

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของหัวหน้าที่มีต่อความสนใจ การตีความ และความเชื่อถือของผู้อ่านนี้ ประกอบด้วยแนวคิด 5 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับหัวหน้า
2. แนวคิดเกี่ยวกับความถูกต้อง
3. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นกลาง
4. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิด
5. แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

ผู้วิจัยได้อ้างอิงทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อนำมาอธิบายตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดและความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อชี้ให้เห็นแนวทางของสมมุติฐานของการวิจัย ซึ่งกล่าวไว้ในตอนท้ายของบท

แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของหัวข้อ

หัวข้อหนังสือพิมพ์ คือ ข้อความ ประโยค หรือวลีที่สรุปเนื้อหาสาระของข่าวทั้งหมด เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของข่าว มีหน้าที่บอกผู้อ่านให้ทราบถึงข้อเท็จจริง และยังช่วยในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน หัวข้อจะมีขนาดแตกต่างกันไปตามลำดับความสำคัญของข่าวที่บรรณาธิการได้ประเมินค่าแล้ว ความสำคัญของหัวข้อนั้นอยู่ที่ หน้าที่และบทบาทที่มีต่อ ข่าว หนังสือพิมพ์ และ ผู้อ่าน Garst R.E. และ Berntsein T.M. (1968) กล่าวว่า หัวข้อมีหน้าที่เหมือนสินค้าตัวอย่างที่บรรจุไว้ในหีบห่อขนาดพิเศษและสวยงามเพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้ทดลองใช้ หากลูกค้าพอใจในผลิตภัณฑ์ก็จะหาซื้อมาใช้ในที่สุด หัวข้อก็เช่นเดียวกันมีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ถูกต้องและน่าสนใจ หากผู้อ่านพอใจก็จะซื้อหนังสือพิมพ์และอ่านข่าวนั้น

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้แจกแจงหน้าที่และความสำคัญของหัวข้อไว้สอดคล้องกัน สรุปได้ดังนี้

1. หน้าที่ในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

หัวข้อควรจะมีความที่เชิญชวน และดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ด้วยเหตุนี้การพาดหัวข่าวจึงต้องคำนึงถึงความน่าสนใจ และอาจหือหวาได้ในบางครั้ง แต่สำคัญที่สุด หัวข้อจะต้องชัดเจนและถูกต้องเสมอ

2. หน้าที่ในการสรุปประเด็นสำคัญของข่าว

หัวข้อต้องสรุปสาระสำคัญของข่าวได้อย่างกระชับรัดกุม ซึ่งหัวข้อที่จะทำหน้าที่นี้ได้ต้องเป็นหัวข้อที่ถูกต้องชัดเจนเพียงพอที่จะทำให้ผู้อ่านสามารถทำความเข้าใจเบื้องต้นได้ตรงกับข่าวก่อนที่จะอ่านเนื้อข่าวเป็นลำดับต่อไป

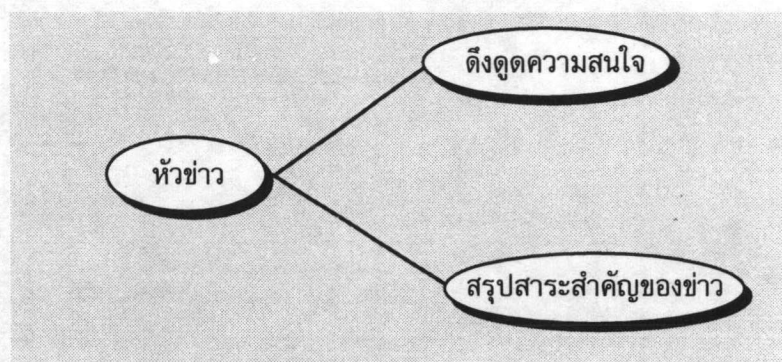
นอกจากหน้าที่หลัก 2 ประการข้างต้นแล้ว หัวข่าวยังมีหน้าที่อื่นๆ อีก ตามที่ Hodgeson F.W. (1987) และ Baskette (1977) ได้สรุปไว้ ดังนี้

- ทำให้การจัดหน้าหนังสือพิมพ์กลมกลืนและสวยงาม
- เป็นสารบัญชบอกให้อ่านทราบว่าแต่ละหน้ามีข่าวอะไรบ้าง
- บรรยายอารมณ์ของข่าว
- ช่วยสร้างบุคลิกภาพของหนังสือพิมพ์

หน้าที่ของหัวข่าวที่ได้กล่าวมาทั้งหมดที่สามารถนำมาสนับสนุนงานวิจัยนี้ ซึ่งศึกษาถึงอิทธิพลของหัวข่าวที่มีต่อความสนใจ การตีความ และความเชื่อถือของผู้อ่าน คือ หน้าที่ในการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และสรุปประเด็นสำคัญของข่าวให้อ่านทราบใจความสำคัญของเนื้อข่าวได้ ตามแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1

หน้าที่ของหัวข้อ



แนวคิดเกี่ยวกับความถูกต้อง

ความถูกต้องของหัวข้อ หมายถึง การที่หัวข้อเสนอสาระที่ตรงกับข้อเท็จจริงที่ปรากฏในเนื้อข่าว คำหรือข้อความที่ระบุไว้ในหัวข้อต้องมีความหมายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับเนื้อข่าว โดยไม่บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง

ความถูกต้องเป็นองค์ประกอบหลักของการนำเสนอข่าว สมาคมบรรณาธิการหนังสือพิมพ์แห่งสหรัฐอเมริกา (The American Society of Newspaper Editors) บัญญัติหลักจรรยาบรรณเกี่ยวกับความถูกต้องว่า เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการรายงานข่าว และหัวข้อหนังสือพิมพ์จะต้องสอดคล้องหรือเป็นไปในทางเดียวกับเนื้อข่าวที่ตามมา (Cassata, 1979)

Smyser (1981) กล่าวถึงกฎการเขียนหัวข้อขั้นพื้นฐานไว้หลายประการ ที่สำคัญคือ หัวข้อจะต้องพาดอย่างกระชับรัดกุม ชัดเจน ถูกต้อง ไม่มีความหมายหลายนัยหรือกำกวมจนทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิด

Hodgeson (1987) กล่าวถึงปัญหาของหัวข้อที่เกี่ยวกับความถูกต้องว่า ด้วยเหตุที่หัวข้อเป็นส่วนที่ทำให้ข่าวโดดเด่น เพราะฉะนั้นการพาดหัวข้อจะต้องระมัดระวังไม่ให้ถ้อยคำ หรือข้อความใน

หัวข้อวนั้นๆทำลายความถูกต้องของข้อเท็จจริง

หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งพาดหัวข่าวว่า

กก.การบินไทยสั่งยกเลิก ซื้อโบอิง777และแอร์บัส

เนื้อข่าวโดยสรุป : คณะกรรมการการบินไทยได้แจ้งเลื่อนรับมอบเครื่องบินโบอิง 747-400 จำนวน 3 ลำ โบอิง 777-200 จำนวน 8 ลำ โดยเลื่อนออกไปเป็นปี 2539-40 2539-41 และ 2538-40 ตามลำดับ

หากผู้อ่านที่อ่านเฉพาะหัวข้อข้างต้นก็จะเข้าใจว่า การบินไทยสั่งยกเลิกการซื้อเครื่องบิน ซึ่งไม่ตรงกับข้อเท็จจริงของข่าว

McLean D. (1989) กล่าวว่าผู้อ่านทั่วไปมักจะไม่แยกหัวข้อออกจากเนื้อข่าว แม้ว่าจะกล่าวไม่ตรงกัน ฉะนั้นความถูกต้องของหัวข้อจึงสำคัญพอๆกับความถูกต้องของเนื้อข่าว

นอกจากปัญหาความไม่ถูกต้องแล้ว ความกำกวมก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่มักพบในหัวข้อ ซึ่งหัวข้อที่กำกวมนี้ Baskette ให้ความหมายว่าเป็นหัวข้อที่คลุมเครือ ไม่ชัดเจน ทำให้ผู้อ่านตีความได้มากกว่าหนึ่งความหมาย ดังเช่น

ชุมชนตีพายหญิงเดี่ยวอินโดฯโอเพ่น

ผู้อ่านที่อ่านข่าวนี้นี้แบบผ่านๆ หรืออ่านเฉพาะหัวข้ออาจไม่แน่ใจว่าซูซี่ ชุชานติ นักแบดมินตันหญิงหมายเลขหนึ่งของโลกชาวอินโดนีเซียแพ้ในการแข่งขันรอบใด

แต่ถ้าพาดหัวข้อเดียวกันนี้ใหม่ว่า

ชุมชนตีชวดแชมป์อินโดนีเซียโอเพ่น

ผู้อ่านทั่วไปก็สามารถเข้าใจได้ทันทีว่าชุมชนตีพายแพ้ในรอบชิงชนะเลิศนั่นเอง

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาปัญหาเกี่ยวกับความถูกต้องของหัวข้อ Marquez (1980) ศึกษาหัวข้อจากหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับที่ตีพิมพ์ในรัฐฟิลาเดลเฟีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ *Evening Bulletin* หนังสือพิมพ์ *Inquirer* หนังสือพิมพ์ *Journal* และ หนังสือพิมพ์ *Daily News* Marquez แบ่งลักษณะของหัวข้อตามแนวคิดนี้ออกเป็น 3 ประเภท คือ หัวข้อที่ถูกต้อง หัวข้อกำกวม และหัวข้อที่ชักนำให้เข้าใจผิด ผลการวิจัยปรากฏดังตารางต่อไปนี้

หนังสือพิมพ์	หัวข้อ					
	ถูกต้อง		นำไปเข้าใจผิด		กำกวม	
	N	%	N	%	N	%
<i>Inquirer</i> (N=116)	92	79.0	15	13.0	9	8.0
<i>Bulletin</i> (N=89)	68	76.5	12	13.5	9	10.0
<i>Daily News</i> (N=42)	42	67.7	12	19.3	8	13.0
<i>Journal</i> (N=25)	16	64.0	3	12.0	6	24.0

จากหัวข้อที่ทำการศึกษาทั้งหมด 292 ชิ้นพบว่าหัวข้อที่กำกวม 32 ชิ้น และหัวข้อที่ชักนำไปเข้าใจผิด 42 ชิ้น คิดรวมเป็นร้อยละ 25 ส่วนหัวข้อที่ถูกต้องมีทั้งหมด 218 ชิ้น หรือร้อยละ 75 แสดงให้เห็นว่าหัวข้อ 1 ชิ้นจากทุก ๆ 4 ชิ้นไม่ได้สื่อความหมายตรงตามเนื้อหาหรือรายละเอียดของของข่าว

จะเห็นได้ว่างานวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นว่า บางครั้งหัวข้อก็ไม่ได้ถูกต้องเสมอไป ปัญหาที่นำศึกษาต่อก็คือความไม่ถูกต้องและความกำกวมเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้อ่านหรือไม่ เพียงใด ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความถูกต้องนี้เป็นแนวทางในการกำหนดประเภทของหัวข้อ 2 ประเภท คือ หัวข้อกำกวม และหัวข้อที่ไม่ถูกต้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นกลาง

รายงานข่าวหนังสือพิมพ์ที่ดีควรมีคุณลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือความเป็นกลาง ความเป็นกลางของหัวข่าวนั้นหมายถึงการรายงานข้อเท็จจริงของข่าว โดยไม่สอดแทรกความคิดเห็น หรือความรู้สึกส่วนตัวของผู้เขียนลงไปในกาเขียนหัวข้อ

มาลี บุญศิริพันธุ์ (2534) กล่าวถึงคุณลักษณะของข่าวที่ดี ประกอบด้วย

1. ความเป็นกลาง : การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ หรือใส่ความคิดเห็นลงไป

2. ความสมดุล : การรายงานข่าวที่ควรให้ความเสมอภาคในการเสนอข้อเท็จจริงทุกด้าน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเหตุการณ์ได้อย่างถูกต้อง และให้ความเป็นธรรมแก่บุคคลในข่าว

3. ความถูกต้อง : ข้อเท็จจริงต้องมีความถูกต้อง เทียงตรง ในข้อมูลต่างๆ รวมถึงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้องด้วย

4. ความกระชับชัดเจน : ข่าวที่ดีควรมีรูปแบบการเขียนที่กระชับ กระจ่างแจ้ง ไม่มีความหมายให้ตีความหลายแง่มุม

ความสำคัญของความเป็นกลางอยู่ที่ว่า ความเป็นกลางนั้น เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้รายงาน

อย่างไรก็ตาม การรักษาความเป็นกลางในการรายงานข่าวให้เที่ยงตรงโดยตลอดนั้นบางครั้งเป็นไปได้ยาก McDonald (1975) ได้ระบุปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับความเป็นกลางในการรายงานข่าวไว้ 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้รายงานข่าว ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา ครอบครัว เศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนการใช้เหตุผลส่วนตัว

2. ปัจจัยทางการใช้ภาษา ซึ่งการใช้คำคุณศัพท์บางคำอาจทำให้ข้อเท็จจริงกลายเป็นอคติ

Korzybski (อ้างถึงใน Merrill, 1975) ชี้ให้เห็นว่าคำคุณศัพท์ที่ใช้บรรยายลักษณะมักเป็นคำอัตวิสัย กล่าวคือ ผู้รายงานข่าวมักใช้คำคุณศัพท์บรรยายบุคคล สถานที่ สิ่งของ ตลอดจนเหตุการณ์ โดยไม่ทันตระหนักว่าคำเหล่านี้มีส่วนในการทำลายความเป็นกลางของข่าว และยังสะท้อนให้เห็นความคิดเห็นของตัวผู้รายงานเองปรากฏในข่าวอย่างชัดเจน เช่น “ผู้ชมที่ **กระตือรือร้น**” เป็นต้น

การกล่าวเกินจริงเป็นปัญหาของหัวข้อที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่ง Baskette (1977) ได้ให้คำอธิบายว่าเป็นหัวข้อที่พาดเกินเลยไปจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในเนื้อหา

Cohler (1985) กล่าวว่าผู้อ่านที่เปิดรับคำที่มีความหมายเกินจริง หรือคำที่มีความหมายเกี่ยวเนื่องกับความรุนแรง มักจะสร้างภาพที่เกินจริงเกี่ยวกับสารนั้นทันที ซึ่งการใช้ถ้อยคำลักษณะดังกล่าวถือเป็นการขโมยความหมายและอารมณ์ของข่าว ดังที่ปรากฏในตัวอย่างหัวข้อนี้

**ระเบิดโรงโม่หิน
8ชีวิตแผลกและ
เศษเนื้อปลิวอ่อน**

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับหัวข้อที่ไม่เกินจริงในเนื้อหาเดียวกัน คือ

**ดินระเบิดปะทุ
คนงานดับ 8 ศพ
คาโรงโม่หิน**

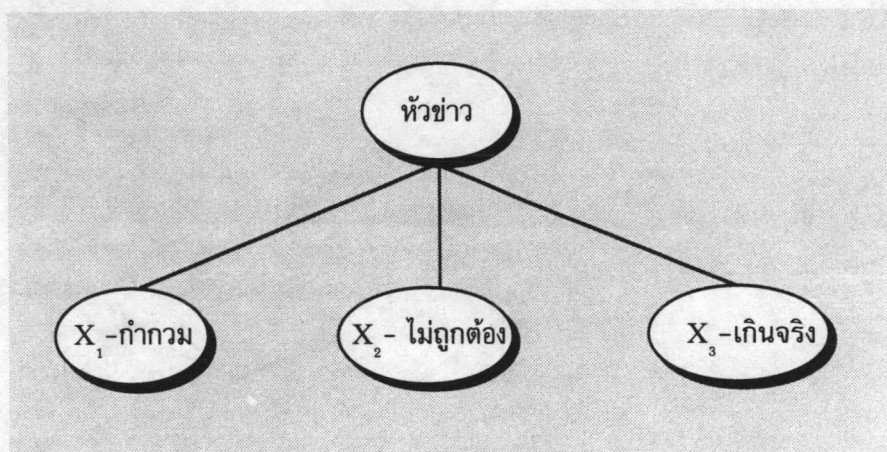
จะเห็นได้ว่าหัวข้อที่ไม่เกินจริงนี้สามารถสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องกระชับรัดกุมและเป็นกลางได้ดีกว่า

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นิยามความเกินจริง ว่าหมายถึง การที่หัวหน้าเสนอสาระที่เกินเลยไปจากข้อเท็จจริงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้รู้สึกที่ง ทรหนก หรือประหลาดใจ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นกลางในการกำหนดหัวข้อที่มีลักษณะเกินจริง เพิ่มจากหัวข้อกำกวม และหัวข้อที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งได้กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ แสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2

ประเภทของหัวข้อ (X)



แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิด

สำหรับแนวคิดที่เกี่ยวกับกระบวนการทางความคิดนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอธิบายตัวแปรตาม ซึ่งก็คือ ความสนใจ และการตีความของผู้อ่าน โดยผู้วิจัยกล่าวถึงทฤษฎีทางจิตวิทยาและทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชนซึ่งมีความสอดคล้องกัน

1. ความสนใจ

ความสนใจเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางความคิดที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า เมื่อมนุษย์เลือกให้ความสนใจกับสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง ก็จะจำกัดสิ่งเร้าที่ไม่อยู่ในความสนใจออกไป อาจเปลี่ยนไปสนใจสิ่งเร้าอื่นที่น่าสนใจกว่า หรืออาจสนใจสิ่งเร้าหลายอย่างในเวลาเดียวกัน Matlin ได้สรุปว่าความสนใจเป็นปรากฏการณ์ที่สามารถเลือกได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเกิดขึ้นได้หลากหลายในเวลาเดียวกัน (อ้างถึงใน Best, 1985)

ในทางจิตวิทยาการเรียนรู้ ทฤษฎีคอขวด (Bottleneck Theory) ได้อธิบาย การเลือกสนใจว่าเปรียบเสมือน “คอขวด” ซึ่งเป็นกลไกแรกในกระบวนการทางความคิด กล่าวคือ สิ่งเร้าไม่สามารถเข้าสู่กระบวนการนี้ได้ หากยังไม่ผ่านขั้นตอนของการเลือกสนใจ กลไกในการกรองสิ่งเร้า (Selective Filter) จะยอมให้เฉพาะสิ่งเร้าที่เราให้ความสนใจเท่านั้น ผ่านเข้าสู่ขั้นตอนของการตรวจสอบ (Detective Device) ต่อไป (อ้างถึงใน Best, 1985)

เมื่อพิจารณาทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชน พบว่าทฤษฎีคอขวดข้างต้นมีความสอดคล้องกับทฤษฎีอิทธิพลของการเลือกสรร (Selective Influence Theory) ในส่วนของการเลือกสนใจ (Selective Attention) ซึ่ง Defleur และคณะ (1982) กล่าวว่า เนื่องจากโลกปัจจุบันเต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารซึ่งมีปริมาณมากจนผู้รับสารไม่สามารถเปิดรับได้ทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ผู้รับสารจึงจำเป็นต้องเลือกเปิดรับสารที่อยู่ในความสนใจเท่านั้น

สำหรับหลักของการเลือกสนใจ ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) นั้น Defleur อธิบายว่าด้วยข้อจำกัดในการเปิดรับสารนี้เอง ผู้รับสารจึงต้องมีเครื่องกรองทางจิต (Mental Filters) เพื่อช่วยเลือกเฉพาะสารที่อยู่ในความสนใจให้ผ่านเข้าสู่ขั้นตอนของการเลือกตีความ ซึ่ง

การเลือกสนใจนี้ขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจ ประสบการณ์เดิม สภาพแวดล้อม และสภาวะทางจิตใจของผู้รับสาร ในขณะนั้น

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสนใจที่มีต่อหัวข่าวนั้น Bush (1969) ได้สรุปผลการทดลองของ Deutschmann เรื่อง “The Relationship Between Interest and Perception of Headline-type Stimuli” ว่าคำที่ใช้ในหัวข้อทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจผู้อ่านซึ่งก็จะเลือกอ่านหัวข้อตามที่ตัวเองสนใจ

2. การตีความ

หลังจากสารได้ผ่านขั้นตอนของการเลือกสนใจแล้ว ก็จะเข้าสู่กระบวนการของการตีความ ซึ่งผู้วิจัยได้อ้างอิงแนวคิดเกี่ยวกับ Priming Effect ซึ่งเป็นแนวคิดทางจิตวิทยา ซึ่งมีความสอดคล้องกับการเลือกตีความ (Selective Interpretation) ซึ่งเป็นทฤษฎีทางสื่อสารมวลชน

Berkowitz และ Rogers (1972) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิดในขั้นตอนของการตีความว่า เมื่อผู้รับสารเปิดรับสารผ่านสื่อเข้าไป สารดังกล่าวก็จะไปกระตุ้นให้เกิดความคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวมันเอง และความคิดที่ถูกกระตุ้นนี้จะเร้าให้เกิดความคิดในทำนองเดียวกันต่อกันไปเป็นลูกโซ่

อาจกล่าวได้ว่า ความทรงจำที่มีอยู่เดิม ความคิด และความรู้สึกเป็นปัจจัยเชื่อมโยงกระบวนการดังกล่าวให้เป็นเครือข่าย ซึ่ง Collins และ Loftus (1975) เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า Priming Effect

Bargh และ Pietromonaco (1982) แสดงให้เห็นว่า Priming Effect เป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ ในการทดลองของ Bargh และ Pietromonaco หลังจากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับคำว่า “ปรปักษ์” โดยไม่รู้ตัว กลุ่มตัวอย่างก็ได้รับมอบหมายให้ประเมินลักษณะของบุคคลเป้าหมายคนหนึ่ง ผลการทดลองพบว่า กลุ่มตัวอย่างประเมินลักษณะของบุคคลนั้นในแง่ลบเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้คำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับคำว่า “ปรปักษ์” เป็นสัดส่วนที่สูง (อ้างถึงใน Berkowitz และ Rogers, 1972)

ในแง่ทฤษฎีอิทธิพลของการเลือกสรร การเลือกตีความเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการเลือกสนใจ กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเปิดรับสารแล้วก็ได้หมายความว่าจะรับรู้ความหมายของสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความสารเดียวกันแตกต่างกัน ความหมายของสารจึงขึ้นอยู่กับผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามที่ศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ อารมณ์ และความคาดหวังในขณะนั้น (พีระ จิโรโสภณม 2535) เช่น เมื่อผู้อ่านอ่านหัวข้อในแง่ลบเกี่ยวกับการบริหารประเทศของรัฐบาล ผู้อ่านก็อาจนึกถึงข่าวทำนองเดียวกันนี้หรือนึกถึงภาพพจน์ของรัฐบาลในปัจจุบัน ซึ่งผู้อ่านก็อาจตีความหมายของข่าวออกมาในแง่ลบได้ กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในลักษณะเดียวกับปฏิกิริยา Priming Effect

Tannenbaum (1953) ได้ทำการทดลองเรื่อง “The Effect of Headlines on the Interpretation of the News Stories” โดยมีสมมุติฐานไว้ว่า หัวข่าวที่พาดแตกต่างกันมีผลทำให้ผู้อ่านตีความแตกต่างกัน (อ้างถึงใน Bush, 1969)

ในการทดลอง Tannenbaum ได้สร้างหัวข้อข่าวจากข่าวมาตรฐานไว้ 3 ลักษณะ คือ 1. แบบที่ผู้ต้องสงสัยผิด 2. แบบที่ผู้ต้องสงสัยบริสุทธิ์ และ 3. แบบเป็นกลาง ผลของการทดลองสนับสนุนสมมุติฐานดังตารางต่อไปนี้

หัวข้อ	เห็นว่าผิด	เห็นว่าบริสุทธิ์	ไม่มีความเห็น
ผิด	34%	16%	50%
บริสุทธิ์	22%	29%	49%
เป็นกลาง	26%	18%	56%

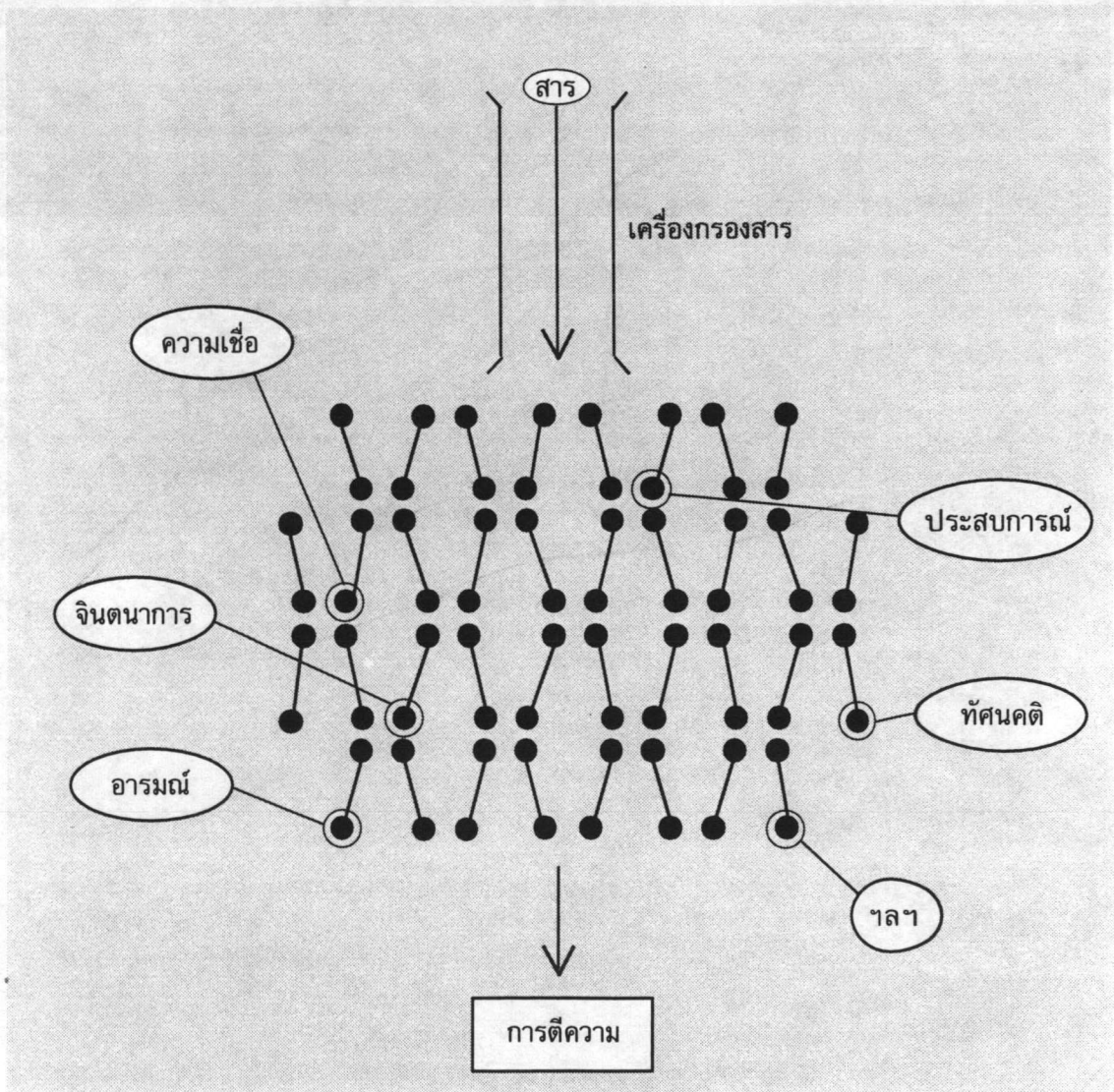
จากตารางสรุปผลการทดลองข้างต้นชี้ให้เห็นว่า หัวข่าวแตกต่างกันจากข่าวเดียวกันมีผลต่อการตีความของผู้อ่าน ผู้อ่านที่อ่านข่าวซึ่งพาดหัวข้อไว้ว่าผู้ต้องสงสัยผิด ผู้อ่านก็จะตีความข่าวตามหัวข้อเป็นสัดส่วนที่สูง และผู้อ่านที่อ่านข่าวซึ่งพาดหัวข้อไว้ว่าผู้ต้องสงสัยบริสุทธิ์ ผู้อ่านก็ตีความสอดคล้องกับหัวข้อเป็นสัดส่วนที่สูงเช่นกัน

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิดที่อธิบายทั้งทางจิตวิทยาและทางสื่อสารมวลชน ผู้วิจัยได้สร้างแบบจำลองขึ้นเองเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนตามแผนภาพข้างล่างนี้

แผนภาพที่ 3

แบบจำลองกระบวนการทางความคิด

(ความสนใจและการตีความ)



แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) เป็นแนวคิดที่อธิบาย ศักยภาพของสื่อในการจูงใจหรือโน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ Aristotle ได้กล่าวไว้ว่า

“การจูงใจที่บรรลุผลนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้พูด เมื่อคำปาฐกของผู้นั้นสามารถโน้มน้าว จิตใจของเราให้รู้สึกว่าเขามีความน่าเชื่อถือกว่าคนพรัคอื่น เรื่องนี้เป็นเรื่องจริง ไม่ว่าจะตั้งปุจฉาใด และ ไม่ว่าแห่งหนใด ที่แม่นยำไม่มีความเที่ยงแท้ดำรงอยู่ หากแต่ ณ ที่นั้นสถิตด้วยหลากหลายทัศนคติก็ตาม” (Aristotle, Book I.2, อ้างถึงใน Duangkamol Chartprasert, 1993)

ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมากกว่า 5 ทศวรรษแล้ว โดยมักจะ ทำการศึกษาในด้านองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือซึ่งยอมรับกันว่าเป็นแนวคิดที่มีองค์ประกอบหลากหลายแง่มุม (Multi-dimensional Concept)

ผู้ริเริ่มศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือคือ Mitchell V. Charnley ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความถูกต้องของการรายงานข่าวหนังสือพิมพ์ ในปี 1936 และ Carl L. Hovland, Irving L. Janis และ Howard H. Kelly ในปี 1953 ศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจในการสื่อสาร (อ้างถึงใน Garziano และ McGrath, 1986)

Hovland, Janis และ Kelly (1953) ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งสาร ซึ่งได้แก่ ความไว้วางใจ (trust) ความเชื่อมั่น (confidence) และความเชื่อ (belief) ของผู้รับสารที่มีต่อความเฉลียวฉลาด (intelligence) และ ความจริงใจ (sincerity) ของแหล่งสาร ทัศนคติดังกล่าวเป็นเครื่องบ่งชี้องค์ประกอบของแหล่งสารที่ผู้รับสารให้ความไว้วางใจ (อ้างถึงใน Garziano และ McGrath, 1986)

Griffin (1967) สรุปว่า ความไว้วางใจของผู้รับสารขึ้นอยู่กับความชำนาญ (expertise) ความน่าไว้วางใจ (reliability) เจตนา (intention) ความดึงดูดใจ (attractiveness) และความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน (associate opinion) ของแหล่งสาร (อ้างถึงใน Triandis, 1971)

Berlo, Lemert, และ Mertz (1970) กล่าวว่าควรประเมินภาพลักษณ์ของแหล่งสารจาก ความมีชีวิตชีวา (อ้างถึงใน Duangkamol Chartprasert, 1993)

การศึกษาวิจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจาก องค์ประกอบที่หลากหลายแง่มุม

Hovland, Janis และ Kelly (1953) ได้เสนอองค์ประกอบหลักของความน่าเชื่อถือของแหล่ง สารไว้ 2 ประการ คือ ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และความเชี่ยวชาญ (expertness) Osgood, Suci และ Tannenbaum (1961) เป็นผู้นำ Semantic Differential Scales มาใช้วัดความน่าเชื่อถือของ แหล่งสาร โดยให้ผู้อ่านประเมินคุณลักษณะต่างๆของแหล่งสารจากค่าคะแนน 7 ระดับ (อ้างถึงใน Emmert และ Brooks, 1970)

Whitehead (1968) ได้ให้นักศึกษาจำนวน 152 คน ประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยใช้ Semantic Differential Scales ในการวัด ผลการวิจัยพบว่า แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูง เป็นแหล่งสารที่มีคุณสมบัติของความน่าไว้วางใจ ความมีชีวิตชีวา (dynamism) ความเป็นกลาง (objectivity) และความสามารถ (competence) (อ้างถึงใน Duangkamol Chartprasert, 1993)

Singletary (1976) กล่าวว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารประกอบด้วย ความน่าไว้วางใจ ความรอบรู้ (knowledgeability) ความชัดเจนสั้นไหล (articulation) ความดึงดูดใจ (attraction) ความเป็นปรปักษ์ (hostility) และความมั่นคง (stability)

สำหรับการจำแนกองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ Cronkite และ Liska (1978) ได้อธิบายไว้แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่พยายามจัดองค์ประกอบไว้เป็นหมวดหมู่ กล่าวคือ Cronkite และ Liska เห็นว่าองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจะแปรผันตามสถานการณ์ ของการสื่อสารและหัวข้อของการสื่อสารซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Meyer (1974) ที่กล่าวไว้ว่าความน่า เชื่อถือของแหล่งสารเป็นแนวคิดหลากหลายแง่มุม ฉะนั้นจึงต้องใช้เกณฑ์ในการวัดที่หลากหลายแง่มุมเช่นกัน

งานวิจัยในช่วงต่อมาเป็นเครื่องสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวเป็นอย่างดี นักวิจัยหลายท่านได้ กำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ต้องการจะวัด

Lee (1978) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือระหว่างข่าวโทรทัศน์และข่าวหนังสือพิมพ์ และศึกษาองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของสื่อทั้งสองประเภท โดย Lee สร้าง Semantic Differential Scales 28 คู่ จากองค์ประกอบดังต่อไปนี้ ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิตชีวา ความเป็นกลาง ความเห็นพ้องต้องกัน (agreeableness) ความไวใจได้ และ ความใกล้ชิด (intimacy) เป็นเกณฑ์ในการประเมิน

Garziano และ McGrath (1986) ได้วิจัยเรื่องเดียวกันนี้ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งผู้รับสารออกเป็น 3 กลุ่มตามปริมาณความเชื่อถือ คือ กลุ่มที่มีความเชื่อถือสูง กลาง ต่ำตามลำดับ และแบ่งข่าวออกเป็นข่าวระดับท้องถิ่น และข่าวระดับประเทศ Garziano และ McGrath ใช้ Semantic Differential Scales เป็นเกณฑ์ในการประเมิน และกำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือเอาไว้ 7 ประการคือ ความยุติธรรม (fairness) ความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ ศีลธรรม (morality) ความถูกต้อง (accuracy) ความเป็นข้อเท็จจริง (factuality) และการคำนึงถึงสังคม (social concern)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในยุคต่อมา นักวิจัยได้หันมาศึกษาแหล่งสารที่เป็นบุคคล (เช่น ผู้เขียน คอลัมนิสต์ เป็นต้น) และ สารที่ไม่ใช่ข่าว (เช่น บทความ คอลัมน์ สารคดี เป็นต้น) มากขึ้น

White และ Ansager (1991) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอคติทางเพศของผู้อ่านคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ในแง่ของความสนใจและความเชื่อถือ โดย White และ Ansager ได้สมมติผู้เขียนคอลัมน์ 4 คนตามเงื่อนไข ดังนี้

- เพศหญิง ชื่อ Patricia Sullivan
- เพศชาย ชื่อ Patrick Sullivan
- ไม่ระบุเพศ ชื่อ Pat Sullivan
- ไม่ระบุชื่อและเพศ Commentary

และกำกับไว้ท้ายบทความ 3 เรื่อง ได้แก่ เรื่องการทำแท้ง เรื่องใบสั่งจ่ายเงิน และเรื่องสิ่ง

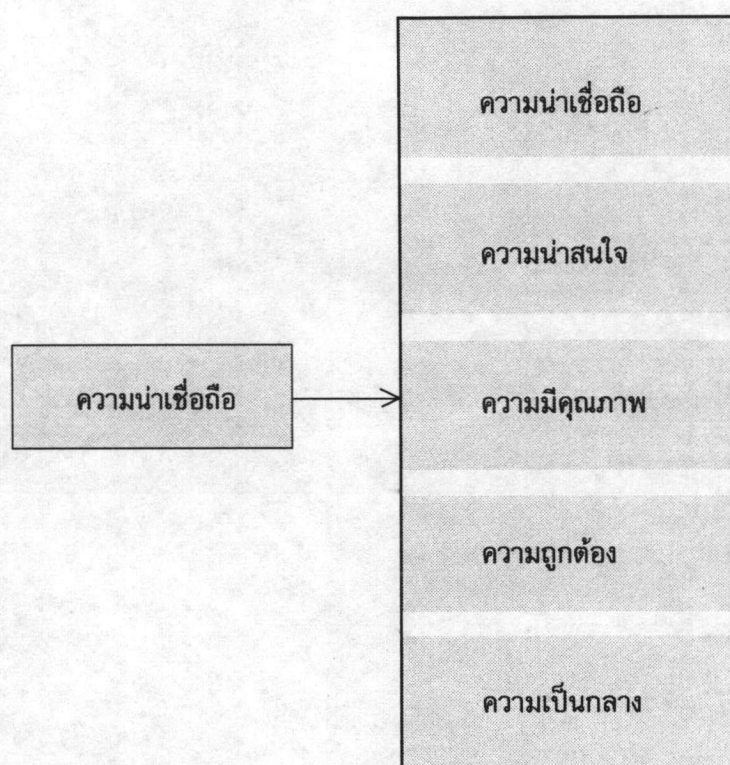
แวดล้อม ผู้วิจัยได้ใช้ Semantic Differential Scales 5 คู่ในการวัดความน่าเชื่อถือของผู้เขียนตามองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความน่าไว้วางใจ ความจริงใจ และความชำนาญ และอีก 17 คู่สำหรับประเมินความน่าเชื่อถือของบทความ

Duangkamol Chartprasert (1993) ได้วิจัยหัวข้อเรื่อง “The Effect of the Bureaucratic Writing Style on Readers’ Perception of Source Credibility” โดยใช้ Semantic Differential Scales วัดความน่าเชื่อถือของผู้เขียนบทความ 20 คู่ และบทความอีก 10 คู่ ตามคุณสมบัติของความน่าไว้วางใจ ความเชี่ยวชาญ และความเปิดเผย (open-mindedness)

จากแนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นแนวคิดที่มีหลากหลายแง่มุม สามารถนำมาศึกษาได้ทั้ง ผู้ส่งสาร สื่อ และสาร นักวิจัยสามารถกำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือให้สอดคล้องกับงานวิจัยได้ตามความต้องการ

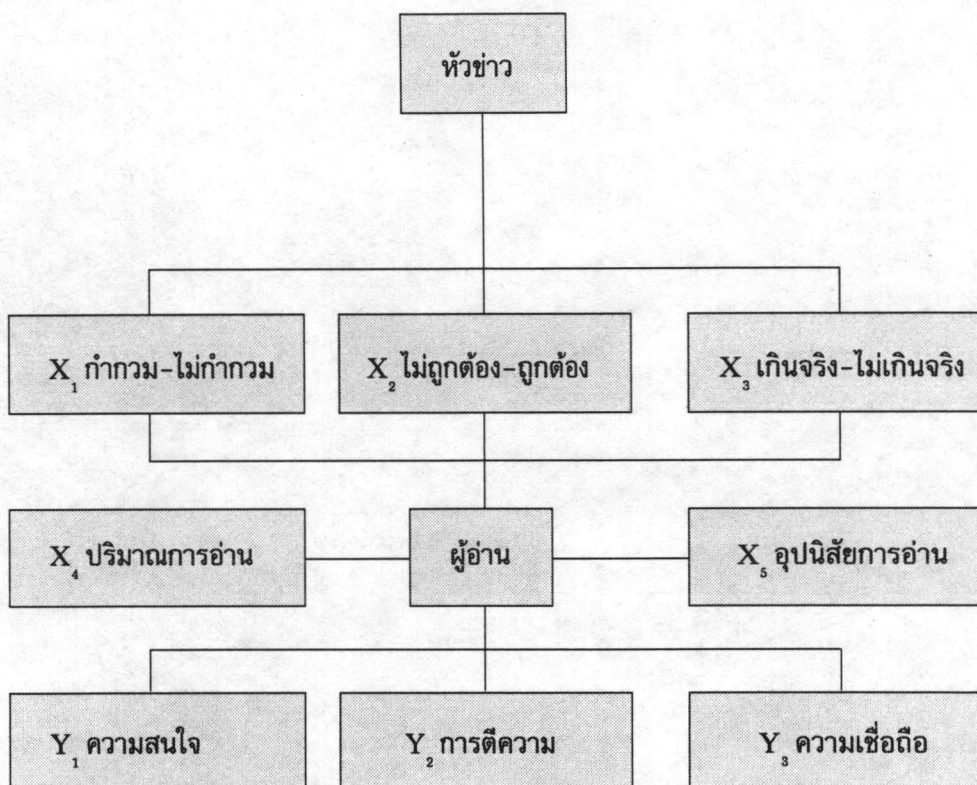
สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ กำหนดองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือออกเป็น 5 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความมีคุณภาพ (qualification) ความน่าสนใจ (attraction) ความถูกต้อง (accuracy) และความเป็นกลาง (objectivity) ตามแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4
องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ



แผนภาพที่ 5

กรอบแนวคิดและความสัมพันธ์ของตัวแปร



X	Y
แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของหัวข่าว	แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิด:
แนวคิดเกี่ยวกับความถูกต้อง	ความสนใจและการตีความ
แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นกลาง	แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งกล่าวมาทั้งหมดข้างต้น เป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานดังนี้

1. ผู้อ่านให้ความสนใจอ่านข่าวที่มีหัวข้อก่อกวม ไม่ถูกต้อง และเกินจริง มากกว่าหัวข้อที่ไม่ก่อกวม ถูกต้อง และไม่เกินจริง

2. ผู้อ่านตีความข่าวที่มีหัวข้อก่อกวม ไม่ถูกต้อง และเกินจริง แตกต่างจากหัวข้อที่ไม่ก่อกวม ถูกต้อง และไม่เกินจริง

2.1. หัวข้อที่ก่อกวม ไม่ถูกต้อง และเกินจริงทำให้ผู้อ่านตีความข้อเท็จจริงของข่าวได้ถูกต้องน้อยกว่าหัวข้อที่ไม่ก่อกวม ถูกต้อง และไม่เกินจริง

2.2. หัวข้อที่ก่อกวม ไม่ถูกต้อง และเกินจริงทำให้ผู้อ่านมีความเห็นเกี่ยวกับข่าวแตกต่างกัน

3. ผู้อ่านให้ความเชื่อถือต่อข่าวที่มีหัวข้อก่อกวม ไม่ถูกต้อง และเกินจริง น้อยกว่าหัวข้อที่ไม่ก่อกวม ถูกต้อง และไม่เกินจริง

4. ความก่อกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อทำให้ผู้อ่านที่อ่านเนื้อหาข่าวที่ตามมาในปริมาณต่างกันตีความและเชื่อถือข่าวแตกต่างกัน

4.1 ความก่อกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อมีอิทธิพลต่อการตีความข้อเท็จจริงของผู้อ่านที่อ่านข่าวแบบผิวเผินมากกว่าผู้อ่านที่อ่านข่าวโดยละเอียด

4.2 ความก่อกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อทำให้ผู้อ่านที่อ่านข่าวแบบผิวเผินมีความเห็นเกี่ยวกับข่าวแตกต่างจากผู้อ่านที่อ่านข่าวโดยละเอียด

4.3 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือของผู้อ่านที่อ่านข่าวแบบผิวเผินมากกว่าผู้อ่านที่อ่านข่าวโดยละเอียด

4.4 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อ มีอิทธิพลต่อความสนใจ การตีความข่าว และความเชื่อถือของผู้อ่าน ที่อ่านข่าวไม่ละเอียด

5. ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อทำให้ผู้อ่านที่มีอุปนิสัยการอ่านหนังสือพิมพ์ต่างกันมีความสนใจ การตีความ และความเชื่อถือแตกต่างกัน

5.1 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่าผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์นาน

5.2 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อการตีความข้อเท็จจริงของผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่าผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์นาน

5.3 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อทำให้ผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยมีความเห็นเกี่ยวกับข่าวแตกต่างจากผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์นาน

5.4 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือของผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่าผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์นาน

5.5 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อความสนใจของผู้อ่านที่ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์บ่อย

5.6 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อที่มีอิทธิพลต่อการตี

ความซื่อเท็จจริงของผู้อ่านที่ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์บ่อย

5.7 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้อทำให้ผู้อ่านที่ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์มีความเห็นเกี่ยวกับข่าวแตกต่างจากผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์บ่อย

5.8 ความกำกวม ความไม่ถูกต้อง และความเกินจริงของหัวข้ออิทธิพลต่อความเชื่อถือของผู้อ่านที่ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์บ่อย