

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ประกอบด้วย 3 แนวคิดทฤษฎีหลัก คือ

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่ และบทบาททางสังคมของสื่อมวลชน ได้แก่
 - 1.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม
 - 1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดวาระ
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด ได้แก่
 - 3.1 การวางตำแหน่งสินค้าเพื่อการตลาดในแง่ของการเสนอข่าวซึ่งเป็นสินค้านำรูปแบบหนึ่ง ของสื่อมวลชนในตลาดข่าวสาร

โดยในแต่ละแนวคิดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่ และบทบาททางสังคมของสื่อมวลชน

1.1 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม

แนวคิดเรื่องโครงสร้างหน้าที่นิยม เป็นรูปแบบหลักของทฤษฎีเกี่ยวกับสังคม ซึ่งมองว่าสังคมคือ ระบบอันหนึ่งซึ่งประกอบด้วยหน่วยงาน หรือระบบย่อย จำนวนหนึ่งยึดโยงกันอยู่ และช่วยกันทำงานคนละอย่างซึ่งล้วนแล้วแต่มีความจำเป็น

ต่อส่วนรวม สื่อมวลชนถูกเน้นว่าเป็นตัวเชื่อม เพื่อทำให้เกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วนในสังคม เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม สื่อมวลชนพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคม ทั้งที่เป็นรายบุคคล และที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้หาประโยชน์ให้แก่สังคมโดยมิได้ตั้งใจ ในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ศิริรัช ศิริกาษะ และ กาญจนา แก้วเทพ 2531:81)

การนำทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมมาใช้ ในการศึกษาสื่อมวลชนนั้นจัดว่าเป็นแนวทางที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชนในกิจกรรมการสื่อสารทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งบทบาทดังกล่าวได้แก่ (LASSWELL, 1948)

1. สังเกตการณ์สภาพแวดล้อม (SURVEILLANCE OF THE ENVIRONMENT) มีหน้าที่ในการสังเกต และติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกสังคม นั่นคือ การสอดส่องข้อเท็จจริงให้กับสังคมโดยการรายงานข่าว และการนำเสนอข่าวหรือข้อเท็จจริงที่ได้จากเหตุการณ์ หรือแหล่งข่าวที่เกิดขึ้นแจ้งให้กับประชาชนทราบ
2. ประสานสัมพันธ์ส่วนต่าง ๆ ของสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้ (THE CORRELATION OF THE PARTS) ได้แก่ การทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความและอธิบายความเข้าใจ ให้แก่สมาชิกของสังคมซึ่งเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นเท่ากับทำหน้าที่ชักจูงใจ (PERSUASION) หรือบทบรรณาธิการ (EDITORIAL)

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคม (TRANSMISSION OF THE SOCIAL HERITAGE) ซึ่งหมายถึงการให้ความรู้ การศึกษา มีหน้าที่สื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ค่านิยม และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ทางสังคม จากรุ่นอายุหนึ่ง ไปสู่อายุหนึ่งจากคนสังคมหนึ่งสู่อีกสังคมหนึ่ง นั่นคือสื่อมวลชนให้ความรู้ และถ่ายทอดมรดกทางสังคม

4. ให้ความบันเทิง (ENTERTAINMENT) คือการให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน (WRIGHT, 1960)

จากแนวคิดหลักของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ เดนิส แม็คเคลล (อ้างถึงใน สมถาวร กวียะ 2529:190) ได้วิเคราะห์โดยมุ่งเจาะบทบาททางสังคมของสื่อมวลชนโดยเฉพาะ และเน้นให้เห็นว่าสื่อมวลชนเป็นระบบย่อย หรือหน่วยงานที่อิสระมีทิศทางของตนเอง และคอยปรับปรุงแก้ไขตนเองอยู่เสมอ โดยจะมีบทบาทหน้าที่ที่จะตอบสนองความจำเป็นทางสังคมในด้านความต่อเนื่อง การรักษาระเบียบ กฎเกณฑ์ การรวมเอกภาพ การกระตุ้นเตือน การแนะแนวทางและการปรับตัว และได้สรุปแนวคิดพื้นฐานภาระหน้าที่ อันพึงประสงค์ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ด้วยกัน 5 ประการคือ

1. การให้ข่าวสาร (INFORMATION)

- การให้ข่าวสาร เกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม และในโลก
- ให้ทราบถึงสัมพันธ์ภาพแห่งอำนาจ
- ช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัวและความก้าวหน้า

2. การประสานสัมพันธ์ (CORRELATION)

- อธิบายแปลความ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของ เหตุการณ์ และข่าวสาร
- ให้ความสนับสนุนแก่อำนาจ หน้าที่และปทัสสถานที่ยอมรับกันแล้ว

- ทำให้เกิดการสังคมนิยม (SOCIALIZING)
- ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน
- ทำให้เกิดการยินยอมพร้อมใจกัน (CONSENSUS)
- จัดระเบียบก่อนหลัง และบอกให้รู้ว่าสถานภาพทางสังคมอะไรสำคัญกว่าอะไร

3. ความต่อเนื่อง (CONTINUITY)

- แสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลัก และยอมรับวัฒนธรรมรวมทั้งพัฒนาการของวัฒนธรรมใหม่
- ก่อให้เกิด และธำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของคนทั่วไป

4. ความบันเทิง เรืองรมย์ (ENTERTAINMENT)

- ให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และวิธีการพักผ่อนหย่อนใจ
- ลดความตึงเครียดทางสังคม

5. การระดมสรรพกำลัง (MOBILIZATION)

- การรณรงค์ด้านการเมือง สังคม การพัฒนาทางเศรษฐกิจ การทำงาน และบางครั้ง เกี่ยวกับการศาสนา เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น จะนำมาใช้เป็นแนวทางศึกษาถึงกิจกรรมการสื่อสารของสื่อมวลชนในสังคม ซึ่งเป็นระบบย่อยอิสระมีบทบาท หน้าที่ในการเสนอข่าวสารต่อประเด็นปัญหาใด ปัญหาหนึ่งของสังคม ทั้งนี้สื่อมวลชนจะเลือกเสนอประเด็นใด ในการรายงานแก่สาธารณชนนั้น สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้จากแนวการศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดวาระของสื่อมวลชน ดังรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไป

1.2 ทฤษฎีการกำหนดวาระ (AGENDA-SETTING)

สื่อมวลชน มีหน้าที่หลักที่สำคัญประการหนึ่งคือ การสอดส่องและรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลก เพื่อให้คนในสังคมได้รับทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ของโลกภายนอก ซึ่งโดยปกติคนในสังคมไม่มีโอกาสจะได้ไปอยู่ไปสัมผัสเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง บทบาทเช่นนี้เองช่วยให้คนในสังคมสามารถทราบและคาดคะเนเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวเอง ได้ใกล้เคียงและถูกต้อง (อรนุช เลิศจรธรรักษ์ , 2530:30)

ด้วยเหตุนี้เองสื่อมวลชนจึงเข้ามามีบทบาทในการเลือก และเสนอข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบนั้นมีส่วนต่อระดับความรู้ หรือระดับความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง นั่นคือยังสื่อมวลชนเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นสำคัญของเรื่องใด หรือปัญหาใดมากเท่าไร ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้ หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นสำคัญของเรื่องนั้นหรือปัญหานั้น ๆ ตามไปด้วย ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดจัดวาระเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นของข่าว ประชาชนเป็นผู้รับทราบถึงปัญหาและประเด็นของข่าวต่าง ๆ ตามที่สื่อมวลชนกำหนด ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระที่สื่อมวลชนกำหนด และนั่นก็คือความหมายของแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระ (อรนุช เลิศจรธรรักษ์, 2530)

สำหรับการดำเนินการในการกำหนดวาระของสื่อมวลชนนั้น ก็จะเป็นไปตามกระบวนการที่ทำหน้าที่ผู้เปิดประตูสาร ซึ่งจะควบคุมการไหลของข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก และเรียบเรียงจัดสารนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปลักษณะที่ต้องการ ตลอดจนกำหนดการนำเสนอข่าวสารลำดับความสำคัญของข่าวสาร และเวลาที่จะหน่วงเหนี่ยวสารนั้นไว้ หรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำกัน ๆ หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วนเท่านั้น



นั่นหมายความว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการเลือกเน้นการนำเสนอ เนื้อหาของข่าวบางข่าว และไม่เน้นการนำเสนอในบางเรื่อง จะมีผลกระทบทำให้ผู้รับสารสร้างภาพการรับรู้ ความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ในสังคมตามที่สื่อมวลชน เน้นการนำเสนอ ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้ และการพัฒนาความคิดความเข้าใจของ ประชาชนผู้รับสาร

สรุปจากแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระของสื่อมวลชนดังกล่าว จะช่วย อธิบายได้ว่า การเลือกกำหนดประเด็นการเสนอข่าวของสื่อมวลชนด้วยการรายงาน กล่าวซ้ำอย่างต่อเนื่องนั้น จะสามารถศึกษาลักษณะท่าทีของสื่อมวลชน ได้จากประเด็น ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน และท่าทีของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระ ดังกล่าวนั้น เป็นผลมาจากความเกี่ยวข้องของกระบวนการและหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกข่าว และปัจจัยในการดำเนินธุรกิจข่าวสาร สนองกลุ่มเป้าหมายในส่วนแบ่ง ทางการตลาดใดตลาดหนึ่ง ของสื่อมวลชน ซึ่งจะอธิบายได้โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ข่าวและแนวคิดด้านการตลาด

2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

ในการศึกษาวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ (COMMUNICATION ARTS) ไม่ว่าจะ เป็นสาขาวิชาการ หนังสือพิมพ์ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสื่อสารมวลชน หรือวาทวิทยาและสื่อสารการแสดงก็ตาม จำเป็นที่ผู้ศึกษาจะต้องเรียนรู้ ในเรื่องเกี่ยวกับ "ข่าว" (NEWS) เสมอ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเรื่องของข่าวเป็นส่วน หนึ่งของกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของการสื่อสารที่ เรียกว่า MESSAGE ซึ่งพฤติกรรมของการรายงานข่าว และเขียนข่าวเปรียบเทียบ ได้กับพฤติกรรมของผู้แปลรหัสข่าวสาร (ENCODER) แสวงหาและรวบรวมเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง อันเป็นวัตถุดิบมาเรียบเรียงใหม่ในรูปของ "ข่าว" และบทความสำหรับ ตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ หรือสื่อประเภทอื่น ๆ (ณรงค์ศักดิ์ ศรีพานิช, 2534:30)

คุณลักษณะพิเศษของข่าว ในการจะตัดสินใจว่าข่าวใดเป็นข่าวที่ดีหรือไม่ดีนั้น จะดูที่ "คุณสมบัติ" ของข่าวนั้นว่ามีครบถ้วนเพียงใด ซึ่งข่าวจะต้องมีลักษณะและคุณภาพเฉพาะในตัวของมันเอง แตกต่างไปจากงานเขียนประเภทอื่น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งคุณลักษณะพิเศษนอกจากทำให้การรายงานข่าวเป็นตัวของตัวเองแล้ว ยังเป็นมาตรฐานสำหรับการทำงานเกี่ยวกับทางด้านข่าวอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการหาข่าว การคัดเลือกข่าว คุณลักษณะต่อไปนี้จะปรากฏอยู่ในข่าว

1. ความถูกต้อง (ACCURACY) ข่าวที่มีคุณภาพจะต้องเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องในทุก ๆ ด้าน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับ บุคคล เวลา สถานที่ และเหตุการณ์ เป็นต้น
2. ความสมดุลย์ (BALANCE) ข่าวที่มีคุณภาพจะต้องมีลักษณะที่ได้สมดุลย์กันระหว่างข้อเท็จจริงกับการรายงานข่าว โดยไม่เอาตัวเข้าไปพัวพันกับการเขียนข่าว (OBJECTIVITY)
3. ความชัดเจน (CLEAR) ข่าวบางอย่างมีความเป็นมาอย่างสลับซับซ้อนหากเสนออย่างตรงไปตรงมา ผู้อ่านอาจไม่เข้าใจ จึงต้องมีการขยายความหรือท้าวความให้เข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
4. ความกะทัดรัด (CONCISE) ข่าวที่ดีจะต้องไม่เขียนอย่างเชิ่นเย้อ แต่ควรจะมีลักษณะที่กระชับชัดเจน ตรงไปตรงมา
5. ความใหม่สด (FRESH) ข่าวที่ดีจะต้องถึงผู้อ่านอย่างรวดเร็ว ทันอกทันใจ และทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

องค์ประกอบสำคัญของข่าว (NEWS ELEMENT) การพิจารณาองค์ประกอบสำคัญของข่าว คือการพิจารณาในแง่ความสนใจของผู้อ่านนั่นเอง ซึ่งมาจากการศึกษาทางจิตวิทยาของผู้อ่านว่าความสนใจจะโรมากที่สุด ซึ่งเป็นประโยชน์หรือผลสะท้อนเกี่ยวพันกับตัวเอง องค์ประกอบสำคัญของข่าวที่สร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านมีดังนี้

1. ความรวดเร็ว (IMMEDIACY)

ความรวดเร็วก็คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ย่อมเป็นสิ่งที่น่าสนใจของมนุษย์เราทั้งนั้น เหตุนี้เองหนังสือพิมพ์ และสื่อมวลชนจึงแข่งขันกันในความฉับไวของการเสนอข่าว ยิ่งเหตุการณ์ใดล่าสุดเท่าไรคุณค่าของข่าว หรือความสนใจของคนอ่านก็มากขึ้นเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์แม้ว่าจะเกิดขึ้นในอดีตก็ตามแต่ก็เพิ่งนำมาเปิดเผย ก็จัดอยู่ว่าเป็นองค์ประกอบความรวดเร็ว หรือความทันที่ทันใดได้เช่นกัน การเสนอข่าวได้อย่างรวดเร็วเป็นองค์ประกอบสำคัญของข่าวที่หัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการ นักข่าว ถือว่ามีคุณค่าอย่างสูงที่สร้างความสนใจแก่คนอ่าน

2. ความใหม่สดและทันสมัย (TIMELINESS)

หมายถึงว่า เหตุการณ์ใดก็ตามที่เกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ มีความสดมากย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูงเป็นที่สนใจของผู้อ่านทั่วไป มากกว่าเหตุการณ์ที่อุบัติขึ้นนานมาแล้ว ทั้งนี้เพราะข่าวจะต้องใหม่สด (NEWS MUST BE NEW) ควรจะต้องเป็นการได้รับรู้เป็นครั้งแรกของผู้อ่าน

3. ความใกล้ชิด (PROXIMITY)

ความใกล้ชิดเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่น่าสนใจให้แก่คนอ่าน นักข่าว หัวหน้าข่าว และบรรณาธิการ จึงพิจารณาความใกล้ชิดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นหลักสำคัญในการวินิจฉัยที่จะเสนอข่าว องค์ประกอบในเรื่องของความ

ใกล้ชิดนี้เป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยทั่วไป ที่มักจะให้ความสนใจในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากกว่าสิ่งที่อยู่ห่างไกลออกไป อย่างไรก็ตามองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับความใกล้ชิดมิได้หมายความว่าเพียงแต่ความใกล้ชิดทางกายเท่านั้น แต่ก็ยังหมายความรวมถึงความใกล้ชิดทางใจที่ผู้อ่านมีต่อเหตุการณ์ สถานที่ หรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย ดังนั้นเหตุการณ์ใดที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้อ่าน กับครอบครัว มิตรสหาย หรือเพื่อนบ้านเป็นต้องย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูง เป็นที่สนใจของผู้อ่านมากกว่าเหตุการณ์อื่นที่เกิดห่างไกลออกไป

4. ความเด่น (PROMINENCE)

หรือความมีชื่อเสียง เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างความสนใจให้กับผู้อ่าน บุคคลหรือสถานที่ใดก็ตามที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วไปเป็นอย่างดีย่อมมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าบุคคลหรือสถานที่ที่ไม่เป็นที่รู้จัก หากว่าได้เกิดเหตุการณ์ใดขึ้นกับบุคคลหรือสถานที่นั้น

5. ความแปลกประหลาด (ODDILY)

โดยปกติวิสัยของมนุษย์นั้น มักจะสนใจในสิ่งที่แปลกประหลาดผิดธรรมชาติ หรือสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน ดังนั้นเหตุการณ์ใดก็ตามที่มีความผิดแปลกไปจากความเป็นธรรมชาติ สิ่งที่น่าพิศวงก็เป็นข่าวที่น่าสนใจ

6. ความสนใจของมนุษย์ (HUMAN INTEREST)

องค์ประกอบสำคัญของข่าว ในเรื่องเกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ (EMOTION) พื้นฐานของมนุษย์นับตั้งแต่โศกเศร้า ไปจนถึงยินดีปรีดา รัก เกียรติ อิจฉา กลัว ขบขัน ความเห็นอกเห็นใจ ความปรารถนาดี ความกตัญญู ความยุติธรรม ความโกรธแค้น เหตุการณ์ที่มีองค์

ประกอบเช่นนี้จึงมักเป็นที่สนใจของผู้อ่าน และเป็นเรื่องที่มีคุณค่าทางข่าวสูงด้วย

7. ความขัดแย้ง (CONFLICT)

เรื่องของความขัดแย้ง เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ธรรมชาติโดยทั่วไปของมนุษย์มักจะทำให้ความสนใจ ความขัดแย้งนี้มีปรากฏให้เห็นเสมอในเหตุการณ์แต่ละวัน ไม่ว่าจะเป็นการทะเลาะวิวาท การสู้รบ การแข่งขันกีฬา ความคิดเห็นที่ไม่ตรงกัน ผลประโยชน์ที่ขัดกัน ดังนั้น ข่าวแห่งการขัดแย้งเหล่านี้จึง เป็นจุดที่ได้รับการเสนอจากสื่อมวลชน

8. ความมีเงื่อนงำ (SUSPENSE)

หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ไม่สามารถที่จะคลี่คลาย หรือค้นหาสาเหตุที่แท้จริงได้นั้น ช่อมมีที่สนใจของผู้คนทั่วไปมากกว่า เหตุการณ์ที่คลี่คลายตัวเองแล้ว เช่นข่าวที่เกี่ยวกับการสืบสวน การฆาตกรรม โดยเฉพาะเป็นเรื่องที่ลึกลับซับซ้อน ทำให้ผู้อ่านติดตามความเคลื่อนไหวข่าวนั้นจนถึงที่สุด

9. ผลกระทบต่อเนื่องหรือที่ตามมา (CONSEQUENCE)

องค์ประกอบข้อนี้ หมายความว่า เหตุการณ์ใดก็ตามเมื่ออุบัติขึ้นแล้วจะมีผลกระทบต่อผู้คนเป็นจำนวนมาก ช่อมมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าอุบัติการณ์ที่มีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนน้อย

10. ความก้าวหน้า (PROGRESS)

หมายถึง เหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความเจริญก้าวหน้าในสังคม วิทยาการการศึกษา ที่มีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนใหญ่

11. เรื่องเกี่ยวกับเพศ (SEX)

เป็นองค์ประกอบเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม หรือความผิดปกติหรือเหตุการณ์ไม่ว่าดีหรือไม่ดี ที่เกี่ยวข้องกับความรัก หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเพศซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจของผู้คนทั่วไป และมีคุณค่าทางข่าวเสมอ

เหล่านี้คือองค์ประกอบสำคัญของข่าวในแง่ของผลสะท้อนที่ตามมา ซึ่งนักข่าว หัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าว จะต้องให้ความสนใจที่จะเสนอ และสรุปในรูปแบบไหนที่จะสามารถให้คำตอบแก่ผู้อ่านได้ เข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้น ในข่าวหนึ่งๆ ที่เสนอในหน้าหนังสือพิมพ์จะต้องมีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมกันอยู่ เหตุการณ์บางเหตุการณ์ก็มีองค์ประกอบอยู่น้อยบาง เหตุการณ์มีองค์ประกอบอยู่มาก และแต่ละองค์ประกอบก็คาบเกี่ยวกันอยู่บางครั้งแทบจะแยกไม่ออก อย่างไรก็ตามยัง เหตุการณ์ใดที่มีองค์ประกอบที่มีคุณค่าทางข่าวเกี่ยวข้องอยู่มาก เหตุการณ์นั้นก็ยัง เป็นข่าวที่ใหญ่ตามไปด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องคุณค่าของข่าวดังกล่าว จะนำมาใช้ศึกษาถึงมาตรฐานสำหรับการทำงานด้านข่าวของสื่อมวลชน ในการพิจารณาคัดเลือกประเด็นข่าวที่น่าสนใจ ซึ่งจะมีส่วนสัมพันธ์กับการดำเนินงานด้านธุรกิจข่าวสาร อันจะเป็นผลต่อการแสดงท่าทีของสื่อมวลชน ที่มีต่อเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งสามารถอธิบายได้จากแนวคิดเกี่ยวกับการวางตำแหน่งสินค้าทางการตลาด

3. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

3.1 การงานตำแหน่งสินค้าทางการตลาด (PRODUCT POSITIONING)
แนวคิดด้านการตลาดในเรื่อง "การวางตำแหน่งให้กับสินค้านั้นคือ" การเน้นหรือเลือกเอาลักษณะที่ดี และเด่นทั้งทางกายภาพ และจิตวิทยาที่มีอยู่ในตัวของผลิตภัณฑ์ ออกมานำเสนอให้เหมาะสม กับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ในส่วนแบ่ง

ทางการตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งจุดเด่นที่แจ้งให้ผู้บริโภคทราบนั่นก็คือ "ตำแหน่งของสินค้า หรือจุดยืนของสินค้า" โดยที่ตำแหน่งนี้จะต้องมีความสัมพันธ์กับความนึกคิดและความสนใจของผู้บริโภคด้วยจึงจะเป็น "การวางตำแหน่งทางการตลาด" ของสินค้า ซึ่งมีใช้จะมีความสำคัญต่อส่วนแบ่งการตลาดเท่านั้น แต่ยังมีผลรวมไปถึงความนึกคิดและความสนใจของผู้บริโภคด้วย นั่นก็คือ การกำหนดจุดขายให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในส่วนแบ่งทางการตลาดใดตลาดหนึ่งนั่นเอง (จาก SOCIAL MARKETING STRATEGIES FOR CHANGING PUBLIC BEHAVIOR ; PHILIP KOTLER AND EDUARDOL. ROBERTO)

และสำหรับการแบ่งส่วนทางตลาดนั้น เป็นวิธีการที่มีประโยชน์มาก การแบ่งส่วนตลาดจะช่วยให้นักการตลาดสามารถสนองความต้องการและสร้างความพอใจที่ดีที่สุดให้กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจะแบ่งตลาดส่วนหนึ่งส่วนใดออกมานั้น ต้องมีการกำหนดตัวแปรที่จะใช้ในการแบ่งแยก และตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ ก็จะไปปรากฏอยู่ เป็นลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ไม่มีวิธีการใดที่เป็นวิธีการที่ดีที่สุด เพียงวิธีการเดียวที่จะแบ่งส่วนตลาดออกมา ผู้ที่แบ่งส่วนตลาด เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายจะต้องพยายามทดสอบตัวแปรหลายตัวที่จะผสมผสานกันให้ได้การแบ่งส่วนตลาดที่ดีที่สุดออกมา ซึ่งตัวแปรที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์ ทะเบียนภูมิหลัง สภาพจิตวิทยา และพฤติกรรม (จาก SOCIAL MARKETING STRATEGIES FOR CHANGING PUBLIC BEHAVIOR PHILIP KOTLER AND EDUARDOL. ROBERTO)

องค์ประกอบที่สำคัญในการวางตำแหน่งสินค้าที่ควรพิจารณาได้แก่

- รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่จะต้องวางตำแหน่งตลอดจนศึกษาถึงคุณลักษณะทั้งทางกายภาพ และทางจิตวิทยา



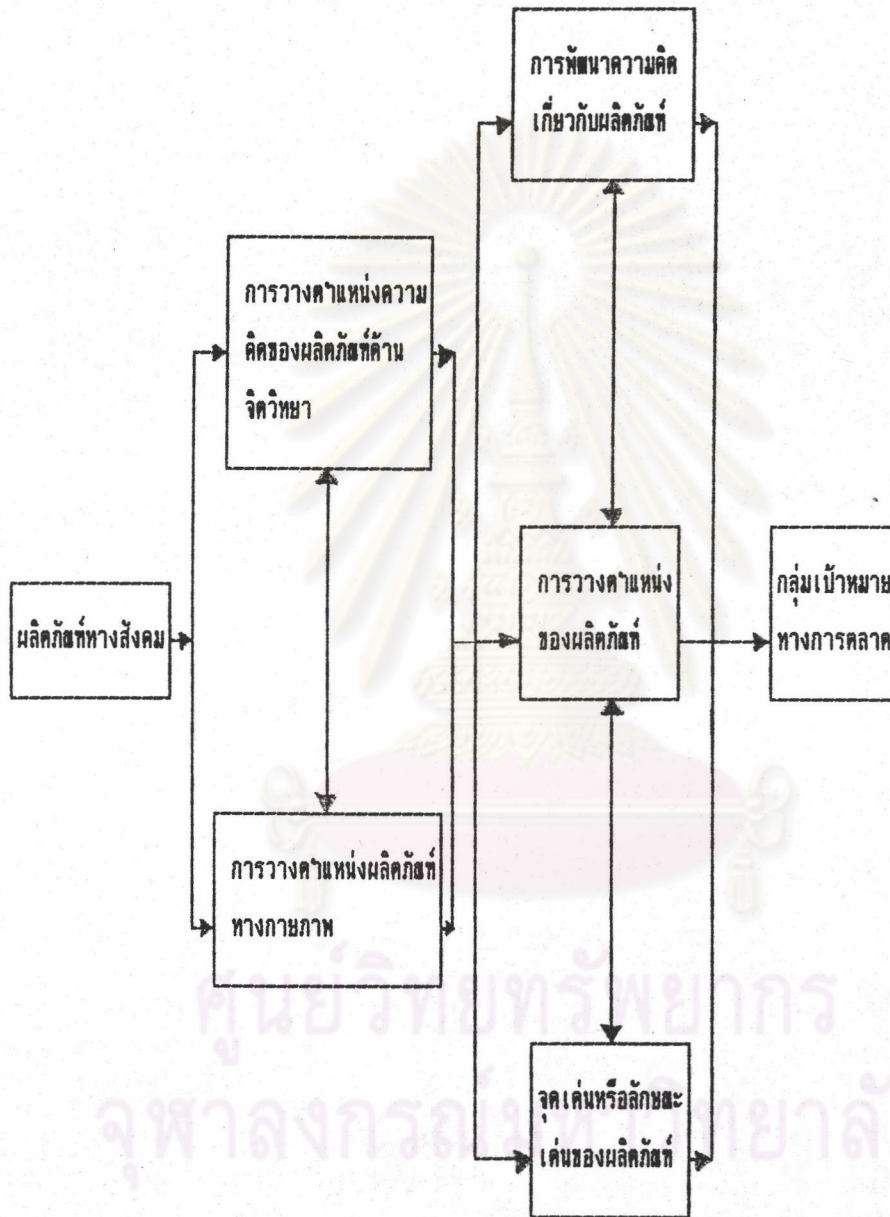
- กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด โดยพิจารณาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ในพฤติกรรมผู้บริโภค และความสนใจในสินค้า ตลอดจนลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงความต้องการของมนุษย์ (NEEDS) แรงจูงใจ (MOTIVATIONS) การรับรู้ (PERCEPTIONS) และทัศนคติ (ATTITUDES) รวมตลอดถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่จะมีผลต่อการบริโภคสินค้า

ถ้าเราสามารถรู้ได้ว่าสินค้าประเภทนั้น ผู้บริโภคมีการคาดหวังมีแรงจูงใจในการซื้ออย่างไร เราก็สามารถใช้แรงจูงใจนั้นมาเป็นประโยชน์ในการวางตำแหน่งสินค้าได้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภค เพราะในสินค้านั้น ๆ อาจมีจุดเด่น ข้อดีที่น่าสนใจ และสามารถกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

องค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งสำคัญมากที่ผู้วางตำแหน่งสินค้าจะต้องเรียนรู้ เพราะจะทำให้ทราบถึงการพัฒนาความคิดเห็น ความต้องการแรงจูงใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ในการซื้อสินค้าในขณะที่เดียวกันก็เลือกเสนอจุดเด่นของสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย และนี่คือการวางตำแหน่งสินค้านั้นเอง ซึ่งจะมีขั้นตอนของกระบวนการวางตำแหน่งสินค้าดังแผนภาพต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 2.1 : แผนภาพแสดงขั้นตอนของกระบวนการวางตำแหน่งสินค้า



ที่มา : KOTLER , PHILIP AND REGERTO, EDUARDOL SOCIAL MARKETING STRATEGIES FOR CHANGING PUBLIC BEHAVIOR , THE FREE PRESS, 1989, P,33.

ในการศึกษาครั้งนี้จะได้นำเอกหลักแนวคิด ด้านการตลาดในการวางตำแหน่งสินค้าทางการตลาด มาปรับใช้อธิบายถึงท่าทีของสื่อมวลชนในการกำหนดประเด็นเสนอข่าว สมองกลุ่มเป้าหมายในตลาดข่าวสาร ทั้งนี้เพราะ สื่อมวลชนมีแนวโน้มที่จะเน้นลักษณะทางธุรกิจมากกว่า ลักษณะของการบริการสาธารณะต่าง ๆ แก่สังคม โดยเฉพาะการบริการด้านข่าวสารและความคิดเห็น" (ชวลิต ปัญญาลักษณ์, 2530) ดังนั้นท่าทีของสื่อมวลชนในการศึกษาครั้งนี้ จึงนำแนวคิดด้านการตลาด มาช่วยอธิบายลักษณะท่าทีของสื่อมวลชนในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

จากการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเข้าใจถึงลักษณะท่าทีของสื่อมวลชน ต่อโครงการก่อสร้างเขื่อนพลังน้ำของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ ว่ามีลักษณะอย่างไรนั้น จะได้ใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่และบทบาททางสังคม ของสื่อมวลชนมาชี้ให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ในการเสนอข่าวของสื่อมวลชนในสังคม และ ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับข่าวและแนวคิดด้านการตลาด มาช่วยอธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ การแสดงออกถึงท่าทีของสื่อมวลชนในการคัดเลือกประเด็นในการเสนอข่าว

นั่นคือ ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับหน้าที่ และบทบาททางสังคมทางสื่อมวลชน มาเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาถึงลักษณะบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเสนอข่าวแก่สาธารณชนในสังคม ว่าได้แสดงบทบาทและหน้าที่อย่างไรต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและในขณะเดียวกันก็ใช้แนวคิดเกี่ยวกับข่าว และแนวคิดด้านการตลาดมาเป็นแนวทางในการอธิบายถึงท่าทีของสื่อมวลชนที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาที่สื่อมวลชนเลือกเสนอ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย