



อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรม
ที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

โดย

นางสาวอรรวรรณ ศรีสุวรรณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรม
ที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

โดย

นางสาวอรรวรรณ ศรีสุวรรณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE INFLUENCE OF VIEWING AND ATTITUDES TOWARD
GRAPHIC CRIME NEWS ON THE PERCEPTION
OF THE REALITY IN SOCIETY

BY

MS. ORAWAN SRISUWAN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF A ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATION FACULTY OF
JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2020
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวอรรณ ศรีสุวรรณ

เรื่อง

อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรม
ที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2564

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โมไนยพล รณเวช)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ แอนนา จอมพลเสถียร)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



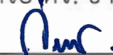
(รองศาสตราจารย์ กัลยกร วรกุลฐานันท์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพูล)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ กัลยกร วรกุลฐานันท์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์

อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าว

อาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพ

ความเป็นจริงในสังคม

ชื่อผู้เขียน

นางสาวอรรรณ ศรีสุวรรณ

ชื่อปริญญา

วารสารศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย

การบริหารสื่อสารมวลชน

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร

ปีการศึกษา

2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” โดยเป็นการวิจัยเป็นเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจาก ผู้ชมที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อด้านรูปแบบการนำเสนอ ในขณะที่การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม พบว่า มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยรับรู้ข่าวสารสังคมในปัจจุบัน โหดร้ายและเต็มไปด้วยความรุนแรง มากที่สุด และข้อค้นพบที่สำคัญในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ทัศนคติต่อด้านรูปแบบการนำเสนอ ทัศนคติต่อด้านเนื้อหา และการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การรับชม, ทัศนคติ, แนวโน้มพฤติกรรม, การรับรู้สภาพความเป็นจริง, ข่าวอาชญากรรม, กราฟิก, ไทยรัฐทีวี, อมรินทร์ทีวี

Thesis Title	THE INFLUENCE OF VIEWING AND ATTITUDES TOWARD GRAPHIC CRIME NEWS ON THE PERCEPTION OF THE REALITY IN SOCIETY
Author	MS.Orawan Srisuwan
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Associate Professor Anna Choompolsathien
Academic Year	2020

ABSTRACT

The objective of the research is to study “the influencer of viewing and attitudes toward graphic crime news on the perception of the reality in society” This is a survey research. Data are collected from viewers aged not less than eighteen years who have watched crime news with graphic illustrations over the last six months on Thairath TV Station (Channel 32) and/or Amarin TV Station (Channel 34). The finding reveals a close ratio of male and female samples. The majority of the samples are between 41 and 50 years old, with a bachelor’s degree, self-employed, and earning an average personal monthly income of 15,001-30,000 baht. They view crime news with graphic illustrations mostly from television media. Most show a positive attitude toward graphic presentation, while their perception of social reality is at a high level. What they perceive most is that social conditions today are cruel and full of violence. An important finding from the research is that the attitude toward the form of presentation, attitude toward contents, and viewing of crime news with graphic illustrations have an influence over the perception of social reality with a statistical significance.

Keywords: viewing, attitude, behavioral tendency, perception of reality, crime news, graphic, Thairath TV, Amarin TV



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถือเป็นความสำเร็จอีกก้าวหนึ่งของชีวิต เป็นความภาคภูมิใจสูงสุดของผู้วิจัยที่ได้ทำตามความฝันในวัยเด็กที่อยากเข้ามาศึกษาที่รั้วเหลืองแดงแห่งนี้สักครั้ง จากวันนั้นจนถึงวันนี้ผ่านเวลามากกว่า 10 ปี ผู้วิจัยได้มีโอกาสมาเป็นลูกแม่โดมอย่างสมบูรณ์และเดินมาถึงปลายทางแห่งความสำเร็จอย่างที่ตั้งใจไว้แล้ว ซึ่งต้องยอมรับว่า ความสำเร็จครั้งนี้ไม่ใช่เรื่องง่ายเลยจริง ๆ วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สอนให้ผู้วิจัยได้รู้ซึ่งถึงความอดทน เข้มแข็ง มุ่งมั่น ตั้งใจ ที่ต้องไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใด ๆ ที่ผ่านเข้ามา

โดยตลอดเวลาที่ได้ทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยได้รับความเมตตาอย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำการแก้ไขปรับปรุง เพื่อพัฒนาในทุกรายละเอียดของงานวิจัย ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความใส่ใจของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โมไนยพล วัฒนเวช ที่กรุณาเสียสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ให้แก่ผู้วิจัย รวมไปถึง รองศาสตราจารย์ กัลยกร วรกุลสถฐานีย์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี ใต้ฟ้าพล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยชี้แนะแนวทาง เต็มเต็มให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ รวมไปถึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์คณะวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และเปิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ๆ ให้แก่ลูกศิษย์คนนี้เป็นอย่างดี ในตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่แดง พี่เปรม โปรต และเอ็ม ที่คอยเป็นกำลังใจให้ในทุก ๆ เวลา เปลี่ยนทุกน้ำตาให้เป็นรอยยิ้มและเติมพลังให้สามารถเดินต่อไปได้ในทุก ๆ ครั้งที่พบกับอุปสรรคมากมาย ขอคุณน้องสา ที่ช่วยเหลือ แนะนำ ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ตั้งแต่ช่วงสอบเข้า มาจนถึงวันที่วิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ ขอคุณมี้ว จอย มอร์ส เนตร เพื่อนสนิทของผู้วิจัยที่เป็นทุกอย่างให้ผู้วิจัยแล้ว ขอคุณพี่เอ็ม เบล ป่าน อาย ที่คอยส่งเสริมการเรียน ทั้งตัวสอบ ทั้งงานกลุ่มให้ผ่านลุล่วงด้วยดีทุกครั้ง ขอคุณมินท์ ที่คอยรับฟัง เป็นพลังบวกให้เสมอ ขอคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ MCA ทุกคนที่ร่วมสร้างความสุขและความทรงจำดี ๆ ในการเรียน ป. โทครั้งนี้ และขอคุณ สัมณ นื่องแก้ว เพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ใน MCM ที่คอยช่วยเหลือ ถึงแม้จะเรียนอยู่คนละสาขากัน ขอคุณ แคนดี้ เพื่อนที่ทำงาน ที่ช่วยสอนวิชากฎหมายให้ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี และขอคุณ กัลยาณมิตรทุกคนที่มีส่วนช่วยสนับสนุนในการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณอีกครั้งจากใจ

นางสาวอรรวรรณ ศรีสุวรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	11
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	11
1.2 ปัญหาคำวิจัย	19
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	19
1.4 สมมติฐานการวิจัย	20
1.5 ขอบเขตการวิจัย	20
1.6 นิยามศัพท์	20
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	23
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่	24
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)	24
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวโทรทัศน์ (Elements of News Programs)	28
2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกราฟิกแอนิเมชันและกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ (Graphic Animation and Graphic in News)	34

Programs)	
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรม (Crime News)	38
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes)	46
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ สื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัล (Television, New Media)	56
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน (Effects of Mass Media)	60
2.5.1 ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ (Perception)	75
2.5.2 ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)	82
2.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับความหวาดกลัวอาชญากรรม (Fear of Crimes)	88
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	92
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน (Ethics and Code of Ethics)	97
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	101
2.9 กรอบการวิจัย	112
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	113
3.1 ประชากร	113
3.2 ขนาดตัวอย่าง	113
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	114
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	115
3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	116
3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คำตอบ	117
3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	123
3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล	125
3.9 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	125

บทที่ 4 ผลการวิจัย	132
4.1 ลักษณะทางประชากร	132
4.2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	134
4.3 ทักษะการคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	138
4.4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม	144
4.5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	146
4.6 การทดสอบสมมติฐาน	149
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	161
5.1 สรุปผลการวิจัย	163
5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	166
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	170
5.4 อภิปรายสมมติฐานการวิจัย	177
5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	188
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	189
รายการอ้างอิง	191
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	205
ภาคผนวก ข	206
ประวัติผู้เขียน	217

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 สถิติฐานความผิดคดีอาญา (หน่วยงานทั่วประเทศ) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562	12
3.1 สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้	126
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	132
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	132
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	133
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	133
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	134
4.6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	134
4.7 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	137
4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	138
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม	144
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	146
4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจจะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	149
4.12 การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามเพศ	150
4.13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอายุ	150
4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามระดับการศึกษา	151

4.15 การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามระดับการศึกษา	151
4.16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบ จำแนกตามอาชีพ	152
4.17 การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอาชีพ	153
4.18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบ จำแนกตามรายได้	155
4.19 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบกับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	155
4.20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบกับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการ รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	156
4.21 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบกับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อไปในอนาคต	157
4.22 ผลการวิเคราะห์การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และ ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้าน รูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ สภาพความเป็นจริงในสังคม	158
4.23 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้าน เนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพล ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม	159
4.24 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และ ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้าน รูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ สภาพความเป็นจริงในสังคม	159
5.1 สรุปสมมติฐานการวิจัย	166

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 สื่อกระแสหลัก (mainstreaming) แยกตามกลุ่มรายได้เพื่อตอบคำถาม “ความหวาดกลัวต่ออาชญากรรมเป็นปัญหาส่วนตัวที่ร้ายแรงมาก	16
1.2 ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี และภาพกราฟิก จำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี	22
2.1 ภาพกราฟิกแอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32)	37
2.2 ภาพกราฟิกแอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)	38
2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทและระยะเวลาของอิทธิพลสื่อมวลชน	64
2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลต่อบุคคลและผลกระทบต่อสังคมของสื่อมวลชน	65
2.5 กระบวนการรับรู้	78
2.6 รูปแบบสำคัญของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมทั่วไป	91
2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา	112

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ทำให้สื่อโทรทัศน์พัฒนาอย่างก้าวกระโดด จากระบบแอนะล็อก (Analog Signal) ไปสู่ระบบดิจิทัล สื่อโทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เปรียบเสมือนกระจกสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม และทรงอิทธิพลต่อผู้ชมในหลายด้าน ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต พฤติกรรม ทัศนคติ ความเชื่อ ตั้งแต่ในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแต่เดิมสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศในประเทศไทย มีทั้งหมด 6 ช่อง ได้แก่ ช่อง Thai PBS ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และช่อง NBT โดยแต่ละช่องมีการนำเสนอรายการข่าวหลากหลายประเภท มุ่งเน้นประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ และยังไม่เกิดการแข่งขันมากนัก จนกระทั่งเมื่อปี 2556 สำนักงานกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้เปิดประมูลคลื่นความถี่ เพื่อให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล โดยการจัดประมูลมีการเสนอราคา รวม 4 ประเภท แบ่งเป็นการเสนอราคาประเภทช่องทั่วไปความคมชัดสูง (HD) 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 23,700 ล้านบาท, ช่องทั่วไปความคมชัดปกติ (SD) 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 15,950 ล้านบาท, ช่องข่าวสารสาระ 7 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 9,238 ล้านบาท และช่องเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ใบอนุญาต รวมมูลค่า 1,974 ล้านบาท รวมวงเงินประมูล ทั้งหมด 50,862 ล้านบาท มีผู้ชนะการประมูลทีวีดิจิทัล 17 ราย ทำให้มีช่องโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอีก 24 ช่องรายการ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2557) ซึ่งจากจำนวนของช่องที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสื่อโทรทัศน์ต้องแข่งขันแย่งชิงเรตติ้ง (Rating) เพื่อแสวงหารายได้จากเม็ดเงินโฆษณา ลดการแบกรับภาระค่าใช้จ่ายจากการประมูลใบอนุญาตฯ ที่มีมูลค่ามหาศาล ดันรณหารายได้จากเม็ดเงินโฆษณาที่มีจำกัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ต้องคัดเลือกข่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่เป็นเป้าหมายหลักของช่อง เพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาด และหันไปให้ความสำคัญกับข่าวที่สามารถเร้าอารมณ์ ดึงดูดความสนใจ สร้างความสะเทือนใจเป็นส่วนใหญ่ และแทบจะไม่ให้ความสนใจกับการรายงานข่าวที่เป็นด้านบวก เพราะข่าวร้ายนั้นจะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับชมได้ง่าย ก่อให้เกิดความความน่าสนใจ น่าติดตาม (พลอย วงษ์วิไล, 2020) และสามารถสร้างเรตติ้งจากผู้ชมได้มากที่สุด ซึ่งข่าวนั้น คือ ข่าวประเภทอาชญากรรม ซึ่งมีจุดเด่นด้านองค์ประกอบข่าวในแง่ผลกระทบ (Consequence) เจื่อนำ

(Suspence) ความขัดแย้ง (Conflict) เพศ (Sex) ความเด่น (Prominence) มีจุดเริ่มต้น สยองขวัญ ในการเร้าอารมณ์ และเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงกับบุคคลสาธารณะในสถานที่ต่าง ๆ (รัตนาวดี นาควานิช, 2547, น. 245) จึงทำให้การนำเสนอข่าวของทุกช่องมีความคล้ายคลึงในด้านเนื้อหา (Content) ประกอบกับผู้ประกอบการโทรทัศน์ต้องการลดต้นทุนการผลิต จึงทำให้หลายช่องหันมาทำ ข่าวอาชญากรรมที่สามารถหาข่าวได้ง่าย เนื่องจากข่าวประเภทนี้มีอัตราการเกิดขึ้นค่อนข้างสูงในแต่ละวัน จะเห็นได้จากสถิติปัญหาเรื่องอาชญากรรมที่เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2557 พบว่า มีอัตราการฆาตกรรม อยู่ที่ร้อยละ 3.9 ต่อประชากรหนึ่งแสนคน และมีจำนวนผู้ที่ติดคุก 461 คนต่อประชากรหนึ่งแสน ซึ่งอยู่ในอัตราที่สูงติดอันดับของโลก (สำนักข่าวไทยพับลิก้า, 2560) จากรายงานสถิติคดีอาญาประจำปี พ.ศ. 2560 ของกองแผนงานอาชญากรรม สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2560 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 พบว่า จำนวนคดีที่รับคำร้องทุกข์ รวมทั้งสิ้น 711,533 คดี และจับกุมได้ 643,942 คดี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับรายงานสถิติคดีอาญาประจำปี พ.ศ. 2562 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 พบว่า จำนวนคดีที่รับคำร้องทุกข์ รวมทั้งสิ้น 787,355 คดี และจับกุมได้ 738,613 คดี ซึ่งการร้องเรียนแบ่งออกเป็นกลุ่มคดีทางร่างกาย ชีวิต และการกระทำทางเพศ กลุ่มด้านทรัพย์สิน ด้านความผิดฐานพิเศษ และคดีที่เกี่ยวกับรัฐที่เป็นผู้เสียหาย จะเห็นได้ว่าการเกิดคดีจำแนกตามกลุ่มคดีต่าง ๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (กองแผนงานอาชญากรรม สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ, 2562) จำแนกตามสถิติความผิดทางอาญา (หน่วยงานทั่วประเทศ) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ในกลุ่มฐานความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ และฐานความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ ได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1

สถิติฐานความผิดคดีอาญา (หน่วยงานทั่วประเทศ) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562

ประเภทความผิด	รับแจ้ง	จำนวนจับกุม		อัตราความผิดต่อประชากรแสนคน
	ราย	ราย	คน	
ฐานความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ	18,130	16,219	20,627	29.80
ฆ่าผู้อื่น (คดีอุกฉกรรจ์)	1,370	1,120	1,567	2.25
ทำร้ายผู้อื่นถึงแก่ความตาย	429	404	564	0.71
พยายามฆ่า	2,086	1,786	2,385	3.43

ตารางที่ 1.1

สถิติฐานความผิดคดีอาญา (หน่วยงานทั่วประเทศ) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 (ต่อ)

ประเภทความผิด	รับแจ้ง	จำนวนจับกุม		อัตราความผิดต่อประชากรแสนคน
	ราย	ราย	คน	
ทำร้ายร่างกาย	10,283	9,425	12,300	16.90
ข่มขืนกระทำชำเรา	1,965	1,704	1,893	3.23
อื่น ๆ	1,997	1,798	1,918	3.28
ฐานความผิดเกี่ยวกับทรัพย์	51,564	38,722	47,190	14.16
ปล้นทรัพย์ (คดีอุกฉกรรจ์)	69	57	163	0.11
ชิงทรัพย์	493	421	506	0.81
วิ่งราวทรัพย์	770	662	772	1.27
ลักทรัพย์	22,523	17,519	21,205	33.58
กรรโชกทรัพย์	140	113	176	0.23
ฉ้อโกง	9,595	5,661	7,541	15.77
ยักยอกทรัพย์	7,071	4,797	5,372	11.62
ทำให้เสียทรัพย์	3,873	3,428	3,865	6.37
รับของโจร	1,180	1,096	1,400	1.94
ลักพาเรียกค่าไถ่	8	4	15	0.01
วางเพลิง	295	244	249	0.48
อื่น ๆ	5,547	4,720	5,926	9.12

หมายเหตุ. จาก ระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า สถิติในกลุ่มฐานความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ มีจำนวนทั้งหมด 18,130 ราย จำนวนที่จับกุมได้ จำนวน 16,219 ราย ประเภทความผิดที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ ความผิดฐานทำร้ายร่างกาย รองลงมาเป็น ความผิดฐานพยายามฆ่า และความผิดอื่น ๆ ตามลำดับ ในส่วนของฐานความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ มีจำนวนทั้งหมด 51,564 ราย จำนวนที่จับกุมได้

38,722 ราย ประเภทความผิดที่เกิดขึ้นมากที่สุด คือ ความผิดฐานลักทรัพย์ รองลงมาเป็น ความผิดฐานฉ้อโกง และความฐานยักยอกทรัพย์ ตามลำดับ

จำนวนของคดีอาชญากรรมที่เกิดขึ้นมากมายประกอบกับจุดเด่นของข่าวอาชญากรรมที่สามารถกระตุ้นอารมณ์ ให้ชวนติดตาม สามารถช่วยเพิ่มเรตติ้งให้สูงขึ้นได้ หากดูจากภาพรวมของสื่อโทรทัศน์ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม 2563 ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่มีการใช้งานต่อวันสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมค่าความนิยมเฉลี่ย (เรตติ้ง) ของสื่อโทรทัศน์ในปี 2563 จะพบว่า รายการข่าวเป็นประเภทรายการมีการเติบโตของเรตติ้งสูงกว่าปี 2562 เกือบตลอดทั้งปี โดยช่วงเวลาและผู้ชมนิยมรับชมโทรทัศน์เป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (เวลา 18.00 - 22.30 น.) มากกว่าช่วงเวลาอื่น ซึ่งในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ช่อง 34 ที่มีการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากที่สุด โดยในทุกเขตพื้นที่รับชมและทุกช่วงอายุ มีเรตติ้งในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (เวลา 18.00 - 22.30 น.) สูงกว่าช่วงนอกเวลาไพรม์ไทม์หลายเท่าตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ชมที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป เรตติ้งการรับชมในช่วงเวลาไพรม์ไทม์คิดเป็นประมาณ 4 เท่าของช่วงนอกเวลาไพรม์ไทม์ (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียง และโทรทัศน์ กสทช., 2564) และหากดูจากจำนวนของข่าวอาชญากรรมที่ถูกนำเสนอในรายการข่าวประจำวัน พบว่า มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด “สถิติข่าวความรุนแรงปี 2561 ตั้งแต่เดือนมกราคม – กรกฎาคม ปี 2561 มีข่าวความรุนแรงในครอบครัวสูงถึง 367 ข่าว เป็นข่าวฆ่ากันตาย 242 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาเป็นข่าวทำร้ายร่างกาย 84 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 22.9 และข่าวฆ่าตัวตาย 41 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 11.2 หากเปรียบเทียบข่าวฆ่ากันตายย้อนหลัง 3 ปี จะเห็นว่า ปี 2561 สถิติสูงสุดกว่าทุกปี โดยปี 2555 มีข่าว ร้อยละ 59.1, ปี 2557 มีข่าว ร้อยละ 62.5 และ ปี 2559 มีข่าวร้อยละ 48.5” (เปิดสถิติข่าวความรุนแรง, 2561) และในปัจจุบันอัตราของการนำเสนอข่าวอาชญากรรมเพิ่มขึ้นจากในอดีตหลายเท่าตัว

“เนื้อหาข่าวอาชญากรรมที่ถูกนำเสนอในสื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีรูปแบบในการเขียนข่าวที่ค่อนข้างตายตัว เนื่องจากการรายงานสถานการณ์ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และต้องเขียนบรรยายอย่างละเอียด เพื่อให้เข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น ต้องระบุชื่อ สกูล อายุ สถานที่อยู่ อาชีพ การแต่งกาย สภาพที่เกิดเหตุ บรรยากาศแวดล้อม ความรู้สึกของผู้ประสบเหตุ ผู้เห็นเหตุการณ์ บรรยายพฤติกรรม รวมไปถึงขั้นตอนการก่อเหตุ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับคดีอาชญากรรมให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมเห็นภาพเหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง (ชูเกียรติ บุญเรืองฤทธิ์, 2547, น. 258) ทำให้หลายช่องต้องจัดกลยุทธ์ นำจุดแข็งต่าง ๆ มาพัฒนารูปแบบการนำเสนอ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ซึ่งในอดีตรูปแบบในการนำเสนอที่เป็นที่นิยมและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย คือ วิธีการนำเสนอแบบเล่าข่าว เนื่องจากสามารถสร้างความเป็นกันเองกับผู้ชม เข้าถึงอารมณ์ เข้าใจง่าย ไม่ต้องลงทุนมาก และเน้นทักษะความสามารถไหวพริบของ

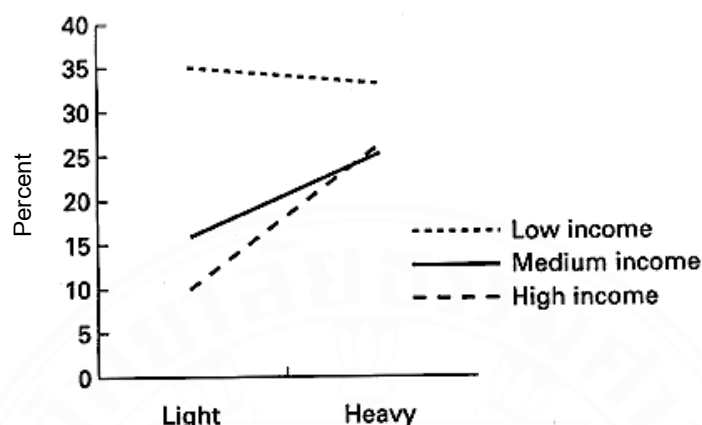
ผู้ประกาศข่าว เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ชมเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์หลายช่องเลือกใช้เทคโนโลยีกราฟิกมาประกอบการนำเสนอข่าวอาชญากรรม เพื่อสร้างสรรค์งานข่าวให้มีความโดดเด่น ก้าวข้ามรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบเดิม ๆ ไปอีกขั้น โดยการจำลองสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมเห็นภาพ ลดความซับซ้อนของข้อมูล และเกิดความเข้าใจเนื้อหาข่าวได้ดียิ่งขึ้น แต่การนำเสนอข่าวประเภทอาชญากรรมซ้ำ ๆ ในแต่ละวัน ประกอบกับมีภาพจำลองภาพกราฟิกประกอบข่าวอาชญากรรมที่มีความเหมือนจริงมาก และเห็นพฤติกรรมในการก่อเหตุ ทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมถึงข้อดี ข้อเสีย และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการรับชมข่าวอาชญากรรมที่และภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่นำมาใช้ประกอบข่าว ซึ่งข้อถกเถียงดังกล่าวอาจนำไปสู่ความหวาดกลัวต่ออาชญากรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันในที่สุด

สมควร กวียะ ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียจากการเปิดรับชมข่าวอาชญากรรมของผู้รับสารหรือผู้ชม โดยกล่าวว่า “ข่าวอาชญากรรมมีข้อดี คือ การนำเสนอข่าวอาชญากรรมจากสื่อมวลชนเปรียบเสมือนโรงเรียนต่อต้านอาชญากรรม โดยการแสดงให้เห็นว่าอาชญากรรมเป็นการกระทำความชั่วที่น่ารังเกียจ ซึ่งต้องหนีห่างให้ไกลและรู้จักหลบภัย เช่น การเสนอข่าวหญิงสาวชื่อเตือนใจถูกฆ่าและข่มขืนในซอยเปลี่ยว เท่ากับเป็นการเตือนสตรีให้ระมัดระวังตัวในการเดินทางกลับบ้านในยามค่ำคืน (สมควร กวียะ, 2548, น. 131)

ในทางกลับกันข้อเสียของการเสนอข่าวอาชญากรรม คือ ข่าวประเภทนี้อาจกลายเป็นโรงเรียนสอนวิชาในการประกอบอาชญากรรม เนื่องจากนำเสนอให้เห็นถึงพฤติกรรมช่วงเกิดเหตุ ก่อให้เกิดการเลียนแบบอาชญากรได้ เพราะทัศนะทางอาชญาวิทยา มีความเชื่อว่าการที่ถ่ายทอดสื่ออย่างซ้ำ ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมของอาชญากร จะมีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดทางความคิดที่ผิดให้แก่ผู้รับสารได้ และอาจสร้างภาพลักษณ์ที่น่ากลัวของสังคมไทยจนเกินความจำเป็น ตามทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) นอกจากนี้ในระยะยาวอาจทวีเป็นความหวาดกลัวสังคมได้ ” (สมควร กวียะ, 2548, น. 131-132)

ในขณะที่ผลการวิจัยของ เกิร์บเนอร์ (George Gerbner) ชี้ให้เห็นว่า การนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีความรุนแรงซ้ำ ๆ ในทุก ๆ วัน ทำให้ผู้ชมที่เปิดรับสื่อกระแสหลัก (Mainstreaming) มีความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม ซึ่งในทฤษฎีการปลูกฝังมีเงื่อนไขสำคัญที่เกิร์บเนอร์ใช้เป็นตัวแปรหลักในการศึกษาอิทธิพลต่อการรับรู้ความเป็นจริงในสังคม คือ การใช้เวลาในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร จอร์จ เกิร์บเนอร์ เรียกผู้รับสารที่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ ในแต่ละวัน ตั้งแต่ 4 ชั่วโมงขึ้นไปว่า Heavy viewers และเรียกผู้ที่ใช้เวลาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่เกินวันละ 2 ชั่วโมงว่า Light viewers ซึ่งจอร์จ เกิร์บเนอร์และคณะพบว่า ผู้รับสารกลุ่มที่เปิดรับสารจากโทรทัศน์มาก (heavy viewers) มีการรับรู้ที่โลกนี้น่ากลัวและอันตรายสูงกว่าผู้รับสารกลุ่มที่เปิดรับสารจากโทรทัศน์น้อยกว่า และหากดูจากผลการวิจัยที่จำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้น้อย (Low

income) ผู้มีรายได้ปานกลาง (Medium income) และผู้มีรายได้สูง (High income) จะพบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อย มีแนวโน้มหวาดกลัวต่ออาชญากรรมมากที่สุด (Shanahan & Morgan, 1999, pp. 87-88) ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 สื่อกระแสหลัก (mainstreaming) แยกตามกลุ่มรายได้เพื่อตอบคำถาม “ความหวาดกลัวต่ออาชญากรรมเป็นปัญหาส่วนตัวที่ร้ายแรงมาก

ที่มา : Shanahan, J., & Morgan, M., 1999. *Television and its viewer : Cultivation theory and research*. United Kingdom : Cambridge.

จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของผู้ที่เปิดรับชมสื่อมากส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และมีความเชื่อมโยงต่อการแสดงออกทางอารมณ์ โดยข้อมูลที่ได้รับจากสื่อจะมีผลโดยตรงต่ออารมณ์ความรู้สึก ยิ่งข้อมูลมีความเข้มข้นและกระตุ้นอารมณ์ได้มากเท่าไร จะยิ่งส่งผลต่อการจดจำได้มากขึ้นเท่านั้น อีกทั้งยังส่งผลกระทบเชิงลบ รวมถึงความวิตกกังวล ความเศร้าหรือซึมเศร้า ความโกรธ หงุดหงิด ความสับสนทางจิต ความรู้สึกไร้ค่า (Boeree, 2006) และก่อให้เกิดความหวาดกลัวต่ออาชญากรรมตามมาด้วย

งานวิจัยจำนวนมาก ยังได้นำทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ไปปรับใช้เชื่อมโยงกับการนำเสนอข่าวท้องถิ่นที่เต็มไปด้วยข้อความเกี่ยวกับอาชญากรรมและความรุนแรงในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งพบว่าผู้ที่เปิดรับชมข่าวท้องถิ่นในปริมาณมากหรือมีความถี่มาก ทำให้เกิดความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม (Fear of Crime) (เช่น Eschholz, Chiricos & Gertz, 2003, Weitzer & Kubrin, 2004) รวมไปถึงการรับชมข่าวในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศโดยรวม ระบุว่า ผู้ที่รับชมข่าวดังกล่าวทำให้เกิดความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม” (Fear of Crime) และการสนับสนุนการลงโทษประหารชีวิตและการเป็นเจ้าของปืนพกมากขึ้น (Holbert, Shah, & Kwak, 2004) ไม่เพียงแต่การเปิดรับชมข่าวอาชญากรรมเท่านั้นที่ก่อให้เกิดความหวาดกลัวอาชญากรรม แต่ยังพบว่า การรับชมละครแนวอาชญากรรมอย่างหนัก ยังทำให้ผู้รับชมเกิดความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม (Fear of Crime) (Eschholz et al., 2003) รวมไปถึงการรับชมรายการเรียลลิตีของตำรวจที่มีรูปแบบคล้ายกัน

ทำให้ผู้รับชมจะเกิดความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม (Fear of Crime) มากขึ้น (Eschholz et al., 2003) และมีความไว้วางใจทางสังคมของผู้รับชมอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเดิมอีกด้วย (Salmi, Smolej, & Kivivuori, 2007)

Nabi และ Sullivan (2001) สนับสนุนรูปแบบการศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมเปิดรับโทรทัศน์ โทรทัศน์โดยรวม (Television exposure) พบว่าผู้รับชมที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อปริมาณมาก เกิดความรับรู้การปลูกฝัง (Cultivation) เกี่ยวกับความรุนแรง ทำให้การรับรู้ว่าการ "Mean World" ที่เพิ่มขึ้น ซึ่ง Mean world syndrome ในที่นี้ เป็นอคติทางความคิดที่ตั้งสมมติฐานไว้ โดยผู้รับชมอาจมองว่าโลกนี้มีอันตรายมากกว่าที่เป็นจริง เนื่องจากการเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในสื่อมวลชนในระดับปานกลางถึงมากเป็นเวลานาน (Shanahan, J., & Morgan, M. (2010). p. 342)

Busselle (2003) พบว่า พ่อแม่ที่ดูรายการที่แสดงภาพอาชญากรรมและความรุนแรงมากขึ้นมีแนวโน้มที่จะเตือนลูก ๆ เกี่ยวกับอาชญากรรมในช่วงมัธยมปลาย ซึ่งคำเตือนเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการบ่มเพาะจากสื่ออาจเกิดขึ้นได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้ง Kurbin ยังให้เหตุผลว่า "สื่อมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อและความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม (Fear of Crime) " (Kurbin, 2004, p. 515)

เห็นได้ชัดว่าข้อสรุปจากงานวิจัยต่าง ๆ ในปัจจุบันเกี่ยวกับความหวาดกลัวต่ออาชญากรรม (Fear of Crime) คือ การเปิดรับชมโทรทัศน์ ในรูปแบบของข่าวท้องถิ่น รายการที่แสดงให้เห็นถึงอาชญากรรมที่เกิดขึ้นจริง ฯลฯ สมควรได้รับการพิจารณาในการแก้ไขอย่างจริงจัง (Van den Bulck, 2004)

นอกจากนี้ แนวโน้มการรับชมรายการข่าวผ่านสื่อโทรทัศน์จะมีอิทธิพลต่อผู้รับชมในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งแล้ว ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้ชมรับชมรายการข่าวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น หากดูจากสถานการณ์ภาพรวม กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหลักเป็นกลุ่มผู้ใช้ที่มีอายุ 21-34 ปี และพบว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ในกลุ่มผู้ใช้อื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 2563 เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า รวมถึงกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อย กลุ่มผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตชนบท หรือกลุ่มผู้ที่มีอาชีพใช้แรงงาน (Blue-collar worker) ก็มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ฐานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มขยายตัวไปสู่คนส่วนใหญ่ของประเทศเพิ่มมากขึ้น และหากดูจากข้อมูลผลการสำรวจการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบ่งตามประเภทอุปกรณ์ จะพบว่าระยะเวลาหรือจำนวนชั่วโมงในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลแต่ละประเภทในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว

เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 กล่าวคือ ระยะเวลาในการใช้อุปกรณ์สมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นจาก 3 ชั่วโมง 51 นาที เป็น 6 ชั่วโมง 8 นาที ส่วนระยะเวลาการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) หรือ โน้ตบุ๊ก (Notebook) เพิ่มขึ้นจาก 2 ชั่วโมง 8 นาที เป็น 4 ชั่วโมง 17 นาที และระยะเวลาที่ใช้แท็บเล็ต (Tablet) เพิ่มขึ้นจาก 1 ชั่วโมง 16 นาที เป็น 2 ชั่วโมง 51 นาที โดยระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดนี้ ส่วนใหญ่มาจากการที่ผู้บริโภคใช้อินเทอร์เน็ตทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การใช้เว็บเบราว์เซอร์ทั่วไป การเล่นเกมออนไลน์ การส่งข้อความหรือเล่นแชท เป็นต้น (สำนักงานนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช., 2564) โดยอัตราการรับชมรายการข่าวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นนี้ อาจส่งผลตามทฤษฎีการปลูกฝัง เช่นเดียวกับการรับชมสื่อโทรทัศน์ได้

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของ 2 สถานีโทรทัศน์ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และสถานีอมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ทั้งนี้เนื่องจาก สถานีโทรทัศน์ดังกล่าวมีจุดเด่นในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ และมีอัตราหรือจำนวนในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบเป็นจำนวนมากต่อวัน อีกทั้งยังเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ได้มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบอีกด้วย ความนิยมรายการข่าวช่วงไพรม์ไทม์ของทั้ง 2 ช่องนี้ ทั้ง “ทุบโต๊ะข่าว” และ “ไทยรัฐนิวส์โชว์” ได้รับความนิยมต่อเนื่องจาก เหตุการณ์ข่าวอาชญากรรมสะเทือนขวัญ เกาะกระแสร้อนที่ได้รับความสนใจของสังคม เสริมรายงานข่าวด้วยภาพ 3D เสมือนจริงราวกับดูละครจากรายงานข่าว จนเริ่มได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวมากขึ้นเรื่อย ๆ (TV Digital Watch Thailand, 2563)

จากปัญหาที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาว่าการรับชมและทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ มากน้อยเพียงใด รวมไปถึงมีความสนใจว่าผู้ชมมีแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบอย่างไร และผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าว รวมไปถึงนำไปใช้เป็นแนวทางในผลิตกราฟิกจำลองสถานการณ์ให้เหมาะสม ภายใต้คุณธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน และพัฒนาคุณภาพข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างยั่งยืนในอนาคต

1.2 ปัญหานำวิจัย

1. การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เป็นอย่างไร
2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ อย่างไร
4. ทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ อย่างไร
5. ปัจจัยทางด้านการรับชม และทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ที่ประกอบไปด้วย การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทักษะคิดที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งศึกษา “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบทางสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564

1.6 นิยามศัพท์

ลักษณะทางประชากร (Demographic) หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติเฉพาะตน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

การรับชม (Media exposure) หมายถึง ความถี่ในการรับชมรายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ได้แก่ การรับชมผ่านสื่อดั้งเดิม อย่างสื่อโทรทัศน์, การรับชมผ่านสื่อใหม่ รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram)

- เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)

รายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง รายการที่นำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้แก่ ข่าวการฆาตกรรม ข่าวการทำร้ายร่างกาย ข่าวการฆ่าตัวตาย ข่าวการชิงทรัพย์ ข่าวการเสียชีวิตของบุคคล

ภาพกราฟิกประกอบข่าว (Graphic) หมายถึง การจำลองสถานการณ์หรือเหตุการณ์ในข่าวอาชญากรรมที่เกิดขึ้นด้วยภาพกราฟิก เพื่อให้เห็นพฤติกรรมในการก่อเหตุ รวมถึงสภาพแวดล้อมในบริเวณที่เกิดเหตุและนำมาใช้เป็นภาพประกอบการนำเสนอข่าวอาชญากรรมในรายการข่าว ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ (Simulate) แบบแอนิเมชัน 3D (Animation 3D)



ภาพที่ 1.2 ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (รูปด้านซ้าย) และภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (รูปด้านขวา)

ทัศนคติที่มีต่อรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง ระดับความรู้สึนึกคิด หลังจากรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติที่มีองค์ประกอบเดียวของรายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านอัตราการนำเสนอที่มีความเหมาะสม

- **ด้านเนื้อหา (Content)** หมายถึง บทข่าวอาชญากรรมและภาพกราฟิกที่ใช้ประกอบการเล่าเรื่อง ได้แก่

ความถูกต้อง (Accuracy) ของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือ ความสดใหม่ และทันเหตุการณ์ ให้ความรู้เพื่อป้องกันพฤติกรรมการเล่นแบบและเตือนภัยแก่สังคม ความเหมาะสมในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวและภาพกราฟิกประกอบข่าว

ความตรงไปตรงมา (Objectivity) ไม่ใช่ความคิดเห็นหรือความรู้สึกส่วนตัวไปในเนื้อหาข่าว การระมัดระวังเนื้อหาข่าวที่อาจทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าคุณกระทำผิด คือ วิจารณ์

ความเสมอภาค (Balance) เนื้อหาข่าวมีความเป็นธรรมต่อผู้ถูกกล่าวหา ผู้ต้องหา หรือผู้ต้องสงสัย และครอบครัว ญาติ ของผู้เสียหายหรือผู้สูญเสีย

การรักษาความลับทางราชการ (Government Secrecy) ไม่เปิดเผยรายละเอียดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อรูปคดี การระมัดระวังเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับการอธิบายการวางแผนปราบปรามของเจ้าหน้าที่ ซึ่งอาจเป็นการชี้ช่องทางหรือเบาะแสให้กับผู้กระทำความผิด นอกจากนั้นส่วนประกอบในเนื้อหาข่าว

รวมถึงเนื้อหาที่มีจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน (Ethics of Journalism) ได้แก่ การเสนอข่าว หรือ การรายงานประเด็นอาชญากรรมหรือภัยสาธารณะ ต้องไม่ทำให้ประชาชนตกใจเกินกว่าเหตุ ไม่สร้างผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ไม่ยั่วยุให้เกิดการประกอบอาชญากรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรือก่อความไม่สงบ ผู้ประกอบวิชาชีพต้องนึกถึงสิทธิส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ของบุคคลที่เป็นเหยื่ออาชญากรรม ด้วยการรายงานข่าวโดยไม่ทำให้บุคคลในข่าวนั้นอับอาย เป็นตัวตลก หรือรู้สึกถูกซ้ำเติม ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้ต้องสงสัย โดยไม่นำเสนอภาพและไม่ใช้ภาษาที่มีลักษณะตัดสินผู้ต้องสงสัยที่ยังไม่ได้ผ่านการตัดสินคดีของศาล และหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพผู้ต้องหาพร้อมของกลางหรือการทำแผนประกอบคำรับสารภาพ ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมผู้ฟัง ตัดสินว่าผู้ต้องหาคนนั้น ๆ เป็นผู้กระทำความผิดจริงด้วย ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงการนำเสนอภาพหรือข่าวที่เกี่ยวกับการทำร้ายตนเอง การพยายามฆ่าตัวตาย การฆ่าตัวตาย ในรายการทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือแต่งขึ้น

- **ด้านรูปแบบการนำเสนอ** หมายถึง หมายถึง การออกแบบและวิธีการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้แก่

การให้ข้อมูล (Informative function) การสื่อความหมายที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน การสร้างแรงดึงดูดและแรงกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจ น่าติดตาม

ความสวยงาม การประดับตกแต่ง (Decorative function) มีความเหมือนจริงของการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ การจัดวางองค์ประกอบข้อมูล การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีความชัดเจนและสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว

- **ด้านอัตราการนำเสนอที่มีความเหมาะสม** หมายถึง จำนวนหรือความบ่อยครั้งที่นำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในรายการข่าว (ต่อวัน) จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการฉายภาพกราฟิกประกอบข่าว (การวนภาพซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว ระยะเวลาการออกอากาศภาพกราฟิกประกอบในแต่ละข่าว (ความยาวของภาพกราฟิกที่ใช้ในแต่ละข่าว)

การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม หมายถึง ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลต่อสภาพความเป็นจริงในสังคม ในการยอมรับความเสี่ยงจากภัยอาชญากรรมด้านต่าง ๆ คือ ระดับความกลัวด้านการรับรู้ต่อความเสี่ยงภัยอาชญากรรมในด้านชีวิตและทรัพย์สิน

แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่

- **แนวโน้มการปฏิบัติตนในการใช้ชีวิตประจำวัน** หมายถึง ระดับบ่อยครั้งของพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน หลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เช่น พฤติกรรมการหลีกเลี่ยงจากอาชญากรรม (การไม่ออกจากบ้านในช่วงกลางคืน) พฤติกรรมการป้องกันอาชญากรรม (การป้องกันบ้าน การป้องกันตนเอง) และพฤติกรรมอันเป็นหลักประกัน เพื่อให้เกิดความสูญเสียต่ำสุด (ไม่พกเงินสดติดตัว)

- **แนวโน้มในการรับชม** หมายถึง ระดับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นให้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการรับชม ทศนคติที่มีข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบข่าว ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงของคนในสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

2. เพื่อให้องค์กรสื่อต่าง ๆ นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบข่าวให้มีความเหมาะสม ภายใต้ขอบเขตของจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอย่างยั่งยืน

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษา ในการนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อีกทั้งยังสามารถนำประยุกต์ใช้และต่อยอดในการทำงานอย่างเหมาะสมได้อีกด้วย

4. เพื่อให้ภาครัฐได้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบข่าว และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบแนวคิด และแนวทางในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวโทรทัศน์ (Elements of News Programs)
 - 2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกราฟิกแอนิเมชันและกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ (Graphic Animation and Graphic in News Programs)
 - 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรม (Crime News)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ สื่อใหม่ (Television, New Media)
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน (Effects of Mass Media)
 - 2.5.1 ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ (Perception)
 - 2.5.2 ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)
 - 2.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับความหวาดกลัวอาชญากรรม (Fear of Crimes)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน (Ethics and Code of Ethics)
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics)

ทฤษฎี ลักษณะทางประชากร (Demography) หมายถึง แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากร ซึ่งมีรากฐานของคำศัพท์ภาษากรีก มาจากคำว่า “Demo” หมายถึง “People” แปลว่า ประชากร หรือ ประชาชนและคำว่า “Graphy” ซึ่งหมายถึง “Description” ซึ่งมีความหมายว่า ลักษณะ การนำ คำศัพท์ทั้งสองมารวมกันก็จะให้ความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสงค์, 2521)

ข้อมูลทางประชากร

1. อายุ (Age) ต้องคำนึงถึงอายุของที่ต้องการศึกษา หากผู้ชมมีอายุที่แตกต่างกัน มักพบว่าจะมีทัศนคติที่ต่อต้านต่างหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ต่างกันด้วย เนื่องจากแต่ละบุคคลมีประสบการณ์ที่เผชิญแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย รวมไปถึงลักษณะการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารและความบันเทิงยังมีความแตกต่างกันอีกด้วย จึงไม่น่าแปลกกลุ่มวัยรุ่น วัยกลางคน และผู้สูงอายุมีปฏิกิริยาของการรับชมที่ต่างกัน ผู้ที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มคนเหล่านี้จึงต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับผู้ชมในแต่ละกลุ่ม จึงจะทำให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ อายุยังเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันทางด้านของความคิดและพฤติกรรม ซึ่งคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก มีลักษณะการใช้สื่อมวลชนต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง และมักมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือในการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง รวมไปถึงยังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

กาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 302) กล่าวว่า อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม โดยส่วนใหญ่ คนที่มีอายุน้อยมักจะเปิดรับข่าวสารเบา ๆ เน้นความบันเทิง ทำให้ทัศนคติความรู้สึก นึกคิด และพฤติกรรมแตกต่างกันกับคนที่อายุมาก ที่มักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่า การเปิดรับสื่อเพื่อความบันเทิง

2. ระดับการศึกษา (Educational Level) ควรพยายามประเมินระดับความรู้ของผู้ชม เพราะหากสื่อสารโดยปราศจากการคำนึงถึงระดับการศึกษาของผู้ฟังแล้วจะอาจทำให้การสื่อสารไปยังกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่ารู้สึกเบื่อ ไม่เข้าใจในการสื่อสารนั้นอย่างถ่องแท้ ขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ในขณะเดียวกันถ้าต้องการสื่อสารกับผู้มีระดับการศึกษาไม่สูง และใช้คำพูดในการสื่อสารด้วยภาษาไทยสลับกับภาษาอังกฤษ จะทำให้ผู้ชมฟังไม่รู้เรื่อง ดังนั้น ต้องไม่ลืมว่าวัตถุประสงค์ของการสื่อสารไปยังผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ต้องคำนึงถึงพื้นฐานทางด้านของระดับการศึกษาด้วย

นอกจากนี้การศึกษายังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้บุคคลสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบองค์ประกอบที่แตกต่างกันของสิ่งต่าง ๆ ได้ ระดับการศึกษาจึงถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมใน

การรับสารแตกต่างกันไป และโดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูง มักใช้สื่อมวลชนหลากหลายแขนง มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากปัจจัยการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่ต่างกันอย่างออกปอกอีกด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 114-116)

ในขณะที่ สเตเนอร์ (อ้างถึงใน ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 47) กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูง มักจะมีการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไป หรือ สถานการณ์ในสังคมที่มากกว่า ยิ่งบุคคลมีระดับการศึกษาสูง ก็จะมีการเปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้น

3. เพศ (Sex หรือ Gender) ในอดีตผู้หญิงและผู้ชายมักมีความคิด ทักษะคติ และความเชื่อในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน แต่ปัจจุบันสังคมมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้เพศหญิง ผู้หญิงมีความเทียบเท่าผู้ชาย และไม่สามารถแยกความแตกต่างในความสนใจของผู้หญิงและผู้ชายเหมือนในอดีตได้ เช่น ในอดีตผู้หญิงอาจมีความสนใจเรื่องเสื้อผ้ามากกว่าผู้ชาย แต่ในปัจจุบันผู้ชายให้ความสนใจเรื่องเสื้อผ้า การออกแบบรวมทั้งเครื่องสำอางมากขึ้น ในขณะที่อดีตอาชีพนักบิน ทหาร ตำรวจ คนขับแท็กซี่ มักเป็นเพศชาย แต่ในปัจจุบันผู้หญิงสามารถเป็นนักบิน ทหาร ตำรวจ และขับแท็กซี่มากมายในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามผู้หญิงยังได้ชื่อว่าเป็นเพศที่เอาอารมณ์ และความรู้สึกเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ปัญหามากกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายถูกสอนให้รับฟังข้อเท็จจริงและยึดมั่นในหลักการมากกว่า ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสื่อสารจึงต้องคำนึงถึงเพศ และควรฝึกสังเกต ความแตกต่างในรูปแบบนี้ระหว่างกลุ่มผู้ชมในแต่ละเพศด้วย (พงษ์ วิเศษสังข์, 2550, น. 85)

ในขณะที่ ปรมะ สตะเวทิน (2533) กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมของการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่มีความต้องการในการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในส่วนของเพศชาย ไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่มีต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและชาย ยังมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมและสังคมที่ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของในแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533, น. 112) นอกจากนี้ เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามคนอื่นได้ง่ายกว่าเพศชาย และ เพศหญิงมีความสามารถในการสื่อสาร ลอกเลียนแบบพฤติกรรมและบุคลิกภาพนั้น ๆ จากผู้อื่นได้ดีกว่าผู้ชาย อีกทั้งเพศหญิงเป็นเพศที่มีสภาวะทางจิตใจที่อ่อนโยนมากกว่าผู้ชาย ผู้ชายมีความหนักแน่นในการตัดสินใจและการใช้ชีวิตมากกว่าผู้หญิง และมีความสามารถในการจำรูปทรงสิ่งของต่าง ๆ ได้ดี แม้ว่ารูปทรงนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบอื่นก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในแต่ละเพศมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านการใช้ชีวิต และการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 อ้างถึงใน วศิน สันทรณ์, 2557)

4. อาชีพ (Occupation) ของผู้ชม สามารถบอกได้เป็นนัยว่า ผู้ฟังนั้นมีการศึกษาในสาขาอะไร ระดับใด มีข้อมูลและความสนใจในเรื่องที่จะพูดในระดับใด เช่น หากเปรียบเทียบความสนใจเกี่ยวกับการเจาะอุโมงค์รถไฟใต้ดิน มักพบว่าช่างฝ่ายเทคนิคมีความสนใจเกี่ยวกับเจาะอุโมงค์รถไฟใต้ดินมากกว่านักบัญชีที่ทำงานอยู่บริษัทเดียวกัน เป็นต้น จะเห็นได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกัน จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสนใจในการรับชมของกลุ่มอาชีพนั้น ๆ

ในขณะที่ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) กล่าวว่า อาชีพสามารถแบ่งได้หลากหลายกลุ่ม เช่น ข้าราชการ พนักงานบริษัท แรงงาน ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว หรือแม้กระทั่งคนว่างงาน เป็นต้น อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความสนใจในการรับข้อมูล ข่าวสาร และพฤติกรรมในการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน ทั้งนี้ตัวแปรด้านอาชีพมักมีความสัมพันธ์กับรายได้ (Income) และระดับการศึกษา (Education) เนื่องจากความเชื่อที่ว่า คนที่มีการศึกษาดำ มักมีโอกาสประกอบอาชีพหรือดำรงตำแหน่งระดับสูงได้ยาก จึงทำให้มีรายได้น้อย หากเราทราบถึงอาชีพปัจจุบันของแต่ละบุคคล จะทำให้สามารถคาดการณ์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 44 - 48)

5. รายได้ จำนวนรายได้ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่แสดงถึงสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลหรือครอบครัวนั้น ๆ ซึ่งรายได้จะมีอิทธิพลต่อการดูแลตัวเอง และการใช้จ่ายในการรับรู้ รับชมข่าวสาร โดยผู้ที่มีความพร้อมทางด้านรายได้ที่น้อยกว่า มักจะมีข้อจำกัดในการเลือกบริโภคข่าวสาร และมีข้อจำกัดในรับรู้รวมไปถึงการค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2546)

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากร (Demographic Data) จะทำให้เกิดวางแผนในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับสัดส่วนต่าง ๆ เช่น สัดส่วนของเพศระหว่างผู้หญิงและผู้ชายเป็นอย่างไร อายุเฉลี่ยระดับใด สัดส่วนในการประกอบอาชีพต่าง ๆ อัตรารายได้เฉลี่ยอยู่ที่เท่าไร มีการศึกษาระดับใดบ้าง เป็นต้น ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) มาใช้เป็นกรอบในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ผู้รับสาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะทางประชากร เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวโทรทัศน์ (Elements of News Programs)

รายการข่าวโทรทัศน์ มีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้รายงานข่าว หมายถึง หน่วยงาน องค์กรที่ผลิตรายการข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นผู้คัดเลือกเหตุการณ์ที่จะเป็นข่าว กำหนดประเด็น และผลิตรายการข่าวเพื่อออกอากาศ เช่น สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในประเทศไทย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และสถานีโทรทัศน์ของต่างประเทศ เช่น สถานีโทรทัศน์ CNN ของประเทศสหรัฐอเมริกา สถานีโทรทัศน์ NHK ของประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ในการผลิตรายการข่าวขององค์กรเหล่านี้ ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก เพื่อทำหน้าที่ต่าง ๆ เช่น ผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ ผู้ประกาศข่าว ช่างเทคนิค พนักงานตัดต่อ ฝ่ายกำกับเวที ฝ่ายเสื้อผ้า เป็นต้น (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557, น. 91)

2. เนื้อหาข่าว เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของรายการประเภทข่าว ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นการรายงานเหตุการณ์โดยผู้สื่อข่าวและองค์กรข่าว ซึ่งองค์กรและบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจ และเลือกว่าเหตุการณ์ใดควรนำมารายงานสู่ผู้ฟังและผู้ชม (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557, น. 91) เหตุการณ์ที่จะเป็นข่าวได้ต้องมีความสำคัญ และความน่าสนใจ เกณฑ์การพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญ และน่าสนใจ เรียกว่า คุณค่าข่าว (news values) หรือเหตุการณ์ที่มีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าว (นรินทร์ นำเจริญ, 2549, น. 13) และ (ภาคภูมิ วรรณภา, 2555, น. 36) ในแต่ละวันมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกของเราเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการไม่สามารถนำเสนอทุกเหตุการณ์ได้ทั้งหมด ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคก็มีเวลาจำกัดในการเปิดรับข่าวสารด้วยเช่นกัน ดังนั้น ทีมผลิตรายการจึงต้องเลือกเฉพาะเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เพื่อนำมาผลิตเป็นรายการข่าว โดยใช้หลักในการพิจารณาว่าเหตุการณ์เหล่านั้นมีองค์ประกอบของข่าวต่อไปนี้หรือไม่ (นาฏยา ตนานนท์, 2546) ดังนี้

ความสดทันเหตุการณ์ (timeliness) ถือเป็นองค์ประกอบของข่าวที่สำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว นำเสนอเรื่องราวที่กำลังเกิดขึ้นได้ทันทั่ว หากข่าวนำเสนอหลังจากเหตุเกิดไปแล้วข้ามวันก็ถือว่าล่าช้าไปแล้วสำหรับผู้ติดตามชมข่าวทางโทรทัศน์ ซึ่งการรับรู้ข่าวสารได้เร็วเท่าใดก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคข่าวสารมากเท่านั้น

ความใกล้ชิด (nearness) หมายถึง เรื่องที่นำเสนอต้องเรื่องที่ใกล้ตัวเรา มีโอกาสที่จะเกิดขึ้นกับเรา หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับเราด้วย

ผลกระทบต่อประชาชน (consequence) หากเหตุการณ์นั้นมีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก จะยิ่งทำให้ข่าวนั้นน่าสนใจหรือมีคุณค่ามากกว่าความคิดหรือเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนน้อย

ความสำคัญหรือความเด่น (importance) หากบุคคลหรือสถานที่ที่เป็นข่าวมีความสำคัญ มีชื่อเสียงที่โดดเด่น ข่าวจะยังได้รับความสนใจมาก

ความมีเงื่อนงำ (Suspense) ความซับซ้อน ซ่อนเงื่อน จะยิ่งทำให้ผู้ชมคาดการณ์สาเหตุ ทำให้ข่าวนั้นน่าติดตามมากยิ่งขึ้น องค์ประกอบข่าวนี้ มักในข่าวอาชญากรรมที่มีปมเหตุและมีความซับซ้อนของคดีมาก เช่น ข่าวการฆ่าหั่นศพ ข่าวความขัดแย้งนำมาสู่การฆาตกรรมยกครัว ข่าวการฆ่าอย่างโหดเหี้ยมและอำพรางศพในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

ความแปลก (oddity) ผู้ชมมักชอบรับชมข่าวที่ทำให้เกิดความรู้สึก ซ้ำซากจำเจ เบื่อหน่าย แต่ชอบความแปลกใหม่ แตกต่างไปจากเดิม เพราะจะทำให้เกิดความกระตือรือร้น ตื่นเต้น และน่าสนใจได้มากกว่า

ความขัดแย้ง (Conflict) ก็เป็นความแปลกอีกรูปแบบหนึ่ง กล่าวคือ เป็นสิ่งตรงข้ามกับสิ่งที่ควรจะเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือตามหลักตรรกศาสตร์ หรือสิ่งที่เป็นไปได้ยาก เช่น เรื่องลูกฆ่าหั่นพ่อแม่ เรื่องคนตาบอดเดินเรือข้ามมหาสมุทรได้สำเร็จ เรื่องนักขับจักรยานคว่ำแชมป์โลกทั้ง ๆ ที่ป่วยเป็นมะเร็ง ซึ่งข่าวเหล่านี้มีความขัดแย้งในความเป็นจริง จึงทำให้สามารถสร้างความประหลาดใจในการรับชม อีกทั้งยังกระตุ้นให้ผู้ฟังอยากติดตามหาเหตุผลต่อไปว่า ทำไมจึงเกิดความขัดแย้งเช่นนั้นได้

เร้าอารมณ์ (emotion) ผู้ชมมักชอบเปิดรับเรื่องราวที่ทำให้กระตุ้นการเกิดอารมณ์ต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นต้องทำให้เกิดเสียงหัวเราะ หรือรอยยิ้มเสมอไป เช่น อารมณ์รัก โลภ โกรธ หลง แจ่มใส เศร้า หดหู่

การค้นพบสิ่งใหม่ (progress) การค้นพบสิ่งใหม่ สร้างอารมณ์เชิงบวกให้กับผู้ชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นง่าย ๆ และมีเรื่องราวอยู่เบื้องหลังมากมาย ทั้งความมานะ อดทน ความล้มเหลว ท้อถอย จนมาถึงจุดที่ประสบผลสำเร็จ องค์ประกอบของข่าวข้อนี้พบได้มากในข่าววิทยาการการแพทย์ และข่าวเทคโนโลยี เช่น เรื่องราวการค้นพบวัคซีนป้องกันมะเร็งปากมดลูก การค้นพบดาวเคราะห์ดวงใหม่ เป็นต้น

องค์ประกอบทางเพศ (Sex) ผู้รับชมมักให้ความสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ความใคร่ เช่น เรื่องคนที่มีพฤติกรรมทางเพศผิดปกติ เรื่องชิงรักหักสวาทของคนมีชื่อเสียง รวมทั้งสนใจรูปแบบการใช้ชีวิต (life style) ของคนที่มีแรงดึงดูดทางเพศสูงอย่างดาราเกาหลี หรือดาราสฮอลลีวูด (Hollywood) เป็นต้น

3. ภาพ (picture) รายการข่าวโทรทัศน์มีภาพเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่อง ประกอบเสียง เพื่อช่วยให้รายการข่าวมีความน่าสนใจและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งภาพ (picture) หรือ ภาพเคลื่อนไหว (moving picture) ที่รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง เป็นส่วนหนึ่งของการเล่าเรื่องในรายการข่าวโทรทัศน์ และสร้างการรับรู้แก่ผู้ชมผ่านการมองเห็นด้วยสายตา โดยสมสุข หินวิมาน และคณะ (2557, หน้า 93) สามารถแบ่งประเภทของภาพออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) ภาพข่าว ภาพข่าวยังเป็นองค์ประกอบที่ทำให้รายการข่าวมีความน่าเชื่อถือ ใช้เพื่ออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเรื่องราว โดยไม่ต้องอธิบายรายละเอียดมาก เนื่องจากเป็นเหตุการณ์เกิดขึ้นจริง (Goodwin, 1990 อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557, หน้า 89-90) โดยเกณฑ์ในการพิจารณาว่าภาพใดมีคุณสมบัติที่ดี หรือไม่ จะพิจารณาจากคุณสมบัติของภาพ 2 ประการ (นรินทร์ นำเจริญ, 2549, หน้า 261-262) คือ

คุณสมบัติด้านการสื่อความหมาย ภาพที่ดีจะต้องดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ สามารถสรุปความหมายสาระสำคัญของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน และต้องมีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นธรรมชาติด้วย

คุณสมบัติด้านกายภาพ ต้องมีความคมชัด มีการจัดองค์ประกอบของภาพที่เหมาะสม มีความสมดุลในการมูกล้อง รวมถึงสามารถเห็นถึงความลึก แสง เงา และความสว่างได้อย่างเหมาะสม

(2) ภาพกราฟิก เป็นเทคนิคที่ถูกสร้างจากคอมพิวเตอร์ มักใช้ในการประกอบการอธิบายรายละเอียดของเรื่องราวต่าง ๆ รวมไปถึงใช้ประกอบในรายการข่าว เพื่ออธิบายเรื่องราวที่ซับซ้อน ให้สามารถเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นส่วนประกอบในการส่งเสริมและสนับสนุนรายการให้เป็นที่น่าสนใจของผู้ชมได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งการจะเป็นเช่นนั้นได้ ผู้ออกแบบกราฟิกต้องออกแบบอย่างรอบคอบ มีศิลปะ มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องใช้จินตนาการให้สอดคล้องกับ การแสดงในรายการโทรทัศน์ เพื่อสื่อความหมายของรายการไปสู่ผู้ชมให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548, หน้า 165) ทั้งนี้การใช้ภาพกราฟิกเป็นส่วนหนึ่งในการแข่งขันรายการข่าวของแต่ละสถานีโทรทัศน์ ซึ่งแต่ละสถานีต่างพยายามสร้างสรรค์กราฟิกที่สวยงาม แตกต่าง และหลากหลาย เพื่อเพิ่มสีสันของรายการข่าวให้ดูมีชีวิตชีวา และเพิ่มอรรถรสในการรับชมข่าวแก่ผู้ชม

นอกจากนี้ ชินกฤต อุดมลาไพศาล (2557) กล่าวถึง หน้าที่ของภาพกราฟิกเพิ่มเติม ดังนี้

1) ให้ข้อมูล (Informative function) ควรพิจารณาการเลือกข้อมูลที่จะนำเสนอว่า มีความสำคัญในการนำกราฟิกมาใช้มากน้อยเพียงใด แล้วจึงออกแบบรูปแบบกราฟิกให้เหมาะสมและสอดคล้องกับธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์

2) ความสวยงาม การประดับตกแต่ง (Decorative function) กราฟิกควรสอดคล้องกับแก่นของรายการและกลุ่มเป้าหมายผู้ชมรายการ ทั้งนี้ภาพกราฟิกต้องสื่อความหมาย และสามารถกระตุ้นให้เกิดความน่าสนใจด้วยการออกแบบ โทนสี พื้นผิว แสง ที่มีความสวยงามอย่างลงตัว

3) การจัดวางองค์ประกอบข้อมูล ควรออกแบบให้มีความชัดเจน และให้มีการเคลื่อนไหวที่เสมือนจริงมากที่สุด มีความเข้ากันระหว่างกราฟิกกับวัตถุประสงค์ที่นำเสนอ

สำหรับภาพกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ มีรูปแบบ (สุรชาติ องค์กรสุวรรณ, 2543, น. 22) และ (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548, น. 170-171) ดังนี้

1) ภาพกราฟิกที่เป็นตัวอักษร (text) เป็นการซ้อนตัวอักษร ข้อความ เช่น ชื่อ-นามสกุล ผู้ประกาศ หรือตำแหน่งของบุคคลในข่าว หรือเรียกว่า character generator (CG)

2) ภาพกราฟิกที่เป็นภาพนิ่ง (non moving graphic) เช่น กราฟ ตาราง และสถิติ โดยจะต้องเป็นแบบที่เห็นได้ชัดและเป็นแบบง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน หลีกเลี้ยงที่จะใช้ภาพจากสื่อสิ่งพิมพ์ แต่มุ่งเน้นการออกแบบกราฟิกเพื่องานโทรทัศน์โดยเฉพาะ ซึ่งจะใช้ตัวหนังสือน้อยกว่า และสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว ทำให้มีความเหมาะสมกับรูปแบบการนำเสนอได้มากกว่า

3) ภาพกราฟิกที่เป็นภาพเคลื่อนไหว (animation graphic) เช่น ไตเติล รายการข่าวโทรทัศน์ การจำลองภาพเหตุการณ์เสมือนจริงต่าง ๆ แผนที่อากาศจากดาวเทียมที่ประกอบการรายงานข่าว ต้องให้ออกแบบให้เข้าใจง่าย และตรงกับจุดประสงค์ที่จะสื่อสารในข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังต้องออกแบบให้มีรูปแบบเฉพาะ (style) จดจำได้ง่าย สะดุดตา และเป็นเอกภาพ เพื่อสนับสนุนรูปแบบของรายการและให้สอดคล้องไปกับเนื้อหาของรายการ โดยก่อนที่จะทำกราฟิกสำหรับรายการข่าวโทรทัศน์ ผู้ดูแลด้านกราฟิกและผู้ควบคุม การผลิตรายการต้องประชุมพิจารณาถึงแนวความคิดของรายการว่ามีจุดมุ่งหมายและวิธีนำเสนออย่างไร จะใช้กราฟิกในรายการอย่างไร ซึ่งการประชุมพิจารณานี้ จะช่วยให้ผู้ดูแลด้านกราฟิกสามารถออกแบบกราฟิกให้มีรูปแบบที่สอดคล้องไปกับรายการ ทำให้เกิดบรรยากาศ และสร้างสีสัน ดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เป็นอย่างดี (สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ, 2548, น. 167-168)

4. เสียง (Sound) เสียงเป็นปัจจัยสำคัญเท่ากับภาพในการผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ โดยเสียงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม ทั้งทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ สร้างความรู้สึกและอารมณ์ที่ผู้ชมมีต่อเรื่องที่กำลังชม โดยเสียงช่วยสร้างความคิดให้แก่ผู้ชมว่า ควรจะให้ความหมายของภาพที่กำลังชมอย่างไร รวมทั้งเกิดความรู้สึกและอารมณ์อย่างไร (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน

, 2558, น. 30) จึงอาจกล่าวได้ว่าเสียงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสื่อความหมายของภาพในรายการโทรทัศน์อย่างมาก

5. สถานที่ถ่ายทำรายการข่าวโทรทัศน์ มีผลต่อความซับซ้อนในวิธีการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ที่แตกต่างกันด้วย โดยสถานที่ถ่ายทำรายการข่าวโทรทัศน์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ และการถ่ายทำนอกสถานที่ (สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557, น. 218)

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดองค์ประกอบรายการข่าวโทรทัศน์ในด้านองค์ประกอบของเนื้อหาข่าว รวมไปถึงการออกแบบของภาพกราฟิกโทรทัศน์ มาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบคำถามเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ด้วย

คุณภาพของข่าว

คุณภาพของข่าว หมายถึง คุณลักษณะของข่าวที่ดี ทั้งนี้ หากพิจารณาการทำงานของผู้สื่อข่าวโดยภาพรวมแล้วจะพบว่า ผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามรายงานความจริง หรือความเป็นจริงของเหตุการณ์อย่างครบถ้วน โดยการสังเกตการณ์เหตุการณ์โดยตรงและพยายามใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เป็นทางการมาให้ความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ โดยพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจ ทันสมัย และมีการอ้างอิงแหล่งข่าว ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าลักษณะของข่าวที่มีคุณภาพจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545, หน้า 48-49)

มีความถูกต้องและถูกต้อง (Accurate) หมายถึง ความถูกต้องในรายละเอียดของบุคคลในข่าวทั้งชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง อายุ อาชีพ เพศ วันเวลา สถานที่ ฯลฯ ความเที่ยงตรงของข้อเท็จจริงที่ไม่มีการบิดเบือน พิสูจน์ได้ นอกจากนี้ ต้องมีความครบถ้วนทุก ๆ แง่มุม และไม่มีการปั้นเสริมเติมแต่งข้อมูลใด ๆ ลงไปในข่าว รวมไปถึงการเขียนข่าวที่ถูกต้องหลักภาษาด้วย

มีความสมดุลและเป็นธรรม (Balance and Fair) ให้ความเป็นธรรมกับผู้ตกเป็นข่าวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสามารถรับทราบความคิดเห็นหรือข้อมูลในทุก ๆ แง่มุมเท่าที่ผู้สื่อข่าวจะสามารถทำได้

มีความกระชับตรงประเด็น (Brief and Focused) ไม่ใช่ภาษาบรรยายที่ยืดยาว แต่จะต้องตรงประเด็น เข้าสู่หัวใจสำคัญของประเด็นข่าวโดยเร็ว สั้น กระชับ และชัดเจน เพื่อสร้างความเข้าใจในเวลาอันจำกัด

มีความเป็นกลางหรือภาวะวิสัย (Objectivity) หมายถึง การเขียนข่าวที่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้าไปเกี่ยวข้องในการรายงานข่าว เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมาอย่างไม่มีอคติ ไม่ใส่อารมณ์ ความคิดเห็นและความรู้สึกตนเองเข้าไปในข่าวที่น่าเสนอ

มีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจนและเหมาะสม (Properly attributed) จะต้องให้รายละเอียดที่มาของข่าวอย่างชัดเจน ต้องเขียนให้ถูกต้องตามวิธีการอ้างอิง และต้องคำนึงถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เพื่อความน่าเชื่อถือในข้อมูลที่นำมารายงาน

มีการใช้ภาษาที่ดี การใช้คำและสำนวนที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้คำกำกวม หรือมีความหมายหลายแง่มุม ซึ่งการเขียนข่าวโดยใช้ภาษาที่ถ่ายทอดความหมายได้ชัดเจน จะช่วยดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้ชมเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าว

ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน (2558) ได้อธิบายหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าวเพื่อผลิตและนำเสนอข่าวโทรทัศน์ (ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน, 2558, น. 13-7-13-8) ดังต่อไปนี้

ความถูกต้อง (accuracy) ข้อมูลที่น่าเสนอต้องถูกต้อง เทียบตรง แม่นยำหากนำเสนอผิดพลาดจะกระทบต่อความน่าเชื่อถือในรายการทันที

ความสดใหม่รวดเร็ว (immediacy) เป็นเรื่องที่กำลังเกิดขึ้นในช่วงเวลาปัจจุบัน หรือเป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ ๆ

ความทันต่อเหตุการณ์ (recentness) เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ อยู่ใน ความสนใจของประชาชน ทันต่อความอยากรู้อยากเห็นของประชาชน และมีการนำเสนอเหตุการณ์นั้น ๆ ได้อย่างทันทั่วถึง

ความเกี่ยวข้อง (relevance) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชน อาจเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว หรืออาจเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อผู้ชมโดยตรง

ความมีผลกระทบต่อสังคม (impacts) เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อสังคมหรือประชาชนจำนวนมาก

ความใกล้ชิด (proximity) เป็นเรื่องใกล้ตัว ใกล้ทางความรู้สึก

ความน่าสนใจ (interesting) เป็นเรื่องที่ทำให้ประชาชนให้ความสนใจในช่วงเวลานั้น

ความโดดเด่น (prominence) เป็นเรื่องที่มีจุดเด่นของเนื้อหาข่าว

ความเป็นธรรมและความสมดุล (balance and fairness) ต้องนำเสนอข้อมูลของทั้งสองฝ่ายอย่างเป็นธรรมและสมดุล ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นแตกต่างกันสองฝ่ายขึ้นไป

ความเป็นข่าวที่สนองปณฺชนวิสัย (human interest) เป็นเรื่องที่มีเจื่อนำ ชวนสงสัย เรื่องความก้าวหน้า เรื่องสะท้อนอารมณ์ และเรื่องทางเพศ มักเกี่ยวข้องกับเรื่องความขัดแย้ง เรื่องคนดังหรือคนมีชื่อเสียง (celebrity) เรื่องแปลกประหลาด

จากแนวคิดลักษณะของข่าวที่มีคุณภาพ (คุณค่าข่าว) และหลักเกณฑ์การพิจารณาคุณค่าข่าวที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการตั้งคำถามในตัวแปรของทัศนคติในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในด้านของเนื้อหา

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกราฟิกแอนิเมชันและกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ (Graphic Animation and Graphic in News Programs)

ความหมายของคอมพิวเตอร์กราฟิก

คอมพิวเตอร์กราฟิก หมายถึง การนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาเป็นเครื่องมือในการแสดงความคิดให้เกิดเป็นรูปภาพ แผนภาพ แผนภูมิ รวมถึงการสร้างและการจัดการทุกรูปแบบ โดยใช้คอมพิวเตอร์ (ฐศุภ แก้ว ศรีสด, 2540, น. 16)

คอมพิวเตอร์กราฟิก หมายถึง การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลเข้าเป็นข้อมูลตัวเลข ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ แล้วแสดงผลลัพธ์ทางจอภาพเป็นข้อมูลเชิงเรขาคณิต เช่น รูปทรง สีเส้น ลวดลาย หรือลักษณะแสงเงา รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ของภาพ เช่น ข้อมูลการเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงลักษณะการเชื่อมต่อ และความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุในภาพ รวมถึงการศึกษาด้านระบบในการแสดงภาพ ทั้งสถาปัตยกรรมของเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง หรืออุปกรณ์ในการนำเข้า และแสดงผล ปัจจุบันมีการประยุกต์คอมพิวเตอร์กราฟิกใช้งานร่วมกับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น การแสดงภาพเคลื่อนไหวในงานภาพยนตร์ เกม สื่อประสมภาพและเสียงหรือระบบสร้างภาพเสมือนจริง (Virtual Reality) เป็นต้น (ไพศาล โมลิสกุลมงคล, 2550, น. 2)

จากความหมายของคอมพิวเตอร์กราฟิกที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคอมพิวเตอร์กราฟิก คือ การนำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดการภาพกราฟิก โดยข้อมูลเข้าเป็นข้อมูลตัวเลข ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอาจอยู่ในรูปแบบของการสร้างภาพเคลื่อนไหวเสมือนจริงด้วย

ความหมายของกราฟิกแอนิเมชัน

แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง กระบวนการที่เฟรมแต่ละเฟรมของภาพยนตร์ ถูกผลิตขึ้นต่างหากจากกันทีละเฟรม แล้วนำมาร้อยเรียงเข้าด้วยกัน โดยการฉายต่อเนื่องกัน ไม่ว่าจากวิธีการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก ถ่ายภาพรูปรวาด หรือ หรือรูปถ่ายแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อย ๆ ขยับเมื่อนำภาพดังกล่าวมาฉาย ด้วยความเร็วตั้งแต่ 16 เฟรมต่อวินาทีขึ้นไป เราจะเห็นเหมือนว่าภาพ

ดังกล่าวเคลื่อนไหวได้ต่อเนื่องกัน ทั้งนี้เนื่องจากการเห็นภาพติดตาในทาง คอมพิวเตอร์ การจัดเก็บ ภาพแบบแอนิเมชันที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เก็บในรูปแบบ GIF MNG SVG และ แฟลช

คำว่า แอนิเมชัน (animation) รวมทั้งคำว่า animate และ animator มาจากรากศัพท์ละติน "animare" ซึ่งมีความหมายว่า ทำให้มีชีวิต ภาพยนตร์แอนิเมชัน จึงหมายถึงการสร้างสรรคลายเส้น และรูปทรงที่ไม่มีชีวิตให้เคลื่อนไหว ดูมีชีวิตขึ้นมาได้ (Wells Paul, 1998, p. 10)

แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง “การสร้างภาพเคลื่อนไหว” ด้วยการนำ ภาพนิ่งมาเรียงลำดับกัน และแสดงผลอย่างต่อเนื่อง ทำให้ดวงตาเห็นภาพที่มีการเคลื่อนไหวใน ลักษณะภาพติดตา (Persistence of Vision) เมื่อตามนุษย์มองเห็นภาพที่ฉาย อย่างต่อเนื่อง เรตินา จะรักษาภาพนี้ไว้ในระยะสั้น ๆ ประมาณ 1/3 วินาที หากมีภาพอื่นแทรกเข้ามาในระยะเวลาดังกล่าว สมอของมนุษย์จะเชื่อมโยงภาพทั้งสองเข้าด้วยกัน ทำให้เห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวที่มีความต่อเนื่องกัน แม้ว่าแอนิเมชันจะใช้หลักการเดียวกับวิดีโอ แต่แอนิเมชันสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานต่าง ๆ ได้ มากมาย เช่น งานภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ งานพัฒนาเกมส์ งานสถาปัตย์ งานก่อสร้าง งานด้าน วิทยาศาสตร์ หรืองานพัฒนาเว็บไซต์ เป็นต้น (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552, น.222)

แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง สื่อที่มีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่เข้าใจง่าย เป็น สื่อข้ามวัฒนธรรมที่สามารถเข้าถึงคนต่างชาติต่างภาษา ที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ให้มีความเข้าใจ ร่วมกันถึงสิ่งที่ปรากฏอยู่ในแอนิเมชัน ทั้งเนื้อหา เรื่องราวแม้แต่แนวคิดนามธรรมยังถูกถ่ายทอดให้ เข้าใจง่าย เมื่อถูกสื่อสารเป็นแอนิเมชันทั้งนั้น โดยคุณสมบัติของแอนิเมชัน ที่สามารถพรรณนาหรือ บรรยาย กระบวนการที่ซับซ้อนให้เห็นได้อย่างเข้าใจง่าย เช่น การทำงานของเครื่องจักรกล อีกทั้งยัง เน้นส่วนที่สำคัญโดยสี หรือ เสียง และใช้จินตนาการอย่างไม่มีขอบเขต จึงส่งเสริมจินตนาการ และ การตีความหมายที่เป็น นามธรรมของผู้ชม (อนุชา เสริสุขชาติ, 2548, น. 1)

สรุปได้ว่า แอนิเมชัน (Animation) เป็นการถ่ายภาพเคลื่อนไหวหรือภาพเสมือน จริง โดยใช้เทคนิคและวิธีสร้างสรรค์หลากหลายวิธี มีหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพเคลื่อนไหวแบบ สองมิติ และภาพเคลื่อนไหวแบบสามมิติ เป็นต้น ภาพกราฟิกชนิดนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงาน ต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น งานด้านโทรทัศน์ งานด้านภาพยนตร์ เป็นต้น

ประเภทของงานแอนิเมชัน

งานแอนิเมชัน แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามวิธีการสร้างผลงานได้ 2 ประเภท ดังนี้

Traditional Animation หมายถึง การสร้างแอนิเมชันโดยใช้เครื่องมือตาม ธรรมดา ยังไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยในการสร้างเทคนิค แบ่งออกได้ ดังนี้

(1) **2D Animation** การวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหวเทคนิค 2 มิติ โดยวาดภาพที่มีการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกัน ข้อดีของการทำแอนิเมชันชนิดนี้ คือ มีความเป็นศิลปะสวยงาม น่าดูชม แต่ข้อเสีย คือ ต้องใช้เวลาในการผลิตมาก ต้องใช้แอนิเมเตอร์จำนวนมาก ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง

(2) **Cut-Out Animation** คือ การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ โดยการเทคนิคตัดกระดาษเป็นรูปทรง หรือตัวการ์ตูนต่าง ๆ จากนั้นใช้กล้องถ่ายทีละภาพ จะทำให้เกิดการขยับหรือเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวตำแหน่งของรูปทรงในภาพ

(3) **Clay Animation-Stop Motion** หรือ Model Animation คือ การปั้น การสร้างโมเดล โดยใช้ดินน้ำมัน หรือวัสดุใด ๆ ในการสร้าง ทำการขยับทีละนิด เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหว และใช้กล้องบันทึกภาพทุกขณะที่ทำการขยับหรือเปลี่ยนแปลงตำแหน่งของวัตถุ

Digital Computer Animation หมายถึง การสร้างงานแอนิเมชันด้วยระบบดิจิทัล โดยใช้โปรแกรมกราฟิกต่าง ๆ ทั้ง 2 มิติ หรือ 3 มิติ ในปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่สามารถช่วยให้การทำแอนิเมชันง่ายขึ้น เช่น โปรแกรม Maya, Blender, 3D Studio Max, Cinema 4D, Macromedia, Adobe After Effects เป็นต้น จะช่วยในการประหยัดเวลาการผลิตมาก (ชนะพัฒน์ พนมวัน ณ อยุธยา, 2555)



ภาพที่ 2.1 ภาพกราฟิกแอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32)



ภาพที่ 2.2 ภาพกราฟิกแอนิเมชันจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดประเภทของงานแอนิเมชัน เพื่อศึกษาภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่ใช้ประกอบข่าวอาชญากรรมของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ซึ่งเป็นประเภทการสร้างงานแอนิเมชันด้วยระบบดิจิทัล (Digital Computer Animation) แบบ 3 มิติ

หลักการออกแบบงานกราฟิกในงานข่าวโทรทัศน์

จากแนวคิดทางการสื่อสารการรับรู้ทางจิตวิทยาและหลักการทางศิลปะสามารถใช้ประยุกต์เป็นแนวทางการออกแบบกราฟิกในงานข่าวโทรทัศน์ได้ (นฤมล ปิ่นโต, 2559) ดังนี้

เน้นความถูกต้องของข้อมูล ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง ตัวเลข รวมไปถึง ภาพจำลองเหตุการณ์ ซึ่งต้องเน้นเรื่องข้อมูลที่ครบถ้วน สามารถระบุถึงแหล่งที่มาของข้อมูลทุกครั้ง

สื่อสารให้เข้าใจง่าย (Simplicity) การออกแบบกราฟิกต้องเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน กระชับได้ใจความ น่าติดตาม เน้นในจุดที่ควรเน้น ให้จดจำง่ายและน่าสนใจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างเข้าใจความสัมพันธ์ทั้งหมดได้ในทันที

สวยงาม สะดุดตา ต้องใช้หลักการทางศิลปะมาเป็นแนวทางในการออกแบบ ดังนี้

(1) **ความมีเอกภาพ (unity) และกลมกลืน (harmony)** ต้องออกแบบให้มีจุดสนใจเดียวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่เกิดความขัดแย้งในส่วนใดส่วนหนึ่งขององค์ประกอบ อีกทั้งยังต้องใช้รูปแบบตัวอักษร สี แสงและเงา อย่างเหมาะสม (นฤมล ปิ่นโต, 2559, น. 206)

(2) **มีความสมดุล (balance)** มี 2 ลักษณะ แบบสมมาตร (symmetry) คือ เท่ากันทั้ง 2 ฝั่ง ที่จะให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นทางการ หรือแบบไม่สมมาตร (asymmetry) คือ 2 ด้าน อาจมีรูปแบบของสีหรือลักษณะของภาพที่ไม่เหมือนกัน แต่ต้องมีความสมดุล

(3) **มีจุดเด่น (emphasis)** เน้นจุดสำคัญ โดยใช้หลัก “ความคิดเดียว และจุดสนใจเดียว” สื่อความหมาย โดยอาจใช้สีที่เด่นชัด ขนาดตัวอักษรที่แตกต่าง หรือรูปร่างที่แปลกไปกว่าส่วนอื่นในภาพ รวมทั้งวางตำแหน่งที่จุดตัดมุมบนซ้ายของจอภาพ เพราะเชื่อว่าเป็นจุดแรกที่สายตาของมนุษย์เริ่มมองจากภาพ

(4) **มีระยะห่างและพื้นที่ว่างอย่างเหมาะสม** เพื่อให้ข้อมูลที่นำเสนอมีความเป็นระเบียบและช่วยทำให้ดูสบายตายิ่งขึ้น

กำหนดสีให้สวยงาม สะดุดตา จะช่วยทำให้ภาพที่นำเสนอมีความสมบูรณ์และน่าสนใจมากขึ้น (นฤมล ปิ่นโต, 2559, น. 207)

สรุปได้ว่า การผลิตกราฟิกแอนิเมชัน ต้องอาศัยหลักในการออกแบบเพื่อสร้างจุดเด่นในการนำเสนอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น โดยเน้นให้ความสำคัญในการออกแบบเพื่อสื่อสารให้เกิดการจดจำและเข้าใจได้ง่ายเป็นสำคัญ ทั้งนี้ จากแนวคิดเกี่ยวกับกราฟิกในรายการข่าวโทรทัศน์ (Graphic in News Programs) ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้แนวคิดในการออกแบบภาพกราฟิกมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับหลักการในการสร้างภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ และใช้เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการออกแบบคำถามในแบบสอบถาม ในตัวแปรทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในด้านของเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรม (Crime News)

ข่าวอาชญากรรม (Crime News) หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ หรือเรื่องราวอาชญากรรมหรือพฤติกรรมที่เป็นภัยต่อสาธารณชน การอุบัติเหตุต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละรายวัน รวมไปถึงการรายงานข่าวเกี่ยวกับคดีความต่าง ๆ เชิงสืบสวนติดตามเหตุการณ์ในระยะยาว ในขั้นตอนการสืบสวนคดีของพนักงานสอบสวน การฟ้องร้องคดี การพิจารณาพิพากษาคดี และการบังคับคดี เช่น คดียาเสพติด การฆาตกรรม การฆ่าตัวตาย เป็นต้น

ความสำคัญของข่าวอาชญากรรม

ข่าวอาชญากรรมในองค์กรข่าวของไทยมักมีประเด็นปัญหาเรื่องจริยธรรมในการนำเสนอ เนื่องจากการละเมิดสิทธิมนุษยชนและการละเมิดสิทธิศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้ตกเป็นข่าว อย่างเช่นในกรณีการฆาตกรรม 2 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษบนเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2557 (ตาม เชื้อสถาปนศิริ, 2559, น.14) จนเกิดการเรียกร้องให้นักข่าวในไทยทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลของผู้เสียหาย ความรู้สึกของครอบครัว ผู้เสียหาย และเคารพกระบวนการสืบสวนของเจ้าหน้าที่ เนื่องจากที่ผ่านมามีการนำเสนอ เนื้อหาและภาพที่ไม่เหมาะสม

ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่ตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานของคนในสังคม เป็นข่าวที่สะท้อนให้เห็นถึงความไม่ปกติของคนในสังคม ความเสื่อมโทรมของสังคมและศีลธรรม สะท้อนให้เห็นถึงสภาพของสังคมที่ไม่ได้รับสวัสดิการอย่างทั่วถึง การนำเสนอข่าวอาชญากรรมของสื่อมวลชน ช่วยกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องหันมาเอาใจใส่และร่วมกันแก้ไขสภาพสังคมอย่างจริงจัง (ชัยยุทธ โชติบาล, 2542, น. 89 - 104)

ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่มีคุณค่าของข่าว (news values) สูงมาก ในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม (human interest) โดยมีองค์ประกอบข่าวที่ชัดเจนในด้านต่าง ๆ หลายด้าน เช่น ผลกระทบ (consequence) ความมีเงื่อนงำ (suspense) ความขัดแย้ง (conflict) เพศ (sex and scandal) ความสำคัญของบุคคลและสถานที่ที่เกี่ยวข้อง (prominence) และความแปลก (oddity) ซึ่งในการรายงานข่าวอาชญากรรม มักใช้องค์ประกอบที่กล่าวในข้างต้น มาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม (นันทริกา คุ่มไฟโรจน์, 2542, น. 30)

และเมื่อพิจารณาถึงจำนวนและลักษณะความรุนแรงของข่าวอาชญากรรมที่ปรากฏในสื่อมวลชนในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าปริมาณและระดับความรุนแรงของข่าวอาชญากรรมที่ชี้ชัด และยืนยันว่าสังคมมีปัญหาและยังไม่ได้รับการแก้ไข ดังนั้น การรายงานข่าวอาชญากรรมในสื่อมวลชน จึงควรให้ประโยชน์กับผู้อ่านโดยการเตือนสติให้ระวังภัยในทุก ๆ รูปแบบมากกว่าที่การเล่าเหตุการณ์ เพื่อให้เห็นสภาพที่น่าสะพรึงกลัว สยดสยอง เพียงอย่างเดียว แต่ไม่ได้ให้ความรู้และแนวทางในการแก้ไขปัญหา

ข่าวอาชญากรรมที่ปรากฏอยู่ในสื่อมวลชนควรมีบทบาทในการติดตามการดำเนินการทางกฎหมายของผู้เกี่ยวข้องให้โปร่งใส เพื่อความเป็นธรรมแก่ “เหยื่อ” อาชญากรรม บางกรณีข่าวอาชญากรรมยังสามารถช่วยอุดช่องโหว่ของกฎหมาย หรือ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่เจ้าหน้าที่กฎหมายของรัฐ ทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น

ลักษณะข่าวอาชญากรรม

การรายงานข่าวอาชญากรรม เป็นเนื้อหาหรือข้อมูลการกระทำผิดของบุคคล และเป็น การกระทำที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลในข่าว ข่าวเหตุการณ์หรือสถานการณ์นี้มีจุดเด่นเกี่ยวกับความผิด ความสูญเสีย ความยุติธรรม ความรู้สึก และความสะเทือนจิตใจ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2561, น. 260) ซึ่งประกอบด้วยลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

มีการกระทำผิดกฎหมาย เช่น ประสงค์ต่อทรัพย์สินหรือชีวิตร่างกาย (ฉก ชิง วิ่งราว จี้ ปล้น เรียกค่าไถ่ ฉ้อโกง ข่มขืน กระทำชำเรา ทำร้ายร่างกาย ฆาตกรรม ฆ่า ฯลฯ) ยาเสพติด ค่าของเดือน ค่าประเวณี การพนัน สะเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา หมิ่นประมาท เป็นต้น

มีผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินส่วนบุคคลและสาธารณะ เช่น อุบัติเหตุหรือ อุบัติภัย (ไฟไหม้ รถชน ฯลฯ) ฆ่าตัวตาย เป็นต้น

มีการละเมิดความยุติธรรม หรือการละเว้นไม่กระทำตามที่กฎหมายกำหนด เช่น การตรวจข้อมูลการทุจริต ความไม่โปร่งใส การใช้อำนาจโดยไม่ชอบธรรม ตรวจสอบเบาะแสบ่อนการ พนัน หรือข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่มีมูลแต่ยังไม่เข้าสู่กระบวนการทางกฎหมาย เป็นต้น (ThaiPBS Style Book 2013. งาม เชื้อสถาปนศิริ, 2559, น. 59 – 60. อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2561, น. 261)

จากลักษณะของข่าวอาชญากรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่า ขอบเขตของข่าวอาชญากรรม ครอบคลุมการประกอบความผิดหลากหลายกว้างขวางมาก อย่างไรก็ตามข่าวอาชญากรรมที่มักเป็น ข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ หรือเป็นข่าวที่สื่อโทรทัศน์นำเสนอในเวลานี้ คือ ข่าวอาชญากรรมที่ กระทำต่อชีวิต อาชญากรรมทางเพศ และร่างกายของบุคคลในชั้นอุกฉกรรจ์เป็นส่วนใหญ่ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2561, น. 262)

การรายงานข่าวอาชญากรรม

การรายงานข่าวอาชญากรรมเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนในด้านการให้ความรู้ความ เข้าใจและรู้วิธีการป้องกันอาชญากรรมประเภทต่าง ๆ แต่ในขณะเดียวกันข่าวอาชญากรรมก็ เป็นเสมือนการชี้ช่องทางในการทำอาชญากรรมได้เช่นกัน เพราะฉะนั้นข่าวอาชญากรรมจึงเป็นการเสนอ ข่าวสารที่ให้อ่านได้ทั้งทางบวกและทางลบ และบ่อยครั้งข่าวอาชญากรรมจะเป็นประโยชน์สำหรับ ผู้กระทำผิดสามารถหลบหนีไปได้ เมื่อรู้ถึงกลวิธีในการสืบสวนสอบสวนของเจ้าหน้าที่ตำรวจนัก สื่อสารมวลชนต้องตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว พยายามควบคุมดูแลการรายงานข่าวประเภทนี้ให้อยู่ใน กรอบของความควรหรือไม่ควร โดยมีการร่วมมือกันกับหลาย ๆ ฝ่าย เช่น กรมตำรวจ ศาล ผู้เสียหาย และผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น (ยงยุทธ์ รักษาศรี และ ดร.ฉวี หิรัญรักษ์, 2530, น. 155)

การรายงานข่าวอาชญากรรมมีความเกี่ยวข้องกับการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลผู้ ตกเป็นข่าวโดยตรง ทั้งเกี่ยวกับความผิด ความสูญเสีย ความยุติธรรม ความรู้สึก และความสะเทือน จิตใจของคน นักข่าวจึงต้องระมัดระวังในกระบวนการข่าวอาชญากรรมทุกขั้นตอน สถานีโทรทัศน์บีบี

ซี ประเทศอังกฤษ (ปีซี. ใน ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2559, น. 25) ระบุถึงหลักการรายงานอาชญากรรมว่า นักข่าวและทีมงานจะต้องรายงาน ข้อเท็จจริงพร้อมด้วยบริบทอันเป็นภาพกว้างของข่าวนั้นด้วย และจะต้องไม่สร้างความตื่นตระหนกต่อประชาชนอย่างเกินกว่าเหตุ โดยสร้างความรู้สึกว่าทุกคนจะตกเป็นเหยื่อของอาชญากรรมนั้นกันไปหมด

กล่าวโดยสรุปว่า การสื่อข่าวและรายงานข่าวอาชญากรรมเป็นบทบาทสำคัญขององค์กรข่าวในการสำรองไว้ซึ่งความยุติธรรมในสังคม ข่าวอาชญากรรมเป็นรายงานข่าวที่กระทบกระเทือนต่อจิตใจและได้รับความสนใจจากผู้รับสารมากที่สุดข่าวหนึ่ง ในขณะเดียวกันองค์กรข่าวของไทย มักมีประเด็นปัญหาเรื่องจริยธรรมในการนำเสนอค่อนข้างมาก เพราะส่งผลกระทบต่อสิทธิส่วนบุคคลของผู้เสียหายและผู้ตกเป็นผู้ต้องหา นักข่าวต้องให้ความระมัดระวังในกระบวนการทำงานโดยคำนึงถึงหลักจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพข่าวอย่างยิ่ง (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2561, น. 270)

แนวทางการนำเสนอข่าวอาชญากรรม

การนำเสนอข่าวอาชญากรรม อาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของประชาชนในลักษณะต่าง ๆ ดังนั้น ในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมจึงต้องระมัดระวังและพิจารณาหลายแง่มุม โดยมีหลักการในการนำเสนอ (นฤมล ปิ่นโต, 2559) ดังต่อไปนี้

1. **ไม่ยึดมั่นกับข้อมูลชุดใดชุดหนึ่ง** เพราะข้อเท็จจริงของเหตุการณ์นั้น ๆ อาจเปลี่ยนแปลงไปตามหลักฐานและพยานที่ค้นพบ ควรมีการตรวจสอบก่อนนำเสนอ เพื่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

2. **เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์** ไม่ละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน ทั้งต่อผู้เสียหายและผู้ถูกกล่าวหา หรือผู้กระทำความผิด รวมทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อครอบครัวของทุกฝ่าย เช่น หลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพผู้ต้องหาที่มีเครื่องหมายการ และไม่เสนอภาพผู้ต้องหาผ่านกรงขัง ไม่เสนอภาพผู้เสียชีวิตด้วยระยะภาพและมุมกล้องที่เห็นรูปร่างลักษณะของผู้เสียชีวิตได้อย่างละเอียดชัดเจน แต่ถ้าเป็นเหตุซึ่งหน้า หรือกรณีที่มีผลกระทบในวงกว้าง เช่น ผู้ต้องหาตามหมายจับในคดีที่ก่อเหตุร้ายแรง ก็จำเป็นต้องนำเสนอภาพของผู้ต้องหาเพื่อประโยชน์ของสาธารณชน การนำเสนอข่าวคดีความของเด็กและเยาวชน ทุกขั้นตอนของการดำเนินคดีต้องไม่นำเสนอภาพใบหน้าและรายละเอียดที่จะทำให้สามารถคาดเดาไปสู่ตัวเด็กหรือเยาวชนได้ ข่าวการฆาตกรรมและข่าวอุบัติเหตุต้องไม่นำเสนอภาพที่อุจาดตา และหลีกเลี่ยงการบรรยายสภาพร่างกายที่ถูกทำร้ายของผู้เสียชีวิตที่อาจกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชม โดยนำเสนอภาพเชิงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์แทน เช่น ภาพสิ่งของเครื่องใช้ของผู้เสียชีวิต ภาพลูกกระสุนปืนที่ตกในที่เกิดเหตุ สภาพรถยนต์หลังประสบเหตุแทน ส่วนการสัมภาษณ์ผู้ได้รับบาดเจ็บนั้นจะทำได้ก็ต่อเมื่อได้รับการรักษาพยาบาลแล้วและมีสภาพร่างกายและจิตใจพร้อมจะให้สัมภาษณ์ โดยต้องขออนุญาตก่อนทุกครั้ง

3. ให้ความรู้ บทเรียน และเตือนภัยแก่สังคม เพื่อเฝ้าระวังอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับชีวิต และทรัพย์สินของประชาชน

4. การติดตามทำข่าว การทำแผนประกอบการรับสารภาพของผู้ต้องหา ต้องหลีกเลี่ยงการบรรยายรายละเอียดของวิธีการกระทำความผิด และไม่ปล่อยเสียงคำรับสารภาพถึงขั้นตอนการกระทำ ความผิดของผู้ต้องหา เพื่อป้องกันพฤติกรรมเลียนแบบ ยกเว้น กรณีปล้น ฉ้อโกง ที่มีเจตนาแนะนำ เพื่อให้ข้อมูลเตือนภัย ปกป้องสวัสดิภาพของประชาชน

5. ปกป้องแหล่งข่าว ที่ให้สัมภาษณ์โดยไม่เปิดเผยรูปพรรณสัณฐาน หรือรายละเอียด ที่เป็นอัตลักษณ์อันทำให้คาดเดาไปสู่ตัวตนของแหล่งข่าวได้ เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดกับแหล่งข่าว

6. ไม่เปิดเผยรายละเอียด ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อรูปคดี ข้อมูลในชั้นศาลจะเปิดเผยได้ก็ต่อเมื่อศาลพิจารณาตัดสินแล้ว สามารถเปิดเผยข้อมูลการไต่สวนความของศาลระหว่างการพิจารณา ตัดสินได้ในเชิงให้ความรู้กับสังคม แต่ต้องไม่ชี้หน้าคดี หรือวิพากษ์วิจารณ์อันเป็นการละเมิดต่ออำนาจศาล ผู้สื่อข่าวต้องระวังไม่แตะต้องวัตถุพยานใด ๆ และไม่เข้าไปในบริเวณที่เจ้าหน้าที่ตำรวจกันไว้ เพื่อรักษาวัตถุพยาน (นฤมล ปิ่นโต, 2559, น. 47-48)

นอกจากนี้ พิธีษฐ์ ขวลาธวัช และคณะ (2539) ได้แนะแนวทางหรือวิธีการอย่างกว้าง ๆ ในการเสนอข่าวอาชญากรรม โดยมองจากเนื้อหา รวมถึงการพาดหัวข่าว เนื้อข่าว ภาพ และคำบรรยายได้ภาพ ดังต่อไปนี้

1. รมัถะวังการพาดหัวข่าว เพื่อก่อให้เกิดความตกใจ หรือความตื่นเต้นเร้าใจ ควรระมัดระวังการใช้ภาษาถ้อยคำที่หยาบโลน หรือข้อความที่นำไปสู่การเสื่อมเสียทางศีลธรรม หรือมีความหมายลบหรือละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ฉีกหูเรียนสาว หนุ่มพลังม้า หรือพลังกายเดี่ยว เป็นต้น

2. รมัถะวังการใช้ภาพประกอบ ที่ดูแล้วก่อให้เกิดความสมเพช สะเทือนใจ โปษณจาร ยั่วเย้าอารมณ์ให้หงุดหงิด เศร้าสลดใจ เช่น ภาพผู้ถูกสังหารเลือดท่วมตัว ภาพหญิงสาวถูกข่มขืน ยืนสั่นด้วยความกลัวยื่นเอามือปิดอกด้วยผ้าผืนน้อย ๆ หรือภาพศพหญิงสาวเปลือยกาย เพราะถูกข่มขืน ภาพคนแขวนคอตายลั่นห้อยแขวนโถงเตง เป็นต้น ดังนั้นการคัดเลือกภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างมาก

3. ควรนำเสนอให้เห็นข้อเท็จจริงและรายละเอียดของข่าวเท่าที่จำเป็น เช่น คดีข่มขืน ไม่ควรบรรยายลงรายละเอียดให้เห็นถึงพฤติกรรมหรือขั้นตอนของการข่มขืน กระทำซ้ำเรา เนื่องจากอาจเกิดเลียนแบบของผู้รู้เท่าไม่ถึงการณ์

4. การคำนวณสัดส่วน การเสนอข่าวอาชญากรรมแต่ละวัน ควรมีอัตราส่วนหรือจำนวนข่าวที่ไม่มากจนเกินความจำเป็น ควรนำเสนอข่าวที่หลากหลาย ไม่มุ่งนำเสนอข่าวประเภท

เดียว อีกทั้งความยาวของข่าวสั้น ๆ ต้องมีความเหมาะสม โดยประเมินว่าข่าวที่จะเสนอเหมาะสมหรือไม่ เพียงใด ก่อนที่จะตัดสินใจเสนอเป็นข่าวเด่นประจำวัน

5. ในการเสนอข่าวอาชญากรรมบางข่าวควรหาวิธีสัมภาษณ์ให้บุคคลหรือนักวิชาการเฉพาะด้าน หรือรับผิดชอบโดยตรง เพื่อชี้ปัญหาอาชญากรรมที่ส่งผลร้ายกระทบต่อสังคมไทย พร้อมทั้งกับวิธีป้องกันและทางออก ทั้งนี้สื่อมวลชนและสังคมต้องช่วยกันสร้างทัศนคติต่อต้านการประกอบอาชญากรรมที่เป็นผลร้ายแก่สังคมและส่วนรวม เพื่อลดการก่ออาชญากรรมและทำให้สังคมน่าอยู่มากขึ้น

6. การเสนอข่าว ควรมีลักษณะกระตุ้นให้ผู้รักษากฎหมายชี้ตรง เคารพหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นตำรวจ ศาล อัยการ ฯลฯ และพร้อมที่จะเปิดโปงการกระทำที่ไม่ถูกต้อง โดยไม่หวั่นกลัวต่อการวิ่งเต้นล้มคดี หรือการใช้อิทธิพลมืด เพื่อข่มขู่พยานหรือเจ้าหน้าที่ตำรวจ พนักงานอัยการ และผู้พิพากษา

7. ควรให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ถูกกล่าวหา ผู้ต้องหา ผู้ต้องสงสัย ในการนำเสนอข่าว หากบางครั้งมีข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ควรชี้แจงให้ผู้ชมเข้าใจอย่างถูกต้องทุกครั้ง

8. ในเนื้อหาของข่าว ควรทำให้ผู้รับชมรู้สึกว่าการประกอบอาชญากรรมนั้นเป็นสิ่งร้ายแรง และได้รับการลงโทษตามกฎหมายตามลักษณะความผิดอย่างจริงจัง

9. รมัถระวังการเสนอข่าว ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าการกระทำผิดเป็นคณเก่งหรือ วีรบุรุษ แต่ต้องนำเสนอในแง่ของผู้ที่ทำลายความสงบของสังคม ผู้สร้างความปั่นป่วนวุ่นวายแก่สังคม

10. รมัถระวังการเสนอข่าวเกี่ยวกับการบรรยายรายละเอียดที่เป็นข้อมูลลับหรือข้อมูลเชิงลึก ในการวางแผนปราบปรามผู้ร้ายของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เนื่องจากจะเป็นการชี้ช่องทางหรือเบาะแสให้คนร้ายหลบหนีการจับกุมได้

11. พิจารณารอบคอบในการเสนอข่าว บางครั้งอาจนำมาซึ่งผลร้ายให้แก่ครอบครัว ญาติ พี่น้อง หรือเพื่อนบ้านของผู้กระทำความผิด หรือพยาน เช่น บางตอนของข่าวอาจมีข้อความว่า “วันเกิดเหตุน้องชายฆาตรกรออกไปจากบ้านพร้อมกับฆาตรกร” ซึ่งตามปกติพี่น้องอาจออกจากบ้านไปพร้อมกันได้เสมอ หรือ “นาย...ซึ่งอาจเป็นพยานรู้เห็นการปล้นการวางแผนมาตั้งแต่ต้น ได้บอกรายละเอียดถึง ลักษณะรูปร่างผู้ร้าย ชื่อ...ที่อยู่” ซึ่งการนำเสนอลักษณะนี้ อาจทำให้พยานรายนี้อาจถูกขู่เช็กหรือฆ่าปิดปากได้

12. ควรนำเสนอเพื่อชักจูงประชาชนให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ ในการหาช่องทางเพื่อติดตามการเคลื่อนไหวของผู้ร้าย หรือผู้ต้องสงสัย หรือชี้เบาะแส

13. สร้างค่านิยมให้แก่ประชาชนรู้จักการให้อภัยแก่บุคคลที่สำนึกผิดจากการพฤติกรรมชั่วที่มีต่อสังคม หลังจากได้ชดใช้กรรมตามกฎหมายบ้านเมือง ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้โอกาสแก่ผู้นั้นได้กลับตัวเป็นพลเมืองดี และมีโอกาสทำความดีในสังคมต่อไป

การนำเสนอข่าวอาชญากรรม อาจมีส่วนก่อให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมและทำให้เกิดปัญหาแก่สังคม แต่ในทางกลับกันข่าวอาชญากรรมอาจมีส่วนทำให้ปลูกจิตสำนึกที่ดีของคนในสังคม และทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นได้ ซึ่งแนวทางในการเสนอข่าวอาชญากรรม ไม่อาจกำหนดเป็นแนวทางตายตัวได้ว่า แนวทางอะไรดีที่สุดสำหรับการเสนอข่าวอาชญากรรมในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม หากทุกฝ่ายต่างพยายามใช้วิธีการและเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้นตามข้อเสนอแนะ อาจทำให้ปัญหาที่ถกเถียงกันในทุกวันนี้ลดน้อยลงบ้าง (พิศิษฐ์ ชวลาธวัช และคณะ, 2539, น. 135-136)

ผลกระทบในการนำเสนอข่าวอาชญากรรม

ในปัจจุบัน ข่าวอาชญากรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้รับข่าวอาชญากรรมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ผู้รับข่าวอาชญากรรมได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วผ่านสื่อที่มีอยู่ในมือ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อเหล่านี้ มีบทบาทต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับข่าวอาชญากรรมทั้งทางบวกและทางลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องมาจากมีการนำเสนอภาพและเนื้อหาข่าวที่แสดงถึงความรุนแรงของเหตุการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวฆาตกรรม ข่าวการข่มขืนอนาจาร ข่าวการทำร้ายร่างกายกันอย่างโหดเหี้ยม เหล่านี้ย่อมมีผลกระทบต่ออารมณ์และความรู้สึกนึกคิดของผู้รับข่าวอาชญากรรมอย่างแน่นอน โดยเฉพาะกับผู้รับข่าวอาชญากรรมซึ่งจะขาดประสบการณ์และความรู้อย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นผลให้เกิดการเลียนแบบได้อย่างง่ายดาย กล่าวคือ การทำงานของสื่อสังคมอาจก่อให้เกิดผลกระทบที่สื่อตั้งเป้าหมาย (Intended Consequence) หรือไม่ได้ตั้งใจ (Unintended Consequence) ผลกระทบ 4 ระดับ (อุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์, 2547) มีดังต่อไปนี้

1. ระดับปัจเจกบุคคล ได้แก่ ด้านความนึกคิด เช่น ความรู้ และความคิดเห็น ด้านความรู้สึก หรือด้านทัศนคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกชอบไม่ชอบสิ่งหนึ่ง และด้านพฤติกรรม เช่น หากเด็กและเยาวชนได้รับชมสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป อาจทำให้ขาดการติดต่อกับสื่อสารกับบุคคลและโลกภายนอก และถูกสื่อครอบงำได้ง่าย

2. ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มหรือองค์กร เช่น ดนตรี และรายการบันเทิง การโฆษณาต่าง ๆ มักมีอิทธิพลต่อการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเด็กและวัยรุ่น เช่น อิทธิพลของการโฆษณาโทรศัพท์มือถือ ทำให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานติดโทรศัพท์ เป็นต้น

3. ระดับสถาบันสังคม เช่น การเสนอข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับพระสงฆ์บ่อย ๆ ทำให้สถาบันศาสนามีมุมมองด้านลบและได้รับผลกระทบจนอาจนำไปสู่การปฏิรูปสถาบันสงฆ์ เป็นต้น

4. ระดับสังคมวัฒนธรรม เช่น การนำเสนออาชญากรรมบ่อยครั้ง อาจทำให้เกิดการเลียนแบบ และนำไปสู่การก่อคดี โดยผลกระทบนี้ อาจส่งผลต่อเนื่องจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่งด้วยเสมอ เนื่องจากผลในระดับย่อยจะมีการสะสมไปสู่ผลในระดับใหญ่และในวงกว้าง

ซึ่งผลกระทบโดยตรงต่อสังคมจากข่าวความรุนแรงที่สื่อต่าง ๆ นำเสนอ อาจส่งผลกระทบอื่น ๆ ตามมา ดังนี้

1. มองเห็นความรุนแรงเป็นเรื่องปกติธรรมดา กล่าวคือ เมื่อผู้รับข่าวอาชญากรรมได้พบเห็นภาพของความรุนแรงอยู่บ่อย ๆ อาจทำให้ผู้รับข่าวชินชากับความรุนแรงและมองเห็นว่าความรุนแรงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างปกติธรรมดา และส่งผลต่อพฤติกรรม กลายเป็นคนที่มีนิสัยก้าวร้าว เลือกใช้ความรุนแรงเป็นวิธีในการแก้ไขปัญหาอยู่เสมอ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นอิทธิพลจากการนำเสนอข่าวอาชญากรรม ทำให้เกิดการซึมซับตัวอย่างความรุนแรงจากข่าวที่สื่อ นำมาเสนอตนเอง

2. ก่อให้เกิดพฤติกรรมกาเลียนแบบ การเปิดรับข่าวทางสื่อสังคมย่อมส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตด้านต่าง ๆ ได้ เนื่องจากในสมองของคนเรามีเซลล์ประสาทที่ชื่อว่า Mirror Neuron หรือเซลล์กระจกเงา ซึ่งเป็นเซลล์ที่ตอบสนองต่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ของคนเราที่ผ่านทางการได้ยิน อีกทั้งมนุษย์ มักเลือกรับรู้และตีความหมายของข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ความสนใจ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความคาดหวัง สภาวะทางอารมณ์หรือสภาวะทางร่างกาย แรงจูงใจ และจิตใจ การเห็นภาพต่าง ๆ ซึ่งทำให้เราเกิดการเรียนรู้และเลียนแบบพฤติกรรมจากผู้อื่นได้ โดยเฉพาะในผู้รับชมข่าวอาชญากรรม สมองของจะจดจำพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เห็นแล้วทำให้ผู้รับข่าวอาชญากรรมเกิดการลอกเลียนแบบได้ง่าย ดังนั้น การที่ผู้รับข่าวอาชญากรรมได้เห็นสื่อที่นำเสนอภาพข่าวความรุนแรงซ้ำซากวนเวียนอยู่บ่อย ๆ จะทำให้ผู้รับข่าวอาชญากรรมเกิดการซึมซับพฤติกรรมความรุนแรงเหล่านั้นเข้าไปโดยที่ไม่รู้ตัว ยกตัวอย่างเช่น การที่สื่อ นำเสนอข่าวฆาตกรรมฆ่าฟันศพ ซึ่งการที่ผู้รับข่าวอาชญากรรมได้ติดตามดูข่าวนี้อาจทำให้เกิดพฤติกรรมลอกเลียนแบบที่ไม่จำเป็นที่จะต้องกระทำการฆาตกรรมผู้อื่นเหมือนในข่าวนั้น ๆ แต่ความรุนแรงของข่าวนั้นก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้รับข่าวอาชญากรรม อยากกระทำความรุนแรงในรูปแบบอื่น ๆ แทนได้ เนื่องจากสมองได้เกิดการเลียนแบบและซึมซับพฤติกรรมการกระทำความรุนแรงนั้นแล้ว

3. เกิดการสร้างมาตรฐานทางสังคมใหม่ในด้านลบ หากสื่อ นำเสนอข่าวข่าวการข่มขืน ข่าวการฆาตกรรม ข่าวการรุมทำร้ายแก่กันกันอย่างโหดเหี้ยม ซึ่งถือเป็นคดีสะเทือนขวัญ โดยมีเนื้อหาตามติดชีวิตฆาตกรในแง่ของความน่ารัก ตลกขบขัน อาทิ หน้าตาที่สวยงามหรือหล่อ คำพูด การแต่งกาย รอยสัก การใช้สินค้า และจุดเด่นอื่น ๆ ของฆาตกร จะทำให้มีความรู้สึกผู้ชมรู้สึกว่าการฆาตกร หรือเหล่าอาชญากรเหล่านั้นเป็นไอดอลที่ทุกคนให้ความสนใจ และอาจเกิดการลอกเลียนแบบ ซึ่งการนำเสนอลักษณะนี้จะยิ่งกระตุ้นให้สังคมเกิดการสร้างมาตรฐานทางสังคมแบบผิด ๆ ที่ทำให้

สังคมเห็นว่า คนที่กระทำความผิดเป็นฆาตกรเป็นโจร เป็นนักเลง เป็นนักต้มตุ๋น ก็สามารถเป็นคนที่มีชื่อเสียงโด่งดังและได้รับการกล่าวขวัญถึงในสังคมได้

4. ผู้รับข่าวอาชญากรรมเกิดความเครียด ผู้ชมที่รับชมข่าวอาชญากรรมหรือการนำเสนอที่มีเนื้อหาความรุนแรงต่าง ๆ ติดต่อกัน แบบซ้ำไปซ้ำมา ก็จะทำให้ผู้ชมเกิดการหมกมุ่นอยู่กับข่าวร้ายนั้น ก่อให้เกิดความเครียดที่อาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายอารมณ์และจิตใจ เช่น นอนไม่หลับ วิตกกังวล ซึมเศร้า ก้าวร้าว หงุดหงิด มองโลกในแง่ร้าย เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าสื่อต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันนี้ล้วนมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของผู้รับข่าวอาชญากรรมเป็นอย่างมาก ดังนั้นในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อจึงต้องมีความตระหนักในเรื่องนี้ให้มากขึ้น ในขณะเดียวกันธุรกิจสื่อมวลชนที่มีการแข่งขันสูง สื่อเน้นการแสวงหาข่าวด้วยความรวดเร็ว สร้างจุดขายโดยการนำเสนอข่าวแบบเจาะลึก สร้างความตื่นเต้นชวนให้ผู้รับสารติดตาม เป็นผลให้ขั้นตอนการแสวงหาข่าวหรือเนื้อหาของข่าวที่นำเสนอ กระบอบต่อสิทธิส่วนบุคคลหรือกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวอาชญากรรม สื่อมวลชนเน้นการนำเสนอรายละเอียดขั้นตอนของการประกอบอาชญากรรมแบบเจาะลึก หรือในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่ผู้ต้องหาหรือผู้เสียหายเป็นเด็กหรือเยาวชน แม้จะมีกฎหมายที่มีผลใช้บังคับอยู่ในการห้ามเผยแพร่ภาพหรือเรื่องราวใด ๆ อันก่อให้เกิดความเสียหายต่อเด็ก แต่ในบางครั้งก็ยังมีกรกระทำที่ละเมิดต่อบทบัญญัติแห่งกฎหมายเกิดขึ้น (อุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์, 2547, น. 558-559)

จากแนวคิดเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรม (Crime News) จึงสรุปได้ว่า สื่อมวลชนควรระมัดระวังและพิจารณาหลายแง่มุมในการนำเสนอ ทั้งในด้านศีลธรรม ความเหมาะสมและสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล ไม่ละเมิดสิทธิของผู้ตกเป็นข่าว รวมไปถึงไม่ควรนำเสนอพฤติการณ์การก่อเหตุเพื่อป้องกันพฤติกรรมกระเลินแบบ ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมา ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาตัวแปรของทัศนคติในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในด้านเนื้อหาข่าว เพื่อใช้ในการกำหนดคำถามในแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes)

ทัศนคติตรงกับกับภาษาอังกฤษว่า “Attitude” เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมาก แนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร มีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้

คำว่า ทศนคติ (Attitude) ออสแคมป์ (Oskamp, 1977) ให้ความหมายไว้ว่า คือ ท่าทางของคน (a person's bodily position or posture) แต่ในปัจจุบันคำ ๆ นี้มักจะใช้ในความหมายที่หมายถึง ท่าทางของจิตใจคน (posture of the mind) มากกว่าของร่างกาย

ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความคิดของบุคคลนั้น ๆ ที่รู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่ส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทศนคติเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ที่สามารถนำมาประเมินได้ว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารที่มีผลต่อพฤติกรรม (Roger, 1978, pp. 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 122)

ทศนคติ หมายถึง กลุ่มความเชื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ ซึ่งรวมตัวกันค่อนข้างถาวร มีผลโน้มน้าวให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือปฏิกิริยาได้ตอบในทางใดทางหนึ่ง (Milton Rokeach, 1972) ตามความหมายนี้ ทศนคติ มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการคือ

1) ทศนคติเป็นความเชื่อ (belief) เป็นโครงสร้างที่รวมเข้าด้วยกันประกอบด้วย ความรู้สึก อารมณ์ ความคิด และความโน้มเอียงในการแสดงออก และเป็นสิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในตัวบุคคล

2) ทศนคติเกิดจากการเรียนรู้ มีลักษณะค่อนข้างถาวร มิใช่เกิดขึ้นชั่วคราวแล้วหายไปทันที

3) ทศนคติ มี 2 ประเภท คือ ทศนคติต่อบุคคลหรือวัตถุ และทศนคติที่เกี่ยวกับสถานการณ์ เช่น สถานการณ์ทางการเมือง สถานการณ์ทางสังคม เป็นต้น

4) ทศนคติเป็นความโน้มเอียง เกี่ยวกับการแสดงปฏิกิริยาได้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่ไม่ใช่พฤติกรรมที่แสดงออกมา

5) ปฏิกิริยาได้ตอบที่แสดงออกมามีแนวโน้มไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น สนับสนุนหรือคัดค้าน ชอบหรือไม่ชอบ หรือรู้สึกเฉย ๆ เป็นต้น

ทศนคติ หมายถึง การมุ่งใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น (Rosenberg and Hovland, 1960, p. 1)

ทศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ พึงใจ หรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ (G. Murphy , L. Murphy and T. Newcomb, 1973, p. 887)

ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง อาจเป็นความคิดเห็น หรือความรู้สึก ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล มีความลึกซึ้งเหนียวแน่น เปลี่ยนแปลงได้ยาก และอาจเป็นเรื่องที่สั่งสมมานาน หรืออาจเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ค่อนข้างผิวเผินไม่ลึกซึ้ง ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย (กิตติมา สุรสนธิ, 2548, น. 83)

ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 657)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรับรู้ของบุคคล และมีแนวโน้มพฤติกรรมได้ตอบในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบุคคล สิ่งของ และสถานการณ์ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ เช่น การชอบหรือไม่ชอบ หรือรู้สึกเฉยๆ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นต้น

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงไปยังแง่มุมอื่นอีก 2 ด้าน คือ ด้านแรก เชื่อมโยงไปยังนิยามของทัศนคติ อีกด้านหนึ่งที่เชื่อมโยงไปยังประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านี้หรือความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งธีระพร อุวรรณโณ และนักจิตวิทยาต่าง ๆ ได้เสนอองค์ประกอบของ ทัศนคติไว้เป็นทั้งหมด 3 แนวทาง ดังนี้

1. ทัศนคติมีสามองค์ประกอบ ในแนวคิดนี้ระบุว่าทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ

1) องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) มีส่วนประกอบด้วยความเชื่อ ความรู้ ความคิด และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อที่หมายของทัศนคติ (Attitude object)

2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ หรือดี - ไม่ดี

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติต่อที่หมายของทัศนคติ (ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 3)

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนการแบ่งทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ และมีอิทธิพลต่อการศึกษาด้านนี้ ไม่น้อย คือ เครทซ์และคณะ (Kretch, Crutchfield, and Palachey, 1962, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) และทริแอนด์ส (Triandis, 1971, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) นักจิตวิทยาเหล่านี้ให้คำนิยามทัศนคติโดยครอบคลุมองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบอย่างครบถ้วน และเห็นว่าองค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อกันและกันพอสมควร กล่าวคือ เครทซ์และคณะ ทบทวนงานวิจัย ด้านนี้แล้วพบว่า องค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (เช่น ค่าสหสัมพันธ์ประมาณ 4.5)

การที่เครทซ์และคณะสรุปว่าองค์ประกอบทั้งสามสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง จะเป็นการลบล้างจุดอ่อนของการแบ่งทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ ที่เคยมีการให้ข้อสังเกตกันว่า หากองค์ประกอบทั้งสามไม่สัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันในระดับต่ำ แต่ละองค์ประกอบอาจเป็นมโนทัศน์ที่เป็นอิสระจากกัน หรือ หากองค์ประกอบทั้งสามมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง องค์ประกอบทั้งสามอาจเป็นสิ่งเดียวกันก็ได้ (Oskamp, 1977, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) อย่างไรก็ตาม แมคกวายร์ (MaGuire, 1969, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) ทบทวนงานวิจัยด้านนี้เช่นกัน กลับได้ข้อสรุปที่ต่างไปว่าองค์ประกอบทั้งสามมีความสัมพันธ์กันมาก จนอาจจะไม่มีประโยชน์ที่จะแยกทัศนคติออกเป็น 3 องค์ประกอบ

2. ทัศนคติมีสององค์ประกอบ นักจิตวิทยาที่สนับสนุนการแบ่งทัศนคติเป็น 2 องค์ประกอบได้แก่ แคทซ์ (Katz, 1960 อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) และ โรเซ็นเบิร์ก (Rosenberg, 1956, 1960, 1965 อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3) ตามแนวคิดของโรเซ็นเบิร์ก ระบุว่าทัศนคติมี 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านปัญญา และองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก

องค์ประกอบด้านปัญญา หมายถึง กลุ่มของความเชื่อที่บุคคลมีว่าที่หมายของทัศนคติจะเป็นตัวส่งเสริมหรือขัดขวางการบรรลุถึงค่านิยมต่าง ๆ ของบุคคล ส่วนองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้น

แนวคิดของโรเซ็นเบิร์กเป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานร่วมกับกลุ่มทฤษฎีที่เรียกว่า กลุ่มทฤษฎีความคล่องจองของปัญญา (Cognitive Consistency Theories) โดยโรเซ็นเบิร์กเห็นว่า “มนุษย์มีความต้องการที่จะบรรลุและรักษาไว้ซึ่งความคล่องจองระหว่างอารมณ์ความรู้สึกและปัญญา” (Rosenberg, 1965, pp. 123-124, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 3) โรเซ็นเบิร์กจึงนิยามทัศนคติว่า เป็นโครงสร้างรวมระหว่างปัญญา และอารมณ์ ความรู้สึก (ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น.3)

3. ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว แนวคิดนี้ระบุว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบ ที่มีแนวโน้มหรือความตั้งใจในการแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือการกระทำบางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนแนวคิดนี้ได้แก่ เป็ม (Pem, 1970, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) ฟิชบายน์และไอเซ็น (Fishbein & Ajzen, 1975, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) อินสโค (Insko, 1967) และเธอส์ตัน (Thurstone, 1959, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) นักจิตวิทยาเหล่านี้ ถือเอาค่านิยมองค์ประกอบทางอารมณ์ความรู้สึกเป็นค่านิยมทัศนคติด้วย

แนวคิดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน ในการจัดองค์ประกอบของทัศนคติ 3 แนวทาง ดังที่กล่าวมาข้างต้น คือ แนวที่เห็นว่าทัศนคติมียองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกเพียงองค์ประกอบเดียว ส่วนองค์ประกอบด้านปัญญาและองค์ประกอบด้านพฤติกรรม นักจิตวิทยาบางคน เช่น พิชายน์ และไอเซ็น เห็นว่า เป็นตัวแปรหรือมโนทัศน์ที่แยกออกจากทัศนคติได้ (ธีระพร อูรรณ โณ, 2528, น. 4)

ในขณะที่ อูรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) กล่าวว่า ทัศนคติโดยทั่วไปจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (cognitive component or beliefs) เป็นความเข้าใจ ความเชื่อว่าดี มีประโยชน์ หรือเลว มีโทษ และเป็นองค์ประกอบแรกของการก่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ความรู้หรือความเชื่อถือเป็นสิ่งที่บุคคลมักจะได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตีความสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ความรู้ หรือความเชื่อ ทั้งนี้อาจถูกหรือผิดก็ได้ หากคิดว่าสิ่งไหนดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component or emotions) เป็นการแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งที่เรามีทัศนคติ เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ดี ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ โดยสิ่งที่จะเป็นเครื่องชี้ขาดว่า บุคคลนั้นจะมีความรู้สึก หรืออารมณ์อย่างไรต่อสิ่งที่เขามีทัศนคติ คือ ความเชื่อ ประสบการณ์ หรืออารมณ์อื่น ๆ ที่มาผลักดันโดยไม่รู้ตัว หากบุคคลมีความรู้สึกบวกต่อสิ่งใด ก็ย่อมแสดงถึงความชอบสิ่งนั้น หรือหากบุคคลมีความรู้สึกด้านลบ ต่อสิ่งใด ก็แสดงว่า ไม่ชอบสิ่งนั้น

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component or actions) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ ซึ่งเป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่ตนมี เป็นการแสดงออกทางวาจา และกริยาต่อสิ่งเร้าที่กำหนดให้เป็นการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่ตนมีทัศนคติ โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใด ๆ ต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีทัศนคติ ความเข้าใจ ความรู้สึก หรือมีความคิดที่แตกต่างกัน (อูรรณ ปิรันธน์ โอวาท, 2537, น. 23)

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำทัศนคติมียองค์ประกอบเดียว ซึ่งหมายถึงความรู้สึกในทางบวก ทางลบ ทั้งบวกและลบ หรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และองค์ประกอบของทัศนคติในด้านพฤติกรรม (behavioral component or actions) ซึ่งเป็นการก่อเกิดทัศนคติที่เกิดการแสดงออกทางวาจา หรือเกิดพฤติกรรมที่ต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ มาใช้ศึกษาตัวแปรทัศนคติ เพื่อวัดระดับความรู้สึกที่มีต่อการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม

นักจิตวิทยามีความเห็นเป็น 2 ทรรศนะหลัก ต่อประเด็นที่ว่าทัศนคติกับพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยทรรศนะแรก มีความเห็นว่า ทัศนคติไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรม และทรรศนะที่สอง มีความเห็นว่า ทัศนคติสัมพันธ์กับพฤติกรรม ดังนี้

1. ทัศนคติไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรม การวิจัยของละบีเออร์ (LaBiere, 1934, อ้างถึงใน อีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 5) มีชื่อเสียงมากในเรื่องนี้ การวิจัยครั้งนี้ เริ่มทำตั้งช่วงปี ค.ศ. 1930 – 1932 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คนผิวขาวในสหรัฐอเมริกาอคติต่อคนเชื้อชาติอื่นเป็นอย่างมาก เช่น คนผิวดำ คนเอเชีย และคนต่างชาตินอื่น ๆ ละบีเออร์ได้ทำการทดลองเดินทางกับสามีภรรยาชาวจีนคู่หนึ่งไปยังที่ต่าง ๆ ในสหรัฐฯ และหยุดพักตามโรงแรม ภัตตาคาร และร้านกาแฟ และเขาจดบันทึกว่าสถานที่เหล่านั้นยอมต้อนรับสามีและภรรยาชาวจีนหรือไม่ ซึ่งในการเดินทาง 10,000 ไมล์ และหยุดตามที่ต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 251 แห่ง ปรากฏว่า สามีภรรยาชาวจีนถูกปฏิเสธการให้บริการเพียงครั้งเดียว

จากนั้นละบีเออร์ต้องการทดสอบว่า ผู้ปฏิบัติงานตามสถานที่เหล่านั้น มีทัศนคติต่อชาวจีนอย่างไร ซึ่งได้ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน โดยส่งแบบสอบถามออกไปให้แก่สถานที่ ซึ่งคำถามในแบบสอบถาม ถามว่า "คุณจะรับชาวจีนเป็นแขกในสถานที่ของคุณหรือไม่" เขาได้รับคำตอบกลับ มา 128 ฉบับ ในจำนวนนี้ 118 รายตอบปฏิเสธมา และอีก 9 ราย ตอบว่าขึ้นอยู่กับสถานการณ์จริง ๆ มีเพียงรายเดียวเท่านั้นที่ตอบรับ

นอกจากนี้ละบีเออร์ก็ส่งแบบถามเช่นเดียวกันนี้ไปยังที่อื่น ๆ ซึ่งคำตอบที่เขาได้รับ กลับมาคราว มีอัตราส่วนเท่า ๆ กับคำตอบที่ได้รับมาคราวแรก ละบีเออร์จึงสรุปว่า คำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถามต่างจากพฤติกรรมที่แท้จริงมาก และคำตอบที่ได้รับจากแบบสอบถาม เป็นสิ่งที่เชื่อถือไม่ได้ ดังนั้นหากจะศึกษาทัศนคติจะต้องศึกษาโดยใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรม

ในขณะที่การวิจัยของโคเรย์ (Corey, 1937, อ้างถึงใน อีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 5) ซึ่งทำโดยการวัดทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อการโกงข้อสอบ แล้วนำผลนี้ไปเปรียบเทียบกับพฤติกรรมการโกงในการสอบ 5 ครั้ง ผลปรากฏว่า ทัศนคติและพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันเพียง + 0.2

ความสงสัยเหล่านี้ได้รับการยืนยัน จากการทบทวนงานวิจัยของวิกเคอร์ (Wicker, 1969, อ้างถึงใน อีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 5) งานวิจัยที่วิกเคอร์นำมาทบทวนมีข้อแม้สำคัญ คือ จะต้องมีการวัดทัศนคติอย่างน้อยหนึ่งวิธีและมีการวัดพฤติกรรมต่อที่หมายเดียวกับที่หมายของทัศนคติอย่างน้อยหนึ่งวิธี ซึ่งวิกเคอร์ได้รวบรวมงานวิจัยที่เข้าเกณฑ์ได้มากกว่า 30 เรื่อง แล้วนำมาวิเคราะห์ วิกเคอร์ได้ข้อสรุปว่า โดยส่วนรวมการวิจัยเหล่านี้กล่าวว่า ทัศนคติจะไม่สัมพันธ์หรือสัมพันธ์เพียงเล็กน้อยกับพฤติกรรมที่คนแสดงออกมากกว่าที่ทัศนคติจะสัมพันธ์โดยใกล้ชิดกับการกระทำ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไพรจิสต์โมเมนต์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองสองชนิดมี

น้อยครั้งที่จะมีค่าเกินกว่า 30 และมักจะมีค่าใกล้เคียงศูนย์บ่อยทีเดียว ความแปรปรวนของผลการวัดพฤติกรรมที่แสดงออกที่สามารถอธิบายได้ด้วยข้อมูลทัศนคติมีน้อยครั้งที่จะมีค่ามากถึงร้อยละ 10 (Wicker, 1969, P. 65, อ้างถึงใน จีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 6)

งานวิจัยของละบีเออร์และข้อสรุปของวิกเคอร์ มักได้รับการอ้างในยุคต่อ ๆ มา แต่จากนั้นก็เริ่มมีหลักฐานมาลบล้างเพิ่มขึ้น เช่น งานวิจัยของละบีเออร์ถูกวิจารณ์ในสองประเด็นหลัก ที่จะทำให้ข้อค้นพบของเขาขาดความน่าเชื่อถือไป

ประเด็นแรก แคมป์เบลล์ (Campbell, 1963, อ้างถึงใน จีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 6) ชี้ให้เห็นว่าการปฏิเสธสามิภรรยาชาวจีนที่เดินทางมาใช้บริการ ทำให้เกิดการเผชิญหน้าของเจ้าของกิจการต่าง ๆ นั้น ซึ่งสามารถปฏิเสธการให้บริการได้ยากกว่าในแบบสอบถาม ดังนั้นหากเจ้าของกิจการที่เคยต้อนรับสามิภรรยาชาวจีนมาแล้ว แต่เมื่อได้รับแบบสอบถามมาแล้วปฏิเสธการต้อนรับในแบบสอบถาม ความไม่คงเส้นคงวานี้เรียกว่า เป็นความไม่คงเส้นคงวาแบบปลอม (Pseudo-inconsistency) ซึ่งคนจะกล้าปฏิเสธมากกว่า เพราะคนเพียงทำสิ่งที่ง่ายกว่า

ประเด็นที่สอง ดิลลีเฮย์ (Dillehay, 1973, อ้างถึงใน จีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 6) ชี้ให้เห็นว่าการส่งแบบสอบถามไปให้เจ้าของกิจการตอบกลับมา ไม่มีอะไรเป็นหลักประกันได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนเดียวกับผู้ที่ให้การต้อนรับสามิภรรยาชาวจีนมาก่อน

2. ทัศนคติสัมพันธ์กับพฤติกรรม นักจิตวิทยาที่สนับสนุนแนวความคิดนี้เห็นว่าทัศนคติสัมพันธ์กับแบบแผน (Pattern) ของพฤติกรรมมากกว่าจะสัมพันธ์กับพฤติกรรมหนึ่งพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ (Ajzen & Fishbein, 1977, Campbell, 1963, Doob, 1947, Thurstone, 1931, Title & Hill, 1967, อ้างถึงใน จีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 6) เฮอร์สโตนเอง ชี้ให้เห็นว่า คนสองคนอาจมีทัศนคติเหมือนกัน แต่คนสองคนนี้อาจจะมีพฤติกรรมที่แสดงออกมาต่างกันได้

งานวิจัยของไวเกล และนิวแมน (Weigel & Newman, 1976, อ้างถึงใน จีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 7) ยืนยันประเด็นข้างต้นได้อย่างชัดเจน ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำมาตรวัดทัศนคติต่อปัญหาหาสังคมหลายด้าน รวมทั้งมาตรวัดทัศนคติต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมซึ่งเป็นมาตรแบบไลเคิร์ต (Likert) โดยให้กลุ่มตัวอย่าง 44 คน ตอบ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ได้มาจากการสุ่มจากประชากรในเมืองขนาดกลางเมืองหนึ่ง หลังจากการวัดทัศนคติ 3 เดือน ผู้วิจัยที่ส่งคนไปเก็บข้อมูลพฤติกรรมชุดแรก คนที่ถูกส่งไปนี้ไปติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างที่บ้าน โดยสอบถามคนในกลุ่มตัวอย่างว่า จะสามารถช่วยเซ็นใบฎีกาที่เกี่ยวกับเรื่องสภาพแวดล้อม 3 เรื่อง (เช่น ฎีกาต่อต้านการสร้างโรงไฟฟ้าพลังนิวเคลียร์ เป็นต้น) ได้หรือไม่ การวัดพฤติกรรมครั้งนี้ผู้วิจัยให้คะแนนการเซ็นใบฎีกาเรื่องละ 1 คะแนน หากคนในกลุ่มตัวอย่างนำใบฎีกาเปล่าไปให้คนอื่นเซ็น แล้วส่งคืนมาให้ผู้วิจัย ก็จะได้รับคะแนนเพิ่ม 1 คะแนน หลังจากการทดสอบด้วยฎีกา 6 สัปดาห์ ผู้วิจัยก็ส่งคนใหม่ไปติดต่อกับคนในกลุ่มตัวอย่าง ให้เข้าร่วมโครงการเก็บขยะตามถนน โครงการนี้มีเวลาให้เลือกทำได้ 3 ครั้ง

หากใครทำครั้งหนึ่งครั้งใดก็จะได้รับคะแนน 1 คะแนน และหากสามารถชวนคนอื่นมาได้ อีก อย่างน้อย 1 คน ก็จะได้รับคะแนนเพิ่มอีก 1 คะแนน หลังจากนั้นอีก 8 สัปดาห์ ผู้วิจัยก็ส่งคนใหม่ไปติดต่อคนในกลุ่มตัวอย่างอีก ในครั้งนี้ติดต่อให้เข้าร่วมโครงการนำของไข้แล้วไปผลิตใหม่ ซึ่งของเหล่านี้ คือหนังสือพิมพ์ และขวดต่าง ๆ หากคนในกลุ่มตัวอย่างยินดีเข้าร่วมโครงการ ก็ต้องเตรียมของดังกล่าวไปวางไว้หน้าบ้าน แล้วผู้จัดโครงการจะส่งคนมาดำเนินการเก็บ ซึ่งการเก็บของเหล่านี้จะมีสัปดาห์ละครั้ง ติดต่อกันเป็นเวลา 8 สัปดาห์ ผู้วิจัยให้คะแนนพฤติกรรมส่งของไปผลิตใหม่นี้ครั้งละ 1 คะแนน ดังนั้นคะแนนสูงสุดที่เป็นไปได้ คือ 8 คะแนน

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นได้ว่า ทักษะติดต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ทำนายพฤติกรรมเดี่ยวหรือพฤติกรรมจำเพาะต่าง ๆ ในอัตราค่อนข้างต่ำ แต่เมื่อได้รวมพฤติกรรมเดี่ยวเป็นกลุ่มพฤติกรรมทักษะการทำนายพฤติกรรมได้มากขึ้น และเมื่อรวมกลุ่มพฤติกรรมเข้าเป็นกรณีพฤติกรรมรวม ทักษะก็ทำนายพฤติกรรมได้สูงขึ้นไปอีกถึง 62

โดยสรุปงานวิจัยชิ้นนี้ จึงแสดงให้เห็นว่า ทักษะที่วัดในแนวกว้าง สามารถทำนายพฤติกรรมจำเพาะได้ไม่มากนัก แต่สามารถทำนายพฤติกรรมได้มากขึ้น หากรวมพฤติกรรมเดี่ยวเป็นกลุ่มพฤติกรรมหรือขยายจำนวนพฤติกรรมที่นำมาเป็นเกณฑ์ให้มากขึ้น

อีกด้านหนึ่งไอเซ็นและพิชบายน์ (1977) เห็นว่าปัญหาที่เกิดจากการนำทักษะคติไปทำนายพฤติกรรมได้ไม่มากนัก เป็นเพราะนักวิจัยไม่ได้วัดทัศนคติและพฤติกรรมในระดับความจำเพาะในระดับเดียวกัน หากการวิจัยใดวัดตัวแปรทั้งสองในระดับเดียวกัน การนำทักษะคติไปทำนายพฤติกรรมก็จะทำได้มากขึ้น จึงได้ศึกษาเพื่อทบทวนการวิจัยที่ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมจำนวน 109 เรื่อง ซึ่งรวมการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 142 ข้อ โดยแบ่งงานวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม ใช้เกณฑ์ความสอดคล้องระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมในด้านที่หมายกับการกระทำ ในด้านที่หมาย โดยพิจารณาว่า ที่หมายของทัศนคติและพฤติกรรมสอดคล้องกันหรือไม่ ในด้านการกระทำ พิจารณาว่า พฤติกรรมที่วัดเป็นการกระทำเช่นไร และทัศนคติที่วัดเป็นทัศนคติต่อการกระทำนั้นหรือไม่ หากทัศนคติที่วัดเป็นทัศนคติต่อการกระทำที่วัดในฐานะเป็นพฤติกรรมด้วย ก็ถือว่าทัศนคติและพฤติกรรมมีความสอดคล้องกันในการกระทำ ซึ่งการแบ่งงานวิจัยออกเป็น 3 กลุ่มจึงแบ่งได้ดังนี้ 1) กลุ่มสอดคล้องต่ำ เมื่อทัศนคติกับพฤติกรรมในด้านที่หมายและการกระทำไม่สอดคล้องกัน 2) กลุ่มสอดคล้องบางส่วน เมื่อทัศนคติกับพฤติกรรมสอดคล้องกันเพียงในด้านที่หมายหรือการกระทำเพียงด้านเดียว 3) กลุ่มสอดคล้องสูง เมื่อทัศนคติกับพฤติกรรมสอดคล้องกันทั้งในด้านที่หมายและการกระทำ แล้วจากนั้นจึงแจกแจงว่า งานวิจัยในแต่ละกลุ่มพบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมอย่างไร จะเห็นได้ว่าหากทัศนคติกับพฤติกรรมส่วนมากไม่มีความสำคัญต่ำหรือไม่คงเส้นคงวา แต่หากทัศนคติกับพฤติกรรมที่วัดมีความสอดคล้องกันสูง ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมส่วนมากมีในระดับสูง

จะเห็นได้ว่าการทบทวนงานวิจัยโดยไอเซ็นและพิชบายน์ (1977) ชี้แนะว่าการจะศึกษาเรื่อง ทักษะคิดให้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การวัดทักษะคิดกับพฤติกรรมจะต้องมีความสอดคล้องกันอย่างน้อยก็ในด้านที่หมายและการกระทำ

สรุปได้ว่างานวิจัยของไวเกลและนิวแมน (1976) และการทบทวนงานวิจัย 109 เรื่องโดยไอเซ็น และพิชบายน์ (1977) แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า เราสามารถนำทักษะคิดไปทำนายพฤติกรรมได้ จากการวัดทักษะคิดและการวัดพฤติกรรม ซึ่งเป็นการวัดในระดับความจำเพาะระดับเดียวกัน (ธีระพร อุวรรณโน, 2528, น. 9)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดกับพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย ทักษะคิดไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรม และ ทักษะคิดสัมพันธ์กับพฤติกรรม มาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาว่า ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยว่าทักษะคิดที่มีต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบหรือไม่ อย่างไร

การเกิดของทัศนคติ (Attitude formation)

ทัศนคติส่วนใหญ่เกิดจากการรับรู้หรือเรียนรู้ ซึ่งการก่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ อาจได้รับอิทธิพลมาจากพ่อแม่ พี่น้อง และญาติ หรืออาจเปลี่ยนแปลงไปโดยอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล รวมไปถึงอิทธิพลของสื่อสารมวลชนด้วย ดังนี้

1. อิทธิพลจากพ่อแม่

อิทธิพลจากพ่อแม่ ถือได้ว่าเป็นแหล่งที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อเด็กโดยเฉพาะก่อนเด็กเข้าโรงเรียน เด็กจะพัฒนาค่านิยม (value) ความเชื่อ (belief) และความรู้สึกนึกคิดขึ้นมาในกรอบของครอบครัวซึ่งมีพ่อแม่เป็นหลัก อาจเป็นไปได้ว่า เด็กอาจลอกเลียนหรือเรียนรู้ทัศนคติจากพ่อแม่โดยตรงก็ได้ (ธีระพร อุวรรณโน, 2535, หน้า 5/1)

2. อิทธิพลจากกลุ่มต่าง ๆ

ครู มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของเด็กเป็นอย่างมาก โดยการวางระเบียบกฎเกณฑ์ให้นักเรียนปฏิบัติตามหนังสือที่ใช้ในการเรียน ทำให้เด็กเกิดการทัศนคติทางด้านต่าง ๆ ได้ และหากครูเป็นแบบอย่างที่ดีในการพัฒนา ทัศนคติของเด็กก็มีโอกาสในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางที่ดี อีกทั้งกลุ่มเพื่อนนักเรียนในโรงเรียน ยังมีอิทธิพลมากต่อการพัฒนาทัศนคติของเด็ก โดยเฉพาะในระยะวัยรุ่นหรือในวัยเดียวกัน (Rettig, 1966, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโน, 2535, หน้า 5/1)

3. อิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัว

นักจิตวิทยาสกุลจิตวิเคราะห์ เน้นเรื่องประสบการณ์ในวัยเด็กว่า มีอิทธิพลต่อการพัฒนาของบุคคล รวมทั้งการพัฒนาทัศนคติด้วย ประสบการณ์ที่รุนแรงหรือกระทบกระเทือน

ใจบุคคลเป็นสิ่งที่ฝังแน่นในจิตใจของบุคคลได้นาน เช่น ผู้หญิงที่ถูกข่มขืน อาจพัฒนาทัศนคติในทางลบต่อผู้ชายไปตลอดชีวิตของเธอ หรือบุคคลที่ขับรถชนรถอื่นและตนได้รับบาดเจ็บมาก อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการขับรถไปเป็นเวลานาน และการได้พบเห็นบ่อย ๆ ก็เป็นอีกทางหนึ่งในการสร้างทัศนคติ สิ่งที่พบเห็นอาจเป็นสิ่งของ คน หรือมโนทัศน์ เป็นทางก่อให้เกิดทัศนคติได้ (Oskamp, 1977, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2535, หน้า 5/2)

4. อิทธิพลจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น เป็นอิทธิพลที่สามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จะพยายามเปลี่ยนทัศนคติของคนให้หันไปนิยมใช้สิ่งที่ผู้โฆษณาต้องการขาย การศึกษากับเด็กในสหรัฐพบว่าเด็กส่วนมากใช้เวลาวันละ 2 - 3 ชั่วโมงในการดูโทรทัศน์ และเมื่อเด็กเรียนจบมัธยมปลายเด็กส่วนมากมักจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มาแล้วพอ ๆ กับเวลาที่เด็กเหล่านั้นอยู่ในโรงเรียน การศึกษาในอังกฤษพบว่า รายการโทรทัศน์ของข่ายงาน บีบีซี (BBC) ที่มีการเตรียมการไว้อย่างดี สามารถสร้างทัศนคติในเด็กให้มีต่อชาติอื่น ๆ และคนต่างชาติดังเป็นธรรมชาติ เด็กที่ได้รับอิทธิพลจากรายการเหล่านี้มากที่สุด คือ เด็กที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับต่างชาติมาก่อน (Himmelweit, Copenhagen, Vince, 1958, อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ, 2535, หน้า 5/3) การส่งสารของสื่อมวลชนเหล่านี้ อาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องที่คนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคย (ชีระพร อุวรรณโณ, 2535, หน้า 5/3 - 5/4)

จะเห็นได้ว่า ทัศนคติที่ต่างกัน มาจากความเข้าใจ ความรู้สึก หรือแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ทัศนคติของผู้รับสารจึงมีความสำคัญมากในการสื่อสาร ดังนั้น ทัศนคติของผู้รับสารที่จะมีผลต่อความสำเร็จในการสื่อสารที่ควรศึกษา มีดังต่อไปนี้

ทัศนคติต่อตนเอง (Attitude Toward Self) หมายถึง ความรู้สึกของตัวผู้รับสาร ซึ่งเป็นความรู้สึกในทางที่ดี หรือไม่ดีก็ได้ ในส่วนใหญ่ความรู้สึกในทางดีที่ถูกสะสมมาจากประสบการณ์หรือความสำเร็จที่เกิดขึ้นในชีวิต มักมีผลต่อบุคลิกภาพของบุคคลนั้น ๆ ด้วย

ทัศนคติต่อเนื้อหาสาร (Attitude Toward Matters) หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของสาร ซึ่งอาจเป็นความรู้สึกในทางดีหรือความรู้สึกในทางที่ไม่ดีก็ได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ ผู้รับสารมักเลือกรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจและความสอดคล้องกับทัศนคติของตนที่มีอยู่แต่เดิมอยู่แล้ว

ทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร (Attitude Toward Receiver) ได้แก่ ความรู้สึกในเชิงบวกของผู้รับสาร เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ซึ่งการสื่อสารนั้นจะสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตีความ (Interpret) การทำความเข้าใจหรือการถอดรหัสสาร (Decoder) ของผู้รับสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้รับสารก็จะทำให้มีความตั้งใจกระตือรือร้น

และมีความพยายามในการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารนั้นเกิดประสิทธิภาพ (กิตติมา สรุสนธิ, 2548, น. 83, อ้างถึงใน อีระพร อวรรณโณ, 2535, หน้า 5/4)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเกิดของทัศนคติที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การก่อตัวของทัศนคติอาจเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้เมื่อได้รับอิทธิพลจากด้านต่าง ๆ ได้แก่ อิทธิพลจากพ่อแม่ อิทธิพลจากกลุ่มต่าง ๆ อิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัว อิทธิพลจากสื่อมวลชน ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาอิทธิพลจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อความรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ สื่อใหม่หรือสื่อดิจิทัล (Television, New Media)

สื่อ (Media) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าว ข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่ง สื่อ อินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้น กล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยี สามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อเพื่อการกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ (พรจิต สมบัติพานิช, 2547, น. 4)

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่อยู่ในรูปแบบของตัวหนังสือหรือเสียงหรือภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผู้ที่ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ และสื่อทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

ลักษณะของสื่อโทรทัศน์ (The characteristics of television)

พอจะสรุปลักษณะของสื่อชนิดนี้ได้ ดังนี้

(1) **โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย (Accessibility)** สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้ผู้ชมทุกเพศทุกวัยเข้าใจง่าย อีกทั้งผู้ชมยังสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ไม่ต้องแต่งตัว และเดินทางออกไปเพื่อรับชม เหมือนการรับชมภาพยนตร์ หรือละคร ดังนั้น การดูโทรทัศน์อยู่กับบ้านจึงสะดวกสบายกว่าและไม่มีพิธีต้อง ทำให้ผู้ชมสามารถวิพากษ์วิจารณ์ต่อสิ่งที่เห็นได้อย่างอิสระโดยไม่ได้รับการชักจูงจากผู้ดูข้างเคียง และสามารถจะแสดงทัศนคติต่อรายการนั้นโดยไม่เกิดอคติหรือความลำเอียง

(2) **ความรวดเร็ว (Immediacy)** รายการสดได้เปรียบมากที่สุดในเรื่องของความรวดเร็ว คือ สามารถเสนอเหตุการณ์ได้ทันทั่วทั้ง ในขณะเหตุการณ์กำลังเกิดขึ้น ผู้โดยชม

จะได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน จึงทำให้สามารถดึงดูดความสนใจได้อย่างฉับพลัน อีกทั้งยังสามารถสร้างความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย

(3) ความใกล้ชิด (Intimacy) ในแง่ของการนำเสนอ (Present)

ปรากฏการณ์ที่โทรทัศน์สามารถนำภาพไปเสนอให้กับผู้ชมถึงบ้าน ทำให้ผู้ชมสร้างความรู้สึกใกล้ชิดให้กับผู้ชม และการรับชมรายการโทรทัศน์ จะไม่ทำให้เรารู้สึกว่า เรากำลังถูกนำไปรู้จักกับโลกภายนอก เพราะเรามักจะรู้สึกว่าโลกภายนอกถูกนำเข้ามาหาเรา (Watching a television programme, we feel not so much that we are being taken out into the world, as that the world is being brought to us.) ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างภาพยนตร์ และโทรทัศน์ (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2553, น. 12-13)

สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง หรือ Two-way communication และสื่อใหม่ยังสามารถส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความ โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมผสมผสานกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) และในปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่ยึดและนิยมกันมากขึ้น (Burnett, R. and Marshall D. P. 2003, pp. 40-41)

คำว่า “สื่อใหม่” มักถูกนำมาใช้ในการอธิบายถึงผลการคิดค้นและการพัฒนาเทคโนโลยีของการสื่อสาร เพื่อการส่งกระจายข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมายมหาศาลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Information electronically) โดยอาศัยฐานข้อมูลที่อยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer based) (Brooks and Pinson, 2009 p.350)

สื่อใหม่ เกิดขึ้นในสังคมยุคข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ (Information Society) มีเงื่อนไขอันเป็นปัจจัยสำคัญ คือ เป็น “การสื่อสารโดยคอมพิวเตอร์เป็นสื่อ” (Computer - Mediated Communication : CMC) และมี “ความเป็นระบบดิจิทัล” หรือที่ เรียกว่า “ดิจิไทเซชัน” (Digitization) อันเกิดจาก “การหลอมรวม” (convergence) ของเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อใหม่มีความสามารถในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่มีความเฉพาะหลากหลายจำนวนมากด้วยความรวดเร็ว จนสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดเรื่องเวลา และระยะทางหรือสถานที่ ด้วย “ความเป็นระบบดิจิทัล” ของสื่อ ใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน จึงเรียกสังคมยุคนี้ ว่า “สังคมยุคสื่อดิจิทัล” (Digital media Society)

ในทฤษฎีการสื่อสารศาสตร์การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ พัฒนาบรรจบเข้าหากัน จาก “สื่อดั้งเดิม” (Traditional หรือ Conventional Media) จนวิวัฒนาการเป็นสื่อเดียวกันมาเป็น “สื่อใหม่” (New Media) ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร

พัฒนาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง และเกิดการปรับเปลี่ยน “ภูมิทัศน์สื่อ” (Media landscape) รวมไปถึง “นิเวศวิทยาของสื่อ” (Media ecology) อย่างมีนัยสำคัญ

ทฤษฎีนักวิชาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้ให้ความหมายของ คำว่า “สื่อใหม่” (New media) ไว้ว่า เป็นการบรรจบกันของเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication technology) ทั้งเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) กับเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน ประเภทสื่อวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting) ซึ่งค่อย ๆ ทอยเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัล หรือ “ดิจิทัลเซชัน” (Digitization) (Lewis and Slade, 2000 p. 248)

สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทาง อิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลก ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายหลายปัจจัย เช่น เทคโนโลยีระบบเครือข่ายปัจเจกชน และชุมชน เป็นต้น (Kevin Kawamoto, 1997)

เคนท์ เวอร์ทาม และ เอียน เฟนวิกส์ (Kent Wertime and Ian Fenwick) ได้ให้แนวคิด เกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) และการตลาดดิจิทัลว่า หมายถึง เนื้อหา (Content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ประกอบด้วย “อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ดังต่อไปนี้

1. อิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ทำให้ผู้รับชมสามารถเลือกรับชมและส่งข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ

2. อิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัล เป็นเนื้อหาที่สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ทั่วโลก ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้รับชมสามารถเลือกรับชมหรือเลือกค้นหาข้อมูลข่าวสารจากสถานที่ใดก็ได้ ตามต้องการของบุคคล

3. อิสระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) มีเนื้อหาที่สามารถย่อหรือปรับขยายขนาดหรือเครือข่ายได้ เช่น การปรับรูปแบบเนื้อหาให้มีความเหมาะสมสำหรับการเผยแพร่ทั่วโลก หรือปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเจาะจงก็ได้

4. อิสระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) ข้อมูลดิจิทัลไม่มีรูปแบบหรือลักษณะที่ตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามความต้องการและความเหมาะสมของบุคคลนั้น ๆ

5. อิสระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้ทั้งหมดเหมือนอดีต เนื้อหาที่ถูกสร้างสรรค์ใหม่ ๆ อาทิ บล็อก (Blog) คลิปวิดีโอ YouTube และสื่อผสมใหม่ ๆ อาจสร้างสรรค์จากผู้ส่งสารคนใดก็ได้ (Consumer-Created Content) หรืออยู่ในรูปแบบของคำพูดแบบปากต่อปากฉบับ

ออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว (Kent Wertheim and Ian Fenwick, 1974)

จากนิยามข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อใหม่ เป็นสื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบแอนะล็อก หรือสื่อดั้งเดิม กลายมาเป็นระบบดิจิทัล มีจุดเด่นที่สำคัญ คือ เป็นสื่อที่ไม่จำกัดสถานที่และเวลาในการเข้าถึงสื่อ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้น อีกทั้งผู้ส่งสารยังสามารถสร้างเนื้อหาได้อย่างอิสระและส่งต่อสารนั้น ๆ ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

ประเภทของสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New media) แบ่งเป็น กลุ่ม 5 ประเภทหลัก ได้แก่

(1) สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นสื่อใหม่ในประเภทของสื่อออนไลน์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในการติดต่อสื่อสารถึง เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่ทั้งหน่วยงานของรัฐ มหาวิทยาลัย และบริษัทเอกชน หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใดสามารถสร้างขึ้นและนำเสนอข้อมูลข่าวสารอยู่บนสื่ออินเทอร์เน็ตได้

สื่ออินเทอร์เน็ตจึงนับเป็นสื่อที่ให้ผู้คนสามารถสืบค้นข้อมูลและข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง จนนักวิชาการสื่อสารมวลชนอย่าง โจเซฟ สตราบบาร์ (Joseph Straubhaar) และ โรเบิร์ต ลารอส (Robert Larose) (Straubhaar and Larose, 2004, p. 5) สหรัฐอเมริกา ผู้เขียน หนังสือชื่อ “Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology” ยอมรับให้ “สื่ออินเทอร์เน็ต” (internet) ได้กลายมาเป็น “สื่อใหม่” (New media) ในสังคมยุคสื่อดิจิทัล

“สื่ออินเทอร์เน็ต” (Internet media) จึงได้กลายมาเป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือกระดูกสันหลังในการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน เช่น ยูทูบ (Youtube), บล็อก (Blog), เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter), โปรแกรมสนทนา - แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) เป็นต้น

(2) สื่อซีดี-รอม (CD-ROM) และสื่อดีวีดี (DVD) แผ่นซีดี-รอม (CD-ROM : Compact Disc-Head Only Memory : CD-ROM) และแผ่นดีวีดี (Digital Video Disc หรือ Digital Versatile Disc : DVD) จัดเป็นสื่อใหม่ประเภทหนึ่งที่เป็นแผ่นอุปกรณ์ดิจิทัล ใ้เก็บข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้งานในหลายลักษณะ ทำให้เกิด “สื่อมัลติมีเดีย (Multi media) อื่น ๆ ตามมามากมาย ใช้งานได้ในระบบออฟไลน์และออนไลน์ (Brooks and Pinson, 2009, p. 350-351)

(3) สื่อบริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial online service) เป็นการให้บริการฐานข้อมูลระบบปิด (Wire service) สำหรับสมาชิก ผู้ใช้งานต้องเสียค่าสมาชิก ซึ่งในต่างประเทศนั้น สื่อบริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ ได้รับความนิยมและมีความสำคัญ

มาก ทั้งในมิติทางระบบเศรษฐกิจ แต่ในประเทศไทยไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก การให้บริการสื่อ บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์นี้อาจให้บริการในรูปแบบผ่านอินเทอร์เน็ต (Webbased interface) หรือรูปแบบเครือข่ายเฉพาะ (Own propriety interface)

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ สื่อใหม่ (Television, New Media) ผู้วิจัยได้นำมา แนวคิดนี้มาใช้ในการทดสอบตัวแปรเกี่ยวกับในด้านความถี่ในการเปิดรับชมและช่องทางที่กลุ่ม ตัวอย่างใช้ในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้แก่ สื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์) และสื่อ ใหม่ อย่างเว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตา แกรม (Instagram)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน (Effects of Mass Media)

นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์ และจิตวิทยาเป็นจำนวนมาก ได้ ทำการศึกษาวิจัยอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนมี อิทธิพลในระดับที่แตกต่างกันออกไป และมีปัจจัยเงื่อนไขหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีหลากหลาย ทรศนะ ดังต่อไปนี้

คำว่า “อิทธิพล” (effect) พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมาย ไว้ว่า “กำลังที่ยังผลให้ สำเร็จ” หรือหมายถึง “อำนาจซึ่งแฝงอยู่ในบุคคลหรือรัฐที่สามารถบันดาลให้ ได้” หรือ “อำนาจนอกเหนือจากหน้าที่”

อิทธิพล คือ อิทธิพลเป็นการปฏิบัติการทางสังคมโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใด กลุ่มหนึ่ง โดยสามารถชักนำให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่นกระทำการหรือไม่ กระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งฝ่ายหลังจะไม่ทำเช่นนั้นในกรณีปกติ (W.G. Scott and T.R. Mitchell, 1972, p. 21)

อิทธิพล หมายถึง พลังอำนาจส่วนบุคคล (personal influence) ซึ่งเกิดขึ้นนอกขอบเขต ของอำนาจหน้าที่ อิทธิพลนี้อาจมาจากคุณสมบัติส่วนตัว (personal quality) ก็ได้ อีกทั้งรวมถึงความ เป็นผู้เชี่ยวชาญ บุคลิกลักษณะส่วนตัว และจากองค์ประกอบตามสถานการณ์อื่น ๆ ด้วย situational factors) นอกจากนี้ การสนใจ การเกลี้ยกล่อม การเสนอแนะ ต่างก็เป็นรูปแบบหนึ่งของ อิทธิพล (Luthans, 1985, p. 447)

อิทธิพล หมายถึง รูปหนึ่งของพลังอำนาจและเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยที่การ กระทำของบุคคลหนึ่งมีผลกระทบต่อความคิด ทศนคติ หรือการกระทำของอีกบุคคลหนึ่ง การใช้ อิทธิพลมีรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสนใจ การเกลี้ยกล่อม การเสนอแนะ เมื่อผู้นำใช้อิทธิพลผู้ตามจะเชื่อ ฟังและปฏิบัติตาม ทั้ง ๆ ที่ผู้ตามมีสิทธิที่จะใช้ดุลพินิจว่าควรจะทำตามหรือไม่ (เสริมศักดิ์ วิศาลา ภรณ์, 2536, น. 14-15)

สรุปได้ว่าอิทธิพล เป็นพลังอำนาจที่แฝงอยู่ในบุคคลหรือองค์การ สามารถทำให้ผู้อื่นเกิดความเชื่อ หรือคล้อยตามในการจูงใจ โน้มน้าวให้บุคคลอื่นเปลี่ยนแปลงความคิด เจตคติ และพฤติกรรม โดยปราศจากการขู่บังคับหรือใช้กำลัง หรือทำให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นลักษณะที่แสดงถึงความสามารถของบุคคลฝ่ายหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งทั้งทางบวกและทางลบ

ในขณะที่อิทธิพลของสื่อมวลชน (effects of mass media) เดนนิส แมคควอล (Denis MacQuail) ศาสตราจารย์ ด้านนิเทศศาสตร์ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง “ผลจากการทำงานหรือจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนและผลจากการเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม วิธีการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับการวิเคราะห์ทางสังคม ซึ่งอิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็นหลายประเภทที่สำคัญ ได้แก่ อิทธิพลต่อการรับรู้ (cognitive) อิทธิพลต่อทัศนคติ (attitudinal of affective) และอิทธิพลต่อพฤติกรรม (behavior) อิทธิพลต่างจากประสิทธิผล (effectiveness) ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพ (efficiency) ในการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร” (McQuail, 1994)

และจากคำจำกัดความของแมคควอล จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15) คือ

1. อิทธิพลที่เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจหรือเจตนา (intended) ของผู้ส่งสารตัวอย่าง คือ การวางแผนการสร้างสรรค์งานโฆษณา ทำให้เกิดอิทธิพลในการจูงใจผู้รับสารให้ซื้อสินค้าที่ตนโฆษณา อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ การหยิบยกประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญและน่าสนใจในการนำเสนอเป็นประจำ (agenda setting) เพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อชุดคุ้ยการทุจริตในวงราชการ ออกมาตีแผ่ให้สาธารณชนได้รับทราบ ซึ่งการหยิบยกประเด็นนี้มาเสนอในรูปแบบวิเคราะห์เจาะลึกทุกวัน เป็นความตั้งใจที่สื่อมวลชนต้องการให้ผู้กระทำความผิดถูกลงโทษ เป็นต้น หรือในบางกรณีสื่อมวลชนต้องการสร้างสาธารณสมบัติ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นจากประชาชนในทางใดทางหนึ่ง อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยเจตนาเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อิทธิพลจากการวางแผน (planned effect) (ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-5-12-6)

2. อิทธิพลที่เกิดขึ้นด้วยความไม่ตั้งใจหรือไม่เจตนา (unintended) ในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ สื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์รายงานข้อเท็จจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีเจตนาจะจูงใจให้ผู้รับสารเกิดความหวาดกลัวแต่ประการใด แต่บางข่าวหรือบางสถานการณ์กลับมีอิทธิพลต่อความเชื่อและการรับรู้ของคนเป็นจำนวนมาก เช่น การเสนอข่าวอาชญากรรม เกี่ยวกับโจรชิงทรัพย์และทำร้ายร่างกายเจ้าทรัพย์อย่างโหดเหี้ยมบนสะพานลอย ทำให้ผู้รับสารเกิดความหวาดกลัว ไม่กล้าเดินบนสะพานลอย และยอมเสี่ยงภัยจากการข้ามถนน เป็นต้น อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา เรียกอีกอย่าง

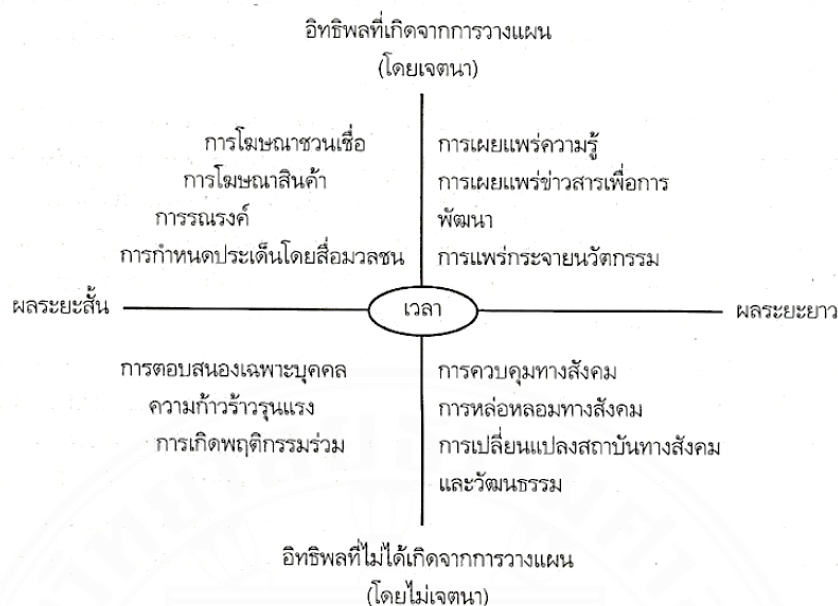
หนึ่งว่า เป็นอิทธิพลที่ไม่มีการวางแผน (unplanned effect) (ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-6)

ซึ่งหากดูจากปฏิกิริยาของปัจเจกบุคคลที่มีจากการเปิดรับสื่อ ที่เป็นไปโดยไม่ได้วางแผน เอาไว้ล่วงหน้า หรือไม่อาจจะคาดเดาได้นี้ อาจทำให้เกิดการเลียนแบบหรือการเรียนรู้โดยเฉพาะในเรื่องความก้าวร้าว และการก่ออาชญากรรม ซึ่งส่งผลลบทั้งสองอย่าง (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 272)

การนำเสนอของสื่อมวลชนอาจจะนำไปสู่พฤติกรรมความรุนแรงได้ (Surgeon General, 1972) ผลจากสื่อดังกล่าว อาจทำให้เกิดผลลัพธ์ในด้านพฤติกรรมก้าวร้าวที่เพิ่มขึ้น เกิดการเลียนแบบ การเอาอย่างความก้าวร้าว หรืออาจทำให้เกิดความชินชาต่อความก้าวร้าว หรือความรุนแรงที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงได้ (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 284)

แต่อีกด้านหนึ่ง อาจเกิดเป็นพฤติกรรมที่สังคมชื่นชอบได้ เช่น การเล่นเลียนแบบเป็นวีรบุรุษที่ทำความดี เป็นต้น ส่วนผลแบบอื่น ๆ อาจจะได้แก่ การใช้สื่อเพื่อการชดเชยแทนที่กิจกรรมอื่น ๆ การเลียนแบบสไตล์ตามสมัยนิยม การเลียนแบบวีรบุรุษหรือดารา การปลุกเร้าทางเพศ ปฏิกริยาตอบโต้ต่อความกลัว ความวิตกกังวลและความวุ่นวายต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 272)

นอกจากนี้ นักวิชาการยังแบ่งประเภทของอิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยเจตนาและอิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนาเป็นอีกมิติหนึ่ง คือ มิติของเวลาที่อิทธิพลเกิดขึ้นและคงอยู่ หรือเวลาที่มีผลทำให้ผู้รับสารเกิดความเปลี่ยนแปลง แบ่งเป็นอิทธิพลระยะสั้น (short-term effect) กับอิทธิพลระยะยาว (long-term effect) ซึ่งอิทธิพลของสื่อมวลชนทั้ง 2 ประเภท คือ อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา หรือโดยเจตนา กับระยะเวลา มีความสัมพันธ์กัน และนักวิชาการส่วนใหญ่จะศึกษา 2 ด้าน หรือ 2 มิติ ไปพร้อม ๆ กัน ดังภาพที่ 2.3



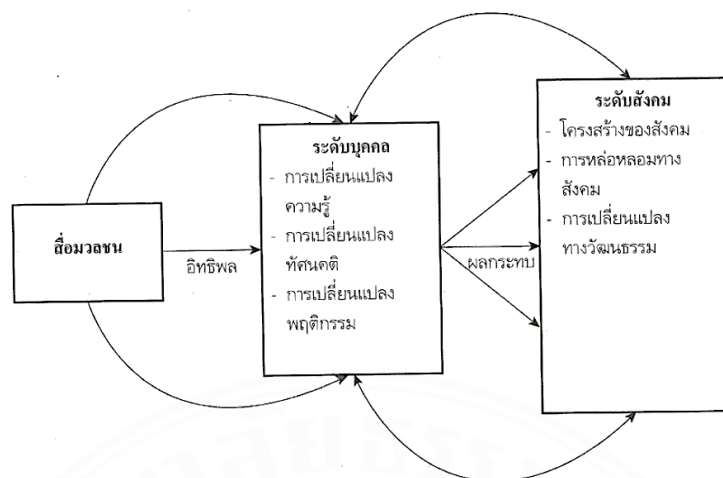
ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทและระยะเวลาของอิทธิพลสื่อมวลชน

ที่มา : ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-6

จากภาพที่ 2.3 จะเห็นว่า ด้านบน คือ ส่วนที่เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดจากการวางแผนหรือเกิดจากเจตนา ชักข้ายเป็นอิทธิพลที่ผู้วางแผนสามารถ ทำให้เกิดผลต่อผู้รับสารในระยะเวลาอันสั้น ส่วนชักขวยเป็นอิทธิพลที่ผู้วางแผนต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะเกิดผล ทางด้านล่าง คือ ส่วนที่เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา ชักข้ายเป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นเองในระยะเวลาอันสั้น ส่วนชักขวยเป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการปลูกฝังต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง

ผลกระทบ (impact) ในที่นี้ หมายถึง ผลสืบเนื่องจากอิทธิพลของสื่อมวลชนการที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร จะส่งผลกระทบทั้งในระดับบุคคลและสังคม

นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน ได้อธิบายเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจอย่างชัดเจนและให้เห็นภาพความสัมพันธ์ของอิทธิพลและผลกระทบ (ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-7) ดังภาพ 2.4



ภาพที่ 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลต่อบุคคลและผลกระทบต่อสังคมของสื่อมวลชน

ที่มา : ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-7

สรุปได้ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนแสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจในการจูงใจผู้รับสารให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม เป็นผลจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอาจเกิดขึ้นโดยมีการวางแผนล่วงหน้าหรือไม่ก็ตาม ซึ่งอิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็นหลายระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์การสถาบันสังคมและสังคมโดยรวม ซึ่งพบว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคมทั้งด้านบวกและด้านลบ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-8)

ระดับและชนิดของผลของสื่อ

“ผลของสื่อ” นั้น เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ในอีกแง่คำว่า “อำนาจของสื่อ” นี้ หมายถึง ศักยภาพหรือโอกาสที่เป็นไปได้ที่สื่ออาจจะมีพลังในอนาคตเมื่ออยู่ภายใต้เงื่อนไขแบบต่าง ๆ และส่วนคำว่า “ประสิทธิผลของสื่อ” นั้นหมายถึง ประสิทธิภาพของสื่อในการที่จะปฏิบัติงานจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งการพิจารณาดูประสิทธิภาพนี้ อาจจะดูได้ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 267)

การแบ่งแยกระหว่าง “อำนาจ” และ “ประสิทธิผล” ของสื่อนั้น มีความสำคัญมาก เมื่อนำความหมายของคำทั้งสองไปใช้ในงานวิจัยและทฤษฎี เพื่อช่วยการสังเกตผลที่เกิดขึ้นในระดับต่าง ๆ เช่น ระดับปัจเจกบุคคลกลุ่มองค์กร สถาบันสังคม หรือทั่วทั้งสังคมและวัฒนธรรม แต่ไม่ว่าจะเป็นระดับใดระดับหนึ่งในทุกระดับ ก็อาจจะได้รับผลกระทบจากสื่อมวลชน และหากเกิดผลกระทบ

ขึ้น ณ ระดับหนึ่ง ย่อมมีนัยยะว่าจะเกิดผลที่กระเทือนไปยังระดับอื่นเสมอ (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 268)

ปัญหาที่ยุ้งยากที่สุดของงานวิจัยในเรื่องของสื่อ ก็คือ ความซับซ้อนและความหลากหลายของปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้อง ปกติเราจะแบ่งมิติที่ศึกษาออกเป็นอย่างกว้าง ๆ ว่า มิติแรก ได้แก่ ผลทางด้านความเข้าใจ (เกี่ยวกับด้านความรู้และความคิดเห็น) มิติที่สอง ได้แก่ ผลด้านอารมณ์ความรู้สึก (เกี่ยวกับด้านทัศนคติและความรู้สึก) มิติที่สาม ได้แก่ ผลการพฤติกรรมและการกระทำ การแบ่งแบบนี้ มักใช้ในงานวิจัยยุคแรก ๆ และมักจะศึกษาเรียงไปตามลำดับ คือ เรียงจากมิติแรก มาสู่มิติที่สาม แต่ความจริงแล้ว ข้อค้นพบในปัจจุบันพบว่า การแบ่งแยกมิติทั้งสามให้ขาดออกจากกันไม่ใช่เรื่องง่าย หรือ การจะศึกษาหัวข้อเรียงตามลำดับกันมาทั้งสามหัวข้อในข้างต้นได้ ก็ไม่เป็นจริงเช่นกัน เนื่องจากเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนมาก ดังเช่นตัวอย่าง หลักฐานที่เราได้มา เมื่อเราให้ปัจเจกบุคคลตอบแบบสอบถาม (ซึ่งถือได้ว่าเป็นระดับการกระทำ ด้านการใช้ภาษาของปัจเจกบุคคล) และเราหวังไว้ว่า จากคำตอบนั้น จะสามารถสร้างข้อสรุปรวมขึ้นมา แต่ข้อมูลที่ได้นั้นโดยส่วนใหญ่แล้วจะปะปนกันทั้งองค์ประกอบทั้งด้านความเข้าใจและอารมณ์ความรู้สึกอย่างแยกกันไม่ออก (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 268)

เรื่องสุดท้ายของหัวข้อการจำแนกประเภทนี้ ก็คือ เรื่องชนิดและทิศทางของผล Klapper (1960) แยกแยะประเภทของผลเอาไว้ (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 268) ดังนี้

(1) Sonversion (เกิดการเปลี่ยนแปลงจากหน้ามือเป็นหลังมือ) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปตามความตั้งใจของผู้ส่งสาร

(2) Minor change เป็นการเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น เปลี่ยนรูปแบบหรือเปลี่ยนความเข้มข้น

(3) Reinforcement เป็นการตอกย้ำของเก่า โดยที่ผู้รับสารยังคงยืนยันความเชื่อความคิดเห็นตามพื้นฐานเดิมของเขา

การแยกผลทั้ง 3 แบบนี้อาจจะขยายให้ละเอียดได้มากยิ่งขึ้น เมื่อทำการวิเคราะห์ในระดับที่สูงกว่าระดับบุคคล (ในระดับกลุ่ม) เช่น สื่ออาจจะก่อให้เกิดผลดังนี้ คือ

- ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างที่ตั้งใจ (conversion)
- ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่ตั้งใจ
- เกิดการเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ น้อย ๆ (ด้านรูปแบบหรือความเข้มข้น)
- เอื้ออำนวยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม)
- อารมณ์รักษาสิ่งที่มีอยู่แล้ว (ไม่เปลี่ยนแปลง)
- ป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

เกณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น ได้กล่าวถึงบทบาทในฐานะตัวสื่อกลางของสื่อมวลชนที่ช่วยเอื้ออำนวยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมในระดับกว้าง และในส่วนของ 2 เกณฑ์สุดท้ายนั้น (ดำรงรักษาสิ่งที่มียอยู่แล้ว และป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง) หมายถึง การที่ไม่มีผลลัพธ์อันใดที่เกิดจากสื่อ เป็นเพียงอีกวิธีหนึ่งที่จะมองดูการทำงานของสื่อ “การตอกย้ำ ดำรงรักษา” เป็นผลต่อเนื่องที่ช่วยให้สังเกตเห็นว่า ผู้รับสารใช้วิธีในการเลือกสนใจแต่เฉพาะเนื้อหาที่ไปกันได้กับความคิดที่เขามีอยู่แล้ว และรับเอาเพียงบางส่วนของเนื้อหาใหม่ที่สามารถเข้าไปสนับสนุนความเชื่อเดิมเท่านั้น สำหรับเกณฑ์สุดท้าย คือ “การป้องกันไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง” หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาด้านเดียวหรือมีอุดมการณ์เดียว เพื่อปิดกั้นการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มสาธารณะที่เห็นด้วยกับเนื้อหานั้นอยู่แล้ว (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 269)

สำหรับการศึกษาผลของสื่อ มีหลักฐานการยืนยันมากมายว่า “ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงใดนั้น” ยังจำเป็นต้องให้การพิจารณาอย่างใกล้ชิด เพราะแม้ว่าผลของสื่อจะไม่ปรากฏให้เห็นในระยะสั้น แต่ก็อาจจะมีผลสะสมในระยะยาว ซึ่งถ้าใช้คำว่า “ไม่มีผล” นั้น อาจจะชวนให้เข้าใจผิดได้ ทั้งนี้ เพราะว่าไม่ว่าสิ่งใดก็ตามที่มีโอกาสจะทำหน้าที่เป็นตัวแปรแทรกซ้อนเข้าไปในกระบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดและความเชื่อได้นั้น ย่อมถือว่าสิ่งนั้นสามารถ “ส่งผลได้” ในระดับหนึ่ง (กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 270)

จากแนวคิดเกี่ยวกับระดับและชนิดของผลของสื่อที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีมิติการศึกษาทั้งหมด 3 มิติ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาในมิติที่สอง ได้แก่ ผลด้านอารมณ์ความรู้สึก (ทัศนคติและความรู้สึก) และมิติที่สาม ได้แก่ ผลด้านพฤติกรรมและการกระทำ ซึ่งจะนำไปใช้กับตัวแปรแนวโน้มพฤติกรรมหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านการปฏิบัติตนในการใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อวิเคราะห์ว่า การศึกษาผลของสื่อในมิติต่าง ๆ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับใด

อิทธิพลของสื่อมวลชนที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคม

หากพิจารณาถึงสาเหตุที่ทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อบุคคลและสังคม จะเห็นว่ามีปัจจัยหลายประการ ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่

1. ปัจจัยภายในของสื่อมวลชน
2. ปัจจัยด้านผู้รับสาร
3. ปัจจัยด้านบริบทของสังคม

1. ปัจจัยภายในของสื่อมวลชน ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย

(1) **คุณสมบัติของสื่อมวลชน** เป็นที่ทราบกันดีว่าสื่อมวลชน มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารเป็นจำนวนมาก รวดเร็ว และไปได้ไกลทุกหนทุกแห่ง โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งการที่สื่อมวลชนบางประเภทมีความรวดเร็ว สามารถ

เข้าถึงประชาชนทุกหนทุกแห่งนี้เอง ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกที่ สื่อมวลชนเป็นแหล่งตอบสนองความต้องการข่าวสารความรู้ และความบันเทิงได้ตลอดเวลารวดเร็วทันใจ ทำให้เกิดความเคยชิน ทำให้คนเป็นจำนวนมากมีความผูกพันมารับชมข้อคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์ ตลอดจนสิ่งที่แปลกใหม่ ต่างไปจากชีวิตประจำวันจากสื่อมวลชนเหมือนกับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ซึ่งคุณสมบัติของสื่อมวลชนสามารถแพร่กระจายไปได้กว้างขวางและรวดเร็วจึง ทำให้อิทธิพลแพร่ไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็วทำให้ ผู้ชมได้รับอิทธิพลจากการรับชมสิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอมากขึ้นตามไปด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-13)

(2) คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารในที่นี้ หมายถึง องค์กรผู้ส่งสาร เช่น สำนักงานหนังสือพิมพ์ นิตยสาร บริษัทผู้สร้างภาพยนตร์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ และสำนักข่าวต่าง ๆ รวมทั้งผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าว ผู้รายงานข่าว ผู้ประกาศข่าว บรรณาธิการ ผู้เขียนคอลัมน์ ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้จัด และผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ ผู้ดำเนินรายการ พิธีกร และผู้แสดง เป็นต้น องค์กรหรือบุคคลเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างมาก ถ้ามีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือ มาจากสาเหตุหลายประการ เช่น

2.1) เป็นองค์กรที่เก่าแก่ มีความเป็นกลาง ยึดมั่นความถูกต้อง มีการพัฒนาและรักษาคุณภาพมาตรฐานอยู่เสมอ มีจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ

2.2) มีนโยบายเปิดกว้างเป็นที่พึ่งพาของประชาชนให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2.3) มีการแบ่งปันผลประโยชน์ เพื่อช่วยเหลือสังคม เต็มใจในการให้บริการสาธารณะในด้านบุคคลที่เป็นผู้ส่งสารก็เช่นเดียวกัน

จะเห็นได้ว่าองค์กรหรือบุคคลที่มีคุณสมบัติดังกล่าว ล้วนมีอิทธิพลในการจูงใจผู้รับสาร โดยผู้รับสารจะเชื่อ และอาจทำให้เกิดการตอบโต้แทนถ้าหากองค์กรหรือบุคคลที่เขาให้ความเชื่อถือเป็น ถูกวิพากษ์วิจารณ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-13 -12-14)

(3) เนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอเนื้อหา สื่อมวลชน มีหน้าที่สรรหา เนื้อหาสาระที่หลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแสวงหาความพึงพอใจหรือตอบสนองความต้องการของตน และนอกจากจะสร้างความพึงพอใจแล้ว เนื้อหาของสารยังสามารถจูงใจหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ซึ่งนักวิจัยหลายคนได้ทำการวิจัยพบว่า เนื้อหาของสารที่สามารถจูงใจผู้รับสารให้มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ เนื้อหาที่มีลักษณะสนุกสนานสร้างอารมณ์ขันหรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเสนอเนื้อหาบ่อยครั้งหรือซ้ำแล้วซ้ำอีก เพื่อให้เกิดการจดจำ ซึ่งสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพที่สุด ในการนำเสนอเนื้อหาด้วยเทคนิคที่น่าสนใจ ก็คือ โทรทัศน์ เพราะมีทั้งภาพเคลื่อนไหว แสงสี และยังสามารถใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์งานออกมาให้เหมือนจริงหรือเหนือจริงได้อีกด้วย ดังนั้น เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ จึงเป็นพลังในดึงดูดความสนใจหรือมีอิทธิพลในการจูงใจผู้รับสารได้อย่าง

มาก โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีผู้ศึกษาพบว่า มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากที่สุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-14)

2. ปัจจัยด้านผู้รับสาร การที่ผู้รับสารมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ทั้งด้านเพศวัยการศึกษา ศาสนา สภาพภูมิศาสตร์ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึง บุคลิกภาพ ความเชื่อ ทักษะคิด ที่แตกต่างกัน ทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารต่างกัน ผู้รับสาร บางคนหรือบางกลุ่มอาจถูกอิทธิพลของสื่อมวลชนชักจูงได้ง่าย โดยเฉพาะผู้รับสารที่อยู่ในวัยเด็ก ผู้ที่มี การศึกษาน้อย ผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองต่ำ ส่วนผู้ที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีการศึกษาสูง มีความมั่นใจ ในตนเองสูง จะถูกสื่อมวลชนจูงใจได้ยากกว่า ทั้งนี้สื่อมวลชนอาจมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากน้อยขึ้นอยู่กับ ความต้องการของผู้รับสารอีกด้วย กล่าวคือ หากสิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอสามารถแก้ไขปัญหาหรือ สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร สื่อมวลชนก็จะได้รับความเชื่อถือสูงและมีอิทธิพลสูง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-14)

3. ปัจจัยด้านบริบททางสังคม (Social context) หมายถึง องค์ประกอบของ สังคมเป็นเงื่อนไขที่ทำให้สื่อมวลชนมีอิทธิพลมากหรือน้อย ได้แก่ สถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันศาสนา สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษาวัฒนธรรม ตลอดจนความเชื่อของคนในสังคมนั้น อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนยอมรับอิทธิพลของสื่อมวลชนได้โดยง่าย

ในการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนควรพิจารณาถึงปัจจัยทั้ง 3 ประการที่ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับผลจากสื่อมวลชนโดยตรง และเป็นปัจจัยที่มีความ สลับซับซ้อน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่นักวิชาการให้ความสนใจเป็นพิเศษ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-15)

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้

จากการวิจัยของนักวิชาการหลายคน พบว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลสูงต่อการ เปลี่ยนแปลงความรู้ ซึ่งในที่นี้นักวิชาการเชื่อว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล กล่าวคือ สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลรับรู้เรื่องต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนเผยแพร่เข้าสู่กระบวนการคิด ตีความ จดจำ และประมวลเป็นความรู้ (Knowledge) หลังจากนั้นจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่บุคคลนั้นมีอยู่เดิม และเมื่อมีทัศนคติอย่างใดอย่าง หนึ่งแล้วจึงแสดงพฤติกรรมออกมา แต่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมนั้นสื่อมวลชนจะมี อิทธิพลในการโน้มน้าวชักจูงใจมากกว่า (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-17)

1. เนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง การเสนอข่าวของสื่อมวลชนเป็นการเสนอข้อเท็จจริง แบบตรงไปตรงมา ไม่มีการแทรกความคิดเห็นลงไปในการรายงานข่าวที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้รับสาร ได้รับรู้เหตุการณ์ด้านต่าง ๆ เป็นการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ข่าวเกี่ยวกับ ปัญหาสังคม ความก้าวหน้าของสังคม ข่าวอาชญากรรม อุบัติเหตุ ภัยสังคม การเตือนภัย ช่องทางการ

ทำมาหากิน การพัฒนาอาชีพ การดำรงรักษา วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น ซึ่งการเสนอรายการข่าวต่าง ๆ ของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ทั้งทางบวกและทางลบ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-17)

อิทธิพลในทางบวก ผู้รับสารจะได้รับรู้ความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ต่าง ๆ ทำให้มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ความรู้ที่ได้รับจากการเสนอข่าวของสื่อมวลชน ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น การป้องกันภัย การประกอบอาชีพ การพัฒนาคุณภาพ ชีวิต และการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนในอนาคต (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-17)

อิทธิพลในทางลบ ผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์มากเกินไป จะเกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สนใจกิจกรรมทางสังคมทั่วไป รู้สึกชินชาต่อเหตุการณ์ยิ่งหากเห็นว่าสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่เขาคาดหวัง ก็เกิดความเบื่อหน่าย เช่น เบื่อหน่ายพฤติกรรมของนักการเมืองจึงไม่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง, การรายงานข่าวบางประเภท อาทิ ข่าวเตือนภัยที่เตือนให้ระมัดระวังอันตรายจากภัยธรรมชาติ ภัยสังคม อาชญากรรม สงคราม การหลอกลวง อาจก่อให้เกิดความวิตกกังวล (anxiety) เกิดความตื่นตกใจ (panic)

การที่สื่อมวลชนเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป อาจทำให้เกิดการปฏิเสธข่าวสารหรือความรู้ที่ได้จากสื่อมวลชน เพราะเกิดความรู้สึกว่าเขาสามารถควบคุมชะตาชีวิตของตนเองได้ดีกว่าจะสนใจหรือเชื่อข่าวสารจากสื่อมวลชน ปรากฏการณ์เช่นนี้ เรียกว่า การพิทักษ์ชีวิตส่วนตัว (privatization) ไม่ต้องการให้ผู้อื่นเข้ามายุ่งเกี่ยวในโลกส่วนตัว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-18)

2. เนื้อหาที่เป็นความรู้และข้อคิดเห็น การให้ความรู้ของสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความหมายหรือให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงในแง่มุมมองต่าง ๆ มีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสาร หรือเป็นเพียงข้อเสนอแนะให้ผู้รับสารตัดสินใจเอง ซึ่งการให้ความรู้ของสื่อมวลชนนี้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในทางบวกและทางลบ ดังนี้

อิทธิพลในทางบวก การเสนอความรู้หรือความเห็นทำให้ประชาชนเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนยิ่งขึ้น และการวิเคราะห์วิจารณ์และหาเหตุผลต่าง ๆ มาสนับสนุน สามารถลดความรู้สึกหวาดวิตกและความกดดัน ของประชาชนจากสถานการณ์ต่าง ๆ ลงได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2554, น. 12-18)

ทั้งนี้ในด้านการเสนอความรู้และความคิดเห็นของสื่อมวลชนสามารถกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความกระตือรือร้น ทางด้านการเมืองและมีความสนใจกิจกรรมส่วนรวมมากขึ้น เพราะได้รับความรู้เพิ่มขึ้น และได้ทราบความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

อิทธิพลในทางลบ การให้ความรู้และการแสดงความคิดเห็นนั้น อาจเกิดขึ้นในกรณีการให้ความรู้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ทำให้ประชาชนเกิดการเข้าใจผิดและรู้สึกผิดหวัง หรือในกรณีที่การแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์นั้นกระทบกระเทือนสาธารณชนและกระทบสถาบันของชาติ มักจะถูกดักเตือนจากฝ่ายรัฐบาล ทำให้สื่อมวลชนและประชาชนผู้ร่วมแสดงความคิดเห็นไม่สามารถเสนอความคิดเห็นที่ถูกต้องตรงไปตรงมาได้

3. เนื้อหาที่ให้การศึกษ สื่อมวลชนมีบทบาทในการให้การศึกษแก่ประชาชนทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม การให้การศึกษโดยทางตรง ได้แก่ วิทยูและโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เช่น การสอนทางไกลผ่านดาวเทียมขอโรงเรียนไกลกังวล อ.หัวหิน รายการวิทยูและโทรทัศน์ เป็นต้น ส่วนการให้การศึกษโดยทางอ้อมนั้น โดยทั่วไปเราถือว่า การเสนอข่าว บทความ สารคดีการสนทนา การสัมภาษณ์ การอภิปราย ที่เสนอทางวิทยูโทรทัศน์ รวมทั้งคอลัมน์ความรู้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับวิทยาการก้าวหน้า คอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ ฯลฯ ในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นสิ่งที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งสิ้น และเป็นการให้การศึกษาลดชีวิต ไม่มีวันจบสิ้น

ดังนั้น การให้การศึกษผ่านสื่อมวลชน จะทำให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งทางบวกและทางลบ เช่นเดียวกับการเสนอเนื้อหาประเภทอื่น

อิทธิพลในทางบวก คือ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้อย่างกว้างขวาง เป็นการกระจายโอกาสทางการศึกษาประชาชนที่อยู่ในชนบทห่างไกล เป็นผู้ยากไร้และด้อยโอกาสได้มีโอกาสในการศึกษาเล่าเรียนอย่างเสมอเสียค่าใช้จ่าย การศึกษผ่านสื่อมวลชนจึงเป็นการศึกษาที่ให้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา

อิทธิพลในทางลบ ผู้ที่เรียนจากสื่อมวลชนด้วยตนเองจะขาดบรรยากาศการสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่เหมือนอยู่ในห้องเรียน ทำให้ไม่รู้สึกผูกพันกับกลุ่มต่างคนต่างทำกิจกรรมของตนเอง ลักษณะที่คล้ายคลึงกันของคนกลุ่มนี้ ก็คือ ได้รับความรู้จากสื่อมวลชนเท่านั้น ทำให้เป็นคนไม่กล้าคิดไม่กล้าแสดงออก มีความรู้สึกโดดเดี่ยว ปรับตัวเข้ากับสังคมได้ยาก ขาดทักษะในการอ่านและเขียน หรืออาจถึงขั้นอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ (litteracy) โดยเฉพาะผู้ที่เรียนผ่านวิทยูกระจายเสียงและวิทยูโทรทัศน์ ซึ่งใช้ตาหูฟังเท่านั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 12-19)

4. เนื้อหาบันเทิง เช่น ละครโทรทัศน์ ดนตรี เพลง เกมโชว์ เป็นต้น มีอิทธิพลทั้งทางบวกและทางลบ เช่นเดียวกับเนื้อหาประเภทอื่น

อิทธิพลในทางบวก ประการแรกก็คือ การให้ความบันเทิง เป็นการผ่อนคลายความเครียด เป็นความบันเทิงที่ทุกคนสามารถเลือกรับได้ตามความพอใจ

อิทธิพลในทางลบ ทำให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ เช่น การเล่นแบบการแสดงกิริยาท่าทางของตัวละคร การแต่งกาย การดำเนินชีวิต โดยบางคนไม่สามารถแยกออกได้ว่าอะไรคือโลกแห่งความจริงหรือโลก

สรุปได้ว่า เนื้อหาของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งทางบวกและทางลบ ดังนั้นผู้รับสารจึงควรพิจารณาเลือกรับในสิ่งที่ประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาตนเองและสังคมได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-20)

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อทัศนคติ เป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารภายหลังจากการเปิดรับสื่อมวลชนว่ามีความแตกต่างหรือไม่ และมีมากน้อยเพียงใด การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน ซึ่งนักวิชาการถือว่า มีความสำคัญในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ เพราะถ้าสามารถสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารได้แล้ว ย่อมก่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงประสงค์ตามมา

สื่อมวลชนกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติเป็นการรวมกลุ่มความเชื่อต่าง ๆ และมีลักษณะถาวร การเปลี่ยนแปลงจึงทำได้ยากและใช้เวลานาน จากการศึกษาของนักวิชาการพบว่าสารจากสื่อมวลชนโดยทั่วไป เช่น รายการข่าว ความรู้หรือรายการบันเทิง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับความสนใจและระดับความรู้มากกว่าทัศนคติ นอกจากผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้บริโภคโดยตรง เช่น การโฆษณา ต้องมีการใช้เทคนิคในการจูงใจ (technic of persuasion) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น ซึ่งเทคนิคการจูงใจที่นิยมใช้ ได้แก่ การใช้อารมณ์ขัน (humor) การใช้เพศเป็นสิ่งจูงใจ (Sex) และการเสนอซ้ำ (repetition) เป็นต้น

การใช้อารมณ์ขัน เป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในงานโฆษณา โดยเฉพาะการโฆษณาทางโทรทัศน์ใช้เทคนิคนี้ ร้อยละประมาณ 15-20 แต่จากผลการวิจัยพบว่า การใช้อารมณ์ขันมีผลต่อการดึงดูดความสนใจมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-21)

การใช้เพศเป็นสิ่งจูงใจ มักใช้ในงานโฆษณาเสมอทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และทางโทรทัศน์ โดยนิยมใช้ในการจูงใจเพศตรงข้าม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชาย นิยมใช้นางแบบที่แต่งกายล่อแหลมและมีท่าทางยั่วยวนเป็นผู้นำเสนอสินค้า การใช้เพศเป็นสิ่งจูงใจ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าสามารถดึงดูดความสนใจของคนวัยหนุ่มสาวมากกว่าผู้สูงอายุ

การเสนอซ้ำหรือบ่อยครั้ง เป็นเทคนิคที่ใช้เพื่อเตือนความจำของผู้บริโภค ยิ่งมีการนำเสนอบ่อยครั้ง จะทำให้จดจำข้อมูลนั้นได้ และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-22)

ซึ่งสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนทั้งในทางบวกและทางลบ

อิทธิพลในทางบวก สารจากสื่อมวลชนมีองค์ประกอบทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ ให้ อารมณ์ ความรู้สึก และให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ การที่สื่อมวลชนเสนอข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง รวมถึงการหยิบยกประเด็นปัญหาทางสังคมมานำเสนอ เพื่อก่อให้เกิดประเด็นโต้แย้ง หรือสนับสนุน และเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น โดยเฉพาะสารที่มาจากสื่อที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะสามารถทำให้ผู้รับ สารเปลี่ยนทัศนคติได้ หรือการเสนอข่าวสารในลักษณะย้ำเตือนให้จดจำ ก็จะมีส่วนช่วยให้มีการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เช่นเดียวกัน มีส่วนสอดคล้องกับองค์ประกอบของทัศนคติ ที่สามารถกระตุ้น ให้มีการเปลี่ยนแปลงในบางส่วนได้ ถึงแม้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นเรื่องยาก ใช้เวลานาน แต่ถ้า พิจารณาองค์ประกอบของทัศนคติจะเห็นว่าประกอบด้วย ความเชื่อ อารมณ์ ความรู้สึก มีอิทธิพลที่ทำให้ เกิดแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมออกมา

อิทธิพลในทางลบ ในบางครั้งสื่อมวลชนอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไป ในทางลบ เช่น เปลี่ยนทัศนคติที่ดีอยู่แล้วต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ไปเป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อเรื่องนั้น หรือ เปลี่ยนจากความรู้สึกชอบเป็นไม่ชอบได้ เช่น การที่สื่อมวลชนเสนอข่าวหรือเรื่องราวนั้นมากเกินไปทำให้คนรู้สึกเบื่อหน่าย ไม่อยากรับรู้อีกต่อไป บางครั้งสื่อมวลชนมีเจตนาขายข่าว นำเรื่องราวที่เป็นข่าว ลือมาเผยแพร่ โดยไม่มีการตรวจสอบแหล่งที่มา ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารจะเกิดทัศนคติ ในทางลบต่อสื่อมวลชนนั้น อิทธิพลในทางลบของสื่อมวลชนที่มีผลต่อทัศนคติของผู้รับสารอาจ ก่อให้เกิดความวิตกกังวล หวาดกลัว เกิดความตึงเครียด ไม่ไว้วางใจบุคคลอื่น เบื่อหน่ายไม่ กระตือรือร้น มีการพิทักษ์ปกป้องตนเองสูง มองโลกในแง่ร้าย

สรุปได้ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สภาพแวดล้อม ลักษณะของผู้รับสาร ลักษณะของปัญหาที่เกี่ยวข้อง ลักษณะการใช้สื่อ ตลอดจน เทคนิคที่สื่อมวลชนใช้ในการจูงใจ แต่อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับ อารมณ์ อาจใช้เหตุผลหรือไม่ก็ได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 12-23)

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

นักวิชาการส่วนใหญ่มักศึกษาอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจสูง และเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร ซึ่งทัศนคติ และพฤติกรรมของคนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และมักพบว่าหากสามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ พฤติกรรมก็ย่อมเปลี่ยนตามไปด้วย นักการสื่อสารส่วนใหญ่ ตั้งเป้าหมายของการสื่อสารอยู่ที่การ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน แต่เรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นสิ่งที่เกิดหลังจากการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ จึงมุ่งใช้การสื่อสารเพื่อเปลี่ยนทัศนคติซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่า แทนที่จะมุ่ง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยตรง และหวังว่าจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด อย่างไรก็ตาม นักวิชาการก็ยังเชื่อว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งเราจะ สังเกตการเปลี่ยนแปลงนี้ ได้โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของคนก่อน

และหลังการเปิดรับสื่อมวลชนตัวอย่าง เช่น บางคนรู้สึกเฉย ๆ ไม่สนใจปัญหาเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน เพราะเห็นว่าอยู่ไกลตัว แต่หลังจากการได้รับข่าวสาร จากสื่อมวลชนเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน ซึ่งนำเสนอทั้งในรูปข่าวสารคดี สันทนา สัมภาษณ์ และการณรงค์ต่าง ๆ ซึ่งมีการเสนอซ้ำ ย้ำเตือนอยู่ตลอดเวลา จึงเกิดความรู้สึกที่ร้อนรนที่จะมีส่วนร่วมในการป้องกันภาวะโลกร้อน โดยเริ่มลงมือปฏิบัติในครอบครัวก่อน ในกรณีนี้แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากเดิมซึ่งเฉย ๆ เป็นความตื่นตัว และมีพฤติกรรมในการให้ความร่วมมือมากขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-24)

อิทธิพลในทางบวก

อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางบวก มีหลายด้าน แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวัน พฤติกรรมในทางสังคม และพฤติกรรมทางการเมืองของผู้รับสารที่เป็นปัจเจกชน ซึ่งเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น หลังจากการรับสารจากสื่อมวลชน

ในชีวิตประจำวันผู้ชมได้ยอมรับเอาเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาปฏิบัติหรือนำมาใช้ในชีวิตประจำวันไม่มากนักน้อย ขึ้นอยู่กับความต้องการและความจำเป็นที่จะใช้ประโยชน์ของตนเอง ซึ่งมาจากแนวคิดที่เรียกว่า “การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน” (The uses and the gratifications approach) ซึ่งมีรายการหรือเนื้อหาหลากหลาย สามารถช่วยสนองความต้องการได้ ในทางกลับกันผู้รับสารก็เห็นว่า ต้องพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนในฐานะเป็นแหล่งทรัพยากรข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ที่ยิ่งใหญ่

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าทั้งสองฝ่ายต่างก็มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ถ้าหากเลือกรับในสิ่งที่เป็นประโยชน์ สื่อมวลชนก็จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทางบวก ถ้าเลือกรับในสิ่งที่เป็นโทษสื่อมวลชนก็จะมีอิทธิพลในทางลบ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 12-25-12-26)

อิทธิพลในทางลบ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชนและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม มีมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสนใจเนื้อหาความรุนแรงในสื่อมวลชนที่มีต่อความก้าวร้าวรุนแรงในสังคม จนถึงกับมีการตั้งคณะกรรมการระดับชาติขึ้นมา เพื่อศึกษาอิทธิพลของการเสนอเนื้อหาความรุนแรงทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่แพร่หลายไปสู่ประชาชนทุกหนทุกแห่ง และมีผู้รับสารทุกเพศทุกวัย และสาเหตุที่สนใจเรื่องนี้ ก็เนื่องมาจากตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา ได้มีเหตุร้ายรุนแรงเกิดขึ้นเป็นที่สะเทือนขวัญคนทั่วโลก เช่น การลอบสังหาร มาร์ติน ลูเธอร์ คิงส์ ผู้นำคน ผิวดำในสหรัฐอเมริกา และการลอบสังหารประธานาธิบดีจอห์น เอฟ. แคนเนดี ตลอดจนการเกิดอาชญากรรมสยองขวัญที่เด็กและเยาวชนเป็นผู้ก่อขึ้น เช่น การที่เด็กนักเรียนชั้นประถมในสหรัฐอเมริกาใช้ปืนยิงครูและเพื่อนในโรงเรียนตายไปหลายคน ในประเทศไทยก็เกิดเหตุการณ์เด็กนักเรียนขโมยปืนพก ไปยิงเพื่อนในโรงเรียนเช่นเดียวกัน เมื่อถูกจับเด็กจะสารภาพว่าได้เห็นแบบอย่าง

การกระทำเช่นนี้มาจากโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะเด็กและเยาวชนจะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการดูโทรทัศน์ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่โอกาสที่จะเลียนแบบพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงจึงมีอยู่มาก

จอร์จ เกร์บเนอร์ (George Gerbner, 1967) ซึ่งเป็นหัวหน้าคณะวิจัยเกี่ยวกับ ความรุนแรงของเนื้อหาทางโทรทัศน์ ได้พบว่าเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ให้ความรุนแรงมากกว่าใน ชีวิตจริง รายการโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกาในหนึ่งสัปดาห์ มีเนื้อหาที่แสดงถึงความรุนแรงถึงประมาณ 10 รายการ แต่ในชีวิตจริงคนเรามีโอกาสเห็นความโหดร้ายรุนแรงเพียง 1 ใน 100 ต่อปีเท่านั้น ดังนั้น เกร์บเนอร์จึงเชื่อว่าผู้ดูโทรทัศน์มากเกินไป ยังมีโอกาสได้พบเห็นรูปแบบความรุนแรงในโทรทัศน์มากขึ้นเท่านั้น จนอาจเกิดความเชื่อที่ปลุกฝังว่าสิ่งที่เห็นในโทรทัศน์ เช่น การฆ่า การทารุณ เป็นเรื่อง ธรรมดาที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง

มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่สนับสนุนความเชื่อที่ว่า เนื้อหาความรุนแรงในสื่อมวลชนมี ผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กและเยาวชน เช่น ทฤษฎีแรงกระตุ้นความก้าวร้าว (Aggressive Stimulation Theory) ซึ่งเชื่อว่า การที่บุคคลเปิดรับสิ่งที่ก้าวร้าว เช่น รายการโทรทัศน์ภาพยนตร์ หนังสือการ์ตูน หรือเรื่องราวในหนังสือต่าง ๆ อาจไปกระตุ้นหรือปลุกเร้าจิตใจ หรือต่อมต่าง ๆ ใน ร่างกาย จนถึงขั้นแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรงได้ ตัวอย่าง เช่น การดูภาพยนตร์เกี่ยวกับ อาชญากรรม ซึ่งแสดงวิธีการฆ่าอย่างเหี้ยมโหด ทำให้ผู้ดูโดยเฉพาะผู้ที่มีแนวโน้มเป็นคนก้าวร้าว รุนแรง อยู่แล้วแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวออกมาได้ง่าย นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีอื่น ๆ เช่น ทฤษฎีการ เรียนรู้โดยการสังเกต (Observation learning theory) ซึ่งกล่าวว่า คนทั่วไปสามารถเรียนรู้ พฤติกรรมก้าวร้าว ได้จากการสังเกตลักษณะความก้าวร้าวจากสื่อมวลชน เช่น สังเกตจากการแสดง อาการกรีดร้องโวยวายของตัวอิจฉาในละครไทย และจะเก็บสะสมไว้จนสถานการณ์อันฉวยจึงจะแสดง พฤติกรรมก้าวร้าวนั้นออกมา (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 12-26)

นอกจากจะศึกษาพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชนแล้ว ยังมีการศึกษาพบว่า ความรุนแรงในสื่อมวลชน ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าโลกนี้เต็มไปด้วยความ รุนแรง ความขัดแย้ง การดิ้นรนต่อสู้ ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน บางคนจะเกิดภาวะ ซึมเศร้า เกิดความกลัว ความวิตกกังวล และความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันในสังคม ทำให้อัตราการฆ่า ตัวตายสูงขึ้น หรือบางครั้งก็เกิดหลบหนีสังคม หรือหลบหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง (Escape from the reality) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 12-27)

สรุปได้ว่า การนำเสนอข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ของสื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อผู้รับสารใน ด้านต่าง ๆ และส่งผลกระทบต่อมนุษย์ทั้งเชิงบวกและลบ ซึ่งจากแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของ สื่อมวลชนที่กล่าวมาข้างต้น (Effects of Mass Media) ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อนำมาอภิปรายผล หาความสัมพันธ์ในตัวแปรทัศนคติที่มีต่อข่าว อาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าว

อาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ และปัจจัยทางด้านการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างไร

2.5.1 แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ (Perception)

คำว่า “การรับรู้” (Perception) มีผู้ให้คำนิยามไว้มากมาย มีดังนี้

การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่มนุษย์ติดต่อสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยมนุษย์จะทำการตีความสิ่งแวดล้อมที่สัมผัสได้ แล้วตอบสนองกลับไปยังอย่างเหมาะสม แต่คนอาจจะตีความในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกันออกไปในทางต่าง ๆ กัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางจิตใจและความคิดของแต่ละคน (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543)

การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมของโลก (Schiffman and Kanuk, 1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538)

การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการเลือกจัดการและแปลความสิ่งที่มากระทบ หรือที่เรียกว่าปัจจัยนำเข้า ในการสร้างภาพที่มีความหมายโดยผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายสัมผัส และความรู้สึกทางจิตใจ แล้วทำการสรุปและตีความสิ่งสัมผัสนั้น ๆ เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองที่มีความหมาย หรือมีความสอดคล้องกับภาพความทรงจำเดิม และส่งผลให้เกิดการกระทำจากคำนิยามข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ นั้น เกิดจากความคิด (ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ, 2546)

ปรมะ สตะเวทิน (2530) ได้กล่าวถึง การรับรู้ (Perception) ว่าเป็นกระบวนการในการตีความหมายจากการรับรู้จากสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เราจะมี ความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับ การที่รับรู้ (Perceive) หรือ ตีความหมาย (Interpret) สิ่งนั้นอย่างไร โดยการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น เรามักจะกระทำโดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ซึ่งประสบการณ์ของเรา ได้แก่ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ภาษา ความรู้ สถานะทางสังคม บุคลิกลักษณะ ศาสนาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี อาชีพ ความต้องการ อารมณ์ เป็นต้น นั้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความหมายของต่อสิ่งที่พบเห็น เรารับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราประสบ โดยอาศัยความหมายจากประสบการณ์ที่เราเคยมี หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งที่ใหม่ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เราก็ตีความหมายจากการเลือก (select) เพิ่มเติม (Add) บิดเบือน (Distort) หรือ โยง (Relate) สิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ของเรา ดังได้กล่าวแล้วว่า ประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และการให้ความหมาย (Meaning) ของแต่ละคน

มีรูปหนึ่ง หากการรับรู้ของบุคคลนั้นไม่ถูกต้องแม่นยำ จะทำให้เกิดจากการรับรู้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2530, น. 67-68)

กรณีการ สวรรณโคตร (2528) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ เพื่อเลือกจัดประเภทและแปลความหมายของสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระตุ้นประสาทสัมผัส และแปลไปสู่การกระทำที่มีความหมาย ดังนั้นพฤติกรรมของบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับอย่างไร ขึ้นอยู่กับกระบวนการรับรู้ และยังกล่าวอีกว่าการรับรู้ ทำให้บุคคลตระหนักถึงตนเอง บุคคลอื่น สิ่งของ และเหตุการณ์ในสิ่งแวดล้อมในโลกแห่งความเป็นจริง การรับรู้ให้ความหมาย ความสำคัญต่อบุคคลนั้น และมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมออกของแต่ละบุคคล การรับรู้ต่อสิ่งเร้าในสถานการณ์เดียวกันแต่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ กาลเวลา ความสนใจ ความต้องการ สภาพอารมณ์ เป้าหมาย สถานภาพ บทบาทของตนในครอบครัว โลกของงาน และสถานการณ์ส่วนบุคคล จะทำให้การรับรู้และการแปลความหมายของสิ่งเร้าเหล่านั้นแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความเชื่อ ทศนคติ สติปัญญา จิตสำนึก วุฒิภาวะ ความตั้งใจ ความสนใจ ความรู้ ความจำ ประสบการณ์ สภาพอารมณ์ ความคาดหวัง และสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น เป็นต้น (กรณีการ สวรรณโคตร, 2528, น. 467-468)

การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการซึ่งปัจเจกบุคคลจัดระเบียบและตีความหมายสิ่งที่ได้สัมผัส เพื่อให้ความหมายของ สภาพแวดล้อม (พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์, 2545, น. 44)

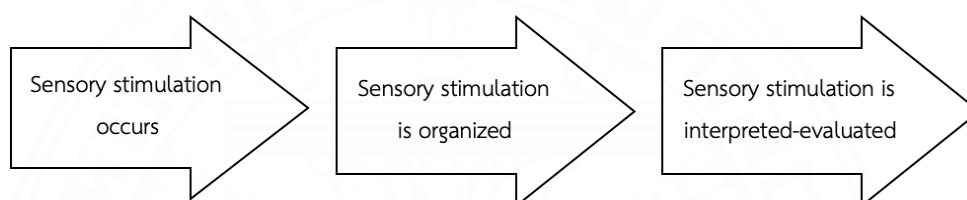
การรับรู้ (Perception) หมายถึง บุคคลที่ถูกจูงใจพร้อมที่จะแสดงออกมาหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคลเหล่านั้นในสถานการณ์ต่าง ๆ การรับรู้เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือก จัดการและแปลความหมายข้อมูลข่าวสารออกมา การรับรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นทางกายภาพเท่านั้นแต่ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นที่อยู่รอบ ๆ และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล (Kotler, 2003, p. 267)

สรุปได้ว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก รวบรวม และแปลผลหรือการตีความสารสนเทศ ผ่านการรับสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้งห้า ซึ่งการรับรู้ในสถานการณ์เดียวกัน อาจตีความหมายออกมาได้ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่กระตุ้นอยู่รอบ ๆ และมีเงื่อนไขด้านประสบการณ์ในการรับรู้ของแต่ละบุคคลด้วย

ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นส่วนกำหนดกรอบแนวคิดของมนุษย์ในการประเมินบุคคลและสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งเป็นตัวกำหนดท่าทีและพฤติกรรมการแสดงออกต่อสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ อาจกล่าวได้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์ใช้ในการเชื่อมโยงการให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ การศึกษาและความเข้าใจในเรื่องกระบวนการรับรู้ของมนุษย์จึงเป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาด้านการสื่อสาร ดังนี้

1. กระบวนการรับรู้ (The perception process) เป็นกระบวนการสื่อสารภายในตัวเองที่ซับซ้อน และเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วใน 3 ขั้นตอนสำคัญ คือ ขั้นตอนการกระตุ้นที่ประสาทรับสัมผัส (sensory stimulation occurs) ขั้นประสาทรับสัมผัสรวบรวมเรียบเรียงจัดการประมวลสิ่งเร้าที่เข้ามาสู่การรับรู้ (sensory stimulation is organized) และขั้นการแปลผลการประเมินหรือการให้ความหมายกับสิ่งเร้านั้น ๆ (sensory stimulation is interpreted-evaluated) กระบวนการรับรู้ทั้งสามขั้นตอนนี้ เกิดขึ้นฉับไวจนเสมือนหนึ่งว่าไม่สามารถแยกเป็นขั้นตอนที่ละขั้นตอนตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลังได้อย่างชัดเจน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-7) ดังภาพที่ 1.4 และคำอธิบายต่อไปนี้



ภาพที่ 2.5 กระบวนการรับรู้

ที่มา : Joseph A. DeVito, 2000. น. 39. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-7

(1) ขั้นเกิดการกระตุ้นที่ประสาทรับสัมผัส ในขั้นตอนนี้ประสาทรับสัมผัสทั้งห้าของมนุษย์ จะรับสิ่งเร้าที่ให้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รับรสชาติหรือได้รับสัมผัสทางผิวหนัง ซึ่งแตกต่างกันไปตามขีดจำกัดของความสามารถประสาทรับสัมผัสทั้งห้าในแต่ละบุคคล นอกจากนั้นการรับสัมผัสสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบประสาท ยังมีกลไกการเลือกรับรู้ (Selective perception) ที่ทำให้มีกระบวนการกลั่นกรอง เลือกรับบางสิ่งและไม่รับในสิ่งที่ตนไม่ต้องการของแต่ละบุคคลได้อีกด้วย ดังนั้น สารสนเทศหรือสิ่งที่ผ่านเข้าไปในกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของข้อมูลหรือสารสนเทศที่มีอยู่ทั้งหมด การเลือกรับรู้นี้เอง ที่ทำให้งานโฆษณาสินค้าที่นำเสนอทางโทรทัศน์ บางสปอตอาจเป็นที่สนใจและจดจำของคนบางคน และบางคนอาจบอกว่าไม่เคยเห็นมาก่อนเลย หรือไม่สามารถจดจำงานโฆษณาชิ้นนั้นได้เลยก็เป็นไปได้เช่นกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ เลือกจดจำ และเลือกตีความตามความต้องการส่วนบุคคลที่มี (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-7)

(2) ขั้นการรวบรวมและเรียบเรียงเพื่อประมวลผลสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่ผ่านกระบวนการเลือกรับรู้จะผ่านเข้าสู่ขั้นตอนการประมวลผล การจัดกลุ่มตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนใช้ในการรับรู้ กลุ่มนักจิตวิทยา เกสตัลท์ (Gestalt psychologists) ได้แก่ แมกซ์ เวอร์ทไฮม์เมอร์

(Max Wertheimer) เคอร์ท คอฟฟ์กา (Kurt Koffka) และวูฟแกงค์โคเลอร์ (Wofgang Kohler) ได้เสนอหลักเกณฑ์สำคัญ ๆ ที่มนุษย์ใช้ในการประมวลหรือการจัดกลุ่มสิ่งเร้ามาอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-7) ดังนี้

หลักความใกล้ชิด (proximity) ซึ่งใช้เกณฑ์ว่าสิ่งที่ใกล้ชิดกันทางกายภาพ มักถูกจัดกลุ่มการรับรู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน เช่น เรามักจัดกลุ่มการรับรู้คู่สามีภรรยา หรือเพื่อนสนิทคู่ใดคู่หนึ่งเป็นหน่วยเดียวกัน การรับรู้ความเห็นของสามีที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เราก็มักเหมารวมเอาว่า ภรรยาเขาจะมีความคิดเห็นเช่นเดียวกัน เป็นต้น

หลักของความคล้ายคลึง (similarity) ซึ่งใช้เกณฑ์ว่าสิ่งที่คล้ายคลึงกันจะถูกจัดเป็นหมวดหมู่เข้าด้วยกัน เช่น การคล้ายคลึงกันของสี รูปร่าง ขนาด หรือแม้แต่ความคิด เป็นต้น

หลักความต่อเนื่อง (continuity) การใช้หลักความต่อเนื่องในการสร้างการรับรู้ นับว่ามีผลอย่างยิ่งโดยเฉพาะในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าองค์การที่มีการประชาสัมพันธ์สื่อข้อความ เผยแพร่ข้อมูลการดำเนินการสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ เมื่อไรก็ตามที่องค์การอยู่ในสภาวะวิกฤตคับขันด้วยข่าวลือต่าง ๆ ผู้คนก็มักไม่ตัดสินใจเชื่อข่าวลือนั้นรวดเร็วเท่ากับองค์การที่ขาดการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง

หลักการปิดหรือเสริม (closure) การรับรู้ในบางครั้งไม่จำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลทั้งหมด ก็สามารถแปลผลตีความหมายสิ่งเร้านั้น ๆ ได้ เช่น งานโฆษณาที่น่าเสนอทางโทรทัศน์ด้วยภาพและคำพูดโฆษณาที่ได้รับการสร้างสรรค์เป็นอย่างดี เป็นส่วนสำคัญให้ผู้ชมเกิดจินตนาการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับสินค้าและบริการได้โดยไม่ต้องบอกข้อมูลทั้งหมดของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นคำพูดทั้งหมด เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-8)

(3) ขั้นตอนการแปลผลการประเมิน หรือการให้ความหมายกับสิ่งเร้านั้นๆ

การประเมินและให้ความหมายขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในตนเอง เช่น ประสบการณ์ในอดีตในเรื่องนั้น ๆ ความต้องการส่วนบุคคล ระบบการให้คุณค่าสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ความเชื่อ อารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกันไปตามภาวะส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก รวมไปถึงสถานการณ์แวดล้อมในขณะนั้นอีกด้วย

3.1 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ ในขั้นตอนการประเมินหรือให้ความหมายกับสิ่งเร้าหรือสารสนเทศที่ได้รับจากการสื่อสารนี้มีงานวิจัยและทฤษฎีอีกจำนวนหนึ่ง ซึ่งสนใจศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการ อื่น ๆ ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของบุคคล ทำให้การรับรู้และตีความในสิ่งเร้าอย่างเดียวกันมีความแตกต่างกันออกไป กระบวนการดังกล่าวส่งผลกระทบ

ต่อการรับรู้ของบุคคลในลักษณะต่าง ๆ 7 ประการ (DeVito, 2000. อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-8) ได้แก่

(1) ผลกระทบอันสืบเนื่องจากการที่คนเรามักเชื่อมโยงความเชื่อหรือข้อสมมติฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพของบุคคลผ่านประสบการณ์ในอดีตที่ตนเองได้เคยรับรู้ไปคาดทำนายสิ่งที่ยังไม่เคยรับรู้มาก่อนว่าจะไปในทางเดียวกัน ผลกระทบในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นสาระสำคัญของทฤษฎีชื่อว่า Implicit Personality Theory ซึ่งเรียกผลกระทบในลักษณะเช่นนี้ว่า halo effect ตัวอย่างเช่น การที่เคยมีประสบการณ์ พบว่า แพทย์ที่เคยรู้จักเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่อารมณ์ดี ใจดี เป็นกันเองกับคนไข้ ประสบการณ์ ในเชิงบวกดังกล่าว ทำให้เราเชื่อมโยงสิ่งที่ได้รับรู้ในอดีตเข้าไปในการรับรู้หรือตีความในปัจจุบัน โดยที่เราจะเชื่อมโยงความรู้สึกที่ดีที่มีต่อนายแพทย์คนนี้เข้ากับบุคลิกภาพที่ดีอื่น ๆ ด้วย ทั้ง ๆ ที่เรายังไม่มีประสบการณ์ ตรงในเรื่องนั้น ๆ กับเขาก็ตาม เช่น เรามักคิดเชื่อมโยงเอาเองว่า นายแพทย์ผู้นี้เขาน่าจะทำงานโดยคำนึงถึง คนไข้อย่างเท่าเทียมกัน เห็นใจคนจน หรือน่าจะไม่หลบเลี่ยงภาษี เป็นต้น ผลกระทบดังกล่าวนี้ จึงอาจทำให้การรับรู้ของคนเราบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงที่ว่า นายแพทย์ผู้นั้นอาจเป็นแพทย์ที่บกพร่องต่อหน้าที่ หรือ เขาอาจเป็นแพทย์เชิงพาณิชย์ก็ได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557, น. 8-8-8-9)

(2) ผลกระทบจากการคาดหมายทำนายสิ่งต่าง ๆ ไว้ก่อนล่วงหน้า (The self – fulfilling prophecy) ความคาดหวังดังกล่าวจะเป็นตัวชี้นำสำคัญที่จะนำพาไปสู่ผลตามความคาดหมายนั้น ๆ ให้เกิดขึ้นจริง ๆ เช่น การที่บางคนขาดความมั่นใจในตัวเองในการพูดต่อหน้าสาธารณะ และคาดหมายว่าตัวเองคงไม่ประสบความสำเร็จในการพูดหน้าชั้นก็มักล้มเหลวจริง ๆ ทั้งนี้เพราะความเชื่อและความคาดหมายของตนเองมักชี้นำทำให้ตัวเองรู้สึกประหม่า ลืมเนื้อหา แม้โดยข้อเท็จจริงแล้วในการพูดครั้งนั้น ๆ จะมีทั้งผู้สนใจฟังและผู้ไม่สนใจฟัง แต่เนื่องจากการคาดไว้ก่อนว่าจะล้มเหลว จึงทำให้เลือกรับรู้แต่เฉพาะปฏิกิริยาในส่วนที่ตอบรับด้านลบ คิดว่าไม่มีคนสนใจ คิดว่าเขาเบื่อหน่าย ซึ่งส่งผลตอบกลับมายังตัวเองให้หมดกำลังใจ ไม่อยากพูดต่อและทำให้การเสนอของตนเองขาดความน่าสนใจมากขึ้น ๆ และท้ายที่สุดจึงล้มเหลวในการพูดจริง ๆ การคาดหมายล่วงหน้า จึงมีผลทำให้การรับรู้ถูกบิดเบือนไปได้

(3) ผลกระทบจากระบวนการเลือกสรรกลั่นกรอง รับรู้สิ่งที่ตนเองชอบ หรือให้ผลเป็นที่พึงพอใจ (selective process) กระบวนการเลือกสรรกลั่นกรองประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ (selective exposure) เลือกรับรู้หรือตีความ (selective perception or selective interpretation) และเลือกจดจำ (selective retention) ในสิ่งที่สอดคล้องกับทัศนคติความต้องการของตน การเลือกสรรกลั่นกรองแต่ในสิ่งที่สนใจหรือตีความในส่วนที่ให้ผลเป็นที่พึงพอใจเท่านั้นนับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลให้ตรงตามความเป็นจริงอย่างมาก การเพิกเฉยต่อคำวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลจากสื่อมวลชน การเลือกรับรู้แต่เฉพาะ

จากสื่อมวลชนที่แสดงความชื่นชอบ ย่อมทำให้รัฐบาลไม่สามารถประเมินสถานการณ์ที่แท้จริงของความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลได้

(4) ผลกระทบจากการรับรู้หรือประทับใจสิ่งต่าง ๆ ที่เกิด

ก่อนหรือเกิดหลัง (priority effect and recency effect) การรับรู้ของคนเรามักได้รับผลกระทบจากการรับรู้หรือความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นความประทับใจในครั้งแรกเรียกว่า primacy effect หรือครั้งสุดท้ายเรียกว่า recency effect ก็ตาม ตัวอย่างเช่น ถ้าเราเคยคิดว่า เพื่อนสนิทของเราเป็นคนที่ซื่อสัตย์และเราไว้วางใจที่สุดมาเป็นเวลานานนับปี แต่เมื่อวันหนึ่งกลับได้พบว่า เขาโกหกในเรื่องสำคัญเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การโกหกของเขาครั้งนี้ กลับมีผลต่อการรับรู้ที่มีต่อเพื่อนมากกว่าความรู้สึกว่าเขาเป็นเพื่อนที่ดีและซื่อสัตย์ที่มีมาเนิ่นนานนั้นเสียอีก นี่เองเป็นผลกระทบที่สามารถใช้อธิบายได้ว่า เหตุใดคนเราจึงมักรับรู้ในเรื่องราวที่เกิดขึ้นครั้งแรกหรือครั้งสุดท้ายได้มากกว่าเหตุการณ์อื่น ๆ หรือเรามักจำย่อหน้าแรกและย่อหน้าสุดท้ายของเรื่องที่เรารับรู้ได้มากกว่าเนื้อหาส่วนอื่น ๆ นั้นเอง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2557, น. 8-9)

(5) ผลกระทบจากความสอดคล้องทางทัศนคติหรือความคิด

ที่มีอยู่ (consistency) มนุษย์ต้องการอยู่ในสภาพที่ความคิด หรือการรับรู้ของตนเองอยู่ในภาวะสมดุล ตามทฤษฎีความสมดุล หรือสอดคล้องกันทางความคิดนี้ ส่วนใหญ่มักมีสมมติฐานหรือเงื่อนไขสำคัญว่า ภาวะสมดุลจะเกิดขึ้นต่อเมื่อ

- (1) เราคาดว่าคนที่เราชอบเขานั้นจะชอบเรา
- (2) เราคาดว่าคนที่เราไม่ชอบก็ไม่ชอบเราด้วย
- (3) เราคาดว่าคนที่เราเป็นเพื่อนของเราจะชอบเพื่อนคนอื่น ๆ ของเราด้วยกัน
- (4) เราคาดว่าเพื่อนของเราจะไม่ชอบศัตรูของเรา
- (5) เราคาดว่าศัตรูของเราก็จะไม่ชอบเพื่อนของเราเช่นกัน
- (6) เราคาดว่าศัตรูของเราคงชอบหรือเข้ากันได้กับศัตรูคนอื่น ๆ ของเราด้วย

ความคาดหวังต่าง ๆ ทั้งหมดนี้ เป็นความคาดหวังจากความ

ความรู้สึกส่วนตัวที่มีอยู่ในใจของคนแต่ละคน ผลกระทบจากปัจจัยด้านความสมดุลหรือความสอดคล้องทางความคิดในการรับรู้ จะทำให้เราเพิกเฉยหรือเกิดการบิดเบือนสารที่ได้รับ เมื่อข้อมูลที่ได้รับไม่สอดคล้องทางความคิดที่มีอยู่เดิมเลือกรับรู้แต่เฉพาะสิ่งต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความคิดที่มีอยู่หรือความคาดหวังของตัวเอง เลือกรับรู้แต่จากคนที่เราชอบหรือคนที่มีคุณลักษณะที่เราชอบเท่านั้น ทำให้ไม่เห็นข้อดีของคนที่เราไม่ชอบและไม่เห็นจุดอ่อนของคนที่เราชอบอีกด้วยเช่นกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2557, น. 8-10)

(6) ผลกระทบจากภาพฝังใจหรือทัศนคติแบบเหมารวม

(stereotyping) ภาพฝังใจ เป็นความประทับใจที่ค่อนข้างฝังแน่นเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่มคนต่าง ๆ แบบเหมารวม เช่น ภาพฝังใจเกี่ยวกับเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ศาสนา กลุ่มอาชีพต่าง ๆ เป็นต้น เช่น ภาพฝังใจเกี่ยวกับนักการเมืองว่า เป็นผู้แสวงหาอำนาจ หรือภาพฝังใจเกี่ยวกับโสเภณีว่าเป็นอาชีพน่ารังเกียจ แต่งตัวล่อแหลม ทำงานที่ไร้อำนาจ เป็นต้น การมีภาพฝังใจเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องใด นับเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการรับรู้ในประเด็นสำคัญ คือ ภาพฝังใจทำให้เราเหมารวมเอาภาพฝังใจนั้นมาอธิบายองค์ประกอบย่อย ๆ โดยรวมซึ่งอาจไม่เป็นจริง และทำให้เราขาดการให้ความสนใจต่อลักษณะซึ่งเป็นลักษณะส่วนบุคคลของคนแต่ละคน เช่น แม้ว่าจะพบว่า โสเภณีส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง แต่งตัววาบหวีว ชอบเดินคนเดียวยามค่ำคืน นั่งดื่มคนเดียวในคลับ แต่ก็ไม่ได้ หมายความว่าผู้หญิงแต่งตัวล่อแหลมที่นั่งดื่มอยู่คนเดียวในโรงแรมที่เราเห็นจะเป็นโสเภณีเสมอไป และด้วยเหตุที่เราใช้การคิดแบบเหมารวมนี้เอง ทำให้อาจมองข้ามคุณลักษณะที่สำคัญ เช่น โสเภณีผู้นั้นก็เป็นผู้หญิงคนหนึ่งที่มีความจำเป็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เธอมีความกตัญญูและรับผิดชอบต่อครอบครัวของเธอ ซึ่งเป็นลักษณะส่วนตัวที่ถูกเรามองข้ามไปก็ได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2557, น. 8-10)

(7) ผลกระทบจากกระบวนการหาเหตุผลเพื่ออธิบายและ

เข้าใจพฤติกรรมต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลว่าเกิดจากปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอก (attribution) ในกระบวนการหาเหตุผล เพื่ออธิบายพฤติกรรมนี้ พบว่า คนเราใช้วิธีการอธิบายและตีความพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสารอย่างมีเหตุผลมีผลว่าเกิดจากปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ ในกรณีที่สาเหตุเป็นสาเหตุจากปัจจัยภายในตัวบุคคลที่เกี่ยวข้อง จะได้รับการตำหนิหรือการชมเชยแล้วแต่สถานการณ์ ขณะที่หากสาเหตุเกิดจากปัจจัยภายนอก จะถือเป็นเหตุสุดวิสัยที่บุคคลไม่อาจควบคุมได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2557, น. 8-10-8-11)

จากทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ (Perception) ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการรับรู้เป็นความคิดรวบยอด แล้วมีปฏิกิริยาตอบสนอง (response) อย่างหนึ่งอย่างใดต่อสิ่งเร้าตามที่รับรู้ และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงได้นำมาเป็นกรอบวิจัยในครั้งนี้ เพื่อจะนำมาสืบเสาะหาการรับรู้ของชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และตัวแปรทัศนคติที่มีต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างไร

2.5.2 ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)

เป็นทฤษฎีที่วิเคราะห์ผลในการสร้างความคิด ความจริง และนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติ ในที่สุด ซึ่งอธิบายว่า โทรทัศน์ทำหน้าที่ปลูกฝังสมาชิกของสังคมด้วยแนวคิดเรื่อง “การสร้างความเป็นจริงทางสังคม” (Social Construction of Reality) โดยแนวคิดนี้มองว่า โลกที่แวดล้อมด้วยตัวบุคคล มีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ ได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลาย ที่แวดล้อมด้วยตัวบุคคล ซึ่งเป็นโลกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนอีกโลกหนึ่งมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (Social World) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา รัฐบาล และสื่อมวลชน ส่งผลทำให้การรับรู้และพฤติกรรมของบุคคลแตกต่างกัน แม้การมองเห็นโลกทางกายภาพจะเหมือนกันก็ตาม โดยนักทฤษฎีที่เป็นผู้บุกเบิกทฤษฎีนี้ คือ George Gerbner ซึ่งได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความรุนแรงในโทรทัศน์ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เพื่อดูปริมาณความรุนแรงที่ถูกนำเสนอผ่านกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งระหว่างปี ค.ศ.1970 ถึง 1980 ผลการวิจัยนี้ นำไปสู่การนำเสนอกรอบทฤษฎี เพื่อใช้ในการอธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน และอธิบายถึงระดับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ว่าจะมีความแตกต่างกัน สำหรับคนที่มีปริมาณการรับชมมาก (Heavy Viewers) กับคนที่รับชมน้อย (Light Viewers) (George Gerbner อ้างถึงใน Em Griffin, 2006, p. 388) โดยคุณสมบัติของกลุ่มผู้ชมมากจะเป็นกลุ่มคนที่ดูโทรทัศน์จนเป็นนิสัย แบบเป็นกิจวัตรประจำวัน (Habitual Viewing) การเปิดรับโทรทัศน์สามารถดูรายการอะไรก็ได้ ไม่เลือกดู และมีการดูแบบซ้ำ ๆ ซาก ๆ อย่างไม่มีเป้าหมาย กลุ่มคนที่ดูโทรทัศน์อย่างมากระยะนี้ จะรับรู้ความเป็นจริงต่าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ (Perceived Reality) กล่าวคือ มีแนวโน้มคิดว่าตัวละครต่าง ๆ และเหตุการณ์ที่อยู่ในโทรทัศน์นั้นมีลักษณะเป็นเหมือนคนจริง ๆ ซึ่งเป็นการถือได้ว่าเป็นการเอาความจริงในการนำเสนอผ่านโทรทัศน์มาเป็นแนวทางในการตัดสินโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ คนที่ชมโทรทัศน์มาก เมื่อเปิดรับชมโทรทัศน์ที่มีความรุนแรงมาก ก็จะตกอยู่ในอิทธิพลของอาการมองโลกอย่างเลวร้ายมากกว่าความเป็นจริง (Mean World Syndrome) และหากรับชมในปริมาณที่มากเกินไปจะก่อให้เกิดความหวาดกลัว (Fearful) และมองโลกเต็มไปด้วยความโหดร้าย นอกจากนี้ยังเชื่ออีกว่า โทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในระยะยาว (Long-term effect)

ในอเมริกา เมื่อทศวรรษ 1960 – 1970 ขณะนั้นรายการโทรทัศน์ นำเสนอความรุนแรงมีมากอย่างท่วมท้นในสหรัฐฯ จนกระทั่งกลายเป็นความวิตกกังวลของประชาชนอเมริกันว่า อิทธิพลจากความรุนแรงจะมีผลกระทบในทางที่เป็นอันตรายต่อสังคม ดังนั้น รัฐบาลอเมริกันจึงได้มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความกังวลดังกล่าว โดยรัฐบาลของประธานาธิบดี Johnson ได้แต่งตั้งคณะกรรมการ

ป้องกันความรุนแรง (Commission on Causes and Prevention of Violence) ขึ้นมา และสภาองเกรสได้อนุมัติ ให้มีการวิจัยขนาดใหญ่ ๆ เพื่อเผยแพร่ผลงานในนามของ Surgeon General 's Report งานวิจัยเรื่องความรุนแรงในโทรทัศน์นี้ Gerbner เป็นนักวิจัยที่ทำการวิเคราะห์ เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เพื่อดูปริมาณความรุนแรงที่ถูกนำเสนอผ่านกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งการวิจัยในระยะแรก ๆ ไม่ได้มีแนวทางทฤษฎีอะไรชี้นำเป็นแนวทาง เพราะคณะวิจัยมุ่งหวังเพียงแต่จะสำรวจเก็บปริมาณความรุนแรงที่ฉายผ่านโทรทัศน์เท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 254-255)

จากผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความรุนแรงในโทรทัศน์นั้นมีมากและความสนใจของสาธารณชนในเรื่องดังกล่าวก็ยังมีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น Gerbner และทีมวิจัยจึงเก็บข้อมูลสำรวจเป็นรายปีต่อเนื่องทุกปี ระหว่างทศวรรษ 1970 ถึง 1980 ที่เรียกว่าโครงการ Violence Profile ในชั้นต่อมา Gerbner และทีมจึงได้เริ่มนำเสนอกรอบทฤษฎีเพื่อใช้ในการอธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรง ทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน และในระยะหลังนี้ เขาได้ขยายความสนใจออกไปให้กว้างขวางกว่าเดิม กล่าวคือ นอกจากจะสนใจเรื่องความรุนแรงแล้ว ยังได้ศึกษาพฤติกรรมรูปแบบอื่น ๆ ที่ปรากฏในโทรทัศน์อีกด้วย เนื่องจากงานวิจัยของ Gerbner ได้ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะยาว จึงทำให้ผลการวิจัยมีคุณค่าทางวิชาการเป็นอย่างมาก อาจกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการปลูกฝังของสื่อ นั้น จัดได้ว่าอยู่ในกลุ่มนักคิดที่เชื่อว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนนั้น มีอยู่ในระดับหนึ่ง หากแต่มีใช้ผลกระทบในระยะสั้น เช่น Magic Bullet Theory ได้กล่าวเอาไว้ แต่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะยาวและเป็นผลมาจากการสั่งสม สื่อมวลชนที่ Cultivation Theory ให้ความสนใจมากที่สุด ก็คือ สื่อโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 255)

ในช่วงปี ค.ศ.1970 Gerbner ผู้นำเสนอทฤษฎีนี้ให้ความสนใจที่จะศึกษา บทบาทของสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากเหตุผลที่ว่าในช่วงเวลาดังกล่าว

- 1) โทรทัศน์ได้เข้ามาเป็นศูนย์กลางในชีวิตประจำวันของชาวอเมริกันเรียบร้อยแล้ว
- 2) สื่อโทรทัศน์ได้สร้างสิ่งแวดล้อมทางสัญลักษณ์ (หรือ “โลกทางสังคม” ในคำศัพท์ของกลุ่ม Social Construction of Reality) เกือบทั้งหมดของประชาชน
- 3) โทรทัศน์เป็นตัวนำข่าวสารส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิต บุคคล และเป็นช่องทางหลักในการเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมากกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ประสบการณ์ตรง หรือการบอกเล่าจากผู้อื่น (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 255)

ข้อค้นพบจากผลการวิจัย ความสนใจในงานวิจัยของ Cultivation Theory ก็เหมือนกับทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาอื่น ๆ ที่นำมาใช้ในการศึกษาเรื่องสื่อ คือ ความสนใจที่จะตอบปัญหาว่า ในขณะที่มีโลกแวดล้อมตัวบุคคลอยู่ 2 โลก คือ โลกที่เป็นจริง (real world) กับโลกที่ผ่านสื่อ

(mass-mediated world) คนทั่วไปยึดถือเอาโลกใดเป็น “ความเป็นจริง” (reality) ของเขา ตัวอย่างเช่น บรรยายภาคนิพนธ์ในสหรัฐอเมริกา ช่วงทศวรรษ 1980 ผลจากงานวิจัย สำนวนและวิเคราะห์เนื้อหา รายการโทรทัศน์ของ Gerbner และคณะพบว่า จากตัวอย่างของปี ค.ศ.1986 ผลจากการวิเคราะห์ เนื้อหารายการโทรทัศน์ ช่วง primetime พบว่า ผู้ต้องสงสัยว่าจะกระทำความผิด 86% ไม่เคยต้องไป ขึ้นศาลเลย ในขณะที่สถิติที่เป็นจริงรายงานว่า 80% ของผู้ต้องสงสัยที่ถูกจับกุมได้ต้องไปขึ้นศาล ตัวเลขใดที่แวดล้อมเป็นโลกแห่งความเป็นจริงอยู่รอบ ๆ ชาวอเมริกันกันเล่า หรือในกรณีตัวอย่างเรื่อง ความรุนแรง มีประเด็นปัญหาที่ตั้งขึ้นมาว่า “ภายในเวลา 1 อาทิตย์ ท่านคิดว่า โอกาสที่ตัวท่าน จะต้องพบกับเหตุการณ์ที่รุนแรง มีสักประมาณเท่าใด 1 ใน 10 หรือ 1 ใน 100” ในการตอบคำถามนี้ หากดูจากสถิติที่เป็นจริงจะพบว่าคนอเมริกัน 100 คน มีโอกาสพบกับเหตุการณ์รุนแรงประมาณ 0.41 คน (เพียงครึ่งคนเท่านั้น หรือจาก 200 คนจะมี 1 คน เท่านั้นเจอเหตุการณ์รุนแรง) Gerbner ให้ ข้อเสนอสำหรับตัวเลขในปี 1982 ว่า อาชญากรรม ในรายการโทรทัศน์จะมากกว่าเป็น 10 เท่าในโลก (เป็นอย่างน้อย) ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ในทุก ๆ ชั่วโมงจะต้องมีตัวละครหลัก ๆ ประมาณ หนึ่งครั้งเข้าไปเกี่ยวข้องกับการแสดงความรุนแรงทางกายภาพที่เห็นได้อย่างชัดเจนสัก 5-6 เหตุการณ์ แต่ประเด็นปัญหาที่สำคัญอยู่ที่ว่า ผู้ชมโทรทัศน์แบบต่าง ๆ ทั้งที่ดูอย่างหนัก หรือที่เรียกว่า Heavy viewer กับพวกที่ดูเพียงเล็กน้อย หรือที่เรียกว่า Light viewer จะเชื่อถือสถิติที่เป็นจริงหรือ เชื่อถือเหตุการณ์ในโทรทัศน์กันแน่ ซึ่งงานวิจัยของ Gerbner นี้จะมีลักษณะเด่นตรงที่ใช้วิธีการเก็บ ข้อมูลอย่างต่อเนื่องระยะยาวเป็นเวลาถึง 20 ปีดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น จึงมีฐานข้อมูลที่กว้างขวาง และมองเห็นภาพรวมอย่างต่อเนื่อง (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 256)

นอกจากนั้น Gerbner ยังได้พยายามตอบคำถามโดยเชื่อมโยงภาพที่ได้ในระดับ จุลภาค (Microscopic) คือ ข้อมูลรูปธรรมและบรรดาตัวเลขสถิติต่าง ๆ ที่เก็บมาได้ เข้ากับภาพรวม ใน ระดับมหภาค (Macroscopic) คือ การนำเอาแนวคิดนามธรรม เช่น การอบรมบ่มเพาะมาใช้ อธิบาย ด้วยความตั้งใจดังกล่าวของทีมผู้ศึกษา Gerbner และคณะ จึงไม่เพียงแต่จะค้นหาคำตอบ อย่างง่าย ๆ มาอธิบายต่อคำถามที่ได้ตั้งขึ้นมาข้างต้นว่า “ใครที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (กลุ่ม Heavy user) ก็จะเชื่อตัวเลขในโทรทัศน์มากกว่าคนที่ดูโทรทัศน์น้อยกว่า (กลุ่ม Light viewer)” เท่านั้น หาก ทว่าแง่มุมที่กลุ่ม Cultivation Theory สนใจก็คือ อิทธิพลและบทบาทของโทรทัศน์ที่ได้ทำหน้าที่ “ปลูกฝัง” หรือ “สร้างโลก” ที่แม้ว่าจะไม่ตรงกับ “โลกแห่งความเป็นจริง” ให้กลายเป็น “ความเป็นจริงของบุคคล” ซึ่งหลักการปลูกฝังความเป็นจริงนี้ เป็นไปตามข้อเสนอที่ว่า “เพราะเราเชื่อว่า “มัน” (โทรทัศน์) จริง มันก็เป็นจริง” (อันเป็นตรรกะที่สวนทางกับหลักการที่ว่า “เพราะว่ามันเป็นจริง เราจึง เชื่อว่า มันจริง”) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 256-257)

หากกล่าวโดยสรุปขั้นตอนและวิธีการทำวิจัยของกลุ่ม Cultivation Theory จะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556) ดังนี้

(1) Message System Analysis ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่มีอยู่ เพื่อดูว่ามีภาพลักษณ์อะไรปรากฏมีประเด็นเรื่อง (Theme) อะไร มีค่านิยมอะไรที่ถูกนำเสนอผ่านบ่อยที่สุด

(2) Viewers' Social Realities สำรวจโลกแห่งความเป็นจริงที่เป็นบริบทของผู้ชม เช่น อาชญากรรมในบริเวณนั้นมีมากน้อยเพียงใด โดยดูจากตัวบ่งชี้ (indicators) ตัวเลขสถิติต่างๆ

(3) Audience Survey ทำการสำรวจผู้รับสารใน 2 มิติ คือ

พฤติกรรมการดูโทรทัศน์ เพื่อนำมาจัดประเภทว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมแบบใด (ดูโทรทัศน์มากหรือน้อย)

สำรวจ Mean World Index อันได้แก่ ทักษะที่ผู้รับมีต่อชีวิตและโลก โดยใช้ตัวอย่างคำถาม 3 ข้อนี้

(1) คนเราส่วนใหญ่มักจะมองเห็น/สนใจ/มองหาแต่ผลประโยชน์ของตนเอง

(2) เราจะไว้วางใจในการติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์/คนทั่วไปมากนักไม่ได้

(3) คนส่วนใหญ่มักจะเอาัดเอาเปรียบเราเสมอถ้าเขามีโอกาส

(4) ทำการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ดูโทรทัศน์แบบต่าง ๆ เช่น กลุ่มที่ดูอย่างมากกับกลุ่มที่ดูเพียงเล็กน้อย เพื่อดูว่าชีวิตทัศน์และโลกทัศน์ (สิ่งแวดล้อมทางสังคม) ของผู้รับสารกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นอย่างไร มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ในส่วนที่เกี่ยวกับ Message System Analysis นั้น (การวิเคราะห์ เนื้อหา) หลักการวิเคราะห์ของสำนัก Cultivation Theory นั้น มีวิธีการเฉพาะตัว เนื่องจากแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีที่ว่าตัวสารของโทรทัศน์นั้นได้ถูกผลิตขึ้นมา จากสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมแต่ละแห่ง ดังนั้น ตัวสารนั้นเองก็ทำหน้าที่เป็นประจักษ์ตัวบ่งชี้ทางวัฒนธรรมที่จะต้องวิเคราะห์ใน 4 มิติ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 257-258) คือ

สิ่งที่ปรากฏ (Existence) คือ การหาคำตอบว่า สิ่งที่มีมวลชนได้นำเสนอปรากฏต่อสายตาผู้รับ คืออะไรบ้าง เป็นเนื้อหาอะไร และมีจำนวนมากน้อยบ่อยครั้งเพียงใดที่ถูกนำเสนอ คำถามนี้โดยส่วนใหญ่ การวิเคราะห์เนื้อหาตามแบบประเพณี (Traditional Content Analysis) ที่ใช้วิธีการแจกแจงนับเนื้อหาที่ปรากฏมักกระทำอยู่แล้ว

การจัดลำดับความสำคัญ (Priority) ได้แก่ การตอบคำถามว่า ในบรรดาเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ นั้น เนื้อหาแบบใดที่มีมวลชนได้ให้ความสำคัญมากที่สุดหรือเป็นหลักของการนำเสนอ

การวิเคราะห์คุณค่า (Value) คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่า ซึ่งแฝงเร้นอยู่ในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบสารทางวัฒนธรรมนั้นมีอะไร ตัวอย่าง เช่น งานวิเคราะห์การ์ตูนชุดขบวนการก๊ากง ที่เขียนโดยคุณประยูร จรรย์วณิช สุตริก จรรย์วณิช (2532) พบว่า คุณค่าที่บรรจุในการ์ตูนชุดนี้ คือ คุณค่าในการพึ่งตนเอง ประหยัด ขยันหมั่นเพียร ไทยนิยม เป็นต้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relationships) คือ การหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ในตัวสารว่าอะไรสัมพันธ์กับอะไร และการวิเคราะห์ความหมายทางโครงสร้างของตัวสาร เช่น การวิเคราะห์ว่า กลวิธีต่อสู้ของผู้หญิงที่ดีที่สุด คือ การใช้ความอดทนและอดกลั้น ไม่ตอบโต้กับความชั่วร้ายจะเป็นกลวิธีที่พาไปสู่ความสำเร็จมากที่สุด เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 258)

จากการริเริ่มวิเคราะห์แต่เฉพาะประเด็นเรื่องความรุนแรงของอาชญากรรม และระบบศาลยุติธรรมที่ปรากฏในโทรทัศน์ในชั้นต่อมา ได้ขยายประเด็นศึกษาออกไปอีกมากมาย เช่น เรื่องบทบาททางเพศ ปัญหาเรื่องการสมรสและครอบครัว ความไร้สมรรถภาพทางกายภาพ (ความพิการทางกาย สุขภาพ) การดึงดูดความน่าสนใจ บทบาทของคนวัยต่าง ๆ วิทยาศาสตร์ การประสบความสำเร็จในการศึกษา การเมืองและศาสนา แต่ไม่ว่าจะขยายประเด็นออกไปอย่างไร ประเด็นคำถามที่ยังเป็นหัวใจของทฤษฎีที่ยังคงเป็นคำถามเดิม ก็คือ โทรทัศน์ได้มีบทบาทในการปลูกฝังทางวัฒนธรรม ด้วยการสร้างโลกทางวัฒนธรรม (ที่กลายมาเป็น “ความเป็นจริง”) ห่อหุ้มบุคคล ในประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้นได้อย่างไร ผลจากการวิจัยที่ผ่านมา Gerbner ได้ให้ สูตรสั้น ๆ สรุปข้อค้นพบว่า โทรทัศน์ได้มีบทบาทในลักษณะของ 3 B (กาญจนา แก้วเทพ, 2556) คือ

(1) Blurring กล่าวคือ โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ ลบภาพ หรือทำให้โลกของความเป็นจริงที่คนเคยมี (ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงหรือเรียนรู้จากแหล่งอื่น ๆ ที่มีชื่อเสียงให้จางหายไป)

(2) **Blending** โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ ผสมความเป็นจริงของคนเข้ากับกระแสหลักทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในโทรทัศน์

(3) **Bending** โทรทัศน์ได้ค่อย ๆ โน้มให้โลกของคน เป็นไปตามกระแสหลักที่ตอบสนองต่อผลประโยชน์ของโทรทัศน์เอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 259)

การปลูกฝังจากสื่อโทรทัศน์

ผลการวิจัยที่มาจากการเก็บข้อมูลระยะยาวของ Cultivation Theory มักจะให้ข้อสรุปว่า สื่อมวลชนเช่นโทรทัศน์นั้น มีบทบาทในการปลูกฝังโลกที่เป็นจริงให้แก่บุคคล คำถามที่ยังหลงเหลือต่อไป ก็คือ โทรทัศน์ทำเช่นนั้นได้อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2556) ซึ่งมีคำตอบ ดังนี้

1. เนื่องจากธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์เองที่ McLuhan เคยกล่าวว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มามีบ่อ มาแรง และมาเร็ว และลักษณะที่ซ้ำ ๆ กัน (repetition) ของโทรทัศน์เอง

2. ในอีกด้านหนึ่ง คำตอบนั้นอาจจะมาจากฝ่ายผู้รับสาร คือ แบบแผนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของผู้รับสารนั้น มักเป็นแบบไม่จำเพาะเจาะจง (Nonselective) กล่าวคือ จะเปิดดูทั้ง ๆ ที่ไม่ได้มีความตั้งใจจะเลือกดูรายการอะไรเป็นพิเศษ ลักษณะดังกล่าว ทำให้อัตราการเปิดรับมีสูง หรืออาจเรียกว่า เป็นการดูแบบพิธีกรรมเพราะความคุ้นเคย (Ritual viewing) ดังที่ปรากฏในชีวิตประจำวันว่า คนเราส่วนใหญ่เมื่อเข้ามาในบ้านก็จะเปิดโทรทัศน์เอาไว้ และดูไปเรื่อย ๆ เพราะความเคยชิน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 264)

3. เหตุผลอีกประการหนึ่งมาจากธรรมชาติที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของรายการโทรทัศน์ (Uniformity nature) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รายการข่าว เกมโชว์ สารคดี ไม่ว่าจะเป็นของช่องใด ยุคสมัยใด โดยหลักใหญ่ ๆ แล้วจะเป็นแบบแผนเดียวกันทั้งสิ้น ดังนั้น โลกที่โทรทัศน์สร้างมา ห่อหุ้มตัวบุคคลจึงส่งสมพอกพูนไปในทิศทางเดียวกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 264-265)

4. กลวิธีในการปลูกฝังนั้นอาจจะมี 2 แบบ

(1) แบบแรกเรียกว่า “แบบวิธีหลัก” (Mainstreaming) จะเป็นกรณีของพวกที่ใช้โทรทัศน์อย่างมาก (Heavy users) ซึ่งแน่นอนว่า เมื่อคนกลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตนั่งเฝ้าอยู่หน้าจอโทรทัศน์ พวกเขาก็น่าจะได้รับข้อมูล แนวคิดและสัญลักษณ์จากโทรทัศน์ซึ่ง สามารถผูกขาดแหล่งข่าวสำหรับชีวิตคนกลุ่มนี้ได้ เช่น ถ้าเราเฝ้าดูแต่หนังประเภท court film จากโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นความไม่ยุติธรรม ความฉ้อฉล ช่องโหว่ของกฎหมาย การขายตัวของผู้พิพากษา ฯลฯ ที่ปรากฏอย่างต่อเนื่อง ในหนังเรื่องแล้วเรื่องเล่า โดยที่ชีวิตจริงของเราอาจไม่เคยต้องไปข้องแวะกับกระบวนการศาลยุติธรรมเลย คงเป็นเรื่องหลีกเลี่ยงได้ยากที่โลกแห่งความเป็นจริงในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบศาลของเรา จะผิดแผกแตกต่างไปจากแนวคิดที่ปรากฏในภาพยนตร์โทรทัศน์

(2) แบบวิธีที่สองเรียกว่า “Resonance” ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ชมเลือกเอาแต่เนื้อหาในโทรทัศน์เฉพาะส่วนเลี้ยวที่ตรงกับประสบการณ์ในชีวิตจริงของเขา เช่น คนที่เคยเห็นเพื่อนบ้านได้รับความยุติธรรมจากระบบศาล ก็จะเลือกดูแต่เนื้อหาที่ว่าด้วยความไม่ยุติธรรมของศาลจากรายการในโทรทัศน์ ดังนั้น จึงเท่ากับเขาถูกปลูกฝังความเป็นจริงถึง 2 ชั้นทั้งจากประสบการณ์จริง (ที่จำกัด) และประสบการณ์ผ่านสื่อ (ที่เลือกรับมาเฉพาะส่วน)

5. เหตุผลประการสุดท้ายก็คือ คุณสมบัติของโลกแห่งความเป็นจริง กับโลกที่ผ่านสื่อซึ่งเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ของคน ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริง (Real World) นั้น เป็นสิ่งที่อยู่ห่างไกลที่จะเข้าถึง เป็นโลกที่เต็มไปด้วยความสลับซับซ้อน แต่ในโลกของโทรทัศน์นั้นกลับเป็นโลกที่อยู่ใกล้ประชิดติดตัว และเป็นโลกที่เรียบง่ายจึงสะดวกต่อการทำความเข้าใจ (simplified) ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้คน (สมัครใจ) ถูกปลูกฝังและเรียนรู้จากโลกของโทรทัศน์มากกว่าจากโลกแห่งความเป็นจริง (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 265)

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ของ Gerbner มุ่งศึกษาอิทธิพลจากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มที่เปิดรับชมสื่อมาก (Heavy users) และผู้ที่เปิดรับชมสื่อโทรทัศน์น้อย (Light viewer) และผลของการรับรู้สภาพเป็นจริงหรือการมองโลกหลังเปิดรับสื่อโทรทัศน์ (Mean World Syndrome) ของคนกลุ่มเหล่านั้น ซึ่งแนวคิดนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญในการวิจัยเนื่องจากผู้วิจัยมุ่งศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม หลังจากที่จากกลุ่มตัวอย่างได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ อีกทั้งยังนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบคำถามในแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อตอบข้อสงสัยของสมมติฐานว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ สามารถอธิบายการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคมได้อย่างไร

2.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับความหวาดกลัวอาชญากรรม (Fear of Crimes)

ความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมเป็นลักษณะของอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งมีคนสนใจศึกษาได้ให้ความหมายในรายงานการวิจัยหลายเล่ม ดังนี้

Gobiel & Greve (2003) และ Greve (1948) ได้ให้ความหมายความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมไว้กว้างว่าด้วยโครงสร้างหลากหลายมิติของแนวคิดหลักซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ความรู้สึก และมีมิติด้านพฤติกรรมของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม มิติด้านความรู้สึกที่มีมาก่อนปฏิกิริยาด้านอารมณ์ที่แท้จริงและกรอบของการประเมินของปัจเจก ในส่วนของความเป็นไปได้ ที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ส่วนมิติทางด้านพฤติกรรมเกิดขึ้นหลังจากมิติทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก

และเป็นในสิ่งที่ปัจเจกอ้างว่า จะทำที่เป็นปฏิกริยา (ความหวาดกลัวภัย) อาชญากรรมที่เขามีประสบการณ์ (กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 32)

Stovic, Pral Besuch Fischhoff, and sorah Lichtentien (1987, p. 73) ได้ให้ความหมายความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมเทียบได้กับสภาพทางอารมณ์ที่หลากหลายทัศนคติ หรือการรับรู้ รวมทั้งความไม่ไว้วางใจต่อบุคคลอื่น ความกังวลใจ ความเสี่ยงที่รับรู้ได้ ความกลัวคนแปลกหน้า หรือ ความตระหนักถึงเพื่อนบ้านที่ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือระเบียบวินัยน้อย

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า ความหวาดกลัวอาชญากรรม คือ มิติของอารมณ์ ความรู้สึกที่แสดงออกมาทางทัศนคติ และภาวะทางจิตวิทยาที่ถูกปลุกขึ้นมาโดยสามัญสำนึก ที่สื่อให้เห็นถึงความเสี่ยงของบุคคล และเมื่อบุคคลได้ยึดถือความเชื่อเกี่ยวกับอาชญากรรมขึ้นมาแล้ว จะมีความรู้สึกว่าตนเองมีโอกาสสัมผัสกับอันตรายจากภัยอาชญากรรมได้ทุกเมื่อ

วิธีการศึกษาความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม

1.วิธีการศึกษาที่พยายามอธิบายความแตกต่างในการให้ความเห็นถึงระดับความกลัวที่เน้นถึงการรับรู้ (Perception) ของความอ่อนแอของบุคคล และประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อม (Vanden Herveyhen, 2010, p. 85) โดยแบ่งเป็น

1.1 ระดับการรับรู้ในเรื่องความปลอดภัย (Perception of safety questions) หรือเรียกว่า การบอกความรู้สึกของตนเอง (Emily Gray Jonathan Jackson and Stephen Farrall LSE Research Online, pp.3) มักจะเป็นมาตรวัดมาตรฐาน ในการสำรวจระดับความหวาดกลัวภัยในหลายประเทศ เช่น ระดับความกังวล (หรือความกลัว ที่ใช้ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา) เกี่ยวกับอาชญากรรมเฉพาะประเภท หรือการรับรู้โอกาสที่จะตกเป็นเหยื่อ มาตรวัดแบบนี้ แสดงให้เห็นถึงการปรับปรุงในเรื่องอารมณ์ที่เฉพาะเจาะจง หรือความเสี่ยงที่รับรู้ได้ที่อ้างอิงไปถึงอาชญากรรมประเภทต่าง ๆ เช่น การลักทรัพย์ การปล้นทรัพย์ หรือ ลักธยนต์ (Jonathan Jackson, 2005, p.2) แนวคำถามจะเกี่ยวกับระดับความรู้สึกปลอดภัยที่รู้สึกในพื้นที่ละแวกบ้าน รวมทั้งในเรื่องที่แตกต่างกันออกไป เช่น คุณรู้สึกปลอดภัยระดับใด หรือคุณรู้สึกอย่างไรที่เดินคนเดียวในละแวกบ้านตอนค่ำ คุณรู้สึกปลอดภัยแค่ไหนที่อยู่คนเดียวในบ้านในเวลาค่ำคืน บางพื้นที่ทำให้คุณรู้สึกไม่ปลอดภัยเมื่อเดินในเวลากลางคืน ซึ่งรูปแบบในการศึกษาระดับความรู้สึก (กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 33)

- 1.) รูปแบบความกลัวหรือวิตกกังวลในอดีต
- 2.) รูปแบบความกลัวหรือความวิตกกังวลในอนาคต

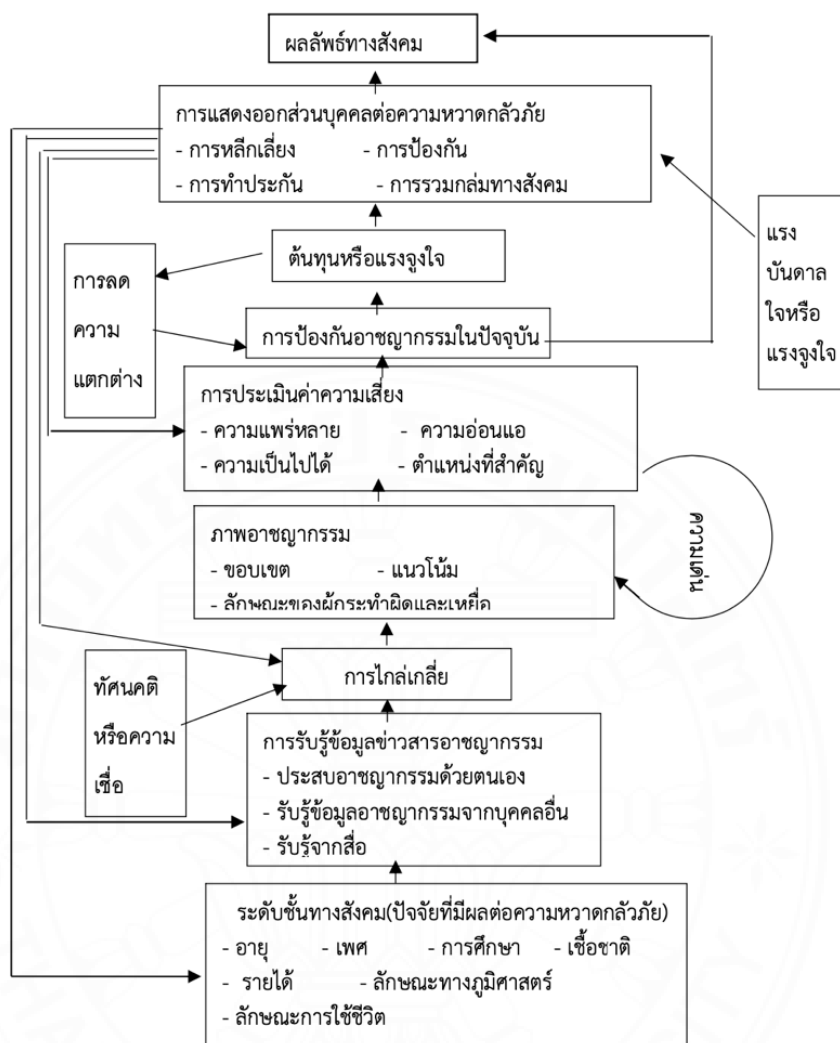
1.2 การรับรู้ในเรื่องความเสียหาย ซึ่งเป็นผลของการที่ปัจเจกประเมิน

ความแน่นอนของสภาพสังคมของพวกเขาและสภาพแวดล้อมทางกายภาพในระดับใด หรือความรู้สึกหวาดกลัวภัย มีองค์ประกอบจากการประเมินความกลมเกลียวของสังคม ความเห็นพ้องต้องกันทางจริยธรรม เช่นเดียวกับประสบการณ์ที่เฉพาะเจาะจงของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม (Jonathan Jackson , 2005, p. 19)

2. วิธีการศึกษาที่ค้นหาระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม โดยการใช้ชีวิต

ในสังคมของคนทั่วไป หรือสภาพแวดล้อมประจำวันทางกายภาพ (Vanden Herveyhen, 2010, p. 85)

จากการศึกษาสาเหตุและบทสรุปของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม (The Fear of Crime : Causes and Consequences) ในงานสัมมนาเหยื่อวิทยา (vitimology Symposisium) จากวารสารเกี่ยวกับกฎหมายอาชญากรรมและอาชญาวิทยา (Journal of Criminal Law and Criminology) พบว่า รูปแบบสำคัญของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมทั่วไป ประสบการณ์ (กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 33) ปรากฏตามภาพ 2.6



ภาพที่ 2.6 รูปแบบสำคัญของความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมทั่วไป

ที่มา : กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 34

จากภาพ 2.6 แสดงให้เห็นว่าระดับชั้นทางสังคมและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอาชญากรรม ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ด้วยตนเองหรือรับรู้ข้อมูลอาชญากรรมจากบุคคลอื่นหรือจากสื่อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม แต่พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของแต่ละบุคคลจะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติหรือความเชื่อส่วนบุคคลในการประเมินความเสี่ยงอาชญากรรม และการแสดงออกส่วนบุคคลต่อความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยง การป้องกัน การทำประกัน หรือการรวมกลุ่มทางสังคม ต่างขึ้นอยู่กับต้นทุนหรือแรงบันดาลใจของแต่ละคนซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายสถาบันในต่างประเทศ (กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 34)

การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรุนแรง หรือคดีอาชญากรรมบ่อยครั้ง อาจส่งผลให้เกิดความหวาดกลัวอาชญากรรม ซึ่งการสำรวจความหวาดกลัวการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม (Fear of Victimization) อาจเรียกโดยย่อว่า “ความหวาดกลัวอาชญากรรม หรือ Fear of crimes” (Mark and Stafford, 1983, p. 1041) กล่าวคือ ความหวาดกลัวอาชญากรรมนั้นอาจวัดได้จากพฤติกรรมอันเป็นปฏิกิริยาตอบโต้ต่ออาชญากรรม ทั้งประเภทการฆาตกรรม การข่มขืน การทำร้ายร่างกาย การปล้นทรัพย์ ชิงทรัพย์ ลักทรัพย์ เป็นต้น

วิธีการวัดความหวาดกลัวอาชญากรรมด้วยมิติทางพฤติกรรม มีดังต่อไปนี้

- 1) พฤติกรรมการหลีกเลี่ยงจากอาชญากรรม เช่น การไม่ออกจากบ้านในช่วงกลางคืน
- 2) พฤติกรรมการป้องกันอาชญากรรม เช่น การป้องกันบ้าน และการป้องกันตนเอง
- 3) พฤติกรรมอันเป็นหลักประกัน เพื่อให้เกิดความสูญเสียต่ำสุด เช่น ไม่พกเงินสดติดตัว
- 4) พฤติกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับอาชญากรรม เป็นพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมกับผู้อื่น
- 5) พฤติกรรมการเข้าร่วมป้องกันอาชญากรรม เช่น การจัดอาสา ชุมชน
- 6) พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับอาชญากรรม ได้แก่ แสวงหาข้อมูลจากบุคคลและสื่อมวลชน เช่น ข่าวจากหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือสื่ออื่น ๆ และการสังเกตจากสภาพแวดล้อม (Garofalo, 1981, pp. 847 – 848)

จากแนวคิดเกี่ยวกับความหวาดกลัวอาชญากรรม (Fear of crimes) ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบคำถามของแบบสอบถามในตัวแปรแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในด้านการปฏิบัติตนในการใช้ชีวิตประจำวัน และนำมาศึกษาใช้ในการศึกษา เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบว่า มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ รวมไปถึงปัจจัยทางด้านการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างไร

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

การเรียกร้องให้สื่อมวลชน เสนอเนื้อหาที่รับผิดชอบต่อสังคมเกิดขึ้นตลอดเวลา ปรากฏการณ์เช่นนี้ สะท้อนให้เห็นความไม่พอใจการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน อันเป็นสัญญาณที่เรียกร้องให้สื่อมวลชนต้องทบทวนและสร้างความตระหนักถึงการดำเนินบทบาทหน้าที่ของตน

การเรียกร้องให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่เรื่องใหม่แต่อย่างใด แต่ได้เคยเกิดขึ้นแล้วในสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1947 คณะกรรมาธิการเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ (Commission on the Freedom of the press) ได้จัดทำรายงานออกมาและมีการระบุอย่างชัดเจนว่า แม้เสรีภาพเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการยืนยัน หากว่าต้องมีการเพิ่มหลักการเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมลงไปด้วย

หลักการรับผิดชอบต่อสังคม

ระบุถึงข้อปฏิบัติที่สำคัญที่สื่อมวลชนพึงกระทำ มีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

(1) ต้องรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียดรอบด้าน ตรวจสอบได้ โดยพิจารณาดูบริบทที่เหตุการณ์นั้นได้เกิดขึ้น

(2) สื่อมวลชนต้องเป็นสื่อกลางแห่งการแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งเป็นช่องทางที่จะแสดงความคิดเห็นของสาธารณะ

(3) สื่อมวลชนต้องสะท้อนภาพตัวแทนของคนทุก ๆ กลุ่มในสังคม และต้องนำเสนอเป้าหมายและคุณค่าของสังคมอย่างชัดเจน

การเรียกร้องข้างต้นก่อรูปเกิดเป็นทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่เรียกว่า “ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม” ซึ่งมีสาระที่เน้นให้สื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสื่อกลางของสังคมอย่างเต็มความสามารถ ภายใต้พันธะของการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคม อันยืนอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงต้องปลอดจากอำนาจครอบงำใด ๆ เพื่อให้สามารถเสนอข่าวสารความคิดเห็นได้โดยเสรี ไร้อิทธิพลที่จะมาบังคับควบคุม

1. องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อการเสนอเนื้อหา และความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคม ดังนี้

1.1 ความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ เป็นความรับผิดชอบที่เป็นพันธะ เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ที่สื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ สื่อมวลชนจะปฏิบัติหน้าที่เต็มความสามารถได้ จะต้องมีความเป็นอิสระในการแสวงหาข้อเท็จจริง และนำเสนอความจริงได้อย่างเต็มที่ ความเป็นอิสระ ได้แก่ (ประมะ สตะเวทิน, 2539)

(1) **ความเป็นอิสระจากการควบคุมของรัฐบาล** สื่อมวลชนไม่ควรเป็นผู้รับใช้หรืออยู่ใต้อำนาจนักการเมือง ผู้บริหารงานหน่วยงานรัฐหรือพนักงานของรัฐ เพราะจะทำให้การเสนอข่าวสารความเที่ยงธรรม ขณะเดียวกันรัฐบาลไม่ควรแทรกแซงหรือขัดขวางการดำเนินงานของสื่อมวลชน เช่น การเซ็นเซอร์ การไม่ให้ข่าวสาร เป็นต้น

(2) **ความเป็นอิสระจากเจ้าของหรือนายทุน** สื่อมวลชนมีบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ยึดมั่นกับสังคมเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็เป็นองค์กรธุรกิจที่ต้องอยู่รอดหรือแสวงกำไรด้วย ดังนั้น สื่อมวลชนต้องไม่เป็นเครื่องมือของเจ้าของหรือนายทุนในการ

แสวงหาอำนาจหรือผลประโยชน์ เพราะจะทำให้การเสนอข่าวสารบิดเบือนได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 13-9)

(3) ความเป็นอิสระจากธุรกิจขนาดใหญ่ การเกี่ยวข้องหรือมีสัมพันธพิเศษกับธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น บริษัท น้ำมัน ธนาคาร ธุรกิจการสื่อสาร เป็นต้น เป็นสิ่งที่สื่อมวลชนจึงต้องระวัง อาจทำให้สื่อมวลชนสูญเสียความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากประชาชน เกิดความไม่ไว้วางใจการปฏิบัติหน้าที่ว่าจะเสนอข่าวสารได้ถูกต้องและเป็นกลางหรือไม่ ยิ่งหากสื่อมวลชนยินยอมให้องค์กรเหล่านี้เข้ามาแทรกแซงหรือมีอิทธิพลต่อนโยบายและการดำเนินงาน ย่อมทำให้การเสนอเนื้อหาขาดความถูกต้องเป็นธรรม กลายเป็นเครื่องมือของกลุ่มธุรกิจไปในที่สุด

(4) ความเป็นอิสระจากผู้โฆษณา เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่ของสื่อมวลชนมาจากการขายโฆษณา ทำให้การเสนอเนื้อหาโดยเฉพาะในสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีอิทธิพลของผู้โฆษณาเข้ามาเกี่ยวพันทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้การเสนอเนื้อหาไม่สิ่งปลอมปน คือ โฆษณาที่ชักจูงใจผู้รับสารให้เห็นผิดเป็นชอบได้

ดังนั้น สื่อมวลชนจึงต้องมีความเป็นอิสระ เพื่อให้สามารถดำเนินบทบาทหน้าที่ของตน โดยมุ่งประโยชน์สาธารณะ ไม่ตกอยู่ในการควบคุมหรือการชี้นำ บังคับจากอำนาจฝ่ายใด ๆ

1.2 ความรับผิดชอบต่อการเสนอเนื้อหา สื่อมวลชนต้องรับผิดชอบต่อ การเสนอเนื้อหา เพื่อให้ผู้รับสารได้ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ต่อการดำเนินชีวิตในสังคม โดยต้องเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 13-10) ดังนี้

(1) ความถูกต้อง (Accuracy) เป็นพันธะกรณีของวิชาชีพสื่อมวลชนที่ต้องเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง กล่าวคือ ต้องรายงานเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ตรงความเป็นจริง ต้องตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริงให้แน่ชัดว่าถูกต้อง ครบถ้วน การอ้างคำพูดหรือการสัมภาษณ์ต้องถูกต้องตรงตามที่แหล่งข่าวให้มา ไม่คาดเดาเรื่องราวเอง และไม่บิดเบือนแต่งเติมเรื่อง โดยหวังให้ข่าวมีสีสัน น่าสนใจ การเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนทุกเรื่องทุกประเด็นจะต้องยืนอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องเสมอ

หากพบว่าการเสนอข่าวสารมีความผิดพลาด ต้องรับผิดชอบโดยการยอมรับผิดและพร้อมแก้ไขทันที เพื่อให้ผู้รับสารได้เข้าใจเรื่องราวใหม่ เป็นการปรับความผิดพลาดให้เป็นความถูกต้อง

(2) ความตรงไปตรงมา (Objectivity) เป็นมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดถือความจริงและความยุติธรรม ความตรงไปตรงมานี้ คือ การมุ่งให้สื่อมวลชนได้ตระหนักว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวและความคิดเห็นนั้น จะต้องแยกกันให้ชัดเจน ไม่เอาความคิดเห็นหรือความรู้สึกส่วนตัวไปเสนอในเนื้อหาข่าว แต่หากต้องการแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวใด ก็ควรนำเสนอในรูปแบบอื่น เช่น การเขียนบทความ บทวิเคราะห์ เป็นต้น ดังนั้น สื่อมวลชนควรต้องรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา เสนอตามข้อเท็จจริง ไม่ตีความ ไม่ใส่ความรู้สึก ความคิดเห็นส่วนตัวในข่าว ซึ่งจะทำให้ข่าวมีความถูกต้องชัดเจน ไม่บิดเบือนจากความเป็นจริง

(3) **ความเสมอภาค (Balance)** ในสังคมมักมีเหตุการณ์เรื่องราวที่ขัดแย้งกันเสมอ สื่อมวลชนจึงต้องเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้ชี้แจงแสดงเหตุผลอย่างเท่าเทียม ไม่เอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือเสนอข่าวของฝ่ายใดฝ่ายเดียว เพราะจะเป็นผลให้ผู้รับสารขาดข้อมูลที่จำเป็นที่จะใช้พิจารณาตัดสินใจให้ถูกต้องเที่ยงธรรมได้

นอกจากที่กล่าวมา สุภา ศิริมานนท์ (2530) ได้เสนอหลักการเสนอเนื้อหาอันเป็น “ความจริงที่แท้จริง” ว่ามี 5 ลักษณะ คือ

1. **ความไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด (Impartiality)** คือ สื่อมวลชนต้องรายงานข่าวเกี่ยวกับข้อพิพาทหรือความขัดแย้งของฝ่ายต่าง ๆ ทุกฝ่ายมานำเสนอให้หมด และต้องเสนอด้วยความสมดุล มีเหตุผล มีความเท่าเทียมกันในด้านปริมาณของเนื้อหาแต่ละฝ่ายด้วย

2. **ความปราศจากข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์หรือทางความสนใจ (Absence of Conflict of Interest)** คือ การที่สื่อมวลชนไม่ควรเข้าไปพัวพันกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพราะอาจถูกสงสัยได้ว่าเป็นฝักฝ่ายหรือพรรคพวกของกลุ่มนั้นได้

3. **โอกาสของการปฏิเสธ (Opportunity of Denial)** สื่อมวลชนต้องให้โอกาสแก่ผู้ถูกกล่าวหาได้แสดงข้อปฏิเสธ แม้ว่าผู้นั้นจะเป็นคนร้ายก็ตาม ทั้งนี้ถือว่าเรื่องราวนั้นยังไม่ยุติ และการกล่าวหาว่าผิด ๆ ยังไม่ใช่คำพิพากษาของศาลยุติธรรม ดังนั้น ควรที่จะต้องให้โอกาสทุกฝ่ายเท่ากัน ไม่ว่าจะเป็นผู้กล่าวหาหรือผู้ถูกกล่าวหา

4. **การละเว้นจากความลำเอียงต่อผู้ใกล้ชิด (Avoidance of Cronyism)** สื่อมวลชนต้องระมัดระวังความสัมพันธ์ส่วนบุคคลของตนกับคนรอบข้างใกล้ชิด เพราะอาจถูกครอบงำการเสนอข่าวสาร ทำให้เนื้อหาที่เกิดการอคติหรือลำเอียงได้

5. **การละเว้นเสียจากการเคียดแค้นพยาบาท (Avoidance of Vengeance)** สื่อมวลชนต้องระมัดระวังเรื่อง ความเคียดแค้นชิงชังของตน เพราะหากนำไปปะปนกับการทำงาน จะทำให้การเสนอเนื้อหาขาดความถูกต้องแท้จริง ดังนั้นควรเน้นความรับผิดชอบในการเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนให้ ถูกต้องครบถ้วน ไม่ลำเอียง และไม่ใช้ความคิดเห็นหรือความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 13-11)

3. **ความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคม** การเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว บุคคลที่ตกเป็นข่าว รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผลประโยชน์ของสังคม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554) ดังนี้

(1) **การรักษาแหล่งข่าว (Source)** ถือเป็นความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนที่ต้องรักษาผลประโยชน์ของแหล่งข่าว เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อบุคคลที่ให้ข้อมูล ซึ่งสื่อมวลชนต้องปกป้องแหล่งข่าวของตน ดังนี้

(2) **รักษาคำพูดที่ให้กับแหล่งข่าว** เช่น ปกปิดความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลให้แหล่งข่าวไม่ยินดีให้เผยแพร่ เป็นต้น

(3) **ไม่เปิดเผยชื่อแหล่งข่าวแก่ผู้ใด** สื่อมวลชนมีสิทธิและหน้าที่ที่สามารถปกปิดชื่อแหล่งข่าวของตนได้ เพื่อปกป้องแหล่งข่าวให้พ้นจากการคุกคามของฝ่ายตรงข้าม

เป็นการป้องกันอันตรายต่อสวัสดิภาพความปลอดภัยของแหล่งข่าว การรับผิดชอบต่อแหล่งข่าวนี้ ทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เป็นผลดีต่อส่วนรวม กล่าวคือ สื่อมวลชนสามารถเสาะหาข้อเท็จจริงหรือข้อมูลระดับลึกได้จากแหล่งข่าวเฉพาะของตนนั่นเอง

(4) การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Privacy) การเสนอข่าวที่มุ่งแต่สร้างสีสันความเร้าใจ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นอย่างเดียว หรือการวิพากษ์วิจารณ์โดยไม่มีข้อเท็จจริงเพียงพอ อาจทำให้บุคคลที่ตกเป็นข่าวได้รับความเสียหายเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือถูกสังคมตราว่าเป็นคนไม่ดีนั้น ดังนั้น สิ่งที่สื่อมวลชนพึงระมัดระวัง คือ การละเมิดสิทธิส่วนตัวของบุคคลอื่น ซึ่งอาจนำไปสู่การฟ้องร้องดำเนินคดี และส่งผลให้สื่อมวลชนขาดความน่าเชื่อถือ อันเป็นผลเสียหายต่อวิชาชีพได้

(5) การรักษาความลับทางราชการ (Government Secrecy) สื่อมวลชนต้องไม่เสนอเนื้อหาที่เป็นอันตราย ต่อผลประโยชน์ของชาติและส่วนรวม โดยเฉพาะความลับทางราชการที่อาจส่งผลเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ เช่น การกำหนดจุดยุทธศาสตร์ การปฏิบัติการทางทหาร แผนการปฏิบัติการปราบปรามของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เป็นต้น ไม่เปิดเผยข้อมูลลับ เช่น ข้อมูลกำลังอาวุธ ข้อมูลลับของหน่วยข่าวกรอง ข้อมูลการประชุมลับทางการทูต เป็นต้น สื่อมวลชนจะต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่า หากนำเสนอข้อมูลเหล่านั้นแล้ว จะส่งผลเสียหายต่อผลประโยชน์ส่วนรวมหรือไม่

(6) การเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย (Pluralism) สื่อมวลชนควรเสนอเรื่องราวเนื้อหาที่หลากหลาย เพื่อสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคม ไม่เลือกนำเสนอข่าวประเภทเดียว ต้องสร้างทางเลือกแก่ผู้รับสารที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงได้ตามรสนิยมความพอใจอย่างเสมอภาคต่อผู้รับชมทุกกลุ่ม

ดังนั้น สื่อมวลชนต้องตระหนักว่าการเสนอเนื้อหาใด ๆ สามารถส่งผลกระทบต่อ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือ สังคมได้ ขณะเดียวกัน หากไม่นำเสนอเนื้อหาที่ควรต้องเสนอเป็นอย่างยิ่งเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ และไม่จงใจบิดเบ่งความจริงที่สังคมควรได้รับรู้ ซึ่งกรณีเช่นนี้ นับได้ว่าเป็นการไร้ความรับผิดชอบด้วยเช่นกัน สื่อมวลชนจึงควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยการยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อและคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 13-12)

สรุปได้ว่าสื่อมวลชน ต้องอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคมเป็นสำคัญ และหากพบว่าข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอไม่ถูกต้อง หรือละเมิดต่อหลักการความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน จะส่งผลให้สื่อมวลชนถูกวิพากษ์วิจารณ์ เกิดเป็นผลกระทบเป็นวงกว้างต่อสังคมได้ ซึ่งจากแนวคิดองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในส่วนของการรับผิดชอบต่อเสนอเนื้อหามาใช้เป็นกรอบในการตั้งคำถามในแบบสอบถามและอภิปรายผล ในตัวแปรทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในด้านของเนื้อหา และใช้ในการทดสอบสมมติฐานการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่

มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ และปัจจัยทางด้านการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างไร

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน (Ethics and Code of Ethics)

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของ คำว่า จริยธรรม ไว้หลากหลายทรรศนะ ดังนี้

จริยธรรม (ethics) มาจากคำในภาษากรีกว่า ethos ซึ่งหมายถึง บุคลิกภาพ หรือสิ่งที่คนดีประพฤติปฏิบัติ เพื่อจะได้มีบุคลิกภาพที่ดี แต่โดยทั่วไปแล้ว จริยธรรมจะมีพื้นฐานทางด้านปรัชญา ที่ว่าด้วยการตัดสินใจของมนุษย์ที่จะเลือกระหว่างความดีกับความชั่ว เป็นพฤติกรรมที่สร้างขึ้นจากส่วนสมอง พฤติกรรมที่ผ่านการคิดในเชิงศีลธรรมหรือปรัชญา เกี่ยวเนื่องกับสิ่งที่พึงปฏิบัติต่อสังคมหรือต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน เป็นสิ่งที่เราควรจะต้องกระทำ เพื่อให้โลกนี้ดีขึ้น จริยธรรมนำมาซึ่งหลักปฏิบัติที่ใครจะนำไปประพฤติตามก็ได้หรือไม่ประพฤติก็ได้ แตกต่างจากกฎหมายที่ใครไม่ประพฤติตามก็จะถูกลงโทษ (ตรุณี หิรัญรักษ์ และคณะ, 2558)

จริยธรรม หมายถึง ประมวลความ ประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานแต่ละอย่างกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียง และฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

จริยธรรม หมายถึง ธรรมที่ควรประพฤติ ความดีความงาม ที่ควรปฏิบัติ ข้อกำหนดที่ต้องยึดถือ เป็นรายการที่จะต้องปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของการทำดีภายใน กรอบของศีลธรรม (สมควร กวียะ, 2529)

จริยธรรม หมายถึง ปรัชญาหรือระบบที่เกี่ยวข้องด้วยศีลธรรม เป็น หลัก ประพฤติปฏิบัติสำหรับบุคคลในสังคมใดสังคมหนึ่ง หรือในแขนงวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง (สุกัญญา ติระวนิช, 2544)

จริยธรรม หมายถึง แบบแผนในการตัดสินใจและประเมินคุณค่าความดีความเลว เป็นหลักการ มาตรฐานที่ใช้พิจารณาถูกผิดของพฤติกรรมมนุษย์” (Sanders, 2003 อ้างถึงใน สุกานดา วรพันธุ์พงศ์, และ สมหมาย ปาริฉัตร, 2547, น. 173)

ในขณะที่ จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลกฎเกณฑ์ความประพฤติ หรือประมวลมารยาทของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ต้องเป็นเอกลักษณ์ทางวิชาชีพ ใช้ความรู้ มีองค์กรหรือสมาคมควบคุม (จรรยาพร ธรณินทร์, 2554)

จริยธรรม มาจากธรรมจริยา ซึ่งเป็นคำที่เจ้าพระยาธรรมศักดิ์มนตรีได้บัญญัติขึ้น ต่อมาจึงมีการบัญญัติคำว่า “จรรยาบรรณ” ขึ้นใช้ภายหลัง ทั้ง 2 คำต่างเป็นที่นิยมใช้กันทั่วไป ซึ่งเสถียร พันธังสี (2544) นักหนังสือพิมพ์อาวุโสอีกท่านหนึ่ง ได้แจกแจงความหมายคำว่า “จรรยาบรรณ” กับ “จริยธรรม” (สุภา ศิริमानนท์, 2530) ให้เข้าใจดังนี้

จรรยาบรรณ (จรรยา + บรรณ) หมายถึง หนังสือว่าด้วยเรื่องความประพฤติ

จริยธรรม (จริยะ + ธรรม) หมายถึง ธรรมอันบุคคลพึงปฏิบัติ

ทั้ง 2 คำไม่มีความหมายที่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างขึ้นอยู่กับว่าจะเลือกหยิบคำใดไปใช้ เช่น สมาคมแพทย์ ใช้คำว่า จรรยาแพทย์ นักกฎหมาย ใช้จริยธรรมของตุลาการ สมาคมนักข่าว ใช้คำว่า จรรยาบรรณของนักข่าว สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ใช้คำว่า จริยธรรมของนักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ฝรั่งนิยมใช้ 2 คำ คือ code of ethics หรือ cannon of ethics ดังนั้น ไม่ว่าจะเรียกขานเป็นคำใด ทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณต่างมีความมุ่งหมายเป็นอย่างเดียวกัน คือ เป็นหลักปฏิบัติอันเน้นหน้าที่และความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและสังคม

จริยธรรมสื่อมวลชน จึงหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติของสื่อมวลชน (สมสุข หิน วิมาน และคณะ, 2557)

กล่าวโดยสรุป จริยธรรม (Ethics) คือ ปรัชญาหรือระบบความคิดที่เกี่ยวกับศีลธรรม ความดีงามของคนทั้งสังคม เป็นข้อกำหนดที่ควรยึดถือปฏิบัติ ขณะที่จรรยาวิชาชีพ (Code of Ethics) คือ หลักจริยธรรมที่ได้ตราไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อให้คนในสายวิชาชีพได้ยึดถือเป็นหลักการและใช้เป็นกรอบแห่งความประพฤติปฏิบัติ ซึ่งทั้งจริยธรรมและจรรยาบรรณ มุ่งให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจเป็นเรื่องของความประพฤติปฏิบัติส่วนบุคคล ไม่มีผลบังคับตามกฎหมาย หากมีการฝ่าฝืนใด ๆ ผู้ฝ่าฝืนเพียงแต่ผิดจริยธรรมหรือผิดจรรยาบรรณ ไม่ถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย ซึ่งต้องได้รับโทษทัณฑ์บ้านเมืองแต่ประการใด

ความสำคัญของจริยธรรมของสื่อมวลชน

ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่มวลชน มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความรู้ ความคิดและทัศนคติของผู้รับสาร กล่าวได้ว่าการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน มีผลกระทบต่อสังคมอย่างกว้างขวาง หากสื่อมวลชนทำหน้าที่อย่างไร จริยธรรมย่อมก่อผลเสียหายแก่สังคม ดังท่านพุทธทาส (2552) กล่าวว่า

“สื่อมวลชนนั้นเหมือนกับเครื่องมือ ถ้าใช้ถูกก็มีผลดี ถ้าใช้ผิดก็มีผลร้ายมหาศาล ทำให้โลกไร้ความสงบสุข” ฉะนั้น จริยธรรมของสื่อมวลชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นเครื่องมือกำกับให้การปฏิบัติหน้าที่ เป็นไปด้วยความรับผิดชอบทั้งต่อบุคคลและสังคมส่วนรวม

หากศึกษาพัฒนาการของการนำจริยธรรมมาใช้เป็นเครื่องมือกำกับการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน จะพบว่าในช่วงศตวรรษที่ 20 เกิดการทวงถามและความเอือมระอากับเนื้อหาไร้สาระที่ปรากฏในสื่อมวลชน อันเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม ที่เชื่อมั่นว่าเสรีภาพย่อมมีเงื่อนไขผูกพันกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

จากแนวคิดดังกล่าว ได้เกิดความพยายามที่จะวางรากฐานจริยธรรมสื่อมวลชนขึ้น โดยการหาแนวทางสร้างกรอบควบคุมตนเอง เน้นการยึดมั่นในหลักการ และวางแนวทางปฏิบัติให้เป็นบรรทัดฐานแก่วิชาชีพสื่อมวลชน โดยมีการระบุบทบาทหน้าที่และสิ่งที่ควรประพฤติปฏิบัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีข้อกำหนดหลักที่คล้ายกันคือ

- 1) มีความรับผิดชอบ (Responsibility)
- 2) มีเสรีภาพ (Freedom)
- 3) มีอิสระ (Independence)
- 4) มีความจริงใจ ความซื่อสัตย์ และถือความถูกต้อง (Sincerity, Truthfulness, Accuracy)
- 5) มีความเที่ยงธรรม (Impartiality)
- 6) มีใจเป็นนักกีฬาหรือมีความเป็นสุภาพบุรุษ (Fair play)
- 7) มีความน่าเชื่อถือยกย่อง (Decency)

ข้อกำหนดทั้ง 7 ประการ สะท้อนการเรียกร้องให้สื่อมวลชนตระหนักถึงความสำคัญในการกิจของตนต่อสังคม กล่าวคือ ความสำคัญของจริยธรรมต่อวิชาชีพสื่อมวลชนสื่อมวลชนเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมที่มีหน้าที่ให้ข้อมูล ข่าวสารแก่บุคคล ช่วยเชื่อมโยงให้หน่วยต่าง ๆ สัมพันธ์กัน มีความสำคัญในการเข้าถึงมวลชนผู้รับสาร เพื่อการเผยแพร่ความรู้ ทศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมบางประการให้เกิดกับมวลชนได้ เช่น ทำให้เกิดประชามติหรือสาธารณมติ (public opinion) การที่สื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคม มีหน้าที่ (function) บทบาท (role) และอำนาจ (power) ใน การชักจูงหรือโน้มน้าวใจ จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือแสวงหาอำนาจและผลประโยชน์ เช่น ฮิตเลอร์ใช้สื่อมวลชน โฆษณาชวนเชื่อเผยแพร่ลัทธินโยบายต่าง ๆ หรือนายทุนใช้สื่อมวลชน เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 13-7-13-8)

หลักจริยธรรมและแนวปฏิบัติการนำเสนอเนื้อหาอาชญากรรม

พฤติกรรมที่เป็นภัยต่อสาธารณะและเหตุร้ายแรงที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสังคม มีแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

1. การเสนอข่าว หรือ การรายงานประเด็นอาชญากรรมหรือภัยสาธารณะ ต้องไม่ทำให้ประชาชนตกใจเกินกว่าเหตุ ไม่สร้างผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ไม่ยั่วยุให้เกิดการประกอบอาชญากรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรือก่อความไม่สงบ
2. ผู้ประกอบวิชาชีพต้องนึกถึงสิทธิส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ของบุคคลที่เป็นเหยื่ออาชญากรรม ด้วยการรายงานข่าวโดยไม่ทำให้บุคคลในข่าวนั้นอับอาย เป็นตัวตลก หรือรู้สึกถูกซ้ำเติม
3. ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้ต้องสงสัย โดยไม่นำเสนอภาพและไม่ใช่ภาษาที่มีลักษณะตดสินผู้ต้องสงสัยที่ยังไม่ได้ผ่านการตัดสินคดีของศาล และหลีกเลี่ยงการนำเสนอภาพผู้ต้องหาพร้อมของกลางหรือการทำแผนประกอบคำรับสารภาพ ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมผู้ฟัง ตัดสินว่าผู้ต้องหาคนนั้น ๆ เป็นผู้กระทำความผิดจริง

4. ผู้ประกอบวิชาชีพต้องคำนึงถึงการนำเสนอภาพหรือข่าวที่เกี่ยวกับการทำร้ายตนเอง การพยายามฆ่าตัวตาย การฆ่าตัวตาย ในรายการทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือแต่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559, น. 47)

นอกจากนี้ผู้ประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์และผู้ประกอบวิชาชีพยังมีข้อควรตระหนัก (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559, น. 59) ดังต่อไปนี้

- 1.) ไม่นำเสนอข่าวที่มีเนื้อหาสร้างความขัดแย้ง ยั่วให้เกิดความรุนแรงกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศในทางลบ ใช้คำพูดพาดพิง ดูหมิ่น สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์
- 2.) ไม่นำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อผู้ตกเป็นข่าวซ้ำ ๆ โดยเฉพาะภาพข่าวที่มีความรุนแรง ภาพข่าวที่มีผู้รู้มทำร้ายผู้ต้องหา
- 3.) ไม่นำเสนอข่าวคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง หรือการรายงานข้อมูลที่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจน
- 4.) ไม่นำเสนอข่าวที่ไร้อารมณ์ ฉายภาพความรุนแรง นำหวาดเสียว อันเป็นการทำให้สาธารณชนวิตก สยองขวัญ หรือทำให้รู้สึกสมเพชเวทนา
- 5.) ไม่ใช้ความเห็นส่วนตัวในการวิจารณ์ตัดสิน พินิจบุคคลผู้ตกเป็นข่าวหรือขยายความเนื้อข่าว โดยใช้ความเห็นส่วนตัว
- 6.) ไม่ใช้ความเห็นส่วนตัวในการพุดจูงใจ คัดคะแนนเหตุการณ์ เช่น ข่าวการตีตัวเลขหวย หรือข่าวเหตุการณ์รุนแรงในสามจังหวัดชายแดนใต้
- 7.) ไม่เสนอข่าวที่เป็นความเชื่อพิสดารไม่ได้ ทำให้ประชาชนงมงาย หรือเกิดความตระหนกตกใจเกินจริง

สรุปได้ว่า สื่อมวลชน ต้องยึดมั่นในหลักการและประพฤติปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ เพื่อความดีงามและถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลหรือข่าวต่าง ๆ ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน (Ethics and Code of Ethics) ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำจริยธรรมและแนวปฏิบัติ มาใช้เป็นแนวทางในการตั้งคำถามของแบบสอบถามและอภิปรายผล ในด้านการนำเสนอเนื้อหาอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และใช้เพื่อพิสูจน์สมมติฐานในตัวแปรการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบว่า มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หรือไม่ อย่างไร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ซึ่งจากการค้นคว้า พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังมีไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัย จึงได้ยกผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความใกล้เคียงกับตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ และนำมาอ้างอิงได้ ดังนี้

ทศภาค สีนพมูล (2559) ศึกษาเรื่อง ความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ ในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจและประสิทธิภาพการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจกับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ภายในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม จำนวน 55,831 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ โดยกำหนดระดับค่าความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 0.05 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และสถิติสหสัมพันธ์ (Correlation) ของ Person ผลการวิจัยพบว่า

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.00 มีอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 38.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 45.25 มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.50 สภาพแวดล้อมที่อยู่ที่พักอาศัยเป็นคอนโดมิเนียม ร้อยละ 41.25 และเคยมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ร้อยละ 78.00

(2) ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจ พบว่า ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ($X=3.13$, $S.D. =0.37$)

(3) ประสิทธิภาพการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจ พบว่า ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($X=3.11$, $S.D. =0.49$)

(4) ระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม พบว่า ในภาพรวม มีระดับความหวาดกลัวภัยอยู่ในระดับปานกลาง ($x=2.95$, $S.D. =0.49$)

(5) การวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า การเปรียบเทียบระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ จำแนกตามเพศ ตามประสบการณ์การตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตามอาชีพ ตามสภาพแวดล้อมที่อยู่ที่พักอาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมของตำรวจและประสิทธิภาพการปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจกับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม พบว่า มีความสัมพันธ์กับความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับคดีประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กฤษริน รักษาแก้ว และ นันทิยา ดวงมูเมศ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของรายการในสื่อใหม่ที่มีต่อมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับชมรายการ และความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ We Are Lovely Pet ของเด็กและเยาวชน 2) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของพฤติกรรมการรับชมที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ We Are Lovely Pet และต่อมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน และ 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ We Are Lovely Pet กับมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และรับชมรายการ We Are Lovely Pet จำนวน 450 คน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ การวิเคราะห์เนื้อหารายการ (Content

Analysis) และวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการรับชมเพียงลำพัง คิดเป็นร้อยละ 68.2 ส่วนด้านความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ 5 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง ด้านการใช้ภาษา ด้านความคิดเห็นต่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านยาเสพติดและการพนัน และด้านเรื่องเพศและลามกอนาจาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการโดยภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.03 สำหรับด้านมุมมองต่อโลกทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมก้าวร้าวรุนแรง ด้านการใช้ภาษา ด้านความคิดเห็นต่อการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ด้านยาเสพติดและการพนัน และด้านเรื่องเพศและลามกอนาจาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.79 ส่วนด้านปริมาณการรับชมพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการมาก มีความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ และมุมมองต่อโลกแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์กับมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05

ปวันตา บุญพันธ์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ความรู้สึกลัวหวาดกลัวอาชญากรรมของผู้สูงอายุในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความกลัวอาชญากรรมของผู้สูงอายุ ศึกษาระดับความหวาดกลัวต่ออาชญากรรมของผู้สูงอายุ และเพื่อแสวงหาแนวทางในการลดความรู้สึกลัวหวาดกลัวของผู้สูงอายุ โดยมีวิธีการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นชมรมผู้สูงอายุที่อาศัยในเขตลาดพร้าว จำนวน 132 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Science) นำเสนอผลการศึกษาวิจัยในรูปแบบของตารางประกอบบรรยาย จากผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.8) มีอายุ 60-69 ปี (ร้อยละ 63.6) มีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 29.5) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 47.0) มีการประกอบอาชีพ (ร้อยละ 50.8) เนื่องจากยังเป็นวัยที่มีพลังกำลัง สามารถหาเลี้ยงชีพได้ส่วนใหญ่ จะประกอบอาชีพค้าขายและรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การตกเป็นเหยื่อด้านอาชญากรรม (ร้อยละ 91.7) ส่วนใหญ่มีความกลัวอาชญากรรม ประเภททำร้ายร่างกายมากที่สุด (ร้อยละ 37.8) ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สึกลัวหวาดกลัวอาชญากรรมของผู้สูงอายุในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ ดังนี้

ด้านการป้องกันอาชญากรรม โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการป้องกันเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุตรวจตราและดูแลความสงบเรียบร้อยของบ้านอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ และผู้สูงอายุมีการติดตั้งหรือใช้อุปกรณ์ป้องกันคนบุกรุกเข้ามาภายในบ้าน

ด้านสังคมและสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ชุมชนที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่นั้นมีการตบตี ทะเลาะวิวาทกันระหว่างบุคคลในละแวกบ้านบ่อยครั้ง รองลงมาสภาพสังคมผู้สูงอายุอาศัยอยู่นั้นมีลักษณะต่างคนต่างอยู่ และมีเหตุการณ์ด้านอาชญากรรมเกิดขึ้นบ่อยครั้ง

ด้านร่างกายและจิตใจ โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุอาศัยอยู่บ้านตามลำพัง รองลงมาเมื่อได้ยินข่าวอาชญากรรมจะนอนไม่หลับ กระวนกระวายใจ และผู้สูงอายุขาดที่พึ่งพิงจากคนในครอบครัว

ด้านความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุไม่สวมใส่ของมีค่าเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ รองลงมาผู้สูงอายุไม่พกเงินสดติดตัวไว้เป็นจำนวนมาก และผู้สูงอายุคิดว่าตนเองมีโอกาที่จะตกเป็นเหยื่อมากกว่าคนในวัยอื่น

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาชญากรรมผ่านทางโทรทัศน์ รองลงมา ผู้สูงอายุมีความเชื่อถือในข่าวสารด้านอาชญากรรม และผู้สูงอายุมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความรู้สึกหวาดกลัวต่ออาชญากรรมของผู้สูงอายุ โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความรู้สึกกลัวในระดับมาก พบว่า ผู้สูงอายุมีความกังวลว่าจะมีเรื่องไม่ดีเกิดขึ้นกับตนเอง รองลงมา ผู้สูงอายุรู้สึกกังวลเกี่ยวกับชีวิตข้างหน้า ไม่กล้าออกจากบ้านในเวลากลางคืน และผู้สูงอายุไม่กล้าอยู่บ้านตามลำพัง

จิตรภาณุ สร้อยโสภณาเจริญ (2562) ศึกษาเรื่อง ความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง จำนวน 395 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ประสพการณ์การตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม และอิทธิพลจากสื่อมีอิทธิพลต่อความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อความหวาดกลัวอาชญากรรม

ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ การรับรู้การตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมของบุคคลอื่น สภาพแวดล้อมที่พักอาศัย และประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ

วลัญช์ลักษณ์ ถาวรศักดิ์สุธี, กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2562) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค ในการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลในเขตภาคกลาง กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลในเขตภาคกลาง จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน รับชมรายการประเภทละครซีทคอมและซีรีส์ เฉพาะช่วงเวลาที่มียุทธการที่ชอบ รับชม 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผ่านโทรทัศน์ โดยรับชมเพื่อความสนุกสนานบันเทิง มีการรับชมเพียงคนเดียว และเลือกรับชมช่อง 3 HD : ช่อง 33 ระดับความสำคัญด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการรับชม และด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล

สรุปประเด็นสำคัญเพื่อนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล

1) เพศของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า เพศของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการรับชม ช่องทีวีดิจิทัลที่เลือกรับชม ซึ่งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการรับชมรายการ แตกต่างกัน เช่น เพศชายจะมีการรับชมรายการประเภทกีฬามากกว่าเพศหญิง

2) อายุของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า อายุของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ เหตุผลในการรับชมรายการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการรับชม ช่องทีวีดิจิทัลที่เลือกรับชม โดยแต่ละช่วงอายุมีความคิดเห็นและพฤติกรรมที่แตกต่าง กันอายุต่ำกว่า 25 ปีส่วนใหญ่จะรับชมรายการ

เพื่อความสนุกสนาน แต่อายุมากกว่า 25 ปี จะรับชมรายการเพื่อติดตาม ข่าวสารบ้านเมือง และหาความรู้ใหม่ ๆ

3) สถานภาพของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ เหตุผลในการรับชมรายการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการรับชม และช่องทีวีดิจิทัลที่เลือกรับชม ทั้งนี้ส่วนใหญ่ผู้รับชมรายการมีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมการรับชมรายการเพียงคนเดียว ทำให้สามารถเลือกรับชมรายการได้ตรงตามความต้องการของตนเองได้

4) ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ เหตุผลในการรับชมรายการ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าจะมีแนวโน้มในการรับชมรายการข่าวสารมากกว่าระดับการศึกษาอื่น และผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะมีกำลังซื้ออุปกรณ์ในการรับชมได้มากกว่า

5) อาชีพของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ เหตุผลในการรับชมรายการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการรับชม ช่องทีวีดิจิทัลที่เลือกรับชม เนื่องจากแต่ละอาชีพจะมีพฤติกรรมการรับชมรายการที่แตกต่างกัน เช่น แม่ บ้านจะสนใจรายการทำอาหารมากกว่านักศึกษา

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัล ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการ เนื่องจากรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะรับชมรายการผ่านทางโทรทัศน์ แต่รายได้ที่มากกว่า 15,000 บาท จะมีการรับชมรายการผ่านทางสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตที่เพิ่มมากขึ้น รายได้ที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ชมมีกำลังในการซื้ออุปกรณ์ที่หลากหลายมากขึ้นตามไปด้วย

นันทวรรณ ควรขจร (2558) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้า ทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์กับทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 35-49 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชม ช่อง 3 มีความความถี่ในการรับชม 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการติดตามชมรายการข่าวภาคเช้า ทางช่อง 3 มาแล้ว 1 ปีขึ้นไป มีระยะเวลาการเปิดรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง เปิดรับชมข่าวภาคเช้า ในช่วงเวลา 06.00 – 07.00 น. โดยเปิดรับชมผ่านทางโทรทัศน์ที่บ้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมข่าวภาคเช้าทางช่อง 3 ตามความเคยชิน และรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เพื่อต้องการทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเคยเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าช่องอื่น โดยเปลี่ยนไปชมช่อง 7 มากที่สุด สาเหตุการเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ช่องอื่นเนื่องจากโฆษณา โดยทำงาน ทำอาหาร ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วยพร้อมการรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ และไม่เคยร่วมกิจกรรมร่วมกิจกรรมกับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่ชมช่อง 7 มีความความถี่ในการรับชม 4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการติดตามชมรายการข่าวภาคเช้าทางช่อง 7 มาแล้ว 1 ปีขึ้นไป มีระยะเวลาการเปิดรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง เปิดรับชมข่าวภาคเช้าในช่วงเวลา 07.00 – 08.00 น. โดยเปิดรับชมผ่านทางโทรทัศน์ที่บ้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมข่าวภาคเช้าทางช่อง 7 ตามความเคยชิน และรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เพื่อต้องการทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเคยเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าช่องอื่น โดยเปลี่ยนไปชมช่อง 3 มากที่สุด สาเหตุการเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ช่องอื่นเนื่องจากโฆษณามากที่สุด โดยทำงาน ทำอาหาร ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย พร้อมการรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ และไม่เคยร่วมกิจกรรมร่วมกิจกรรมกับรายการข่าว ภาคเช้าทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่ชมช่อง 8 มีความความถี่ในการรับชม 4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการติดตามชมรายการข่าวภาคเช้าทางช่อง 8 มาแล้ว 6 เดือน มีระยะเวลาการเปิดรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง เปิดรับชมข่าวภาคเช้าในช่วงเวลา 06.00 – 07.00 น. โดยเปิดรับชมผ่านทาง โทรทัศน์ที่บ้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมข่าวภาคเช้าทางช่อง 8 ตามความเคยชิน และรับชมรายการ

ข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เพื่อต้องการทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเคยเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าช่องอื่น โดยเปลี่ยนไปชมช่อง 7 มากที่สุด เนื่องจากโฆษณาและมีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและมีประเด็นที่ต้องการทราบมากที่สุด โดยทำงาน ทำอาหาร ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วยพร้อม การรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ และไม่เคยร่วมกิจกรรมร่วมกิจกรรมกับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างที่ชมช่อง 9 มีความความถี่ในการรับชม 4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาการติดตามชมรายการข่าวภาคเช้าทางช่อง 9 มาแล้ว 1 ปีขึ้นไป มีระยะเวลาการเปิดรับชม 30 นาที – 1 ชั่วโมง เปิดรับชมข่าวภาคเช้าในช่วงเวลา 06.00 – 07.00 น. โดยเปิดรับชมผ่านทาง โทรทัศน์ที่บ้าน โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมข่าวภาคเช้าทางช่อง 9 ตามความเคยชิน และ

รับชมรายการ ข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์เพื่อต้องการทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเคยเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าช่องอื่น โดยเปลี่ยนไปชมช่อง 7 มากที่สุด สาเหตุการเปลี่ยนไปรับชมข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ช่องอื่น เนื่องจากโฆษณามากที่สุด โดยทำงาน ทำอาหาร ทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วยพร้อมการรับชมรายการ ข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ และไม่เคยร่วมกิจกรรมร่วมกิจกรรมกับรายการข่าวภาคเช้าทางโทรทัศน์ นอกจากนั้นยังพบว่าลักษณะทางประชากรของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละช่องที่เปิดรับชมเป็นประจำ ส่วนการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้าทาง สถานีโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ที่แตกต่างกันไป ในแต่ละช่องที่ผู้ชมรับชมเป็นประจำเช่นกัน ส่วนทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ ที่รับชมเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

ธรรพ์ วรานันท์ (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติความรับรู้ความเข้าใจเนื้อหาในรายการข่าวที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกประกอบการนำเสนอ : กรณีศึกษารายการข่าวช่องทีวี่ดิจิทัล” ใช้รูปแบบ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนทั่วไปที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 405 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายและเพศทางเลือก มี ช่วงอายุ ระหว่าง 31-40 ปีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รายได้โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 30,001-40,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิตอล 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีระยะเวลาในการเปิดชมแต่ละครั้งมากที่สุดอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง จะเปิดรับชมทีวี่ ดิจิทัลจากมือถือและแท็บเล็ตมากที่สุด ช่วงเวลาการเปิดรับชมทีวี่ ดิจิทัลอยู่ในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. มีความสนใจ เปิดรับชมรายการข่าวทางช่องทีวี่ดิจิทัล ช่องไทยรัฐทีวีมากที่สุด รองลงมาคือ อัมรินทร์ทีวี ทัศนคติและความเข้าใจต่อเนื้อหาข่าวที่ใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการนำเสนอมีค่าเฉลี่ยในเชิงบวก โดย ความคิดเห็นด้านประเภทกราฟิกพบว่า กราฟิกจำลองเหตุการณ์ทำให้เข้าใจเนื้อหาได้มากที่สุด ทัศนคติ ต่อด้านมาตรฐานการผลิต ด้านรูปแบบในการนำเสนอด้วยกราฟิกและด้านคุณค่าในการนำเสนอเนื้อหาข่าว มีทิศทางไปในเชิงบวก แต่มีประเด็นจากด้านรูปแบบในการนำเสนอกราฟิก ประเด็น การจำลองเหตุการณ์ข่าวที่มีการใช้ความรุนแรงจำลองเหตุการณ์ข่าวการล่องละเมิดทางเพศที่ชัดเจน จำลองเหตุการณ์ข่าวฆาตกรรมที่ชัดเจนเกินไป

มีผลต่อความรู้สึกด้านลบ ซึ่งระดับความคิดเห็นมีค่าสูงซึ่ง ถือว่าเป็นความคิดเห็นด้านลบต่อการนำเสนอข่าว ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่ส่วนใหญ่กังวลเรื่อง ดังกล่าว โดยทัศนคติต่อปัจจัยด้านอุปกรณ์และช่องทางการรับชม มีค่าเฉลี่ยไปในเชิงบวก โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมมากที่สุดคือมือถือสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต, ipad ส่วนช่องทางการรับชมมากที่สุด คือ Set top box (รวมทุกยี่ห้อ) ประเด็นเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการรับชมจากแต่ละอุปกรณ์และ ช่องทางที่รับชม ทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาได้ไม่ต่างกัน เห็นได้ถึงมุมมองของผู้ชมที่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ นำเสนอได้จากกราฟิกทุกประเภทที่งานวิจัยนี้กล่าวถึงบนอุปกรณ์และช่องทางการรับชมที่งานวิจัยนี้ได้ ยกตัวอย่างลักษณะการรับชมตามตารางออกอากาศนั้น สามารถบอกได้ว่าผู้ชมต้องการที่จะติดตามรับชมข่าวอยู่เสมอ

รัชตวรรณ โพชนุกูล (2557) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับชมและทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวไทยรัฐทีวี” พบว่า ลักษณะของประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และเพศชาย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 ระดับการศึกษา ปัจจุบัน/ สูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรส จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ดังนี้

การศึกษาด้านพฤติกรรมในการรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ระยะเวลาชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีมานาน (เดือน) โดยเฉลี่ยแล้ว 3 เดือน ความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี (ครั้ง/สัปดาห์) โดยเฉลี่ยแล้ว 7 ครั้ง/สัปดาห์ การเปิดรับชมรายการข่าวช่องไทยรัฐทีวี ระยะเวลาเฉลี่ย (นาที/ครั้ง) โดยเฉลี่ยแล้ว 30 นาที/ครั้ง การเปิดรับชมรายการข่าวทางช่องไทยรัฐทีวี โดยเฉลี่ยแล้วเปิดผ่านทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทีวี จำนวน 293 คน เปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลทีวี ความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) โดยเฉลี่ยแล้ว 7 ครั้ง/สัปดาห์ เปิดรับชมรายการข่าวทางเว็บไซต์ ไทยรัฐทีวี โดยเฉลี่ยแล้ว 2 ครั้ง/สัปดาห์ รายการข่าวที่เปิดรับทางช่องไทยรัฐทีวี พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการข่าวช่วงค่ำ (ไทยรัฐนิวส์โชว์) จำนวน 181 คน รายการที่ชมบ่อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการข่าวช่วงเช้าวันธรรมดา (เช้าข่าวซัด) จำนวน 94 คน และเหตุผลในการเปิดรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี กลุ่มตัวอย่างส่วน

ใหญ่เปิดรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี เพราะ ข่าวนี้น่าสนใจใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ จำนวน 272 คำตอบ

ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อมาตรฐานการผลิต และนำเสนอรายการข่าว พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อมาตรฐานการผลิตและนำเสนอรายการข่าว อยู่ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก โดยทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อมาตรฐานการผลิตและนำเสนอรายการข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ ประเด็น “เนื้อหาข่าว ชัดเจนและเข้าใจง่าย” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 4.31 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อคุณค่าในการนำเสนอ ข่าว พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้าน ความรู้สึกต่อคุณค่าในการนำเสนอข่าว อยู่ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก โดย ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อคุณค่าในการนำเสนอข่าวที่กลุ่ม ตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ ประเด็น “ข่าวมีข่าวสดใหม่ ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับ ความรู้สึกเท่ากับ 4.38 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อรูปแบบในการนำเสนอรายการข่าว พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติของ ผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อรูปแบบในการนำเสนอรายการข่าว อยู่ที่ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก โดยทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้าน ความรู้สึกต่อรูปแบบในการนำเสนอรายการข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด คือ ประเด็น “รายงาน ข่าวโดยใช้เทคโนโลยีกราฟิก จำลองเหตุการณ์ และสถานที่จริง เข้ามา ผสมผสานให้มีความทันสมัยและ เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 4.31 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

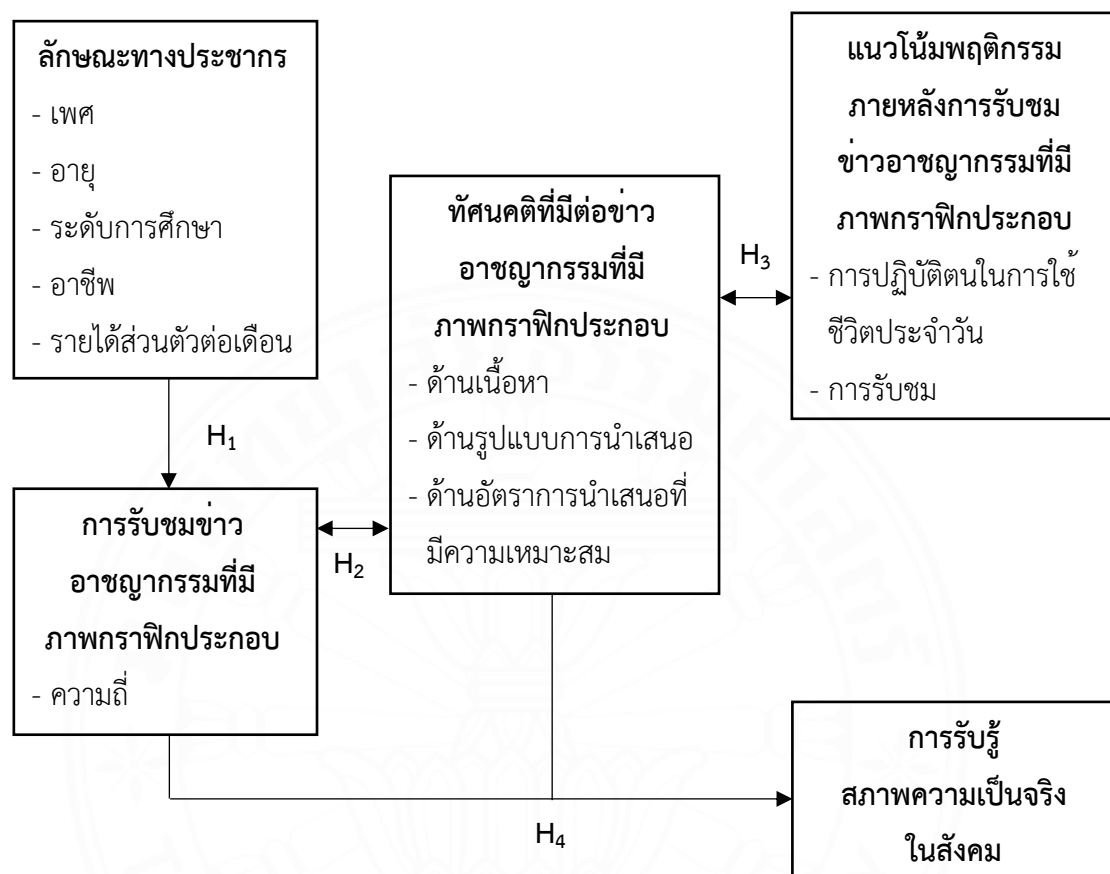
ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี จำแนกตามด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกโดยรวมเท่ากับ 4.20 ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีในเชิงบวก เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อรูปแบบในการนำเสนอรายการข่าวในเชิงบวก โดยที่ค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกโดยรวมเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อคุณค่าในการนำเสนอข่าวในเชิงบวก โดยที่ค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกโดยรวมเท่ากับ 4.23 และอันดับสุดท้าย คือ ทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการข่าวทาง

ไทยรัฐทีวี ด้านความรู้สึกต่อมาตรฐานการผลิตและนำเสนอรายการข่าวในเชิงบวก โดยที่ค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกโดยรวมเท่ากับ 4.17

การทดสอบสมมติฐานในเรื่อง การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี พบว่า การเปิดรับข่าวสารรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ไม่ว่าจะเป็นความถี่ (ครั้ง/สัปดาห์) ระยะเวลาเฉลี่ย (นาที/ครั้ง) มากหรือน้อย ก็ล้วนแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี

การทดสอบสมมติฐานในเรื่อง ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี หมายความว่า ผู้ชมที่รับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก ทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีต่อไปและแนะนำให้ผู้อื่นรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ในระดับตั้งใจ ทั้ง 2 ประเด็นแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี ที่กลุ่มตัวอย่างตั้งใจมากที่สุด คือ ประเด็น “ท่านมีความตั้งใจที่จะรับชมรายการข่าวทางช่องไทยรัฐทีวีต่อไป” รองลงมา คือ ประเด็น “ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นๆ เปิดรับชมรายการข่าวทางช่องไทยรัฐทีวี”

2.8 กรอบการวิจัย



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration) ผ่านระบบออนไลน์ Google form จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อทำการวิเคราะห์และอภิปรายผลต่อไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดเงื่อนไขและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) หรือสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อโทรทัศน์, เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อิน스타그램 (Instagram)

3.2 ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่	n	คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ ขนาดประชากร
	e	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร (N) ของผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อโทรทัศน์, เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ในการคำนวณ คือ

$$n = \frac{1}{e^2}$$

โดยที่	n	คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ ขนาดประชากร
	e	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1}{(0.0025)}$$

$$n = 400$$

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration) ผ่านระบบออนไลน์ Google form โดยจะทำการส่ง Uniform Resource Locator (URL) แบบสอบถามผ่านช่องทางของสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ สื่อสังคมออนไลน์ และ แอปพลิเคชันไลน์ ทั้งนี้จะสุ่มกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยจะมีแบบสอบถาม เพื่อคัดกรอง

กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม (Screening Question) ซึ่งคุณสมบัติของผู้ตอบของผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อโทรทัศน์, เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งในแบบสอบถามจะระบุความหมายของข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไว้ด้วย เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจความหมายตรงกันกับผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดคุณลักษณะและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จากนั้นจึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาสาสมัคร (Volunteer Sampling) เนื่องจากการวิจัยที่ศึกษาจากกลุ่มที่เฉพาะเจาะจงหรือมีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับประเด็นหรือเงื่อนไข ซึ่งในการศึกษาที่วิจัยครั้งนี้ได้กำหนดช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบไปด้วยแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed – Ended Questionnaire) และคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบโดยตัวแปร เพศ อาชีพ เป็นการวัดในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนเป็นการวัดอันดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว (Check-list) รวมคำถามในส่วนที่ 1 จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 2.1 ความถี่ในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 6 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) กำหนดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า

(Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Typed Scale) และส่วนที่ 2.2 เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก เป็นการวัดในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบได้หลายข้อ (Multi Choice) มีจำนวนคำถาม 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง ระดับความรู้สึกนึกคิดที่มีข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ อัตราในการนำเสนอแต่ละวัน โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Typed Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมต่อการได้รับความเสี่ยงจากภัยอาชญากรรม คือ การวัดระดับความกลัวด้านการรับรู้ (ความเสี่ยงภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน) โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Typed Scale)

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง ระดับความบ่อยครั้งของพฤติกรรมในชีวิตประจำวันหลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ รวมไปถึงระดับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นให้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Typed Scale)

3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวกับงานวิจัย สามารถแจกแจงตามสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้ที่รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตัวแปรตาม คือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตัวแปร คือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ผ่านสื่อโทรทัศน์, เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram))

ตัวแปร คือ ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตัวแปร คือ ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตัวแปร คือ แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม

ตัวแปรอิสระ คือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม

3.6 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คำตอบ

ส่วนที่ 1 การวัดค่าตัวแปรข้อมูลทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะทางประชากร โดยการใช้เครื่องมือในการวัดผลแบบหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 การวัดค่าตัวแปรการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 2.1 ความถี่ในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ของ

สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 6 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) มีเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายสถานีโทรทัศน์ที่รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ดังนี้

ระดับความถี่ในการรับชม	ระดับคะแนน
รับชมบ่อยที่สุด	5
รับชมบ่อยมาก	4
รับชมปานกลาง	3
รับชมน้อย	2
รับชมน้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมารวบรวมและคำนวณ เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความถี่ในการรับชมตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน โดยกำหนดอันตรรกาค้นหรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรรกาค้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

และส่วนที่ 2.2 เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก มีการวัดค่าตัวแปร โดยใช้เครื่องมือในการวัดผลแบบหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความรู้สึก/ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบด้านต่าง ๆ มีเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายความรู้สึก/ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ระดับความรู้สึก	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมารวบรวมและคำนวณ เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความรู้สึกในการรับชมตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน โดยกำหนดอันตรภาคชั้นหรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณแล้ว สามารถแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ช่วง
ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 5.00 หมายถึง ทศนคติเชิงบวก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ทศนคติปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 2.60 หมายถึง ทศนคติเชิงลบ

ส่วนที่ 4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมต่อการได้รับความเสี่ยงจากภัยอาชญากรรมด้านการรับรู้ (ความเสี่ยงภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน) มีเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม / ความเข้าใจต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมต่อการได้รับความเสี่ยงจากภัยอาชญากรรม ดังนี้

ระดับการรับรู้	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมารวบรวมและคำนวณ เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความถี่ในการรับชมตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน โดยกำหนดอันตรภาคชั้นหรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณแล้ว สามารถแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ช่วง
ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 5.00 หมายถึง รับรู้มาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง รับรู้ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 2.60 หมายถึง รับรูน้อย

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้แก่ ระดับความบ่อยครั้งของพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน หลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก รวมไปถึงระดับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นให้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

5.1 เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายแนวโน้มพฤติกรรมในการปฏิบัติตนในการใช้ชีวิตประจำวัน หลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ดังนี้

ระดับความบ่อยครั้งของพฤติกรรม	ระดับคะแนน
บ่อยที่สุด	5
บ่อยมาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมารวบรวมและคำนวณ เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความถี่ในการรับชมตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน โดยกำหนดอันตรรกาค้นหรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรายภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณแล้ว สามารถแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 5.00 หมายถึง มีแนวโน้มหวาดกลัวภัยอาชญากรรมมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง มีแนวโน้มหวาดกลัวภัยอาชญากรรมปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 2.60 หมายถึง มีแนวโน้มหวาดกลัวภัยอาชญากรรมน้อย

5.2 เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายแนวโน้มพฤติกรรมมารับชมภายหลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ดังนี้

ระดับความตั้งใจ	ระดับคะแนน
ตั้งใจมากที่สุด	5
ตั้งใจมาก	4
ตั้งใจปานกลาง	3
ตั้งใจน้อย	2
ตั้งใจน้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนทั้งหมดมารวบรวมและคำนวณ เพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความถี่ในการรับชมตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน โดยกำหนดอันตรรกะชั้นหรือความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรรกะชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้น ความกว้างของชั้นคะแนนแต่ละชั้นจึงเท่ากับ 0.8 แล้วนำมาจัดระดับค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณแล้ว สามารถแปลความหมายแบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 - 5.00 หมายถึง มีแนวโน้มในการรับชมต่อไปมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง มีแนวโน้มในการรับชมต่อไปปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 - 2.60 หมายถึง มีแนวโน้มในการรับชมต่อไปน้อย

3.7 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการทดสอบวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือ ดังนี้

3.7.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และกรรมการวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา และพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) ทั้งนี้เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.7.2 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดสอบก่อน (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด โดยที่ผู้ทำการทดสอบไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริง การทดสอบก่อนการศึกษาค้างนี้ทำขึ้นเพื่อทดสอบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจ แบบสอบถามหรือไม่ ทั้งนี้จะเลือกคำนวณเฉพาะข้อคำถามส่วนที่เป็น Rating Scale เท่านั้น โดยการ หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น หากพบว่า แบบสอบถามค่าอัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จะถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นได้ โดยในการศึกษาค้างนี้ แบบสอบถามที่นำไปทดสอบก่อนใช้จริง โดย สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548, น. 161) กล่าวว่าผลการทดสอบต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือได้ จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จึงถือว่าแบบทดสอบนั้นมีความเชื่อมั่น หากทดสอบแล้วได้น้อยกว่า 0.7 จะทำการแก้ไขแบบสอบถาม แล้วทำการทดสอบแบบสอบถามที่แก้ไขกับกลุ่มตัวอย่างใหม่ จนกว่าค่าสัมประสิทธิ์ ความน่าเชื่อถือ ได้จะมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่า แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้ค่าระดับ ความเชื่อมั่น ดังนี้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถาม โดยรวมเท่ากับ 0.907

จำแนกแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านเนื้อหา มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.903

ด้านรูปแบบการนำเสนอ มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.720

ด้านอัตราในการนำเสนอแต่ละวัน มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.859

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามเท่ากับ 0.854

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามเท่ากับ 0.764

และคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามเท่ากับ 0.771

3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

3.8.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) และสร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบออนไลน์ด้วย Google form และให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered) ทั้งนี้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ช่วงเดือน กุมภาพันธ์ ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2564 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์และดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- (1) ลงรหัสในแบบสอบถาม
- (2) คัดลอกรหัสที่ลงเรียบร้อยแล้วลงในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อนำไปบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกข้อมูล
- (3) นำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมในการคำนวณตามลักษณะการวัดและสมมติฐานทดสอบ

3.9 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำเสนอและสรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.9.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percent) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำไปใช้ในการจัดรวบรวมข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่และเพื่ออธิบายข้อมูล

3.9.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน t-test Independence ในการวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียวใช้ F-test และการวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียวใช้ One-Way Analysis of Variance โดยใช้ค่าสถิติ t ในการวิเคราะห์ข้อมูลทาง

สถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01, 0.05, 0.001 และใช้ Pearson's product moment Correlation Coefficient ในการแปลความหมายว่าสหสัมพันธ์ (r) ของสองตัวแปร มีเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

การแปลความหมายว่าสหสัมพันธ์ (r) ของสองตัวแปร มีเกณฑ์ดังต่อไปนี้

0.70 ขึ้นไป ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูงมาก

0.50 – 0.69 ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันสูง

0.30 - 0.49 ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

0.10 - 0.29 ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำ

0.01 – 0.09 ถือว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

หมายเหตุ ถ้าค่า r มีค่าเป็นบวก แสดงว่า สองตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ แสดงว่า สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางตรงกันข้าม

สำหรับการสร้างสมการทำนายจะใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ความถี่) แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกัน H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	Independent t-test

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกัน H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	F-test (One-Way ANOVA)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกัน H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	F-test (One-Way ANOVA)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้ H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกัน H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	F-test (One-Way ANOVA)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้	F-test (One-Way ANOVA)

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกัน H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวม	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : ทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : ทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ทศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : ทศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ H_1 : ทศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	Pearson's product moment Correlation Coefficient

ตารางที่ 3.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้ H_0 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม H_1 : การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม	Stepwise Multiple Regression Analysis

บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 ลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	211	52.7
หญิง	189	47.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศหญิง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-30 ปี	81	20.2
31-40 ปี	89	22.2
41-50 ปี	161	40.3
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	69	17.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 อายุ 18-30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	14.5
ปริญญาตรี	204	51.0
สูงกว่าปริญญาตรี	138	34.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	80	20.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	100	25.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	10	2.5
เกษียณอายุ	24	6.0
ธุรกิจส่วนตัว	136	34.0
รับจ้าง	38	9.5
นิสิต/นักศึกษา	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รับจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เกษียณอายุ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	69	17.3
15,001-30,000 บาท	157	39.3
30,001-50,000 บาท	133	33.3
50,001-90,000 บาท	31	7.7
มากกว่า 90,000 บาทขึ้นไป	10	2.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 รายได้ 50,001-90,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และรายได้มากกว่า 90,000 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

4.2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตารางที่ 4.6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับชม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ รับชม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	บ่อย ที่สุด	บ่อย มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32)							2.57 (น้อย)	0.772
1. โทรทัศน์	130 (32.5)	121 (30.2)	68 (17.0)	51 (12.8)	30 (7.5)	400 (100.0)	3.68 (มาก)	1.256

ตารางที่ 4.6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับชม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ รับชม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	บ่อย ที่สุด	บ่อย มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2. เว็บไซต์ (Website)	11 (2.8)	26 (6.5)	65 (16.2)	150 (37.5)	148 (37.0)	400 (100.0)	2.01 (น้อย)	1.021
3. เฟซบุ๊ก (Facebook)	139 (34.8)	97 (24.2)	61 (15.2)	47 (11.8)	56 (14.0)	400 (100.0)	3.54 (มาก)	1.422
4. ยูทูบ (Youtube)	26 (6.4)	37 (9.3)	175 (43.7)	77 (19.3)	85 (21.3)	400 (100.0)	2.61 (ปาน กลาง)	1.114
5. ทวิตเตอร์ (Twitter)	14 (3.4)	17 (4.3)	45 (11.4)	121 (30.3)	203 (50.8)	400 (100.0)	1.80 (น้อย ที่สุด)	1.032
6. อินสตาแกรม (Instagram)	11 (2.7)	18 (4.5)	38 (9.5)	143 (35.8)	190 (47.5)	400 (100.0)	1.79 (น้อย ที่สุด)	0.978
สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)							2.42 (น้อย)	0.785
1. โทรศัพท์	121 (30.3)	127 (31.7)	66 (16.5)	48 (12.0)	38 (9.5)	400 (100.0)	3.61 (มาก)	1.287
2. เว็บไซต์ (Website)	9 (2.3)	18 (4.4)	58 (14.5)	142 (35.5)	173 (43.3)	400 (100.0)	1.87 (น้อย)	0.972
3. เฟซบุ๊ก (Facebook)	116 (29.0)	88 (22.0)	62 (15.4)	53 (13.3)	81 (20.3)	400 (100.0)	3.26 (ปาน กลาง)	1.503

ตารางที่ 4.6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเภทสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับชม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ รับชม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	บ่อย ที่สุด	บ่อย มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
4. ยูทูบ (Youtube)	24 (6.0)	20 (.0)	171 (42.8)	90 (22.4)	95 (23.8)	400 (100.0)	2.47 (น้อย)	1.090
5. ทวิตเตอร์ (Twitter)	9 (2.3)	11 (2.7)	37 (9.3)	132 (33.0)	211 (52.7)	400 (100.0)	1.69 (น้อย ที่สุด)	0.915
6. อินสตาแกรม (Instagram)	7 (1.8)	12 (3.0)	36 (9.0)	121 (30.2)	224 (56.0)	400 (100.0)	1.64 (น้อย ที่สุด)	0.895
ค่าเฉลี่ยรวม							2.50 (น้อย)	0.735

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 2.50 หมายถึง มีการรับชมน้อย โดยรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.57 หมายถึง มีการรับชมน้อย รองลงมา คือ รับชมสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ค่าเฉลี่ย 2.42 หมายถึง มีการรับชมน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายช่อง พบว่า

สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) กลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.68 หมายถึง มีการรับชมมาก รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ค่าเฉลี่ย 3.54 หมายถึง มีการรับชมมาก และรับชมจากอินสตาแกรม (Instagram) น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.79 หมายถึง มีการรับชมน้อยที่สุด

สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) กลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.61 หมายถึง มีการรับชมมาก รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ค่าเฉลี่ย 3.26 หมายถึง มีการรับชมปานกลาง และรับชมจากอินสตาแกรม (Instagram) น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.64 หมายถึง มีการรับชมน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละเหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	จำนวน*	ร้อยละ
1. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น	308	40.5
2. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสื่อความหมายอย่างรวดเร็ว และดีกว่าการนำเสนอภาพข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว	243	32.0
3. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม	200	26.3
4. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถลดทอนความรุนแรงของภาพเหตุการณ์จริง	9	1.2

*เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เนื่องจากภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายอย่างรวดเร็ว และดีกว่าการนำเสนอภาพข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 32.0 ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ร้อยละ 26.3 และภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถลดทอนความรุนแรงของภาพเหตุการณ์จริง ร้อยละ 1.2

4.3 ทศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านเนื้อหา							3.17 (เป็น กลาง)	0.904
1. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีการระบุที่มาของข้อมูลอย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ	113 (28.3)	199 (49.7)	80 (20.0)	8 (2.0)	-	400 (100.0)	4.04 (เชิงบวก)	0.750
2. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น	165 (41.2)	198 (49.4)	35 (8.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.31 (เชิงบวก)	0.660
3. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ และเตือนภัยแก่สังคม	135 (33.7)	180 (45.0)	62 (15.5)	19 (4.8)	4 (1.0)	400 (100.0)	4.06 (เชิงบวก)	0.878
4. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีการระมัดระวังเนื้อหาที่ไม่ทำให้รู้สึกว่าคุณกระทำผิด คือ ไร้ประโยชน์	51 (12.7)	101 (25.3)	81 (20.2)	106 (26.5)	61 (15.3)	400 (100.0)	2.94 (เป็น กลาง)	1.280

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความรู้สึกรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
5. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีความเป็นธรรมต่อผู้ถูกกล่าวหา ผู้ต้องหาหรือผู้ต้องสงสัย	54 (13.4)	91 (22.8)	92 (23.0)	109 (27.3)	54 (13.5)	400 (100.0)	2.96 (เป็น กลาง)	1.258
6. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดที่เป็นความลับ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อรูปคดี	54 (13.4)	100 (25.0)	93 (23.3)	89 (22.3)	64 (16.0)	400 (100.0)	2.98 (เป็น กลาง)	1.287
7. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ไม่มีเนื้อหาที่จะระบุถึงอธิบายการวางแผนการปราบปรามของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งอาจเป็นการชี้เบาะแสให้กับผู้กระทำความผิด	57 (14.3)	92 (23.0)	98 (24.4)	100 (25.0)	53 (13.3)	400 (100.0)	3.00 (เป็น กลาง)	1.259
8. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ วิธีการก่อเหตุหรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ	38 (9.5)	82 (20.4)	91 (22.8)	103 (25.8)	86 (21.5)	400 (100.0)	2.71 (เป็น กลาง)	1.273

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
9. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์	68 (17.0)	78 (19.4)	77 (19.3)	112 (28.0)	65 (16.3)	400 (100.0)	2.93 (เป็น กลาง)	1.343
10. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง การทำร้ายตนเอง การฆ่าตัวตาย	49 (12.3)	79 (19.7)	85 (21.3)	120 (30.0)	67 (16.8)	400 (100.0)	2.81 (เป็น กลาง)	1.275
11. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความสมเพชอนาจาร นำพหาวาดเสียวเศร้าสลดใจ	55 (13.7)	88 (22.0)	77 (19.3)	103 (25.7)	77 (19.3)	400 (100.0)	2.85 (เป็น กลาง)	1.334
12. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาที่บิดเบือนข้อเท็จจริงหรือสร้างเรื่องราวเกินความเป็นจริง	50 (12.5)	91 (22.7)	95 (23.8)	96 (24.0)	68 (17.0)	400 (100.0)	2.90 (เป็น กลาง)	1.281

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
13. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการเล่นแบบหรือเกิดแรงจูงใจในการก่อคดีอาชญากรรม	49 (12.3)	73 (18.3)	82 (20.4)	123 (30.7)	73 (18.3)	400 (100.0)	2.76 (เป็น กลาง)	1.286
ด้านรูปแบบการนำเสนอ							4.26 (เชิงบวก)	0.666
14. การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม	149 (37.3)	194 (48.5)	47 (11.7)	10 (2.5)	-	400 (100.0)	4.21 (เชิงบวก)	0.741
15. การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี	177 (44.2)	181 (45.2)	35 (8.8)	5 (1.3)	2 (0.5)	400 (100.0)	4.32 (เชิงบวก)	0.726

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านอัตราการนำเสนอ							3.16 (เป็น กลาง)	0.870
16. จำนวนหรือความ บ่อยครั้งในการนำเสนอ ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ในรายการข่าว ต่อวัน มีความเหมาะสม	41 (10.3)	95 (23.7)	221 (55.3)	34 (8.4)	9 (2.3)	400 (100.0)	3.31 (เป็น กลาง)	0.852
17. จำนวนหรือความ บ่อยครั้งในการฉาย ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ (การวนภาพ ซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว มี ความเหมาะสม	33 (8.3)	86 (21.4)	169 (42.3)	89 (22.2)	23 (5.8)	400 (100.0)	3.04 (เป็น กลาง)	0.999
18. จำนวนระยะเวลาใน การฉายภาพกราฟิก จำลองเหตุการณ์ในแต่ละ ข่าว มีความเหมาะสม	36 (9.0)	102 (25.4)	165 (41.3)	69 (17.3)	28 (7.0)	400 (100.0)	3.12 (เป็น กลาง)	1.027
ภาพรวม							3.29 (เป็น กลาง)	0.785

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.29 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง โดยมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.26 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 3.17 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง และด้านอัตราการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.16 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.31 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ และเตือนภัยแก่สังคม ค่าเฉลี่ย 4.06 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการก่อเหตุหรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 2.71 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

ด้านรูปแบบการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.32 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ค่าเฉลี่ย 4.21 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

ด้านอัตราการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวัน มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.31 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง รองลงมา คือ ประเด็น จำนวนระยะเวลาในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในแต่ละข่าวมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.12 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง และประเด็น จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ (การวนภาพซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.04 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

4.4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ประเด็น	ระดับการรับรู้/ความเข้าใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การรับรู้)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ท่านรับรู้ถึงความ ไม่ปลอดภัยหรือรู้สึก ไม่มั่นคงในทรัพย์สิน ของตนเองและบุคคล ในครอบครัว	99 (24.7)	182 (45.5)	98 (24.5)	17 (4.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.89 (มาก)	0.861
2. ในเวลากลางวัน ท่านรับรู้ถึงความ กังวลหรือความกลัวที่ จะตกเป็นเหยื่อ อาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์ และ สะเพือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอก บ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก	85 (21.3)	151 (37.7)	129 (32.2)	27 (6.8)	8 (2.0)	400 (100.0)	3.70 (มาก)	0.946

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม (ต่อ)

ประเด็น	ระดับการรับรู้/ความเข้าใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การรับรู้)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
3. ในเวลากลางคืน ท่าน รับรู้ถึงความกังวลหรือ ความกลัวที่จะตกเป็น เหยื่ออาชญากรรม ประเภททุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ใน หรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก	117 (29.3)	153 (38.2)	103 (25.7)	21 (5.3)	6 (1.5)	400 (100.0)	3.89 (มาก)	0.940
4. การรับรู้ข่าว อาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบ ทำ ให้ท่านรู้สึกหวาดกลัว และระมัดระวังภัย อาชญากรรมเพิ่มขึ้น เมื่อ อยู่ในที่สาธารณะ	103 (25.8)	159 (39.8)	104 (26.0)	24 (6.0)	10 (2.4)	400 (100.0)	3.80 (มาก)	0.973
5. ท่านรับรู้ว่าสภาพ สังคมในปัจจุบันโหดร้าย และเต็มไปด้วยความ รุนแรง	175 (43.7)	138 (34.5)	74 (18.5)	5 (.3)	8 (2.0)	400 (100.0)	4.17 (มาก)	0.909
ภาพรวม							3.89 (มาก)	0.726

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ค่าเฉลี่ย 3.89 หมายถึง มีการรับรู้มาก โดยมีการรับรู้สภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้ายและเต็มไปด้วยความรุนแรง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.17 หมายถึง มีการรับรู้มาก รองลงมา คือ ประเด็น ท่านรับรู้ถึง

ความไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกไม่มั่นคงในทรัพย์สินของตนเองและบุคคลในครอบครัว และประเด็น ในเวลากลางคืนท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์ และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากัน หมายถึง มีการรับรู้มาก และมีการรับรู้ประเด็น ในเวลากลางวันท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.70 หมายถึง มีการรับรู้มาก

4.5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ประเด็น	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ พฤติกรรม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	น้อย ที่สุด	น้อยมาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. เมื่อท่านต้องเดินทาง ในช่วงเวลากลางคืน ท่าน มักโทรศัพท์บอก ครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อน หรือญาติ เพื่อให้ ทราบว่าคุณถึงเดินทาง ถึงที่หมายอย่างปลอดภัย	178 (44.4)	129 (32.3)	70 (17.5)	20 (5.0)	3 (0.8)	400 (100.0)	4.15 (น้อย มาก)	0.932
2. ท่านวางแผนหลีกเลี่ยง เส้นทางอันตรายที่มีความ เสี่ยงต่อการเกิดภัย อาชญากรรม	166 (41.4)	148 (37.0)	77 (19.3)	8 (2.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	4.18 (น้อย มาก)	0.825

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน
ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ พฤติกรรม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	น้อย ที่สุด	น้อยมาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
3. ท่านมีอุปกรณ์ป้องกัน ตัวติดตัว หรือภายในรถ หรือภายในบ้าน เช่น มีด, ปืน, เครื่องช็อตไฟฟ้า ฯลฯ	77 (19.3)	102 (25.5)	130 (32.4)	56 (14.0)	35 (8.8)	400 (100.0)	3.33 (ปาน กลาง)	1.189
4. ท่านล็อกประตู- หน้าต่างบ้านหรือล็อก ประตูรถเสมอ เพื่อ ป้องกันภัยอาชญากรรม	234 (58.4)	119 (29.8)	36 (9.0)	7 (1.8)	4 (1.0)	400 (100.0)	4.43 (น้อย ที่สุด)	0.807
5. ท่านติดตั้งล็อกพิเศษที่ ประตู บ้าน หรือ รั้วลวด หนาม หรือเศษกระจก บนกำแพงบ้าน	91 (22.7)	135 (33.7)	109 (27.3)	43 (10.8)	22 (5.5)	400 (100.0)	3.58 (น้อย มาก)	1.117
6. ท่านไม่สวมทรัพย์สินมี ค่า หรือไม่พกเงินสด จำนวนมาก ติดตัว เมื่อ อยู่ในที่สาธารณะ หรือ เมื่อต้องเดินทางร่วมกับ คนแปลกหน้า	162 (40.4)	129 (32.3)	84 (21.0)	16 (4.0)	9 (2.3)	400 (100.0)	4.05 (น้อย มาก)	0.989

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน
ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ต่อ)

ประเด็น	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ พฤติกรรม)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	บ่อย ที่สุด	บ่อยมาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
7. ท่านมักแสวงหาข้อมูล จากสื่อหรือแสวงหา ข้อมูลเกี่ยวกับ อาชญากรรมกับบุคคลอื่น เพื่อป้องกันตนเอง ครอบครัว คนใกล้ชิด หรือญาติจากเหตุ อาชญากรรมที่อาจ เกิดขึ้น	133 (33.3)	139 (34.7)	103 (25.7)	18 (4.5)	7 (1.8)	400 (100.0)	3.93 (บ่อย มาก)	0.962
ภาพรวม							3.95 (บ่อย มาก)	0.653

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.95 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยมาก โดยมีการปฏิบัติในประเด็น ท่านล็อกประตู-หน้าต่างบ้านหรือล็อกประตูรถเสมอ เพื่อป้องกันภัยอาชญากรรม ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.43 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น ท่านวางแผนหลีกเลี่ยงเส้นทางอันตรายที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอาชญากรรม ค่าเฉลี่ย 4.18 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยมาก และมีการปฏิบัติในประเด็น ท่านมีอุปกรณ์ป้องกันตัวติดตัว หรือ ภายในรถ หรือภายในบ้าน เช่น มีด, ปืน, เครื่องช็อตไฟฟ้า ฯลฯ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.33 หมายถึง มีการปฏิบัติปานกลาง

ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจจะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต

ประเด็น	ระดับความตั้งใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ ตั้งใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ท่านมีความตั้งใจรับชม การนำเสนอข่าว อาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบ ต่อไป	102 (25.5)	166 (41.4)	113 (28.3)	10 (2.5)	9 (2.3)	400 (100.0)	3.86 (มาก)	0.906
2. ท่านมีความตั้งใจใน การแนะนำให้ผู้อื่นรับชม การนำเสนอข่าว อาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบ	106 (26.4)	155 (38.7)	101 (25.3)	21 (5.3)	17 (4.3)	400 (100.0)	3.78 (มาก)	1.032
ภาพรวม							3.82 (มาก)	0.907

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจจะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต ค่าเฉลี่ย 3.82 หมายถึง มีความตั้งใจมาก โดยมีความตั้งใจรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.86 หมายถึง มีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ มีความตั้งใจในการแนะนำให้ผู้อื่นรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.78 หมายถึง มีความตั้งใจมาก

4.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12

การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามเพศ

เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ชาย	211	2.60	0.572	2.827**	0.005
หญิง	189	2.39	0.869		

**Sig. < .01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเพศชายมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13

การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอายุ

อายุ	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
18-30 ปี	81	2.36	0.971	2.560	0.055
31-40 ปี	89	2.40	0.797		
41-50 ปี	161	2.58	0.554		
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	69	2.58	0.673		

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14

การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	2.53	0.778	8.021***	.000
ปริญญาตรี	204	2.36	0.766		
สูงกว่าปริญญาตรี	138	2.68	0.625		

***Sig. < .001

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.15

การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		Mean Difference	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	0.17071	0.113
	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.14630	0.196
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.17071	0.113
	สูงกว่าปริญญาตรี	-0.31701***	0.000
สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.14630	0.196
	ปริญญาตรี	0.31701***	0.000

*** Sig. < .001

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	80	2.32	0.845	2.640*	0.016
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	100	2.37	0.654		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	10	2.46	0.756		
เกษียณอายุ	24	2.47	0.955		
ธุรกิจส่วนตัว	136	2.66	0.527		
รับจ้าง	38	2.64	0.881		
นิสิต/นักศึกษา	12	2.53	1.204		

*Sig. < .05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอาชีพ ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		Mean Difference	Sig.
พนักงานเอกชน/ เจ้าหน้าที่บริษัท	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-0.05000	0.646
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	-0.13750	0.572
	เกษียณอายุ	-0.15139	0.371
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.33480**	0.001
	รับจ้าง	-0.32171*	0.025
	นิสิต/นักศึกษา	-0.20694	0.358
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.05000	0.646
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	-0.08750	0.716
	เกษียณอายุ	-0.10139	0.539
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.28480**	0.003
	รับจ้าง	-0.27171	0.050
	นิสิต/นักศึกษา	-0.15694	0.479
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.13750	0.572
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.08750	0.716
	เกษียณอายุ	-0.01389	0.959
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.19730	0.407
	รับจ้าง	-0.18421	0.476
	นิสิต/นักศึกษา	-0.06944	0.823
เกษียณอายุ	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.15139	0.371
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.10139	0.539
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0.01389	0.959
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.18342	0.254
	รับจ้าง	-0.17032	0.369
	นิสิต/นักศึกษา	-0.05556	0.829

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

อาชีพ		Mean Difference	Sig.
ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.33480**	0.001
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.28480**	0.003
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0.19730	0.407
	เกษียณอายุ	0.18342	0.254
	รับจ้าง	0.01309	0.922
	นิสิต/นักศึกษา	0.12786	0.559
รับจ้าง	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.32171*	0.025
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.27171	0.050
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0.18421	0.476
	เกษียณอายุ	0.17032	0.369
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.01309	0.922
	นิสิต/นักศึกษา	0.11477	0.633
นิสิต/นักศึกษา	พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท	0.20694	0.358
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.15694	0.479
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	0.06944	0.823
	เกษียณอายุ	0.05556	0.829
	ธุรกิจส่วนตัว	-0.12786	0.559
	รับจ้าง	-0.11477	0.633

* Sig. <.05, ** Sig. < .01

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18

การวิเคราะห์ความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จำแนกตามรายได้

รายได้	N	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
ไม่เกิน 15,000 บาท	69	2.52	0.933	0.538	0.708
15,001-30,000 บาท	157	2.50	0.742		
30,001-50,000 บาท	133	2.53	0.641		
50,001-90,000 บาท	31	2.32	0.651		
มากกว่า 90,000 บาทขึ้นไป	10	2.44	0.480		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตารางที่ 4.19

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	
	r	Sig.
ด้านเนื้อหา	0.118*	0.019
ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.333***	0.000
ด้านอัตราการนำเสนอ	0.183***	0.000
ภาพรวม	0.163**	0.001

*Sig. < .05, **Sig. < .01, ***Sig. < .001

จากตาราง 4.19 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ที่มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมาก จะมีทัศนคติต่อข่าว

อาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกในภาพรวมไปในเชิงบวก และผู้ที่มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบน้อย จะมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกในภาพรวมไปในเชิงลบ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่าการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ รองลงมา คือ ด้านอัตราการนำเสนอ และด้านเนื้อหา ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ตารางที่ 4.20

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	แนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	
	r	Sig.
ด้านเนื้อหา	0.191***	0.000
ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.329***	0.000
ด้านอัตราการนำเสนอ	0.190***	0.000
ภาพรวม	0.225***	0.000

***Sig. < .001

จากตาราง 4.20 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ที่มี

ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงบวก จะมีแนวโน้มพฤติกรรม การปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในระดับ ปฏิบัติบ่อย และผู้ที่มีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงลบ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบในระดับปฏิบัติน้อย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้ม พฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ อย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ รองลงมาคือ ด้านเนื้อหา และด้านอัตราการนำเสนอ ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมี ความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 4.21

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับความตั้งใจที่ จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต

ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรม ที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	
	r	Sig.
ด้านเนื้อหา	0.220***	0.000
ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.527***	0.000
ด้านอัตราการนำเสนอ	0.223***	0.000
ภาพรวม	0.274***	0.000

***Sig. < .001

จากตาราง 4.21 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมี ความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตอย่าง มีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก ประกอบในภาพรวมไปในเชิงบวก จะมีความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ต่อไปในอนาคตมาก และผู้ที่มีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงลบ จะมีความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตน้อย ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่าทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ รองลงมาคือ ด้านอัตราการนำเสนอ และด้านเนื้อหา ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ตารางที่ 4.22

ผลการวิเคราะห์การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
3	0.420	0.176	0.170	0.661

จากตารางที่ 4.22 สามารถวิเคราะห์ความสามารถในการอธิบายของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ ได้จากค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) ที่แสดงค่า 0.170 หมายความว่า ทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอ ทัศนคติด้านเนื้อหา และการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ สามารถทำนายการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ได้ร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.23

ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
3	Regression	37.075	3	12.358	28.285***	0.000
	Residual	173.023	396	0.437		
	Total	210.098	399			

***Sig. < .001

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัย (การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิเคราะห์ได้จากค่า Sig. ที่มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

ตารางที่ 4.24

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
3	(Constant)	1.780	0.232		7.675***	0.000
	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.346	0.053	0.318	6.494***	0.000
	ด้านเนื้อหา	0.112	0.037	0.139	3.001**	0.003
	การรับชม	0.111	0.048	0.113	2.330*	0.020

*Sig. < .05, **Sig. < .01, ***Sig. < .001

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอ ทศนคติด้านเนื้อหา และความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาค่า Beta พบว่า ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านรูปแบบการนำเสนอ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ในทิศทางบวก มากที่สุด ที่ค่า Beta เท่ากับ 0.318 รองลงมาคือ ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านเนื้อหา มีค่า Beta เท่ากับ 0.139 และน้อยที่สุดคือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีค่า Beta เท่ากับ 0.113 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม และแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบกับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ที่ประกอบไปด้วย การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ สามารถอธิบายการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม

ในส่วนของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed – Ended Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 2.1 ความถี่ในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อต่าง ๆ จำนวน 6 ประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และส่วนที่ 2.2 เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง ระดับความรู้สึกนึกคิดที่มีข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ อัตราในการนำเสนอแต่ละวัน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมต่อการได้รับความเสี่ยงจากภัยอาชญากรรม คือ การวัดระดับความกลัวด้านการรับรู้ (ความเสี่ยงภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน)

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ หมายถึง ระดับความบ่อยครั้งของพฤติกรรมในชีวิตประจำวันหลังรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ รวมไปถึงระดับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นให้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และใน 6 เดือนที่ผ่านมา เคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ผ่านสื่อโทรทัศน์, เว็บไซต์ (Website), เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) จำนวน 400 คน มีรายละเอียด ดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศหญิง จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 อายุ 18-30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

3. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

4. อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 พนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รับจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เกษียณอายุ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

5. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ รายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 รายได้ 50,001-90,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และรายได้มากกว่า 90,000 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ส่วนที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 2.50 หมายถึง มีการรับชมน้อย โดยรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.57 หมายถึง มีการ

รับชมน้อย รองลงมาคือ รับชมสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ค่าเฉลี่ย 2.42 หมายถึง มีการรับชมน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายช่อง พบว่า

สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) กลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.68 หมายถึง มีการรับชมมาก รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ค่าเฉลี่ย 3.54 หมายถึง มีการรับชมมาก และรับชมจากอินสตาแกรม (Instagram) น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.79 หมายถึง มีการรับชมน้อยที่สุด

สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) กลุ่มตัวอย่างรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.61 หมายถึง มีการรับชมมาก รองลงมาคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) ค่าเฉลี่ย 3.26 หมายถึง มีการรับชมปานกลาง และรับชมจากอินสตาแกรม (Instagram) น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.64 หมายถึง มีการรับชมน้อยที่สุด

เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เนื่องจากภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายอย่างรวดเร็ว และดีกว่าการนำเสนอภาพข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 32.0 ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ร้อยละ 26.3 และภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถลดทอนความรุนแรงของภาพเหตุการณ์จริง ร้อยละ 1.2

ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.29 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง โดยมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.26 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 3.17 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง และด้านอัตราการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.16 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.31 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ และเตือนภัยแก่สังคม ค่าเฉลี่ย 4.06 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการก่อเหตุหรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 2.71 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

ด้านรูปแบบการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.32 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ค่าเฉลี่ย 4.21 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

ด้านอัตราการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในประเด็น จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวัน มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.31 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง รองลงมา คือ ประเด็น จำนวนระยะเวลาในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในแต่ละข่าวมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.12 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง บวก และประเด็น จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ (การวนภาพซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.04 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

ส่วนที่ 4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

จากการศึกษา พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ค่าเฉลี่ย 3.89 หมายถึง มีการรับรู้มาก โดยมีการรับรู้ว่าสภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้ายและเต็มไปด้วยความรุนแรง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.17 หมายถึง มีการรับรู้มาก รองลงมา คือ ประเด็น ท่านรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกไม่มั่นคงในทรัพย์สินของตนเองและบุคคลในครอบครัว และประเด็น ในเวลากลางคืนท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์ และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากัน หมายถึง มีการรับรู้มาก และมีการรับรู้ประเด็น ในเวลากลางวันท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.70 หมายถึง มีการรับรู้มาก

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ผลการศึกษาภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีค่าเฉลี่ย 3.95 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยมาก โดยมีการปฏิบัติในประเด็น การล็อกประตู-หน้าต่างบ้านหรือล็อกประตูรถเสมอ เพื่อป้องกันภัยอาชญากรรม ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.43 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยที่สุด รองลงมา คือ ประเด็น การวางแผนหลีกเลี่ยงเส้นทางอันตรายที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอาชญากรรม ค่าเฉลี่ย

4.18 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยมาก และมีการปฏิบัติในประเด็น การมีอุปกรณ์ป้องกันตัวติดตัว หรือภายในรถ หรือภายในบ้าน เช่น มิด, ปืน, เครื่องช็อตไฟฟ้า ฯลฯ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.33 หมายถึง มีการปฏิบัติปานกลาง

ความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

จากการศึกษา พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจจะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต ค่าเฉลี่ย 3.82 หมายถึง มีความตั้งใจมาก โดยมีความตั้งใจรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.86 หมายถึง มีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ มีความตั้งใจในการแนะนำให้ผู้อื่นรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.78 หมายถึง มีความตั้งใจมาก

5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” สรุปผลการอภิปรายผลตามการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $t = 2.827, \text{Sig.} = 0.005$
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $F = 8.021, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $F = 2.640, \text{Sig.} = 0.016$
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.163, \text{Sig.} = 0.001$
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.118, \text{Sig.} = 0.019$
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.333, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.183, \text{Sig.} = 0.000$

ตารางที่ 5.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.225, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.1 ทศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.191, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.2 ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.329, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1.3 ทศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.190, \text{Sig.} = 0.000$
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.274, \text{Sig.} = 0.000$

ตารางที่ 5.1

สรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.1 ทศนคติด้านเนื้อหาต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.220$, Sig. = 0.000
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.2 ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.527$, Sig. = 0.000
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2.3 ทศนคติด้านอัตราการนำเสนอต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $r = 0.223$, Sig. = 0.000
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย $F = 28.285$, Sig. = 0.000 (ตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอ ทศนคติด้านเนื้อหา การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม)

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัยในด้านลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 52.7 และเพศหญิง ร้อยละ 47.3 หากจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.2 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่มีความสนใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารประจำวันมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อย ในส่วนลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.5 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยที่ให้ความสนใจในการรับชมข่าวสาร และมักนำข่าวสารที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต จึงทำให้มีการเปิดรับสื่อและเข้าถึงข้อมูลมากกว่ากลุ่มอื่น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี จึงทำให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจข่าวสารได้ไม่ยาก นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 และมีรายได้ส่วนต่อเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ รายได้ 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ปานกลางถึงค่อนข้างสูงนี้ มักมีความสนใจที่จะหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นแสวงหาความรู้และความเคลื่อนไหวประจำวันที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางด้านอาชีพและรายได้ของตนเองอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า อาชีพเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสนใจในการรับชม และรายได้มักมีอิทธิพลต่อการดูแลตัวเอง ในการใช้จ่ายเพื่อรับรู้ รับชมข่าวสาร โดยผู้ที่มีความพร้อมทางด้านรายได้ที่น้อยกว่า มักจะมีข้อจำกัดในการเลือกบริโภคข่าวสาร และมีข้อจำกัดในรับรู้รวมไปถึงการค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

ผลการศึกษาวิจัยในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 (ค่าเฉลี่ย 3.68) และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี ช่อง 34 (ค่าเฉลี่ย 3.61) อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งช่องทางที่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.54) และรับชมผ่านช่องทางอินสตาแกรม (Instagram) น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 1.79) ตามลำดับ และช่องทางที่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของอมรินทร์ทีวี ช่อง 34 มากที่สุด ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย

3.61) รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 3.26) และรับชมจากอินสตาแกรม (Instagram) (ค่าเฉลี่ย 1.64) ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าการรับชมสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.3 มักจะรับชมช่องทางของสื่อดั้งเดิม อย่างสื่อโทรทัศน์ และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.2 มักใช้ช่องทางการสื่อสารจากสื่อออนไลน์ในการรับข้อมูล หรือรับชมข่าวสาร เนื่องจากมีความรู้ความชำนาญในการเข้าถึงเทคโนโลยีมากกว่า จึงทำให้ค่าเฉลี่ยในการรับชมสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ใกล้เคียงกัน และหากแยกพิจารณาการจากการรับชมรายการข่าว จะพบว่า ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม 2563 ที่ผ่านมา สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักที่มีการใช้งานต่อวันสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาภาพรวมค่าความนิยมเฉลี่ย (เรตติ้ง) ของสื่อโทรทัศน์ในปี 2563 จะพบว่า รายการข่าวเป็นประเภทรายการที่มีการเติบโตของเรตติ้งสูงกว่าปี 2562 เกือบตลอดทั้งปี โดยช่วงเวลาที่ผู้ชมนิยมรับชมโทรทัศน์เป็นช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (เวลา 18.00 - 22.30 น.) มากกว่าช่วงเวลาอื่น ซึ่งในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ช่อง 34 ที่มีการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากที่สุด โดยในทุกเขตพื้นที่รับชมและทุกช่วงอายุมีเรตติ้งในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (เวลา 18.00 - 22.30 น.) สูงกว่าช่วงนอกเวลาไพรม์ไทม์หลายเท่าตัว (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช., 2564) ในขณะที่สัดส่วนช่องทางการรับชมจากสื่อออนไลน์ที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับการรับชมผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ ก็มีแนวโน้มผู้ชมที่รับชมรายการข่าวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น หากดูได้จากสถานการณ์พบว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า โดยระยะเวลาหรือจำนวนชั่วโมงในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัลแต่ละประเภทในปี 2563 เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 กล่าวคือ ระยะเวลาในการใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นจาก 3 ชั่วโมง 51 นาที เป็น 6 ชั่วโมง 8 นาที ส่วนระยะเวลาการใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) หรือ โน้ตบุ๊ก (Notebook) เพิ่มขึ้นจาก 2 ชั่วโมง 8 นาที เป็น 4 ชั่วโมง 17 นาที และระยะเวลาที่ใช้แท็บเล็ต (Tablet) เพิ่มขึ้นจาก 1 ชั่วโมง 16 นาที เป็น 2 ชั่วโมง 51 นาที โดยระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดนี้ ส่วนใหญ่มาจากการที่ผู้บริโภคใช้อินเทอร์เน็ตทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การใช้เว็บเบราว์เซอร์ทั่วไป การเล่น Social Media เพื่อรับชมข่าวออนไลน์หรือรายการโทรทัศน์ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ทั้งที่เป็นรายการถ่ายทอดสด (Live Streaming) หรือเป็นการรับชมย้อนหลัง (VOD) การซื้อของออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ การส่งข้อความหรือเล่นแชท เป็นต้น (สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช., 2564)

นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ ยังเป็นสื่อดั้งเดิมที่ผู้ชมทุกเพศทุกวัยเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) และมีความรวดเร็ว (Immediacy) สามารถเสนอเหตุการณ์ได้ทันทั่วทั้งที่ จึงทำให้ดึงดูดความสนใจในการรับชมได้อย่างฉับพลัน (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2553, น. 12-13) ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงจาก

พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้เกิดการส่งกระจายข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมายมหาศาลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Information electronically) โดยอาศัยฐานข้อมูลที่อยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer based) (Brooks and Pinson, 2009 p.350) ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ซึ่งแพลตฟอร์มใหม่ ๆ ในสื่อออนไลน์ สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจำนวนมากด้วยความรวดเร็ว และมีจุดเด่นที่เป็นอิสระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) ทำให้ผู้รับชมสามารถเลือกรับชมและส่งข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาที่ตนต้องการ และมีอิสระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) และสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้จากสถานที่ใดก็ได้ทั่วโลกตามต้องการของบุคคล (Kent Wertime and Ian Fenwick, 1974) รวมไปถึงยังสามารถเลือกรับชมข่าวสารได้ตามตอบสนองความต้องการอย่างอิสระมากขึ้น และด้วยจุดเด่นของทั้งสองสื่อที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุผลให้สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก มีการรับชมมาก ตามลำดับ

ในขณะที่เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ คือ ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น (ร้อยละ 40.5) รองลงมา คือ ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายอย่างรวดเร็ว และดีกว่าการนำเสนอข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว (ร้อยละ 32.0) ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม (ร้อยละ 26.3) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการออกแบบงานกราฟิกในงานข่าวโทรทัศน์ ของ นฤมล ปิ่นโต (2559) ที่กล่าวว่า แนวทางการออกแบบกราฟิกในงานข่าวโทรทัศน์ ต้องเน้นความถูกต้องของข้อมูล ข้อมูลที่ครบถ้วน มีการออกแบบที่สื่อสารให้เข้าใจง่าย (Simplicity) ไม่ซับซ้อน กระชับได้ใจความ น่าติดตาม เน้นในจุดที่ควรเน้น ให้จดจำง่ายและน่าสนใจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างเข้าใจความสัมพันธ์ทั้งหมดได้ในทันที (นฤมล ปิ่นโต, 2559) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติความรับรู้ความเข้าใจเนื้อหาในรายการข่าวที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกประกอบการนำเสนอ : กรณีศึกษารายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล โดย ธรรม์ วรานันท์ (2562) ที่ได้กล่าวว่า ความคิดเห็นด้านประเภทกราฟิก พบว่า กราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาได้มากที่สุด

ผลการศึกษาวิจัยในด้านทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ค่าเฉลี่ย 3.29 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง โดยมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.26 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 3.17 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง และด้านอัตราการนำเสนอ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.16 หมายถึง มีทัศนคติ

เป็นกลาง กล่าวคือ ในปัจจุบันการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ทุกวัน จนอาจทำให้ผู้ชมเกิดความคุ้นชินและรู้สึกเฉยชาต่อเนื้อหาที่มีความรุนแรง เนื่องจากว่ามองว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในชีวิตประจำวัน จึงเป็นไปได้ว่าผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างโดยรวมจึงมีทัศนคติเป็นกลาง

ซึ่งหากศึกษาตามประเด็นแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อประเด็น การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี มากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่สื่อความหมายได้ชัดเจน จะสามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตามได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการเปิดรับชมและทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวไทยรัฐทีวี โดย รัชตวรรณ โพนบุญกุล (2557) ที่ได้กล่าวว่า ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวที่กลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยมากที่สุด คือ ประเด็นการรายงานข่าวโดยใช้เทคโนโลยีกราฟิกจำลองเหตุการณ์ และสถานที่จริงเข้ามาผสมผสาน ทำให้มีความทันสมัยและเข้าใจง่ายขึ้น โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 4.31 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติความรับรู้ความเข้าใจเนื้อหาในรายการข่าวที่ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกประกอบการนำเสนอ : กรณีศึกษารายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล โดย ธรรม์ วรรณันท์ (2562) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติต่อด้านรูปแบบในการนำเสนอด้วยกราฟิก มีทิศทางในเชิงบวก

ในขณะที่ด้านเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อประเด็น ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น มากที่สุด อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังมีความเห็นว่า ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่มีการระบุที่มาของข้อมูลอย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเนื้อหาที่ให้ความรู้ ยังเป็นประโยชน์ในระบุง่ายให้แก่นตนเองและสังคมอีกด้วย

แต่ในขณะเดียวกันพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจในข้อคำถามต่าง ๆ ในด้านเนื้อหา เมื่อวิเคราะห์แบ่งออกเป็นรายข้อ กล่าวคือ ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีมุมมองโดยรวมเป็นบวกในด้านเนื้อหา แต่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีมุมมองเป็นลบในด้านเนื้อหา ซึ่งมีความเห็นแตกต่างออกไป มองว่า ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ วิธีการก่อเหตุ หรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ มีเนื้อหาในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง การทำร้ายตนเอง การฆ่าตัวตาย รวมไปถึงมีเนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรือเกิดแรงจูงใจในการก่อคดีอาชญากรรมได้อีกด้วย ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว จึงควรนำเสนออย่างระมัดระวังและพิจารณาหลายแง่มุม โดยมีหลักการในการนำเสนอ (นฤมล ปิ่นโต, 2559) ที่ควรมุ่งเน้นที่สำคัญ ดังนี้ การนำเสนอควรมีเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่ละเมิดหลักสิทธิมนุษยชน ทั้งต่อผู้เสียหาย และผู้ถูกกล่าวหา หรือผู้กระทำความผิด รวมทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อครอบครัวของทุกฝ่าย การนำเสนอข่าวความรุนแรงที่เป็นคดีความเกี่ยวกับ

เด็กและเยาวชน ต้องไม่นำเสนอภาพใบหน้าและรายละเอียดที่จะทำให้สามารถคาดเดาไปสู่ตัวเด็ก หรือเยาวชนได้ ข่าวการฆาตกรรมและข่าวอุบัติเหตุต้องไม่นำเสนอภาพที่อุจาดตา และหลีกเลี่ยงการบรรยายสภาพร่างกายที่ถูกทำร้ายของผู้เสียชีวิตที่อาจกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชม หลีกเลี่ยงการบรรยายรายละเอียดของวิธีการกระทำความผิด และไม่ปล่อยเสียงคำรับสารภาพถึงขั้นตอนการกระทำ ความผิดของผู้ต้องหา เพื่อป้องกันพฤติกรรมเลียนแบบ ยกเว้น กรณีปล้น ฉ้อโกง ที่มีเจตนา นำเสนอ เพื่อให้ข้อมูลเตือนภัย ปกป้องสวัสดิภาพของประชาชน (นฤมล ปิ่นโต, 2559, น. 47-48) นอกจากนี้ พิเศษฐ์ ขวาลาธวัช และคณะ (2539) ได้แนะแนวทางหรือวิธีการอย่างกว้าง ๆ ในการนำเสนอเนื้อหาว่า ควรระมัดระวังการใช้ภาพประกอบที่ดูแล้วก่อให้เกิดความสมเพช สะเทือนใจ โปษณารมณ์ ยั่วอารมณ์ให้หงุดหงิด เศร้าสลดใจ เช่น ภาพผู้ถูกสังหารเลือดท่วมตัว ภาพหญิงสาวถูกข่มขืน ภาพคนแขวนคอตายลั่นห้อยแขวนโดงเตง เป็นต้น

นอกจากนี้ ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม ที่เป็นองค์กรในการทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่มวลชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความรู้ ความคิดและทัศนคติของผู้รับสาร ต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรมของสื่อมวลชนและแนวปฏิบัติการนำเสนอเนื้อหาอาชญากรรมด้วย อาทิ ผู้ประกอบวิชาชีพต้องนึกถึงสิทธิส่วนตัวและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่ไม่ทำให้บุคคลในข่าวนั้นอับอาย เป็นตัวตลก หรือรู้สึกถูกซ้ำเติม ไม่นำเสนอภาพหรือข่าวที่เกี่ยวกับการทำร้ายตนเอง การพยายามฆ่าตัวตาย การฆ่าตัวตาย ในรายการทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือแต่งขึ้น ไม่นำเสนอข่าวที่เร้าอารมณ์ ฉายภาพความรุนแรง นำหวาดเสียว อันเป็นการทำให้สาธารณชนวิตก สยองขวัญ หรือทำให้รู้สึกสมเพชเวทนา และสื่อมวลชนต้องยึดมั่นในหลักการและประเพณีปฏิบัติตามกฎหมายเกณฑ์เพื่อความดีงามและถูกต้องในการนำเสนอข้อมูลหรือข่าวต่าง ๆ ในทุกแง่มุม (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559, น. 47) อีกทั้งสื่อมวลชนยังต้องยึดแนวคิดเกี่ยวกับการรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ในการนำเสนอเนื้อหาตามองค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วย ความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อการเสนอเนื้อหา เพื่อให้ผู้รับสารได้ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ต่อการดำเนินชีวิตในสังคม รวมไปถึงต้องมีความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคมด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554, น. 13-10) ซึ่งหากสื่อมวลชนขาดการระมัดระวังและความรับผิดชอบต่อในการนำเสนอเนื้อหาความรุนแรงเหล่านี้ผ่านสื่อแล้ว จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับข่าวอาชญากรรมทั้งทางบวกและทางลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะกับผู้รับข่าวอาชญากรรมซึ่งจะขาดประสบการณ์และความรู้อย่างเพียงพอ ซึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบได้ และหากผู้ชมที่รับชมข่าวอาชญากรรมหรือการนำเสนอที่มีเนื้อหาความรุนแรงต่าง ๆ ติดต่อกัน แบบซ้ำไปซ้ำมา ก็อาจจะทำให้ผู้ชมเกิดการหมกมุ่นอยู่กับข่าวร้ายนั้น ก่อให้เกิดความเครียดที่อาจจะส่งผลกระทบต่อร่างกายอารมณ์และจิตใจ เช่น นอนไม่หลับ วิตกกังวล ซึมเศร้า ก้าวร้าว หงุดหงิด มองโลกในแง่ร้ายได้ เป็นต้น (อุบลรัตน์ ศิริยุศศักดิ์, 2547, น. 558-559)

ด้านอัตราการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นกลางต่อประเด็น จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวัน มีความเหมาะสม มากที่สุด

โดยมีทัศนคติเป็นกลาง (ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.31) จำนวนระยะเวลาในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในแต่ละข่าวมีความเหมาะสม มีทัศนคติเป็นกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และประเด็นจำนวนหรือความบ่อยครั้งในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ (การรบกวนภาพซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว มีความเหมาะสม มีทัศนคติเป็นกลาง (ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.04) ซึ่งเป็นไปตามหลักการ การคำนวณสัดส่วนในการนำเสนอข่าวอาชญากรรมในแต่ละวันที่ พิเศษฐ์ ชาวลาธวัช และคณะ (2539) กล่าวว่า ควรมีอัตราส่วนหรือจำนวนข่าวที่ไม่มากจนเกินความจำเป็น อีกทั้งความยาวของข่าวนั้น ๆ ต้องมีความเหมาะสมด้วย

ผลการศึกษาวิจัยในด้านการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม มีการรับรู้มาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีการรับรู้มากที่สุดในประเด็นสภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้ายและเต็มไปด้วยความรุนแรง (ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.17) ประเด็นที่มีการรับรู้มาก รองลงมา คือ การรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกไม่มั่นคงในทรัพย์สินของตนเองและบุคคลในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.89) และประเด็นการรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ในเวลากลางคืน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในสัดส่วนที่เท่ากัน และประเด็นการรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์และสะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก ในเวลากลางวัน มีการรับรู้มาก (ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.70) ซึ่งการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบผ่านสื่อ ทำให้เกิดการรับรู้ ตีความ และเกิดการตอบสนองที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ แนวคิดการรับรู้ (Perception) ที่สุปัญญา ไชยชาญ (2543) กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่มนุษย์ติดต่อสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยมนุษย์จะทำการตีความสิ่งแวดล้อมที่สัมผัสได้ แล้วตอบสนองกลับไปยังอย่างเหมาะสม แต่ละคนอาจจะตีความในสิ่งแวดล้อมที่เหมือนกันออกไปในทางต่าง ๆ กัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางจิตใจและความคิดของแต่ละคน (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543) และสอดคล้องกับ Schiffinan and Kanuk (1994) ที่กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่ง กระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมของโลก (Schiffinan and Kanuk, 1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ซึ่งเห็นได้ชัดผลจากการวิจัยครั้งนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคมมาก ซึ่งหมายถึง การมองสภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้ายและเต็มไปด้วยความรุนแรงหรือการมองโลกในด้านลบ มีความไม่ไว้วางใจต่อบุคคลอื่น ทำให้เกิดความกังวลใจเกี่ยวกับการเสี่ยงภัยอาชญากรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ซึ่งการรับรู้ข้อมูลอาชญากรรมจากสื่อ จากบุคคลอื่น หรือจากประสบการณ์ เกี่ยวกับความรุนแรงบ่อยครั้ง ในคดีอาชญากรรมต่าง ๆ อาจเป็นปัจจัย

สำคัญที่ส่งผลให้เกิดความหวาดกลัวอาชญากรรมได้ (Fear of crimes) (Mark and Stafford, 1983, p. 1041)

ผลการศึกษาวิจัยในด้านแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.95 หมายถึง มีการปฏิบัติบ่อยมาก โดยประเด็นที่มีการปฏิบัติบ่อยมากที่สุด คือ การล็อกประตู - หน้าต่างบ้านหรือล็อกประตูรถเสมอ เพื่อป้องกันภัยอาชญากรรม (ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.43) ประเด็นที่มีการปฏิบัติบ่อยมาก รองลงมา คือ ประเด็น การวางแผนหลีกเลี่ยงเส้นทางอันตรายที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอาชญากรรม (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งทั้งสองประเด็นนี้เป็นการป้องกันภัยอาชญากรรมเบื้องต้นที่ทำได้ด้วยตนเองไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย จึงอาจเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และมากตามลำดับ ในขณะที่และประเด็นที่มีการปฏิบัติปานกลาง คือ การมีอุปกรณ์ป้องกันตัวติดตัว หรือภายในรถ หรือภายในบ้าน เช่น มีด, ปืน, เครื่องช็อตไฟฟ้า ฯลฯ (ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.33) จะเห็นได้ว่าการวัดระดับการรับรู้ในเรื่องความปลอดภัย (Perception of safety questions) เป็นมาตรฐานในการสำรวจระดับความหวาดกลัวภัยในหลายประเทศ เช่น ระดับความกังวล (หรือความกลัว) ที่ใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกา) เกี่ยวกับอาชญากรรมเฉพาะประเภท หรือการรับรู้โอกาสที่จะตกเป็นเหยื่อ มาตรฐานแบบนี้จะแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่รับรู้ได้ด้วยตนเอง (Emily Gray Jonathan Jackson and Stephen Farrall LSE Research Online, pp.3) อีกทั้งผลการวิจัยนี้ ยังแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมในการป้องกันอาชญากรรม เช่น การป้องกันบ้าน และการป้องกันตนเอง ในระดับมากนั้น ได้บ่งบอกถึงการเกิดความหวาดกลัวอาชญากรรมผ่านการแสดงออกด้วยมิติทางพฤติกรรม (Garofalo, 1981, pp. 847 - 848) และพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติหรือความเชื่อส่วนบุคคลในการประเมินความเสี่ยงอาชญากรรม ซึ่งส่งผลให้การแสดงออกส่วนบุคคลต่อความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยง การป้องกัน การทำประกัน หรือการรวมกลุ่มทางสังคมของแต่ละคนที่แสดงพฤติกรรมแตกต่างกันด้วย (กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2559, น. 34)

แนวโน้มการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง มีความตั้งใจมาก ที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 3.82) หากจำแนกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่สุดในการรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป (ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.86) ประเด็นที่มีความตั้งใจมาก รองลงมา กลุ่มตัวอย่างจะแนะนำให้ผู้อื่นรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ค่าเฉลี่ย 3.78) แสดงให้เห็นว่ารายการข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิก

ประกอบที่มีความโดดเด่นด้านรูปแบบการนำเสนอ และสามารถช่วยอธิบายเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น ยังคงเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ครองใจกลุ่มตัวอย่างให้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปอีกในอนาคต

5.4 อภิปรายสมมติฐานการวิจัย

5.4.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย ($\bar{X} = 2.60$) มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าเพศหญิง ($\bar{X} = 2.39$) กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความสนใจในการรับรู้ข่าวสาร ในด้านของความคิด ค่านิยมและทัศนคติ จึงทำให้มีความสนใจเกี่ยวกับข่าวอาชญากรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรงมากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับ แนวคิดลักษณะทางประชากรที่ ปรมา สตะเวทิน (2533) ได้กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างเพศ ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมของการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่ได้กล่าวว่า เพศชายผู้และเพศหญิงมีความแตกต่างกันในด้านการรับรู้ข่าวสาร ด้านการใช้ชีวิต และการประยุกต์ใช้ในชีวิตรประจำวัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 อ้างถึงใน วศิน สันทรณ์, 2557) ในขณะที่ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความถี่การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000 โดยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 2.68$) มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{X} = 2.36$) อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ การศึกษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้ชมอย่างมาก ตลอดจนทำให้มีความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาสูง มักมีความสนใจในการรับชมและมีความสามารถในการแยกแยะความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบองค์ประกอบที่แตกต่างกันของสิ่งต่าง ๆ มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า สอดคล้องกับ สเตเนอร์ ที่ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูง มักจะมีการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไป หรือสถานการณ์ในสังคมที่มากกว่า ยิ่งบุคคลมีระดับการศึกษาสูง ก็จะมีการเปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้น (สเตเนอร์ อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 47) รวมไปถึง ปรมา สตะเวทิน (2546) ที่ได้กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้และ

ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป และโดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูง มักใช้สื่อมวลชนหลากหลายแขนงมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากปัจจัยการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไปอีกด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 114-116) นอกจากนี้ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.66$) มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท ($\bar{X} = 2.32$) และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 2.37$) อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ($\bar{X} = 2.64$) มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/เจ้าหน้าที่บริษัท ($\bar{X} = 2.32$) อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542) ที่ได้กล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความสนใจในการรับข้อมูล ข่าวสาร และพฤติกรรมในการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 44 - 48) และการรับชมของผู้ชมที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.66$) และอาชีพรับจ้าง ($\bar{X} = 2.64$) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มอาชีพดังกล่าว ซึ่งเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงในการแบกรับความมั่นคงทางด้านการรายได้และความมั่นคงทางชีวิตมากกว่าอาชีพอื่น มักมีความสนใจที่จะหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นแสวงหาความรู้และความเคลื่อนไหวประจำวันที่อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางด้านอาชีพและรายได้ของตนเองอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า อาชีพเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสนใจในการรับชม มักมีอิทธิพลต่อการดูแลตัวเอง รวมไปถึงการค้นหาค้นพบประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้วยเช่นกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง โดย วลัยลักษณ์ ธาวรรคค์สุธิ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2562) ที่ได้สรุปผลการวิจัยว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง

5.4.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.001 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ($r = 0.163$) กล่าวคือ ผู้ที่มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมาก จะมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกในภาพรวม

ไปในเชิงบวก และผู้ที่มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบน้อย จะมีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกใน ภาพรวมไปในเชิงลบ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ การก่อเกิดทัศนคติ (Attitude formation) ส่วนใหญ่เกิดจากการรับรู้หรือเรียนรู้ ซึ่งการก่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ อาจได้รับอิทธิพลมาจากสื่อมวลชน พ่อแม่ พี่น้อง และญาติ หรืออาจเปลี่ยนแปลงไปโดยอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล (ธีระพร อุวรรณโณ, 2535, หน้า 5/1) ดังนั้น ความถี่หรือความบ่อยครั้งของผู้ชมที่ได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบผ่านสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ก็จะสะท้อนให้เห็นถึงการก่อเกิดทัศนคติในด้านใดด้านหนึ่ง ยิ่งผู้ชมมีความถี่หรือความบ่อยครั้งในการรับชมมาก ยิ่งชี้ให้เห็นได้ชัดว่า ผู้ชมมีความชื่นชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อการได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ในทางกลับกัน หากผู้ชมไม่ชอบหรือมีทัศนคติที่เป็นลบต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ก็จะมีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบน้อย สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียวของ ธีระพร อุวรรณโณ ที่ได้อ้างอิงถึงแนวคิดของ เป็ม (Pem, 1970, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) ฟิชบายน์และไอเซ็น (Fishbein & Ajzen, 1975, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) อินสโก (Insko, 1967) และเธอสโตน (Thurstone, 1959, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 4) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกในทางบวก ทางลบ ทั้งบวกและลบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Milton Rokeach (1972) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติทำให้เกิดปฏิกิริยาโต้ตอบที่แสดงออกมามีแนวโน้มไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น สนับสนุนหรือคัดค้าน ชอบหรือไม่ชอบ หรือรู้สึกเฉย ๆ รวมไปถึงยังสอดคล้องกับ กิติมา สุรสุนธิ (2548) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitudes) เป็นการรับรู้ เป็นความรู้สึกนึกคิด หรืออาจเป็นความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล (กิติมา สุรสุนธิ, 2548, น. 83)

หากพิจารณาทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่าการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ($r = 0.333$) รองลงมา คือ ด้านอัตราการนำเสนอ ($r = 0.183$) และด้านเนื้อหา ($r = 0.118$) ตามลำดับ กล่าวคือ ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชมบ่อยมาก (ทุกวัน) เกิดจากความรู้สึกชื่นชอบหรือทัศนคติที่เป็นบวกในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในด้านของรูปแบบการนำเสนอ ที่สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม ด้านอัตราการนำเสนอ ที่มีจำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวัน มีความเหมาะสม และด้านเนื้อหา ที่ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ เตือนภัยแก่สังคม และมีการระบุที่มาของข้อมูลอย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ จึงเป็นเหตุผลให้

ผู้ชมกลับมารับซ้ำอย่างต่อเนื่อง (มีความถี่ในการรับชมมาก) ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติที่ดีที่มีอยู่เดิม สอดคล้องกับแนวคิดทัศนคติต่อเนื้อหาสาร (Attitude Toward Matters) ที่ กิตติมา สรุสนธิ (2548, น. 83, อ้างถึงใน อีระพร อุวรรณโน, 2535, หน้า 5/4) กล่าวว่า ทัศนคติต่อเนื้อหาสาร (Attitude Toward Matters) หรือ ความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อเนื้อหาของสาร อาจเป็นความรู้สึกในทางที่ดี หรือความรู้สึกในทางที่ไม่ดีก็ได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ ผู้รับสารมักเลือกรับข้อมูลข่าวสารตามที่มีความสนใจ และมีความสอดคล้องกับทัศนคติของตนที่มีอยู่แต่เดิมอยู่แล้ว อีกทั้งยังสอดคล้องกับการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้า ทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร โดย นันทวรรณ ควรจร (2558) ที่ได้กล่าวว่า การเปิดรับชมรายการข่าวภาคเช้า ทาง สถานีโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ และ สอดคล้องกับอิทธิพลของรายการในสื่อใหม่ที่มีต่อมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน โดย กฤษริน รักษาแก้ว และ นันทิยา ดวงกุ่มเมศ (2560) ที่ได้กล่าวว่า ในด้านของปริมาณการรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการมาก มีความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ และมุมมองต่อโลก แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.4.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.000 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ($r = 0.225$) กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงบวก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในระดับปฏิบัติบ่อย และผู้ที่มีทัศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงลบ จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในระดับปฏิบัติน้อย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ ทัศนคติที่เกิดขึ้นหลังการรับชมการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมภายหลังการรับชมอย่างเห็นได้ชัด โดยภายหลังการรับชมผู้ชมที่มีทัศนคติที่เป็นบวก จะสามารถคัดกรองข่าวสารที่เป็นประโยชน์ใน

การระงับภัยอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น และนำประสบการณ์เหล่านั้นที่ได้รับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตอย่างระมัดระวัง และรอบคอบมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดขององค์ประกอบของทัศนคติในด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) ที่ธีระพร อุวรรณโณ (2528) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติอาจทำให้มีความพร้อมหรือมีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม (ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 3) และแนวคิดทัศนคติสัมพันธ์กับพฤติกรรม ที่มีนักจิตวิทยาที่สนับสนุนแนวความคิดนี้เห็นว่า ทัศนคติสัมพันธ์กับแบบแผน (Pattern) ของพฤติกรรมมากกว่าจะสัมพันธ์กับพฤติกรรมหนึ่งพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ (Ajzen & Fishbein, 1977, Campbell, 1963, Doob, 1947, Thurstone, 1931, Title & Hill, 1967, อ้างถึงใน ธีระพร อุวรรณโณ, 2528, น. 6) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component or actions) ที่ อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component or actions) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ ซึ่งเป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่มี เป็นการแสดงออกทางวาจา และกริยาต่อสิ่งเร้าที่กำหนดให้เป็นการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่มีทัศนคติ โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใด ๆ ต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีทัศนคติ ความเข้าใจ ความรู้สึก หรือมีความคิดที่แตกต่างกัน (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2537, น. 23) และยังสอดคล้องกับ กิติมา สุรสุนธิ (2548) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitudes) เป็นการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง อาจเป็นความคิดเห็น หรือความรู้สึก ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล (กิติมา สุรสุนธิ, 2548, น. 83) และสอดคล้องกับ Roger (1978) ที่กล่าวว่า ทัศนคติเป็น ความคิดของบุคคลนั้น ๆ ที่รู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่ส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ (Roger, 1978, pp. 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 122) รวมไปถึง Schiffman & Kanuk (1994) ที่ได้กล่าวว่า ทัศนคติทำให้เกิดความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 657)

ซึ่งหากพิจารณาจากข้อคำถามในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ จะเห็นได้ชัดว่า ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ผู้ชมจะความหวาดกลัวอาชญากรรม และเกิดพฤติกรรมในการระมัดระวังตนในการใช้ชีวิตมากยิ่งขึ้นตามมาภายหลัง โดยผู้ชมมักจะติดตั้งล็อกพิเศษที่ประตูบ้าน หรือรั้วลวดหนาม หรือเศษกระຈกบนกำแพงบ้าน และเมื่อเดินทางในช่วงเวลากลางคืน มักโทรศัพท์บอกครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อน หรือญาติ เพื่อให้ทราบว่าได้เดินทางถึงที่หมายอย่างปลอดภัย รวมไปถึงผู้ชมส่วนใหญ่จะไม่สวมทรัพย์สินมีค่า หรือไม่พกเงินสดจำนวนมากติดตัว

เมื่ออยู่ในที่สาธารณะ หรือเมื่อเดินทางร่วมกับคนแปลกหน้า ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการรับชม มีระดับในการปฏิบัติบ่อยครั้งที่สุด (ตามลำดับ) จะเห็นได้ว่าความหวาดกลัวอาชญากรรมที่วัดได้จาก ระดับของแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน เป็นปฏิกิริยาตอบโต้ต่ออาชญากรรมที่ อาจเกิดขึ้น จึงสรุปได้ว่า หลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ทำให้ผู้ชมที่มี ทศนคติที่เป็นบวกต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มักมีแนวโน้มในการปฏิบัติตนในการ ใช้ชีวิตอย่างระมัดระวังเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจตีความได้ว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เมื่อเห็นภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ต่าง ๆ จึงทำให้เกิดความหวาดกลัวหรือการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม (Fear of Victimization) โดยอาจเรียกย่อ ๆ ว่า “ความหวาดกลัวอาชญากรรม หรือ Fear of crimes” (Mark and Stafford, 1983, p. 1041)

ในขณะเดียวกัน ผู้ชมที่มีทัศนคติที่เป็นลบ อาจไม่เห็นด้วยและรับชมข่าวสารเพียง เพื่อตอบสนองความอยากรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นประจำวันเท่านั้น และไม่ได้เกิดความ หวาดกลัวอาชญากรรมเกินกว่าความเป็นจริง เนื่องจากเกิดความคุ้นชินต่อการนำเสนอข่าวที่มีความ รุนแรง จึงเพิกเฉยในการปฏิบัติตน เพื่อระมัดระวังหรือป้องกันภัยอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งการ เพิกเฉยต่อการนำเสนอข่าวอาชญากรรมและภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่เต็มไปด้วยความรุนแรงนี้ นำไปสู่การนำเสนอข่าวที่เกินขอบเขตของจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนมากขึ้นใน ปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ มีความเพิกเฉยต่อการนำเสนอข่าวที่มีความรุนแรง และให้น้ำหนักใน การนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากขึ้น มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่เป็นกระแส สังคม มากกว่าข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม และสร้าง เรตติ้ง ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดในการดึงเม็ดเงินโฆษณาให้กับสถานีโทรทัศน์ได้อย่างมากมายมหาศาล อีกทั้ง การเพิกเฉยต่อการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ที่มีการจำลองเหตุการณ์ให้เห็น ถึงวิธีการก่อเหตุต่าง ๆ ทำให้สื่อมวลชนยังคงนำเสนอบ่อยครั้ง ซ้ำ ๆ ในทุกวัน ซึ่งอาจเป็นเหตุให้เกิด พฤติกรรมการเลียนแบบอาชญากรรมที่ทำให้เกิดภัยอาชญากรรมตามมาภายหลังได้ ดังนั้น สื่อมวลชน ควรตระหนักถึงการนำเสนอข่าวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยคัดกรองข่าวสารและนำเสนอเนื้อหา ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และมีความเหมาะสม ภายใต้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน มี ความรับผิดชอบต่อการนำเสนอ เพื่อให้ผู้ชมได้ความรู้ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ต่อการดำเนินชีวิตใน สังคม นอกจากนั้นสื่อมวลชนควรมีความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น โดยสื่อมวลชนต้อง คำนึงถึงการนำเสนอเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าว บุคคลที่ตกเป็นข่าว รวมถึง ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับผลประโยชน์ของสังคม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 13-10) รวมไปถึงสื่อมวลชนควรมีการคำนึงถึงหลักจริยธรรมและแนวปฏิบัติการนำเสนอเนื้อหาอาชญากรรมเป็น สำคัญในการนำเสนอข่าว หรือ การรายงานประเด็นอาชญากรรม โดยต้องไม่ทำให้ประชาชนตกใจเกิน กว่าเหตุ ไม่สร้างผลกระทบต่อกระบวนการยุติธรรม ไม่ยั่วยุให้เกิดการประกอบอาชญากรรม ทำให้ เกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรือก่อความไม่สงบขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2559, น. 47)

จากผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับ ความรู้สึกหวาดกลัวอาชญากรรมของผู้สูงอายุในเขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร ของปวันตา บุญพันธ์ (2557) ซึ่งกล่าวว่า ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นด้านการป้องกันอาชญากรรม อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้สูงอายุมีการติดตั้งหรือใช้อุปกรณ์ป้องกันคนบุกรุกเข้ามาภายในบ้าน ด้านความเสี่ยงต่อการตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม โดยรวมแล้วผู้สูงอายุมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้สูงอายุไม่สวมใส่ของมีค่าเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ รองลงมาผู้สูงอายุไม่พกเงินสดติดตัวไว้เป็นจำนวนมาก รวมไปถึงระดับความรู้สึกหวาดกลัวต่ออาชญากรรมของผู้สูงอายุโดยรวม ผู้สูงอายุมีความรู้สึกกลัว ในระดับมาก พบว่า ผู้สูงอายุมีความกังวลว่าจะมีเรื่องไม่ดีเกิดขึ้นกับตนเอง รองลงมา ผู้สูงอายุรู้สึกกังวลเกี่ยวกับชีวิตข้างหน้า ไม่กล้าออกจากบ้านในเวลากลางคืน และผู้สูงอายุ ไม่กล้าอยู่บ้านตามลำพัง

หากพิจารณาทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ($r = 0.329$) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา ($r = 0.191$) และด้านอัตราการนำเสนอ ($r = 0.190$) ตามลำดับ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.000 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ($r = 0.274$) กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงบวก จะมีความตั้งใจที่จะรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตมาก และผู้ที่มีทัศนคติต่อชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในภาพรวมไปในเชิงลบ จะมีความตั้งใจที่จะรับชมชาวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตน้อย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ ยิ่งผู้ชมมีทัศนคติที่ดีต่อภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ก็จะมีแนวโน้มความตั้งใจในการรับชมภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ในอนาคตมาก โดยส่วนใหญ่ผู้ชมจะมีทัศนคติที่ดีในด้านการนำเสนอ ซึ่งมองว่าภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม สื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี และมุมมองที่ดีต่อด้านอัตราการนำเสนอ ซึ่งมองว่าจำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวัน มีความเหมาะสม รวมไปถึงในด้านเนื้อหา ที่มองว่า

ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์และความประทับใจในการรับชมภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ให้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะรับชมภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ต่อไป และมีความตั้งใจในการแนะนำให้ผู้อื่นรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในอนาคต

สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้า ทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดย นันทวรรณ ควรขจร (2558) ที่กล่าวว่า ทศนคติที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ที่รับชมเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวภาคเช้าทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับชมและทศนคติที่มีต่อรายการข่าวไทยรัฐทีวี โดย รัชตวรรณ โพชนุกูล (2557) ที่กล่าวว่า ทศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี พบว่า ทศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีหมายความว่าผู้ชมที่รับชมรายการข่าวทางไทยรัฐทีวีส่วนใหญ่มีทศนคติเชิงบวก

เมื่อพิจารณาทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในแต่ละด้าน พบว่า ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านที่มีระดับความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ($r = 0.527$) รองลงมา คือ ด้านอัตราการนำเสนอ ($r = 0.223$) และด้านเนื้อหา ($r = 0.220$) ตามลำดับ

5.4.4 สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multistage Regression Analysis) คือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านอัตราการนำเสนอ) พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอ ทศนคติด้านเนื้อหา และการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ส่งผลต่อ ตัวแปรตาม คือ การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.001

เมื่อพิจารณาค่า Beta พบว่า ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านรูปแบบการนำเสนอ ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม มากที่สุด ที่ค่า Beta เท่ากับ 0.318 รองลงมา คือ ทศนคติต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ด้านเนื้อหา มีค่า Beta เท่ากับ 0.139 และน้อยที่สุด คือ การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีค่า Beta เท่ากับ 0.113 ตามลำดับ

กล่าวคือ ผู้ชมส่วนใหญ่ที่ได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีทัศนคติในเป็นบวกต่อด้านรูปแบบการนำเสนอ และด้านของเนื้อหา โดยทัศนคติที่เกิดขึ้นนี้ เป็นผลมาจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความหมายของแต่ละบุคคล สอดคล้องแนวคิดเรื่อง การเกิดของทัศนคติ (Attitude formation) ที่ธีระพร อูวรรณโณ (2535) กล่าวไว้ว่า ทศนคติส่วนใหญ่เกิดจากการรับรู้หรือเรียนรู้ ซึ่งการก่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ อาจได้รับอิทธิพลมาจากพ่อแม่ พี่น้อง และญาติ หรืออาจเปลี่ยนแปลงไปโดยอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล รวมไปถึงอิทธิพลของสื่อสารมวลชนด้วย (ธีระพร อูวรรณโณ, 2535, หน้า 5/1) ซึ่งการส่งสารของสื่อสารมวลชนเหล่านี้ อาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องที่คนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคย (ธีระพร อูวรรณโณ, 2535, หน้า 5/3 – 5/4) และทัศนคติที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบนั้น ยังส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม ซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่ที่มีทัศนคติเชิงบวกในด้านการนำเสนอ จะมีความสนใจและติดตามการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ และชื่นชอบรูปแบบการนำเสนอที่สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี และในส่วนของด้านเนื้อหา ผู้ชมส่วนใหญ่มองว่า ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น ถึงแม้จะมีเนื้อหาจากภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรุนแรง ที่ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคมที่โหดร้ายเกินกว่าความเป็นจริง แต่เนื้อหานี้ก็เป็นข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ในการให้ความรู้ เตือนภัยแก่สังคม และทำให้ตระหนักถึงการป้องกันตนจากเหตุอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องแนวคิดเรื่อง การรับรู้ (Perception) ว่าเป็นกระบวนการในการตีความหมายตีความหมาย (Interpret) จากสิ่งที่เราพบเห็น มักอาศัยประสบการณ์ ซึ่ง ได้แก่ ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ภาษา ความรู้ สถานะทางสังคม บุคลิกลักษณะ ศาสนาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี อาชีพ ความต้องการ อารมณ์ เป็นต้น โดยประสบการณ์เหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และการให้ความหมาย (Meaning) ของแต่ละคน และส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2530, น. 67-68) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กรรณิการ์ สุวรรณโคตร (2528) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้เพื่อเลือกจัดประเภทและแปลความหมายของสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระตุ้นประสาทสัมผัส และแปลไปสู่การกระทำที่มีความหมาย ซึ่งการรับรู้และการแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความเชื่อ ทศนคติ

สติปัญญา จิตสำนึก วุฒิภาวะ ความตั้งใจ ความสนใจ ความรู้ ความจำ ประสบการณ์ สภาพอารมณ์ ความคาดหวัง และสัมพันธภาพกับผู้อื่น เป็นต้น และยังกล่าวอีกว่าการรับรู้ ทำให้บุคคลตระหนักถึงตนเอง บุคคลอื่น สิ่งของ และเหตุการณ์ในสิ่งแวดล้อมในโลกแห่งความเป็นจริง และมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมออกของแต่ละบุคคล (กรรณิการ์ สุวรรณโคตร, 2528, น. 467-468)

นอกจากนี้การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมากนั้น เป็นผลอันเนื่องมาจากผู้ชมมีทัศนคติที่เป็นบวกในด้านรูปแบบการนำเสนอและด้านเนื้อหา จึงทำให้ผู้ชมติดตามรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบเป็นประจำ (ทุกวัน) ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐานจะเห็นได้ว่า ยิ่งผู้ชมมีความถี่ในข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบมาก จะยิ่งทำให้มีการรับรู้สภาพสังคมที่โหดร้ายและมีความหวาดกลัวอาชญากรรมเกินกว่าความเป็นจริงตามไปด้วย หากพิจารณาในประเด็นแต่ละข้อคำถาม พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่รับรู้สภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้าย และเต็มไปด้วยความรุนแรง มากที่สุด และรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกไม่มั่นคงในทรัพย์สินของตนเองและบุคคลในครอบครัว อีกทั้งเมื่อได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบแล้ว ทำให้รู้สึกหวาดกลัวและระมัดระวังภัยอาชญากรรมเพิ่มขึ้น เมื่ออยู่ในที่สาธารณะ รวมไปถึงในเวลากลางคืนและกลางวัน มีความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ประเภทอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพักอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สรุปได้ว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม สอดคล้องกับ ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ของ George Gerbner ที่ได้อธิบายว่า โลกที่แวดล้อมด้วยตัวบุคคลมีอยู่ 2 โลก โลกแรกเป็นโลกทางกายภาพ ได้แก่ วัตถุ สิ่งของ บุคคล บรรยากาศด้านกายภาพทั้งหลายที่แวดล้อมตัวบุคคล ซึ่งเป็นโลกที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ส่วนอีกโลกหนึ่งมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น โลกทางสังคม (Social World) สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา รัฐ และสื่อมวลชน ส่งผลทำให้การรับรู้และพฤติกรรมของบุคคลแตกต่างกันออกไป โดย George Gerbner ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความรุนแรงในโทรทัศน์ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เพื่อดูปริมาณความรุนแรงที่ถูกนำเสนอผ่านกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งระหว่างปี ค.ศ.1970 ถึง 1980 ผลการวิจัยนี้นำไปสู่การนำเสนอกรอบทฤษฎี เพื่อใช้ในการอธิบายผลกระทบที่เกิดจากความรุนแรงทางโทรทัศน์ที่มีต่อความเชื่อของประชาชน และอธิบายถึงระดับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ว่าจะมีความแตกต่างกันสำหรับคนที่มีปริมาณการรับชมหรือมีความถี่ในการรับชมมาก (Heavy Viewers) กับคนที่รับชมน้อย (Light Viewers) (George Gerbner อ้างถึงใน Em Griffin, 2006, p. 388) โดยกลุ่มคนที่มีความถี่ในการรับชมดูโทรทัศน์อย่างมกนี้ จะรับรู้ความเป็นจริงต่าง ๆ ผ่านสื่อโทรทัศน์ (Perceived Reality)

และมีแนวโน้มคิดว่าตัวละครต่าง ๆ และเหตุการณ์ที่อยู่ในโทรทัศน์นั้นที่มีลักษณะเป็นเหมือนคนจริง ๆ ซึ่งเป็นถือได้ว่าเป็นการเอาความจริงในการนำเสนอผ่านโทรทัศน์มาเป็นแนวทางในการตัดสินใจแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ คนที่มีความถี่ในการรับชมโทรทัศน์มาก เมื่อเปิดรับชมโทรทัศน์ที่มีความรุนแรงมาก ก็จะตกอยู่ในอิทธิพลของอาการมองโลกอย่างเลวร้ายมากกว่าความเป็นจริง (Mean World Syndrome) และหากรับชมในปริมาณที่มากเกินไป จะก่อให้เกิดความหวาดกลัว (Fearful) และมองโลกเต็มไปด้วยความโหดร้าย (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 254-255) ซึ่งอิทธิพลและบทบาทของโทรทัศน์ดังกล่าว ได้ทำหน้าที่ “ปลุกฝัง” หรือ “สร้างโลก” ที่ไม่ตรงกับ “โลกแห่งความเป็นจริง” ให้กลายเป็น “ความเป็นจริงของบุคคล” ซึ่งหลักการปลุกฝังความเป็นจริงนี้ เป็นไปตามข้อเสนอที่ว่า “เพราะเราเชื่อว่า “มัน” (โทรทัศน์) จริง มันก็เป็นจริง” (อันเป็นตรรกะที่สวนทางกับหลักการที่ว่า “เพราะว่ามันเป็นจริง เราจึงเชื่อว่า มันจริง”) (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 256-257) ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้ เห็นได้ชัดว่าอิทธิพลของสื่อมวลชน (effects of mass media) ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากมาย โดยหากแบ่งจากคำจำกัดความของเดนนิส แมคควอล (Denis MacQuail) จะเห็นได้ว่าภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์เป็นอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นด้วยความไม่ตั้งใจหรือไม่เจตนา (unintended) โดยการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ มีวัตถุประสงค์หลัก เพียงเพื่อรายงานข้อเท็จจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีเจตนาที่จะจงใจให้ผู้ชมเกิดความหวาดกลัวแต่ประการใด แต่บางข่าวหรือบางสถานการณ์กลับมีอิทธิพลต่อความเชื่อและการรับรู้ของคนเป็นจำนวนมาก เช่น การเสนอข่าวอาชญากรรมเกี่ยวกับโจรชิงทรัพย์และทำร้ายร่างกายผู้เสียหายอย่างโหดเหี้ยมบนสะพานลอย จนทำให้ผู้ชมเกิดความหวาดกลัว ไม่กล้าเดินบนสะพานลอย และยอมเสี่ยงภัยจากการข้ามถนน เป็นต้น อิทธิพลดังกล่าวที่เกิดขึ้นโดยไม่เจตนา เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เป็นอิทธิพลที่ไม่มีการวางแผน (unplanned effect) (ความรู้เบื้องต้นสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15, น. 12-6) ซึ่งหากดูจากปฏิกิริยาของปัจเจกบุคคลที่มีจากการเปิดรับสื่อ ที่เป็นไปโดยไม่ได้วางแผนเอาไว้ล่วงหน้า หรือไม้อาจจะคาดเดาได้นี้ อาจทำให้เกิดการพฤติกรรมเลียนแบบ หรือเกิดการเรียนรู้โดยเฉพาะในเรื่องความก้าวร้าว และการก่ออาชญากรรม ซึ่งอาจทำให้เกิดผลเสียตามมา (กาญจนา แก้วเทพ และ ศิริชัย ศิริกายะ, 2531, น. 272) ในขณะเดียวกันการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ซ้ำหรือบ่อยครั้ง อาจทำให้ผู้ชมที่มีการรับชมบ่อยครั้ง (รับชมทุกวัน) เกิดความรู้สึกว่าโลกนี้เต็มไปด้วยความรุนแรง ชัดแจ้ง มองโลกในแง่ร้าย หวาดกลัวอาชญากรรม เกิดความวิตกกังวลถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตึงเครียด ซึมเศร้า เกิดความไม่ไว้วางใจ ซึ่งกันและกันในสังคม หรือบางครั้งก็เกิดหลบหนีสังคม หรือหลบหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง (Escape from the reality) นอกจากนี้ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ที่มีความรุนแรงอาจมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ในการเลียนแบบการกระทำผิด และส่งผลให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กและเยาวชนได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554, น. 12-27)

ผลจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง การเปิดรับโทรทัศน์และการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของนักศึกษาหญิง โดย พงษ์ วิเศษสังข์ (2558) ที่กล่าวว่า ความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคม และสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง โดย จิตราภาณ สุร้อยโสภาเจริญ (2562) ที่กล่าวว่า อิทธิพลจากสื่อมีอิทธิพลต่อความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อีกทั้งยังสอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของรายการในสื่อใหม่ที่มีต่อมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน โดย กฤษริน รักษาแก้ว และ นันทิยา ดวงภุมเมศ (2560) ที่กล่าวว่า ในด้านปริมาณการรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการมาก มีความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการ และมุมมองต่อโลกแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการรับชมรายการน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความคิดเห็นต่อเนื้อหารายการมีความสัมพันธ์กับมุมมองต่อโลกของเด็กและเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05

5.5 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.5.1 จากผลการศึกษาวิจัยในด้านการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ พบว่า ช่องทางในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี ช่อง 34 ในสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งการรับชมในช่องทางออนไลน์ส่วนใหญ่ นอกจากจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ในช่วงอายุ 31-40 ปี ยังมีผู้ชมที่อยู่ในกลุ่มที่เป็นเด็กและเยาวชนรวมอยู่ด้วย ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการคัดกรองการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบที่มีความรุนแรง เพื่อป้องกันการเกิดพฤติกรรมเลียนแบบของเด็กและเยาวชนที่อาจรู้เท่าไม่ถึงการณ์ได้

5.5.2 จากผลการวิจัย พบว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ดังนั้นหากสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวในด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และอัตราในการนำเสนอ และเพิ่มการนำเสนอข่าวเชิงบวกที่เป็นประโยชน์ให้มีความหลากหลายและเกิดความสมดุล จะยังทำให้ผู้ชมมีทัศนคติที่เป็นบวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์องค์กร และช่วยปรับเปลี่ยนภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบันให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืนได้ในอนาคต

5.5.3 จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่เมื่อได้รับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ก็จะทำให้เกิดความหวาดกลัวอาชญากรรมและเกิดพฤติกรรมในการระมัดระวังตนในการใช้ชีวิตมากยิ่งขึ้น และหากดูจากจำนวน

คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามหรือกลุ่มตัวอย่าง แยกเป็นรายชื่อ ผู้ชมจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติหรือมีมุมมองที่เป็นลบต่อภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) โดยรู้สึกว่าการจำลองเหตุการณ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการก่อเหตุหรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง การทำร้ายตนเอง การฆ่าตัวตาย ก่อให้เกิดความสับสน อนาคตเลียว เศร้าสลดใจ มีเนื้อหาที่บิดเบือนข้อเท็จจริงหรือสร้างเรื่องราวเกินความเป็นจริง และก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบหรือเกิดแรงจูงใจในการก่อคดีอาชญากรรม ดังนั้น สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34) ต้องเพิ่มความระมัดระวังการนำเสนอภาพข่าวที่มีความรุนแรงที่มุ่งเน้นกระตุ้นอารมณ์ ดึงดูดความสนใจ เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม และผลประโยชน์ทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว “อย่าให้คุณค่ากับเรตติ้งมากกว่าจรรยาบรรณสื่อมวลชนที่ควรจะมี” สื่อมวลชนควรตระหนักถึงการพัฒนาคุณภาพของเนื้อหาข่าว รวมไปถึงภาพกราฟิกจำลองการณ์ ให้อยู่ในขอบเขตของจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเหมาะสม และควรตระหนักถึงความรับผิดชอบในการนำเสนอ รวมไปถึงความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อให้ผู้ชมได้ความรู้ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในสังคมอย่างแท้จริง

5.5.4 จากผลการวิจัย พบว่า การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ (ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ ด้านอัตราการนำเสนอ) มีอิทธิพลต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม จะเห็นได้ว่า การนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพประกอบมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ชมมีมุมมองต่อโลกในแง่ร้ายเกินกว่าความเป็นจริง และเกิดความหวาดกลัวอาชญากรรม ดังนั้น องค์กรสื่อมวลชน ควรมีการบังคับใช้กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในการกำกับดูแลกันเองของสื่อมวลชน (media self-regulation) ที่เข้มงวด เพื่อให้เกิดคุณภาพในการนำเสนอข่าวมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรหาทางออกร่วมกันกับผู้ซื้อโฆษณา ที่ยังคงพิจารณาการซื้อโฆษณาจากเรตติ้งอยู่ ควรรณรงค์ในการสร้างค่านิยมใหม่ในการสนับสนุนการรับชมสื่อที่ดีและมีคุณภาพต่อสังคมเป็นหลัก ซึ่งการร่วมมือกัน จะสามารถพัฒนาคุณภาพสื่อให้ดีขึ้นและทำให้คุณภาพชีวิตของคนไทยดียิ่งขึ้นตามไปด้วยในอนาคต

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.6.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป สามารถใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรืออาจใช้การ

สนทนาแบบกลุ่ม การสนทนากลุ่ม (Focus group) การสังเกตการณ์ภาคสนาม (Observation) ควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งในมิติเชิงกว้างและลึก เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และพัฒนางานในด้านต่าง ๆ ได้อย่างตรงจุดมากขึ้น

5.6.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ และกลุ่มตัวอย่างที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ศึกษาในกลุ่มคนที่มีช่วงอายุอยู่ใน Gen B, GEN X, GEN Y, GEN Z เป็นต้น ทั้งนี้การศึกษาเฉพาะกลุ่ม จะทำให้เห็นความชัดเจนของข้อมูลของคนกลุ่มนั้น ๆ อย่างละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยให้สามารถต่อยอดงานวิจัยให้ตรงกับวัตถุประสงค์หรือตรงเป้าหมายของงานวิจัยได้ดียิ่งขึ้น

5.6.3 ควรศึกษาลงลึกรายละเอียดไปถึงการสร้างสรรค์และพัฒนากาแฟประเภทอื่น ๆ เพื่อนำไปวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย รวมไปถึงข้อควรระวังด้านเนื้อหา และด้านอื่น ๆ ที่พึงปฏิบัติภายใต้จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน เพื่อนำแนวทางที่ประโยชน์ไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพในการนำเสนอข่าว รวมไปถึงภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมและเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุดต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กิตติ สิงหาปัด. (2554). *การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 6-10*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และศิริชัย ศิริกายะ. (2531). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ธรรมกลการพิมพ์.
- ชนะพัฒน์ พนมวัน ณ อยุธยา. (2555). *ความเข้าใจสื่อดิจิทัล ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวิดีโอ (Video)*. (ม.ป.พ.)
- ชัยยุทธ โชติบาล. (2542). *ข่าวอาชญากรรมรายวันแห่งข่าวสาร*. ในหนังสือครบรอบ 20 ปี 20 ตุลาคม 2542. ชมรมนักข่าว - ช่างภาพ อาชญากรรม. (ม.ป.ท.).
- ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสงค์. (2521). *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ฐิตแก้ว ศรีสด. (2540). *คอมพิวเตอร์กราฟิกส์*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2554). *แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-5 (ฉบับปรับปรุง)*, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน. (2558). *การผลิตรายการข่าว ในเอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์เบื้องต้น หน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ดารา แพรรัตน์. (2538). *การผลิตและการใช้มัลติมีเดียเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดร.ณิ หิรัญรักษ์ และคณะ. (2558). *จริยธรรมสื่อ*. กรุงเทพฯ: บริษัท จรัสสินทวงศ์การพิมพ์ จำกัด.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *เทคโนโลยีมัลติมีเดีย*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์คอนซัลท์.

- ธาม เชื้อสถาปนศิริ และแอมนาสตี. (2559). *คู่มือการรายงานข่าวอาชญากรรมและกระบวนการยุติธรรม*. กรุงเทพฯ: องค์การแอมนาสตี อินเตอร์เนชันแนล ประเทศไทย. (เอกสารอัดสำเนา)
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2535). *จิตวิทยาสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- นรินทร์ นำเจริญ. (2549). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นฤมล ปิ่นโต. (2559). *การผลิตรายการโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: บริษัท จรัสสินทวงศ์การพิมพ์ จำกัด.
- นาฏยา ตนานนท์. (2546). *การรายงานข่าว*. กรุงเทพฯ: มิตรภาพ.
- นันทริกา คุ่มโพธิ์จันทร์. (2542). *ข่าวอาชญากรรม ควรให้สีสันหรือสร้างสรรค์*. ในหนังสือ *ครบรอบ 20 ปี 20 ตุลาคม 2542. ชมนนกันข่าว - ช่างภาพ อาชญากรรม*. (ม.ป.ท.).
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพการพิมพ์.
- ประชัน วลธิโก. (2519). *หลักการเขียนข่าว* (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2550). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). *พฤติกรรมมองการณ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์. (2531). *ทัศนคติ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พิศิษฐ์ ขวาลาวัช และคณะ. (2539). *การรายงานข่าวชั้นสูง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- พิศิษฐ์ ขวาลาวัช และคณะ. (2543). *การรายงานข่าวชั้นสูง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลยู.
- ไพศาล โมลิสกุลมงคล. (2550). *คอมพิวเตอร์กราฟิกส์*. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- ภทิรา สารการบริรักษ์. (2557). *ผู้ประกาศและการใช้เสียงทางวิทยุและโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาคภูมิ วรรณภา. (2554). *การเขียนข่าวเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*.

- นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยงยุทธ์ รักษาศรี และ ตรุณี หิรัญรักษ์. (2530). *การข่าวและบรรณาธิการ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2531). *พจนานุกรมเฉลิมพระเกียรติ พุทธศักราช 2530*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์
- รัตน์ดี นาควนิช. (2547). *การรายงานข่าวเฉพาะด้าน*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สนั่น ปัทมะทิน. (2520). *ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน (อังกฤษ-ไทย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมควร กวียะ. (2548). *การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ ลิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โกสินทร์.
- สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรรพสิริ วีรศิริ. (2531). *การบริหารงานด้านข่าวทางวิทยุโทรทัศน์, การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ หน่วยที่ 8 - 15*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สหศักดิ์ กลิ่นสุวรรณ. (2548). *การผลิตรายการโทรทัศน์สมัยใหม่สไตล์อเมริกัน Modern Television Production American Style*. กรุงเทพฯ: First of August group.
- สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ และ สมหมาย ปาจิณดัด. (2547). *จริยธรรมและกฎหมายสื่อมวลชน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- สุกัญญา บุณเดชาชัย. (2549). *การสื่อสารมวลชน แนวคิด ทฤษฎีและสถานการณ์ในประเทศไทย*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุกัญญา ตีระวนิช. (2537). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 8-15*. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). *เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ (คู่มือสำหรับนักวิจัยและนักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก)* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: หจก. สามลดา.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สุภา ศิริมานนท์. (2530). *จริยธรรมของหนังสือพิมพ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อักษรสาส์น.

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2561). หลักและเทคนิคงานข่าว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). การสื่อข่าว หลักเทคนิค (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือ
สวนสุนันทา.
- เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. (2536). หน่วยที่ 5 ภาวะผู้นำ ประมวลสาระชุดวิชาทฤษฎี และแนวปฏิบัติใน
การบริหารการศึกษา หน่วยที่ 5-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธิ์ พัฒนา จำกัด.
- วสันต์ อดิศักดิ์. (2533). การผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: โอเดียน สโตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชนวัฒนธรรมและสังคม. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อนุชา เสรีสุชาติ. (2548). การบริหารการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์
และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรนุช เลิศจรรยาภักย์. (2553). หลักการเขียนโทรทัศน์. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรธรณ ปิณฑน์โอวาท. (2537). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). การออกแบบสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์.

หนังสือแปล

- Kent Wertheim and Ian Fenwick, Digimarketing. (2551). เปิดโลกนิมิตเดียวและการตลาด.
(ณงลักษณ์ จารุวัฒน์ และ ประภัสสร วรณสฤตย์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
(ต้นฉบับพิมพ์ปี 1949)

วิทยานิพนธ์

- กฤษริน รักษาแก้ว และ นันทิยา ดวงภุมเมศ. (2560). อิทธิพลของรายการในสื่อใหม่ที่มีต่อมุมมองต่อ
โลกของเด็กและเยาวชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันวิจัยภาษา และ
วัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรม

เพื่อการสื่อสารและการพัฒนา.

- จิตรภาณุ สร้อยโสภณเจริญ. (2562). ความหวาดกลัวอาชญากรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่ง. มหาวิทยาลัยบูรพา, รัฐประศาสตร์, สาขาการบริหารงาน ยุติธรรมและสังคม.
- ทัฬหาค สีนพลผล. (2559). ความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมของประชาชนที่เกี่ยวกับคดีประเภท อุกฉกรรจ์และละเมิดขวัญในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลท่าข้าม กรุงเทพฯ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). มหาวิทยาลัยรังสิต, รัฐประศาสตร์, สาขาอาชญาวิทยาและการบริหารงานยุติธรรม.
- ธรรพ์ วรณันท์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติความรับรู้ความเข้าใจเนื้อหาในรายการข่าวที่ใช้ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟิกประกอบการนำเสนอ : กรณีศึกษารายการข่าวช่องทีวีดิจิทัล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขานโยบายและการบริหารดิจิทัล วิทยาลัยนวัตกรรม.
- นันทวรรณ ควรขจร. (2558). การเปิดรับ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อรายการข่าวภาคเช้า ทางสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วารสารและสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหาร สื่อสารมวลชน.
- นิภาพร รุ่งสว่าง. (2551). ทศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ส่วนผสมของคอลลาเจน. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การจัดการฯ.
- ปวันตา บุญพันธ์.(2557).การศึกษาความรู้สึกหวาดกลัวอาชญากรรมของผู้สูงอายุในเขต ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สังคมสงเคราะห์, สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรม.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2558). การเปิดรับโทรทัศน์และการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของนักศึกษาหญิง. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, นิเทศศาสตร์, ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อ ที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชตวรรณ โพนกุล. (2557). การเปิดรับชมและทัศนคติที่มีต่อรายการข่าวทางไทยรัฐทีวี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วารสารและสื่อสารมวลชน.
- เลอพร ศุภสร. (2562). การเปิดรับข่าวอาชญากรรมของเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณี: สถาน พิณิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติ). มหาวิทยาลัยรังสิต, รัฐประศาสตร์, สาขาอาชญาวิทยาและการบริหารงานยุติธรรม.

- วศิน สันทรณ์. (2557). *ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ระดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต.
- วลัญช์ลักษณ์ ถาวรศักดิ์สุธี, กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2562). *พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การบริหารและจัดการ.
- สุรชาติ องค์กรธรรม. (2543). *การใช้กราฟิกในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สวาทรี พรหมสิทธิ์. (2558). *การเปิดรับ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรมในการแบ่งปันข้อมูลทางเฟซบุ๊กของเจเนอเรชันวายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

เอกสารอื่น ๆ

- ว่าที่ ร.ต.อ. เขตคงรัฐ ธรรมสัตย์. (2563). *สถิติคดีอาญา (คดี 4 กลุ่ม) เปรียบเทียบทั่วประเทศ*. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.
- กองวิจัย สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2559). *รายงานการวิจัยการสร้างเครื่องมือวัดความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม: การสร้างเครื่องมือวัดความหวาดกลัวภัยอาชญากรรม*.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กองแผนงานอาชญากรรม สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ (ผอ.ยศ.ตร.). (2562). *สถิติคดีฯ*. สืบค้นจาก <http://pitc.police.go.th/dirlist/dirlist.php?dir=/crimes>
- เกศินี. (2553, 11 มิถุนายน). *จรรยาบรรณสื่อสารมวลชน [บล็อก]*. สืบค้นจาก http://kesineelak.blogspot.com/2010/06/blog-post_11.html
- จรวพร ธรณินทร์. (2554). *ความหมายและหลักการของคุณธรรม ศีลธรรม จริยธรรม*. สืบค้นจาก <http://www.charuaypontorranin.com/index.php?lay=show&ac=article&id=5375>
- 831
- ชานนท์ เกษมวรรณกร. (2555). *เทคโนโลยี VIRTUAL STUDIO งาน BOI FAIR 2011*. กรุงเทพฯ:

สืบค้นจาก <http://janonkas-arti3319.blogspot.com/2012/02/virtualstudio-boi-fair-2011.html>

ชินกฤต อุดมลาภไพศาล. (2557). *คอนเทนต์รายการดี กราฟิกทีวีสำคัญไฉน*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/580354>

ธีระพร อูวรรณโณ. (2528). *การวัดทัศนคติ : ปัญหาในการใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม*.

วารสารครุศาสตร์. สืบค้นจาก

<https://issuu.com/165070/docs/>

พลอย วงษ์วิไล. (2020). *ระวัง เสพข่าวมากเกินไป อาจส่งผลร้ายต่อสุขภาพจิต*. สืบค้นจาก

<https://hellokunmor.com/%e0%b8%aa%e0%b8%b8%e0%b8%82%e0%b8%a0%e0%b8%b2%e0%b8%9e%e0%b8%8a%e0%b8%b5%e0%b8%a7%e0%b8%b4%e0%b8%95%e0%b8%97%e0%b8%b5%e0%b9%88%e0%b8%94%e0%b8%b5/%e0%b8%aa%e0%b8%b8%e0%b8%82%e0%b8%a0%e0%b8%b2%e0%b8%9e%e0%b8%88%e0%b8%b4%e0%b8%95/%e0%b9%80%e0%b8%aa%e0%b8%9e%e0%b8%82%e0%b9%88%e0%b8%b2%e0%b8%a7%e0%b8%a1%e0%b8%b2%e0%b8%81%e0%b9%80%e0%b8%81%e0%b8%b4%e0%b8%99%e0%b9%84%e0%b8%9b-%e0%b8%ad%e0%b8%b1%e0%b8%99%e0%b8%95%e0%b8%a3%e0%b8%b2%e0%b8%a2-%e0%b8%aa%e0%b8%b8%e0%b8%82%e0%b8%a0%e0%b8%b2%e0%b8%9e%e0%b8%88%e0%b8%b4%e0%b8%95/>

วสิน บุรณเหตุ. (2552). *สตูดิโอเสมือน เว็บบคมข่าว*. กรุงเทพฯ: สืบค้นจาก

<http://www.positioningmag.com>

สยามรัฐ. (2561). *เปิดสถิติข่าวความรุนแรงปี 61 ในรอบ 7 เดือน พัง 367 ข่าว*.

สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/43753>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

(2559). *คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเองในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*.

สืบค้นจาก

<https://www.nbtc.go.th/Services/academe/%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5/%E0%B8%84%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%98%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0>

%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B3%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B9%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80.aspx

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

(2557). *บอร์ดกระจายเสียง กสทช. รับรองผลการประมูลทีวีดิจิตอล 6 มกราคม 2557.*

สืบค้นจาก <https://www.nbt.go.th/News/Press-Center/%E0%B8%9A%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%87-%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%97%E0%B8%8A-%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5.aspx>

สำนักข่าวไทยพับลิกา. (2561). *UNODC-TIJ ชี้แนวทางป้องกันอาชญากรรมด้วยหลักนิติ.*

ธรรมสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2017/12/sdg2017-review/>

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2562). *สถิติฐานความผิดคดีอาญา (คดี 4 กลุ่ม).* สืบค้นจาก

<https://www.pitc.police.go.th>

สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช. (2564). *รายงานสภาพตลาดกิจการ*

กระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. สืบค้นจาก https://broadcast.nbt.go.th/data/bcj/2564/doc/2564_02_2.pdf

Boeree, C. George. (2009). *Personality Theory: A Biosocial Approach.*

Retrieved from <https://webpace.ship.edu/cgboer/genpsyneurosis.html>

Shanahan, J., & Morgan, M. (2010). *The State of Cultivation, Journal of Broadcasting*

& Electronic Media. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/>

232207255_The_State_of_Cultivation

BOEREE, C. G. (2009). *Sigmund Freud*. Retrieved from <https://webspace.ship.edu/cgboer/freud.html>

TV Digital Watch Thailand. (2563). Retrieved from <https://www.tvdigitalwatch.com/tv-rating-13-19-july-63/>

Book & Article

Allport, G.W. (1935). *Attitudes*. In C. Murchison (Ed.), *A handbook of social psychology*. Worcester, MA: Clark University Press.

Baran & Davis, D. K. (1995). *Mass Communication Theory*. CA: Wadsworth.

Berkowitz, L. (1972). *Social psychology*. New York: Academic Press.

Boeree, C.G. (2006). *Personality Theories*. Santo Domingo, Dominican Republic: Universidad Iberoamericana.

Burnett, R. and David P. M. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.

Busselle, R. W. (2003). *Television exposure, parents' precautionary warnings, and young adults' perceptions of crime*. *Communication Research*, 30(5), 530–556.

Brook, Brian S. and Pinson Jame L. (2009). *The Art of Editing in the Age of Convergence*. U.S.A. : Pearson Education. Inc.

Campbell, Donald T. (1963). *Social Attitudes and Other Acquired Behavioral Dispositions*. In *Psychology : A Study of a Science* (Vol. 6). Edited by S. Foch. New York: McGraw-Hill.

Dillehay, R.C. (1973). *On the Irrelevance of the Classical Negative Evidence Concernin the Effect of Attitudes on Behavior*. *American Psychologist* 28: 887-891.

Fishbein, Martin and Ajzen, Ick. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior : An Introduction to Theory and Research*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.

Em Griffin. (2006). *A first look at communication theory*. 6th edition. McGraw-Hill.

Eschholz, S., Chiricos, T., & Gertz, M. (2003). *Television and fear of crime: Program types, audience traits, and the mediating effect of perceived neighborhood*

- racial composition*. *Social Problems*, 50(3), 395–415.
- Garofalo Jame. (1981). *The fear of crime: Causes and consequences*. *The Journal of Criminal Law and Criminology*. 72(2): 839-857.
- George, G. (1967). *Mass Media and Human Communication Theory*. New York: Holt, Rinehart And Winston Year of Publication.
- G. Murphy , L. Murphy and T. Newcomb .(1973). *Experimental social psychology*. New york: Reserch in Visuak and Environmental Education.
- Gray, Emily and Jackson, Jonathan and Farrall, Stephen. (2008). *Reassessing the fear of crime*. *European journal of criminology*, 5 (3). pp. 363-380.
- Himmelweit, H. T., Oppenheim, A. N., & Vince, 2. (1953). *Television and the child*. London: Oxford University Press.
- Holbert, R. L., Shah, D. V., & Kwak, N. (2004). *Fear, authority, and justice: Crime-related TV viewing and endorsements of capital punishment and gun ownership*. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), 343–363.
- Insko, Chester A. (1967). *Theories of Attitude Change*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- John Merrill. (2000). *The Imperative of Freedom, Quoted in Bruce D.Itule, and Douglas A. Anderson, News Writing and Reporting for Today's Media*. Boston: McGraw-Hill College.
- Joseph A DeVito. (2000). *Human Communication*. The Basic Course. 6th ed. New York: Herper Collins College Publishers.
- Katz, Daniel. (1960). *The Functional Approach to the Study of Attitudes*. *Public Opinion Auarterly* 24 (Summer 1960) : 163-204.
- Kelman, H.C. (1974). *Attitudes are alive and well and gainfully employed in the sphere of action*. *American Psychologist*, 29. 30-324.
- Kevin, Kawamoto. (1997). *10 Thing should Know about New Media*. (In The Seminarfor Technology Educators). San Francisco: The Freedom Forum Pacific Coast CenterSan Francisco.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kretch, David. , Crutchfield, Richard S., and Ballachey , Egerton L. (1962).

- Individual in Society : A Textbook of Social Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Lapierre, Richard T. (1934). *Attitudes vs Actions*. *Social Forces* 13: 230-237.
- Lewis, Glen. And Slade, Christina, (2000). *Critical Communication*. (3rd Edition). Malaysia: Prentice-Hall.
- Luthans, Fred. (1985). *Organizational Behavior*. 4th ed. New York: McGraw-Hill.
- McGuire, W.J. (1969). *The nature of attitudes and attitude change*. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (Vol. 3, 2nd ed.). Reading, MA: Addison-Wesley.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory* (3rd ed.). Oxford London: SAGE Publications.
- MoGuire, William J. (1969). *The Nature of Attitudes and Attitude Change*. In *Handbook of Social Psychology* (Vol. 3, 2 nd ed.). Edited by Gardner Lindzey and Elliot Aronson. New Delhi : Amerind Publishing Co.
- Nabi, R. L., & Sullivan, J. L. (2001). *Does television viewing relate to engagement in protective action against crime? A cultivation analysis from a theory of reasoned action perspective*. *Communication Research*, 28(6), 802–825.
- Oskamp, S. (1977). *Attitudes and opinions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pavlik, I. V. (2001). *Journalism and New Media*. Columbia. New York.: University Press.
- Rich, Carole. (2005). *Writing and Reporting News*. U.S.A. : Wadsworth.
- Rokeach, Milton. (1970). *Belief Attitude and Values*. San Francisco : Jossey - Bass, Inc.
- Rosenberg, R.J. and Hovland,C.I. (1960). *Attitude Organization and Change : And Analysis of Consistency Among Attitude Components*. Wesport: Greenwood Press.
- Rosenberg, Milton J. (1960). *Cognitive Structure and Attitudinal Affect*. *Journal of Personality* 28: 39-63.
- Rosenberg, Milton J. (1965). *Inconsistency Arousal and Reduction in Attitude Change*. In *Current Studies in Social Psychology*, pp. 121-134. Edited by Ivan D. Steiner and Martin Fishbein. New York : Holt, Rinehart and Winston.

- Roger, E. M., & Storey, J. D. (1987). *Communication campaign*. In C. Berger and S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of communication science*. Newbury Park, CA: n.p.
- Salmi, V., Smolej, M., & Kivivuori, J. (2007). *Crime victimization, exposure to crime news and social trust among adolescents*. *Young*, 15(3), 255–272.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewer : Cultivation theory and research*. United Kingdom : Cambridge.
- Scott, W. G., & Mitchell, T. R. (1972). *Organization theory: A structural and behavioral analysis*. Illinois: Irwan, Inc.
- Slovic, P., Fischhoff, B., Lichtenstein S. (1987). *Behavioral decision theory perspective on protective behavior*. In N. D. Weinstein (Ed.), *Taking care: Understanding and encouraging self-protective behavior* (pp 14-41), United Kingdom: Cambridge University Press.
- Straubhaar, Joseph. and Larose, Robert. (2004). *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology*. (4th Ed.). USA : Wadsworth.
- Thomas, W. I., & Zaniecki, F. (1918). *The Polish peasant in Europe and America* (Vol. 1). Boston: Badger.
- Title, Charles R. , and Hill, Richard T. (1967). *Attitude Measurement and Prediction of Behavior : An Evaluation of Conditions and Measurement Techniques*. *Sociometry* 30: 199-213.
- Triandis, H. C., & Triandis, L. M. (1962). *A cross-cultural study of social distance*, *Psychological Monographs*, 76, No. 21 (Whole No. 540).
- Triandis, Harry C. (1971). *Attitude and Attitude Change*. New York : Wiley.
- Van den Bulck, J. (2004). *The relationship between television fiction and fear of crime: An empirical comparison of three causal explanations*. *European Journal of Communication*, 19(2), 239-248.
- Warr Mark and Stafford Mark. (1983). *Fear of victimization: A look at the proximate causes*. *Social forces*. 61(4): 1033-1043.
- Weigel, Russell M. , and Newman, Lee S. (1976). *Increasing Attitude-Behavior Correspondence by Broadening the Scope of the Behavioral Measure*. *Journal*

of Personality and Social Psychology 33: 793-802.

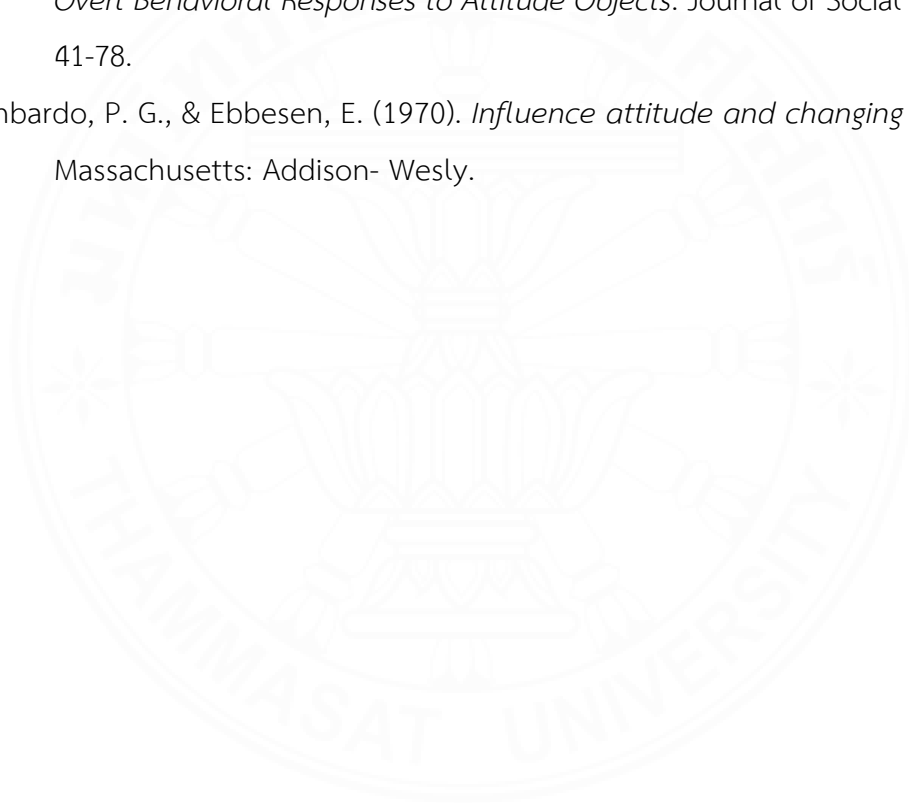
Weitzer, R., & Kubrin, C. E. (2004). *Breaking news: How local TV news and real-world conditions affect fear of crime*. Justice Quarterly, 21(3), 497–520.

Wells, Paul. (1998). *The Language of Animation in Introduction to Film Studies*. 4th edition. Edited by Jill Nelmes. New York: Routledge.

White, Ted and Barnas, Frank. (2010). *Broadcast News : Writing, Reporting and Procucing*. (5th Edition). New York : Focal Press.

Wicker, Allan W. (1969). *Attitudes Versus Actions : The Relationship of Verbal and Overt Behavioral Responses to Attitude Objects*. Journal of Social Issues 25: 41-78.

Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970). *Influence attitude and changing behavior*. Massachusetts: Addison- Wesley.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

คำถามคัดกรอง (Screening Question)

1. ท่านมีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป

☐ ใช่ (ทำแบบสอบถามต่อ)

☐ ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม)

2. ใน 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และ/หรือ สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)



☐ เคย (ทำแบบสอบถามต่อ)

☐ ไม่เคย (จบการทำแบบสอบถาม)

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาตามหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษา “อิทธิพลของการรับชม และทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ต่อการรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม” โดยข้อมูลที่ได้จะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงและครบถ้วน และขอขอบคุณในการยินยอมตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ลักษณะทางประชากร)

ส่วนที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ส่วนที่ 4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (ลักษณะทางประชากร)

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุ 18 – 30 ปี

☐ อายุ 31 - 40 ปี

☐ อายุ 41 - 50 ปี

☐ อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ พนักงานเอกชน / เจ้าหน้าที่บริษัท
- ☐ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- ☐ แม่บ้าน / พ่อบ้าน
- ☐ เกษียณอายุ
- ☐ ธุรกิจส่วนตัว
- ☐ รับจ้าง
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ไม่เกิน 15,000 บาท
- ☐ 15,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 50,000 บาท
- ☐ 50,001 – 90,000 บาท
- ☐ มากกว่า 90,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

2.1 ท่านรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบจากสื่อต่อไปนี้ บ่อยครั้ง
เพียงใด

ประเด็น	ระดับความถี่ในการรับชม				
	บ่อยที่สุด (ทุกวัน)	บ่อยมาก 6 ครั้ง (ต่อสัปดาห์)	ปานกลาง 4-5 ครั้ง (ต่อสัปดาห์)	น้อย 2-3 ครั้ง (ต่อสัปดาห์)	น้อยที่สุด 1 ครั้ง (ต่อสัปดาห์ หรือน้อยกว่า)
1. สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี (ช่อง 32)					
1. โทรทัศน์					
2. เว็บไซต์ (Website)					
3. เฟซบุ๊ก (Facebook)					
4. ยูทูบ (Youtube)					
5. ทวิตเตอร์ (Twitter)					
6. อินสตาแกรม (Instagram)					
2. สถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี (ช่อง 34)					
1. โทรทัศน์					
2. เว็บไซต์ (Website)					
3. เฟซบุ๊ก (Facebook)					
4. ยูทูบ (Youtube)					
5. ทวิตเตอร์ (Twitter)					
6. อินสตาแกรม (Instagram)					

2.2 เหตุผลในการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบของท่าน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เพราะภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น
- ☐ เพราะภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายอย่างรวดเร็วและดีกว่าการนำเสนอภาพข่าวอาชญากรรมเพียงอย่างเดียว
- ☐ เพราะภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และน่าติดตาม
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

ท่านมีความรู้สึก/ทศนคติที่มีต่อข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบในด้านต่าง ๆ อย่างไร

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทศนคติ				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านเนื้อหา					
1. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีการระบุที่มาของข้อมูลอย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
2. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวที่มีความซับซ้อนได้ง่ายยิ่งขึ้น					
3. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์มีเนื้อหาที่ให้ความรู้ และเตือนภัยแก่สังคม					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านเนื้อหา					
4. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ มีการระมัดระวังเนื้อหาที่ไม่ทำให้รู้สึกว่าคุณกระทำผิด คือ วิจารณ์					
5. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ มีความเป็นธรรมชาติต่อผู้ถูกกล่าวหา ผู้ต้องหา หรือผู้ต้องสงสัย					
6. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ไม่มีการเปิดเผยรายละเอียดที่เป็นความลับ ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อรูปคดี					
7. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ไม่มีเนื้อหาที่จะระบุถึงอธิบายการวางแผนการปราบปรามของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งอาจเป็นการให้ข้อมูลกับผู้กระทำผิด					
8. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ วิธีการก่อเหตุ หรือขั้นตอนในการก่ออาชญากรรมรูปแบบต่าง ๆ					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านเนื้อหา					
9. ภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ ไม่มีเนื้อหาในการละเมิดสิทธิ ส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความ เป็นมนุษย์					
10. ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความรุนแรง การทำร้ายตนเอง การฆ่าตัวตาย					
11. ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาที่ ก่อให้เกิดความสับสน อนาคต น่าหวาดเสียว เศร้าสลดใจ					
12. ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ไม่มีเนื้อหาที่บิดเบือน ข้อเท็จจริงหรือสร้างเรื่องราว เกินความเป็นจริง					
13. ภาพกราฟิกจำลอง เหตุการณ์ไม่ก่อให้เกิด พฤติกรรมการเลียนแบบหรือ เกิดแรงจูงใจในการก่อคดี อาชญากรรม					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านรูปแบบการนำเสนอ					
14. การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความสนใจและน่าติดตาม					
15. การนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์สามารถสื่อความหมายให้เห็นภาพได้ดี					
ด้านอัตราการนำเสนอ					
16. จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการนำเสนอภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในรายการข่าวต่อวันมีความเหมาะสม					
17. จำนวนหรือความบ่อยครั้งในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ (การวนภาพซ้ำ ๆ) ในแต่ละข่าว มีความเหมาะสม					
18. จำนวนระยะเวลาในการฉายภาพกราฟิกจำลองเหตุการณ์ในแต่ละข่าว มีเหมาะสม					

ส่วนที่ 4 การรับรู้สภาพความเป็นจริงในสังคม

ภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ท่านมีการรับรู้หรือความเข้าใจต่อสภาพความเป็นจริงในสังคมในประเด็นต่อไปนี้ อย่างไร

ประเด็น	ระดับการรับรู้/ระดับความเข้าใจต่อสภาพความเป็นจริงในสังคม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยหรือรู้สึกไม่มั่นคงในทรัพย์สินของตนเองและบุคคลในครอบครัว					
2. ในเวลากลางวัน ท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมประเภทอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก					
3. ในเวลากลางคืน ท่านรับรู้ถึงความกังวลหรือความกลัวที่จะตกเป็นเหยื่ออาชญากรรมประเภทอุกฉกรรจ์และ สะเทือนขวัญ ขณะอยู่ในหรือนอกบ้าน อาคาร ร้านค้า ห้องพัก					
4. จากการรับรู้ข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ ทำให้ท่านรู้สึกหวาดกลัวและระมัดระวังภัยอาชญากรรมเพิ่มขึ้น เมื่ออยู่ในที่สาธารณะ					

ประเด็น	ระดับการรับรู้/ระดับความเข้าใจต่อสภาพความเป็นจริงในสังคม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่าคุณภาพสังคมในปัจจุบันโหดร้าย และเต็มไปด้วยความรุนแรง					

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ

5.1 ท่านมีแนวโน้มพฤติกรรมในการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันภายหลังการรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบ อย่างไร

ประเด็น	ระดับพฤติกรรม				
	บ่อยที่สุด	บ่อยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เมื่อท่านต้องเดินทางในช่วงเวลากลางคืน ท่านมักโทรศัพท์บอกครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อน หรือญาติ เพื่อให้ทราบว่าคุณถึงเดินทางถึงที่หมายอย่างปลอดภัย					
2. ท่านวางแผนหลีกเลี่ยงเส้นทางอันตรายที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยอาชญากรรม					
3. ท่านมีอุปกรณ์ป้องกันตัวติดตัว ภายในรถ หรือภายในบ้าน หรือ เช่น มีด, ปืน, เครื่องช็อตไฟฟ้า ฯลฯ					
4. ท่านล็อกประตูหน้าต่างบ้าน หรือล็อกประตูรถเสมอ เพื่อป้องกันภัยอาชญากรรม					

ประเด็น	ระดับพฤติกรรม				
	น้อยที่สุด	น้อยมาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. ท่านติดตั้งล็อกพิเศษที่ประตูบ้าน หรือ รั้วลวดหนาม หรือ เสากระຈกบนกำแพงบ้าน					
6. ท่านไม่สวมทรัพย์สินมีค่า หรือไม่พกเงินสดจำนวนมากติดตัว เมื่ออยู่ในที่สาธารณะ หรือเมื่อต้องเดินทางร่วมกับคนแปลกหน้า					
7. ท่านมักแสวงหาข้อมูลจากสื่อ หรือแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับอาชญากรรมกับบุคคลอื่น เพื่อสามารถป้องกันตนเอง ครอบครอง คนใกล้ชิด หรือญาติ จากเหตุอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้น					

5.2 ท่านมีความตั้งใจที่จะรับชมข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไปในอนาคต อย่างไร

ประเด็น	ระดับความตั้งใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านมีความตั้งใจรับชมการนำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มีภาพกราฟิกประกอบต่อไป					

ประเด็น	ระดับความตั้งใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ท่านมีความตั้งใจในการ แนะนำให้ผู้อื่นรับชมการ นำเสนอข่าวอาชญากรรมที่มี ภาพกราฟิกประกอบ					

** ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามนะคะ **



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอรรณ ศรีสุวรรณ
วันเดือนปีเกิด	1 พฤษภาคม พ.ศ. 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2551: ปริญญาการศึกษาบัณฑิต (เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา) มหาวิทยาลัยนเรศวร
ตำแหน่ง	โปรดิวเซอร์รายการข่าว (IMMERSIVE) ฝ่ายข่าว แผนกสร้างสรรค์และออกแบบ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 (บริษัท ทริปเปิลวี บรอดคาสท์ จำกัด)
ประสบการณ์ทำงาน	ปี 2557 - ปัจจุบัน: Producer รายการข่าว (IMMERSIVE) สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 (บริษัท ทริปเปิลวี บรอดคาสท์ จำกัด) ปี 2553 – 2557 : Co-Producer สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 (บริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด) ปี 2551 – 2552: Co-Producer บริษัท MSS เคเบิล ทีวี จำกัด สาขาพิษณุโลก