

## บทที่ 2

### แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการสร้างภาพลักษณ์ พล.ต. จำลอง ศรีเมือง ในช่วงปี 2523-2539” ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดที่ใช้เป็นกรอบความคิดของการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ คือ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชน แนวคิดเรื่องนายประดู่วาสาร แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญมากประเภทหนึ่ง เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารและรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้แก่ผู้อ่าน ไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะอยู่ไกลหรือใกล้จากผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ได้มีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนอย่างมาก และมีความใกล้ชิดกับพัฒนาการทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง โดยเฉพาะในสังคมประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตย (มาลี บุญศิริพันธ์ ,2531 : 1)

Charles R.Wright ,1959 (อ้างถึงใน มาลี บุญศิริพันธ์,2531 :16) กล่าวถึงหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ 4 ประการ ดังนี้

1.หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (To inform) เป็นหน้าที่หลักที่หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องแจ้งให้ผู้อ่านได้รับรู้ ต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง (facts) เนื้อหาที่มีความชัดเจนครบถ้วนบริบูรณ์ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้อ่านได้มีข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์เหตุการณ์ต่อไปได้

2.หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ (To give opinion) หน้าที่นี้เป็นหน้าที่ที่หนังสือพิมพ์กระทำโดยการนำเสนอแนะออกมาในรูปแบบบทความ บทวิจารณ์ และบทบรรณาธิการ การแสดงความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ต้องไม่มีการลำเอียง และต้องถืออยู่กับความถูกต้องเหมาะสม

3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To entertain) ทำให้เกิดความผ่อนคลายแก่ผู้อ่าน

4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (To advertise) หนังสือพิมพ์สามารถเป็นสื่อ

ในการโฆษณาขายสินค้า และให้ข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้ซื้อได้ด้วย ทำให้เกิดอำนาจการซื้อ ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันกันทางธุรกิจและเกิดการพัฒนาด้านธุรกิจ

นอกจากหน้าที่หลัก 4 ประการดังกล่าวแล้ว Donald H.Johnson,1979 (อ้างถึงในรุณี หิรัญรักษ์,2529 : 5 ) กล่าวว่า บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ได้มีขอบเขตกว้างขวาง เนื่องจากมีบทบาทในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และบทบาทในด้านการให้บริการ และความบันเทิงแก่ผู้อ่านไปพร้อม ๆ กัน หน้าที่ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ

1.บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการให้การศึกษา หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ในการให้ความรู้ในด้านการศึกษา ทั้งทางด้านศิลปะ ประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครอง โดยผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์

2.บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการให้ความสำคัญต่อข่าว หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ให้ความสำคัญต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์ การให้ความสำคัญของข่าว ควรสอดคล้องกับความทันต่อเหตุการณ์

3. บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน หนังสือพิมพ์ให้โอกาสแก่ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นและเป็นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

4. บทบาทและหน้าที่ในการปกป้องสิทธิและเสรีภาพของประชาชน

หนังสือพิมพ์เป็นกิจการที่มนุษย์สร้างขึ้นมารับใช้มนุษย์ หนังสือพิมพ์จึงเป็นประหนึ่งสถาบันสาธารณะ (Quasi Public Institution) ซึ่งควรจะต้องทำหน้าที่รับใช้สังคมและสาธารณชนต่าง ๆ ดังนี้ (Duane Bradley ,1971 : 18-25)

1. ภาระหน้าที่ในการเสนอข่าวสาร (To provide information) อาจกล่าวได้ว่า หน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ ก็คือ การแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมารายงานให้ประชาชนได้ทราบ ซึ่งสามารถนำเสนอในรูปแบบต่างกัน เช่น ข่าว บทความ สารคดี ฯลฯ สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ข่าวจะต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่สมบูรณ์มากที่สุด เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบเหตุการณ์ทั้งหมดอย่างถูกต้องและสามารถวินิจฉัยเหตุการณ์ได้ด้วยตนเอง

2. ภาระหน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น หรืออธิบายความหมายต่าง ๆ (To offer guidance to explain the meaning of the news) กล่าวคือ เป็นการชี้แนะแนวทางหรืออธิบายไขความหมายของข่าว ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถทำได้โดยการรายงานข่าวหรือจับ

ประเด็นข่าวที่สำคัญมาวิพากษ์วิจารณ์ โดยอธิบายทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของข่าวนั้น ๆ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากปัญหาที่เป็นข่าวดังกล่าว โดยปกติแล้วการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จะกระทำผ่านคอลัมน์มากกว่าที่จะเสนอแนะในรายงานข่าว เพราะข่าวนั้นเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น การแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะอยู่ในรูปของบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ บทความ เป็นต้น

3. ภาระหน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To provide entertainment) หมายถึง ความบันเทิงที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่านเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดและพักผ่อนสมองไปด้วยในเวลาเดียวกัน

4. ภาระหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะ (To serve the public) หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ที่จะต้องช่วยยกระดับความเป็นอยู่ การกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชน อาจทำได้โดยรายงานข่าวให้รัฐบาลได้รู้ถึงความไม่ยุติธรรมที่ประชาชนได้รับ ขณะเดียวกันก็ต้องคอยกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ของรัฐปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยแท้จริง เช่น การเปิดคอลัมน์รับเรื่องร้องทุกข์ การตอบปัญหาต่าง ๆ การช่วยลงข่าวการกุศล เป็นต้น

5. ภาระหน้าที่ในการเป็นองค์กรธุรกิจ (To stay in business) เพื่อให้หนังสือพิมพ์อยู่ได้ตลอดไป หนังสือพิมพ์จะต้องมีผู้อ่านเพียงพอ และจะต้องมีโฆษณาจำนวนมากพอที่จะได้เงินมาเป็นค่าใช้จ่ายและเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่อไปด้วย ปกติหนังสือพิมพ์ได้รับรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์เอง ประมาณหนึ่งในสามของจำนวนเงินรายรับทั้งหมดเท่านั้น ส่วนเงินรายได้ที่เหลืออีกสองในสาม ได้มาจากการขายโฆษณา

แฟรงค์ ดับบลิว รูเชอร์ (Frank W. Rucher, 1968 : 5-6) กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อสังคม ดังนี้

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์ โดยเสนอข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
2. ให้สาระสำคัญของข่าวสาร โดยอาจมีภาพประกอบความเข้าใจได้
3. สร้างประสามติ โดยการกระตุ้นให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นลงในหนังสือพิมพ์
4. เผยแพร่ชุมชนของตนต่อโลกภายนอก ชี้ให้เห็นถึงข้อบกพร่อง ข้อควรแก้ไขของชุมชน
5. ป้องกันและเหนี่ยวรั้ง การกระทำที่ผิดจากวิถีทางประชาธิปไตย
6. ให้การศึกษาแก่ผู้อ่าน ในด้านต่าง ๆ ด้วยการให้ความรู้

Rucker and Williams (1974 : 566) กล่าวถึงบทบาทโดยทั่วไปของหนังสือพิมพ์ว่า ปัจจุบันหนังสือพิมพ์มีบทบาทด้านต่าง ๆ อยู่มากในสังคม กล่าวคือ

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์โดยเสนอข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน เดือนประชาชนเกี่ยวกับหน้าที่ของพลเมืองดี กระตุ้นความสนใจของประชาชนให้เข้าร่วมกิจกรรมของสาธารณชน

2. ให้สาระข่าวสารโดยให้รายละเอียด ซึ่งเป็นภาพที่ได้อาจเป็นภาพของบุคคล กลุ่มคน ทิวทัศน์ แผนที่ แผนภูมิ เหล่านี้ย่อมทำให้ข่าวสารเป็นที่เข้าใจและเพิ่มความหมายมากขึ้น

3. อิทธิพลสาธารณมติ (public opinion) หนังสือพิมพ์มักจะช่วยให้ประชาชนเขียนแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวที่กำลังเป็นที่สนใจทั่วไปในชุมชนมาลงหนังสือพิมพ์ แล้วจะมีฝ่ายที่เขียนตอบ ผู้อ่านย่อมจะได้รับความเห็นทั้งสองฝ่าย

4. เป็นผู้ส่งเสริมที่สำคัญ เช่น โฆษณาชุมชนของคนต่อโลกภายนอกและชี้ให้ประชาชนเห็นถึงข้อบกพร่อง และข้อควรแก้ไขของชุมชน แม้แต่การโฆษณาทางการค้า หนังสือพิมพ์ก็เป็นพลังอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันเพื่อสนับสนุนการผลิตทางอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและได้ผลที่ดีราคาถูกลง

#### หนังสือพิมพ์กับการเมือง

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่สามารถให้การเรียนรู้ทางการเมืองแก่ประชาชน โดยการเสนอประเด็นปัญหาต่าง ๆ ให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการติดตามเสนอเหตุการณ์ทางการเมือง เพื่อให้ประชาชนได้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้อง การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจทางการเมือง การกระตุ้นความสนใจของประชาชนให้เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง หรือแม้กระทั่งการชี้นำทัศนคติและค่านิยมแก่ประชาชนเกี่ยวกับการเมือง

บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้การเรียนรู้ทางการเมือง นับเป็นบทบาทสำคัญอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีการศึกษา และการเมืองการปกครองอยู่ในระดับต่ำ ยึดมั่นอยู่กับค่านิยมและทัศนคติเก่า ๆ ทำให้ไม่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับระบบการเมืองสมัยใหม่ได้ หนังสือพิมพ์จะช่วยทำลายช่องว่างดังกล่าวได้ ประดุจสะพานเชื่อมโลกเก่าและใหม่ โดยการเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวของสังคม รวมทั้งการเสนอบทความและสารคดี อธิบายให้ประชาชนได้ตระหนักและเข้าใจถึงระบอบการปกครองสมัยใหม่ ทำให้ประชาชนรู้จักพัฒนาตัวให้เข้ากับระบบการเมืองแบบใหม่ เข้าใจการก

ระทำและให้ความร่วมมือกับรัฐบาล เรียนรู้หน้าที่ของตนในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งของสังคมมี ผลให้การพัฒนาการปกครองระบอบประชาธิปไตยมีทางเป็นไปได้ บทบาทของหนังสือพิมพ์ในแง่การให้การเรียนรู้ทางการเมืองสามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. การลงข่าวทางการเมือง
2. การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งมุ่งในทางให้ความรู้
3. การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งมุ่งในทางแสดงความคิดเห็น

### การลงข่าวทางการเมือง

การลงข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของรัฐบาลหรือนักการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ จัดเป็นการให้การเรียนรู้ทางการเมืองโดยทางอ้อม โดยเฉพาะถ้าลงข่าวในเชิงที่จะให้ข่าวสารข้อมูลอย่างละเอียดถูกต้อง เช่น การเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการประชุมสภาผู้แทนราษฎร ข่าวการร่างพระราชบัญญัติต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนั้น การลงข่าวเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองของบุคคลสำคัญในทางการเมืองหรือรัฐบาล ยังช่วยให้ผู้อ่านเรียนรู้กลไกทางการเมืองอย่างจริงจังมากขึ้นซึ่งอาจมีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเก่า ๆ ของผู้อ่านด้วย เช่น การลงข่าวเกี่ยวกับการลาออกจากตำแหน่งของผู้นำทางการเมือง เพื่อรับผิดชอบต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น หรือเนื่องจากเกิดความแตกแยกในรัฐบาล ย่อมสร้างความคิดทางการเมืองแก่ประชาชนตามวิถีทางของระบอบการปกครองทำให้ผู้อ่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ทางการเมืองในระบอบใหม่

นอกจากข่าวความเคลื่อนไหวทางการเมืองภายในแล้ว ข่าวการเมืองต่างประเทศก็มีส่วนให้การเรียนรู้ทางการเมืองแก่ประชาชนได้อีกด้วย เพราะเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ของประเทศอื่น การที่หนังสือพิมพ์มีการติดตามข่าวต่างประเทศที่สำคัญนำมาลงอย่างสม่ำเสมอจะมีผลช่วยให้ประชาชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับรูปแบบการปกครองประชาธิปไตยในประเทศต่าง ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับประเทศของตน อันมีผลทำให้โลกทัศน์ทางการเมืองของประชาชนโดยทั่ว ๆ ไปกว้างขวางยิ่งขึ้น

### การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งมุ่งในทางให้ความรู้

บทบาทของหนังสือพิมพ์ในฐานะผู้ให้ความรู้ทางการเมืองในแง่นี้ แบ่งออกได้เป็น 3 ประการคือ

1. การเสนอบทความและสารคดี ซึ่งให้ความรู้ทางการเมืองทางทฤษฎี โดยเหตุที่ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนามีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำ ไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับระบอบการปกครองมากนัก ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่จะเป็นผู้ให้คำอธิบายทฤษฎีทางการเมืองและศัพท์ทางการเมืองใหม่ ๆ โดยประโยคและถ้อยคำง่าย ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการให้ความรู้ในเชิงเปรียบเทียบ เช่น การเปรียบเทียบรัฐธรรมนูญของประเทศต่าง ๆ หรือมีฉะนั้นก็อาจนำทฤษฎีและแนวคิดทางการเมืองของนักปราชญ์บางท่านมาลงโดยตรง

2. การเสนอบทความ ซึ่งให้ความรู้ทางการเมืองตามเหตุการณ์ทางการเมือง ซึ่งจะให้ความรู้แก่ประชาชนให้ทันกับเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของเหตุการณ์และกลไกทางการเมืองต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และความรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเหตุการณ์ทางการเมืองนั้น ๆ ด้วย เช่น เมื่อจะมีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หนังสือพิมพ์ก็อาจจะอธิบายให้ประชาชนได้เห็นถึงระเบียบและวิธีการของการเลือกตั้ง เพื่อให้ประชาชนได้มีความเข้าใจในกระบวนการทางการเมืองมากขึ้น หรืออาจชี้แจงให้ประชาชนได้เข้าใจถึงความสำคัญในการทำตามหน้าที่และใช้สิทธิของเขาในการเลือกตั้ง เป็นต้น

3. การเสนอบทความหรือสารคดี ที่ให้ความรู้ทางการเมืองต่างประเทศ เพื่อชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่น่ายกย่องหรือสมควรที่จะเป็นแบบอย่างให้บุคคลได้ปฏิบัติตาม เช่น การลงบทความเกี่ยวกับประวัติและการดำเนินงานบทบาทของคานธี ที่ชี้ให้เห็นถึงการเสียสละเพื่อประเทศชาติ เป็นต้น

การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งมุ่งในทางแสดงความคิดเห็น

เป็นการเสนอบทความเชิงเสนอความเห็น แต่ก็อาจเป็นบทความและสารคดีที่มีพื้นฐานทางวิชาการและประกอบไปด้วยเหตุผล การให้ความรู้ทางการเมืองในแง่ของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์นี้มักจะเป็นไปอย่างกว้าง ๆ ในช่วงระยะเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อของเหตุการณ์ หรือประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การลงบทความวิเคราะห์ปัญหาทางการเมืองเกี่ยวกับประชาธิปไตยกับคณาธิปไตยแบบไหนจะดีและเหมาะสมกว่ากัน

เป็นต้น ซึ่งนับว่าเป็นการให้การเรียนรู้ทางการเมืองแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี (พรภิรมย์ เอี่ยมธรรม ,2520 )

เสรี วงษ์มณฑา (2531: 721-723) กล่าวถึง การนำเอาการสื่อสารมาใช้ในกระบวนการทางการเมืองเพื่อประสิทธิผลหลาย ๆ อย่างดังต่อไปนี้

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สามารถช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของนักการเมือง เหตุผลในการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่าง ๆ ขึ้นมาจะทำให้ประชาชนรู้จักนักการเมืองดีขึ้น เข้าใจนักการเมืองดีขึ้น และยอมรับนักการเมืองได้มากยิ่งขึ้น

2. สร้างความสนใจในการเมือง ในสมัยก่อนคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยรู้จักข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมือง หรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันเป็นประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ เสียงพูดของเขาจะมีให้ได้ยินทางวิทยุกระจายเสียง เรื่องราวของเขาจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ทางนิตยสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนในยุคนี้จะสนใจข่าวการเมืองเพิ่มมากขึ้น

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนักการเมือง การเผยแพร่ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลหรือโดยสื่อมวลชนก็ดี ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่าประชาธิปไตยคืออะไร การพูดถึงกฎหมาย การออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ โดยมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

4. สร้างบทบาททางการเมือง การที่ประชาชนมีความสนใจ มีความรู้ ได้นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิและหน้าที่ของตนดีขึ้น เช่น การเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมือง

5. เป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนต่าง ๆ มีการเสนอข่าวเกี่ยวกับรัฐบาล นักการเมืองต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้ประชาชนรู้จักผู้บริหารได้ทั้ง ๆ ที่ไม่เคยพบตัวจริงก็ตาม

6. การสื่อสารทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะเป็นนานาชาติ (Cosmopolitan-Oriented) เพราะการส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป แทนที่จะสนใจเฉพาะเรื่องใกล้ตัว กลับสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัว ทำให้มีความคิด

เป็นสากลมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการสนองความต้องการของประชาชนตามมาตรฐานนานาชาติที่ประชาชนมีโอกาสได้พบเห็น

7. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพ ก่อนเป็นนักการเมืองไม่มีใครรู้จัก แต่เมื่อสื่อเขียนถึงเขาบ่อย ๆ มีการพูดถึงบ่อย ๆ คนที่ไม่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้น สถานภาพเขาก็จะได้รับการยอมรับขึ้น เพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองให้รับประชาชนนั้น พรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับ โดยการเสนอบุคคลดังกล่าวนั้นในสื่อด้วยความถี่สูง ให้คนได้รู้จักคุณสมบัติและผลงานต่าง ๆ ของเขา แม้คนบางคนจะมีผลงานมากกว่าความสามารถสูงกว่า แต่ถ้าไม่ได้รับการเสนอข่าวของสื่อ ไม่มีการกล่าวถึง คนก็ย่อมไม่ยอมรับสถานภาพ

ลิขิต วีรเวทิน กล่าวไว้ในหนังสือ “การพัฒนาการเมืองไทย” ว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการโน้มน้าความคิดทางการเมืองของผู้่านอยู่มาก ๆ เพราะว่าหนังสือพิมพ์จะชักนำ และช่วยๆให้ผู้อ่านได้ครุ่นคิดถึงสิ่งที่หนังสือพิมพ์เห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญ ในบางครั้งผู้อ่านจะเชื่อหรือเห็นคล้อยตามไปกับบทบรรณาธิการหรือบทความนั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ก็เป็นผู้ช่วยกระตุ้นให้บุคคลนั้นมีความตื่นตัวทางปัญญา ถ้าสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำมาขีดเขียนเป็นปัญหาทางสังคม การเมือง หรือเศรษฐกิจ ผู้อ่านก็มีความตื่นตัวในเรื่องนั้น ๆ ตามไปด้วย

Seymour-Ure (1968) กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อสาธารณชนและการเมืองว่า

1. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเพื่อการติดต่อระหว่างรัฐบาลและประชาชน ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ได้ชี้ให้ผู้อ่านเห็นถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนโดยรัฐบาล
2. ทำหน้าที่สร้างประชาชาติ โดยการให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาประเทศ อีกทั้งมีความคิดเห็นเป็นของตนเองและมุ่งให้ความสนใจเฉพาะในเรื่องที่เหมาะสม
3. ทำหน้าที่ดูแลรักษาผลประโยชน์ของประชาชน (Guardian) ด้วยการตรวจสอบพฤติกรรมของนักการเมือง เพื่อทำหน้าที่ให้กับส่วนรวมอย่างแท้จริง

ฉะนั้น บทบาทของสื่อมวลชนในทางการเมือง จึงเป็นเช่นที่ Pye กล่าวไว้คือ



1. ช่วยให้การกระทำบางอย่างของปัจเจกบุคคลมีผลหรือมีอิทธิพลกระทบไปทั่วทั้งสังคม
2. ทำให้เห็นว่า การเมืองของมวลชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ
3. กำหนดขอบเขตหรือแนวทางในการคาดหมายสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นการวัดระดับความสามารถในการมองการณ์ไกลของผู้นำ
4. ช่วยให้ประชาชนเข้าใจกระบวนการทางการเมือง เจตนาและการกระทำของนักการเมือง
5. ช่วยในการกำหนดกฎเกณฑ์ทางสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าอะไรเป็นเหตุเป็นผลของการกระทำในทางการเมือง และอะไรที่ผู้นำและผู้ตามสามารถยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือมีเหตุผล

Paul F.Lazarsfeld and Robert K.Merton ,1979 (อ้างถึงใน ชัยศิริ สมุทรวณิช,2527)กล่าวว่า นอกจากสื่อจะมีบทบาททางการเมืองอย่างกว้างขวางตามที่กล่าวแล้ว สื่อยังสามารถให้ “สถานภาพแก่บุคคล” ด้วยการยกย่องหรือทำลายชื่อเสียงของบุคคลได้ การเสนอข่าวบุคคลใดให้ปรากฏก็เท่ากับว่า สื่อได้สร้างสถานภาพของบุคคลนั้นแล้ว และสามารถก่อให้เกิดผลตามมาแก่บุคคลที่ตกเป็นข่าวได้ อย่างไรก็ตาม การจะทราบว่าสื่อได้ให้สถานภาพของบุคคลอย่างไรนั้น จำเป็นต้องประเมินจากภาพลักษณ์ที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (ซึ่งจะกล่าวต่อไปเป็นแนวคิดสุดท้าย) ในเชิงบวกและเชิงลบ จากภาพในใจที่เนื้อหาของสื่อเป็นผู้ตอบสนอง

นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทหรือภาระหน้าที่โดดเด่นไปจากสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1. บทบาทในการพัฒนาความรู้ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม หนังสือพิมพ์ให้ความรู้ทางการเมืองแก่บุคคลซึ่งนอกเหนือไปจากสิ่งที่ได้รับจากห้องเรียน อันเป็นการทำให้เกิดการหลอหลอมทางสังคมในด้านการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง ทำให้บุคคลยอมรับและปรับตนเองให้เข้ากับระบบการปกครองที่เป็นอยู่ รวมทั้ง สร้างทัศนคติทางการเมืองและความสนใจทางการเมืองแก่ประชาชนที่จะเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาการเมืองให้มีสภาพดีกว่าที่เป็นอยู่ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังช่วยดอกรายงานสำคัญของปัจเจกชนให้เรารู้ถึงสิทธิ และหน้าที่ของตนเองในฐานะประชาชนคนหนึ่งที่เป็นสมาชิกในสังคม

2. บทบาทในการเป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างรัฐบาลกับประชาชน หนังสือพิมพ์เป็นผู้ติดตามเหตุการณ์ทางการเมืองอย่างใกล้ชิด แล้วรายงานข่าวสารต่าง ๆ ตลอดจนทัศนคติทางการเมืองของผู้นำรัฐบาลหรือนักการเมือง เพื่อให้ผู้อ่านหรือประชาชนโดยทั่วไปทราบความเคลื่อนไหวทางการเมืองตลอดเวลาและทำให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลต่าง ๆ อย่างเพียงพอในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องสำคัญ ๆ ที่มีผลกระทบกระเทือนต่อสังคมอย่างมาก และในทางกลับกัน ประชาชนก็จะเสนอความคิดเห็นของตนเองเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล โดยผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะหนังสือพิมพ์อยู่ในฐานะตลาดเสรีทางความคิดเห็น ซึ่งจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงออกทางความคิดเห็นด้วย

3. บทบาทในการตรวจตราการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐบาล หนังสือพิมพ์ไม่เพียงแต่นำเสนอข่าวสารทางการเมืองแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่หนังสือพิมพ์ที่ดีต้องคอยติดตามสอดส่องพฤติกรรมของรัฐบาลและนักการเมืองให้กระทำหน้าที่อย่างสุจริตต่อประเทศชาติ ตามนโยบายที่ได้วางไว้ ในปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้ว รัฐบาลต่างยอมรับฟังความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ เพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของมติมหาชน เป็นกระบอกเสียงของประชาชนที่คอยดูแลพิทักษ์ผลประโยชน์ของประชาชน เสียงของหนังสือพิมพ์จะมีส่วนในการพัฒนาให้ประเทศเจริญก้าวหน้า หากรัฐบาลหรือผู้บริหารประเทศเล็งเห็นความสำคัญของหนังสือพิมพ์ไม่เพิกเฉยต่อคำท้วงติงจากหนังสือพิมพ์

4. บทบาทในการสร้างสาธารณมติ หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการสร้างสาธารณมติให้เกิดขึ้นในสังคม สาธารณมติในที่นี้คือ ความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มสาธารณชนที่มีต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่เกิดขึ้นในสังคมที่เป็นไปตามสภาพแวดล้อมของกาลสมัยและสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าหากข้อมูล สภาพแวดล้อมต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสาธารณมติจะประกอบไปด้วยประเด็นปัญหา ความคิดเห็นที่ขัดแย้ง และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (เสรีวงษ์มณฑา ,2531 : 709)

#### ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน

โรเบิร์ต โลว์, 1973 (อ้างถึงใน ระเบียบวาระ ประกอบผล, 2528 : 764) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชนว่ามีความสัมพันธ์อยู่ 2 แบบด้วยกันคือ

1. แบบความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน (Adversary Model) ตามแบบนั้นมองว่า นักการเมืองและสื่อมวลชนต่างก็ทำงานในลักษณะที่ต่างกัน นักการเมือง

พยายามที่จะหาทางเข้าไปดำรงตำแหน่งทางการบริหาร ในขณะที่สื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่เป็นเสมือนยามคอยตรวจตราสอดส่องไม่ให้นักการเมืองจกฉวยประโยชน์หรือใช้อำนาจไปในทางที่ผิด

2. แบบความสัมพันธ์แบบแลกเปลี่ยน (Exchange Model) มองว่า ความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายควรจะเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะแลกเปลี่ยน มีการสนับสนุนส่งเสริมกัน เพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

Cohen C. Bernard, 1963 (อ้างถึงใน ดร. ฤทธิ หิรัญรักษ์, 2530 : 21-22) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชนว่า เป็นความสัมพันธ์แบบ Love-Hate Relationship คือ มีทั้งความขัดแย้งและความร่วมมือ ซึ่งได้อธิบายไว้ดังต่อไปนี้

1. ความขัดแย้งระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน เกิดขึ้นในลักษณะของการมองบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่ายที่แตกต่างกัน โดยสื่อมวลชนมองเห็นว่า บทบาทและหน้าที่ของตนจะต้องทำหน้าที่เสนอข่าวสารและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นให้มากที่สุด โดยไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์หรือความเสียหายของฝ่ายใด ในขณะที่นักการเมืองต้องการให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ในสิ่งที่ตนเห็นว่าเหมาะสมและดีงามกับตนเองหรือของพรรคให้มากที่สุด

ความขัดแย้งที่เห็นได้ชัดส่วนหนึ่งนั้นมาจากการที่ทั้งสองฝ่ายให้คำจำกัดความของคำว่า “ข่าว” ที่แตกต่างกัน นักการเมืองมักจะมีความเห็นที่หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนจะเสนอข่าวที่เน้นให้เกิดความตื่นเต้น เร้าใจ และความขัดแย้งเป็นสิ่งสำคัญและมักจะให้ความเห็นว่า สื่อมวลชนละเลยสิ่งที่ตนและพรรคเห็นว่าน่าจะมีคุณค่าทางข่าวเป็นข่าว และรายละเอียดตลอดจนความเคลื่อนไหว และกิจกรรมของพรรคที่ควรถ่ายทอดให้มวลชนได้รับรู้ เป็นต้น นักการเมืองจะมีความรู้สึกที่ตนเองไม่สามารถควบคุมการเสนอข่าวของสื่อมวลชนได้ และมักจะวิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนไปในทางที่ว่าเขียนข่าวไม่ตรงไปตรงมาและบิดเบือนข้อเท็จจริง ส่วนทางฝ่ายสื่อมวลชนมักจะโต้ตอบความคิดเห็นดังกล่าวว่า นักการเมืองมุ่งประโยชน์เฉพาะตนและพรรคเท่านั้น รายละเอียดที่ต้องการให้สื่อมวลชนนำเสนอมีลักษณะเป็นการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีแต่ข้อมูลที่ฉาบฉวยและไม่ลึกซึ้ง คุณภาพของข่าวแจกมีคุณภาพต่ำ และไม่ได้มาตรฐานของการจัดทำข่าวแจกที่ดี ข่าวแจกบางอย่างไม่มีคุณค่าทางข่าวหรือเป็นข่าวสารที่ลำเอียงหรือมีอคติ และไม่มีหลักการในการเขียนข่าวที่ดี เป็นต้น

2. ความร่วมมือระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน เกิดขึ้นจากการที่ทั้ง 2 ฝ่ายต้องพยายามหันหน้าเข้าหากันและต้องพยายามรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ สื่อมวลชนมอง

เห็นความสำคัญของหน่วยประชาสัมพันธ์พรรคในด้านการเป็นแหล่งข่าว และแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับการเขียนข่าว บทความ สารคดี ภาพ และข้อความอื่น ๆ ส่วนหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของพรรคก็จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนในด้านของความต้องการนโยบายผู้รับสาร และปัญหาในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

### แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

คำว่า “image” นี้ ราชบัณฑิตยสถานได้ชี้แจงว่า ราชบัณฑิตยสถานได้นำเสนอคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยเพื่อพิจารณาในการประชุม เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2519 ซึ่งพลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการฯ ทรงชี้แจงว่า คำว่า “ภาพพจน์” เทียบกับคำภาษาอังกฤษว่า “figure of speech” ส่วนศัพท์ “image” นั้น ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติไว้ว่า “ภาพ” หรือ “จินตภาพ” แต่ไม่ค่อยมีผู้นิยมใช้และได้ประธานความเห็นต่อไปว่า คำว่า “ภาพ” โดยนัยทั่วไปมีความหมายกว้างไป และ “จินตภาพ” ก็ควรมีความหมายตรงกับคำว่า “imaginary” มากกว่าคำว่า “image” ดังนั้น คำว่า “image” ในนัยทั่วไปควรจะใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2539 : 136-137) ผู้วิจัย จึงเลือกที่จะใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทน “ภาพพจน์” ทั้งนี้เนื่องจากเป็นคำที่มีความหมายถูกต้อง และตรงกับคำว่า “image” มากกว่า

มีนักวิชาการได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้มากมาย อาทิเช่น

Frank Jefkins (1982) มองว่า ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นจากความประทับใจซึ่งได้มาจากกการได้มีความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ

Patricia M. Anderson and Leonard G. Rubin (1968) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

อีกแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ Daniel J. Boorstin (1973) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์เทียม (Pseudo-Events) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นการสร้างจากองค์ประกอบ

ต่าง ๆ ที่มองเห็นได้ชัดเข้าใจได้ง่าย และสามารถเข้าใจได้หลายความหมายและมีความน่าเชื่อถือด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ Boorstin อาจกล่าวได้เป็น 6 ลักษณะ คือ

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา (An image is synthetic) ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการวางแผนที่ประกอบกันขึ้น เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ เช่น วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเกิดจากการวางแผนประชาสัมพันธ์ การกำหนดกระบวนการและกลยุทธ์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ (An image is believable) ในการสร้างภาพลักษณ์สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ แม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นมา แต่ก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ สามารถที่จะเชื่อถือในภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้นได้

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง (An image is passive) ภาพลักษณ์ต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์จะไม่ใช้ความเป็นจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน (An image is vivid and concrete) ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจ และดึงดูดความรู้สึกทางอารมณ์

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้ง่าย (An image is simplified) ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจและจดจำ มีความแตกต่าง แต่ก็สื่อความหมายได้ครบถ้วนตามต้องการ

6. ภาพลักษณ์มีความหมายหลายแง่มุม (An image is ambiguos) ภาพลักษณ์ในบางครั้งอาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะที่กำกึ่งระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะต้องนำเสนอให้ความหวังและความเป็นจริงมาบรรจบกัน

Dr.Claude Robinson and Dr.Walter Barlow (1959) ได้อธิบายความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถานภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตัวเองหรือได้ยิน ได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่างๆ นานา เป็นต้น

เสรี วงษ์มณฑา (2527) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้น  
 มาเอง (Subjective knowledge) ซึ่งต่างจากความรู้อื่น ๆ ที่เราเรียนรู้มาจากวิทยาศาสตร์  
 หรือประวัติศาสตร์ที่บันทึกไว้ เพราะว่าความรู้อย่างหลังนี้ เป็นความรู้ที่แท้จริงไม่เกี่ยวกับความ  
 รู้สึกส่วนตัวและประสบการณ์ส่วนตัวของเรา (Objective knowledge)

Objective knowledge เมื่อถูกนำมารวมเข้ากับความรู้สึกส่วนตัว ความเชื่อ  
 ส่วนตัว ค่านิยมส่วนตัว ประสบการณ์ส่วนตัวเข้าไปแล้ว ก็จะกลายเป็น Subjective knowledge  
 ที่มีการเสริมเติมแต่งเข้าไป แล้วกลายเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของเรา

ภาพลักษณ์ที่คนเรามีอยู่ที่เรียกว่า Subjective knowledge นั้น มีทั้ง “ข้อเท็จ  
 จริง” และ “คุณค่า” รวมกันอยู่ เพราะฉะนั้นในการสร้างภาพลักษณ์นั้น เราต้องให้ทั้งข้อมูลที่  
 เป็นข้อเท็จจริง และข้อมูลที่เป็นการแนะนำมาตรการในการประเมินคุณค่าให้เขาด้วย เพราะการ  
 ให้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง แต่ถูกนำไปประเมินคุณค่าด้วยมาตรการที่ผิด ๆ ก็อาจเกิดผลในทางลบ  
 ในการสร้างภาพลักษณ์ได้เช่นกัน ซึ่งการประเมินคุณค่านี้ คือ หัวใจของการสร้างภาพลักษณ์  
 คนเราอาจจะมีความสามารถในการนำเอาข้อเท็จจริงสู่มหาชนได้ แต่การสร้างวิธีการประเมิน  
 คุณค่า อันจะก่อประโยชน์ให้แก่การสร้างภาพลักษณ์นั้น เป็นสิ่งที่น้อยคนจะมี  
 ความสามารถได้อย่างแท้จริง ความเข้าใจมหาชนที่เราเกี่ยวข้องด้วย จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นหัวใจของการ  
 ทำงานเพื่อสร้างภาพลักษณ์

Kenneth E. Boulding (1969) เสนอว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึก  
 ของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาเองที่เรียกว่า ความรู้ในเชิงอัตวิสัย  
 (Subjective knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกรอบตัว ที่เราได้ประสบ ความ  
 รู้เชิงอัตวิสัยของบุคคล จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถ  
 รับรู้ และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บาง  
 ส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เรามักตีความหมาย  
 แก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่ง  
 ต่าง ๆ ในโลก และพฤติกรรมของเราจะขึ้นอยู่กับความรู้เดิมที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามี  
 ได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวซึ่งเราได้สัมผัสสัมผัส ดมกลิ่น ได้ยิน และได้เห็น  
 ด้วยตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้อง  
 อาศัยการตีความและให้ความหมายสำหรับตนเอง (MAKE SENSE) ด้วย ภาพลักษณ์จึงเป็น

การแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective Representation) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มา เป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจ ภาพปรากฏ (Appearance) ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทนความหมายของการรับรู้ (Perception) ตีความกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร และให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ นี่คือการบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีมีความหมายสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

Boulding กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริง องค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาด ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

การเกิดของภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของ Boulding มุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจาก

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ การรับรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่ สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรง หรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ ที่มีการแยกแยะลักษณะประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ นั้น เป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกต ความรู้ที่สร้างขึ้นมานี้เองได้ไปเกี่ยวพันกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทักษะคิด ค่านิยมเกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบและความรู้สึกนี้อาจจะไม่แสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออก และเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้ว ได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ เกิดการกระทบต่อภาพลักษณ์ อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งในสามประการต่อไปนี้เกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามา มีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกกรองความสนใจ ทำให้เกิดการประเมินคุณค่าและอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีนี้ บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่คำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคนหรือภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วย “ข้อเท็จจริง” (Fact) เท่านั้น แต่ยังประกอบด้วยจินตนาการอีกด้วย

หากสารนั้นเข้ากันได้หรือเสริมกับภาพลักษณ์เดิมของปัจเจกบุคคล อาจจะทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยก็ได้ ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของข้อมูลใหม่ที่ผู้รับสารได้รับ

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพลักษณ์นั้นก็จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นมามีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก



เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้หากข้อมูลดังกล่าวไปแย้งกับความคิดเห็นตามความเชื่อเดิม ทศนคติหรือนิยามของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้นอาจจะถูกคิดว่าเป็นการบิดเบือนได้ ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้ยาก

Daniel J. Boorstin (1973) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดแน่นอน เพื่อสร้างความประทับใจตามที่มุ่งหวังไว้ โดยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชนทั่วไป โดยภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ จะเป็นส่วนผสมที่มีทั้งมิติที่เป็นความเฉพาะตัว (Private) และมิติที่มีความเป็นสาธารณะ (Public) ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละคน (Private Image) มีความแตกต่างกันอยู่ ขณะเดียวกันภาพลักษณ์ในส่วนบุคคลแต่ละคนต่อสิ่งหนึ่ง ๑ เกิดมีบางส่วนที่เหมือนกัน ก็เป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public Image) การรับรู้ปรากฏการณ์ต่าง ๆ เข้ามาเป็นภาพลักษณ์ในตัวเรา ซึ่งมักเป็นการรับรู้มาแบบโครงร่างนี้ จึงมีภาพลักษณ์ในส่วนบุคคล และภาพลักษณ์ร่วมในตัวบุคคลเดียวกัน

Hans G. Furth (1969 : 133-143) ได้กล่าวถึงแนวคิดที่เกี่ยวกับหลักการรับรู้ที่มีความสอดคล้องกับลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ในตัวบุคคลไว้แนวคิดหนึ่ง คือ

พัฒนาการของการรับรู้ที่เรียกว่า “การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก” (figurative thinking) ซึ่งเป็นการพยายามปรับภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นที่รูปลักษณะภายนอกของวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ในลักษณะที่คงตัวอยู่กับที่ มีลักษณะที่เป็นการนำเสนอสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นตัวนำไปสู่การรับรู้ (cues) ในลักษณะที่ให้ภาพรวม ๆ ที่เข้าใจได้ขึ้นภาพหนึ่ง แต่เป็นภาพรวม ๆ ที่ขาดความแน่นอนชัดเจนในรายละเอียด ทำให้การรับรู้นี้ต้องมีการตีความ (interpret) สร้างเป็นความรู้เชิงอัตวิสัยขึ้น และการนำเสนอภาพรวม ๆ นี้เป็นการมุ่งเน้นที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่มีทิศทางต่อสิ่งที่ได้รับรู้มากกว่าที่จะมุ่งนำเสนอรายละเอียดเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้รับรู้ นั้น การพยายามสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ ก็ใช้หลักการนำเสนอที่สอดคล้องกับ “การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก” นี้เช่นกัน

“การก่อรูปของความคิดจากการรับรู้ลักษณะภายนอก” ในทางการเมืองมักจะเน้นภาพที่ปรากฏต่อสายตา (appearance) และสไตล์มากกว่าเนื้อหาสาระ ให้ความสนใจต่อส่วนที่เป็นเพียงเค้าโครง (outline) มากกว่าจะลงลึกในรายละเอียดภายใน ภาพลักษณ์ทางการเมืองจำนวนมากมีลักษณะเป็นการก่อรูปพรรณสัณฐาน (configurative) ยิ่งกว่าคุณสมบัติ

การมีภาพลักษณ์ทางการเมืองและภาพลักษณ์ของนักการเมือง หากได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้วย่อมมีแนวโน้มที่จะไปกำหนดพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชนที่จะมีต่อบุคคลหรือระบบการเมืองโดยส่วนรวมได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก แม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง (dynamic of image) ก็ตาม เพราะการจะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ จะต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคล เพื่อให้เขาเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้น ข้อมูลอาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อเดิม ทักษะคติเดิม และค่านิยมเดิมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้น อาจจะถูกคิดว่ามีผิด หรือเป็นการบิดเบือนไปได้

ภาพลักษณ์ เป็นความประทับใจรวบยอดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ลักษณะสำคัญของภาพลักษณ์ คือ การสร้างต้องอาศัยเวลา ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งแต่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก ขณะเดียวกันก็เป็นการง่ายที่จะสูญเสียหรือเกิดภาพเชิงลบ และการแก้ไขภาพลักษณ์กลับคืนคืนนั้นทำได้ยาก การสร้างภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนมักมีการสร้างโดยใช้เหตุการณ์เทียมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ปรากฏออกมามีความเรียบง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นความกำกวมและคลุมเครือระหว่างโลกแห่งความจริงและความคาดหวังผสมผสานกับจินตนาการและความรู้สึก การสร้างภาพลักษณ์ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ได้รับการสร้างสรรค์อย่างมีแบบแผน มีการสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และสร้างความประทับใจบางอย่างโดยผู้สร้างภาพลักษณ์จะมีเหตุผลในการสร้างที่แตกต่างกันอยู่บนพื้นฐานแห่งการให้ได้มาซึ่งความยอมรับ ความเชื่อถือและความไว้วางใจ ความประทับใจจากกลุ่มเป้าหมาย ( กฤษณ์ ทองเลิศ : 153 )

### แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชน

การกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชน ( the agenda-setting function of mass media ) หมายถึงการเสนอหรือไม่เสนอข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อมวลชนมีผล

ให้สาธารณชนมีความคิดเห็นคล้ายกันว่า เรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญหรือ ไม่มีความสำคัญที่จะนำมาคิดพิจารณากัน เช่น การที่หนังสือพิมพ์ให้ความสนใจต่อปัญหา เศรษฐกิจ โดยการเน้นเสนอข่าวหรือบทความความคิดเห็นในเรื่องนี้เป็นพิเศษ ก็มีผลทำให้ประชาชน ทั่วไปในเวลานั้น มีความรู้สึกว่ ปัญหาเศรษฐกิจเป็นเรื่องที่สมควรแก่การนำมาคิดพิจารณา หรือสนทนากัน

McCombs and Shaw ,1972 (อ้างถึงใน วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา ,2534) กล่าวว่า หน้าที่ในการจัดวารสารของหนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ มาจากแนวคิดที่ว่า การที่สื่อมวลชนให้ความสนใจต่อประเด็น หรือหัวข้อที่เกี่ยวกับปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ ประชาชนได้รับทราบและตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาหรือประเด็นนั้น ตามที่สื่อมวลชน ได้กำหนดไว้ นั่นคือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่จะรับรู้ถึงความ สำคัญในเรื่องต่าง ๆ ที่สื่อมวลชนเป็นผู้นำเสนอ

บุญเลิศ ศุภติลก (2521:31-32)กล่าวว่า การจัดวารสาร คล้ายคลึงกับการ เรียนรู้ทางการเมืองคือ แทนที่จะเน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเห็นตามแนวคิดสมัยเก่า กลับมุ่งการวิเคราะห์วิวัฒนาการความคิดเกี่ยวกับปัญหาใดปัญหาหนึ่ง ตามแนวคิดนี้ ถือว่าสื่อ มวลชนทั้งหลาย เป็นผู้กำหนดวาระเรื่อง หรือหัวข้อเกี่ยวกับปัญหา ตลอดจนประเด็นของหัวข้อ เรื่องต่าง ๆ ให้ประชาชนผู้รับสารทั่วไปได้รับทราบและตระหนักถึงปัญหา หรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในสื่อ นั้น ๆ

แนวคิดในการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชน ถือกำเนิดขึ้นในปี ค.ศ.1922 โดยนักวิเคราะห์ทางการเมืองชื่อ ลิพพ์แมนและพาร์ค (Lippman and Park) ต่อมา ได้มีผู้นำแนวคิดของทั้งสองคนนี้มาศึกษาในงานวิจัยทางการสื่อสารทางการเมือง ทำให้ แนวคิดเรื่องกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชนเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น นั่นก็คือ ผลงานวิจัยของ Maxwell E. McCombs และ Donald L.Shaw ชื่อเรื่อง The Agenda-Setting Function of Mass Media (1972) งานวิจัยนี้ต้องการตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อสารมวลชน ในการเสนอข่าวสารข้อมูลการเลือกตั้งประธานาธิบดีในปี ค.ศ. 1968 โดยตั้งสมมุติฐานใน งานวิจัยดังนี้ “ถึงแม้ว่าสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยต่อทัศนคติหรือทำทีก็ตาม สื่อ มวลชนก็ยังมีส่วนในการกำหนดวาระทางการเมือง ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อประเด็นทาง การเมืองนั้น ๆ” (McCombs and Shaw ,1972 : 177)

ผลงานจากงานวิจัยนี้ทำให้ McCombs และ Shaw ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระทางการเมืองให้กับผู้อ่านว่า

ในการคัดเลือกหรือเสนอข่าวสารนั้น บรรณาธิการ เจ้าหน้าที่ห้องข่าว และผู้ประกาศข่าวมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความเป็นจริงทางการเมือง ผู้อ่านไม่เพียงแต่จะเรียนรู้จากประเด็นข่าวที่เลือกสรรให้ แต่ยังได้รับรู้ถึงความสำคัญของประเด็นข่าวจากคามถี่ และการวางตำแหน่งในการนำเสนอ (McCombs and Shaw ,1972 : 176)

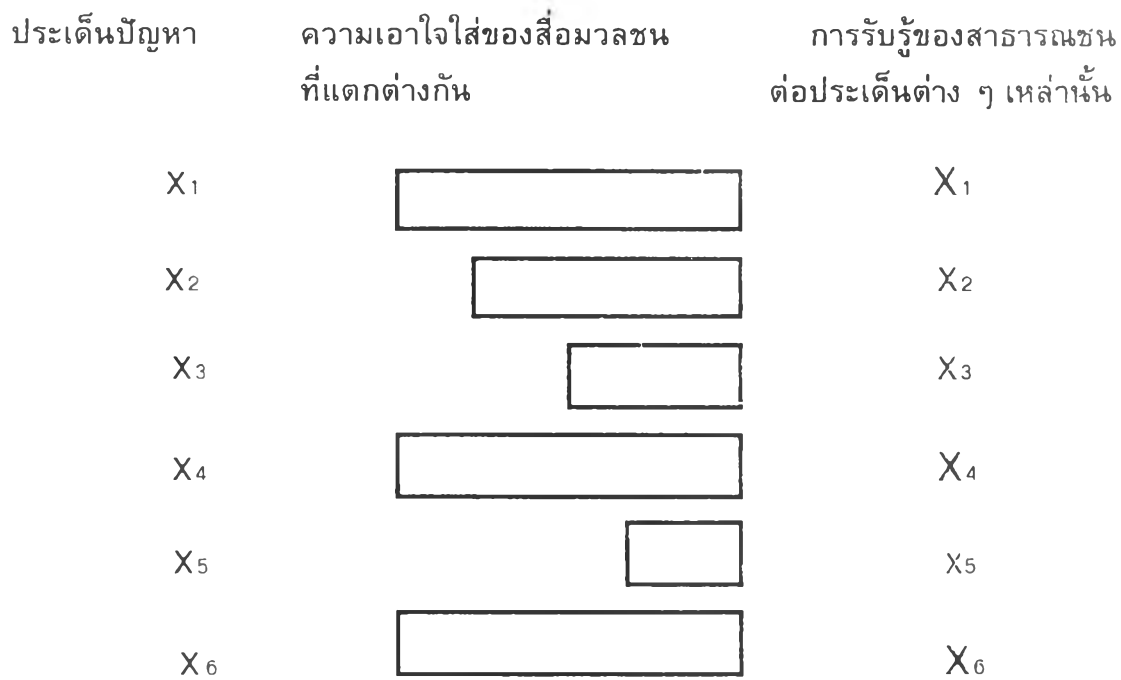
ในปี ค.ศ. 1976 McCombs และ Shaw (อ้างถึงใน สวนิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล : 81) ได้ใช้กรณีวอเตอร์เกตเป็นตัวอย่งแสดงการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในด้านการกำหนดเรื่องพิจารณา แม้จะมีข้อเรื่องใหม่ในการเปิดโปงทุจริตทางการเมือง แต่ทว่าการเปิดโปงให้เห็นโดยหนังสือพิมพ์และการประชุมฟังความของวุฒิสมาชิกของสหรัฐโดยถ่ายทอดทางโทรทัศน์ที่ได้มีขึ้นภายหลังจากนั้น ทำให้กรณีวอเตอร์เกตนี้เป็นหัวข้อข่าวที่เด่นที่สุดในรอบปี อย่างไรก็ดี ประจักษ์หลักฐานโดยละเอียดจากการวิจัยก็ได้ยืนยันถึงการอยู่ของกระบวนการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาอันมีอำนาจดังนี้เสมอไป

บทบาทของการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาเพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านสนใจทำได้หลายวิธี คือ

1. การเพิ่มพื้นที่ของข่าวให้มากกว่าปกติ ข่าวที่มีกรอบใหญ่กว่าข่าวอื่น หรือใช้ตัวอักษรขนาดโตกว่า จะทำให้เห็นว่าข่าวนั้นมีความสำคัญและชวนอ่านกว่าข่าวอื่น
2. ความถี่ในการนำเสนอข่าว หรือการรายงานข่าวที่มีความถี่สูง หรือรายงานบ่อย ๆ จะสร้างความสนใจ หรือตอกย้ำความในใจให้กับผู้รับสารมากขึ้น
3. ระยะเวลาที่นำเสนอ ถ้าการนำเสนอข่าวมีความถี่มาก แต่มีช่วงระยะเวลาที่นำเสนอค่อนข้างสั้น บทบาทของการจัดวาระสารก็จะลดลงไป

การที่ข่าวจะมีอายุการนำเสนอได้นานนั้นขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญกับข่าวของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ แม้ว่าบางข่าวอยู่ในความสนใจของประชาชนแต่บรรณาธิการอาจจะไม่ตีพิมพ์ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบรรณาธิการว่า ต้องการให้ประชาชนได้รับทราบข่าวใด ขนาดไหนเพียงไร Lippmann W., 1992 (อ้างถึงใน ศุภกิจ จงศักดิ์สวัสดิ์ ,2538 : 20-21)กล่าวว่า เป็นไปในลักษณะที่ว่า “ถ้าเรื่องใดที่สื่อมวลชนให้ความสนใจมากที่สุด เรื่องนั้นก็จะได้รับการรับรู้ว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด”

เดนิส แม็คควอล และ สเวน วินดาห์ล (McQuail ,D. and Windahl ,S., 1981) ได้สรุปแนวความคิดของการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาเป็นลักษณะแบบจำลอง ดังนี้



แบบจำลองการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาของแม็คควอล และ วินดาห์ล

ในแบบจำลองนี้ X ทางซ้ายมือก็คือ ประเด็นปัญหาหรือหัวข้อต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่สื่อมวลชนหยิบยกนำเสนอให้สาธารณชนรับทราบ การเน้นเสนอเรื่องเหล่านี้โดยสื่อมวลชนมากน้อยต่างกัน (แสดงโดยรูปแท่งแนวนอน) ผลที่ตามมาก็คือ ทำให้สาธารณชนรับรู้ในประเด็นหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ไม่เหมือนกัน ประเด็นที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนในการนำเสนอมากก็ได้รับการพิจารณาเป็นหัวข้อเรื่องที่สำคัญมากด้วย (ขนาดของ X ทางขวามือแสดงระดับความสำคัญที่พิจารณาโดยสาธารณชน) ตามรูปในแบบจำลองจะเห็นว่า X<sub>1</sub> X<sub>4</sub> และ X<sub>6</sub> ได้รับความสนใจในการนำเสนอจากสื่อมวลชนมากก็ได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญมาก ส่วนประเด็นอื่น ๆ (X<sub>2</sub> X<sub>3</sub> และ X<sub>5</sub>) ก็มีความสำคัญรองลงไปในสายตาของสาธารณชน

แนวความคิดในเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชนนี้ มิได้แสดงว่าสื่อมวลชนมีจุดมุ่งหมายที่จะมีบทบาทในประเด็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือ Westley และ McClean(1957) เรียกว่า “advocacy role” แต่ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เลือกสรรกลั่นกรองหรือที่ Westley และ McClean เรียกว่า “ผู้เฝ้าประตู”(gatekeeper หรือ channel role) เท่านั้นเอง สื่อมวลชนตามแนวความคิดในเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณา ทำหน้าที่เป็นผู้เสนอวาระปัญหาหรือหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ในสังคมในลักษณะข่าวและบทความความคิดเห็นให้สาธารณชนได้พิจารณาว่า อะไรเป็นเรื่องที่จะนำมาคิดพิจารณาหรือสนทนาถกเถียงกัน ลักษณะของผลการสื่อสารมวลชนตามแนวคิดนี้ แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีผลโดยตรงกับผู้รับสาร แต่เป็นผลในระยะยาว

จากแบบจำลองการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณานี้ จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการจัดลำดับและให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ บางเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อให้ประชาชนได้พิจารณา และเห็นคล้อยตามว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่ควรให้ความสนใจมากที่สุดในช่วงเวลานั้น ๆ เช่นเดียวกับกรณีที่ช่างภาพ หรือบรรณาธิการภาพได้กำหนดหรือคัดเลือกภาพข่าวต่าง ๆ มาตีพิมพ์ในช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ประชาชนตื่นตัวและมีความสนใจในเหตุการณ์หรือประเด็นของข่าวที่นำเสนอออกไปมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม สัมฤทธิ์ผลของการไหลเวียนของข่าวสาร ตามแนวคิดนี้ ก็ควรขึ้นอยู่กับทั้งทางด้านสื่อมวลชนและทางด้านผู้รับสาร มิใช่ขึ้นอยู่กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว แม้ว่าสื่อมวลชนจะเป็นผู้เริ่มต้นในการนำเสนอข่าวสาร (Shaw and McCombs ,2533) กล่าวคือ โดยทั่วไป เมื่อเหตุการณ์หรือประเด็นปัญหาเกิดขึ้นในสังคม ผู้ประกอบวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน จะพิจารณาโดยการประเมินคุณค่าข่าวเพื่อให้ทราบถึงระดับความสำคัญของข่าวนั้น ๆ จากนั้นจึงพิจารณาเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เช่น การนำเสนอข่าวผ่านทางโทรทัศน์ ข่าวนั้นจะได้รับ ความสนใจจากผู้รับสารอย่างรวดเร็ว แต่ความคงทนของข่าวจะอยู่ได้ไม่นานนัก ในขณะที่การนำเสนอข่าวผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์จะดำเนินไปอย่างช้า ๆ แต่สามารถอยู่ได้นานกว่า และการที่สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มีการนำเสนอข่าวที่มีหัวข้อข่าวอย่างเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน จะต้องมีการวิพากษ์ วิจารณ์ หรือมีการนำเสนอที่แตกต่างกัน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้รับสารให้มากที่สุด (เบญจวรรณ นรสิงห์ ,2539 : 38)

## แนวคิดเรื่องนายประตูข่าวสาร

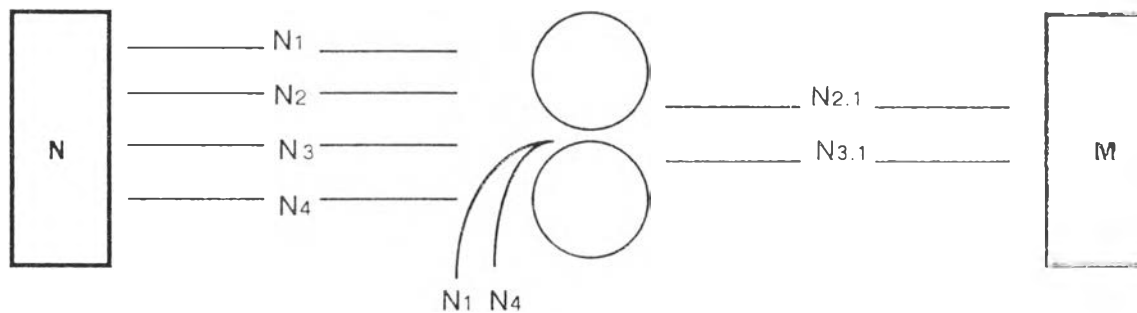
บทบาทของสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรายงานข้อมูลข่าวสาร หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมนั้น จะเป็นการรายงานข่าวสารโดยผ่านกระบวนการเลือกสรรของสื่อมวลชน ข่าว เหตุการณ์เพียงบางอย่างเท่านั้นได้รับการสื่อสารไปยังผู้รับ ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดของสื่อมวลชนในด้านเวลาการออกอากาศหรือเนื้อที่บนหน้าหนังสือพิมพ์ ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ต้องมีการคัดเลือก ซึ่งจะกระทำโดยอาศัยกฎเกณฑ์บางอย่างในการประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน เช่น จะต้องเป็นข่าวที่คนส่วนใหญ่สนใจ เป็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ เป็นต้น

Kurt Lewin, 1947 (อ้างถึงใน เพ็ญแข เอี่ยมนิวัฒน์ ,2537 : 28) มองว่ากระบวนการของสื่อมวลชนดังกล่าวข้างต้นนี้ ก็คือ การกระทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (gatekeeper) ซึ่งหมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่กั้นกรอง เลือกสรรข่าวสารเพื่อ เสนอต่อไปยังสาธารณชน ผู้เฝ้าประตูจึงอยู่ในฐานะที่จะควบคุมข่าวสารต่าง ๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป เป็นผู้ตัดสินว่าข่าวอะไรควรส่งต่อไป และข่าวสารอะไรควรส่งช้าหน่อย หรือข่าวสารอะไรควรจะตัดออกไปทั้งหมด โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าวสาร ตลอดจนกำหนดเวลา และจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารนั้น ๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เปิดและปิดประตูข่าวสารโดยขึ้นอยู่กับระหว่างตัวข่าวสารเองและผู้รับสาร

แนวความคิดเกี่ยวกับหน้าที่“นายประตูข่าวสารหรือผู้เฝ้าประตู” (gatekeeper) นี้มาจากข้อเขียนของเค เลวิน (Lewin ,K.,1947) ซึ่งให้ข้อสังเกตว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ เลวิน ได้ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการไหลของข่าวสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารเพื่อไปยังจุดรับสารในสังคมจะต้องผ่านผู้ตรวจสอบหรือคัดเลือกโดย “ผู้เฝ้าประตู” ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน

แนวความคิดเรื่องนายประตูข่าวสารนี้ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้โดย ดี เอ็ม ไวท์ (David Manning White) ในปี ค.ศ. 1950 ซึ่งได้ใช้ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกาฉบับหนึ่ง กิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร และแบบจำลองนายประตูข่าว

สารสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารของผู้มีหน้าที่เป็นผู้กลั่นกรองข่าวสารในหนังสือพิมพ์สู่ประชาชนผู้อ่านได้ ดังนี้



แบบจำลองนายประตูข่าวสารของดี เอ็ม ไวท์ (1950)

ในที่นี้	N 1, 2, 3, 4	คือ	เรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นข่าว
	N 2.1, 3.1	คือ	เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผ่านการคัดเลือก
	M	คือ	ผู้รับสาร
	N 1, 4	คือ	เรื่องราวต่าง ๆ ที่ถูกตัดทิ้งไป

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (สำนักข่าวโทรพิมพ์) จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้นส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้า ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชม

จะเห็นได้ว่า แบบจำลองนี้พยายามชี้ให้เห็นกิจกรรมผู้เฝ้าประตูของสื่อมวลชนทั่วไปจากตัวอย่าง ดี เอ็ม ไวท์ ได้ศึกษาบทบาทของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา ถ้าเป็นตัวอย่างในเมืองไทยเราก็อาจจะหมายถึง บทบาทของบรรณาธิการข่าวต่างประเทศทั่วไปทำหน้าที่คอยตรวจข่าวจากเครื่องโทรพิมพ์ หรือจากเอกสารข่าวที่ส่งมาจากสำนักข่าวต่าง ๆ เช่น เอพี เอเอฟพี รอยเตอร์ หรือสำนักข่าวไทย เป็นต้น แต่ละวันจะมีข่าวเข้ามา



มายับยิบยับร้อยขึ้น แต่บรรณาธิการจะเลือกตีพิมพ์ หรือออกอากาศเพียงไม่กี่ชิ้นที่เห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น

ดังนั้น ในวงการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ผู้ทำหน้าที่ปิดเปิดประตูข่าวสารเหล่านี้ จึงได้แก่ นักข่าว นักเขียนคอลัมน์ บทความ ตลอดจนบรรณาธิการที่ทำหน้าที่รวบรวม คัดเลือก เรียบเรียง และตรวจสอบข่าวสาร เพื่อนำเสนอให้สาธารณชนทราบ บุคคลเหล่านี้นับว่าอยู่ในฐานะเป็น “นายประตูข่าวสาร” อย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของไวท์ มีจุดอ่อนที่เน้นความสำคัญเฉพาะผู้ทำหน้าที่เฝ้าประตูข่าวสารว่าเป็นผู้มีอำนาจในการควบคุมข่าวสารต่าง ๆ อย่างเด็ดขาด โดยมองข้ามปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กร ซึ่งสามารถเลือกสรร ตลอดจนกำหนดทิศทางการไหลของข่าวสารได้ (สวณิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล ,2528)

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นระเบียบวิธีวิจัยประเภทหนึ่งที่นิยมใช้ในการสื่อสาร มีลักษณะผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยที่ใช้ศึกษาระยะของการติดต่อสื่อสาร “สาร” ในที่นี้ อาจเป็นจดหมาย สุนทรพจน์ บทความ หนังสือ บทสนทนา โปรแกรมทีวี ฯลฯ เจตนารมณ์ที่อยู่เบื้องหลังข้อเขียนนั้น ๆ ตลอดจนศึกษาลักษณะของผู้เขียนเอกสารต่าง ๆ ทั้งนี้ เพราะเอกสารต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของผู้แต่ง ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านทราบได้ว่า ผู้เขียนมีจุดมุ่งหมาย มีค่านิยมและทัศนคติอย่างไร

ได้มีผู้ให้คำนิยามของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ดังนี้

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2507:3-5) เสนอว่า การวิเคราะห์เนื้อหา มีจุดประสงค์ และคุณประโยชน์จำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบแนวโน้มและระดับของการสื่อสารมวลชน ผลของการวิเคราะห์เนื้อหา ย่อมชี้ให้เห็นถึงคุณภาพและปริมาณของเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปสู่ประชาชนซึ่งเป็นผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชมสื่อสารมวลชนนั้น ๆ การที่ตรวจสอบให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนเกี่ยวกับเนื้อหาของการสื่อ

สารมวลชนย่อมมีคุณประโยชน์แก่ทั้งผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน นักการศึกษา ประชาชน ผู้ใช้สื่อสารมวลชน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทางราชการที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนทุกฝ่าย

2. เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มและระดับของเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ มีคำกล่าวที่ว่า โลกจะมีสันติภาพอย่างแท้จริงได้ก็ต่อเมื่อมีชุมชนกลมกลืน แต่ชุมชนโลกจะมีขึ้นได้นั้นต้องอาศัยการสื่อสารโลก (World Communication) เสียก่อน ฉะนั้น การถ่ายทอดเรื่องราวและเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันในระหว่างประชาชาติต่างจึงเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญในการผดุงรักษาสันติภาพของโลกไว้ การสื่อสารมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีของประชาชาติต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี(อ้างจาก Kasem Sirisumpundh, 1959)

3. เพื่อทราบระดับความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน ประชาชนมีความต้องการเนื้อหาของสื่อสารมวลชนประเภทใด ชนิดใด ผู้ดำเนินการจัดทำสื่อสารมวลชนย่อมต้องสนองความต้องการของประชาชน

4. เพื่อทราบ “แบบแผนวัฒนธรรม” (cultural pattern) ของสังคมปัจจุบันสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นสื่อติดต่อเข้าถึงมวลชนจึงเป็นตัวจักรสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน ฉะนั้น การศึกษาตรวจสอบเนื้อหาของสื่อสารมวลชนจึงเป็นแนวทางหนึ่ง ซึ่งนักสังคมศาสตร์สามารถกำหนดเรียนรู้ “แบบแผนวัฒนธรรม” ของสังคมได้

5. เพื่อทราบแนวความคิดเห็นของสื่อสารมวลชนในฐานะเป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็น สื่อสารมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ) เป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็นในปัญหาอันเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์อันเป็นส่วนรวมของสังคม ฉะนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาความคิดเห็นที่แสดงออกทางสื่อสารมวลชนจึงเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย

6. เพื่อตรวจสอบการโฆษณาชวนเชื่อ (propoganda) เพื่อผลทางการเมืองและการทหารในทางสงครามจิตวิทยา

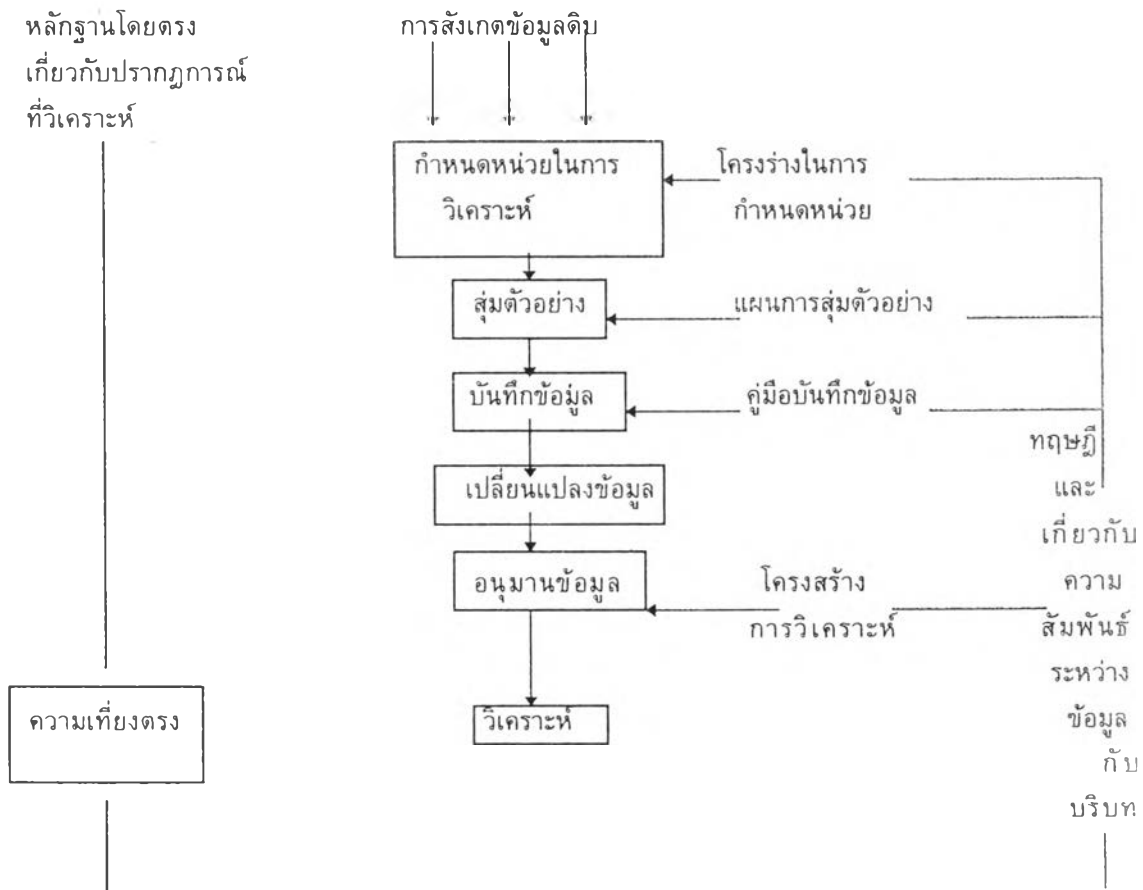
Sydney W.Head, 1954 (อ้างถึงใน อรุณ เลิศจรรยาภักษ์ ,2524 : 16) ได้ให้คำนิยามการวิเคราะห์เนื้อหาว่า คือ “การวิเคราะห์ให้เห็นประจักษ์และการสำรวจเนื้อหาซึ่งแฝงอยู่กับเครื่องมือสื่อสาร โดยวิธีการจัดประเภท จัดตาราง และหาค่าจากสัญลักษณ์และใจความเพื่อที่จะให้ทราบซึ่งความหมายและผลกระทบ

สรรคร์วี คชาชีวะ (2525 : 6) ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาไว้ว่า

1. เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่ง ที่ไม่ได้เป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์เช่นเดียวกับการวิจัยแบบอื่น ๆ
2. ต้องมีการสร้างเครื่องมือที่มีความเป็นปรนัย (Objectivity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) กล่าวคือ เครื่องมือที่สร้างเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหานั้น เมื่อนำไปใช้ในสถานการณ์ที่ต่างกัน ผู้วิเคราะห์ต่างกัน แต่ใช้ข้อมูลแบบเดียวกัน ผลที่ได้ย่อมเหมือนกัน
3. ควรมีผลสรุปที่อธิบายความหมายของเนื้อหาได้ ทั้งในปริมาณ และในด้านคุณภาพอย่างมีความเที่ยงตรงตามธรรมชาติของสาร

Klaus Krippendorff, 1980 (อ้างถึงใน สรรคร์วี คชาชีวะ, 2526) ได้แสดงแบบจำลองของกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหาดังนี้

หลักฐานโดยตรง  
เกี่ยวกับปรากฏการณ์  
ที่วิเคราะห์



แบบจำลองกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหา

อุทุมพร จามรมาน (2531) ได้สรุปความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นวิธีการเฉพาะที่มีกระบวนการที่เป็นระบบ มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยพิจารณาจากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ โฆษณา วรรณคดี เป็นต้น ตัวอย่างการวิเคราะห์เนื้อหา ได้แก่ การวิเคราะห์บทสนทนาของบุคคล การวิเคราะห์ตำราเรียน การวิเคราะห์บทบรรณาธิการ การวิเคราะห์รายงานข่าว การวิเคราะห์เนื้อหาต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าจะต้องการอะไร เพื่ออะไร ผลการวิเคราะห์เนื้อหาต้องได้รับการตรวจสอบทั้งในแง่ความเที่ยงและความตรง

นอกจากนี้ ได้มีผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศหลายท่าน ให้คำจำกัดความของการวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

เออร์วิง แอล เจนิส (Irving L. Janis ,1949 : 55) ได้ให้คำนิยามของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า หมายถึงเทคนิคใด ๆ ก็ตามที่มีลักษณะเป็นไปเพื่อการแบ่งกลุ่มของสัญลักษณ์ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของกลุ่มนักวิเคราะห์ที่จะจัดแบ่งประเภทของสัญลักษณ์ดังกล่าว โดยมีพื้นฐานมาจากหลักเกณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ นักวิเคราะห์เหล่านั้นสามารถตัดสินใจออกมาอย่างเป็นวิทยาศาสตร์

เบอร์นาร์ด เบเรลสัน (Bernard Berelson ,1971 : 13-18) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า สิ่งหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร คือ เนื้อหาของสาร โดยทั่วไปแล้วหนังสือพิมพ์รายวันแต่ละฉบับจะเสนอเรื่องราวต่าง ๆ หลายเรื่องให้กับผู้อ่าน การที่ผู้วิจัยต้องการทราบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับบอกอะไร หรือเสนออะไรแก่ผู้อ่านบ้าง จะต้องทำการศึกษาเนื้อหาหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ การศึกษาเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ทำได้โดยระเบียบวิธีวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเป็นเทคนิควิธีวิจัยสำหรับพรรณนาเนื้อหาการสื่อสารที่ปรากฏอย่างเป็นวัตถุวิสัย เป็นระบบและเป็นปริมาณ

ริชาร์ด บัดด์ (Richard W.Budd) โรเบิร์ต ธอร์ป (Robert K.Thorp) และลูอิส โดโนฮิว (Lewis Donohew) (1967 : 2) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคอย่างหนึ่งที่มีระบบ ใช้สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาของสารและเป็นเครื่องมือในการสังเกตและวิเคราะห์พฤติกรรมสื่อสารที่แสดงออก

เคลาส์ คริปเพินดอร์ฟ (Klaus Krippendorff ,1980 : 21) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งจากข้อมูลที่คล้ายคลึงกัน ทำเครื่องมือให้มีความเชื่อถือได้ แสดงผลสรุปที่ถูกต้องเที่ยงตรงจากข้อมูลไปสู่สภาวะแวดล้อมของข้อมูล

เคอลิงเจอร์ (Kerlinger ,1972 : 525) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นวิธีการศึกษาและการวิเคราะห์สื่อมวลชนในลักษณะที่มีระบบ มีความเป็นปรนัย และเป็น การวัดตัวแปรในเชิงปริมาณ แต่มักใช้ในการหาความสัมพันธ์หรือความถี่ของสิ่งที่ปรากฏในสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการสร้างภาพลักษณ์ พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ในช่วงปี 2523-2539” มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

David H.Weaver (1982) ได้สรุปผลการวิจัยของเขาและคณะในเรื่อง Media Agenda-setting in a Presidential Election : Issues , Image and Interest ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาผลระยะยาวของสื่อมวลชนในเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาในด้านประเด็นการเมืองของผู้สมัคร คุณภาพและภาพพจน์ของผู้สมัคร ความสนใจทางการเมืองของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการทำให้ประเด็นทางการเมือง ตัวผู้สมัคร และภาพพจน์ของคุณสมบัติของผู้สมัครมีความสำคัญ โดดเด่นขึ้นในใจของผู้ออกเสียงเลือกตั้ง ความบ่อยครั้งของการใช้สื่อโทรทัศน์ติดตามการเมืองในการเลือกตั้งขั้นต้น มีความสัมพันธ์สูงอยู่กับความสนใจในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีในช่วงต่อมา และพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ระหว่างการใช้สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ในการติดตามการเมืองและความสนใจต่อการรณรงค์หาเสียงในด้านการเปิดรับต่อสื่อมวลชน โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์ติดตามการเมืองในช่วงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีในช่วงฤดูใบไม้ผลิ มีผลต่อการกระตุ้นความสนใจในการรณรงค์ในช่วงต่อมา ซึ่งการเพิ่มความสำคัญของการเมืองไปสู่สาธารณชนมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ออกเสียงเลือกตั้งที่มีความสนใจมาก ก็จะมีแนวโน้มเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะและสไตล์ของผู้สมัคร โดยสรุปผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การที่สื่อมวลชน

เน้นการรณรงค์หาเสียงประธานาธิบดีในต้นปี สามารถก่อให้เกิดผลตามมาภายหลัง คือ ช่วยเพิ่มความสนใจและเรียนรู้มากขึ้นเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง

วิรัชต์ แสงดาวฉาย (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพพจน์ของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในหนังสือพิมพ์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า ภาพพจน์ของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ มีลักษณะแตกต่างไปตามข่าวสารที่นำเสนอบทบาทที่สำคัญของนายกรัฐมนตรีห้าด้าน คือ การเมือง เศรษฐกิจ การทหาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และการธำรงไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งมีสัดส่วนการนำเสนอต่างกัน มีลักษณะเนื้อหาที่เป็นสาระของการนำเสนอได้ให้ภาพที่แสดงถึงบทบาทของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในด้านต่าง ๆ ด้วยภาพที่เป็นการนำเสนอที่มีลักษณะชี้แนะด้วยข้อสรุปมากกว่าที่จะเป็นการนำเสนอข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

มีการใช้คำหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกภาพของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ด้วยคำที่มีความหมายในทางดี ที่เป็นการเสริมบทบาทมากกว่าในทางตรงข้าม และเป็นการนำเสนอในบริบทที่เป็นการชื่นชมในลักษณะนิสัยเด่น ๆ อยู่บางประการ โดยเฉพาะในเรื่องของ “ความซื่อสัตย์” ได้รับการนำเสนอบ่อยที่สุด

มีการใช้คำฉายาหรือสรรพนามที่ใช้เรียกแทนชื่อ พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในหน้าหนังสือพิมพ์อย่างกว้างขวาง โดยมีการใช้คำฉายาหรือสรรพนามนี้อย่างมากในบริบทของการวิพากษ์วิจารณ์ในคอลัมน์ความเห็นต่าง ๆ และมีการนำเสนอไว้ในเนื้อหาข่าว ซึ่งปกติจะเป็นรูปแบบที่ใช้ในการรายงานข้อเท็จจริงด้วย ซึ่งคำฉายาหรือสรรพนามนี้มีลักษณะที่เป็นการสะท้อนทัศนคติที่เป็นข้อสรุปของสื่อมวลชนต่อบทบาทและบุคลิกภาพของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ และสามารถทำให้ผู้อ่านมีภาพพจน์ของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ที่สื่อมวลชนต้องการจะสื่อได้อย่างชัดเจนอีกด้วย

ลักษณะภาพพจน์และการนำเสนอของหนังสือพิมพ์สองแบบ คือ แบบคุณภาพและแบบประชานิยม พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่แสดงถึงบทบาทของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในด้านต่าง ๆ ด้วยภาพที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาก ซึ่งรวมทั้งมีการใช้คำหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกภาพและคำฉายาหรือสรรพนามที่ใช้เรียกแทนชื่อด้วยคำหรือข้อความเดียวกัน หรือมีความหมายเดียวกันและด้วยจำนวนคำที่ใกล้เคียงกัน จะต่างกันอย่างไรเห็นได้ชัดที่

ความบ่อยครั้งของการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับบทบาท คำหรือข้อความต่าง ๆ ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน

พัชนี เจริญรยา เมตตา กฤตวิทย์ ภิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และประทุม ฤกษ์กลาง (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ภาพพจน์ของนักการเมืองสตรี : ศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์จากการรับรู้ของตนเอง ของประชาชน และการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์” ผลการวิจัยพบว่า

1. ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ พบว่า ข่าวเกี่ยวกับ ส.ส.หญิงส่วนใหญ่พบมากที่สุดในคอลัมน์ซุบซิบ รองลงมาได้แก่ ข่าว คอลัมน์ประจำ บทความ และภาพประกอบตามลำดับ การนำเสนอข่าวของนักการเมืองสตรี ระหว่างหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน นอกจากนั้นมีลักษณะการนำเสนอเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ

2. สำหรับการสำรวจทัศนคติของประชาชน พบว่า ประชาชนมีภาพพจน์ต่อคุณสมบัติของ ส.ส.หญิง ว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นคุณสมบัติที่เด่นที่สุดของ ส.ส.หญิง และคุณสมบัติที่เป็นข้อด้อยที่สุด ความเฉียบขาด ภาพพจน์เกี่ยวกับความสามารถในการแสดงออกนั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส.ส.หญิง มีความสามารถในการแสดงออกด้านงานการกุศลมากที่สุด และมีบทบาทด้านสังคมสงเคราะห์มากกว่าบทบาททางนิติบัญญัติ สำหรับภาพพจน์เกี่ยวกับผลงานของ ส.ส.หญิงนั้น ประชาชนส่วนใหญ่พบว่า ส.ส.หญิงมีความเด่นในเรื่องเกี่ยวกับสตรีและเด็ก รองลงมาคือ เรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามและการเคยมีส่วนร่วมทางการเมือง มีผลต่อภาพพจน์โดยทั่วไปของนักการเมืองสตรี นอกจากนี้ผู้ที่มีรายได้สูง มีการศึกษาสูง และมีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้ง รู้จัก ส.ส.หญิง มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำและมีการศึกษาดำกว่า รวมทั้งผู้มีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์น้อยครั้งกว่า

3. ผลการสัมภาษณ์ ส.ส.หญิงแบบเจาะลึก พบว่า ส.ส.หญิง ยอมรับว่าบทบาทการทำงานของ ส.ส.หญิง นั้นเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก รวมทั้งวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่น ๆ โดยเห็นว่าผู้หญิงมีอุปนิสัยและบุคลิกเหมาะกับงานดังกล่าว รวมทั้งรู้และเข้าใจปัญหาในด้านดังกล่าวมากกว่า ส.ส.ชาย ในด้านความคาดหวังต่อการเป็น ส.ส.หญิง มีความเห็นว่า ผู้หญิงควรได้รับการเลือกตั้งมากขึ้น และแสดงบทบาทของตนเองให้มากขึ้นเท่าเทียมกับ ส.ส.ชาย

4. ภาพรวมจากการศึกษาทั้ง 3 แนวทางพบว่า ภาพพจน์ต่อ ส.ส.หญิง ในบทบาททางการเมืองจะเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก รองลงมาคือวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนี้

นั้น การรู้จักชื่อเสียง บทบาทของ ส.ส.หญิง ของประชาชนขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งของการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นไปตามแนวโน้มการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ด้วย ขณะเดียวกัน ภาพพจน์ที่ประชาชนมีต่อ ส.ส.หญิง และภาพพจน์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอต่อสื่อมวลชนสอดคล้องกับภาพพจน์ที่ ส.ส.หญิง มีต่อตนเองและ ส.ส.หญิงอื่น ๆ ซึ่งถึงแม้จะเป็นไปอย่างเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ แต่ก็สะท้อนอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของการเมืองอันเกี่ยวเนื่องจากความเป็นผู้หญิงอยู่

สาทิศ เขียวชะอุ่ม (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์องค์กรจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ : กรณีโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย” ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่เกิดขึ้นจากแหล่งข้อมูลทั้งสองมีความแตกต่างกัน โดยผลที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับ พบว่า บริษัทเทเลคอมเอเชีย ฯ มีภาพลักษณ์ด้านบวกมากที่สุด องค์กรการโทรศัพท์ ฯ และบริษัทไทยเทเลโฟน ฯ มีภาพลักษณ์ด้านบวกรองลงมาตามลำดับ ส่วนกระทรวงคมนาคมปรากฏภาพลักษณ์ในเชิงกลาง ๆ มากที่สุด เมื่อจำแนกหนังสือพิมพ์จำนวน 12 ฉบับออกเป็น 2 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ทั่วไป กับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ข่าวเกี่ยวกับบริษัทเทเลคอมเอเชีย ฯ เป็นภาพลักษณ์เชิงบวกมากที่สุด รองลงมาบริษัทไทยเทเลโฟน ฯ ส่วนองค์กรการโทรศัพท์ ฯ ปรากฏภาพลักษณ์เชิงลบ กระทรวงคมนาคมปรากฏภาพลักษณ์ในเชิงกลาง ๆ สำหรับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ ปรากฏผลด้านภาพลักษณ์เชิงบวกกับบริษัทเทเลคอมเอเชีย ฯ มากที่สุด องค์กรการโทรศัพท์ และบริษัทไทยเทเลโฟน ฯ มีภาพลักษณ์เชิงบวก รองลงมาตามลำดับ กระทรวงคมนาคม ปรากฏภาพลักษณ์เชิงกลาง ๆ มากที่สุด การสำรวจความคิดเห็นประชาชนผู้ใช้บริการโทรศัพท์ ผลปรากฏว่า ประชาชนมีทัศนคติที่ติดองค์กรการโทรศัพท์ ฯ มากที่สุด รองลงมาบริษัทเทเลคอมเอเชีย ฯ บริษัทไทยเทเลโฟน ฯ และกระทรวงคมนาคม ประชาชนมีทัศนคติเชิงกลาง ในคุณสมบัติเด่นด้านภาพลักษณ์องค์กร พบว่า องค์กรโทรศัพท์ ฯ มีคุณสมบัติเด่นมากที่สุด รองลงมาคือ บริษัทเทเลคอมเอเชีย ฯ บริษัทไทยเทเลโฟน ฯ และกระทรวงคมนาคมมีคุณสมบัติเด่นปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาทั้ง 2 ลักษณะแล้วสามารถสรุปได้ว่า มีความแตกต่างกันระหว่างผลที่เกิดขึ้นจากการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์กับการสำรวจความคิดเห็นประชาชนผู้ใช้บริการโทรศัพท์

มณฑนา ทวียนตร์เนรมิต (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีในหน่วยงานราชการที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์” ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนให้การยอมรับโฆษกสตรีทั้งก่อนและหลังการเข้ามาเป็นโฆษกหรือรองโฆษก การเสนอภาพก็ไม่แตกต่าง



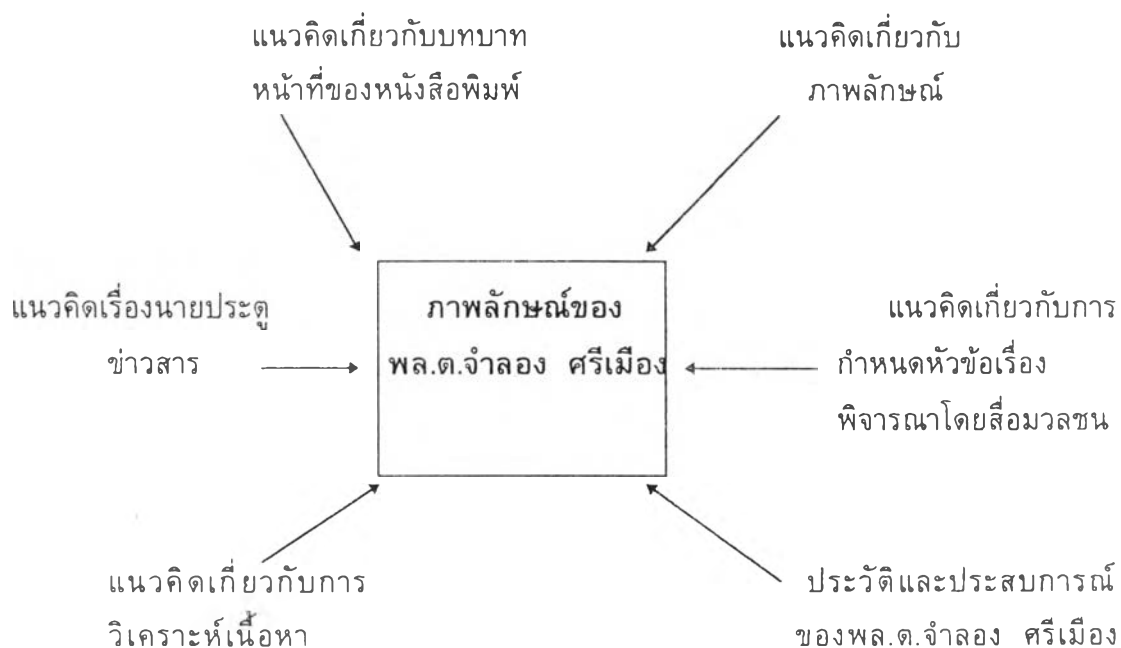
ต่างไปจากโฆษกชาย โดยขึ้นอยู่กับผลงาน ความรู้ความสามารถเป็นสำคัญ เพศไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ จากการสำรวจทัศนคติของประชาชน พบว่า ส่วนใหญ่ประชาชนรับทราบผลงานของโฆษกสตรี จากสื่อทั้ง 3 ชนิดคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และวิทยุโทรทัศน์ โดยการนำเสนอภาพลักษณ์มีลักษณะตรงกับความเป็นจริง การมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของโฆษกหญิงไม่แตกต่างจากโฆษกชาย เพศไม่ได้เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดอาชีพของโฆษก แต่ส่วนสำคัญคือ การมีความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติหน้าที่นี้ได้ คุณสมบัติที่สำคัญในการที่จะให้ได้รับการแต่งตั้ง คือ มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานในหน้าที่ได้เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ มีการศึกษาดี มีผลงานและประสบการณ์ทางด้านประชาสัมพันธ์ และมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า เนื้อหาที่นำเสนอได้แก่ เรื่องการทำงานในหน้าที่ ความรู้ความสามารถในการทำงาน ประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ครอบครัวย การแต่งกาย การศึกษา กิจกรรมในอาชีพ เป็นต้น และการนำเสนอเนื้อหา มีผลทำให้ผู้อ่านเกิดภาพลักษณ์สตรีในทางเป็นกลาง และเป็นบวกหรือลบได้ด้วย

นาทฤดี จุลประยูร (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีไทยในหน้าหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ในช่วงปี 2531-2535” ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาในหนังสือพิมพ์ บทบาทที่แสดงออกต่อเหตุการณ์และประเภทของข่าวของนายกรัฐมนตรีทั้งสาม ที่ถูกนำเสนอมากที่สุด คือ ประเภทของข่าวในเรื่องการเมืองการปกครอง รองลงมาคือประเภทของข่าวในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม ยกเว้นพลเอก สุจินดา คราประยูร ถูกนำเสนอในด้านการทหารมากเป็นลำดับที่สอง

การนำเสนอภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีทั้งสามในหนังสือพิมพ์ที่ปรากฏในลักษณะของบทบาทที่แสดงออกต่อเหตุการณ์และประเภทของข่าว รวมทั้งบุคลิกภาพ ถูกนำเสนอมากที่สุดในการคอลัมน์วิจารณ์/ซุบซิบ รองลงมาแนะนำเสนอในลักษณะของเนื้อหาข่าว แต่ที่พบน้อยที่สุดคือในบทบรรณาธิการ

เมื่อนำภาพลักษณ์ที่ปรากฏในเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ของนายกรัฐมนตรีทั้งสามมาเปรียบเทียบกัน พบว่า ภาพลักษณ์ของพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ มีแนวโน้มไปในทางบวกมากกว่าทางลบ ภาพลักษณ์ของพลเอกสุจินดา คราประยูร มีแนวโน้มไปในทางลบมากกว่าทางบวก ภาพลักษณ์ของนายอานันท์ ปันยารชุน มีแนวโน้มทั้งในทางบวกและทางลบใกล้เคียงกัน

## สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดที่นำมาใช้ในการวิจัยนี้



แนวคิดที่ได้เสนอมาทั้งหมดในบทนี้ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นกรอบความคิดในการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการสร้างภาพลักษณ์พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ในช่วงปี 2523-2539” โดยที่ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ได้ถูกนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงภาระหน้าที่ของสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้หมายถึง ส่วนที่เป็นหัวข้อใหญ่ ข่าว และส่วนที่เป็นความคิดเห็น ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ ส่วนแนวทางในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของพล.ต.จำลอง ศรีเมืองที่ถูกนำเสนอในลักษณะที่เป็นบวก ลบ หรือกลาง ในหนังสือพิมพ์นั้น จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่หนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับนำเสนอในลักษณะที่เป็นหัวข้อใหญ่ ข่าว และส่วนที่เป็นความคิดเห็นในส่วนการวิเคราะห์เนื้อหา หรือที่เรียกว่า “ตัวบท” (text) ของส่วนที่เป็นหัวข้อใหญ่ ข่าว และส่วนที่เป็นความคิดเห็นนั้น จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเนื้อหาทั้งหมด

นอกจากนั้น ยังนำแนวคิดที่น่าสนใจเข้ามาประกอบการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดหลัก ๆ และเพื่อให้เห็นภาพรวมในการนำเสนอภาพลักษณ์ของพล.ต.จำลอง ศรีเมือง ของหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ ยังได้นำแนวคิดการกำหนดหัวข้อเรื่องพิจารณาโดยผู้อ่านและแนวคิดเรื่องนายประตู่ข่าวสารมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาอีกเกณฑ์หนึ่งด้วย

และในภาคผนวก จะเป็นการกล่าวถึงประวัติชีวิตของพล.ต.จำลอง ศรีเมือง เพื่อที่จะให้ได้ทราบถึงความเป็นมาในอดีต และประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อจะช่วยให้เข้าใจถึงการมองประเด็นปัญหา พัฒนาการทางความคิดของเขา และการเข้าสู่การเมือง รวมทั้งยังสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของเขากอีกด้วย