

บทที่ 2

แนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์การใช้เหตุการณ์เทียมในข่าวการแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยของนักร้องไมเคิล แจ็กสัน 1993 ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์” ได้ใช้แนวคิดเรื่องเหตุการณ์เทียม ของ Daniel J. Boorstin (1973) และแนวคิดเรื่องโครงสร้างข่าว เป็นหลักประกอบการวิเคราะห์ เพื่อสามารถทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะ และประเด็นในการเกิดเหตุการณ์เทียม ในการสร้างข่าวให้เกิดผลตามเป้าประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หรือการส่งเสริมตัวบุคคล เป้าหมายสามารถให้ภาพและการอธิบายการใช้เหตุการณ์เทียมได้อย่างเหมาะสม

1. แนวคิดเรื่องเหตุการณ์เทียม (pseudo-events)

Daniel J. Boorstin (1973) ได้กล่าวถึงลักษณะของเหตุการณ์เทียมว่า

1. ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะมีผู้วางแผนหรือจุดชนวนให้เกิดขึ้น ปกติแล้วไม่ใช่เรื่องรถไฟตกราง หรือแผ่นดินไหว แต่เป็นการสร้างขึ้นจากการสัมภาษณ์
2. เป็นการเตรียมการไว้ล่วงหน้าได้ เพื่อเผยแพร่สู่กลุ่มคนจำนวนมากได้โดยสะดวกรวดเร็ว มีการเสนอซ้ำ และเสนออย่างต่อเนื่องกัน ความสำเร็จของ ‘เหตุการณ์เทียม’ วัดกันตรงที่ว่าได้รับการนำไปเผยแพร่โดยสื่อมวลชนมากน้อยเพียงใด
3. ความสนใจของเหตุการณ์เทียม จะอยู่ที่ความกำกวมของเหตุการณ์ที่ถูกเสนอ ยิ่งมีความเคลือบแคลงเท่าไร ก็ยิ่งน่าสนใจมากเท่านั้น คำถามที่จะเกิดขึ้นมาใหม่ก็คือ “หมายความว่าอย่างไร” ในขณะที่ถ้าเป็นข่าวรถไฟตกราง คำถามก็เป็นแค่เพียง “มันเกิดอะไรขึ้น”
4. เป็นการคาดเดาส่งที่ที่เกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

จากลักษณะดังกล่าว สามารถสรุปความหมายของเหตุการณ์เทียมว่า เป็นสถานการณ์บางอย่างที่มีการสร้างขึ้นมา และอาจเป็นสิ่งไม่จริง นอกจากนี้ยังไม่ใช่สิ่งที่เกิดเองตามธรรมชาติ โดยลักษณะการสร้างเหตุการณ์เทียมเช่นเดียวกับลักษณะของการสร้างภาพลักษณ์ กล่าวคือ มักมีความกำกวม คลุมเครือ และสร้างให้เกิดภาพทวงที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารนึกคิดไปเอง

มักมีการใช้ภาษาให้เข้าใจได้เพียงครั้งเดียว ลักษณะของเรื่องราวที่น่าเสนอจะไม่ใช่ความจริง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ไม่ใช่ความเท็จ มักมีการคาดทำนายผลสำเร็จตามเป้าหมายนั้นด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางวิทยาการได้ทำให้เข้าสู่ยุคสังคมข่าวสารที่ต้องการข้อมูลมากขึ้น รวดเร็วขึ้น สื่อต่าง ๆ จึงต้องรองรับความต้องการด้านข้อมูลของสังคมมากขึ้น เหตุการณ์เทียบที่สามารถตอบสนองความคาดหวังที่เกินเลยขอบเขตของผู้รับสาร ที่มีความต้องการบริโภคข่าวสารมากยิ่งขึ้น จึงมีผลทำให้เหตุการณ์เทียบสามารถเข้าครอบงำเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงไปแล้ว บัณฑิตได้อธิบายลักษณะของเหตุการณ์เทียบที่ก่อให้เกิดการครอบงำแก่ผู้บริโภคดังนี้

1. ความสนุกเร้าใจมีการเตรียมการล่วงหน้า เป็นเหมือนละคร
2. ง่ายและมีความรวดเร็วในการแพร่กระจาย
3. สามารถเสนอซ้ำได้เมื่อต้องการ
4. มีการใช้การโฆษณาล่วงหน้า เพื่อให้ได้รับความสนใจ และคุ้มค่ากับเงินที่ได้ลงทุนไป และมีการเสนอซ้ำด้วย
5. ได้รับการตระเตรียมมาอย่างชาญฉลาด ทำให้น่าเชื่อถือ
6. ความก้าวหน้าทางวิทยาการ ทำให้สามารถนำเสนอให้ผู้รับสารได้ถูกต้องตามเวลา และสถานที่ที่เหมาะสม
7. มีการนำสิ่งซึ่งเป็นข้อมูลของเหตุการณ์เทียบ มาทดสอบผู้อ่านว่ารู้มากเพียงใด
8. เหตุการณ์เทียบย่อมแพร่กระจายด้วยตัวของมันเอง และเหตุที่มันสามารถครอบงำจิตสำนึก และสติสัมปชัญญะของบุคคลได้ ก็เพราะในสังคมเต็มไปด้วยเหตุการณ์เทียบเหล่านี้

เหตุการณ์เทียบตามความคิดของบัณฑิต จึงเป็นสิ่งที่สามารถจะพบเห็นและสัมผัสได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ซึ่งบัณฑิตได้กล่าวถึงเหตุการณ์เทียบไว้หลายรูปแบบโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังนี้คือ

1. การสร้าง 'ข่าว' (news making) ขึ้นมาแทนที่การรายงานข่าวจากข้อเท็จจริงในแบบเดิม โดยการกำหนดประเด็น กำหนดมุมมอง และวิธีการนำเสนอ ตลอดจนการคัดเลือกข่าวเพื่อว่าควรนำเสนอข่าวประเภทใด และในรูปแบบใดจึงจะ "ขายข่าว" ได้อย่างตอบสนองความต้องการข่าวสารของผู้อ่านมากที่สุด รวมทั้งต่อเป้าหมายทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ด้วย ดังนั้น 'ข่าว' จึงเป็นเหตุการณ์เทียบในลักษณะที่มีการวางแผนไว้ คุณค่าของข่าวอยู่ที่ความน่าสนใจ เร้าใจ แปลก

ใหม่ และการนำเสนอไปสู่คนจำนวนมากอย่างรวดเร็ว โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้มากที่สุด จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น 'ข่าว' จึงเป็นการสร้าง "ข่าว" ในแง่ของเหตุการณ์เทียมรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารมวลชน

2. เหตุการณ์เทียมที่เกิดขึ้นกับมนุษย์เอง (human pseudo-events) ในลักษณะของการสร้างความเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง (celebrity) โดยอาศัยกลยุทธของการสร้าง 'ข่าว' และการแพร่กระจายผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทโดยเสนอซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งสิ่งเหล่านี้เท่ากับเป็นการสร้างสถานภาพ (confer status) ของบุคคลให้ปรากฏเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงอย่างชัดเจนและรวดเร็ว อาทิเช่น นักร้องระดับโลกอย่างไมเคิล แจ็กสัน ถูกสร้างควมมีชื่อเสียง จนได้รับสมญานามว่า "King of Pop" ซึ่งก็ได้ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธในการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ของนักร้องผู้นี้ จนสามารถส่งผลสะท้อนให้เห็นถึงเหตุการณ์เทียมของการแสดงคอนเสิร์ตในครั้งนี้ด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเหตุการณ์เทียมดังกล่าวของบัวสติน จึงได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในเรื่องการใช้เหตุการณ์เทียม ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญมาอธิบายลักษณะเนื้อหาของข่าวการแสดงคอนเสิร์ต โดยสะท้อนถึงการให้ 'เหตุการณ์เทียม' ว่าเป็นอย่างไร เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเหตุการณ์เทียมได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังได้นำแนวความคิดในเรื่องของเหตุการณ์เทียมนี้ มาใช้วิเคราะห์เพื่อทราบถึงรูปแบบที่นำมาใช้เป็นประเด็นในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เชิงประชานิยม และเชิงคุณภาพได้อย่างชัดเจน

2. แนวคิดเรื่องโครงสร้างข่าว

สื่อหนังสือพิมพ์นับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลมากต่อสังคม เนื่องจาก การกระจายตัวของสื่อสามารถทำได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง โดยหน้าที่หลักของสื่อประเภทนี้ คือ การรายงานข่าวต่อผู้อ่านหรือรายงานข่าวต่อประชาชน Juliam Harriss และคณะ (1977:29) ได้กล่าวถึงธรรมชาติของข่าว ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. ข่าวเป็นรายงานที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์
2. ข่าวเป็นรายงานของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งได้ชี้แจงรายละเอียด และมีส่วนที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบเดิม หรือ ผลแห่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเดิมให้ผู้อ่านทราบ
3. ข่าวเป็นเหตุการณ์อันหนึ่งแห่งผลลัพธ์ของสังคมนั้น

จากความหมายดังกล่าว พบว่า ธรรมชาติของข่าวเป็นเหตุการณ์เรื่องราวต่าง ๆ หรือความคิดเห็นของมนุษย์ สัตว์ สิ่งของ ที่เกิดขึ้นและถูกนำมาเสนอต่อผู้อ่าน ซึ่งในแต่ละวันจะมีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายนับไม่ถ้วน แต่เนื่องจากหนังสือพิมพ์มีจำนวนจำกัด ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการตัดสินใจคัดเลือกข่าวจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่น่าจะได้รับความสนใจจากผู้อ่าน และมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในสังคม จากธรรมชาติข่าวข้างต้น ผู้รายงานข่าวจึงต้องพิจารณาคุณค่าข่าว (news value) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกทำข่าวและเสนอข่าว

(2.1) คุณค่าข่าว

การพิจารณาคุณค่าข่าว ในฐานะที่เป็นมาตรวัดในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวนั้น ฉาน วุฒินิพนธ์ (2517:127) พบว่า มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวัน เพราะสามารถใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกข่าว อย่างไรก็ตาม การอธิบายหรือการให้คำจำกัดความของ หลักการประเมินคุณค่าของข่าวนี้นั้น ไม่ใช่ปัจจัยคงที่แน่นอนเสมอไป เนื่องจาก คุณค่าข่าว ยังขึ้นอยู่กับการใช้กรอบการมองสถานการณ์ (situation) ที่แตกต่างกัน รวมทั้งกาลเทศะ (timing) ในการเสนอข่าวที่อาจจะแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลาย ๆ อย่าง ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ ระดับความสนใจของผู้อ่าน

ระดับความสนใจของผู้อ่านนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามพื้นฐานการศึกษา เศรษฐกิจและสังคม ผู้อ่านบางกลุ่มสนใจข่าวชาวบ้านประเภทข่าวเบา (soft news) เพราะข่าวประเภทนี้มีเนื้อหาสาระที่ก่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้อ่านได้ทันที ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจ เช่น ข่าวการจีป्लीน จุกคร่า ข่มขืน และการบันเทิง ซึ่งผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีจำนวนมาก เพราะเป็นข่าวสารที่ไม่ต้องอาศัยพื้นฐานความรู้สูงก็สามารถติดตามข่าว และเข้าใจเหตุการณ์ได้ เพราะการเสนอข่าวใช้ภาษาที่ง่าย มีแนวโน้มจะใช้ภาษาชาวบ้านเพื่อสนองความพอใจ รวมทั้งมีการใช้ภาพประกอบมาก การตกแต่งสีสันทัน เพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้กับผู้อ่าน โดยมีการพาดหัวข่าวที่ใช้อักษรตัวโต ใช้ถ้อยคำในการพาดหัวที่ตื่นเต้น สดุดของ เร้าอารมณ์แก่ผู้อ่าน ชวนติดตาม หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวในลักษณะนี้ถูกจัดอยู่ในหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (popular newspapers) ซึ่งมุ่งความบันเทิงแก่ผู้อ่านมากกว่าอย่างอื่น

ส่วนผู้อ่านบางกลุ่มสนใจข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ซึ่งเรียกข่าวประเภทนี้ว่าข่าวหนัก (hard news) เป็นข่าวที่ให้ความรู้มากกว่าความบันเทิง ข่าวประเภทนี้มีผลทำให้เกิดความรู้สึกพอใจแก่ผู้อ่านได้ช้ามาก เพราะเป็นข่าวที่ต้องใช้ความคิดความรู้ความสนใจ

มากพอสมควร หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวประเภทนี้จัดอยู่ในหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (quality newspapers)

อย่างไรก็ดี การประเมินคุณค่าข่าว (news value) แม้จะมีปัจจัยที่ทำให้การมองคุณค่าทางข่าวแตกต่างกันก็ตามแต่ ลอฮัน วุฑฒิกกรมรักษา (อ้างแล้ว) ได้เสนอองค์ประกอบโดยทั่วไปของคุณค่าข่าว ว่ามีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ความรวดเร็ว (immediacy/timeliness) นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าวเพราะผู้อ่านมักให้ความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ และรวดเร็วทันควัน ดังคำขวัญที่ว่า “ข่าวต้องสดเหมือนปลา”

2. ความใกล้ชิด (proximity/nearness) เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการพิจารณา คุณค่าทางข่าว เพราะนักจิตวิทยาได้อธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่า มนุษย์สนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว อันอาจส่งผลกระทบต่อตัวเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

3. ความเด่น (prominence) หมายถึงบุคคลสำคัญและสถานที่สำคัญ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี เมื่อบุคคลหรือสถานที่นั้นเข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว ก็ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่วไป

4. ความแปลกประหลาด (oddity/unusualness) เมื่อมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม เหตุการณ์นั้นย่อมก่อให้เกิดความสนใจและมีคุณค่าทางข่าวสูงเช่นเดียวกัน หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญแก่องค์ประกอบนี้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยในการเสนอข่าวเพราะถูกปิดกั้นเสรีภาพ หนังสือพิมพ์จึงมักจะใช้ความแปลกประหลาดมาเสนอเป็นข่าว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศที่ตึงเครียดให้ผ่อนคลายลงได้ชั่วระยะหนึ่ง

5. ผลกระทบกระเทือน (consequence) ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากมักได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่าข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนน้อย ผลกระทบกระเทือนที่ว่านี้ อาจเป็นผลกระทบกระเทือนทางด้านเศรษฐกิจการเมือง การปกครอง วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ฯลฯ

6. ความขัดแย้ง (conflict) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว เพราะความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของมนุษย์โดยทั่วไป ความขัดแย้งทาง

ด้านผู้สาว หรือครอบครัวของบุคคลสำคัญหรือคาราภาพยนตร์-ทีวี มักจะถูกนำมาวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวาง นอกเหนือไปจากความขัดแย้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

7. ความมีเงื่อนงำ (suspense/mystery) บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลัง ลึกลับซับซ้อน หนังสือพิมพ์มักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลาย ๆ วัน เรียกกันว่า scoop หรือ exclusive ซึ่งข่าวประเภทนี้มักจะได้รับ ความสนใจจากผู้อ่านอย่างกว้างขวางมากเช่นกัน

8. ความสนใจของมนุษย์ (human interest) เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้ว ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ (emotion) ต่อเหตุการณ์หรือมีความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น เห็นอกเห็นใจ เสรีโสภณเสียใจ กลัวหรือหวาดระแวงว่าสักวันหนึ่งอาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้ ข่าวที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่มักจะเป็นข่าวอาชญากรรม ที่ผู้อ่านสนใจอยากรู้สาเหตุที่แท้จริงว่าเนื่องมาจากอะไรและลงเอยอย่างไร เป็นความสนใจในชะตากรรมของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

9. เพศ (sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักจะสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ทั้งโดยเปิดเผยและไม่เปิดเผย ในช่วงเวลาที่หนังสือพิมพ์มีเสรีภาพมาก หนังสือพิมพ์หลายฉบับได้ตีพิมพ์ภาพโป๊เปลือยปะปนอยู่ในหน้าข่าวสังคมเสมอ ถึงแม้ว่าภาพนั้นจะไม่เกี่ยวข้องกับข่าวก็ตาม เรื่องราวเกี่ยวกับเพศเช่นนี้ รวมถึงการหมั้น การแต่งงานของบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงในวงสังคมด้วย

10. ความขบขัน (amusement) ในช่วงเวลาที่บรรยากาศทางเศรษฐกิจและการเมืองกำลังเคร่งเครียด หนังสือพิมพ์อาจเสนอข่าวขบขันเพื่อผ่อนคลายบรรยากาศได้บ้างช่วงขณะหนึ่ง ข่าวความขบขันนี้อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของดาวตลกเองเช่น สังข์ทอง สีใส พันโทขอมมาไว้หมวดเรือบางวางมาดตึงสี่ รับแสดงภาพยนตร์เรื่องแรกคู่กับจรรยา สุขสวัสดิ์ หรืออาจเกิดจากการประชดประชันสังคมก็ได้เช่น ตำรวจกวาดล้างมิงฉาชีพ จับชายคนหนึ่งสงสัยพกอะไรตุง ๆ ไว้ที่บ้านท้าย สันนิษฐานว่าเป็นอาวุธปืน แต่เมื่อเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้าไปค้น กลับปรากฏว่าเป็นไม้ตีพริกขุยกไว้ในซองปืน เป็นต้น

11. ความเปลี่ยนแปลง (change) ในสังคมมนุษย์ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีหรือทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น มนุษย์ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งในสังคม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ด้วย เพราะการเปลี่ยนแปลงย่อมมีผลกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงของ

กีฬาอากาศ การจัดระบบการจราจรให้มีประสิทธิภาพหรือไบค์เลน การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชนในย่านสลัม เป็นต้น

12. ความก้าวหน้า (progress) มนุษย์มีความพยายามค้นคว้าที่จะเอาชนะธรรมชาติ อยู่เสมอ มนุษย์ยังได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งปัจจุบันมนุษย์สามารถส่งกระสวยอวกาศโคจรรอบโลกลำแรกในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์นี้ บางครั้งทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจมากเหมือนกัน จึงถือได้ว่า มีคุณค่าสูงเช่นกัน

หลังจากที่ได้มีการประเมินคุณค่าทางข่าว (news value) ที่ใช้เป็นมาตรวัดในการคัดเลือกข่าวแล้ว การทำให้ข่าวที่คัดเลือกมานั้นเป็นที่สนใจนับเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการนำเสนอ สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องหาวิธีการทำให้เรื่องนั้นอยู่ในความนิยม หรือความสนใจของผู้อ่าน ในกรณีของสื่อหนังสือพิมพ์นั้น หน้าหนึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความน่าสนใจกับผู้อ่านมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งขนาดของพาดหัวข่าว และภาพข่าว ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด

(2.2) พาดหัวข่าว และภาพข่าว

หน้าหนึ่ง (front page) ของหนังสือพิมพ์ จึงเป็นเหมือนปกของตำรา วารสาร นิตยสารต่าง ๆ ต้องมีข้อความประกอบ เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้อ่านติดตามต้องการเปิดอ่านรายละเอียดภายในฉบับ นอกจากนี้ การใช้สื่อที่เป็นรูปธรรม สร้างจินตนาการที่เหมือนจริงให้อ่านประกอบด้วย จะช่วยสร้างความน่าสนใจแก่หน้าหนึ่งมากยิ่งขึ้น ลักษณะ 2 ประการดังกล่าวนี้ คือ พาดหัวข่าว และภาพข่าว ดังจะได้กล่าวในลำดับต่อไป

ก. พาดหัวข่าว (headlines)

โดยทั่วไปแล้ว นักวิชาการด้านหนังสือพิมพ์ มีแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับความหมายของพาดหัวข่าว อาทิเช่น

มาลี บุญศิริพันธ์ (2531) ได้ให้ความหมายของพาดหัวข่าวไว้ว่า คือ ส่วนบนสุดของข่าวที่เป็นส่วนที่อยู่นอกเหนือจากเนื้อข่าว ทำหน้าที่บอกผู้อ่านให้ได้ทราบถึงสาระสำคัญของเนื้อข่าว และเป็นส่วนสำคัญในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของ Ferguson และ Pattern (1988) ว่า พาดหัวข่าวเป็นการอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับเนื้อข่าว พิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ และมักอยู่ด้านบนของเนื้อข่าว จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า พาดหัวข่าว

หมายถึง ประโยค วลีหรือข้อความสั้น ๆ ที่เป็นสาระสำคัญในเนื้อหาข่าว พิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ มักอยู่ด้านบนของเนื้อหาข่าว

Harriss, Lieter และ Johnson (1985) ได้สรุปหน้าที่สำคัญของพาดหัวข่าว ว่าเป็น การสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาข่าว สร้างและดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน นอกจากหน้าที่ดังกล่าว แล้ว พาดหัวข่าวยังจะทำให้เราได้ทราบถึงความสำคัญและน้ำหนักต่อข่าวนั้น ๆ ในหน้าหนึ่งด้วย โดยการจัดลำดับความสำคัญของพาดหัวข่าว

ลำดับความสำคัญของพาดหัวข่าว หมายถึง การจัดลำดับความสำคัญของพาดหัวข่าว จำแนกตามขนาดและตำแหน่งของพาดหัวข่าวที่ปรากฏในหน้าหนึ่ง โดยปกติหนังสือพิมพ์จะมีพาดหัวข่าวประจำวันที่สำคัญที่สุดอยู่ 1 ชิ้น นอกนั้นเป็นพาดหัวข่าวที่มีความสำคัญรอง ๆ ลงไป พาดหัวข่าวตามลำดับความสำคัญสามารถจัดได้เป็น 4 ลำดับ ดังนี้

พาดหัวยักษ์ หมายถึง พาดหัวข่าวหน้าหนึ่งที่มีเนื้อที่มากที่สุด มีตำแหน่งอยู่ส่วนบนของหนังสือพิมพ์เมื่อพับครึ่ง ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ พื้นคำเจาะขาว ตัวหนา เพื่อให้สะดุดตาผู้อ่าน ไม่มีการล้อมกรอบพาดหัว มีจำนวน 1 ชิ้นต่อ 1 ฉบับ

พาดหัวใหญ่ หมายถึง พาดหัวที่มีขนาดและเนื้อที่รองลงมาจากพาดหัวยักษ์ และมักจะมีตำแหน่งทั้งส่วนบนและส่วนล่างของหนังสือพิมพ์เมื่อพับครึ่ง ใช้ตัวอักษรขนาดรองลงไป ไม่ใช้เส้นล้อมกรอบพาดหัวเช่นเดียวกัน มีจำนวน 1 ชิ้นต่อ 1 ฉบับ

พาดหัวธรรมดา หมายถึง พาดหัวที่มีได้หลายชิ้นในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ มีความกว้างของพาดหัวมากกว่า 2 คอลัมน์นิ้ว ใช้เส้นล้อมกรอบตัวอักษร ตัวอักษรขนาดรองลงมาจากพาดหัวใหญ่ ตำแหน่งของพาดหัวธรรมดามักจะอยู่ด้านล่างเมื่อพับครึ่งหนังสือพิมพ์

พาดหัวเล็ก หมายถึง พาดหัวที่มีเนื้อที่น้อยที่สุด มีความกว้างเพียง 2 คอลัมน์นิ้ว ตัวอักษรขนาดเล็กและไม่มีการทำตัวหนา มีเส้นกรอบพาดหัวเป็นสีขาวดำมากกว่าเส้นสี ตำแหน่งของพาดหัวเล็กนั้นมักจะอยู่บนขอบด้านขวาหรือซ้าย และบางทีก็เป็นริมด้านล่างทั้งซ้ายและขวา

ข. ภาพข่าว (news pictures)

องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของข่าวหน้าหนึ่ง นอกจากพาดหัวข่าวแล้ว ภาพข่าวเป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญต่อผู้ดูเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีลักษณะเป็นรูปธรรม (concrete) โดยสามารถบอกรายละเอียด บรรยากาศของเหตุการณ์ เรื่องราวได้มากกว่าการบรรยายด้วยคำพูด

Bergin (1967) กล่าวถึงคุณลักษณะของภาพข่าวที่กองบรรณาธิการต้องการ 3 ประการ คือ

1. คุณสมบัติทางกายภาพ (Physical Quality) พิจารณาจากคุณภาพของข่าว เช่น ความคมชัด รายละเอียดของภาพ โทนีสี

2. คุณสมบัติทางด้านเนื้อหาของภาพ (Photo Content) พิจารณาจากความสามารถในการบอกเรื่องราวของภาพ เรื่องราวนั้นต้องตรงประเด็น ภาพนั้นมีจุดที่น่าสนใจที่ใหญ่พอ และเป็นภาพที่มี action นอกจากนี้ ยังต้องมีองค์ประกอบเหล่านี้คือ

- มีความน่าสนใจ (human interest)
- มีความแปลก (odd or unusual)
- มีความขัดแย้ง (conflict or combat)
- ความน่าสนใจนั้น มีความเป็นสากล (universal interest situation)
- เป็นภาพที่ประกอบด้วยสัญชาตญาณ 4 ประการ คือ เป็นภาพเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ (survival) มุ่งองค์ประกอบทางเพศ (sex) เกี่ยวกับความทะเยอทะยาน (ambition) และเป็นภาพเกี่ยวกับการต่อสู้ หนีภัย (escape)

3. คุณสมบัติทางด้านนโยบาย (editorial policy) ขึ้นอยู่กับหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์บางฉบับ จะไม่ตีพิมพ์ภาพศพและอุบัติเหตุ เนื่องจากเห็นว่าเป็นภาพน่ากลัว น่าสยดสยอง ในขณะที่บางฉบับตีพิมพ์ เนื่องจากอยากเป็นอุสดีสำหรับผู้อ่าน

แม้ว่าภาพข่าวจะมีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่งในการเสนอข่าว แต่ภาพข่าวก็สามารถบิดเบือนความจริงได้ (Duane Bradley, 1968:94) ภาพข่าวบางภาพจะสร้างอิทธิพลหรือถ่ายทอดความหมายต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้เกิดอารมณ์และบรรยากาศในส่วนที่จะช่วยดึงดูดให้ผู้อ่านคล้อยตามได้ ดังนั้น สำหรับผู้สื่อข่าวจึงจำเป็นจะต้องมีความรู้ ความสนใจ และมีทักษะในการใช้องค์ประกอบด้านภาพ เพื่อใช้สื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุภาพร โพธิ์แก้ว (2538:4) ได้อธิบายถึงเนื้อหาสาระในส่วนที่เกิดจากองค์ประกอบด้านภาพโทรทัศน์นั้นจะประกอบด้วยต้นกำเนิดภาพ (subject) องค์ประกอบภาพ (composition) และการร้อยเรียงภาพ (transition) แต่เนื่องจาก 'ภาพข่าว' เป็นภาพนิ่ง ดังนั้นองค์ประกอบด้านภาพข่าวจึงประกอบด้วยเพียงต้นกำเนิดภาพและองค์ประกอบภาพเท่านั้น ภายใต้หลักการเดียวกับหลักการในการเล่าเรื่องด้วยภาพของโทรทัศน์ที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่ากล้องทำหน้าที่แทนสายตาผู้ชม

ต้นกำเนิดภาพ (subject) เป็นองค์ประกอบแรกที่บอกผู้ชมว่าเป็นภาพอะไร เป็นผู้หญิงเดินชื่อของในห้างสรรพสินค้า เด็กร้องไห้อยู่กลางสนามหญ้า ชายชราอนปวยอยู่บนเตียงในโรงพยาบาล ชาวนาदानา ลิงโตดัดไม้ รถยนต์ติดอยู่กลางถนน ห้องนอนของวัยรุ่น ผู้คนเดินเล่นในสวนสาธารณะ ฯลฯ เนื้อหาสาระเหล่านี้เกิดจากองค์ประกอบด้านตัวแสดง และท่าทาง (talent and action) กับองค์ประกอบด้านฉากและเครื่องประกอบฉาก (setting)

องค์ประกอบภาพ (shot composition) หมายถึงลักษณะของภาพเป็นอย่างไร ผู้ชมได้เห็นต้นกำเนิดภาพนั้นจากมุมใด องค์ประกอบภาพที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาสาระของภาพโทรทัศน์ ได้แก่

- 1) มุมกล้อง (camera angles)
- 2) ระยะภาพ (camera distance)

1) มุมกล้อง (camera angles) มีความหมายต่อการกำหนดมุมมองของผู้ชมต้นกำเนิดภาพ (subject) หนึ่ง ๆ ผู้ชมโทรทัศน์อาจได้เห็นผ่านมุมกล้องที่แตกต่างหลากหลายความหลากหลายขององค์ประกอบภาพนี้เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างต้นกำเนิดภาพ (subject) กับตำแหน่งกล้องโทรทัศน์ที่มีการจัดวางแตกต่างกัน ซึ่งพอจะแบ่งออกได้เป็น 2 แนวหลัก ๆ คือ การจัดวางมุมกล้องตามแนวตั้ง (vertical camera angles) และการจัดวางมุมกล้องตามแนวนอน (horizontal camera angles)

การจัดวางมุมกล้องตามแนวตั้ง (vertical camera angles) เป็นการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกล้องกับต้นกำเนิดภาพ (subject) ตามแนวตั้ง เกิดเป็นมุมกล้องที่มีความแตกต่างที่สำคัญ 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1) มุมสูง (high angle) ซึ่งเป็นการวางตำแหน่งกล้องอยู่ในระดับที่สูงกว่าต้นกำเนิดภาพ (subject) ผู้ชมจึงเห็นภาพในลักษณะ “มุมกด” คือเหมือนกับก้มลงดู subject ในภาพ สุทัศน์ บุรีภักดี (2529:263) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการกำหนดมุมกล้องในลักษณะนี้ไว้ดังนี้ คือ

- เพื่อแทนความเป็นจริงตามเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในฉากนั้น ๆ ดังนั้น การแทนค่าความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการได้เห็นจะเป็นสิ่งบังคับให้เกิดการถ่ายภาพในระดับสูง และต่ำตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

- เพื่อต้องการหวังผลพิเศษที่เกิดขึ้นกับผู้ชม การกำหนดลักษณะของภาพในรูปแบบนี้มีผู้ถ่ายมีวัตถุประสงค์ในเชิงจิตวิทยาของการเห็นภาพ ทั้งนี้เพราะการถ่ายภาพที่กล้องอยู่ในตำแหน่งที่สูงกว่าระดับสายตา ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งที่สูงธรรมดา (high angle shot) หรืออยู่ในตำแหน่งสูงมาก ๆ (extream high angle) สิ่งที่ถูกถ่ายจะลดความสำคัญลง และจะปรากฏในภาพที่ให้ความรู้สึกในด้านความอ่อนแอไม่มีพลัง ถูกครอบงำด้วยสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง สิ่งที่ใหญ่จะกลายเป็นสิ่งเล็ก ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอภาพในลักษณะการกำหนดตำแหน่งของกล้องสูงกว่าสิ่งที่ถ่าย จะนำมาใช้เพื่อต้องการแสดงความรู้สึกหลายประการ เช่น ความต่ำต้อย ความอ่อนแอ ความบอบบาง ความอ้างว้าง ความไร้ค่า ความโดดเดี่ยว การตกอยู่ภายใต้อิทธิพล ฯลฯ

- เพื่อต้องการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทิศทาง หรือเพื่อแสดงให้เห็นถึงสภาพภูมิประเทศ โดยที่ไม่ต้องการเน้นจุดสนใจจุดหนึ่งจุดใดโดยเฉพาะ หวังเพียงต้องการให้ผู้ชมได้รู้และเข้าใจสภาพต่าง ๆ เท่าที่ต้องการจะบอกให้ทราบไว้เป็นพื้นฐานก่อนที่จะนำไปสู่เหตุการณ์ในช่วงอื่น ๆ ของภาพที่จะตามมาในโอกาสต่อไป

โดยสรุปถึงแม้ว่าภาพที่ได้จากการถ่ายในมุมสูง หวังผลที่จะสร้างภาพให้ผู้ชมมีความรู้สึกในเรื่องของความต่ำต้อย อ้างว้าง โดดเดี่ยว ฯลฯ แต่ในบางกรณีถ้าหากมีองค์ประกอบอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ด้วย ก็จะสามารถพลิกความรู้สึกไปในทางตรงกันข้ามได้ เช่น อาจกลายเป็นความกว้างใหญ่ไพศาล ความยิ่งใหญ่เกรียงไกร หรือความทรหดอดทน เป็นต้น เช่น ที่ราบอันกว้างใหญ่แต่เต็มไปด้วยทหารนับจำนวนหมื่น หรือภาพที่แสดงให้เห็นฝูงชนเต็มสนามศุภชลาศัยนับจำนวนแสน

1.2) มุมต่ำ (low angle) หรือ “มุมเงย” เป็นการวางตำแหน่งกล้องในลักษณะตรงกันข้ามกับ high angle ผู้ชมมีความรู้สึกว่ามอง subject จากตำแหน่งที่ต่ำกว่า กล่าวคือเป็นภาพที่เห็นจากการเงยหน้าขึ้นมอง บางครั้งจึงเรียกมุมกล้องนี้ว่า “มุมเงย” ลักษณะการกำหนดมุมกล้องดังกล่าวจะเสนอเนื้อหาที่ตรงกันข้ามกับมุมสูง ดังนี้คือ

- เพื่อแทนความเป็นจริงตามเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในฉากนั้น ๆ ดังนั้น การแทนค่าความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการได้เห็นจะเป็นสิ่งบังคับให้เกิดการถ่ายภาพในระดับต่ำ และสูงตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

- เพื่อต้องการสร้างความรู้สึกให้เกิดขึ้นกับผู้ชม ในเชิงจิตวิทยาของการเห็นภาพ เนื่องจากการกำหนดรูปแบบการนำเสนอภาพที่ได้จากกล้องที่อยู่ในระดับต่ำ จะมีผลทำให้ภาพที่ถูก

ถ่ายดูมีพลังและแข็งแรงมากกว่า ถึงแม้ว่าสิ่งที่ถูกถ่ายจะเป็นสิ่งเล็ก ๆ บอบบางก็สามารถเห็นว่าแข็งแรงได้ ด้วยเหตุนี้เองในสถานการณ์ใดก็ตามที่ต้องการกำหนดให้ผู้ชมมีความรู้สึกในด้านความแข็งแรง ความเข้มแข็ง ยิ่งใหญ่ มีอิทธิพล มีอำนาจ สามารถควบคุมสถานการณ์แวดล้อมได้ ผู้ถ่ายภาพก็จะนำวิธีการเสนอภาพในรูปแบบนี้มาใช้

1.3) มุมกล้องระดับสายตา (eye-level angle) เป็นมุมกล้องที่แสดงลักษณะเป็นกลาง แต่บางครั้งก็อาจไม่เป็นกลางได้ และอาจสร้างความหมายที่มีผลกระทบทางจิตวิทยา และความรู้สึกได้สูงเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์แบบเผชิญหน้า เช่น ภาพที่ตัวแสดงมองตรงมายังกล้องประสานสายตากับผู้ชม ภาพด้านตรงของแถวทหารที่ยืนเผชิญหน้ามายังกล้อง เป็นต้น

การจัดวางมุมกล้องตามแนวตั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความหมายที่ก่อผลกระทบทางจิตวิทยาและอารมณ์ เช่น ภาพที่ถ่ายจากมุมต่ำ (low angle) จะสร้างความรู้สึกต่อผู้ชมว่า subject ในภาพมีอำนาจ มีฐานะสูงหรือสำคัญกว่า subject ที่ถูกถ่ายจากมุมสูง (high angle) เป็นต้น

ส่วนการจัดวางมุมกล้องตามแนวนอน (horizontal camera angles) เป็นการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกล้องกับต้นกำเนิดภาพ (subject) ตามแนวนอน การใช้ภาพที่มีความแตกต่างของมุมกล้องตามแนวนอน (horizontal camera angles) มีได้มุ่งที่จะสื่อความหมายเชิงจิตวิทยาหรือทางอารมณ์เช่นการจัดวางมุมกล้องตามแนวตั้ง (vertical camera angles) หากแต่ทำหน้าที่ดำเนินความต่อเนื่องของเหตุการณ์ แสดงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพ รวมทั้งอาจเปลี่ยนแปลงมุมกล้องเพื่อลดความน่าเบื่อจากการซ้ำภาพ เช่น ตัดสลับระหว่างภาพมุมกล้องระดับสายตา (eye-level camera angle) ของผู้ให้สัมภาษณ์กำลังพูด กับภาพมุมกล้องระดับสายตา (eye-level angle) ผู้สัมภาษณ์พยักหน้า เป็นต้น

2) ระยะภาพ (camera distance) การควบคุมกล้องถ่ายภาพโทรทัศน์ให้มีขนาดการยิงภาพในระยะห่างต่าง ๆ กัน จะให้เนื้อหา ความรู้สึก และอารมณ์ที่แตกต่างกัน เช่น การยิงภาพไกล (long shot) จะเลือกใช้เมื่อต้องการแสดงสิ่งแวดล้อมหรือสภาพทั่ว ๆ ไปในฉากนั้น ๆ ส่วนการยิงภาพใกล้ (close-up) จะใช้เมื่อต้องการเน้นอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น สีหน้า อารมณ์ของผู้แสดง

เมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในองค์ประกอบของภาพแล้ว ดังนั้นการใช้ภาพสื่อความหมายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องค้นคิด และหาแนวทางการนำเสนอภาพว่าจะทำอย่างไร จึงจะส่งผลให้ภาพในแต่ละช่วงเหล่านั้นบอกความหมายและเรื่องราวต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ได้สมบูรณ์ มี

คุณค่าทางด้านภาษาของภาพ (visual language) ครอบคลุมเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน ผู้อ่านสามารถเข้าใจเรื่องราวได้อย่างซาบซึ้ง ตรงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทุกประการ

การสื่อความหมายด้วยภาพ

การถ่ายภาพ จะโดยวิธีใดก็ตามต้องมิกฎ และหลักเกณฑ์เพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติในการใช้สื่อความหมาย เช่นเดียวกับภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาดนตรี หรือแม้กระทั่งภาษาใบ้ ซึ่งภาษาในแต่ละประเภทดังกล่าวต่างก็มีกฎเกณฑ์ ข้อกำหนดแตกต่างกันออกไปภาษาที่จะนำมาใช้ทางภาพข่าวก็เช่นเดียวกัน จำเป็นจะต้องมีวาทกรรมใช้เป็นส่วนเฉพาะเพื่อยึดถือเป็นแนวทางหลักทางภาษาของภาพ ผลจากการสื่อความหมายด้วยภาพจะทำให้ผู้ชมหรือผู้ดูเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์การรับรู้ที่แตกต่างกัน ดังที่สุทัศน์ นุริภักดี (2529:263) ได้กล่าวถึงความเข้าใจเรื่องบทบาทของผู้ชมว่าขณะที่ท่านได้นั่งชมละคร ภาพที่ปรากฏจะทำให้ท่านมีความรู้สึกเสมือนกับว่าได้ถูกกำหนดให้มีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพของท่านอยู่ตลอดเวลา เช่น ในบางโอกาสจะรู้สึกเหมือนอยู่กับที่ และได้เห็นสิ่งต่าง ๆ ปรากฏแก่สายตาอยู่ข้างหน้า แต่บางครั้งก็ถูกกำหนดให้เกิดความรู้สึกว่าตัวท่านนั้นเป็นผู้หนึ่งที่ได้ลงไปเผชิญชะตากรรมกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นด้วยตนเอง และในบางช่วงบางโอกาสท่านกลับมีความรู้สึกว่าได้รับทราบและได้เห็นสิ่งเหล่านั้นอย่างใกล้ชิด เพียงแต่ไม่ได้เกิดขึ้นกับตัวของท่านเองเท่านั้น ความรู้สึกที่เกิดขึ้นดังกล่าวข้างต้นที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการสื่อความหมายด้วยภาพที่มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดอารมณ์ของผู้ดู เราเรียกลักษณะเช่นนั้นว่า “บทบาทของผู้ชมที่ถูกกำหนดขึ้นจากการสื่อความหมายด้วยภาพ” นั่นเอง วิธีการนำเสนอเพื่อกำหนดบทบาทให้ผู้ชมมีหลายวิธีเช่น

1. การนำเสนอภาพในรูปแบบแทนการได้เห็น (objective shot) ลักษณะการนำเสนอภาพในรูปแบบแทนการได้เห็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ได้เกิดขึ้นของผู้ชมโดยที่ตัวของผู้ชมไม่ได้มีส่วนร่วมกับเหตุการณ์นั้น ๆ เลย ลักษณะของภาพที่ปรากฏเป็นแต่เพียงการแจ้ง หรือบอกให้ผู้ชมได้ทราบว่าเกิดอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และใครเป็นผู้กระทำอยู่เท่านั้น ผู้ชมภาพมีความรู้สึกเสมือนกับการมาสังเกตการณ์เท่านั้น

การนำเสนอภาพในรูปแบบนี้เป็นการถ่ายภาพอย่างพื้นฐานทั่วไปของการถ่ายภาพ ที่หวังผลเพียงการบันทึกเหตุการณ์ทุกอย่างที่เกิดขึ้น และจะไม่นำผู้ชมเข้าไปพัวพันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น วิธีการกำหนดภาพของผู้ถ่ายภาพจะต้องระมัดระวังไม่ให้ตัวแสดง หรือผู้คนที่

ปรากฏอยู่ในภาพหันหน้าหรือใช้สายตามองกล้องถ่าย และช่วงของการถ่ายในวิธีการเช่นนี้จะเป็นจุดพื้นฐานเพื่อต่อเนื่องไปสู่วิธีการนำเสนอภาพในลักษณะอื่น ๆ ต่อไปอีกมากมาย

2. การนำเสนอภาพในรูปแบบดึงผู้ชมเข้ามาพัวพันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (subjective shot) การกำหนดลักษณะของภาพตามวิธีการในข้อนี้เป็นวิธีการดึงผู้ชมเข้ามาร่วมในเหตุการณ์ของภาพในช่วงนั้น ๆ ตามแต่จะกำหนดให้เป็นไป ภาพในลักษณะนี้เองเป็นการกำหนดภาพในรูปแบบการดึงผู้ชมเข้ามาพัวพันกับเหตุการณ์ ภาพลักษณะเช่นนี้จะสร้างความรู้สึกเสมือนกับว่าตัวของผู้ชมอยู่ในเหตุการณ์ครั้งนั้นด้วย และกำลังเผชิญชะตากรรมที่อาจเกิดขึ้นในภายภาคหน้าร่วมอยู่กับผู้แสดง และแน่นอนที่สุดจะเป็นการสร้าง ความหวาดกลัวหรือหวาดเสียว หรือออกสั่นขวัญหายให้กับผู้ชมไปพร้อมกับเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

3. การนำเสนอภาพในรูปแบบการรับรู้อย่างใกล้ชิด (point of view shot) การนำเสนอภาพในรูปแบบนี้เป็นการกำหนดวิธีการถ่ายภาพที่อยู่ในลักษณะกำลังระหว่างการนำเสนอในรูปแบบแทนการได้เห็น (objective shot) และการดึงผู้ชมเข้าไปพัวพันกับเหตุการณ์ (subjective shot) ภาพในลักษณะเช่นนี้ จะสร้างให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเหมือนกับได้อยู่ใกล้กับเหตุการณ์

จากแนวคิดเรื่องข้างดังกล่าวข้างต้นนี้ สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการวิเคราะห์ การใช้ 'เหตุการณ์เทียม' ในข่าวการแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยของนักร้องไมเคิล แจ็กสัน 1993 ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ เพื่อที่จะชี้ให้เห็นถึงวิธีการในการนำเสนอภาพข่าวมีรูปแบบใดบ้าง (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในภาพที่ 2.1)

8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมงานวิจัยต่าง ๆ พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การใช้ 'เหตุการณ์เทียม' ในข่าวการแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยของนักร้องไมเคิล แจ็กสัน 1993 ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์เชิงประชานิยม และเชิงคุณภาพ โดยขอนำเสนอเฉพาะบางประเด็นในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

การวิจัยของ ปราณี มานะรังสรรค์ (2536) ได้ศึกษาเรื่อง "การวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของโครงการพัฒนาที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยในช่วงปี 2534-2535 โดยศึกษาในแนวความคิดด้านเหตุการณ์เทียม" ผลการศึกษาพบว่า โครงการพัฒนาที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยมีแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์และเพื่อการส่งเสริมการตลาดและการขาย โดยแบ่งขั้นตอนประชาสัมพันธ์เป็น 3 ช่วงคือ ช่วงก่อนการเปิดโครงการ ช่วงการเปิดโครงการ

และช่วงหลังการเปิดโครงการ ทั้งนี้กิจกรรมการประชาสัมพันธ์จะแตกต่างกันในแต่ละช่วงการประชาสัมพันธ์ สำหรับการสร้างเหตุการณ์เทียมของโครงการพัฒนาที่ดินเพื่อการอยู่อาศัยนั้นพบว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการพัฒนาที่ดิน มีลักษณะการสร้างเหตุการณ์เทียมเป็น 2 ประเภทคือ เหตุการณ์เทียมที่สร้างขึ้นในลักษณะของการเผยแพร่ข่าวสาร (publicity) และ เหตุการณ์เทียมที่สร้างขึ้นในลักษณะของเหตุการณ์พิเศษ (special events) ทั้งนี้มีกระบวนการสร้างภาพลักษณ์โดยการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสาร การโน้มน้าวชักจูงใจ และการสร้างจินตนาการบูรณาการ

การวิจัยของ พัชรีดา วัฒนา (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “ศิลปินเพลงไทยสากลและสื่อมวลชน : วิถีทางในการสร้างควมมีชื่อเสียง” เป็นการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นคนดัง โดยได้ชี้ให้เห็นถึง วิธีการสร้างศิลปินนั้นเกิดจากความคิดและการผลิตของมนุษย์ ผ่านสื่อมวลชน เป็นเครื่องมือในการสร้างควมมีชื่อเสียง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การสร้างควมมีชื่อเสียงแก่ตัวศิลปินนั้น ต้องเริ่มจากการปรับปรุงแต่งเสริมทางด้านภาพลักษณ์ อันได้แก่ รูปร่างหน้าตา ซึ่งปัจจุบันถือเป็นจุดเด่นที่เน้นมากที่สุด ควบคู่ไปกับฝีมือ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะ รวมถึงความสามารถและการแสดงออก นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์ทางการโปรโมชันในลักษณะและวิธีการต่าง ๆ เช่น การซื้อคิวเพลง การเหมาเวลาทางสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ การลงโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ การให้ศิลปินไปปรากฏตัวหรือโชว์ตัวหรือร่วมรายการต่าง ๆ เช่น รายการวาไรตี้ รายการเกมส์โชว์ การให้ศิลปินไปเล่นละครทีวี หรือแสดงภาพยนตร์ การเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า การจัดคอนเสิร์ต เป็นต้น ลักษณะและวิธีการดังกล่าว หากนักร้องไปถึงจุดแห่งความเป็นที่นิยมหรือควมมีชื่อเสียง ผลที่ได้รับก็คือ กำไรทางธุรกิจของผู้สร้างภาพลักษณ์ และหากไปไม่ถึง ผลก็คือ เจ็บหายไ้จากบันไดสู่คนดัง

การสำรวจความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจ (13-19 กันยายน 2536) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดคอนเสิร์ตในประเทศไทยของไมเคิล แจ็กสัน โดยการสัมภาษณ์บุคคลกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานชาวกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง ในจำนวนนี้มีกลุ่มผู้ที่เข้าชมคอนเสิร์ตจำนวน 7.7% ได้ทดสอบเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ด้วยเหตุการณ์เทียม ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 74 ไม่เชื่อในข่าวอื้อฉาวเกี่ยวกับคดีข่มขืนเด็ก และเห็นว่าข่าวดังกล่าวอาจเป็นไปได้เพียงร้อยละ 30

นอกจากนี้ประเด็นที่ได้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับประเทศไทยหลังการจัดคอนเสิร์ต การสำรวจพบว่า เกือบร้อยละ 50 คิดว่าการ

แสดงคอนเสิร์ตฯ ไม่น่าจะมีผลกระทบใด ๆ แต่อาจมีผลกระทบในแง่พฤติกรรมของผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนไป เนื่องจากการเปลี่ยนรสนิยมในการบริโภคของกลุ่มชนกลาง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไป ประเด็นสุดท้ายที่น่าสนใจเมื่อพิจารณาในแง่ความสำเร็จจากการสร้างเหตุการณ์เทียม คือ ความสำเร็จด้านการตลาดในการสร้างภาพลักษณ์ และการสร้างการรับรู้ต่อสินค้าที่ให้การสนับสนุนการจัดคอนเสิร์ต โดยพบว่า จะมีการจดจำเกี่ยวกับสินค้าเป๊ปซี่ได้ถึงร้อยละ 88 ส่วนบริษัทโกดัก และโรบินสัน เพียงร้อยละ 7.5 และ 5 ตามลำดับ การที่สินค้าเป๊ปซี่ประสบความสำเร็จอย่างสูงจากการสร้างเหตุการณ์เทียมในครั้งนี้ สืบเนื่องมาจาก การให้ความสำคัญกับประเด็นตัวนักร้องคือ ไมเคิล แจ็กสัน โดยใช้หลักความใกล้ชิด ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่า ตนเองได้ใช้สินค้าชนิดเดียวกับนักร้องชื่อดัง ผลการสำรวจดังกล่าวของหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจได้สนับสนุนแนวคิดของ Boorstin ที่ได้สรุปลักษณะที่สำคัญของภาพลักษณ์ไว้ว่าเป็นการสร้างเหตุการณ์เทียมให้ได้มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของคน โดยต้องอาศัยเวลาในการสร้างภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานี้อาจง่ายต่อการถูกทำลาย ในขณะเดียวกันก็ยากต่อการเปลี่ยนแปลง

ชวรัตน์ เชิดชัย (2521) ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อข่าว” โดยเสนอวิธีการประเมินเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่มุ่งเน้นที่เนื้อหา การจัดหน้า และการพิมพ์ ซึ่งเขาได้เสนอแนวทางการประเมินคุณค่าของข่าว ในฐานะผู้รับสารว่า ควรมีการพิจารณาในเรื่องต่าง ๆ 10 ประเด็น กล่าวคือ

1. มีข่าว หรือ เรื่องราว ที่แตกต่างกันมากน้อยเพียงไรในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น
2. ระดับผู้อ่าน ซึ่งหน้าแรกสามารถเรียกร้องความสนใจได้
3. ขนาดของภาพที่ใช้
4. มีข่าวการเมืองปรากฏในหน้าแรกมากน้อยเพียงใด
5. ข่าวจากสำนักข่าว เป็นข่าวประเภทใด
6. หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น มีผู้สื่อข่าวต่างประเทศหรือไม่
7. สัดส่วนของข่าวท้องถิ่น และข่าวจากสำนักข่าวต่าง ๆ ที่หนังสือพิมพ์นำมาลงพิมพ์
8. ในหน้ากีฬา หน้าธุรกิจการค้า รวมทั้งหน้าอื่น ๆ บางหน้า หนังสือพิมพ์เน้นหนักเรื่องอะไร

9. กอถัมภ์ข่าว ประกอบด้วยข่าวประเภทเกี่ยวกับมนุษย์ (human interest) มากหรือน้อย

10. หนังสือพิมพ์ตระหนักที่ประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ เพื่อลงข่าวอาชญากรรม และหนังสือพิมพ์เสนอข่าวอาชญากรรมตลอดเวลาหรือไม่

ผลการศึกษาของชวรัตน์ สามารถสรุปได้ว่าเหตุการณ์หรือประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม บางประเด็นมีการเสนอน้อย และบางประเด็นเสนอมาก เนื่องจากส่วนมากของเหตุการณ์และกิจกรรมประจำวันของข่าวได้ดำเนินไปอย่างปราศจากระเบียบ หรือลำดับก่อนหลัง หรือไม่มีการบันทึกไว้เป็นหลักฐาน เหตุการณ์ต่าง ๆ จะมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่มีการนำมาทำข่าว การที่จะอธิบายว่า เกณฑ์ในการเลือกประเด็นที่จะเป็นข่าว หรือการทำให้ประเด็นหนึ่งดีกว่าอีกประเด็นหนึ่งสามารถทำได้โดย ใช้สภาพของสังคมที่ประกอบด้วย วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ พื้นที่เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการแปลความหมายและคุณค่าของข่าว เนื่องจากปัจจัยทางสังคมมีลักษณะที่เห็นได้ชัด ซึ่งหนังสือพิมพ์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมิได้ยึดถือปฏิบัติ ดังนั้นการเลือกข่าวหรือการประเมินคุณค่าของข่าวจึงมีความเหมือนกันในหลักสำคัญ จะแตกต่างกันอยู่บ้างเฉพาะในส่วนปลีกย่อย

การศึกษาของชวรัตน์ เมื่อนำมาพิจารณาประกอบกับบทความ เรื่อง “ระวิงโรคระบาด” (อาทิตย์รายสัปดาห์:893, 22-28 กรกฎาคม 2537,18-25) ซึ่งเป็นแนววิเคราะห์ทางจิตวิทยา ทำให้สามารถเข้าใจกระบวนการของการใช้และสร้างเหตุการณ์เทียมได้อย่างชัดเจน การศึกษาได้ยกตัวอย่างพฤติกรรมของคนในสังคม ที่เรียกว่า “อุปทานระบาด” หรือ “อุปทานหมู” ว่าเกิดจากการขาดความมั่นคงทางจิตใจ และชีวิตในสังคมขาดการยึดเหนี่ยว ลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นบนพื้นฐานของประเทศหรือสังคมที่มีการพัฒนาแบบทุนนิยมโดยไม่มีความสมดุล การศึกษาได้ชี้ว่า พหุศาสตร์ที่ก่อให้เกิดโรคอุปทานหมูระบาด คือ อำนาจรัฐและผู้มีอำนาจผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ที่รัฐกุมอยู่ นอกจากนี้ ยังพบว่า ภาคเอกชนโดยเฉพาะสื่อสารมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ยังเป็นพหุศาสตร์ใหญ่ของการสร้างโรคระบาดเหล่านี้ การเดินตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ยึดมั่น “ทุนนิยม” แต่เสรีภาพอยู่ในมือของผู้มีอำนาจรัฐและอำนาจเงิน คือ รากฐานในการเกิดทัศนคติของสื่อมวลชนในลักษณะเช่นนี้ที่จะขัดเขี่ยความเชื่อให้กับสังคมให้คล้อยตาม และท้ายที่สุด การศึกษาได้อ้างอิงถึงแนวคิดของนายแพทย์ขงยงทง วงศ์ภิรมย์สาร (อ้างใน อาทิตย์รายสัปดาห์,อ้างแล้ว) ซึ่งมีความสอดคล้องกันอย่างยิ่ง ว่า การศึกษาทางพฤติกรรมศาสตร์ พบว่า สื่อสารมวลชนและสำนักโฆษณา ได้จับเอาหลักพฤติกรรมศาสตร์มาเป็นปัจจัยเร่งเร็ว

งูใจสังคมไทยไปสู่ทิศทางที่ผิดมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางกลุ่มเป้าหมายไว้ที่ ชาวชน ไทย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ถือเป็นเป้าแห่งรายได้

เมื่อพิจารณาแนวคิดของบทความข้างต้น พบว่า สนับสนุนความคิดเห็นของ วอลเตอร์ ลิปปีแมน (1922) ที่ว่า สิ่งต่าง ๆ ที่เราได้รับรู้ผ่านทางสื่อมวลชนนั้น ก็คือ ภาพที่เกี่ยวกับ โลกแห่งความเป็นจริงภายนอกที่วอลเตอร์ ลิปปีแมน ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับ “การสร้าง ความหมายของความเป็นจริง โดยได้กล่าวถึงบทบาทของการสร้างประชามติในหนังสือ public opinion ว่า หนังสือพิมพ์เสนอความเป็นจริงของ “โลกภายนอก” อย่างมีการเลือกสรร และสิ่งที่ถูกเลือกมา เสนอนี้ ก่อให้เกิดเป็น “ภาพในสมองของบุคคล” ซึ่งเมื่อมีการสร้างสรรค์ขึ้นมาทีละเล็กละน้อยแล้ว คนเราก็มักมีการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมตามที่สื่อมวลชนสร้างขึ้นมาเป็นปรากฏการณ์ที่ Boorstin (1973) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับ ‘ภาพ’ ดังกล่าว ว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์จงใจสร้างขึ้นโดยเริ่มตั้งแต่ เหตุการณ์เทียม (pseudo-event) ซึ่งก็หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ ซึ่งไม่ได้เกิด ขึ้นเองตามธรรมชาติ

การวิเคราะห์การใช้เครื่องหมายวรรคตอนในการนำเสนอการพาดหัวข่าว อรพรรณ มุลจันทร์ (2536) ซึ่งพบว่า เครื่องหมายวรรคตอนที่ใช้กันในภาษาไทยมีหลายอย่าง แต่ที่นิยมใช้ ในการพาดหัวข่าวนั้นมีเพียงบางเครื่องหมาย ได้แก่ อัฒประกาศุ (“ ”) อัฒประกาศเดี่ยว (‘ ’) และอัศเจรีย์ ที่เรียกกันติดปากว่า เครื่องหมายตกใจ (!) เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ เครื่องหมายวรรคตอนมากยิ่งขึ้น ได้สรุปผลการศึกษาของอรพรรณ มุลจันทร์ ดังต่อไปนี้

-การใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) ใช้เพื่อแสดงความรู้สึกรุนแรง ตกใจ ประหลาด

ใจ เช่น

ทีมโอลิมปิกจีนฟอร์มเจ๋ง/เจือกะกันพ่ายลือกพัง! (มติชน 30 กรกฎาคม 2536)

-การใช้เครื่องหมายยัติภังค์ (-) ใช้ในการแยกคำ หรือข้อความ แทนคำว่า “และ”

เช่น

ฆ่าควมเมีย / ทบหัว-รัดคอ / สพด่วงนำ!!.... (ไทยรัฐ 21 กุมภาพันธ์ 2536)

-การใช้เครื่องหมายไปยาลน้อย (๓) ใช้ข้อความที่มีความยาวมากให้สั้นลงเหลือเพียง พยางค์ต้น ๆ ของคำ เช่น

ผู้ว่าฯ สุพรรณขอย้ายตัวเอง/... (สยามรัฐ 12 กันยายน 2536)

-การใช้เครื่องหมายอัญประกาศเดี่ยว (") และอัญประกาศคู่ (") นั้นมีที่ใช้หลากหลายกว่าเครื่องหมายใด ๆ ก็คือ ใช้ได้กับคำหลายประเภท เช่น

-ใช้กับนามจริง

“สุธี” ดิคนเบรก “มีชัย” ไม่ควรประชุม พรก. (สยามรัฐ, 28 มิถุนายน 2536)

โพลของ มธ. / ‘ชวน’ นายกฯ (บ้านเมือง, 11 กันยายน 2536)

-ใช้กับสมญานาม

“บ๊องสงคี” ตัวกลุ่มพลังประชาธิปไตย / เผยไม่เคยคิดช่วย “จิว” หาเสียง (สยามรัฐ, 12 กุมภาพันธ์ 2536)

-ใช้อย่างคำพูด

ระบุนายกฯ “ตั้งตามใจไม่ได้” (สยามรัฐ, 21 มีนาคม 2536)

-ใช้กับยศหรือตำแหน่ง

เดือน “นาย” คดีวิสามัญฯ อย่างปล่อย “ลูกน้อง” แหกตา (มติชน, 8 มีนาคม 2536)

-ใช้กับพฤติกรรม

กต. แจงจับนายกฯ / 700 คน ‘กริดเลือด’ สู้ / เข้าชื่อ ‘ถวายฎีกา’ (ข่าวสด, 13 กันยายน 2536)

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเหตุการณ์เทียน และโครงการการทำข่าวสามารถสรุปได้ว่า ในการสร้างเหตุการณ์เทียนนั้นผู้สร้างจำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ โดยผ่านทางสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ สื่อหนังสือพิมพ์นั้นเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยการใช้รูปแบบเอกสารต่างๆที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ในการทำข่าวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินความน่าสนใจของข่าว โดยใช้หลักการประเมินคุณค่าข่าว การจัดลำดับความสำคัญของข่าวจากการพาดหัวข่าว และการสื่อความหมายด้วยภาพข่าว เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ต่อไป

4. กรอบแนวความคิด (conceptual framework)

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การใช้ 'เหตุการณ์เทียม' ในข่าวการแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยของนักร้องไมเคิล แจ็กสัน 1993 ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ได้ใช้แนวคิดเรื่องเหตุการณ์เทียมและโครงสร้างข่าวเป็นหลักในการศึกษา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลักทั้งสองมาดัดแปลงผสมผสานเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนหลักของการศึกษา ดังภาพที่ 2.1

ในตัวแทนดังกล่าวได้ประมาณว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เป็นผู้ใช้เหตุการณ์เทียมจากการสร้างเหตุการณ์เทียมของแหล่งข่าวเดิมนั้นก็คือจากฝ่ายประชาสัมพันธ์โดยหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องมีกลไกต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจในข่าวที่น่าเสนอ หรืออีกนัยหนึ่ง ข่าวที่เป็นเหตุการณ์เทียมได้ผ่านขั้นตอนของการสร้างจากแหล่งข่าวต้นสังกัด ในกรณีของการศึกษานี้ บริษัทเทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ได้เป็นตัวแทนในการจัดคอนเสิร์ตไมเคิล แจ็กสัน ต้องการที่จะสร้างความยิ่งใหญ่และความสำคัญของคอนเสิร์ตนี้ว่าเป็นคอนเสิร์ตที่ยิ่งใหญ่ มีนักร้องระดับโลก รวมทั้งฉากแสง เสียง และที่สำคัญจะนำรายได้ส่วนหนึ่งไปจัดตั้งมูลนิธิ Heal the World ขึ้นในประเทศไทย ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นข้อมูลที่สื่อมวลชนสามารถนำมาใช้ โดยการกำหนด 'ประเด็น' กำหนดมุมมอง และวิธีการนำเสนอ ตลอดจนการคัดเลือกข่าวเพื่อสร้างความสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้มากที่สุด

ดังนั้นการสร้าง 'ข่าว' จึงเป็นเหตุการณ์เทียมรูปแบบหนึ่งที่มีความโดดเด่นสามารถจุดกระแสความสนใจของผู้อ่านได้ ในการนำเสนอข่าวที่เป็นเหตุการณ์เทียมของหนังสือพิมพ์รายวันนั้น การสร้างประเด็นความสนใจของข่าวที่แตกต่างกัน จะก่อให้เกิดคุณค่าข่าวที่แตกต่างกัน โดยข่าวเหตุการณ์เทียมนำเสนอนี้ทุกข่าวจำเป็นต้องมีความสด ความรวดเร็ว ความใกล้ชิด ความสนใจ เป็นหลักพื้นฐาน ซึ่งผู้วิจัยเรียกว่า "คุณค่าข่าวคงที่" โดยมีคุณค่าข่าวเฉพาะกิจคือ ความขัดแย้ง ผลกระทบกระเทือน ความแปลกประหลาด ความมีเงื่อนงำ เพศ ความเด่น ที่แตกต่างกัน ในแต่ละข่าวคุณค่าข่าวเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจว่า ประเด็นดังกล่าวสมควรที่จะได้รับการพิจารณา นำเสนอโดยการจัดลำดับความสำคัญของข่าว อาทิ ขนาดของการพาดหัวข่าว และภาพข่าว

ดังนั้น ผลจากการนำเสนอทั้งหมด หรือกลยุทธ์ในการนำเสนอที่ประกอบด้วยการใช้รูปแบบเนื้อหาคุณค่าข่าวและการจัดลำดับความสำคัญ น่าจะเป็นการใช้เหตุการณ์เทียมของหนังสือพิมพ์ ซึ่งผลที่ได้ก่อให้เกิดเป็นการสร้างเหตุการณ์เทียมขึ้นมาใหม่

