

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดที่ใช้เป็นกรอบความคิดของการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ คือ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ แนวคิดเรื่องนายประตู่ข่าวสาร แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชน แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ แนวคิดทางสังคมวิทยาที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์สามารถมีบทบาทในการสร้างความโน้มเอียงในความรู้สึกนึกคิดของผู้อ่านสามารถช่วยและชักนำให้ผู้อ่านได้ครุ่นคิดสิ่งที่หนังสือพิมพ์เห็นว่าสำคัญได้ โดยผ่านการนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบการนำเสนอต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์เอง หนังสือพิมพ์จึงต้องพิถีพิถันในเนื้อหาที่จะตีพิมพ์ อันจะมีผลกระทบเกิดขึ้นในสังคมได้อย่างมาก

การเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ตามทฤษฎีนั้น ควรจะพยายามวางตัวเป็นกลาง (neutral) ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ มีความรับผิดชอบในการเสนอข่าวอย่างตรงความจริง และการเสนอข่าวที่ดีควรจะมีการเสนอสองด้าน การพิจารณาว่าหนังสือพิมพ์ใดมีความเป็นกลางมากน้อยเพียงไร เป็นเรื่องที่พิจารณาได้ยาก แต่ก็อาจดูได้จากความจงใจในการคัดเลือกหรือละเว้นเรื่องราวใด ๆ ของบรรณาธิการว่าได้พยายามโน้มน้ำหนักหรือสร้างอิทธิพลต่อความเห็นของผู้อ่านให้โน้มเอียงในทางใดหรือไม่ (พรภิรมย์ เอี่ยมธรรม, 2520: 77)

โดยทั่วไป เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ถูกนำเสนอไว้ด้วยรูปแบบที่สำคัญสองส่วน คือ ส่วนที่ข่าวและส่วนที่เป็นความเห็น การเสนอข่าวเป็นหน้าที่ประการแรกของสื่อมวลชน คือ เป็นการให้ความรู้ ข้อเท็จจริงโดยปราศจากการแสดงออกซึ่งความเห็น

การนำเสนอเนื้อหาในส่วนที่เป็นความเห็น ซึ่งได้แก่ ข้อเขียนในบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ บทวิเคราะห์ และคอลัมน์ส่วนบุคคลต่าง ๆ เนื้อหาของส่วนที่เป็นความเห็นนี้ มักจะเป็นการเลือกประเด็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง และควรจะต้องอยู่บนฐานของข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงจากแหล่งที่เชื่อถือได้ (ชาลิต ปัญญาลักษณ์, 2525: 156 - 161) การทำหน้าที่ของคอลัมน์ความคิดเห็นนี้จะคอยวิพากษ์วิจารณ์ และมักจะทำให้ความเห็นในเชิงชี้แนะแก่ผู้อ่าน คอลัมน์ความเห็นบางแบบ เช่น คอลัมน์ซุบซิบ จัดว่าเป็นลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งได้มีอิทธิพลต่อความรู้ ความเข้าใจ และชี้แนะพฤติกรรมของประชาชนให้คล้อยตามได้อย่างมาก และมีตัวอย่างปรากฏในเหตุการณ์ทางการเมืองที่สำคัญของไทยหลายครั้งมาแล้ว

Bradley (1971: 18 - 25) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า

1. หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร (To provide information) เป็นงานที่สร้างชื่อเสียงให้แก่หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันเป็นอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์ฉบับใดที่นำข่าว-ข่าวยื่นข่าว และตีพิมพ์ข่าวออกมาเสนอให้ผู้อ่านได้รับทราบข่าวที่ถูกต้อง ตรงกับข้อเท็จจริง และทันต่อเหตุการณ์ที่ผู้อ่านต้องการทราบ หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นย่อมเป็นที่นิยมของผู้อ่าน
2. หน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น หรืออธิบายความหมายของข่าว (To offer guidance or to explain the meaning of the news) กล่าวคือ เป็นการชี้แนะแนวทาง หรืออธิบายใจความหมายของข่าว ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถทำได้โดยการรายงานข่าว หรือจับประเด็นข่าวที่สำคัญมาวิพากษ์วิจารณ์ โดยอธิบายทั้ง เบื้องหน้า เบื้องหลังของข่าวนั้น ๆ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากปัญหาที่เป็นข่าวดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การชี้แนะแนวทางนั้น หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องเสนอความคิดเห็นทั้งสองด้าน เพื่อให้ผู้อ่านตัดสินใจเองว่าจะเห็นด้วยกับความคิดใด

3. หน้าที่ในด้านให้ความบันเทิง (To provide enjoyment) หน้าที่นี้มี

เป้าหมายที่จะช่วยผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการอ่านข่าว และบทความ ความคิดเห็นต่าง ๆ ทว่าหนังสือพิมพ์ไม่สมควรจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับความบันเทิงแฝงเนื้อที่ข่าว และบทความมากจนเกินไป ในปัจจุบันหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้อุทิศเนื้อที่อันมีค่าของหนังสือพิมพ์ให้แก่เรื่องราวเกี่ยวกับนวนิยายไทยและเทศ ภาพยนตร์ การ์ตูน และอื่น ๆ มากเกินไป อย่างไรก็ตาม เนื้อหาเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มจำนวนจำหน่าย จำนวนผู้อ่าน รวมทั้งจำนวนโฆษณา อันจะมีผลให้หนังสือพิมพ์คงธุรกิจของตนอยู่ได้

4. หน้าที่ด้านการให้บริการสาธารณะ (To serve the public) หนังสือพิมพ์

มีหน้าที่ที่จะต้องช่วยยกระดับความเป็นอยู่ และการกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชน งานในหน้าที่นี้ หนังสือพิมพ์ทำได้โดยรายงานข่าว ให้รัฐบาลได้รับรู้ถึงความมอยุติธรรมที่ประชาชนได้รับ ขณะเดียวกันก็ต้องคอยกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิบัติงาน เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยแท้จริง การปฏิบัติหน้าที่ที่เห็นชัดเจนของหนังสือพิมพ์ในด้านนี้ก็คือ การที่หนังสือพิมพ์สละเนื้อที่ของหนังสือพิมพ์ลงข่าว เรียกร้องให้รัฐบาลช่วยเหลือประชาชนที่ประสบปัญหาต่าง ๆ หรือการเปิดคอลัมน์รับเรื่องราวร้องทุกข์ ตอบปัญหาทางการแพทย์ หรือช่วยลงข่าวเรื่องการกุศล รวมทั้งหนังสือพิมพ์เข้าช่วยเหลือการกุศล และผู้ยากไร้ด้วยเงินทุนของหนังสือพิมพ์เองด้วย

5. หน้าที่ในการคงความเป็นสื่อกลางแห่งธุรกิจ (To Stay In Business)

เพื่อให้หนังสือพิมพ์อยู่ได้ตลอดไป หนังสือพิมพ์จะต้องมีจำนวนผู้ซื้อที่เพียงพอ และจะต้องมีโฆษณามากพอที่จะได้เงินมาเป็นค่าใช้จ่าย และเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่อไปด้วย ประกติหนังสือพิมพ์ได้รับรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์เองนั้น ประมาณหนึ่งในสามของจำนวนเงินรายรับทั้งหมดเท่านั้น ส่วนเงินรายได้ที่เหลืออีกราวสองในสามได้มาจากการขายโฆษณาสำหรับจำนวนเนื้อที่โฆษณาและอัตราค่าโฆษณานั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนจำหน่ายของหนังสือพิมพ์เอง หนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงมักจะมีผู้ยินดีจ่ายค่าโฆษณาสูง เพื่อลงโฆษณาสินค้าของตนในฉบับ

นั้น นอกจากการหารายได้จากการขายโฆษณาแล้ว หนังสือพิมพ์จะต้องพยายามหาลูกค้าผู้อ่านใหม่ให้เพิ่มขึ้น ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องมีความใหม่และสด อีกทั้งยังต้องมีรูปแบบที่สวยงามสะดุดตาด้วย และต้องสนองความต้องการของผู้ซื้อตามค่าเงินที่ผู้ซื้อเสียไป ซึ่งหมายถึงหนังสือพิมพ์จะต้องทำให้ผู้ซื้อพอใจในหนังสือของตนมากกว่าคู่แข่งอื่น ๆ ที่วางอยู่บนแผงขาย เคียงข้างนั่นเอง

Earl English and Clarence Hach (1963: 242 - 244) ได้กล่าวถึง

หน้าที่นักหนังสือพิมพ์ 5 ประการ คือ

1. เสนอข่าวสารด้วยความเที่ยงธรรมและถูกต้อง
2. วิเคราะห์ข่าว เพื่อช่วยให้ผู้อ่านรู้และเข้าใจข่าวได้อย่างละเอียด
3. ให้ความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนหย่อนใจ
4. ช่วยเหลือแนะนำผู้อ่าน เช่น คอลัมน์ตอบปัญหาหรือแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพ
5. โฆษณา ถือว่าเป็นการบริการแก่สาธารณชนทางอ้อม

ดรูว์ นิธิวรวิทย์ (2530: 5 - 10) กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่สำคัญ

มีดังนี้ คือ

1. หนังสือพิมพ์ให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญ ได้แก่ การให้ข้อเท็จจริงและให้ความสำคัญต่อข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยที่หนังสือพิมพ์ต้องให้ความสำคัญกับลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังต้องทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศให้ประชาชนได้ทราบถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่
2. หนังสือพิมพ์ให้การศึกษาความรู้ต่าง ๆ ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่านคอลัมน์และบทความต่าง ๆ ที่มีในหนังสือพิมพ์ คอลัมน์ที่ให้ความรู้เหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นการเสนอแนะและวิธีป้องกัน ตลอดจนให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ แก่ผู้อ่าน ได้แก่ คอลัมน์ที่ตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย โรคภัยไข้เจ็บและวิธีป้องกัน เป็นต้น

3. หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน หนังสือพิมพ์จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เขาสนใจผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่เสมือนเวทีแสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างหนังสือพิมพ์กับประชาชนทั่วไป หนังสือพิมพ์จึงเป็นผู้ทำหน้าที่บริการชุมชนในระบอบประชาธิปไตยได้เป็นอย่างดี

4. หนังสือพิมพ์ส่งเสริมและสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน โดยการประชาสัมพันธ์ชุมชนให้โลกภายนอกได้ทราบความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ชี้ข้อบกพร่องของชุมชนแต่ละชุมชนให้ประชาชนได้ทราบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

5. หนังสือพิมพ์เป็นสถาบันย่อยในการให้บริการแก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการรับแจ้งข่าวสาร คำร้องทุกข์ ร้องเรียน หนังสือพิมพ์สามารถบริการแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ เพราะลักษณะธรรมชาติของหนังสือพิมพ์นั่นเอง

6. หนังสือพิมพ์ผลิตข่าวสารและกำรโฆษณา เพราะข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมมนุษย์ การโฆษณาสินค้าก็มีบทบาทสำคัญในการแข่งขันทางการค้าขาย

7. หนังสือพิมพ์สร้างธุรกิจชุมชน ประชาชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากการอ่านโฆษณาในหนังสือพิมพ์

มาลี บุญศิริพันธ์ (2529: 4 - 5) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ พอสรุปได้ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร หนังสือพิมพ์ต้องให้ข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่าน เพื่อจะได้ทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดอย่างถูกต้อง และสามารถวินิจฉัยได้ด้วยตนเอง
2. ให้ข้อเสนอแนะอย่างยุติธรรมและเป็นกลาง
3. ให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่าน
4. เป็นสื่อโฆษณา โดยเป็นสื่อกลางนำสินค้ามาให้ผู้อ่านได้มีโอกาสตัดสินใจซื้อ และเป็นแหล่งรายได้สำคัญของหนังสือพิมพ์

มนต์ชัย นิพนทพนธ์ (2527: 36 - 37) กล่าวถึงหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ดังนี้

1. เสนอข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้อ่านสนใจ โดยถือว่าหน้าที่ในการเสนอข่าวสารนี้ เป็นหน้าที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ โดยข่าวที่เสนอจะต้องมีความสมบูรณ์ ครบถ้วนและเที่ยงตรง
2. การวิพากษ์วิจารณ์ข่าว จะช่วยให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจข่าวและสภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน เป็นการช่วยส่งเสริมการพัฒนาความคิดให้กับผู้อ่าน
3. ให้ความบันเทิง เพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านบางกลุ่ม โดยมุ่งให้เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนาน และการพักผ่อนหย่อนใจแก่ผู้อ่าน ได้แก่ เรื่องประเภทตลก ขบขัน การ์ตูน ป้ายหน้าอักษรไขว้ เกมต่าง ๆ เป็นต้น
4. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง เชื่อมโยงระหว่างบุคคล องค์กรและสถาบันต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันต่าง ๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดประชาสัมพันธ์หรือถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชนส่วนใหญ่
5. ช่วยผู้อ่าน เช่น คอลัมน์แนะนำสุขภาพ อาชีพ งานอดิเรก แนะนำและวิจารณ์หนังสือ ภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีประโยชน์ในการนำพาผู้ใช้เป็นอุปกรณ์การศึกษา หรือประกอบการเรียนการสอน การอภิปราย การสัมมนา ได้อีกด้วย
6. โฆษณา นับว่ามีความสำคัญต่อหนังสือพิมพ์อย่างมาก เพราะหนังสือพิมพ์ต้องอาศัยการโฆษณาเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพิมพ์และอื่น ๆ การโฆษณายังมีประโยชน์สำหรับประชาชน ทำให้ผู้อ่านได้ทราบว่าอะไรจะซื้อสินค้าที่ตนต้องการได้จากที่ใดบ้าง เกิดการเปรียบเทียบสินค้าว่าควรซื้อชนิดไหนจึงจะดีกว่ากัน หรือรู้แหล่งรับสมัครงานสำหรับผู้ที่ไม่ม้งานทำ เป็นต้น

วิทยุ วิทยะทัศน์ (2518: 48) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ดังนี้

1. การที่หนังสือพิมพ์จะเสนอข่าวสารให้ประชาชนทราบนั้น จะต้องเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป มีสาระและส่งเสริมความรู้ทางด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้อ่าน รวมทั้งในเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม
2. หนังสือพิมพ์เป็นตลาดเสรีแห่งความคิดเห็น ดังนั้นจะต้องการเสนอความคิดเห็น หรือการชี้แนะในบางเรื่องที่จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
3. จะต้องให้ความบันเทิงและช่วยให้ผู้อ่านเกิดความสุขสนทนา
4. เป็นสื่อกลางในทางธุรกิจ มีการลงโฆษณาให้บริการต่าง ๆ
5. ให้ความรับผิดชอบต่อสังคม และมีอิสระในการดำเนินกิจการด้วยตนเอง

สดศรี จันทรังษี (2526: 6 - 7) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ไว้ 4 ประการ

คือ

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร ได้แก่ การรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นที่สนใจของประชาชน มีคุณค่าของข่าวเพียงพอ ไม่ว่าจะ เป็นข่าวที่เกิดขึ้นใกล้ตัวหรือไกลตัวผู้อ่านก็ตาม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ หนังสือพิมพ์จะต้องทำหน้าที่เสมือนผู้บันทึก เหตุการณ์ประจำวัน ให้ผู้อ่านได้ทราบ
2. หน้าที่ในการให้ความคิดเห็น ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นในบทความหรือคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เสนอในหน้าในของหนังสือพิมพ์ เช่น ในบทบรรณาธิการ หรือบทวิเคราะห์วิจารณ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเกิดทัศนคติที่กว้างขวางต่อเหตุการณ์ที่เป็นข่าว และประชาชนสนใจในขณะนั้น ทั้งนี้จะต้องอยู่บนพื้นฐานอันถูกต้องและชอบด้วยเหตุผล
3. หน้าที่ในการให้ความรู้ หนังสือพิมพ์เปรียบเสมือนครู หรือเปรียบได้ดั่งกับโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยของประชาชน หนังสือพิมพ์ให้ข่าวสารหรือความคิดเห็น ตลอดจนเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน ก็จะเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชนทางหนึ่ง ซึ่งจำเป็นอย่างมากในประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น คอลัมน์ทางด้านการเมือง คอลัมน์เกี่ยวกับ



ความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ ทางด้านการเกษตร หรือความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

4. **หน้าที่ในการให้ความบันเทิง** ในสภาพ เศรษฐกิจและสภาพสังคมที่มีความวุ่นวายสับสนในปัจจุบัน ทำให้ประชาชนเกิดความเครียดเป็นอย่างมาก หนังสือพิมพ์จึงควรมีส่วนช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดของประชาชน ด้วยการเสนอ เนื้อหาสาระที่ไม่หนักเกินไปให้แก่ประชาชน เช่น เสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสิ่งบันเทิง เรืองรมย์ต่าง ๆ มีบทวิจารณ์ภาพยนตร์ และนำหนังสือน่าอ่าน ชักชวนให้ชมการแสดงดนตรีหรือละครที่น่าสนใจ

แนวคิดเรื่องนายประตูข่าวสาร

แนวคิดเรื่อง " นายทวารข่าวสาร " (Gatekeeper) หรือผู้เฝ้าประตู เดวิด ลูอิน (Kurt Lewin) นักจิตวิทยาสังคมชาวเยอรมันซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็น " บิดา " (Founding Father) ผู้วางรากฐานการวิจัยสื่อสารมวลชนคนสำคัญผู้หนึ่ง และเป็นบุคคลแรกที่นำศัพท์ " Gatekeeper " มาประยุกต์ใช้ในสาขาการสื่อสารมวลชน K. Lewin พิจารณาเห็นว่า การส่งข่าวสารต่าง ๆ นั้นจะต้องผ่าน " ช่องทาง " (Channels) และที่ช่องทางหรือสื่อนี้เองจะมีจุดหรือสถานที่หนึ่งซึ่งเปรียบเสมือน " ประตู " (Gate) คอยกั้นกรองให้หรือมิให้ข่าวสารนั้นผ่านไปได้อัตนึ่ง นายทวารข่าวสารหรือผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) มักจะได้แก่ บรรณาธิการ (Editor) หรือผู้ที่ทำหน้าที่บรรณาธิการ (Editing) ข่าวสาร และนักข่าว (Reporters) ตามสำนักหนังสือพิมพ์ ตามสถานีวิทยุและโทรทัศน์ต่าง ๆ

บรรณาธิการและนักข่าวหรือนายประตูข่าวสารมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ในการที่จะ " ตบแต่ง " และ " ปล่อย " ให้ข่าวสารนั้นผ่านไปถึงผู้รับสารหรือประชาชนทั่วไป ปัญหาที่นายประตูข่าวสารจะต้องเผชิญก็คือ จะต้องใช้วิจารณญาณอย่างสุ่ม ในการตัดสินใจคัดเลือกและ

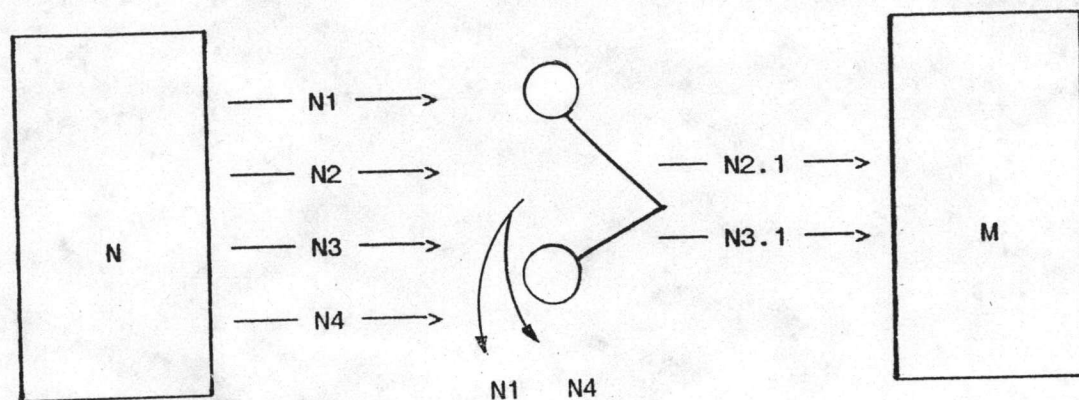
เสนอข่าวสารให้ตรงไปตรงมามากที่สุดและเข้าใจ หรือตระหนักถึงความต้องการของมวลชน
ผู้รับข่าวสาร (สนั่น ปัทมะทิน และคณะ, 2520)

Wilbur Shramm กล่าวว่า " นายประตูข่าวสาร มีสิทธิในการเปิดและปิดประตู
ข่าวสารต่าง ๆ ที่มีมา นายประตูข่าวสารเหล่านี้ได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้เขียน
ผู้พิมพ์ ผู้วิจารณ์ หัวหน้างานทางด้านข่าวสาร ผู้จัดการโฆษณา ครูและพ่อแม่ เป็นต้น "

ผู้ควบคุมข่าวสาร หรือนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper) เป็นบุคคลผู้ซึ่งควบคุม
การไหลของข่าวสาร บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าข่าวสารอะไรควรส่งต่อไป และข่าว
สารอะไรควรส่งไปข้างหน้าหรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด บุคคลผู้ทำหน้าที่เปิด
และ ปิดประตูข่าวสารนี้อยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

เคิร์ท ลูวิน (Kurt Lewin) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า " นายประตูข่าวสาร "
(Gatekeepers) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งมีอำนาจที่จะตัดสินใจว่าข่าวหนึ่ง ๆ ควรปล่อยให้
ให้ผ่านไป หรือระงับไม่ให้ปล่อยให้ผ่านไป ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานของนาย
ถวารข่าวสารจะเท่ากับทำให้เกิดความเข้าใจ ในปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของผู้เป็น
นายประตูข่าวสารด้วย

ความคิดนี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้โดย ดี. เอ็ม. ไวท์. (David Manning White,
1950) ซึ่งใช้แนวคิด " นายประตูข่าวสาร " (Gatekeepers) ในการศึกษากิจกรรมของ
บรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกาฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมการตัดสินใจ
คัดเลือกข่าว เพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร ซึ่งแบบจำลอง
นายประตูข่าวสารนี้สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารของผู้ที่มีหน้าที่ เป็นผู้กลั่น
กรองข่าวสารในหนังสือพิมพ์สู่ประชาชนผู้อ่านได้ดังนี้



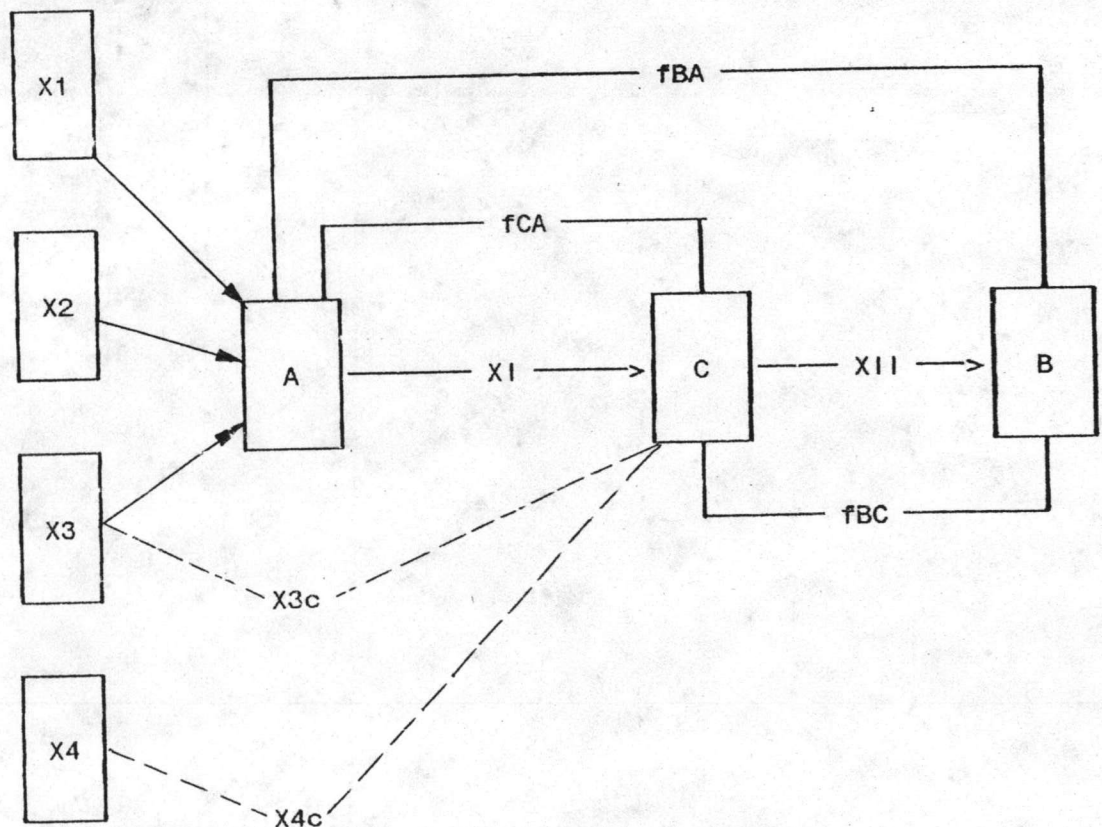
แบบจำลองนายทวารข่าวสาร ของ ดี. เอ็ม. ไวท์ (1950)

N	-	แหล่งที่มาของข่าวสาร
N1,2,3,4	-	เรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นข่าว
M	-	ผู้รับสาร
N1, N4	-	เรื่องต่าง ๆ ที่ตัดทิ้งไป

จากแบบจำลองของ ดี. เอ็ม. ไวท์. แสดงให้เห็นว่า แหล่งที่มาของข่าวสารหรือแหล่งข่าว (News Source) จะส่งข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ มากมายหลายชั้นมายังหนังสือพิมพ์ บรรณาธิการซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้กั้นกรองข่าวสารหรือเป็นนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper) จะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชั้นเพื่อนำตีพิมพ์ และข่าวที่ไม่ถูกคัดเลือกก็จะถูกตัดทิ้งไป ซึ่งข่าวสารที่ถูกตัดเลือกนี้อาจจะถูกตัดแปลงให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังประชาชนผู้อ่าน (พิระ จิรโสภณ. 2529)

นอกจากการศึกษาของ ดี. เอ็ม. ไวท์. (David Manning White) ซึ่งเป็นผู้นำทางด้านการศึกษาบทบาทของการตัดสินใจคัดเลือกข่าวแล้ว ในปี ค.ศ. 1957 เวสลีย์ (Westley) และแมคคลีน (Maclean) จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับนายประตูข่าวสารมาสร้างเป็น

แบบจำลองสำหรับการวิจัยทางสื่อสารมวลชน เรียกแบบจำลองนี้ว่าแบบจำลอง " A-B-C " โดยในแบบจำลองนี้ ให้อักษร " C " หรือนายประจักษ์ข่าวสารซึ่งจะอยู่ในฐานะที่สำคัญคือ การรับข่าวสารต่าง ๆ ที่เรียบเรียงแล้วจาก " A " หรือผู้ส่งข่าว หลังจากนั้นก็จะดำเนินการเพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสาร (Audience) หรือ " B " หลังจากนั้น " C " จะรับข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารเอง ประจักษ์แล้ว " C " จะทำหน้าที่เป็นเพียงสื่อ (Agent) หรือช่องทาง (Channel) ของ " B " ไม่ใช่ผู้ทำหน้าที่ผู้ส่งสาร (Communicator) " A " และ " C " ก็ไม่ใช่เป็นต้นกำเนิดของข่าวสารโดยตรงแต่อย่างใด (Westley and McLean, 1957)



แบบจำลองเชิงแนวคิดรวบยอดของ เวสลีย์และแมคคีน (1957)

ในที่นี้	X	-	แหล่งข่าวสาร (News Source)
	A	-	ผู้ส่งข่าวสารอย่างมีความมุ่งหมาย (Communicator)
	B	-	ผู้รับสาร (Audience)
	C	-	ผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper)
	F	-	ข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback)
	FBA	-	ข้อมูลสะท้อนกลับจากผู้รับสารไปยังแหล่งข่าวสาร
	FBC	-	ข้อมูลสะท้อนกลับจากผู้รับสารไปยังนายทวารข่าวสาร
	FCA	-	ข้อมูลสะท้อนกลับจากนายทวารข่าวสารไปยังผู้ส่งสาร

จากแบบจำลองดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บทบาทของช่องทางการสื่อสาร ตรงกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนอันได้แก่นั่งสื่อพิมพ์ ในการคัดเลือกข่าวสาร และผลิตข่าวบทความต่าง ๆ ถ่ายทอดไปยังผู้อ่านหรือผู้รับสาร ซึ่งเป็นบทบาทของ " นายประตูข่าวสาร " ตามแบบจำลองของไวท์ นั้นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดหัวข้อพิจารณาโดยสื่อมวลชน

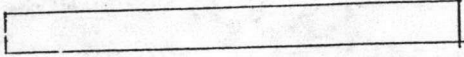
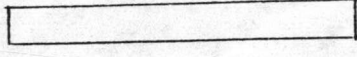
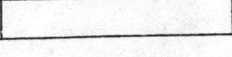
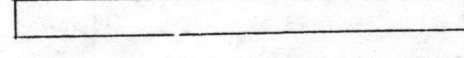

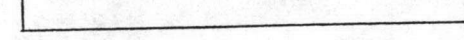
แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนที่อาจเป็นหลักการของการก่อตัวของภาพลักษณ์ที่สำคัญอยู่แนวคิดหนึ่ง คือ แนวคิดที่เน้นหน้าที่ของสื่อมวลชนในด้านการเสนอข่าวสาร (information) มากกว่าหน้าที่ในการชักจูงหรือโน้มน้าวใจ (persuasion) หน้าที่ดังกล่าวก็คือ " หน้าที่ใน " การกำหนดเรื่องพิจารณา " (agenda-setting)

สาระสำคัญของหน้าที่ใน " การกำหนดเรื่องพิจารณา " มีว่า เมื่อมีการย้าเนื้อหาของข่าวในประเด็นใดประเด็นหนึ่งเพิ่มมากขึ้นโดยสื่อมวลชน จะเป็นสาเหตุทำให้เพิ่มความสำคัญของเรื่องที่เน้นแก่สาธารณชนเพิ่มมากขึ้น

ผล (effect) ของการสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ที่สำคัญมากที่สุดก็คือ ศักยภาพในการมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคล กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สื่อมวลชนมีความสามารถในการสร้างโลกของบุคคล (Kraus and Davis, 1980.)

วอลเตอร์ ลิพพ์มันน์ ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างภาพต่าง ๆ ในหัวสมองของคนเรา ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีการกำหนดหัวข้อพิจารณาโดย สื่อมวลชนที่มองว่าการที่สื่อมวลชนให้ความสนใจโดยการ เน้นการนำเสนอ เนื้อหาข่าวบางเรื่อง และไม่เน้นการนำเสนอในบางเรื่อง โดยการพิจารณาจากหลักเกณฑ์คุณค่าของข่าวนั้น จะมีผลกระทบต่อทำให้สาธาณชนผู้รับสารรับรู้ความสำคัญของ เรื่องราวต่าง ๆ ในสังคมตามที่สื่อมวลชน เน้นการนำเสนอ เช่น หากสื่อมวลชนเน้นการนำเสนอข่าวการประท้วงนางงาม มากกว่าข่าว การอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐมนตรี ก็จะส่งผลกระทบต่อทำให้ผู้รับสารรับรู้และให้ความสนใจกับ การประท้วงนางงามมากกว่าการอภิปรายไม่ไว้วางใจคณะรัฐมนตรี

แบบจำลองการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณา

ประเด็นปัญหา	ความเอาใจใส่ของสื่อมวลชนที่ต่างกันไป	การรับรู้ของสาธารณชนที่ตามมาต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้
X_1		X_1
X_2		X_2
X_3		X_3
X_4		X_4
X_5		X_5
X_6		X_6



จากภาพ หมายถึงประเด็นปัญหาหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ที่สื่อมวลชน
หยิบยกมานำเสนอให้สาธารณชนรับทราบ การเน้นเสนอเรื่องเหล่านี้โดยสื่อมวลชนมากน้อย
ต่างกัน (แสดงโดยรูปแท่งแนวนอน) ผลที่ตามมาก็คือ ทำให้สาธารณชนรับรู้ในประเด็นหรือ
หัวข้อเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ไม่เหมือนกัน ประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการนำ
เสนอมาก็ได้รับการพิจารณาเป็นหัวข้อเรื่องที่สำคัญมากด้วย (ขนาดของ X ทางขวามือแสดง
ระดับความสำคัญที่พิจารณาโดยสาธารณชน) (พิระ จิระโสภณ, 2529)

ข้อสมมุติฐานของทฤษฎีการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชนมีดังนี้

(Lee B. Becker, 1982)

1. บุคคลมีความปรารถนาที่จะให้ตนเองได้รับการบอกกล่าว เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
2. สื่อมวลชนเปิดโอกาสในฐานะเป็นหนทางหรือวิธีการที่ทำให้บุคคลได้รับการบอก
กล่าว เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
3. เนื่องจากแหล่งข่าวมีจำกัด ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพมาก
ที่สุดสำหรับสมาชิกผู้รับสารในอันที่จะทำให้ตนเองได้รับการบอกกล่าวอยู่เสมอ
4. ข่าวสารจากสื่อมวลชนถ่ายทอดไปสู่ผู้รับสารนั้น ผู้รับสารสามารถพิสูจน์ได้จาก
การที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหานั้น ๆ
5. สื่อมวลชนจะก่อให้เกิดความรู้สึกว่าประเด็นหรือเรื่องราวใดที่สำคัญมากกว่า
อันเป็นผลเนื่องมาจากเทคนิคของการคัดเลือกข่าวสาร
6. สมาชิกผู้รับสารจะเกิดการยอมรับการเน้นความสำคัญของข่าวสารหรือประเด็น
เนื้อหาของสื่อมวลชน จนกลายเป็นความคิดเห็นของตนเอง

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ยังคงมีการโต้แย้งกันอยู่มาก นักวิชาการบางกลุ่มได้เสนอข้อสมมุติฐานที่แตกต่างกันออกไปว่า

1. สื่อมวลชนเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองและรับใช้ผู้รับสาร
2. วิธีการหนึ่งในการรับใช้ผู้รับสารก็คือ การจัดเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสารให้ครอบคลุมทุกด้าน
3. เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่ทรัพยากร สื่อมวลชนจึงต้องจัดสรรทรัพยากร เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ
4. การจัดสรรทรัพยากรนั้นจะกระทำให้สอดคล้องกับขนาดของกลุ่มคนในชุมชนซึ่งเกี่ยวข้องอยู่กับเรื่องนั้น

จากแนวคิดของทฤษฎีนี้ แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำคัญของเหตุการณ์ทางการเมืองของผู้รับสาร ซึ่งในการเลือกตั้ง ในสหรัฐอเมริกา นั้น บรรดาผู้สมัครได้นำเอาทฤษฎีนี้ไปประยุกต์ใช้ในการหาเสียงด้วย

แนวคิด เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

1. การสร้างภาพลักษณ์ (Image)

จากแนวคิดของบรูสทิน (Boorstin, 1964: 185 - 194) เขาเสนอว่า "ภาพลักษณ์ คือ ความตื้นเขินซึ่งไม่ใช่ของจริง จะเห็นได้จากลักษณะที่เป็นการสังเคราะห์ (สร้างขึ้นมาจากองค์ประกอบหลายอย่าง) เป็นสิ่งที่มีความน่าเชื่อถือได้ เป็นภาพที่มองเห็นได้ชัดเจน ดูง่าย เข้าใจง่าย และสามารถเข้าใจได้หลายความหมาย มีค่ากำกวม" จากความหมายของบรูสทิน เขาจึงได้รวบรวมลักษณะของภาพลักษณ์ไว้ 6 ประการ คือ

- 1.1 An image is synthetic ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ถูกประกอบขึ้นมา

โดยมีการวางแผนไว้แล้ว สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสนองเป้าหมายโดยเฉพาะ และต้องการให้เกิดความประทับใจอย่างแน่นอน

1.2 An image is believable ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ ผู้สร้างภาพลักษณ์มักมีเจตนาารมณ์ที่จะทำเพื่อภาพของบุคคลหรือองค์กร การสร้างภาพลักษณ์จะไม่มีประโยชน์อะไร ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือ

1.3 An image is Passive ภาพลักษณ์เป็นสิ่งอยู่นิ่ง และสมมุติขึ้นมาเพื่อให้เหมาะเจาะกับความเป็ยจริง ผู้สร้างภาพลักษณ์จะเป็นผู้วางสิ่งนั้นให้พอดีกับภาพมากกว่าที่จะดูขัดแย้งไม่เข้ากัน และภาพลักษณ์คือ " ความดีที่กลายเป็นความจริง เมื่อนำมาเผยแพร่แล้วเท่านั้น "

1.4 An image is vivid and concrete ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยจะต้องตอบสนองเป้าหมายให้ดีที่สุด ด้วยการดึงดูดความรู้สึก

1.5. An image is simplified ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่าย เพื่อกำจัดแง่มุมอันไม่พึงประสงค์ออกไป กล่าวคือ ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่ายกว่าเป้าหมายที่เสนอออกมา และจะต้องจดจำได้ง่ายด้วย

1.6 An image is ambiguous ภาพลักษณ์มีความหมาย 2 แง่มุม บางครั้งภาพลักษณ์จะลอยอยู่ระหว่างจินตนาการกับความรู้สึก ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง และแม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่ดูกำกวม แต่จะต้องไม่ใช่สิ่งที่ไม่ดี กล่าวคือ เป็นที่ยอมรับได้

Dr.Claude Robinson และ Dr.Walter Barlow ได้อธิบาย

ความหมายของคำว่า " ภาพลักษณ์ " ไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถานภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตัวเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

มานิต รัตนสุวรรณ (2526) ได้กล่าวไว้ว่า " ภาพลักษณ์ คือ ความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้ "

วิรัช ลภีรัตนกุล (2526) ได้สรุปความหมายของคำว่า " ภาพลักษณ์ " ไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ (mental picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ อาจจะเป็นภาพที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2527) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเอง (Subjective knowledge) ซึ่งต่างจากความรู้อื่น ๆ ที่เราเรียนรู้มาจากวิชาวิทยาศาสตร์ หรือประวัติศาสตร์ที่บันทึกไว้ เพราะว่าคุณรู้อย่างหลังนี้ เป็นความรู้ที่แท้จริงที่ไม่เกี่ยวกับความรู้สึกล้วนตัวและประสบการณ์ส่วนตัวของเรา (Objective knowledge)

Objective knowledge เมื่อถูกนำมารวมเข้ากับความรู้สึกล้วนตัว ความเชื่อส่วนตัว ค่านิยมส่วนตัว ประสบการณ์ส่วนตัวเข้าไปแล้ว ก็จะกลายเป็น subjective knowledge ที่มีการเสริมเติมแต่งเข้าไป แล้วกลายเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของเรา

ภาพลักษณ์ที่คนเรามีอยู่ที่เรียกว่า subjective knowledge นั้น มีทั้ง " ชื่อเท็จจริง " และ " คุณค่า " รวมกันอยู่ เพราะฉะนั้นในการสร้างภาพลักษณ์นั้น เราต้องให้ทั้งข้อมูลที่เป็นชื่อเท็จจริง และข้อมูลที่เป็นการแนะนำมาตรการในการประเมินคุณค่าให้กับเขาด้วย เพราะการให้ชื่อเท็จจริงที่ถูกต้อง แต่ถูกนำไปประเมินคุณค่าด้วยมาตรการที่ผิด ๆ ก็อาจเกิดผลในทางลบในการสร้างภาพลักษณ์ได้เช่นกัน ซึ่งการประเมินคุณค่านี้ คือหัวใจของการสร้างภาพลักษณ์ คนเราอาจจะมีความสามารถในการนำเอาชื่อเท็จจริงสู่มหาชนได้ แต่การสร้างวิธีการประเมินคุณค่า อันจะก่อประโยชน์ให้แก่การสร้างภาพลักษณ์นั้น เป็นสิ่งที่น้อยคน

จะมีความสามารถได้อย่างแท้จริง ความเข้าใจมหาชนที่เราเกี่ยวข้องด้วย จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น และเป็นหัวใจของการทำงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดจากประสบการณ์ของผู้มีภาพลักษณ์นั้น นับแต่เราเกิดมาได้รับข่าวสารต่าง ๆ เข้าไปในสมอง เมื่อยามเยาว์เราแยกไม่ออกว่าอะไรเป็นอะไร แต่พอเราโตขึ้นมาเรื่อย ๆ เราจะเริ่มแยกได้ว่าอะไรเป็นอะไร แล้วเราก็เริ่มมีความรู้สึกต่อสิ่งนั้น เมื่อนั้นภาพลักษณ์ก็เริ่มถูกสร้าง เมื่อเราโตขึ้นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่เราสร้างไว้ก็ยิ่งมากมายขึ้นทุกที เมื่อเราได้ข้อมูลใหม่ ๆ เข้ามา ภาพลักษณ์นั้นอาจเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อภาพลักษณ์เปลี่ยนไป พฤติกรรมก็เปลี่ยนไปได้เช่นกัน เพราะฉะนั้น เราอาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลนั้นคือสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภาพลักษณ์

เมื่อคนเราได้รับข้อมูลอะไรเพิ่มเติม อาจจะปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ในสามอย่างนี้

1. ภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่คงสภาพเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งหมายถึงว่าข้อมูลดังกล่าวไม่กระทบภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ ในชีวิตคนเราข้อมูลส่วนใหญ่เป็นอย่างนี้มากมาย ชีวิตคนเรา ๆ ได้รับข้อมูลต่าง ๆ มากมาย แต่ข้อมูลเหล่านั้นไม่กระทบภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ไม่เปลี่ยนแปลงไป ความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของเรา ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่เรานึกเฉย
2. ภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่เปลี่ยนแปลงไปตามวิถีหรือครรลองของชีวิต เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ปรกติธรรมดา
3. ภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่เปลี่ยนแปลงไปมากมาย ขนาดที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นการปฏิวัติของภาพลักษณ์เอาเลยทีเดียว เช่น คนเปลี่ยนศาสนา เพราะได้รับคำสอนใหม่ เข้าใจโลกใหม่ มีทัศนคติใหม่ต่อโลก เป็นต้น

เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงทำให้เราพูดได้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะบุคคลใดก็ตาม เมื่อปักใจเชื่อสิ่งใดแล้ว แม้ว่าจะได้รับข้อมูลใหม่มา ก็ยากที่จะเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ และทัศนคติเดิมที่ตนมีอยู่

Kenneth E. Boulding (1961) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการสร้าง

ภาพลักษณ์ไว้ว่า ความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบ ๆ ตัวที่เราได้ประสบความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคล จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักได้เฉพาะ " ภาพ " บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เรามักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก และพฤติกรรมของเราขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวเรา ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยิน และได้เห็นด้วยตัวเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ นี้ คือ กระบวนการก่อให้เกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีควมสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

ภาพลักษณ์นี้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทัศนคติ (Attitudes) นักจิตวิทยาสังคมอธิบายว่า ทัศนคติเป็นอชฌาศัย (Predisposition) หรือแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เพื่อตอบโต้สิ่งเร้าหนึ่ง ภายใต้งैอนใจเฉพาะหนึ่ง ๆ ภาพลักษณ์ก็เป็นอชฌาศัยเช่นกัน แต่เป็นอชฌาศัยที่จะนำไปสู่การรับรู้ และตีความสิ่งเร้า ถ้าทัศนคติเป็นความ



ไ้ม้นำ (Orientation) ที่จะมีพฤติกรรมที่เห็นได้ ภาพลักษณ์ก็เป็นความไ้มนำที่จะรับรู้และตีความ ซึ่งเป็นกระบวนการในระดับความรู้สึกนึกคิดที่ไม่สามารถมองเห็นได้

องค์ประกอบของภาพลักษณ์อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้อง เป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้ อย่างเด็ดขาด

1. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับจากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ นั่นเอง ซึ่งอาจจะ เป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้
 2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
 3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
 4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติต่อได้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก
- องค์ประกอบเชิงความรู้ ความรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้ จะผสมผสานกัน เป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

Daniel J. Boorstin (1973) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ไว้ว่า

ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดแน่นอน เพื่อสร้างภาพประทับใจตามที่มุ่งหวังไว้ โดยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชนทั่วไป

โดยภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ จะเป็นส่วนผสมที่มีทั้งมิติที่เป็นความเฉพาะตัว (Private) และมิติที่มีความเป็นสาธารณะ (Public) ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละคน (Private Image) มีความแตกต่างกันอยู่ ขณะเดียวกันภาพลักษณ์ในส่วนบุคคลแต่ละคน ต่อสิ่งหนึ่ง ๆ เกิดมีบางส่วนที่เหมือนกันก็เป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public Image) การรับรู้ปรากฏการณ์ต่าง ๆ เข้ามาเป็นภาพลักษณ์ในตัวเรา ซึ่งมักเป็นการรับรู้มาแบบโครงสร้างนี้ จึงมีภาพลักษณ์ในส่วนบุคคล และภาพลักษณ์ร่วมในตัวบุคคลเดียวกัน

2. ภาพลักษณ์ทางการเมืองและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

การสร้างภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสาร ที่มุ่งอธิบายว่า บุคคลสร้างภาพลักษณ์มาอย่างไรนั้น อาจพิจารณาได้จากสาระของการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์ หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ การก่อตัวของภาพลักษณ์ในบุคคล เมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว ภาพลักษณ์จะเกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ ความรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา จากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตที่ผ่านมาโดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตด้วย จึงนำไปสู่การสร้างความรู้ ซึ่งมีการแยกแยะลักษณะประเภทและความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ นั้น เป็นความรู้ที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเรา ความรู้ที่สร้างขึ้นนี้ จึงไปเกี่ยวข้องกับประสบการณ์เดิม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ๆ อาจเป็นในรูปของความผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ และเป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออก เป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

Hans G. Furth (1969: 133 - 143) ได้กล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวกับ
 หลักการรับรู้ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ในบุคคลไว้แนวคิดหนึ่ง คือ
 พัฒนาการของการรับรู้ที่เรียกว่า " การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้
 ลักษณะภายนอก " (figurative thinking) ซึ่งเป็นการพยายามปรับภาพลักษณ์ที่บุคคลมี
 ต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่รูปลักษณะภายนอกของวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ในลักษณะที่คงตัว
 อยู่กับที่ มีลักษณะที่เป็นการนำเสนอสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นตัวนำไปสู่การรับรู้ (cues) ใน
 ลักษณะที่ให้ภาพรวม ๆ ที่เข้าใจได้ขึ้นภาพหนึ่ง แต่เป็นภาพรวม ๆ ที่ขาดความแน่นอนชัดเจนใน
 รายละเอียด ทำให้การรับรู้นี้ต้องการตีความ (interpret) สร้างเป็นความรู้เชิงอัตวิสัย
 ขึ้น และการนำเสนอภาพรวม ๆ นี้เป็นการมุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดความรู้ลึกที่มีทิศทางต่อสิ่งที่ได้
 รับรู้มากกว่าที่จะมุ่งนำเสนอรายละเอียดเพื่อให้เกิดความรู้ - ความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้รับรู้นั้น
 การพยายามสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ ก็ใช้หลักการนำเสนอ
 ที่สอดคล้องกับ " การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก " นี้เช่นกัน

" การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก " ในทางการเมือง
 มักจะ เน้นภาพที่ปรากฏต่อสายตา (appearance) และสไตล์มากกว่าเนื้อหาสาระ ให้ความ
 สนใจต่อส่วนที่เป็นเพียงเค้าโครง (outline) มากกว่าจะลงลึกในรายละเอียดภายใน
 ภาพลักษณ์ทางการเมืองจำนวนมากมีลักษณะ เป็นการก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะ
 ภายนอกเช่นนี้ และเรามักตอบโต้ต่อสัญลักษณ์ทางการเมืองโดยรับรู้ต่อสิ่งที่ป็นรูปพรรณสัณฐาน
 (configurative) ยิ่งกว่าคุณสมบัติภายใน

การมีภาพลักษณ์ทางการเมืองและภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรี หากได้ก่อตัว
 หรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปกำหนดพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนที่จะมี
 ต่อบุคคลหรือระบบการเมืองโดยส่วนรวมได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะ

เปลี่ยนแปลงได้ยาก แม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง (dynamic of image) ก็ตาม เพราะการจะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ จะต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคล เพื่อให้เขาเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้น ข้อมูลอาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อเดิม ทัศนคติเดิม และค่านิยมเดิมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้น อาจจะถูกคัดค้านหรือเป็นการบิดเบือนไปได้ (Kenneth E. Boulding, 1961: 7 - 9)

แนวคิดทางสังคมวิทยาที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของการเจริญเติบโตของมนุษย์ เมื่อภาพลักษณ์ที่มนุษย์มีต่อโลกขยายใหญ่โตขึ้น จิตใจของมนุษย์ก็เจริญเติบโตตามไปด้วย มนุษย์ย่อมต้องการให้ภาพลักษณ์ของตนนั้น เจริญงอกงามไปในทางที่ดี เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ตน เมื่อจะทำกิจการงานใด ๆ ก็จะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ก่อนที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดจะตัดสินภาพลักษณ์ของใครนั้น ย่อมต้องมองถึงปัจจัยทางสังคมที่มีผลต่อภาพลักษณ์ นั่นคือ สถานภาพ บทบาทและบุคลิกภาพทางสังคมของบุคคลนั้น ๆ เป็นส่วนประกอบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สถานภาพสังคม (Social Status)

สถานภาพทางสังคม คือ ตำแหน่งของบุคคลในสังคมที่ได้มาจาก เป็นสมาชิกของกลุ่ม จะกำหนดสิทธิและหน้าที่ (rights and duties) ทั้งหมดที่บุคคลมีอยู่ และเกี่ยวข้องกับผู้อื่น สถานภาพจะกำหนดว่าบุคคลนี้แตกต่างจากบุคคลนั้นอย่างไร และมีหน้าที่รับผิดชอบอย่างไรในสังคม สถานภาพเป็นสิ่งเฉพาะบุคคล และแสดงสัญลักษณ์ของบุคคลนั้น

พิศวง ธรรมพินทา (2523: 60 - 61) ได้กล่าวถึงสถานภาพไว้ว่า

การพิจารณาและวิเคราะห์ความเป็นไปของมนุษย์ในทางสังคมวิทยา ส่วนหนึ่ง
พิจารณาจากความสัมพันธ์ของบุคคลในสังคม จะพบว่าการปะทะสังสรรค์ส่วนใหญ่เป็นไป
ตาม " สถานภาพ " มิใช่ปะทะสังสรรค์กับตัวบุคคลโดยตรง เพราะเราไม่อาจรู้จัก
มักคุ้นชื่อเสียงเรียงนามของกันและกันได้ถ้วนทั่ว ดังนั้นเราจึงติดต่อกันโดยอาศัยตำแหน่ง
หรือหน้าที่ของบุคคลนั้น ตัวอย่างเช่น เราติดต่อกับช่างเลื้อและช่างผม โดยไม่จำเป็นต้อง
ต้องรู้จักเรื่องราวส่วนตัวของเขาว่าเป็นอย่างไร นอกจากรู้ว่าเขามีหน้าที่อย่างนั้น
และทำนองเดียวกัน เขาก็ไม่รู้จักเราดี แต่การติดต่อก็สามารถดำเนินไปได้ โดยอาศัย
บรรทัดฐานควบคู่ไปกับตำแหน่ง

การกำหนดสถานภาพของบุคคลเป็นสิ่งจำเป็น ถ้าไม่มีสถานภาพ เราจะไม่อาจทราบว่า
เรายืนอยู่ตรงไหน ของสังคมระดับใด มีฐานะอย่างไร เราทำอะไรได้บ้าง หรือทำ
อะไรไม่ได้บ้าง สถานภาพที่ได้มาตามความสามารถ เป็นสถานภาพที่ช่วยสร้างความ
กระตือรือร้น และทำให้เกิดการแข่งขันต่อสู้กันตามแต่ความสามารถของบุคคล เพื่อได้เต้า
สู่สังคมระดับสูงขึ้นไป

สถานภาพของบุคคลในสังคม มี 2 ประเภท คือ

1) สถานภาพที่ติดตัวมาแต่เดิม (ascribed status) เป็นสถานภาพที่ได้มา
โดยกำหนด เช่น เด็กชาย หญิงสาว พ่อแม่ คนไทย ฯลฯ สถานภาพแบบนี้มัก เป็นสถานภาพ
ประจำตัวมาตั้งแต่ตั้งเดิม หรือเป็นไปตามภาวะทางชีววิทยา หรือจากการเป็นญาติสนิทหรือ
สายโลหิต สถานภาพที่มีมาแต่เดิมนี้อาจไปจำกัดสิทธิบางอย่างของบุคคลไว้ เช่น สังคมไทย
หญิงมีอิสระน้อยกว่าชาย สิทธิบางประการของหญิงถูกจำกัดด้วยกฎศีลธรรม ชายมีชู้มีความผิด
น้อยกว่าหญิงมีชู้ เป็นต้น

2) สถานภาพที่ได้มาด้วยความสามารถ (achieved status) เป็นสถานภาพจากการแสวงหาตามความสามารถของตน เช่น การเป็นสามีภรรยา บัณฑิตจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ช่างตัดผม ฯลฯ สถานภาพประเภทนี้ อาจจะเปลี่ยนไปได้เสมอตามสถานภาพที่ชวนชวหาใหม่ ตัวอย่างเช่น ลูกกรรมกรอาจเปลี่ยนสถานภาพเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือนายตำรวจก็ได้ เป็นต้น

สุพัตรา สุภาพ (2522) ได้กล่าวว่า " สถานภาพเป็นตำแหน่งที่ได้จากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม เป็นสิทธิและหน้าที่ทั้งหมดที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับผู้อื่นและสังคมส่วนรวม สถานภาพจะกำหนดว่า บุคคลนั้นจะหน้าที่ต้องปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างไร มีหน้าที่รับผิดชอบอย่างไรในสังคม สถานภาพ เป็นสิ่งเฉพาะบุคคล ทำให้บุคคลนั้นแตกต่างจากผู้อื่น "

ประสาธ หลักศิลา (2514) ได้กล่าวไว้ว่า " สถานภาพ คือ ตำแหน่งหน้าที่การงานซึ่งกำหนดขึ้นในโครงรูปหรือระบบของสังคม ในแต่ละระบบของสังคมย่อมมีตำแหน่งหรือสถานภาพต่าง ๆ และมีระเบียบหรือขั้วสถาน สำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติของตำแหน่งหรือสถานภาพนั้น ๆ ควบคู่ไปด้วยเสมอ "

นักสังคมวิทยา ราล์ฟ ลินตัน (Ralph Linton) ได้แบ่งสถานภาพออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สถานภาพที่ได้มาโดยกำเนิด หรือสถานภาพที่ติดตัวมากับสถานภาพที่ได้มาโดยความสามารถ หรือสถานภาพโดยการกระทำ (สุขุม ศรีบุรินทร์, 2525: 57)

1) สถานภาพที่ติดตัวมา หรือสถานภาพโดยกำเนิด หรือสถานภาพโดยกรรมสิทธิ์

ได้แก่สถานภาพที่ได้มาโดยสังคมเป็นผู้กำหนด หรือเป็นเรื่องของการที่บุคคลได้รับสถานภาพมาโดยเงื่อนไขทางชีวภาพ (Biological Condition) เช่น เป็นหญิง ชาย ผู้ใหญ่ ลูกกรรมกร ลูกประธานาธิบดี ลูกรัฐมนตรี ฯลฯ ตำแหน่งเช่นนี้เกิดขึ้นเองโดยวิธีการทางสังคม อาจเกิดจากประเพณี ซึ่งจำแนกได้ดังนี้



1. สถานภาพทางวงศ์ญาติ (Kinship Status) บุคคลย่อมมีความผูกพันกันทางสายโลหิต เป็นญาติ พี่น้อง ปู่ ย่า ตา ยาย
2. สถานภาพทางเพศ (Sex Status) บุคคลเกิดมามีเพศแยกออกเป็นชายและหญิง บุคคลที่ได้รับสถานภาพทางเพศย่อมมีบทบาท คือ สิทธิหน้าที่แตกต่างกัน
3. สถานภาพทางอายุ (Age Status) บุคคลได้รับสถานภาพตามเกณฑ์ของอายุ เช่น ผู้เยาว์ ผู้ใหญ่ ตามกฎหมายกำหนดว่าหญิงชายบรรลุนิติภาวะเมื่ออายุ 20 ปีบริบูรณ์ คนที่บรรลุนิติภาวะแล้วยังไม่บรรลุนิติภาวะย่อมมีสิทธิต่างกัน
4. สถานภาพทางเชื้อชาติ (Race Status) เช่น จีน แขก นิโกร
5. สถานภาพทางถิ่นกำเนิด (Regional Status) บุคคลในถิ่นใดย่อมได้รับสถานภาพว่าเป็นคนของท้องถิ่นนั้น เช่น เกิดภาคเหนือ ก็ได้รับสถานภาพเป็นชาวเหนือ
6. สถานภาพของชั้นสังคม (Class Status) บุคคลที่เกิดมาจากครอบครัวของชนชั้นต่ำ ก็มีสถานภาพเป็นคนชั้นต่ำ
7. สถานภาพทางวรรณะ (Caste) ในบางสังคม เช่น ฮินดู มีการแบ่งเป็นวรรณะใหญ่ 4 วรรณะ ตามหน้าที่การงาน
8. สถานภาพทางศาสนา (Religion) เป็นสถานภาพที่ได้มาโดยกำเนิดอีกทางหนึ่ง จากการที่พ่อแม่นับถือศาสนาใด ลูกที่เกิดมาก็จะเป็นศาสนิกชนของศาสนานั้น ๆ สถานภาพทางศาสนาที่ได้มาโดยกำเนิดนี้ อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าบุคคลนั้นโตขึ้นและเกิดความเลื่อมใสในศาสนาอื่น อาจเปลี่ยนไปนับถือศาสนาอื่นได้

2) สถานภาพที่ได้มาโดยความสามารถหรือสถานภาพในการกระทำ

(Achieved Status)

เป็นสถานภาพที่ต้องดิ้นรนขวนขวายด้วยความสามารถของตนเอง อาจด้วยการศึกษา ลงทุน ฯลฯ สถานภาพแบบนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถ ส่วนใหญ่วัดกันด้วยการศึกษา ประสบการณ์ และผลจากการกระทำ สถานภาพประเภทนี้เป็นสถานภาพที่ได้มาภายหลัง

อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระทำ และสังคมกำหนดให้ เช่น ตำแหน่งผู้แทนราษฎร

นายกรัฐมนตรี นายแพทย์ ผู้จัดการ

สถานภาพโดยการกระทำมีดังนี้

1. สถานภาพทางสมรส (Marital Status) หญิงชายสมรสแล้ว ฝ่ายชายมีสถานภาพเป็นสามี หญิงเป็นภรรยา
2. สถานภาพทางการเมือง (Political Status) บุคคลที่สนใจอยู่ในวงการเมืองอาจได้รับสถานภาพทางการเมือง เช่น สมาชิกของพรรคการเมือง วุฒิสมาชิก สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รัฐมนตรี นายกรัฐมนตรี
3. สถานภาพทางการศึกษา (Educational Status) ผู้ศึกษาย่อมได้สถานภาพตามวุฒิที่ตนศึกษา เช่น เป็นบัณฑิต มหาบัณฑิต ดุษฎีบัณฑิต
4. สถานภาพทางบิดามารดา (Parental Status) ได้แก่การเป็นพ่อ เป็นแม่
5. สถานภาพทางอาชีพ (Occupational Status) สังคมประชาธิปไตยให้โอกาสเลือกประกอบอาชีพได้ตามความสามารถ บุคคลจึงได้สถานภาพตามประกอบอาชีพ เช่น ช่างไม้ ช่างสวน วิศวกร ครู นายแพทย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ สถานภาพยังสามารถแบ่งออกได้ตามที่มีความสัมพันธ์กับคนอื่นในสังคม ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

1. สถานภาพเฉพาะ (Private Status) หรือเป็นตำแหน่งที่ได้มาจากการมีความสัมพันธ์กับคนอื่น (Associational Status) เช่น ช่างตัดผม เราจะรู้ว่าเขาเป็นช่างตัดผมเมื่อเขาทำหน้าที่
2. สถานภาพทั่วไป (Public Status) เป็นสถานภาพประจำตัวของบุคคลที่ไม่เปลี่ยนแปลง มีลักษณะปรากฏให้เห็นในสังคม แม้เขาจะอยู่ในขณะทำหน้าที่หรือจะแสดงบทบาทหรือไม่ก็ตาม เช่น พระสงฆ์

นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังมีส่วนในการสร้างสถานภาพ ดังที่ แชรรมน์ (Schramm, 1964: 248) ได้กล่าวไว้ว่า " สื่อมวลชนมีส่วนช่วยในการสร้างสถานภาพแก่ปัจเจกชน โดยการรับรองหรือสรรเสริญผ่านทางหนังสือพิมพ์หรือวิทยุ โดยในความเป็นจริงแล้ว มีคนเป็นจำนวนมากที่ถูกจับตาโดยสื่อ เพื่อสร้างสถานภาพแก่ปัจเจกชน ในส่วนนี้เป็นความสามารถอันน่าพิศวงของสื่อที่จะให้สถานภาพ (The mass media can confer status)

Lazarsfeld และ Merton (1972) กล่าวว่า " สื่อมวลชนให้ชื่อเสียง และเพิ่มอำนาจแก่บุคคลโดยการยอมรับสถานภาพของบุคคล การได้รับการยอมรับจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์แสดงให้เห็นว่า บุคคลนั้นมีความสำคัญมาก พอที่ถูกคัดเลือกออกมาจากมวลชนจำนวนมากที่ต่างคนต่างไม่รู้จักกัน และแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรม และความเห็นของบุคคลที่ถูกคัดเลือกนั้น มีความสำคัญมากพอที่ประชาชนควรให้ความสนใจ "

สถานภาพจึง เป็นสิ่งที่ปรากฏควบคู่กับบุคคลนั้น ไม่ว่าจะ เป็นสถานภาพที่ติดตัวมาแต่เดิม หรือสถานภาพที่ได้มาด้วยความสามารถก็ตาม สถานภาพจึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบุคคลนั้น ดังที่ได้อธิบายมาแล้ว

2. บทบาททางสังคม (Social Roles)

บทบาท (Role) มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับสถานภาพ (Status) เพราะบทบาทของบุคคลจะแสดงตามสถานภาพ (role acquired by status) เมื่อนำบรรทัดฐานสถานภาพและบทบาทมาประกอบกัน ก็จะกลายเป็นโครงสร้างของสังคม หรือกล่าวได้ว่า บทบาทคือ การปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ของสถานภาพ เสมือนเป็นพฤติกรรมของสถานภาพ เช่น สามีต้องเลี้ยงดูปกป้องคุ้มครองภรรยา นายกรัฐมนตรีมีหน้าที่บริหารประเทศ เป็นต้น

ลักษณะของบทบาทจำแนกเป็น 2 ประการ (พิศวง ธรรมพินทา, 2523:

1) บทบาทของกลุ่ม (group-related roles) จากการศึกษาหลายครั้งพบว่าบทบาทที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ " helping role " มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนมาก บทบาทของกลุ่มเป็นเครื่องกระตุ้นหรือเร้าใจให้คนทำงาน หรือแก้ไขปัญหาล้วนตัวได้ เช่น ผู้เป็นโรคพิษสุราเรื้อรัง ช่วยเหลือตนเอง ด้วยวิธีช่วยเหลือคนอื่น ผลดีที่สะท้อนจากกลุ่ม ได้รับผลดีแก่ตนเอง และนำไปทดลองใช้ในสถานพักฟื้นของคนใช้โรคจิต บ้านพักคนชรา คนติดยาเสพติด เป็นต้น

2) บทบาทของสถาบัน (institutionalized roles) แต่ละบทบาทจะมีลักษณะเฉพาะแบบ เพราะอิทธิพลของขนบธรรมเนียม ประเพณีความเคยชิน กฎหมาย และบรรทัดฐานอื่น บทบาทของสถาบันคืองานหรือหน้าที่ของแต่ละคน ซึ่งกำหนดขึ้นตามตำแหน่งหรือฐานะของคนในสถาบันสังคมแต่ละแห่ง และไม่อาจสามารถปฏิบัติตามลำพังคนเดียวโดยไม่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นได้ ตัวอย่าง พ่อ แม่ ลูก เป็นสถานภาพของสถาบันครอบครัว แต่ละตำแหน่งจะมีบทบาทเฉพาะและเกี่ยวข้องต่อกัน พ่อค้า ลูกค้า เป็นสถานภาพในสถาบันทางเศรษฐกิจพ่อค้ามีบทบาทค้าขาย สินค้า และเอาใจลูกค้าเพื่อผลกำไร ต่างกับพ่อ ซึ่งมีบทบาทเป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นต้น

3. บุคลิกภาพทางสังคม (Social personalities)

บุคลิกภาพ (Personalities) ของบุคคลทางสังคมจะประกอบด้วย เจตคติ ค่านิยม ความเชื่อ อารมณ์ และการแสดงออกที่เหมาะสม เมื่อมีการปะทะสังสรรค์กับบุคคลอื่น ก็จะเกิดการสร้างสังคมในตัวบุคคล (Social self) และบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Social personality) ตามมา

สังคมจะกำหนดสถานภาพและบทบาทให้แต่ละบุคคลตั้งแต่เด็กจนกระทั่งเป็นผู้ใหญ่ จากนั้นก็จะเกิดการพัฒนบุคลิกภาพ การสร้างเสริม วุฒิภาวะควบคู่กันไป (พิศวง ธรรมพันทา, 2523: 135) ดังนั้นทั้งสถานภาพ บทบาท และบุคลิกภาพในทางบวก ก็ย่อมส่ง

ผลให้เกิดภาพลักษณ์ในทางบวกตามมา ในทำนองเดียวกันหากบุคคลนั้นมีสถานภาพ บทรบบาทและ บุคลิกภาพในทางลบ ก็ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบตามมาเช่นกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิรัชต์ แสงดาวฉาย (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่อง " ภาพพจน์ของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ในหนังสือพิมพ์ไทย " ผลการศึกษาพบว่า ภาพพจน์ของพล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ มีลักษณะแตกต่างกันไปตามข่าวสารที่นำเสนอบทบาทที่สำคัญของนายกรัฐมนตรีห้าด้าน คือ การเมือง เศรษฐกิจ การทหาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และการดำรงไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งมีสัดส่วนการนำเสนอต่างกัน มีลักษณะเนื้อหาที่เป็นสาระของการ นำเสนอได้ให้ภาพที่แสดงถึงบทบาทของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ในด้านต่าง ๆ ด้วยภาพที่ เป็นการนำเสนอที่มีลักษณะชี้แนะด้วยข้อสรุปมากกว่าที่จะ เป็นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

มีการใช้คำหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกภาพของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ด้วยคำที่มีความหมายในทางดีที่เป็นการเสริมบทบาทมากกว่าในทางตรงข้าม และเป็นการนำเสนอใน บริบทที่เป็นการชื่นชมในลักษณะนิสัยเด่น ๆ อยู่บางประการ โดยเฉพาะในเรื่องของ " ความ ซื่อสัตย์ " ได้รับการนำเสนอบ่อยที่สุด

มีการใช้คำฉายาหรือสรรพนามที่ใช้เรียกแทนชื่อ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ในหน้า หนังสือพิมพ์อย่างกว้างขวาง โดยมีการใช้คำฉายาหรือสรรพนามนี้อย่างมากในบริบทของการ วิพากษ์วิจารณ์ในคอลัมน์ความเห็นต่าง ๆ และมีการนำเสนอไว้ใน เนื้อข่าวซึ่งปกติจะเป็นรูป แบบที่ใช้ในการรายงานข้อเท็จจริงด้วย ซึ่งคำฉายาหรือสรรพนามนี้มีลักษณะที่เป็นการสะท้อน ทักษะที่เป็นข้อสรุปของสื่อมวลชนต่อบทบาทและบุคลิกภาพของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ และสามารถทำให้ผู้อ่านมีภาพพจน์ของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ที่สื่อมวลชนต้องการจะสื่อได้อย่าง ชัดเจนอีกด้วย

ลักษณะภาพพจน์และการนำเสนอของหนังสือพิมพ์สองแบบ คือ แบบคุณภาพและแบบประชาชนนิยม พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่แสดงถึงบทบาทของ พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ในด้านต่าง ๆ ด้วยภาพที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาก ซึ่งรวมทั้งมีการใช้คำหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกภาพและคำฉายาหรือสรรพนามที่ใช้ เรียกแทนชื่อด้วยคำหรือข้อความเดียวกัน หรือมีความหมายเดียวกันและด้วยจำนวนคำที่ใกล้เคียงกัน จะต่างกันอย่างไรเห็นได้ชัดที่ความบ่อยครั้งของการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับบทบาท คำหรือข้อความต่าง ๆ ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน

พัชนี เชมจรรรยา เมตตา กฤตวิทย์ ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ และประทุม ฤกษ์กลาง (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง " ภาพพจน์ของนักการเมืองสตรี: ศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์จากการรับรู้ของตนเองของประชาชนและการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ " ผลการวิจัยพบว่า

1. ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์พบว่า ชาวเกี่ยวกับ ส.ส.หญิงส่วนใหญ่พบมากที่สุดในคอลัมน์ซุบซิบ รองลงมาได้แก่ข่าว คอลัมน์ประจำ บทความ และภาพประกอบตามลำดับ การนำเสนอข่าวของนักการเมืองสตรี ระหว่างหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้มีลักษณะการนำเสนอเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ
2. สำหรับการสำรวจทัศนคติของประชาชน พบว่า ประชาชนมีภาพพจน์ต่อคุณสมบัติของ ส.ส.หญิงว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นคุณสมบัติที่เด่นที่สุดของ ส.ส.หญิง และคุณสมบัติที่เป็นข้อดีที่สุด คือ ความเฉียบขาด ภาพพจน์เกี่ยวกับความสามารถในการแสดงออกนั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส.ส.หญิงมีความสามารถในการแสดงออกด้านงานการกุศลมากที่สุด และมีบทบาทด้านสังคมสงเคราะห์มากกว่าบทบาททางนิติบัญญัติ สำหรับภาพพจน์เกี่ยวกับผลงานของ ส.ส.หญิงนั้น ประชาชนส่วนใหญ่พบว่า ส.ส.หญิงมีความเด่นในเรื่องเกี่ยวกับสตรีและเด็ก รองลงมาคือ เรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามและการเคยมีส่วนร่วมทางการเมือง มีผลต่อภาพพจน์โดยทั่วไปของนักการเมืองสตรี นอกจากนี้ผู้ที่มียุทธศาสตร์สูง มีการศึกษาสูง และมีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้ง รู้จัก ส.ส.หญิงมากกว่าผู้มียุทธศาสตร์ต่ำและมีการศึกษาน้อยกว่า รวมทั้งผู้มีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์

น้อยครั้งกว่า

3. ผลการสัมภาษณ์ ส.ส.หญิงแบบเจาะลึกพบว่า ส.ส.หญิงยอมรับว่าบทบาทการทำงานของ ส.ส.หญิงนั้นเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก รวมทั้งวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่น ๆ โดยเห็นว่าผู้หญิงมีอุปนิสัยและบุคลิกเหมาะกับงานดังกล่าว รวมทั้งรู้และเข้าใจปัญหาในด้านดังกล่าวมากกว่า ส.ส.ชาย ในด้านความคาดหวังต่อการเป็น ส.ส.หญิงมีความเห็นว่า ผู้หญิงควรได้รับการเลือกตั้งมากขึ้น และแสดงบทบาทของตนเองให้มากขึ้น เท่าเทียมกับ ส.ส.ชาย

4. ภาพรวมจากการศึกษาทั้ง 3 แนวทางพบว่า ภาพพจน์ต่อ ส.ส.หญิงในบทบาททางการเมืองจะเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก รองลงมาคือวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การรู้จักชื่อเสียง บทบาทของ ส.ส.หญิงของประชาชนขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งของการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นไปตามแนวโน้มการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ด้วย ขณะเดียวกัน ภาพพจน์ที่ประชาชนมีต่อ ส.ส.หญิงและภาพพจน์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอต่อสื่อมวลชนสอดคล้องกับภาพพจน์ที่ ส.ส.หญิงมีต่อตนเองและ ส.ส.หญิงอื่น ๆ ซึ่งถึงแม้จะเป็นไปอย่าง เป็นกลางและบวกมากกว่าลบ แต่ก็สะท้อนอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของการเมืองอันเนื่องมาจากความเป็นผู้หญิงอยู่

David H. Weaver (1982) ได้สรุปผลการวิจัยของเขาและคณะในเรื่อง Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues Images, and Interest ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาผลระยะยาวของสื่อมวลชนในเรื่องการกำหนดหัวข้อ เรื่องพิจารณาในด้านประเด็นการเมืองของผู้สมัคร คุณภาพและภาพพจน์ของผู้สมัคร ความสนใจทางการเมืองของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการทำให้ประเด็นการเมือง ตัวผู้สมัคร และภาพพจน์ของคุณสมบัติของผู้สมัครมีความสำคัญโดดเด่นขึ้น ในใจของผู้ออกเสียงเลือกตั้ง ความบ่อยครั้งของการใช้สื่อโทรทัศน์ติดตามการเมืองในการเลือกตั้งขั้นต้น (primary elections) มีความสัมพันธ์สูงอยู่กับความสนใจในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดี

ในช่วงต่อมา และพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกันระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ ในการติดตามการเมืองและความสนใจต่อการรณรงค์หาเสียงในด้านการเปิดรับต่อสื่อมวลชน โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตติดตามการเมืองในช่วงการรณรงค์หาเสียง เลือกตั้งประธานาธิบดี ในช่วงฤดูใบไม้ผลิ มีผลต่อการกระตุ้นความสนใจในการรณรงค์ในช่วงต่อมา ซึ่งเป็นการเพิ่มความสำคัญของการเมืองไปสู่สาธารณชนมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ออกเสียงเลือกตั้งที่มีความสนใจมาก ก็จะยิ่งเรียนรู้เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะและสโลโก้ของผู้สมัคร โดยสรุปผลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การที่สื่อมวลชนเน้นการรณรงค์หาเสียงประธานาธิบดีในต้นปี สามารถก่อให้เกิดผลตามมาภายหลัง คือ ช่วยเพิ่มความสนใจและเรียนรู้มากขึ้น เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง.

สุชาติ ราชฤทธิ์ดุสิต (2521) ได้วิจัยเรื่อง ภาพพจน์เกี่ยวกับอำนาจทางการเมือง ของนักเรียน : ศึกษาเฉพาะกรณีนักเรียนระดับประถมและมัธยมในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพพจน์ของเด็กนักเรียนไทยที่มีต่อรัฐบาลและบทบาทต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องกับอำนาจทางการเมือง ได้แก่ พ่อ ครู ตำรวจ ทหาร นายอำเภอ คณะปฏิวัติ รัฐมนตรี นายกรัฐมนตรี ผู้แทนราษฎร บุรุษไปรษณีย์ และผู้พิพากษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 - มัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 878 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า ภาพพจน์ที่เด็กมีต่อรัฐบาลโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ระดับชั้นเรียนและอายุมีอิทธิพลหรือความสัมพันธ์ทางลบกับภาพพจน์ที่เด็กมีต่อรัฐบาล เพศชายมีภาพพจน์ต่อรัฐบาลในเชิงสนับสนุนมากกว่าเพศหญิง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์ทางลบกับภาพพจน์ของเด็กที่มีต่อรัฐบาล ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพพจน์ที่เด็กมีต่อบทบาทต่าง ๆ นั้น พบว่าบทบาทที่สำคัญและมีลักษณะเด่นในการเรียนรู้ในเด็ก คือ พ่อ ครู ทหาร ตำรวจ และนายกรัฐมนตรี เมื่อเด็กมีอายุมากขึ้น ภาพพจน์ที่ติดต่อกับพ่อและครูมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ภาพพจน์ที่ติดต่อกับทหารและตำรวจมีแนวโน้มต่ำลง และเด็กเริ่มเรียนรู้บทบาทของผู้พิพากษามากขึ้น ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ติดต่อกับบทบาทนี้สูงขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ยิ่งเด็กมีอายุมากขึ้นยังมีความเชื่อมั่นในอำนาจและความเหมาะสมในการเป็นผู้นำของคณะปฏิวัติ

เพิ่มขึ้น ส่วนผู้แทนราษฎรเป็นบทบาทที่ไม่มีลักษณะเด่นใด ๆ และภาพพจน์ที่มีต่อบทบาทนี้ไปในทางลบ เป็นส่วนใหญ่

สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้วิเคราะห์ภาพสะท้อนสถานภาพสตรีจากหน้าหนังสือพิมพ์พบว่า การเสนอข่าวสตรีในปี พ.ศ. 2529 หนังสือพิมพ์ยังคงมีอคติและเสนอแต่ด้านมืดของผู้หญิง และถึงแม้จำนวนประชากรสตรีจะมีถึงครึ่งหนึ่งของประเทศ แต่ข่าวเกี่ยวกับสตรีที่ได้มีโอกาสขึ้นหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ไทยมีเพียง 0.75 % เท่านั้น และสองในสามของข่าวสตรีที่ได้มีโอกาสขึ้นหน้าหนึ่งก็เป็นข่าวในแง่ลบ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงก็ถูกแสดงออกในข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด ได้แก่ ความอ่อนแอของผู้หญิง ความเห็นแก่ตัว ความโง่เขลา และความก้าวร้าวดุ้น ซึ่งคิดเป็นสองในสามของเนื้อหาข่าวสตรีหน้าแรกทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอในหน้าสตรีแล้ว จะเห็นว่ามีความขัดแย้งกัน กล่าวคือ ข่าวของผู้หญิงทั้งหมดที่นำเสนอในหน้าสตรี มักเป็นข่าวในแง่บวก ที่แสดงถึงความสำเร็จและการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้หญิง ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากพื้นฐานของผู้หญิงที่เป็นข่าวต่างกัน คือ พื้นฐานของผู้หญิงที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งเป็นบุคคลระดับต่ำและยากจน ในขณะที่ผู้หญิงในหน้าสตรี มักเป็นบุคคลระดับสูงในวงสังคมและเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงหรือประสบความสำเร็จ

ศิริพร สะโครพาเนค และมณฑนา อธิถินทชัย (2529) ได้วิจัยเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชน พบว่าในสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ภาพพจน์ของผู้หญิงที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ชาวบ้าน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ชาวบ้านมักจะนำเสนอข่าวที่ผู้หญิงต้องตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม และมีวิธีการเขียนที่โลดโผน ในหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมีข่าวหน้าผู้หญิงอยู่ด้วย ในขณะที่หนังสือประเภทคุณภาพจะนำเสนอข่าวเรื่องเดียวกันในรูปแบบที่ไม่โลดโผน และไม่เสริมแต่งให้สัศจรรย์ หน้าผู้หญิงจะไม่มีโดยเฉพาะ แต่จะรวมไว้ในหน้าสังคม