

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันคนนิยมบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น รวมทั้งใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้มาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในหลายๆ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตในสังคม แต่ข่าวที่นำเสนอในปัจจุบันนั้นไม่สะท้อนความจริง และมีการสอดแทรกอุดมการณ์บางอย่างในข่าว ดังนั้นผู้รับสารควรจะต้องเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างระมัดระวัง และรู้เท่าทันข่าวให้มากขึ้นก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อและนำไปใช้

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบของสื่อนั้นมีอยู่น้อยมาก และยังไม่พบหลักฐานใดที่จะยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบของสื่อที่มีต่อการรับรู้ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบในด้านการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร และการกำหนดกรอบในการตีความข่าวสารของสื่อ ซึ่งเป็นผลกระทบที่งานวิจัยยืนยันว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้อ่านข่าว

อย่างไรก็ตามการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งการหากรอบ และแนวทางเพื่อจะตอบคำถามการวิจัยจำเป็นต้องศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

คำว่า "ข่าว" ไม่มีนิยามที่แน่นอน มีผู้พยายามให้คำจำกัดความของคำว่า "ข่าว" มากมาย แต่ข่าวนั้นมีลักษณะนามธรรม สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกรอบความคิดหรือปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และปัจจัยส่วนบุคคล นิยามข่าวของแต่ละคนจึงแตกต่างกัน ศศิธร ยูโกศล (2545) ได้รวบรวมนิยามข่าวนำมาจัดประเภท และแบ่งออกตามกรอบแนวคิดหลักๆ ดังต่อไปนี้

แนวคิดแบบความคาดหวังเชิงบรรทัดฐาน

กลุ่มผู้ให้คำนิยามข่าวประเภทนี้มีมุมมองต่อข่าวว่าข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ และเรื่องราวที่เกิดขึ้น หากมีการแสดงความคิดเห็นจะต้องแยกต่างหากจากการเสนอรายงานข้อเท็จจริง ตัวอย่างของการให้นิยามข่าวประเภทนี้ ได้แก่

ไพศาล มังกรโชยา นักข่าวอาวุโส (อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ชวาลาธวัช และคณะ. 2539) ให้ทรรศนะต่อความหมายข่าวว่า "ข่าว" คือ รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม ต่อปัญหาความมั่นคง

ของชาติ ข่าวที่ดีต้องเที่ยงตรง ไม่บิดบังข้อเท็จจริง ขณะเดียวกันไม่ถูกข่าวขึ้นมา ข่าวที่ดีนั้นไม่ใช่คิดถึงความเร็ว คิดแต่จะสร้างอารมณ์ ข่าวสยดสยอง ข่าวกามารมณ์ เพื่อคำนึงถึงแต่การค้า ข่าวที่ดีต้องมีประโยชน์ในการสร้าง ค่านิยมใหม่ เพราะหนังสือพิมพ์มีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกับสถาบันอื่นๆ สร้างสรรค์สังคมที่ดีกว่า สดใสมากกว่า สร้าง ความหวังใหม่ให้แก่คนยากจนบ้าง

Charnley (1965 อ้างถึงใน อติสา วงศ์ลักษณะพันธ์, 2542) กล่าวว่า ข่าวคือข้อมูลที่ได้รับการเผยแพร่ ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบถึงสิ่งที่กำลังดำเนินอยู่ จึงอาจกล่าวได้ว่า ข่าวคือการรายงาน (report) เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ปรากฏขึ้นในระยะเวลาเหมาะสม (timely) รัดกุม (concise) และถูกต้อง (accuracy)

อาจกล่าวได้ว่าการให้ความหมายข่าวในแนวคิดนี้เป็นการมองข่าวด้วยกรอบของบรรทัดฐานทาง วิชาชีพ (professional norm) ที่ว่า ข่าวคือกระจกสะท้อนภาพสังคมที่เกิดขึ้น และข่าวที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติ สำคัญที่จะต้องคำนึงถึงในการนำเสนอ (พิศิษฐ์ ขวาลาววัช และคณะ, 2546) ดังต่อไปนี้

- ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) ข้อเท็จจริงต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของข่าวนั้นต้องไม่ถูก บิดเบือน สามารถพิสูจน์ได้
- ความสมดุล และเป็นธรรม (Balance and Fairness) ข่าวนั้นจะต้องเป็นความจริงสามารถอธิบาย ที่มาของข้อเท็จจริงเหล่านั้นได้ และจะต้องมีความหมายที่ชัดเจนรอบด้าน
- ความเป็นภววิสัย (Objectivity) คือ การทำความจริงให้ปรากฏ ไม่ลำเอียง ไม่มีอคติใดๆ ไม่เอา ความเห็นส่วนตัวมาปน

นอกจากข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงแล้ว บางคนให้ค่านิยมข่าวโดยพิจารณารวมไปถึง เรื่องของคุณค่าข่าว (News Values) ซึ่งได้แก่ ความน่าสนใจ และความสำคัญ และข่าวต้องเป็นข้อเท็จจริงที่มี ความสดทันสมัยสำหรับผู้่านด้วย

ความสำคัญ (significance) หมายถึง เหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ผลกระทบดังกล่าวจะมีผลในวงกว้าง เช่น การปรับอัตราภาษีมีผลกระทบต่อรายได้ค่าครองชีพของประชาชน จัดว่าเป็นข่าวที่มีความสำคัญ เพราะหากไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบก็อาจจะเกิดผลเสียต่อ ส่วนรวมทั้งหมดได้

ความน่าสนใจ (interest) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ประชาชนสนใจใคร่รู้อยากติดตาม ผู้สื่อข่าวที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์จะพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจและน่าอ่านโดยไม่บิดเบือน ข้อเท็จจริง นักหนังสือพิมพ์และบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าว ได้กำหนดแนวการวัดความสนใจของผู้อ่านไว้ หลายประการ โดยพิจารณาตามองค์ประกอบของข่าว (news elements) กล่าวคือ ผู้อ่านทั่วไปมักให้ความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องที่มีความใกล้ชิด (Proximity) ความผิดปกติ (Unusualness) ความขัดแย้ง (Conflict) ความ ลึกลับซับซ้อน (Suspense) เป็นต้น

ดังเช่น Mcleish, R. (1988: 65 อ้างถึงใน ยุพดี เฝ้าสุทธาวาร, 2538) กล่าวว่าข่าว คือ ข้อเขียนใหม่ น่าสนใจ และเป็นความจริง ข่าวเป็นสิ่งที่ผู้ฟังไม่รู้มาก่อน เป็นเรื่องที่ทันสมัย เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อผู้ฟังไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และเรื่องที่น่ามารายงานนั้นต้องเป็นความจริง

ปัจจุบันประชาชนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจโลกรอบตัว และเพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ในชีวิต ประชาชนจึงต้องพึ่งพาข่าวจากสื่อมวลชนมากขึ้น เพราะฉะนั้นหากสื่อไม่รายงานข่าวอย่างชัดเจน ถูกต้อง และสมมูล ก็จะมีผลให้ผู้เปิดรับข่าวได้ข้อมูลที่ผิดๆ ซึ่งอาจจะมีผลต่อความคิดเห็น และพฤติกรรมที่ตามมาได้ คำนิยามและแนวคิดเกี่ยวกับข่าวตามมุมมองนี้ได้ถูกนำมาสอนให้กับนักวิชาชีพ และนักศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์เสมอ ซึ่งนักวิชาชีพส่วนหนึ่งยังคงรักษาและปฏิบัติตามแนวคิดนี้ อย่างมีความรับผิดชอบ และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพเพื่อคานกับการรายงานข่าวที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะหากวันใดที่หลักเกณฑ์ หรือแนวคิดข่าวนี้ถูกละเลย ข่าวก็จะเป็นข่าว ผู้รับสารก็จะไม่เชื่อถือ และไม่เปิดรับข่าวอีกต่อไป

อย่างไรก็ตามนักวิชาการกลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการ หรือแนวทางวัฒนธรรมศึกษาได้มองข่าวในทิศทางตรงกันข้าม พวกเขาบอกว่าข่าวไม่ได้เป็นกระจกสะท้อนภาพเหตุการณ์ในสังคมที่แท้จริงเสมอไป นักวิชาการกลุ่มนี้ได้เชื่อมโยงแนวคิดหลักของกลุ่มที่ว่า "ความเป็นจริง (reality) นั้นมีอยู่แล้ว(out there) ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (construct)" เข้ากับเรื่องของสื่อมวลชนโดยอธิบายว่า "ข่าว" ไม่ใช่การรายงานความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเป็นเหตุการณ์ หากแต่เป็นการ"สร้าง"ความเป็นจริงจากเหตุการณ์ขึ้นมา ในขณะที่ตัวเหตุการณ์เองมีหลายมิติมาก แล้วแต่ว่านักข่าวแต่ละคนจะหยิบเหตุการณ์นั้นมาสร้างเป็นข่าวได้อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ทำให้เกิดนิยามข่าวตามแนวคิดใหม่ คือ แนวคิดข่าวกับการสร้างความเป็นจริงในสังคม

แนวคิดข่าวกับการสร้างความเป็นจริงในสังคม

นักวิชาการในกลุ่มนี้จะนิยามข่าวโดยมีมุมมองต่อข่าวว่า ข่าวไม่ได้สะท้อนความจริงแต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยนักข่าว ดังเช่น Tuchman, G. (1978) ที่เสนอไว้ว่าข่าวคือความจริงที่ถูกสร้างขึ้น นักข่าวหรือบรรณาธิการจะกำหนดกรอบให้คนเรารู้เหตุการณ์ในสังคม โดยการสร้างความหมายให้กับเรื่องราว และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้เป็นรูปของข่าว เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ สิ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่ค่อนข้างทำให้ความเป็นจริงทางสังคมคลุมเครือมากกว่าที่จะเปิดเผยความเป็นจริง

บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว หรือผู้สื่อข่าวจึงเป็นเสมือนนายทวารข่าวสารผู้มีสิทธิ์ที่จะเปิดหรือปิดประตูเพื่อกันหรือปล่อยให้ข่าวสารผ่านออกไปถึงประชาชน ซึ่งหน้าที่ของผู้กรองสารหรือนายทวารข่าวสาร ได้แก่ การตัดทอนข่าวสารบางส่วน การขยายหรือเพิ่มเติมข่าวสารโดยแสวงหาข้อเท็จจริงเพิ่ม และอาจแสดงความคิดเห็น

ในข่าวสารนั้น และสุดท้ายคือการรวบรวม หรือตกแต่งข่าวสารขึ้นใหม่ในบางกรณี (Bittner 1983 อ้างถึงใน ธนิตา แสนคำ, 2543: 22)

การรายงานข่าวนั้นขึ้นอยู่กับมุมมองของนักหนังสือพิมพ์ โดยจะมีปัจจัยต่างๆ มาเป็นตัวกำหนด มุมมองในการนำเสนอ ดังที่ White (1950 อ้างถึงใน ธนิตา แสนคำ, อ้างแล้ว: 2) พบว่าการใช้ดุลพินิจเลือกข่าว เป็นกระบวนการเชิงจิตวิสัย (Subjective process) ที่ปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นนายทวารข่าวสารจะเลือกเสนอ เหตุการณ์ (ข่าว) ต่อชุมชนซึ่ง "ตนในฐานะตัวแทนของวัฒนธรรมของตนเชื่อว่าเป็นความจริง (True)" ทั้งนี้การ เลือกหรือไม่เลือกข่าวขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ทักษะ และความหมายของนายทวารข่าวสารเอง

เหมือนกับที่ เสถียร เขยประทับ (2542 อ้างถึงในศศิธร ยูโกศล, อ้างแล้ว: 10-11) กล่าวว่า ข่าวเป็น ปรากฏการณ์ที่ถูกรายงานตามมุมมองของนักหนังสือพิมพ์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ข่าวเป็น "การสร้างความเป็นจริง ทางสังคม (construction of social reality)" ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันซึ่งต้องคำนึงถึงลำดับความสำคัญ ความนิยม (Preference) ความเกี่ยวพัน (Concerns) ความรู้สึก (Sensitivity) ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยมและบรรทัดฐาน ของสังคม ทัศนคติ ค่านิยมและบรรทัดฐาน อาจเป็นผลมาจากโครงสร้างของสังคม วิธีการกลมกลืนทางสังคม (Socialization) และการเรียนรู้ด้านวิชาชีพ (Professionalization) ภายในโครงสร้างของสังคมนั้น

ดังนั้น Potter (1998) จึงย้ำว่าข่าวคือสิ่งที่สร้างโดยบรรณาธิการ และนักข่าว พวกเขาเลือกและ ตัดสินใจบนพื้นฐานมุมมองข่าวของเขา เพราะฉะนั้นเราจะต้องป้องกันตัวเราจากการยอมรับความเชื่อผิดๆ ที่ว่า ข่าวสมบูรณ์ ถูกต้อง และให้ภาพที่สมดุลเกี่ยวกับโลกของเรา

นอกจากข่าวแล้วเนื้อหาต่างๆ ที่อยู่ในหนังสือพิมพ์ล้วนถูกสร้างขึ้น รวมถึงบทความ และบท บรรณาธิการในหนังสือพิมพ์ด้วย ดังที่ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการเขียนบทบรรณาธิการของมติชนให้สัมภาษณ์ในงานวิจัย ของเพียงเพ็ญ ทูมมานนท์ (2536 : 113) ว่า "การรวบรวมเพื่อเขียนบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์มติชน มักจะ มาจากข่าวหนังสือพิมพ์ การพูดคุยกับเพื่อนนักข่าว หรือประสบการณ์ที่สั่งสมมา แต่จะไม่มีการค้นคว้าจาก ห้องสมุดเนื่องจากเวลาไม่เอื้ออำนวย บางครั้งก็มาจากแหล่งข่าวในวงวิชาการที่เชื่อถือได้" เพราะฉะนั้นความ คิดเห็น หรือข้อเสนอของสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นนี้จึงไม่จำเป็นต้องถูกต้องหรือเป็นจริงเสมอไป

นอกจากนี้นักข่าวยังสร้างความจริง หรือสร้างความเชื่อในความหมายที่ต้องการด้วยการใช้ภาพถ่ายที่ ผ่านการตัดต่อด้วยวิธีการขยาย เลือกรำพร่าง หรือตัดมาบางส่วน (crop) ปิดเบี่ยง และวางตำแหน่งภาพเพื่อให้เกิดการตีความหมายตามที่ต้องการ

จากความคิดเห็นข้างต้นสรุปได้ว่า ข่าวตามแนวคิดนี้ คือความจริงที่นักข่าวหรือบรรณาธิการสร้างขึ้น โดยผ่านการเลือก และสร้างความหมายใหม่ให้กับเรื่องราว ซึ่งจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ เช่น นโยบายขององค์กร วัฒนธรรมและสังคม ประสบการณ์หรือทัศนคติของผู้เขียนข่าวเอง ฯลฯ ดังนั้นข่าวจึงเป็น การสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นใหม่ที่อาจเหมือน คล้าย หรือไม่ตรงกับความจริงที่เกิดขึ้นก็เป็นได้

การเปลี่ยนแปลงของสังคมไปสู่ยุคอุตสาหกรรม หรือยุคที่ให้ความสำคัญกับระบบทุนนิยมหรือบริโภคนิยม ทำให้สื่อมวลชนแข่งขันกันทำกำไร ชาวจึงมีลักษณะเป็นเหมือนสินค้าที่ผลิตเพื่อมุ่งเสนอขายให้มวลชน ก่อให้เกิดมุมมองหรือแนวคิดข่าวคือสินค้าขึ้น

แนวคิดข่าวคือสินค้า

นักวิชาการจำนวนหนึ่งได้ให้ความหมายและอธิบาย"ข่าว" โดยวางอยู่บนความคิดว่าข่าวคือสิ่งที่ถูกผลิตขึ้น ข่าวคือสินค้าที่ผลิตโดยปัจเจกบุคคล และถูกจัดระเบียบโดยผู้มีตำแหน่งสูง ผู้บังคับบัญชา และโครงสร้างองค์กร (เช่น ผู้พิมพ์ หัวหน้าข่าวฝ่ายต่างๆ นโยบายองค์กร) เพื่อให้ตรงกับความต้องการขององค์กรสื่อมวลชนนั้น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่สามารถเป็นข่าวได้ด้วยตัวเอง หากเกิดจากกระบวนการคัดเลือกจากผู้ผลิตข่าว

ข่าวเป็นสินค้า ดังนั้นนักข่าวจึงมักหากวิถีต่างๆ มาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงข่าว เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าหรือผู้รับสารให้สนใจและซื้อสินค้าเหล่านี้ เหมือนที่เสถียร เขยประทับ (2542) กล่าวว่า ข่าวเป็นสินค้าที่หนังสือพิมพ์พยายามจะขาย พ่อค้าไม่ค่อยคำนึงถึงความจำเป็นจริงๆ ของลูกค้า แต่จะคำนึงว่าจะอะไรคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และจะทำให้สินค้าของตนเป็นที่ดึงดูดใจเพื่อให้ลูกค้าต้องการมากขึ้นได้อย่างไร

การที่หนังสือพิมพ์จะยังตีพิมพ์อยู่ได้จะต้องมีจำนวนผู้ซื้อ และจำนวนผู้โฆษณาที่เพียงพอที่จะนำมาเป็นค่าใช้จ่าย และเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้จำนวนเนื้อที่โฆษณา และอัตราค่าโฆษณาจะขึ้นอยู่กับยอดขายของหนังสือพิมพ์ ด้วยเหตุนี้หนังสือพิมพ์จึงต้องพยายามที่จะเสนอข่าวที่ใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งยังต้องจัดทำรูปลักษณะให้สะดุดตา และต้องสนองความต้องการของผู้อ่านให้ได้มากที่สุด เพราะจะต้องแข่งขันกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งอีกด้วย (สิริทิพย์ ชันสุวรรณธ อ้างในมนชนก พัฒนพงศ์, 2537: 17-18)

ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงต้องใช้เทคนิคมากมายที่จะทำให้ข่าวหรือสินค้าของตนได้รับความสนใจจากลูกค้า เช่น การนำเสนอเหตุการณ์ที่น่าสนใจโดยมีการคัดเลือก ตัดทอนเนื้อหาบางส่วน หรือเพิ่มเติมบางอย่างลงไป เนื้อหาของข่าวเพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย และธุรกิจโฆษณา โดยการเลือกข่าวที่คิดว่ามีความสำคัญ ผู้อ่านควรจะรู้ก่อนมานำเสนอในหน้าแรกซึ่งเปรียบเสมือนตู้โชว์สินค้าที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้ซื้อหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีการสร้างความเด่นให้ข่าวด้วยข้อความ รูปแบบ ขนาด และสีของพาดหัวข่าวเพื่อจูงใจให้ซื้อหนังสือพิมพ์ด้วย

หนังสือพิมพ์ยังใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบเดียวกับละคร คือพยายามดึงองค์ประกอบของเรื่องหรือข่าวขึ้นมาให้น่าสนใจ ทั้งนี้ด้วยการมองผู้อ่านเป็นตลาด แล้วหาวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับตลาด (Masterman, L., 1992) หรือแม้แต่การเลือกภาพถ่ายประกอบข่าว หนังสือพิมพ์จะเลือกภาพที่ตรงกับข่าวเพื่อให้ผู้อ่านสนใจ โดยที่บางครั้งไม่คำนึงถึงความเหมาะสม เช่น การลงภาพเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย เป็นต้น

แม้แต่บรรณาธิการนักข่าวก็ยังคงต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้น่าสนใจเพื่อจะดึงดูดผู้อ่านให้มากขึ้น เห็นได้ชัดจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเขียนบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับของเพียงเพ็ญ (อ้างแล้ว) พบว่า หนังสือพิมพ์บ้านเมือง และเดลินิวส์เห็นตรงกันว่าควรจะยุบ หรือยกเลิกบทบรรณาธิการ เพราะว่ามันน่าเบื่อ ไม่ตื่นเต้นเร้าใจ ขณะที่หนังสือพิมพ์แนวหน้าเสนอว่าควรเขียนบทบรรณาธิการให้หือหวาเพื่อให้ดูน่าสนใจ งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นนักข่าวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางเศรษฐกิจมากกว่าความรับผิดชอบทางวิชาชีพ

นอกจากการใช้เทคนิคต่างๆ แล้ว หนังสือพิมพ์ยังยอมให้ธุรกิจและการโฆษณาเข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหา ดังที่ Lyle J. และ Mcleod (อ้างถึงในบุญเลิศ ศุภดิถก, 2544: 9) กล่าวว่าในปัจจุบันเนื่องจากอำนาจของธุรกิจการเงินและการบันเทิง ทำให้ข่าวไม่จำเป็นต้องเป็นข้อเท็จจริงจะเป็นอะไรก็ได้ที่ผู้อุปถัมภ์หรือบริษัทธุรกิจต้องการจะให้ตีพิมพ์ แม้ไม่น่าสนใจต่อผู้อ่านหากเจ้าของธุรกิจสนใจและมีช่องทางทำมาหากินได้ก็สามารถเสนอเป็นข่าวได้เช่นกัน รวมทั้งการเข้ามามีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบ และวิธีการนำเสนอ เช่น การที่หนังสือพิมพ์แบ่งหน้าออกเป็นธุรกิจ ศิลปะ กีฬา ฯลฯ ไม่ใช่เพราะว่านั่นคือวิธีการเข้าใจโลกที่ดีที่สุด แต่เป็นการแบ่งส่วนผู้อ่านโดยความสนใจเพื่อทำให้ขายโฆษณาได้ง่าย (Masterman, L., op.cit.)

การที่นักข่าวขัดเกลาและเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบ(ข้อมูล) ที่มาจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รับสารโดยใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อให้ข่าวอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและใกล้ชิดกับผู้รับสารเหล่านั้นทำให้ข่าวมีอคติ ไม่มี ความเที่ยงธรรม หรือความเป็นวัตถุวิสัย ดังที่ Lippmann, W. (1922 อ้างถึงในศศิธร ยิวโกศล, อ้างแล้ว: 12) หนึ่งในนักวิชาการคนแรกๆ กล่าวไว้ว่า ข่าวเป็นสินค้า (product) ของกิจวัตรประจำวันของนักข่าวและกระบวนการผลิตข่าว หนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ส่งไปถึงผู้อ่านคือผลของขั้นตอนกระบวนการเลือกสรรว่าสิ่งใดควรได้รับการตีพิมพ์ และควรวางไว้ ณ ตำแหน่งใด รวมถึงขนาดพื้นที่ที่ใช้และจุดที่เน้น ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งๆ ที่เรียกว่ามาตรฐานทางวัตถุวิสัย (objective)

สรุปแล้วการให้ความหมายข่าวในแนวนี้นับว่าในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเช่นปัจจุบัน "ข่าว" ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมจึงต้องทำให้อุปโภคสำหรับผู้รับสาร ด้วยการเข้าสู่ขบวนการผลิตที่ต้องคัดสรร จัดรูปแบบ ให้เป็นที่พึงพอใจ และสร้างผลประโยชน์ให้นายทุนผู้ผลิตในที่สุด

นอกจากข่าวเป็นเหมือนสินค้าแล้วยังมีการใช้ข่าวเป็นเครื่องมือในการแสวงหาผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยนำเสนออุดมการณ์ผ่านข่าว ซึ่งการกระทำนี้มีมานานแล้ว แต่ในระยะหลังเริ่มมีคนมอง และกล่าวถึงจนเกิดแนวคิดข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์ขึ้น

แนวคิดข่าวคือเครื่องมือในการนำเสนออุดมการณ์

ข่าวประกอบด้วยคุณค่าหรือค่านิยม (values) ที่คนกลุ่มหนึ่งซึ่งมีอำนาจหรือเกี่ยวข้องกับการผลิตข่าว ส่งไปสู่ผู้รับสารทั่วไปอย่างไม่รู้ตัวเพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ข่าวจึงมิใช่การรายงานเหตุการณ์เหมือน กระຈกทั่วไป หากถูกกั้นด้วยแผ่นกรอง (filter) ต่างๆ ตามที่คนกลุ่มหนึ่งๆ ต้องการ ก่อนเสนอมาสู่ผู้รับสาร เช่น ที่ Herman และ Chomsky (1988 อ้างถึงใน ศศิธร ยุวโกศล, อ้างแล้ว: 15) เสนอ เรื่อง The Propaganda Model ว่าเงินและอำนาจสามารถกรองข่าวให้เป็นไปตามที่ต้องการจะตีพิมพ์ รัฐบาลและผลประโยชน์ส่วนบุคคลมีสิทธิพิเศษในการเข้าถึงข่าว ทำให้ข้อความของพวกเขาส่งตรงไปสู่สาธารณชนผู้มีอำนาจสามารถกำหนดวาทกรรม กำหนดสิ่งที่ประชาชนทั่วไปจะได้เห็นได้ยินและคิดถึงเรื่องใดๆ ก็ตาม ดังนั้นข่าวจึงเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของชนชั้นที่อยู่ส่วนบนของสังคม เช่น เจ้าของสื่อ นักธุรกิจ นักการเมือง ฯลฯ เพราะฉะนั้น Golding และ Elliott (1979 , อ้างถึงใน เรื่องเดิม) จึงได้เพิ่มนิยามให้กับข่าวว่า ข่าวคืออุดมการณ์ซึ่งเสนอภาพรวมของความเป็นจริงที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจในสังคม

ในขณะที่ Gerbner (1966 , อ้างถึงใน เรื่องเดิม) มองว่า เนื้อหาทุกรูปแบบและทุกอย่างที่ต้องเกี่ยวข้องกับบรรณาธิการไม่ว่าจะเป็นบรรณาธิการ บทความ ฯลฯ ทั้งที่เปิดเผยหรือไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนล้วนมีรากฐานมาจากอุดมการณ์ (ideological bias) และมีมิติทางการเมืองซึ่งหยั่งรากลึกกลงไปในลักษณะเชิงโครงสร้างของสื่อ (structural characteristic) แง่มุมอุดมการณ์ และแนวโน้มทางการเมืองจะถูกแสดงออกและปลุกฝังผ่านทางข่าวที่ไม่ใช่การเมือง (non - political news) ในสัดส่วนที่พอๆ กันหรือมากกว่าข่าวการเมืองเสียด้วยซ้ำ และปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์เชิงพาณิชย์พอๆ กับหนังสือพิมพ์ของพรรคการเมือง

สรุปความหมาย "ข่าว" ตามมุมมองนี้ คือ เครื่องมือในการเผยแพร่อุดมการณ์ของชนชั้นที่มีอำนาจ และมีเงินให้แก่คนอื่นๆ ในสังคม และปฏิเสธความคิดที่แตกต่างออกไป ทั้งนี้เพื่อธำรงรักษาสถานะอำนาจ และผลประโยชน์ของนายทุน หรือผู้มีอำนาจเหล่านี้ไว้

การมองข่าวในแบบที่ 1 นั้นเป็นแบบที่นักวิชาชีพอยอมรับ และคาดหวังให้เป็น ข่าวในแบบนี้เห็นได้ง่าย ในขณะที่ข่าวในแบบ หรือมุมมองอื่นนั้น แม้จะมีอยู่จริงในสังคมแต่ก็อยู่ลึกกว่าจนหลายคนไม่ได้คิดถึงหรือมองข้ามไป คนที่รู้เท่าทันสื่อ นั้นจำเป็นที่จะต้องมองข่าวในหลายแง่มุม เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงนำมุมมองข่าวในแบบอื่นๆ มาเป็นคำถามในการวัดความรู้เท่าทันสื่อในงานวิจัยนี้ด้วย

ผลกระทบของสื่อและข่าว

สื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในหลายๆ ด้าน ดังนั้น Potter, J (1998: 260-264) จึงแบ่งผลกระทบของสื่อออกเป็นระดับดังนี้

- ระดับ cognitive : สื่อสร้างความคิด และข้อมูลในใจเราทันที ซึ่งเราสามารถเรียนรู้ได้จากการพยายามค้นหาข้อเท็จจริงในสื่อ และเรียนรู้โดยปราศจากการค้นหาข้อมูลอย่างมีสติหรืออย่างตั้งใจ

- การเรียนรู้โดยบังเอิญ (incidental learning) การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อโดยไม่มีแรงจูงใจจะค้นหาข้อมูล แต่ได้เรียนรู้ข้อเท็จจริง ซึ่งการเรียนรู้แบบนี้จะเกิดเมื่อผู้รับสารไม่มีความกระตือรือร้น (passive) การป้องกันจะลดลง ผู้รับสารจะไม่ตื่นตัวว่ากำลังเรียนรู้อะไร
- การเรียนรู้โดยตั้งใจ (formal learning) ผู้รับสื่อตั้งใจค้นหาเนื้อหาเพื่อเรียนรู้บางอย่าง โดยเฉพาะ เช่น ตั้งใจดูข่าวเพื่อต้องการทราบผลการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

- ระดับ attitudinal : สื่อสามารถสร้างและกำหนดความคิด ความเชื่อ และคุณค่า รวมถึงทัศนคติซึ่งสามารถเรียนรู้ได้ทันที เราอาจดูการปราศรัยของผู้สมัครและตัดสินใจได้ทันทีว่าเราชอบผู้สมัครหรือไม่ ถ้าเราไม่เคยมีทัศนคติเกี่ยวกับคำปราศรัยของผู้สมัครคนก่อนหน้านั้น ผลกระทบทันทีที่จะเกิดขึ้นคือการสร้างความคิดเห็น ผลกระทบหลักของสื่อที่มีต่อทัศนคติอาจช่วยเสริมหรือย่ำความคิดเห็นและความเชื่อที่มีอยู่ แต่สื่อสามารถสร้างและเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ด้วย

- ระดับ emotional : สื่อสามารถทำให้เรารู้สึกบางสิ่งบางอย่าง ทำให้เกิดอารมณ์รุนแรง เช่น กลัว โกรธ ทะเยอทะยาน หรือทำให้เกิดอารมณ์อ่อนแอ เช่น เศร้า โกรธง่าย เป้อหรือรำคาญ เป็นต้น

- ระดับ physiological : สื่อมีอิทธิพลต่อระบบร่างกายโดยอัตโนมัติ (automatic bodily systems) ซึ่งนอกเหนือจากการควบคุมสติของเรา เช่น การฟังเพลงสบายๆ ทำให้เราสงบ และผ่อนคลาย ลดอัตราการเต้นของหัวใจ เป็นต้น

- ระดับ behavioral : สื่อสามารถทำให้เกิดการกระทำ เช่น ดูโฆษณาแล้วซื้อสินค้านั้น

ผู้รับสารจะได้รับผลกระทบของสื่อในแต่ละระดับแตกต่างกันไปตามประเภทของสื่อด้วย เช่น หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลก่อให้เกิดผลกระทบในระดับที่เกี่ยวกับทัศนคติ ดังที่ พัทธนี เขยจรรยา (2533: 3) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง que เข้าถึงและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมเมือง และเป็นสื่อที่เสนอข่าวสารความรู้ตลอดจนความคิดเห็น ซึ่งมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้อ่านทั้งโดยตรงและโดยอ้อม อย่างไรก็ตามประเด็นที่หนังสือพิมพ์เลือกสรรมานำเสนอนั้นอาจจะเป็นภาพบางส่วนจากภาพเต็ม หรือภาพของสิ่งที่เป็นอยู่ทั้งหมด

นอกจากผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว หนังสือพิมพ์ยังมีผลกระทบต่อ การรับรู้ของผู้รับสารด้วย สิ่งสำคัญอยู่ที่นักข่าวมีสิทธิ์เลือกว่าต้องการให้ผู้รับสารรับรู้อะไร และอย่างไร เช่นที่ Cohen (อ้างถึงใน กัญญา แก้วเทพ, 2541: 229) สรุปไว้ว่า การที่คนเราจะเลือกรับรู้โลกอย่างไรนั้นมิได้ขึ้นอยู่กับความสนใจของ

คนแต่ละคนเท่านั้น หากแต่ยังขึ้นอยู่กับว่าบรรดาบรรณาธิการ นักเขียน ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์จะวาดแผนที่ประเด็นต่างๆ มานำเสนอภาพของโลกในแต่ละช่วงเวลามาให้ผู้อ่านเลือกอย่างไรบ้าง

อย่างเช่นการกำหนดความสำคัญของข่าวให้กับผู้รับสาร ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันข้อมูลข่าวสารนั้นมีมากจนผู้รับสารไม่สามารถเปิดรับได้ทั้งหมด สื่อมวลชนซึ่งก็เป็นผู้รับสารคนหนึ่งจึงช่วยเลือกข่าวบางข่าวที่สื่อมวลชนได้ตัดสินใจแล้วว่าเป็นข่าวสำคัญมานำเสนอโดยใช้กลวิธีต่างๆ ที่ทำให้ผู้รับสารรับรู้ว่าในช่วงเวลานั้นมีข่าวไหนที่มีความสำคัญ และควรจะพูด หรือคิดถึง ซึ่งผลกระทบนี้ได้รับการยืนยันจากงานวิจัยต่างๆ รวมถึงงานวิจัยของ บุญเลิศ ศุภดิถิก (อ้างถึงใน วรรณศิริ โมรากุล, 2539: 11) ที่ศึกษาในเรื่องของสื่อมวลชน และหน้าที่การกำหนดวาระทางการเมืองในสังคมไทย พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมากระหว่างการเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ (Topic) หรือประเด็นปัญหา (issue) ใดๆ ทางสื่อมวลชนกับระดับการรับรู้ (perception) หรือความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหานั้น

นอกจากสื่อสามารถกำหนดให้ผู้รับสารพูด หรือคิดเกี่ยวกับประเด็นใดประเด็นหนึ่งแล้ว สื่อยังสามารถกำหนดให้ผู้รับสารคิด รับรู้และสนใจเฉพาะบางแง่มุมของประเด็นที่เลือกมาด้วยการกำหนดกรอบให้ผู้รับสารตีความ ดังที่ Severin and Tankard (2000: 279) บอกไว้ว่าการกำหนดกรอบของสื่อมีผลกระทบต่อการสรุปและตีความประเด็นของผู้รับสาร

นักวิจัยได้ตั้งข้อสงสัยไว้ว่าสื่อน่าจะมีผลกระทบต่อการรับรู้มากกว่าที่มีต่อทัศนคติ ดังนั้นนักวิจัยจึงหันมาให้ความสนใจศึกษาผลกระทบต่อการรับรู้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการรับรู้จะมีผลต่อการคิด และการตัดสินใจในภายหลังของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสาร การจัดการสาร และการตีความสารหรือสิ่งเร้า (stimulus) ที่ได้รับผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น และกาย ตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง รวมถึงประสบการณ์และการสังสมทางสังคม ดังที่ Garrison และ Magoon (1972 อ้างถึงในสุชาติดา ราษฎร์รักษา, 2540:12) ให้คำจำกัดความไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่สมองตีความหรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่างๆ) ต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้า ทำให้ทราบว่าสิ่งเร้าที่เราสัมผัสนั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ฯลฯ ซึ่งการที่เราจะรับรู้สิ่งเร้าได้นั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องช่วยในการตีความ หรือแปลความ

เช่นเดียวกับ ชุมพร ยงกิตติกุล และคณะ (2529 อ้างถึงในรัตนวดี เทพช่วยสุข, 2539: 15) ก็นิยามไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งสมองได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากอวัยวะรับสัมผัส เกิดความรู้สึกเป็นการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น ฯลฯ ความรู้สึก (sensation) เป็นการ

ตอบสนองขั้นแรกสุดของคนเราต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม สมองจะตีความสิ่งที่รู้สึกต่อไปอีกขั้นหนึ่งเป็นการรับรู้ (perception) ว่าสิ่งที่เห็น ได้ยิน หรือรู้สึกคืออะไร กระบวนการรับรู้จึงเป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ การตีความนี้ขึ้นอยู่กับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทักษะคิด ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบๆ ของสิ่งเร้าที่เรารับรู้

มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ทั้งนี้เพราะการรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับ และแปลข่าวสารของแต่ละบุคคล ดังนั้นคนสองคนอาจเปิดรับข่าวสารเดียวกันในสถานการณ์เดียวกัน แต่มีพฤติกรรมตอบสนองที่แตกต่างกันได้เพราะแต่ละคน "มอง" สถานการณ์ต่างกัน อันเนื่องมาจากความแตกต่างของกระบวนการรับรู้ ซึ่งมีได้ขึ้นกับลักษณะสิ่งเร้าที่มาในรูปของข่าวสารเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเงื่อนไขภายในของแต่ละคนอีกด้วย (อ้างถึงในสัปดาห์ ประเสริฐวิริยะกุล, 2540)

ทั้งนี้ข่าวสารหรือสิ่งเร้าที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนมีทั้งที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านดี และด้านเสียต่อจิตใจของผู้รับสาร สื่อมวลชนที่เสนอข่าวที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารอย่างตรงไปตรงมาย่อมเป็นผลดีต่อผู้รับสาร เพราะทำให้ประชาชนทราบและรับรู้ความเป็นไปของสังคมและโลกตามความเป็นจริง ในทางตรงกันข้ามหากสื่อมวลชนเสนอข่าวสารที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อส่วนรวม รวมทั้งเสนอเนื้อหาด้วยการเสริมแต่งข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความตื่นเต้นเร้าใจในเนื้อหาที่จะก่อให้เกิดผลกระทบด้านร้ายตามมา

อย่างไรก็ตามข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้มีลักษณะเหมือนการฉีดยาที่จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารทุกคน ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีภูมิคุ้มกันหรือมีเครื่องกลั่นกรองข่าวสารต่างๆ ทำให้ผลหรือการตอบสนองอาจจะไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของการส่งข่าวสารเสมอไป ภูมิคุ้มกันเหล่านั้นคือความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลซึ่งจะเป็นสมภาวะเงื่อนไข (conditioning) ที่กำหนดการเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำข่าวสารซึ่งจะมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารต่อไป

การรับรู้มีความสำคัญต่อเจตคติ อารมณ์ และแนวโน้มของพฤติกรรม เมื่อผู้รับสารรับรู้แล้วย่อมเกิดความรู้สึก หรืออารมณ์ซึ่งจะพัฒนาเป็นเจตคติ และก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมาในที่สุด "ในขณะที่เดียวกันการรับรู้สามารถส่งเสริมให้เกิดกลไกในการสร้างความคิดเห็น (opinion) ให้เกิดขึ้นในลักษณะการแสดงออกของบุคคลด้วยคำพูดหรือการกระทำ" (ศิริวรรณ จุลนิชรัตน์, 2542: 24) ด้วย ดังนั้นเมื่อบุคคลได้รับข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งมีการวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อมวลชนในแง่มุมต่างๆ บุคคลจะเกิดความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ซึ่งการรับรู้จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิดความคิดเห็น หรือทัศนคติต่อไป อาจเป็นไปตามความคิดหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่ หรือคล้อยตามแนวคิดของสื่อเหล่านั้น (จรัสศรี ปักกัตติง, 2542 : 27)

ผลกระทบของสื่อที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ นั้น ได้แก่ ผลกระทบจากการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร (agenda- setting) และผลกระทบจากการกำหนดกรอบในการตีความข่าวสาร (framing)

ทฤษฎีการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสาร (agenda- setting)

ในโลกนี้มีเรื่องราวมากมายที่ล้นยุ่งยากและซับซ้อนจนเราไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงทั้งหมด และเมื่อเราจำเป็นต้องเผชิญหน้าหรือต้องตอบโต้กับความเป็นจริงเหล่านั้น เราก็ต้องลดทอนหรือตกแต่งข้อมูลเหล่านั้นใหม่ให้เรียบง่ายขึ้นพอที่จะจดจำและเข้าใจเพื่อที่จะจัดการกับมันได้ สื่อมวลชนจึงเข้ามามีบทบาทเป็นตัวกลางในการคัดเลือกข้อมูลมาขัดเกลา จัดแต่ง หรือจัดลำดับให้ดูง่ายขึ้น แล้วส่งไปยังผู้รับสารผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อนำไปสร้าง "ภาพในหัว" (the picture in our heads) หรืออาจเรียกว่า "สิ่งแวดล้อมเทียม" (Pseudo-environment) ให้เรารับรู้และเรียนรู้ภาพสถานการณ์ต่างๆ แทนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

สื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเข้าใจและวิธีการมองโลกของผู้รับสาร รวมทั้งสื่อยังสามารถสร้างภาพทัศนคติ และอคติต่อเรื่องต่าง ๆ ให้กับผู้รับสาร เพื่อผลประโยชน์บางอย่างได้ นักวิชาการอย่าง Funkhouser และ Shaw (1990) ก็มองว่าการกำหนดวาระของสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยได้แบ่งการกำหนดวาระหรือประเด็นทางการเมืองและสังคมของสื่อออกเป็น *การกำหนดวาระระดับจุลภาค* (micro-agenda-setting) หมายถึง สื่อสามารถมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และวิธีการมองโลกในเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านตัวเนื้อหาและตัววิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้นๆ อย่างเฉพาะเจาะจง กับการกำหนดวาระระดับมหภาค (macro-agenda-setting) หมายความว่า สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อวิทยุ และโทรทัศน์มีศักยภาพในการเป็นผู้สร้างภาพ ทัศนคติ และอคติต่อเรื่องต่างๆ อย่างเป็นระบบต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ขององค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนเอง เช่น เพื่อผลประโยชน์ในด้านธุรกิจของสื่อในระบบพาณิชย์นิยม และทุนนิยม

สื่อได้วาระข่าวมาจากหลายทาง อาจจะมาจากสื่อเอง หรือสื่อชั้นนำ จากชาวบ้าน หรือจากคนที่มอำนาจ และเงิน ดังที่ McQuail and Windahl (1986 อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, บรรณาธิการ, 2545) กล่าวว่า เราต้องมองให้ลึกลงไปว่าวาระต่างๆ ที่สื่อนำเสนอ นั้นมีที่มาจากใครบ้าง เช่น บางวาระอาจถูกกำหนดโดยสถาบันหรือองค์กรทางการเมืองอย่างพรรคการเมืองเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างสาธารณคติในเรื่องที่พรรคต้องการ ขณะที่บางวาระอาจถูกกำหนดโดยกลุ่มพลเมือง กลุ่มนักธุรกิจ หรือปัจเจกบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารจากคนข้างล่างไปสู่กลุ่มชนชั้นนำในทางสังคมและการเมือง ดังนั้นนอกจากเราจะต้องจำแนกให้เห็นว่าใครเป็นผู้ริเริ่มประเด็นในการกำหนดวาระแล้ว เรายังต้องมองดูว่าสื่อมวลชนนำเสนอวาระเหล่านั้นด้วยความสนใจในประโยชน์สาธารณะของเรื่องที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง หรือว่าเป็นการให้ความร่วมมือกับชนชั้นนำและกลุ่มการเมืองที่มีอำนาจอยู่ในสังคมเพื่อสร้างมติดีที่จะเป็นประโยชน์ต่อชนชั้นนำเท่านั้น

การกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสารของสื่อ นั้นทำได้โดยการนำข่าวที่คัดเลือกจากข่าวจำนวนมากในแต่ละวันมาประเมินคุณค่าข่าวว่ามีความสำคัญระดับใด ในช่วงเวลานั้นข่าวสารประเด็นใดหรือหัวข้อใดที่มีความสำคัญก็จะนำมาเผยแพร่มาก หรือรายงานซ้ำๆ เพื่อเพิ่มน้ำหนักความสำคัญของประเด็น ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้ว่าจะเรื่องอะไรที่พวกเขาจะต้องคิดถึง (think about) ต้องพูดถึง (talk about) และต้องวิตกกังวลถึง (worry about) ตามการจัดวาระความสำคัญของสื่อ ดังที่ Lang, K. และ Lang, G. E. (1959 quoted in Severin and

Tankard, 2001 : 222) กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนสามารถทำให้ผู้รับสารคิด รู้ และรู้สึกเกี่ยวกับประเด็นใดประเด็นหนึ่งได้" เช่นเดียวกับ Cohen, B. (1963 quoted in Severin and Tankard, loc.cit.) ที่กล่าวไปในทางเดียวกันว่า สื่ออาจจะไม่ประสบความสำเร็จในการทำให้คนคิดตามสื่อ แต่สื่อประสบความสำเร็จในการบอกผู้อ่านว่าควรคิดเกี่ยวกับอะไร

มีงานวิจัยมากมายที่ยืนยันว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำคัญของวาระข่าวสารของผู้รับสาร เช่น การศึกษาวิจัยของ C.J. Bosso ในทศวรรษ 1980 พบว่าองค์กรข่าวมีปฏิกริยาซ้ำมากต่อปัญหาความอดอยากใน Ethiopia แต่เมื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ตัดสินใจเลือกเรื่องนั้นมานำเสนอ ทุกคนก็เริ่มพูดถึงมัน ต่อมาเมื่อสื่อเลิกนำเสนอประเด็นนี้ ประชาชนก็สรุปว่าวิกฤติการณ์นั้นผ่านไปแล้วและหันไปสนใจเรื่องอื่นแทน หรืองานวิจัยไทยของบุญเลิศ ศุกดิลก (2521 อ้างใน วรรณศิริ โมรากุล, 2539) ก็พบว่าสื่อมวลชนสามารถทำให้คนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา โดยหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนเสนอมีความสัมพันธ์เชิงสอดคล้องกับหัวข้อหรือประเด็นปัญหาที่ประชาชนกล่าวถึง

ด้วยความเชื่อว่าการจัดวาระข่าวสารผ่านสื่อมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร "บ่อยครั้งจึงมีผู้อาศัยอิทธิพลของการจัดวาระสารมาเป็นประโยชน์ในการสร้างข่าวหรือกลบเกลื่อนอีกเหตุการณ์หนึ่ง" (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ 2534 : 57) เช่น งานวิจัยของปาจรีย์ ธนะสมบุรณ์กิจ (2538:130-131) ระบุว่าในช่วงเหตุการณ์พฤษภาคม 2535 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกำหนดวาระทางการเมืองเรื่องนายณรงค์ วงศ์วรรณ กับข้อกล่าวหาค้ายาเสพติด เป็นการย้ำให้เห็นถึงข้อบกพร่องของบุคคลที่มาจากการเลือกตั้งเพื่อสนับสนุนการเข้ามาเป็นนายกรัฐมนตรีของพลเอกสุจินดา คราประยูรให้มีความชอบธรรมมากขึ้น ลบข้อด้อยของพลเอกสุจินดาเรื่องการไม่ได้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีหลักฐานยืนยันว่าการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสารของสื่อมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับสาร แต่อิทธิพลนี้ก็เป็นอย่างมีเงื่อนไข โดยสุรพงษ์ โสธนะเสถียร(2533) ได้กล่าวไว้ว่า อิทธิพลของการจัดวาระสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกดังต่อไปนี้

ความสำคัญของเหตุการณ์หรือคุณค่าข่าว ข่าวที่เป็นเรื่องสำคัญ มีคุณค่า มีความขัดแย้งสูง หรือก่อให้เกิดผลกระทบต่อส่วนรวมย่อมได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และถูกให้ความสำคัญโดยการเพิ่มองศาความเข้มข้นของข่าวด้วยวิธีการต่างๆ เช่น

1. เพิ่มหรือขยายพื้นที่ของข่าวให้มากกว่าปกติ ข่าวที่มีกรอบใหญ่กว่าข่าวอื่นหรือมีตัวอักษรขนาดใหญ่กว่าย่อมทำให้เห็นว่าข่าวนั้นสำคัญ ชวนอ่านกว่าข่าวอื่น
2. เพิ่มความถี่ในการเสนอข่าว การรายงานข่าวที่มีจำนวนครั้งบ่อยๆ จะช่วยตอกย้ำความสำคัญของประเด็นในใจผู้รับสารมากขึ้น
3. เพิ่มระยะเวลาในการนำเสนอข่าว ข่าวที่นำเสนออยู่ไม่นานแล้วเลิกไปจะทำให้การจัดวาระสารนั้นหมดบทบาทไปด้วย

องศาความเข้มข้นของข่าวจะช่วยเสริมบทบาทของการจัดวารสารโดยช่วยให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ความสำคัญของประเด็น

จำนวนผู้รับสารที่ได้ติดตามข่าวจากการจัดวารสาร ข่าวที่มีผู้รับสารสนใจจำนวนมาก และติดตามการนำเสนอข่าวอยู่เป็นเวลานานจะทำให้หนักข่าวสามารถป้อนข่าวอยู่ตลอด เป็นเหตุให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดวารสารสูงขึ้นเมื่อข่าวนั้นทวีความสำคัญขึ้นไป

อายุของข่าวในการจัดวารสาร ข่าวที่มีองศาความเข้มข้นของข่าวสูงจะมีอายุของข่าวยาวนาน และมีความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งข่าวที่มีการนำเสนอเป็นเวลานานย่อมจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำคัญของประเด็นในใจของผู้รับสารได้ดีกว่าข่าวที่นำเสนอเพียงไม่กี่วัน

นอกจากปัจจัยเหล่านี้ยังมียุ่เสนอปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการจัดวารสาร กล่าวคือ

การเกิดขึ้นมาของประเด็น (Stone, Singletary and Richmond, op.cit.: 235)แบ่งออกได้เป็น ประเด็นที่เห็นได้ชัด กับประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็น

ประเด็นที่เห็นได้ชัด (obtrusive) คือ ประเด็นที่ประชาชนรู้เพราะค่อยๆ เกิดขึ้น เช่น ภาวะเงินเฟ้อ ความล้มเหลว เป็นต้น ประเด็นที่เห็นได้ชัดนี้จะมาจากการนำเรื่องที่ประชาชนสนใจมาสร้างเป็นหัวข้อในการรายงานข่าว

ประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็น (unobtrusive) คือ ประเด็นที่ประชาชนไม่รู้มาก่อนจนกระทั่งสื่อรายงาน เช่น แผ่นดินไหว อุบัติเหตุ เป็นต้น ประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็นจะถูกนำมาเป็นประเด็นสาธารณะ (public agenda) โดยสื่อ

Zucker, H. G. (1978 quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 228) แย้งว่ายิ่งสาธารณชนมีประสบการณ์ตรงกับประเด็นนั้นน้อยเท่าใด การพึ่งพิงข้อมูลจากการรายงานข่าวก็มีมากเท่านั้น เขาได้ศึกษาเปรียบเทียบประเด็นที่เกิดขึ้นมาใหม่ 3 ประเด็น คือ ค่าครองชีพ การว่างงาน และอาชญากรรม กับ 3 ประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็นในขณะนั้น คือ มลพิษ ยาเสพติด และวิกฤติพลังงาน โดยศึกษาจากจำนวนข่าวที่รายงานในช่วง 8 ปีจากดัชนีข่าวทางโทรทัศน์เทียบกับข้อมูลที่ได้จากการถามของ Gallop Poll ที่ว่า "อะไรเป็นปัญหาสำคัญที่สุดที่ประเทศเผชิญหน้าอยู่ในขณะนี้" ผลจากการศึกษาพบว่าการรายงานข่าวหนักของ 3 ประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็นนั้นจะมาก่อนการเพิ่มขึ้นของความสำคัญของประเด็นในประชามติ ขณะที่ 3 ประเด็นที่เห็นได้ชัดจะให้ผลตรงกันข้าม สรุปได้ว่า การจัดวารสารอาจเกิดขึ้นสำหรับประเด็นที่ไม่ถูกสังเกตเห็นแต่ไม่ใช่สำหรับประเด็นที่เห็นได้ชัด

ความเกี่ยวข้อง และความไม่แน่นอน ความต้องการการกำหนดทิศทาง (Need for orientation) โดยการปล่อยให้สื่อกำหนด (shape) ความคิดจะเพิ่มขึ้นถ้าปัจเจกบุคคลมีความเกี่ยวข้อง และความไม่แน่นอนสูง เช่น เพราะฉันเป็นเจ้าของหมาและแมว ดังนั้นเรื่องเกี่ยวกับความโหดร้ายต่อสัตว์จึงทำให้ฉันสนใจเสมอ จากการสำรวจความต้องการเข้าถึงข่าวสาร

ของประชาชนในการรณรงค์เลือกตั้งประธานาธิบดีที่ Charlotte, North Carolina ในปี 1972 ของ McCombs and Shaw (quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 231) พบว่า หากประเด็นนั้นมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารมาก ผู้รับสารก็จะต้องมีการเปิดรับข่าวสารมาก และหากประเด็นนั้นเป็นเรื่องไกลตัวหรือไม่ก่อให้เกิดความกังวลใจมาก ความต้องการเข้าถึงข่าวสารก็จะน้อยลงไป ปัจจัยนี้จะเห็นได้ชัดจากการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อโทรทัศน์

บทบาทของการเปิดรับ Wanta และ Wu (1992 quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 230) ได้ทดสอบสมมติฐานที่ว่ายิ่งปัจเจกบุคคลเปิดรับสื่อที่รายงานข่าวมากขึ้นเท่าใด ระดับความเด่นของประเด็นที่กำหนดโดยสื่อก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น โดยการถามคนจำนวน 341 คนว่าในสัปดาห์ที่ผ่านมาพวกเขาได้อ่านหนังสือพิมพ์ รับชมข่าวจากสถานีโทรทัศน์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นอย่างไร จากนั้นให้ผู้ตอบซึ่งครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารจำนวนมาก และอีกครึ่งหนึ่งได้รับข่าวสารน้อยครั้งได้ประเมินความสำคัญของประเด็น ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่ายิ่งปัจเจกบุคคลมีการเปิดรับสื่อที่รายงานข่าวมากเท่าใด ก็จะมีแนวโน้มที่จะใส่ใจกับ 5 ประเด็นที่ได้รับจากการรายงานข่าวเพิ่มมากขึ้น

ความน่าเชื่อถือ การจัดวาระสารจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ตอบคิดว่าสื่อและแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ชื่อของสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และมติชนจะมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกันซึ่งย่อมส่งผลต่อการรับรู้ความสำคัญของประเด็นที่แตกต่างกันด้วย จากการศึกษาวาทะของประธานาธิบดีคลินตันของ Wanta และ Miller (1995 quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 230) แสดงให้เห็นว่า การจัดวาระสารของสื่อเกิดขึ้นเมื่อผู้ตอบคิดว่าสื่อที่น่าเชื่อถือ และเมื่อผู้ตอบเชื่อมั่นว่าคลินตันจะทำงานในตำแหน่งของประธานาธิบดีได้ดี

ลักษณะของการนำเสนอ Iyengar และ Kinder (1987) พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์ (dramatic) มีผลทำให้อำนาจในการกำหนดวาระนั้นลดน้อยลง ทั้งนี้อาจจะเป็นไปได้ว่าการเสนอข่าวแบบเร้าอารมณ์นั้นจะต้องมุ่งเน้นที่ตัวบุคคล หรือตัวเหตุการณ์ มิใช่ตัวประเด็น ทำให้ความสำคัญของประเด็นพร่ามัวไป

การศึกษาเรื่องการให้ความสำคัญแก่วาระข่าวสารยังคงมีพัฒนาการเรื่อยมา จนมีการค้นพบว่าการให้ความสำคัญแก่วาระข่าวสารของสื่อมวลชนนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นในระดับประเด็น (issue) เท่านั้น แต่ยังเกิดในระดับคุณลักษณะของประเด็น (attribute of issue) ด้วย ซึ่ง McComb et al. (1997 quoted in Scheufele, 1999) เรียกว่า การจัดวาระลำดับที่สอง (second-level agenda setting) ในขณะที่นักวิชาการอื่นๆ เรียกวิธีนี้ว่า การกำหนดกรอบในการตีความข่าวสาร (framing)

แนวคิดการกำหนดกรอบในการตีความข่าวสาร หรือการวางกรอบ (framing)

การกำหนดกรอบในการตีความข่าวสารถูกใช้อย่างแพร่หลายในสาขาสังคมวิทยาและจิตวิทยา โดยมีแนวคิดที่ถูกสร้างและพัฒนาเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรมให้สามารถสังเกต (observed) และวัดได้ (measured) ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับกรอบในทางการสื่อสารมวลชนจะถูกมองใน 2 ลักษณะ คือ กรอบในฐานะที่

เป็นตัวสร้างข่าว หรือนำเสนอข่าว (presenting news) และกรอบในฐานะที่เป็นตัวทำความเข้าใจกับข่าว (comprehending news) แนวคิดทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าวจึงจำแนกออกได้เป็นกรอบของสื่อ หรือกรอบของข่าว (media or news frame) กับกรอบของผู้รับสารหรือกรอบของปัจเจกบุคคล (audience or individual frame)

กรอบของสื่อ หรือกรอบของข่าว

กรอบของข่าวคือโครงสร้างข่าวที่ได้รับการจัดระเบียบด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยสื่อ ทั้งนี้เพื่อใช้ในการนำเสนอมุมมอง หรือทัศนคติที่มีต่อข่าว รวมทั้งกรอบของข่าวอาจจะเป็นแก่นเรื่อง (Theme) หรือรูปแบบ (Style) ที่ถูกใช้เพื่อทำให้เรื่องนั้นดึงดูดใจผู้อ่าน และอาจจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของผู้อ่าน ทั้งในทางตรงหรือทางอ้อมได้ เช่นที่ Tankard et al. (1991 quoted in Severin and Tankard, op.cit.) กล่าวว่า สื่อจะกำหนดกรอบในการตีความประเด็นทางสังคม การกำหนดกรอบขององค์กรข่าวก็คือการจัดระเบียบความคิดสำคัญเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวที่นำเสนอเสียใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทและชี้ให้เห็นว่าประเด็นข่าวคืออะไร โดยใช้วิธีการเลือกสรร (selective) การเน้นย้ำ (emphasis) การตัดออก (exclusion) และการชี้แจงรายละเอียด (elaboration) “ซึ่งในบางครั้งก็จะสะท้อนออกมาผ่านกลไกต่างๆ ของการเขียน เช่น พาดหัวข่าว (headlines) ความนำ (leads) การยกบางคำพูดมาเน้น (pull quotes) หรือการใช้ย่อหน้าสำคัญ (nut graphs)” (Ibid., p. 278)

สื่อสร้างกรอบเพื่อกำหนดใจความสำคัญของเหตุการณ์และประเด็นที่นำเสนอเพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้ชมนำกรอบที่สื่อสร้างขึ้นเหล่านั้นมาใช้ในการตีความ พุดคุย ถกเถียง หรืออภิปรายกันเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้เพราะกรอบของสื่อเป็นความคิดหลัก หรือเค้าโครง (story line) ที่ให้ความหมายของเหตุการณ์ที่นำเสนอ โดยจะชี้ให้เราว่าควรจะได้เถียงเกี่ยวกับอะไร และอะไรคือใจความหรือจุดสำคัญของประเด็น ดังเช่นงานวิจัยของ Maher, T. M. (1995 quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 279) ได้ศึกษาผลกระทบของการวางกรอบของหนังสือพิมพ์ต่อสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวันท้องถิ่น เปรียบเทียบกับผลสำรวจของประชาชนในเขตนั้นที่มีต่อการรับรู้ถึงสาเหตุของปัญหา พบว่าการที่หนังสือพิมพ์ไม่ได้เชื่อมโยงสาเหตุในเรื่องการเพิ่มขึ้นของประชากรเข้ากับปัญหาสิ่งแวดล้อมก็ทำให้ผู้รับสารมองข้ามสาเหตุข้อนี้ไปด้วย

การกำหนดกรอบในเรื่องที่มีความหมายเหมือนกัน แต่มีการเลือก เน้น หรือละเว้นต่างกันก็จะก่อให้เกิดผลกระทบต่างกัน ดังงานวิจัยของ Kahneman และ Tversky (1984 quoted in Rhoads, K. [Online]) ที่สมมุติว่าสหรัฐอเมริกากำลังเผชิญกับการระบาดของโรคร้ายจากเอเชีย ซึ่งหากระบาดเข้ามาอาจคร่าชีวิตผู้คนได้ถึง 600 คน ดังนั้นจึงมีการเสนอแผนที่จะต่อสู้กับโรคร้ายนี้ 2 แผน โดยให้กลุ่มทดลองเลือกว่าจะใช้แผนใด ทั้งนี้ นักวิทยาศาสตร์ได้ประมาณผลของแต่ละแผนเอาไว้ดังนี้

แผน A ถ้านำมาใช้ ผู้คน 200 คนจะปลอดภัย

แผน B ถ้านำมาใช้คน 1 ใน 3 ของทั้งหมดจะปลอดภัย ในขณะที่อีก 2 ใน 3 อาจไม่ปลอดภัย

ในการทดลองครั้งแรกนี้มักมีกลุ่มตัวอย่างเลือกแผน A 72% และแผน B 28% จากนั้นทำการทดลองอีกครั้งโดยใช้สถานการณ์เดิม แต่เปลี่ยนลักษณะการอธิบายประมาณผลของแต่ละแผนเป็นการระบุจำนวนคนที่ต้องเสียชีวิตแทน ดังนี้

แผน C ถ้านำมาใช้จะมีคน 400 คนต้องเสียชีวิต

แผน D ถ้านำมาใช้จะมีคน 1 ใน 3 ปลอดภัย ในขณะที่อีก 2 ใน 3 อาจไม่ปลอดภัย

การทดลองครั้งที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกแผน C 22% ขณะที่อีก 78% เลือกแผน D

Kahneman และ Tversky ได้สรุปผลการทดลองในครั้งนี้ว่า การนำเสนอเหตุการณ์ในกรอบแง่บวก (positive frame) กับสิ่งที่มีความหมายเหมือนกันแต่พูดต่างกัน คนก็มักจะเลือกสิ่งที่เป็นแง่บวก แน่ใจ และมั่นใจมากกว่า ตรงกันข้ามหากเสนอเหตุการณ์ในกรอบแง่ลบ (negative frame) ในสิ่งที่มีความหมายเหมือนกันแต่พูดต่างกัน คนก็จะเลือกแบบที่เสี่ยงมากกว่าแบบที่แน่นอน

การทดลองครั้งนี้แสดงให้เห็นว่ากรอบได้เลือกและเรียกร้องความสนใจในเฉพาะบางมุมมองจากความจริงทั้งหมดที่ถูกเล่า และมีส่วนกระตุ้นโดยตรงต่อการกลบความน่าสนใจของมุมมองอื่นๆ ไปด้วยในตัว นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่ากรอบมีอิทธิพลต่อคนส่วนใหญ่ในการรับรู้ เข้าใจ จดจำปัญหา และส่งผลไปสู่การประเมินค่า และการเลือกแนวทางแก้ปัญหาต่างๆ ด้วย

องค์ประกอบที่สำคัญของกรอบสื่อ คือ การเลือกและการทำให้โดดเด่นตามนิยามของนักวิชาการที่ให้ความสนใจและเป็นผู้พัฒนาแนวคิดกรอบของสื่อให้ชัดเจนยิ่งขึ้นอย่าง Entman, R. (1993) ที่กล่าวไว้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของกรอบของสื่อ ได้แก่ การเลือก (selection) และการทำให้โดดเด่น (salience) ซึ่งคำว่าโดดเด่นในที่นี้ก็คือการทำให้ส่วนนั้นๆ ของข้อมูลสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายขึ้น มีความหมายลึกซึ้ง และน่าจดจำมากขึ้น (more noticeable meaningful or memorable) ในสายตาของผู้รับสาร

ส่วนของตัวบทนั้นสามารถทำให้โดดเด่นได้ด้วยรูปแบบของการจัดวาง (placement) การทำซ้ำ (repetition) หรือการใช้สัญลักษณ์ที่คุ้นเคย (familiar symbols) ซึ่งการวางกรอบก็คือการเลือกบางแง่มุม หรือบางลักษณะของความเป็นจริงที่ถูกรับรู้มาทำให้เด่นชัดขึ้นในตัวบทของการสื่อสาร ในวิถีทางที่จะสนับสนุนให้เกิดการนิยามปัญหาเฉพาะ (to promote a particular problem definition) การตีความสาเหตุ (causal interpretation) การประเมินทางศีลธรรม (moral evaluation) และ/หรือ แนะนำแนวทางแก้ไขต่อประเด็นนั้นๆ (treatment recommendation for the item described)

อย่างไรก็ตาม Entman (op.cit.) ย้ำว่าแม้ว่าเนื้อหาบางส่วนที่นำเสนอไปจะไม่ได้เป็นส่วนที่ถูกนำไปโดดเด่น แต่ก็อาจจะมีความโดดเด่นขึ้นมาได้ในตัวของมันเอง หากสามารถเข้ากับระบบความเชื่อของผู้รับสารได้ดี

ในทางกลับกันความคิดที่ดูเน้นนั้นก็อาจจะยากที่ผู้รับสารจะรับรู้ ดีความ และจดจำได้เช่นกัน ถ้าไปหักล้างความเชื่อที่ผู้รับสารมีอยู่ รูปก็คือขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิดของผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยสรุปเนื่องจากความโดดเด่นนี้เป็นกระบวนการที่กระทำร่วมกันระหว่างผู้รับสารกับตัวบท การมีอยู่ของกรอบในตัวบทนั้นจึงไม่ได้รับประกันความมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้รับสารอย่างเต็มที่ อาจกล่าวได้ว่า Entman กำลังประเมินอิทธิพลของกรอบของสื่อโดยใช้กรอบของผู้รับสารมาอธิบายนั่นเอง

กรอบของผู้รับสาร หรือกรอบของปัจเจกบุคคล

แนวคิดเรื่องการกำหนดกรอบในการตีความนั้นพบครั้งแรกในงานวิจัยของ Goffman, E (1974) นักสังคมวิทยา ซึ่งเขาได้นำแนวคิดการวิเคราะห์กรอบมาอธิบายชุดของความคาดหวังที่คนเราใช้ในการทำความเข้าใจกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน และบุคคลที่อยู่หรือเกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้น Goffman กล่าวว่า เมื่อประชาชนจะทำการตีความสิ่งที่เกิดขึ้นรอบโลก พวกเขาจะต้องทำผ่านกรอบ หรือแบบแผนการตีความ (schemata of interpretation) ที่พวกเขามี เพราะกรอบคือ "การจัดการกับประสบการณ์" หรือเรื่องราวต่างๆ ที่เราพบเจออยู่ตลอดเวลาในชีวิตประจำวัน เป็นกระบวนการสำรวจและทำความเข้าใจกับเหตุการณ์ กรอบจะช่วยให้บุคคลสามารถวางตำแหน่ง (locate) รับรู้ (perceive) แยกแยะ (identify) หรือให้ชื่อ (label) กับเหตุการณ์นั้นได้ ทั้งนี้คนเราทุกคนจะทำการประเมินคุณค่า (values) และสร้างมุมมองที่ใช้ในการมอง (perspectives) โลกใบนี้ ซึ่งแน่นอนว่าแต่ละคนจะมีการมองที่แตกต่างกันออกไป เพราะเรามี "กรอบอ้างอิง" (frame of reference) ที่แตกต่างกัน คล้ายกับ Gansson และ Modigliani (1987 อ้างถึงในกระสุน สกอลโฟน, 2544 : 17) ที่มองว่า กรอบคือความคิดหลักที่คนเราใช้ในการทำความเข้าใจต่อเหตุการณ์รอบข้าง และตอบตนเองว่าเรื่องดังกล่าวคืออะไร จะต้องใช้หลักการ หรือมุมมองใดมาตีความ

ดังนั้นผู้สื่อข่าวในฐานะที่เป็นบุคคลหนึ่ง จึงย่อมจะมีกรอบของปัจเจกบุคคลอยู่ด้วยเช่นกัน และกรอบของบุคคลที่มีสถานภาพเป็นผู้สื่อข่าวในสังคมนี้เองที่เป็นที่มาสำคัญในการสร้าง "กรอบของสื่อ" ให้แก่สังคมนั้นๆ ต่อไป

อิทธิพลของการกำหนดกรอบในการตีความข่าวสาร

นักหนังสือพิมพ์จะเลือกกรอบในการตีความข่าวที่เด่นเพื่อให้ผู้อ่านนำไปใช้ตีความ และอภิปรายเหตุการณ์สาธารณะ การกำหนดกรอบของสื่อหรือกรอบของข่าวจะทำให้สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีความหมาย และไม่เป็นที่สังเกตเห็น (meaningless and nonrecognizable happenings) เปลี่ยนไปเป็นเหตุการณ์ที่สามารถสังเกตเห็นได้ (a discernible event) (Entman, R., op.cit. : 53) ดังนั้นนักหนังสือพิมพ์จึงใช้ประโยชน์ โดยการสร้างกรอบที่เด่นบนข่าวเพื่อกำหนดขอบเขตการตีความของผู้รับสารให้เป็นไปตามทิศทางที่ตนต้องการ

การกำหนดกรอบของสื่อมีอิทธิพลต่อกรอบหรือความคิดหลักที่ผู้รับสารนำมาใช้ในการทำความเข้าใจเหตุการณ์รอบข้าง รวมทั้งมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความคิดเห็นของผู้รับสารด้วย ดังที่ Price, V ; Tewksbury, D ; Powers E. (1997: 482) กล่าวว่า การกำหนดกรอบและการนำเสนอเหตุการณ์ และประเด็นข่าวในสื่อมวลชน สามารถมีอิทธิพลอย่างเป็นระบบต่อการเข้าใจเหตุการณ์ และประเด็นข่าวของผู้รับสาร นอกจากนี้กรอบของสื่อ ยังมีผลกระทบต่อทัศนคติ ความคิดเห็น หรือกรอบของปัจเจกบุคคล (individual frames) (Pan, Z. and Kosicki, G. M. 1993 quoted in Scheufele, op.cit. : 110) "และจะมีผลกระทบอย่างมากถ้าหากว่าเป็นการสร้างกรอบในประเด็นใหม่ที่ยังไม่เคยมีการกำหนดกรอบมาก่อน (Ibid., p.116)

ประชาชนมักเชื่อในสิ่งที่สื่อเสนอ ทำให้อาจได้รับอิทธิพลจากการกำหนดกรอบ แต่สิ่งที่น่ากังวลคือ บางครั้งกรอบที่สื่อเสนอนั้นมาจากบุคคลที่มีอำนาจและเงิน ซึ่งใช้กรอบเป็นเครื่องมือในการเสนออุดมการณ์บางอย่างเพื่อให้เกิดประโยชน์กับตัวเอง ดังที่ Kinder และ Sanders (1990 อ้างใน Baek, M. [Online]) นิยามว่า กรอบเป็นเครื่องมือที่มีถูกผลิตและใช้โดยชนชั้นนำทางการเมืองตามความสนใจของเขา และตามอุดมการณ์ที่ตั้งใจทำให้เกิดการตีความ เพื่อสนับสนุนหรือเพื่อให้เกิดประโยชน์กับตัวเขาเอง

แต่สิ่งที่สำคัญคือ กรอบส่วนใหญ่มักจะไม่ถูกสังเกตเห็นเพราะประชาชนโดยทั่วไปจะยุ่งและวุ่นเกินกว่าที่จะตระหนักว่าประเด็นนั้นถูกกำหนดกรอบ และตามแบบจำลองผลกระทบสื่อของนักสร้างสรรค์ (constructivist) ที่พบว่า "ผู้รับสารจะไว้ใจรูปแบบของความจริง (a version of reality) ที่ถูกสร้างจากประสบการณ์ส่วนบุคคล (personal experience) ปฏิกริยากับบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกัน (interaction with peers) และการเลือกที่ถูกต้องตีความจากสื่อมวลชน (interpreted selections from the mass media) (Neuman, R.W., Just, M.R., Crigler, A. N. ,1992 quoted in Scheufele, op.cit.: 105) ทำให้เกิดความกังวลว่าประชาชนจะได้รับอิทธิพลในการกำหนดกรอบการตีความของสื่อได้ง่าย

นอกจากนี้ กรอบข่าวยังมีอิทธิพลต่อมติมหาชนโดยการสร้างบางลักษณะของเรื่องให้เด่นมากขึ้นเพื่อไปกระตุ้นความคิดที่เฉพาะเจาะจงให้กับผู้รับสาร (Iyengar, S., 1991 quoted in London, S., 1993 , Price; Tewksbury and Powers, op.cit.) ความคิดเหล่านี้จะถูกนำไปประยุกต์ใช้เมื่อสมาชิกผู้รับสารประเมินกลุ่มประเด็น และส่วนประกอบของเรื่องอื่นๆ ซึ่ง Jacoby (2000) ก็กล่าวยืนยันว่าผลกระทบของการกำหนดกรอบมีอำนาจพอที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นระดับบุคคล

ยังมีนักวิจัยอีกมากที่พบว่าการกำหนดกรอบข่าวมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยเฉพาะอิทธิพลของกรอบที่เกิดขึ้นในใจผู้รับสาร (frame of mind created in audiences) โดยมีงานวิจัยหลายชิ้นระบุว่ากรอบการกำหนดกรอบของสื่อจะมีผลต่อเรื่องราวที่ถูกเน้น กล่าวคือ ผู้รับสารจะมองหรือตีความข่าวในประเด็นหรือกรอบที่สื่อมวลชนนำเสนอเท่านั้น กรอบใดที่สื่อไม่นำเสนอ ผู้รับสารก็จะละเลยหรือมองข้ามไป

อย่างเช่นงานวิจัยของ Shah และ Domke (1995 quoted in Severin and Tankard, op.cit.: 279) ที่แบ่งคนออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งให้ข่าวสารเกี่ยวกับการสาธารณสุขผ่านกรอบทางจริยธรรม (ethical frame) ซึ่ง

เน้นในเรื่องสิทธิขั้นพื้นฐาน และศีลธรรม ขณะที่อีกกลุ่มได้รับข่าวสารเดียวกันแต่ผ่านกรอบทางสังคม (societal frame) ซึ่งเน้นไปที่ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนต่อสังคม ผลจากการทดลองพบว่าคนที่ได้รับข่าวสารผ่านกรอบจริยธรรมจะตีความการสาธารณสุขว่าเป็นประเด็นทางจริยธรรมมากกว่าคนที่ได้รับข่าวผ่านกรอบทางสังคม นอกจากนี้กลุ่มคนดังกล่าวก็มีแนวโน้มจะตีความประเด็นอื่นๆ ไปในทางจริยธรรมสูงขึ้นอีกด้วย จะเห็นได้ว่ากรอบที่ต่างกันก็จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อความคิดที่เกิดขึ้นในใจผู้รับสารต่างกัน

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Price, Tewksbury และ Powers (op.cit.) ที่ให้เห็นอิทธิพลของกรอบต่อความคิดที่เกิดขึ้นในใจของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ให้นักศึกษา 4 กลุ่มอ่านเรื่องการตัดงบประมาณในมหาวิทยาลัย ซึ่งสมมติขึ้นแล้วนำมาเขียนเรียบเรียงออกเป็น 4 แบบ ใช้ข้อมูลเดียวกัน แต่มีย่อหน้าเปิด และย่อหน้าปิดต่างกันตามกรอบที่ใช้ ได้แก่ เกี่ยวกับปุถุชนสนใจ (human interest) ความขัดแย้ง (conflict) ผลกระทบต่อตนเอง (personal consequences) และชุดควบคุม (control version) ที่มีแต่ตัวเรื่องเท่านั้น ไม่มีย่อหน้าเปิดและย่อหน้าปิด ซึ่งจากการประเมินค่า และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างชี้ให้เห็นว่ากรอบของสื่อมีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับสารเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

นอกจากอิทธิพลต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว การกำหนดกรอบของสื่อมวลชนยังมีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อสาเหตุ และความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาด้วย ทั้งนี้เพราะ "หน้าที่ที่สำคัญที่สุดสำหรับการกำหนดกรอบโดยสื่อมวลชนก็คือการชี้ให้เห็นว่าใครควรจะรับผิดชอบต่อปัญหา (who is responsibility) และใครสามารถจะช่วยเหลือปัญหาได้ (who can help provide a remedy for the problem) (Severin and Tankard, op.cit.: 279) ซึ่งลักษณะของ**ความรับผิดชอบ** (attributions of responsibility) (Iyengar, S. and Simon, A., 1993 : 369) แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ *Causal responsibility* เน้นที่มาหรือสิ่งที่ทำให้เกิดประเด็นปัญหานั้น และ *treatment responsibility* เน้นว่าใครหรืออะไรที่มีอำนาจพอที่จะช่วยหรือป้องกันประเด็นปัญหานั้น

ในหนังสือชื่อ *Is Anyone Responsible?* ของ Iyengar, S. (1991 quoted in London, S., 1993) ได้ประเมินผลกระทบของการกำหนดกรอบการตีความข่าวสารในข่าวโทรทัศน์ที่มีต่อประเด็นทางการเมือง พบว่าการกำหนดกรอบการตีความประเด็นโดยข่าวโทรทัศน์นั้นจะช่วยกำหนดทิศทางความเข้าใจของประชาชนที่มีต่อสาเหตุและการแก้ปัญหาทางการเมือง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของกรอบการรายงานข่าวซึ่งมีอยู่ 2 ประเภท คือ

episodic news framing (กรอบฉาก/ กรอบกรณี) คือการรายงานข่าวในรูปแบบของเหตุการณ์เฉพาะหรือกรณีเฉพาะ บรรยายเหตุการณ์เป็นรูปธรรมที่จะแสดงให้เห็นประเด็น มองเหตุการณ์ว่าเป็นความรับผิดชอบของบุคคล เช่น ปัญหาความยากจน หรือปัญหาว่างงาน มีสาเหตุมาจากความซึ่เกียจ หรือเพราะมีการศึกษาน้อย

thematic news framing (กรอบหัวข้อ/กรอบสาระสำคัญ) คือ การรายงานเหตุการณ์หรือประเด็นในบริบทต่างๆ ไป เสนอหลักฐานโดยรวม มองเหตุการณ์ว่าเป็นความรับผิดชอบของสังคม เช่น การมองปัญหา

ความยากจนในกรอบประเภทนี้จะมองไปที่อัตราการทำงาน หรืออัตราคนจนของชาติว่าเป็นปัญหามาจากนโยบายของรัฐ เป็นต้น การรายงานข่าวภายใต้กรอบนี้จะต้องการการวิเคราะห์ที่ความเพิ่ม

ต่อมา Iyengar และ Simon(1993) ได้ทำวิจัยเพื่อทดสอบผลกระทบของ *episodic* และ *thematic news frames* ที่มีต่อความรับผิดชอบของผู้ชมในประเด็นทางการเมือง และประเด็นทางสังคม เช่น ความยากจน การว่างงาน อาชญากรรม การก่อการร้าย เป็นต้น พบว่า ภายใต้ *thematic framing* ผู้ชมจะมองว่าปัญหาของชาติเกิดจากปัจจัยทางสังคมทั่วไป (general societal factors) รวมถึงค่านิยมทางวัฒนธรรม (cultural norms) สภาพเศรษฐกิจ (economic conditions) และการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ (the actions or inactions of public officials) เมื่อการนำเสนอข่าวโทรทัศน์เสนอปัญหาของชาติโดยใช้กรอบทั่วไป เหตุผลของประชาชนต่อความรับผิดชอบเกี่ยวกับสาเหตุและทางแก้ปัญหา (causal and treatment responsibility) คือ เป็นเรื่องของสังคมส่วนรวม ขณะที่ภายใต้ *episodic news framing* ผู้ชมจะอ้างเหตุผลความรับผิดชอบสำหรับปัญหาของชาติว่าไม่ใช่เป็นแรงผลักดันทางโครงสร้างหรือทางสังคม (societal or structural forces) แต่เป็นการกระทำของบุคคลหรือกลุ่มเฉพาะ อย่างเช่น ปัญหาความยากจน อาชญากรรม และการก่อการร้ายเมื่ออธิบายภายใต้กรอบประเภทนี้ ผู้ชมก็จะอ้างเหตุผลเรื่องความรับผิดชอบว่าเป็นของคนจน อาชญากร และผู้ก่อการร้าย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การกำหนดกรอบของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารส่วนใหญ่ แต่ไม่มีผลกระทบอย่างสากลต่อคนทั้งหมด" (Entman, R. op.cit : 52) อิทธิพลของกรอบที่เกิดขึ้นจะมีปฏิสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างความจริงที่เห็น (objective reality) ความจริงที่ผ่านการปรุงแต่งจากสื่อ (symbolic reality) จนนำมาสู่ความจริงที่เป็นอัตวิสัย (subjective reality) หรือกรอบในความคิดของผู้รับสารซึ่งจะส่งผลต่อการตีความหมายปรากฏการณ์ที่จะตามมาของผู้รับสารต่อไปในลักษณะของกระบวนการที่ต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งนี้กรอบของสื่อมวลชนจะสามารถสร้างอิทธิพลทางความคิดต่อผู้รับสารได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าสื่อได้นำเสนอกรอบที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ทางสังคม ความคิด ความเชื่อ และค่านิยมของผู้รับสารอันเกิดจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแวดล้อม และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในชีวิตประจำวันหรือไม่ รวมถึงแบบแผนและระดับการใช้สื่อ โดยมีปัจจัยเกี่ยวกับสถานการณ์ เวลา และทัศนคติหรือความเชื่อถือที่มีต่อสื่อ เป็นตัวหลักให้บุคคลมีการใช้และพึ่งพาสื่อมากขึ้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้กรอบการตีความข่าวสารของผู้รับสารทั้งสิ้น

นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น ยังมีอีกปัจจัยซึ่งเป็นความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลอย่างหนึ่ง ซึ่งนักวิชาการเชื่อว่าจะช่วยลดหรือป้องกันอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการรับรู้ของผู้รับสารได้ ปัจจัยนั้นได้แก่ ความแตกต่างทางด้านความรู้เท่าทันสื่อ (*media literacy*)

แนวคิดความรู้เท่าทันสื่อ (media literacy)

ทุกสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเราออกไปเกินกว่าประสบการณ์ตรงของเราจะสัมผัสถึงนั้น เราล้วนรับรู้โดยมีสื่อซึ่งทำหน้าที่เป็น "ตัวแทน" ของเราในการคัดเลือกและตัดสินใจว่าอะไรสำคัญ-ไม่สำคัญ/ ถูก-ผิด/ จริง-เท็จ ฯลฯ เป็นผู้

บอกเล่า และเรามักเชื่อว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ นั่นคือความจริงโดยปราศจากการคิดวิเคราะห์หรือตั้งคำถามกับสิ่งที่เราเปิดรับ ทำให้สารเหล่านั้นเข้ามามีอิทธิพลในการสร้างวัฒนธรรม ทักษะคิด ค่านิยม แบบแผนการประพฤติปฏิบัติ การรับรู้ และการกำหนดวิถีคิดให้กับเราได้โดยไม่รู้ตัว

สื่อมวลชนเป็นดาบสองคม มีโอกาสที่จะเป็นทั้งเครื่องมือที่ดีและเลวได้ตามเงื่อนไขสภาพการณ์ของสังคม และตามอารมณ์ความรู้สึก หรือโลกทัศน์ของผู้ที่กุมด้ามดาบเล่มนี้... สื่อโดยตัวมันเองไม่ได้ดีหรือชั่ว โง่หรือฉลาด วิทย์ โทไรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เป็นเพียงเครื่องมือแต่ละประเภท เพราะเครื่องมือมันคิดเองไม่ได้ คิดเองไม่เป็น แต่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเจ้าของเครื่องมือหรือใช้เครื่องมือต่างหากเป็นผู้กำหนดคุณค่า ถ้าคนที่คิดชั่วไว้จรรยาบรรณเป็นผู้ใช้สื่อ(เครื่องมือ) ผลก็คือสื่อมันยอมเลวตาม ขณะที่คนดีมีโลกทัศน์กว้างไกลและมีจุดยืนในการใช้สื่อเพื่อมวลชน (mass) อย่างแท้จริง สื่อมันก็ยอมให้คุณประโยชน์และสร้างสรรค์ชีวิตที่ดีงามแก่มวลชนมหาประชาชน (พิทยา ว่องกุล, 2541: 19)

เราต้องยอมรับความจริงว่าทุกวันนี้สื่อไม่ได้เล่าหรือรายงานทุกอย่างตามสภาพความเป็นจริงที่สมบูรณ์รอบด้านอย่างเที่ยงธรรม เป็นกลาง และปราศจากอคติ สารผ่านสื่อมาถึงเราพร้อมกับความเห็นส่วนตัว ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ที่สื่อสอดแทรกเข้าไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ และการเมือง

เพราะฉะนั้นเราจำเป็นต้องมีประชาชนที่รู้เท่าทันสื่อมากขึ้น ทั้งนี้ด้วยเหตุผลต่างๆ ข้างต้นบวกกับในสภาพการณ์ที่ สื่อมวลชนอาจจะตอบสนองต่อผลประโยชน์ที่แคบๆ จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลประโยชน์ส่วนกว้างกว่าดังนั้นเราจึงปล่อยให้พัฒนาการของสื่อมวลชนดำเนินไปอย่างอิสระและไร้การตรวจสอบที่รอบรู้ไม่ได้ ทว่าถ้าหากว่าเราต้องการสื่อมวลชนที่ดียิ่งขึ้น เราจะต้องมีประชาชนที่รู้เท่าทันสื่อมากยิ่งขึ้น อันหมายถึงความสามารถในการอนุมานความถี่ลึกหนาบางของข้อมูลที่ปรากฏในสื่อมวลชนอย่างมีหลักการจึงขาดไม่ได้เป็นอันขาด นอกจากความรู้ดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็นฉนวนของการตกเป็นเหยื่อให้สื่อมวลชนโดยไม่รู้สีกตัวแล้ว มันยังอาจจะเป็นรากฐานที่ช่วยตะล่อมให้สื่อมวลชนอยู่ในร่องในรอยตามความปรารถนาของผู้บริโภคสื่อมวลชนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (บุญรักษ์ บุญญะเขตมลา, 2537: 121-122)

ความรู้เท่าทันสื่อนี้มีผู้ให้คำนิยามมากมาย กล่าวคือ Dictionary of Media Literacy นิยามความรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นทักษะการคิดแบบวิพากษ์ ที่ทำให้ผู้รับสื่อสามารถแปลความหมายของข้อมูลที่พวกเขาได้รับผ่านสื่อสารมวลชนช่องทางต่างๆ และช่วยให้พวกเขาพัฒนาทักษะการวินิจฉัยเนื้อหาของสื่อได้อย่างเป็นอิสระ

ในขณะที่การประชุมผู้นำระดับชาติว่าด้วยเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ (National Leadership Conference on Media Literacy) ซึ่งสนับสนุนโดยสถาบันแอสเพิน (Aspen Institute) เมื่อวันที่ 7-9 ธันวาคม ค.ศ. 1992 ได้ให้คำจำกัดความคำว่า ความรู้เท่าทันสื่อ คือ ความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสื่อความสารในรูปแบบต่างๆ (Silverblatt, A., 1995 : 2)

จากคำจำกัดความนี้ Silverblatt ได้นำมาขยายความและสร้างความหมายให้กับ media literacy โดยเน้นองค์ประกอบต่อไปนี้ (อ้างถึงในอดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543: 16 ดูเพิ่มเติมใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, อ้างแล้ว : 20 และ Baran, S. J., 2004: 51-54) คือ

1. การตระหนักในผลกระทบที่สื่อมีต่อบุคคลและสังคม ความรู้เท่าทันสื่อกระตุ้นให้เกิดทักษะคิดแบบวิพากษ์ที่ช่วยให้บุคคลสามารถพิจารณาอย่างอิสระและสามารถตัดสินใจตอบโต้ข่าวสารที่นำเสนอผ่านช่องทางการสื่อสารมวลชนได้
 2. การเข้าใจกระบวนการของการสื่อสารมวลชน การรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องเข้าใจการผลิต การถ่ายทอด และบริบทของการตีความซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารมวลชน
 3. การพัฒนายุทธศาสตร์ในการวิเคราะห์และอภิปรายสารจากสื่อ หรือพัฒนากลยุทธ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาสื่ออย่างเป็นระบบ อันทำให้เป็นผู้บริโภคที่มีความคิดที่กว้างไกล
 4. การตระหนักในเนื้อหาสื่อในฐานะเป็น “เนื้อหาสาร” ที่ให้ความเข้าใจตนเองและวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างลึกซึ้ง การนำเสนอของสื่อ เช่น ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ หรือโฆษณาสามารถทำให้เห็นลึกซึ้งเข้าไปถึงทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม ความกังวล แบบแผนความคิด และคตินที่กำหนดวัฒนธรรม ในทางกลับกันการเข้าใจวัฒนธรรมสามารถให้ทัศนะในการมองสารจากสื่อ
 5. การเสริมสร้างให้เกิดความสนุก ความเข้าใจ และความพึงพอใจในเนื้อหาสื่อ
- Baran, S. J. (op.cit.) ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบจากของ Art silverblatt อีก 2 ข้อ คือ
6. ความเข้าใจในหน้าที่ทางศีลธรรมและจริยธรรมของนักสื่อสารมวลชน
 7. การพัฒนาทักษะการผลิตที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

Potter, J. (1998 อ้างถึงในอดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, อ้างแล้ว : 62-63) มองว่าเราทุกคนมีความรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับหนึ่ง มากน้อยต่างกันไป ส่วนการเพิ่มระดับความรู้เท่าทันสื่อต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ คือ ข่าวสาร และทักษะ

1. **ข่าวสาร**ที่ช่วยยกระดับความรู้เท่าทันสื่อต้องเป็นข่าวสารที่มีการจัดระเบียบอย่างดีจนเป็นโครงความรู้ที่มีประโยชน์ สิ่งนี้ต้องอาศัยข่าวสารที่มีทั้งความลึกและกว้าง ไม่ใช่รู้เพียงผิวเผินว่า “ใคร” “ทำอะไร” “ที่ไหน” แต่ต้องรู้ลึกถึงขั้น “อย่างไร” และ “ทำไม” นอกจากนี้จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสื่อแล้ว ควรมีโครงความรู้เกี่ยวกับโลกความเป็นจริง ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1 **ข่าวสารข้อเท็จจริง** (factual information) หมายถึง ข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับโลก เช่น จำนวนประชากรในประเทศ ชื่อผู้นำทางการเมือง ฯลฯ
- 1.2 **ข่าวสารเกี่ยวกับสังคม** (social information) หมายถึง ความเข้าใจเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เช่น บทบาทของบุคคลต่างๆ ในสังคม ผู้ที่มีประสบการณ์กว้างขวางในโลกของความเป็นจริงจะมีพื้นฐานในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อได้กว้างกว่า เช่น คนเข้าร่วมทำกิจกรรมทางการเมืองกับพรรคจะมีความเข้าใจและวิเคราะห์ข่าวที่หนังสือพิมพ์นำเสนอเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงได้ดีกว่าคนทั่วไป

ข้อมูลเป็นวัตถุดิบในการใช้สร้างโครงความรู้โดยใช้ทักษะที่เรามี ในการได้วัตถุดิบที่ดีเราต้องเปิดรับสารที่หลากหลายเพื่อขยายพื้นฐานของเรา และแสวงหาข่าวสารเชิงลึกในเรื่องที่เราอยู่อย่างผิวเผินเพื่อให้มีความเข้าใจลึกซึ้งขึ้น ซึ่งนอกจากข่าวสารที่เราได้รับจากสื่อต่างๆ แล้ว เราควรเสาะหาข่าวสารจากต้นตอในโลกของความเป็นจริงด้วย

2. **ทักษะความรู้เท่าทันสื่อ** แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
 - 2.1 **ทักษะขั้นพื้นฐาน** (rudimentary skills) เป็นทักษะพื้นฐานที่ใช้โดยปกตินิสัย เพื่อควบคุมการเปิดรับสื่อ การรู้สัญลักษณ์ และความหมายในระดับพื้นฐาน ทำให้เวลาเราเปิดรับสื่อแล้วสามารถเข้าใจการดำเนินเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามที่สื่อนำเสนอ เช่น อ่านหนังสือพิมพ์แล้วเข้าใจเหตุการณ์ข่าว ดูละครโทรทัศน์แล้วเข้าใจโครงเรื่อง
 - 2.2 **ทักษะขั้นสูง** (advanced skills) เป็นทักษะที่ช่วยให้เราควบคุมการตีความหมายของสื่อ ซึ่งต้องอาศัยการคิดแบบวิพากษ์ ทักษะเหล่านี้ได้แก่ การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบและหาความจริงข้าม การประเมิน การสังเคราะห์ และการเล็งเห็นคุณค่า

อย่างไรก็ตาม เราไม่มีความรู้ ความเข้าใจสื่อมวลชนเท่ากันหมดในทุกสถานการณ์ ทุกเวลา และทุกสื่อ แต่ Potter (อ้างแล้ว) เชื่อว่า เมื่อเราบรรลุระดับของวุฒิภาวะ (maturation) ที่สูงขึ้น (ไม่ว่าจะเป็นด้านปัญญา อารมณ์ หรือศีลธรรม) จะทำให้เราสามารถรับรู้เนื้อหาของสื่อมวลชนได้มากขึ้น วุฒิภาวะจะช่วยยกระดับศักยภาพของเราให้สูงขึ้น แต่เราก็ต้องเร่งพัฒนาทักษะและความรู้ของเราอย่างจริงจังด้วยเพื่อจะได้สามารถใช้ศักยภาพนั้นได้

งานวิจัยของเอ็จจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (อ้างแล้ว) เรื่อง "การวิเคราะห์ระดับมีเดียลิตเตอเรซีของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย" ยืนยันคำกล่าวของ Potter ที่ว่าทุกคนมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับหนึ่ง แต่จะมีมากน้อยไม่เท่ากัน โดยเอ็จจิตได้แบ่งความรู้เท่าทันสื่อหรือมีเดียลิตเตอเรซีออกเป็น 4 ระดับตามระดับของความรู้ ความคิด (cognitive level) ดังนี้

ระดับที่ 1 **ความตระหนัก** (awareness) คือ ระดับที่ผู้รับสารรับรู้ในความมีอยู่ของสื่อตามการรับสารรับรู้เนื้อความสื่อตามที่เห็น ที่ได้ยิน รับสื่อเพื่อสนองอารมณ์ ความพอใจ เชื่อและยอมรับในสิ่งที่สื่อเสนอ

ระดับที่ 2 **ความเข้าใจ** (comprehension) คือ ระดับที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงเนื้อหากับองค์การสื่อและการทำงานของสื่อในแบบแผนทางวิชาชีพ เข้าใจรหัส สัญลักษณ์และความหมายของเนื้อความสื่อ

ระดับที่ 3 **การวิเคราะห์** (analyze) **การตีความ** (interpret) คือ ระดับที่ผู้รับสารวิเคราะห์ความเป็นวิชาชีพ และความเป็นธุรกิจของสื่อได้ ตีความรหัส สัญลักษณ์ และความหมายของเนื้อความสื่อได้ในระดับนามธรรม และความหมายแฝง

ระดับที่ 4 การประเมิน (evaluate) การตัดสิน (judgement) คือ ระดับที่ผู้รับสารประเมินจุดยืนของสื่อมวลชนได้ ตัดสินได้ว่าสื่อมวลชนมีความเชื่อมโยงกับอำนาจทางธุรกิจ ดีความร่ำลิสัญลักษณ์ ความหมายของสื่อได้อย่างเชื่อมโยงกับแนวคิด อุดมการณ์ของสื่อและบริบททางสังคม วัฒนธรรม

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าแม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้เท่าทันสื่อในระดับ 2 แต่ก็จัดเป็นผู้รับสื่อแบบ Dominant ที่ยังคงยอมรับอำนาจครอบงำของสื่อ และถอดรหัสหรือตีความเนื้อความสื่อไปในทิศทางเดียวกับการเข้ารหัส หรือการกำหนดจุดมุ่งหมายของสื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทุกสาขาวิชาขาดทักษะการตีความการเล่าเรื่องแนวเรื่องจริง แต่กลับมีความสามารถในการตีความการเล่าเรื่องในแนວันเชิงคดีในระดับที่สูง

นอกจากองค์ประกอบด้านข่าวสาร และทักษะความรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงระดับวุฒิภาวะที่มีส่วนช่วยเพิ่มระดับความรู้เท่าทันสื่อแล้ว ยังมีอีกวิธีที่จะช่วยเพิ่มระดับความรู้เท่าทันสื่อให้มากขึ้น นั่นคือ การให้การศึกษาเรื่องสื่อ การสอนความรู้เท่าทันสื่อ หรือ สื่อมวลชนศึกษา (media education)

การให้การศึกษาเรื่องสื่อมวลชนล้วนมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เรียนรู้จักวิเคราะห์ พินิจพิจารณา หรือช่างสังเกตด้วยความคาดหวังว่าผู้เรียนจะมีความสามารถค้นหา และแยกแยะความจริงจากสิ่งที่ได้รับจากสื่อมวลชน สามารถตีความเนื้อสารที่สื่อส่งถึงเราซึ่งล้วนผ่านการตีความจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อสาร เช่น นักข่าว ผู้ผลิตโทรทัศน์หรือนักโฆษณา เพราะฉะนั้นเราในฐานะผู้รับสารก็ต้องมีการตีความด้วยเช่นกัน Thoman, E. (1999) อ้างถึงในอดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, อ้างแล้ว : 59) ได้กล่าวไว้ว่า เป้าหมายของการสอนความรู้เท่าทันสื่อ คือช่วยให้คนมีความสามารถ คิดวิพากษ์ และรู้สื่อทุกรูปแบบ เพื่อจะได้ควบคุมการตีความสิ่งที่พวกเขาเห็นหรือได้ยิน ไม่ใช่ปล่อยให้การตีความควบคุมพวกเขา

การจะมีความรู้เท่าทันสื่อจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อในสภาพที่เป็นจริง กระทรวงศึกษาธิการออนแทรีโอ (Ontario Ministry of Education) ซึ่งเป็นต้นแบบของการสอนความรู้เท่าทันสื่อของประเทศแคนาดาได้นำแนวคิดหลักเกี่ยวกับสื่อ 8 ประการไปใช้เป็นรากฐานในการสอน ดังนี้

1. **ผลผลิตสื่อทุกชนิดคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น** สื่อมวลชนคืออุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง ธุรกิจของสื่อคือการผลิตหรือการสร้างเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น เพราะฉะนั้นสื่อไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมอย่างที่เราเข้าใจ ตรงกันข้ามสื่อพยายามใช้กลวิธีต่างๆ ในการสร้างข้อมูล หรือเนื้อหาให้เป็นธรรมชาติ ดูสมจริงมากที่สุด แต่ด้วยความคุ้นเคยของเราที่ถูกบ่อนให้บริโภคความสมจริงมาตลอดทำให้มองไม่เห็นความสลับซับซ้อนที่อยู่เบื้องหลังการผลิตนั้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของเราที่ต้องเปิดเผยให้เห็นเบื้องหลังของสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น

2. **สื่อเป็นผู้สร้างภาพความจริง** เราทุกคนมีภาพความเป็นจริงของโลกอยู่ในใจ ภาพเหล่านี้สร้างขึ้นจากสิ่งที่เราเห็นและรับรู้ตั้งแต่เกิด ซึ่งประสบการณ์ส่วนนี้มาจากการเปิดรับสื่อนั่นเอง สิ่งที่เราเห็นถูกสร้างขึ้น

ก่อนหน้าแล้วโดยสื่อซึ่งเป็นผู้คัดเลือก จัดลำดับความสำคัญ ประเมินค่า สอดแทรกทัศนคติ ตีความ และสรุป มาให้ก่อนที่จะส่งถึงเรา ดังนั้นภาพความเป็นจริงของโลกในใจเราจึงเป็นความจริงที่สื่อสร้างขึ้นนั่นเอง ผู้ที่รู้เท่าทันสื่อจึงควรตั้งคำถามทุกครั้งกับสิ่งที่เรียกว่า "ความจริงผ่านสื่อ" เพื่อไม่ให้สื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความคิดอ่านของเรามากเกินไป

3. ผู้รับสารสามารถปรับเปลี่ยนความหมายของสื่อ สื่อไม่ใช่ผู้สร้าง "ความจริง" แต่ฝ่ายเดียว ผู้รับสารเองก็มีสิทธิเลือกตีความสารจากสื่อเดียวกันด้วยทัศนคติที่ต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิด อคติ ประสบการณ์ในอดีต รวมทั้งปัจจัยแวดล้อม และพื้นฐานของแต่ละคนที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา ชนชั้นทางสังคม ชาติพันธุ์ พื้นฐานทางวัฒนธรรม ความต้องการและความพึงพอใจส่วนตัว เป็นต้น

4. สื่อมีนัยทางธุรกิจแฝงอยู่ สื่อเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไร ดังนั้นการตัดสินใจทำอะไรย่อมขึ้นอยู่กับแง่มุมทางธุรกิจเป็นหลัก ประเด็นทางเศรษฐกิจจึงมีผลต่อการกำหนดเนื้อหา การใช้เทคนิค และการแพร่กระจายสื่อ

5. สื่อสอดแทรกความคิดอุดมการณ์ของผู้ผลิตมากับเนื้อหาสาร ในการรับสื่อแต่ละครั้งเราไม่ได้รับรู้เพียงเรื่องราวที่สื่อเสนอเท่านั้น แต่เรายังซึมซับเอาอุดมการณ์ ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิต และค่านิยมต่างๆ ที่แฝงมากับเนื้อหาเหล่านั้นด้วย โดยที่เราไม่อาจตระหนักเลยก็เป็นได้

6. สื่อมีนัยทางสังคมและการเมือง สื่อเป็นแรงผลักดันสำคัญที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปในสังคมอันเกิดจากการรับเอาค่านิยมที่สื่อสร้างขึ้นหรือถ่ายทอดมา เช่น การช่วยเสริมแรงให้กับค่านิยมทางสังคมแบบใหม่ซึ่งส่วนใหญ่เอาแบบอย่างมาจากตะวันตกให้กลายเป็นค่านิยมที่สังคมยอมรับว่าถูกต้อง สื่อสามารถเบนสายตาคนทั้งโลกให้หันไปสนใจปัญหาการเมืองและสังคมเรื่องเดียวกันได้อย่างมหัศจรรย์ เช่น กรณีเครื่องบินชนตึก World Trade Center ในกรุงนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 เป็นต้น

7. รูปแบบและเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในสื่อ McLuhan, M. (1964 quoted in Federman, M. [Online]) เป็นผู้กล่าวว่า "สื่อคือตัวสาร" (The medium is the message) หมายความว่าสื่อทุกสื่อมีวิธีการในการนำเสนอสารเพื่อสร้างความเป็นจริงให้กับผู้รับแตกต่างกัน สื่อต่างชนิดกันจะรายงานเหตุการณ์เดียวกัน แต่สร้างความรู้สึกประทับใจต่างกัน รูปแบบของสื่อกับเนื้อหาของสื่อจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และรูปแบบของสื่อเป็นส่วนหนึ่งของสารไปด้วยในตัว

8. สื่อแต่ละประเภทมีรูปแบบ ขนบ และสุนทรียภาพของตนเอง เราควรเพลิดเพลินกับรูปแบบความสุนทรียของแต่ละสื่อ ด้วยความตระหนักว่าผลหรือรูปแบบอันน่าพึงพอใจนั้นสร้างขึ้นอย่างไร

ในส่วนของ การวัดความรู้เท่าทันสื่อ นั้นยังไม่พบเครื่องมือมาตรฐานที่ใช้ประเมินความรู้เท่าทันสื่อ แต่จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ว่า การวัดความรู้เท่าทันสื่อโดยมากจะวัดจากโครงสร้างความรู้

(Knowledge Structures) และ ทักษะในการใช้สื่อ (Skills) เช่น การวิเคราะห์ระดับความรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนในรัฐ Texas ในงานวิจัยของ Hobbs, R. (1994 quoted in Hobbs, R. and Frost, R. [online]) ก็วัดจากความรู้เฉพาะเกี่ยวกับสื่อมวลชน และทักษะในการวิเคราะห์สารที่ได้รับจากสื่อ

โครงสร้างความรู้ ไม่ได้ติดตัวมาตั้งแต่เกิดแต่เป็นสิ่งที่ต้องสร้างขึ้นอย่างมีระบบและมีสติ โครงสร้างความรู้ที่คนมีความรู้เท่าทันสื่อควรจะมี ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสื่อ ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมสื่อ ความรู้เกี่ยวกับโลกในความเป็นจริง และความรู้เกี่ยวกับตัวตน (รูปแบบความรู้ของบุคคล และจุดมุ่งหมายของบุคคล) ซึ่งความรู้เหล่านี้จะช่วยทำให้ผู้รับสารตื่นตัวและตระหนักขณะที่จัดการกับข้อมูลที่ได้รับ กล่าวคือ สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเหล่านั้น และสามารถสร้างความหมายจากข้อมูลเพื่อให้เกิดประโยชน์ตามจุดมุ่งหมายของตน (Potter, J., 2004)

ทักษะในการใช้สื่อ ทักษะจะพัฒนาได้จากการฝึกฝน การใช้ทักษะจะไม่เกิดโดยอัตโนมัติ แต่จะต้องใช้ความพยายามอย่างมีสติแม้แต่กับคนที่มีความสามารถสูงก็ตาม การวัดทักษะในการใช้สื่อของงานวิจัยส่วนใหญ่มักจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ แต่ Potter, J. (Ibid.) ได้กล่าวว่า ทักษะของความรู้เท่าทันสื่อที่ควรมีนั้น ได้แก่ การวิเคราะห์ (Analysis) การประเมิน (Evaluation) การแบ่งกลุ่ม (Grouping) การสรุป (Induction) การอนุมาน (Deduction) การสังเคราะห์ (Synthesis) การกลั่นกรอง (Abstraction)

จากนิยามที่ว่า ความรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสื่อ นั้นทำให้มีงานวิจัยบางส่วนวัดความรู้เท่าทันสื่อจากทักษะการผลิตสื่อด้วย ซึ่งทักษะในด้านนี้มักจะมีเฉพาะกับคนที่ได้รับการสอนให้ผลิตสื่อเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยที่ศึกษาคนทั่วไปจึงไม่นิยมวัดความรู้เท่าทันสื่อจากทักษะในการผลิตสื่อ

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้จะวัดความรู้เท่าทันสื่อจากโครงสร้างความรู้ เฉพาะส่วนของผลกระทบสื่อ และเนื้อความ และรูปแบบเนื้อหาสื่อ ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบของสื่อที่มีต่อการรับรู้ในงานวิจัยนี้เท่านั้น ทั้งนี้เพราะการวัดความรู้เท่าทันสื่อจากทักษะในการใช้สื่อนั้นจะต้องใช้เวลานานในการพัฒนาเครื่องมือในการวัดให้มีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ ขณะที่การวัดจากทักษะในการผลิตสื่อก็ไม่สามารถทำได้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เป็นนักศึกษาทั่วไปที่มีบางส่วนไม่ได้รับการศึกษาเกี่ยวกับการผลิตสื่อ และการวัดการผลิตสื่อนั้นจะต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตที่พร้อมจึงจะสามารถวัดได้

ความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบของสื่อ

นักวิชาการต่างเชื่อว่าสื่อมวลชนศึกษาจะช่วยให้คนมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น ทำให้ผู้เรียนมีความเป็นอิสระจากการตกเป็นเหยื่อ หรือได้รับอิทธิพลจากสื่อโดยไม่รู้ตัว ซึ่งสิ่งนี้เป็นเป้าหมายสูงสุด ดังที่ Branston, G. (1992 อ้างในเอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, อ้างแล้ว : 21) กล่าวว่า เป้าหมายสูงสุดของความรู้เท่าทันสื่อคือ การเป็น

ผู้รับสื่อที่ไม่ยอมรับอิทธิพลสื่ออย่างดุขงฎี ขณะเดียวกันก็ไม่ตัดสินว่าสื่อเป็นสิ่งอันตราย แต่เป็นผู้รับสื่ออย่าง พินิจพิเคราะห์ ทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในสื่อและผลผลิตสื่อ ความรู้เท่าทันสื่อทำให้บุคคลเป็นผู้รับสื่อที่มีพลัง อำนาจ และกระตือรือร้น (empower as active) เป็นผู้ใช้สื่อที่มีจุดยืนทางสังคมที่สามารถเข้าใจตนเอง และสร้างความเข้าใจในสิ่งที่สื่อนำเสนอได้

เช่นเดียวกับ Potter, J. (1998) ที่กล่าวว่า หัวใจของความรู้เท่าทันสื่อไม่ใช่การสืบหาเนื้อสารอันจริงแท้ หรือเนื้อสารอันเป็นจุดมุ่งหมาย (quest for truthful or objective messages) แต่เป็นการตระหนักถึง กระบวนการตีความ และกระตือรือร้นในการค้นหารูปแบบการตีความภายในเนื้อสารนั้นๆ กล่าวคือ หลีกเลี่ยง การเปิดรับสื่อโดยไม่รู้ตัว (mindless) ซึ่งจะช่วยให้เรายอมรับความหมายที่สื่อตีความให้เราโดยขาดการวิเคราะห์ ตรงกันข้ามหากเราคือผู้มีอำนาจในการควบคุมการตีความ เราจะสามารถขยายผลที่เราต้องการได้รับ และลด ผลที่เราต้องการหลีกเลี่ยง

ทั้งนี้ม้งานวิจัยที่ช่วยยืนยันว่าสื่อมวลชนศึกษาทำให้ผู้เรียนมีความรู้เท่าทันสื่อมากขึ้น และความรู้เท่าทันสื่อจะเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดทักษะในการคิดอย่างพินิจพิเคราะห์ หรืออย่างวิพากษ์ (Siiverblatt, 1995 และ Considine, 1995 อ้างถึงในเชื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, อ้างแล้ว : 19) ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนมีอำนาจในการควบคุมการ ตีความ สามารถขยายผลที่ต้องการได้รับ และลดผลที่ต้องการหลีกเลี่ยงได้ เช่น งานวิจัยของ Huesmann, L. R. et al. (1983 quoted in Scharrer, E [Online]) และ Gunter, B. (Committee on Public Education [Online]) ที่พบว่าผู้ชมที่เปิดรับรายการที่มีการใช้ความรุนแรงเป็นประจำจะยอมรับความรุนแรงน้อยลง และแสดง พฤติกรรมที่ก้าวร้าวลดลงหลังจากที่ได้รับการศึกษาเรื่องสื่อ และในการศึกษาของ Austin, E.W. และ Johnson, K.K.(op.cit.)ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับความตั้งใจในการดื่มเครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์หลังจากที่ได้รับการศึกษาเรื่องสื่อ

อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่เกี่ยวกับความรู้เท่าทันสื่อนั้นยังมีอยู่น้อยมาก จากการศึกษางานวิจัยของ อุดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์ (อ้างแล้ว) พบว่า โดยมากจะเป็นงานวิจัยของต่างชาติที่ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่กระบวนการ เรียนการสอนสื่อมวลชนศึกษา และการวัดระดับหรือทักษะความรู้เท่าทันสื่อของนักเรียน ซึ่งวิธีวิจัยที่ใช้ส่วนใหญ่ จะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ในส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณก็จะเน้นไปที่การวิจัยแบบทดลองเป็นหลัก

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบของสื่อนั้นมีน้อยและยังไม่ครอบคลุม จาก ตัวอย่างงานวิจัยของ Huesmann, L.R. et al. ; Gunter, B. ; Austin, E. W. และ Johnson, K. K. ข้างต้น อาจ กล่าวได้ว่าเพราะความรู้เท่าทันสื่อทำให้ผู้รับสารได้รับผลกระทบจากสื่อน้อยลง อย่างไรก็ตามงานวิจัยเหล่านี้ก็ เป็นการศึกษาค้นคว้าความรู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรม และทัศนคติ แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความ รู้เท่าทันสื่อกับผลกระทบที่มีต่อการรับรู้ของผู้รับสาร

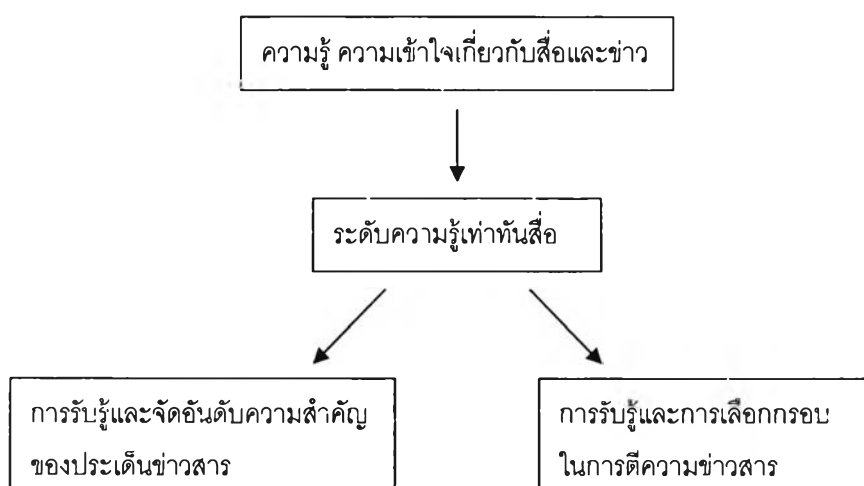
เป้าหมาย หรือหัวใจของความรู้เท่าทันสื่อ และงานวิจัยที่ผ่านมาทำให้อนุมานได้ว่าความรู้เท่าทันสื่อจะ ช่วยลดผลกระทบของสื่อที่มีต่อการรับรู้ของผู้รับสารได้ ซึ่งผลกระทบต่อการรับรู้ที่จะศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แก่

ผลกระทบจากการกำหนดความสำคัญแก่วาระข่าวสารของสื่อ และผลกระทบจากการกำหนดกรอบการตีความข่าวสารของสื่อ

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นนำมาซึ่งสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. นักศึกษาที่มีความรู้เท่าทันสื่อน้อยจะรับรู้และจัดอันดับความสำคัญของวาระข่าวสารสอดคล้องกับการจัดอันดับความสำคัญแก่วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาที่มีความรู้เท่าทันสื่อมาก
2. นักศึกษาที่มีความรู้เท่าทันสื่อน้อยจะรับรู้และตีความแง่มุมข่าวสารสอดคล้องกับกรอบการตีความข่าวสารของหนังสือพิมพ์มากกว่านักศึกษาที่มีความรู้เท่าทันสื่อมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามตัวแปร

ความรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อและข่าวในด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบของเนื้อหา รหัส และแบบแผน และด้านมุมมองผลกระทบของสื่อและข่าว

การจัดอันดับความสำคัญแก่วารสารของสื่อ หมายถึง การให้ความสำคัญแก่ข่าวในแต่ละประเด็นของหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 13 - 26 กรกฎาคม 2548 โดยพิจารณาจากปริมาณเนื้อที่ของข่าว และความถี่ในการนำเสนอข่าวในแต่ละประเด็นนั้นเป็นข่าวใหญ่ และข่าวรอง โดยดูจากขนาดของพาดหัวข่าวในแต่ละวัน

การจัดอันดับความสำคัญแก่วารสารของกลุ่มตัวอย่าง หมายถึง การเรียงอันดับประเด็นข่าวตามความสำคัญในใจของผู้รับสาร

การกำหนดกรอบการตีความข่าวสารของสื่อ หมายถึง การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในลักษณะที่ทำให้เห็นว่าเกี่ยวข้องกับสาเหตุใด หรือหลักการใด

การเลือกกรอบในการตีความข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง หมายถึง การพิจารณาว่าอะไรคือสาเหตุของเหตุการณ์เหล่านั้น โดยสาเหตุที่ตบนั้นอาจเป็นไปในทิศทางที่สื่อนำเสนอ หรือตอบไปในแนวทางอื่น