

## บทที่ 2

### ทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความสอดคล้องของการกำหนดวาระข่าวสารระหว่างหนังสือพิมพ์ ผู้นำทางความคิด และประชาชน ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) กับแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางความคิดและการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Opinion Leadership & The Two-step Flow Model) เป็นแนวทางหลักในการศึกษา ดังนี้

#### การกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)

การกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) เป็นแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนซึ่งเสนอว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสาร

จุดเริ่มต้นของแนวคิดนี้ เกิดขึ้นในปี 1922 เมื่อ Walter Lippmann ใช้คำว่า "picture in our heads" โดยเสนอความเห็นที่ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญช่วยให้คนเราได้รับรู้และเรียนรู้สถานการณ์ต่างๆ ซึ่งตามปกติแล้วเราไม่มีโอกาสสัมผัสด้วยตนเอง (Lippman , 1922. อ้างถึงใน Protess & McCombs , 1991)

ต่อมาในปี 1963 Bernard Cohen ได้ตั้งข้อสังเกตว่า "สื่อมวลชนไม่ประสบความสำเร็จในการที่จะบอกประชาชนว่าควรคิดอะไร แต่กลับประสบความสำเร็จในการบอกประชาชนว่า ควรคิดเกี่ยวกับอะไร" (Cohen , 1963. อ้างถึงใน Protess & McCombs , อ้างแล้ว)

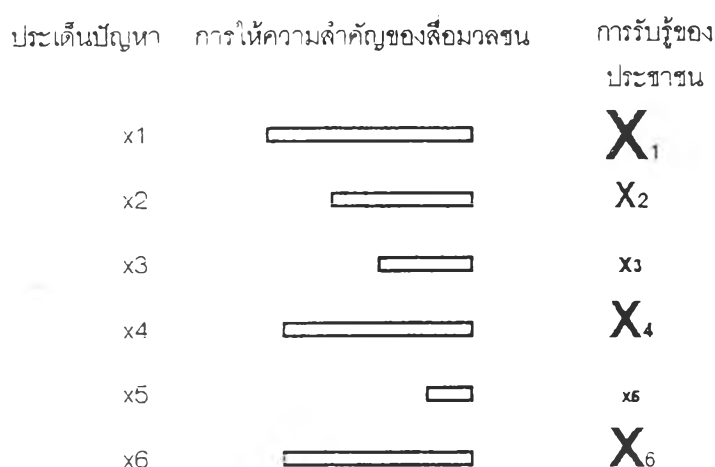
แนวคิดนี้มีการวิจัยอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมครั้งแรก โดย McCombs และ Shaw ทำการศึกษาเรื่อง The Agenda-Setting Function of Mass Media พบว่า หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดวาระข่าวสารในการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งในมลรัฐ North Carolina ในช่วงรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีเมื่อปี 1972 (McCombs & Shaw , 1972)

หลังจากนั้นก็มียุคของการงานวิจัยจำนวนมากที่สนใจศึกษาแนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร โดยมุ่งไปยังประเด็นที่ว่า การกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ

โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสื่ออื่นๆ มีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของคนในสังคม หากสื่อมวลชนเสนอข่าวสารใดหรือเลขที่ที่จะเสนอข่าวสารใด ประชาชนก็จะคิดว่าข่าวสารที่น่าเสนอมากๆ นั้นมีความสำคัญมาก ขณะที่ข่าวบางข่าวไม่ถูกนำเสนอหรือเสนอน้อยคนในสังคมก็จะคิดว่าเป็นเรื่องที่ไม่สำคัญ

ในช่วงเวลากว่า 30 ปี ที่ผ่านมา มีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวาระข่าวสารของสื่อมวลชน กับวาระข่าวสารของคนในสังคม โดยช่วงแรกการวิจัยมุ่งไปที่ อิทธิพลของวาระข่าวสารของสื่อมวลชนซึ่งมีต่อคนในสังคม

โดยใช้แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ McCombs และ Shaw ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1.1 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ McCombs และ Shaw

จากแผนภาพที่ 1.1 สามารถอธิบายได้ว่า ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมซึ่งแทนด้วย X<sub>1</sub> , X<sub>2</sub> , X<sub>3</sub> , X<sub>4</sub> , X<sub>5</sub> และ X<sub>6</sub> มีความสำคัญในตัวเองเท่ากัน แต่เมื่อสื่อมวลชนนำประเด็นเหล่านี้มาเสนอต่อสาธารณชน ก็มีการให้น้ำหนักของแต่ละประเด็นปัญหาที่แตกต่างกันออกไป ปรากฏตามความถี่ เนื้อที่ และน้ำหนักความสำคัญของข่าวที่น่าเสนอ ดังแสดงด้วยรูปแท่งตามแนวนอนที่มีขนาดไม่เท่ากัน และเมื่อประชาชนได้รับบริโภคว่าสารจากสื่อมวลชนแล้ว ก็เกิดการรับรู้หรือตระหนักในประเด็นปัญหาทั้ง 6 ประเด็นแตกต่างกันไปตามน้ำหนักความสำคัญที่สื่อมวลชนเสนอ

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยที่ศึกษาในแนวทางนี้ได้แก่ บุญเลิศ สุภคิลก ศึกษาเรื่อง “สื่อมวลชนและหน้าที่การกำหนดวาระทางการเมืองในสังคมไทย” โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ คือ ไทยรัฐและสยามรัฐ ว่ามีการเสนอข่าวการเมืองมากน้อยเพียงไร ควบคู่ไปกับการสำรวจความตระหนักในความสำคัญของปัญหาของประชาชน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง พบว่า สื่อมวลชนสามารถทำให้คนตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา โดยหัวข้อข่าวที่สื่อมวลชนเสนอมีความสัมพันธ์เชิงสอดคล้องกับหัวข้อหรือประเด็นปัญหาที่ประชาชนกล่าวถึง (บุญเลิศ สุภคิลก , อ้างถึงใน วรรณศิริ โมรากุล , 2539)

วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา ทำการศึกษาเรื่อง “หนังสือพิมพ์ไทยกับหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร” โดยวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ 4 ชื่อฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน และสยามรัฐ ในช่วงวันที่ 1 ตุลาคม-31 ธันวาคม 2533 และสำรวจความคิดเห็นจากผู้อ่านในเขตปทุมวันจำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ให้ความสำคัญกับหัวข้อข่าวในช่วงนั้นสอดคล้องกัน แต่อันดับความสำคัญของหนังสือพิมพ์กับประชาชนไม่มีความสอดคล้องกัน (วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา , 2534)

คนยา ชัชชนก ทำการศึกษาเรื่อง “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวันจังหวัดเชียงใหม่ กับการกำหนดวาระข่าวสารการพัฒนาให้แก่ชุมชน” โดยวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ 4 ชื่อฉบับ คือ ไทยนิวส์ เชียงใหม่นิวส์ กรุงเทพธุรกิจภาคเหนือ และผู้จัดการรายวันภาคเหนือ ในช่วงวันที่ 1 สิงหาคม-31 ตุลาคม 2537 และสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน รวมทั้งสำรวจความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่พัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 32 คนพบว่า วาระข่าวสารการพัฒนาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวันจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับวาระข่าวสารการพัฒนาของประชาชน และสอดคล้องกับวาระข่าวสารของเจ้าหน้าที่พัฒนา โดยมีหัวข้อข่าวที่ถูกจัดอันดับความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งเหมือนกันคือ ปัญหาขยะ

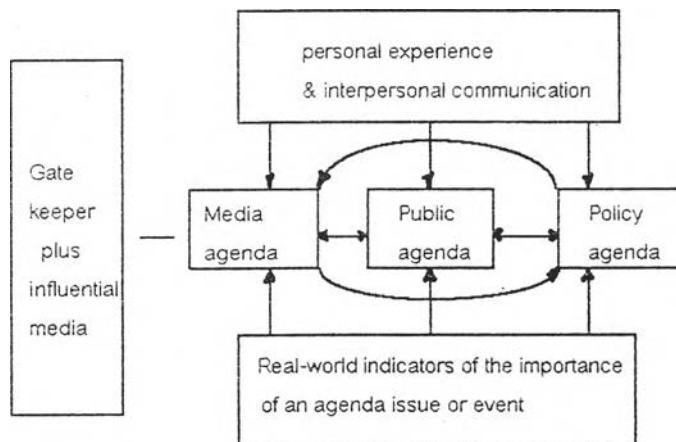
นอกจากนี้ยังพบว่า วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มีเจ้าของเป็นคนท้องถิ่น (ไทยนิวส์และเชียงใหม่นิวส์) มีความสอดคล้องกับวาระข่าวสารของประชาชน มากกว่า วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่อยู่ในเครือหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง คือ กรุงเทพธุรกิจภาคเหนือและผู้จัดการรายวันภาคเหนือ (คนยา ชัชชนก , 2538)

จากแนวคิดและงานวิจัยที่กล่าวมา ทำให้สามารถสรุปเป็นข้อสมมติฐานเพื่อตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ว่า

สมมติฐานที่ 1 วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์สอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน

การศึกษาเรื่องของการกำหนดวาระข่าวสาร มิได้จับลงเพียงการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของคนในสังคม เพราะในสภาพความเป็นจริงยังมีตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการกำหนดวาระข่าวสาร

ในปี 1987 Rogers และ Dearing (อ้างถึงใน McQuail & Windahl ,1993) ได้เสนอแบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารซึ่งมีความซับซ้อนกว่าแบบจำลองแรก โดยระบุว่าในกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารประกอบด้วยบุคคล 3 กลุ่ม คือ สื่อมวลชน สาธารณชน และหน่วยงานหรือองค์กรรัฐ ซึ่งมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยมีปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญ คือ ประสบการณ์ส่วนบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคล และสถานการณ์แวดล้อม ดังแผนภาพที่ 1.2



แผนภาพที่ 1.2 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของ Rogers และ Dearing

แบบจำลองนี้เกิดขึ้นหลังจาก Rogers และ Dearing ได้ทำการวิจัยและพบว่า 1.สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของคนในสังคมโดยตรง 2.วาระข่าวสารของคนในสังคม (หรือความคิดเห็นของคนในสังคมต่อประเด็นปัญหา) มีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของรัฐ เช่น กรณีที่นักการเมือง

จะกำหนดนโยบายทางการเมืองตามที่ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งต้องการ 3. วาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้รับอิทธิพลบางส่วนจากรัฐในกรณีที่นักการเมืองเป็นผู้ให้ข่าวแก่สื่อมวลชน 4. ในบางประเด็นปัญหา สื่อมวลชนได้รับอิทธิพลโดยตรงและรุนแรงจากรัฐ และ 5. วาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้รับอิทธิพลโดยตรงจากแหล่งอื่น ๆ อีกหลายแหล่ง รวมทั้ง “สถานการณ์โลก” ซึ่งมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นตลอดเวลา

Rogers และ Dearing ได้เสนอข้อคิดเห็นว่า การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสารนั้น ควรจะมีการศึกษาควบคู่ไปกับกับแนวคิดอื่น ๆ เพื่อโดยนำส่วนที่เกี่ยวข้อกันมาเชื่อมโยงกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้้นำแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางความคิด และการสื่อสารแบบสองขั้นตอนมาประยุกต์เข้ากับการกำหนดวาระข่าวสาร ดังจะได้นำเสนอต่อไป

#### แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางความคิด และการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Opinion Leadership Concept & The Two-step Flow Model)

“ผู้นำทางความคิด” ตามปกติจะเป็นคำที่ใช้เรียกบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่นด้วยวิธีไม่เป็นทางการ ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากผู้นำที่เป็นทางการซึ่งมีอำนาจเหนือผู้อื่นโดยตำแหน่ง

Lassay กล่าวว่า การเป็นผู้นำหมายถึง การมีอิทธิพลต่อผู้อื่น โดยผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่าง (W.R. Lassay , อ้างถึงใน สเลธิช เซช ประทับ , 2525)

ขณะที่ Rogers และ Svenning ระบุว่า การเป็นผู้นำ คือ การที่บุคคลสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่นตามที่ต้องการ (Rogers & Svenning , อ้างถึงใน สเลธิช เซชประทับ , อ้างแล้ว)

หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การเป็นผู้นำทางความคิดอาจหมายถึง ความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างสม่ำเสมอตามที่ต้องการ แต่เป็นการมีอิทธิพลอย่างไม่เป็นทางการ ดังที่ Rogers และ Shoemaker ได้สรุปไว้ว่า การเป็นผู้นำทางความคิด หมายถึง “ระดับความสามารถที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะมีอิทธิพลเหนือทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคลอื่นด้วยวิธีที่ไม่เป็นทางการ และสามารถมีอิทธิพลได้ค่อนข้างบ่อยตามที่บุคคลนั้นต้องการ” (Rogers & Shoemaker , 1971)

แนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำทางความคิด หรือ Opinion Leadership เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับแบบจำลองการสื่อสารสองขั้นตอน หรือ The Two-step Flow Model

ในยุคต้น ๆ ของการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน แบบจำลองการสื่อสารที่มีชื่อว่าแบบจำลองการสื่อสารแบบเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Model) ได้รับความเชื่อถืออย่างมากภายใต้แนวคิดที่ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมาก มีผลโดยตรง และในทันที คอผู้รับสารจำนวนมาก เป็นแนวความคิดที่สอดคล้องกับหลักจิตวิทยาเรื่องสิ่งเร้า (Stimulus) และการตอบสนองสิ่งเร้า (Respons) โดยขีดหลักการว่าเมื่อมีสิ่งเร้า คนเราจะตอบสนองสิ่งเร้านั้นโดยอัตโนมัติ เหมือนกับการสื่อสารมวลชนที่เมื่อสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารสู่ผู้รับสารแล้ว ผู้รับสารจะมีการตอบสนองในทันที ด้วยปฏิกิริยาที่เหมือนกันทั้งสังคม

แบบจำลองการสื่อสารแบบเข็มฉีดยา มีความเชื่อพื้นฐานที่ว่า สื่อมวลชนเปรียบเสมือนเข็มฉีดยาที่คอยฉีดยา (ข้อมูลข่าวสาร) ไปสู่ร่างกายมนุษย์ (ผู้รับสาร) โดยผู้รับสารนั้นมีความเชื่อขาหรือไม่มีความคิดต่อต้าน ป้อนข้อมูลอะไรเข้าไปก็จะรับไว้ทั้งหมด มีปฏิกิริยาตอบสนองตามที่ผู้ส่งสารต้องการทุกประการ และผู้รับสารทุกคนในสังคมจะมีลักษณะทุกอย่างเหมือนกัน

ข้อสนับสนุนที่ช่วยให้แบบจำลองดังกล่าว น่าเชื่อถือ ได้แก่ การยกตัวอย่างเหตุการณ์ในอดีตเข้ามาอ้างอิง เช่น บทบาทของหนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาที่สร้างทัศนคติของประชาชนทั้งประเทศให้เกิดความรักชาติและชิงชังศัตรูช่วงสงครามระหว่างอเมริกากับสเปน , การโฆษณาชวนเชื่อของ Hitler อดีตผู้นำเยอรมนี ที่ประสบความสำเร็จอย่างยิ่งในการสร้างความรักชาติและเชื่อมั่นในลัทธินาซี ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้น (เสถียร เขยประทับ , อ้างแล้ว)

แบบจำลองการสื่อสารแบบเข็มฉีดยาหมดความสำคัญลง เมื่อมีการค้นพบว่าแบบจำลองดังกล่าวไม่ได้อธิบายการสื่อสารอย่างถูกต้องครบถ้วน โดย Lazarsfeld , Berelson และ Guadet ทำการวิจัยเพื่อศึกษาว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการออกเสียงลงคะแนนเลือกตั้งอย่างไร ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 1940 ทั้งนี้เพื่อทดสอบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการออกเสียงเลือกตั้งของประชาชนตามแนวคิดของแบบจำลองดังกล่าวหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนแทบจะไม่มีอิทธิพลต่อการออกเสียงลงคะแนนของประชาชน แต่กลับพบว่าอิทธิพลจากการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ ผู้นำทางความคิด ได้รับการยอมรับว่าเป็นตัวแปรแทรกซ้อนสำคัญ (Important Intervening) ที่เข้ามาคั่นกลางระหว่าง ข่าวสารจากสื่อมวลชนกับผลจากการสื่อสารนั้น ซึ่งวัดจาก

พฤติกรรมของผู้รับสาร (Lazarsfeld , Berelson & Guadet , 1944. อ้างถึงใน Pira Chirasopone , 1983)

แบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (The Two-step Flow Model) จึงถือกำเนิดขึ้น ภายใต้แนวคิดที่ว่า “ความคิดจะไหลจากสื่อวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ ไปยังผู้นำทางความคิด และไหลจากผู้นำทางความคิดต่อไปยังประชาชนที่มีความกระตือรือร้นน้อยในสังคม” (Lazarsfeld , Berelson & Guadet , 1944. อ้างถึงใน Rogers & Shoemaker , 1971)

Merton ได้ทำการศึกษาต่อจากงานวิจัยของ Lazarsfeld และคณะ โดยวิจัยเกี่ยวกับผู้นำทางความคิดในเมือง Rovere มลรัฐ New Jersey เขาเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 86 คน และถามว่าใครคือผู้ที่กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ขอข้อมูลหรือคำปรึกษา เพื่อจะดูว่าใครบ้างที่เป็นผู้นำทางความคิดของกลุ่มตัวอย่าง และหลังจากนั้นได้ศึกษาคุณสมบัติของผู้นำทางความคิดเหล่านั้น ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำทางความคิดมี 2 ประเภท คือ 1. ผู้นำทางความคิดที่อยู่ในท้องถิ่น และ 2. ผู้นำทางความคิดที่ไม่ใช่คนท้องถิ่น (เป็นผู้นำความคิดแบบที่มีความรู้มากกว่า) และพบด้วยว่า มีความเป็นไปได้สูงที่ผู้รับสารจะได้รับอิทธิพลจากผู้นำทางความคิดซึ่งมีสถานะทางสังคมเหมือนกัน มากกว่าจากผู้นำทางความคิดซึ่งมีสถานะทางสังคมต่างออกไป (Merton , อ้างถึงใน Pira Chirasopone , อ้างแล้ว)

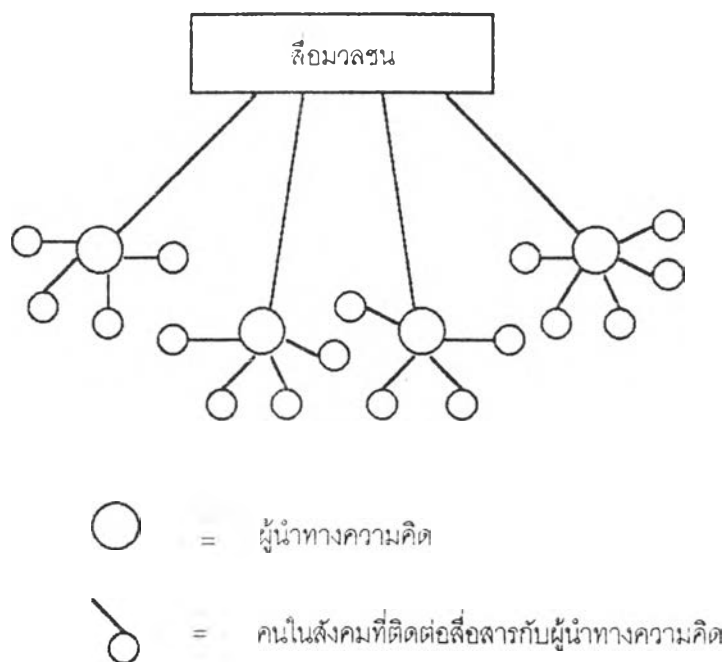
Katz และ Lazarsfeld ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการไหลของอิทธิพลที่ข่าวสารมีต่อผู้รับสารในทางสังคม การตลาด แฟชั่น และความเคลื่อนไหวในวงการภาพยนตร์ โดยศึกษาจากกลุ่มสตรีในเมือง Decatur มลรัฐ Illinois ผลการวิจัยพบว่าบุคคลจะตัดสินใจด้วยตัวเองสำหรับทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และกล่าวได้ว่าผู้นำทางความคิดจะมีอิทธิพลเฉพาะในบางเวลา และบางประเด็นเท่านั้น ผลการวิจัยยังพบด้วยว่า คนที่จะเป็นผู้นำทางความคิดนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคม (who one is) เท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลนั้นมีความรู้เรื่องอะไร (what one knows) และเขาอยู่ที่ไหน (where one is located) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้นำทางความคิดมักจะอยู่ในกลุ่มคนใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อนฝูง สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนบ้าน (Katz & Lazarsfeld , 1955. อ้างถึงใน Pira Chirasopone , อ้างแล้ว)

Katz ได้สรุปแนวคิดของแบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอน ดังนี้

- 1) ความคิดส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะรับการเผยแพร่ข่าวสารและนวัตกรรม
- 2) ผู้นำทางความคิด มีอยู่ในทุกหน่วยของสังคมและทุกสถานะทางสังคม

3) ผู้นำทางความคิดเป็นผู้ที่เปิดรับสื่อมากกว่าคนที่รับอิทธิพลไปจากเขา

Katz และ Lazarsfeld ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอน ดังแผนภาพที่ 1.3



แผนภาพที่ 1.3 แบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอนของ Katz และ Lazarsfeld

จากแบบจำลองดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การไหลของข่าวสารสามารถแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นแรก เป็นการไหลของข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้นำทางความคิด เป็นการถ่ายทอดข่าวสาร ส่วนขั้นที่สอง ข่าวสารจะไหลจากผู้นำทางความคิดไปยังประชาชนที่เป็นผู้ตามความคิด เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายของอิทธิพล (เสถียร เซขประทับ , อ้างแล้ว)

มีนักวิจัยจำนวนมากที่ให้ความสำคัญแก่สื่อบุคคลในการกำหนดวาระข่าวสาร นอกเหนือไปจากการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนและวาระข่าวสารของสาธารณชน งานวิจัยหลายเรื่องพบว่า สื่อบุคคล ซึ่งหมายรวมถึงผู้นำทางความคิด มีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสารของคนในสังคม



งานวิจัยของ Atwood , Sohn และ Sohn เรื่อง Daily Newspaper Contributions to Community Discussion ซึ่งเก็บข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 1975 ด้วยการสัมภาษณ์ประชาชนจำนวน 150 คน จากเมืองเล็ก ๆ แห่งหนึ่งในมลรัฐ South California โดยใช้ 2 คำถามหลัก คือ 1.เมื่อวานนี้ท่านอ่านข่าวเรื่องอะไร? 2.เมื่อวานนี้ท่านพูดคุยเรื่องอะไรกับเพื่อนหรือคนในครอบครัว? ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวันที่จำหน่ายในเมืองนั้น ในช่วง 2 เดือนก่อนการสำรวจ

ผลการวิจัยพบว่า วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์สอดคล้องกับหัวข้อข่าวที่ประชาชนอ่าน และสอดคล้องกับเรื่องที่ประชาชนพูดถึง นั่นคือหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อเรื่องที่ประชาชนพูดถึง แต่หนังสือพิมพ์ก็ไม่ได้เป็นแหล่งที่มาเพียงแห่งเดียวของข่าวสารดังกล่าว สื่อบุคคลเป็นตัวกลางที่สำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารหลายประเด็นที่ปรากฏน้อยในหนังสือพิมพ์ (Atwood , Sohn & Sohn ,1978)

Lasorsa และ Wanta ทำการวิจัยโดยวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชน 4 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ระดับชาติ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รายการข่าวโทรทัศน์ และนิตยสารระดับชาติ เป็นเวลา 4 สัปดาห์ แบ่งข่าวออกเป็น 13 หัวข้อ และจัดอันดับ 1-13 หลังจากนั้นได้สัมภาษณ์ประชาชนในเมือง Austin มลรัฐ Illinois จำนวน 624 คน โดยสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การสื่อสารระหว่างบุคคล ความเห็นทางการเมือง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และถามว่าประเด็นปัญหาของประเทศที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสำคัญที่สุดในขณะนั้นคือเรื่องใด โดยให้ตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้นหรือน้อยลงได้ เพราะเรื่องที่พูดถึงนั้นบางส่วนมาจากการพูดคุยกับผู้อื่น บางส่วนก็มาจากประสบการณ์เดิม นอกจากนี้ ประชาชนจะใช้สื่อมวลชนเพื่อยืนยันความมั่นใจในกรณีที่เขาไม่มีประสบการณ์หรือ ไม่มีความรู้เพียงพอในเรื่องที่พูดถึง (Lasorsa & Wanta , 1990)

Wanta และ Wu ได้ศึกษาเปรียบเทียบที่มาของข้อมูลระหว่าง สื่อมวลชนกับสื่อบุคคล โดยวิเคราะห์เนื้อหาข่าวจากรายการข่าวโทรทัศน์ 2 รายการ และหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ เป็นเวลา 4 สัปดาห์ หลังจากนั้นจึงสัมภาษณ์ประชาชนจำนวน 341 คน ในเมือง Jackson County มลรัฐ Illinois ในช่วง 3 สัปดาห์ก่อนมีการเลือกตั้งทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อมีผลต่อความสอดคล้องระหว่างวาระข่าวสารของสื่อมวลชนกับวาระข่าวสารของประชาชน นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นแรงเสริมให้กับสื่อมวลชน เมื่อเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่ในเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอมาก แต่ถ้าเรื่องที่เกิดขึ้นนั้นมีการนำเสนอในสื่อมวลชนน้อย การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเข้ามามีอิทธิพลมากกว่า คือ ผู้อ่านจะมีความเห็นสอดคล้องกับประชาชนในกลุ่มเดียวกับตนเองมากกว่า (Wanta & Wu, 1992)

Brosius และ Weimann พยายามที่จะศึกษาว่าใครคือผู้ที่กำหนดวาระข่าวสารที่แท้จริงระหว่างสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสาธารณชน การไหลของข่าวสารมีทิศทางเช่นไร และสื่อบุคคลมีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสารอย่างไร โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากรายการข่าวโทรทัศน์ในประเทศเยอรมนี จำนวน 3 สถานี ในช่วงเดือนกันยายน 1990-ธันวาคม 1992 และทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเยอรมนีตะวันตก 28 ครั้ง เยอรมนีตะวันออก 27 ครั้ง โดยในแต่ละพื้นที่ทำการสำรวจเดือนละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างครั้งละไม่ต่ำกว่า 1,000 คน

ผลการวิจัยยังไม่สามารถหาข้อสรุปที่แน่ชัดว่า ใครคือผู้กำหนดวาระข่าวสาร แต่ก็มีผลบางประการที่แสดงว่า สื่อบุคคลมีบทบาทระดับหนึ่งในการกำหนดวาระข่าวสาร โดยผลการสำรวจแต่ละครั้งปรากฏว่าสื่อมวลชน สื่อบุคคล และประชาชน มีโอกาสเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารได้ ทั้ง 3 กลุ่ม (Brosius & Weimann, 1996)

งานวิจัยของ พีระ จิรโสภณ ศึกษาลักษณะของผู้นำความคิดที่มีความแตกต่างจากผู้ตามความคิด โดยตั้งข้อสมมติฐานว่ามีตัวแปร 8 ประการที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างผู้นำทางความคิดกับผู้ตามความคิด คือ เปิดรับสื่อสารมวลชนมากกว่า , มีการสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่า , มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนมากกว่า , มีโอกาสออกจากชุมชนไปในเมืองมากกว่า , เป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่า , มีสถานะทางสังคมสูงกว่า , มีการศึกษาสูงกว่า และมีอายุมากกว่า

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรลำดับที่ 1-6 สามารถแสดงความแตกต่าง หรือ เป็นเครื่องวัดว่าใครเป็นผู้นำทางความคิดและใครเป็นผู้ตามความคิด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ปัจจัยด้านการศึกษาและอายุไม่มีผลต่อการเป็นผู้นำหรือผู้ตามความคิด

อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยที่ชี้ชัดว่า ระดับการศึกษา มีผลต่อการเป็นผู้นำทางความคิด เช่น การวิจัยของ Rogers & Van Es (1964) , งานวิจัยของ Ascroft (1969) , งานวิจัยของ Jacobs (1966)

งานวิจัยของ Lerner (1958) , Rogers & Van Es (1964) ระบุว่าอายุมีผลต่อภาวะการเป็นผู้ นำทางความคิด ขณะที่งานวิจัยของ Feldman & Spencer (1965) ได้ข้อสรุปว่า บุคคลทุกวัยสามารถ เป็นผู้ นำทางความคิดได้ แต่มีแนวโน้มว่าบุคคลที่ได้รับคำแนะนำจากผู้ นำทางความคิดมักจะมีอายุ น้อยกว่า (Pira Chirasopone , 1983)

พรทิพย์ เข็นจะบก ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนกับ พฤติกรรมการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี เขตเทศบาลนครเชียงใหม่” พบว่า ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ คือ การศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของ สตรีที่แตกต่างกัน อายุและการเปิดรับสื่อบุคคลมีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม (พรทิพย์ เข็นจะบก . 2527)

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว ทำการศึกษาเรื่อง “ข่าวสารการเมืองของคนไทย” พบว่า คนไทยมีความรู้ ทางการเมืองในระดับปานกลางค่อนข้างสูง การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อ ความรู้ทางการเมือง ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ และเพศ มีอิทธิพล ต่อระดับการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว , 2526)

เสรี วงษ์มณฑา ทำการสำรวจความคิดเห็นทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรม ศาสตร์และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 640 คน ในปี 2520 ผลปรากฏว่า แหล่งข่าวสารทางการเมือง ที่สำคัญของนักศึกษาคือหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ นักศึกษาที่เปิดรับสื่อมากจะมี ความตระหนักในประเด็นปัญหาทางการเมืองมาก นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น เพื่อนและญาติ มีผลต่อการเรียนรู้และความสนใจทางการเมืองของนักศึกษาด้วย (เสรี วงษ์ มณฑา , 2521. อ้างถึงใน จริญญา เจริญสุขใส , 2539)

อำพล สิงห์โกวินทร์ และสวัสดิ์ กฤตรัชตนันท์ ทำการวิจัยเรื่อง “ความตื่นตัวทางการเมือง กับการสื่อสาร” โดยสำรวจประชาชนในอำเภอปทุมรัตน์ จังหวัดร้อยเอ็ด และอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า หนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีส่วนสำคัญให้ ประชาชนในชนบทมีความรู้ทางการเมือง ขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นส่วนสำคัญที่ สร้างความเข้าใจทางการเมืองให้กับชนในชนบท

นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารแบบสองชั้นตอน ซึ่งใช้ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการ เผยแพร่ข่าวสาร เป็นการสื่อสารที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองให้

กับคนในชนบทอีกด้วย (อำพล สิงห์โกวินทร์ และสวัสดิ์ กฤตรัชตพันธ์. อ้างถึงใน จริยญา เจริญสุขไส , อ้างแล้ว)

จากงานวิจัยที่กล่าวมา จะเห็นว่า การเปิดรับสื่อ คือ การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง นิตยสาร และสื่อบุคคล มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้ ความตระหนักในประเด็นปัญหา ความเข้าใจ ตลอดจนการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางการเมือง

ขณะเดียวกัน สื่อบุคคลน่าจะเป็นตัวแปรหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดวาระข่าวสารของคนในสังคม

ซึ่งในบรรดาสื่อบุคคลที่มีอยู่ในสังคมนี้ ผู้นำทางความคิดเป็นสื่อบุคคลประเภทหนึ่งที่เป็นผู้นำทิศทางความต้องการของสังคมได้โดยผ่านสารสนเทศหรือการให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

โดยเฉพาะในสังคมชนบทของประเทศไทยซึ่งอยู่ห่างไกลเมืองใหญ่ ระดับการศึกษายังไม่สูง ประชาชนยังเน้นการใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก โอกาสที่สื่อหนังสือพิมพ์จะเข้าถึงทุกครัวเรือนมีไม่มากนัก ผู้นำทางความคิดจึงมีโอกาที่จะเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ได้มากกว่า และหากหนังสือพิมพ์เป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารให้กับผู้นำทางความคิดจริง ๆ ก็น่าจะเป็นไปได้ว่า วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์มีความสอดคล้องกับวาระข่าวสารของผู้นำทางความคิด จึงนำไปสู่สมมติฐานข้อ 2 ว่า

สมมติฐานที่ 2 วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ สอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด

จากการที่คนในชนบทมีความสัมพันธ์กันมากกว่าคนในเมือง การรับฟังความคิดเห็นจากสื่อบุคคล โดยเฉพาะผู้นำทางความคิดจึงน่าจะมีมาก ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้ก็มีความเป็นไปได้ว่า วาระข่าวสารของผู้นำทางความคิดจะสอดคล้องกับวาระข่าวสารของประชาชน นำไปสู่สมมติฐานข้อที่ 3 ว่า

สมมติฐานที่ 3 วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด สอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน

และหากสมมติฐานข้อ 1 , 2 และ 3 เป็นจริง ก็น่าที่จะนำไปสู่ข้อสันนิษฐานได้ว่า มีการถ่ายทอดวาระข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน ไปสู่ผู้นำทางความคิด และจากผู้นำทางความคิดไปยังคนในสังคม ตามแนวคิดการสื่อสารแบบสองชั้นคอน

ซึ่งถ้าเป็นเช่นนั้น วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิดกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน ก็น่าจะมีความสอดคล้องกันมากกว่า วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน เนื่องจากผู้ประชาชนได้รับอิทธิพลจากผู้นำทางความคิดมากกว่าจากหนังสือพิมพ์ เป็นที่มาของสมมติฐานในข้อ 4 และ 5 ที่ว่า

สมมติฐานที่ 4 วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด สอดคล้องกันมากกว่า วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองประชาชน

สมมติฐานที่ 5 วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิดกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน สอดคล้องกันมากกว่า วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองประชาชน

### สมมติฐานการวิจัย

จากแนวคิดและงานวิจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวมา สามารถสรุปเป็นสมมติฐาน 5 ข้อ เพื่อตอบคำถามนำวิจัย ดังนี้

1. วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์สอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน
2. วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์สอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด
3. วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิดสอดคล้องกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน
4. วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด สอดคล้องกันมากกว่า วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน
5. วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิดกับวาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน สอดคล้องกันมากกว่า วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์กับวาระข่าวสารทางการเมืองประชาชน

### นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

หนังสือพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน จำนวน 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ และข่าวสด

ผู้นำทางความคิด หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลบึงสนั่น อำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี และได้คะแนน 6-8 คะแนน จากการตอบคำถาม 8 ข้อ เพื่อประเมินการเป็นผู้นำทางความคิดด้วยวิธี Self-Destinating Technique

ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลบึงสนั่น อำเภอชัยบุรี จังหวัดปทุมธานี และได้คะแนน 0-5 คะแนน จากการตอบคำถาม 8 ข้อ เพื่อประเมินการเป็นผู้นำทางความคิดด้วยวิธี Self-Destinating Technique

ข่าวสารทางการเมือง หมายถึง ข่าวที่เป็นประเด็นทางการเมือง หรือมีผลกระทบต่อทางการเมือง เช่น สถานการณ์บ้านเมือง ความขัดแย้งทางการเมือง ความมั่นคงของประเทศ การร่างรัฐธรรมนูญ การเลือกตั้ง การทุจริตหรือราษฎรบังหลวงของข้าราชการประจำและนักการเมือง เป็นต้น

วาระข่าวสารทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ หมายถึง อันดับความสำคัญของข่าวสารทางการเมืองที่วัดจากหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 โดยวัดจากความถี่ เนื้อที่ และน้ำหนักความสำคัญของข่าว

ความถี่ หมายถึง จำนวนครั้งของข่าวสารทางการเมืองแต่ละประเด็นที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541

เนื้อที่ หมายถึง พื้นที่ในการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองแต่ละประเด็นข่าวของหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ประกอบด้วยพาดหัวข่าว เนื้อข่าว ภาพประกอบข่าว และคำบรรยายภาพ วัดเป็นคอลัมน์นิ้ว

น้ำหนักความสำคัญ หมายถึง การกำหนดระดับความสำคัญของข่าวสารทางการเมืองในแต่ละประเด็นของหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 แบ่งเป็น ข่าวนำ ข่าวรอง ข่าวธรรมดา บทบรรณาธิการ บทความ รายงาน สกู๊ป คอลัมน์ประจำ บทสัมภาษณ์ และภาพข่าว วัดโดยกำหนดคะแนนให้ข่าวนำหน้า 1 และบทบรรณาธิการ = 3 คะแนน , ข่าวรองหน้า 1 และสกู๊ปหน้าหนึ่ง = 2 คะแนน , ข่าวนำหน้าใน = 1.5 คะแนน , ข่าวธรรมดาหน้า 1 / ภาพข่าวหน้า 1 / รายงาน / บทความ / บทสัมภาษณ์ / คอลัมน์ประจำ = 1 คะแนน , ข่าวธรรมดาหน้าใน และภาพข่าวหน้าใน = 0.5 คะแนน

ข่าวนำ หมายถึง ข่าวสารทางการเมืองที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ซึ่งถูกจัดอันดับโดยกองบรรณาธิการให้เป็นข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุดในแต่ละวัน วัดโดยการใช้ขนาดตัวอักษรพาดหัวข่าวใหญ่ที่สุด

ข่าวรอง หมายถึง ข่าวสารทางการเมืองที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ซึ่งถูกจัดอันดับโดยกองบรรณาธิการให้เป็นข่าวที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 วัดโดยการใช้ขนาดตัวอักษรพาดหัวข่าวใหญ่เป็นอันดับที่ 2

ข่าวธรรมดา หมายถึง ข่าวสารทางการเมืองที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ซึ่งนอกเหนือจากข่าวนำและข่าวรอง

วาระข่าวสารทางการเมืองของผู้นำทางความคิด หมายถึง อันดับความสำคัญของข่าวสารทางการเมืองระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ที่ประเมินโดยผู้นำทางความคิด กำหนดให้ข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุดอยู่ในอันดับ 1 ข่าวที่มีความสำคัญรองลงมาอยู่ในอันดับ 2, 3, 4, ... จนถึงอันดับ 7

วาระข่าวสารทางการเมืองของประชาชน หมายถึง อันดับความสำคัญของข่าวสารทางการเมืองระหว่างวันที่ 1 มกราคม - 28 กุมภาพันธ์ 2541 ที่ประเมินโดยประชาชน กำหนดให้ข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุดอยู่ในอันดับ 1 ข่าวที่มีความสำคัญรองลงมาอยู่ในอันดับ 2, 3, 4, ... จนถึงอันดับ 7