

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิเคราะห์ความสอดคล้อง ระหว่างนโยบายความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ เนื้อหา และผู้อ่านฉบับแยกส่วนจุดประกาย เพื่อแสดงประสิทธิผลของการสื่อสารของฉบับแยกส่วนจุดประกาย หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ผู้วิจัยจึงใช้แบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน (Coorientation) เป็นแนวคิดหลักในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ย่อมต้องมีความเข้าใจที่ตรงกันระหว่าง "ผู้ส่งสาร" คือกองบรรณาธิการ กับ "ผู้รับสาร" คือผู้อ่าน ผ่าน "สาร" หรือเนื้อหาสาระในสื่อมวลชนนั้น โดยมีแนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือ ในการอธิบายความสำคัญของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งต่อปัจเจกบุคคลและสังคม

เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ นโยบาย กระบวนการทำงาน ประสบการณ์ และคิดเห็นของกองบรรณาธิการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเสนอเนื้อหาของฉบับแยกส่วนจุดประกายแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกใช้นโยบายวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายและเนื้อหาที่น่าเสนอ และใช้แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารในการศึกษาผู้รับสาร เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ปรากฏกับความต้องการของผู้อ่าน ทั้งนี้เพื่อสรุปความสอดคล้องสัมพันธ์ของทั้งสามส่วน

แบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน (Coorientation Model)

แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในหมู่นักวิจัยทางการสื่อสาร เป็นการสร้างความเข้าใจของผู้ส่งสารเกี่ยวกับความต้องการของผู้รับสาร เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความต้องการของสาธารณชนและการจัดการกับสื่อมวลชนเฉพาะอย่าง

การศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจระหว่างกันในการสื่อสารนั้น จะคำนึงถึงสมมุติฐานที่ว่า บุคคลแต่ละกลุ่มแต่ละบุคคลที่ทำกาสื่อสารกันจะมีความคิดอยู่ 2 ประการไม่ว่าเนื้อหาสาระที่สื่อสาร (the content) จะเป็นอย่างไร นั่นคือ

- เขารู้ว่าเขาคิดอะไร (what he thinks)
- เขาคาดคะเนว่าอีกคนหนึ่งคิดอะไร
(What the other person thinks)

แบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน มีประโยชน์มากสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งสถานการณ์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สื่อสารสามารถคาดคะเนความคิดของกันและกันได้อย่างถูกต้อง จะทำให้การสื่อสารครั้งนั้นประสบความสำเร็จ โดยที่การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ จะพิจารณาเรื่องคำนิยมหรือการประเมินที่บุคคลแต่ละคนกระทำกับสิ่งต่างๆ ซึ่งก็คือความคิดเห็นของเขานั้นเป็นความคิดส่วนตัวอย่างเป็นอิสระ ซึ่งได้แก่ การประเมินความคิดเห็นของเขานั้นเป็นความคิดของเขา การคาดคะเนว่าผู้อื่นคิดอย่างไร และเมื่อบุคคลคิดว่าความเห็นของบุคคลอื่นคล้ายกับความคิดของตน ก็จะเกิดความลงรอย (Congruency) กันขึ้น และความลงรอยกันนี้จะส่งผลให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน (Agreement) ในเรื่องที่จะสื่อสารและเกิดความถูกต้อง (Accuracy) ขึ้นด้วย ถ้าความเข้าใจของบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นของบุคคลอื่นเหมือนกับการประเมินโดยบุคคลนั้นจริง

การประยุกต์ใช้แบบจำลองความเข้าใจระหว่างกันกับงานหนังสือพิมพ์

เมื่อบรรณาธิการจะสื่อสารไปยังผู้อ่านนั้น สิ่งที่เขาจะต้องกระทำก็คือการเลือกเนื้อหาที่เด่นและเป็นที่น่าสนใจ โดยที่การเลือกดังกล่าวขึ้นอยู่กับความสนใจและความพอใจของบรรณาธิการเองประการหนึ่ง นอกจากนี้แล้วการสื่อสารกับมวลชนนั้น กองบรรณาธิการยังต้องคำนึงถึงความสนใจ และความต้องการของผู้อ่านด้วย แบบจำลอง Coorientation ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยด้านหนังสือพิมพ์ ซึ่งอธิบายโดย Culberson คือความเห็นพ้องกัน (agreement) หรือระดับความคล้าย

กันระหว่างความสนใจ หรือความพอใจของบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งกับบุคคลอื่น หรือกลุ่มอื่น ซึ่งในที่นี้ก็คือข้อความสอดคล้องต้องกันระหว่างความพอใจและความสนใจของบรรณาธิการ หรือ EO preference (Editor 's Own preference) กับความสนใจและความต้องการของผู้อ่านหรือ AO preference (Audience's Own preference) และเป็นที่คาดว่า การสื่อสารจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อ EO กับ AO มีสัมพันธภาพสูง

อย่างไรก็ดี นักจิตวิทยาสังคมได้เห็นว่าบุคคลจะรับรู้ต่อสิ่งต่างๆ ตามที่ตนเองคิดและเข้าใจ ซึ่งอาจไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ ดังนั้นเมื่อกองบรรณาธิการพิจารณาเกี่ยวกับผู้อ่านของเขา เขาจะใช้ความคิดของเขาเป็นหลักในการพิจารณาว่าผู้อ่านสนใจหรือพอใจ หรือต้องการอะไร ฉะนั้นจึงเกิดแง่มุมอีกอย่างหนึ่งขึ้นในแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน นั่นคือการรับรู้หรือความเข้าใจของกองบรรณาธิการเกี่ยวกับผู้อ่าน หรือ EA (Editor's Perception of Audience) อันเป็นผลให้เกิดความสัมพันธ์ขึ้นอีกสองอย่าง ระหว่างผู้ส่งสารหรือกองบรรณาธิการ และผู้รับสารหรือผู้อ่าน คือ

- Congruency หมายถึง ความลงรอยกันระหว่าง EO กับ EA
- Understanding หมายถึง ความเข้าใจถูกต้องระหว่าง EA กับ AO

ซึ่งแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกันนี้ สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับรสนิยม หรือความต้องการของสาธารณชน (Popular Culture) ได้ โดยเฉพาะในงานของสื่อมวลชน

เมื่อพิจารณาเนื้อหาสารของการสื่อสารมวลชนแล้ว บรรณาธิการอาจจัดเนื้อหาสารออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ

1. เนื้อหาสารที่เป็นความสนใจของกองบรรณาธิการ และตรงกับ ความสนใจของผู้อ่าน

2. เนื้อหาสารที่กองบรรณาธิการเห็นว่าสำคัญและมีคุณค่า แต่อาจจะไม่ตรงกับความสนใจของผู้อ่าน

3. เนื้อหาสารที่กองบรรณาธิการไม่ให้ความสนใจ และเห็นว่าไม่มีคุณค่า แต่ผู้อ่านส่วนใหญ่สนใจและซื้อไปอ่าน

แบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือ การสื่อสารมวลชนที่เด่นชัด 3 ตัวแปร คือ

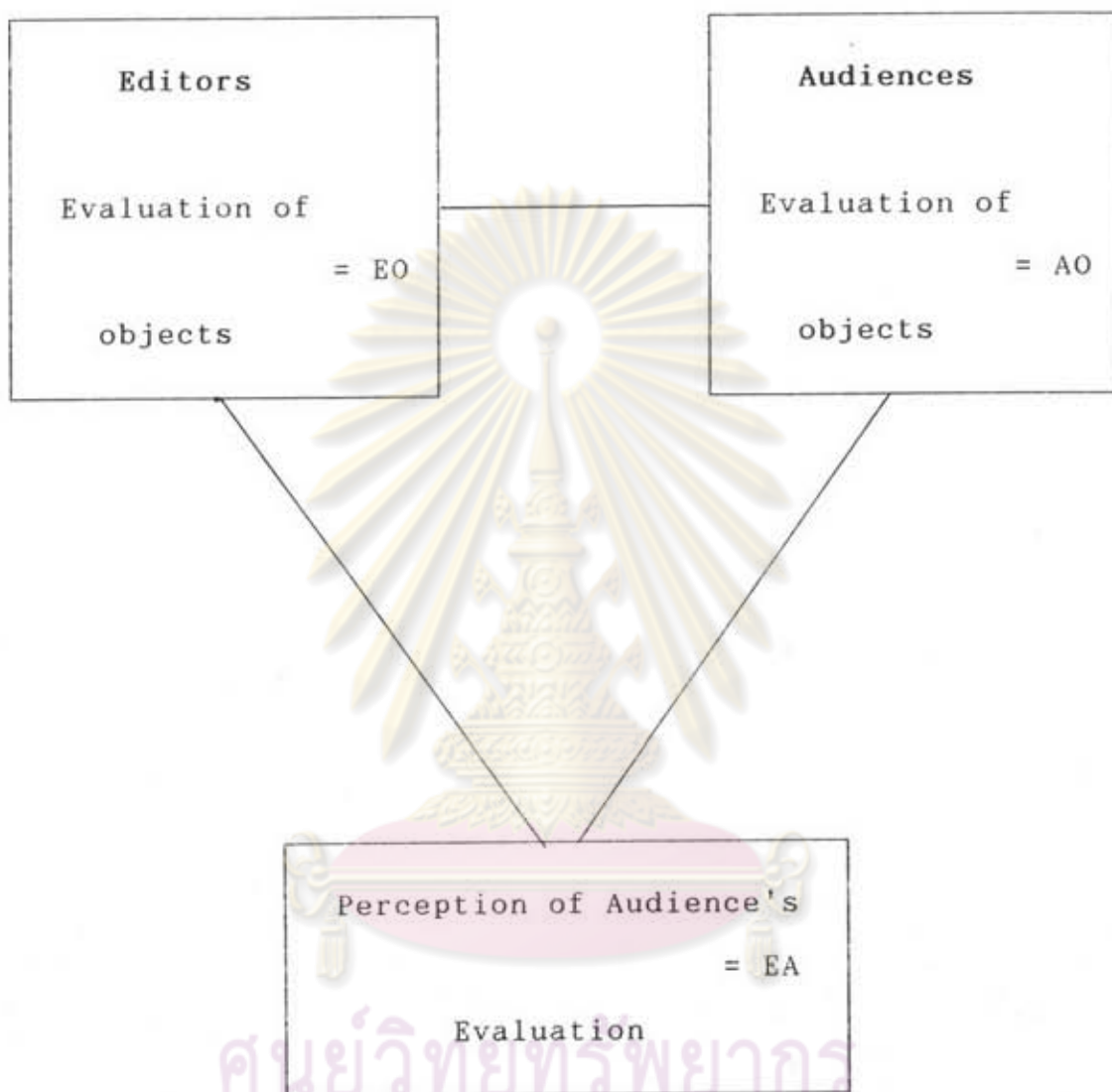
1. สิ่งที่ตนเองคิด (He knows what he think)
 2. การคาดคะเนว่าคนอื่นคิดอย่างไร (He has some estimate of what the other person think)
 3. เนื้อหาสาระที่คิด (The content of these cognitions)
- ตัวแปรทั้งสามตัวนี้ สามารถที่จะถูกนำมาเปรียบเทียบระหว่างกันและกัน เพื่อศึกษาในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาได้ และการศึกษาเรื่องนี้เรามักจะพิจารณาเรื่องค่านิยมหรือการประเมินที่แต่ละบุคคลมีต่อสิ่งต่างๆ หรือที่เราเรียกว่าความคิดเห็น (Opinion)

แบบจำลอง Coorientation นั้น มีลักษณะของความสัมพันธ์ที่จำเป็นในการศึกษาอยู่ 3 ประเด็น ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นคือ

1. ความพอใจและความสนใจของกองบรรณาธิการ หรือ EO
2. ความสนใจและความต้องการของผู้อ่าน หรือ AO
3. ความคิดเห็นหรือความเข้าใจของกองบรรณาธิการเกี่ยวกับผู้อ่าน หรือ EA

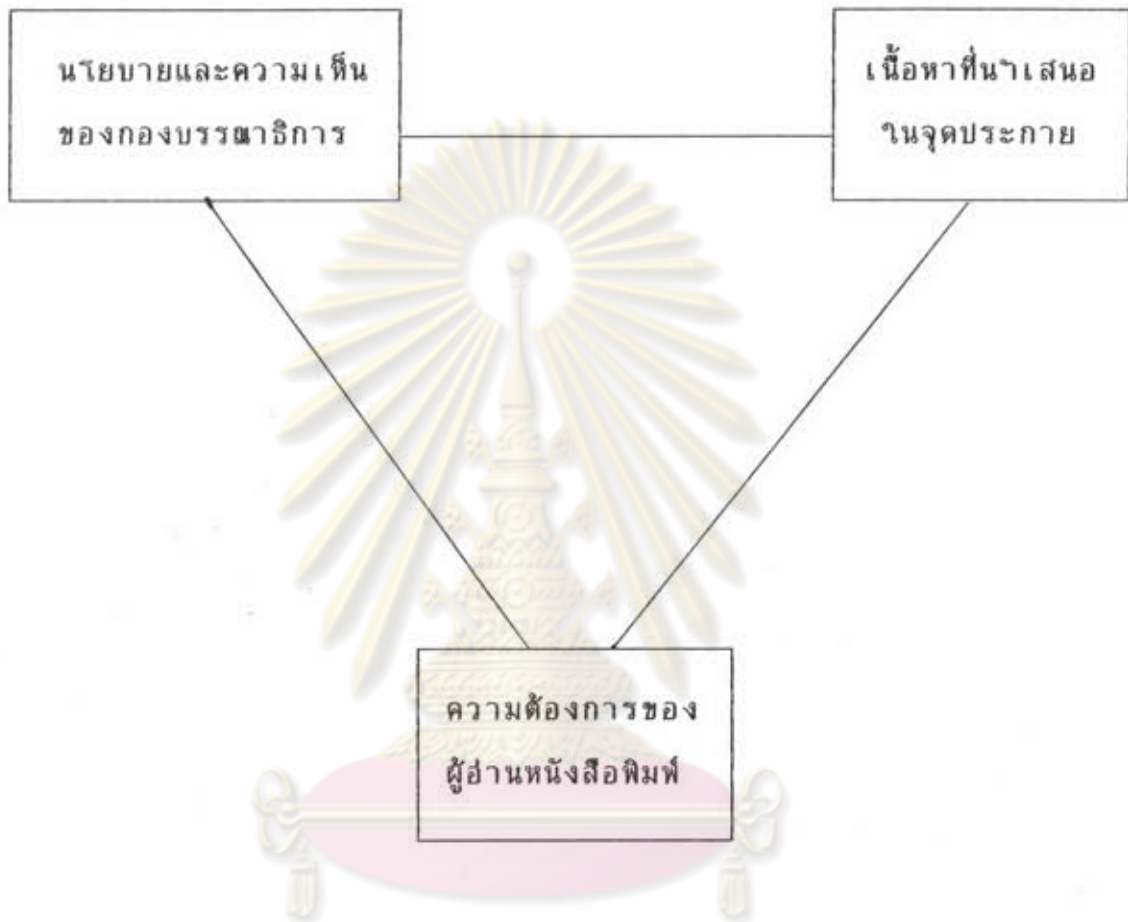
(พิจารณาจากแผนภาพแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกันของการสื่อสารมวลชนในหน้าถัดไป)

แผนภาพแบบจำลอง Coorientation



จากแนวคิดในแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกัน ของการสื่อสารมวลชน ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์นโยบาย เนื้อหา และผู้อ่านของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับแยกส่วนจุดประกาย" โดยดัดแปลงมาใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ต้องกันระหว่าง 1) นโยบายและความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ 2) ความพึงพอใจและความต้องการของผู้อ่าน 3) ลักษณะของการเสนอเนื้อหาในฉบับแยกส่วนจุดประกาย ดังแบบจำลองต่อไปนี้

แผนภาพแบบจำลองความเข้าใจระหว่างกันของฉบับแยกส่วนจุดประกาย



แผนภาพนี้จะแสดงให้เห็นถึงระดับความเห็นพ้องต้องกันระหว่าง

- 1) แนวความสนใจของกองบรรณาธิการกับความต้องการของผู้อ่าน
- 2) แนวความสนใจของกองบรรณาธิการกับเนื้อหาที่เสนอในจุดประกาย
- 3) แนวความต้องการของผู้อ่านกับเนื้อหาที่เสนอในจุดประกาย

หากมีความเห็นพ้องต้องกันทุกด้านแล้ว ก็จะมี ความเข้าใจระหว่างกันสูงและมีผลต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน

การวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยทางสื่อมวลชนที่ได้รับ ความนิยมสูงในปัจจุบัน และเนื่องจากการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นที่สนใจของนักวิจัย หลายแขนงจึงได้มีผู้ให้ความหมาย หรือคำจำกัดความต่างๆ มากมาย อาทิ

วอลซีเซอร์และวีเนอร์ (Walizer and Wienir, 1978) ให้ความหมายว่า คือ กระบวนการวิเคราะห์ที่เป็นระบบระเบียบ สร้างขึ้นมาเพื่อตรวจสอบ เนื้อหาของสารสนเทศที่เก็บบันทึกไว้

คريبเพนดอร์ฟ (Krippendorf, 1980) ให้ความนิยามว่า เป็น เทคนิค การวิจัยเพื่ออ้างจากข้อมูลไปสู่การอธิบายที่มีความเที่ยงตรง คงที่

เกษม ศิริสัมพันธ์ (เกษม ศิริสัมพันธ์, 2507) กล่าวว่า การ วิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการวิจัยสื่อสารมวลชนชนิดหนึ่ง วิธีการนี้มุ่งเฉพาะถึงเนื้อหา ของสื่อมวลชน จะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุ หรือโทรทัศน์ก็ได้ ทั้งนี้เพื่อ ตรวจสอบเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการสื่อสารมวลชน

อรนุช เลิศจรรยาสิทธิ์ (อรนุช เลิศจรรยาสิทธิ์, 2524) ให้นิยาม การวิเคราะห์เนื้อหาว่า คือการวิเคราะห์ให้เห็นประจักษ์และการสำรวจเนื้อหา ซึ่งแฝงอยู่กับเครื่องมือสื่อสารโดยวิธีการจัดประเภท จัดทำตาราง และหาค่าจาก สถิติลักษณะและใจความ เพื่อที่จะทราบซึ่งความหมายและผลกระทบ

เบอร์นาร์ด เบอเรลสัน (Berelson, 1952) ให้นิยามไว้ว่าการ วิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อการพรรณานเนื้อหาการสื่อสารที่ประจักษ์ แจ่มหรือปรากฏชัด (manifest content) ตามวัตถุประสงค์ อย่างเป็นระบบ และ เชิงปริมาณ ซึ่งเขาได้ขยายความว่า ในกระบวนการสื่อสาร สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ

เนื้อหาที่สื่อสาร ซึ่งเป็นการบอกว่า "อะไร" เมื่อกล่าวถึงเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันโดยทั่วไป จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับเสนอเรื่องต่างๆ หลายเรื่องให้แก่ผู้อ่าน ดังนั้น การที่ผู้วิจัยต้องการทราบว่าหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับบอกอะไรๆ เกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง และเสนออย่างไรจึงต้องทำการศึกษาที่เนื้อหาหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับ ซึ่งการศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันเหล่านี้ทำได้โดยระเบียบวิธีวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

วินเนอร์และดอมินิค (Winner and Dominick, 1981) ได้ชี้ให้เห็นว่าตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันการวิเคราะห์เนื้อหา ถูกนำไปใช้การวิจัยทางสื่อมวลชนอย่างแพร่หลาย เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน อาทิ การพรรณานะเนื้อหาการสื่อสาร ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะข่าวสาร เปรียบเทียบเนื้อหาสื่อมวลชนกับโลกที่แท้จริง ประเมินภาพลักษณ์ของกลุ่มบุคคลในสังคม และศึกษาผลกระทบของสื่อมวลชน โดยในส่วนของ การพรรณานะเนื้อหาของการสื่อสาร เขาอธิบายว่าเป็นการสำรวจและอธิบายลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏอยู่เป็นส่วนใหญ่ เช่นการวิเคราะห์เนื้อข่าวต่างๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ในทำนองเดียวกัน เกษม ศิริสัมพันธ์ อธิบายว่า การวิเคราะห์เนื้อหา มีจุดประสงค์และคุณประโยชน์จำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบแนวโน้มและระดับของการสื่อสารมวลชน ดังได้กล่าวมาแล้ว เนื้อหาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์เนื้อหาจึงอาจแสดงผลเป็นทำนองเปรียบเทียบให้เห็นถึงแนวโน้ม และระดับการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน ผลการวิเคราะห์เนื้อหาย่อมชี้ให้เห็นถึงคุณภาพและปริมาณของเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปสู่ประชาชนซึ่งเป็นผู้อ่าน ผู้ฟังหรือผู้ชมสื่อมวลชนนั้นๆ ทุกวันนี้สื่อสารมวลชนเป็นของจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันบางคนในยุคปัจจุบัน การที่ตรวจสอบให้ได้

ข้อมูลที่แน่นอนเกี่ยวกับเนื้อหาของการสื่อสารมวลชน ย่อมมีคุณประโยชน์แก่ทั้งผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน นักการศึกษา ประชาชนผู้ใช้สื่อสารมวลชน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทางราชการที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนทุกฝ่าย

2. เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มและระดับของเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ ทุกวันนี้เนื้อหาของการสื่อสารมวลชนมิได้จำกัดอยู่แต่เพียงวงเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดโดยเฉพาะ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นทุกมุมโลกก็สามารถถ่ายทอดไปยังประชาชนอีกมุมโลกหนึ่งทราบโดยรวดเร็ว มีคำกล่าวที่ว่าโลกจะมีสันติภาพอย่างแท้จริงได้ก็ต่อเมื่อมีชุมชนโลก (World Community) แต่ชุมชนโลกจะมีขึ้นได้นั้นต้องอาศัยการสื่อสารโลก (World Communication) เสียก่อน การตรวจสอบวิเคราะห์เนื้อหาของการสื่อสารมวลชน โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อสารมวลชนของแต่ละประเทศมาเปรียบเทียบ จึงอาจอนุมานให้เห็นถึงระดับของการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีของประชาชนชาติต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

3. เพื่อทราบระดับความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน เนื้อหาของสื่อมวลชนนั้นดำเนินไปตามกฎของการเสนอและสนอง เมื่อประชาชนมีความต้องการเนื้อหาของสื่อสารมวลชนประเภทใด ชนิดใด ผู้ดำเนินการจัดทำสื่อสารมวลชนย่อมต้องสนองความต้องการของประชาชน ฉะนั้น เราอาจอนุมานระดับรสนิยมและความต้องการของประชาชนได้ จากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของการสื่อสารมวลชน

4. เพื่อทราบแบบแผนวัฒนธรรม (Cultural pattern) ของสังคมปัจจุบัน วัฒนธรรมคือ กรอบหรือแนวแห่งพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ซึ่งแต่เดิมนั้นไม่ว่าจะเป็นสังคมตะวันตกหรือตะวันออกก็ตาม แนวนิยมทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากความประพฤติกองกลุ่มคนชั้นสูงซึ่งได้รับยกย่องให้เป็นผู้นำของสังคม แต่ในโลกปัจจุบันที่ความเจริญทางเศรษฐกิจ การแพร่ขยายการศึกษาออกไปยังคนทุกชั้นทุกกลุ่ม

ความเจริญในวิธีการติดต่อสื่อสาร ทำให้สามัญชนมีบทบาทสำคัญในสังคม สื่อสารมวลชน ซึ่งเป็นสื่อติดต่อเข้าถึงมวลชน จึงเป็นตัวจักรสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน ฉะนั้นการศึกษาตรวจสอบเนื้อหาของสื่อสารมวลชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่นักสังคมศาสตร์สามารถกำหนดเรียนรู้ "แบบแผนวัฒนธรรม" ของสังคม

5. เพื่อทราบแนวความคิดเห็น สื่อสารมวลชนในฐานะเป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็น สื่อสารมวลชนนอกจากมีหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้ประชาชนทราบแล้ว ยังมีหน้าที่ในการเสนอความคิดเห็นอันเป็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวมของสังคม เสียงของสื่อสารมวลชนไม่ใช่เสียงสวรรค์ แต่เป็นเสียงที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพึงสำเหนียก ระมัดระวังอยู่เสมอ ฉะนั้น การวิเคราะห์เนื้อหา ความคิดเห็นที่แสดงออกทางสื่อสารมวลชนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในสังคมประชาธิปไตย

6. เพื่อตรวจสอบโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) เพื่อผลทางการเมืองและการทหารในทางสงครามจิตวิทยา ซึ่งวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการณีนี้นั้นได้ถูกริเริ่มครั้งแรกโดย office of War Information (OWI) ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง

แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ประกอบด้วยกับการเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

- 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
- 2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ล เค อัทคิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ส และสเวนนิ่ง (Rogers and sevenning, 1969) ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีก โดยให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อห้าประเภทคือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่นๆ ซึ่งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ คือ

1. การเลือกรับหรือการเลือกเข้า (Selection Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกการตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจ

ของตนเองหรือทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนเองในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากบุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของและตัวเองแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกันกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชรามม์ (Schramm, 1973) อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก มีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อที่นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของตน บรากฎการนี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวอปเลส (Waples) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้ความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และ เหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

ดร.สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) ได้สรุปภารกิจของสื่อมวลชนที่สำคัญดังนี้

1. การสอดส่องแจ้งข้อเท็จจริงให้กับสังคม (surveillance) โดยการรายงานข่าวและการนำเสนอข่าว (news) ที่เกิดขึ้น แจ้งให้ประชาชนรับทราบ การนำเสนอข่าวจะต้องเป็นสารสนเทศ หรือข้อเท็จจริงที่ได้จากเหตุการณ์หรือแหล่งข่าว มิใช่เกิดจากการตีความและสอดแทรกค่านิยมส่วนตัวของสื่อมวลชนโดยตรง ข้อนี้นักวิชาการบางท่านเรียกว่าหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือ (Information)

2. การวิพากษ์วิจารณ์สังคม (correlational) การวิพากษ์วิจารณ์เป็นผลพวงจากการให้คุณค่าของข่าวที่เกิดขึ้นภายในสังคม การวิจารณ์จึงไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่เป็นการแปลความหมาย (interpretation) จากเนื้อหาของข่าวที่เกิดขึ้น ดังนั้นการวิพากษ์วิจารณ์จึงเป็นการเชื่อมโยงปรากฏการณ์ของข่าวนั้นๆ กับทัศนคติของผู้เขียน เพื่อสนองต่อสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศของสังคมในขณะนั้นๆ งานของสื่อมวลชนในเชิงนี้มีลักษณะเป็นการนำเสนอเพื่อนำมาให้ผู้รับสารคล้อยตามสื่อมวลชน ทั้งนี้เพื่อหวังผลให้เกิดความสอดคล้องทางความคิดและเอกภาพของสังคมในการนำไปสู่สิ่งที่ดีกว่าตามทัศนะของสื่อมวลชนนั้นๆ ตัวอย่างของการวิพากษ์วิจารณ์สังคมตามที่ปรากฏอยู่คือบทบรรณาธิการ หรือข้อเขียนในคอลัมน์ต่างๆ หรือข้อคิดเห็นหน้าในของหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ลาสส์เวล (Lasswell) อธิบายว่าหน้าที่อย่างหนึ่งของสื่อมวลชนคือ การประสานส่วนต่างๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะสังคมมีความแตกต่างหลากหลาย ผู้ที่จะสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ เชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม สร้างค่านิยมที่เหมือนกันให้จุดประกายขึ้นมาในแต่ละส่วนของสังคม

ได้ คือ บรรณาธิการ นักหนังสือพิมพ์ นักพูดเพื่อสังคม หรือสื่อมวลชน นั่นเอง

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (heritage) นอกเหนือจากการที่สื่อมวลชนจะมีหน้าที่รายงานปรากฏการณ์ และการแปลความของปรากฏการณ์ทางสังคม(ข่าว) แล้ว สื่อมวลชนยังสามารถให้ความรู้แก่ผู้รับสารได้ ทั้งโดยตรง (การศึกษา) และโดยทางอ้อม (การเรียนรู้)

ความรู้ดังกล่าวหมายถึง องค์ความรู้ (body of knowledge) วิชาการ นวัตกรรม ค่านิยม อุดมการณ์ บทพิสูจน์ และกฎหมาย เป็นต้น การนำเสนอของสื่อมวลชนเช่นนี้ เป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้แก่สังคม รวมทั้งเป็นความสามารถถ่ายทอดความรู้ไปยังคนรุ่นหนึ่ง ด้วยประสบการณ์ของคนอีกรุ่นหนึ่ง ผ่านสื่อมวลชน

มรดกสังคมที่ผ่านสื่อมวลชน สะท้อนถึงวัฒนธรรมของสังคม และประสบการณ์ส่วนบุคคลของนักสื่อมวลชน การถ่ายทอดมรดกทางสังคมของสื่อมวลชนจึงแทรกอยู่ทั่วไปโดยตรง และแทรกอยู่ระหว่างบรรทัดในการนำเสนอของสื่อมวลชน การย้อนกลับไปศึกษางานของสื่อมวลชนในอดีต ย่อมทำให้เห็นประวัติศาสตร์ทางความคิดของสังคมในยุคต่างๆ ได้เสมอ

ลาสส์เวล เรียกหน้าที่ในส่วนนี้ว่าการสืบทอดถ่ายทอดทางวัฒนธรรม (Transmission) ในสังคมมวลชนหรือสังคมขนาดใหญ่ สื่อมวลชนจะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ในคุณค่าของวัฒนธรรมของผ่านคนรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง

4. กิจกรรมบันเทิง (entertainment) เดิมลาสส์เวลได้ชี้ให้เห็นว่าหน้าที่ของสื่อมวลชนที่สำคัญมี 3 ประการข้างต้น แต่ชาร์ลส์ ไรท์ ได้เพิ่มเติมภารกิจของสื่อมวลชนอีกประการคือ การนำเสนอกิจกรรมบันเทิงซึ่ง ลาสส์เวล ไม่ได้ครอบคลุมไว้ในหน้าที่ของสื่อมวลชน อันที่จริงแม้ว่าการเสนอหน้าที่ในด้านความบันเทิงอาจดูไม่เป็นสาระเมื่อเปรียบเทียบกับหน้าที่ 3 ประการข้างต้น แต่ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อมวลชนทุกแขนงมักนำเสนอด้านบันเทิงมากกว่าด้านอื่นๆ ยิ่งในปัจจุบันแล้ว การเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลส่วนใหญ่ก็เพื่อแสวงหาความบันเทิงให้กับตนเอง หรือมิฉะนั้นก็เพื่อต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของกิจกรรมบันเทิง

หากใช้หลักสหสาขาวิชา ในการพิจารณาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน จะแบ่งออกได้ 4 แนวทางดังนี้ (สมควร กวียะ , 2531)

1. บทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและสังคม การสื่อสารได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบพื้นฐานของชีวิต อย่างไม่สามารถที่จะแยกออกมาได้ และเนื่องจากสังคมปัจจุบันมีขนาดใหญ่ ครอบคลุมผู้คนจำนวนมากและบริเวณกว้างขวางจนบางที่เรียกว่า สังคมมวลชน คือโลกทั้งโลกได้กลายเป็นสังคมเดียวกัน มีสภาพคล้ายหมู่บ้านขนาดใหญ่ หรือที่เรียกกันว่า หมู่บ้านโลก (Global village) การสื่อสารจึงได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของทั้งชีวิตและสังคม

2. บทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นเครื่องมือของชีวิต สังคม และองค์การ ในตอนต้นมีการนำการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือของการดำรง และพัฒนาชีวิต เพื่อช่วยให้การดำรงชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น และอยู่ร่วมสังคมกับผู้อื่นได้ ซึ่งการสื่อสารนอกจากจะตอบสนองความต้องการพื้นฐานของชีวิตด้วยการให้ข่าวสารและความรู้แล้ว ยังตอบสนองความต้องการอีกระดับหนึ่ง โดยให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การให้ความบันเทิงและจิตบำบัดซึ่งเท่ากับเป็นการจรรโลงชีวิตด้วยศิลปะและการแสดงออกต่างๆอีกด้วย

3. บทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นเครื่องมือของการเมืองและเศรษฐกิจ โดยในทางการเมืองได้ใช้การสื่อสารในการสร้างหล่อหลอม หรือปลูกสาธารณสมบัติให้แน่นเหนียวไปในหลักการของอุดมการณ์ทางการเมืองที่พึงประสงค์ ซึ่งแตกต่างกันไปตามระบอบการเมือง การปกครอง และสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ โดยมีวิธีการตั้งแต่การถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล สื่อเฉพาะ สื่อมวลชน สื่อประเพณี หรือสื่อผสม เป็นต้น

4. บทบาทในฐานะสถาบันสังคม ในแต่ละสังคมมีองค์การและกลุ่มบุคคลจำนวนมากไม่ใช่น้อยที่ปฏิบัติงานวิชาชีพ หรือวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสาร มีบทบาท

หน้าที่และพฤติกรรมเกี่ยวเนื่องกับการบริการข่าวสาร และการรับส่งสาร มีความรับผิดชอบร่วมกันในการที่จะให้ข้อมูลข่าวสารจากภายในและภายนอกสังคม หลังไหลถ่ายเทในหมู่สมาชิกด้วยความสะดวกคล่องตัว ทั้งนี้เพื่อช่วยธำรงรักษาและพัฒนาสังคม

หากเรามองในมุมกลับกันการเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชน ก็เป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสื่อมวลชน การรู้จักผู้รับสารถึงเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน จึงมีความสำคัญและความจำเป็นเช่นกัน การบริโภคสื่อมวลชนของประชาชนนั้น อาจจำแนกได้เป็น 4 ลักษณะคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึงการที่ประชาชน ผู้รับสาร ต้องการสารสนเทศเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ก็คือ การที่มนุษย์ยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของโลกสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบคือ

- ข่าว
- ความรู้และ
- บันเทิง

โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อเก่าแก่นั้นมักจะปรากฏอยู่ในรูปแบบของ

1) ข่าวและสารคดี ทั้งสองลักษณะจะเน้นถึงข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ แต่ข่าวขึ้นกับการเสนอให้ทันต่อเหตุการณ์ ในขณะที่ไม่จำเป็นสำหรับสารคดี มีบ่อยครั้งที่การร่วมกันของข้อเท็จจริงดังกล่าว จึงมีการนำเสนอสารคดี เช่น คุณภาพชีวิต ไปไว้ในข่าว ซึ่งควรแยกออกไปเป็นสารคดี

2) บทความและบทบรรณาธิการ เป็นการเน้นถึงการแสดงความคิดเห็นของนักเขียน

3) ภาพ - การ์ตูน

4) ประกาศแจ้งความ - โฆษณาประชาสัมพันธ์

5) อื่นๆ โดยเฉพาะการถาม - ตอบ ชูชีพ พยากรณ์ชีวิต และกวีนิพนธ์ เป็นต้น

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

1) การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น หรือความมั่นคงในอารมณ์ ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

2) การพักผ่อน (relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันลง

อย่างไรก็ตาม งานอดิเรกก็กล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อนได้ เช่น การอ่านหนังสือ หรือการท่องเที่ยว เป็นต้น

3) การหย่อนอารมณ์ (Emotional release) เป็นการรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าลักษณะใดๆ เช่น ความตื่นเต้น หรือ ความเพ้อฝัน ทั้งนี้เพื่อแสวงหาการหย่อนอารมณ์โดยตรง

3. เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม (social utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นอรรถประโยชน์ทางสังคมในการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึง การยอมรับสมาคมสังคม (prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

1) การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversational currency) ผู้บริโภคอาจ เปิดรับสื่อ เพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ๆ (แฟชั่น) ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน

2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ (parasocial relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น บัจเจกชนกลับยิ่งมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มืออยู่จากัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์ที่สังคมที่

ต้องการการสมาคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรมดังกล่าว มนุษย์ยุคใหม่จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนมนุษย์ด้วยกัน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร

4. การผละสังคัม (withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกับบรรณประโยชน์สังคัม กล่าวคือ เป็นการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือการสมาคม (จึงมิใช่การแสวงหาสมาคม โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นตัวเชื่อมดังกล่าว เปิดรับสื่อเพื่อบรรณประโยชน์สังคัม)

แนวคิดเกี่ยวกับสารคดี

คำว่า "สารคดี" มาจากคำภาษาอังกฤษว่า "Feature" ซึ่งหมายถึง ข้อเขียนที่เป็นเรื่องจริง เมื่อแปลความหมายจากศัพท์ภาษาอังกฤษคือ non-fiction นั้น กล่าวคืออะไรก็ตามที่เป็นเรื่องจริงนั้น ถือว่าเป็นสารคดี

ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปีพุทธศักราช 2525 ได้ระบุไว้ว่า สารคดี หมายถึง เรื่องที่เขียนขึ้นจากเค้าความจริง ไม่ใช่จากจินตนาการ

อย่างไรก็ตามนักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนหลายคน ได้พยายามพิจารณาอย่างลึกซึ้ง เพื่อกำหนดขอบเขตความหมายของสารคดีให้ชัดเจนมากขึ้น (มาลี บุญศิริพันธ์, 2535)

James Thurber อดีตผู้สื่อข่าวและนักเขียนสารคดีแห่ง The New Yorker กล่าวว่า สารคดีคือเรื่องที่สามารถนำเสนอเมื่อไรก็ได้ พุ่งนี้หรือลับตาที่ถัดไป หรือไม่นำเสนอเลยถ้ามีข่าวที่น่าสนใจกว่า เป็นข้อเขียนที่เหมาะสมตั้งแต่เรื่องระหว่งการพิสูจนเหตุฆาตกรรม และอุบัติเหตุ เพื่อให้ความกระจ่างแก่สิ่งที่คุณคลุมเครือและผ่อนคลายความรู้สึกที่ตึงเครียด ของผู้อ่าน

Thurber ได้เห็นคุณสมบัติในแง่ของการให้รายละเอียดที่แทรกอยู่ในข่าวระหว่างเหตุการณ์ และมุ่งให้ความกระจ่าง ความผ่อนคลายในเรื่องที่เป็นข่าวสืบสนสำหรับผู้อ่าน

Alexis McKinney แห่งหนังสือพิมพ์ Denver Post ได้ให้คำอธิบายที่ชัดเจนขึ้น คือ สารคดีเป็นข้อเขียนที่มีผลกระทบจากเหตุการณ์ที่เป็นข่าวและยังคงตอบคำถามใคร-อะไร-เมื่อไหร่-ที่ไหน-ทำไม และอย่างไร

Itchell V. Charnley แห่งมหาวิทยาลัย Minnesota ได้สรุปความหมายดังกล่าวว่า สารคดี หมายถึงข้อเขียนต่างๆ ที่ไม่ได้เกิดจากจินตนาการและอารมณ์ ในความหมายอย่างกว้างน่าจะหมายถึงเรื่องที่ถูกคัดค้าน่าเสนอ โดยมีวัตถุประสงค์เบื้องต้นเนื่องจากองค์ประกอบสำคัญบางอย่าง นอกเหนือจากความสดของเหตุการณ์ ซึ่งหมายความว่า การเขียนสารคดีนั้น มิใช่เพียงแต่เสนอข้อเท็จจริงซึ่งอาจจะไม่มีลักษณะแตกต่างจากข่าวเท่านั้น แต่ควรมีคุณลักษณะพิเศษพอที่จะให้ทั้งบรรยากาศและข้อเท็จจริงของเรื่องในเวลาเดียวกันด้วย

รศ. มาลี บุญศิริพันธ์ สรุปว่า สารคดีเป็นข้อเขียนที่เน้นองค์ประกอบด้านความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) มากกว่าความสดของเหตุการณ์ (Recentness) โดยปกติเมื่อผู้สื่อข่าวหรือผู้เขียนต้องการจะเขียนสารคดีแล้ว มักเลือกเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลบ้าง สถานที่บ้าง สิ่งประหลาด หรือถ่ายทอดความคิดบางอย่าง วัตถุประสงค์ของการเขียนสารคดีมักจะเป็นเพราะ "ความน่าสนใจ" ของเนื้อหา มากกว่าที่จะเกิดจากความรีบเร่งเสนอในทันเวลาเสียนตาย (deadline)

องค์ประกอบของเวลาดูเหมือนจะหย่อนความสำคัญลงไป ขณะที่องค์ประกอบของความน่าสนใจของเนื้อหา มีความสำคัญมากกว่า ตัวอย่างเช่น การเสนอเกร็ดชีวิตของผู้ประสบอุบัติเหตุ ที่ได้รับผลกระทบอย่างสูงจากเหตุการณ์ร้ายแรงต่างๆ ผู้เขียนสารคดีสามารถนำมาเขียนหลังจากเหตุการณ์เป็นข่าวไปแล้ว โดยแทรก

สาระรายละเอียดที่น่าสนใจในข้อเขียน เก็บรายละเอียดบรรยากาศของข้อเท็จจริง เหล่านี้ ซึ่งอาจกระทบกับอารมณ์ ความรู้สึกของผู้อ่าน ได้มากกว่าสิ่งที่ได้จากการอ่านข่าว

อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขของเวลา (Timeliness) อาจมีความสำคัญอยู่บ้าง สำหรับสารคดีเชิงข่าว ซึ่งต้องการรายงานความเคลื่อนไหว และ อรรถรสของเนื้อหา แต่ก็จะไม่สำคัญมากเท่ากับการเสนอข่าวโดยตรง

อาจกล่าวได้ว่า สารคดี คือข้อเขียนที่ผู้เขียนมีเจตนาเบื้องต้นเพื่อ รายงานเรื่องที่เป็นความจริง มิใช่เกิดจากจินตนาการ เรียบเรียงอย่างสละสลวย โดยเน้นองค์ประกอบของความสนใจของมนุษย์มากกว่าองค์ประกอบของความสด และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข่าวสารความรู้ ความผ่อนคลายแก่ผู้อ่านในเวลาเดียวกัน

คุณลักษณะของสารคดี

1. การสร้างสรรค์ ในการเขียนสารคดี ผู้เขียนมีอิสระมากพอที่จะใช้ความรู้ ความสามารถในการผูกเรื่อง ลำดับความได้ตามที่ตนปรารถนา ผู้เขียนแม้ว่าจะเป็นผู้สื่อข่าวมาก่อนก็ไม่จำเป็นต้องเขียนตามรูปแบบของข่าว ไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของเวลาและเนื้อที่ที่จะลงพิมพ์ การปลอดจากข้อจำกัดนี้เองทำให้ผู้เขียนสารคดี มีโอกาสสร้างสรรค์งานเขียนได้มากโดยอาศัยข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ได้มาจากแหล่งข่าวอื่นๆ สามารถบรรจุแง่มุมสาระที่ตนแสวงหามาได้อย่างเต็มที่ และโดยลีลาการเขียนเฉพาะตัว ก็ทำให้เกิดความแปลกใหม่ในการเสนอข้อมูลในอีกลักษณะหนึ่ง การสร้างสรรค์ในที่นี้จึงเป็นการสร้างสรรค์ทั้งรูปแบบ เนื้อหา และวัตถุประสงค์ของผู้เขียน

2. **ความเป็นอัตวิสัย** สารคดีหลายเรื่องที่เสนอในสื่อสิ่งพิมพ์ มักมีข้อมูลเบื้องต้นมาจากข่าว เช่น สารคดีเกี่ยวกับข่าว หรือเรื่องที่เป็นผลกระทบมาจากข่าว เป็นต้น ผู้สื่อข่าวเอง เมื่อปฏิบัติหน้าที่สื่อข่าวอาจได้พบเห็นเหตุการณ์อย่างใกล้ชิด โดยบุคลิคนิสัยย่อมมีอารมณ์เห็นใจ สงสารบุคคลในเหตุการณ์ แต่สิ่งเหล่านี้ไม่สามารถจะสอดใส่ลงในรายงานข่าวอย่างแน่นอน ดังนั้นสารคดีจึงเป็นช่องทางหนึ่งให้ผู้เขียนสามารถบรรยาย ถ่ายทอดอารมณ์และความคิดของตนเอง โดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสม พรรณานarayณะเยี่ยของเหตุการณ์ได้มากขึ้น ในสิ่งที่ผู้เขียนได้ประสบ สังเกต ประทับใจ โดยอาศัยข้อมูลที่ต้องวางอยู่บนรากฐานของความจริง ส่วนการสร้างลีลาภาษาให้เกิดภาพลักษณ์อารมณ์คล้ายตามหรือไม่นั้น ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เขียนเอง

3. **ความบันเทิง** ความบันเทิงในที่นี้มิได้หมายถึงความสนุกสนาน เหมือนกับ การดูหนัง ดูละคร แต่เป็นความเพลิดเพลินที่เกิดจากการผ่อนคลาย ความเครียด และซาบซึ้งกับบรรณรศของภาษาในสารคดี การให้ความบันเทิง ถือเป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งของสื่อมวลชน ขณะที่หนังสือพิมพ์และนิตยสารส่วนใหญ่เป็นสื่อทางข่าวสาร เมื่อผู้อ่านได้ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ประจำวันจากข่าว บางครั้งผู้อ่านเองก็อยากผ่อนคลายความตึงเครียดที่เกิดจากข่าว หันมาอ่านสารคดี ทำให้ได้ทั้งสาระ เกร็ดความรู้เพิ่มเติม ได้ความเพลิดเพลินโดยยังมีอารมณ์ที่สอดคล้องสัมพันธ์กับเรื่องราวอย่างสบายๆ โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดต่างๆ นอกจากนั้นในกรณีที่ผู้อ่านต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวันอยู่แล้ว สารคดีจึงเป็นข้อเขียนที่ให้ทั้งสาระประโยชน์และความบันเทิงพร้อมกัน ฉะนั้นผู้เขียนสารคดีจึงมักให้ความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ เพื่อความผ่อนคลายเบาสมอง ความเข้าใจ โดยใช้ภาษาที่มีชีวิตชีวา สร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้อ่านค่อนข้างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสารคดีด้วย เช่นกันว่าสารคดีประเภทไหนจะเอื้อต่อการผ่อนคลายในระดับใด

4. **ให้ข่าวสาร** นอกจากสิ่งที่ปรากฏในข่าวแล้ว ยังมีข้อมูลหลายๆ อย่างซึ่งไม่สามารถบรรจุได้หมดในเนื้อข่าว ผู้สื่อข่าวจึงพยายามรายงานข้อ

มูลที่เป็นประโยชน์สำหรับประชาชนในรูปแบบอื่นๆ เช่น บทความ สารคดี ฯลฯ สำหรับ สารคดี ผู้อ่านจะได้ทั้งข่าวสาร ข้อเท็จจริง บรรยากาศ ตลอดจนเกร็ดความรู้ซึ่งหา ไม่ได้จากข่าว หรือไม่มีคุณค่ามากพอสำหรับข่าว สารคดีสามารถเอื้อให้ผู้อ่านได้รับ รูถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน หรือตระหนักถึงสิ่งที่นึกไม่ถึงในชีวิตประจำวัน

5. **ไม่ล้าสมัย** เมื่อเปรียบเทียบกับข่าว สารคดีจะได้เปรียบในแง่ของอายุ ความทันสมัยยาวนานกว่า ทั้งนี้เพราะองค์ประกอบของความสด ความรวดเร็วเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของข่าว หากข่าวไม่ทันเหตุการณ์ ถือว่าข่าวชิ้นนั้น ไม่มีคุณค่าอีกต่อไป สำหรับสารคดีมีคุณค่ายืนนานกว่าเพราะคุณสมบัติสำคัญของสารคดีคือความบันเทิง และสาระความรู้ การเขียนสารคดีผู้เขียนมีโอกาสและเวลาในการรวบรวมกลั่นกรองข้อมูลข้อเท็จจริงได้มากกว่า แสวงหารายละเอียดได้กว้างขวางและลึกซึ้งกว่า นอกจากนั้นยังมีเวลาเรียบเรียงขัดเกลาให้สละสลวยน่าอ่าน โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของเนื้อที่และเวลามากนัก สารคดีเรื่องเดียวกับข่าวใน ข้อมูลเดียวกัน แต่แตกต่างทางแง่มุม สามารถนำเสนอในเวลาใดก็ได้ อาจเสนอหลังข่าว 3-4 วัน เป็นสัปดาห์ โดยข้อเขียนนั้นไม่ล้าสมัย เสื่อมคุณภาพแต่อย่างใด ผู้อ่านสามารถหยิบอ่านได้ทุกเวลา โดยไม่ต้องกังวลว่าจะล้าช้าเกินไป ทั้งนี้ก็เพราะลีลา การเขียนเนื้อหาและรูปแบบที่คงความทันสมัยอยู่เสมอ

6. **ความยาวของสารคดี** แม้ว่าคุณสมบัติข้อนี้จะไม่เด่นชัดนัก แต่ก็มีความแตกต่างจากข้อเขียนอื่นในสื่อสิ่งพิมพ์อยู่บ้าง กล่าวคือการนำเสนอสารคดี ผู้เขียนมีเจตนาจะให้ข่าวสาร สาระที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง เมื่ออ่านจบแล้ว ผู้อ่านจะได้ภาพรวมอย่างค่อนข้างสมบูรณ์ในสิ่งที่เสนอออกไป ผู้เขียนสารคดีจึงมีอิสระที่จะให้ความยาวเท่าใดก็ได้ ตราบใดที่ต้องการให้เกิดความสมบูรณ์ของข้อเขียนอย่างครบถ้วน บรรณาธิการเองมักอ่านวยเนื้อที่ให้ลงพิมพ์ได้ทั้งหมดทั้งเรื่อง โดยไม่ตัดตอนให้เสียความ ปกติสารคดีในหนังสือพิมพ์มักไม่นิยมพิมพ์เพื่อให้ผู้อ่านรออ่านตอนต่อไปในวันรุ่งขึ้น นอกจากว่าผู้เขียนเจตนาจะเสนอเรื่องราวเป็นตอนๆ จบในตัวเอง จัดเป็นสารคดียาวโดยเนื้อหา อย่างไรก็ตามความยาวของสารคดีมีได้ตั้ง

แต่ 3-4 ย่อหน้าขึ้นไปจนเต็มหน้าหนังสือพิมพ์ ประการสำคัญผู้เขียนควรคำนึงถึงจุดสนใจของเรื่องด้วย สารคดีที่ยาวเกินไปโดยไม่จำเป็น ไม่คำนึงถึงความสนใจหลักของกลุ่มเป้าหมาย ขาดจุดสนใจที่ชัดเจนแน่นอน ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารคดีที่ลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ไม่ควรจะยาวมากจนเกินไป เพราะผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะให้ความสำคัญกับข่าวมากกว่า ดังนั้นเมื่ออ่านสารคดีจึงมักต้องการเนื้อหาที่เป็นสาระมากกว่าการเล่าสำนวน หรืออรรถรสทางภาษาเท่านั้น ส่วนสารคดีในนิตยสารซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ความบันเทิงเป็นหลักอยู่แล้วนั้น ผู้เขียนสามารถเขียนให้ยาวเท่าใดก็ได้ สามารถใช้สำนวน ภาษา สำนวนได้อย่างเต็มที่ เพราะผู้อ่านนิตยสารมีพื้นฐานความสนใจ ต้องการพักผ่อนคลายความเครียดอยู่แล้ว

ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม จุดสนใจ ความชัดเจนของเนื้อหา ข้อมูล และความสมบูรณ์ของเรื่อง เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเขียนสารคดีที่ดี ความยาวเป็นองค์ประกอบที่เกือบจะไม่สำคัญเลย ตราบใดที่ผู้เขียนสามารถให้ความสมบูรณ์ของข้อเขียนตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย