

นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าว
ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

The Implied Bias in Buddhism as appeared in Headline
Languages of Online Newspaper

รุจี ตันต้อศวโยธี Rujee Tantiatsawayothee^๑

บุญเลิศ โอธฐู Boonlers Otsu^๒

Received: November 29, 2019

Revised: August 19, 2020

Accepted: October 9, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” มีวัตถุประสงค์ ๒ ประการคือ ๑) เพื่อศึกษาเรื่อง “อคติ” ในพระพุทธศาสนา ๒) เพื่อศึกษาลักษณะของภาษาพูดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ๓) เพื่อวิเคราะห์นัยอคติที่มีปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้านเอกสารและการวิเคราะห์การพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ และหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม ๒๕๖๒ ผลการวิจัยพบว่า ๑) อคติในพระพุทธศาสนา คือความลำเอียง มีอยู่ ๔ ประเภท ได้แก่ (๑) ลำเอียงเพราะความรักใคร่กันเรียกว่าฉันทาคติ (๒) ลำเอียงเพราะความไม่ชอบหรือเกลียดชังกันเรียกว่าโทสาคติ (๓) ลำเอียงเพราะความหลงหรือไม่รู้จริงเรียกว่าโมหาคติ และ (๔) ลำเอียงเพราะความกลัวหรือเกรงอำนาจเรียกว่าภยาคติ ๒) ลักษณะของภาษาพูดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีการใช้ภาษาพูดหัวข่าวที่หลากหลายทั้งในด้านการใช้คำ ประโยค สำนวน อุปลักษณ์ ฯลฯ เพื่อเป็นกลวิธีในการดึงดูดและสร้างความสนใจให้ผู้อ่านอยากรู้อยากติดตามอ่านเนื้อหาของข่าวนั้น และ ๓) นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์พบว่า มีจำนวนถึง ๔๐ ครั้ง โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีนัยอคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์จำนวน ๑๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ ซึ่งเป็นการพูดหัวข่าวลำเอียงเพราะความไม่ชอบหรือเกลียดชังกันที่เรียกว่าโทสาคติ ส่วนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีนัย

^๑ สาขาวิชาธรรมนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, Dhamma Communication, Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand. Email: moorujee@yahoo.com

^๒ สาขาวิชาธรรมนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, Dhamma Communication, Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.



อคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ จำนวน ๓ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๗.๕๐ เป็นการพูดหัวข่าวลำเอียงเพราะความกลัวหรือเกรงต่ออำนาจที่เรียกว่าภายาคติ

คำสำคัญ : นัยอคติ, ภาษาพูดหัวข่าว, หนังสือพิมพ์ออนไลน์

Abstract

This article is a part of a research “Implied Bias as Appeared in Headline Languages of Online Newspaper” The two purposes are:- 1) to study “Bias in Buddhism. 2) to study the languages of the online newspaper headlines; and 3) to analyze the implied bias as appeared in the language of the online newspaper headlines. The research method was used for documentary quality research and headline analysis of Thairath online newspaper. And Matichon newspaper online. From collecting data from February – July 2019. From the results of the research, it was found that 1) "Agati" in Buddhism means wrong course of behavior; prejudice. There are four types of bias: (1) Biased caused by love or desire called *Chandagati*, (2) Biased by dislike or hatred or enmity, called *Dosagati*; (3) Biased caused by delusion or ignorance, called *Mohagati*, and (4) Biased caused by fear or fear of power is called prejudice. 2) Characteristics of online newspaper headlines A variety of headline languages are used in terms of use of words, sentences, idioms, metaphors, etc. as a strategy to attract and arouse interest in the reader's curiosity to read the content of the news. 3) Implied Bias as Appeared in Headline Languages of Online Newspapers was found 40 times, with online newspapers showing the highest implications of Buddhist prejudice in the headline language. Is Thairath online newspaper, 16 times, representing 40.00 percent, which is the headline biased because of dislike or hate each other called “*Dosagati*”. As for the online newspapers with the least implications of Buddhist prejudice in headline language, Matichon Online newspaper, three times, accounted for 7.50 percent, was the headline biased because of fear or fear of power called “*Bhayagati*”.

Keywords: Implied Bias, Headline Language, Online Newspaper



๑. บทนำ

ในสถานการณ์ที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์ยังคงทยอยปิดตัวลงไปเรื่อยๆ ไม่ว่าจะป็นหนังสือวารสาร นิตยสาร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่วางจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดปัจจุบันมีจำนวนน้อยมาก สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คนอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์น้อยลงก็คือ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้หนังสือพิมพ์เปลี่ยนสภาพไปสู่การเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ความจริงอยู่ที่เสน่ห์ของข่าวจากหนังสือพิมพ์จะอยู่ที่ความสุขจากการได้เปิดหน้ากระดาษเพื่ออ่านเนื้อข่าวและรูปแบบของความมีระเบียบในการนำเสนอ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์มักมีโฆษณาแทรกอยู่จนทำให้เกิดการสะดุดในการรับสาร ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการอ่านข่าว แต่ด้วยความเร็วที่มากกว่าและการเพิ่มปริมาณของความเร็วในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงทำให้ความนิยมในการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีมากขึ้น ส่วนความนิยมในการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ลดลง หนังสือพิมพ์กระดาษกำลังจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์การพิมพ์และเป็นงานศิลปะด้านการพิมพ์ที่มีคุณค่า

อย่างไรก็ตามแม้ว่าความสะดวกในการรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะทำให้ปริมาณของผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีมากขึ้นในคนทุกเพศทุกวัยแต่ด้วยพฤติกรรมในการรับข่าวสารของแต่ละคนที่อาจเหมือนหรืออาจแตกต่างกัน กล่าวคือบางคนอาจเชื่อตามข่าวที่อ่านบางคนอาจไม่แน่ใจและบางคนอาจไม่เชื่อถือข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์เลย

โดยทั่วไปแล้วองค์ประกอบของข่าวไม่ว่าจะเป็นข่าวจากหนังสือพิมพ์หรือข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มักประกอบด้วย พาดหัวข่าว (headline), ข่าวนำหรือข่าวสรุป (lead), และเนื้อข่าว (body) ในจำนวนองค์ประกอบทั้งหมดเหล่านี้ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ พาดหัวข่าว (headline) เนื่องจากเป็นจุดดึงดูดให้ผู้เห็นพาดหัวข่าวสนใจอยากอ่านข่าวต่อไป ภาษาพาดหัวข่าว (language of headlines) จึงมีลักษณะที่แตกต่างไปจากภาษาในองค์ประกอบอื่นๆ ของข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ซึ่งมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัดจึงต้องเป็นภาษาที่ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ในการบอกสาระหรือประเด็นสำคัญของข่าว มีการใช้ คำย่อ อักษรย่อ การตัดคำ การละคำ การใช้คำแสดง การใช้คำภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ และการสร้างคำขึ้นมาใหม่รวมทั้งการใช้ อุปลักษณ์

ภาษาพาดหัวข่าวอาจทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อ ความคล้อยตาม ความพึงพอใจ ความโกรธ หรือความกลัว และมีการส่งต่อการพาดหัวข่าวเหล่านั้นไปอย่างรวดเร็ว หากการใช้ภาษาพาดหัวข่าวมีความเป็นกลางย่อมทำให้ผู้รับสารได้รับรู้ความจริง ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารที่อาจเป็นบรรณาธิการหรือกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละเว็บไซต์ที่จะสื่อผ่านออกมาเป็นภาษาพาดหัวข่าว

ปัญหาจึงอยู่ที่ว่าในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีอคติแทรกแฝงอยู่ด้วยหรือไม่ เพราะอคติจะส่งผลไปถึง ความยุติธรรม ความลำเอียงและข้อเท็จจริงของเนื้อข่าวที่อาจ

ทำให้ผู้อ่าน บางคนซึ่งได้อ่านเพียงแค่พาดหัวข่าวแล้วเกิดความเชื่อ เกิดความเข้าใจหรือตีความที่คลาดเคลื่อนไปจากเนื้อข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงก็จะยิ่งทำให้เกิดความเข้าใจผิดมากยิ่งขึ้น เหตุเพราะผู้ส่งสารได้ใช้อคติของตนตัดสินเนื้อข่าวลงไปแล้วโดยการสื่อผ่านภาษาพาดหัวข่าวเพื่อจงใจให้ใคร่รู้เรื่องราวแต่เมื่อเปิดเข้าไปอ่านกลับไม่มีสาระอะไรหรือไม่ได้เป็นตามภาษาที่พาดหัวข่าว สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสคาถาประพันธ์เกี่ยวกับ “อคติ” ไว้ดังนี้ “บุคคลใดละเมิดความชอบธรรมเพราะฉันทาคติ โทสาคติ โมหาคติ ภยากติ ยศของบุคคลนั้นย่อมเสื่อมเหมือนดวงจันทร์ข้างแรมฉะนั้น บุคคลใดไม่ละเมิดความชอบธรรมเพราะฉันทาคติ โทสาคติ โมหาคติ ภยากติ ยศของบุคคลนั้นย่อมเจริญเหมือนดวงจันทร์ข้างขึ้นฉะนั้น”^๓

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาษาพาดหัวข่าวพบว่า มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้ภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ออนไลน์และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้คำ, การใช้ประโยค, การใช้สำนวนเดิมและการจัดกลุ่มความหมายของคำศัพท์ในภาษาพาดหัวข่าวแต่ยังไม่มีการศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอคติในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ด้วยเหตุผลจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์และวิเคราะห์ว่า “นัยอคติ” มีปรากฏอยู่ในภาษา พาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์หรือไม่อย่างไร โดยใช้แนวคิดเรื่อง “อคติ” ในพระพุทธศาสนาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์และหวังว่าผลที่ได้รับจากการวิจัยจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้มองเห็นนัยอคติที่ปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อันจะยังผลไปสู่การลดละอคติ หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาอันแทรกแฝงอคติลงไปในภาษาพาดหัวข่าวเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้อย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” สำหรับวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอในบทความนี้มี ๓ ข้อ) คือ

- ๑) เพื่อศึกษาเรื่อง “อคติ” ในพระพุทธศาสนา
- ๒) เพื่อศึกษาลักษณะของภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์
- ๓) เพื่อวิเคราะห์นัยอคติที่มีปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

^๓ ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๒๔๖/๒๐๑ - ๒๐๒.

๓.๔.๒ เป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประเภทหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ออนไลน์ มติชนออนไลน์ และข่าวสดออนไลน์

๓.๕ ขอบเขตด้านเวลา ใช้เวลาในการรวบรวมข้อมูล ภายในระยะเวลา ๖ เดือน (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ – กรกฎาคม ๒๕๖๒)

๔. ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องนี้สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

๔.๑ เรื่อง “อคติ” ในพระพุทธศาสนา

อคติในพระพุทธศาสนามีปรากฏในพระไตรปิฎก และอรรถกถา หมายถึงความลำเอียง ประกอบด้วย ฉันทาคติ (ลำเอียงเพราะความรัก) โทสาคติ (ลำเอียงเพราะความไม่ชอบ ความเกลียดชัง) โมหาคติ (ลำเอียงเพราะความหลง ความเขลา) และ ภยาคติ (ลำเอียงเพราะความกลัว)^๕ อคติทั้ง ๔ ประการนี้เป็นฐานะอันไม่พึงถึงหรือทางความประพฤติที่ผิด เพราะจะก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาล โดยเฉพาะการเสนอข่าวของสื่อมวลชน อย่างเช่นการพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น ต้องไม่ลุอำนาจแก่อคติทั้ง ๔ ประการนี้

๔.๒ ลักษณะของภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สำหรับลักษณะภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีอยู่ ๒๑ ลักษณะ^๕ คือ ๑) การใช้คำเดี่ยวโดด เช่น “เศร้า” ๒) การใช้กลุ่มคำ เช่น “ปิ่นสะพาน ยิ่งตัวดับ” ๓) การใช้วิธีการตัดส่วนของคำซ้อนและคำประสม เช่น “ล้มเหลว สอบสวน” ๔) การใช้ ประโยคบอกเล่า เช่น “บางจากคว่ำรางวัล” ๕) การใช้ประโยคคำถาม เช่น “พี่ตุ๋นหรือ” ๖) การใช้ประโยคปฏิเสธ เช่น “หนุ่ยยังไม่เคยเล่าให้ใครฟัง” ๗) การใช้ประโยคคำสั่ง/ขอร้อง เช่น “อย่าเอาลูกไป” ๘) การใช้ข้อความต่อเนื่อง เช่น “พบฉลามพันธุ์ใหม่ แสงล่อเหยื่อขยี้” ๙) การใช้คำภาษาต่างประเทศ เช่น “เทรตวอร์ยังหลอนส่งออกไทย” ๑๐) การใช้คำแสลง เช่น “สค.บ. ชง คัมสินค้าออนไลน์” ๑๑) การใช้คำภาษาถิ่น เช่น “แฉวชุมชนไทยลื้อ” ๑๒) การใช้คำย่อ เช่น “สายเน็ตเกี่ยวคอ” ๑๓) การใช้อักษรย่อ เช่น “22-27 ก.ค. เจอฝนอีก” ๑๔) การใช้คำไม่สุภาพ เช่น “ขอให้มึงตาย” ๑๕) การใช้สำนวน เช่น “จับบริบูรณ” ๑๖) การใช้เครื่องหมายวรรคตอน เช่น “ฟิน.. ต่อเนื่อง” ๑๗) การใช้บุคคลวัต/บุคลาธิษฐาน เช่น “ฟ้าพิโรธ ฝ่าจะจะ” ๑๘) การใช้อุปลักษณ์ เช่น “กระจอก” ๑๙) การใช้ชื่อเล่น หรือสัญลักษณ์ เช่น “เต้ ขอโทษ” ๒๐) การใช้ภาษาที่แสดงความคิดเห็นส่วนตัว เช่น “สยองตุ๊กตน้ำ” และ ๒๑) การใช้ภาษาที่มีลักษณะผสมผสาน เช่น

^๕ วิ.ม. (ไทย) ๕/๓๔๒/๒๐๓, ขุ.ชา.เอกก.อ. (ไทย) ๒/๑๐.

^๕ Money to Know, “เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดือน มี.ค. พีน ไทยรัฐครองแชมป์คนเข้าอ่านมากที่สุด”, <<https://money2know.com>>, 2/8/2018.



“ไม่เอาแพะ เต็น ซึบึมกรุงเป้าหมายเมือง” ลักษณะทั้งหมดก็เพื่อดึงดูดใจและความน่าเชื่อถือนั่นเอง

๔.๓ นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ส่วนนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีจำนวน ๔๐ ครั้ง หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีนัยอคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ มีจำนวนนัยอคติ ๑๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ จากจำนวนนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีนัยอคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวขำน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ มีจำนวนนัยอคติ ๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๐๐ จากจำนวนนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่พบมากที่สุดในการพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากจำนวนนัยอคติที่ปรากฏ คือ “โทสาคติ” มีจำนวน ๑๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ และนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่พบน้อยที่สุดในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากจำนวนนัยอคติที่ปรากฏ คือ “ภยากติ” มีจำนวน ๓ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๗.๕๐

๕. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “อคติ” ในพระพุทธศาสนา เพื่อศึกษาลักษณะของภาษาพูดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และเพื่อวิเคราะห์นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยตั้งสมมติฐานไว้ว่า นัยอคติในพระพุทธศาสนามีปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง ฉันทาคติ โทสาคติ โมหาคติ และ ภยากติ

ผลที่ได้รับจากการวิจัยพบว่า นัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีจำนวน ๔๐ ครั้ง หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีนัยอคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ มีจำนวนนัยอคติ ๑๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ จากจำนวนนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีนัยอคติในพระพุทธศาสนาปรากฏในภาษาพูดหัวขำน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ มีจำนวนนัยอคติ ๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๐๐ จากจำนวนนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่ปรากฏนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่พบมากที่สุดในการพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากจำนวนนัยอคติที่ปรากฏ คือ “โทสาคติ” มีจำนวน ๑๖ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ และนัยอคติในพระพุทธศาสนาที่พบน้อยที่สุดในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากจำนวนนัยอคติที่ปรากฏ คือ “ภยากติ” มีจำนวน ๓ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ ๗.๕๐

ผลการวิจัยที่พบว่า นัยอคติในพระพุทธศาสนามีปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง ฉันทาคติ โทสาคติ โมหาคติ และ ภยากติ บ่งชี้ให้เห็นว่านัยอคติที่

เกิดขึ้นเป็นความลำเอียงของบรรณาธิการข่าวและคณะที่ส่งผ่านมาทางภาษาพาดหัวข่าว จึงทำให้ในบางครั้งภาษาพาดหัวข่าวขาดความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒน ภูทิต ที่พบว่า ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่ระบุความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง เพราะข้อมูลไม่ได้ผ่านการตรวจสอบจากกองบรรณาธิการข่าว ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลทั้งหมดไปใช้ได้ทันที จึงต้องตรวจสอบด้วยการส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ซ้ำ หรือวิเคราะห์ข้อมูลในออนไลน์ว่ามีบริบทแวดล้อมที่เป็นการสร้างข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร พบว่าข้อมูลมีความผิดพลาด ขาดความน่าเชื่อถือ สร้างความแตกตื่นในภาวะวิกฤต”^๖ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ราตรีเงางาม ที่พบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีแนวโน้มการแข่งขันด้านความเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและภาพลักษณ์ขององค์กร มีการปรับตัวเข้าสู่การซื้อขายข้อมูลเป็นการรวมธุรกิจ และขยายช่องทางให้ผู้อ่านมากขึ้น มีกระบวนการจัดทำกรนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้มีความหลากหลายมากขึ้น การนำเสนอมีการจัดองค์ประกอบของข่าวอย่างเป็นสัดส่วน ค้นหาได้ง่าย เน้นเทคนิคมีมิติเดียว สามารถดาวน์โหลดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้ มีการแข่งขันด้านการตลาดมากขึ้น ส่วนผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม พบว่าจะมีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดบ่อย นำไปสู่การลดความน่าเชื่อถือ”^๗

จากผลของงานวิจัย เรื่อง “นัยอคติในพระพุทธรูปศาสนาที่มีปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ทำให้ได้พบว่า ภายในระยะเวลา ๖ เดือน/ ๑๘๑ วัน (กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ – กรกฎาคม ๒๕๖๒) มีจำนวนนัยอคติในพระพุทธรูปศาสนาที่มีปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ๔๐ ครั้ง เป็นสิ่งที่ทำให้ทั้งสื่อมวลชนและผู้อ่านต้องพึงตระหนัก แม้ว่าอคติในพระพุทธรูปศาสนาที่มีปรากฏในภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นเพียงนัยอคติที่แฝงมากับภาษา แต่หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อที่ส่งสารไปยังผู้คนจำนวนมากย่อมมีส่วนที่ทำให้สังคมเกิดความเคยชินกับ “อคติ”

อคติเป็นสิ่งที่สังคมได้รับจากสังคมรอบข้าง และมีแนวโน้มที่จะมีอคติไปตามที่สังคมกำหนด และอคติที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้รับจะส่งผลที่ยั่งยืนแรงน่ากลัวต่อไปในอนาคต มีรายงานสถิติการเข้าชมเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ พบว่า “มีผู้ใช้เว็บไซต์ของไทยรัฐออนไลน์จำนวน ๔๙.๗๑ ล้านครั้ง, ข่าวสด

^๖ วัฒน ภูทิต, “ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร”. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ), กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๑: หน้า ๑๓๕.

^๗ ราตรี เงางาม, “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ปี ๒๕๖๐”, บทความวิจัย The Graduate Research Conference Khon Kaen University ๒๐๑๑, หน้า ๑๔.

ออนไลน์ ๓๒.๒๔ ล้านครั้ง, เดลินิวส์ออนไลน์ ๑๐.๐๕ ล้านครั้ง และมติชนออนไลน์ ๑๑.๖๒ ล้านครั้ง”^๘

จากงานวิจัยที่ได้นำมายกตัวอย่าง น่าจะเป็นสิ่งที่น่ายินดีสำหรับวงการสื่อว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์มียอดผู้เข้าชมมากขึ้น แต่ในทางกลับกัน จากผลการวิจัยเรื่อง “นัยคติในพระพุทธรูปที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นและพบว่า ภายในระยะเวลา ๖ เดือน/ ๑๘๑ วัน มีนัยคติแฝงอยู่ในภาษาพูดหัวข่าวถึง ๔๐ ครั้ง ข้อมูลจากผลของการวิจัยนี้ เป็นสิ่งที่น่าจะนำมาพิจารณาเป็นอย่างยิ่ง เพราะในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ผู้อ่านบางคนมีพฤติกรรมที่ชอบแชร์ต่อ ดังงานวิจัยของ นิตติยา ศรีคง ที่ได้พบว่า “นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ระดับชั้นปีที่ ๑ ส่วนใหญ่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะข่าวสารรวดเร็วทันสมัยมากที่สุด ส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พร้อมกับการแชร์ข่าวสารในเฟซบุ๊ก”^๙

ด้วยเหตุผลดังกล่าว หากในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มี “นัยคติ” แฝงอยู่ จึงเท่ากับทำให้นัยคติเหล่านั้นได้เผยแพร่ไปยังผู้รับสารรายอื่นๆ อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว พร้อมๆ กับความลำเอียง ความไม่ยุติธรรมในสังคมก็จะทวีมากยิ่งขึ้น และด้วยนัยคติในภาษาพูดหัวข่าวอาจทำให้ผู้อ่านบางคนซึ่งได้อ่านเพียงแค่พูดหัวข่าวแล้วเกิดความเชื่อ เกิดความเข้าใจหรือตีความที่คลาดเคลื่อนไปจากเนื้อข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงก็จะยิ่งทำให้เกิดความเข้าใจผิดมากยิ่งขึ้น เหตุมาจากสื่อได้ใช้อคติของตนตัดสินเนื้อข่าวลงไปแล้วโดยการสื่อผ่านภาษาพูดหัวข่าวเพื่อจูงใจให้ใครรู้เรื่องราวแต่เมื่อเปิดเข้าไปอ่านกลับไม่มีสาระอะไรหรือไม่ได้เป็นตามภาษาที่พูดหัวข่าว ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “นัยคติในพระพุทธรูปที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” จึงมิใช่เป็นเพียงงานวิจัยชิ้นหนึ่งที่เกิดขึ้นในวงวิชาการเท่านั้น แต่ยังเป็นงานวิจัยที่ช่วยให้ทั้งสื่อมวลชนและผู้รับสารมีการส่งสารและรับสารกันอย่างมีสติมากยิ่งขึ้นต่อไป

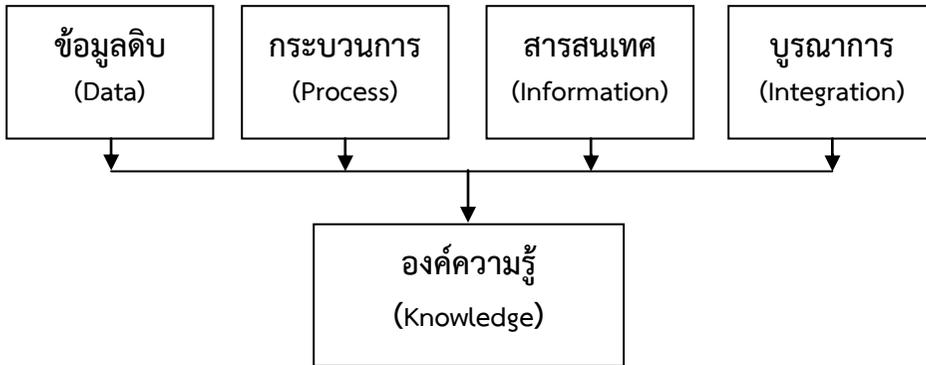
^๘ Money to Know, “เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดือน มี.ค. พ้น ไทยรัฐครองแชมป์คนเข้าอ่านมากที่สุด”, <<https://money2know.com>>, 2/8/2018.

^๙ นิตติยา ศรีคง, “พฤติกรรมกรเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ระดับชั้นปีที่ ๑”, บทความวิจัย วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, หน้า ๑๙๐.



๖. องค์ความรู้ใหม่ (Originality and New Body of Knowledge)

ขั้นตอนการได้มาขององค์ความรู้



การได้มาขององค์ความรู้เกิดจาก การศึกษาหลักธรรมในพระพุทธศาสนาเช่น อคติ ๔ กุศลมูล ๓ สุจริต ๓ และ หิริ โอตตปปะ การศึกษาเรื่องภาษาพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น องค์ประกอบของข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สื่อมวลชน และเก็บข้อมูล (Data) จากภาษาพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จำนวน ๔ ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และมติชน จากนั้นจึงนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนา เรื่อง “อคติ ๔” เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และประมวลผลโดยใช้อัตราร้อยละ (Percentage) และรวบรวมเป็นข้อมูลสารสนเทศ (Information) จากนั้นจึงนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนา หลักการสื่อสารมวลชน และการใช้ภาษามารวมการบูรณาการ (Integration) จนได้เป็นองค์ความรู้ตามประเด็นต่อไปนี้

๖.๑ องค์ความรู้ที่แสดงให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของอคติและการละอคติ

อคติ มีสาเหตุมาจาก “อกุศลมูล ๓” หลักธรรมที่กล่าวถึงรากเหง้าของอกุศล เป็นต้นตอของความชั่ว อันประกอบด้วย โลภะ (ความอยากได้) โทสะ (ความคิดประทุษร้าย) และโมหะ (ความหลง) ซึ่งแก้ไขได้ด้วยการใช้ “กุศลมูล ๓” หลักธรรมที่กล่าวถึงรากเหง้าของกุศล เป็นต้นตอของความดี อันประกอบด้วย อโลภะ (ความไม่โลภ ความคิดเผื่อแผ่) อโทสะ (ความไม่คิดประทุษร้าย) และ อโมหะ (ความไม่หลง ปัญญา)

๖.๒ องค์ความรู้ที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันระหว่างจริยธรรมของสื่อมวลชนกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนา

จริยธรรมของสื่อมวลชนมีความสอดคล้องกับหลักธรรมในพระพุทธศาสนาอยู่หลายหลักธรรม เช่น อคติ ๔ กุศลมูล ๓ อกุศลมูล ๓ สุจริต ๓ หิริ โอตตปปะ

๖.๓ องค์ความรู้ที่แสดงให้เห็นว่า พลังของภาษาบ่งบอกถึงอคติของผู้ใช้ภาษา

ภาษามีพลังอยู่ในตัวของภาษาที่สามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสารให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม การใช้ภาษาทั้งในด้านการใช้ คำ วลี ประโยค คำภาษาถิ่น สำนวน อุปมาอุปไมย



สัญลักษณ์ คำย่อ คำแสลง และคำไทยที่มาจากคำภาษาต่างประเทศ ได้อย่างถูกต้อง กระชับ ดึงดูดใจให้ผู้รับสารอยากเข้าไปอ่านเนื้อหา เช่น *มีโจรวิ่งราวประชาชน!* (โจร หมายถึง ผู้ที่เอาอำนาจของประชาชนไปหมด) พลังของภาษาที่มีอยู่ในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากจะสะท้อนถึงความเป็นตัวตนของผู้ส่งสารแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างหรือการทำลายสังคมหากภาษาที่ใช้นั้นแทรกแฝงไว้ด้วยอคติ

๗. สรุป

ในท่ามกลางยุคสมัยที่เปลี่ยนไป มนุษย์ย่อมมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปตามกาลสมัย แต่ถึงกระนั้น “อคติ” ก็ยังคงมีเกิดขึ้นในมนุษย์อย่างไม่เปลี่ยนแปลงนับตั้งแต่โบราณกาลมาจนถึงยุคปัจจุบันสิ่งที่จะช่วยให้มนุษย์ปฎิเสธอคติหรือละอคติได้ก็คือ พระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าซึ่งไม่มีวันล้าสมัย เป็น “อกาลโก” ไม่ขึ้นกับกาล ไม่จำกัดด้วยกาล ให้ผลแก่ผู้ปฏิบัติทุกเวลา

การนำแนวคิดเรื่อง “อคติ” ในพระพุทธศาสนาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ “นัยอคติ” ที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์” จึงเป็นเครื่องเตือนสติทั้งสื่อมวลชนและผู้รับข่าวสาร พึงตระหนักว่าแม้อคติที่ปรากฏในภาษาพูดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นเพียง “นัยอคติ” ที่แฝงมากับภาษา แต่เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อที่ส่งสารไปยังผู้คนจำนวนมากย่อมมีส่วนที่ทำให้สังคมเกิดความเคยชินกับ “อคติ” จนไม่ได้คำนึงว่า อคติในภาษาพูดหัวข่าวเพียงไม่กี่คำ อาจสร้างความเข้าใจผิด อาจทำร้ายบุคคลที่เราอาจไม่เคยได้พบกัน และอาจก่อให้เกิดความแตกแยกในสังคมเพียงเพราะการขาด “กุศลกรรม” ของสื่อมวลชนในการใช้ภาษาพูดหัวข่าว

๘. ข้อเสนอแนะ

๘.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๘.๑.๑ ข้อเสนอแนะสำหรับสื่อมวลชนควรตระหนักและสนับสนุนให้มีการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างไม่มีอคติ ๔ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอคติในภาษาพูดหัวข่าว เพราะเป็นส่วนประกอบแรกของข่าวที่สะดุดตา

๘.๑.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันบันการศึกษ ที่ให้การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ควรจัดทำหลักสูตรเชิงบูรณาการ โดยนำเอาหลักธรรมในพระพุทธศาสนาเข้าไปบูรณาการ ให้ความรู้แก่นักศึกษ และสนับสนุนให้คณะอาจารย์ได้พัฒนาหลักสูตรโดยอาจมีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

๘.๑.๓ ข้อเสนอแนะสำหรับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ควรนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการรับสารและครองตนเองให้พ้นจากอคติ

๘.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการดำเนินงานงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า ยังมีประเด็นที่ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติม
อีก ดังนี้

๘.๒.๑ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ จริยธรรมการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์

๘.๒.๒ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ทุจริต ๓ กับการใช้ประทุษวาจาในสื่อออนไลน์

๘.๒.๓ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การโฆษณาที่แอบแฝงมาในภาษาพูดหัวข่าวของ
หนังสือพิมพ์ออนไลน์



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

นิตติยา ศรีคง, “พฤติกรรมกาเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์
ออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ระดับชั้นปีที่
๑”, บทความวิจัย วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

ราตรี เงามาม, “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ปี ๒๕๖๐”, บทความวิจัย The Graduate
Research Conference Khon Kaen University ๒๐๑๑.

วัฒน์ ภูวทิศ. “ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์
เพื่อรายงานข่าวสาร”. วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขา
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ),
กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๑.

ภาษาอังกฤษ

^๑ Money to Know, “เว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดือน มี.ค. ฟิ้น ไทยรัฐครองแชมป์คนเข้า
อ่านมากที่สุด”, <<https://money2know.com>>, 2/8/2018.

