

รูปแบบและการสื่อความหมายของปกนิตยสารข่าว

นางสาวกิตติมา ทิมเสน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-460-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FORMATS AND MEANINGS OF NEWS MAGAZINE COVERS

MISS KITTIMA PIMSEN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Communication Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-331-460-1

กิตติมา พิมพ์เสน : รูปแบบและการสื่อความหมายของปกนิตยสารข่าว (FORMATS AND MEANINGS OF NEWS MAGAZINE COVERS) อ.ที่ปรึกษา : ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด, 148 หน้า. ISBN 974-331-460-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ความหมายข่าวสารและความพึงพอใจของ ผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอปกนิตยสารข่าวในแต่ละรูปแบบ

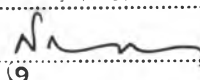
ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากกลุ่มผู้รับสารที่ติดตามอ่านนิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เนชั่นสุดสัปดาห์ ฐานสัปดาห์วิจารณ์ และผู้รับสารทั่วไป (อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน) ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทุกคนจะต้องตอบ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ซึ่งมี 3 ตอน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้รับสารสามารถรับรู้ ความหมายข่าวสารของปกนิตยสารข่าวที่นำเสนอในรูปแบบต่างกันได้อย่างชัดเจนแตกต่างกัน กล่าวคือ สามารถรับรู้ความหมายข่าวสารได้อย่างชัดเจนกับผู้ส่งสารมากที่สุดในรูปแบบที่นำเสนอภาพหัวนัยยะที่ สามารถเข้าใจได้โดยง่าย และนำเสนอภาพในลักษณะตรงประเด็นข่าวหรือบทบาทของผู้ตกเป็นข่าว

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อวัดระดับความพึงพอใจ พบว่า ผู้รับสารพึงพอใจรูปแบบนี้น้อย แต่พึงพอใจ ในรูปแบบการสื่อความหมายนัยยะแฝงมากกว่า และความพึงพอใจนั้นก็สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อ คือพึงพอใจมากก็ซื้อ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่าหากนำข่าวประเภทการเมืองมานำเสนอโดยภาพหัวข่าวสื่อความหมาย นัยยะแฝงและภาพตรงประเด็นข่าวหรือบทบาทของผู้ตกเป็นข่าว ผู้รับสารจะตีความหมายข่าวสารได้แตกต่างจาก ความหมายที่ผู้ส่งสารกำหนดมาก ในขณะที่หากนำเสนอข่าวสังคมในลักษณะหัวเรื่องและภาพสื่อ ความหมายนัยยะแฝง ผู้รับสารจะตีความหมายข่าวได้แตกต่างจากความหมายที่ผู้ส่งสารกำหนดมากเช่นกัน

ภาควิชาวารสารสนเทศ.....
สาขาวิชาวารหนังสือพิมพ์.....
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต กิตติมา พิมพ์เสน
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 9

##408 52135 28 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD : MEANINGS/NEWS MAGAZINE COVERS

KITTIMA PIMSEN : FORMATS AND MEANINGS OF NEWS MAGAZINE COVERS

ADVISOR : PROF. SUKANYA SUDBANTHAD. 148 PP. ISBN 974-331-460-1

The aim of this paper is to find out how readers acknowledge the message from different news magazines covers and their satisfaction with the covers' formats.

The study involved 200 randomly selected readers of different news magazines, namely, Matichon Weekend Edition, Siam Rat Weekly Review, National Weekend Edition, Tahn Weekly Review, as well as those from other daily newspapers. Every subject was asked to complete a three-part questionnaire.

The examination of the hypothesis, which is statistically significant at the 0.05 level, shows that readers are able to interpret the message from the magazine cover most accurately when the headline is presented in a way that is easy to comprehend, and the cover presentation is straightforward and corresponds the subject.

However, readers prefer a headline which is presented in a more subtle manner. Their preferences also determine their purchasing decision; in other words, the more the reader is satisfied with the news magazine cover, the higher their tendency is in buying the magazine.

Moreover, results from the study indicate the discrepancies between the intended meaning of the message and the readers' understanding when 1) the news headline of political issues conveys the message in a subtle way and a picture portrays the media subject in a straightforward manner, and 2) headline and picture of social events are conveyed in a subtle manner.

ภาควิชา วารสารสนเทศ.....

สาขาวิชา การหนังสือพิมพ์.....

ปีการศึกษา 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ผู้วิจัยขอบคุณ ศ. สุกัญญา สุตบรรทัด ผู้ซึ่งคอยดูแล เอาใจใส่ ให้คำปรึกษา แนะนำแก้ไขในทุกชั้นตอนและเหนือสิ่งอื่นใดคอยเป็นกำลังใจและบันดาลใจให้กับผู้วิจัยได้ต่อสู้กับอุปสรรคในทุกๆ เรื่องอย่างเต็มใจและตลอดมา

พร้อมกันนี้ขอขอบคุณ รศ. นันทริกา คุ่มโพธิ์โรจน์ ผู้คอยชี้แนะและให้รายละเอียดข้อมูลแก่ผู้วิจัยและกรุณาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์

ดร.ดวงกมล ขาติประเสริฐ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และเป็นผู้คอยชี้แนะ และจุดประกายความคิดแปลกๆ ใหม่ๆ ให้กับผู้วิจัย

ดร.เสถียร เขยประทับ ผู้คอยชี้แนะและจุดประกายความคิดให้ผู้วิจัยมีความคิดอย่างรอบคอบและรอบด้านมากขึ้น

รศ.ดร.บุญศรี พรหมมาพันธ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือเรื่องการประมวลผลและกรรมวิธีทางสถิติ

คุณอรุณ ลอตระกุล และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่คอยให้การสนับสนุนข้อมูลแก่ผู้ทำวิจัยจนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ประสบความสำเร็จได้

คุณเขวง บุญบุรี ผู้บังคับบัญชาผู้เล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาและให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้วิจัย

คุณสมคิด หาญวุฒิพงศ์ ที่คอยให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่องแก่ผู้วิจัย และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา พี่ๆ น้องๆ ผู้ซึ่งเป็นที่รักยิ่ง เป็นกำลังใจที่ยิ่งใหญ่และชื่นชมกับความสำเร็จของผู้วิจัยทุกครั้ง

ท้ายสุดนี้หากผลความดีหรือประโยชน์อันใดเกิดจากงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยขอยกความดี และประโยชน์ทั้งหมดนั้นให้กับผู้มีพระคุณดั่งที่กล่าวมาทั้งหมด

กิตติมา พิมเสน

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 : บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
สมมุติฐานการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
กรอบแนวคิด.....	12
บทที่ 2 : แนวคิดและทฤษฎี	
แนวคิดเกี่ยวกับภาษาเพื่อการสื่อสาร.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการพาดหัวข่าว.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับภาพ.....	24
ทฤษฎีสัญญาวิทยา.....	31
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	40
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 : ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	
กลุ่มตัวอย่าง.....	49
วิธีการเลือกตัวอย่าง.....	50
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
เกณฑ์การวัดและการให้คะแนน.....	54

สารบัญ (ต่อ)

เกณฑ์การแปลความหมาย.....	63
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	64
การประมวลผลข้อมูล.....	64
บทที่ 4 : ผลการวิจัย	
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
การทดสอบสมมติฐาน.....	67
บทที่ 5 : สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการทดลอง.....	119
อภิปรายผล.....	126
ข้อเสนอแนะ.....	132
รายการอ้างอิง.....	133
ภาคผนวก.....	136

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 :	แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมและการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
ตารางที่ 2 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ กับการรับรู้ความหมายข่าวสารของผู้รับสาร.....	68
ตารางที่ 3 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	70
ตารางที่ 4 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	72
ตารางที่ 5 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างผู้รับสารที่มีเพศต่างกันกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	73
ตารางที่ 6 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างผู้รับสารที่มีอายุต่างกันกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	75
ตารางที่ 7 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกันกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	77
ตารางที่ 8 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างผู้รับสารที่มีระดับรายได้ต่างกันกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 9 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อรายวันกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	81
ตารางที่ 10 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อรายสัปดาห์กับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	82
ตารางที่ 11 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์รายวันกับการรับรู้ความหมาย ข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	84
ตารางที่ 12 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ราย 3 วัน/สัปดาห์กับการรับรู้ ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	86
ตารางที่ 13 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อนิตยสารกับการรับรู้ความหมายข่าวสารใน รูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	88
ตารางที่ 14 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อวารสารกับการรับรู้ความหมายข่าวสารใน รูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	90
ตารางที่ 15 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับการรับรู้ความหมายข่าวสารใน รูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	91
ตารางที่ 16 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูป แบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	93
ตารางที่ 17 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับการรับรู้ความหมายข่าวสาร ในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 18 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านข้อมูลในการเปิดรับสื่อ ของผู้รับสารกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูป แบบต่างๆ.....	96
ตารางที่ 19 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านวิธีการนำเสนอของสื่อ ของผู้รับสารกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูป แบบต่างๆ.....	97
ตารางที่ 20 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านตัวสื่อของผู้รับสารกับ การรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	99
ตารางที่ 21 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านเนื้อหาหรือข่าวสารด้าน ในฉบับของผู้รับสารกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความ หมายรูปแบบต่างๆ.....	101
ตารางที่ 22 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญแก่ลักษณะภายนอก (ปก) ของผู้รับสาร ในการเปิดรับสื่อนิตยสารข่าวกับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการ สื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	103
ตารางที่ 23 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับการให้ความสำคัญลักษณะองค์กรเจ้าของนิตยสารหรือหัว นิตยสารของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อนิตยสารข่าวกับการรับรู้ความหมายข่าว สารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	105
ตารางที่ 24 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับความพึงพอใจของผู้รับสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบ ต่างๆ กับการรับรู้ความหมายข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบ ต่างๆ.....	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 25 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างประเภทข่าวการเมือง สังคมและเศรษฐกิจกับการรับรู้ความหมาย ข่าวสารในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	109
ตารางที่ 26 :	แสดงค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจในรูปแบบการ สื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	110
ตารางที่ 27 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างระดับความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ.....	111
ตารางที่ 28 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างข่าวที่แตกต่างกันกับระดับความพึงพอใจของผู้รับสาร.....	112
ตารางที่ 29 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างประเภทของกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามอ่านนิตยสารข่าวต่างฉบับกันกับ ระดับความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อความหมายรูปแบบต่างๆ	113
ตารางที่ 30 :	แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจซื้อของผู้รับสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อ ความหมายรูปแบบต่างๆ.....	115
ตารางที่ 31 :	ผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (One Way ANOVA) ระหว่างการตัดสินใจซื้อกับระดับความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อความหมาย รูปแบบต่างๆ.....	118