

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Doug Newsom และ Tom Siegfried กล่าวว่า ข่าว คือ สิ่งที่ได้ตีพิมพ์ และสิ่งที่ได้ออกอากาศในรายการข่าวของวิทยุ และโทรทัศน์ ขณะที่ William Hetz กล่าวว่า ข่าว คือ สิ่งที่บรรณาธิการบอกว่ามันเป็นข่าว จากคำกล่าวทั้งสองนี้ชี้ให้เห็นว่า ข่าวที่จะได้รับการตีพิมพ์ย่อมขึ้นอยู่กับการวินิจฉัย หรือการตัดสินใจของบรรณาธิการที่จะนำลงตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์

การที่หนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์ข่าวสารใดๆ ออกสู่สาธารณชนจะต้องได้รับการกลั่นกรองจากผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในระดับต่างๆ ตามระเบียบ หรือแนวปฏิบัติของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับที่กำหนดไว้ สำหรับหนังสือพิมพ์ไทยนั้นผู้ที่ต้องทำหน้าที่รับผิดชอบในการเสนอข่าวสารสูงสุด คือ บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ทั้งนี้เพื่อการเลือกสรร และตรวจสอบข้อเท็จจริง ซึ่งมีผู้ศึกษาและกำหนดเป็นแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและยอมรับกันทั่วไป ดังนี้

1. ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) คำว่า "ผู้เฝ้าประตู" นี้เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2490 อันเป็นผลจากการศึกษาของ Kurt Lewin (1947:143-146) ได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการไหลของข่าวสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อไปยังจุดรับสาร งานสังคมจะต้องผ่านผู้ตรวจสอบ หรือคัดเลือกโดย "ผู้เฝ้าประตู" ซึ่ง Lewin ให้ความจำกัดความว่า "ผู้เฝ้าประตู" ว่า คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจว่า ข่าวหนึ่งๆนั้นควรปล่อยให้ผ่านไประหว่าง หรือควรระงับไว้

ต่อมา Manning White (1950:383-390) นำแนวคิดของ Lewin ไปศึกษาประยุกต์กับกระบวนการการทำงานของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ เพื่อศึกษาว่า ข่าวประเภทใดที่บรรณาธิการเหล่านั้น ตัดสินใจเลือกลงพิมพ์ โดยศึกษาถึงสาเหตุของการตัดสินใจเลือกข่าวว่ามีปัจจัยใดบ้าง ความชอบไม่ชอบข่าวประเภทใด อีกทั้งมีการใช้ค่านิยมส่วนตัวในการตัดสินใจเลือกข่าวหรือไม่

Schramm (1972:176) กล่าวว่า การสื่อสารที่จะต้องผ่านทุกจุดของ กระบวนการสื่อสารจะมีบุคคลผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจว่าจะทำการถ่ายทอดข่าวสารบางอย่างหรือไม่ ซึ่งบุคคลนี้ก็คือ "ผู้เฝ้าประตู" ผู้ที่มีสิทธิปิดหรือเปิดประตูเพื่อให้ข่าวสารออกไปหรือปิดกั้นไว้ ผู้เฝ้าประตูที่สำคัญที่สุดในสายโซ่การสื่อสารก็คือ สำนักข่าวและบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ เพราะจำนวนข่าวที่บรรณาธิการส่งข่าวทั่วโลกส่งเข้ามา เป็นจำนวนพินขึ้น บรรณาธิการจะเลือกเหลือเพียงไม่กี่ร้อยข่าวเพื่อส่งต่อไปยังหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ ข่าวที่ได้รับการตีพิมพ์ก็จะถึงผู้อ่านน้อยลงไปอีกเท่าที่บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์จะปล่อย ให้ข่าวผ่านออกมา ซึ่งสามารถแยกพิจารณาบทบาทและหน้าที่ และการทำงานของ "ผู้เฝ้าประตู" ในหนังสือพิมพ์ได้ 2 ลักษณะสำคัญ คือ

1.1 ผู้เฝ้าประตูเป็นบุคคล (individual gatekeeper) หมายถึง ผู้มีอำนาจเต็มแต่เพียงผู้เดียว ที่ทำหน้าที่เปิด-ปิดประตูข่าวสารเพื่อจะตีพิมพ์สู่สาธารณชน ส่วนใหญ่ คือ บรรณาธิการผู้รับผิดชอบตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ หรือบรรณาธิการข่าว หรือหัวหน้าข่าวที่รับผิดชอบข่าวสารในแต่ละด้าน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรม หรือข่าวอื่นๆ ในกรณีนี้บรรณาธิการมักเป็นผู้ที่ได้รับข่าวสารจากแหล่งข่าวโดยตรง

1.2 ผู้เฝ้าประตูเป็นคณะบุคคล (group gatekeeper) หมายถึง ผู้เฝ้าประตูข่าวสารที่รับผิดชอบเป็นหมู่คณะร่วมกัน หรือเป็นลำดับต่อเนื่องกัน โดยแต่ละบุคคล จะทำหน้าที่เปิด-ปิดประตูเพื่อการตีพิมพ์ข่าวออกสู่สาธารณชน ในกรณีนี้ข่าวสารจะผ่านหลายบุคคลก่อนที่จะได้รับการตีพิมพ์ เช่น ผู้สื่อข่าว -> รีไรท์เตอร์ -> บรรณาธิการข่าว -> บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา -> ตีพิมพ์

ดังนั้น นักข่าว คอลัมนิสต์ รีไรท์เตอร์ ตลอดจนบรรณาธิการในระดับต่างๆ ซึ่งทำหน้าที่รวบรวม เรียบเรียง คัดเลือก และตรวจสอบข่าวสารก่อนการตีพิมพ์ออกสู่สาธารณชน ล้วนเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูข่าวสารทั้งสิ้น

นอกจากนี้ในการตัดสินใจเลือกข่าวว่าจะเสนอหรือไม่เสนอข่าวใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยอีกหลายประการด้วยกัน ทั้งด้านความรู้ทางวิชาการ ความสามารถในการวินิจฉัย รสนิยมในประเภทข่าว ความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว ตลอดจนอิทธิพลจากกลุ่มผู้รับสารที่ทำให้ต้องคัดเลือกข่าวสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร เช่นเดียวกับ Rosengren (1974 อ้างถึงใน สวนิต ยมาภัย และ ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528) กล่าวไว้ว่าปัจจัยทางการเมืองเป็นเกณฑ์สำคัญประการหนึ่งสำหรับผู้เฝ้าประตูข่าวสาร ใช้ตัดสินใจว่าจะเลือกหรือไม่เลือกรายงานข่าวใด ด้วยเหตุนี้ถ้านักการเมืองมีความสัมพันธ์กับหนังสือพิมพ์ฉบับใด จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดให้ผู้เฝ้าประตูข่าวสารเลือกเสนอข่าวสารในเชิงสนับสนุน นักการเมืองเหล่านั้นหรือไม่ ซึ่งเป็นกรณีที่ผู้วิจัยต้องการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงจากการวิจัยครั้งนี้

2. การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร หรือการจัดวาระสาร (Agenda setting) แนวคิดเรื่องหน้าที่การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารนี้เสนอโดยวอลเตอร์ ลิปพ์แมน (Lippmann, W., 1922 อ้างถึงในเมตตา กฤติวิทย์ และคณะ 2532:134-135) ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยให้เรารับทราบ และเรียนรู้เกี่ยวกับสถานการณ์โลกภายนอกโดยสื่อมวลชนเป็นผู้มีหน้าที่กำหนดประเด็นรับรู้เหตุการณ์ ข่าวสารให้กับประชาชน ซึ่งหมายถึงสื่อมวลชนจะเป็นผู้กำหนดหัวข้อเรื่องให้กับสาธารณชนได้พิจารณาตามวาระปัญหา หรือหัวข้อเรื่องต่างๆ

ดังนั้น ความหมายของการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสารในที่นี้หมายถึงความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนดลำดับความสำคัญของข่าวสารการเลือกตั้ง โดยกำหนดความสำคัญด้วยการจัดลำดับความสำคัญเพื่อนำเสนอเป็นภาระกิจประจำวันโดย "ผู้เฝ้าประตู" หรือ "ผู้กรองสาร" จะนำข่าวสารนั้นๆ มาประเมินหาคุณค่าของข่าวว่าข่าวใด

มีความสำคัญระดับใด ทั้งนี้เพื่อการจัดอันดับของข่าว ด้วยการกำหนดลำดับข่าว กำหนดหน้าที่จะตีพิมพ์ ขนาดข่าว และปริมาณพื้นที่

การจัดวารสารนี้นักการสื่อสารเชื่อว่ามีผลต่อการรณรงค์ข่าวให้ผู้รับสารให้ความสนใจในข่าวสารนั้นๆมากขึ้น เช่น การจัดวางข่าวไว้ในตำแหน่งที่สะดุดตา เช่น ข่าวพาดหัวใหญ่หน้า 1 จะมีผลต่อการรณรงค์ข่าวให้ผู้อ่านสนใจข่าวดังกล่าวมากกว่า ข่าวพาดหัวเล็กหน้าใน ซึ่งบทบาทของการจัดวารสารเพื่อการรณรงค์ข่าวให้ผู้สนใจทำได้หลายวิธี คือ

1. การเพิ่มพื้นที่ของข่าวให้มากกว่าปกติ ข่าวที่มีกรอบใหญ่กว่าข่าวอื่น หรือใช้ตัวอักษรขนาดโตกว่า จะทำให้เห็นว่าข่าวนั้นมีความสำคัญและชวนอ่านกว่าข่าวอื่น
2. ความถี่ในการนำเสนอข่าว หรือการรายงานข่าวที่มีความถี่สูง หรือรายงานบ่อยๆจะสร้างความสนใจ หรือตอกย้ำความสนใจให้กับผู้รับสารมากขึ้น
3. ระยะเวลาที่นำเสนอ ถ้าการนำเสนอข่าวมีความถี่มาก แต่มีช่วงระยะเวลาที่นำเสนอค่อนข้างสั้น บทบาทของการจัดวารสารก็จะลดลงไป อย่างเช่น ข่าวเครื่องราชอิสราภรณ์, ข่าวกรมการเศรษฐกิจใช้ภารกิจของสภาผู้แทนราษฎร บังหน้าเพื่อส่งคนงานไปญี่ปุ่น (เรวัตติ ศิริบุญ ส.ส.กาญจนบุรี), ข่าวปลอมลายเซ็นส.ส. เพื่อเข้าที่การรถไฟ(สมาน ชมพูเทพ ส.ส.ลาพูน) หรือข่าวพระนิกรมั่วสีกา ฯลฯ ข่าวเหล่านี้มีอายุการนำเสนอยาวกว่า 10 วัน หรือกรณีข่าวคนงานเป็นโรคไหลตาย ที่ประเทศสิงคโปร์ในช่วงต้นมีหนังสือพิมพ์ฉบับเล็กๆเพียง 2-3 ฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์สยามรัฐให้ความสนใจพาดหัวข่าวใหญ่หน้า 1 และข่าวเล็กหน้า 1 ติดต่อกัน 3-4 วัน ทำให้หนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่างไทยรัฐ และเดลินิวส์ให้ความสนใจนำเสนอข่าวนี้บ้าง ด้วยการพาดหัวใหญ่หน้า 1 และคงเป็นข่าวหน้า 1 ติดต่อกันนานกว่า 1 สัปดาห์

เห็นได้ว่าข่าวต่างๆ เหล่านี้จะมีอายุการนำเสนอได้นานขึ้นขึ้นอยู่กับ การให้ความสำคัญกับข่าวของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ แม้ว่าบางข่าวอยู่ในความสนใจ ของประชาชนแต่บรรณาธิการอาจจะไม่ตีพิมพ์ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบรรณาธิการว่า ต้องการให้ประชาชนได้รับทราบข่าวใดขนาดไหนเพียงไร ซึ่งเป็นไปในลักษณะที่ว่า "ถ้าเรื่องใดที่สื่อมวลชนให้ความสนใจมากที่สุด เรื่องนั้นก็จะได้รับการรับรู้ว่าเป็นเรื่อง ที่สำคัญที่สุด" และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ McCombs และ Shaw ที่วิจัยโดยการ วิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์เปรียบเทียบกับ การรับรู้ของประชาชนในเรื่องการรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ปี ค.ศ. 1968 และ 1978 พบว่า การจัดอันดับความสำคัญของการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับการจัดอันดับความสำคัญที่หาโดยประชาชน

3. กระบวนการคัดเลือกข่าว (News selection process) กระบวนการนี้เป็นกระบวนการแสวงหา และรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น หรือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยผู้สื่อข่าว ก่อนที่จะเลือกข้อเท็จจริงบางประเด็น หรือความคิดเห็น บางด้าน หรือทั้งหมดมาแปรสภาพเป็นต้นฉบับข่าว เพื่อเสนอต่อบรรณาธิการ หรือผู้ที่ มีอำนาจพิจารณา ก่อนที่จะเลือกบางข่าวให้ตีพิมพ์ แม้ว่าในแต่ละกองบรรณาธิการของ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีทักษะ เกี่ยวกับข่าวที่แตกต่างกันบ้าง เช่น ระหว่างผู้สื่อข่าวกับ บรรณาธิการ แต่บุคคลเหล่านี้ก็จะมีอิทธิพลระหว่างกัน ซึ่งเป็นลักษณะของการควบคุม ทางสังคม (social control) ภายในกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์เอง

4. ทฤษฎีองค์การ (Organization Theory) กระบวนการตัดสินใจ คัดเลือกข่าวสารส่วนหนึ่งจะได้รับอิทธิพลจากผู้ที่มีสถานภาพที่มีอำนาจหน้าที่ในการ คัดเลือกข่าว หรือผู้เฝ้าประตูโดยตรง และอีกส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับระดับที่จะตัดสินใจได้ ของผู้เฝ้าประตูด้วย ทั้งนี้เนื่องจากอิทธิพลจากการควบคุมภายในองค์การของ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

4.1. นโยบาย (Policy) หมายถึงนโยบายที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ กำหนดไว้ว่าจะนำเสนอข่าว และไม่นำเสนอข่าวในลักษณะใด หรือข่าวของบุคคลใด

โดยมีนโยบายที่สำคัญ คือ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (business policy) เช่น กรณีเนื้อหาข่าวขึ้นใดหากตีพิมพ์แล้วจะมีผลกระทบต่อธุรกิจของหนังสือพิมพ์เอง หรือของธุรกิจในเครือ นโยบายส่วนบุคคล (personal policy) เช่น กรณีที่ห้ามนำเสนอข่าวเชิงลบของบุคคลภายในหนังสือพิมพ์ นโยบายการเมือง (politic policy) เช่น ำให้เสนอข่าวเพื่อสนับสนุนพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งเป็นพิเศษ (Peter M. Sandman, David M. Rubin, David B. Sachsman, 1972:96-97)

4.2. ผู้นำทางความคิด (opinion leader) หมายถึงอิทธิพลที่เกิดจากผู้นำทางความคิดในกระบวนการเลือกข่าว ได้แก่ผู้ที่มีความสามารถในการหาข่าวบางประเภท หรือผู้ที่เป็ผู้นำทางความคิดในระหว่างผู้สื่อข่าวกันเอง หรืออาจเป็นความคิดเห็นร่วมกันของคณะบรรณาธิการ (consensus of editorial staff) ซึ่งเกิดขึ้นจากการประชุมโต๊ะข่าวในกองบรรณาธิการเพื่อตัดสินใจแสวงหา หรือคัดเลือกข่าว

4.3. การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น หรือสื่อมวลชนประเภทอื่น เป็นการเสนอข่าวตาม หรือเสนอต่อเนื่องจากหนังสือพิมพ์อื่น ซึ่งอาจมีผลจากการศึกษาแนวโน้มของสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญกับบางข่าว หรือคาดว่าผู้อ่านน่าจะสนใจข่าวนั้นๆ ดังที่กล่าวกันนางวงการหนังสือพิมพ์ว่า "ข่าวนี้ขายได้"

### การเข้าหนังสือพิมพ์เพื่อหาเสียง

ในสังคมประชาธิปไตยสมัยใหม่ อำนาจทางการเมืองกระจายอยู่กับกลุ่มต่างๆที่ประกอบขึ้นเป็นสังคมใหญ่ การปกป้องรักษาสิทธิและผลประโยชน์ทางการเมืองและ เศรษฐกิจต้องต่อสู้ผ่านกระบวนการเลือกตั้งผู้ปกครองก่อนที่จะไปสู่กระบวนการปกครอง

หนังสือพิมพ์เป็นสถาบันหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการปกครองค่อนข้างมากโดยเฉพาะการปกครองในระบบประชาธิปไตย การถ่ายทอดความคิดเห็น

จากผู้กุมอำนาจทางการเมืองสู่ประชาชน Delmer D. Dunn ถึงกับกล่าวว่า "สภา  
 ครองเกรสกับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์ซึ่งขาดกันไม่ได้ สมาชิกสภาครองเกรสต้องอาศัย  
 บรรดาหนังสือพิมพ์เพื่อที่จะได้ลงข่าวสนับสนุนการออกกฎหมาย ภาพพจน์และการสมัคร  
 เข้ารับเลือกตั้งครั้งต่อไป" (นพมาศ ชีรเวคิน แปล 2527:48)

ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อที่นำความคิดของผู้ถูกปกครองย้อนกลับขึ้นไปสู่  
 ผู้ปกครอง อีกทั้งยังเป็นตลาดเสรีทางความคิดที่สามารถแสดงทัศนะต่างๆได้ หนังสือพิมพ์  
 จึงเป็นเครื่องมือสำคัญทางการเมืองประเภทหนึ่ง (อมร รักษาสมัย-ชาติติยา กรรมสูตร:94)

เกียรติ (นามแฝง) กล่าวไว้ในหนังสือ "กลวิธีการเลือกตั้ง" ในปี พ.ศ. 2511  
 ว่าในสมัยหลังๆ นี้การโฆษณาได้พัฒนาไปมาก ผู้สมัครรับเลือกตั้งอาจจะไปจ้างหนังสือพิมพ์  
 รายวัน หรือรายสัปดาห์ และมีการให้สัมภาษณ์กับหนังสือพิมพ์ถึงจุดมุ่งหมายที่ตนสมัครเข้า  
 รับเลือกตั้ง

การเลือกตั้งในสหรัฐอเมริกา มักปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ หรือคอลัมนิสต์  
 ในฉบับต่างๆ จะให้การสนับสนุน หรือคัดค้านโจมตีผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดี  
 หรือในระดับอื่นๆ อยู่เสมอ อย่างเช่นในช่วงก่อนการเลือกตั้งประธานาธิบดีในปี  
 ค.ศ. 1976 มีนักหนังสือพิมพ์ที่ชอบตำหนิโจมตี จิมมี คาร์เตอร์ อยู่เสมอจน คาร์เตอร์  
 ถึงกับกล่าวว่านักหนังสือพิมพ์ที่ตั้งตัว เป็นปฏิปักษ์กับตนมากที่สุดก็คือ เร็ก เมอร์ฟีย์  
 บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ Atlanta Constitution โจมตี คาร์เตอร์ว่า "เป็นชาวไร่  
 ชันดำและโรงเขลา" ซึ่งคาร์เตอร์เชื่อว่าจากการโจมตีของ เมอร์ฟีย์ ทำให้บุคคลที่  
 ไม่เคยรู้จักกับตัวเองมาก่อนลดการให้การสนับสนุนตนเองลง

ในวันที่ที่มีกระแสข่าวว่า คาร์เตอร์จะลงสมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดี  
 เมอร์ฟีย์ได้เขียนคอลัมน์เสียดสีคาร์เตอร์ทันทีเช่นกันว่า "จิมมี คาร์เตอร์ เลือกเวลา  
 ได้เหมาะสมมาก ถึงเวลาที่คนในประเทศนี้จะได้มีเรื่องขบขันหัวเราะกันเสียทีเมื่อ  
 คาร์เตอร์ประกาศว่าจะสมัครแข่งขันเป็นประธานาธิบดี"

แต่เขาว่าจะมีเพียงผู้คัดค้าน ผู้สนับสนุนคาร์เตอร์ก็มีเช่นกัน แจ็ค สบอลตั้ง บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ Atlanta Journal เขียนคอลัมน์นี้แกให้กับคาร์เตอร์ทันทีว่า "ข้าพเจ้าไม่เห็นแปลกตรงไหนที่ จิมมี คาร์เตอร์จะแข่งขันเป็นประธานาธิบดี แม้หลายคน จะเห็นเป็นเรื่องตลกก็ตาม พวกนี้ไม่เข้าใจว่าคนอย่าง คาร์เตอร์จะไปทำอะไรทำไม ถ้ามีสิ่งอื่นที่ดีกว่า"

สบอลตั้ง ยังเขียนชมต่อไปอีกว่า "การบริหารงานของรัฐ (จอร์เจีย) ในยุค ของคาร์เตอร์นั้นว่าอยู่ในขั้นดี แม้จะมีการต่าหินนี้เต็มอยู่เสมอ แต่ก็กล่าวได้ว่า เป็นการบริหารงานที่มีจุดมุ่งหมายสูง แม้จะไม่สำเร็จตามเป้าหมายก็ตาม แต่ก็เต็ม ไปด้วยความซื่อสัตย์ และผลงานก็อยู่ในเกณฑ์ที่ดีและนับว่ามีความพยายามเป็นเลิศ"

นอกจากนี้ยังมีหนังสือพิมพ์อีกหลายฉบับที่เขียนชมเชย คาร์เตอร์ ถึงกรณีนี้ คาร์เตอร์กล่าวสุนทรพจน์ในการหาเสียงว่า "ไม่ต้องการจะชักพอกทุกสิ่งทุกอย่าง ในสังคมนอเมริกาให้สะอาดหมดจด เพียงแต่ต้องการแก้ไขเยียวยาบาดแผลในสังคม อเมริกันและนำเอาความรักและความดีกลับมาสู่คนอเมริกันทั้งมวลอีกครั้ง" หนังสือพิมพ์ Cristian Sience Monitor โดย ทืออาร์ปี กล่าวชมถึงกับสรุปว่า "ไม่เคยมีผู้สมัคร แบบนี้มาก่อน ประชาชนจำนวนมากรวมทั้งบรรดาหนังสือพิมพ์เริ่มเชื่อตามที่ คาร์เตอร์พูด"

โรเบิร์ต วอลเตอร์ ได้เขียนในหนังสือพิมพ์ National Journal ว่า "ในตอนต้นปี ค.ศ. 1975 ในทรรรศนะของผู้สมัครด้วยกันและของประชาชนผู้ลงคะแนน คาร์เตอร์เป็นผู้สมัครที่ไม่น่ากลัวเลย แต่ในระยะหลังๆ คาร์เตอร์กลายเป็นคู่แข่งที่น่ากลัว" (29 พฤษภาคม 1975)

Devid Broder แห่งหนังสือพิมพ์ Washington Post เขียนชมว่า "ขณะนี้ความรักกำลังกระจายไปทั่วประเทศ" และกล่าวอีกว่า "ผู้ลงคะแนนเสียง จะลงให้โดยไม่มี ความกังวลเลย" (WashingtonPost, 18 มกราคม 1976)



การเลือกตั้งระดับประเทศของสหรัฐอเมริกามีค่าใช้จ่ายในการรณรงค์หาเสียงคิดเป็นเงินในจำนวนที่สูงมากเชื่อกันว่าสูงกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์ทุกครั้ง ผู้สมัครจึงพยายามหาหนทางใช้สื่อมวลชนโดยไม่ต้องเสียเงินให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ด้วยการเชิญให้สื่อมวลชนมาทำข่าวให้สัมภาษณ์กับหนังสือพิมพ์ ให้สัมภาษณ์กับนักข่าว เป็นการส่วนตัว ด้วยวิธีการเหล่านี้ทำให้นักการเมืองได้โฆษณาตัวเองผ่านสื่อมวลชนโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆเลย

จากการที่นักการสื่อสารต่างเชื่อกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลสามารถชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้รับสารเห็นด้วย หรือคล้อยตามได้นั้น S. Keeter (1987:344-358) เห็นว่าผู้ที่ได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์จะถูกโน้มน้าวใจได้สูงกว่าการติดตามข่าวสารจากสื่ออื่น ขณะที่ Choi and Becker (1987:269-291) พบว่าการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทำให้ผู้อ่านมีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกตั้งและเกิดความเบี่ยงเบนไปตามกระแสของข่าวสารได้ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจได้มากกว่าสื่ออื่นๆด้วย โดยเฉพาะเมืองไทยเพราะสื่อมวลชนชนิดอื่น เช่น โทรทัศน์ หรือวิทยุ ยังคงเป็นของหน่วยงานราชการ หนังสือพิมพ์ จึงช่วยสร้างสำนึกในลักษณะ "Active Participant" ได้ดีกว่า เพราะหนังสือพิมพ์มีอิสระในการวิพากษ์วิจารณ์ แสดงความเห็น ตลอดจนเปิดมุมมองใหม่หลังที่มาของข่าวได้ดีกว่า (กมล สมวิเชียร 2516:108)

นายสมัคร สุนทรเวช (2520:5-6) หัวหน้าพรรคประชากรไทย ซึ่งเป็นคอลัมน์นิสต์ของหนังสือพิมพ์เดลีมิเรอร์ เชื่อว่าหนังสือพิมพ์มีส่วนช่วยให้ผู้สมัครได้รับการเลือกตั้งด้วยการนำเสนอเนื้อหาของการปราศรัยในหน้าหนังสือพิมพ์ ทั้งรูปภาพและเนื้อข่าวอย่างละเอียด พรรคฝ่ายค้านที่เคยชนะการเลือกตั้งในเขตนครหลวงได้นั้น ก็เพราะการเสนอข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์มีส่วนช่วยเป็นอันมาก และจากบทความคอลัมน์นี้มุ่งนำเงินฉบับวันที่ 23 พฤศจิกายน 2535 นายสมัครได้เล่าถึงเบื้องหลังก่อนเข้าไปเป็นคอลัมน์นิสต์ว่า คุณอานาจ สุทธิพันธ์ (ผู้ถือหุ้นรายหนึ่งของ บริษัท เดลีมิเรอร์ จำกัด) มาชวนให้เป็นคอลัมน์นิสต์โดยให้เหตุผลว่าการเป็นนักการเมืองต้องมีหนังสือพิมพ์ที่จะใช้เป็นปากเสียงได้บ้าง

"เราสองคนจึงนำมีผลประโยชน์ร่วมกัน คือ ผมทำหนังสือพิมพ์ ผมก็อยากมีคนเขียนคอลัมน์ประจำที่น่าจะจะมีคนตามอ่าน คุณสมัครเป็นนักการเมืองก็คงต้องการเวทีสำหรับแสดงความคิดเห็นทางการเมือง"

นอกจากนี้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทราบถึงการเคลื่อนไหวในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งของผู้สมัคร หรือของพรรคเองแล้ว ยังมีการใช้สื่อมวลชนเพื่อโจมตีกล่าวหาผู้สมัคร หรือพรรคคู่แข่งด้วยซึ่งเรียกว่า "การรณรงค์เชิงลบ" เพื่อให้ผู้รับสารนั้นลังเลใจ หรืออาจตัดสินใจหันมาเลือกตนเอง ซึ่งกลยุทธ์ด้านนี้มีมานานแล้ว และพบว่ามียุทธวิธีต่อผู้รับสารเป็นจำนวนมากด้วย (Jermy Cohen and Robert G. Davis 1991:687) โดยเฉพาะอิทธิพลจากการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นให้แก่ประชาชนได้ทราบจะสร้างทัศนคติใหม่ๆ เกี่ยวกับการเลือกตั้งขึ้นได้ แม้ว่าจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติเก่าๆ ได้ทั้งหมด (Dan Drew 1991:29-30)

ในตัวหนังสือของสื่อมวลชนเองก็ถูกกล่าวหาว่ามีความลำเอียงทางการเมือง แม้ไม่ปรากฏว่าในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีนักการเมืองเข้าไปเกี่ยวข้องกับฐานะเจ้าของหรือไม่ก็ตาม การศึกษาวิจัยหลายครั้งก็พบว่าสื่อมวลชนมักจะโน้มเอียงให้การสนับสนุนฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอยู่เสมอ ซึ่งในการวิจัยครั้งที่ทำให้เกิดความแตกต่อนมากที่สุด คือ การศึกษาของศาสตราจารย์ เอส.เจ.เบิร์ท ลิคเตอร์และศาสตราจารย์สแตนลีย์ รอคแมน พบว่านักหนังสือพิมพ์ร้อยละ 54 เห็นว่าตนเองเป็นฝ่ายเสรีนิยม (แนวทางเดียวกับพรรคเดโมแครต) ขณะที่ร้อยละ 19 เห็นว่าตนเองเป็นฝ่ายอนุรักษนิยม (แนวทางเดียวกับพรรครีพับลิกัน) (เจมส์ คีดิน: เสรีภาพ ฉบับที่ 1/2536 หน้าที่ 2)

นอกจากนี้ยังมีการยืนยันจากตัวนักการเมืองเองว่าในกลุ่มสื่อมวลชนนั้น แม้จะมีการใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเชิงบวก แต่ก็มีมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเชิงลบโดยมีการรับจ้างเขียนเพื่อการใส่ร้ายโจมตีกันดังกรณีของ นายชวน หลีกภัย หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งกล่าวไว้ในหนังสือ "เย็นลมป่า เรื่องจริงของ ชวน หลีกภัย"

ว่า "...หนังสือพิมพ์บางฉบับ เช่น ตะวันสยาม บรรณาธิการคือ นายวันดีได้ยอมรับว่า  
รับจ้างมาเขียนโจมตีพวกเรา 40,000 บาท คุณประสาน มีเฟื่องศาสตร์ หรือกระแส  
ก็ยอมรับผิดเช่นกัน" (2535 หน้า คานา ที่มาของเย็นลมป่า)

**แหล่งความรู้ต่อการตัดสินใจเลือกตั้ง**

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้นกระทำผ่านสื่อได้หลายด้าน ทั้งสื่อมวลชน  
และสื่อบุคคลที่ผ่านมานอดีตการหาเสียงด้วยการปราศรัยกันมาก แต่ในช่วงที่ผ่านมา  
การปราศรัยด้วยการหาเสียงมีแนวโน้มลดลง จากการวิจัยเรื่อง การโฆษณาหาเสียง  
กับพฤติกรรมการเลือกตั้ง ของ สุระพงษ์ ใสรณะเสถียร (2525:272) พบว่าจำนวนคน  
ที่เบี่ยงการปราศรัยมีไม่ถึงร้อยละหนึ่งของผู้ที่ไปใช้สิทธิการเลือกตั้ง แนวโน้มของการ  
หาเสียงด้วยการผ่านสื่อมวลชนนั้นจะมีมากขึ้น และเชื่อว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่สำคัญที่สุด  
เพราะสามารถแทรกซึมเข้าไปยังกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้สูงมากถึงร้อยละ 95 ของ  
ผู้เปิดรับสื่อโฆษณาหาเสียง โดยหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเปิดรับสื่อมวลชน

สื่อที่ถูกเลือก	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	46.3
โทรทัศน์	45.0
วิทยุ	4.0
บุคคลรอบข้าง	4.3
ผู้สมัคร (การปราศรัย)	0.4
<b>รวม</b>	<b>100.0</b>

สำหรับด้านเนื้อหาของข่าวสารนั้น งานวิจัยเล่มเดียวกันพบว่า ผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งสนใจข่าวสารเชิงคุณภาพมากกว่าข่าวสารเชิงปริมาณอย่างเห็นได้ชัด ข่าวสารเชิงปริมาณแต่ละแบบมีผู้สนใจในจำนวนที่ทัดเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นข่าวสังคมวัฒนธรรม (รวมทั้งข่าวอาชญากรรม) กีฬาและบันเทิง ส่วนข่าวสารเชิงคุณภาพนั้นผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งสนใจข่าวการเมือง และข่าวเศรษฐกิจมากกว่าข่าวสารอย่างอื่นโดยเฉพาะข่าวสารการเมืองเป็นเรื่องที่ใช้สิทธิเลือกตั้งสนใจมากที่สุดเมื่อเทียบกับข่าวสารทุกชนิด ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข่าวสารที่น่าสนใจ

ข่าวสาร	ร้อยละ
ก. ข่าวสารเชิงคุณภาพ	60.4
1. การเมือง	29.1
2. เศรษฐกิจ	19.0
3. ต่างประเทศ	12.3
ข. ข่าวสารเชิงปริมาณ	39.6
1. สังคม-วัฒนธรรม	13.4
2. กีฬา	13.2
3. บันเทิง	13.0
รวม	100.0

Lasorsar พบว่าการที่ประชาชนมีความรู้ทางทหารเมืองจากการรับสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มากกว่าความรู้ที่ได้จากสื่อชนิดอื่น แต่ Kennamer เห็นแต่เพียงว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่คนทั่วไปสนใจใช้เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อติดตามข่าวสารการเลือกตั้งเพื่อประกอบในการตัดสินใจในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งเท่านั้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ Lazarsfeld และคณะ ในปี ค.ศ.1944 ซึ่งทำการวิเคราะห์อิทธิพลของการใช้สื่อมวลชนที่มีผลต่อการรณรงค์หาเสียงในการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐ พบว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลในระดับของแหล่งข้อมูล ซึ่งจะมีอิทธิพลจากตัวแปรตัวอื่นแทรกซ้อนเข้ามาในระดับของการตัดสินใจ

ขณะที่งานวิจัยของ Berelson กับคณะ ในปี ค.ศ.1954 พบว่าสื่อมวลชนมีส่วนกระตุ้นให้ประชาชนสนใจในการหาเสียงเลือกตั้งและแสดงตนว่าสนับสนุนพรรคการเมืองใด ซึ่งก่อนหน้านั้นผลการศึกษาการออกเสียงเลือกตั้งที่มลรัฐ Ohio ในปี ค.ศ.1940 เคยพบว่าผู้ที่ได้รับแรงจูงใจจากสื่อมวลชนเป็นพวกแรก คือ กลุ่มผู้นำด้านความคิด (opinion leader) และบุคคลกลุ่มนี้จะนำสิ่งที่ได้อ่านได้ฟังไปเล่าต่อกับผู้อื่น

จากการศึกษาเปรียบเทียบการใช้สื่อมวลชนชนิดต่างๆ เป็นแหล่งความรู้ต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของกรมประชาสัมพันธ์ พบว่าสื่อโทรทัศน์เป็นแหล่งความรู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 76.0 ขณะที่หนังสือพิมพ์เป็นอันดับสอง ร้อยละ 47.4 ตามตารางที่ 3

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทยได้ทำการวิจัยเรื่อง การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง พบว่าการได้รับข่าวสารการเลือกตั้งจากหนังสือพิมพ์นั้นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด ถึงร้อยละ 96.8 รองลงมา คือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือซึ่งรับน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 45.0 (กรมการปกครอง 2531:20)

ตารางที่ 3 แสดงแหล่งความรู้ที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการตัดสินใจเลือกผู้สมัคร  
(การเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2535)

แหล่งความรู้วันไปเลือกตั้ง	ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
โทรทัศน์	89.8	62.2	76.0
หนังสือพิมพ์	60.8	33.9	47.4
วิทยุ	44.0	35.9	40.0
ฟังผู้สมัคร (ปราศรัย)	15.4	32.3	23.9
อื่นๆ	4.8	13.5	9.1

สำหรับการเลือกตั้งครั้งที่ 17 ซึ่งมีขึ้นในวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 กองสำรวจประชามติ กรมประชาสัมพันธ์ ได้ออกสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และภูมิภาค 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ขอนแก่น และนครศรีธรรมราชพบว่าหนังสือพิมพ์ยังคงเป็นแหล่งข่าวสารการเลือกตั้งที่มีบทบาทต่อแนวทางการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นอันดับสองรองจากโทรทัศน์ คือ ร้อยละ 75.4 กับ 93.7

เห็นได้ว่าการศึกษาที่ผ่านมานั้นหนังสือพิมพ์เป็นแหล่งความรู้ หรือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ประชาชนให้ความสนใจต่อหนังสือพิมพ์ในฐานะผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกตั้งค่อนข้างสูง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับการศึกษาวิจัยการเสนอข่าวสารการเลือกตั้งของหนังสือพิมพ์รายวันในครั้งนี้อย่าง 6 ชื่อฉบับ เพื่อตรวจสอบบทบาทของหนังสือพิมพ์โดยเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์ที่มีนักการเมืองเป็นเจ้าของหรือยอมให้นักการเมืองมีบทบาทเสนอข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

กับหนังสือพิมพ์ที่ไม่มีนักรการเมืองเป็นเจ้าของ จะนำเสนอข่าวสารการเลือกตั้งต่อประชาชนในลักษณะที่เป็นประโยชน์กับกลุ่มการเมืองของตน มากกว่าหนังสือพิมพ์ที่ไม่มีนักรการเมืองเป็นเจ้าของ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ วรกิจโรคาทร (2526) ท้าการวิจัยเรื่อง "การพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์" พบว่าความสัมพันธ์กับญาติมิตร หรือนักประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้ข่าวสารได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่สูงกว่าของผู้ที่ไม่รู้จักตลอดจนของข่าว โอกาสก้าวหน้าอาชีพของนักหนังสือพิมพ์ก็มีส่วนในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเหมือนกัน

สุรพงษ์ รัตนเสถียร (2530) ท้าการวิจัยเรื่อง "สิ่งพิมพ์กับการเลือกตั้งทั่วไป 2529" พบว่าสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทจะให้ความสำคัญต่อข่าวการเลือกตั้งของพรรคการเมืองต่างกันขึ้นอยู่กับประเด็นเนื้อหา ช่วงระยะเวลา และภูมิภาคที่พรรคเกี่ยวข้อง

กรวิฑ ระพีพิศาล (2532) ท้าการวิจัยเรื่อง "การทดสอบเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2531" พบว่าเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีค่าความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ เรื่องราว รณรงค์ กับ พาดหัวข่าว ค่าความสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ข่าวที่มีประเด็นเดียว กับข่าวที่มีหลายประเด็น นอกจากนี้ยังพบว่าหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้นกล่าวถึงพรรคหลังธรรม ซึ่งเป็นพรรคที่ตั้งขึ้นใหม่มากที่สุด

สุรพงษ์ รัตนเสถียร (2533) ท้าการวิจัยเรื่อง "การโฆษณาหาเสียงกับพฤติกรรมการเลือกตั้ง" พบว่าการเสนอข่าวสารการเลือกตั้งของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพนั้นมีปริมาณที่แตกต่างกัน โดยไทยรัฐซึ่งมีความขัดแย้งกับ

ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง หัวหน้าพรรคมวลชน จะเสนอข่าวของ ดร.นิยม บุราคา ผู้สมัครนามพรรคมวลชนน้อยที่สุด

ศราวุฒิ ห่วงสมุทร (2535) ทาการวิจัยเรื่อง "อำนาจของนักรการเมือง ต่อการเสนอข่าวขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อ.ส.ม.ท.)" พบว่า นักรการเมืองขอใช้อำนาจในการควบคุมการบริหารและการดำเนินงานของ อ.ส.ม.ท. โดยเฉพาะในด้านการเสนอข่าวสาร ซึ่งเป็นลักษณะการใช้อำนาจที่มีทั้งการใช้อำนาจแบบการสั่งการตามระบบการบริหารและการใช้อำนาจนอกระบบ

สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ (2537) ทาการวิจัยเรื่อง "หนังสือพิมพ์รายวันกับการเสนอเนื้อหาทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2533" พบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้นต่างเสนอเนื้อหาสนับสนุนและโจมตีผู้สมัครคนใดคนหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด โดยหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการเมืองอย่างเด่นชัด เสนอเนื้อหาที่มีทิศทางเชิงลบให้กับ พล.ต.จำลอง ศรีเมืองมากที่สุด โดยหนังสือพิมพ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มการเมืองอย่างเด่นชัดจะเสนอเนื้อหาเชิงบวกมากกว่าทั้งด้านความถี่และปริมาณพื้นที่

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย