

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พาดหัวข่าว เป็นส่วนหนึ่งของข่าวที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พาดหัวข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ซึ่งผู้อ่านเห็นได้ก่อนหน้าอื่น ๆ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจึงต้องผสมผสานหลักเกณฑ์และศิลปะในการพาดหัวข่าว เข้าด้วยกัน เพื่อให้ข่าวนั้นๆ ได้รับความสนใจจากผู้อ่านและสามารถสื่อสารไปยังผู้อ่านได้อย่างถูกต้องและเที่ยงตรง การวิจัยครั้งนี้ ได้พิจารณาศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน ดังนี้

1. แนวคิด เกี่ยวกับพาดหัวข่าว
2. แนวคิด เกี่ยวกับความถูกต้องและความเป็นกลาง

แนวคิดเกี่ยวกับพาดหัวข่าว

ความหมาย

มีผู้ให้ความหมายของพาดหัวข่าว (headlines) หรือที่บางท่านเรียกว่า "หัวข่าว" ไว้ดังนี้

มาลี บุญศิริพันธ์ (2531) ได้ให้ความหมายของหัวข่าวไว้ว่า คือส่วนบนสุดของข่าวที่

เป็นส่วนที่อยู่นอกเหนือจากเนื้อขาว ทาหน้าที่บอกผู้อ่านให้ทราบถึงสาระสำคัญของเนื้อขาวและ เป็นส่วนสำคัญในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ หัวข่าวอาจมีขนาดแตกต่างกันตามความสำคัญของข่าว ที่ได้รับการประเมินค่าแล้วจากบรรณาธิการ แต่สาระของหัวข่าวจะต้อง เป็นประเด็นที่สำคัญและ เป็นสิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับผู้อ่าน

Garst และ Bernstien (1968) อธิบายไว้ว่า พาดหัวข่าว เป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกอย่างมีหลักเกณฑ์ เพื่อให้สาระสำคัญของข่าว และเป็นประโยชน์ในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์

Ferguson และ Patten (1988) ให้ความหมายของพาดหัวข่าวไว้ว่า เป็นการอธิบายสั้นๆ เกี่ยวกับเนื้อข่าว พิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่และมีอยู่ด้านบนของเนื้อข่าว

ดังนั้น หากจะกล่าวโดยสรุปแล้ว พาดหัวข่าว หมายถึง ประโยค วลี หรือข้อความสั้นๆ ที่เป็นสาระสำคัญหรือสาระอื่นๆ ในเนื้อข่าว พิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ มีอยู่ด้านบนของเนื้อข่าว โดยปกติมีหน้าที่อันสำคัญคือให้สาระสำคัญของข่าว ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านเนื้อข่าว และช่วยในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์

วัตถุประสงค์และหน้าที่ของพาดหัวข่าว

นักวิชาการด้านหนังสือพิมพ์ล้วนมีแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับวัตถุประสงค์และหน้าที่ของพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ นั่นคือ

Wilcox และ Fearn (อ้างถึงใน Bush, 1967) Baskette และ Sissors (1971) Harriss และคณะ (1985) สมควร กวียะ และมาลี บุญศิริพันธ์ (2531) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ และหน้าที่ของพาดหัวข่าวไว้กันเอง เดียวกัน ซึ่งประมวลได้ว่า พาดหัวข่าว จะมีรูปแบบเช่นไรก็ตาม ก็ยังคงดำเนินตามวัตถุประสงค์หลักอยู่เช่นเดิม นั่นคือ ชักชวนสายตา

ผู้อ่านให้เข้าสู่เนื้อข่าว โดยพาดหัวข่าวมีหน้าที่หลักดังต่อไปนี้

1. ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านเนื้อข่าว ผู้เขียนพาดหัวข่าวจะต้องกลั่นกรองเนื้อหาเพื่อให้ได้สารที่จะสามารถ 'เรียกร้องความสนใจ' ('read me' message) จากผู้อ่านให้อ่านรายละเอียดของข่าวนั้นๆ ได้ ขณะเดียวกัน ต้องไม่ทำลายหรือบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในเนื้อข่าว การเขียนพาดหัวข่าวจึงต้องใช้ถ้อยคำและภาษาให้สั้นกระชับ ได้ใจความ สื่อความหมายได้ทันทีในเนื้อที่จำกัด

2. สรุปสาระสำคัญของเนื้อข่าว การเขียนพาดหัวข่าวที่ดีจะช่วยประหยัดเวลาให้ผู้อ่านได้มาก คือผู้อ่านสามารถทราบสาระสำคัญของข่าวได้ทันทีที่อ่านพาดหัวข่าว ดังนั้นพาดหัวข่าวจึงควรบอกสาระสำคัญของเรื่องนั้นๆ อย่างถูกต้องได้ เรื่องราวให้ผู้อ่านทราบอย่างรวดเร็ว

3. ช่วยให้ผู้อ่านทราบว่าข่าวดังกล่าวมีข่าวดังนั้น และประเมินความสำคัญของข่าวได้ปกติผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะเลือกอ่านข่าวที่น่าสนใจที่สุดก่อน การเคลื่อนย้ายสายตาของผู้อ่านจะถูกกำหนดไว้ก่อนแล้ว นั่นคือ สายตาของผู้อ่านจะสอดส่ายหาข้อความหรือสิ่งที่เป็นความสนใจของตน คล้ายกับนักอ่านฝึกหัดของบริการตัดข่าวให้บรรดาลูกค้าต่างๆ นั้นเอง (Bogart อ้างถึงใน Bush, 1969) การพาดหัวข่าวช่วยบอกผู้อ่านให้ทราบว่าข่าวดังกล่าวมีความสำคัญมาก ข่าวดังกล่าวมีความสำคัญน้อย โดยการใช้น้ำหนักของตัวพิมพ์ที่แตกต่างกัน จำนวนคอลัมน์ที่ไม่เท่ากัน ซึ่งเป็นการจัดลำดับความสำคัญของข่าวในหน้านั้นนั่นเอง

4. ช่วยสร้างบุคลิกลักษณะของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีรูปแบบในการจัดหน้าเฉพาะตัว ลักษณะการพาดหัวข่าว การใช้ภาษา และตัวอักษรของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมักไม่เหมือนกัน และโดยสำนวนภาษา ลักษณะรูปแบบตัวอักษรที่ขี้เสมาจะทาให้ผู้อ่านเกิดความคุ้นเคยกับลักษณะเฉพาะตัวของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ทาให้ค่อยๆ สร้างสมบุคลิกและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของหนังสือพิมพ์ขึ้นในความรู้สึกของผู้อ่าน

5. เป็นองค์ประกอบสำคัญของงานการจัดหน้า ช่วยให้หนังสือพิมพ์มีความน่าสนใจและน่าอ่าน พาดหัวข่าวที่มีความแตกต่างกันในการใช้ขนาดตัวอักษร เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ให้มีความหลากหลายที่สวยงาม มีส่วนช่วยให้เกิดพัฒนาการทางศิลปะการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ที่ดี และกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยีตัวอักษรที่ทันสมัยขึ้น

ส่วน Hodgson (1987) ให้ความเห็นที่ "เราอาจกล่าวได้ว่าพาดหัวข่าวมีหน้าที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ สร้างและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้เข้าสู่เนื้อหาของข่าวนั้นๆ และช่วยในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์"

Garst และ Bernstein (1968) ได้อธิบายว่า หน้าที่ของพาดหัวข่าวมีความคล้ายคลึงกับหน้าที่ของสินค้าตัวอย่างหรือสินค้าขนาดทดลองทั้งหลาย ซึ่งถูกวางไปกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลและลักษณะของผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้อง สมบูรณ์ และรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าประทับใจมาก วัตถุประสงค์ของพาดหัวข่าวก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือ เพื่อนำเสนอข่าวสารได้อย่างถูกต้อง สมบูรณ์ รวดเร็ว และน่าสนใจ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการขายก็คือ เนื้อข่าวนั้นเอง

จะเห็นได้ว่า พาดหัวข่าวมีหน้าที่สำคัญในการสรุปสาระสำคัญของเนื้อหา สร้างและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านรายละเอียดของข่าว นอกจากนี้ ยังช่วยให้หนังสือพิมพ์บุคลิก เฉพาะตัว และน่าอ่านมากขึ้น

แนวความคิด เกี่ยวกับความถูกต้องและความ เป็นกลาง

บรรทัดของการนำเสนอหรือรายงานข่าวสารในหนังสือพิมพ์ ก็คือความถูกต้อง และความเป็นกลาง ข้อบัญญัติแห่งจรรยาบรรณ (Code of Ethics) มีบทบัญญัติเกี่ยวกับความถูกต้องและความเป็นกลาง สรุปได้ว่า ความจริงหรือความถูกต้องตามข้อเท็จจริงคือ เป้าหมาย



สูงสุดในการรายงานข่าว ความเป็นกลาง เป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งการรายงานข่าว ควรปราศจากอคติและความคิดเห็นของผู้รายงานข่าว อีกทั้งจะต้อง เสนอข่าวทุกๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่เป็นข่าวนั้นด้วย สำหรับประการที่ว่าด้วยพาดหัวข่าว ได้บัญญัติว่า พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์จะต้องมีความถูกต้องตามข้อเท็จจริงในข่าวที่พาดหัวข่าวนั้นนำเสนออยู่

ความถูกต้องของพาดหัวข่าว

ความถูกต้องของพาดหัวข่าวในการวิจัยนี้ หมายถึง การที่พาดหัวข่าวมีความสอดคล้องกับเนื้อข่าว นั่นคือ พาดหัวข่าว เสนอสาระตรงกับข้อเท็จจริงในเนื้อข่าว คำ หรือ ข้อความที่ระบุไว้ในพาดหัวข่าวต้องมีความหมาย เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับที่รายงานไว้ในเนื้อข่าว โดยไม่บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงในเนื้อข่าวจนความหมายหรือนัยที่แท้จริงของข้อเท็จจริงนั้นแตกต่างกันระหว่าง เนื้อข่าวและพาดหัวข่าว

Hodgson (1987) กล่าวถึงความถูกต้อง เช่นนี้ว่า ด้วยเหตุที่พาดหัวข่าว เป็นส่วนที่ทราบดีว่ามีความโดดเด่น เพราะฉะนั้น ผู้ที่เขียนพาดหัวข่าวจะต้องระมัดระวังมิให้ถ้อยคำในพาดหัวข่าวนั้นทำลายความถูกต้องของข้อเท็จจริงในขณะที่พยายาม เขียนพาดหัวข่าวให้เร้าความสนใจของผู้อ่าน

Baskette และ Sissors (1971) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความถูกต้องของพาดหัวข่าวว่า ข้อกำหนดประการแรกของพาดหัวข่าวคือ ความถูกต้อง ประการต่อมา คือ ความชัดเจน และประการที่สุดท้าย ได้แก่ ให้สาระสำคัญและเร้าความสนใจผู้อ่าน ผู้เขียนพาดหัวข่าวจะต้องตรวจสอบสิ่งที่ตน เขียนอีกครั้งว่า พาดหัวข่าวนั้นไม่ได้ผิดไปจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏอยู่ในเนื้อข่าวก่อนที่จะปล่อยผ่านไปให้ตีพิมพ์ได้ ความไม่ถูกต้องจะเกิดขึ้นเมื่อผู้เขียนพาดหัวข่าวไม่เข้าใจ เนื้อข่าวอย่างแท้จริง หรือพลาดรายละเอียดบางส่วน of ข่าวไป

Bush (1967) สรุปถึงผลกระทบของพาดหัวข่าวไว้ว่า "เมื่อพาดหัวข่าว และเนื้อข่าวแตกต่างกัน ผู้อ่านประเภทที่อ่านอย่างผิวเผิน (superficial readers) จะรับเอา

ความหมายที่กล่าวไว้ในพาดหัวข่าว" ซึ่งแสดงให้เห็นว่า พาดหัวข่าวมีบทบาทต่อการรับรู้ของผู้อ่านอย่างมาก และถ้าพาดหัวข่าวนั้นไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงในเนื้อหา ผู้อ่านที่ไม่ได้อ่านข่าวอย่างละเอียด ก็จะได้รับ ความหมายที่ไม่ถูกต้องตามที่ปรากฏในพาดหัวข่าวไปด้วย

ดังนั้น การป้องกันอคติในการรายงานข่าวที่ดีที่สุด เห็นจะได้แก่การรายงานตามความเป็นจริง และตรวจสอบข้อมูลทุกด้านอย่างระมัดระวัง กฎที่สำคัญ 3 ประการ ทางวารสารศาสตร์ ที่มีกล่าวถึงกันอยู่ เล่มอกี้คือ ความถูกต้อง ความถูกต้อง และ ความถูกต้อง (Harriss และคณะ, 1985) ทรายบิตที่ผู้สื่อข่าว น่าเสนอข่าวตามที่เกิดขึ้นจริง โดยปราศจากการใส่สีสีนหรือจินตนาการของตนเอง ทรายบิตนั้น เขาก็ได้ชื่อว่า เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของตนได้อย่างน่าภาคภูมิใจ และการปฏิบัติ เช่นนี้ ก็สมควร เป็นข้อยก เว้นเวลาหรับผู้ทำหน้าที่ เขียนพาดหัวข่าว เช่นกัน

ความเป็นกลาง หรือภาวีสัย (objectivity)

ในฐานะสื่อที่ส่งสารทั้งที่เป็นข่าวสาร ความรู้ ความคิด เห็น หรือแม้กระทั่งความบันเทิงไปยังกลุ่มผู้อ่านทั่วไปซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายกันหลายๆ ด้าน ประกอบกันเป็นมวลชน หนังสือพิมพ์จึงควรคำนึงถึงความแตกต่าง เหล่านี้อยู่ทุกขณะ เพื่อประโยชน์ของมวลชน เป็นสำคัญ แม้ว่าหนังสือพิมพ์จะสามารถแสดงความคิดเห็นหรือท่าทีของตนผ่านบทวิเคราะห์วิจารณ์ต่างๆ ได้ แต่สำหรับในส่วนของข่าวแล้ว การธำรงไว้ซึ่งภาวีสัย เป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติอย่างยิ่งท่ามกลางความแตกต่างกันของผู้อ่าน อันจะเป็นการก่อร่างความยุติธรรมให้แก่สังคมได้ทางหนึ่ง ซึ่งความยุติธรรมนั้นจะส่งผลถึงบุคคลผู้ตก เป็นข่าว แหล่งข่าว รวมทั้งผู้อ่านอีกด้วย

ความเป็นกลาง หรือ เรียกกันในชื่ออื่นว่า ความเที่ยงตรง วัตถุวิสัย หรือ ภาวีสัย มีความหมายดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2526) ให้ความไว้ว่า "ความเที่ยงตรงในที่นี้คือ objectivity ซึ่งหมายถึงการเสนอข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงที่แน่นอนโดยปราศจากการใส่ความเห็นและอารมณ์ของผู้เขียน" นั่นเอง

นอกจากนี้ มาลี บุญศิริพันธ์ (2526) ยังเห็นว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ของหนังสือพิมพ์ คือ พยายามปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างตรงไปตรงมาและเที่ยงตรงมากที่สุด... ขณะเดียวกัน ความเที่ยงตรงหรือความมีใจเป็นกลาง (objectivity) นั้น ก็เป็นปัญหาที่สำคัญของการรายงานข่าว...อย่างไรก็ตามปัญหาเรื่องความเที่ยงตรง (objectivity) นี้ ยังจัดว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่นักหนังสือพิมพ์ควรถือปฏิบัติ เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นทีเดียว

สำหรับภววิสัยเนพาดหัวข่าว ก็เป็นสิ่งที่พึงมี และผู้เขียนพาดหัวข่าวควรตระหนักอยู่เสมอในการทำงาน ชวรัตน์ เชิดชัย (2520) ได้กล่าวถึงหลักการ เขียนพาดหัวข่าวไว้หลายประการ โดยประการที่พาดพิงถึงความเป็นกลาง ได้ให้หลักการไว้ว่า "ต้อง เขียนพาดหัวข่าวที่มีความหมายทานองเดียวกับ เนื้อข่าว ไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างใด ทั้งทางตรงและทางอ้อม"

Stephens และ Lanson (1986) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับภววิสัยไว้อย่างน่าฟัง ว่า "ความยุติธรรมนั้น ต้องการการปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน แต่ความเท่าเทียมกันนั้น อาจไม่ทำให้เป็นที่พอใจของทุกคนได้ ...การเขียนข่าวตามข้อเท็จจริง (writing objectivity) หมายถึง การที่ผู้อ่านมีโอกาส เลือกว่าจะเห็นด้วยหรือไม่กับการกระทำหรือความคิดของผู้ เป็นข่าวหรือผู้ที่ให้ข่าวในเนื้อข่าว มีชชของผู้เขียนข่าว"

นอกจากนั้น Stephens และ Lanson (1986) ยังได้ให้ข้อสังเกตด้วยว่า บางครั้ง การเข้าข้างซึ่งโดยปกติแล้วก็ไม่มีความผิดอะไร (innocuous) ก็อาจจะเป็นการใส่ความคิดเห็นของผู้เขียนข่าวได้เช่นกัน เขาได้ยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจน ดังนี้

สภาลงมติขึ้นภาษีสิ่งทอริมน้ำอีก หนึ่ง 2 เบนต์

จริงอยู่ แม้ว่าจะขึ้นภาษี 2% ซึ่ง เป็นอัตราที่น้อยกว่าที่เคยพิจารณาไว้เดิมว่าจะขึ้น 6% แต่ผู้อ่านบางคนก็ยังคงคิดว่า แม้ว่าจะขึ้นภาษีในอัตราที่สูง เกินไปทั้งนั้น งานของผู้รายงานข่าว คือ ให้ความจริง และ ละเว้นการสรุปข้อเท็จจริง เหล่านั้น เสนอต่อผู้อ่านตามความคิดเห็นของตนเอง... แต่ก็เชื่อว่าท่านเป็นผู้ไม่รู้อะไรเอาเสียเลย (know-nothing journalism) หนังสือพิมพ์ต้องนำเสนอข้อเท็จจริงอย่าง เพียงพอแก่ผู้อ่าน เพื่อให้ผู้อ่าน เข้าใจความหมายของ

เรื่องราวในหนังสือ เช่นข่าวที่ยกเป็นตัวอย่างนี้ ควรบอกผู้อ่านเกี่ยวกับสภาพกำลังพิจารณา การขึ้นภาษี หรือทั้งอ้างคำพูดของสมาชิกสภา ที่ให้ทัศนะ และ เหตุผลความจำเป็นที่ต้องขึ้นภาษี เปรียบเทียบการขึ้นภาษีในอดีตที่ผ่านมา มา แต่อย่าสรุปว่า ภาษีขึ้นอีก เพียง 2%



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เมื่อมิทเชลล์ วี. ชาร์นเลย์ (Mitchell V. Charnley) แห่งมหาวิทยาลัยมินนิ-
โซตา ศึกษาเรื่องความถูกต้องของหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรกในทศวรรษที่ 1930 นับตั้งแต่นั้นมา
ผู้วิจัยหลายๆ คน ได้สนใจศึกษาเกี่ยวกับความถูกต้องในการเสนอข่าวของที่เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
มากขึ้น (Burris, 1985)

Newsom และคณะ (1981) ได้ลงพิมพ์ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้อ่าน เกี่ยวกับ
ความถูกต้องของพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ว่า เหม้มีความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นของผู้หญิงกับ
ผู้ชายต่อความถูกต้องของพาดหัวข่าว แต่ปรากฏความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างอายุและ
รายได้ นั่นคือ ในกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป เชื่อถือพาดหัวข่าวมากกว่ากลุ่มอายุน้อย แต่
ความ เชื่อถือพาดหัวข่าวมีแนวโน้มลดลงในกลุ่มที่มีรายได้สูง กลุ่มผู้มีรายได้น้อย เชื่อถือพาดหัวข่าว
มากที่สุด ขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้สูงสุดให้ความ เชื่อถือพาดหัวข่าวน้อยที่สุด ดังตารางต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง ก. ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อความถูกต้องของพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์

		ระดับความถูกต้อง (%)		
		ถูกต้อง เสมอ	ถูก เป็นบางครั้ง	มักไม่ถูกต้อง
เพศ	หญิง	75	21	4
	ชาย	74	21	5
อายุ	18 - 25	73	22	5
	26 - 35	70	25	5
	36 - 45	73	22	5
	46 - 55	72	22	6
	56 - 65	79	17	4
	65 ปีขึ้นไป	80	18	2
รายได้ (\$)	ต่ำกว่า 5,000	79	18	3
	5,000-10,000	79	18	3
	10,000-15,000	77	20	3
	15,000-25,000	70	24	6

ที่มา : The Newspaper Everything You Need to Know to Make It in the Newspaper Business, 1981, p.51.

นอกจากนั้น ยังได้เสนอผลการวิจัย เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้่านที่อ่านหนังสือพิมพ์เฉพาะรายสัปดาห์ และผู้อ่านที่อ่านทั้งหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ ต่อความถูกต้องของพาดหัวข่าว พบว่า จำนวนผู้อ่านที่อ่านเฉพาะหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ เห็นว่าพาดหัวข่าวมีความถูกต้อง เสมอ ถูกต้อง เป็นบางครั้ง และไม่ถูกต้องนั้น คิดเป็นสัดส่วนตามลำดับดังนี้ 64.6% 28.0% และ 7.3% สำหรับกลุ่มผู้อ่านที่อ่านทั้งหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ มีความเห็นต่อระดับความถูกต้องของพาดหัวข่าวใน 3 ระดับดังกล่าว ตามลำดับดังนี้คือ 51.0% 38.5% และ 10.5%

ผลการวิจัยของ Marquez (1980) เรื่อง How Accurate are the Headlines? สรุปได้ว่า จากการศึกษาพาดหัวข่าวจำนวน 292 ชิ้น ในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับที่จำหน่ายทั่วรถ มีพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้องหรือกำกวม บิด เบือน รวม 74 ชิ้น คิดเป็น 25% ขณะที่พาดหัวข่าวที่ถูกต้องมี 218 ชิ้น คิดเป็น 75% ซึ่งชี้ให้เห็นว่า พาดหัวข่าว 1 ชิ้น จากทุกๆ 4 ชิ้น มิได้สื่อความหมายตรงตาม เนื้อหาหรือรายละเอียดของข่าวที่พาดหัวข่าวนั้นสรุปไว้แต่อย่างใด

เมื่อเปรียบเทียบความถูกต้องของพาดหัวข่าวระหว่างข่าวท้องถิ่น ข่าวระดับชาติ และข่าวต่างประเทศ พบว่า หนังสือพิมพ์ลงข่าวท้องถิ่นน้อยที่สุด คือมีทั้งสิ้นเพียง 58 ข่าว ส่วนข่าวระดับชาติมีมากที่สุดคือ 148 ข่าว และข่าวต่างประเทศมี 86 ข่าว สัดส่วนของพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้องและบิด เบือนของข่าวท้องถิ่นมีมากที่สุดคือ 27.6% รองลงมา ได้แก่ ข่าวระดับชาติ 25% และข่าวต่างประเทศ 24.4%

ทางด้านประเภทข่าว ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็น 13 ประเภท เช่น ธุรกิจ และเศรษฐกิจ การเมืองและรัฐบาล ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาติ ภัยพิบัติ ยุโรป ละตินอเมริกา เอเชีย เป็นต้น ปรากฏว่า ข่าวที่เกี่ยวกับแอฟริกา ละตินอเมริกา และตะวันออกกลาง มีสัดส่วนของพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้องรวมกันเท่ากับ 41.6% ซึ่งข่าวที่รายงานเกี่ยวกับสงครามจรรยาบรรณโรดีเซียและซาร์ ความขัดแย้งระหว่างอาหรับและอิสราเอล ได้พาดหัวคลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในเนื้อข่าว

งานตอนท้ายของการวิจัยนี้สรุปว่า ผลการวิจัยได้ชี้ชัดให้เห็นถึงพาดหัวข่าวที่ไม่ถูกต้อง และบิด เบือนคลาด เคลื่อนจากความ เป็นจริงใน เนื้อข่าวว่า ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ได้ ศึกษา เนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ อันได้แก่ ความกดดันเรื่อง เวลาในการทำงาน ความบกพร่องในการใช้ภาษา แนวโน้มของการเสนอข่าวที่ เร้าอารมณ์ การตีความหมายของข่าวที่ได้จากสำนักข่าว ผิดพลาดไป รวมไปถึงความไม่ระมัดระวังในด้านอื่นๆ

Tannenbaum ได้ทำการทดลอง เกี่ยวกับผลของพาดหัวข่าว ในหัวข้อ "The Effect of Headlines on the Interpretation of News Stories" โดยแบ่ง ผู้ถูกทดลองออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้อ่านข่าวประเภทที่ "อ่านโดยตลอด" (thorough readers) ประเภทที่ "อ่านพอสมควร" (casual readers) และประเภทที่ "อ่านอย่างผิวเผิน" (superficial readers) ซึ่งผู้อ่านเฉพาะพาดหัวข่าว หรืออ่านพาดหัวข่าวกับ เนื้อข่าว 2-3 ย่อหน้าแรก ถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มที่ "อ่านอย่างผิวเผิน" อย่างไรก็ตาม ผู้ทดลอง มิได้ให้คำนิยามของผู้ที่ "อ่านโดยตลอด" และ "อ่านพอสมควร" ไว้แต่อย่างใด (Bush, 1967)

ผลการทดลองพบว่า มีความแตกต่างกันในด้านการยอมรับความถูกต้องของพาดหัวข่าว ระหว่างผู้อ่านทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง ข. การยอมรับความถูกต้องของพาดหัวข่าวในกลุ่มผู้อ่าน 3 กลุ่ม

	ระดับการอ่านของผู้อ่าน		
	อ่านโดยตลอด	อ่านพอสมควร	อ่านอย่างผิวเผิน
การยอมรับความถูกต้องของพาดหัวข่าว			
เห็นด้วย (%)	38	34	60
ไม่เห็นด้วย (%)	62	66	40
รวม (%)	100	100	100

ที่มา : News Research for Better Newspaper, Vol.2,1967,p.82.

จากตารางสรุปผลการทดลองข้างต้นชี้ให้เห็นว่า กลุ่มที่อ่านอย่างผิวเผิน มีการยอมรับความถูกต้องของพาดหัวข่าวที่แตกต่างไปจากกลุ่มผู้อ่านที่อ่านโดยตลอด และอ่านพอสมควร อย่างเห็นได้ชัด โดยมีจะรับความหมายของ เนื้อข่าวจากพาดหัวข่าวนั้นเอง ขณะที่ผู้อ่านอีก 2 กลุ่มนั้น ยอมรับความหมายที่ปรากฏในพาดหัวข่าวน้อยกว่า ราว 5 ใน 8 ของผู้อ่านที่ "อ่านโดยตลอด" และ 2 ใน 3 ของผู้อ่านที่ "อ่านพอสมควร" ไม่ยอมรับความหมายที่กล่าวไว้หรือที่ปรากฏอยู่ในพาดหัวข่าว

Bush (1969) กล่าวสรุปถึงการทดลองของ Deutschmann เรื่อง "The Relationship Between Interest and Perception of Headline-type Stimuli"

ว่า ผลจากการทดลองแสดงให้เห็นว่า "คำที่ชี้แนะพาดหัวข่าว เป็นสัญญาณข่าวสาร (cues) ที่ส่งไปยังความสนใจของผู้อ่านแต่ละคน และดูเหมือนว่าผู้อ่านเกิดความพร้อมที่จะตอบสนอง [โดยการอ่าน] ต่อสัญญาณข่าวสารที่เป็นตัวแทนของทัศนคติและความต้องการส่วนตัวอย่างไม่ตั้งใจ"

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า หน้าหลักของพาดหัวข่าวคือ บ่งบอกถึง เนื้อข่าว แต่ก็มีตำราบางเล่มเขียนไว้ว่า หน้ารองลงมาคือ เรียกความสนใจจากผู้อ่าน พาดหัวข่าวที่ดีจึงถูกคิดหรือคำนวณขึ้นเพื่อช่วยให้อ่านเนื้อหาได้ง่ายขึ้น หน้ากิจการ "เรียกความสนใจ" นั้น มีความสำคัญเป็นอันดับสอง และจะต้องไม่เกิดจากความกำกวมอันอาจจะบิดเบือนความหมายไปจากเนื้อหาที่แท้จริงของ เนื้อข่าวได้

งานวิจัยในประเทศไทย

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวกับพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์รายวัน มีดังต่อไปนี้ เครือวัลย์ ชัชกุล (2535) ศึกษาวิจัย เรื่อง "การวิเคราะห์การนำเสนอหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์" ช่วงวันที่ 1 ตุลาคม ถึง 31 ตุลาคม 2534 สรุปว่า ผู้นำเสนอหัวข่าว จะคัดเลือกข่าวที่ผ่านกระบวนการคัดเลือกมาแล้ว มาเรียงลำดับตามความสำคัญ ทั้งนี้แม้ว่าบรรณาธิการจะคัดเลือกข่าวด้วยตนเอง แต่ทว่า การทำงานอยู่นอกระบบของสังคม คุณค่าของข่าวจึงเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นภายนอกเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จากปัจจัยภายใน อันได้แก่ นโยบายของเจ้าของสื่อและผู้ร่วมงาน กับปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ระบบการเมือง การควบคุมของกฎหมาย และวัฒนธรรมสังคม ด้วยเหตุที่บรรณาธิการ ได้สร้างคามหมายของหัวข่าวขึ้น เพื่อให้ผู้รับสารติดตามข่าวสารต่อไป นอกจากภารกิจ หน้าหลักของสื่อมวลชนแล้ว ยังมีหน้าที่อื่นอีกซึ่งหนังสือพิมพ์เน้นหน้าที่ด้านการตลาด เป็นสำคัญ

การวิจัยดังกล่าวได้จำแนกลักษณะหัวข่าว เป็น 5 ชนิด ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ สถาบันการเมืองการปกครอง การคอร์รัปชันในวงราชการ ภัยพิบัติ และการต่อต้านของราษฎรในเรื่องที่ทากิน พบว่าข่าวที่เกี่ยวกับความสนใจของมนุษย์ เป็นข่าวที่



หนังสือพิมพ์ให้ความสนใจนำเสนอมากที่สุด เพราะ เป็นข่าวที่สามารถดึงดูดผู้อ่านด้านการจำหน่ายได้ ข่าวที่เกี่ยวกับวิกฤตตุลาการ เป็นข่าวที่หนังสือพิมพ์สร้างความสำคัญให้ เกิดขึ้นโดยการนำมาพาดหัวหัดต่อ เนื่องกันไป และยังสร้างความหมายให้ข่าวบางประเด็นมีความสำคัญที่สุด และละเอียดข่าวบางประเด็น กล่าวคือขาดความเป็นกลางในการเสนอข่าว

หัวข่าว เป็นส่วนที่ทำให้รูปลักษณ์ของข่าว เกิดความสมบูรณ์ เป็นจุดเด่นที่สุดที่เรียกร้องความสนใจ เนื่องจากหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เห็นได้ชัด จึงพยายามเรียกร้องความสนใจด้วยการพาดหัวให้สะดุดตา ให้สีสัน สร้างอารมณ์ จนทบทวนผู้วิพากษ์วิจารณ์ว่า พาดหัวเกินความจริงบ้าง ท้าให้ภาววิบัติบ้าง

โดยทั่วไป ประเด็นสำคัญหรือหัวใจของข่าว จะถูกหยิบยกมาไว้ในหัวข่าว เป็นการชี้แนะให้ผู้รับสาร เล็งเห็นความหมายบางประการที่บรรณาธิการสื่อสารมายังผู้รับซึ่ง เป็นความหมายโดยตรงหรือความหมายโดยนัย การทำให้ตัวอักษรขนาดเล็ก หรือการเรียงลำดับข่าว แสดงถึงการชี้รหัส เพื่อแสดงว่าข่าวมีความสำคัญแตกต่างกัน

นโยบายขององค์กรมีผลทางด้านธุรกิจ เข้ามา เป็นตัวกำหนด ท้าให้ข่าวมี เนื้อหาเข้มข้น การแข่งขัน เพื่อให้ได้ข่าว เด็ดมานำเสนอ ความรวดเร็ว เป็นสิ่งที่นำหน้าความถูกต้อง จึง เกิดความผิดพลาดโดยไม่เจตนา หรือโดยเจตนาพาดหัวเกินความเป็นจริงอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ตก เป็นข่าวได้ ซึ่งสิ่งนี้เกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์มากที่สุด เมื่อเทียบกับสื่ออื่น

นิตยสาร อภินันทาภรณ์ (2534) ศึกษาเรื่อง "ลักษณะการเชื่อมโยงการรายงานข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ การศึกษาระดับข้อความ" ซึ่งศึกษาการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อความในการรายงานข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทั้งในส่วนพาดหัวข่าว บรรณานุกรมข่าว และ เนื้อข่าว ส่วนของพาดหัวข่าว พบว่า เมื่อพิจารณาความหมายของประโยคหรือข้อความโดยไม่ปรากฏรูปภาษาที่เป็นคำเชื่อมแสดงการเชื่อมข้อความ แต่อาจตีความได้จากข้อความที่ต่อ เนื่องกันนั้น ความสัมพันธ์ของข้อความในพาดหัวข่าว มี 9 ลักษณะ คือ การแสดงลักษณะหรือวิธีการ แสดงความมุ่งหมาย แสดงการสรุปความหรือแสดงผล แสดงเหตุ แสดงการขยายความ แสดงการลำดับเหตุการณ์ แสดงความคล้ายตามกัน แสดงความขัดแย้ง และ แสดงความเป็นเจ้าของ

อัญชลี ชัยวรพร (2535) ศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปลักษณ์และเนื้อหาหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ" พบว่า หน้าแรกของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ เสนอข่าวการเมืองมากที่สุด ใช้งานแง่จำนวนขึ้น และเนื้อที่ โดยหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยส่วนใหญ่ เสนอเนื้อหาอาชญากรรมมาก เป็นอันดับสอง แต่มีความแตกต่างกันในปริมาณที่นำเสนอ สำหรับในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพาดหัวข่าว เมื่อวัดจำนวนขึ้น หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ตีพิมพ์หัวข่าวการเมืองมากที่สุด ขณะที่บางฉบับ เสนอหัวข่าวอาชญากรรมมาก เป็นอันดับหนึ่ง แต่หนังสือพิมพ์ทุกชื่อ เน้นหัวข่าวการเมืองมากที่สุด เมื่อวัดเป็นเนื้อที่ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยส่วนใหญ่ เสนอหัวข่าวหลากหลายแบ่งได้ 4 ขนาด คือ หัวข่าวยักษ์ หัวข่าวใหญ่ หัวข่าวธรรมดา และหัวข่าว เล็ก เน้นพาดหัวข่าวด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ เน้นสีลึกลับพาดหัวข่าว และใช้พาดหัวข่าวเต็มแนวคอลัมน์แบบบรรทัดเดียว และ หลายบรรทัด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย