

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “มายาคติที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์” ได้นำแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาเป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้

- แนวคิดเรื่องข่าว
- แนวคิดเรื่องภาพและเสียง
- แนวคิดเรื่องมายาคติ
- แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ

แนวคิดเรื่องข่าว

ความหมายและนิยาม

ข่าว คือการรายงานที่ทันต่อเวลา และที่เป็นจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ (event) ความคิด (idea) และสถานการณ์ (situations) ซึ่งทำให้ประชาชนสนใจ (ปรเมศ สตะเวทิน, 2539)

ข่าว คือเรื่องราวซึ่งผู้อ่านมีความปรารถนาที่จะรู้ หรืออะไรก็ตาม ที่พัวพันกับสาธารณะ สวัสดิการ หรืออะไรก็ตาม ที่ทำให้เกิดความสนใจ หรือมีข้อเสนอแนะแก่บุคคลเป็นรายๆ เกี่ยวกับ ทรัพย์สินของเขา หรือเกี่ยวกับพฤติกรรมของเขา (สุภา ศิริमानนท์, 2526)

ข่าว คือเรื่องราวอะไรบางอย่างซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชน (สถาบันพัฒนาการ หนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

Robert McLeish ได้นิยามไว้ว่า ข่าว คือสิ่งใหม่ น่าสนใจ และเป็นจริง และอธิบายเพิ่มเติม คำว่า “ใหม่” “น่าสนใจ” และ “เป็นจริง” ไว้ดังนี้ ใหม่ คือ เหตุการณ์ที่ผู้ฟังไม่เคยได้ยินมาก่อน หรือ เรื่องราวที่เป็นความลับหน้าของเหตุการณ์ที่ผู้ฟังคุ้นเคย น่าสนใจ ในแง่ของความเกี่ยวข้องกับผู้ฟัง หรือมีผลกระทบบางอย่างต่อผู้ฟัง เป็นจริง คือ เรื่องราวที่น่าเสนอนั้นมีความถูกต้องในข้อเท็จจริง

Warren Breed (1956) ได้ให้ความหมายของข่าวว่าเป็นเรื่องที่ไม่ลึกลับ ซึ่ง สามารถเข้าใจได้ โดยง่าย มีความถูกต้อง เน้นที่การกระทำ มีความน่าสนใจ มีรูปแบบเฉพาะตัว มีความรอบคอบในการนำเสนอ และเป็นสิ่งที่ขายได้

Joseph Pulitzer เจ้าของหนังสือพิมพ์ New York World เคยกล่าวว่า ข่าว คือ สิ่งที่มีความใหม่ในตัวเอง (original) แสดงถึงความรักที่เร่าร้อน (romantic) ตื่นเต้นสยองขวัญ (thrilling) ไม่

เหมือนใครอื่น (unique) ก่อให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น (odd) สามารถนำไปพูดคุยกันได้โดยไม่กระทบกระเทือน รสนิยมอันดีงาม หรือทำให้ความรู้สึกที่ดีของสังคมตกต่ำ และเหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมดต้องไม่ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในข้อเท็จจริงของข่าว หรือความเชื่อมั่นต่อความโปร่งใส และความน่าไว้วางใจของสื่อ (อ้างถึงใน วิชา อุดมฉันทน์, 2545)

Sam Zelman รองประธานของ CNN ให้มุมมองเกี่ยวกับข่าวไว้ว่า ข่าว คือ อะไรก็ตามที่สำคัญ และมีผลกระทบต่อสังคม ข่าว คืออะไรก็ตามที่ประชาชนจำเป็นต้องรู้ (need to know) และต้องการจะรู้ (want to know) (อ้างถึงใน วิชา อุดมฉันทน์, 2545)

ข่าว คือการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม โดยเฉพาะเมื่อเหตุการณ์นั้นมีผลกระทบต่อสังคม การเมือง สาธารณะชน ข่าวจึงมีไว้เพื่อตอบคำถามว่าเกิดอะไรขึ้น ใครมีส่วนเกี่ยวข้อง เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไมจึงเกิด และมีผลกระทบอย่างไร (Berger, 1990 : 121)

ข่าวมีพื้นฐานอยู่ที่ความถูกต้องแม่นยำ เป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมถึงเกิดเหตุการณ์นั้น เกิดขึ้นเมื่อไร ที่ไหน เหตุการณ์เกิดอย่างไร เป็นสำคัญ เนื้อหาของข่าวจะถูกกำหนดโดย ผู้ผลิตข่าว ชุดทีมงาน เป็นกระบวนการ คุณค่าของข่าวขึ้นอยู่กับความรุนแรง ที่เป็นผลกระทบต่อคนจำนวนมาก เช่น สงคราม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ข่าวจะบอกว่าจะไปต่อไปอย่างไร (William Hawes, 1931)

จะเห็นได้ว่านิยาม ความหมายของข่าวนั้นแม้ว่าแต่ละท่าน จะให้ความหมายที่แตกต่างกันบ้าง แต่ก็มีจุดที่เหมือนกัน สามารถสรุปออกมาได้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของข่าว องค์ประกอบที่สำคัญของข่าว ได้แก่ เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง (fact) ความสนใจหรือความน่าสนใจ (interest) และผู้รับ ข่าวสาร (receiver) โดยจะต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งสามองค์ประกอบจึงจะนำมารายงานเป็นข่าวได้ คือต้องเป็นเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่น่าสนใจต่อผู้รับสารมากที่สุด



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของข่าว

ผู้คนอาจคิดว่า สื่อ คือกระจกสะท้อนความจริงในโลกรอบตัวเรา จากการรายงานข่าวที่เสนอว่าในแต่ละวันเกิดอะไรขึ้นบ้างในโลก แต่สื่อไม่สามารถสะท้อนทุกอย่างได้ การนำความจริงมาสู่ผู้บริโภค สื่อจึงเป็นคนเลือกว่าจะบอกอะไรกับสังคม ผ่านการสร้าง ประมวลจากสื่อ (Harris, 1994 : 37-39)

แนวทางการพิจารณาคัดเลือกข่าว

ในแต่ละวันมีเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงเกิดขึ้นมากมาย แต่ละเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงก็มีความน่าสนใจ การที่จะรายงานเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างมากมายทั้งหมดนั้นย่อมกระทำไม่ได้ เนื่องจากโทรทัศน์มีเวลาจำกัดในการรายงานข่าว จึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกข่าว (news selection) จากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวว่า เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าของข่าว (news values) สูงก็จะได้รับการพิจารณารายงานเป็นข่าวต่อไป

ฉอาน วุฒนิกรมรรภษา (2536) กล่าวถึงคุณค่าของข่าวขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. **ความสดใหม่หรือทันต่อเหตุการณ์ (timeliness)** มีคำกล่าวที่ว่า “ถ้าไม่สดไม่ใช่ข่าว” ความสดใหม่เป็นหัวใจสำคัญของการนำเสนอข่าว เพราะประชาชนมักให้ความสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ หรือเรื่องราวที่ทันสมัย นอกจากนั้นแล้ว ความสดใหม่ยังเป็นเกณฑ์สำคัญเกณฑ์หนึ่งในการจัดลำดับของการนำเสนอข่าวว่าจะนำเสนอข่าวใดก่อนหรือหลัง
2. **ความใกล้ชิด (proximity/nearness)** นักจิตวิทยาอธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่า จะสนใจเรื่องใกล้ตัวอันส่งผลกระทบต่อตนเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งด้านร่างกายและจิตใจ
3. **ความเด่น (prominence)** หมายถึง บุคคลสำคัญที่รู้จักกันดี เมื่อบุคคลนั้นๆ เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งความเด่นนี้ รวมถึง สถานที่เป็นสำคัญด้วย
4. **ความแปลกประหลาด (oddity/unusualness)** หมายถึง เหตุการณ์ไม่ปกติ ผิดวิสัย ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยๆ เหตุการณ์เหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดความสนใจ และมีคุณค่าของข่าวสูง
5. **ผลกระทบ (consequence)** ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนมากจะได้รับการพิจารณาก่อน ยิ่ง ผลกระทบขยายวงกว้างออกไป ผู้รับสารก็จะยิ่งสนใจมากยิ่งขึ้น
6. **ความขัดแย้ง (conflict)** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการพิจารณาคุณค่าของข่าวเพราะความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของมนุษย์โดยทั่วไป อาจเป็นความขัดแย้ง ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

7. **ความมีเงื่อนงำและความลึกลับซับซ้อน** (mystery/suspense) จะได้รับความสนใจจากมนุษย์ สื่อมวลชนมักให้ความสนใจขุดคุ้ย และนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลาย ๆ วัน
8. **ปฏุชนสนใจ** (human interest) เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสะท้อนอารมณ์ (emotion) ต่อเหตุการณ์หรือมีความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น เห็นอกเห็นใจ เศร้าโศกเสียใจ กลัวหรือหวาดระแวงว่าสักวันหนึ่งอาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้ สำหรับความสนใจของมนุษย์ (human interest) คือ
 - 1) ข่าวที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง (information relating to self) เช่น เขาคัดดมกาแฟเป็นประจำ ทุกวัน แต่อยู่ๆ มีข่าวว่า คนคัดดมกาแฟแล้วจะทำให้เป็นโรคหัวใจวาย
 - 2) ข่าวที่แปลก ประหลาด ผิดธรรมชาติ
 - 3) ข่าวเกี่ยวกับสัตว์
 - 4) ข่าวเกี่ยวกับสวัสดิการของสังคม
 - 5) ข่าวการประกวด

ข่าวที่เป็นประเภทปฏุชนสนใจนี้ เป็นข่าวที่ขยายวงออกไปอีกได้มาก และแต่ละท้องถิ่นก็ย่อมจะไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจของบุคคลเป็นสำคัญ

9. **เพศ** (sex) ธรรมชาติของมนุษย์จะสนใจเรื่องเกี่ยวกับเพศ
10. **ความขบขัน** (amusement) ในช่วงเวลาที่บรรยากาศทางเศรษฐกิจ และการเมืองกำลังเคร่งเครียด ประชาชนมักให้ความสนใจในเรื่องราวที่มีความขบขัน
11. **ความเปลี่ยนแปลง** (change) ในสังคมมนุษย์ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีหรือทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น มนุษย์ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งในสังคม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ด้วย เพราะการ เปลี่ยนแปลงย่อมมีผลกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม
12. **ความก้าวหน้า** (progress) ความพยายามค้นคว้าที่จะเอาชนะธรรมชาติ การค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์

ข้อความข้างต้นเหล่านี้คือคุณค่าของข่าวที่ในแง่ของผลสะท้อนที่ตามมา ซึ่งนักข่าว หัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าว จะต้องให้ความสนใจที่จะนำเสนอ และสรุปในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่จะสามารถให้คำตอบแก่ผู้อ่านได้เข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้น ในข่าวหนึ่งๆ ที่นำเสนอจะต้องมีองค์ประกอบหลายๆ อย่างผสมกันอยู่ เหตุการณ์บางเหตุการณ์ก็มีองค์ประกอบอยู่น้อย บางเหตุการณ์มีองค์ประกอบอยู่มาก และแต่ละองค์ประกอบก็คาบเกี่ยวกันอยู่บางครั้งแทบจะแยกไม่ออก อย่างไรก็ตาม ยิ่งเหตุการณ์ใดมีองค์ประกอบที่มีคุณค่าของข่าวเกี่ยวข้องกันอยู่มาก เหตุการณ์นั้นก็ยิ่งเป็นข่าวที่ใหญ่ตามไปด้วย

นอกจากการคำนึงถึงคุณค่าของข่าวนี้แล้ว AV Westin ประธานกรรมการของสำนักข่าว ABC ได้ใช้มุมมองจากผู้ชมในรูปแบบของคำถาม 3 ข้อดังนี้ (Cremer, C.F., and others, 1996)

1. ข่าวที่นำเสนอทำให้โลกปลอดภัยหรือไม่
2. ข่าวที่นำเสนอ จะทำให้บ้านและชุมชนที่อาศัยอยู่ปลอดภัยหรือไม่
3. เมื่อคนที่เรารักปลอดภัยแล้ว สิ่งใดที่เกิดขึ้นใน 24 ชั่วโมงที่ผ่านมา ทำให้พวกเขาารู้สึก สะเทือนอารมณ์ สนุกสนาน หรือทำให้พวกเขาดีขึ้นกว่าที่เคยเป็น

จากงานศึกษาของ Galtung และ Ruge (1965) ได้ระบุและเชื่อมโยงปัจจัยสำคัญสำหรับการเลือกข่าวนั้นมีอยู่ 3 แบบ คือ

1. ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่พบได้มากที่สุด หลีกเลียงได้ยากที่สุด และมักจะมีปัญหาในเรื่องของอุดมการณ์ตามมา ซึ่งมีผู้กล่าวถึงองค์กรและข่าวไว้ดังนี้

Breed (อ้างถึงในพรสุริย์ ธาระศรีสีบวงส์, 2535) ได้วิเคราะห์ไว้ในการศึกษาเรื่อง Social Control in the News room : A Functional Analysis ว่า การแบ่งงานกันทำ โครงสร้าง เป้าหมาย และนโยบายขององค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดกฎเกณฑ์การทำข่าว ให้สมาชิกภายในองค์กรนั้นๆ ปฏิบัติตาม นอกจากนี้ เขายังได้อธิบายว่า การควบคุมขององค์กรใดๆ เกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการสังคมประติของสมาชิกในองค์กรนั้นๆ นักข่าวในองค์กรเดียวกัน จะใช้เกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจคัดเลือกข่าวที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ เนื่องจาก การทำงานในลักษณะที่เป็นงานประจำนั้น จะเป็นการเสริมแรง หรือตอกย้ำโดยการควบคุมทางสังคม การควบคุมทางสังคมนั้นหมายรวมถึง พฤติกรรมทุกๆ อย่างที่สมาชิกขององค์กรได้แสดงให้เห็นจนบุคคลรู้ว่าพวกเขาทำถูกหรือผิด

Sigal (1973. อ้างถึงในเล่มเดิม) อธิบายว่า ผู้สื่อข่าว บรรณาธิการ และผู้บริหาร ที่มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวนั้น เป็นผู้กำหนด หรือหล่อหลอมเนื้อหาของข่าว การพิจารณาคัดเลือกข่าวของพวกเขาเหล่านี้ มิได้กระทำโดยลำพัง หากแต่กระทำร่วมกัน โดยคำนึงถึงคุณค่าที่องค์กรนั้นยึดถือปฏิบัติอยู่ ขณะที่ Dun (1969. เล่มเดียวกัน) ชี้ชัดลงไปว่าเป้าหมายต่างๆ ขององค์กรข่าว เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักข่าวและบรรณาธิการข่าว หรือผู้ผลิตเพราะว่าเป้าหมายต่างๆ ขององค์กรเป็นตัวตัดสินใจว่า เรื่องใดที่จะนำมาทำเป็นข่าวได้บ้าง

Epstein (1981. เล่มเดียวกัน) พบว่า ข่าวโทรทัศน์ เป็นผลมาจากการตัดสินใจกระทำลงไป โดยยึดถือวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลัก เพื่อที่จะขำรงไว้ซึ่งการดำเนินธุรกิจ สถานีจะต้องควบคุมข่าว ให้ตอบสนองความต้องการขององค์กร สถานีจะต้องรักษาผู้ชมไว้เพื่อโฆษณา รายการข่าวจะต้องเป็นที่ยอมรับทั่วประเทศและรักษา

ความน่าเชื่อถือไว้ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน และประการสุดท้าย สถานีจะต้องผลิตข่าว ภายใต้เงินทุน และเวลาอันจำกัด

Adams (1978. เล่มเดียวกัน) พบปัจจัยที่คล้ายคลึงกันที่มีผลต่อการผลิตข่าว โทไรทัศน์ ได้แก่ กฎหมาย เทคโนโลยี เป้าหมายทางธุรกิจ และบรรทัดฐานท้องถิ่น คัดเลือก ปฏิบัติท่ามกลางการแข่งขันปัจจัยในด้านธุรกิจ เพื่อหวังผลกำไรจะเป็นสิ่งที่ องค์กรข่าวให้ความสนใจเป็นอันดับแรก วัตถุประสงค์ในด้านการค้าขององค์กรข่าว จะเป็นตัวหล่อหลอมข่าวที่เป็นผลผลิตขององค์กรนั้น

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับประเภทของข่าว คือ การเลือกเหตุการณ์ที่เข้ากับความคิดหวังส่วน หนึ่งของผู้ชม (หมายความว่า เข้ากันได้กับเหตุการณ์ข่าวที่เคยมีมาแล้วในอดีต) แม้ว่า อาจมีการเบี่ยงเบนแปลกใหม่ไปจากสิ่งที่คุ้นเคยกันอยู่บ้าง แต่ก็ต้องอยู่ภายในขอบเขต ที่ยอมรับกันได้ เป็นข่าวประเภทที่ช่วยให้ลักษณะของเหตุการณ์ที่เคยได้รับการยอมรับ กันอยู่แล้วว่า มีคุณค่าของข่าวนั้นยังคงมีคุณค่าอยู่ต่อไปและตลอดไป
3. ปัจจัยด้านสังคม - วัฒนธรรม บางวัฒนธรรมจะให้คุณค่าของข่าวกับเหตุการณ์ เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับคนใหญ่โต ชาติที่เป็นชาติชั้นนำหรือไม่ก็เป็นเหตุการณ์ร้ายๆ มี ความเชื่อกันว่าบรรดาเหตุการณ์ที่กล่าวมานี้ล้วนอยู่ในความสนใจของประชาชน และเป็นค่านิยมที่ สอดคล้องไปกับปัจจัยด้านองค์กรสื่อมวลชน

คุณสมบัติของข่าวที่ดี (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2541)

ก่อนที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงจะถูกรายงานเป็นข่าวนั้น นอกจากจะต้องคำนึงถึง องค์กรประกอบของข่าวดังที่กล่าวมาแล้ว จะต้องพิจารณาถึงคุณสมบัติที่ดีของข่าวดังต่อไปนี้ด้วย

1. **ความถูกต้อง** หมายถึง ความถูกต้องในการเสนอข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ความ ถูกต้องดังกล่าวจะสามารถกระทำได้โดยการตรวจสอบให้แน่เสียก่อน (ที่จะ นำเสนอทางสื่อมวลชน) โดยเฉพาะข้อมูลที่ได้รับ รวมทั้งชื่อบุคคล สถานที่ และ ตำแหน่ง ทั้งนี้ จะต้องรวมถึงการใช้ภาษาและตัวสะกดที่ถูกต้อง
2. **ความสมดุลย์** ข่าวทุกข่าวจะต้องมีความเน้นหนักข้อเท็จจริงและความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเหตุการณ์และได้รับรายละเอียดมากพอ ใน การนำไปประกอบการพิจารณาหรือการตัดสินใจอย่างถูกต้อง และอย่างเป็นธรรม
3. **ความเป็นกลาง** หรือความไม่เอาตัวไปพัวพัน ข่าวที่ดี จะต้องไม่มีการสอดแทรกหรือ การแสดงความคิดเห็นเข้าไว้ในข่าว จะต้องเป็นการรายงานอย่างตรงไปตรงมา ไม่ ลำเอียง หรือมีอคติจากผู้เขียน

4. **ความกะทัดรัดและชัดเจน** ข่าวที่จะต้องเป็นข่าวที่เขียนด้วยความชัดเจน ไม่กำกวม ใช้ภาษาสั้น กะทัดรัด และเข้าใจง่าย

เมื่อดูถึงโครงสร้างของข่าว จะพบว่ามีความสม่ำเสมออย่างมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความจำเป็นด้านกระบวนการผลิตก็เป็นได้ กล่าวคือ เพื่อความสะดวก ความรวดเร็วและการประหยัดในการผลิต จึงควรใช้กระบวนการทำข่าวอย่างที่เคยทำกันมาแต่ครั้งอดีต เนื่องจากระยะเวลาที่เสนอข่าวทางโทรทัศน์โดยเฉลี่ยมีอัตราคงที่อยู่เกือบตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้จำนวนหัวข้อข่าวจึงไม่เปลี่ยนแปลงไปมาก ไม่ว่าจะ เป็นรายการข่าวโทรทัศน์ของช่องใดก็ตาม และยังมีความสัมพันธ์ระหว่าง “ประเภทของเนื้อหา” กับ “ความยาวของระยะเวลาโดยเฉลี่ย” อีกด้วย (Glasgow Media Group, 1977) จากที่เราเคยได้ขียนิยามที่ว่า ข่าวต้องเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่อาจคาดล่วงหน้าได้ แต่เราก็สามารถจะจับเหตุการณ์ที่คาดเดาไม่ได้นั้นมาใส่กรอบของเวลาหรือเนื้อที่ที่เท่าๆ กันเหมือนๆ กันได้ แต่แน่นอนว่า ความเบี่ยงเบนย่อมเกิดขึ้นได้บ้าง

ชนิดของข่าว

เหตุการณ์ ความคิด และสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งมีคุณค่าของข่าว และถูกนำมาเสนอเป็นข่าวใน สื่อมวลชนต่างๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ มากมายหลายชนิดตามลักษณะของสารในการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีความหลากหลาย (variety) เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวของผู้รับสารให้กว้างที่สุด ข่าวในสื่อมวลชนถูกจำแนกออกเป็นชนิดต่างๆ เพื่อแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อความชำนาญงานและประสิทธิภาพในการเสนอข่าวต่อผู้รับสาร โดยแบ่งชนิดของข่าวได้ดังนี้

1. **ข่าวอาชญากรรม** ได้แก่ข่าวเกี่ยวกับฆาตกรรม การปล้นจี้ การทำร้ายร่างกาย การลักพาตัวเพื่อเรียกค่าไถ่ การค้ายาเสพติด และการกระทำต่างๆ ที่ผิดกฎหมายอาญา
2. **ข่าวการเมือง** ได้แก่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการเมืองและการปกครอง เช่น รัฐบาล รัฐสภานักการเมือง พรรคการเมือง ประเด็นทางการเมือง ความคิดเห็นทางการเมืองของบุคคลที่เกี่ยวข้อง การชุมนุม การประท้วง และการจลาจล อันเนื่องมาจากสาเหตุทางการเมือง
3. **ข่าวภัยพิบัติ** ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติ และความสูญเสียทั้งหลาย อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ ภัยธรรมชาติ เช่น ไฟไหม้ ดึกถล่ม แผ่นดินไหว เครื่องบินตก เรือล่ม ฯลฯ
4. **ข่าวต่างประเทศ** เป็นข่าวซึ่งเกิดในต่างประเทศ ไม่ว่าจะ เป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ อาชญากรรม ความหายนะ ความร่วมมือและความขัดแย้งระหว่างประเทศ

5. **ข่าวเศรษฐกิจ** เกี่ยวข้องกับการค้าขาย ธุรกิจ อุตสาหกรรม ราคาสินค้า ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย การเงิน การธนาคาร การตลาด อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การลงทุน ผลผลิตทางการเกษตร ฯลฯ
6. **ข่าวสังคม** ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวความเป็นไปในสังคม ปัญหาสังคม ฯลฯ
7. **ข่าวบันเทิง** ข่าวที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ละคร เพลง ฯลฯ
8. **ข่าวการศึกษา** เกี่ยวข้องกับทางการศึกษา การปฏิรูปการศึกษา หลักสูตร ผลงานจากสถาบันการศึกษา ฯลฯ
9. **ข่าววิทยาศาสตร์** เกี่ยวข้องกับเรื่องราวของเทคโนโลยี ความก้าวหน้าในแวดวงวิทยาศาสตร์ นวัตกรรมใหม่ๆ
10. **ข่าวเกษตรกรรม** เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับด้านการเกษตร ผลผลิต แนวโน้ม ฯลฯ
11. **ข่าวสาธารณสุข** เกี่ยวข้องกับสุขภาพ อนามัย การสาธารณสุข ฯลฯ
12. **ข่าวกีฬา** เป็นข่าวที่เกี่ยวกับกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ

ประเภทของข่าว

ข่าวชนิดต่างๆ ของสื่อมวลชนสามารถแบ่งออกเป็นประเภทตามคุณลักษณะ และลักษณะการตอบสนองความต้องการ (need satisfactions) ของผู้รับสาร หรือการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร

1. **ข่าวเบา (soft news)** หมายถึงข่าวที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ทันที (immediate reward) มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของผู้รับสาร ไม่มากนัก ผู้รับสารมักจะใช้ข่าวประเภทนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการสนทนาในสังคม ในการใช้ชีวิตประจำวันของตน ข่าวประเภทนี้จึงเป็นข่าวเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป ของมนุษย์ เข้าใจง่ายและให้ผลทางอารมณ์แก่ผู้รับสาร ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม บันเทิง กีฬา สังคม ฯลฯ
2. **ข่าวหนัก (hard news)** หมายถึงข่าวที่ตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้แก่ ผู้รับสารช้า (delayed reward) แม้ผู้รับสารจะทราบว่าเกิดอะไรขึ้น แต่การนำไปใช้ประโยชน์ที่แท้จริงของผู้รับสารก็คือ การใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการทำงานของตน ข่าวประเภทนี้หนัก และยากแก่การทำความเข้าใจ ต้องอาศัยความรู้พื้นฐานของ ผู้รับสารในการขบคิด ทำความเข้าใจกับข่าว ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ การศึกษา และวิทยาศาสตร์ เป็นต้น
3. **ข่าวเชิงสืบสวนหรือข่าวเจาะ** เป็นข่าวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน และมีวิธีการเก็บ รวบรวมข้อมูลข่าวอย่างต่อเนื่องด้วยการสืบค้น เจาะลึก เก็บรวบรวมหลักฐาน

และรายงานตามข้อเท็จจริง ข่าวเชิงสืบสวนนี้ จำเป็นต้องใช้เวลา ความมานะ พยายาม และงบประมาณมากกว่าข่าวโดยทั่วไป การรายงานข่าวเชิงสืบสวนในสื่อกระจายเสียงปกติหากเป็นส่วนหนึ่งในรายการนิตยสารข่าว (news magazine program) จะใช้เวลาประมาณ 10-15 นาที หรือเป็นสารคดีข่าวจะใช้เวลา 30 – 60 นาที หรือเป็นรายงานข่าวสั้นแต่ต่อเนื่องทั้งสัปดาห์ในช่วงข่าวภาคค่ำ (minidocs) ข่าวเชิงสืบสวน ได้แก่ ข่าวการเปิดโปงการคอร์รัปชัน ข่าวเบื้องหลังเส้นทางการค้ายาเสพติด ฯลฯ

นอกจากนี้ ยังสามารถจำแนกประเภทของข่าวได้ตามพื้นที่ที่เกิดข่าวนั้น สามารถแบ่งข่าวได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. **ข่าวในประเทศ** (national news) หมายถึงข่าวที่เกิดขึ้นภายในประเทศไทย ทุกภูมิภาค และทุกจังหวัด หรือกล่าวได้ว่าเป็นข่าวที่เกิดขึ้นทุกพื้นที่ของประเทศไทย ทั้งนี้ข่าวในประเทศยังสามารถจำแนกย่อยตามพื้นที่ได้เป็น 2 ส่วน คือ ข่าวส่วนกลางและข่าวส่วนภูมิภาค

1.1 ข่าวส่วนกลาง (central news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.2 ข่าวส่วนภูมิภาค (local news) เป็นข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตามภูมิภาคต่างๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ จะมีศูนย์ข่าวประจำภูมิภาคต่างๆ และมีผู้สื่อข่าวท้องถิ่นที่จะ รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ไปยังสถานีแม่ข่ายที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร หากเป็นการนำเสนอข่าวในพื้นที่ที่สถานีตั้งอยู่ จะเรียกข่าวนี้อีกว่า ข่าวท้องถิ่น

2. **ข่าวต่างประเทศ** หมายถึง ข่าวที่เกิดขึ้นที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น ข่าวที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น จีน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ลักษณะการได้มาของข่าว ได้แก่

1. **Active news** หมายถึง ข่าวที่ได้มาจากผู้สื่อข่าวต้องออกไปแสวงหาหรือรวบรวมด้วยตนเอง โดยการสื่อข่าวตามสถานที่ต่างๆ หรือบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว ซึ่งบางครั้งอาจเป็นข่าวประเภทเจาะลึกหรือสืบสวน (investigative news) ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของผู้สื่อข่าวเป็นอย่างมากทีเดียว
2. **Passive news** หมายถึง ข่าวที่ได้มาจากเอกสารที่ส่งมายังสำนักงานข่าว โดยผู้สื่อข่าวไม่ต้องออกไปแสวงหาหรือรวบรวมด้วยตนเอง ข่าวประเภทนี้ได้แก่ข่าวแจก (news release) หรือเอกสารประชาสัมพันธ์หน่วยงานต่างๆ ประกาศ แถลงการณ์ ฯลฯ ซึ่ง

บางครั้งข่าวดังกล่าวบางชิ้นก็เป็นเบาะแสข่าว (news tip) ได้เป็นอย่างดี สามารถนำมาปรับปรุงหรือแสวงหารายละเอียดจนเป็น active news ได้ (ฉอาน วุฒิภักดิ์ภักดิ์, 2536)

แหล่งข่าว (news source)

ชนิดของแหล่งข่าว

การแบ่งชนิดของแหล่งข่าว จึงอาจแบ่งได้ตามลักษณะที่มาของข่าวคือ

1. **พื้นที่เหตุการณ์** โดยอาศัยการสังเกตการณ์ (direct observation) ของผู้สื่อข่าว การสังเกตการณ์ในพื้นที่เกิดเหตุการณ์ จะทำให้ผู้สื่อข่าวได้เห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการสังเกตทุกอย่างที่เกิดขึ้น
2. **แหล่งข่าวประจำ (beats)** หมายถึง บุคคลหรือสถานที่ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของข่าวที่ผู้สื่อข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการให้ไปติดต่อหาข่าวอยู่เป็นประจำทุกวัน หรือทุกสัปดาห์ หรือเป็นระยะๆ แล้วแต่สถานการณ์
3. **แหล่งข่าวพิเศษ (volunteers)** หมายถึง แหล่งข่าวที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับนักข่าว เป็นการส่วนตัว หรืออาจจะเป็นพลเมืองดีเขียนจดหมายร้องทุกข์ หรือโทรศัพท์มาชี้เบาะแสการกระทำที่แสวงหาผลประโยชน์จากสาธารณชนของบุคคลบางคนบางกลุ่ม
4. **แหล่งข่าวจากสำนักข่าว (news agencies) หรือ องค์กรขายข่าว (news syndicates)** หมายถึง องค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินกิจกรรม “ขาย” ข่าวให้แก่สมาชิกหรือลูกค้า สำนักข่าวมีทั้งเป็นสำนักข่าวของรัฐและสำนักข่าวของเอกชน มีทั้งสำนักข่าวในประเทศ ได้แก่ สำนักข่าวไทยขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.) และสำนักข่าวระหว่างประเทศ เช่น สมาชิกหรือลูกค้าของสำนักงานข่าว จะได้รับทราบข่าวที่เกิดขึ้นในชุมชน และประเทศต่างๆ ผ่านทางโทรเลขบ้าง สายเคเบิลบ้าง จึงเรียกสำนักข่าวอีกชื่อหนึ่งว่า Wire Services
5. **แหล่งข่าวจากสิ่งตีพิมพ์ (publications)** แหล่งข่าวแหล่งนี้อาจจะเป็นแผ่นประกาศ แถลงการณ์ ใบปลิว หรือเป็นนิตยสาร วารสาร ที่มีเนื้อหาน่าสนใจ นอกจากนั้น ก็อาจจะเป็นเอกสารที่ตีพิมพ์ เพื่อเผยแพร่ทางวิชาการ ตลอดจนข่าวแจก (press release) จาก หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐหรือเอกชน ที่ต้องการเผยแพร่ผลงานของตนสู่สาธารณชนเหล่านี้เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตข่าว

การแบ่งขั้นตอนการผลิตข่าว John Hartley and others (1985) ได้แบ่งขั้นตอนการผลิตข่าวออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. **การวางแผนผลิต (planning)** การวางแผนเป็นขั้นตอนหนึ่ง ของการผลิตรายการข่าวที่มีความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อช่วยลดปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากสิ่งที่ไม่ได้คาดฝันเอาไว้ล่วงหน้า อีกทั้งยังเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตอีกด้วย องค์กรข่าวจะต้องเตรียมพร้อมสำหรับการรับรู้เหตุการณ์ที่จะเข้ามาใหม่ตลอดเวลา การวางแผนผลิตรายการข่าวขึ้นอยู่กับทิศทางของแนวนโยบาย และโครงสร้างขององค์กรด้วย ตัวอย่างของการวางแผนผลิต เช่น การประชุมกองบรรณาธิการ (editorial conference) เพื่อกำหนดสิ่งต่างๆ ไว้ล่วงหน้าว่าจะเสนอหัวข้อหรือประเด็นอะไรบ้าง พิจารณาคูณค่าของข่าว ตลอดจนแง่มุมที่จะเสนอออกไป คัดเลือกข่าว จัดลำดับความสำคัญของข่าว เลือกเรื่องที่จะออกไปทำข่าว จัดเตรียมหรือกำหนดงานให้ผู้สื่อข่าว กองบรรณาธิการยังต้องพิจารณาข่าวที่เกิดใหม่ มีอะไรน่าสนใจเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข่าวที่ทันสมัยที่สุดเป็นต้น เนื่องจากข่าวมีลักษณะธรรมชาติอย่างหนึ่งคือ เป็นสินค้าที่เก่าเร็ว มีอายุการใช้งานสั้นมาก การวางแผนจึงเป็นการเตรียมรับสิ่งที่ไม่สามารถคาดเดาล่วงหน้าได้เอาไว้ด้วย
2. **รวบรวมข่าว (gathering)** การรวบรวมข่าว หรือการสื่อข่าว เป็นขั้นตอนแสวงหาและรวบรวมเรื่องราวข้อเท็จจริงต่างๆ ซึ่งเปรียบเสมือนวัตถุดิบในการผลิตข่าว จากนั้นจึงส่งต่อไปยังห้องข่าว (news room) และโต๊ะข่าว (news desk) เพื่อพิจารณารายงานออกมาเป็นข่าวต่อไป ผู้สื่อข่าวหรือนักข่าวซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่รวบรวมเหตุการณ์หรือให้ได้มาซึ่งข่าว จำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนอบรมเพื่อให้มีแนวทางปฏิบัติ เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ยึดถือปฏิบัติกันมา ประสบการณ์ ตลอดถึงการเรียนรู้ เพื่อให้มีความเข้าใจในความหมาย คุณลักษณะและคุณค่าของข่าว เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้สื่อข่าวที่จะสามารถรายงานเหตุการณ์ซึ่งเป็น “วัตถุดิบ” ออกมาเป็นข่าว เนื่องจากผู้สื่อข่าวเป็นผู้รวบรวมข้อเท็จจริงของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น งานของผู้สื่อข่าวจึงต้องรับผิดชอบต่อความถูกต้องในเรื่องที่รายงานออกไป งานของผู้สื่อข่าวต้องพบปะกับบุคคลแหล่งข่าว
3. **การคัดเลือกข่าว (selection)** กระบวนการคัดเลือกข่าว และจัดลำดับข่าว เป็นวงจรการผลิตข่าวซึ่งจะเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ (editorial staff) กระบวนการนี้เริ่มขึ้นหลังจากผู้สื่อข่าวส่งข่าวเข้าไปห้องข่าว ต่อจากนั้นข่าวจะถูกเลือกโดยบรรณาธิการข่าวซึ่งมีหน้าที่ตัดสินใจว่าจะเลือกข่าวไหน เพื่อจะผลิตเป็นข่าวที่สมบูรณ์ต่อไปโดยพิจารณาประเด็นสำคัญของข่าว อาจจะมีการเรียบเรียงข่าวเสียใหม่ เพื่อให้

เป็นไปตามรูปแบบที่ องค์กรข่าวกำหนดไว้หรือที่เรียกว่า House style มีการขัดเกลา ตัดต่อข้อความให้มีความสละสลวยกะทัดรัด หรือตัดตอนรายละเอียดบางตอนให้สั้นลงจนกระทั่งถึงขั้นตัดสินใจเสนอข่าวออกไปยังผู้ชม ผู้ทำหน้าที่คัดเลือกข่าวนั้นจึงเป็น ผู้เฝ้าประตูสาร (gatekeeper) ที่สำคัญ เพราะเป็นผู้ควบคุมการไหลผ่านของข่าว (news flow) โดยตรง ขั้นตอนการคัดเลือกข่าวจัดเป็นขั้นตอนที่ให้ความสำคัญกับผู้ชม ต่างจากขั้นตอนการรวบรวมข่าวที่ให้ความสำคัญกับแหล่งข่าว

4. **เสนอข่าว (presentation)** ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตข่าว ซึ่งข่าวโทรทัศน์จะพร้อมที่จะนำเสนอไปยังผู้ชมในขั้นตอนนี้ หลังจากมีการตรวจแก้ไขครั้งสุดท้ายเสร็จแล้ว ข่าวจะอยู่ในรูปบทข่าว (script) ลำดับการนำเสนออาจยืดหยุ่นได้เพื่อไว้สำหรับการรายงานข่าวที่เข้ามาคว้น ผู้อ่านข่าวจะตรวจทาน และซ้อมอ่าน (rehearsed) บทข่าว ขณะเดียวกันฝ่ายที่รับผิดชอบด้านภาพข่าว ก็จะมีการตัดต่อภาพข่าวให้มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับบทข่าวโทรทัศน์ ติดต่อประสานกับฝ่ายต่างๆ ซึ่งรับผิดชอบในการแพร่ภาพออกอากาศ

กล่าวโดยย่อๆ ในขั้นนี้ ผู้อ่านข่าว จะเป็นผู้ผสมผสานและเชื่อมโยงรายการข่าวให้เกิดความกลมกลืนร่วมกับบุคลากรฝ่ายอื่นๆ ที่ทำงานอยู่เบื้องหลังจอโทรทัศน์ จนกระทั่งปรากฏภาพบนจอโทรทัศน์ของผู้ชมที่บ้าน

กระบวนการทำข่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แนวความคิดดังนี้

แนวคิดแรกมีลำดับขั้นตอนคือ เริ่มจากเหตุการณ์ต่างๆ ในโลกที่เกิดขึ้นอย่างไม่สามารถคาดการณ์ได้ และเป็นเหตุการณ์ที่แปลกไปจากภาวะปกติ สื่อมวลชนจะมีการตอบสนองโดยการนำเกณฑ์การเลือกข่าวเข้าไปจับ ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้นั้นย่อมมีปัจจัยสำคัญประกอบอยู่ด้วยเสมอ จากนั้นนักข่าวจะประมวลเรื่องราวที่ถูกเลือกสรรมาแล้วให้อยู่ในรูปของการรายงานข่าว แล้วนำข่าวที่ได้เลือกแล้วนั้นมารายงานให้แก่สาธารณชนได้ทราบ ซึ่งผู้รับจะให้ความสนใจหรือไม่ก็แล้วแต่ข้อมูลที่ส่งออกไป จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาต่างๆ กันจากสาธารณชนซึ่งก็ได้เลือกสรรที่จะรับข่าวและเลือกตอบสนองในระดับหนึ่งเช่นกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

เหตุการณ์ → เกณฑ์เลือกข่าว → รายงานข่าว → ความสนใจในข่าว

แนวความคิดที่สอง เริ่มต้นจากการที่นักข่าวรู้ว่า เรื่องใดเป็นที่สนใจของประชาชน แล้วนำความสนใจนั้นมาเป็นเกณฑ์ในการเลือกข่าว โดยเกณฑ์นี้จะมีลักษณะคงที่และคงทน รวมทั้งนำข้อบังคับหรือข้อเรียกร้องขององค์กร รวมทั้งประเภทของข่าวเข้ามาร่วมพิจารณาด้วย เหตุการณ์ที่ถูกนำมาเป็นข่าว จะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อสอดคล้องกับเกณฑ์การเลือกข่าวนั้น การรายงานข่าวก็จะต้องเขียนให้เข้ากับเกณฑ์ของข่าวที่องค์กรระบุไว้ ไม่ใช่เขียนโดยการอ้างความเป็นจริงที่เกิดขึ้นหรือเขียนตามที่ผู้รับต้องการเท่านั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ความสนใจข่าว → เกณฑ์การเลือกข่าว → เหตุการณ์ → รายงานข่าว

จากการศึกษาของธีรรัตน์ พันทวี (2537) เรื่องการวิเคราะห์กรอบของกระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์ ได้นิยามว่ากระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์ หมายถึง การปฏิบัติงานข่าวโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวของแต่ละสถานี ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกประเด็นในการทำข่าว การมอบหมายงาน การสื่อข่าว การเขียนข่าว การติดต่อเทปบันทึกภาพข่าว การคัดเลือกข่าวเพื่อออกอากาศ การจัดเรียงลำดับประเด็นในการนำเสนอ และการนำเสนอข่าวออกอากาศทางโทรทัศน์

โดยขั้นตอนของการผลิตข่าวโทรทัศน์(ข้อมูลจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5) แต่ละสถานีจะมีการแบ่งฝ่าย(แผนก) ต่างๆ เพื่อแบ่งแยกความรับผิดชอบในการทำข่าว เช่นฝ่ายในประเทศ ฝ่ายภูมิภาค ฝ่ายต่างประเทศ ฝ่ายกีฬา ฝ่ายผลิต ฝ่ายสื่อสาร และฝ่ายธุรการ เป็นต้น โดยกระบวนการผลิตนั้นจะเน้นหนักที่ฝ่ายในประเทศ จะมีการแบ่งสายในการทำข่าว ซึ่งแต่ละสถานีก็จะมีลักษณะการแบ่งที่แตกต่างกันออกไป เช่น สายการเมือง สายเศรษฐกิจ สายอาชญากรรม ฯลฯ แต่ละสายจะมีการรับผิดชอบที่ชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน โดยส่วนใหญ่แล้วจะออกไปทำข่าวตามหมายข่าวเป็นส่วนใหญ่ ทีมข่าวที่ส่งไปทำข่าวนั้น ประกอบไปด้วยผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และผู้ช่วย ข่าวที่ได้มานั้น จะเข้าสู่ฝ่ายผลิตเพื่อทำการตัดต่อ รีไรต์ (rewrite) โดยมีบรรณาธิการประจำวัน ทำหน้าที่ประสานว่าแต่ละข่าวเข้ามาทางใด คัดเลือกข่าว จัดเรียงลำดับประเด็นข่าวทั้งหมดที่ได้มา แล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนของการนำเสนอข่าวออกทางโทรทัศน์

การนำแนวคิดเรื่องข่าวมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์นี้ ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการของข่าว ในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องมายาคติ

แนวคิดเรื่องภาพ และเสียง

มีคำพูดที่ว่า “ภาพๆ เดียว สื่อความหมายได้มากกว่าคำพูดพันคำ” (a picture says more than thousand words) หรือสุภาษิตไทยที่ว่า “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น” แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อความหมายด้วยภาพ และจากการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ พบว่า การรับรู้ของมนุษย์ด้วยประสาทสัมผัสทางตา มีการรับรู้ได้สูงสุด เมื่อเปรียบเทียบกับรับรู้จากประสาทสัมผัสส่วนอื่นๆ และในเรื่องที่เกี่ยวกับความทรงจำ มนุษย์สามารถจดจำสิ่งที่เห็นได้ถึงร้อยละ 40 จดจำสิ่งที่ได้ยินเพียงร้อยละ 20 เมื่อเป็นเช่นนี้ การสื่อสารด้วยภาพจึงมีความสำคัญและมีประสิทธิภาพสูงในการสื่อความหมาย เพราะมีผลต่อการรับรู้และการจดจำของมนุษย์ได้ดีทางหนึ่ง (ประชัน วัลลิโก, 2530) คนดูภาพจะได้รับสารเชิงการรับรู้ (perceptual message) และสารเชิงวัฒนธรรม (cultural message) ในลักษณะที่เป็นสารตัวเดียวกันและในเวลาเดียวกัน

การศึกษาคุณภาพการใช้ภาพและเสียงในงานของสื่อสารมวลชน Art Silverblatt (1995 : 89 – 125) ได้เรียกว่า คุณค่าในด้านการผลิต (production value) ซึ่งจะศึกษารูปแบบและคุณภาพในการนำเสนอของสื่อมวลชน ด้วยรูปแบบภาพและเสียงที่สามารถรับรู้ได้ชัดเจน สามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้ชมให้เกิดอารมณ์คล้ายตามเนื้อหา ทำให้การสื่อสารบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่สื่อได้ตั้งไว้ โดยการศึกษาคุณค่าในด้านการผลิต จะพิจารณาครอบคลุมองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. การตัดต่อ (edition) คือ การเลือกและเรียบเรียงเหตุการณ์ ต้องคำนึงถึงเนื้อหาหลักของเรื่องเป็นสำคัญ โดยการเลือกต้องทำด้วยความยุติธรรมและเป็นกลาง เพราะการเลือกนำเสนอหรือไม่นำเสนอสิ่งหนึ่งสิ่งใดย่อมมีผลต่อความเข้าใจ และการตัดสินใจของผู้ชมในประเด็นนั้นๆ เช่นเดียวกับการเรียบเรียงเหตุการณ์ที่จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ และลำดับความสำคัญของเรื่องที่น่าเสนอ
2. สีและแสง (color and lighting) การเลือกใช้สีและแสงที่เหมาะสมจะมีส่วนช่วยสร้างอารมณ์ความรู้สึก อันมีผลต่อการรับรู้ ตีความหมายของเหตุการณ์ เพราะสีและแสงที่ต่างกันจะให้ความหมายหรือสร้างอารมณ์ที่ต่างกัน เช่น การใช้แสงสว่างจ้า (hard light) จะให้ความหมายในด้านบวก อาทิ ความบริสุทธิ์ มีชีวิตชีวา สนุกสนานร่าเริง แต่การใช้แสงสลัว (dim light) มีความหมายในด้านลบ เช่น ความตาย ความชั่วร้าย แรงกดดัน สิ่งผิดปกติ การซ่อนเร้น
3. การเคลื่อนไหว (movement) ทิศทางและจังหวะในการเคลื่อนไหวมีส่วนสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เนื้อหา โดยเฉพาะจังหวะในการนำเสนอภาพข่าวแต่ละภาพเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมศึกษารายละเอียดของภาพ ว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น และเกิดขึ้นอย่างไร นอกจากนี้ ทิศทางในการเคลื่อนไหวของกล้อง ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกที่ต่างกัน เช่น
 - เคลื่อนไหวตรงเข้าหาผู้ชม หมายถึง ความเป็นมิตร (กรณีเป็นการทักทายของคนคุ้นเคย) ในทางตรงกันข้ามอาจเป็นความก้าวร้าวหรือการขู่เข็ญ
 - เคลื่อนไหวออกจากผู้ชม หมายถึง การละทิ้ง เลิก
 - เคลื่อนไหวขึ้นข้างบน มักใช้ในความหมายทางบวก เช่น สวรรค์ ความสำเร็จ
 - เคลื่อนไหวลงข้างล่าง มักใช้ในความหมายทางลบ เช่น ความพ่ายแพ้
4. มุมกล้อง (angle) คือระดับของกล้องในการจับภาพวัตถุ ซึ่งมุมกล้องที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ชมวัตถุนั้นๆ ด้วย เช่น กล้องจับภาพคนจากมุมสูง (high angle) ทำให้คนนั้นดูตัวเล็ก อ่อนแอ ตั่นกลัว ต้องการความช่วยเหลือ แต่หากกล้องจับภาพคนจากมุมต่ำ (low angle) คนๆ นั้นจะดูว่ามีความสำคัญ มีอำนาจ
5. ภาพลักษณ์ที่มีความหมายแฝง (connotative image) เป็นการใช่วัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแสดงภาพลักษณ์ที่มีความหมายแฝงให้แก่ผู้ชม เช่น น้ำ หมายถึงความสดชื่น ความ

สะอาด ความบริสุทธิ์ การเกิดขึ้นใหม่ ซึ่งหากสื่อมวลชนนำวิธีการนี้มาใช้ในการจัดของประกอบฉาก (prop) จะสามารถสื่อความหมายบางอย่างให้แก่ผู้ชมได้ เช่น ในรายการข่าว ที่แทน ผู้ประกาศข่าวมีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นของประกอบฉาก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถานีให้ดูทันสมัย

6. การแสดง (performance) สามารถแบ่งทักษะในการแสดงเป็น 2 อย่างคือ

6.1 ทักษะการแสดงแบบอวัจนภาษา (nonverbal performance skills) การศึกษาพบว่า 65 % ของการสื่อสารระหว่างบุคคล จะเป็นการสื่อสารโดยไม่ใช้ทักษะเกี่ยวกับภาษา ซึ่งทักษะด้านนี้เช่น

- การประสานสายตา (eye contact) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้ผู้ชมเกิดความเชื่อถือในตัวพิธีกร หรือผู้ประกาศข่าว
- ลักษณะท่าทาง (gesture) ต้องจัดทำท่าให้เหมาะสม เป็นธรรมชาติ
- การแสดงสีหน้า (facial expression) มักเป็นปฏิกิริยาอัตโนมัติของร่างกายที่สะท้อนให้ทราบอารมณ์ความรู้สึกของผู้พูดในขณะนั้น
- เครื่องแต่งกายและการแต่งหน้า (costume and make up)

6.2 ทักษะการแสดงแบบวัจนภาษา (verbal performance skills) นักสื่อสารมวลชนต้องพัฒนาทักษะการใช้ภาษาในด้านต่างๆ ซึ่งการแสดงทักษะด้านการใช้เสียงอย่างมี คุณภาพจะมีส่วนให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เช่นระดับความดังเบาของเสียง (volume) ต้องพอดี น้ำเสียง (tone) โทนต่ำจะทำให้น่าเชื่อถือ มีอำนาจ ต้องใส่อารมณ์ความรู้สึกในการใช้เสียง (feeling) เพื่อแสดงความสนใจของพิธีกร หรือผู้ประกาศข่าวที่มีต่อเรื่องนั้นๆ

7. เสียง (sound) ในการผลิตงานสื่อสารมวลชน มีเสียง 3 แบบ ก็อบทสนทนา (dialogue) ดนตรี (music) เสียงบรรยากาศ (background) โดยนักสื่อสารมวลชนอาจใช้เสียงในรูปแบบต่างๆเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาแฝงบางอย่างให้ผู้ชมรับทราบ เช่น ในการทำสcoop ข่าว (scoop) เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีเงื่อนงำน่าสงสัย อย่างคดีทุจริตคอร์รัปชัน การฆาตกรรม มักใช้ดนตรีที่ฟังดูลึกลับ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามชม

สุภาพร โพธิ์แก้ว (1993) ได้ทำการศึกษาภาพตัวแทนของเมืองไทยในโทรทัศน์ออสเตรเลีย โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโทรทัศน์เกี่ยวกับเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ได้สรุปไว้ว่า

กลยุทธ์การวางขอบเขตแห่งความหมายในข่าวโทรทัศน์ ประกอบด้วย

1. การจัดการกับภาพ (visual Manipulation) หมายถึงการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือเป็นวิถีทางในการสร้างอิทธิพลต่อคนดูให้มีปฏิกิริยาต่อภาพตามเจตน์เจานของผู้ส่งสาร เครื่องมือ ทั้งหมดที่จะถูกนำมาใช้จะประกอบด้วยกลุ่มกลยุทธ์ใหญ่ๆ 2 กลุ่มคือ

1.1 การจัดองค์ประกอบภาพ (composition of image)

การใช้เครื่องมือนี้ หมายถึง กระบวนการจัดองค์ประกอบต่างๆ ในภาพ เช่น ตัวละคร/ผู้ปรากฏตัวในภาพ สถานที่/ฉากกิจกรรมในภาพนั้น โดยการจัดวางตำแหน่งทั้งทางกายภาพและทางสังคมไว้ให้สัมพันธ์กับมุมมอง/ตำแหน่งที่แน่นอนอันหนึ่งของผู้ดู ซึ่งหมายความว่า เป็นการกำหนดจุดยืนและมุมมองของคนดูนั่นเอง โดยผ่านเทคนิคทางภาพดังนี้

- การใช้มุมกล้องแนวตั้ง (camera angle) เนื่องจากผู้ดูทุกคนมีรหัสเดียวกับผู้ถ่ายภาพ คือ หากมีการใช้มุมกล้องจากที่สูงและถ่ายกดลงมา คนดูจะได้รับความรู้สึกว่ายู่เหนือสิ่ง/คนที่อยู่ในภาพ ถ้าถ่ายด้วยมุมกล้องที่อยู่ต่ำกว่า และถ่ายช้อนขึ้นมา คนที่อยู่ในภาพก็จะมีฐานะเหนือกว่า วิธีการกำหนดมุมกล้องเช่นนี้สอดคล้องกับประสบการณ์ที่เป็นจริงในการดูของคนทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ภาพในข่าวโทรทัศน์ มีภาพที่ถูกถ่ายทั้งด้วย มุมกล้องสูงและต่ำตามลักษณะของเนื้อหา โดยมีบางภาพที่อาจจะเกิดจากความ ตั้งใจของผู้ถ่ายเช่น ภาพทหารที่กำลังเดินหน้าเข้าหาฝูงชนจะถูกถ่ายจากมุมต่ำและถ่ายช้อนขึ้นมา เพื่อแสดงให้เห็นว่าอำนาจระหว่างทหารกับประชาชนนั้นไม่เท่าเทียมกัน โดยทหารเป็นฝ่ายมีอำนาจเหนือกว่า ภาพที่ถูกถ่ายกดจากมุมกล้องสูงจะเป็นภาพของผู้ชุมนุมที่ถูกยิงตายและจับกุม

- ระยะใกล้ชิดในการใช้มุมกล้องในแนวนอน (proximity) ระยะใกล้ไกลของภาพเป็นระบบสัญญาณที่บ่งบอกถึงความเกี่ยวข้องกับคนดูดังคำกล่าวที่ว่า “เป็นเรื่อง ใกล้ตัว/ใกล้ตัว” การถ่ายแบบ close-up, medium shot, long shot ไม่ได้เป็นเพียงระยะทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังถูกใส่ความหมายให้เป็นความใกล้ไกลทางจิตใจ และอารมณ์อีกด้วย ซึ่งเท่ากับเป็นการเน้นความสำคัญของเรื่องราวและการดึงคนดูเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

ผลการวิจัยพบว่าในระยะแรกๆ ของการเสนอข่าวโทรทัศน์นั้นจะเป็นภาพแบบ Long shot (ถ่ายระยะไกล) เป็นส่วนใหญ่ แต่ในระยะหลังๆ จะมีการใช้ภาพที่ถ่ายในระยะใกล้มากขึ้นทุกที

- การกำหนดฝ่าย (identification) เมื่อเราดูภาพยนตร์ มุมกล้องจะเป็นตัวกำหนดจุดยืนของคนดูว่าจะให้คนดู “เป็นฝ่าย(identify)” กับตัวละครตัวใดในเรื่อง หากมุมกล้องพาคนดูตามหลังผู้ร้ายไป คนดูก็ต้องมองไปจากมุมของผู้ร้ายและเป็นผู้ร้ายไปโดยปริยาย ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า มุมกล้องที่ใช้ นั้นจะทำให้คนดู identify กับฝ่ายผู้ชุมนุมประท้วงเป็นส่วนใหญ่

- การมีปฏิสัมพันธ์แบบจินตนาการ (imaginary interaction) เทคนิคดังกล่าวนี้เกือบคล้ายๆ กับเรื่อง identification หากทว่ามีความชัดเจนกว่า คือ เทคนิคของการถ่ายภาพ นอกจากจะพาดคนดูตามหลังกับตัวละครบางตัวในเรื่องแล้วยังทำให้คนดูสร้างจินตนาการว่าได้มีปฏิสัมพันธ์ (interaction) กับตัวละครหรือกับเหตุการณ์ต่างๆ ในเรื่อง กล่าวคือ นอกจากจะยืนอยู่มุมเดียวกับกล้องแล้ว คนดูยังคิดอย่างเดียวกัน รู้สึกอย่างเดียวกัน และอาจจะมีปฏิกริยาร่วมไปอย่างเดียวกับตัวละครที่ผู้ชม identify ด้วย ตัวอย่างของเทคนิคด้านข่าวที่ถูกนำมาใช้บ่อยครั้งคือ “การหันมาหาผู้ดูโดยตรง” (direct address) ดังเช่นที่เราคุ้นเคยกันในชีวิตประจำวัน ในการดูข่าวเมื่อผู้รายงานข่าวกล่าวว่า “ท่านผู้ชมทางบ้านครับ...” ผลการวิจัย จะพบว่าตัวละครมากมายในข่าวที่จะ “เรียกผู้ชม” เข้าไปหาโดยตรงเช่น ผู้อ่านข่าว ผู้รายงานข่าว ประชาชนผู้ให้สัมภาษณ์ พยานในเหตุการณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้สังเกตการณ์ ฯลฯ เมื่อเวลาถ่ายภาพบุคคลเหล่านี้พูดกับผู้ชมทางบ้านโดยตรง (ผ่านกล้อง) กรณีที่ชัดเจนที่สุดในตัวอย่างที่ศึกษาคือ การถ่ายภาพคนเจ็บที่มองมาที่กล้อง และมีเสียงของตัวคนเจ็บเองพูดให้ผู้ชมทราบโดยตรงว่า “สิ่งที่พวกเราต้องการก็มีเพียงแค่ประชาธิปไตยเท่านั้น”

1.2 การวางตำแหน่งของภาพ (Juxtaposition of image)

หมายถึง การนำเอาภาพต่างๆ มาร้อยเรียงเอาไว้ด้วยกัน ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของข่าวโทรทัศน์นั้นจะประกอบด้วยภาพที่ถ่ายแยกๆ กันมาร้อยเรียงเอาไว้ด้วยกันให้เป็นเรื่องขึ้นมา การที่จะตีความภาพทั้งหมดที่ถูกนำมาร้อยเรียงเข้าด้วยกันออกมาในลักษณะใดย่อมขึ้นอยู่กับวิธีการร้อยเรียงและบริบทของภาพนั้น ซึ่งมีกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการกับภาพอยู่ 3 ประการดังนี้

- การสร้างข้อสรุปจากการเห็นภาพย่อยๆ ที่สั่งสมกันมา (generalization through cumulation) เนื่องจากธรรมชาติของภาพนั้นจะชวนให้ผู้ดูนำไปสู่ข้อสรุปได้ยากกว่าภาษา ทั้งนี้เพราะภาษา (verbal) มีเทคนิคหลายอย่างที่จะช่วยในการสร้างข้อสรุปรวม (generalization) เช่น การใช้คำสรรพนาม หรือคำรวมๆ อาทิ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ ประชาชนทั้งหลาย ฯลฯ แต่ทว่าภาพนั้นจะบ่งบอกถึงแต่สิ่งที่ป็นรูปธรรมมากกว่านามธรรม ดังนั้น เทคนิคที่ภาพจะต้องกระทำก็คือต้องดึงตัวละครจากลักษณะ “ปัจเจก” ให้ขึ้นไปสู่การเป็น “ภาพรวม” เช่น ภาพของพลตรีจำลอง ศรีเมือง ซึ่งถ้าถ่ายอย่างธรรมดา ก็เป็นพลตรีจำลองเฉยๆ แต่เมื่อกล้อง close-up ไปที่ภาพพลตรีจำลองที่กำลังนั่งหลับตาแบบปริศนาลึกลับแล้วถ่ายเลื่อนมา close-up ที่มีมือที่มีสายประจำซึ่งพลตรี

จำลองกำลังสวดอยู่ ภาพเช่นนี้ยกระดับ พลตรีจำลองจากการเป็น “ปัจเจก” คนหนึ่ง ให้กลายเป็นภาพตัวแทนของผู้รักสงบ เครื่องศาสนา และทำการประท้วงอย่างสันติ เป็นต้น

- การนำภาพมาวางคู่กันให้ดูเสมือนว่าเป็นเหตุเป็นผลกัน (propinquity for causality) อันที่จริงภาพเป็นสื่อที่มีขีดจำกัดที่จะบอก “ความเป็นสาเหตุ ผลลัพธ์” ในตัวเองไม่ได้ เหมือนสื่อภาษาที่สามารถระบุได้เลยว่า “เพราะสาเหตุนี้ ดังนั้น...” ดังนั้นจึงต้องมีวิธีการร้อยเรียงภาพ ให้นำไปสู่ความหมายของการเป็นสาเหตุและผลลัพธ์ด้วยการนำมาเข้าคู่กัน

ตัวอย่างที่พบในการวิจัยคือ ภาพของผู้ประท้วงที่ทำกิจกรรมหลายๆอย่าง เช่น ทำลายข้าวของสินทรัพย์ของทางราชการ จุดไฟเผา/การปาระเบิดของแก๊งค์มอเตอร์ไซด์ ฯลฯ ภาพเหล่านี้จะถูกนำมาวางหลังภาพที่ประชาชนถูกยิงและถูกจับกุม วิธีวางภาพแบบนี้ทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงได้ว่าอะไรเป็นเหตุ และอะไรเป็นผลลัพธ์ของเหตุการณ์

- การใช้ภาพเพื่อสร้างความเชื่อมโยงจินตนาการ (associational juxtaposition) เป็นการจับภาพมาคู่กันไม่ว่าจะ โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม และนำพาให้ผู้ชมเชื่อมโยง 2 ภาพนั้นเข้าด้วยกัน แม้จะไม่ใช่เหตุผลต่อเนื่องกัน แต่ก็บ่งบอกเป็นนัยๆ ว่า สองเรื่องนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอยู่ ผลการวิจัยพบว่า ในเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งระหว่างสองฝ่ายนั้น กลยุทธ์แบบนี้นำมาใช้อย่างมาก ตัวอย่างเช่น มีภาพของฝูงชนปรากฏอยู่ทางด้านขวาของจอ และมาปรากฏหลังจากภาพของกองทหารที่มาจากด้านซ้ายของจอ การวางภาพคู่กันแบบนี้ ก็แสดงให้เห็นความขัดแย้งระหว่างสองฝ่ายเช่นกัน

2. การวิเคราะห์เชิงกระบวนทัศน์ (paradigmatic analysis) กลยุทธ์นี้ เกี่ยวข้องกับ กระบวนการที่ใช้ในการคัดเลือกเหตุการณ์ (selection) และการจำแนกประเภทเหตุการณ์ให้รวมกันเป็นหมวดหมู่ (categorization) การวิเคราะห์ภาพข่าวโทรทัศน์มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

2.1 เนื่องจากเหตุการณ์ที่จะนำมาเป็นข่าวได้นั้น ต้องประกอบด้วยความใหม่สด (recent) เป็นเรื่องของชนชั้นนำของสังคม (elite) เป็นเรื่องในทางลบ (negative) และเป็นเรื่องแปลกประหลาด

ภาพข่าวโทรทัศน์เรื่องเหตุการณ์พฤษภาทมิฬนั้น เมื่อถูกนำเสนอได้มีการคัดเลือกที่ตรงตามคุณสมบัติของข่าวที่ระบุเอาไว้หลายประการ เช่น

- คุณสมบัติของความสดใหม่ ดังปรากฏในคำบรรยายภาพข่าวว่า “วันนี้ เมื่อคืนนี้...” หรือวิธีการให้นักข่าวของตนรายงานสดจากพื้นที่ที่จะโดยผ่านโทรศัพท์ หรือส่งมาเป็นภาพแบบต่างๆ ก็ตาม
- คุณสมบัติของเรื่องร้ายๆ ในทางลบ ในการเปิดข่าวพฤษภาทมิฬนั้น ผู้อ่านข่าว จะนั่งอยู่หน้าจอ โดยมีภาพข้างหลังเป็นแผนที่ประเทศไทยสีแดง พร้อมกับตัวอักษรเขียนว่า “ประท้วง” (protest) จากนั้นมีคำบรรยายประกอบว่า “ได้เกิดเหตุการณ์รุนแรงขึ้นอีกครั้งหนึ่งที่เมืองหลวงของประเทศไทย...” อีกสถานีหนึ่งใช้คำบรรยายว่า “ในประเทศไทยเกิดเหตุการณ์นองเลือดที่คล้ายกับเหตุการณ์นองเลือดที่จตุรัสเทียนอันเหมิน...”

การใช้ภาพประกอบข่าวและคำบรรยายข่าวดังกล่าวนี้บ่งบอกว่าผู้ส่งสารต้องการจะให้เหตุการณ์พฤษภาทมิฬ นี้มีลักษณะรุนแรงร้ายแรง และเลวร้ายเหมือนเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็ทุพภิกขภัย น้ำท่วม ภูเขาไฟระเบิด หรือการจลาจลทางการเมืองที่เคยเกิดขึ้นมา การที่ข่าวนำเสนอ “จุดร่วม” ของเหตุการณ์นี้กับเหตุการณ์อื่นๆ ที่เคยเกิดขึ้นมา แทนที่จะเน้น “จุดต่าง” เพื่อประสงคืจะตีกรอบให้ผู้รับสารตีความหมายตามที่คุณผู้ส่งสารต้องการ

- 2.2 การตอกย้ำมายาคติเรื่องความเป็นกลาง (myth of objectivity) ที่เชื่อว่าข่าวคือความจริงแบบดิบๆ ปราศจากการปรุงแต่งใดๆ ทั้งสิ้น เทคนิคที่นำมาใช้เพื่อการนี้ คือการปล่อยเสียงให้บุคคลในข่าวได้ออกเสียงเอง หรือให้ตัวนักข่าวพูดบรรยายว่าตนกำลังอยู่ที่ไหน ด้วยการใช้เสียงจริงในขณะนั้น เป็นต้น
 - 2.3 มีเทคนิคประการหนึ่งของทฤษฎีสัญญาวิทยา ที่เรียกว่า metonymy คือการที่องค์ประกอบเล็กๆ น้อยๆ จะถูกเลือกมาเพื่อยืนยันแทนความเป็นจริงทั้งหมด เทคนิคดังกล่าวนี้จะถูกนำมาใช้มาเช่นกัน
3. การวิเคราะห์แบบ syntagmatic จะเกี่ยวข้องกับการเลือกผสมผสาน (combination) และกระบวนการเล่าเรื่อง (narrativist) การวิเคราะห์แบบนี้จะสนใจกับองค์ประกอบต่างๆ ของการเล่าเรื่อง เช่น ใครเป็นคนเล่า โครงเรื่องของการเล่าเรื่องเป็นอย่างไร ใช้เสียงอะไรมาเล่า ใช้ภาพอะไรมาเล่า เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์พบว่า แม้ในทางทฤษฎีจะมีการแยกแยะระหว่างเรื่องจริงกับเรื่องที่แต่งขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ทว่าในทางปฏิบัติก็แทบจะแยกไม่ออกว่าในขณะที่ข่าวนั้นเป็นเรื่องของคนจริงๆ ที่มีตัวตน แต่ทว่าวิธีการเล่านั้นก็ราวกับว่าเป็นเรื่องแต่งแบบละคร เพราะไม่ว่าจะดูกิริยา (actions) ดูคำพูด ดูปฏิกิริยา (reactions) ของตัวละครนั้น จะถูกนำเสนอในแบบของละคร (dramatize) รวมทั้งบทบาทต่างๆ ของผู้ที่อยู่ใน

เหตุการณ์ก็จะถูกกำหนดให้มีบทบาทเหมือนกับบทของตัวละคร กล่าวคือ มีบทของพระเอก บทของผู้ช่วยพระเอก บทของผู้ส่งสาร เป็นต้น

เมื่อการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบย่อยๆ ของโครงสร้างการเล่า ผู้วิจัยได้พบว่ามีองค์ประกอบของตัวละคร ภาพที่ใช้ (ฉาก) แก่นเรื่องที่มีความขัดแย้ง การดำเนินเรื่อง จุดไคลแมกซ์ และผลลัพธ์สุดท้าย บทสนทนา ซึ่งพิสูจน์ว่า การเล่าข่าวนั้นก็มีได้แตกต่างไปจากการเล่าละครเท่าใดนัก นอกจากนั้นการเล่าเรื่องดังกล่าว ผู้เล่าเองก็มีเป้าหมายที่จะนำ ผู้ชมไปสู่ข้อสรุปในเบื้องลึกบางประการ ดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ “ข้อสรุปสุดท้าย ในเรื่องเล่าดังกล่าว เช่น ประเทศไทยยังไม่ได้เป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง และมีความขัดแย้งระดับรุนแรงนองเลือดอยู่บ่อยครั้ง แม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยจะเจริญเติบโตอย่างน่าพอใจ แต่ยังคงต้องการประชาธิปไตยแบบตะวันตกอยู่ ฯลฯ หรือข้อสรุปที่เป็นสัจธรรมอย่างยิ่งว่า “ประชาธิปไตยแบบตะวันตก” นั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดอยู่อย่างยิ่ง เป็นต้น

แนวคิดเรื่องภาพและเสียงนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงการสื่อความหมายของภาพและเสียง อันเนื่องมาจากรายการข่าวโทรทัศน์นั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งทางภาพและเสียง

แนวคิดเรื่องมายาคติ

มายาคติ คือ ระบบของการสร้างความหมาย ดังนั้น มายาคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของสัญวิทยา หรือศาสตร์ว่าด้วยสัญญาณ ดังนั้นเพื่อเป็นการทำความเข้าใจแนวคิดเรื่องมายาคติ จึงขอทำความเข้าใจกับ สัญวิทยาในเบื้องต้น

สัญวิทยา (semiology) พัฒนามาจากคำในภาษากรีก semeion ที่แปลว่า sign ในทฤษฎีของ นักทฤษฎีทางด้านสัญวิทยา สัญญาณ คือ อะไรก็ได้ที่ก่อให้เกิดความหมายโดยการเทียบเคียงให้เห็นถึงความแตกต่างไปจากสิ่งอื่น และคนในสังคมยอมรับหรือเข้าใจ

O'Sullivan (1983) ได้ให้คำจำกัดความว่า สัญวิทยาเป็นการศึกษาเรื่องของสัญญาณ (sign) รหัส (code) และวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของสัญญาณ และการที่สัญญาณนั้นถูกนำมาใช้ในสังคม โดยมีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. สัญญาณจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ
2. สัญญาณจะต้องมีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวของมันเอง
3. สัญญาณจะต้องถูกนำมาใช้ และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญญาณ

สัญลักษณ์ในฐานะที่เป็นหน่วยพื้นฐานที่สุดของภาษา คือระบบของความสัมพันธ์ที่ สลับซับซ้อนที่เชื่อมโยงระหว่าง รูปสัญลักษณ์ หรือตัวสื่อ/ตัวหมาย (signifier) กับ ความหมายสัญลักษณ์ หรือความคิดที่ รูปสัญลักษณ์ต้องการจะสื่อ/ตัวหมายถึง (signified) สองส่วนนี้ประกอบขึ้นมา เป็นสัญลักษณ์

ภาษาศาสตร์ถือได้ว่าเป็นแม่แบบของสัญวิทยา สัญวิทยาได้นำเอาแนวคิดของภาษาศาสตร์ มาประยุกต์เข้ากับปรากฏการณ์ (ตัวบท) ในความเป็นจริงเราพิจารณาตัวบทเหมือนภาษา โดยตัว ความสัมพันธ์คือสิ่งที่สำคัญที่สุด

วิธีการหาความรู้ของสำนักโครงสร้างนิยม และสัญวิทยา พัฒนามาจากความคิดทางด้าน ภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของ Ferdinand de Saussure ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ทำการศึกษา ความหมายของการกระทำของมนุษย์ โดยดูที่บทบาท หน้าที่ของการกระทำนั้น ในบริบทของสังคม มากกว่าที่จะเป็นการศึกษาตัวพฤติกรรมใดๆ Saussure ได้ชี้ให้เห็นว่า ความหมายของสรรพสิ่งมิได้ ดำรงอยู่ในตัวของสิ่งนั้น แต่อยู่ที่ความสัมพันธ์ของสิ่งนั้นกับสิ่งอื่นๆ ภายใต้ระบบเดียวกัน เขาได้ สร้างความคิดที่ว่า ระบบสังคมต่างหากที่สร้างมนุษย์ สร้างปัจเจกบุคคลขึ้นมาด้วยการต่อยอดบรรดา ระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์และจารีตปฏิบัติต่างๆ ของสังคมไว้ในระดับของจิตไร้สำนึก (unconscious) ของมนุษย์ ดังนั้น หากจะเข้าใจพฤติกรรมการกระทำของมนุษย์ ก็ต้องทำความเข้าใจกับระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์และจารีตปฏิบัติในสังคมนั้น ซึ่งเป็นตัวสร้างและกำหนด ความหมายให้กับพฤติกรรม และการกระทำนั้นๆ

Saussure ได้ให้นิยามของสัญวิทยาไว้ว่า “สัญวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงวิถีชีวิตของสัญลักษณ์ ภายในสังคมที่สัญลักษณ์นั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” หรือสรุปได้ว่า สัญวิทยาเป็นศาสตร์เกี่ยวข้องกับ

1. **สัญลักษณ์** สัญวิทยาจะศึกษาถึงประเภทต่างๆ ของสัญลักษณ์ โดยจะสนใจวิธีการสืบทอด ความหมาย (Meaning) ของสัญลักษณ์เหล่านี้ รวมทั้งวิธีการที่สัญลักษณ์เหล่านี้เข้ามาเกี่ยวพัน หรือเชื่อมโยงกับผู้ใช้นิสัญลักษณ์ เพราะถือว่าสัญลักษณ์เป็นผลผลิตทางความคิดของมนุษย์ การจะ เข้าใจสัญลักษณ์ได้จึงจำเป็นต้องเข้าใจตัวมนุษย์ที่สร้างสัญลักษณ์ด้วย
2. **รหัส/ระบบ** เนื่องจากสัญลักษณ์นั้นเกิดขึ้นมาอย่างเป็นระบบ และระบบที่นำเอาสัญลักษณ์มา ประกอบเข้าด้วยกัน เราเรียกว่า รหัส ซึ่งมีมากมายหลายประเภท แต่ละประเภทก็มี คุณสมบัติที่แตกต่างกัน
3. **วัฒนธรรม** ทั้งตัวสัญลักษณ์และรหัสนั้นถูกสร้าง ถูกใช้ และทำงานภายใต้บริบททาง วัฒนธรรมแบบหนึ่งๆ เท่านั้น หากบริบทเปลี่ยนไป ความหมายของสัญลักษณ์และรหัสก็ จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

การสื่อสาร เป็นการรวมเอาเรื่องของระบบสัญญาณกับการวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยมไว้ด้วยกัน หากขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไป ก็จะสื่อสารกันไม่ได้ การสื่อสารจะเป็นไปได้นั้น ประกอบด้วย การส่งสาร การรับสาร การเข้าใจสารที่ส่ง ผ่านการเข้าใจรหัสที่เป็นตัวกำหนด/กำกับความหมายอีกต่อ ถ้าหากการสื่อสารคือการใส่รหัส (encode) แล้ว การเข้าใจ/การรับสารก็คือการถอดรหัส (decode) นั่นเอง ดังนั้นหัวใจของการสื่อสารจึงอยู่ที่เรื่องของรหัส ส่วนสาระสำคัญของสิ่งที่เรียกว่ารหัสในทฤษฎีการสื่อสารจะประกอบไปด้วย

- (1) รหัสต้องมีมาก่อนผู้ส่งสารและก่อนข้อความที่สื่อ เพราะรหัสเป็นตัวกำหนดว่าจะส่งสารอย่างไร ส่วนคนรับสารก็ต้องเรียนรู้ ทำความเข้าใจรหัสดังกล่าว จึงจะรับสารได้ หรือเข้าใจสารที่ส่งมา
- (2) รหัสเป็นอิสระจากข้อความที่ส่ง การสื่อสารมิใช่เป็นการส่งข้อความ แต่เป็นการส่งสัญญาณภายใต้การกำกับของรหัสชุดหนึ่งเท่านั้น
- (3) รหัสเป็นอิสระจากผู้ส่งสาร และเป็นตัวกำกับว่าผู้ส่งสารจะต้องส่งอย่างไร พูดยังไง ผู้รับจึงจะรู้เรื่อง

เนื่องจากสัตววิทยาให้ความสนใจกับความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญญาณ Roland Barthes ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายตรง และความหมายแฝงที่อยู่ในกระบวนการสื่อสาร

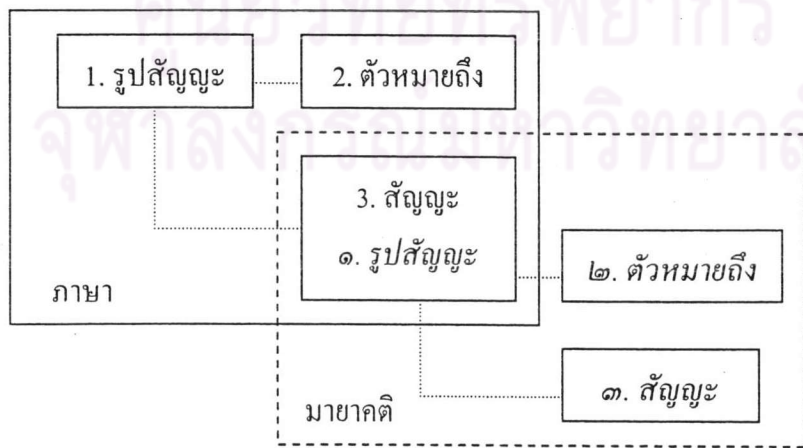
1. การตีความตามความหมายตรงหรือความหมายโดยอรรถ (denotation) เป็นการตีความความหมาย ที่เข้าใจตามตัวอักษร หรือเป็นความหมายในขั้นแรก มักเป็นที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่ เป็นความหมายของสัญญาณที่ถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างเป็นภววิสัย (objective) มีลักษณะที่เป็นสากล คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่ต้องมีการประเมินคุณค่า ตัวอย่างที่เห็นได้ ชัดเจนที่สุดคือ ความหมายที่ระบุอยู่ในพจนานุกรม
2. การตีความหมายโดยนัย (connotation) หรืออาจเรียกว่าเป็นความหมายแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญญาณกระทบกับความรู้สึกรหรืออารมณ์ของผู้ใช้สาร และค่านิยมในวัฒนธรรมของเขา ความหมายในขั้นที่สองนี้ เป็นความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่ม หรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล เป็นความหมายที่ถูกประกอบสร้างอย่างเป็นอัตวิสัย (subjective) ไม่ว่าจะป็นในระดับบุคคลหรือในระดับสังคม และความหมายแฝงจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมในการรับสาร

ในทุกสัญญาณจะประกอบด้วยความหมายทั้งสองควบคู่กันไปเสมอ แต่ว่าในสัญญาณแต่ละประเภทอาจมีสัดส่วนของความหมายตรงและความหมายแฝงมากน้อยต่างกัน โดยปกติความหมายตรงนั้น จะห่อหุ้มความหมายแฝงเอาไว้ และนำเสนอออกไปราวกับว่าความหมายแฝงนั้นเป็นเรื่องที่เป็น ธรรมชาติ (natural) ทำให้ผู้ใช้สัญญาณหลงลืมลักษณะอัตวิสัยเชิงส่วนตัวหรือเชิงสังคมของความหมายแฝงไป

Barthes ได้กล่าวไว้ว่า “ทันทีที่มีสังคมเกิดขึ้น การใช้วัตถุสิ่งของต่างๆ ในสังคม ตัวมันเองก็ถูกทำให้กลายเป็นสัญญาณไป” (“as soon as there is a society, every usage is converted into a sign of itself.” Barthes, 1967 :41) แต่คนโดยทั่วไปมักมองข้ามความหมายในระดับที่สอง (the second-level signification) กล่าวคือ มองข้ามหรือไม่เห็นความหมายในระดับที่วัตถุต่างๆ มีฐานะเป็นสัญญาณ หรือถูกทำให้กลายเป็นสัญญาณ มีบทบาท/หน้าที่ในเชิงสัญญาณ (sign function) ไปมองเห็นแต่ฐานะการเป็นวัตถุ สิ่งของเพื่อการใช้สอยแคบๆ ของสิ่งเหล่านั้นเท่านั้น (a non-signifying object) Barthes เรียกกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะการเป็นสัญญาณของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของ “ธรรมชาติ” เป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่มีความหมาย/หน้าที่ในเชิงประโยชน์ใช้สอยแคบๆ ในสังคมว่า “กระบวนการสร้างมายาคติ” (mythology) และเรียกสิ่งที่เป็นผลลัพธ์/ผลผลิตของกระบวนการนี้ว่า “มายาคติ” (myth/alibi /doxa) หรือความคิด/ความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับโดยไม่ตั้งคำถาม และเป็นความคิด/ความเชื่อที่สอดคล้องกับระบบอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคมในขณะนั้น

จากบทความหลายชิ้นเกี่ยวกับ “Myth today” โดย Barthes ได้บอกว่า “เรื่องราวของมายาคติ ในสังคมที่ทันสมัยซึ่งเต็มไปด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ก็ยังมีมายาคติอยู่มากมาย ความหมายของคำว่ามายาคตินั้น มิได้หมายความว่า ความหมายดังกล่าวจะต้องเป็นเรื่องไม่จริง แต่ทว่าคำว่า “Myth today” นี้เกิดขึ้นเนื่องจากการทำหน้าที่ที่ยังคงเหมือนกับมายาคติในอดีต คือการให้คำอธิบายต่างๆ เกี่ยวกับโลกแก่เรา”

Barthes ได้อธิบายว่า หลังจากที่ความหมายแฝงตัวแรกถูกสร้างขึ้นมา ความหมายนั้นก็จะเป็นกลายเป็นรูปสัญญาณแล้วสร้างความหมายแฝงตัวที่สองต่อไปเรื่อยๆ เป็นสายโซ่แห่งความหมาย (chain of meaning) ดังเช่น ความหมายในขั้นแรกนั้น อาจเป็นการตีความเนื่องมาจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (subjective experience) แต่สำหรับความหมายแฝงระดับที่สองหรือที่เรียกว่า มายาคตินั้น เป็นการตีความที่ถูกใส่ความหมายในระดับสังคม



แผนภูมิที่ 2 แสดงให้เห็นระดับของมายาคติ

Barthes มองว่าลักษณะการทำงานของมายาคติไม่ต่างจากเรื่องของสัญลักษณ์ในระบบภาษา จะต่างก็เพียงว่า สัญลักษณ์ในระบบของภาษา ถูกแปร/เปลี่ยนรูปสัญลักษณ์ในระบบของมายาคติ คือ ทำหน้าที่ สร้าง/สื่อความหมายได้เลย ไม่ต้องการผสมระหว่างรูปสัญลักษณ์กับความหมายเหมือนอย่างในระบบของภาษา ในระบบของมายาคติ สิ่งต่างๆในสังคมจะถูกลดทอนลงมาเป็นวัตถุดิบที่ระบบมายาคติจะใช้ในการสื่อความหมาย

คำว่า “Myth” นั้น (John Fiske, 1990) มีความหมายเดิมว่า เป็นเรื่องเล่าซึ่งสังคม/วัฒนธรรมใช้ในการอธิบายหรือใช้ในการทำความเข้าใจความเป็นจริงหรือธรรมชาติในแง่มุมต่างๆ มายาคติในสังคมโบราณมักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเทพเจ้า ทำให้คนมักเข้าใจว่า มายาคติเป็นเรื่องโบราณ ในสังคมสมัยใหม่ไม่มีมายาคติแล้ว ซึ่งในเรื่องนี้ Barthes ได้นำเสนอว่า มายาคติก็คือ วิธีคิดของสังคมหรือวัฒนธรรมเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เป็นวิธีการประมวลความคิด(conceptualization) หรือทำความเข้าใจกับสิ่งนั้น ในสังคมสมัยใหม่จึงยังมีมายาคติอยู่มากมาย เช่น มายาคติเรื่องเพศ อำนาจ ชนชาติ

มายาคติเป็นระบบ ระเบียบ และรูปแบบวิธีการสร้างความหมายแบบหนึ่ง (“a mode of signification, a form”) ที่ขึ้นกับเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์เฉพาะชุดหนึ่ง มีขีดจำกัดของการใช้ และมีกระบวนการทำให้เกิดการยอมรับของสังคมในวงกว้าง

หรืออาจนิยาม มายาคติ (วรรณพิมล อังคศิริสรพ, 2544) ได้ว่า หมายถึงการสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมซึ่งถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการของการลวงให้หลงอย่างหนึ่ง แต่ก็มิได้หมายความว่ามายาคติเป็นการโกหกหลอกลวงแบบปั้นน้ำเป็นตัว หรือการโฆษณาชวนเชื่อที่บิดเบือนข้อเท็จจริง มายาคตินั้นมิได้ปิดบังอำพรางสิ่งใดทั้งสิ้น ทุกอย่างปรากฏอยู่ต่อหน้าต่อตาเราอย่างเปิดเผย แต่เราต่างหากที่คุ้นเคยกับมันเสียจนไม่ทันสังเกตว่ามันเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม หลงคิดไปว่าค่านิยมที่ยึดถืออยู่นั้นเป็นธรรมชาติ หรือเป็นไปตามสามัญสำนึก

ในทุกส่วนเสี้ยวของสังคมยุคปัจจุบัน เรายังสามารถพบเห็นมายาคติได้ทั่วไปเพียงแต่ว่า มายาคติ มีการแปลงตนเอง วาทะของมายาคตินั้นไม่จำเป็นว่าจะต้องเกาะอิงอยู่กับภาษาเหมือนกับคำพูดทั่วไป มายาคติสามารถแฝงอยู่ในวัตถุและปรากฏการณ์มากมาย เงื่อนไขที่จะทำให้สิ่งหนึ่งสิ่งใดกลายเป็น มายาคติคือ การที่สังคมหรือวัฒนธรรมนั้นเข้าไปยุ่งเกี่ยวแทรกแซง โดยหยิบยื่นความหมาย คุณค่าต่างๆ นานา (ทั้งในด้านดีและด้านร้าย) ให้แก่สิ่งต่างๆ เหล่านั้น บาร์ตส์เชื่อว่าทุกสิ่งสามารถกลายเป็นมายาคติได้ทั้งสิ้น เพราะความสามารถในการสร้างความหมายของมนุษย์ มายาคติเป็นผลผลิตจากสังคมและวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง ชนชั้นหนึ่ง หรือหลายกลุ่มหลายชนชั้น มายาคติสัมพันธ์กับการเมือง เศรษฐกิจและสังคมอย่างแน่นแฟ้น ในฐานะเป็นบริบททางประวัติศาสตร์ที่กำหนดการดำรงอยู่ของมัน มายาคติมีที่ไปที่ไปท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ไม่มีมายาคติใดที่ผุดขึ้นมาได้เองจากธรรมชาติ

คนเราทุกคนคุ้นเคยอยู่กับมายาคติ เพราะมายาคติมากมายปรากฏให้เราเห็นต่อหน้า เช่น มายาคติเกี่ยวกับเพศหญิงว่า เป็นเพศที่อ่อนแอ หรือเป็นเพศที่เข้าใจยาก มายาคติเกี่ยวกับเพศชายว่า ลูกผู้ชายต้องร้องไห้ไม่เป็น เป็นต้น แต่ด้วยความที่เราคุ้นเคย จนไม่ได้สังเกตว่า จริงๆแล้ว มายาคตินั้นเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม คนส่วนมากกลับคิดไปว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นธรรมชาติ ปราศจากการสร้างหรือการปรุงแต่งใดๆ ประกอบด้วยหลักของเหตุและผล หรือเป็นไปตามสามัญสำนึก และด้วยความ รู้สึกที่ว่าเป็นธรรมชาตินี้เอง จึงทำให้คนเราสามารถรับเอามายาคติต่างๆ ได้โดยง่าย และถ่ายทอดต่อกันไป โดยที่มิได้รู้สึกถึงความเป็นมายาคติของสิ่งเหล่านั้น ดังเช่นในสังคมไทยปัจจุบัน มายาคติอย่างหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะในสื่อโฆษณา คือ มายาคติเกี่ยวกับความขาว ผลិតภัณฑ์ประทินโฉมจำนวนมากไม่น้อยในท้องตลาด ได้แสดงให้เห็นว่าความขาวมิใช่เป็นเพียงแค่ความขาว หรือมีความหมายเพียงแค่ความสวยงามเท่านั้น แต่กลับบรรจุไปด้วยความหมายต่างๆ มากมาย เช่น ความขาวคือความสำเร็จ ทั้งในหน้าที่การงาน ความรักสถานะในสังคม การเป็นที่ยอมรับ ฯลฯ ในที่สุดแล้วคือการแสดงให้เห็นถึงมายาคติในเรื่องเชื้อชาติที่ว่า ผิวขาวคือกลุ่มชนที่ฉลาดที่สุด มีความเจริญ มีความเป็นอารยะ มากกว่าคนผิวเหลือง และคนผิวดำ

Barthes ได้อธิบายถึงมายาคติ และลักษณะการทำงานของมายาคติ ผ่านทางรูปในนิตยสาร Paris Match โดยรูปดังกล่าวเป็นรูปของทหารหนุ่ม ผิวดำ ในเครื่องแบบของทหารฝรั่งเศส จ้องมองไปยัง ธงชาติฝรั่งเศส รูปภาพนี้เป็นสัญลักษณ์ ความหมายของรูปนี้ (ความหมายโดยตัวมันเองของรูปภาพ และที่มาของอำนาจของมันเอง) คือ ฝรั่งเศส เป็นจักรวรรดิที่ทุกคนชาติ (ทุกสีผิว และทุกสถานที่) จะต้องจงรักภักดี ในระดับที่ 2 ของความหมาย ของรูปสัญลักษณ์ (signifier) ทหารผิวดำ แสดงความเคารพธงชาติฝรั่งเศส ซึ่งแสดงให้เห็นการดำรงอยู่ของแนวคิดเรื่องชนชาติ เชื้อชาติ ลัทธิอาณานิคม และจักรวรรดินิยม ในที่สุดแล้ว ตัวหมายถึง (signified) จะซ่อนอยู่ภายใต้สัญลักษณ์ ในที่นี้รูปภาพได้สื่อว่า ฝรั่งเศสเป็นจักรวรรดิที่มีเสรีภาพ ความเสมอภาค และภราดรภาพ หรืออย่างน้อยก็ความเกริกเกียรติของเหล่าทหาร

ระบบความหมายของ Barthes อธิบายระบบข้อมูลที่ฝังแน่นอยู่กับการเล่าเรื่อง ในกรณีนี้ตัวสัญลักษณ์ก็คือรูปถ่าย ภาพเน้นที่รายละเอียดของเหตุการณ์ที่เป็นจริงทางภววิสัย ตัวหมายถึงคือสารเกี่ยวกับสังคมและการเมือง รูปถ่ายนี้ตีพิมพ์ในนิตยสาร (หรือบนหน้าหนังสือพิมพ์ หรือผ่านสื่อโทรทัศน์) ซึ่งสอดคล้องกับสารทางการเมือง การเลือกของบรรณาธิการ ที่เลือกรูปนี้ขึ้นมาจากรูปจำนวนมากมายานั้น ไม่ได้ขึ้นกับคุณค่าทางสุนทรียะ หรือองค์ประกอบของภาพ แต่ขึ้นกับคุณค่าทางมายาคติ การส่งผลต่อกันและกันของสัญลักษณ์ รูปสัญลักษณ์ และตัวหมายถึง ที่บรรจุอยู่ในรูปสัญลักษณ์ด้วยความหมาย มันคือมายาคติ ที่ขึ้นกับระดับของการส่งผลซึ่งกันและกันที่เกิดขึ้น และตัวสัญลักษณ์ที่อยู่อย่างโดดเด่นนั้นจะถูกครอบงำด้วยความหมายทางวัฒนธรรมและสาร ในเวลานั้นมันจะไม่ใช้

สิ่งที่ไม่มีพิษ มีภัยและปราศจากค่านิยม แต่เต็มไปด้วยคำบรรยายด้านการเมือง จักรวรรดิ ชนชาติ และความจงรักภักดี (Tom Koch, 1990)

อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่ามายาคติจะเป็นผลผลิตของประวัติศาสตร์ แต่วิธีการวิเคราะห์โดยทั่วไปก็ไม่สามารถแสดงให้เห็นการทำงานของมายาคติได้อย่างชัดเจน เนื่องมาจากมายาคติมีตรรกะภายใน (internal logic) ซึ่งได้แก่ตรรกะการสื่อความหมาย ดังนั้นจึงต้องอาศัยศาสตร์ที่เชี่ยวชาญด้านการสื่อความหมายมากที่สุดนั่นก็คือ สัทวิทยา แนวทางที่บาร์ตส์ใช้วิเคราะห์มายาคตินี้ อยู่ในแนวทางของสัทวิทยาเชิงโครงสร้าง (structural semiology) โดยได้เสนอว่าหน่วยสื่อความหมายแต่ละหน่วยมิได้มีตัวตนอยู่ได้โดยลำพังโดดๆ แต่อาศัยความสัมพันธ์โยงใยระหว่างกันซึ่งประกอบเป็นโครงสร้างขององค์กรวม จึงทำให้แต่ละหน่วยมีค่าสื่อความหมายขึ้นมาได้ ดังนั้น กระบวนการสื่อความหมายจึงอิงอยู่กับเครือข่ายความสัมพันธ์กันเองของหน่วยทั้งหมด มายาคติเป็นการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมนั่นคือ คนในสังคมได้สวมใส่ความหมายทางวัฒนธรรมทับลงไปบนวัตถุบนความหมายเบื้องต้นต่างๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า มายาคติเป็นกระบวนการสื่อความหมาย ที่อาศัย “การเข้าไปยึดครอง” (appropriation) ในเบื้องต้นนั้นแม้ว่าวัตถุต่างๆ จะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใดก็ตาม แต่เมื่อถูกจับยึดโดยมายาคติแล้ว ก็จะถูกทอนให้เหลือเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงสิ่งอื่นเสมอ



แผนภูมิที่ 3 แสดงการทำงานของมายาคติ

มายาคติเกี่ยวกับความหมายเบื้องต้นเชิงผัสสะหรือประโยชน์ใช้สอย ส่วนในอีกด้านหนึ่งนั้น มายาคติสื่อความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มคนและชนชั้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ในความหมายกว้าง และใช้ความหมายเบื้องต้นกลบเกลื่อนความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมให้เลือนเหมือนเป็นธรรมชาติ มายาคติแปรรูปประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นธรรมชาติ เราจึง

เข้าใจได้ว่าผู้เสพ หมายาคติ จึงแลเห็นทั้งเจตนาและความหมายของหมายาคติ ที่เจาะจงสื่อมาสู่เขาโดยไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการมุ่งมอมเมาเอาประโยชน์ ดันต้ออันเป็นที่มาของหมายาคตินั้นแจ่มแจ้งชัดเจน แต่เพราะหมายาคติถูกจับตรึงไว้ในความเป็นธรรมชาติ ผู้เสพจึงไม่รับรู้ว่ามันเป็นเรื่องของเจตนา แต่คิดไปเองว่าเป็นเรื่องของเหตุและผล

คุณสมบัติของหมายาคติ

1. หมายาคติมีลักษณะที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง เป็นพลวัต (dynamism) ความหมายในระดับของหมายาคติ จะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนบางกลุ่มหรือความต้องการทางวัฒนธรรม เช่น เมื่อก้าวถึงคำว่าโบราณ เดิมที่เป็นยุคที่เน้นการพัฒนาต่างๆ อาจมีความรู้สึกในเชิงลบ ความเก่า คร่ำคร่า ไม่มีคุณค่า แต่เมื่อเวลาผ่านไปสังคมเลยแสวงหาจุดยืนใหม่ ย้อนกลับไปหาสิ่งเดิมๆ คำว่าโบราณ ก็มีความหมายที่เปลี่ยนไป เป็นไปในเชิงบวกมากขึ้น จนกลายเป็นของที่มีค่า เช่นสินค้าที่มีการเติมคำว่า “โบราณ” เข้าไป จะทำให้ผู้เป็นสินค้าที่มีการตกทอด มีความเป็นมา มีค่า ควรแก่การซื้อหา ซึ่งอาจมีความหมายรวมถึงเหมาะสมกับวิถีชีวิต สภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในปัจจุบันมากที่สุด
2. ที่ใดที่มีหมายาคติ ที่นั่นย่อมมี counter – myth ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมย่อยๆ เสมอ counter – myth ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค บน พื้นฐานของสังคมไทย ที่มีความเชื่อเกี่ยวกับพญานาคมาเป็นเวลานาน ก็มีการนำเสนอ ชุดความคิดอีกชุดหนึ่งออกตามสื่อต่างๆ ว่า เหตุการณ์ดังกล่าว เกิดจากปรากฏการณ์ ธรรมชาติ หรือเป็นฝีมือของมนุษย์ โดยหาเหตุผล คำอธิบายต่างๆ มาประกอบ นอกจากนี้แล้ว ยังมีแนวคิดในสัตววิทยาที่จำเป็นต่อการนำมาประกอบกรวิจัยดังนี้

การจัดระบบสัญลักษณ์

เนื่องจากสัญลักษณ์หรือภาษา เป็นระบบอย่างหนึ่ง (เหมือนกับวัฒนธรรม) ดังนั้น หากเราต้องการศึกษาองค์ประกอบย่อย (element) ตัวใดตัวหนึ่ง จะต้องพิจารณาองค์ประกอบย่อยนั้นในแง่ของความสัมพันธ์กับตัวอื่นๆ ในระบบ โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยเหล่านี้จะถูกนำมาจัดรวมกันเข้าเป็นระบบด้วยรหัสแบบต่างๆ Saussure ได้จำแนกวิธีการที่จะนำเอาสัญลักษณ์จัดระบบรหัสต่างๆ ว่ามีดังนี้

1. **Paradigmatic** เป็นชุดของสัญลักษณ์ที่มีความหมายเหมือนกัน (set of sign) โดยที่สัญลักษณ์แต่ละตัวที่อยู่ใน paradigm เดียวกันจะต้องมีลักษณะบางอย่างร่วมกัน แต่ใน

ขณะเดียวกัน สัญญะแต่ละตัว ก็ต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สามารถแยกออกจากกัน ได้อย่างชัดเจน (distinctive feature) การวิเคราะห์แบบ paradigmatic จะเป็นการหาแบบแผนที่ซ่อนเร้นของกลุ่มตรงกันข้ามและสร้างความหมายขึ้นมา นั่นคือ เป็นการแสวงหาคุณลักษณะทั้งหมดของสัญญะที่ตรงกันข้ามกันที่ซ่อนอยู่ในตัวบท และความสัมพันธ์ของสิ่งที่ตรงข้ามจะเป็นความสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุดในการสร้างความหมาย Saussure เห็นว่า ภาษาหรือสัญญะเป็นระบบที่สร้างขึ้นจากความแตกต่าง/ความตรงข้ามของหน่วยย่อยต่างๆ ความหมายมิได้เกิดจากคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละหน่วยย่อย

2. **Syntagmatic** เป็นวิธีการประกอบสัญญะย่อยๆ เข้าด้วยกันตามลำดับขั้นตอน (sequence) เพื่อให้ได้ความหมายตามที่ต้องการ หลักของการวิเคราะห์แบบนี้จะเน้นลำดับขั้นหรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏของสัญญะของตัวบทที่ประกอบกันเป็นเรื่องหนึ่งๆ มักพบมากในเรื่องของการเล่าเรื่อง (narration)

มีอีก 2 รูปแบบที่สำคัญที่ใช้ในการส่งผ่านความหมายคือ metaphor และ metonymy

1. **Metaphor** เป็นการถ่ายโอนความหมายโดยนำเอาสัญญะ 2 ตัวมาวางเข้าคู่กัน (associate) หรือเรียกว่าการเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย (analogy) โดยสัญญะตัวหนึ่งมีความหมายที่รับรู้กันแล้ว เมื่อถูกนำมาเข้าคู่กันความหมายจากสัญญะตัวแรกก็จะถูกถ่ายทอดมายังความหมายตัวที่สอง เช่น ความรักเปรียบเหมือนกุหลาบแดง
2. **Metonymy** มีลักษณะเดียวกับ metaphor ตรงที่เป็นการถ่ายทอดความหมายระหว่างสัญญะที่อยู่ในระนาบเดียวกัน แต่ metonymy เลือกเอาส่วนย่อยส่วนหนึ่งของสัญญะ (part) มาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (whole)

มายาคติและข่าว

W. Lippman (1922) บิดาแห่งการก่อตั้งสังคมวิทยาว่าด้วยข่าว ได้กล่าวไว้ว่า “ข่าวมิใช่กระจกที่ส่องให้เห็นความเป็นไปของสังคม หากแต่เป็นรายงานที่มองจากแง่มุมบางแง่มุมเท่านั้น และจากแง่มุมอันนี้เองที่กลับชี้ให้เห็นย้อนถึงตัวสื่อมวลชนนั่นเอง”

ในการศึกษามายาคติและข่าวนั้น ได้เริ่มมีการศึกษาตั้งแต่ช่วงกลางศตวรรษที่ 20 เช่น Henry Nash Smith, R.W.B. Lewis, and Alan Trachtenberg (1955) โดยการศึกษานั้นศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างมายาคติ และรูปแบบของวัฒนธรรมสมัยใหม่ ซึ่งสื่อมวลชนและข่าวนั้นก็เป็นวัฒนธรรมสมัยใหม่ในขณะนั้น โดยในการศึกษาได้ทำการเชื่อมโยงมายาคติเข้ากับวิธีการเล่าเรื่องในสื่อมวลชน เช่น ข่าว

เป็นที่แน่นอนว่า เรื่องราวที่นำมาเป็นข่าวนั้นเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง แต่เมื่อผ่านกระบวนการต่างๆ แล้วนำถ่ายทอดออกสู่สายตาผู้ชมนั้น สิ่งที่คุณชมได้ รับชม มิใช่ความเป็นจริงทั้งหมด แต่เป็น ความจริงในบางแง่มุม จากมุมมองที่แตกต่างกัน หรือเป็นเพียงบางส่วนของเท่านั้น ซึ่งส่วนที่นำเสนอ นั้น มักจะเป็นส่วนที่ผู้ชมนั้นรู้สึกคุ้นเคย และในระยะยาว ข่าวจะมีหน้าที่สร้างความรู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ เป็นเอกฉันท์ ข่าวและการกระจายเสียงนั้นเปรียบเสมือนตัวกลางที่จะนำพามาอาศัยไปสู่มวลชน Hall (1974) ได้กล่าวไว้ว่า “ลักษณะที่เป็นอุดมการณ์ที่สอดแทรกอยู่ในภาพถ่ายและข้อเขียนของหนังสือพิมพ์นั้น ไม่ได้สร้างสรรค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับโลกเราเลย หากแต่เป็นการสร้างภาพของโลกที่พวกเรา รู้จักกันคืออยู่แล้ว เพื่อที่จะให้พวกเราเชื่อกันต่อไปอีกว่า โลกของเรามีภาพเป็นอย่างนั้นจริงๆ

Barthes เองก็มีมุมมองมาอาศัยและข่าวที่ว่า มาอาศัยนั้นเป็นวาทะทางการเมืองอย่างหนึ่ง ที่พยายามสร้างอุดมการณ์เฉพาะอย่างโดยปราศจากการตั้งคำถาม เป็นการยากที่มายาคติจะอยู่อย่างโดดเดี่ยวในข่าว เพราะหน้าที่ของมายาคติจะดีที่สุดเมื่อบทบาทของมันเป็นไปโดยปราศจากการพูด Barthes ได้กล่าวต่อไปว่า มายาคตินั้นไม่ได้ปฏิเสธสิ่งใด ในทางตรงกันข้ามหน้าที่ของมันคือพูดถึงสิ่งเหล่านั้น ทำให้สิ่งเหล่านั้นดูไร้เดียงสา เป็นธรรมชาติ และมีเหตุผลไปตลอดกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าว เหล่านี้ ก็เข้ากับลักษณะของข่าว การที่หนังสือพิมพ์ หรือข่าว เป็นศูนย์กลางของกระบวนการเล่าถึง มายาคติสู่สาธารณชน เหตุผลหนึ่งมาจาก ผู้รับสาร ได้ให้ความไว้วางใจกับ “ผู้ชำนาญ” หรือผู้ผลิตข่าว ว่าสิ่งที่เขานำมาเสนอนั้น เป็นเรื่องราวที่เป็นความจริง

ในเรื่องของมายาคติ หรือ ความคิด ความเชื่อที่มีต่อข่าวนั้น Smith (1973) ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดและความเชื่อทั้งหมดที่คนเรามีต่อข่าวก็คือ ไม่ว่าจะ เป็นใครที่ไหน เมื่อไรที่ได้รับรู้ข่าวขึ้นหนึ่งก็ต้องมองเห็นข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวที่อยู่ในข่าวนั้น โดยไม่มีทางจะเห็นเป็นอื่นได้ นี้ก็หมายความว่า เรื่องของข่าวนั้น มันอยู่นอกเหนือกฎเกณฑ์เรื่อง “ทัศนยะอันหลากหลาย”

นับตั้งแต่ Lévi-Strauss (1969) Barthes (1957/1972) Fiske และ Hartley (1978) และคนอื่นๆ ได้วิเคราะห์มายาคติในแนวของสัญวิทยา เพื่อแปลความหมายของมายาคติเชิงวัฒนธรรมในรูปของระบบการสร้างความหมาย ซึ่งได้ช่วยอธิบายถึงทัศนคติของสังคม พฤติกรรมและอุดมการณ์ จึงได้มีผู้ศึกษาข่าวโดยนำเอามายาคติมาใช้เป็นแนวทาง มายาคติเป็นความหมายแฝง เป็นระบบของความเชื่อที่มีอำนาจในสังคม

Bird และ Dardenne (1988) ได้อธิบายถึงมายาคติของข่าวในเทอมของเรื่องราวที่ต่อเนื่อง การก่อสร้างและการแปลความหมายซ้ำ มาเป็นเวลานาน โดยมีรากฐานมาจากวัฒนธรรม เขาได้กล่าวว่า ข่าวได้นำเสนอมากกว่าความจริง ข่าวได้เสนอความไว้วางใจ และความใกล้ชิดในประสบการณ์ทางสังคมร่วมกัน ข่าวให้คำตอบที่น่าเชื่อถือต่อคำถามต่างๆ และพร้อมที่จะอธิบายปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน เช่น การว่างงาน หรือเงินเฟ้อ

เช่นเดียวกัน Fiske และ Hartley (1978) ได้อธิบายมายาคติของข่าวเป็นสัญลักษณ์ความหมายทางวัฒนธรรม ที่เป็นความหมายแฝงมาในเรื่องราวของข่าว นอกจากนี้เขายังได้อธิบายถึงกระบวนการสร้างมายาคติ หรืออุดมการณ์ทางวัฒนธรรม ที่มายาคติหรือสายโซ่มายาคติได้สร้างขึ้น เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมที่มีขนาดใหญ่และปัจเจกบุคคล Richard Campbell (1991a, 1991b) ได้อธิบายถึงมายาคติของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับชนชั้นกลางของอเมริกา ที่เรียกร่องให้สื่อที่เกี่ยวกับข่าวมีความสมดุล (balance) ซึ่งคำว่าสมดุลนั้นเป็นรหัสของชนชั้นกลาง เป็นค่านิยมของชนชั้นกลางของอเมริกัน ซึ่งค่านิยมเหล่านี้ได้ถูกเข้ารหัสอยู่ในวงวารหนังสือพิมพ์เป็นกระแสหลัก ถึงวิธีการที่จะเลือกข่าว การวาง การประชาสัมพันธ์ การรายงานเชิงวิพากษ์ และการสนับสนุนตำแหน่งของรัฐบาล ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้เกิดมายาคติของชายขอบ (myth of marginality) การที่ไม่ได้อยู่ในสังคมกระแสหลัก

คำว่าชนชั้นกลางที่ปรากฏอยู่ในการนิยามของ Hartley (1984) ในเรื่องของมายาคติของชายขอบที่สะท้อนอยู่ในข่าว ครอบคลุมเหตุการณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของธรรมเนียม สังคมกระแสหลัก ที่วงการหนังสือพิมพ์ได้ทำงานอยู่ เขาได้อธิบายว่า “เป็นความคิดอย่างหนึ่งที่ทำให้รู้สึกว่ชายขอบ (margins) คือสิ่งที่ไม่เป็นประเด็น และอยู่รอบนอก เช่นในสังคมของอเมริกานั้น พวกคน แอฟริกัน - อเมริกัน (ผิวดำ) และพวกชนกลุ่มน้อยต่างๆ มักพบว่าตนเองอยู่นอกขอบ (ชายขอบ) ของสังคมกระแสหลัก สิ่งเหล่านี้เป็นไปตามบรรทัดฐานและค่านิยมของคนผิวขาวที่มีต่อคนผิวดำ

Stuart Hall (1973) บอกว่ามายาคตินั้นได้ถูกขยายโดยโครงสร้างของการผลิตข่าว ข่าวมิใช่เป็นเพียงผลผลิตทางวัฒนธรรม มันเป็นผลผลิตของกลุ่มของนิยามและความหมายที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาโดยมือของผู้ชำนาญการ และสิ่งนี้จะถูกหมายถึง คุณค่าของข่าว (news values) การผลิตข่าวนั้นสะท้อนถึง อุดมการณ์ที่ไม่เป็นทางการ (informal ideology) ของวงการหนังสือพิมพ์ที่ขึ้นกับความเข้าใจในความรู้ทั่วไป (common sense) ที่ประกอบกันขึ้นเป็นข่าวในวาทกรรมของหนังสือพิมพ์

จากค่านิยมต่างๆ มากมาย จะเห็นได้ว่า มายาคตินั้นเป็นเรื่องของอำนาจอย่างหนึ่ง โดยนิยามของตัวมายาคติเองที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ เป็นเรื่องเล่า และเป็นค่านิยมทาง วัฒนธรรม เรื่องราวของสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นอุดมการณ์ทางสังคมนั้น ในมุมมองที่ว่ามายาคติคืออุดมการณ์ทางสังคม J.B. Thompson (1990) ได้ให้ค่านิยมเกี่ยวกับอุดมการณ์ไว้ว่าเป็นหนทางที่ความหมายนั้นส่งเสริมการสร้าง และค้ำจุนความสัมพันธ์ของอำนาจที่ไม่เสมอภาคอย่างเป็นระบบ หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งก็คือ อุดมการณ์ คือความหมายที่สนับสนุนอำนาจนั่นเอง

มายาคติเหล่านี้ไม่ใช่จะอยู่เพียงวงการหนังสือพิมพ์ แต่แพร่กระจายอยู่ในข่าวทุกๆ ประเภท อันเนื่องมาจากพื้นฐานที่มีความใกล้เคียงกันในการผลิตข่าว มายาคติได้แทรกตัวอยู่ในทุกส่วนของกระบวนการผลิต บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิต จนแยกออกจากกันได้ยาก และในที่สุดผลผลิต หรือข่าวที่ได้ออกมา ก็ไม่ใช่เป็นเพียงแต่ข่าว แต่เป็นมายาคติอย่างหนึ่งนั่นเอง

การนำแนวคิดเรื่องมายาคติมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงความหมายเชิงมายาคติที่ปรากฏอยู่ในข่าวโทรทัศน์ และเข้าใจถึงกระบวนการในการสร้างและสื่อมายาคติของผู้ผลิตรายการข่าวโทรทัศน์

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ

สังคมประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมนั้น จำต้องมีองค์ประกอบใหญ่ในด้านสิทธิเสรีภาพอย่างน้อย 3 ส่วน กล่าวคือ ประการแรก ทุกคนพึงมีสิทธิและโอกาสในการที่จะเป็นประชาชนพลเมืองที่ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเท่าเทียมกัน คือ มีสิทธิที่จะรู้ ประการที่สอง มีสิทธิที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและชุมชนในการดำรงอยู่และจัดการปกครองตนเองร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่ประการที่สามที่ว่าประชาชน พลเมืองในสังคมประชาธิปไตย พึงมีส่วนร่วมในทางการเมืองเพื่อกำหนดนโยบายและชะตากรรมของสังคมร่วมกัน ทั้งนี้ทั้งนั้น สังคมและประชาคม ชุมชนจะต้องมีระบบการสื่อสารที่เป็นพื้นที่สาธารณะ (public sphere) เปิดกว้างสำหรับให้ประชาชนพลเมืองเข้าถึงได้อย่างเสมอหน้ากัน พื้นที่สาธารณะเป็นเวทีสำหรับการรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นและอภิปรายโต้แย้งกันเพื่อแสวงหาคำคิดเห็นร่วมกันในเรื่องต่างๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคม

คำว่า “พื้นที่” นั้นประกอบไปด้วยลักษณะที่เป็นทั้งรูปแบบ และนามธรรม ในแง่รูปธรรมพื้นที่หมายถึงอาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่ง (area) ที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน (boundary) นอกจากความหมายรูปธรรม พื้นที่ยังมีความหมายทางสังคม – การเมือง – วัฒนธรรม ที่มีลักษณะเป็นนามธรรม อาทิ หมายถึงเวทีทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจ เช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อสารมวลชน

คำว่า “สาธารณะนั้น ในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปคือ คำว่า “ส่วนรวม” (public) คำว่าสาธารณะก็มีความหมายได้ 2 นัยเช่นเดียวกับคำว่าพื้นที่ คือลักษณะที่เป็นรูปธรรม เช่น สวนสาธารณะ คือสวนของส่วนรวม และความหมายในเชิงนามธรรม เช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่คำนึงถึงความสุขส่วนตัว เป็นต้น

พื้นที่สาธารณะในความหมายของ Jürgen Habermas หมายถึง เวทีของพลเมืองที่จะมีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะต่างๆ ของสังคมสมัยใหม่ บนเส้นทางการเปลี่ยนแปลงของระบบการเมืองและเศรษฐกิจสังคม Habermas วิเคราะห์ให้เห็นว่าชนชั้นกลาง และนายทุนของสังคมยุโรปเติบโตขึ้นมากับการขยายตัวของเศรษฐกิจทุนนิยม พาณิชยกรรมและอุตสาหกรรม การเรียกร้องแสวงหาอำนาจทางการเมือง จึงเกิดขึ้นควบคู่กับความเข้มแข็งของพลังอำนาจในทางเศรษฐกิจของชนชั้นใหม่ พวกเขาต้องการมีพื้นที่สาธารณะที่เปิดกว้าง สำหรับชนชั้นของตนในสังคม นั่นคือ “พื้นที่

สาธารณะ” เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (sense of public) โดยแนวคิดนี้ไม่ได้เลื่อนลอยเป็นนามธรรม หากเป็นการปฏิบัติทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย (cultural embedded social practice)

พื้นที่สาธารณะ สามารถแบ่งได้เป็นพื้นที่สาธารณะในทางกายภาพและในทางสัญลักษณ์ ตามความหมายของคำว่าพื้นที่ และคำว่าสาธารณะ ในทางกายภาพเช่นสวนสาธารณะ กิจกรรมที่จัดขึ้น การแสดงต่างๆ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นส่วนรวม ต้องการความเห็นและมติดจากการมีส่วนร่วมสาธารณะ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่สาธารณะในรูปแบบอื่นๆ เช่น หอประชุมของประชาชน, ห้องสมุด, พิพิธภัณฑ์และหอศิลป์ เป็นต้น

สำหรับพื้นที่สาธารณะทางสัญลักษณ์ คือสื่อสารมวลชนอันเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต

พัฒนาการของ “พื้นที่สาธารณะ”

พื้นที่สาธารณะ เริ่มตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 ในสังคมยุโรปที่ยังคงเป็นสังคมศักดินา ชนชั้นสูงเท่านั้นที่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในทางการเมือง มีการใช้ความรุนแรงต่อคนกลุ่มอื่นที่รุกรานพื้นที่สาธารณะดังกล่าว จนกระทั่งช่วงปลายศตวรรษ เริ่มปรากฏการสร้างพื้นที่สาธารณะของคนกลุ่มใหม่ในสังคม อันได้แก่พวกชนชั้นกลาง ที่มานัดพบปะกันตามร้านกาแฟ โรงเหล้า salon ซึ่งเป็นเขตที่ค่อนข้างปลอดภัยจากอำนาจของกษัตริย์และศาสนา กิจกรรมที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะกระทำคือ การนัดพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพูดคุยถกเถียงกันอย่างมีอิสระเสรี และใช้เหตุผลในเรื่องกฎหมาย การเมือง การปกครองต่างๆ ของรัฐ โดยเป็นไปบนหลักความเสมอภาคเท่าเทียม โดยมีบทบาทของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์เป็นศูนย์กลาง กล่าวคือ เรื่องที่พูดคุยกันจะเป็นประเด็นของผลประโยชน์ร่วมกันที่สมาชิกแต่ละคนได้รับข่าวสารมาจากหนังสือพิมพ์ หรือเป็นการมาอ่านหนังสือพิมพ์ด้วยกัน และพื้นที่สาธารณะนี้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ต่อสู้ทางการเมืองของชนชั้นกลางด้วย

เมื่อก้าวถึงพื้นที่สาธารณะแล้วนั้น ประเด็นหนึ่งที่เป็นสิ่งควบคู่กันมาคือ เรื่องของการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะต่างๆ ความคิดของฮาเบอร์มาส เป็นความคิดที่มองเห็นพื้นที่สาธารณะซึ่งเปิดกว้างเต็มที่ ดอกรับการเข้ามาของคนทุกกลุ่มอย่างไม่มีอคติ ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง แต่ในสภาพความเป็นจริงกลับตรงกันข้าม สื่อสารมวลชนมิได้เป็นเวทีสาธารณะที่ให้ความยุติธรรมต่อกลุ่มที่ถูกเอารัดเอาเปรียบในสังคม ยิ่งในสังคมทุนนิยม ในทางปฏิบัติจะเห็นได้ว่าชนชั้นใดมีอำนาจในการควบคุมสื่อสารมวลชน ชนชั้นนั้นย่อมใช้สื่อเพื่อรักษาอำนาจและประโยชน์ของชนชั้นตน เฉกเช่นเดียวกับการเขียนกฎหมาย ที่ว่า ชนชั้นใดเขียนกฎหมาย ก็เพื่อชนชั้นนั้นแล

Habermas ได้เสนอว่า สื่อมวลชนต้องมีบทบาทเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่างๆ และต้องช่วยสะท้อนความคิดสาธารณะสู่ผู้บริหารประเทศ คนทุกกลุ่มต้องมีสิทธิในการใช้สื่ออย่างเท่าเทียมกัน และสื่อมวลชนต้องเป็นพื้นที่สาธารณะที่เป็นอิสระปลอดจากการครอบงำของกลุ่มต่างๆ สถานะของแหล่งข่าวชาวบ้านในสายตาของสื่อ มักเห็นว่าไม่น่าเชื่อถือ ในกรณีที่ประเด็นปัญหาเป็นข้อขัดแย้งระหว่างชาวบ้านกับกลุ่มที่มีอำนาจทุน หรือกลุ่มอำนาจรัฐ สื่อจะมีโอกาสรับรู้ข้อมูลจากฝ่ายที่มีอำนาจมากกว่า และได้รับการชักจูงใจให้เปิดพื้นที่แก่ฝ่ายอำนาจเพื่อปิดปากฝ่ายชาวบ้าน เหล่านี้คือสภาพโครงสร้างของการที่เสียงของประชาชนถูกเซ็นเซอร์อยู่ตลอดเวลา

พื้นที่สาธารณะทางสัญลักษณ์ในสื่อสารมวลชนกระแสหลัก จึงมีสภาพปิดกั้นไม่ให้คนทั่วๆ ไปเข้าไปใช้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม วัฒนธรรมและการเมือง พื้นที่เหล่านี้แม้ดูเหมือนว่าเป็นเวทีเปิดแต่กลับมีการล้อมรั้วและตรวจบัตรอย่างเข้มงวด เปิดให้ผู้เฉพาะกลุ่มที่จัดอยู่ใน “มาตรฐาน” ของฝ่ายผู้เป็นเจ้าของครอบครองพื้นที่เท่านั้นที่มีโอกาสเข้าไปได้

การนำแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาถึงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะโทรทัศน์ ในการเป็นพื้นที่สาธารณะหนึ่งในสังคมไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ชยุตม์ เหมจักร (2544) ศึกษาเรื่อง “ข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในทัศนะผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร” พบว่า ภาพรวมข่าวโทรทัศน์ที่มีคุณภาพทั้งในทัศนะของผู้สื่อข่าวและผู้รับสาร มีความสอดคล้องกันคือ ต้องเป็นข่าวที่มีผลกระทบและเป็นประโยชน์กับประชาชนนำเสนอแต่ข้อเท็จจริงที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง มีหลักฐานน่าเชื่อถือ มีความเป็นกลางและเป็นธรรม มีข้อมูลครบถ้วนทั้งรอบและลึก และข่าวต้องสั้นกระชับเข้าใจง่ายน่าติดตาม ในส่วนของผู้สื่อข่าว ได้มีการปรับเปลี่ยนทัศนะเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพของการปฏิบัติงานจริงซึ่งมีแรงกดดันจากฝ่ายต่างๆ ทำให้ทัศนะคุณภาพข่าวมีลักษณะที่ยืดหยุ่น ไม่เป็นรูปธรรม

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงกระบวนการ และความคิด ของผู้ผลิตงานด้านข่าวโทรทัศน์

2. เกียรติยา ธรรมวิภังค์ (2544) ศึกษาเรื่อง “การสร้างความเป็นจริงจากการรายงานข่าวเหตุการณ์ในภาวะวิกฤติ ในกรณีก่อวินาศกรรม อาคารเวิลด์เทรด เซ็นเตอร์ ประเทศ

สหรัฐอเมริกา ของสถานีวิทยุโทรทัศนในประเทศไทย” พบว่า สถานีวิทยุโทรทัศนไทย 3 ช่อง ประกอบไปด้วย สถานีวิทยุโทรทัศนกองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศนสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศนไอทีวี เมื่อมีภาวะวิกฤติจะส่งผลกระทบต่อการทำหน้าที่สื่อมวลชน ความ เป็นจริงที่ถูกสร้างขึ้นของแต่ละสถานี่เป็นความจริงที่ไม่ชัดเจน และมีความหลากหลาย โดยแต่ละสถานี่สร้างความจริงของตนเองขึ้นมาให้มีความแตกต่างจากสถานี่อื่น เนื่องจาก ใช้แหล่งข่าวต่างประเทศ และพบว่าทุกสถานี่มีการรายงานข่าวเข้าข้างสหรัฐอเมริกา มากกว่าพวกมุสลิม และทำให้สื่อมวลชนทุกสถานี่เชื่อในการสร้างความเป็นจริงครั้งนี้ของ ผู้ก่อการร้าย

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงกระบวนการในการผลิต ข่าวโทรทัศน โดยเฉพาะเมื่อมีการเกิดเหตุการณ์สำคัญขึ้นมา

3. ประนอม หลีพันธุ์ (2542) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสิ่งแวดล้อม ต่างประเทศทางสถานี่โทรทัศนไทย” พบว่าสถานี่โทรทัศนไทยทั้ง 6 ช่อง ให้ความสำคัญ กับประเด็นข่าวสิ่งแวดล้อมต่างประเทศมากขึ้นกว่าเดิม มีการคัดเลือกข่าวสิ่งแวดล้อม ต่างประเทศออกอากาศในปริมาณมากเป็นอันดับที่ 3-4 จากประเด็นข่าวต่างประเทศ ทั้งหมด ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกและกำหนดประเด็นข่าวสิ่งแวดล้อมต่างประเทศ ประกอบไปด้วยปัจจัยภายในองค์กร อันได้แก่ นโยบายสถานี่ ช่วงเวลานำเสนอ บรรณาธิการประจำวัน เป็นต้น และปัจจัยภายนอก ได้แก่ แหล่งข่าว คุณค่าข่าว สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม โลก และการนำเสนอข่าวของโทรทัศนคู่แข่ง

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงกระบวนการการผลิตข่าว โทรทัศน การคัดเลือก ตระกะในการทำงานของผู้ผลิตข่าวโทรทัศน และปัจจัยที่มีผล เกี่ยวข้อง

4. ธีรรัตน์ พันทวี (2537) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์กรอบของกระบวนการผลิตข่าว โทรทัศน” พบว่า สถานี่โทรทัศน 5 แห่ง ซึ่งประกอบด้วย ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 การผลิต ข่าวของทุกสถานี่ดำเนินการอยู่ภายใต้กรอบการทำงานคือ ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน นโยบายสถานี่ ระบบบริหารและกฎระเบียบของสถานี่ จรรยาบรรณทาง วิชาชีพ และนโยบายแฝงขององค์กรผู้ควบคุมดูแล โดยมีการปรับเปลี่ยนไปตามเงื่อนไข และสถานการณ์ทางการเมือง เจ้าหน้าที่รัฐที่เข้าร่วมกำกับดูแลนโยบาย และภาวะการ ทำงานของผู้นำองค์กรด้านการผลิตข่าว

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงกรอบของกระบวนการผลิตข้าวหรือหากกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือปัจจัยหรือข้อกำหนดที่มีต่อการผลิตข้าวตนเอง ซึ่งทำให้ ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงภาวะแวดล้อมซึ่งมีผลต่อการผลิตข้าว

5. พูนสุข ธรรมรัตน์ (2536) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของบรรณาธิการต่อการคัดเลือกข่าวโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาประเทศ” โดยศึกษาถึงบทบาทของบรรณาธิการข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9 และ 11 พบว่า บรรณาธิการมีบทบาทในการคัดเลือกข่าวเพื่อการพัฒนาประเทศเพียงบางส่วนเท่านั้น ไม่สามารถคัดเลือก นำเสนอรูปแบบ และเนื้อหาข่าวพัฒนาตามแนวคิดเห็นของตนเองได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากมีข้อจำกัด คือ นโยบายสถานี ระบบธุรกิจและนโยบายการเมือง

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงบทบาทของบรรณาธิการซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเอาทฤษฎีผู้กรองสาร หรือ Gatekeeper มาเป็นกรอบในการศึกษาถึงแม้ว่า ผู้วิจัยจะทำการศึกษาในเชิงของมายาคติ แต่งานวิจัยเรื่องบทบาทของบรรณาธิการต่อการ คัดเลือกข่าวโทรทัศน์เพื่อการพัฒนาประเทศ ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจถึงการทำงานของบรรณาธิการในแง่มุมของการเป็นผู้กรองสาร

6. อูราเพ็ญ ตรียางค์กุล (2535) ศึกษาเรื่อง “จริยธรรมของผู้ผลิตข่าวอาชญากรรมทางโทรทัศน์ต่อการเสนอข่าวความรุนแรง” โดยศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า กลุ่มผู้บริหารงานข่าวเท่านั้นที่มีบทบาทต่อการคัดเลือกข่าว และลำดับความสำคัญของข่าวอาชญากรรม แต่ในส่วนของ “ความรุนแรง” ที่ปรากฏในข่าวนั้น กลุ่ม ผู้ผลิตข่าวอาชญากรรมทุกคนมีส่วนในการกำหนด ถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ผลิตรายการจะมีจริยธรรมหรือจิตสำนึกในการเสนอข่าวที่มีความรุนแรง แต่ก็ไม่สามารถด้านกระแสนโยบายด้านความอยู่รอดได้

งานวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาการทำงานของผู้ผลิตข่าว บทบาทหน้าที่ของแต่ละส่วน

7. Jack Lule ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Myth and Terror on the Editorial Page: The New York Times Response to September 11, 2001” พบว่าภายหลังเหตุการณ์วินาศกรรม 11 กันยายน พ.ศ. 2544 ทุกสิ่งทุกอย่างเหมือนถูกเปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง หนังสือ Times ได้มีการนำเสนอมายาคติของผู้เคราะห์ร้าย (เหยื่อ) ผ่านทางบทบรรณาธิการ ซึ่งกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความอาฆาต และช่วยผู้รอดชีวิต สร้างให้เห็นวีรบุรุษ ผู้ร้าย หรือศัตรู (บิน ลาเดน) มายาคติเกี่ยวกับเชื้อชาติ (ในระดับเมือง) เช่น ชาวนิวยอร์ค ในฐานะที่เป็นเหยื่อ หรือ

ในฐานะที่เป็นวีรบุรุษ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทหลักของมายาคติที่ทำหน้าที่ป่าวประกาศ และประชาสัมพันธ์ระดับของสังคม เรื่องราวเกี่ยวกับมายาคติ ช่วยรักษาโครงสร้างและอำนาจที่ทำให้สังคมดำเนินไปด้วยกัน มายาคติที่ถูกหยิบยื่นโดยบรรณาธิการ ยืนยันและประกาศคำนิยมทางวัฒนธรรมและความเชื่อ แม้ว่าทั้ง 2 สิ่งนี้กำลังถูกทำลาย มายาคติอาจถูกมองเห็นเป็นอุดมการณ์ ข้อจำกัด และช่องทางในการแปลความเหตุการณ์ โดยบทบาทของมายาคติมิใช่เป็นเฉพาะระดับสังคม และสามารถเป็นระดับบุคคล โดยปัจเจกบุคคลมีการตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านความเข้าใจของแต่ละคน

งานวิจัยดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นภาพของการใช้มุมมองของมายาคติในการวิเคราะห์ข่าว กระบวนการของมายาคติ

8. Robert M Entman ได้ทำการศึกษาเรื่อง “African Americans According to TV news” พบว่าข่าวโทรทัศน์ของอเมริกา โดยเฉพาะข่าวท้องถิ่นนั้น มีลักษณะของการเสนอภาพแบบเหมารวม (stereotype) มีการให้ภาพของคนผิวดำให้ดูน่ากลัว เป็นพวกชอบใช้ความรุนแรง มีการคุกคามคนผิวขาว เป็นพวกชอบสร้างปัญหาในสังคม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างคนผิวขาวและผิวดำในสังคม

งานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงมายาคติที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์โดยประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของสังคมไทย เนื่องจากสังคมอเมริกันนั้น มายาคติเรื่อง สีผิว ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย