสียเท่านั้น	หลัก > รอง

	- ชำนาญเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม	หลัก > รอง
	- ชำนาญถูกนำเสนอผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอต่างกันไป	หลัก > รอง
	- ชำนาญเปรียบเทียบสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค	หลัก > รอง
- เพื่อสร้างความมั่นใจ / เชื่อมั่น	- ชำนาญถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว	หลัก > รอง
	- ชำนาญเป็นสิ่งที่ผู้รับสารส่วนใหญ่สนใจหรือต้องการ	หลัก > รอง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ในส่วนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับการให้ความหมายต่อข่าวของผู้รับสารเพิ่มเติมขึ้นจากส่วนของกรวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยโดยใช้การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ใช้แนวคำถามในทิศทางเดียวกัน และมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างลักษณะเดียวกันตาม อายุ และระดับการศึกษา อนึ่ง การใช้อายุ และระดับการศึกษาเป็นตัวแปรนั้น ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์มาจากการทดสอบเบื้องต้น (pretest) โดยการสัมภาษณ์นำร่องประชาชนทั่วไป และได้ข้อสังเกตว่า อายุและระดับการศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีแนวโน้มทำให้ทัศนคติต่อข่าวของประชาชนแตกต่างกันไป จึงนำตัวแปรทั้งสองมาใช้ในการจำแนกกลุ่ม

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

#### ข่าวคืออะไร

จุดมุ่งหมายหลักข้อหนึ่งของการวิจัยครั้งนี้คือ ศึกษาว่าข่าวคืออะไร หรืออะไรคือข่าว ในสายตาของผู้รับสารซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้คำนิยามกันอย่างหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่เกือบทุกคำตอบมีจุดร่วมกันอยู่ประการหนึ่งคือ “ข่าว” เป็นการรายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้รู้ผ่านสื่อต่างๆ ขอยกตัวอย่างคำนิยามของผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งที่เคยอ้างครอบคลุมนิยามข้างต้นว่า

“ข่าวคือ เรื่องหรือข้อมูลหรือเหตุการณ์หนึ่งๆ ที่เกิดขึ้น จะมีสื่อเป็นตัวนำข่าวให้ประชาชนที่ไม่รู้ได้รับรู้ว่าเป็นอะไร โดยข่าวมีทั้งดีและไม่ดี”

คำว่า “ข้อมูล” นั้น มีผู้ให้ความเห็นออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มหนึ่งมองว่าข่าวคือ ข้อมูลใดๆ ก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคนใกล้ตัว หรือคนอื่นๆ ทั้งที่ประสบเองหรือจากการบอกเล่า ในขณะที่อีกกลุ่มมองว่าไม่ใช่ข้อมูลเหตุการณ์ทุกสิ่งทุกอย่างจะเป็นข่าวได้ทั้งหมด เช่น

กลุ่มที่เห็นว่าข่าวคือข้อมูลใดๆก็ได้ กล่าวว่า

“ข่าวคือสิ่งรอบตัว ทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะจากเพื่อนหรือคนรอบข้าง หรือแม้คนที่ไม่รู้จัก ถ้าหากเขาทำกิจกรรมอะไรหรือมีเรื่องก็ถือว่าเป็นข่าวแล้ว ก็อยู่ที่ว่าเราจะเอาไปใช้ประโยชน์หรือเปล่า เราจะเปิดไปดูหรือเปล่า”

“ข่าวคืออะไรก็ได้ มันมีทั้งที่พอยากรู้และคนอื่นอยากให้เราฟัง บางอย่างเราก็ไม่ได้อยากรู้หรอก แต่ว่าเขาเสนอมา เราก็รู้สึกหน่อยเดียวตกยุค”

ส่วนกลุ่มที่เห็นว่าไม่ใช่ทุกเรื่องจะเป็นข่าวได้ กล่าวว่า

“ข่าวต้องทันเหตุการณ์ พอมีเหตุการณ์อะไรใหม่ๆ ขึ้นมาเรารู้สึกว่ามันน่าจะเป็นข่าว น่าจะสนใจ ถ้าเป็นเหตุการณ์ประจำๆ เราก็คงไม่คิดว่ามันเป็นข่าว”

ในแง่ของประโยชน์ กว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างเสริมว่า ชาวไม่เพียงเป็นการนำเสนอข้อมูลเหตุการณ์ให้ทราบเท่านั้น แต่ต้องนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ด้วย เช่น ใช้ในการตัดสินใจในการทำงาน หรือ การดำเนินชีวิต คือ

“ชาวคือ *information* เป็นเรื่องราวที่เราจะต้องรับมันเพื่อจะทราบความเคลื่อนไหวของสภาวะแวดล้อมรอบตัวเรา ชาวมีค่อนข้างหลากหลาย ข้อมูลที่ช่วยให้เราตัดสินใจหรือดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ หรือทางสังคมต่างๆ ได้ตอบรับกับเหตุการณ์ในช่วงนั้นๆ”

ในแง่ของบทบาทหน้าที่ กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งมองชาวในเชิงสังคมว่า ชาวทำหน้าที่เหมือนสายใย เป็นตัวเชื่อมสังคมเข้าไว้ด้วยกัน เพราะสังคมมีการขยายออกไปมากขึ้น ทุกคนมีภาระหน้าที่มากขึ้น เวลาในการติดต่อกันหรือพูดคุยเพื่อรับรู้ความเป็นไปในสังคมจึงน้อยลง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องรับทราบข่าวจากสื่อ ซึ่งมีหน้าที่รวบรวมเหตุการณ์มานำเสนอ

จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างจากการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีการให้ความหมายชาวเบื้องต้นที่ค่อนข้างเป็นไปในทางเดียวกัน อย่างไรก็ตามก็ตามตัวแปรด้านอาชีพและความสนใจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการให้ความหมายชาวมากกว่าตัวแปรทางด้านอายุและการศึกษา กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพซึ่งต้องใช้ข้อมูลในการทำงานอย่างมากเช่น นักธุรกิจ หรือสื่อมวลชน จะมุ่งเน้นชาวในฐานะสิ่งที่นำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมประจำวัน การตัดสินใจ มากกว่าเพียงเพื่อทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่นนักเรียน นักศึกษา หรือแม่ค้าทั่วไป ส่วนใหญ่เห็นว่าชาวคือการแจ้งเหตุการณ์ในแต่ละวันว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง

นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตได้จากการถามคำถามคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้เวลาในการคิดคำตอบนานพอสมควร น้อยคนที่ตอบอย่างทันทีทันใด และมีหนึ่งคนตอบอย่างตรงไปตรงมาว่า ไม่เคยคิดเหมือนกันว่าชาวคืออะไร แต่เท่าที่สอนๆกันมา ชาวคือสถานการณ์ที่จะต้องรับรู้ ต้องupdate ตัวเองให้ทันกับเหตุการณ์ ซึ่งจริงๆแล้วมันไม่น่าจะเป็นถึงขนาดนั้น

### **คุณลักษณะของชาว**

ในด้านคุณลักษณะของชาวหรือคุณค่าชาวซึ่งใช้เป็นตัวพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดเป็นชาวหรือไม่นั้น ข้อมูลที่ได้เป็นสิ่งที่ผู้รับสารคิดขึ้นมาจากความคาดหวัง ความต้องการ ผสมผสานกับความเป็นชาวที่เป็นจริงอยู่ขณะนี้ ดังนั้นคำตอบจึงไม่ใช่รูปแบบดังที่นักวิชาการ นักวิชาชีพเคยให้ไว้แต่เดิม ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

#### **1. ประโยชน์**

กลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าเหตุการณ์ที่มาเป็นข่าวควรมีประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าในแง่ของประโยชน์นั้นสามารถมองออกเป็นสองด้าน คือ ประโยชน์ต่อส่วนรวม และประโยชน์เฉพาะบุคคล

ประโยชน์ต่อส่วนรวม ได้แก่ เรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้างหรือคนหมู่มาก ไม่ใช่คนเพียงบางกลุ่ม  
 “...ในมุมมองของการสื่อสารแล้ว จริงๆมันน่าจะเป็นภาพของคนหมู่มากถึงจะเป็นประโยชน์ต่อคนหมู่มากได้ ไม่ใช่แคบๆ และบางทีตลกๆ ทำให้เกิดการเอาไปปฏิบัติ คือ เอาคนกลุ่มนี้ไปปฏิบัติร่วมด้วย ซึ่งเป็นบทเรียนที่สอนในสิ่งที่ไม่ได้ทำให้เกิดภาพกว้างจริงๆ เอาคนหมู่น้อยมาทำเป็นหมู่มาก แทนที่จะเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อทุกคน กลายเป็นเรื่องบางคนมาบอก ไม่เกิดประโยชน์มากเท่าที่ควร”

“หากเลือกข่าวได้ จะเลือกเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ การกระทำ ความรู้สึกนึกคิดของคนส่วนใหญ่ ...”

นอกจากนี้ข่าวควรเป็นเรื่องที่ให้ประโยชน์ในวงกว้างๆ โดยมีผู้ให้เหตุผลว่า เพราะผู้รับข่าวมีหลายประเภท บางเรื่องแม้ไม่มีประโยชน์กับเรา แต่อาจมีประโยชน์กับคนอื่น หรือเป็นเรื่องที่ควรรู้แต่เราไม่เคยสนใจมาก่อน ซึ่งเมื่อนำเสนอมาแล้วเราเปิดรับเข้าก็ได้ประโยชน์ด้วย

ประโยชน์ในอีกด้านหนึ่งคือ ประโยชน์เฉพาะบุคคล ได้แก่ การให้สาระความรู้ต่างๆ ซึ่งบางครั้งสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน และการทำงาน อีกแง่หนึ่งคือการให้กำลังใจ แรงบันดาลใจ หรือเป็นแบบอย่าง เช่น การชมเชยเยาวชนที่ทำความดี หรือการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ประโยชน์เฉพาะบุคคลนี้รวมไปถึงการให้ความบันเทิงเพลิดเพลินด้วย

## 2. เรื่องราวในด้านบวก หรือสร้างสรรค์

เรื่องราวในด้านบวก หรือสร้างสรรค์ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้นำเสนอเป็นข่าว เรื่องราวด้านบวกในที่นี้หมายถึง เรื่องถูกศีลธรรมจรรยา ดูแล้วยกระดับจิตใจ จรรโลงใจ เช่น ข่าวกระทำความดีของบุคคลต่างๆ ข่าวความก้าวหน้าพัฒนาในด้านต่างๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่องประเภทนี้มักไม่ค่อยได้รับความสนใจ มีการนำเสนอน้อย และลงเป็นข่าวเล็กๆ ดังที่กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งให้ความเห็นว่า

“ข่าวที่อยากเห็นแต่ไม่เคยลงก็มักจะเป็นข่าวดีๆ ที่ไปชุกอยู่หลังๆก็ไม่เข้าใจเหมือนกันว่าทำไมต้องอยู่หลังๆ ไม่เอามาเชิดชู เช่น นักเรียนไทยทำอะไรได้ทัดเทียมชาวบ้าน หรือเกษตรกรคนนี้ตั้งใจทำมาหากิน ทำให้กินดีอยู่ดี ไม่เป็นหนี้เป็นสิน หรือว่าเราทำอะไรที่มันดี...”

## 3. ความทันเหตุการณ์ และความสำคัญ

ความทันเหตุการณ์ และความสำคัญ เป็นคุณลักษณะของข่าวอีกด้านหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ

“ข่าวต้องทันเหตุการณ์ พอมิเหตุการณ์อะไรใหม่ๆ ขึ้นมา เราารู้สึกว่ามันน่าจะเป็นข่าว น่าจะสนใจ ถ้าเป็นเหตุการณ์ประจำๆ เราก็คงไม่คิดว่ามันเป็นข่าว”



“ข่าวคือข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ที่โดดเด่น มีความสำคัญ ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆที่มีผลกระทบทั้งทางด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านการกระทำของคนในสังคม”

#### 4. ความทุกข์ยากของประชาชน

ข้อสังเกตประการหนึ่งที่พบคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาน้อยโดยเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า จะต้องการข่าวซึ่งแสดงความเป็นอยู่และความทุกข์ยากของประชาชนจริงๆในระดับรากหญ้า ปัญหาเศรษฐกิจชาวบ้านแบบชุมชน หรือแม่ค้าริมถนน ไม่ใช่เศรษฐกิจระดับใหญ่อย่างหุ้นตก เพราะอยู่ห่างไกลและไม่เกี่ยวข้องกับพวกเขาเท่าใด ดังที่กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มอาชีพพ่อค้าและแม่ค้าหาบเร่กล่าวว่า

“ส่วนใหญ่ข่าวเศรษฐกิจ เสนอพวกหุ้นก็คือพวกคนรวย เสนอภาพรวมๆ ว่าตอนนี้เศรษฐกิจตกต่ำ แต่ไม่มองถึงระดับล่าง มองแต่พวกบริษัทใหญ่ๆ อยากให้มองพวกหากินข้างถนนบ้าง”

#### 5. ความน่าสนใจใครรู้ (human interest)

กลุ่มตัวอย่างบางคนเห็นว่าข่าวควรมีส่วนของเรื่องราวที่น่าสนใจใครรู้ตามปฏุนิยม โดยเมื่อผู้ตอบว่า สิ่งที่จะมาเป็นข่าวคือสิ่งที่ทำความประหลาดใจให้กับเรา ถ้ายังตื่นเต้นหรือไม่น่าเป็นไปได้ ก็จะได้ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น ขณะที่หลายคนให้ความเห็นว่าข่าวประเภทตื่นเต้นอย่างข่าวอาชญากรรม ก็เป็นที่ชื่นชอบของคนจำนวนไม่น้อย เพราะชวนให้ติดตามและสะท้อนอารมณ์

อย่างไรก็ตามในคำถามด้านคุณลักษณะของข่าวมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ตอบในรูปของประเภทข่าว ซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจของแต่ละคน ข่าวของคนหนึ่งอาจไม่ใช่ข่าวของคนหนึ่ง เช่น ผู้หญิงหรือผู้ที่มีอาชีพครูต้องการให้เสนอข่าวเด็กและเยาวชนค่อนข้างมาก รวมถึงเรื่องเกี่ยวกับผู้หญิง ส่วนผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีจะต้องการข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใหม่ๆ ขณะที่ผู้ที่มีลูกเป็นวัยรุ่นแล้วหัวต่อจะมีความสนใจข่าวยาเสพติด ทั้งนี้ผู้มีการศึกษาน้อยกลุ่มหนึ่งเห็นว่าข่าวอาชญากรรมควรเสนอเป็นข่าว โดยให้เหตุผลว่าเป็นการระงับภัย และสนใจผู้กระทำผิด

อนึ่ง กลุ่มตัวอย่างบางคนแสดงความเห็นว่าข่าวเป็นเรื่องอะไรก็ได้ ให้มีทุกประเภท ขอเพียงเป็นความจริง และคนให้ความสนใจ

#### เรื่องที่ไม่เป็นข่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ถามถึงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ไม่ควรนำเสนอเป็นข่าว ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเห็นว่า เรื่องส่วนตัวของบุคคลเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชาวบ้านเชิง เพราะเป็นการก้าวท้าวเรื่องส่วนตัวของผู้อื่น ไม่เกี่ยวกับส่วนรวม และไม่มีสาระประโยชน์ ดังนี้

“อย่างเป็นทางการเป็นส่วนตัวของแต่ละบุคคลไม่นำเสนอ ที่ไม่น่าจะเอามาเป็นข่าวอาจจะเป็นเรื่องส่วนตัวของเธอ หรือบางเรื่องที่เป็นเหตุผลส่วนตัวแต่พยายามนำเสนอขึ้นมาเป็นข่าว ซึ่งมันไม่เกี่ยวกับส่วนรวม ข่าวน่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับส่วนรวมมากกว่า”

ข่าวเชิงลบ เช่น ชู้สาว อนาคต อาชญากรรม เรื่องผิดศีลธรรมอย่างลูกฆ่าพ่อ เป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มการศึกษาสูงเห็นว่าไม่ควรนำเสนอเป็นข่าว หรือถ้าเสนอก็เป็นข่าวย่อย เพราะมีความรุนแรง ทำให้เกิดความหดหู่ใจ และอาจเกิดการเลียนแบบหรือเกิดเป็นความเคียดชัง ส่วนข่าวไสยศาสตร์ประเภท ไหว้ต้นไม้ ชูต้นไม้ ไม้ เป็นเรื่องที่คิดได้สองแง่มุม ด้านหนึ่งบางคนเห็นว่าเป็นการสะท้อนภาพสังคมว่ายังมีความเชื่อ ค่านิยมเช่นนี้อยู่ และเป็นข่าวที่ชื่นชอบของบางคน คลายเครียด แต่อีกด้านหนึ่งคืออาจทำให้หลงมกไปได้

### คุณภาพของข่าว

คุณภาพของข่าวหรือคุณสมบัติของข่าวที่ดีตามความคิดเห็นของผู้รับสาร สามารถสรุปได้ดังนี้

1. **การนำเสนอความจริง** ในด้านคุณภาพของข่าวหรือคุณสมบัติของข่าวที่ดีนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นค่อนข้างเป็นเสียงเดียวกันว่าข่าวที่ดีควรนำเสนอความจริงให้มากที่สุด ถูกต้อง เทียงตรง ไม่บิดเบือน หรือเสริมแต่งข้อมูล ซึ่งปัจจุบันข่าวขาดคุณสมบัติข้อนี้ ทำให้สังคมไม่รู้ว่าอะไรจริงหรือเท็จ กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“ข่าวที่ออกมาตามสื่อต่างๆ แน่แน่นอนว่าต้องเป็นความจริง แต่ปัจจุบันบิดเบือนกันเยอะ บางทีเราอ่านก็ไม่รู้ว่าคนนี่จริงๆคืออะไร แต่สื่อทำให้เรารู้สึกมีแนวโน้มว่าคนนี่ไม่ดี ทั้งๆที่เขาอาจเป็นคนดีก็ได้ แต่เราไม่ทราบความเป็นจริง...ดังนั้นข่าวจึงสำคัญและควรถูกต้อง”

### ความเป็นจริง

อนึ่ง คำว่า “ความจริง” เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเน้นย้ำอย่างมาก ผู้วิจัยจึงได้ตั้งคำถามในประเด็นนี้ต่อว่า “ความจริง” คืออะไรตามมุมมองของแต่ละคน อะไรจึงเรียกว่าจริงหรือไม่จริง พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบด้วย ซึ่งจากคำตอบที่ได้รับพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนะต่อ “ความจริง” ในหลายๆ แง่มุมที่น่าสนใจดังนี้

1) ด้านหนึ่งมองความจริงในระดับของข้อเท็จจริง หรือข้อมูลจริง ซึ่งมีหลักฐานพิสูจน์ได้ เช่น เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง สถานที่จริง คำพูดจริงจากแหล่งข่าว ฯลฯ เสนอตามข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าว โดยปราศจากการเสริมแต่ง หรือบิดเบือนข้อมูล

“ข่าวที่ดีคือความจริงข้อมูลจริง ไม่ใช่เสริมแต่งเพิ่มขึ้นมาเอง ไม่ใช่มีข้อมูลจริงอยู่คนเดียวแต่ไปเขียนออกมายาวเกินจริงไป ข่าวควรมีความเป็นกลางเพียงพอ ไม่ถูกอิทธิพลครอบงำ มีหลักฐานอ้างอิงได้หากเป็นข้อมูลทางวิทยาศาสตร์”

อย่างไรก็ตามเมื่อถามถึงหลักฐานที่ใช้ดูว่าเรื่องใดเป็นความจริง กลุ่มตัวอย่างใช้การเปรียบเทียบจากหลายๆ สื่อหลายๆ แหล่ง รวมถึงการเปรียบเทียบกับข้อมูลที่มีอยู่เดิม เช่น หากโทรทัศน์สองสถานี หรือหนังสือพิมพ์สองฉบับ

เสนอข่าวเดียวกันไม่ตรงกัน มีตัวเลขผิดพลาด หรือกล่าวอ้างไม่สอดคล้องกัน แสดงว่าต้องมีการผิดพลาดเกิดขึ้น อีกกรณีคือข่าวที่เสนอไม่ตรงกับข้อมูลเดิมที่เคยรู้ ทำให้ผู้รับข่าวต้องเกิดการตรวจสอบว่าสิ่งที่ถูกตั้งคืออะไร

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งยอมรับว่าไม่มีทางทราบแน่ชัดว่าอะไรจริงหรือเท็จ หากเป็นข่าวที่มีข้อเท็จจริงเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์อย่างมีอุบัติเหตุ คนตาย หรือข่าวพระราชบัญญัติ กฎหมาย นั้นยังพอสืบได้ แต่ข่าวที่เป็นความคิดเห็น อย่างข่าวการเมือง เราแทบไม่รู้ว่าเขาพูดจริงหรือเท็จ ดังที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า

“ถ้าเรื่องรถชนกัน มีคนตาย เหตุการณ์อย่างนี้แน่นอนว่าจริง มีหลักฐานออกมา แต่การเมืองนี่ต่างคนต่างพูดกันไป”

“ข่าวบางที่มันก็เกิดจากแนวความคิด เช่น คำว่าไอ้เหาะมันโกงสนาม 600 ล้าน นี่เป็นแนวความคิด ทั้งที่ข้อเท็จจริงจะจริงหรือเปล่านั้นไม่รู้ แต่มันเป็นแนวความคิดแล้วก็เอามาเป็นข่าว ซึ่งข่าวประเภทนี้เยอะมาก ส่วนข่าวข้อเท็จจริงต่างๆ เช่น รัฐบาลออก พ.ร.บ. มีผลดี ผลเสีย มันตรวจดูได้ตามกฎหมายมาตราต่างๆ check ได้ แต่พวกข่าวลือ ข่าวมโนสารเร่ มันน่าเบื่อ ไม่มีข้อมูลอะไรที่จะอ้างอิงได้”

ดังนั้น วิธีหนึ่งในการแก้ปัญหา คือ การเสนอข่าวต้องลงตามที่ได้ข้อมูลจากแหล่งข่าวมาแบบตายตัว ประเด็นข่าวหนึ่งๆ ควรจะมีหลายแหล่งข่าว เพราะแหล่งข่าวเป็นบุคคลย่อมมีการผิดพลาด หรือมีมุมมองส่วนตัว ในส่วนของนักข่าวต้องพยายามสืบเสาะความจริงนำมาเสนอ และสุดท้ายเป็นหน้าที่ผู้รับข่าวต้องใช้วิจารณญาณแยกแยะเอาเองว่าจะเชื่อหรือไม่

จุดน่าสนใจประการหนึ่งที่ผู้วิจัยพบคือ กลุ่มตัวอย่างสองคนมีความเห็นเหมือนกันว่า ความพยายามในการค้นหาความจริงของตนนั้นขึ้นอยู่กับความสำคัญของข่าว กล่าวคือ ถ้าเป็นข่าวที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจหรือเกี่ยวข้องกับตนเองแล้วจึงจะพยายามหาว่าอะไรคือข้อเท็จจริง แต่ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวเองหรือไม่อยู่ในความสนใจ ก็จะไม่ใส่ใจต่อความจริงเท่าใด

2) อีกแง่มุมหนึ่งของ“ความจริง” คือ ความจริงเป็นสิ่งที่อยู่ลึกเข้าไปกว่าเพียงแค่การนำเสนอข้อมูล เป็นสิ่งที่ตัดสินใจได้ยาก ผู้รับสารต้องพิจารณาค้นหาเอง และอาจต้องอาศัยเวลาในการพิสูจน์ มีกลุ่มตัวอย่างเพียงไม่กี่คนที่มองถึงความจริงในแง่มุมนี้ และเป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาสูง ซึ่งความคิดเห็นเกี่ยวกับความจริงในแง่มุมนี้ เช่น

“ความจริงเป็นเรื่องจับต้องไม่ได้ หรือพิสูจน์ไม่ได้เลยที่เดียวว่าจริง เพราะเราไม่รู้ว่าเอามาจากมุมมองของใคร หรือยังงั้น อย่างบางข่าวต้องใช้วิจารณญาณหรือเวลาที่ค่อนข้างยาวนานกว่าจะรู้ว่าสรุปแล้วเป็นอย่างไร เช่น ข่าวอาชญากรรมบางอย่างบางครั้งมีแพะรับบาปหรือใครก็ไม่รู้ถูกมารับความผิด เราดูไปเราก็เชื่อว่าเขาผิดจริงๆ ทั้งๆที่เค้าอาจรับผิดเพราะสาเหตุอื่นๆ บางทีบอกเราไม่ได้ แต่สิ่งที่เราพอทำได้คือ ทำอย่างไรให้การนำเสนอของเราทำให้คนรับสารสามารถใช้ประสบการณ์หรือวิจารณญาณของเขาคิดว่าอะไรจริงสำหรับเขา ก็น่า

จะเป็นการต่อเนื่อง ระยะเวลาของการนำเสนอข่าว คำก็จะรู้เองว่าไม่จุดนี้แค่นี้เท่านั้น แต่มันเป็นมาอย่างนี้นะแล้วจะดำเนินไปอย่างไร จะได้คิดว่าอะไรคือความจริงสำหรับเขา เพราะบางทีมันก็สรุปไม่ได้”

2. **ความเป็นกลาง** คุณภาพข่าวประการต่อมาที่กลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มีการศึกษาาระดับสูง กล่าวถึงคือ ความเป็นกลาง ไม่ใช่ความคิดเห็นหรืออคติส่วนตัวของผู้ทำข่าว ความเป็นกลางในที่นี้คือ การไม่เสนอเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่ถูกอิทธิพลครอบงำ ไม่เสนอแบบขึ้นนำหรือผ่านสายตาของนักข่าว และไม่ควรตัดสินด้วยความเห็นส่วนตัว ดังที่มีผู้แสดงความเห็นว่า

“คนที่เขาข่าวมาออกทางโทรทัศน์หรือวิทยุ ชอบสรุปที่เป็นความเห็นตัวเอง เพราะตัวเองไม่ชอบพรรคนี้ คนนี้ ก็พยายามสรุปให้มันเข้า ซึ่งจริงๆควรทิ้งไว้ว่าข่าวเป็นอย่างนี้ ผู้อ่านผู้ฟังต้องใช้วิจารณญาณเอาเอง...”

สอดคล้องกับคำพูดของอีกคนหนึ่งคือ

“เป็นกลาง ไม่โจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมากเกินไป ปล่อยให้ผู้อ่านได้ตัดสินใจเองบ้าง คุณเป็นนักข่าว ไม่ใช่ นักวิเคราะห์หรือนักชี้นำสังคม... ข่าวควรนำเสนอในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูล ไม่ใช่วิเคราะห์หรือสังเคราะห์ข้อมูล”

ในประเด็นเรื่องการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงไปในช่วงนั้น มีผู้เสนอว่าสามารถมีได้แต่ต้องแยกออกมาอีกส่วนในรูปของการวิเคราะห์บนข้อมูล ข้อเท็จจริง ไม่แต่งเติมข้อมูลนั้นให้เข้ากับความคิดเห็นของตน

“อย่างที่บอกไปแล้ว ข่าวมีสองประเภท คือรายงานเหตุการณ์จริง เกิดอะไรขึ้นๆ fact ล้วนๆ what where when how ส่วนอีกแบบคือที่แสดงความคิดเห็น สองแบบนี้ต้องแยกจากกันให้เห็นชัดเจน อย่างมาปนกัน ถ้าคุณรายงานข่าวก็คือมีคนมานั่งรายงานข่าวเป็นผู้ประกาศข่าว แล้วก็พูดอันนี้ควรเป็น fact ล้วนๆ ถ้าในลักษณะที่เจอใน นสพ. บ่อยๆ หรือในรายสัปดาห์ซึ่งควรจะบอกตรงๆว่าอันนี้พูดผ่านสายตาของผม คนเขียนเพื่อให้คนอ่านหรือคนชมเข้าใจได้ว่าผ่านการวิเคราะห์ของบุคคลนี้มาแล้วโดยยืนพื้นจากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงหรืออะไรต่างๆก็ว่าไป ซึ่งมันจะต่างจากแบบแรกที่มีคนมานั่งกันอยู่แล้วก็สวัสดีคะวันนี้ดิฉันจะมารายงานข่าวเรื่องนี้เรื่องนี้ ซึ่งคำว่ารายงานข่าวที่คุณต้องพูดเรื่องจริง คือมันมีสองแบบซึ่งต้องแยกจากกัน อย่างเด็ดขาดไม่อย่างนั้นมันจะงง อย่างแบบแรกคนไม่รู้ นี่กว่าอันที่เป็น fact นี้เป็นความคิดเห็นของคุณหรือเปล่า ซึ่งในเมืองไทยมันมีตรงนี้ไงคือมันไม่แยกจากกัน ทำให้ข่าวหน้าหนึ่งหลายฉบับอย่างไทยรัฐ กลายเป็นใส่ความคิดเห็นลงไปด้วย ข่าวหน้าหนึ่งที่ไม่รวมสรุป เช่น ข่าวพาดหัวอย่างนั้นมันควรเป็น fact เพราะมันเอามาใช้อ้างอิงสิ่งต่างๆได้ และมันถ่ายทอดในลักษณะที่มันมีอะไรเกิดขึ้นว่า คนอ่านก็มักจะไม่ได้มองว่ามันผ่านความคิดเห็นใครคนหนึ่งมาแล้ว ทั้งที่คำพูดที่ใช้ต่างๆมันเต็มไปด้วยความคิดเห็น การต่อเติม คิดว่ามันควรจะแยกกันอย่างชัดเจน มันเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของคน”

3. **ความต่อเนื่อง** ความต่อเนื่องของการนำเสนอเป็นคุณสมบัติของข่าวที่ดีซึ่งกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างต้องการเช่นกัน โดยให้เหตุผลว่าการนำเสนอข่าวในปัจจุบันไม่ค่อยติดตามเรื่องจนจบ มักเสนอเป็นกระแสวิกฤตมีเรื่องใหม่ๆ ดังๆ ก็หันไปจับเรื่องนั้นกันหมด ทั้งๆที่เรื่องเก่ายังไม่จบหรือถึงที่สุด ความต่อเนื่องนี้ครอบคลุมไปถึงการให้รายละเอียดของเรื่องที่ผ่านมาแล้วในข่าวของวันใหม่ เพื่อให้ผู้ที่เพิ่งทราบเรื่องสามารถติดตามเหตุการณ์ได้เข้าใจ

4. **ความน่าเชื่อถือ** ในด้านความน่าเชื่อถือ คือสามารถตรวจสอบอ้างอิงได้ เช่น มีการให้ข้อมูลอ้างอิงหรือคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์ การเสนอข้อมูลจริง และเมื่อถามถึงเกณฑ์ที่ใช้วัดความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งให้คำตอบดังนี้

“พีไม่รู้ว่ามันเที่ยงตรงและน่าเชื่อถืออย่างไร แต่ที่รู้ว่ามันไม่น่าเที่ยงตรงและไม่น่าเชื่อถืออย่างไรตรงที่ว่าพีสามารถดูสองช่อง สมมติสถานการณ์เดียวกัน เด็กถูกรถชนที่สมุทรปราการ บางทีเขาพูดชื่อโรงเรียนกับจังหวัดที่โรงเรียนตั้งอยู่ ซึ่งสองช่องมันเสนอคนละจังหวัดกัน สมมติพีไม่รู้ว่าโรงเรียนนี้อยู่จังหวัดไหนจริง พีก็ไม่สามารถจะรู้ได้ แต่รู้ว่าต้องมีช่องหนึ่งที่ยกผิด มั่ว พีเลยรู้สึกว่ามันน่าเชื่อถือ คล้ายๆอย่างนั้น มัน conflict กัน บางทีเราก็อยากรู้ว่าเด็กคนไหนได้รับบาดเจ็บ มีชื่อมีนามสกุล เราก็ไม่แน่ใจว่าชื่อ นามสกุลมันถูกต้องไหม ถ้าเป็นญาติเรารู้สึกแบบนั้นมันจะมี แต่ถ้าไม่ใช่ก็โอเค แต่ก็ยังไม่แน่ใจว่าตกลงถูกไหม นี่คือมองแบบง่าย ๆ ส่วนเรื่องอื่นๆ บางอย่างถ้าเรารู้ เราก็จะรู้ว่าข้อมูลนี้ผิด ถ้าเป็นเรื่องที่เราไม่รู้ เราก็จะตีว่าไม่เชื่อเอาไว้ก่อน”

5. **การใช้ภาษา** ด้านของการใช้ภาษานั้น เนื่องจากภาษาเป็นสิ่งที่สั้นไหลได้ หากเลือกใช้คำผิด หรือเสนอด้วยคนละน้ำเสียง ก็ทำให้เกิดการตีความหมายผิดพลาดได้ ด้านตัวผู้ประกาศข่าวควรพูดชัดถ้อยชัดคำ กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งซึ่งมีอาชีพเป็นครูเสนอว่า การใช้ภาษาในข่าวเป็นเรื่องสำคัญ ข่าวประเภทข่าวควรเขียนให้ไม่น่ากลัว เพื่อคนรับข่าวจะได้ไม่ตกใจโดยเฉพาะการพาดหัวข่าว นอกจากนี้การใช้ภาษายังรวมไปถึงในเรื่องของความชัดเจนในการนำเสนอ คือ ตรงไปตรงมา ไม่วกวน ผู้รับข่าวสามารถรู้ทั้งหมดได้จากการอ่านข่าวขึ้นเดียวตั้งแต่ต้นจนจบ

6. **ความสมดุลของข่าว** คือการให้ข้อมูลรอบด้าน เจาะลึก ไม่ว่าจะเป็นส่วนดี ด้านเสีย ฝ่ายได้ประโยชน์ ฝ่ายเสียประโยชน์ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้รับข่าวในการพิจารณาวิเคราะห์เรื่องราว

7. **ความมีประโยชน์** เป็นคุณสมบัติของข่าวอีกด้านหนึ่งซึ่งมองในแง่ผลที่ได้รับจากการนำเสนอข่าวไปแล้ว กล่าวคือ ข่าวที่ดีควรก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในแง่ส่วนรวม คือ มีผลกระทบต่อสาธารณชนทั่วไป หรือช่วยยกระดับสังคม ทำให้ภาพรวมสังคมดีขึ้น ไม่ใช่เพียงแค่เสนอข่าวไปแต่ไม่ได้ทำให้เกิดอะไรขึ้นกับสังคม อีกด้าน คือ ประโยชน์ส่วนบุคคล ได้แก่ การสร้างความภาคภูมิใจ ประทับใจ ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจ ให้เนื้อหาสาระที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นต้น

## อุดมการณ์

การศึกษาการให้ความหมายข่าวในด้านอุดมการณ์ ผู้วิจัยไม่ได้ตั้งคำถามแบบเจาะจง เนื่องจากไม่ต้องการให้เกิดคำถามขึ้นนำ ดังนั้นข้อมูลในส่วนนี้กลุ่มตัวอย่างจึงเป็นผู้กล่าวขึ้นมาก่อน และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูง ในขณะที่ผู้มีการศึกษาต่ำไม่แสดงความเห็นในด้านนี้เท่าใด ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการให้ความหมายข่าวด้านอุดมการณ์ในแง่ลบต่อไป

### 1. ข่าวคือสินค้า

กลุ่มตัวอย่างนิยามข่าวด้านอุดมการณ์ในแง่ลบนี้ไว้มากที่สุด โดยเห็นว่าข่าวเป็นเรื่องของธุรกิจที่เน้นการแข่งขัน และผลกำไรจากยอดขายและรายได้จากสปอนเซอร์ ข่าวจึงกลายเป็นสินค้าที่ผู้ผลิตข่าวทำขึ้นให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคข่าว กล่าวคือ สนองความต้องการขั้นพื้นฐานที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์ เช่น ชอบดูชอบฟังเรื่องทางลบมากกว่าเรื่องทางบวก เรื่องบันเทิง เรื่องส่วนบุคคล เรื่องแปลกประหลาด ฯลฯ มากกว่านำเสนอเรื่องที่มีประโยชน์หรือสร้างสรรค์

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าข่าวในหนังสือพิมพ์ถูกทำให้เป็นสินค้ามากที่สุด เช่น การพาดหัวข่าวด้วยภาษารุนแรง หรือกำกวม เพื่อดึงดูดใจให้ซื้อ

ตัวอย่างของนิยามข่าวในด้านอุดมการณ์ คือ

“ถ้ามองในเรื่องของการตลาด มอง นสพ. เป็นผลิตภัณฑ์ หากความแรงไม่มีในแง่ของสินค้า มันก็ขายยาก แต่ถ้าคนเดินมาอ่านพาดหัวข่าว เอ๊ะ ‘ซ่าแหละมดอึบยศ’ มันอึบยศอย่างไร มันต้องตาม มันดึงดูดให้คนติดตามเนื้อข่าว”

“ธรรมชาติของมนุษย์เรื่องไม่ค่อยดีอยากรู้มากกว่าอยู่แล้ว เรื่องดี ๆ ไม่ค่อยอยากรู้ ปัจจุบันต้องยอมรับว่าพวกนี้เป็นธุรกิจหมด ยอดขายต้องมาก่อน ระหว่างสิ่งที่ดีกับสิ่งที่ไม่ดี คนก็ต้องอยากรู้สิ่งที่ไม่ดีก่อน”

### 2. ข่าวทำขึ้นเพื่อประโยชน์ของคนบางกลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ

ข่าวในความหมายนี้คือ การนำเสนอเรื่องราวที่ถูกกำหนดให้สอดคล้องหรือก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มคนบางกลุ่ม ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลหรือชื่อเสียงฐานะ ข่าวจะถูก เลือกลง บิดเบือน หรือสร้างขึ้นตามจุดมุ่งหมายต่างๆ เช่น การสนับสนุนอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การโฆษณาสินค้า ฯลฯ ดังที่กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวว่า ข่าวมีเรื่องของการยัดเยียดแฝงปณอยู่ (hidden agenda)

“ผมมองว่าทุกอย่างเป็นข่าว มันมีเรื่องของจริยธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องในการคัดเลือกหรือนำเสนอ ทุกเรื่องที่เข้ามาต้องยอมรับว่ามันเป็นข่าวหมด มีทั้งข่าวดี ข่าวไม่ดี มีข่าวลวงข่าวสร้างขึ้นมา มันก็เลยมีความนัยหรือ hidden agenda ของเรื่อง เช่น ข่าวดาราดกน้ำ บางทีมันเป็นข่าว promote สร้างกระแส สร้างความนิยม มันอยู่ที่จริยธรรมในการนำเสนอ ทุกเรื่องมันก็น่าจะเป็นข่าวหมด”

“ชาวบางชาวถูกเลือกมาเพื่อเป็นประโยชน์แก่บริษัทหรือคนบางส่วนเท่านั้น เสนอข่าวแค่เป็นประโยชน์แก่นายกฯ อะไรอย่างนี้ ซึ่งบางครั้งทำให้คนที่ไม่มีความรู้ค่อยตามไปกับข่าวที่เขาสื่อนอ”

กลุ่มตัวอย่างเสริมว่า แม้บางครั้งนักข่าวจะถูกกำกับอยู่ในกรอบของอิทธิพลจากคนบางกลุ่ม แต่ถ้ารวมตัวกันร่วมมือกัน ไม่เชื่อว่าอิทธิพลของคนไม่กี่กลุ่มจะครอบงำสื่อได้

### 3. ชาวมีการตีความหมายแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและสังคม

ในแง่มุมมองนี้ หมายถึง เหตุการณ์เดียวกันเมื่อนำเสนอในวัฒนธรรมหรือสังคมที่แตกต่างกันไป อาจเกิดการตีความหมายของคนในสังคมนั้นๆ แตกต่างกันไปด้วย กลุ่มตัวอย่างได้ยกตัวอย่างกรณีข่าวการทำสงครามของสหรัฐอเมริกาที่อัฟกานิสถานว่านอกจากสื่อจะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการทำสงครามแล้ว การนำเสนอข่าวที่เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับอาวุธสงครามของอเมริกานั้น เมื่อมองผ่านสายตาโลกมุสลิมซึ่งเป็นฝ่ายถูกกระทำกลับกลายเป็นภาพของการโฆษณาอาวุธมากกว่าการนำเสนอข่าว

“ชาวต่างประเทศ Nation Channel ไม่เห็นเลยเหรอว่าทุกสื่อของมันถูกใช้เป็นเครื่องมือ ในทุกสงคราม ตัวอย่าง อัฟกานิสถาน เห็นได้ชัด โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ข่าวที่นำเสนอหลายครั้งเลยจะเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับอาวุธมากกว่าจะบอกว่าสงครามนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร ใครเป็นคนทำ มีผลกระทบอย่างไร ใครเป็นคนทำ มีผลกระทบอย่างไร รายละเอียดอาวุธ บอกกระทั่งชื่อจริง ชื่อเล่นของอาวุธ อย่างรุ่นเดซีคัตเตอร์ที่โผล่ไประเบิดอำนาจการทำลายล้าง ขนาด ราคา ซึ่งมีความรู้ดีกว่าลักษณะการนำเสนอข่าวแบบนี้ โลกมุสลิมหรือฝ่ายที่โดนกระทำจากสหรัฐฯ ก็จะมีมองว่ามันเป็นการโฆษณาอาวุธเสียมากกว่าการเป็นข่าว ส่วนตัวเองก็มองคล้ายกัน เมื่อก่อนไม่เคยคิด แต่พอได้ดูพวกโฆษณาแนะนำสินค้า เครื่องออกกำลังกายเห็นได้ว่ามันคือสิ่งเดียวกันเลย คือ ประสิทธิภาพของสินค้า ลักษณะสินค้า ราคาสินค้า”

### 4. ข่าวคือความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้น

กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่านักข่าวเลือกเหตุการณ์มาเสนอเป็นข่าวตามมุมมองของตนในมิติที่สอดคล้องกับโครงสร้างของสังคม เช่น ค่านิยม บรรทัดฐาน ฯลฯ และกลายเป็นการกำหนดกรอบการรับรู้ของคนในสังคม หรือการสร้างความเป็นจริงทางสังคม เช่น การเสนอข่าวสังคมผู้หญิง ภาพของผู้หญิงที่ดีหรือเก่งคือผู้หญิงค่อนข้างชั้นสูง มีตำแหน่งหน้าที่เป็นผู้หญิงแบบบรรทัดฐานทางสังคม คือกุลสตรีทำตามกฎสังคม แต่นักข่าวมองข้ามผู้หญิงเก่งอีกประเภทที่ไม่ได้อยู่บนชั้นสูงของสังคม อย่างสาวโรงงานที่ทำงานแบบเหน็ดเหนื่อย

### 5. ข่าวเป็นการชี้นำทางความคิดและพฤติกรรม

ในความหมายนี้ค่อนข้างให้อิทธิพลกับข่าวว่าสามารถชี้นำคนในสังคมได้ทั้งทางด้านความคิดและพฤติกรรม เนื่องจากเราไม่ได้ประสบเหตุการณ์ด้วยตนเองทุกเรื่อง ส่วนมากเรารับรู้ผ่านสื่อ ซึ่งสื่อก็เสนอตามมุมมองของตน ดังนั้นหากไม่มีวิจารณญาณ ย่อมเชื่อตามที่ข่าวรายงาน ส่วนทางด้านพฤติกรรมกลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงพฤติกรรมเลียนแบบ

จากข่าว เช่น ช่วงที่ข่าวฆ่าตัวตายสูง คนอ่านข่าวเมื่อถึง ณ เวลานั้นเกิดขาดสติ และจดจำภาพข่าวได้ เกิดความไม่ยั้งคิดและใช้การฆ่าตัวตายแก้ปัญหาเหมือนในข่าว เป็นต้น

### หน้าที่นักข่าว

ในประเด็นด้านความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่ของนักข่าว ผลจากคำตอบช่วยเสริมความเข้าใจในการมองข่าวของกลุ่มตัวอย่างให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยสังเกตจากความคาดหวังและความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติของนักข่าว

#### 1. หน้าที่

จากการสอบถามความคิดเห็นในเรื่องหน้าที่ของนักข่าวพบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมให้นักข่าวเป็น“ผู้เลือก” ข่าวให้แก่ตนเอง นักข่าวทำหน้าที่หาข่าว โดยใช้วิจารณญาณว่าสิ่งใดควรเป็นข่าว กล่าวคือ นักข่าวต้องคิดว่าสิ่งใดควรนำเสนอ หรือไม่ควรนำเสนอ ถ้าเสนอแล้วก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหรือไม่ จุดมุ่งหมายในการเสนอคืออะไร ต่อจากนั้นจึงรวบรวม นำข้อมูลมาเสนอให้ประชาชนทราบ ซึ่งตลอดเส้นทางของกระบวนการทำข่าวต้องเป็นไปด้วยความถูกต้อง ไม่เบี่ยงเบนจากความเป็นจริง

“หน้าที่ของนักข่าวหลักๆก็คือหาข่าวก่อน แล้วต้องคิดว่าข่าวที่จะไปหามีประโยชน์หรือเปล่า ใช้ได้หรือเปล่า ต้องการสื่ออะไร นักข่าวเวลาไปหาข่าวต้องมีวิจารณญาณในการตัดสินใจด้วย...”

“หน้าที่ของนักข่าวคือ หาข่าว ประมวลผล สรุป แล้วนำเสนอ แต่ตลอดเส้นทางนี้ไม่ควรทำอะไรที่เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง อาจสรุปให้สั้น ประมวลผล เรียบเรียงใหม่ แต่ไม่ควรบิดเบือนจากความเป็นจริง”

อย่างไรก็ตามมองในด้านบทบาทหน้าที่ของการเป็นผู้เสนอข่าวถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก เห็นว่านักข่าวควรอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร (messenger) คือเป็นคนกลางที่นำเสนอเรื่องราวหรือข้อมูลจากแหล่งข่าวมาสู่ผู้รับข่าว ไม่เสนออารมณ์ความรู้สึกของตนหรือบังคับให้ผู้อื่นรู้สึกตามไปด้วย ส่วนกลุ่มที่สองเห็นว่านักข่าวควรมีการวิเคราะห์ข่าวก่อนนำเสนอ ไม่ใช่เผยแพร่ทั้งหมด

กลุ่มที่เห็นว่านักข่าวคือผู้ส่งสาร

“นักข่าวเป็นคนกลางที่นำเสนอเรื่องราวหรือข้อมูลเนื้อหาอันนั้นมาสู่คนเช่นพี่ ผู้ที่ต้องการรับข่าว เหมือนกับว่าถ้ามีเรื่องราวภายนอกรอบๆห้องที่พี่อยู่ พี่ไม่สามารถรู้ทั้งหมด เขาเป็นคนเอามาให้ เขาน่าจะเป็นคนที่ทำให้พี่คิดได้เองว่าจะรู้สึกอย่างไรกับข่าวนั้น ไม่ต้องเสนอความรู้สึกเขามาก หรือ force ให้พี่รู้สึก”

กลุ่มที่เห็นว่านักข่าวไม่ควรเป็นเพียงผู้ส่งสาร

“ควรวิเคราะห์ข่าวก่อนที่จะมานำเสนอ อย่าเอาทั้งหมดทั้งร้อยที่ได้มาเผยแพร่ทั้งหมด ควรจะพิจารณาก่อนว่าจริงหรือไม่จริง อย่างน้อยเคยอ่าน นสพ. สองฉบับแล้วข่าวไม่ตรงกัน ลักษณะอย่างนี้อันหนึ่งพูดอย่าง อีกอันพูด



อย่าง แต่เรื่องเดียวกัน ไม่นั้นเหมือนที่เขายกมาเป็นแค่ messenger คือเอาเข้ามาแล้วประกาศให้คนรู้ แค่นั้นใครก็ทำได้ “ไม่ควรเป็นแค่นั้น”

## 2. คุณสมบัติ

คุณสมบัติของนักข่าวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการได้แก่

### 2.1 จรรยาบรรณ

นักข่าวที่ดีต้องมีจรรยาบรรณ ซึ่งจรรยาบรรณในที่นี้สามารถแบ่งออกได้เป็นจรรยาบรรณในด้านของความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ และจรรยาบรรณในด้านของคุณธรรม

จรรยาบรรณในด้านความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพคือ ความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ นำเสนอเรื่องจริง ไม่หลอกลวง ความเป็นกลาง ไม่สรุปตัดสินข่าวตามความคิดเห็นของตนเอง แต่ปล่อยให้ผู้ชมผู้อ่านใช้วิจารณญาณตัดสินใจ

“คนที่เราจะเอาข่าวมาออกทางโทรทัศน์หรือวิทยุชอบสรุปที่เป็นความเห็นตัวเอง เพราะตัวเองไม่ชอบพรรคนี้ คนนี้ ก็พยายามรุกให้มันเข้า ซึ่งจริงๆควรทิ้งไว้ว่าข่าวเป็นอย่างนี้ ผู้อ่านผู้ฟังต้องใช้วิจารณญาณเอาเอง คำเรียกว่าจรรยาบรรณของนักข่าวที่ดีที่สุด”

นอกจากนี้นักข่าวควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม การลงภาพข่าวรุนแรงหรือเหยื่อเคราะห์ร้ายโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวหรือญาติมิตร เป็นการขาดความเคารพต่อสิทธิมนุษยชนของผู้อื่น

“...การเสนอข่าวก็คือว่า พาดหัวข่าวต้องไม่รุนแรงเกินไป หรือทำร้ายสิทธิมนุษยชนหรือศักดิ์ศรี เช่น เมื่อเข้า นสพ. ฉบับหนึ่งลงภาพผู้หญิงเงินถูกข่มขืน เสนอภาพหน้าเห็นชัดเหมือนเป็นการประจาน แม้จะไม่ใช่คนไทยก็ตาม ก็น่าจะทำลางๆหรือเอาคางปิดหน้าไว้ ผมมองว่าสื่อควรมีจรรยาบรรณในตัวเอง เคารพสิทธิผู้อื่น ถ้าเป็นพี่น้องตัวเองถูกเสนอข่าวเป็นอย่างนี้ ตัวเองจะรู้สึกอย่างไร การซื้อความไม่ดีของสังคม เป็นสิ่งที่ทำได้ แต่ควรเสนออย่างสร้างสรรค์”

### 2.2 แสวงหาความรู้ในเรื่องที่ตนรับผิดชอบ

นักข่าวต้องเป็นผู้รู้ลึกซึ้งในเรื่องที่ตนเองรายงาน หากไม่รู้ต้องมีการหาความรู้เพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวว่าปัจจุบันนักข่าวหนึ่งคนทำข่าวได้ทุกประเภท แต่มักไม่ทำการบ้าน คือไม่มีความรู้พื้นฐานในด้านที่ตนเองต้องทำ และไม่แสวงหาเพิ่มเติม การหาความรู้ทำได้ทั้งจากการอ่าน หรือการฟังจากนักข่าวอาวุโส เพื่อนนักข่าว เพื่อเป็นการสะสมพื้นฐาน เพราะข่าวบางอย่างต้องอาศัยความเข้าใจที่ลึกซึ้ง เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ

ส่วนจรรยาบรรณในด้านคุณธรรม คือ นักข่าวที่ดีควรเป็นคนสร้างสัมพันธ์ระหว่างชุมชนที่เข้าไปทำข่าวกับองค์กรข่าว ให้รู้สึกว่ามีมาด้วยเจตนาที่ดี นักข่าวควรเป็นผู้ที่มีใจรักในการเป็นนักข่าว ต้องการช่วยเหลือสังคมจริงๆ อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ นักข่าวควรมีความสุภาพ พุดจาไพเราะ ให้ความเคารพในสิทธิส่วนตัวของผู้อื่น

### 3. ความพึงพอใจของประชาชนต่อการทำงานของนักข่าว

ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทั้งส่วนที่พอใจในการทำงานของนักข่าวแล้วกับส่วนที่อยากให้ปรับปรุงแก้ไข

ส่วนที่พอใจเห็นว่านักข่าวมีความพยายามในการหาเรื่องราวต่าง ๆ มานำเสนอให้ได้รู้ เรื่องราวมีความทันเหตุการณ์ นักข่าวรู้จักเลือกแหล่งข่าวว่าเรื่องราวประเภทนี้ต้องสัมภาษณ์บุคคลใด

ส่วนที่ไม่พอใจเห็นว่านักข่าวควรแก้ไขและเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

3.1 ทำข่าวอย่างมีประเด็น กล่าวคือ นักข่าวต้องคิดว่าเสนอเรื่องใด จุดมุ่งหมายคืออะไร แก่นของเรื่องที่ต้องการให้ประชาชนทราบคืออะไร ไม่ใช่สัมภาษณ์แหล่งข่าววกไปเวียนมา ไม่มีอะไรคืบหน้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ นักข่าวควรลดการทำข่าวประเภทตามกระแส คือ เหตุการณ์หรือบุคคลใดกำลังเป็นที่สนใจ นักข่าวจะหันไปทำข่าวอย่างนั้นตามกันไปหมด จนอาจจะเลยเสนอบางเรื่องที่สำคัญๆ

3.2 เจาะลึกข้อมูล กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่านักข่าวเป็นตัวแทนของประชาชน ควรนำเสนอข้อมูลที่สังคมไม่รู้ออกมาให้รู้มากที่สุด ดังนั้นจึงพยายามเจาะลึกข้อมูลให้ประชาชนรู้เบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ใช่เพียงข้อมูลเบื้องต้น

3.3 ความถูกต้องของข้อมูล นักข่าวควรตรวจสอบข้อเท็จจริงเท่าที่สามารถทำได้ก่อนนำมาเสนอ เช่น อายุ ชื่อ ฯลฯ เพราะข่าวเมื่อนำเสนอไปย่อมมีผลกระทบต่อญาติหรือผู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อาจเกิดความเสียหายควรคำนึงถึงประชาชนมากกว่าการแข่งขันทางธุรกิจ

3.4 การปลูกฝังจริยธรรม กลุ่มตัวอย่างที่มาจากกลุ่มผู้สูงวัยและมีการศึกษาสูงเสนอว่า สถานศึกษาควรปลูกฝังเรื่องจริยธรรมให้กับผู้ที่จะประกอบอาชีพสื่อมวลชน สมาคมวิชาชีพควรเข้ามาควบคุมการทำงานกันเองของนักข่าว ไม่ใช่มีบทบาทเพียงเวลาที่รัฐบาลเข้ามาควบคุมการทำงาน นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเสนอว่านักข่าวน่าจะมีการสอบใบประกอบวิชาชีพหรือขึ้นทะเบียน เพราะหากเกิดความผิดพลาดในการทำงานจะสามารถจัดการได้

#### ความพึงพอใจในข่าวปัจจุบัน

การศึกษาถึงความพึงพอใจต่อข่าวที่นำเสนออยู่ในปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นทั้งในส่วนที่พอใจและไม่พอใจ รวมถึงสิ่งที่ต้องการให้แก้ไขปรับปรุง สังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยพอใจต่อข่าวปัจจุบันนั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เปิดรับข่าวเป็นประจำ และมีการศึกษาระดับสูง อย่างไรก็ตามทั้งสองกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังต่อไปนี้

### 1. ส่วนที่พึงพอใจต่อข่าวที่นำเสนออยู่ปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสื่อปัจจุบันนำเสนอข่าวได้อย่างทันเหตุการณ์ มีการแข่งขันกันนำเสนอ ทำให้ได้รู้ข้อมูลต่างๆเร็วขึ้น ให้ความสำคัญต่อเหตุการณ์สำคัญๆ พยายามหาเรื่องราวต่างๆมาให้ได้ดูได้ฟัง

ในด้านเนื้อหา ข่าวมีการเสนอความจริง และเป็นกลางมากขึ้น ข่าวประเภทร้องเรียนของชาวบ้านยังคงนำเสนออยู่ และได้รับการเอาใจใส่จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องพอสมควร ข่าวค่อนข้างมีสาระ ซึ่งอาจเพราะนักข่าวและประชาชนมีความรู้สูงขึ้น นอกจากนี้ข่าวมีให้เลือกหลากหลายกว่าเดิมทั้งในส่วนของประเภทข่าว และประเภทสื่อ มีการเปิดกว้างให้นักเขียนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

“ส่วนใหญ่ก็พอใจ ดีขึ้นกว่าแต่ก่อน มีการแข่งขันกันนำเสนอ ทันต่อเหตุการณ์ ได้ดูได้อ่านเร็วขึ้น เป็นจริงมากขึ้น แต่ก่อนข่าวอาชญากรรมมีมาก ข่าวสารจะมีน้อย อาจเพราะปัจจุบันนักข่าวมีความรู้สูงขึ้น คนอ่านมีความรู้มากขึ้น”

“ข้อสังเกตคือ ข่าวปัจจุบันถ้าถามว่าพอใจไหม ก็พอใจถ้ามีให้เลือกมากขึ้น และอย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ผมว่ามันก็ค่อนข้าง free ให้นักเขียน บางคอลัมน์ดีกันก็มี เห็นต่างกันไปเลย เปิด free ให้ผู้อ่านเลือกรับตามใจชอบ

### 2. ส่วนที่ไม่พึงพอใจในข่าวปัจจุบัน

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่พอใจและต้องการให้เกิดการแก้ไขปรับปรุงในการเสนอข่าว ได้แก่

2.1 การมุ่งเน้นผลประโยชน์ กล่าวคือ องค์กรข่าวเน้นการขายข่าว การแข่งขัน ผลกำไร มากกว่าการยกระดับสังคมหรือประโยชน์ของประชาชน จึงชอบเสนอข่าวประเภทเรื่องส่วนบุคคล ชู้สาว เรื่องแปลกพิสดาร ไสยศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องที่สนองความต้องการขั้นพื้นฐานมากกว่าประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในทางตรงกันข้าม ข่าวเชิงบวกประเภทข่าวทำความดี ข่าวการพัฒนา ข่าวเด็กเยาวชน ข่าวความยากจน มักไม่ค่อยเป็นข่าว หรือ เป็นข่าวเล็กๆ อยู่ด้านใน และติดตามนำเสนออยู่ไม่กี่วัน ส่วนข่าวเชิงลบได้รับการนำเสนออยู่หลายวันกว่า

“ยังไม่น่าพอใจ ข่าวบางข่าวถูกเลือกมาเพื่อเป็นประโยชน์แก่บริษัท หรือกลุ่มคนบางส่วนเท่านั้น เสนอข่าวแค่เพื่อเป็นประโยชน์แก่นายกฯอะไรอย่างนี้ ซึ่งบางครั้งทำให้คนที่ไม่มีความรู้คล้อยตามไปกับข่าวที่เขาเสนอ ข่าวควรเสนอสองด้านมากกว่า และเสนออะไรที่ยกระดับความรู้ เสนอข่าวห่วยเพื่ออะไร เพื่อให้ไปเล่นหวยก็ไม่ใช้ หรือเสนอไม่ให้ไปเล่นหวยก็ไม่ใช้อีก แทนที่จะเสนอข่าวอื่นที่เป็นประโยชน์มากกว่า ยกกระดับความรู้ แทนที่จะสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน”

“ยังไม่พอใจ ยังพัฒนาได้อีก รู้สึกว่าบางครั้งถูกยัดเยียด บางครั้งเหมือนสร้างข่าว เหมือนถ้าไม่มีข่าวออกไปมันจะเสียวๆหรือไง หรือถ้าต้องแข่งขันระหว่างช่อง หรือ นสพ.ฉบับนั้น ฉบับนี้ หรือในตัว ของนสพ.เอง ก็ต้องแย่งกันว่าข่าวไหนจะเด่นจะดัง ต้องหาอะไรก็ได้เพื่อจะได้เด่นออกมา”

อีกประการ คือ ชาวตกเป็นเครื่องมือของคนบางกลุ่ม การแบ่งพรรคพวก ลำเอียง จนขาดความรับผิดชอบหรือหน้าที่ต่อสังคม

“นสพ. บางที่มีมองแล้วคล้ายๆลำเอียง พอเป็นรัฐบาลก็ชื่นชม พอเขาดตกลงไปก็ไม่ได้ชื่นชมเขาแล้ว ทั้งๆที่เมื่อก่อนเคยชื่นชม คล้ายๆเพื่อความอยู่รอดของตัวเอง มันก็เหมือนคนทำงานทั่วไป ที่ใครเป็นใหญ่เป็นโตก็ต้องคล้อยตามบ้าง”

2.2 การใช้ภาษา การพาดหัวข่าวด้วยถ้อยคำรุนแรง เหมือนใส่อารมณ์ความรู้สึก หรือการเขียนกำกวม การเสริมแต่งเนื้อความ เพื่อดึงดูดความสนใจ เป็นสิ่งที่ควรปรับปรุง

“เช่น ‘ข้าแหละมดีอภัยยศ’ ผมว่าจริงๆมันยังสรุปไม่ได้ว่ามันอภัยยศหรือไม่อภัยยศยังไง ถ้าพูดถึงข้อเท็จจริงแล้ว ในแง่ของคนนำเสนอไม่ควรทำ เพราะถือว่าเราตัดสินไปแล้ว ชี้นำไปแล้วว่ามดีนี้เป็นมดีอภัยยศ ซึ่งหลายๆครั้งเราจะเห็นพวกนี้เยอะ เป็นการพาดหัวแบบมีทัศนคติส่วนตัวเข้าไป”

2.3 การติดตามเหตุการณ์ กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าในบางเรื่องที่เสนอค้างอยู่และประชาชนต้องการทราบจุดจบของเหตุการณ์ แต่นักข่าวกลับไม่ติดตาม หันไปทำข่าวอื่นที่เข้ามาใหม่ นอกจากนี้นักข่าวไทยชอบทำข่าวตามกระแส คือเหตุการณ์ใดหรือบุคคลใดกำลังเป็นที่สนใจหรือนิยมนักข่าวจะมุ่งทำข่าวนั้น จนละเลยเรื่องอื่นที่มีประโยชน์กว่า

“ไม่พอใจตรงที่ว่าบ้านเราเวลามีเรื่องอะไรที่จะเป็นข่าวซึ่งสามารถขายได้ ก็จะลงแต่เรื่องนั้นเรื่องเดียว จะไม่กระจายถึงเรื่องอื่น เรื่องอื่นก็จะถูกลืมไป จะเน้นแต่เรื่องเดียว ข่าวบางวันนี้ ถ้าเป็นเรื่องอย่างอเมริกา บางที่ข่าวมันซ้ำกัน ก็จะเสนอจนข่าวอื่นไม่ได้เสนอเลย”

2.4 จรรยาบรรณ ดังที่กล่าวแล้วในเรื่องคุณสมบัตินักข่าว นักข่าวขาดจรรยาบรรณทำให้ข่าวบางเรื่องก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ตกเป็นข่าวหรือผู้เกี่ยวข้อง เช่น การสัมภาษณ์ผู้ถูกข่มขืนหรือญาติของผู้ถูกข่มขืนในบางเรื่องที่ไม่ควรถาม การลงชื่อที่อยู่หรือสถาบันจริงของเหยื่อ การลงภาพโดยไม่มีการบดบัง หรือการลงข่าวที่สร้างความขัดแย้ง ฯลฯ

“เช่นบอกนักศึกษามหาวิทยาลัยชื่อดังย่าน... ก็รู้หมดเหมือนกันบอกแบบนี้”

“บางที่ไม่บอกชื่อลูกแต่บอกชื่อแม่ ขอให้ได้นำสืบได้ นำจะมีระดับกำหนดขอบเขตว่าระดับไหนควรไม่ให้เห็นภาพ ระดับไหนควรปกปิดชื่อสกุล ผมหวังตรงนี้ เพราะหากเป็นเรา เราจะอับอายแค่ไหน

2.5 ความสมดุลของข่าว กล่าวคือ ข่าวควรหลากหลาย และมีให้น้ำหนักต่อข่าวแต่ละประเภทเท่าๆ กัน

“อยากให้นำเสนอทุกๆด้านควบคู่กันไป ให้มีการสมดุลในทุกๆด้าน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง”

กลุ่มตัวอย่างบางคนกล่าวว่า สัดส่วนข่าวต่างประเทศค่อนข้างน้อยไป ประเทศไทยเป็นเพียงส่วนเสี้ยวหนึ่งของโลก ดังนั้นต้องรู้ว่าประเทศอื่นเขาเป็นอย่างไรด้วย นอกจากนี้อยากได้ข่าวที่สามารถดูได้ทั้งครอบครัว เด็กๆจะได้สนใจอ่านหนังสือ และอ่านข่าวในเวลาต่อมา

2.6 เวลาในการเสนอข่าว การเสนอข่าวโทรทัศน์หรือวิทยุ เวลาจะค่อนข้างตรงกัน ซึ่งหากพลาดไม่ทันชม ก็ต้องรอจนกว่าจะถึงเวลาข่าวช่วงถัดไป ส่วนประเภทข่าวนั้นมีการเรียงลำดับเหมือนกัน หากต้องการรายละเอียดมากขึ้นจากช่องอื่นหรือดูข่าวประเภทนี้ไม่ทันก็ไม่สามารถเปลี่ยนไปดูช่องอื่นได้เพราะข่าวจะจบลงพร้อมๆกัน

### ความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการเสนอข่าว

ปัจจุบันมีกระแสกล่าวถึงความไม่พอใจต่อการเสนอข่าว หรือการทำหน้าที่ของนักข่าวเป็นอย่างมาก แต่ไม่ค่อยปรากฏว่ามีกรเรียกร้องอย่างจริงจัง หรือเป็นรูปธรรมจากประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคข่าวตัวจริง ผู้วิจัยจึงถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นนี้ ซึ่งผลการศึกษสามารถแบ่งทัศนคติออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

#### 1. ลักษณะเป็นผู้ตามข่าว

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้กล่าวว่าติดตามข่าวเหมือนเป็นเรื่องประจำวัน รู้สึกเฉยๆ คือเสนออะไรมากก็ดูหรืออ่านไป ลักษณะเหมือนคนตามข่าว ไม่เคยคิดว่าอยากให้ข่าวเป็นแบบใด หรือลงเรื่องอะไร ซึ่งตรงนี้ก็พอใจแล้ว

“ทุกวันนี้เราเป็นคนตามข่าว ไม่ใช่คนนำข่าว วันนี้หนังสือพิมพ์ลงอะไรบ้างเราก็อยากตามข่าว ดูข่าวตามที่เขาลง เราก็ โอเค เราก็พอใจ ไม่ได้ว่าเอวันนี้อะไรจะรู้อะไร อยากให้หนังสือพิมพ์ลงอะไร เราคิดแต่วันนี้หนังสือพิมพ์. บอกเราว่าอะไร เราจะได้ดูอันนั้นอันนี้”

#### 2. สามารถเลือกข่าวได้

กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เห็นว่า แม้ไม่พอใจในข่าวปัจจุบันบ้าง แต่ก็ไม่ใช่ว่าทุกข่าวจะแย่ไปเสียหมด เรามีสิทธิ์เลือกเปิดรับข่าวได้ สนใจเรื่องใดก็เลือกดูเฉพาะเรื่องนั้น ไม่ได้ถูกบีบบังคับว่ามีหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์แค่ฉบับเดียวช่องเดียว ถ้าสื่อไทยไม่ดีก็หันไปดูสื่อต่างประเทศ สุดท้ายถ้าเลือกไม่ได้ก็คือไม่เปิดรับ

“ค่อนข้างพอใจเพราะเลือกได้ว่าดูอะไร เราไม่ชอบหนังสือพิมพ์นี่เราก็ไม่อ่าน แต่รู้สึกว่าอันนี้ตรงใจเรา เราก็อ่าน ถ้าจะตอบก็คือค่อนข้างพอใจ เราไม่ได้ถูกบีบบังคับว่ามีหนังสือพิมพ์อยู่แค่สองหัว มีโทรทัศน์อยู่แค่สองช่อง ไม่ใช่ทุกอย่างจะเหมือนข่าวพระราชสำนัก ที่จะออกมาในรูปแบบเดียวกัน ถ้าออกมาแบบเดียวกัน อันนั้นคือเราไม่มีสิทธิ์เลือก แต่บางครั้งเราเลือกได้ เช่น จะอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ ฟังวิทยุช่องนี้ จากนั้นก็ดู Cnn ดูวิเคราะห์ข่าวแบบนี้ ก็ค่อนข้างพอใจ มี choices ให้เลือกมากกว่าก่อน จำได้ว่าเด็กๆมันไม่ค่อยมี”

### 3. นิสัยคนไทย

ลักษณะนิสัยของคนไทยไม่ค่อยชอบออกตัว เป็นประเภทช่างเถอะ วิชาทศวรรษวิจารย์เฉพาะในกลุ่ม ไม่พอใจก็เพียงบ่นแล้วก็จบกัน นอกจากนี้ต้องวุ่นกับการประกอบอาชีพ ไม่มีเวลาลุกขึ้นมาทำตรงนี้

“คนไทยยังอยู่อย่างเงี้ยบๆ ไม่ค่อยออกตัว อีกอย่างเราก็ไม่มีเวลาที่จะมาทำสิ่งแบบนี้ เพราะปากท้อง ทุกคนต้องทำมาหากิน อย่างขึ้นรถเมล์ เราเห็นตอนนั้นก็ไม่มาทำแบบนี้แต่พอลงรถก็ลืม ขณะที่ต่างประเทศพอเขาลงจากรถ เขาก็จะต้องไปแจ้งความกับตำรวจว่ารถเมล์สายนี้ คนขับเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ แต่ของเราแม้เขาจะมีป้ายติดไว้ว่ามีอะไรกฎหมายหรือแจ้ง 184 เขาก็ยังไม่เคยลงไปกดแจ้ง บอกช่างมันๆ เป็นนิสัยของคนไทย ช่างเถอะๆ คนไทยนี้ด่าเก่งในใจ เราไมโห แต่ไม่พูด แล้วต้องมานั่งจำรถคันนี้หมายเลขอะไร เกิดขึ้นที่โง่งม โง้งม ใครจะไปรู้ เพราะฉะนั้นป่วยการ ช่างมันเถอะ”

กลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งกล่าวในประเด็นนี้ว่า คนไทยเป็นพวกเฉื่อยชา ทองไม่รู้ร้อน ไม่รู้ว่าตัวเองกำลังถูกชักจูงผ่านสื่อ มีทัศนคติที่คิดว่าตัวเองเป็นคนธรรมดา คงทำอะไรไม่ได้

### 4. ไม่ทราบวิธีร้องเรียน

กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าเคยคิดร้องเรียน แต่ไม่รู้ว่าต้องทำอย่างไรเรียกร้องกับใคร หรือทำไปเพื่ออะไร เพราะการร้องเรียนสื่อมวลชนเป็นเรื่องใหญ่เกินไปสำหรับตน

“เคยคิดทำ แต่ไม่รู้วิธีไหนที่เราจะทำได้ เราจะทำอะไร คือบางอย่างเราก็ไม่รู้ว่าจะมีขั้นตอนอะไรที่ทำได้ สมมติว่าเราไม่ชอบแล้วจะทำอย่างไร เขียนจดหมายไปบอกที่นั่นว่าเราไม่ชอบอย่างนี้เลยนะ เราชอบให้เป็นอย่างนี้มากกว่า จริงๆแล้วตรงนี้ไม่คิดว่าเขาจะรับฟังมากกว่า แต่ถ้าข้อมูลผิดๆ ก็มีเหมือนกันที่เขียนไปบอกว่าพระพุทธรูปวัดนี้จริงแล้วเป็นอย่างนี้ ที่ลงไปมันไม่ใช่ เราก็บอก อย่างนี้ทำได้ รู้สึกว่าเขายอมรับได้ถ้ามันผิดพลาดไปบ้าง พวกความผิดพลาดเล็กๆน้อยๆ รู้สึกว่าแก้ไขได้ เป็นที่ยอมรับทั้งสองฝ่าย แต่ถ้าในแง่ที่พูดถึงว่าข่าวเหมือนยัดเยียด แข่งขัน รู้สึกว่ามันใหญ่ไป เราไม่รู้ว่าจะไปทำอะไร”

กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีอาชีพด้านสื่อสารมวลชน เสริมว่า จริงๆ แล้วคนลุกขึ้นมาเรียกร้องนั้นมี แต่เป็นการเรียกร้องที่ต้องยอมรับว่าเราไม่สามารถชี้แนะให้สื่อนำเสนอในสิ่งที่เป็นความคิดของเรา เว้นเสียแต่ว่าเรื่องนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์กับสื่อ เราต้องยอมรับว่าหนังสือพิมพ์คือธุรกิจ ถ้าสิ่งที่เราเรียกร้องมันขัดแย้งกับสิ่งที่เขาเสนอ แปลว่าสิ่งที่เขาเสนอมันผิดหมด แล้วต่อไปใครจะอ่าน

### 5. ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง

ส่วนหนึ่งเห็นว่าเป็นเรื่องที่ไม่กระทบกับตนเอง สื่อยังไม่ได้ทำให้เขาต้องเดือดร้อน การออกมาเรียกร้องรู้สึกว่าเป็นการเสียเวลา และไม่ใช่นาที ไม่พอใจก็เพียงบ่นกับเพื่อนๆ

“เราไม่ได้มีหน้าที่ตรงนี้ คนที่มีหน้าที่ตรงนี้คือใคร ถ้าเราจะเรียกร้องจะต้องทำอะไร จะว่าไปคือมันไม่กระทบเรา แค่งยังไม่ได้ทำอะไรให้เราเดือดร้อน เราไม่สามารถไปรวมพลังตรงนี้กับใครได้ คือเสียเวลาเราฟังแล้วก็ได้แค่นั่น หรือถ้าสื่อมาทำกับเรา ก็ต้องไม่ใช่ที่คนเดียว ต้องหลายๆคน อย่างโดนเป็นกลุ่มใหญ่ จะว่าไปก็ไม่เคยโดนเลยยังไม่รู้สึก”

## 6. การศึกษา

ปัจจัยหนึ่งที่ไม่ค่อยมีใครลุกขึ้นมาเรียกร้องเรียนต่อคือการการนำเสนอข่าวปัจจุบันเป็นเพราะระดับการศึกษา ทำให้คนต้องการบริโภคข่าวที่ต่างกัน คนที่มีการศึกษาน้อยอาจไม่ต้องการรับรู้เรื่องหนักๆที่เขาู้ไปก็เอาไปใช้ประโยชน์สำหรับเขาไม่ได้

“มันก็ต้องดูจากประชาชนทั้งหมดว่าการศึกษาของประชาชนทั้งหมดมันระดับไหน และสิ่งที่ประชาชนต้องการบริโภคคืออะไร อย่างชาวบ้านซื้อ นสพ. ฉบับละ 10 บาท บางทีดูแค่นิยาย โยนทิ้งแล้ว เราก็ว่าเขาไม่ได้ เพราะเขามีการศึกษาแค่นั้น เขาไม่อยากรู้เรื่องที่เขาู้ไปแล้วก็ทำอะไรไม่ได้ ไม่มีประโยชน์”

## 7. พอใจกับข่าวที่เสนออยู่

ประการสุดท้ายที่เป็นเหตุให้ประชาชนไม่ร้องเรียนอย่างจริงจังต่อการเสนอข่าวปัจจุบัน เนื่องจากพอใจกับสิ่งที่เสนออยู่ตอนนี้แล้ว หากนักข่าวเขียนข่าวตามมาตรฐาน คือเป็นกลาง ให้ข้อมูลละเอียด ส่วนใหญ่ไม่ค่อยชอบ ถ้าประเภทเขียนข่าวเกินเลย คนอ่านก็รู้สึกสะใจไปด้วย

“...บางสื่อเขียนข่าวเป็นกลาง มีข้อมูลละเอียด ส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยชอบ คืออยู่ที่คนอ่านด้วยมากกว่า อย่างเปิดทีวีเจอข่าวบันเทิงก็จะหยุดดู แต่ถ้าเปิดไปเจอข่าวการเมืองก็อาจเปลี่ยนช่องไปดูละครแทน ดังนั้นจึงอยู่ที่คนรับข่าวด้วยมากกว่า”

“...อีกส่วนคือชอบเหมือนกัน ไล่ข่าวที่ลักษณะไม่พอใจ ประเภท SEX ต่างๆ เช่น นักข่าวที่อ่านไปถอดผ้าไป มันก็เลยไม่มีการเรียกร้องอย่างจริงจัง หรืออย่างข่าวที่เขียนเกินเลยไป คนอ่านก็มันไปด้วย ถ้าเกิดรายงานตามเหตุการณ์จริง ครึ่งเรื่องก็หลับแล้ว คนก็ไม่ชอบอีก เราก็เลยเข้าใจว่าทำไมคนเขียนข่าวถึงเขียนอย่างนั้น

สถาบันวิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ การให้ความหมายข่าวในมุมมองของผู้รับสาร ” ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณอันได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และเชิงคุณภาพ คือ การสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลทั้งในภาพรวมและเชิงลึกเกี่ยวกับการให้นิยามข่าวของประชาชนในมิติด้านคุณลักษณะข่าว คุณสมบัติข่าวและอุดมการณ์ รวมถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าว จุดประสงค์การเปิดรับ สิ่งที่ต้องการหรือคาดหวังจากข่าว และบทบาทของประชาชนต่อกระบวนการเสนอข่าวในปัจจุบันผลการวิจัยสามารถสรุปตามปัญหาคำวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวของผู้รับสารคืออะไร
2. ผู้รับสารทั่วไปมีการให้ความหมายข่าวในมิติต่อไปนี้เช่นไร
  - มิติด้านข้อมูล
  - มิติด้านคุณภาพ
  - มิติด้านอุดมการณ์
3. ปัจจัยด้านประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว ที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร

### **สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล**

#### **1. จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว**

ในด้านจุดประสงค์ของการเปิดรับข่าว พบว่า จุดประสงค์หลักคือ เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นแหล่งความรู้ทั่วไป เป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นการสนองความต้องการทางด้านปัญญา ส่วนจุดประสงค์อันดับรองลงไปคือด้านของความเป็นบันเทิง อันได้แก่ การนำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ พักผ่อน อยากรู้อยากเห็น ฆ่าเวลา ในขณะที่จุดประสงค์ลำดับท้ายๆ ในการเปิดรับข่าวเป็นการสนองความต้องการด้านอัตลักษณ์ของตน ได้แก่ การสร้างความมั่นใจ/เชื่อมั่น เพื่อเป็นการอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง

วัตถุประสงค์ดังกล่าวปรากฏอยู่เช่นกันในการศึกษาของ Katz และคณะในปี ค.ศ. 1973 ซึ่งศึกษาความต้องการข่าวสารของผู้ใช้สื่อแยกตามลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมออกเป็น 5 กลุ่มคือ

1. Cognitive needs คือความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและข่าวสารเพื่อได้รับข้อมูลความเป็นไปในชีวิต ความรู้ และความเข้าใจ ในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสื่อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
2. Affective needs คือความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ (pleasure) ประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์ (emotion) หรือประสบการณ์ทางด้านสุนทรีย์



3. Personal integrative needs คือความต้องการของบุคคลเพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง
4. Social integrative needs คือความต้องการของบุคคลเพื่อการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน และบุคคลอื่น ๆ รวมถึงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมรอบข้าง
5. Tension release needs คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลบหนีบางสิ่งในโลกความจริง และเพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความเครียด

## II. การให้ความหมายข่าว

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการให้ความหมายข่าวของผู้รับสารทั่วไป เพื่อมุ่งตอบคำถามว่าผู้รับสารมองความเป็นข่าวด้วยหลักเกณฑ์ใดรวมไปถึงการตระหนักรู้ถึงเบื้องลึกหรือสิ่งที่แฝงอยู่ในกระบวนการผลิตข่าว ซึ่งทำให้ทราบถึงสภาพความเป็นจริงของการบริโภคข่าวสารของประชาชนในสังคมปัจจุบัน

ผู้วิจัยได้แบ่งการให้นิยามข่าวออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านข้อมูล มิติด้านคุณภาพ มิติด้านอุดมการณ์ และศึกษาว่าผู้รับสารมีการให้นิยามข่าวแต่ละมิติอย่างไร ซึ่งสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

### การให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูล

จากการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในด้านการให้ความหมายข่าวในมิติด้านข้อมูลหรือคุณลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการให้ความหมายข่าวด้านข้อมูลด้วยองค์ประกอบซึ่งเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. **ความมีประโยชน์ต่อส่วนรวม** คือ เรื่องราวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในสังคมโดยรวม เช่น เรื่องเกี่ยวกับความก้าวหน้า/พัฒนาความสำเร็จสะท้อนสังคม สร้างสรรค์ ฯลฯ
2. **ความมีประโยชน์เฉพาะบุคคล** คือเรื่องราวที่ก่อให้เกิดประโยชน์โดยตรงต่อตนเองได้แก่ เรื่องที่ให้ความรู้ มีความใกล้ชิดกับประชาชน ซึ่งเป็นผู้รับข่าวทั่วไป
3. **จริยธรรมหรือคุณธรรม** หมายถึง เรื่องที่นำเสนอเป็นข่าวควรมีเรื่องของจริยธรรมหรือคุณธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง มีความถูกต้อง ให้อุทาหรณ์ ไม่สร้างความเดือดร้อน ถูกศีลธรรมจรรยา ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ ฯลฯ
4. **ความไม่ปกติ** องค์ประกอบด้านนี้หมายถึง เรื่องที่ผิดปกติ ลึกลับซ่อนเงื่อน มีปมความขัดแย้ง โดยทั่วไปมนุษย์มักสนใจในเรื่องที่ไม่สามารถพบเห็นทั่วไป รวมทั้งเรื่องที่กระตุ้นให้เกิดความสงสัยน่าติดตาม

5. **ความบันเทิง** คือ เรื่องที่ทำให้เกิดความรู้สึกเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเกิดอารมณ์คล้อยตาม เช่น เรื่องเหลือเชื่อ เรื่องเบาสมอง เรื่องส่วนบุคคล ฯลฯ

จากการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างอธิบายคุณลักษณะของเรื่องที่จะนำเสนอเป็นข่าวตามความคิดของตน ซึ่งสามารถสรุปเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. **ประโยชน์** ทั้งประโยชน์ต่อส่วนรวมคือการส่งผลกระทบต่อสังคมวงกว้าง และประโยชน์เฉพาะบุคคล เช่น ใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน การให้กำลังใจ หรือเป็นแบบอย่าง

2. **เรื่องราวในทางบวกหรือสร้างสรรค์** กล่าวคือ เรื่องที่ถูกต้องธรรม ยกย่องจิตใจ จรรโลงใจ เช่น ข่าวการทำความดี ข่าวพัฒนาต่าง ๆ ฯลฯ

3. **ความทันเหตุการณ์และความสำคัญ** คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่มีความรวดเร็วฉับไวในการรายงานเหตุการณ์ รวมถึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

4. **ความทุกข์ยากของประชาชน** คือ นำเสนอเรื่องความเป็นอยู่ความทุกข์ยากของประชาชนในระดับรากหญ้า เข้าถึงระดับชุมชน เช่น ข่าวปัญหาเศรษฐกิจของหมู่บ้าน แม่ค้าพ่อค้าริมถนน

5. **ความน่าสนใจใคร่รู้** หมายถึงเรื่องที่น่าสนใจตามปฏุนิยมวิทยา เกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวแปลกประหลาดน่าตื่นเต้น

ในประเด็นของความไม่เป็นข่าว กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเห็นว่าเรื่องส่วนตัวของบุคคลเป็นสิ่งที่ไม่ควรนำเสนอโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเภทข่าวบันเทิง เพราะเป็นการละเมิดเรื่องส่วนบุคคล และไม่มีสาระประโยชน์ต่อส่วนรวม ส่วนข่าวประเภท อาชญากรรม อนาคต ไซศาสตร์ ถึงแม้บางคนจะชื่นชอบในด้านความตื่นเต้น น่าติดตามหรือระทึกขวัญ แต่ควรนำเสนอเป็นข่าวย่อย เพราะเรื่องจำพวกนี้สร้างความหดหู่ พฤติกรรมเลียนแบบ หรือหลงเชื่อจนงายจนเกินไป

ผลการวิจัยข้างต้นแสดงถึงมุมมองความเป็น “ข่าว” ของผู้รับสารว่าสิ่งใดสมควรนำเสนอเป็นข่าว ซึ่งเมื่อนำความเป็นข่าวหรือคุณค่าข่าวของผู้รับสาร เปรียบเทียบกับความเป็นข่าวของผู้ผลิตข่าวซึ่งประกอบไปด้วย

- ความทันต่อเหตุการณ์
- ความใกล้ชิดกับตัวผู้รับสาร
- ความสำคัญ หรือความเด่น
- ผลกระทบ
- ความลึกลับซ่อนเงื่อน
- ความผิดปกติ

- ความขัดแย้ง
- องค์ประกอบทางด้านเพศ
- ความน่าสนใจใคร่รู้ตามปฏิวสัย
- ความก้าวหน้า

สังเกตได้ว่า แม้คุณค่าข่าวที่ใช้เป็นกรอบในการทำข่าวของผู้ผลิตข่าวจะมีบางส่วนที่ตรงกับความเป็นข่าวของผู้รับสาร แต่ก็ใช้องค์ประกอบที่ผู้รับสารให้ความสำคัญในระดับรองลงมา ในขณะที่สิ่งซึ่งต้องการให้นำเสนออย่างเรื่องที่เป็นประโยชน์ เรื่องเกี่ยวกับการพัฒนา สร้างสรรค์ เรื่องสอดคล้องจริยธรรมหรือคุณธรรม และความทุกข์ยากของประชาชน กลับไม่ปรากฏอยู่ในลำดับของคุณค่าข่าวเหล่านั้น ดังเช่น งานวิจัยเรื่อง “เนื้อหาข่าวไทยในหนังสือพิมพ์รายวันคุณภาพ” ของเสถียร เขยประทับ (2542) พบว่า หนังสือพิมพ์คุณภาพของไทยเกือบทั้งหมดให้เนื้อที่แก่ข่าวเร้าอารมณ์มากกว่าข่าวพัฒนา

สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งซึ่งสังเกตได้จากการวิจัย คือ ผู้รับสารมีการบริโภคข่าวอย่างเป็นนิสัย (habit) หรือบริโภคข่าวเชิงรับมากกว่าเชิงรุก กล่าวคือ เปิดรับข่าวโดยไม่ค่อยคิดหรือมีเป้าหมายอะไรมาก เพราะเมื่อถูกถามให้คิดว่าข่าวคืออะไร หรือควรเป็นอะไร กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างใช้เวลาในการตอบ กลุ่มตัวอย่างหลายคนออกปากว่าไม่ทราบเหมือนกัน หรือไม่เคยมคิดมาก่อนว่าข่าวคืออะไร หรืออยากให้เป็นอะไร เพราะปัจจุบันเปิดรับข่าวตามทีลือเสนอ มีความรู้สึกเป็นผู้ตามข่าว ยอมให้ผู้ผลิตข่าวเป็นผู้เลือกข่าวสำหรับตน ดังนั้นจึงเป็นเหตุหนึ่งที่อธิบายได้ว่าทำไมประชาชนไม่ค่อยลุกขึ้นมาเรียกร้องใดๆเกี่ยวกับกระบวนการผลิตข่าว

การที่ประชาชนบริโภคข่าวอย่างเป็นนิสัยโดยไม่ค่อยตั้งคำถามนี้เอง ทำให้สื่อเข้ามาครอบงำต่อชีวิตประจำวันได้โดยง่าย และอาจนำไปสู่กรณีการตกอยู่ภายใต้อิทธิพลโดยอ้อมของสื่อ เนื่องจากประชาชนได้มอบหมายหน้าที่ผู้รายงานเหตุการณ์ของโลกแก่สื่อมวลชน ดังนั้นจึงเห็นภาพและรับรู้โลกตามทีลือคัดสรรมาเสนอ ซึ่ง De Fleur (1970) ได้เคยกล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนเช่นนี้ไว้ว่า

“บทบาทของสื่อมวลชน จะเลือกแนวคิดบางแนวเท่านั้นมานำเสนอ หรือเลือกเน้นการกระทำบางอย่างมากกว่าบางอย่าง ผลจากการทำงานเช่นนั้นทำให้ผู้รับสารค่อยๆ เรียนรู้ว่าจะอะไรเป็นกฎกติกาทางสังคม และในการดำเนินชีวิต บุคคลก็จะนำสิ่งที่เรียนรู้นั้นมาเป็นแนวทางของตนเอง ดังนั้นสื่อจึงเข้ามามีอิทธิพลโดยอ้อมต่อการกระทำของบุคคล” (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

#### การให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ

ข่าวที่มีคุณภาพในความคิดของผู้รับสารเป็นเช่นไร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- จากการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามด้านการให้ความหมายข่าวในมิติคุณภาพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) พบว่า ผู้รับสารให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพโดยใช้องค์ประกอบ 3 ประการ ซึ่งเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้

1. **ความถูกต้อง** หมายถึง ความถูกต้องของข้อมูล โดยต้องเป็นข้อเท็จจริง สามารถตรวจสอบอ้างอิงได้มีความน่าเชื่อถือ ให้ข้อมูลรอบด้าน รวมไปถึงความถูกต้องทางด้านภาษา

2. **ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ** คือ ข่าวที่มีคุณภาพจะต้องแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ คือ มีการวิเคราะห์มีเนื้อหาชัดเจน ให้เหตุผล และไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป

3. **ความดึงดูดใจ** หมายถึง การนำเสนอข่าวอย่างน่าติดตาม ให้ข้อสรุป ใช้ภาษาที่อ่านง่ายน่าฟัง

- จากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ในประเด็นด้านคุณภาพของข่าวตามความคิดเห็นของผู้รับสารสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. **การนำเสนอความจริง** กล่าวคือ ข่าวที่ดี ต้องนำเสนอความจริงให้มากที่สุด และต้องถูกต้องเที่ยงตรง ไม่บิดเบือนเสริมแต่งข้อมูล

2. **ความเป็นกลาง** หมายถึง การไม่เสนอเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ไม่ชี้นำหรือมองผ่านสายตาของผู้ผลิตข่าวไม่ถูกครอบงำโดยอิทธิพลต่าง ๆ และสุดท้ายคือไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวหรืออคติ

3. **ความต่อเนื่อง** หมายถึง เมื่อเสนอข่าวหนึ่ง ๆ แล้ว ต้องติดตามเหตุการณ์ให้สิ้นสุด ความต่อเนื่องนี้รวมถึงการให้รายละเอียดของเรื่องที่น่าเสนอไปแล้วในข่าวของวันใหม่ เพื่อให้ผู้ที่เพิ่งทราบเรื่องราวสามารถติดตามและเข้าใจเหตุการณ์

4. **ความน่าเชื่อถือ** คือ สามารถตรวจสอบอ้างอิงข้อมูลข่าวได้ มีหลักฐานเชิงประจักษ์

5. **การใช้ภาษา** คือ การใช้ภาษาที่กะทัดรัดชัดเจน การเลือกใช้คำที่ไม่ทำให้เกิดการตีความหมายผิด โดยเฉพาะการพาดหัวข่าว และในส่วนตัวผู้ประกาศข่าวต้องพูดอย่างชัดถ้อยชัดคำ

6. **ความสมดุล** หมายถึง การให้ข้อมูลรอบด้าน ทั้งแง่บวก แง่ลบ และจากทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้รับสารได้มีข้อมูลในการพิจารณา

7. **ความมีประโยชน์** ข่าวที่มีคุณภาพเมื่อนำเสนอไปแล้ว ควรก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในระดับส่วนรวมและส่วนบุคคล เช่น การยกระดับสังคม สร้างความภูมิใจ แรงบันดาลใจ ฯลฯ

จากการให้ความหมายข่าวด้านคุณภาพในสายตาของผู้รับสาร เปรียบเทียบกับคุณภาพข่าวหรือข่าวที่ดีตามกรอบของผู้ผลิตข่าวอันประกอบไปด้วย

- ความถูกต้อง ครบถ้วนของเนื้อหา
- ความสมดุล
- ความเป็นกลาง
- ความชัดเจนกะทัดรัด

- ความทันต่อเหตุการณ์

สังเกตได้ว่า ผู้รับสารมีความต้องการในประเด็นคุณภาพข่าวที่มากกว่าเดิม กล่าวคือ นอกเหนือจากเรื่องความถูกต้องแล้ว ประเด็นด้านมาตรฐานทางวิชาชีพเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่ผู้รับสารสนใจ องค์ประกอบด้านมาตรฐานทางวิชาชีพนี้แสดงถึงความต้องการในเชิงลึกของเนื้อหาข่าว อันได้แก่ การวิเคราะห์ ความชัดเจน ความมีเหตุผล การไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวของนักข่าว รวมไปถึงความต่อเนื่องในการรายงานข่าว ซึ่งจากการสอบถามถึงบทบาทของนักข่าว คำตอบที่ได้สนับสนุนความต้องการในด้านมาตรฐานทางวิชาชีพพอให้เห็นได้ชัด กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่านักข่าวควรอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร (messenger) คือเป็นคนกลางที่นำเสนอเรื่องราวหรือข้อมูลจากแหล่งข่าวมาสู่ผู้รับสารโดยปราศจากความรู้สึกส่วนตัว นอกจากนี้ นักข่าวควรเป็นผู้ที่แสวงหาข้อมูล และรู้จักในเรื่องที่ตนเองกำลังทำข่าวอยู่ เพราะข่าวบางเรื่องมีความซับซ้อนต้องอาศัยความเข้าใจอันลึกซึ้ง

ยิ่งไปกว่านั้นจากผลการวิจัยวิจัยทำให้พบประเด็นน่าสนใจอีกหลายประการ

ประการหนึ่ง คือ เมื่อสอบถามถึงคุณภาพของข่าว กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนให้คำตอบว่า ข่าวที่ดีคือการนำเสนอความเป็นจริง หรือความถูกต้อง แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านนี้เป็นอย่างมาก

หนึ่งในประเด็นของ “ความจริง” จากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง มีแง่มุมที่น่าสนใจคือ กลุ่มหนึ่งมองความจริงในระดับของข้อเท็จจริง ซึ่งมีหลักฐานอ้างอิงได้ เช่น เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง คำพูดจริงจากแหล่งข่าว ฯลฯ ส่วนอีกกลุ่มมองความจริงในระดับลึกลงไปกว่าการนำเสนอข้อมูลว่า “ความจริง” เป็นเรื่องที่ต้องค้นหา อาศัยเวลาในการพิสูจน์และตัดสินใจได้ยาก ซึ่งความจริงในแง่มุมนี้มีกลุ่มตัวอย่างพูดถึงเพียงไม่กี่คน

ข้อมูลตรงนี้อธิบายได้ว่า ความเข้าใจหรือการรับรู้ต่อ “ข่าว” ของผู้รับสารอยู่ในระดับผิวเผิน ผู้รับสารมิได้ตระหนักความจริงระดับเบื้องลึก อย่างเรื่องของการสร้างความเป็นจริงทางสังคม หรือการแฝงเร้นของอุดมการณ์ในข่าวสักเท่าใด

นอกจากนั้นข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือความพยายามในการหาความจริงของกลุ่มตัวอย่างนั้นขึ้นอยู่กับความสำคัญของข่าว หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือการตัดสินใจจะมีความพยายามในการสืบหาข้อเท็จจริงมากกว่าในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือเรื่องที่ไม่อยู่ในความสนใจ แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารจะมีการเปิดรับข่าวอย่างตั้งใจและพินิจพิเคราะห์ เฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ส่วนเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารนั้นสื่ออาจจะเข้ามามีอิทธิพลต่อการรับรู้ และความคิดเห็นได้ง่าย เนื่องจากผู้รับสารจะไม่ค่อยพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ เรื่องความเป็นกลาง ผู้รับสารไม่ต้องการให้ข่าวเป็นสิ่งที่มีความคิดเห็นหรืออคติของนักข่าวปนอยู่ ไม่นำหรือมองผ่านสายตาของผู้ผลิตข่าว แต่ในขณะที่ปัจจุบันนักข่าวส่วนหนึ่งกำลังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมาย หรือชี้สิ่งถูกผิดให้กับสังคม ดังที่ปรากฏในผลงานวิจัยของเสถียร เศษประทับ(2542) ที่ชี้ชัดว่าข่าวใหญ่ของหนังสือพิมพ์รายวันคุณภาพไทยเป็นข่าวลักษณะเชิงตีความ มากกว่าข่าวเชิงเป็นกลาง โดยจะให้ข้อมูลภูมิหลัง เปิดโปง แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำ หรือขอเสนอแนะ ตลอดจนคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากกว่าการรายงานข้อเท็จจริงตรงไปตรงมา จึงเห็นได้ว่าบทบาทของนักข่าวที่ผู้รับสารต้องการมีความขัดกันกับบทบาทที่นักข่าวกำลังทำอยู่ในปัจจุบัน

### การให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์

ในแวดวงวิชาการมีการถกเถียงกันถึงข่าวในฐานะเป็นเครื่องมือในการเสนออุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ภายใต้อุดมการณ์ปัจจุบัน เช่น การสร้างความเป็นจริง การเสริมสร้างอำนาจ การดักตวงผลประโยชน์ การควบคุมทางสังคม ฯลฯ โดยที่ผู้ถูกครอบงำด้วยอุดมการณ์เหล่านี้มักไม่ทราบหรือตระหนักรู้เท่าใด ซึ่งผู้ถูกครอบงำในที่นี้ก็คือประชาชนทั่วไปที่ต้องพึ่งพาการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

จากจุดนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงการรับรู้ข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ของผู้รับข่าวสารว่ามีการตระหนักถึงในแง่มุมใดบ้าง โดยใช้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพดังนี้

จากการให้กลุ่มตัวอย่างลำดับความคิดเห็นต่อข้อความในแบบสอบถามที่อธิบายเกี่ยวกับข่าวปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองข่าวตามกรอบแนวคิดแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน กล่าวคือ มองด้วยกรอบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพที่ว่าข่าวคือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นกระจกที่ส่องสะท้อน ความเป็นไปของโลก

แม้แต่ Frank Stantor อดีตประธานของเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ CBS กล่าวถึงเรื่องนี้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกันว่า สิ่งที่ดีที่สื่อกระทำคือการยกกระชกขึ้นส่องสังคมและพยายามรายงานมันอย่างน่าเชื่อถือที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งคำนิยามนี้แสดงให้เห็นถึงข้อตกลงเบื้องต้นที่ว่า ประการที่ 1 ไม่มีปัจจัยด้านปัจเจกบุคคลและองค์กรเข้ามาสร้างเนื้อหาข่าว ประการที่ 2 เหตุการณ์เรื่องราวถูกสะท้อนเหมือนกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นต่อหน้ากระจก ประการสุดท้ายคือทุก ๆ แง่มุมของสังคมที่ปรากฏจะถูกสะท้อนในกระจกของสิ่งที่เรียกว่า “ข่าว”

อันดับรองลงมาคือ การมองด้วยแนวคิดข่าวคือสินค้าว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่สามารถเป็นข่าวได้ด้วยตัวมันเองแต่ เกิดจากกระบวนการคัดเลือกของผู้ผลิตข่าว ขณะเดียวกันผู้ผลิตข่าวจะพยายามทำให้ข่าวของตนเป็นที่ถูกใจผู้บริโภคข่าวดังที่ Penn Kimball (1994) กล่าวว่า สิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในระบบเครือข่ายโทรทัศน์ตอนนี้คือ การให้ความหมายใหม่ต่อข่าวโดยมีแรงขับเคลื่อนถึงด้านการเงิน และค่านิยม ข่าวคือสิ่งที่ผู้ผลิตข่าวสามารถจะครอบครองได้ และข่าวใดจะได้รับการออกอากาศนั้น ถูกตัดสินจากการจัดลำดับ (ratings) จากตรงนี้ทำให้กำแพงที่เคยกั้นระหว่างด้านของธุรกิจกับด้านข่าวได้ค่อย ๆ หลลายลงเรื่อย ๆ

ส่วนแนวคิดข่าวในด้านของการสร้างความเป็นจริงทางสังคมและแนวคิดในฐานะเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์นั้น ได้รับการตระหนักถึงในระดับต่ำ ทั้งที่แนวคิดทั้งสองเป็นสิ่งที่บรรดานักวิชาการให้ความสำคัญและสนใจมาก เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใกล้ชิดและส่งผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมในวงกว้างในระดับของความคิดและนำไปสู่การปฏิบัติ

- ผลการวิจัยจากส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มได้ผลในลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถาม กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างมีการกล่าวถึงข่าวในมิติด้านอุดมการณ์เพียงน้อยนิด โดยสรุปแง่มุมที่ได้รับการกล่าวถึงคือ

1. **ข่าวคือสินค้า** โดยเห็นว่าข่าวเป็นเรื่องของธุรกิจที่ต้องแข่งขันเพื่อผลกำไร ข่าวจึงกลายเป็นสินค้าที่ถูกทำขึ้นให้ตรงกับความต้องการของผู้รับข่าว จึงมักเสนอเรื่องซึ่งสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์
2. **ข่าวทำขึ้นเพื่อประโยชน์ของคนบางกลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ** กล่าวคือ ข่าวถูกกำหนดเรื่องราวให้สอดคล้องหรือก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนบางกลุ่ม เป็นเรื่องของนัยยะแอบแฝงที่มุ่งหวังจุดหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. **ข่าวมีการตีความแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและสังคม** หมายถึง เหตุการณ์เดียวกันเมื่อนำเสนอในวัฒนธรรมหรือสังคมที่แตกต่างกันจะมีการตีความที่แตกต่างกันไปตามสังคมนั้นๆ
4. **ข่าวคือความเป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้น** หมายถึง ข่าวถูกนำเสนอตามมุมมองของนักข่าวที่สอดคล้องกับโครงสร้างของสังคมและกลายเป็นการกำหนดกรอบการรับรู้ของคนในสังคม
5. **ข่าวเป็นการชี้นำทางความคิดและพฤติกรรม** เพราะปัจจุบันคนเรารับรู้ประสบการณ์ต่างๆ ผ่านสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นข่าวจึงเข้ามามีอิทธิพลในการชี้นำคนในสังคมได้ทั้งทางด้านความคิดและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของผู้รับสารต่ออุดมการณ์ในข่าวอยู่ในระดับต่ำมาก ส่วนใหญ่ยังคงมองข่าวตามความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน ตามกรอบของบรรทัดฐานทางวิชาชีพของนักข่าว ซึ่งในความเป็นจริงกระบวนการนำเสนอข่าวมีเบื้องลึกที่สำคัญซ่อนอยู่หลายสิ่งซึ่งคนส่วนใหญ่มองไม่เห็น หรือขาดความรู้เท่าทัน ได้แก่ ข่าวในฐานะสินค้าของกระบวนการผลิตข่าว ข่าวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม และข่าวในฐานะเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์

Stuart Hall และคณะ (1978) อ้างถึงเรื่องของสื่อกับอุดมการณ์ว่าเราสามารถวิเคราะห์สื่อได้ด้วยทฤษฎีของอำนาจทางอุดมการณ์และบทบาทของสื่อกับแหล่งข่าวที่มีอำนาจ กลุ่มทางสังคมบางกลุ่มได้รับผล

ประโยชน์จากสถานะพิเศษ (special status) ของตนผ่านทางอำนาจสถาบัน (institutional power) การมีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (expert knowledge) และชื่อเสียงฐานะ (representative standing) คนกลุ่มนี้จัดเป็นพวกผู้กำหนดความหมายเบื้องต้นของเรื่องราวต่างๆ ในสังคมเพราะสิทธิพิเศษทางโครงสร้างสังคมทำให้ความคิดเห็นของบุคคลที่มีอำนาจเหล่านี้ได้รับการนำเสนอขึ้นผ่านทางสื่อ และสื่อเป็นผู้แสดงบทบาททรงในการผลิตซ้ำความหมายนั้น

ส่วน Grossberg และคณะ (1998) กล่าวว่า “อุดมการณ์” (ideology) เป็นระบบความคิด ความเชื่อต่างๆ ที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้น โดยมีสื่อเป็นตัวสร้างความหมายให้กับระบบความคิดเหล่านั้น และเก็บรวบรวมไว้ในรูปของรหัส (codes) ต่างๆ ขณะเดียวกันสื่อเองก็ทำหน้าที่แพร่กระจายระบบความคิดนี้ออกไปสู่มวลชน โดยการตีความรหัสที่ถูกเก็บไว้ออกมาในรูปของ “ความจริง” ตามที่ต้องการ ซึ่งความจริงดังกล่าวนี้ไม่ใช่ความจริงแท้ที่มีอยู่ดั้งเดิมในโลก แต่เป็นสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริงทางสังคม” (social reality) (อ้างถึงในแสวง จันทราทิพย์, 2542)

ดังนั้นอุดมการณ์จึงเข้ามาผสมผสานส่วนหนึ่งของระบบสื่อมวลชน ทั้งในรูปของความตั้งใจและไม่ตั้งใจ กล่าวคือ อุดมการณ์อาจถูกใช้อย่างมีจุดประสงค์โดยบางกลุ่มคน ซึ่งพยายามครอบงำให้สังคมเป็นไปตามที่ตนต้องการ ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งของอุดมการณ์คือ เป็นกระบวนการผลิตซ้ำทางระบบสังคมที่มีมาช้านาน เช่น อุดมการณ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชนชั้นสูง หรือ การรักษาสถานะพิเศษ (status quo) บางประการ ซึ่งนักข่าวอยู่ในโครงสร้างสังคมนั้น ย่อมมีการรับรู้ ความเข้าใจ และตีความภาพความเป็นจริงของโลกไปตามปัจจัยของโครงสร้างสังคมหรือวิถีของสังคมที่ตนอยู่ และเมื่อนักข่าวนำเสนอข่าวจึงมีการมองเหตุการณ์ต่างๆ ไปตามกรอบที่มีอยู่เดิมนั้น สุดท้ายจึงทำให้อุดมการณ์ของสังคมยังคงดำรงอยู่ และกลายเป็นความเป็นจริงทางสังคม โดยไม่มีใครตระหนักและลุกขึ้นมาต่อต้าน

สรุปแล้วการขาดความรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งทำให้ประชาชนตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ ข่าวสารที่เสนอออกมาเป็นภาพของสังคมที่ถูกแบ่งเสี้ยว ตัดทอน และบิดเบือนจากความจริง (truth) โดยที่ผู้รับสารไม่รู้เนื้อรู้ตัว กลายเป็นการรับรู้และเข้าใจโลกเพียงบางด้านหรือเข้าใจแบบบิดเบี้ยวตามที่สื่อมวลชนกำหนดครอบไว้

### III. ปัจจัยด้านประชากรและจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าว

#### ปัจจัยด้านประชากร

จากการศึกษาถึงปัจจัยทางประชากรที่ส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกันของผู้รับสารในแต่ละมิติ ผู้วิจัยพบว่าความต่างทางเพศไม่มีความสัมพันธ์อันใดกับการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกัน ในขณะที่คุณลักษณะทางด้านการศึกษา มีผลต่อการให้ความหมายข่าวที่ต่างกันในแต่ละมิติมากที่สุด รองลงไปคือ อาชีพ และ อายุ ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่น่าสนใจตามการให้ความหมายข่าวในแต่ละมิติได้ดังนี้



### มิติด้านข้อมูล

จากการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่าความแตกต่างทางการศึกษามีความสัมพันธ์กับการให้ความหมายข่าวในองค์ประกอบด้านจริยธรรมและคุณธรรม ความเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และความไม่ปกติ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ขึ้นไป มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้งสามด้านมากกว่ากลุ่มการศึกษาอื่นๆ

ส่วนผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มมีความสอดคล้องกันคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูง (สูงกว่า ม.6) จะมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าเหตุการณ์ที่มาเป็นข่าวควรมีประโยชน์ และเป็นเรื่องในด้านบวก ถูกศีลธรรมจรรยา ซึ่งพวกเขาเห็นว่าเรื่องเหล่านี้มักไม่ค่อยถูกนำเสนอ หรือถูกนำเสนอเป็นข่าวย่อยเล็ก ๆ

นอกจากนี้อาชีพเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีความต้องการเนื้อหาข่าวต่างกันไป เช่น กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าริมถนนจะต้องการข่าวที่แสดงความเป็นอยู่และความทุกข์ยากของประชาชนจริงๆ ปัญหาเศรษฐกิจในระดับชาวบ้าน ไม่ใช่ระดับใหญ่อย่างราคาหุ้นซึ่งเป็นเรื่องของคนรวย ส่วนผู้มีอาชีพครูอาจารย์มีความต้องการให้เสนอข่าวเด็กและเยาวชนมากขึ้น

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านความไม่ปกติมากกว่ากลุ่มอาชีพรับจ้างและพ่อค้าแม่ค้า

ข้อน่าสนใจอีกประการที่ได้คือ เมื่อกล่าวถึงข่าวประเภทที่ให้อารมณ์ความรู้สึกทันทีทันใด เช่น ข่าวบันเทิง ข่าวอาชญากรรม ข่าวแปลกประหลาด ซึ่งเรามักมองว่าเป็นข่าวของชาวบ้านทั่วไป แต่ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มการศึกษาที่ต่างกันไม่ได้มีผลต่อการให้ความสำคัญในข่าวประเภทนี้แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างจากทุกกลุ่มการศึกษามีความเห็นแยกออกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มหนึ่งเห็นว่าข่าวประเภทนี้ยังคงเสนอต่อไปได้เพราะกระตุ้นอารมณ์ ขวนติดตาม และช่วยในการเฝ้าระวังภัย ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งเห็นว่าเรื่องเหล่านี้ไม่ควรนำเสนอเพราะรุนแรง ทำให้เกิดความหดหู่ใจ หรือพฤติกรรมเลียนแบบ ซึ่งสรุปได้ว่าความต้องการด้านความบันเทิง และความน่าสนใจใคร่รู้ตามปฏุนวิสัยมีอยู่อย่างเท่าเทียมกันในทุกคน

### มิติด้านคุณภาพ

การให้ความหมายในมิติด้านคุณภาพนั้น ในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจพบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับองค์ประกอบด้านความถูกต้อง และความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ โดยกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้งสองด้านนี้มากที่สุด

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มสนับสนุนผลข้างต้น โดยผู้มีการศึกษาสูงค่านิ่งว่าข่าวที่มีคุณภาพควรเสนอความเป็นจริงและเป็นกลางมากที่สุด

นอกจากนี้มุมมองของความจริงในระดับลึกกว่าการนำเสนอ นั้น มีเพียงกลุ่มผู้มีการศึกษาสูงเพียงไม่กี่คนที่ตระหนักถึง ขณะที่กลุ่มการศึกษาต่ำไม่ได้กล่าวถึงความจริงในระดับนี้แต่อย่างใด

จากผลการวิจัยจึงกล่าวได้ว่า การศึกษาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการความต้องการที่แตกต่างกันในด้านคุณภาพข่าว ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความต้องการและให้ความสำคัญต่อคุณภาพข่าวในเชิงลึก อย่างความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ อันได้แก่ ความเป็นกลาง ความไม่มือคุดิ รวมถึงการตระหนักถึงความจริงในระดับที่ลึกกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

### มิติด้านอุดมการณ์

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารมีการให้ความหมายข่าวและรับรู้ถึงแง่มุมของข่าวในมิติด้านอุดมการณ์แตกต่างกันไป ผู้มีการศึกษาสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับปริญญาโทขึ้นไป มีการตระหนักรู้ในเรื่องของข่าวกับอุดมการณ์มากที่สุดในแง่แนวคิดของการสร้างความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งเป็นแง่มุมที่ซับซ้อนและสำคัญ สาเหตุที่กลุ่มผู้รับสารระดับปริญญาโทขึ้นไปมีแนวโน้มในการรับรู้ข่าวในมิตินี้มากที่สุด อาจเนื่องมาจากผู้ที่เรียนในระดับนี้ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้ในการวิพากษ์ การตั้งคำถามต่อปรากฏการณ์ในสังคม จึงเห็นสิ่งที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังของกระบวนการผลิตข่าวได้ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ส่วนด้านอาชีพพบว่านิสิตนักศึกษาจะมีการรับรู้ต่อข่าวในมิตินี้มาก ซึ่งเป็นการสนับสนุนข้อมูลข้างต้นเกี่ยวกับตัวแปรด้านการศึกษาว่าส่งผลต่อการให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์นี้

ประการสุดท้ายคือปัจจัยด้านอายุ สังเกตได้ว่าผู้ที่มีอายุน้อย(อายุระหว่าง 15-25 ปี) จะมองข่าวในแง่ของอุดมการณ์ได้มากกว่า อาจเพราะอยู่ในวัยที่กำลังศึกษาหาความรู้ จึงได้เปิดรับข้อมูลทางวิชาการใหม่ๆ มีมุมมองใหม่ๆ ที่ทำให้รู้เท่าทันสื่อมากขึ้น

### ปัจจัยด้านจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าว

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวว่ามีความสัมพันธ์กับการให้ความหมายข่าวหรือไม่ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า

ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อทราบข้อมูลความเป็นไปของสิ่งรอบตัวจะมีการให้ความหมายข่าว หรือความต้องการข่าวค่อนข้างมากในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความมีประโยชน์ ความมีจริยธรรม ความถูกต้องของเนื้อหา รวมไปถึงความเป็นมืออาชีพของนักข่าว

ในขณะที่ผู้เปิดรับข่าวเพื่อสนองความต้องการทางด้านความผ่อนคลาย การพักผ่อน จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของข่าวที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ในภาพรวม

ส่วนการรับรู้ในมิติด้านอุดมการณ์ จากการสังเกตผลการวิจัยพบว่าผู้ที่จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวที่ต่างกัน ไม่ได้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนเท่าใดในการรับรู้มิติด้านอุดมการณ์ ส่วนใหญ่ยังคงขาดความตระหนักรู้ หรือเท่าทันข่าวในเบื้องต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม

อย่างไรก็ตามมีข้อน่าสังเกตและน่าสนใจประการหนึ่ง คือ ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์หลักในการฆ่าเวลา มีการให้ความหมาย และรับรู้ในมิติด้านข้อมูล คุณภาพ และอุดมการณ์ สูงกว่าผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อจุดประสงค์อื่น อาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่เลือกการฆ่าเวลาด้วยการเปิดรับข่าวแทนกิจกรรมอื่นๆ แสดงให้เห็นถึงนัยยะความต้องการด้านปัญญา (cognitive needs) ของบุคคลนั้นๆ ซึ่งมีผลต่อความคาดหวัง ความต้องการข่าว ในด้านคุณลักษณะข่าว และคุณภาพข่าวที่จริงจังกว่าคนอื่น และเมื่อเป็นผู้ที่ติดตามข่าวอย่างสม่ำเสมอและจริงจัง จึงอาจทำให้มีการพินิจพิเคราะห์ข่าวในเชิงลึก ซึ่งส่งผลให้มีการรับรู้ข่าวในแง่ของอุดมการณ์มากกว่าคนอื่นๆ

#### IV. ความพึงพอใจ และความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการเสนอข่าว

ในขณะที่ผลการวิจัยจากการวิจัยเชิงสำรวจได้ให้ภาพของการรับรู้ ความเข้าใจ และ ความต้องการ ของผู้รับสารต่อข่าวในวงกว้าง แต่ยังคงขาดรายละเอียดในเชิงลึกด้านการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่ต้องอาศัยการซักถาม และสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เสริมความเข้าใจ รวมไปถึงเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของคำตอบ (double check) ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยได้เพิ่มเติมคำถามในส่วนของการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นเรื่องความพึงพอใจและความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการนำเสนอข่าว ซึ่งสรุปประเด็นได้ดังนี้

##### - ความพึงพอใจในการนำเสนอข่าว

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นทั้งในส่วนที่พอใจและส่วนที่ต้องการให้แก้ไขปรับปรุง

ส่วนที่พึงพอใจคือสื่อเสนอข่าวค่อนข้างทันเหตุการณ์ มีความหลากหลายทั้งในด้านประเภทข่าวและประเภทสื่อ มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากความพยายามในการแข่งขันกันของสื่อในการนำเสนอข่าว

ส่วนที่ไม่พึงพอใจและต้องการให้ปรับปรุงคือ การมุ่งเน้นผลประโยชน์จากการขายข่าวประเภทเบาะแส ร่ำอาชญากรรม มากกว่าข่าวที่ยกระดับสังคมหรือข่าวเชิงบวก การใช้ภาษา การติดตามเหตุการณ์มาเสนออย่างต่อเนื่อง จรรยาบรรณ ความสมดุลของข่าวแต่ละประเภท สุดท้ายคือ ช่วงเวลาในการเสนอข่าว

ข้อสังเกตประการหนึ่งที่ผู้วิจัยพบคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำและผู้เปิดรับข่าวในปริมาณน้อยจะค่อนข้างพึงพอใจต่อข่าวมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงและผู้เปิดรับข่าวเป็นประจำ

ตามทฤษฎีความคาดหวัง กล่าวไว้ว่าทัศนคติต่อสื่อของแต่ละบุคคลจะถูกตัดสินจากความเชื่อและการประเมินค่า โดยความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่สื่อสามารถจัดหามาให้นั้นเป็นผลมาจาก 1. วัฒนธรรมและ

สถาบันทางสังคม 2. สภาวะทางสังคม 3. ลักษณะเฉพาะหรือนิสัยของบุคคล ส่วนการประเมินค่าเป็นผลมาจาก 1. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 2. ความต้องการ 3. ลักษณะเฉพาะทางจิตใจ ซึ่งทั้งสองสิ่งเป็นตัวกำหนดการแสวงหาและความพึงพอใจ

จากทฤษฎีดังกล่าวนำมาอธิบายปรากฏการณ์ความพึงพอใจต่อข่าวของกลุ่มตัวอย่างได้ว่า เนื่องจากผู้มีการศึกษาสูงมีความต้องการข่าวสารไม่ว่าเพื่อใช้ในการทำงาน การศึกษาและกิจกรรมประจำวันมาก ขณะที่ผู้ที่เปิดรับข่าวเป็นประจำก็แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีความต้องการข่าวสาร ไม่ว่าจะเพราะอุปนิสัยส่วนบุคคลหรือความจำเป็น ดังนั้นบุคคลทั้งสองกลุ่ม จึงมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและคาดหวังจากสื่อค่อนข้างมากกว่ากลุ่มอื่น

#### - ความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อการเสนอข่าว

ท่ามกลางกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของนักวิชาการเกี่ยวกับขบวนการผลิตข่าว เช่น เน้นข่าวขายได้มากกว่าข่าวที่เป็นประโยชน์ ขาดความรับผิดชอบต่อสังคม บกพร่องทางจรรยาบรรณ ฯลฯ สังคมกลับไม่ค่อยได้เห็นบทบาทจากด้านของประชาชนในฐานะผู้บริโภคข่าวที่แท้จริง จึงกลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อสรุปจากการสอบถามทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างคือ

1. ประชาชนมีลักษณะเป็นผู้ตามข่าว รับข่าวตามที่เสนอมา โดยไม่เคยคิดว่าต้องการข่าวแบบใด
2. สามารถเลือกเปิดรับตามความสนใจทั้งในด้านเนื้อหาและประเภทสื่อ
3. ลักษณะนิสัยคนไทยซึ่งเป็นคนไม่ชอบออกตัว และวิพากษ์วิจารณ์แต่เฉพาะในกลุ่ม
4. ไม่ทราบวิธีร้องเรียน หรือประโยชน์ที่จะได้รับมีความรู้สึกว่าการร้องเรียนสื่อมวลชนเป็นเรื่องใหญ่เกินตน
5. เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนจึงไม่สนใจ
6. การศึกษาทำให้ความต้องการบริโภคข่าวต่างกัน
7. มีความพึงพอใจกับข่าวที่เสนออยู่แล้ว

จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบข้อน่าอภิปรายประการหนึ่งคือ เหตุที่ผู้บริโภคข่าวไม่ค่อยยอมออกเสียง หรือลุกขึ้นเรียกร้องสิทธิ์ของตน มีส่วนมาจากลักษณะนิสัยของคนไทย

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2539) ได้กล่าวถึงสังคมไทยว่า ด้อย “จิตสำนึก” เพื่อส่วนรวม ไม่ได้ให้คุณค่าของการเสียสละเพื่อส่วนรวม ความปรารถนายอมเสียสละตนเอง หรือการชןอาสาทุ่มเทเสียสละอย่างไม่หวังในสิ่งตอบแทนเป็นเรื่องค่อนข้างยากในสังคมไทย ภาระหน้าที่ช่วยเหลือสังคมส่วนรวมเป็นภาระของรัฐและเป็นเสมือน “การกุศล” ของคนในสังคมเนื่องจากในสังคมปลูกฝังการดำเนินชีวิตตามแนวคิดที่ว่า “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” มากกว่า ซึ่งตามหลักสัจธรรมแล้วเป็นแนวคิดที่ทำให้คนเรียนรู้ที่จะช่วยตัวเอง แต่การให้น้ำหนักแนวคิดด้านนี้สูงโดยขาดการสร้างจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม ด้วยคุณค่าแห่งความเสียสละไม่ได้รับการตั้งไว้อย่างสูงค่า จึงเป็นเหตุให้คนในสังคมยึดอัตตภาวะนิยม หรือการให้คุณค่าตนเองเป็นศูนย์กลาง ดังเช่นคำนิยม “บ้านใครอยู่ ฐูใครนอน “

“รู้รักษาตัวรอดเป็นยอดดี” “ถูกระไม่ไซ้” หรือ “ตัวเองยังเอาไม่รอด ยังไปช่วยคนอื่น” คนในสังคมมีความคิดว่าเราต้องช่วยตัวเองให้ได้ก่อนจึงช่วยเหลือผู้อื่น

ส่วน Benedict (อ้างถึงใน สุมิตร ปิติพัฒน์, 2544) พยายามค้นหาลักษณะพิเศษอันเป็นแบบแผนที่เด่นชัดของพฤติกรรมซึ่งเป็นลักษณะนิสัยประจำชาติของคนไทย หรือที่เรียกว่า “national character” กล่าวคือคนไทยเป็นคนรักสนุก ใจเย็น แบบแผนการอบรมเลี้ยงดูเด็กของคนไทยมักสร้างให้มีความเป็นปัจเจกบุคคลเมื่อเป็นผู้ใหญ่ มีนิสัยร่าเริง สนุกสนาน ไม่ค่อยชอบเผชิญหน้าและความรุนแรง ซึ่ง John Embree (อ้างถึงใน สุมิตร ปิติพัฒน์, 2544) ตั้งข้อสังเกตที่สอดคล้องกับ Benedict ว่า คนไทยมีบุคลิกภาพเป็นปัจเจกบุคคลสูง รักอิสระ ไม่ชอบข้อผูกมัด และพยายามหลีกเลี่ยงพันธะทางสังคม โครงสร้างและบรรทัดฐานทางสังคมไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลได้ จึงเปิดโอกาสให้เกิดความหลากหลายของพฤติกรรมได้ค่อนข้างมาก คนไทยมักเลือกทำตามในตนเองมากกว่าทำตามความคาดหวังและพันธะผูกพันทางสังคม

ดังนั้นลักษณะนิสัยของคนไทยจึงอาจพอนำไปสู่ความเข้าใจเบื้องต้นต่อภาพการบริโภคชาวของผู้รับสารซึ่งไม่ค่อยลุกขึ้นเรียกร้องต่อกระบวนการทำข่าว ทั้งๆ ที่ปรากฏกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงคุณภาพข่าว ความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน เหตุหนึ่งอาจมาจากการขาดจิตสำนึกการมีส่วนร่วม การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าและความรุนแรง รวมไปถึงความรักสนุก ไม่ชอบเรื่องตึงเครียด เป็นต้น

และทั้งหมดที่กล่าวมาแสดงถึงภาพการบริโภคข่าวของประชาชนในสังคมปัจจุบัน เมื่อผู้บริโภคไม่แสดงความต้องการที่แท้จริง ผู้เสนอข่าวจึงเสนอไปตามความคิดของตนด้วยเข้าใจว่าเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจหรือสมควรจะได้รับ ทำให้รูปแบบข่าวยังคงวนเวียนอยู่ในกรอบเดิมและเป็นข้อถกเถียงกันต่อไปในสังคมไม่จบสิ้น

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การให้ความหมายข่าวในมุมมองผู้รับสาร” สามารถสรุปผลโดยย่อได้คือ

- จุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวของผู้รับสาร คือ เพื่อสนองความต้องการการทางด้านปัญญาเป็นหลัก ตามด้วยความต้องการด้านความบันเทิง และความต้องการด้านอัตลักษณ์
- ผู้รับสารให้ความหมายข่าวในมิติด้านของมูล ในด้านของ ความมีประโยชน์ เรื่องทางสร้างสรรค์ และเกี่ยวข้องกับจริยธรรมคุณธรรม มากกว่าองค์ประกอบด้านอื่นๆ
- ผู้รับสารให้ความหมายข่าวในมิติด้านคุณภาพ ในองค์ประกอบของความถูกต้อง และความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ มากที่สุด

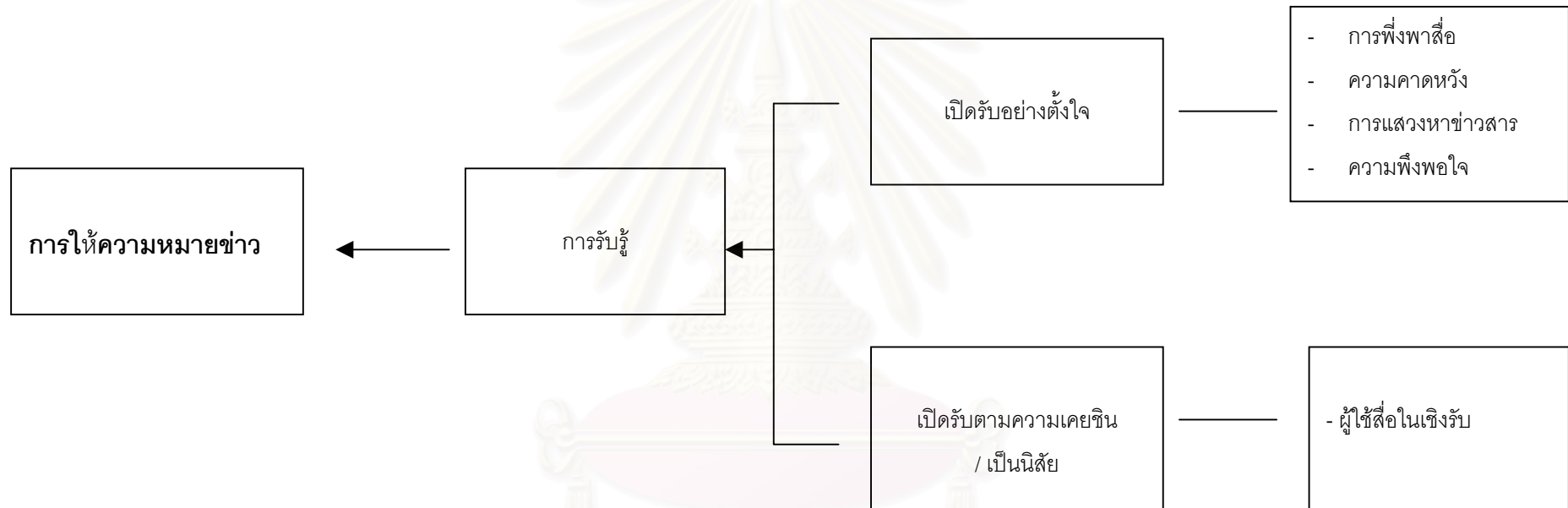
- การให้ความหมายข่าวในมิติด้านอุดมการณ์ เมื่อเปรียบเทียบตามแนวคิดหลักเกี่ยวกับความหมายข่าวในบทที่ 2 พบว่าผู้รับสารให้นิยามข่าวตามแนวคิดหลักแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐานที่ว่าข่าวคือการรายข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม มากกว่า แนวคิดที่ว่าข่าวคือสินค้า ข่าวคือการสร้างความเป็นจริงทางสังคม และข่าวในฐานะเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์
- ความแตกต่างด้านการศึกษาเป็นปัจจัยหลักด้านประชากรที่มีผลต่อการให้ความหมายข่าวที่แตกต่างกันในแต่ละมิติ
- ผู้ที่เปิดรับข่าวเพื่อทราบข้อมูลความเป็นไปของสิ่งรอบตัวเป็นหลักจะมีการให้ความหมายข่าว หรือความต้องการข่าวค่อนข้างมากในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความมีประโยชน์ ความมีจริยธรรม ความถูกต้องของเนื้อหา รวมไปถึงความเป็นมืออาชีพของนักข่าว
- ในภาพรวมผู้รับสารส่วนใหญ่มีการมองธรรมชาติของข่าวตามแนวคิดหลักแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐานที่เห็นว่าข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น เหมือนกระจกเงาที่สะท้อนสังคมมากกว่า แนวคิดข่าวคือสินค้า ข่าวคือการสร้างความเป็นจริงทางสังคม และข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์

อย่างไรก็ตามข้อสรุปดังกล่าวเป็นสิ่งที่ได้เมื่อถามถึงความต้องการทางด้านข่าว โดยที่ผู้รับข่าวมีโอกาสได้ใช้เวลาในการคิดอย่างมีเหตุผล แต่สภาพการบริโภคข่าวในชีวิตจริงผู้บริโภคข่าวกลับไม่เคยมีการโต้ตอบ ร้องเรียน เพื่อให้ได้ “ข่าว” ดังที่ตนต้องการ แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารยังคงมีการใช้สื่อในเชิงรับ มากกว่าเชิงรุก ไม่ค่อยตั้งคำถามเกี่ยวกับกระบวนการนำเสนอข่าว และเมื่อใดเกิดความไม่พอใจต่อข่าว วิธีที่ผู้รับสารใช้ในการหลบเลี่ยงคือ เลิกเปิดรับ หรือเลือกเปิดรับเฉพาะส่วนที่สนใจ ดังนั้นเมื่อเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคข่าวเงียบ จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้ผลิตข่าวจะเสนอข่าวไปตามกรอบการทำงานแบบเดิมโดยเข้าใจว่าเป็นที่พอใจของผู้บริโภคแล้ว

ประเด็นถัดมาได้แก่ ความไม่สอดคล้องระหว่างคำตอบที่ให้กับพฤติกรรมที่เป็นจริง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารถูกทำให้ต้องนึกถึง “ข่าว” ซึ่งเป็นมโนทัศน์ที่ไม่เคยคิดมาก่อน จะมีการใช้เหตุผลในการอธิบายคำตอบ ซึ่งในทางปฏิบัติจริง ผู้รับสารมีพฤติกรรมหรือความต้องการที่ขัดกัน เช่น ผู้รับสารเห็นว่าเรื่องส่วนบุคคลไม่ควรนำมาเสนอเป็นข่าว แต่ขณะเดียวกันผู้รับสารก็ชื่นชอบข่าวบันเทิง ทั้งที่ข่าวบันเทิงตามหน้าหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเรื่องส่วนบุคคลปริมาณมากเมื่อเทียบกับข่าวประเภทอื่นๆ เป็นต้น

ประการสุดท้าย คือ การขาดความรู้เท่าทันสื่อของผู้รับสาร จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมีความรู้เท่าทันต่อข่าวอย่างผิวเผินให้อ่านาสลิตซ์ขาดต่อนักข่าวในการนำเสนอข่าวมารายงานให้ทราบ โดยไม่ได้ตระหนักถึงสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่เบื้องหลังการผลิตข่าว รวมถึงผลกระทบของข่าวที่มีต่อสังคม ทำให้ “ข่าว” ยังคงเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างและอำรงรักษาอุดมการณ์ต่างๆ ของสังคมไว้ สุดท้ายประชาชน ซึ่งขาดความสามารถในการวิเคราะห์ พิจารณา และต้องอยู่ภายใต้สภาพสังคมแบบเดิม

รูปภาพที่ 6 ภาพจำลองสรุปการให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร



จากแบบจำลองสรุปการให้ความหมายข่าวของผู้รับสาร การให้นิยามข่าวของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับ การรับรู้ต่อข่าว ซึ่งการรับรู้ที่แตกต่างกันทำให้มีการให้ความหมายข่าวหรือมองธรรมชาติข่าวแตกต่างกัน และตัว ที่กำหนดการรับรู้ในที่นี้คือลักษณะการใช้สื่อ ผู้ที่เปิดรับข่าวอย่างตั้งใจ จะเป็นผู้ที่พึ่งพาสื่อในการให้ข้อมูลข่าวสาร มาก จะมีเกณฑ์ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อข่าวในระดับสูง ซึ่งคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่คือผู้ที่มีการศึกษาสูง มีอาชีพที่ต้องใช้หรือเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร หรือเป็นลักษณะนิสัยส่วนบุคคลที่ชอบแสวงหาข่าวสาร ในขณะที่ ผู้ที่เปิดรับข่าวตามความเคยชิน มีลักษณะใช้สื่อในเชิงรับ(passive user) ไม่ค่อยตระหนักถึงอิทธิพลหรือเบื้อง หลังที่ซ่อนเร้นของข่าว

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุปของงานวิจัยครั้งนี้พอจะให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางทั้งในด้านวิชาการ และการปฏิบัติงาน ต่อวงการสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. **การพัฒนาการทำข่าว** ผู้รับสารมีความต้องการหรือคาดหวังต่อข่าว เพื่อสนองความ ต้องการด้านปัญญาหรือความรู้เป็นอันดับต้นๆ และมุ่งเน้นความมีประโยชน์ รวมไปถึงความลึกเชิงเนื้อหาที่แสดง ความเป็นมืออาชีพเป็นสิ่งสำคัญ และผู้รับสารเห็นว่าข่าวปัจจุบันมีไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ: นักข่าวควรปรับปรุงการทำข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวหนัก ซึ่งอยู่ในวิสัยจะปรับปรุงได้ ง่าย เพราะสนองความต้องการด้านปัญญาอยู่แล้วให้มีคุณภาพและแสดงความเป็นมืออาชีรมากขึ้น

2. **การให้ความรู้** ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารยังคงขาดความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งหากเป็นเรื่องราวที่ไกลตัว ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะไม่พินิจวิเคราะห์ต่อเนื้อหาข่าวเท่าใด ทำให้เราได้รับท เรียงว่าแม้จะมีผู้กล่าวถึงอิทธิพลอันจำกัดของสื่อ แต่ในกรณีที่ผู้รับสารไม่ตระหนักหรือไม่สามารถเท่าทันข่าวได้ สื่อก็ยังคงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในสังคมต่อไป

ข้อเสนอแนะ: การให้ความรู้ต่อประชาชน ให้มีความเท่าทันต่อสื่อ ทั้งในรูปของการศึกษาในระบบโรง เรียนหรือมหาวิทยาลัย และการศึกษานอกระบบ เช่น การให้ความรู้ผ่านทางสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้ประชาชน ได้รู้จักการวิเคราะห์วิพากษ์ การตั้งคำถามต่อปรากฏการณ์ต่างๆ เกิดการพูดคุยอภิปรายกัน สร้างเป็นภูมิคุ้มกัน ทางสื่อขึ้น

นอกจากนี้ควรมีการกระตุ้นด้วยวิธีต่างๆ ให้ผู้บริโภคข่าวตระหนักและรักษาสิทธิของตนในการเรียกร้อง หรือแสดงความต้องการต่อข่าว เพราะหากเสียงผู้บริโภคดัง หรือเกิดกิจกรรมเคลื่อนไหว เช่น ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์ ฉบับนั้นๆ หรือลงบทความแสดงความเห็น ฯลฯ จะช่วยทำให้ผู้ผลิตข่าวต้องขบคิด ปรับปรุงกระบวนการผลิตข่าว ของตนให้ดีขึ้น



3. **การใช้สื่อ** การใช้สื่อของผู้รับสารมีลักษณะเชิงรับ มากกว่าเชิงรุก เปิดรับข่าวตามความเคยชินที่เป็นนิสัย ภาพของความมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประเด็นสังคมต่างๆตามที่คาดหวังไว้ตามกระบวนการประชาธิปไตยที่สมบูรณ์จึงยังไม่ปรากฏเด่นชัด

ข้อเสนอแนะ: การวิจัยในอนาคตน่าจะมีการศึกษาทางด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบุคคลต่อเรื่องต่างๆ ว่ามีปัจจัย หรือเงื่อนไขใดที่ส่งผลต่อตัดสินใจในการมีส่วนร่วมต่อเรื่องราวต่างๆ หรือกิจกรรมต่างๆ ของประชาชนในด้านที่เกี่ยวข้องกับวารสารศาสตร์



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรกช สุรกุล. 2542. การเปิดประเด็นข่าวและกระบวนการทำข่าวของผู้สื่อข่าวการเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา กาญจนทวี. 2542. แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2541. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กิ่งปรางค์ สมจิตต์. 2542. ปัจจัยและแนวทางที่มีอิทธิพลในการคัดเลือกภาพข่าวอาชญากรรมที่มีเนื้อหาความรุนแรง. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2539. สังคมทฤษฎี: ยุทธศาสตร์ความล่มสลายของสังคม. กรุงเทพมหานคร: ชัคเชสมี เดีย.
- ชัยยุทธ โชติบาล. 2541. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมของมูลนิธิ อิศรา อมันตกุล ระหว่างปี 2515 ถึง 2529. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดรุณี หิรัญรักษ์. 2529. การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ธงไชย มหาไตรภพ. 2535. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าวสำหรับลงพิมพ์ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 4 ฉบับ. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรรัตน์ พันทวี. 2537. การวิเคราะห์กรอบของกระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา. 2528. ระหว่างกระจกกับตะเกียง. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- พรณา แก้วลาย. 2539. ความต้องการข่าวสาวและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก: ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พนิต กุลศิริ. 2528. การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการพัฒนาสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช และคณะ. 2539. การรายงานข่าวชั้นสูง. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2542. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุพดี เผ่าสุขถาวร. 2539. การวิเคราะห์เอกสารของกระทรวงการคลังที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ปี 2535-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยงยุทธ รักษาศรี. 2525. การใช้ระบบข่าวสารในการตัดสินใจเพื่อพัฒนาการกำหนดเส้นทางเดินรถยนต์โดยสารประจำทางในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิยดา เกียวกุล. 2538. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุกัญญา สุตบรรทัด. 2528. หนังสือพิมพ์: จากยุโรปสู่เอเชีย. ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุमितร์ ปิติพัฒน์. 2544. ความเป็นคนไทย. กรุงเทพมหานคร:อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

แสวง จันทราทิพย์. 2542. การอ้างข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยจากแหล่งข่าวต่างประเทศและความเชื่อถือของผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..

อดิสา วงศ์ลักษณะพันธ์. 2542. การเล่าเรื่องในข่าวการเมืองของหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

- Ekdorn, Leah Rae. 1981. An Interpretative Study of the News: an Analysis of News From. Ph.D. Thesis. The University of Iowa.
- Gans, Herbert J. 1979. Deciding What is News. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 235-48. Oxford University Press, New York.
- Gerbner, George. 1966. Ideological Perspectives and Political Tendencies In News Reporting, Journalism Quarterly, Spring.
- Gieber, Walter. 1964. News is What Newspapermen Makes it. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 218-23. Oxford University Press, New York.
- Golding, Peter, and Philip Elliott. 1979. Making the News. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 155-65. Oxford University Press, New York.
- Hall ,Stuart, Critcher, Chas, Jefferson, Tony, Clarke, John, and Brain Roberts. 1978. Policing the Crisis. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 246-56. Oxford University Press, New York.
- Herman, Edward, and Noam Chomsky. 1988. Manufacturing Consents- The Political Economy of the Mass Media. Pantheon Bock, New York.
- Kimball, Penn 1994. Downsizing the News: Network Cutbacks in the Nation's Capital. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 209-12. Oxford University Press, New York.
- Krishnamoorthy, Dasu. 2000. Understanding News. [www.aber.ac.uk/~jmcwww/Misc/drishnamoorthy-01.html](http://www.aber.ac.uk/~jmcwww/Misc/drishnamoorthy-01.html).
- Lippmann, Walter.1922. Public Opinion. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 5-10. Oxford University Press, New York.

- Littlejohn, Stephen W. 1996. Theories of Human Communication. Wadworth Publishing Company, California.
- Molotch, Harvey, and Marilyn Lester. 1974. News As Purposive Behaviour: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals. In Howard Tumber (ed.), News: A Reader, pp. 37-48. Oxford University Press, New York.
- Serverin, Werner J. 1992. Communication Theories: origin, methods, and uses in the mass media. Longman, New York.
- Sundar, S. Shyam. 1999. "Exploring Recievers" Criteria for Perseption of Print and Online News. Journalism and Mass Communication Quarterly, 76: 373-83.
- Ward, Hiley H. 1997. Mainstreams of American Media History: a narrative and intellectual history. Allyn and Bacon, Boston.
- Watson, James. 1998. Media Communication: An Introduction to Theory and Process, Macmillian Press LTD, London.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



3. ท่าน ชม/ อ่าน / ฟัง ข่าวจากสื่อประเภทใดมากที่สุด (เรียงลำดับโดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด ตามด้วย 2 , 3 ,4 ตามลำดับ หากไม่ได้ใช้สื่อไหนให้เว้นว่างไว้)
- ( ) โทรทัศน์ ( ) อินเทอร์เน็ต  
( ) วิทยุ ( ) หนังสือพิมพ์ ( ) อื่นๆ
4. ท่านชื่นชอบข่าวจากสื่อประเภทไหนมากที่สุด เพราะเหตุใด (เรียงลำดับโดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด ตามด้วย 2 , 3, 4 ตามลำดับ)
- ( ) โทรทัศน์ ( ) อินเทอร์เน็ต  
( ) วิทยุ ( ) หนังสือพิมพ์ ( ) อื่นๆ
- เหตุผล.....
5. จุดประสงค์ในการ ชม / อ่าน / ฟัง ของท่านคืออะไร ( ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ โดยใช้ตัวเลข 1 , 2 , 3 , 4 และ 5 ตามลำดับความสำคัญของจุดประสงค์ของท่าน)
- ( ) เพื่อทราบความเป็นไปของข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ ( ) เพื่อความบันเทิง  
( ) เป็นแหล่งความรู้ทั่วไป ( ) เป็นแหล่งความรู้สำหรับใช้ในชีวิตรประจำวัน  
( ) นำไปเป็นหัวข้อพูดคุยสนทนากับคนอื่น ๆ ( ) ความตื่นเต้น / สะใจ  
( ) ฆ่าเวลา ( ) อยากรู้อยากเห็น  
( ) พักผ่อน ( ) สร้างความมั่นใจ / เชื่อมมั่น  
( ) เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงทางจริยธรรมและศีลธรรม ( ) เพื่อแสดงความเป็นตัวของตัวเอง  
( ) อื่นๆ
6. ท่านชื่นชอบข่าวประเภทใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 5 อันดับ โดยใช้ตัวเลข 1 , 2 , 3 , 4 และ 5 ตามลำดับความชื่นชอบ)
- ( ) การเมือง ( ) เศรษฐกิจ  
( ) ต่างประเทศ ( ) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
( ) การศึกษาเยาวชน ศิลปะ วัฒนธรรม ( ) บันเทิง  
( ) อาชญากรรม ( ) กีฬา  
( ) เกษตร ( ) สังคม  
( ) ศาสนา ( ) ข่าวซุบซิบ ( ) อื่นๆ.....
7. ท่านเห็นว่าสื่อประเภทใดมีความน่าเชื่อถือในการเสนอข่าวมากที่สุด (เรียงลำดับโดยใช้ตัวเลข 1 แทนมากที่สุด ตามด้วย 2 , 3 ,4 ตามลำดับ)
- ( ) โทรทัศน์ ( ) อินเทอร์เน็ต  
( ) วิทยุ ( ) หนังสือพิมพ์ ( ) อื่นๆ.....
- เหตุผล.....



## ส่วนที่ 3 การให้ความหมายต่อข่าว

3.1 ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ ชม/ อ่าน / ฟัง ข่าว ท่านคิดว่าเหตุการณ์ที่นำมาเสนอเป็นข่าวควรมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องเลขลำดับที่ท่านเห็นว่าเป็นคุณลักษณะที่เหมาะสม

หลักเกณฑ์	น้อยที่สุด				มากที่สุด
	1	2	3	4	5
ให้ความรู้					
ใกล้ชิดกับประชาชน					
บุคคล / สถานที่ / สิ่งของ ที่ เป็นข่าวมีความสำคัญหรือเด่น					
ผิดปกติ					
มีผลกระทบ					
เป็นปัญหาของสังคม					
ร้ายแรง					
เป็นเรื่องส่วนบุคคล					
ลึกลับซ่อนเงื่อน					
เกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับตัวท่านเอง					
ทันต่อเหตุการณ์					
ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ					
เป็นเรื่องที่ส่งผลต่อคนส่วนมาก					
แปลก					
เป็นเรื่องที่ท่านเองสนใจ					
มีความขัดแย้ง					
เร้าอารมณ์					
สร้างสรรค์					
เป็นเรื่องทางด้านเพศ					
เกี่ยวกับความก้าวหน้า / พัฒนา					
ตื่นเต้น					
มีประโยชน์					
หายน่ะ					
ประหลาดใจ					
สะท้อนสังคม					
ถูกศีลธรรมจรรยา					
เป็นเรื่องของคนกลุ่มน้อย / คนบางกลุ่ม					

หลักเกณฑ์	น้อยที่สุด				มากที่สุด
	1	2	3	4	5
เหลือเชื่อ					
น่าสนใจใคร่รู้					
เกี่ยวกับความสำเร็จ					
เป็นเรื่องความทุกข์ยากของประชาชน					
มีความตึงเครียด					
ถูกต้อง					
เบาสมอง					
เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง					
ให้อุทาหรณ์					
ไม่สร้างความเดือดร้อน					

### 3.2 ท่านเห็นว่าข่าวที่มีคุณภาพควรมีลักษณะอย่างไร

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงบนเลขลำดับที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมในด้านความมีคุณภาพ

คุณภาพ	น้อยที่สุด				มากที่สุด
	1	2	3	4	5
ใช้ภาษาถูกต้อง					
มีการชี้แนะ / ชี้นำโดยนักข่าว					
ให้กำลังใจ / แรงจูงใจ					
ถูกต้อง					
น่าติดตาม					
มีความลึกของเนื้อหา					
มีประโยชน์					
ตรงประเด็น					
ตรวจสอบ / อ้างอิงได้					
ไม่สร้างความเดือดร้อน					
ใช้ภาษาน่าอ่านน่าฟัง					
มีเหตุผล					
มีผลกระทบ					
เชื่อถือได้					
มีการวิเคราะห์					
ไม่ใส่ความคิดเห็นของนักข่าว					
มีเนื้อหาชัดเจน					

คุณภาพ	น้อยที่สุด				มากที่สุด
	1	2	3	4	5
ให้ข้อสรุป					
ทันเหตุการณ์					
มีข้อเท็จจริง					
ให้ข้อมูลรอบด้าน					

3.3 ท่านเห็นว่า “ข่าว” ในปัจจุบันเป็นไปตามข้อความด้านล่างมากน้อยเพียงใด  
โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ท่านมีความคิดเห็นเช่นนั้น

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยเลย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยมาก
- ข่าว เป็นสิ่งที่ประชาชนควรรู้และมีความสำคัญ					
- ข่าวถูกเลือกมานำเสนอโดยผ่านสายตาของนักข่าว					
- ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล					
- ข่าว นำเสนอเหตุการณ์อย่างบิดเบือน					
- ข่าวนำเสนอเรื่องของคนกลุ่มน้อยในสังคม					
- ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้รับสารสนใจใหญ่สนใจ หรือต้องการ					
- ข่าวเลือกรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพียงบางส่วน เลือวงเท่านั้น					
- ข่าว คือเหตุการณ์ที่มีความสำคัญโดยตัวมันเอง					
- ข่าวนำเสนอเรื่องของคนส่วนใหญ่ในสังคม					
- ข่าว เป็นการสร้างเหตุการณ์ขึ้นมาใหม่					
- ข่าวถูกนำเสนอโดยผ่านการตีความจากสังคมและวัฒนธรรม ทำให้เหตุการณ์เดียวกันถูกนำเสนอแตกต่างกันไป					
- ข่าวได้รายงานสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมของสังคม					
- ข่าวถูกจัดลำดับการนำเสนอและความสำคัญโดยผู้ผลิตข่าว					
- ข่าวเป็นสิ่งที่สนองความต้องการ / ความสนใจของแต่ละบุคคล					
- ข่าวยานงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างเป็นจริงด้วยบรรทัดฐานและจรรยาบรรณของวิชาชีพ					
- ข่าวเปรียบเหมือนสินค้าที่นักข่าวคัดเลือกและทำขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค					
- ข่าวถูกกำหนดหรือสร้างขึ้นโดยกลุ่มคนที่มีอำนาจหรือผลประโยชน์ในสังคม					
- ข่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม					

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว ศศิธร ยิวโกศล เกิดเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ.2520 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เมื่อปีการศึกษา 2541 ในสาขาวิชาภาษาเยอรมัน คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ในปี พ.ศ.2542



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย