บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

-แนวคิดความรู้เท่าทันสื่อ

-แนวคิดเกี่ยวกับหลักการหนังสือพิมพ์

-แนวคิดประเภทของข่าว

-แนวคิดคุณภาพข่าว

-แนวคิดการคัดเลือกข่าว

-แนวคิดความรับผิดชอบในการรายงานข่าว

-แนวคิดอุตสาหกรรมการผลิตหนังสือพิมพ์

-ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

-แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy Approach)

ความรู้เท่าทันสื่อ หรือ Media Literacy มีทั้งนักวิชาการไทยและนักวิชาการต่างประเทศได้นิยามความหมายและความสำคัญของคำนี้ไว้มากมายและหลากหลาย ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะความหมายและความสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ดังนี้

นักวิชาการไทยนิยามความหมายและความสำคัญของความรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา(2539) นิยามความรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า เป็นความสามารถในการอนุมานความตื้นลึกหนาบางของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อมวลชนอย่างมีหลักการ โดยมีความเข้าใจในปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และอุดมการณ์ทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยตรงเป็นพื้นฐาน

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์(2540) อธิบายว่า ความรู้เท่าทันสื่อหมายถึง สภาวะที่บุคคลเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดอย่างพินิจพิเคราะห์ ในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารมวลชน อันประกอบด้วยผู้ผลิตสื่อ คือ สถาบัน/องค์กรสื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมือง ในระบบสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิตสื่อ เนื้อหา รูปแบบหรือเนื้อความสื่อ การถ่ายทอดหรือเผยแพร่ ตลอดจนการสนับสนุนเนื้อหาหรือผลผลิตสื่อ

สุโขทัยธรรมาธิราช(2547) อธิบายว่าความรู้เท่าทันสื่อเป็นความสามารถในการรับ เข้าใจและตีความเนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทต่างๆ และเป็นความสามารถในการอนุมานความตื้น ลึก หนา บาง ของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อมวลชนอย่างมีหลักการ โดยความรู้เท่าทันสื่อยังสามารถอธิบายความหมายในเชิงผู้บริโภคสื่อ ซึ่งก็คือ ความตระหนักรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชนในแง่มุมต่างๆ 5 ประการ ได้แก่

1.ความตระหนักรู้ในกระบวนการทำงานของสื่อมวลชน ผู้บริโภคต้องเข้าใจกระบวนการทำงานของสื่อมวลชน โดยเฉพาะปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องต่อกระบวนการทำงาน เช่น สื่อมวลชนทำงานโดยได้รับแรงกดดันทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม หรือไม่ อย่างไร

2.ความตระหนักรู้ในกระบวนการตีความหมายของสาร ผู้บริโภคสื่อจำเป็นต้องรู้กระบวนการตีความสาร มีผลมาจากความคิด อารมณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และความปรารถนาของแต่ละบุคคล หากต้องการตีความสารตามเนื้อหาจริงๆ จะต้องนำสารนั้นมาพิจารณา โดยไม่ปล่อยให้ความรู้สึกเหล่านั้นเข้ามาแทรกแซงการตีความของตน

3.ความตระหนักรู้ในหน้าที่ของสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ผู้บริโภคสื่อจำเป็นต้องรู้หน้าที่ของสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน ว่ามีหน้าที่ในการแจ้งข่าวสาร สอน/ให้การศึกษา โน้มน้าวใจ หรือให้ความบันเทิง เพื่อที่ผู้บริโภคสื่อจะได้รู้สาร ได้ตรงตามหน้าที่ของสารที่มีการกำหนดรู้ร่วมกัน เช่น การเสนอข่าวควรเป็นไปเพื่อแจ้งข่าวสาร ไม่ใช่โน้มน้าวใจเพื่อให้ผู้บริโภคสื่อมีความเอนเอียงทางการเมืองไปในด้านใดด้านหนึ่ง เป็นต้น

4.ความตระหนักรู้ในเทคนิควิธีการนำเสนอสารของสื่อมวลชน สื่อมวลชนมีเทคนิควิธีการนำเสนอสารให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เสมอ เทคนิควิธีการเหล่านั้น มีความแตกต่างกันไปตามธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท เช่น หนังสือพิมพ์มีวิธีการใช้พาดหัว เพื่อทำให้ประเด็นข่าวที่ต้องการนำเสนอเป็นที่สนใจของผู้อ่าน เป็นต้น

5.<u>ความตระหนักรู้ในผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม</u> สื่อมวลชนก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภคสื่อทั้งต่อปัจเจกบุคคลและสังคมในระดับที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการบริโภคสื่อจึงต้องเป็นไปด้วยความระมัดระวังและตระหนักรู้ถึงผลกระทบดังกล่าวตลอดเวลา

ด้านนักวิชาการต่างประเทศได้นิยามความหมายและความสำคัญของความรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้

ความรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (Access) วิเคราะห์ (Analysis) และผลิต (Produce) ข้อมูลข่าวสารในหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง (Silverblatt,1995)

Dictionary of Media Literacy นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้รับสารสามารถแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อสารมวลชนช่องทางต่างๆ และช่วยในการพัฒนาทักษะการพิจารณาตัดสินเนื้อหาที่สื่อนำเสนอได้อย่างอิสระ (Art Silverblatt and Ellen M. Enright Eliceiri,1997)

เรเน่ ฮ็อบ์ส (Renee Hobbs,1988 อ้างถึงใน สุภาณี แก้วมณี,2547) ได้ขยายความนิยามของความรู้เท่าทันสื่อไว้ดังนี้

1. <u>ความสามารถในการเข้าถึงสาร</u> (Ability Access Messages) หมายถึง ความสามารถในการถอดรหัส สัญลักษณ์ และสะสมคำศัพท์ที่หลากหลาย รวมถึงทักษะเกี่ยวกับการแสวงหา จัดการ และการเรียกใช้ข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งต่างๆ การเข้าถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เช่น วีดีโอ คอมพิวเตอร์ และบริการออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งทักษะการเข้าถึงนี้มักเรียกว่า ความรู้เท่าทันข่าวสาร (Information Literacy)

2. <u>ความสามารถในการวิเคราะห์สาร</u> (Ability to Analyze Messages) หมายถึง ทักษะการเข้าใจแบบตีความ ซึ่งรวมถึงความสามารถในการจัดประเภท และแนวคิดของงาน ความสามารถในการลงความเห็นเกี่ยวกับเหตุผล การพิจารณากลยุทธ์และเทคนิคที่ใช้ในการสร้างงาน ตลอดจนสามารถบอกถึงวัตถุประสงค์และมุมมองของผู้เขียน ซึ่งความสามารถในการวิเคราะห์สารในระดับที่สูงขึ้นไป ยังรวมการจำแนกบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และสุนทรียะ ซึ่งสารนั้นถูกสร้างหรือบริโภคโดยทักษะดังกล่าวขึ้นอยู่กับความหมายที่เข้าใจและใช้ความรู้เชิงความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความสามารถในการประเมินสาร (Ability to Evaluate Messages)หมายถึงความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวข้อง (Relevance) และคุณค่า (Value) ของความหมายที่มีต่อผู้อ่าน รวมทั้งการใช้ความรู้ที่มีอยู่เดิมตีความงาน และทำนายผลลัพธ์ที่ตามมาหรือบทสรุปในเชิงตรรกะ สามารถบอกค่านิยมที่อยู่ในสารและชื่นชมต่อคุณภาพเชิงสุนทรียะ ของงานทักษะในการประเมินนี้ ต้องอาศัยความรู้ ทัศนคติ การมองโลก และค่านิยมของผู้รับสาร

4.ความสามารถในการใช้สารในการสื่อความหมาย (Ability to Communicate Messages) หมายถึง ทักษะในการสื่อสาร ซึ่งโดยทั่วไป ได้แก่ ความสามารถเข้าใจผู้ที่เรากำลังสื่อสารด้วยความสามารถในการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนทักษะในการจับใจความความสนใจผู้รับสาร รวมทั้งทักษะในการผลิตสื่อ เช่น เรียนรู้ที่จะเลือกขนาดภาพและมุมมองที่มีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ที่จะใช้สัญลักษณ์ที่เป็นภาพและเสียง และการเรียนรู้วิธีใช้เวลาและพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการตัดต่อ

กล่าวโดยสรุป เรเน่ ฮ็อบ์ส นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นกระบวนการของการเข้าถึงการวิเคราะห์สารจากสื่ออย่างวิพากษ์ และการสร้างสารโดยใช้เครื่องมือสื่อ เป้าหมายของความรู้เท่าทันสื่อคือ ส่งเสริมความเป็นอิสระด้วยการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ การใช้เหตุผล การสื่อสาร และการแสดงออก ซึ่งสอดคล้องกับที่ The Nation Telemedia Council ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นความสามารถในการเลือกทำความเข้าใจในบริบทของเนื้อหา รูปแบบผลกระทบ อุสาหกรรมและการผลิตสื่อ เพื่อนำไปสู่การตั้งคำถาม ประเมินค่า สร้างสรรค์ผลงาน ผลิต ตลอดจนตอบสนองสื่อที่บริโภคอย่างมีสำนึก

เจมส์ ดับเบิลยู พอตเตอร์ (James W. Potter,1988) ระบุไว้ว่า ความรู้เท่าทันสื่อ เป็นมากกว่าทักษะอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ได้รวมถึงการสะสมโครงสร้างความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ แบบแผนเนื้อหา และมุมมองที่กว้างขวางเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ โดยวัตถุประสงค์ของความรู้เท่าทันสื่อ คือ เพิ่มอำนาจควบคุมให้ผู้รับสารในการตีความหมายเนื้อหาสารของสื่อ ซึ่งล้วนผ่านการตีความของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหาสาร เช่น นักข่าว ผู้ผลิตโทรทัศน์ นักโฆษณา หัวใจของความรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่การสืบเนื้อหาสารที่แท้จริงหรือการสืบถึงวัตถุประสงค์ของสาร แต่เป็นการตระหนักถึงกระบวนการตีความ และการกระตือรือร้นในการค้นหารูปแบบการตีความภายในเนื้อหาสารนั้นๆ กล่าวคือ หลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อโดยไม่รู้ตัว(Mindless) ซึ่งทำให้เรายอมรับความหมายที่สื่อตีความให้เราโดยขาดการวิเคราะห์ ตรงกันข้าม หากเราคือผู้มีอำนาจในการตีความเราจะสามารถขยายผลที่เราต้องการได้รับ และลดผลที่เราต้องการหลีกเลี่ยง นอกจากนี้ พอตเตอร์ยัง

มองว่า ความรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่แค่การพัฒนาด้านความรู้ความเข้าใจเท่านั้น แต่รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านสุนทรียะ อารมณ์และจริยธรรมด้วย

ความรู้เท่าทันสื่อในมุมมองของพอตเตอร์ (Potter) จึงมี 4 มิติ ได้แก่

1. มิติความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Dimension) หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจตั้งแต่เข้าใจสัญลักษณ์ง่ายๆ ไปจนถึงเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน เช่น เนื้อหาสารถูกผลิตขึ้นอย่างไรและเหตุใดมันจึงถูกผลิตมาอย่างนั้น มิติความเข้าใจเป็นมิติด้านสติปัญญา ต้องอาศัยโครงสร้างความรู้ความรู้ที่แข็งแรงจึงจะสร้างความเข้าใจได้อย่างทะลุปรุโปร่ง

2. มิติอารมณ์ (Emotional Dimension) หมายถึง มิติด้านความรู้สึก โดยมองว่ามนุษย์มีความไวด้านอารมณ์ทันที อย่างไรก็ตาม ความไวด้านอารมณ์นี้ไม่ใช่ความไวในการรับรู้ด้านอารมณ์ความรู้สึก แต่ความรู้เท่าทันสื่อในมิติด้านอารมณ์ หมายถึง การจำแนกสัญลักษณ์ที่ใช้กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกแต่ละอย่างได้ และรู้ว่าผู้ผลิตสื่อกำลังกระตุ้นให้ผู้รับสื่อเกิดความรู้สึกอะไร และสามารถใช้สื่อเพื่อปรับอารมณ์ความรู้สึกของตนเองได้ตามความต้องการ

3. มิติสุนทรียะ (Aesthetic Dimension) หมายถึงความสามารถในการเข้าถึงและเล็งเห็นคุณค่าของเนื้อหาในสื่อจากมุมมองทางด้านศิลปะ ซึ่งการเล็งเห็นคุณค่านี้ต้องอาศัยความเข้าใจในทักษะที่ใช้ผลิตเนื้อหาสารของสื่อแต่ละประเภท สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างศิลปะและของเลียนแบบ และรู้สไตล์ศิลปะเฉพาะตัวของนักเขียน ผู้ผลิตรายการ หรือผู้กำกับแต่ละคน

4.มิติด้านจริยธรรม (Moral Dimension) หมายถึง ความสามารถสรุปค่านิยมที่ซ่อนอยู่ภายในเนื้อหาสาร เช่น ในละครตลกสถานการณ์ ค่านิยมที่ซ่อนอยู่คือ อารมณ์ขันช่วยแก้ปัญหาได้ ไม่มีปัญหาใดร้ายแรงเกินแก้ และทุกปัญหาแก้ได้ภายในครึ่งชั่วโมง เป็นต้น

ดังนิยามของความรู้เท่าทันสื่อที่กล่าวมา เห็นได้ว่า มีผู้ให้คำจำกัดความอย่างกว้างขวางในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการด้านนี้ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อจนสามารถสรุปได้เป็นแนวคิดหลัก (Key Concepts) สำหรับการศึกษาเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้ (Christ and Potter, อ้างใน สุภาณี แก้วมณี,2547)

ประการแรก คือ <u>ผลผลิตของสื่อทั้งหมดเป็นการสร้างขึ้นและผลผลิตสื่อเป็นการสร้างความเป็นจริง</u> (All Media Products are Constructions and All Media Products Construct reality) แนวคิด

นี้มีความสำคัญที่สุด การผลิตสื่อคือการคัดสรรและผสมผสานคำพูด ภาพ เสียงเพื่อสร้างใหม่ หรือนำเสนอความจริงในรูปแบบใหม่จนได้รับการยอมรับว่ามันคือความจริง ซึ่งในทางปฏิบัติแล้ว สื่อไม่ได้เสนอความจริงทั้งหมดเนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีข้อจำกัดในการนำเสนอ เช่น วิทยุต้องขจัดข้อมูลที่ไม่สามารถถ่ายทอดได้ด้วยเสียง หนังสือพิมพ์เสนอข้อมูลที่สามารถนำเสนอด้วยอักษรและภาพนิ่ง ขณะที่โทรทัศน์สนในแต่ภาพการเคลื่อนไหวและเสียง ดังนั้น สื่อทุกชนิดจึงมีวิธีการคัดสรรว่าจะนำเสนออะไร และไม่นำเสนออะไร เป็นการนำเสนอความจริงบนพื้นฐานความเป็นจริง นอกจากนี้ ผู้ผลิตสื่อยังสร้างความเป็นจริงที่น่าตื่นเต้น (หรือที่เรียกว่าภาพลวง) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดอีกด้วย โดยในลักษณะเช่นนี้ หากมองในด้านดี นับว่าสื่อมวลชนได้ช่วยขยายวิสัยทัศน์ ตลอดจนความรู้ ประสบการณ์ และความสนใจให้กลุ่มเป้าหมาย แต่ในมุมมองตรงกันข้าม สื่ออาจเป็นอันตรายเพราะสื่อไม่ได้สะท้อนภาพความจริงของชีวิตเสมอไป สื่อสามารถที่จะบิดเบือนการรับรู้ ตลอดจนกัดกร่อนค่านิยมและทำลายวิสัยทัศน์ให้ผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน ซึ่งส่วนนี้ต้องขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าความสามารถที่จะมองเห็น “ช่องว่าง” ระหว่างอุดมการณ์ทางวิชาชีพของสื่อมวลชนและพฤติกรรมในความเป็นจริงของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนมีความเอาจริงเอาจังกับรหัสทางจริยธรรมซึ่งสื่อมวลชนกำหนดไว้ให้ตนเองมากน้อยเพียงใด

ผลผลิตของสื่อทั้งหมดเป็นการสร้างขึ้น และผลผลิตสื่อเป็นการสร้างความเป็นจริง (All Media Products are Constructions and all Media Products Construct reality) เป็นแนวคิดที่มาจากทฤษฎี Social Construction of Reality ที่เชื่อว่า ความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดจากการให้ความหมายของคนในสังคม กล่าวคือ คนในสังคมเป็นคนสร้าง “ความจริง” หรือ ให้ความหมายกับสิ่งนั้นขึ้น ไม่ใช่สิ่งนั้นมีความจริงอยู่แล้ว ดังที่ Peter Berger และ Thomas Luckmann เขียนไว้ในหนังสือชื่อ The Social Construction of Reality (อ้างใน สุภาณี แก้วมณี,2547) ว่าความจริงคือ สิ่งที่ตัวเราเองและคนอื่นๆ ในสังคม ช่วยกันประกอบสร้างขึ้นมา โดย สจ๊อต ฮอลล์ (Stuart Hall) นักวิชาการรุ่นบุกเบิกของสำนักเบอร์มิ่งแฮม กล่าวว่า สื่อมวลชนตามทฤษฎี Socail Construction of Reality นั้น สื่อทำหน้าที่เป็นกลไกด้านอุดมการณ์ที่สำคัญของสังคม โดยวิธีการสร้างอุดมการณ์ สื่อไม่ได้ทำด้วยครอบงำ (Manipulation) อย่างหยาบๆ และก็ไม่ได้เป็นตัวสะท้อน (Reflect) ความเป็นจริงของสังคมด้วย แต่สื่อทำหน้าที่เป็น “ตัวประกอบสร้างความเป็นจริงของสังคม” (Social Construction of Reality) โดยผ่านวิธีการนำเสนอให้ผู้รับสารเชื่อว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ “เป็นของจริงและเป็นธรรมชาติ” เช่น ภาพข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านดูภาพแล้วเกิดความรู้สึกว่านี่เป็นภาพของเรื่องจริงๆ ทั้งที่ความเป็นจริงนั้นเป็นภาพจริงที่ได้รับการปรุงแต่งมาแล้ว เช่น การเลือกมุมในการถ่าย การคัดเลือกภาพที่จะนำลง เป็นต้น

ประการที่สอง คือ สื่อมีนัยทางการค้า (Media have Commercial Implications) สื่อเป็นอุตสาหกรรมที่มีเป้าหมายสูงสุดคือผลกำไร ดังนั้นเศรษฐศาสตร์ของสื่อจึงมีผลต่อสื่อทั้งในด้านเนื้อหา เทคนิค และแพร่กระจายผลผลิตสื่อ นอกจากนี้ บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2539) ยังมองว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจอีกสองสามประการยังมีส่วนเกี่ยวพันกับการผลิตเน้อหาของสื่อด้วย คือ ผู้ถือกรรมสิทธิ์ ซึ่งอาจมีผลไม่มากก็น้อยต่อการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน โดยแม้ว่าสื่อมวลชนจะอ้างถึง “ความเป็นกลาง” เป็นสรณะ แต่ในความเป็นจริง “อคติของผู้ถือกรรมสิทธิ์” เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยากยิ่ง ประการที่สองคือ แหล่งรายได้ สื่อมวลชนแต่ละชนิดมีแหล่งรายได้แตกต่างกันบางชนิดมีรายได้จากผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ (ภาพยนตร์) บางชนิดอาศัยรายได้จากผู้บริโภคและอุตสาหกรรมโฆษณา (สิ่งพิมพ์) แต่บางชนิดพึ่งพารายได้จากอุตสาหกรรมโฆษณาอย่างสมบูรณ์แบบ (วิทยุและโทรทัศน์) ซึ่งข้อเท็จจริงที่ว่านี้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสื่อมวลชนโดยตรงและประการสุดท้ายคือ ระดับรายได้อาจเป็นตัวแปรในการทำงานของสื่อมวลชน ตราบที่บุคลากรในอาชีพใดมีรายได้ไม่เพียงพอที่จะดำรงชีวิตอยู่ให้สมศักดิ์ศรีแห่งอาชีพนั้นๆ โอกาสที่เขาจะใช้หน้าที่ของตนไปในทางผิดๆ ก็ย่อมมีอยู่เสมอ ซึ่งถ้าตระหนักรู้ถึงข้อเท็จจริงทางเศรษฐกิจของสื่อเช่นนี้ได้ผู้รับสารย่อมจะรู้เท่าทันสื่อดีขึ้น

ประการที่สาม คือ สื่อมีสารเชิงอุดมการณ์และคุณค่า (Media Contain Ideological and Value Message) นอกจากสื่อมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อการค้าและทำกำไรแล้ว สื่อที่นำเสนอสารยังนำเสนอเนื้อหาที่แฝงไปด้วยค่านิยม และความคิดที่เป็นอุดมการณ์ผ่านตัวอักษร ภาพ เสียงและสื่อสามารถสะท้อนค่านิยมดังกล่าวออกมาโดยชัดเจน (Explicit) และโดยนัย (Implicit) ซึ่งในประเด็นนี้ บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2539) มองว่าเป็นปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่สื่อมวลชนมักยึดมั่นใน “วัฒนธรรมธุรกิจ” ซึ่งพิจารณาว่าทุกสิ่งทุกอย่างเป็นการซื้อและการขาย อีกทั้งการครอบงำของอุตสาหกรรมโฆษณา ยังทำให้สื่อมวลชนสนับสนุนวัฒนธรรมเห่งการบริโภคอย่างเอาเป็นเอาตาย ดังนั้น การรู้เกี่ยวกับการถอดรหัส (Decode) การวิเคราะห์สื่อ (Deconstruct) จะเป็นการเข้าถึงหัวใจของสารที่เป็นอุดมการณ์ของสื่อได้

ในความเห็นของกระทรวงศึกษาธิการออนทาริโอ ประเด็นตัวอย่างของสื่อที่ถูกระบุว่ามีสารเชิงอุดมการณ์และคุณค่า ในบางแง่ผลผลิตสื่อทุกประเภทคือการโฆษณา เช่น โฆษณาตัวสื่อเอง โฆษณาค่านิยม โฆษณาวิถีชีวิต โดยปกติสื่อมักรองรับระบบสังคมที่มีอยู่แล้ว เช่น คนทางอเมริกาเหนือแทบมองไม่เห็นสารทางอุดมการณ์ที่แฝงในละครโทรทัศน์ของฮอลลีวูด แต่สารเหล่านี้จะปรากฏชัดเจนขึ้นสำหรับคนในประเทศที่กำลังพัฒนา สื่อกระแสหลักของอเมริกาเหนือถ่ายทอดสารทางอุดมการณ์หลายอย่าง ทั้งโจ่งแจ้งและซ่อนเร้น เช่น ธรรมชาติของ “ชีวิตที่ดี” บทบาทที่ความร่ำรวยมีต่อชีวิตที่ดี ข้อดีของลัทธิ “บริโภคนิยม” บทบาทที่เหมาะสมของสตรีเพศ การยอมรับ

ผู้มีอำนาจ ความรักชาติอย่างไม่ลืมหูลืมตา เป็นต้น เหล่านี้คือนัยทางอุดมการณ์และระบบคุณค่าของเนื้อหาสารในสื่อ ซึ่งเกี่ยวกับเรื่องอุดมการณ์ อัละเซร์ (Althusser) ได้เสนอว่า “อุดมการณ์เป็นกรอบความคิด” (Conceptual Framework) ที่ทำให้เราตีความและให้ความหมายกับประสบการณ์ที่เรามีชีวิตอยู่ เป็นตัวก่อรูปและวางรูปแบบจิตสำนึกของเรา โดยหน้าที่ของกลไกทางอุดมการณ์อย่างโรงเรียน ครอบครัว ศาสนา สื่อมวลชน สถานที่ทำงาน ฯลฯ นอกจากจะเป็นตัวติดตั้งกรอบความคิดดังกล่าวแล้ว กลไกเหล่านี้ยังให้ความชอบธรรมแก่อุดมการณ์ต่างๆ จนมีสถานะเป็นบรรทัดฐาน (Norm) ในชีวิตประจำวัน และเนื่องจากอุดมการณ์เป็นกรอบความคิด ดังนั้น เราจะมองเห็นอุดมการณ์ได้ก็ต่อเมื่ออุดมการณ์นั้นได้แสดงออกมาภายนอกเป็นรูปแบบรูปธรรม (Material Form) เช่น ภาษา วิธีการปฏิบัติ การกระทำ หรือในตัวบท (Text) ต่างๆ ซึ่งสำหรับกลุ่มเบอร์มองแฮม (Birmingham) จะสนใจรูปแบบที่เป็นรูปธรรมของอุดมการณ์ที่แสดงออกในผลงานด้านสื่อมวลชน

ประการที่สี่ คือ <u>สื่อมีนัยทางสังคมและการเมือง</u> (Media Have Social and Political Implications) สื่อสามารถมีผลต่อพฤติกรรมทางสังคมและการเมืองในหลายรูปแบบ สื่อสามารถเปลี่ยนวิถีชีวิตประจำวัน เปลี่ยนความสนใจของมนุษย์ไปในทิศทางที่สื่อกำหนดได้ หรือที่เรียกว่าสิ่งมีบทบาทอย่างมากต่อกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม (Process of Socialization) แต่อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการนำเสนอเรื่องราวทางการเมืองของสื่อนั้น แท้ที่จริงแล้ว ข่าวสารทางการเมืองในสื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือไม่สูงมากนัก กล่าวคือ ถ้าไม่ผ่านการตกแต่งมาแล้วอย่างดี ก็อาจผ่านการตัดต่อมาแล้วในบางระดับ

ประการที่ห้า คือ <u>รูปแบบและเนื้อหาในสื่อมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด</u> (Form and Content are Closely Related in the Media) เพราะถูกสร้างมาร่วมกัน กล่าวคือ เนื้อหาถูกนำเสนอโดยรูปแบบ และรูปแบบก็สะท้อนเนื้อหา ถ้าปราศจากรูปแบบเนื้อหาก็ไร้ชีวิตชีวา ขณะเดียวกัน ถ้าไม่มีเนื้อหารูปแบบก็ไร้ความหมาย ดังนั้น สื่อแต่ละประเภทจึงมีการเข้ารหัสความจริงด้วยวิธีการเฉพาะตัว ในเหตุการณ์เดียวกันการสร้างสารของสื่อที่แตกต่างกัน ก็สามารถสร้างความประทับใจได้แตกต่างกัน

ประการสุดท้าย คือ <u>สื่อแต่ละประเภทมีรูปแบบทางสุนทรียะที่เฉพาะตัว</u> (Each Medium Has a Unique Aesthetic Form) ซึ่งผู้รับสารไม่ควรที่จะสนใจเฉพาะในเรื่องของการถอดรหัสเพื่อเข้าใจ วิเคราะห์ หรือประเมินเนื้อหาสารอย่างเดียวเท่านั้น แต่ควรเรียนรู้ที่จะพึงพอใจในลักษณะทางศิลปะของสื่อแต่ละชนิดด้วย เช่น เรียนรู้ที่จะพึงพอใจความงามของภาพที่ใช้นำเสนอในภาพยนตร์ ชื่นชมในการเรียงร้อยถ้อยคำในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับที่ซิลเวอร์เบลทท์

(Silverblatt, 1995) มองว่าองค์ประกอบของความรู้เท่าทันสื่อประการหนึ่งคือการเสริมสร้างความสนุก ความเข้าใจ และความพึงพอใจในเนื้อหาสื่อ

อย่างไรก็ตาม การที่จะสามารถเข้าใจ เข้าถึง และสามารถปฏิบัติตามแนวความคิดหลัก (Key Concepts) ข้างต้น ผู้รับสารจะต้องมีการเรียนรู้ พัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ดังที่ พอตเตอร์ (Potter, 1998) กล่าวว่า ความรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องไปเรื่อยๆ และความรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาวุฒิภาวะ การฝึกฝน และหาความรู้ใหม่ๆ ช่วยเพิ่มการรู้เท่าทันสื่อได้ ในทางกลับกัน การหยุดใช้ทักษะหรือหยุดแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง จะทำให้ระดับความรู้เท่าทันสื่อลดลง โดยพอตเตอร์ (Potter) มองว่าทุกคนมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับหนึ่ง มากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งการเพิ่มระดับความรู้เท่าทันสื่อต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ ข่าว สาร และทักษะ

1. **<u>ข่าวสาร</u>** โดยข่าวสารที่ช่วยยกระดับความรู้เท่าทันสื่อ ต้องเป็นข่าวสารที่มีการจัดระเบียบอย่างดี จนเป็นโครงความรู้ที่มีประโยชน์ ซึ่งต้องอาศัยข่าวสารที่มีความลึกและกว้าง ไม่ใช่รู้เพียงผิวเผิน หรือรู้เพียงว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน แต่ต้องรู้ลึกซึ้งถึงขั้นอย่างไร และทำไม ข่าวสารที่ควรรู้เกี่ยวกับสื่อ ได้แก่ 1. วิธีการทำงานของผู้ผลิตสื่อ รูปแบบเนื้อหาที่ผลิต 2. ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ ต้นกำเนิด รูปแบบการพัฒนา รากฐานทางเศรษฐกิจ และบริบทเชิงโครงสร้าง เช่น รูปแบบการเป็นเจ้าของ และกฎระเบียบของรัฐบาล 3. เข้าใจว่าสื่อมองผู้รับสารอย่างไร 4. เข้าใจผลระยะสั้นและระยะยาวที่สื่อมีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม และจิตวิทยา นอกจากนี้ การที่จะยกระดับการรู้เท่าทันสื่อด้วยข่าวสารนั้น นอกจากการมีความรู้เกี่ยวกับสื่อแล้ว ยังต้องมีเค้าโครงความรู้เกี่ยวกับโลกความเป็นจริงด้วย กล่าวคือ

1.1 ข่าวสารข้อเท็จจริง (Factual Information) หมายถึง ข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับโลก เช่น จำนวนประชากรในประเทศ ชื่อผู้นำทางการเมือง เป็นต้น

1.2 ข่าวสารเกี่ยวกับสังคม (Social Information) หมายถึง ความเข้าใจในปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เช่น บทบาทของบุคคลต่างๆ ในสังคม โดยผู้ที่มีประสบการณ์กว้างขวางในโลกของความเป็นจริงจะมีพื้นฐานในการทำความเข้าใจ และวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อได้กว้างกว่า เช่น คนที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองกับพรรค จะมีความเข้าใจและวิเคราะห์ข่าวที่หนังสือพิมพ์นำเสนอเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งได้ดีกว่าคนทั่วไป

จะเห็นว่าข้อมูลข่าวสารจะเป็นวัตถุดิบในการใช้สร้างโครงความรู้ ซึ่งในการที่จะได้วัตถุดิบที่ดีนั้น ผู้รับสารต้องเปิดตัวเองกับเนื้อหาสารที่หลากหลายเพื่อขยายพื้นฐานของตนเอง และต้อง

แสวงหาข่าวสารเชิงลึกในเรื่องที่รู้อย่างผิวเผินเพื่อให้มีความเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ แล้ว ยังควรเสาะแสวงหาข่าวสารจากต้นตอในโลกของความเป็นจริงด้วย

2. <u>ทักษะ</u> ซึ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ทักษะขั้นพื้นฐาน (Rudimentary Skills) เป็นทักษะพื้นๆ ที่ใช้เป็นปกติวิสัย กล่าวคือ ทักษะควบคุมการเปิดรับสื่อที่เราต้องการ การรู้และจดจำสัญลักษณ์ และการเชื่อมโยงความหมาย ซึ่งเมื่อเปิดรับสื่อแล้ว ทำให้สามารถเข้าใจการดำเนินเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามที่สื่อนำเสนอ เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์แล้วเข้าใจเหตุการณ์ของข่าว เป็นทักษะที่บ่อยครั้งเราใช้โดยไม่ได้ตั้งใจและเป็นไปอัตโนมัติ

2.2 ทักษะขั้นสูง (Advanced Skills) เป็นทักษะที่ช่วยให้ควบคุมการตีความหมายของสื่อ ซึ่งอาศัยการคิดแบบวิพากษ์ ได้แก่ ทักษะการวิเคราะห์ การเปรียบเทียบและการหาความตรงข้าม การประเมิน และการสรุป

พอตเตอร์ (Potter, 1998) จัดกลุ่มทักษะขั้นสูง หรือทักษะขั้นวิพากษ์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ ทักษะที่เน้นเนื้อสาร (Message-focused Skills) ทักษะทำความเข้าใจที่ขยายจากเนื้อสาร (Message-extending Skills) และทักษะการสำนึกรู้คุณค่า (Skill of Appreciation) โดยสองกลุ่มแรกเป็นทักษะด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Skill) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ทักษะที่เน้นเนื้อสาร (Message-focused Skills) เป็นการตีความภายในขอบเขตของเนื้อสาร โดยต้องอาศัยทักษะ 4 ประการ คือ

1.1 การวิเคราะห์(Analysis) หมายถึงทักษะการแยกเนื้อสารออกเป็นส่วนประกอบย่อยๆ ที่มีความหมาย เพื่อให้เข้าใจว่าเนื้อสารนั้นๆ ประกอบขึ้นจากอะไร และองค์ประกอบแต่ละส่วนมีความเหมาะเจาะกันอย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้เท่าทันสื่อได้ในที่สุด

1.2 การเปรียบเทียบหาความต่าง (Comparison/Contrast) เป็นการนำส่วนประกอบย่อยของเนื้อสารที่วิเคราะห์ได้มาเปรียบเทียบกับโครงความรู้ที่มีอยู่ว่า มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร หากตรงกันหมด ข่าวที่ไดมาใหม่เป็นเพียงการเสริมย้ำสิ่งที่รู้อยู่เดิมให้หนักแน่นขึ้น หากแตกต่างกัน ต้องใช้ทักษะในการประเมินมาช่วย นอกจากนี้ การเปรียบเทียบหาความต่าง ยังหมายถึง การนำส่วนประกอบย่อยของเนื้อสารไปลองมองมุมใหม่ในสื่ออื่น ว่าจะได้ผลลัพธ์ที่ต่างกันอย่างไร เพราะสื่อแต่ละชนิดมีข้อจำกัดในการนำเสนอไม่เหมือนกัน หรือในหนังสือพิมพ์ด้วยกันเองก็สามารถเปรียบเทียบหาความต่างกันได้ เพราะหนังสือพิมพ์ต่างฉบับอาจมีมุมมองในการนำเสนอไม่เหมือนกัน

1.3 การประเมิน (Evaluation) คือการตัดสินคุณค่าของส่วนประกอบย่อยของเนื้อสาร กล่าวคือ ถ้าประเมินค่าได้ไม่สอดคล้องกับโครงความรู้ที่มีอยู่เดิม จะเป็นการตัดสินใจว่าส่วนประกอบใหม่นี้มีค่าสูงหรือต่ำกว่า ถ้าให้ค่าความรู้ใหม่นี้สูงกว่าความรู้เดิม นั่นคือ จะเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงความรู้เดิมที่มีอยู่ แต่ถ้าให้ค่าความรู้ใหม่ต่ำกว่า จะแสดงว่าเป็นการปฏิเสธความรู้ใหม่ การประเมินจึงเป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริง หรือการรับรู้หลายๆ ทาง (Cross-checking) ซึ่งกลยุทะในการประเมินมีหลายวิธี เช่น ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล การชั่งน้ำหนักของข้อมูลว่ามีเหตุผลมาสนับสนุนมากน้อยอย่างไร

1.4 การสรุปย่อ (Abstracting) คือความสามารถในการสรุปเนื้อสารที่ได้รับให้เป็นข้อสรุปสั้นๆ เพียงไม่กี่ประโยค โดยยังคงใจความสำคัญเอาไว้ได้อย่างถูกต้อง

2. ทักษะทำความเข้าใจที่ขยายจากเนื้อสาร (Message-extending Skills) มี 3 ประการ ได้แก่

2.1 การอุปนัย (Deduction) คือความสามารถที่จะใช้หลักการใหญ่ๆ มาอธิบายเหตุการณ์ย่อยๆ ในลักษณะเดียวกันได้

2.2 การนิรนัย (Induction) คือความสามารถในทางกลับกัน สามารถอธิบายเหตุการณ์โดยทั่วไปได้โดยอาศัยตัวอย่างจากเหตุการณ์เรื่องเล็กๆ

2.3 การสังเคราะห์ (Synthesis) คือความสามารถในการรวมส่วนประกอบของเนื้อสารต่างๆ เป็นโครงความรู้ ความคิดเห็น และทัศนะใหม่ๆ ได้

3. ทักษะการสำนึกรู้คุณค่า (Skill of Appreciation) การรู้เท่าทันสื่อไม่ได้หมายถึงความสามารถเชิงพุทธิพิสัยดังที่กล่าวมาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการตอบสนองเชิงคุณภาพทั้งด้านอารมณ์ ศีลธรรม และสุนทรียะอีกด้วย การรู้เท่าทันสื่อด้านการสำนึกรู้คุณค่านี้ ในระดับพื้นฐานคือการมีปฏิกิริยาชื่นชมพื้นๆ ต่อเนื้อสารที่ได้รับ ส่วนในระดับที่พัฒนาขึ้นคือ การตอบสนองในหลายแง่มุมโดยมีพื้นฐานมาจากการตระหนักถึงความยากลำบากในการสร้างเนื้อสารนั้น จนกระทั่งบรรลุผลทางอารมณ์ ทางสุนทรียะ และทางศีลธรรมแก่ผู้ชม เช่น การชื่นชมภาพยนตร์เรื่องหนึ่งที่สร้างอารมณ์ความรู้สึกให้ผู้ชมได้โดยแยกเป็นส่วนๆ ว่าความรู้สึกนั้นเกิดจากฝีมือการกำกับการแสดง กำกับภาพ การจัดองค์ประกอบภาพ การผสมเสียง หรืออื่นๆ

นอกจากนั้น ความรู้เท่าทันสื่อยังต้องการทักษะอีกหลายด้าน ได้แก่ ความสามารถและความพยายามที่จะเข้าใจเนื้อหาอย่างตั้งใจ ความสามารถในการพัฒนาความเข้าใจเนื้อความได้ระดับที่สูงขึ้น การรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบดั้งเดิมของเนื้อหาและยังสามารถจำได้แม้องค์ประกอบนั้นจะอยู่ในเนื้อหาอื่นๆ ตลอดจนมีความรู้ภาษาของสื่อแต่ละชนิด และสามารถเข้าใจผลกระทบของมัน ไม่ว่าจะซับซ้อนอย่างไร จนไปสู่การพัฒนาทักษะในขั้นสุดท้าย คือ ความเข้าใจและเคารพในอำนาจ

ของเนื้อความสื่อ ความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์โดยไม่คำนึงถึงความน่าเชื่อถือของการส่งสาร และความสามารถแยกอารมณ์ออกจากปฏิกิริยาที่จะโต้ตอบออกไป ซึ่งผลลัพธ์จากการพัฒนาทักษะต่างๆ ที่กล่าวมา จะช่วยยกระดับการคิดเชิงวิพากษ์ การอภิปรายสื่อ สามารถเลือกบริโภคเนื้อความสื่อ และยกระดับปฏิกิริยาทางสังคมได้ในที่สุด

กล่าวโดยสรุป เราสามารถแบ่งลักษณะ/ระดับความรู้เท่าทันสื่อตามที่นักวิชาการกล่าวไว้ข้างต้นได้ 6 ลักษณะ ได้แก่

1. <u>การตระหนักถึงผลกระทบของสื่อ</u> หมายถึง การตระหนัก การเลือก การจัดสรรเวลาที่ให้กับสื่อ การใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การควบคุมการเปิดรับสาร การเข้าใจผลระยะสั้นและระยะยาวที่สื่อมีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม การเข้าใจว่าสื่อมีไว้เพื่อสนองตอบความพอใจ ตลอดจน การเข้าใจสิ่งที่สื่อเสนออย่างตรงไปตรงมา เชื่อในสิ่งที่สื่อเสนอ รวมถึงความสามารถในการแสวงหาข่าวสาร และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงสารได้

2. <u>การเข้าใจสาร</u> หมายถึง การรู้การเข้าใจสารแบบตีความ ความเข้าใจกระบวนการของสื่อสารมวลชน รวมถึงความสามารถในการบอกประเภทของงาน กลยุทธ์ เทคนิคการสร้างงาน และรู้ถึงวัตถุประสงค์/มุมมองของผู้เขียน/ผู้ผลิต

3. <u>การวิเคราะห์สาร</u> หมายถึง ความสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น แยกแยะคำกล่าวอ้างที่มีและไม่มีหลักฐาน ตัดสินความถูกต้องของข้อความ และแหล่งที่มาของข้อมูลว่าเชื่อได้หรือไม่ มองเห็นความสอดคล้องทางตรรกะ ตัดสินความหนักแน่นของข้อโต้แย้ง รวมถึงความสามารถในการสรุปย่อ อุปนัย ใช้หลักการใหญ่มาอธิบายเหตุการณ์ย่อยในลักษณะเดียวกันได้ ในทางตรงข้ามสามารถนิรนัยอธิบายเหตุการณ์ทั่วไปโดยอาศัยตัวอย่างจากเหตุการณ์ย่อยได้ และสังเคราะห์ กล่าวคือรู้ส่วนประกอบดั้งเดิมของเนื้อหาสารและสามารถรวมเป็นองค์ความรู้ ความคิดเห็น และทัศนะใหม่ๆ ได้

4. <u>การประเมินสื่อ</u> หมายถึง ความสามารถในการตัดสินคุณค่า เห็นค่านิยม ทัศนคติแบบแผนความคิดของเนื้อหาสาร รู้ว่าสื่อกำลังกระตุ้นผู้รับสารให้เกิดอารมณ์ ทัศนคติ โดยผู้รับสารรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ สามารถวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างสื่อกับรากฐานทางเศรษฐกิจ รูปแบบการเป็นเจ้าของ บริบทเชิงโครงสร้างทางสังคมของสื่อ และเข้าใจในกฎหมาย ปรัชญาจริยธรรมของสื่อ

5. <u>การสื่อสาร</u> หมายถึง สามารถเล่าเรื่องโดยใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะในการจับความสนใจของผู้รับสาร เข้าใจผู้ที่เราสื่อสารด้วย รวมถึงสามารถผลิตสื่อ เช่น รู้จักการเลือกใช้คำ ภาพ เวลา และพื้นที่ในการสื่อสาร

6. <u>สุนทรียะ</u> หมายถึง สามารถสนุก เข้าใจ และพึงพอใจในเนื้อหาสาร ตระหนักถึงความยากลำบากในการสร้างเนื้อหาสาร เข้าถึงสารในแง่มุมมองด้านศิลปะ รู้ว่าสุนทรียะที่ได้เกิดจากฝีมือในด้านใด เช่น การจัดองค์ประกอบภาพ รวมถึงสามารถรู้สไตล์เฉพาะตัวของผู้เขียน

ในยุคสมัยที่ความรู้เท่าทันสื่อมวลชนกำลังเป็นที่สนใจ และจับตามองโดยนักวิชาการและวิชาชีพจากทั่วโลก สมาคมความรู้เท่าทันสื่อมวลชนแห่งแคนาดา ซึ่งเป็นองค์กรด้านความรู้เท่าทันสื่อมวลชนที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในวงการวิชาการและวิชาชีพ ได้ระบุความสำคัญ 6 ประการ ที่ผู้บริโภคสื่อทุกคนจำเป็นต้องมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อมวลชนไว้ดังนี้ (สุโขทัยธรรมาธิราช,2547)

1.สื่อมวลชนได้เข้ามาครอบงำชีวิตประจำวันของเราทุกคนโดยเฉพาะในทางการเมืองและวัฒนธรรม

2.ข้อมูลข่าวสารเกือบทุกประเภทในโลกสมัยใหม่มีการนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน

3.สื่อมวลชนเป็นแบบฉบับที่มีผลอย่างมากต่อค่านิยมและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม

4.คนส่วนมากมักไม่ตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อตนเองและสังคม

5.การรู้เท่าทันสื่อมวลชนจะช่วยเพิ่มอรรถรสในการบริโภคสื่อ

6.การรู้เท่าทันสื่อมวลชนจะทำให้ผู้บริโภคสื่อเป็นผู้รับสารที่กระตือรือร้น ไม่เฉื่อยชา

การศึกษาครั้งนี้ นำแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ทั้งในลักษณะของการศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อหนังสือพิมพ์ และการวิเคราะห์สื่อหนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องหลักการทางหนังสือพิมพ์ โดยนำมาใช้ทั้งในการกำหนดตัวแปร สร้างเครื่องมือวิจัย วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการหนังสือพิมพ์

สิริทิพย์ ขันสุวรรณ(2539) อธิบายคำจำกัดความของ “หนังสือพิมพ์” ไว้ว่า มีผู้สันนิษฐานที่มาของคำว่า News กันต่าง ๆ นานา บ้างก็ว่าคำว่า News นี้ได้มาจากตัวสะกด N-E-W-S ซึ่งเป็นพยัญชนะนำหน้าของคำว่า North (ทิศเหนือ) East (ทิศตะวันออก) West (ทิศตะวันตก) และ South (ทิศใต้) และให้คำอธิบายว่าเหตุที่นำพยัญชนะนำหน้าคำสะกดทิศทั้งสี่มารวมกันเป็นคำว่า News นั้นก็เนื่องจากการรายงานอุบัติการณ์ต่าง ๆ มาจากทุกทิศทุกทางนั่นเอง

สิริทิพย์ ขันสุวรรณ อธิบายต่อไปว่า พอล วี. ชีแฮน (Paul V. Sheehan) ได้ให้คำสันนิษฐานเอาไว้อย่างมีเหตุผลว่า คำว่า News นั้นมาจากภาษาละตินว่า Nova ตามความหมายดั้งเดิมหมายความว่า “สิ่งใหม่ ๆ” (New Thing) แต่ต่อมา คำ ๆ นี้ ถูกนำไปใช้ในความหมายว่า “ข่าวใหม่ ๆ” (New Tidings) ซึ่งแฝงนัยของคำว่า “การสื่อสาร” (Communication) เอาไว้อย่างชัดเจน

สำหรับคนไทยในสมัยแรกเริ่มรู้จักหนังสือพิมพ์นั้น เรียกหนังสือพิมพ์ว่า “หนังสือข่าว” เป็นการแปลความตรง ๆ จากคำว่า Newspaper เลยทีเดียว จนกระทั่งล่วงเข้ารัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวซึ่งทรงสนพระทัยในเรื่องการพิมพ์หนังสือเป็นอย่างยิ่ง คำว่า “หนังสือพิมพ์” จึงปรากฏขึ้นแทนคำว่า “หนังสือข่าว” โดยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นผู้ทรงใช้ภาษาไทยคำนี้เป็นพระองค์แรก

เมื่อวิเคราะห์ตามศัพท์ คือ News+Paper แล้ว สามารถตีความได้ว่าหนังสือพิมพ์ ก็คือ หนังสือที่มีเนื้อหาที่ต้องการจะบอกข่าวเป็นจุดประสงค์สำคัญ อย่างไรก็ดี ก็ยังมีผู้ให้คำจำกัดความของ “หนังสือพิมพ์” เอาไว้อีกมากมาย อาทิ “หนังสือพิมพ์ คือ หนังสือบอกข่าว หมายรวมตั้งแต่หนังสือข่าวฉบับย่อย ๆ ทำด้วยมือของคนเพียง 2-3 คน ไปถึงหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ออกในเมืองใหญ่ ๆ มีคนงานเป็นร้อยเป็นพัน หนังสือพิมพ์อาจจะออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์หรือรายเดือนก็ได้

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้เป็นการให้ภาพกว้าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ในสายตาของนักวิชาการและนักกฎหมาย ทว่าในสายตาของบุคคลทั่วไป หนังสือพิมพ์ไม่เพียงแต่เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาที่ต้องการจะบอกข่าวเท่านั้น แต่หนังสือพิมพ์ยังเป็นเสมือนบันทึกข้อเท็จจริงแห่งประวัติศาสตร์ที่ต่อเนื่องกันของชีวิตมนุษย์ด้วย เหตุนี้ ตามห้องสมุดต่าง ๆ จึงพยายามที่จะเก็บรวบรวมหนังสือพิมพ์เอาไว้เป็นชุด และให้มีสภาพสมบูรณ์ที่สุดเพื่อให้ประชาชนได้มาใช้ศึกษาว่า เคยเกิดเหตุการณ์

สำคัญอะไร ที่ไหน อย่างไรบ้าง เมื่อใดก็ตามที่ต้องการศึกษา ซึ่งเรื่องนี้แม้กระทั่งอดีตเจ้าหน้าที่ทางทหารระดับสูงในกองทัพบก คือ พลเอกอาทิตย์ กำลังเอก ก็มีความเห็นพ้องด้วยโดยเมื่อไปบรรยายหลักสูตรความมั่นคงของชาติแก่สื่อมวลชน รุ่นที่ 2 ที่กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2536 นั้น พลเอกอาทิตย์กล่าวถึงหนังสือพิมพ์ว่า "...หนังสือพิมพ์ให้ทั้งประโยชน์และโทษแก่ผู้อ่าน ในแง่ของประโยชน์ที่ได้รับก็คือ ข่าวสารและสถานการณ์ต่าง ๆ ของบ้านเมืองที่จะเก็บไว้อ้างอิงเป็นประวัติได้...หากหนังสือพิมพ์เข้าใจถึงความสำคัญก็ควรเสนอข่างที่เป็นจริง เมื่อเป็นจริงมากฉบับ ก็จะเป็นประวัติศาสตร์ที่บันทึกโดยสิ่งพิมพ์ได้ และไม่ต้องมีการขีดเขียนใหม่..."

การที่หนังสือพิมพ์ได้ก่อกำเนิดเป็นตัวตนขึ้นมาจาการที่ประชาชนในสังคมถูกสภาวะทางสังคมเศรษฐกิจและการเมืองบีบคั้น ทำให้เกิดความรู้สึกต้องการเป็นไท เป็นอิสระจากการถูกกดขี่ข่มเหงอย่างไม่เป็นธรรมจากฝ่ายปกครองบ้านเมือง และขณะเดียวกันประชาชนในยุคแรก ๆ ของการทำหนังสือพิมพ์ก็ยังมีความรู้สึกอย่างรุนแรงด้วยว่า สาธารณชนนั้นมีสิทธิโดยสมบูรณ์ในการรับรู้ (Right to Know) ข่าวสารต่าง ๆ ไม่เฉพาะแหล่งข่าวของทางรัฐบาลเท่านั้น หากจากแหล่งข่าวที่เป็นอิสระที่ไม่ตกอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ทรงอิทธิพลใด หรือกลุ่มอิทธิพลใด ในการใช้สิทธิในการรับรู้ข่าวสารดังกล่าวของสาธารณชนนั้น ประชาชนยังตระหนักด้วยว่ามิใช่เพียงแค่สนองความใคร่จะรู้เท่านั้น แต่เป็นการรับรู้เพื่อที่จะได้ใช้เป็นส่วนประกอบการตัดสินใจในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศชาติด้วย และหลังจากนั้นกิจการหนังสือพิมพ์ก็ขยายตัวกว้างขวางขึ้นไปตามสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมอีกเช่นกัน หนังสือพิมพ์มีการปรับปรุงวิธีการทำงานให้ดีขึ้นมีการลงทุนสูงขึ้น มีการแข่งขันการเสนอข่าวให้ทันต่อเหตุการณ์ยิ่งขึ้น เนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ที่ปรากฏต่อสายตาของผู้อ่านจะมีลักษณะตื่นเต้นเร้าใจชวนให้อยากจะซื้อหามาอ่านสนองความใคร่รู้มากขึ้น นั่นก็คือ หนังสือพิมพ์พยายามแข่งขันกันทำงานในลักษณะที่เป็นธุรกิจเอกชนมากขึ้นดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน

จากพัฒนาการของงานหนังสือพิมพ์ดังกล่าว จึงสามารถแบ่งประเภทของหนังสือพิมพ์ โดยอาศัยความเด่นจากการปฏิบัติภาระหน้าที่หลัก (Primary Function) ที่แสดงออกมาทางเนื้อหาส่วนใหญ่ซึ่งหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ นำเสนอเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. *หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพ (Quality Newspaper)*

หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเสนอเนื้อหาที่ประชาชนจำเป็นจะต้องรู้ (Need to Know) เพื่อจะได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมและประเทศชาติ ขณะเดียวกันเนื้อหาเหล่านี้ก็จะช่วยกระตุ้นเร้าและสร้างเสริมให้ผู้อ่านเกิดความคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านการเมือง การปกครองและการเศรษฐกิจด้วย เนื้อหาที่ประชาชนจำเป็นจะต้องรู้

(Need to Know) นี้ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นปัญหาสาธารณะทางสังคม การเมือง การเลือกตั้งทั้งในและระหว่างประเทศ ปัญหาทางธุรกิจ และเศรษฐกิจการคลัง เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ เป็นเนื้อหาที่จัดอยู่ในประเภทข่าวที่ได้รับการตอบสนองช้า (Delayed Reward News)

หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพนี้ จะเน้นการปฏิบัติภาระหน้าที่หลักในด้านเสนอความคิดเห็นและอธิบายความหมายของข่าวมากกว่าภาระหน้าที่หลักประการอื่น เนื้อหาสาระส่วนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ จึงเป็นเนื้อหาที่เป็นบทความ (Articles) และข้อเขียนเชิงตีความที่เรียกว่า Interpretative Writing ซึ่งเป็นข้อเขียนที่นำเอาข้อเท็จจริง (Facts) ที่เกิดเป็นข่าวและภูมิหลังของข่าว (Backgrounds) มาแสดงอรรถาธิบายให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงความเป็นมาของเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และตระหนักถึงความสำคัญของข่าว รวมทั้งจะชี้ให้เห็นถึงผลกระทบ (Effects) อันอาจจะเกิดขึ้นจากข่าวนั้น ๆ ให้ประชาชนได้ทราบ ส่วนภาระหน้าที่ในการเสนอเนื้อหาที่เป็นข่าวนั้น หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ถือว่าเป็นภาระหนักที่รองลงไป เหตุนี้จึงมีผู้เรียกหนังสือพิมพ์ประเภทนี้อีกชื่อหนึ่งว่า The Press of Opinions หรือหนังสือพิมพ์เพื่อเสนอความคิดเห็น

จอห์น ซี. เมอร์ริลล์ (John C. Merrill) ผู้เขียนหนังสือชื่อ “The Elite Press” ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญอีกหลาย ๆ ประการของหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพนอกเหนือไปจากที่กล่าวข้างต้นว่า หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพนั้นเป็นหนังสือพิมพ์ที่เชื่อถือได้ และมีความรับผิดชอบกล้าที่จะเสนอความคิดเห็นและเรื่องราวต่าง ๆ ที่ตัวหนังสือพิมพ์เองมีความเห็นขัดแย้งอยู่โดยไม่มีอคติ (No Bias) อย่างถูกถ้วน (Accurate) และด้วยลีลาการเขียนที่ดี (Good Writing) และที่สำคัญที่สุดก็คือ หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพพยายามที่จะเป็นผู้นำในการสรรค์สร้างประชามติ (Lead Public Opinion) มากกว่าจะเป็นผู้ตามประชามติ (Follow Public Opinion) (สิริทิพย์ ขันสุวรรณ, อ้างแล้ว)

2. หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper)

หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ หมายถึง หนังสือพิมพ์ประเภทที่มุ่งเสนอเนื้อหาที่คนทั่วไปสนใจใคร่จะรู้ (Want to Know) เอาไว้ “ประดับความรู้” เนื้อหาเหล่านั้นอาจจะให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านนอกเหนือไปจากการให้สิ่งที่ผู้อ่านอยากจะรู้ด้วย ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรมและการฉ้อราษฎร์บังหลวง ข่าวเกี่ยวกับอุบัติเหตุและวิบัติภัย ข่าวเกี่ยวกับกีฬา และการพักผ่อนหย่อนใจ ข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในวงสังคม เป็นต้น ข่าวชนิดนี้เป็นข่าวที่จัดอยู่ในประเภทข่าวที่ได้รับการตอบสนองในทันใด (Immediate Reward News)

ในด้านการปฏิบัติภาระหน้าที่นั้น หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมนี้จะอุทิศหน้ากระดาษส่วนใหญ่ให้แก่การรายงานข่าวทุกชนิดตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นมากกว่าที่จะพยายามเผยแพร่ความคิดเห็นเช่นหนังสือพิมพ์ประเภทแรก นอกจากนั้นหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ยังให้ความสำคัญต่อการรายงานข่าวที่รวดเร็ว “สด” ทันต่อเหตุการณ์ทันอกทันใจผู้อ่านอีกด้วย หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า หนังสือพิมพ์เพื่อเสนอข่าวสาร หรือ The Press of Informations ส่วนเมอร์ริลล์เรียกหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ว่า “Supermarket Journalism” เหตุผลที่เมอร์ริลล์ยกมาประกอบการเรียกหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยมเช่นนี้ก็คือ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มีทุกสิ่งทุกอย่าง แต่อย่างละนิดละหน่อยสำหรับสนองผู้อ่านทุกคน

ด้าน สุภา ศิริมานนท์ (อ้างใน สุภาณี แก้วมณี,2547) สรุปแนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ไว้อย่างน่าสนใจว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าวอย่างมากจนกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นกระจกเงาของสังคม ลักษณะพิเศษของหนังสือพิมพ์คือเป็นสื่อที่มีคุณค่าทางภาษาที่ใช้เขียน เป็นสื่อที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ได้ และชี้แนะผ่านถึงเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งที่ต้องการได้ หน้ากระดาษของหนังสือพิมพ์มีอยู่อย่างเหลือเฟือที่จะเสนอข่าวได้อย่างล้ำลึก กว้างขวางกว่าเครื่องมือสื่อสารมวลชนชนิดอื่น และสามารถเสนอรายงานข่าวในลักษณะที่เรียกว่า ตีความหมายหรือแปลความหมายในสาระสำคัญของข่าวได้ด้วย หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนอย่างเดียวที่สามารถแสดงทัศนะของตนเองได้โดยคอลัมน์บทบรรณาธิการ เพื่อชี้แนะให้ผู้อ่านได้คิดในปัญหาสำคัญๆ ของกาละนั้นๆ หรือเพื่อสกัดทัดทานกรณีต่างๆ บางกรณีที่จะกลายเป็นอันตรายต่อชุมชนพร้อมกัน ในคราวเดียวกันก็สามารถตีพิมพ์ทัศนะของผู้อ่านได้อย่างเต็มที่ ชนิดที่ไม่มีเครื่องมือสื่อสารมวลชนชนิดใดอื่นจะทำได้

ดังนั้นสื่อหนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่ไม่ควรได้รับการยกเว้นให้ดำเนินไปอย่างอิสระและไร้การตรวจสอบเหมือนเช่นสื่ออื่น ในทางตรงข้าม ยิ่งเป็นสื่อบรรจุสารไว้อย่างถาวร หยิบมาใช้ได้ตลอดเวลา และทรงอิทธิพลมากเท่าใด ก็ยิ่งเป็นสื่อที่เราควรตระหนักที่จะรู้เท่าทันมากเท่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ นำแนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์มาใช้กรอบของสื่อที่จะศึกษาความรู้เท่าทัน โดยหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่เก่าแก่ที่สุด และยังได้รับความนิยมอย่างสูงตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ข่าวสารบนหน้าหนังสือพิมพ์ส่งผลกระทบต่อผู้คนในสังคมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นการศึกษาเพื่อทราบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับใดจึงเป็นสิ่งที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งประชาชนผู้บริโภคสื่อและการพัฒนาวงการหนังสือพิมพ์

แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของข่าว (Category of News)

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ อาจจะแตกต่างกันออกไป เนื่องจากผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายต่างกัน รวมทั้งนโยบายในการเสนอข่าวโดยเน้นเนื้อหาสาระที่แตกต่างกัน ดังนั้นข่าวที่นำมาเสนอจึงขึ้นอยู่กับระดับของข่าว ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสารและลักษณะการได้มาของข่าว ซึ่งได้แบ่งประเภทของข่าวออกได้ดังนี้ (ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา,2536)

1. ระดับของข่าว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข่าวหนัก (Hard News) และข่าวเบา (Soft News) ซึ่งก่อนหน้านี้ได้มีผู้ให้ความหมายของข่าวทั้ง 2 ประเภทนี้ว่า

1.1 ข่าวหนัก (Hard News) หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาสาระมุ่งให้ความรู้มากกว่าความบันเทิงเป็นเรื่องราวที่เข้าใจยาก ผู้อ่านหรือผู้รับสารจะต้องมีภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ จึงจะเข้าใจและผู้อ่านหรือผู้รับสารมักจะนำไปคิกและตรึกตรองหลังจากอ่านหรือรับสารนั้นแล้ว

1.2 ข่าวเบา (Soft News) หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาสาระมุ่งให้ความบันเทิงมากกว่าความรู้เป็นเรืองราวที่เข้าใจง่าย ให้ความรู้สึกทางอารมณ์มากกว่าที่จะสร้างภูมิปัญญาผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสารไม่มีภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ เมื่ออ่านแล้วก็เข้าใจได้ทันทีไม่ต้องนำไปคิดตรึกตรอง แต่ต่อมาภายหลังได้มีการสำรวจความคิดเห็นของผู้นำในวงการวิชาชีพและวิชาการด้านหนังสือพิมพ์ สรุปได้ว่า Hard News หมายถึง ข่าวที่มุ่งเน้นที่เหตุการณ์ (event-centered) เป็นหลัก หรืออาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า Straight News หมายถึง ข่าวที่เสนอข้อเท็จจริงล้วน ๆ ตรงไปตรงมาตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ข่าวเพลิงไหม้ เนื้อข่าวจะบอกว่าเกิดอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) และเกิดขึ้นได้อย่างไร (how) นอกจากนี้ยังได้แก่ ข่าวอุบัติเหตุ ฆาตกรรมและการถึงแก่อสัญกรรมของผู้นำประเทศ เป็นต้น

การรายงานข่าวเครื่องบินตกดังกล่าวนี้ เป็นการรายงานข้อเท็จจริงล้วน ๆ ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ยังไม่มีรายละเอียดมากนัก

ส่วน Soft News หมายถึง ข่าวที่มุ่งเน้นกระบวนการเกี่ยวเนื่อง (Process-centered) ของข่าวมากกว่าที่จะเน้นเหตุการณ์จึงอาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Interpretative News หมายถึง ข่าวที่มีการอธิบาย (explain) และแปลความหมาย (interpret) ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจว่าเพราะเหตุใดเหตุการณ์นั้น ๆ จึงอุบัติขึ้น รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบจากเหตุการณ์ที่มีต่อสังคมด้วย

การรายงานข่าวนี้เป็นการเสนอรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการเกี่ยวเนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากครั้งแรก เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านหรือผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ Immediate Reward News และ Delayed Reward News

2.1 Immediate Reward News หมายถึงข่าวที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกพึงพอใจและตอบสนองในทันทีทันใดที่อ่านข่าวไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกสนุกสนาน ขบขัน ตื่นเต้น เห็นอกเห็นใจ โศกเศร้า เสียใจหรือหวาดเสียวก็ตาม ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุและภัยพิบัติ การฉ้อราษฎร์บังหลวง ข่าวบันเทิง สังคม กีฬา ฯลฯ ซึ่งความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านนี้จะเกิดขึ้นเพียงระยะเวลาอันสั้น ไม่ช้าก็จะหายไป

2.2 Delayed Reward News หมายถึง ข่าวที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกตอบสนองช้าเมื่ออ่านข่าวแล้ว ทั้งนี้เพราะต้องใช้ประสบการณ์ ความรู้ความคิด เพื่อสร้างความมั่นใจในข่าวนั้น ๆ อย่างมาก ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ต่างประเทศ ปัญหาสาธารณะ ฯลฯ ซึ่งความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านนี้ แม้จะเกิดขึ้นอย่างช้ามาก แต่ก็มีความคงทนถาวรอาจนำไปคิดและตรึกตรองในภายหลังเมื่อได้อ่านข่าวนั้น ๆ แล้ว

อย่างไรก็ดีในแนวทางของการสื่อสารข่าวแล้วสามารถจัดแบ่งข่าวออกเป็น 2 ประเภท โดยกำหนดจากการได้มาของข่าวเป็นหลัก

3. ลักษณะการได้มาของข่าว ได้แก่

3.1 Active News หมายถึง ข่าวที่ได้มาจากผู้สื่อข่าวต้องไปแสวงหาหรือรวบรวมด้วยตัวเอง โดยการสื่อสารตามสถานที่ต่าง ๆ หรือบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว ซึ่งบางครั้งอาจเป็นข่าวประเภทเจาะลึกหรือสอบสวน (Investigative News) ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้สื่อข่าวเป็นอย่างมากทีเดียว

3.2 Passive News หมายถึง ข่าวที่ได้มาจากเอกสารที่ส่งมายังสำนักงานข่าวหรือสำนักงานหนังสือพิมพ์ โดยผู้สื่อข่าวไม่ต้องออกไปแสวงหาหรือรวบรวมด้วยตนเอง ข่าวประเภทนี้ได้แก่ข่าวแจก (News Release) หรือเอกสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ประกาศ แถลงการณ์ ฯลฯ ซึ่งบางครั้งข่าวดังกล่าวบางชิ้นก็เป็นเบาะแสข่าว (News Tip) ได้เป็นอย่างดี สามารถนำมาปรับปรุงหรือแสวงหารายละเอียดจนเป็น Active News ได้ดีทีเดียว

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของข่าว (Quality of News)

ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวต้องพิจารณาเรื่องคุณภาพของข่าวด้วย ข่าวที่ดีมีคุณภาพต้องมีถูกต้องครบถ้วน มีความสมดุลและเป็นธรรม มีความเที่ยงตรง เข้าใจง่าย กะทัดรัด และชัดเจน ใหม่สดทันต่อเหตุการณ์ ข่าวต้องมี 5 w 1 H ได้แก่ Who What Where When Why และ How เพื่ออธิบายว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไม จึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร ข่าวที่ดีควรมีคุณสมบัติดังนี้ข่าวที่มีคุณภาพคือข่าวที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้ (ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา,2536)

1. ถูกต้องครบถ้วนหรือถูกถ้วน (Accuracy) หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวปรากฏในข่าวไม่ว่าจะเป็นชื่อ ยศ ตำแหน่ง อายุ อาชีพ ที่อยู่ สถานที่ วันที่ คำแถลง ฯลฯ จะต้องมีการตรวจสอบให้ถูกต้องและครบถ้วน เพื่อป้องกันการเสนอข่าวที่ผิดพลาด ซึ่งอาจเป็นผลร้ายต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าวหรือบรรณาธิการอาจถูกดำเนินคดีได้

2. สมดุลและเที่ยงธรรม (Balance and Fairmess) หมายถึง ข่าวที่จะนำเสนอนั้นจะต้องให้ความเป็นธรรมแก่คู่กรณีที่มีความขัดแย้งกันโดยนำเสนอประเด็นสำคัญที่ทั้งสองฝ่ายแสดงความคิดเห็นมาในลักษณะที่สมดุลกัน เช่น บุคคลใดหรือกลุ่มใดถูกผู้อื่นวิพากษ์วิจารณ์พฤติกรรมหรือความคิดเห็นก็จะต้องให้โอกาสแก่บุคคลหรือกลุ่มนั้นได้โต้แย้งหรือชี้แจงข้อกล่าวหาหรือข้อเท็จจริงด้วย

3. เที่ยงตรงหรือภววิสัย (Objectivity) หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมาโดยปราศจากอคติหรือไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว โดยมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

4. ง่าย กะทัดรัดและชัดเจน (Simplicity, Comciseness and Clearness) หมายถึง ข่าวที่เขียนจะต้องใช้ภาษาหรือถ้อยคำสำนวนที่เข้าใจง่าย มีความกะทัดรัดไม่เยิ่นเย้อ และจะต้องกระจ่างชัดแจ้ง เมื่ออ่านแล้วไม่จำเป็นต้องอ่านซ้ำแล้วซ้ำอีกจึงจะเข้าใจ โดยไม่ควรใช้คำกำกวม มีความหมายหลายแง่

5. ทันต่อเหตุการณ์ (Recentness) หมายถึงข่าวที่นำมาเสนอจะต้องมีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ แม้ว่าจะไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นก็ตาม แต่ก็อาจนำข้อเท็จจริง ซึ่งเหมาะสมและถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบัน และเป็นที่สนใจของประชาชน โดยทั่วไปมาเสนอเป็นข่าวได้ เช่น ผลกระทบที่เกิดจากการขึ้นราคาน้ำมันหรือขึ้นเงินเดือนข้าราชการ ถึงแม้ว่าจะยังไม่ มี

การขึ้นราคาน้ำมันหรือขึ้นเงินเดือนข้าราชการก็ตาม แต่กำลังอยู่ในระหว่างการปรับโครงสร้างราคาน้ำมันและเงินเดือนข้าราชการ ค่าครองชีพ หรือราคาสินค้าก็เขยิบสูงขึ้นไปล่วงหน้าแล้ว

แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือกข่าว

การคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวหรือคุณค่าทางข่าว มิใช่สูตรหรือมาตรวัดที่จะยึดถือเป็นหลักแน่นอนตายตัวเสมอไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์ (Situation) ที่แตกต่างกัน ข่าวที่ถือว่ามีความสำคัญและน่าสนใจมากในเมืองไทยอาจไม่ได้รับความสนใจเลยในประเทศอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความแตกต่างกันในด้านการเมือง การปกครองเศรษฐกิจและสังคม หรือแม้แต่ในเมืองไทยด้วยกัน การคัดเลือกขงหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับหรือสื่อมวลชนแต่ละประเภทก็มักจะต่างกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ (ฉอ้าน วุฒิกรรมรักษา, 2536)

1 **นโยบายของหนังสือพิมพ์** ปัจจัยนี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดแนวทางการประเมินคุณค่าของข่าวและการจัดลำดับความสำคัญขอข่าว ทั้งนี้เพราะหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีแนวนโยบายที่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์บางฉบับมีนโยบายหรือจุดยืนที่เป็นแนวร่วมกับกลุ่มการเมืองหรือกลุ่มพลังบางกลุ่ม บางฉบับมีจุดยืนหรือนโยบายที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของปัญหาสาธารณะโดยเลือกสนับสนุนคู่กรณีแต่ละฝ่ายในการแก้ปัญหาสาธารณะนั้นๆในขณะที่บางฉบับอาจจะวางเฉย ไม่เป็นแนวร่วมกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเลย

2 **ประเภทของหนังสือพิมพ์** มีส่วนช่วยเพิ่มหรือลดความสำคัญของข่าวในแต่ละวันได้เช่นกัน กล่าวคือหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ ย่อมจะต้องพิจารณาให้ความสำคัญแก่ข่าวที่มีลักษณะให้ความพึงพอใจแก่ผู้อ่านได้ช้า (delayed reward news) มากกว่าข่าวที่มีลักษณะให้ความพึงพอใจแก่ผู้อ่านได้อย่างรวดเร็วและทันทีทันใดที่ผู้อ่านๆข่าว (immediate reward news) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินคุณค่าข่าวอขงหนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม

3 **เนื้อที่หนังสือพิมพ์** ภายใต้การจำกัดของเนื้อที่เสนอข่าวแต่ละหน้าของหนังสือพิมพ์อาจทำให้ข่าวบางข่าวถูกตัดไป ไม่ได้รับการคัดเลือกให้นำมาลงพิมพ์ เพราะข่าวอื่นมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าและเนื้อที่การเสนอข่าวก็มีจำกัดด้วยจึงต้องเลือกข่าวที่คุณค่าข่าวสูงสุดและลดหลั่นกันลงมา

4 **ทัศนคติของเจ้าของและกองบรรณาธิการ** นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การประเมินคุณค่าของข่าวแตกต่างออกไปในแต่ละฉบับ เช่นในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ และกอง

บรรณาธิการมีทัศนคติที่ดีต่อเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เป็นข่าว ข่าวนั้นอาจได้รับการสนับสนุนให้เป็นข่าวเด่น โดยการจัดหน้าให้ข่าวนั้นอยู่ในตำแหน่งที่เห็นเด่นชัด มีการพาดหัวข่าวใหญ่หรือเพิ่มสีสันให้หัวข่าวด้วย ทัศนคติของเจ้าของและกองบรรณาธิการจึงมีส่วนร่วมในการคัดเลือกข่าวและพาดหัวข่าวได้ส่วนหนึ่งเช่นกัน

5 **กฎหมายที่เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์** ในประเทศเสรีประชาธิปไตยนั้นมักใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ให้อยู่ในขอบเขต มิให้ไปละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น รวมทั้งป้องกันมิให้ผลประโยชน์ของประเทศชาติต้องกระทบกระเทือนจากการกระทำของหนังสือพิมพ์ด้วย

กฎหมายเหล่านี้ระบุโทษของการละเมิดของหนังสือพิมพ์เอาไว้ทั้งความผิดทางแพ่งและทางอาญา แต่กฎหมายบางประเทศก็ให้อำนาจเจ้าหน้าที่สั่งปิดหนังสือพิมพ์ได้ ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงได้พยายามหลีกเลี่ยงการละเมิดต่อกฎหมายโดยเลี่ยงถ้อยคำที่หมิ่นเหม่ต่อการถูกฟ้อง ไปใช้ถ้อยคำอื่นที่มีความไม่รุนแรงนักแต่เนื้อหาข่าวยังครบถ้วนสมบูรณ์หรือบางฉบับไม่กล้าเสี่ยงจึงอาจไม่เสนอข่าวนั้นเลยก็มี

6 **โฆษณา** เป็นที่ยอมรับว่ารายได้หลักที่สำคัญของธุรกิจหนังสือพิมพ์ เป็นรายได้มาจากขายเนื้อที่โฆษณา ดังนั้นการคัดเลือกข่าว จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่โฆษณา ซึ่งอาจจะลดเนื้อที่ข่าวในบางครั้ง ทำให้ข่าวบางข่าวไม่ได้การรับคัดเลือกให้ตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์

7 **ระดับความสนใจของผู้อ่าน** แม้ว่ารายได้หลักของหนังสือพิมพ์มาจากการขายเนื้อที่โฆษณาก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ก็เป็นสินค้าอ่าหนึ่งที่ต้องอาศัยการซื้อของผู้อ่าน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหาและข่าวหนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับรสนิยมหรือระดับการอ่านที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม การศึกษา สังคม และเศรษฐกิจด้วย ดังนั้นการคัดเลือกข่าวและการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจึงต้องคำนึงถึงระดับความสนใจของผู้อ่านตลอดเวลา ทั้งนี้เมื่อผู้อ่านสนับสนุนด้วยการซื้อหนังสือพิมพ์มากนั้น จำนวนจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ก็จะเพิ่มเป็นเงาตามตัว

8 **เวลา** ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการคัดเลือกข่าวและจัดลำดับความสำคัญของข่าวเช่นกัน เพราะมีหากเหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันและเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจอย่างยิ่งจากผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ก็ตัดข่าวอื่นทิ้งเพื่อนำเนื้อที่ในการเสนอข่าวมาเสนอข่าวดังกล่าวนี้แทนซึ่งเวลาดังกล่าวในวงการวิชาชีพหนังสือพิมพ์เมืองไทย ได้นำมาใช้ในการแข่งขันเรื่องเวลาการส่งหนังสือพิมพ์ไปสู่มือผู้อ่านได้รวดเร็วกว่ากัน โดยมีการเร่งพิมพ์ให้เด็กขายหนังสือพิมพ์นำไป

จำหน่ายตามจุดต่างๆทั่วกรุงเทพฯ ขณะเดียวกันก็มีการจัดรถตู้ขนส่งหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะของตนเองไปยังต่างจังหวัดต่างๆ และบางจังหวัดอาจต้องส่งทางเครื่องบินเพื่อที่จะให้ผู้อานได้อ่านกันอย่างทั่วถึงรวดเร็วยิ่งขึ้น

9 **ระบบการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ และสังคม** เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การคัดเลือกข่าวและการจัดการตามลำดับคามสำคัญของข่าวต่างกัน จะเห็นได้จากเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในประเภทระบบการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจละสังคมแบบเสรีประชาธิปไตยย่อมมีอิสระและเน้นความเป็นจริงมากว่าประเทศสังคมนิยมที่ไม่มีอิสระเพียงพอในการเสนอข่าวมักจะเน้นโฆษณาชวนเชื่อมากกว่าความเป็นจริง

10 **การตรวจต้นฉบับล่วงหน้า (Censorship)** ย่อมมีผลกระทบต่อการคัดเลือกข่าวและการจัดลำดับความสำคัญของข่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้ว่าการตรวจต้นฉบับล่วงหน้าจะกระทำได้ในหลายรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการปกครองและสภาพสังคมในขณะนั้นเช่นในภาวะที่มีการประกาศสงคราม หรือในภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็มีส่วนในการประเมินคุณค่าข่าว การคัดเลือกข่าวและการจัดลำดับความสำคัญของข่าวแทบทั้งสิ้นทั้งนี้เพราะการตรวจต้นฉบับล่วงหน้าคำนึงถึงประโยชน์ในการเสนอข่าวหนังสือพิมพ์เพื่ออำนวยต่อสถานการณ์ของการปกครองและสภาพสังคมในขณะนั้นเท่านั้น จะไม่คำนึงถึงความต้องการหรือความสนใจของผู้อ่านหรือประชาชนแต่อย่างใด

<u>แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการรายงานข่าว</u>

ความรับผิดชอบในการรายงานข่าวเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่ประชาชนผู้บริโภคข่าวสารควรมีความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบในการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบทั้งทางกฎหมายและทางจริยธรรมและควบคู่กันไปด้วย

(ฉอ้าน วุฑฒิกรรมรักษา,2536)

<u>ความรับผิดชอบทางกฎหมาย</u>

ความผิดฐานหมิ่นประมาท ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียด

ชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

มาตรา 328 ถ้าความผิดฐานหมิ่นประมาทได้กระทำโดยการโฆษณาด้วยเอกสารภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ แผ่นเสียงหรือสิ่งบันทึกเสียง บันทึกภาพหรือบันทึกอักษร กระทำโดยการกระจายเสียง หรือกระจายภาพ หรือโดยกระทำการป่าวประกาศด้วยวิธีอื่น ผู้กระทำต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี และปรับไม่เกิน 200,000 บาท

มาตรานี้ถือเป็นเหตุเพิ่มโทษ หากมีการกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ตามมาตรา 326 โดยวิธีต่าง ๆ เพื่อให้การแพร่หลายไปถึงคนจำนวนมาก หรือที่เรียกกันว่าหมิ่นประมาทด้วยการโฆษณานั้นเอง

ความผิดฐานดูหมิ่น ตามประมวลกฎหมายอาญามาตร 393 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดดูหมิ่นซึ่งหน้าหรือโดยการโฆษณาต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 1 เดือน หรือปรับไม่เกิน 1,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ”

การดูหมิ่นด้วยการโฆษณา หมายถึง การทำให้มีการแพร่หลายให้ทราบถึงบุคคลอื่นด้วย

ความรับผิดเพื่อละเมิด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 423 บัญญัติไว้ว่า “ผู้ใดกล่าวหรือไขข่าวแพร่หลาย ซึ่งข้อความอันฝ่าฝืนต่อความจริงเป็นที่เสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของบุคคลอื่นก็ดี หรือเป็นที่เสียหายแก่ทางทำมาหากินได้หรือทางเจริญของเขา โดยประการอื่นก็ดี ท่านว่าผู้นั้นต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนให้แก่เขาเพื่อความเสียหายอย่างใด ๆ อันเกิดแต่การนั้น ทั้งเมื่อตนไม่ได้รู้ว่า ข้อความนั้นไม่จริง แต่อาจควรจะรู้ได้

ผู้ใดส่งข่าวสารอันตนมิได้รู้ว่าเป็นความจริงไม่จริง หากว่าตนเองหรือผู้รับข่าวสารนั้นมีทางได้เสียโดยชอบในการนั้นด้วยแล้ว ท่านว่าเพียงที่ส่งข่าวสาร เช่นนั้น หาทำให้ผู้อื่นต้องรับผิดชดใช้ค่าสินไหมทดแทนไม่”

มาตรา 423 นี้เป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับ การหมิ่นประมาททางแพ่ง ซึ่งเป็นกรณีที่การรายงานข่าวของสื่อมวลชนบางครั้ง อาจเกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง เกียรติคุณ ทางทำมาหากินได้หรือทางเจริญของผู้อื่น ผู้ที่ได้รับความเสียหาย ก็มีสิทธิที่จะฟ้องเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อชื่อเสียง เกียรติคุณของผู้อื่นจะอ้างว่าไม่มีเวลาตรวจสอบข้อเท็จจริงหาได้ไม่

ความรับผิดชอบทางจริยธรรม

การรายงานข่าวของสื่อมวลชนนั้น นอกจากจะคำนึงถึงความรับผิดชอบทางกฎหมายดังกล่าวมาแล้วยังต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบทางจริยธรรมด้วย

ศาสตราจารย์เสฐียร พันธรังษี อดีตนักวิชาการ และนักหนังสือพิมพ์ได้กล่าวถึงคำว่าจริยธรรมและจรรยาบรรณว่า

"จริยธรรม" (จริย + ธรรม) แปลว่าธรรมอันบุคคลพึงปฏิบัติ

"จรรยาบรรณ" (จรรยา + บรรณ) แปลว่า หนังสือว่าด้วยความประพฤติ

คำเหล่านี้ไม่มีความหมายที่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างกันมีอยู่ระหว่างผู้ใช้ เช่นสมาคมแพทย์ฯ ใช้คำว่า "จรรยาบรรณ" นักกฎหายใช้คำว่า "จริยธรรมของตุลาการ"สมาคมหนังสือพิมพ์ใช้คำว่า "จรรยามรรยาทของนักหนังสือพิมพ์" สมาคมนักหนังสือพิมพ์ใช้คำว่า "จริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์" สมาคมนักข่าวใช้คำว่า "จรรยาบรรณของนักข่าว" ส่วนฝรั่งนิยมใช้ 2 คำ คือ Code of ethic หรือ Conon of ethic

สุภา ศิริมานนท์ อดีตนักหนังสือพิมพ์อีกท่านหนึ่ง ก็ได้กล่าวถึงคำว่าจริยธรรมว่าก็มีความหมายเหมือนๆ กับคำว่าจรรยาบรรณ กล่าวคือ

"จริยธรรม" หมายถึงหลักแห่งความประพฤติ มิได้เจาะจงตรงไปยังบุคคล

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า "จริยธรรม" นั้น เน้นที่จิตสำนึกของบุคคลในการประพฤติปฏิบัติในทางที่ถูกที่ควร ส่วน "จรรยาบรรณ" นั้น เน้นหลักปฏิบัติซึ่งกำหนดเอาไว้เพื่อเป็นข้อบังคับหรือข้อเตือนใจของบุคคลนั่นเอง

ในการรายงานข่าวของสื่อมวลชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณหรือจริยธรรมของการเสนอข่าว ซึ่งสุภา ศิริมานนนท์ อดีตนักหนังสือพิมพ์ ได้เสนอแนะไว้อย่างน่าสนใจและควรจะนำไปปฏิบัติอย่างยิ่ง สรุปได้ดังนี้

1.หลักว่าด้วยความจริงที่แท้จริง (Objectivity) นักหนังสือพิมพ์ย่อมได้รับความคาดหวังจากผู้อ่านทั่วไปว่า คำบอกเล่าข่าวสารที่เขารายงาน จะหมดจดครบถ้วนไม่ลำเอียงไม่ว่าจะเป็นแง่ใดของข่าว นั้นคือจะไม่สอดแทรกทรรศนะส่วนตัวหรือความรักความชังส่วนตัวลงไปในรายงานข่าวนั้นๆ

2.หลักว่าด้วยความซื่อสัตย์ (Honesty) หรือความสัตย์จริง หลักการทางจริยธรรมได้กำหนดไว้เกี่ยวกับกรณีความสัตย์จริงเป็นสองประการด้วยกันคือ ประการแรกต้องเสนอรายงานข่าวที่เป็น

จริงมิใช่เสนอนิยาย และประการที่ สอง ต้องรักษาวาจาที่ได้ให้คำมั่นหรือตกปากลงคำกับแหล่งข่าวหรือผู้ให้ข่าวสารว่าจะต้องไม่เปิดเผยแหล่งข่าวโดยเด็ดขาด

3.หลักว่าด้วยการลอกคัดเรื่องของคนอื่นแล้วก็ทึกทักเอาเป็นของตน (Plagiarism) ภาวะที่เรียกว่าเป็นการคัดลอกคัดเรื่องของคนอื่นแล้วก็ทึกทักเอาเป็นของตนนั้น ได้แก่ การคักลอกคัดชนิดคำต่อคำ แล้วก็ใส่ชื่อของตนเองลงไปโดยทึกทักว่าตนทำเรื่องนั้นขึ้น

อิศรา อมันตกุล อดีตนักข่าวและนักหนังสือพิมพ์ผู้ซึ่งเป็นแบบอย่างที่ดีคนหนึ่งของผู้ประกอบวิชาชีพนักข่าวได้กล่าวถึงหลักจริยธรรมของนักข่าวใน “บัญญัติ 8 ประการ” ว่า

1.ก่อนที่จะรายงานข่าวหนึ่งข่าวใดออกไปนักข่าวพึงใช้ความรอบรู้และความสามารถตรวจสอบจนกระทั่งมั่นใจว่าจำไม่ผิพลาดการบิดเบือนข้อเท็จจริงก็ดี และหรือการระงับยับยั้งข้อเท็จจริงไว้โดยเจตนาก็ดี ย่อมไม่ใช้วิสัยของนักข่าวที่ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ

2.พึงระลึกว่า ปัจเจกชนทุกคนมีสิทธิที่จะป้องกันชื่อเสียงเกียรติยศ และเอกภาพของเขาไว้ สิทธิดังกล่าว พึงได้รับความเคารพจากนักข่าว โดยงดเว้นไม่เสนอข่าวอันเป็นการละเมิดเรื่องราวส่วนตัวของบุคคลผู้ใด เว้นไว้แต่ได้พิจารณาเห็นแล้วว่า จำเป็นจะต้องกระทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

3.ในการเสนอรายงานข่าวอันผิดพลาดหรือเป็นเท็จออกไป หนังสือพิมพ์จะต้องแก้ไขข่าวนั้นให้ถูกต้องโดยเร็วที่สุดในเนื้อที่ซึ่งประชาชนคนอำนาจจะแลเห็นได้ง่าย

4.ในการเสนอรายงานข่าว พึงถือเป็นข้อห้ามเด็ดขาดที่จะแทรกแซงความคิดเห็นปะปนลงไปด้วย ข่าวกับความคิดเห็นจะต้องแยกออกจากกันโดยเด็ดขาด

5.ควรใช้ดุลพินิจให้ละเอียดรอบคอบเกี่ยวกับแหล่งที่มาของข่าว เพื่อป้องกันมิให้ข่าวที่เสนอออกสู่ประชาชนคนอ่านกลายเป็นโฆษณาชวนเชื่อเพื่อผลประโยชน์ของบุคคลบางคนหรือบางกลุ่มอนึ่ง ในกรณีที่จำเป็น นักข่าวจะต้องปกปิดแหล่งที่มาของข่าวซึ่งคนได้รับรายงานให้เป็นความลับโดยเข้มงวดที่สุด

6.ในการเสนอข่าวอาชญากรรม นักข่าวพึงระลึกไว้ให้แม่นยำว่า ผู้ต้องหาในคดีต่างๆยังเป็นผู้บริสุทธิ์อยู่ เว้นแต่เขาจะตกเป็นจำเลย ตามการชี้ขาดของศาลที่มีอำนาจตามกฎหมายนักข่าวที่ดีย่อมจักไม่ด่วนประณามผู้ต้องหาว่าเป็นผู้กระทำผิด เพื่อสร้างรสชาติตื่นเต้นให้เคล้าอยู่ในการเสนอข่าวของตนเป็นอันขาด การเรียกผู้ต้องหาว่า “อ้ายเสือ” ก็ดี “มือปืน”ก็ดี “อาชญากรเหี้ยม” ก็ดี ฯลฯ เพื่อบรรยายข่าวให้ตื่นเต้นโลดโผน เป็นการกระทบกระเทือนจิตใจตลอดจนรูปคดีของผู้ต้องหาอย่างร้ายแรง อันเป็นเรื่องพึงระมัดระวังอย่างกวดขัน

7.นักข่าวก็ดี นักหนังสือพิมพ์ก็ดี จะรับสินบนไม่ว่าจะมาในรูปไหนไม่ได้ทั้งนั้น หรือจะปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวมีอิทธิพลเหนือความสำนึก ในความคิดเป็นธรรมและความเป้นกลางย่อมไม่ได้ดุจกัน

8.ข่าวและเรื่องราวที่ก่อความเสื่อทรามทางศีลธรรม เช่นเดียวกับข่าวและเรื่องราวที่เป็นภัยต่อความมั่นคง เสถียรภาพและอธิปไตยของประเทศชาติไม่พึงเสนอโดยเด็ดขาด

หนังสือพิมพ์ ในสายตาของคนทั่วไปอาจเป็นเศษกระดาษซึ่งเมื่ออ่านเสร็จแล้วก็โยนทิ้งไป หรืออย่างดีก็เก็บเอาไว้ชั่งกิโลขาย แต่อย่างไรก็ดี ผมอยากจะกล่าวว่าหนังสือพิมพ์คือ เอกสารทางประวัติศาสตร์ในวันหน้าไปอย่างแน่นอนมิต้องสงสัยเลย

สำหรับแนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับหลักจริยธรรมของสื่อมวลชน ในโลกตะวันตก (โลกเสรี) อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประการ คือ

1.แนวคิดมุ่งสู่บุคคล (people-oriented) หมายถึงแนวคิดที่คำนึงถึงผู้รับสารเป็นหลักการตัดสินใจเกี่ยวกับความถูก-ผิดชอบของสื่อมวลชนจะออกมาในลักษณะอัตตวิสัย (subjective) กล่าวคือ จะเอาอารมณ์ความรู้สึกของเขามาเป็นเครื่องพิจารณาตัดสินการกระทำของเขา

2.แนวคิดมุ่งสู่เหตุการณ์ (event-oriented) หมายถึงแนวความคิดที่คำนึงถึงข้อเท็จจริงเป็นหลักใหญ่เขาจะไม่สนใจว่าข่าวนี้จะส่งผลต่อผู้อื่นมากน้อยเพียงใด เขาใส่ใจแต่การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง (objective) เขาพยายามจะไม่นำอารมณ์ความรู้สึกของเขาเข้าไปผูกพันเหตุการณ์โดยถือว่าข้อเท็จจริงเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิทีเดียว

แนวคิดอุตสาหกรรมการผลิตหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์จัดว่าเป็นองค์กรทางธุรกิจที่ต้องแสวงหากำไรผลกำไร และบริหารกิจการให้อยู่ได้และพัฒนาในแงขององค์กรธุรกิจด้วย เมื่อเป็นเช่นนั้น ความจำเป็นในการประสานประโยชน์ระหว่างการผลิตเนื้อหาบนหลักการของปรัชญาวิชาชีพกับการพัฒนาเชิงธุรกิจ จึงมีความสำคัญยิ่ง ดังนั้นเมื่อพิจารณาในแง่ของการบริหารจัดการและการผลิตที่เป็นกระบวนการ หนังสือพิมพ์จึงมีคุณลักษณะของอุตสาหกรรมด้วยเช่นกัน เพียงแต่เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะพิเศษกว่าอุตสาหกรรมอื่นตรงที่ผลผลิตคือ เนื้อหาสาระและบทความเชิงสังคม ซึ่งมีส่วนผลักดันให้เกิดความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงต่างๆ(วิลาสินี พิพิธกุล,2547)

ในอุตสาหกรรมผลิตหนังสือพิมพ์มีจำนวนผู้ผลิตทั้งสิ้น 12 ราย มีรูปแบบการดำเนินกิจการทั้งการเป็นบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด หรือบริษัทที่มีการจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งบางส่วนก็มีลักษณะของการเป็นเจ้าของร่วมภายในสื่อ และการเป็นเจ้าของร่วมกันข้ามสื่อ(cross media ownership)

เมื่อพิจารณาหนังสือพิมพ์ในฐานะที่เป็นอุตสาหกรรม พบว่า อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยมีลักษณะเป็นกิจการผูกขาด(monopoly) หรือกึ่งผูกขาด(oligopoly) กล่าวคือ มีบริษัทของหนังสือพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่อยู่เพียงไม่กี่บริษัทที่สามารถผูกขาดตลาดผู้อ่านไว้ได้ และเป็นผลต่อการเติบโตทางธุรกิจของบริษัทหนังสือพิมพ์อื่นๆด้วย เช่น ไทยรัฐ มียอดจำหน่ายประมาณ 1 ล้านฉบับต่อวัน เมื่อรวมกับเดลินิวส์ ที่มียอดจำหน่ายประมาณ 600,000 ฉบับต่อวัน จะมียอดจำหน่ายถึง 1.6 ล้านฉบับต่อวัน ซึ่งมากกว่ายอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยระดับชาติทั้งหมดรวมกัน ในธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงมีสภาพของหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ที่ผูกขาดตลาดผู้อ่านทั่วประเทศ

จำนวนจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ยังสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์จำแนกขนาดของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้ โดยมี 3 ขนาดที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. **สื่อขนาดใหญ่ หรือสื่อกระแสหลัก** ได้แก่ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายตั้งแต่ 80,000 ฉบับขึ้นไป มีขนาดของทุนประกอบการสูง และมีลักษณะของการผูกขาดกลุ่มผู้อ่านตลาดล่างมากกว่าระดับกลาง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ นอกจากนั้นยังมีที่มีลักษณะดำเนิธุรกิจครบวงจรหรือเครือข่าย เช่น มติชน และเครือเนชั่น

2.สื่อขนาดกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายระหว่าง 50,000- 80,000 ฉบับ มักเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีตลาดผู้อ่านเฉพาะ และเป็นตลาดในระดับกลาง เช่น ผู้จัดการ ฐานเศรษฐกิจ แนวหน้า บางกอกโพสต์

3.สื่อขนาดเล็ก ได้แก่ อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่มีทุนในการดำเนินธุรกิจน้อยกว่าสื่อสองประเภทแรก และมีกลุ่มผู้อ่านที่จำกัดกว่า หนังสือพิมพ์ขนาดเล็กมักมีจุดเด่นในตัวเอง ในแง่ที่ตอบสนองแนวคิดหรือรสนิยมของผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม และบางฉบับมีผู้อ่านที่ถาวร เช่น สยามรัฐ ไทยโพสต์ ตลอดจนหนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายในต่างจังหวัด

การศึกษาในครั้งนี้นำแนวคิดประเภทของข่าว คุณภาพข่าว การคัดเลือกข่าว ความรับผิดชอบในการรายงานข่าว และแนวคิดอุตสาหกรรมการผลิตหนังสือพิมพ์ มาใช้เป็นกรอบของหลักการหนังสือพิมพ์ สำหรับการศึกษาความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ ซึ่งกรอบทั้งห้าด้านนี้เป็นแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับการรายงานข่าวและการผลิตสื่อหนังสือพิมพ์

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล(Individual Differences Theory)เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้ผู้ส่งสารได้ตระหนักถึงความแตกต่างของบุคคลที่อยู่ในฐานะผู้รับสาร ซึ่งจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ ทฤษฎีนี้อธิบายว่า บุคคลมีความแตกต่างกันหลายประการ ดังนั้นสารจะมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผู้รับสารด้วย

แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้คือ (Klapper,1967 อ้างถึงใน อภิสรา วัชราการ,2549)

1.บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา

2.ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้

3.บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพที่ต่างกัน

ในการศึกษาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร พบว่า มีปัจจัย 2 ประการ ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวกับการยอมรับการสื่อสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2537)

1.ภูมิหลังหรือปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ย่อมจะมองหรือยอมรับประเด็นในการสื่อสารต่างกันไป

2.ภูมิหลังหรือปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ภูมิหลังของประชากร ภูมิหลังทางจิตวิทยาหรือแบบแผนการดำเนินชีวิต และภูมิหลังในการเปิดรับสื่อ ซึ่งส่วนสุดท้ายนี้นับเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารและมักเป็นตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาเพื่อติดตามผลการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากนิสัยการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกัน

ความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ เกิดจากคุณสมบัติของผู้รับสารที่ต่างกัน ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ดังนี้

1. อายุ นักจิตวิทยาพบว่า เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น โอกาสเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนี้อายุยังมีอิทธิพลทำให้การเปิดรับสื่อตามความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับข่าวสาร

2.เพศ สังคม และวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดบทบาทในกิจกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้ความคิด ค่านิยม ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรม ความต้องการ ตลอดจนการตัดสินใจยิมรับสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน

3. การศึกษา ทำให้บุคคลเกิดความคิด ความต้องการ อุดมการณ์ที่แตกต่างกัน บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสารเพราะเป็นผู้รับสารที่ดีและมีความรู้กว้างขวาง จึงมีความเข้าใจสารได้ดีและลึกซึ้งกว่า

4.อาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆไม่เหมือนกัน เพราะอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบของเวลา และสถานที่ ทำให้มีผลต่อการรับสื่อของแต่ละบุคคลด้วย

5.รายได้ เป็นปัจจัยกำหนดความเป็นอยู่ ความต้องการ ความคิดเห็น ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆของบุคคล ดังนั้นบุคคลที่มีรายได้สูง จึงเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้บุคคลเปิดรับสื่อได้หลากหลายประเภทกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำ

6.ภูมิลำเนา ที่อยู่อาศัย เกี่ยวข้องกับสถานภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้บุคคลที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ พฤติกรรมต่างกัน

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล ชี้ให้เห็นว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ น่าจะส่งผลให้เกิดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ต่างกัน และน่าจะส่งผลต่อความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ไม่ด้านใดก็ด้านหนึ่ง ไม่มากก็น้อย โดยทฤษฎีนี้ใช้เป็นกรอบในการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์และความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์นั่นเอง

แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

กระบวนการสื่อสารปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล (Personal Factor) มีความสำคัญมากต่อพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน (Media Exporure) เนื่องจากบุคคลแต่ละคนได้สะสมสิ่งต่างๆ ไว้แตกต่างกันตั้งแต่เกิด สิ่งเหล่านี้นั้นหมายถึง ความรู้ (Know ledge) ความเชื่อ (Belief) ค่านิยม (Values) เจตคติ(Attitude) ความต้องการ(Needs) แรงจูงใจ(Motivation) ประสบการณ์เรียนรู้ (Learning Experience) ตามความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น

การเลือกเปิดรับข่าวสารถือได้ว่า เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นการเลือกเปิดรับข่าวสารจึงเป็นกระบวนการ ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้
(พีระ จิระโสภณ ,2530)

1. การเลือกเปิดรับหรือสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) เป็นการเลือกรับข่าวสารด้วยความตั้งใจ ตามปรกติ คนเราจะรับข่าวสารในแต่ละวันมากมาย ข่าวสารบางอย่างบางเรื่องก็รับรู้อย่างผ่าน ๆ ไป เรื่องใดที่คนราเห็นว่า ตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpertation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตาม เจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมาย ข่าวสารนั้นไม่ตรงกัน เพราะความหมายของข่าวสารที่ส่งไปมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามเจตคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการเจตคติ เป็นต้น และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้เจตคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ในชีวิตประจำวันของคนมักจะเลือกจดจำ เฉพาะส่วนที่ตนเห็นว่าน่าสนใจโดยส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดผู้อื่นต่อ ตัวอย่างที่เราสามารถพบอยู่เสมอ เช่น การที่เราดู

รายการวิทยุ โทรทัศน์ หรือฟังรายการวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์แล้วได้นำไปถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่น เรามักจะเลือกจดจำ และนำไปเล่าเฉพาะเรื่องที่เราสนใจหรือต้องการเท่านั้น ดังนั้น การสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณา เพื่อการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ ก็อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ถึงแม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารครบถ้วนก็ตาม แต่ผู้รับสารอาจไม่สนใจจดจำสิ่งที่ต้องการ เผยแพร่ข่าวสารให้รู้และให้จดจำก็เป็นได้ ในกรณีที่ผู้รับสารไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น มีการถ่ายทอดวิทยุโทรทัศน์รายการเดียวกันทุกช่องในเวลาพร้อม ๆ กัน ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับ และเลือกที่ได้รับข่าวสารตามความเข้าใจและตามความเข้าใจของตน ถ้าหากข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างไปได้ เพราะมีความหมายชัดเจนเข้าใจตรงกันอยู่แล้ว ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารได้อีก ฉะนั้นผู้รับสารก็จะเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนสนใจหรือต้องการรับรู้เท่านั้น

เมื่อผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวข้างต้น 3 ประการแล้ว อันดับต่อไปก็จะมาพิจารณาปัจจัยการตอบสนองต่อการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

1. **ขั้นรับทราบ (Awareness Stage)** หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบข่าวสารซึ่งอาจจะขัดแย้งหรือสนับสนุนกับความรู้สึกนึกคิด เดิมของตน แต่ก็ยังไม่มีการปฏิเสธหรือตอบรับใด ๆ ทั้งสิ้นต่อข่าวที่ได้รับ
2. **ขั้นสนใจ (Interest Stage)** คือ เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตน หรือเป็นข่าวสารที่กำลังต้องการหาข้อมูลอยู่ ข่าวสารนั้นก็จะได้รับความสนใจขึ้นมาทันที
3. **ขั้นเข้าใจ (Comprehensive stage)** เมื่อบุคคลผู้นั้นได้ให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับมาก็จะทำการศึกษาถึงข่าวสารข้อมูลนั้น เพื่อให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น พอที่จะสนับสนุนความรู้สึกสนใจเดิมที่ตนมีอยู่
4. **ขั้นยอมรับ (Yielding Stage)** เมื่อทำการศึกษาเข้าใจอย่างถ่องแท้มากจนเป็นทีม
5. **ขั้นพฤติกรรม (Behavioral Stage)** คือการที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดยอมรับในสิ่งที่ตนได้รับทราบมาแล้วก็จะกระพฤติปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ

จากปัจจัยการตอบสนองต่อการรับรู้ข่าวสาร 5 ขั้นตอน ดังกล่าวอาจจะจัดแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบใหญ่ ๆ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive or Belief Component) ซึ่งรวมได้ 3 ขั้นตอนแรกไว้ ในองค์ประกอบนี้คือ ขั้นรับทราบ ขั้นสนใจและขั้นเข้าใจ องค์ประกอบนี้นับว่า

เป็นองค์ประกอบแรก หลังจากที่บุคคลรับข่าวสารมาแล้ว ก็จะเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารนั้น ซึ่งอาจจะอยากน้อยแตกต่างกัน ไปแต่ละบุคคล

2. องค์ประกอบอารมณ์ความรู้สึก (Affective or Emotion Component) ต้องประกอบนี้ตรงกับขั้นที่ 4 คือขั้นยอมรับ เมื่อบุคคลเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารแล้วก็จะประเมินออกมาเป็นความรู้สึกด้านเจตคติ ค่านิยม ความตระหนัก ว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี อันจะมีผลไปสู่องค์ประกอบ 3 ต่อไป

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) องค์ประกอบนี้ตรงกับขั้นที่ 5 ขั้นพฤติกรรม เมื่อบุคคลใดได้รับความรู้ความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่เผยแพร่มาแล้ว เกิดความรู้สึกเฉย ๆ หรือไม่เห็นด้วยก็จะไม่ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่ถ้าบุคคลใดได้รับความรู้ความเข้าใจจากข่าวสารแล้ว เกิดความรู้สึกยอมรับหรือคล้อยตาม ก็จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามความรู้สึกนั้นด้วย

องค์ประกอบทั้ง 3 ขั้นตนดังกล่าวข้างต้น ตรงกันกับแนวความคิดเกี่ยวกับ KAP ที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือความรู้(Know ledge) เจตคติ(Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสาร

1. ความรู้ (Know ledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ความรู้ที่ได้รับอาจส่งผลต่อผู้รับสาร 5 ประการ

1.1 ช่วยตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับสารได้เข้าใจกระจ่างขึ้น

1.2 ช่วยสร้างเจตคติ หรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

1.3 ช่วยให้ผู้รับสารกำหนดสิ่งต่าง ๆ ที่จะกระทำได้อย่างมั่นใจขึ้นหากสารที่ได้รับตรงกับภูมิหลังของผู้รับสาร

1.4 ช่วยให้ผู้รับสารได้ทราบถึงระบบความเชื่อ ต่าง ๆ หลากหลายขึ้น

1.5 ช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจในค่านิยมได้ชัดเจนขึ้น

2. เจตคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคล วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม เจตคติมีรากฐานมาจากความเชื่อพร้อมที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคต เจตคติจึงเป็นตัวกลางที่อยู่ระหว่างความรู้สึกกับพฤติกรรม

3. **พฤติกรรม (Practice)** เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีความรู้และเจตคติเป็นพื้นฐานบุคคลที่มีความรู้และเจตคติที่แตกต่างกัน ก็จะมีพฤตกรรมที่แสดงออกแตกต่างกันไปด้วย

ตัวแปรสำคัญทั้ง 3 ดังกล่าวนี้ จะนำไปสู่ความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่เจตคติ และกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับ KAP มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่องนี้ โดยการศึกษาว่าประชาชนผู้บริโภคสื่อหนังสือพิมพ์มีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับหรือสนใจ เลือกรับรู้ เลือกจดจำ ข่าวสารในหนังสือพิมพ์ในลักษณะใดซึ่งจะใช้เป็นพื้นฐานในการศึกษาความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ของประชาชนได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาณี แก้วมณี (2547) วิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ พฤติกรรมหลังการอ่านหนังสือพิมพ์ และการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์กับการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหลังการอ่านหนังสือพิมพ์กับการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้ มีสมมติฐานหลักในการศึกษาคือ นักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารมวลชนมีการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาสาขาวิชาอื่นๆ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน มีระยะเวลาการอ่าน 16-30 นาทีต่อครั้ง ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทเพ่งปริมาณมากกว่าเพ่งคุณภาพ พฤติกรรมการอ่านส่วนใหญ่อ่านหน้า 1 เป็นลำดับแรก ตามด้วยหน้าบันเทิง และหน้ากีฬา เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างไม่อ่านมากที่สุดคือ หน้าบทบรรณาธิการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการอ่านหนังสือพิมพ์คือ อ่านเพื่อความทันสมัย/ทันเหตุการณ์ โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับปานกลาง

ส่วนผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับสูงเพียงแค่ขั้นการตระหนักเท่านั้น ส่วนขั้นการเข้าใจ ขั้นการวิเคราะห์สาร และขั้นประเมินสื่อ กลุ่มตัวอย่างรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับต่ำ

ด้านการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารมวลชนเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ และ

ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างสาขาวิชาสื่อสารมวลชนมีการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ขั้นการตระหนัก ขั้นการเข้าใจ และขั้นวิเคราะห์สาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อขั้นการตระหนัก ขั้นการเข้าใจ และขั้นวิเคราะห์สารของนักศึกษา ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (2543) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานิยามความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และแนวคิดในการวัดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ สำหรับการวิจัยการสื่อสารมวลชนในอนาคต โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูล 3 วิธี คือ การวิจัยเอกสาร การวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยความรู้เท่าทันสื่อระหว่าง ค.ศ.1990-1999 และการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง 8 คน ซึ่งประกอบด้วย นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน 3 คน นักวิชาชีพสื่อสารมวลชน 4 คน และนักการศึกษา 1 คน โดยแบ่งการสรุปผลการวิจัยเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ พัฒนาการของความรู้เท่าทันสื่อ การนิยามความรู้เท่าทันสื่อ การวัดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ และงานวิจัยด้านความรู้เท่าทันสื่อ โดยสรุปแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. พัฒนาการของความรู้เท่าทันสื่อ เริ่มต้นในเยอรมนีเมื่อศตวรรษที่ 17 และมีการพัฒนาจนกลายเป็นสาขาวิชาที่มีความแข็งแกร่งทางวิชาการในอังกฤษ ส่วนสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตสื่อชั้นนำของโลกกลับพบว่า ความเคลื่อนไหวด้านความรู้เท่าทันสื่อยังคงล้าหลังบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา ทั้งนี้เนื่องจากมีการพัฒนาอย่างไม่ต่อเนื่อง และปัจจุบันพบว่าหลายประเทศที่มีความตื่นตัวได้บรรจุความรู้เท่าทันสื่อไว้ในหลักสูตรการศึกษาของประเทศ

2. การนิยามความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ตามมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศ ความรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์แบบวิพากษ์ และการเรียนรู้ที่สร้างสารของตนเองในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ และสื่อผสม และมีการเน้นความสำคัญที่การเรียนการสอนทักษะเหล่านี้โดยใช้สื่อมวลชนในโรงเรียน ส่วนความรู้เท่าทันตามมุมมองของนักวิชาการไทย หมายถึง การมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์สื่อ และการรู้จักนำเนื้อหาสาระจากสื่อไปใช้ประโยชน์

3. การวัดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า ความรู้เท่าทันสื่อวัดได้จากความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อ และทักษะในการใช้สื่อ โดยความรู้เท่าทันสื่อสามารถแบ่งออกได้ 2 ระดับ คือ ความรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐาน และความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงหรือขั้นวิพากษ์สื่อ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้พบความหมายของความรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐาน ว่าหมายถึง ความรู้ความเข้าในเกี่ยวกับสื่อในระดับที่สามารถแยกประเภทของเนื้อหาสื่อได้ การตระหนักถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของตนเอง ซึ่งทักษะในการใช้สื่อของขั้นนี้คือ ใช้สื่อประเภทต่างๆ เป็น และสามารถเข้าใจความหมายตรงตามที่สื่อนำเสนอ ส่วนความรู้เท่าทันสื่อขั้นสูงนั้นหมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการทำงานของสื่อบริบทด้านเศรษฐกิจและการเมืองของสื่อ มีความเข้าใจสื่อว่ามองผู้รับสารอย่างไร ใครคือกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจผลระยะสั้นและระยะยาวที่สื่อมีต่อปัจเจกบุคคลและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลทางด้าน ความรู้ทัศนคติ พฤติกรรม และจิตวิทยา ซึ่งทักษะการคิดแบบวิพากษ์ของขั้นนี้ ได้แก่ สามารถวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและความหมายแฝงได้ แยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นในเนื้อสารได้ นอกจากนี้ อดุลย์ ยังพบว่าความรู้เท่าทันสื่อยังแบ่งออกได้เป็น 4 มิติ คือ มิติความรู้ความเข้าใจ มิติสุนทรียะ มิติอารมณ์ และ มิติจริยธรรม

การฝึกทักษะการผลิตสื่อเป็นตัวแปรหนึ่งที่ช่วยให้เพิ่มการรู้เท่าทันสื่อ โดยจากการวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยของต่างประเทศ พบว่า ในงานวิจัยบางชิ้นที่วัยรุ่นเข้าร่วมโครงการฝึกทักษะการผลิตสื่อมีการรู้เท่าทันสื่อมากขึ้นเมื่อได้ลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ตั้งแต่ขั้นตอนการผสมความคิด สัมภาษณ์ ถ่ายวิดีโอ และการประเมินผล ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ช่วยให้ทักษะการสื่อสารของวัยรุ่นกลุ่มนี้กว้างขึ้น และยังพบว่า นักเรียนที่ฝึกการผลิตสื่อร่วมกับการฝึกวิเคราะห์สื่อในหลักสูตรความรู้เท่าทันสื่อหรือสื่อมวลชนศึกษา จะมีทักษะการวิเคราะห์และคิดแบบวิพากษ์ดีกว่าเมื่อเทียบกับนักเรียนที่ไม่ได้ฝึกการผลิตสื่อ

4. งานวิจัยด้านความรู้เท่าทันสื่อมี 2 กลุ่ม คือ งานวิจัยการเรียนการสอนเกี่ยวกับสื่อมวลชนศึกษาหรือความรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ การประเมินผลหลักสูตรสื่อมวลชนศึกษาหรือการวัดความรู้เท่าทันสื่อ การศึกษาแนวคิดทฤษฎีของสื่อมวลชนศึกษาหรือความรู้เท่าทันสื่อ การศึกษาสภาพการสอนสื่อมวลชนศึกษาหรือความรู้เท่าทันสื่อ และการพัฒนาหลักสูตรสื่อมวลชนศึกษาเพื่อความรู้เท่าทันสื่อ ส่วนกลุ่มที่สอง คือ งานวิจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน ได้แก่ การศึกษาเนื้อหาสื่อมวลชนและการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อและอิทธิพลของสื่อมวลชน

อรรถพร กงวิไล(2545) ศึกษาเรื่อง ความรู้เท่าทันสื่อมวลชนในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติ การรับรู้ การรายงานข้อมูลประกอบผลการสำรวจประชามติทางสื่อมวลชน และความเชื่อถือผลการสำรวจประชามติที่นำเสนอทางสื่อมวลชนของประชาชน

ผลวิจัยพบว่า ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อมวลชนในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติในระดับสูง โดยประชาชนรับรู้ว่า มีการรายงานข้อมูลประกอบผลการสำรวจประชามติทางสื่อมวลชนอยู่ในระดับต่ำ แต่ประชาชนเชื่อถือผลการสำรวจประชามติทางสื่อมวลชนอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับความรู้เท่าทันสื่อมวลชนในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติของประชาชน ไดแก่ เพศ อายุ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษาสูงสุด

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์(2540) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาแนวคิดและลักษณะของมีเดียลิตเตอเรซี และเพื่อวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามวัดระดับความรู้ ความคิด (Cognitive Level) ที่สร้างขึ้นเองในการวัดระดับมีเดียลิตเตอเรซี ซึ่งแบบสอบเช่นนี้พัฒนาขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลำดับขั้นของการเรียนรู้และการคิด ร่วมกับแนวคิดโครงสร้างหน้าที่ของสื่อ (Structural-functional) แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง (Critical Political Itomomy theory) และแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ ของผู้ชำนาญการอ่านสื่อมวลชนศึกษา โดยเป็นแนวคิดของ Len Masterman ซึ่งกำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อเป็น 4 ระดับ คือ ระดับความตระหนัก (Awareness) คือ ระดับที่ผู้รับสารรับรู้ในความมีอยู่ตามการีบสาร รับรู้เนื้อความสื่อตามที่เห็น ที่ได้ยิน รับสื่อเพื่อสนองอารมณ์ ความพอใจ เชื่อและยอมรับในสิ่งที่สื่อนำเสนอ ระดับความเข้าใจ (Comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับองค์กรสื่อ และการทำงานของสื่อตามแบบแผนทางวิชาชีพ ความสามารถเข้าใจรหัส สัญลักษณ์ และความหมายของเนื้อความสื่อ ระดับที่สามคือ ระดับการวิเคราะห์ (Analyze) การตีความ (Interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสารวิเคราะห์ความเป็นวิชาชีพและความเป็นธุรกิจของสื่อได้ สามารถตีความรหัสและความหมายของเนื้อความสื่อได้ทั้งทางตรงและความหมายแฝง ระดับสุดท้าย คือ ระดับการประเมิน (Information) การตัดสิน (Judgement) คือ ระดับที่ผู้รับสารสามารถประเมินจุดยืนของสื่อมวลชนได้ ตัดสินได้ว่าสื่อมวลชนมีความเชื่อมโยงกับอำนาจทางธุรกิจ ตีความรหัส สัญลักษณ์ ความหมายของสื่อได้ด้วยการเชื่อมโยงแนวคิด อุดมการณ์ของสื่อ บริบททางสังคม วัฒนธรรม

ผลการวิจัยสรุปว่า แนวคิดและลักษณะของมีเดียลิตเตอเรซีจากการวิจัยวรรณกรรมแบ่งออกเป็น 9 องค์ประกอบ ได้แก่ สถาบันสื่อ องค์กรสื่อ เนื้อความสื่อ การมีส่วนร่วมและการพบได้สื่อของผู้รับสื่อ รูปแบบ รหัสและแบบแผนของสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ การตีความเรื่องแนวเรื่องจริง การตีความเรื่องแนวบันเทิงคดี และการโฆษณาในโทรทัศน์ โดยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีมีเดียลิตเตอเรซีในระดับ 2 คือ ยังไม่รู้เท่าทันสื่อหรือยังถูกครอบงำโดยสื่อ อย่างไรก็ตาม นักศึกษามีมีเดียลิตเตอเรซีด้านการตีความเรื่องแนวบันเทิงคดี และโฆษณาในระดับ 4 คือ สามารถวิเคราะห์ได้ทั้งความหมายตรง และความหมายแฝง

ฟารีดา เตชะวรินทร์เลิศ(2548) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการได้รับอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร และการเลือกกรอบในการตีความข่าวสาร โดยศึกษาว่านักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อต่างกันจะได้รับอิทธิพลเหล่านี้ต่างกันหรือไม่

ผลการศึกษาพบว่า ความรู้เท่าทันสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับการอิทธิพลด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร นักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อน้อย และนักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อมากจะรับรู้และจัดอันดับความสำคัญแก่วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อปานกลาง เป็นไปได้ว่าอาจเกิดจากการเปิดรับข่าวจากสื่ออื่น การใช้หน่วยในการวัดที่ต่างกัน ความเกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวของผู้รับสาร และลักษณะการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ของหนังสือพิมพ์

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับการอิทธิพลด้านการเลือกกรอบในการตีความข่าวสารนั้น พบว่า นักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อน้อย จะตีความแง่มุมข่าวสารสอดคล้องกับกรอบการตีความข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาที่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อมาก

Austin E.W. และ Johnson K.K.(1997) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อความรู้เท่าทันสื่อของผู้ดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีสมมติฐานว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการเปิดรับสื่อหลังจากที่ให้การศึกษาเกี่ยวกับสื่อแล้วเชื่อกันว่าจะทำให้ผู้รับสารมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับความตั้งใจในการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หลังจากที่ได้รับการศึกษาเรื่องสื่อแล้ว

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เห็นได้ว่า ในการวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่มีงานวิจัยเรื่องใดเลยที่มุ่งศึกษาความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ของประชาชน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ทั้งนี้ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังพบว่า ความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่านักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารมวลชนจะมีความรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ก็ตาม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยอีกเรื่องคือ การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีมีเดียลิตเตอเรซีในระดับ 2 คือ ยังไม่รู้เท่าทันสื่อหรือยังถูกครอบงำโดยสื่อ อย่างไรก็ตามในการศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อมวลชนในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลับพบว่า ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อมวลชนในการเปิดรับรายงานผลการสำรวจประชามติในระดับสูง ทั้งนี้ในการวิจัยครั้งนี้ นำงานวิจัยต่าง ๆ เหล่านี้ มาเป็นกรอบในการวัดส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งใช้ในการวิเคราะห์และตีความผลการวิจัย เพื่อศึกษาว่ามีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับงานวิจัยที่เคยศึกษามาอย่างไร อันจะนำไปสู่การเรียนรู้ถึงข้อเท็จจริงต่างๆที่เกิดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้