

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาพลักษณ์นักการเมืองหญิงที่สื่อมวลชนสะท้อนออกมานั้น จะทำให้คนในสังคมได้รับทราบถึงแนวคิด และสถานภาพของนักการเมืองหญิงในสายตาของผู้ส่งสารที่ทำหน้าที่อยู่ในกระบวนการสื่อมวลชน เพราะการที่ผู้รับสารจะมีแนวคิด และทัศนคติอย่างไรต่อสถานภาพนักการเมืองหญิงนั้น สื่อมวลชนมีอิทธิพลในฐานะที่เป็นผู้คัดเลือกข่าวสารที่จะสื่อสารออกมา เพราะสื่อมวลชนในปัจจุบันมีบทบาทในการสร้างมติดิสสาธารณะ และสร้างภาพให้เกิดขึ้นในสังคม

การศึกษาถึงภาพลักษณ์นักการเมืองผู้หญิงในสายตาสื่อมวลชนนั้นจะสามารถสะท้อนได้ถึงสถานภาพของผู้หญิงโดยรวม เพราะเป็นการแสดงถึงค่านิยม ทัศนคติและความเชื่อในสถานภาพของผู้หญิงโดยรวม และจะทำให้เราทราบได้ถึงความเป็นจริงในสังคมได้ในระดับหนึ่งว่า ในปัจจุบันที่โอกาสทางสังคมเริ่มเปิดกว้างให้ผู้หญิงเข้ามามีบทบาททั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมนั้น สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ในการเสนอข่าวอย่างไร เพราะมีทฤษฎีมากมายที่อธิบายเรื่องผลกระทบนาเชเร็ด เช่นผลกระทบระยะสั้น/ยาว ผลกระทบแบบตั้งใจ/ไม่ตั้งใจ การสร้างภาพลักษณ์ขึ้นมาโดยไม่ตั้งใจ เพราะทฤษฎีการครอบงำทางอุดมการณ์ (Ideological Hegemony Theory) ได้มีคำถามว่า การกระทำของสื่อไม่ว่าจะเป็นสัญลักษณ์ใด ๆ ได้ก่อให้เกิดผลอย่างไรต่อภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสายตาของสังคม

การวิจัยในเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาลักษณะของนักการเมืองผู้หญิงในสื่อสิ่งพิมพ์ 2 ชนิดคือ สื่อหนังสือพิมพ์รายวันและสื่อหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ในช่วงปี 2541 ซึ่งมีแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยผู้หญิงศึกษา

ตั้งที่ ซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) กล่าวไว้ว่า "คนเรานั้นไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิงหรอก หากแต่ได้กลายมาเป็นในภายหลัง" ในหนังสือเรื่อง "เพศที่สอง"(The second Sex) ซึ่งประโยคนี้มีความหมายว่า "การเป็นผู้หญิง" นั้น เป็นสิ่งที่ไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด หากแต่ได้ "ถูกทำให้เป็นไป" จากสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2535 : 61) โดยมีสถาบันต่าง ๆ ช่วยกันปรุงแต่งให้มีความเป็นผู้หญิงดังที่เห็นและเป็นอยู่

และได้ให้คำนิยาม Feminist หมายถึง ผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ที่ต่อสู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงสถานภาพของผู้หญิง

Feminist ให้ความหมายโดย กาญจนา แก้วเทพ "คือขบวนการต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมในแง่ของสถานภาพผู้หญิงที่มักไม่ได้รับการต้อนรับ ไม่ได้รับการยอมรับ และมักจะถูกกล่าวหาต่าง ๆ นานา จากผู้ที่เสียประโยชน์และไม่เข้าใจ โดยเฉพาะประเด็นที่ขบวนการหยิบยกเป็นหัวใจของการต่อสู้คือ เรื่อง "เพศ" ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดมากที่สุด และสงครามทางเพศ ซึ่งอาจเป็นการต่อสู้ในรูปแบบที่มีอยู่ทุกระดับปริมณฑลของสังคม"

ส่วน โศภิต อารียา (2526 : 27) กล่าวถึง Feminist ว่า

"หมายถึง การให้โอกาสผู้หญิงมีความเสมอภาค มีเสรีภาพมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีแก่ผู้หญิงและสังคมโดยรวมด้วย สภาพการวิวัฒนาการทางสังคมที่เรามีได้เอาแรงกายเข้าตัดสิน"

ส่วน ส.เสถบุตร กล่าวไว้ถึง ความหมายของ Feminist คือ ลัทธิความเชื่อในเรื่องการให้ความเสมอภาคแก่ผู้หญิงให้เท่าเทียมกับบุรุษ

กลุ่ม Feminist Approach นั้น สามารถแบ่งย่อยได้หลายกลุ่ม แต่ไม่ว่าจะแตกแยกออกไปอย่างไรก็ตาม จุดรวมหลักของแนวทฤษฎีนี้ก็คือ

1. ความไม่เท่าเทียมของความสัมพันธ์ชายและหญิงมีมาจากอดีตจนในปัจจุบันก็ยังคงมีอยู่ แม้จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป แต่เนื้อหาของความไม่เท่าเทียมกันยังคงมีอยู่
2. นักทฤษฎีกลุ่มนี้มีความเชื่อมั่นถึงความสัมพันธ์ที่เสมอภาคของชายและหญิงนั้นเป็นสิ่งที่สามารถเกิดได้จริง และต้องพยายามดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้บรรลุซึ่งความเชื่อแม้ว่าจะถูกต่อต้านก็ตาม

### แนวคิดของทฤษฎี System Approach

แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้จะมองดูผู้หญิงในฐานะระบบย่อยอันหนึ่งของระบบใหญ่ ซึ่งต้องมีหน้าที่ที่ถูกต้องตามให้เหมาะสมกับเพศ ในระบบนี้จะกำหนดการแบ่งงานกันทำ และแบ่งความรับผิดชอบตามลักษณะเพศทางชีววิทยา (Sexual Division of Labour) ดังนั้น ทฤษฎีนี้เชื่อว่า หากคนทุกเพศทำหน้าที่ตามเพศของตนเองแล้ว สังคมจะเกิดความมั่นคง และมีเสถียร

ภาพ ซึ่งเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป ระบบย่อมมีการปรับตัว เพื่อให้สอดคล้องกับบทบาทที่ต้องเปลี่ยนไป

ดังนั้น ฝ่ายที่ต้องปรับตัวจึงควรจะเป็นผู้หญิงมิใช่สังคม เมื่อระบบสังคมสมัยใหม่ต้องการให้ผู้หญิงออกมามีบทบาทนอกบ้าน ผู้หญิงก็จำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงในด้านต่าง ๆ เช่น พัฒนาระดับการศึกษาพัฒนาความสามารถให้เหมาะสมกับระบบใหม่คือทำงานนอกบ้านไปด้วยพร้อมกับเป็นคุณแม่บ้านที่ทันสมัย

นักทฤษฎีในแนวคิดนี้จึงวิเคราะห์ถึงความยากลำบากของผู้หญิงในการปรับตัวให้เข้าถึงสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจิตสำนึกด้านเพศ

(Gender Consciousness)

สังคมไทยทั่วไปมักจะมีอคติหวัดและแนวทางความคิดที่เป็นรูปแบบเดียวกับบทบาทของผู้หญิงอยู่แล้ว ทำให้เกิดปัญหาด้านการแบ่งแยกหลาย ๆ อย่าง เช่น บทบาทขอบเขต และปริมาณของของผู้หญิง ทั้งโดยส่วนตัว และโดยส่วนรวม เพราะการแบ่งแยกนี้เปรียบเสมือนกลไกทางจิตที่คอยจู่จ้องผู้หญิงเอาไว้และในผู้ชายก็จะทำให้มีเอนเอียงหรืออคติต่อผู้หญิง ทำให้มีการเลือกปฏิบัติระหว่างเพศเกิดขึ้น โดยเฉพาะในบางสังคม เช่น สังคมไทยที่เน้นบทบาทของชายสำคัญกว่าหญิงมาตั้งแต่อดีต

จากสาเหตุนี้ทำให้ผู้หญิงขาดโอกาสที่จะหาความก้าวหน้าในการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะบทบาททางการเมืองหรือการเป็นผู้นำ เพราะบทบาทของผู้หญิงจะถูกกำหนดในแง่ของการเป็นผู้ผลิตลูกหลาน (Reproduction) และผู้ที่มีส่วนร่วมในการผลิตในกิจกรรมด้าน ต่าง ๆ (Productive activities) ในระบบเศรษฐกิจจะเห็นได้ว่าผู้หญิงอยู่ในระบบเศรษฐกิจมากกว่าร้อยละ 62 (สุธีรา ทอมสัน : 2521) ในขณะที่ความก้าวหน้าของผู้หญิงกลับมีจำนวนผู้บริหารน้อยมาก และในวงการเมืองนั้นถึงแม้ผู้หญิงจะมีส่วนร่วมมาเป็นระยะเวลาช้านาน แต่บทบาทและภาพลักษณ์ของนักการเมืองหญิง ก็ยังคงมีลักษณะเป็นไปตามบทบาทของผู้หญิงโดยทั่วไปคือบทบาทของความเป็นผู้ดูแล ผู้ให้ความช่วยเหลือ บทบาทของความเป็นแม่ และบทบาททางด้านสังคมสงเคราะห์เป็นส่วนใหญ่

เพราะภาพของความเป็นลัทธิเพศนิยม (Sexism) นั้น จะเน้นคุณค่าเพียงครึ่งหนึ่งเท่านั้นของมนุษยชาติ โดยละเอียดอีกครั้งหนึ่งคือผู้หญิง (ฉลาดชาย สมิตานนท์ 2533 : 25)

ดังนั้น ภาพรวมของอคติและความเสมอภาคทางเพศจะมีปรากฏใน 4 ลักษณะ ดังนี้ (อ้างถึงใน ชัญญี กาญจนอุไรโรจน์ : 25)

1. การรวมศูนย์อยู่ที่ผู้ชาย (Androcentricity) คือเป็นการสร้างความคิด อยู่รอบ ๆ ผู้ชายมากกว่าผู้หญิง เช่น ผู้ชายเป็นช่างเท้าหน้า คือเป็นผู้นำครอบครัว
2. การใช้เพศเป็นเกณฑ์โดยทั่วไป (Quergenraligation)
3. การไม่รู้สึกรู้ว่าเพศเป็นเรื่องสำคัญ (Gender Insensitivity) ซึ่งก็คือ เพศเป็นตัวแบ่งที่สำคัญ เช่น การจำกัดโอกาสผู้หญิงในการทำงานหรือการคาดหวังนักการเมืองหญิงที่จะต้องทำกิจกรรมเรื่องเด็ก และผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่
4. การใช้มาตรฐานที่แตกต่างกัน (Double Standard) คือการให้สิทธิพิเศษ แก่เพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะ

กล่าวโดยสรุปคือ ในประวัติศาสตร์ของการสื่อมวลชน จะพบว่าปริมาณของ สื่อมวลชนจะเป็นของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้ ภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันก็ยังคงมีลักษณะของความเป็นผู้ชายอยู่ เมื่อเราใช้เกณฑ์การสำรวจทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ จะพบว่า ยังคงมีลักษณะของการจำแนกหัวใจ คือถ้าเป็นข่าวการเมืองและเศรษฐกิจจะเป็นเรื่องของผู้ชาย แต่ถ้าเป็นข่าวสังคมเบา ๆ จะเป็นเรื่องของผู้หญิง ซึ่งนำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกันทางเพศได้

#### แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ในแต่ละประเทศ จะเป็นสิ่งสะท้อนถึงสภาพสังคมและการเมืองการปกครองของประเทศนั้นๆ โดยทำหน้าที่เป็นกระจกเงาสะท้อนภาพสังคมที่ดี ช่วยให้ประชาชนได้รับความรู้ ข่าวสาร และช่วยบันทึกความเป็นไปในสังคม ค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต นอกจากนี้แล้วยังทำหน้าที่กระตุ้นความสนใจของประชาชน ในด้าน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในด้านการเมืองนั้นหนังสือพิมพ์ จะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล คอยตรวจตราการทำงานของรัฐบาล และเผยแพร่ความรู้ ทางการเมืองแก่ประชาชนโดยที่ Charles R.Wright, 1979 (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531 : 16) กล่าวถึงหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (to Inform) อันเป็นหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์และต้องเป็นการแจ้งข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง (Facts) มีความชัดเจนเพื่อให้ผู้อ่านได้สามารถนำข่าวสารไปใช้เพื่อการวิเคราะห์เหตุการณ์ต่อไปได้
2. หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ (to give opinion) โดยจะทำหน้าที่นำข้อเสนอแนะออกมาในรูปของบทความ บทวิจารณ์ และบทบรรณาธิการ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องเหมาะสมปราศจากการลำเอียง
3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (to entertain) เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย
4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (to advertise) ในการโฆษณายาขายสินค้า และให้ข่าวสารเพื่อช่วยให้ข่าวสารข้อมูลเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้ซื้อ ทำให้เกิดการแข่งขันกันทางธุรกิจและทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านธุรกิจ

นอกจากนี้แล้ว บทบาทของหนังสือพิมพ์ยังมีในฐานะที่เป็นสถาบันสาธารณะ (Quasi Public Institution) ซึ่งควรจะต้องทำหน้าที่ในการรับใช้สังคมและสาธารณชนต่าง ๆ ดังนี้ (Duane Pradley, 1979 : 18-25 อ้างใน กิตติวรรณ ผุงบางกระตี, 2540 : 22)

1. ภาระหน้าที่ในการเสนอข่าวสาร (to provide information) ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ นั่นคือ การแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมารายงานให้ประชาชนได้รับทราบ ซึ่งเสนอออกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข่าว บทความ สารคดี ฯลฯ แต่ทั้งนี้จะต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริงให้มากและสมบูรณ์ที่สุด เพื่อให้ผู้อ่านสามารถวินิจฉัยเหตุการณ์ได้ด้วยตนเอง
2. ภาระหน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น หรืออธิบายความหมายต่าง ๆ (to offer guidance to explain the meaning of the news) คือ เป็นการชี้แนะแนวทางหรืออธิบายความหมายของข่าว หรือจับประเด็นข่าวที่สำคัญมาวิเคราะห์วิจารณ์ โดยอธิบายทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของข่าวนั้น ๆ พร้อมทั้งชี้แนะให้เห็นถึงผลกระทบอันจะเกิดจากปัญหาที่เป็นข่าว โดยจะแสดงความคิดเห็นผ่านมาทางบทความต่าง ๆ เช่น บทบรรณาธิการ บทความ
3. ภาระหน้าที่ในการให้ความบันเทิง (to provide entertainment) คือ การผ่อนคลายที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่าน หนังสือพิมพ์
4. ภาระหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะ (to serve the public) หนังสือพิมพ์จะต้องมีหน้าที่ในการยกระดับความเป็นอยู่ การกินดี อยู่ดีของประชาชน เพื่อให้ประชาชนรับรู้สถานการณ์ และคอยสอดส่องการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อยังประโยชน์แก่ประชาชนอย่างแท้จริง

5. ภาระหน้าที่ในการเป็นองค์กรธุรกิจ (to stay in business) เพื่อให้หนังสือพิมพ์อยู่ได้ในธุรกิจ โดยต้องมีโฆษณามากพอที่จะได้เงินมาเป็นค่าใช้จ่ายและเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่อไปด้วย เพราะเงินรายได้สองในสามได้มาจากการขายโฆษณา

นอกจากนี้แล้ว แฟรงค์ ดับบลิว รูเชอร์ (Frank W. Rucher, 1968 อ้างใน กิตติวรรณ ปุ๋นบางกระตี:23) ยังกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อสังคมดังนี้

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์ โดยเสนอข้อเท็จจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน
2. ให้สาระสำคัญของข่าวสาร โดยอาจมีภาพประกอบความเข้าใจได้
3. สร้างประสามติโดยการกระตุ้นให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นลงในหนังสือพิมพ์
4. เผยแพร่ชุมชนของตนต่อโลกภายนอก ซึ่งให้เห็นถึงข้อบกพร่อง ข้อควรแก้ไขของชุมชน
5. ป้องกัน และเหนี่ยวรั้ง การกระทำที่ผิดจากวิถีทางประชาธิปไตย
6. ให้การศึกษาแก่ผู้อ่านในด้านต่าง ๆ ด้วยการให้ความรู้

#### หนังสือพิมพ์กับการเมือง

เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชน ที่สามารถให้ทั้งความรู้และความบันเทิงประเภทหนึ่ง ในแง่ของการเมืองนั้น หนังสือพิมพ์สามารถให้ทั้งข่าวสารทางการเมือง ความเคลื่อนไหว ต่าง ๆ ตามระบอบประชาธิปไตย อีกทั้งยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสนใจทางการเมืองแก่ประชาชนได้ดีอีกด้วย ตลอดจนการเสริมสร้างทัศนคติ ค่านิยม และการส่งเสริมให้มีส่วนร่วมทางการเมือง ให้เกิดในหมู่ประชาชน

บทบาทหนึ่งที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ในทางการเมืองคือ การให้การเรียนรู้ทางการเมือง โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ และความรู้เรื่องการเมืองการปกครองในระดับต่ำ ดังนั้นหนังสือพิมพ์จะช่วยในการเชื่อมโยงประชาชนเข้ากับระบบการเมืองการปกครองของประเทศ ประหนึ่งว่าหนังสือพิมพ์ได้ทำหน้าที่เชื่อมโยงโลกของประชาชนเข้าด้วยกัน โดยการเสนอความเคลื่อนไหวของสังคมในส่วนต่าง ๆ ในรูปแบบของข่าว บทความ บทวิจารณ์ เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักรู้และเข้าใจวิถีทางตามประชาธิปไตย และเนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถอยู่ได้นานทำให้เป็นแหล่งความรู้อ้างอิงที่สำคัญประการหนึ่ง โดยบทบาททางการเมืองของหนังสือพิมพ์ มีดังนี้

1. การลงข่าวทางการเมือง
2. การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งเน้นการให้ความรู้
3. การเสนอบทความและสารคดีทางการเมือง ซึ่งเน้นการให้แสดงความความคิดเห็น

เสรี วงษ์มณฑา (2531 : 721-727) ได้กล่าวไว้ว่าการนำเอาการสื่อสารมาใช้ในกระบวนการทางการเมืองนั้น จะมีประสิทธิผลหลายประการ ดังนี้

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมืองให้เกิดแก่ประชาชน
2. สร้างความสนใจในการเมือง
3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับนักการเมือง
4. สร้างบทบาททางการเมือง
5. เป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน
6. การสื่อสารทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะเป็นนานาชาติ

(Cosmopolitan- Oriented) และประการสุดท้ายคือ

7. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพของนักการเมือง โดยพรรคการเมือง และตัวนักการเมืองจะสร้างการยอมรับ โดยการสร้างข่าวให้กับบุคคลดังกล่าวเพื่อให้มีโอกาสถูกกล่าวถึงในสื่อมวลชน ไม่ว่าในเรื่องคุณสมบัติ ผลงาน หรือในแง่อื่น ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับแก่นักการเมืองผู้นั้น

ในแง่นี้ ลิขิต ธีระเวคิน ได้กล่าวไว้ "การพัฒนาการเมืองไทย" ว่าหนังสือพิมพ์มีบทบาทในการโน้มน้าว ความคิดทางการเมืองของผู้อ่านมาก เพราะหนังสือพิมพ์จะชักนำ ชี้นำผู้อ่านให้เห็นว่าสิ่งที่หนังสือพิมพ์นำเสนอเป็นสิ่งสำคัญและในบางครั้งผู้อ่านจะเชื่อหรือเห็นคล้อยตามไปกับข่าว บทบรรณาธิการ บทความ แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์จะเป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนมีความตื่นตัวทางปัญญาในขณะเดียวกันด้วย ถ้าหนังสือพิมพ์เป็นผู้นำเสนอปัญหาประเด็นทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

นอกจากนี้แล้ว Paul F. Lazarofeld and Robert K Merton, 1979

ยังกล่าวไว้ว่า สื่อนั้นนอกจากมีบทบาททางการเมืองอย่างกว้างขวาง แล้วสื่อยังสามารถให้ "สถานภาพแก่บุคคล" ด้วยการยกย่องบุคคลนั้น เพราะการเสนอข่าวเกี่ยวกับบุคคลใดก็เท่ากับสื่อได้สร้างสถานภาพบุคคลนั้นแล้ว ซึ่งจะเป็นในแง่ใดนั้นต้องติดตามประเมินผลที่ตามมา และประเมินจากภาพลักษณ์ของบุคคลนั้นที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ในแง่ต่าง ๆ

## ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน

โรเบิร์ต โลว์, 1973 (อ้างถึงใน ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528 : 764) มี 2 แบบ คือ

1. แบบความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน (Adversary Model) โดยมองว่า นักการเมืองและสื่อมวลชนต่างก็ทำงานในลักษณะที่ต่างกันคนละขั้ว กล่าวคือ นักการเมืองพยายามจะเข้าไปดำรงตำแหน่งทางการบริหารในขณะที่สื่อมวลชนจะต้องคอยสอดส่องดูแลไม่ให้นักการเมืองฉวยโอกาสทำประโยชน์แก่ตนและพวก

2. แบบความสัมพันธ์ แบบแลกเปลี่ยน (Exchange Model) มองในลักษณะของการที่ทั้ง 2 ฝ่ายแลกเปลี่ยนกันและมีการส่งเสริมซึ่งกันและกันเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

## แนวคิดเรื่องภารกิจหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ

กล่าวคือ เป็นการเชื่อมโยงคำว่า "ภารกิจหน้าที่" ของสื่อมวลชนในความหมายที่สร้างสรรค์ก่อให้เกิดการพัฒนาในทางการเมือง จากรายงานของยูเนสโกในคณะกรรมการนานาชาติ เพื่อศึกษาปัญหาการสื่อสาร (McBride และคณะ, 1980) กล่าวว่า การแยกตัวของทฤษฎีเพื่อการพัฒนาของสื่อมวลชนนั้นจะต้องมีการให้ความสำคัญในสิ่งที่ชาติกำลังพัฒนาอยู่ก็คือ โครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสาร ทักษะทางด้านอาชีพการสื่อสาร แหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรม และการผลิตงานด้านสื่อมวลชน ดังนั้น ภารกิจสำคัญของสื่อมวลชนในประเทศเหล่านี้คือต้องตระหนักในหน้าที่ของสื่อมวลชนในการสร้างสรรค์บรรยากาศในการพัฒนา และเป็นกลไกกระตุ้นความก้าวหน้าในสังคม จากงานของนักวิชาการ เช่น Weber Knies Bucher (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ ; 100) กล่าวว่า ภารกิจของหนังสือพิมพ์ ก็คือ การประสานสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ช่วยสร้างภาพลักษณ์เป็นบริการสาธารณะ และเป็นเครื่องมือในการสะท้อนสภาพความเป็นจริงในสังคม "จิตสำนึกของสังคม" และ "สถานภาพของคนในสังคม"

## แนวคิดเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องโดยสื่อมวลชน

### (The agenda setting function of mass media)

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ที่มีบทบาทเป็นอันมากต่อการประสานสังคมส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ดังนั้นหนังสือพิมพ์จะเป็นเสมือนสถาบันกึ่งสาธารณะที่มีหน้าที่บริการต่อสังคม โดยที่สังคมเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องติดต่อสัมพันธ์กัน เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม หนังสือพิมพ์จึงมีอิทธิพลในเรื่องการเสริมสร้างทัศน



นคติของบุคคลในสังคม ซึ่งสามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคม ในขณะที่เดียวกัน กระแสสังคมก็มีอิทธิพลต่อการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์เช่นกัน

ดังนั้นแนวคิดเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องโดยสื่อมวลชน จึงเป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายถึง อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม โดยที่การเสนอหรือไม่เสนอข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งของสื่อ มวลชน มีผลต่อ ชารณชนในแง่ของ การให้ความสำคัญแก่ประเด็นหรือหัวข้อนั้น เช่น การที่สื่อ มวลชนให้ความสำคัญในเรื่องบทบาทของนักการเมืองในแง่การแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ก็มีผลทำให้ ประชาชนรับรู้บทบาทของนักการเมืองผู้นั้นในแง่ดังกล่าว

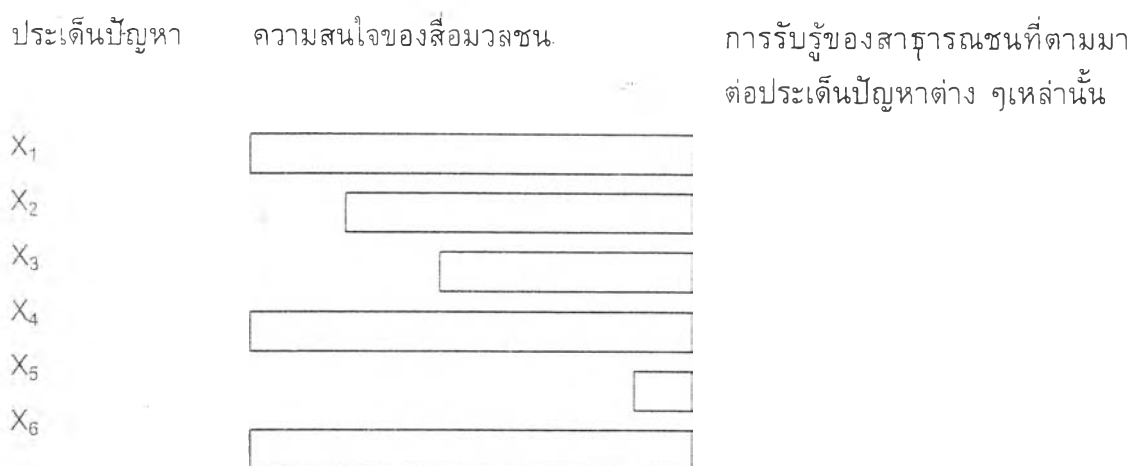
McCombs and Shaw, 1972 (อ้างถึงใน วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา, 2534) ได้กล่าวว่า หน้าที่ในการจัดวารสารของหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ นั้น มาจากแนวคิดที่ว่า การที่สื่อ มวลชนให้ความสนใจต่อประเด็นหรือหัวข้อที่เกี่ยวกับปัญหาในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ประชาชนได้รับ ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาหรือบทบาท หรือประเด็นนั้น ๆ ตามที่สื่อมวลชน ได้กำหนดไว้กล่าวคือ สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่จะรับรู้ถึง ความสำคัญในเรื่อง/หัวข้อ/ประเด็นที่สื่อมวลชนเสนอ

ซึ่งแนวคิดในการกำหนดหัวข้อเรื่องโดยสื่อมวลชน ได้มีจุดกำเนิดโดยนักวิเคราะห์ ทางการเมือง ชื่อ Cippman and Park เมื่อ ค.ศ.1922 (กิตติวรรณ ปุ๋นบางกระดี : อ้างแล้ว) และ มีการพัฒนาแนวคิดของสองคนในงานวิจัยต่าง ๆ มาทางด้านการศึกษาสื่อสารทางการเมือง ซึ่งผล งานวิจัยของ Maxwell E.McCombs & Donald L.Shaw เรื่อง The Agenda Setting Function of Mass Media (1972) สามารถสรุปได้ว่า ในการคัดเลือกหรือเสนอข่าวสารนั้น บรรณาธิการ เจ้าหน้าที่ห้องข่าว และผู้ประกาศข่าว มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความเป็นจริงทางการเมือง เพราะผู้อ่านไม่เพียงแต่จะเรียนรู้จากประเด็นข่าวที่เลือกสรร ยังได้รับรู้ถึงความสำคัญของ ประเด็นข่าวจากความถี่ และการวางตำแหน่งในการนำเสนออีกด้วย

การจะทำให้ข่าวใดมีอายุการนำเสนอได้นานแค่ไหนนั้น จะขึ้นอยู่กับความให้ความสำคัญกับข่าวนั้น ๆ ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้บรรณาธิการจะเป็นผู้กำหนดว่าต้องการ ให้ประชาชนได้รับทราบข่าวใด ขนาดไหน (Cippman W.1992) (อ้างถึงใน กิตติวรรณ ปุ๋นบาง กระดี, 2540 : 40) กล่าวว่า "ถ้าเรื่องใดที่สื่อมวลชนให้ความสนใจมากที่สุด เรื่องนั้นก็ได้รับการรับรู้ว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด"

เช่น ถ้าสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับข่าวชาวบ้านหรือข่าวค่ามากกว่าการประชุม คณะรัฐมนตรีหรือการพิจารณาร่างกฎหมาย ผู้รับสารก็จะรับรู้และให้ความสนใจกับข่าวดังกล่าว มากกว่าข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี หรือการพิจารณาร่างกฎหมาย

## แบบจำลองการกำหนดหัวข้อเรื่อง



อธิบายภาพได้ว่า ประเด็นปัญหาหรือหัวข้อที่เกิดขึ้นในสังคม สื่อมวลชนจะหยิบยกมาโดยพิจารณาให้ลำดับความสำคัญของหัวข้อเหล่านั้น โดยการเน้นความสำคัญที่แตกต่างกัน ผลก็คือ ผู้รับสารก็จะให้ความสำคัญ และรับรู้ประเด็นหรือหัวข้อเหล่านั้นแตกต่างกันไปโดยที่หัวข้อหรือประเด็นที่สื่อมวลชนนำมาเสนอมาก และเป็นข่าวนำก็จะได้รับความสนใจมากเช่นกัน โดยที่มีข้อสมมุติฐานทางทฤษฎีการกำหนดหัวข้อ เรื่องพิจารณาโดยสื่อมวลชนดังนี้ (Lee B. Beeker, 1982 อ้างถึงใน พัทธี เขยจรรยา และคณะ, 2533.)

1. บุคคลมีความปรารถนาที่จะให้ตนเองได้รับการบอกกล่าวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
2. สื่อมวลชนเปิดโอกาสในฐานะเป็นหนทางหรือวิธีการที่ทำให้บุคคลได้รับการบอกกล่าวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
3. เนื่องจากแหล่งข่าวมีจำกัด ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับสมาชิกผู้รับสารในอันที่จะทำให้ตนเองได้รับการบอกกล่าวอยู่เสมอ
4. ข่าวสารจากสื่อมวลชนถ่ายทอดไปสู่ผู้รับสารนั้น ผู้รับสารสามารถพิสูจน์ได้จากการที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหานั้น ๆ
5. สื่อมวลชนจะก่อให้เกิดความรู้สึกว่าประเด็นหรือเรื่องราวใดที่สำคัญมากกว่าอันเป็นผลเนื่องมาจากเทคนิคของการคัดเลือกข่าวสาร
6. สมาชิกผู้รับสารจะเกิดการยอมรับการเน้นความสำคัญของข่าวสารหรือประเด็นเนื้อหาของสื่อมวลชน จนกลายเป็นความคิดเห็นของตนเอง

แนวความคิดในเรื่องการกำหนดหัวข้อเรื่องโดยสื่อมวลชนนั้น มิได้หมายความว่าสื่อมวลชนมีจุดมุ่งหมายที่จะมีบทบาทในประเด็นใดโดยเฉพาะ หากแต่เป็นการทำหน้าที่ผู้เลือกสรรและกลั่นกรองตามที่ Westley และ MacLean กล่าวไว้ในแนวคิด "ผู้เฝ้าประตู" ( Gate keeper ) หรือ (Channel Role) เนื่องมาจากข้อจำกัดของพื้นที่ในการเสนอข่าว ทำให้ประเด็นข่าวที่ถูก

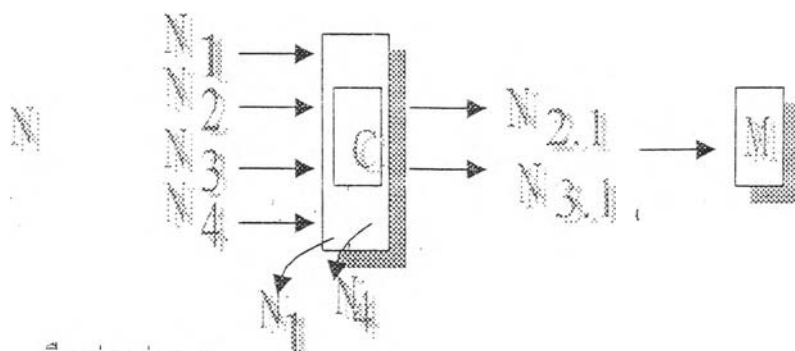
เสนอออกมาเสมือนหนึ่งเป็นการกำหนดความสำคัญในข่าวแล้วขั้นหนึ่ง และประชาชนจะเป็นผู้พิจารณาว่าอะไรจะเป็นประเด็นที่นำมาวิจารณ์หรือถกเถียงต่อไป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลในระยะยาวของสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นการไหลเวียนของข่าวสารในลักษณะ 2 ทาง คือ มีใช้ขึ้นกับประเด็นการนำเสนอของสื่อมวลชนแต่ฝ่ายเดียว เพราะสื่อมวลชนก็ต้องดูผลสะท้อนกลับ และเรื่องที่อยู่ในความสนใจของ ผู้รับข่าวสารด้วย และการเสนอข่าวผ่านสื่อมวลชนหนังสือพิมพ์นั้น ข่าวจะอยู่ในสังคมได้นานกว่า ข่าวที่ถูกเสนอผ่านทางโทรทัศน์เพราะการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์จะมีความฉับไวน้อยกว่า

### แนวคิดเรื่องนายประตูข่าวสาร (Gate Keeper)

#### แนวคิดของ Kurt Lewin, 1947

จะมองกระบวนการของสื่อมวลชนคือ การกระทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (gate Keeper) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่กั้นกรอง เลือกสรรข่าวสารเพื่อนำเสนอต่อไปยังสาธารณชน ดังนั้นผู้เฝ้าประตูจึงอยู่ในฐานะที่จะตัดสินใจคัดเลือกข่าวสารว่าอะไรควรส่งต่อไปยังประชาชนทั่วไป และข่าวใดจะส่งก่อน-หลัง โดยการอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าวสาร ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารนั้น ๆ โดยยืนอยู่ตรงช่องทางระหว่างข่าวสารและผู้รับสาร

แนวความคิดเกี่ยวกับ "นายประตูข่าวสาร" นี้มาจากข้อเขียนของ Lewin, K (1947) และมาถูกประยุกต์ใช้โดย David Manning White ในปี ค.ศ.1950 และแบบจำลองของเขาสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารของผู้มีหน้าที่เป็นผู้กั้นกรองข่าวสารสู่ประชาชนได้ดังนี้



อธิบาย	$N_{1, 2, 3, 4}$	คือ ข่าวต่าง ๆ
	$N_{2.1, 3.1}$	คือ ข่าวต่าง ๆ ที่ผ่านการคัดเลือก
	M	คือ ผู้รับสาร
	$N_{1, 4}$	คือ เรื่องและข่าวต่าง ๆ ที่ถูกตัดทิ้งไป

จากแบบจำลองจะเห็นได้ว่า ในวันหนึ่ง ๆ จะมีข่าวมากมาย ในขณะที่เวลาและพื้นที่ของการนำเสนอข่าวมีจำกัด ดังนั้น เป็นภารกิจของผู้เฝ้าประตู และผู้รับผิดชอบอื่น ๆ ที่จะต้องทำการคัดเลือก/คัดสรรข่าวสาร ซึ่งในวงการวิชาชีพหนังสือพิมพ์ในเมืองไทยผู้ทำหน้าที่ปิดเปิดประตูข่าวสาร ได้แก่ นักข่าว นักเขียนคอลัมน์ ตลอดจนตรวจสอบข่าว ก่อนจะนำเสนอต่อสาธารณชน ซึ่งในการศึกษาของ White มีจุดอ่อนอยู่ที่เขามองข้ามปัจจัยโดยรอบในองค์กร เช่น นโยบายซึ่งสามารถควบคุมและกำหนดทิศทางของการนำเสนอข่าว

### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการสื่อสารประเภทหนึ่ง มีลักษณะผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

โดยที่การวิเคราะห์เนื้อหานั้นเป็นการเก็บหลักฐานข้อมูลโดยอาศัยเกณฑ์ที่คิดเอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้ว ซึ่งวิธีนี้จะใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่มีความถูกต้องแม่นยำ และมีระบบระเบียบ (objective) โดยเกณฑ์ที่เราตั้งขึ้นมานั้นต้องอาศัยสมมติฐานบางอย่างเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้ได้มาซึ่งผลในเชิงปริมาณ แต่ในบางครั้งการวิเคราะห์เนื้อหาต้องมีการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพไปด้วยพร้อม ๆ กัน เพราะความแตกต่างของตัวเลขไม่สามารถบอกอะไรได้หมด เพราะสิ่งที่มีความหมายอย่างแท้จริงไม่จำเป็นต้องได้รับการนำเสนออย่างมากรั้ง และบ่อยครั้ง ประการที่สองคือ เราต้องดูคุณภาพของการนำเสนอด้วยควบคู่กันไป ซึ่งการวิเคราะห์แบบคุณภาพจะช่วยตอบคำถามว่า สื่อมวลชนได้นำเสนออย่างไร

วิธีการทั้ง 2 ประการจะมีข้อแตกต่างกัน ซึ่งจะส่งเสริมซึ่งกันและกันคือ วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณนั้นได้แนวคิดมาจากทฤษฎีสังคมวิทยาเชิงวิจัย (Empirical Sociology) ผสมกับวิชาคณิตศาสตร์และสถิติศาสตร์ คำถามหลักที่การวิเคราะห์นี้จะตอบให้ได้คือ "อะไร" และ "เท่าไร" (What & How Much) ส่วนทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้แก่ ทฤษฎี Structuralism Semiology ทฤษฎีนี้จะถือว่าผลงานของสื่อมวลชนแต่ละชิ้น เป็น "ตัวบท" หรือ "Text" อันหนึ่ง และสิ่งที่ต้องค้นหาคือความหมายทั้งในแง่ Denotative และ Connotative ซึ่งปรากฏอยู่ในสัญลักษณ์ต่าง ๆ ภายใต้โครงสร้างหนึ่ง ๆ ซึ่งจุดมุ่งหมายก็คือ การแสวงหาความสัมพันธ์ที่อยู่ระหว่างสัญลักษณ์มากกว่าความหมายในสัญลักษณ์แต่ละตัว

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ท้ายคือ ผลที่ได้ต้องสามารถอธิบายความหมายของเนื้อหาได้ในปริมาณและคุณภาพตรงตามความเป็นจริงของสาร

ในส่วนของนักวิชาการต่างประเทศ มีผู้ที่ให้คำจำกัดความไว้ ดังนี้

**Bernard Berelson (1952)** กล่าวว่า เป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อทำการพรรณานเนื้อหาที่แสดงออกมาของการสื่อสารที่ประจักษ์แล้ว (Manifest Content) ตามวัตถุดิบเป็นระบบและเชิงปริมาณ ต่อมาในปี 1971 (อ้างถึงในได้ขยายความหมายเพิ่มเติมว่า สิ่งหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารคือ เนื้อหาของสารโดยทั่วไปแล้ว หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะเสนอเรื่องราวต่าง ๆ หลายเรื่องให้กับผู้อ่าน การที่ผู้วิจัยต้องการทราบว่า หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับบอกอะไร เรื่องเสนออะไร จะต้องทำการศึกษาเนื้อหาหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ การศึกษาเนื้อหาจะทำได้โดยวิเคราะห์เนื้อหาอันเป็นเทคนิคการวิจัยสำหรับพรรณานเนื้อหาการสื่อสารที่ปรากฏอย่างเป็นวัตถุดิบ เป็นระบบและเป็นปริมาณ

**Kerlinger (1973)** กล่าวว่า เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา และเป็นวิธีการศึกษา และวิเคราะห์การสื่อสารที่เป็นลักษณะ 2 ประการคือ เป็นระบบ (systematic) เป็นวัตถุนิยม (objective) และมุ่งเน้นเชิงปริมาณ (quantitative) เพื่อจุดประสงค์ในการวัดตัวแปร

**Glasgow Media Group (1977, 1980)** กล่าวว่า เป็นการรวบรวมและประสมประสานทั้งการวิเคราะห์รายละเอียดด้านปริมาณข่าวกับสภาพความเป็นจริงในสังคมภายใต้วัฒนธรรมของชาวนั้นๆ รวมถึงการอธิบายวิธีการสร้างความหมายหลาย ๆ ประการจากการวิเคราะห์เจาะลึกอย่างเป็นระบบในเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ภาพแสดงตัวแทนความคิด (Representation) ของข่าว

**Walizer and Wienir (1978)** กล่าวว่า เป็นกระบวนการวิธีใด ๆ ที่เป็นระบบระเบียบ ซึ่งสามารถให้รายละเอียด และสามารถตรวจสอบเนื้อหาของสารที่ได้ถูกบันทึกไว้

**Krippendorf (1980)** กล่าวว่า เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างเป็นระบบ และเครื่องมือที่มีความเชื่อถือได้ เพื่อให้สามารถอ้างอิงและสรุปผลที่ถูกต้องได้จากข้อความ และสภาวะแวดล้อมของข้อความ (สาร) ที่ศึกษา

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์เนื้อหาจะมีลักษณะที่เด่นชัดอยู่ 3 ประการ คือ เป็นการวิเคราะห์ที่มีแบบแผน มีระบบ ที่แน่นอน การวิเคราะห์ข้อมูลจะมีลักษณะเชิงวัตถุวิสัย คือต้องทำการวิเคราะห์โดยปราศจากอคติ ประการสุดท้ายคือเป็นการวิเคราะห์ที่สามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดความถูกต้องแม่นยำของการเสนอเนื้อหาข่าวสาร และการวัดในเชิงปริมาณจะช่วยยืนยันความถูกต้อง ในการศึกษา และยังจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถแสวงหาคำตอบที่แน่นอนและถูกต้องได้ การวิเคราะห์เนื้อหานี้ จะสามารถช่วยให้ ผู้วิจัยเข้าใจได้ถึง ความหมายและความสัมพันธ์ของสารได้ ก็ต่อเมื่อ ได้กระทำการตีความสารนั้น ซึ่งเป็นการตีความตามความหมายของจิตวิสัย หรือ subjective interpretation ของแต่ละคน เพราะแต่ละคนอาจจะตีความสารเดียวกันแตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง และสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของบุคคลนั้น ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหา ก็คือความพยายามทำความเข้าใจ ในเนื้อหาของสาร ภายใต้ระบบแบบแผนที่ถูกกำหนดขึ้นมา และการตีความหมายของสาร เพื่อทราบถึงความ เป็นจริงที่เกิดขึ้น และเป็นอยู่ในช่วงเวลาการศึกษา ภายใต้เงื่อนไขทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่ถูกสะท้อนผ่านทางเนื้อหาของสาร เพื่อให้ข้อสรุปที่ถูกต้อง และเป็นจริง

#### แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

**Frank Jefkins (1982)** ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความประทับใจอันได้มาจากความรู้ และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

**Patricia M Anderson and Leonard G. Rubin (1986)** กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนที่ย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ต่างกัน

**Daniel J. Boorstin (1973)** กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์รับรู้ด้วยการสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo-Events) ซึ่งเป็นสิ่งที่จำลองเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดตามธรรมชาติ เป็นการสร้างให้เข้าใจง่าย และสามารถเข้าใจได้ในหลายความหมายและต้องมีความน่าเชื่อถือด้วย ในสายตาของผู้รับสาร ซึ่ง Boorstin กล่าวไว้ถึงภาพลักษณ์ในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา (An image is synthetic) หรือสังเคราะห์ขึ้นมา มิได้เกิดเองตามธรรมชาติ เพื่อการสนองวัตถุประสงค์บางอย่างภายใต้การวางแผนที่กำหนดไว้เป็นแบบแผน เช่น แผนงานประชาสัมพันธ์

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ (An image is believable) เพราะความเชื่อถือได้ คือหัวใจของการสร้างภาพลักษณ์

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่หนึ่งและรับรู้ได้ (An image is passive) และต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง แม้ในบางครั้งจะเป็นภาพที่สร้างขึ้นก็ตาม แต่ต้องถูกนำเสนอให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริง จึงจะได้รับความเชื่อถือ

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน (An image is vivid and Concrete) คือ การพยายามสร้างการรับรู้จากนามธรรมให้เป็นรูปธรรม เพื่อผลทางด้านอารมณ์ ความสนใจ ความน่านับถือ

5. ภาพลักษณ์ต้องเป็นสิ่งที่ง่ายแก่การเข้าใจ (An image is simplified) คือ ต้องชัดเจน ง่ายแก่การทำความเข้าใจและจดจำ รวมทั้งต้องมีความแตกต่างที่โดดเด่น และสื่อความหมายได้ครบถ้วนตามต้องการ

6. ภาพลักษณ์ในบางครั้งก็มีความหมายที่สามารถตีความได้หลายแง่ (An image is ambiguous) เพราะเป็นสิ่งที่มีความกำกวมระหว่างความคาดหวังในใจหรือความอยากให้เป็นกับความเป็นจริง ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องสามารถหาจุดร่วมระหว่างความจริงและความคาดหวังให้ได้สมดุลย์กัน

เขาสรุปว่า ภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความประทับใจเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและถูกยอมรับจากสาธารณชนซึ่งภาพลักษณ์จะมีส่วนผสมทั้งมิติส่วนตัว (Private) และมิติสาธารณะ (Public) เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะตัว (Private Image) โดยที่มีส่วนร่วมกันในแง่ของความเป็นภาพลักษณ์สาธารณะ (Public Image)

เสรี วงษ์มณฑา, (2527) กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้ที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเอง (Subjective Knowledge) ซึ่งต่างจากความรู้ที่เราเรียนมาจากวิทยาศาสตร์หรือประวัติศาสตร์ เพราะเป็นความรู้ที่เป็นความรู้สึกส่วนตัวและเป็นประสบการณ์ของเรา ซึ่งความรู้ที่ได้มาจากวิทยาศาสตร์หรือประวัติศาสตร์ (Objective Knowledge) อันมีการจดตำราบันทึกไว้เป็นหลักฐานนั้นจะไม่เกี่ยวกับประสบการณ์ของเราแต่เป็นบ่อเกิดของความรู้สึกส่วนตัวความเชื่อค่านิยม และทัศนคติ กล่าวได้ว่า ในที่สุดแล้ว Objective Knowledge ก็จะพัฒนากลายเป็น subjective knowledge ในที่สุด ดังที่ Dr.Claude Robinsin and Dr.Walter Barlow (1959) กล่าวไว้ ภาพลักษณ์คือภาพที่เกิดขึ้นในใจซึ่งบุคคลมีต่อองค์การ ต่อบุคคลหนึ่ง ๆ ซึ่งได้มาจากประสบการณ์โดยตรง และโดยอ้อมของเขาเอง ดังนั้น ภาพลักษณ์จะก่อเกิดโดยมี Objective Knowledge แล้วกลายมาเป็น subjective knowledge ซึ่งประกอบทั้งคุณค่า และข้อเท็จจริงรวมกันอยู่ ฉะนั้นการสร้างภาพลักษณ์นั้น เราต้องให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและต้องถูกนำไปประเมินค่าอย่างถูกต้องด้วย จึงจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อ



**Kenneth E Boulding (1969)** กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณะเป็นเรื่องของความรู้ สึกและอารมณ์ที่เรามีต่อสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เนื่องจากประสบการณ์ของเรา แต่ข้อจำกัดคือ เราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้เสมอไป ดังนั้น เราจะได้เพียง "ภาพ" ซึ่งเราจะต้องมาตีความโดยตัวเราเอง ซึ่งต้องใช้ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคติเดิมของเราในการตีความนั้น ๆ ดังนั้น ภาพลักษณะจึงเป็นเรื่องของการตีความโดยผ่านทางประสบการณ์ตรงและประสบการณ์โดยอ้อม แทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้มาเป็นการตีความตามความหมายหรือสิ่งประทับใจ ภาพที่ปรากฏ (Appearance) จะเป็นตัวแทนของการรับรู้ (perception) ในเชิงความหมาย (Interpreted Sensation) ที่ผ่านกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร และก่อให้เกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งกระบวนการนี้คือ กระบวนการเกิดภาพลักษณะ (Process of Imagery)

**Boulding** กล่าวว่า ภาพลักษณะประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วน ซึ่งต่างก็มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกจากกันได้อย่างเด็ดขาด คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) ซึ่งบุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง อันจะนำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ที่นั่นเอง โดยจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ หรือความคิดต่าง ๆ ก็ได้
2. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) อันได้แก่ ภาพลักษณะที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเป็นความรู้สึกที่มีได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ
3. องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณะที่เป็นความรู้เกี่ยวกับประเภท คุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการเรียนรู้
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นองค์ประกอบของภาพลักษณะที่เกี่ยวกับเจตนาหรือความมุ่งหมาย ซึ่งเป็นแนวทางของการปฏิบัติตอบโต้ต่อสิ่งเรา เป็นผลพวงจากปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบเชิงความรู้สึกและเชิงการเรียนรู้

โดยองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ จะผสมผสานเข้ากับประสบการณ์ของบุคคลทำให้เกิดภาพลักษณะเชิงการสื่อสารตามแนวคิดของ Boulding โดยจะมีสิ่งที่ถูกสังเกต สิ่งที่ผ่านมาทางการรับรู้ของบุคคล โดยช่องทางสัมผัสทั้ง 5 อันเป็นผลจากประสบการณ์ตรงและประสบการณ์อ้อม นั่นคือ ผ่านการปฏิสัมพันธ์สื่อสาร ทั้งในระดับบุคคล และสื่อมวลชนซึ่งจะให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ในระดับที่แตกต่างกัน โดยมีกระบวนการเรียนรู้ มีการแยกประเภท ลักษณะ และความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ อันเป็นความรู้สึกถึงการให้คุณค่า และการตีความหมายโดยตัวเราเอง ผ่านทางทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ที่อยู่บนพื้นฐานดั้งเดิมของเรา พัฒนามาเป็นการยอมรับหรือไม่ยอมรับ การให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ บุคคล เหตุการณ์ แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นความรู้สึกที่พร้อมแสดงออกอย่างมีทิศทางด้วย

เมื่อโครงสร้างความรู้เดิมของบุคคลได้มีสิ่งหนึ่งมากระทบจะทำให้เกิดผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ต่อสิ่งต่างๆของบุคคลหนึ่ง เพราะนอกจากโครงสร้างของความรู้ของบุคคลจะมี "ข้อเท็จจริง" (Fact) แล้ว ยังประกอบด้วยจินตนาการความรู้สึกนึกคิดอีกด้วย และเมื่อสารที่ได้รับมานั้นอาจจะเสริมเข้าถึงภาพลักษณ์เดิมของบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรืออาจจะทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงไปก็ได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆเช่น ความถี่ของการได้รับข่าวสารข้อมูลนั้นๆและเมื่อบุคคลใดมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งใดแล้ว ภาพลักษณ์นั้นจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล และมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมผู้บริโภคนและสาธารณชนให้เห็นคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อภาพลักษณ์ใดเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะจะต้องเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบเชิงการเรียนรู้และพฤติกรรม มากมาย ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์นั้นแม้จะง่ายแต่ก็ยังยากต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ เพราะผู้รับจะปฏิเสธข้อมูลใหม่ที่ไม่ตรงกับกรอบความคิดเดิมของเขาได้ง่าย เพราะข้อมูลใหม่จะถูกตีความไปในทางตรงกันข้ามได้ง่ายเสมอ

ในทางการเมืองมักจะเน้นภาพที่ปรากฏต่อสายตา (appearance) และรูปแบบมากกว่าเนื้อหาสาระ โดยผู้รับสารจะให้ความสนใจต่อส่วนที่เป็นเพียงโครงร่าง (Outline) ภายนอกมากกว่าจะเน้นพิจารณาลงลึกในรายละเอียด ทำให้การก่อรูปของความคิดมักจะมาจากการรับรู้ลักษณะภายนอก ผ่านทางสื่อมวลชนและเมื่อภาพลักษณ์ทางการเมืองของนักการเมืองใดเกิดขึ้นมาแล้ว ย่อมมีแนวโน้มไปกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในทางการเมืองทั้งต่อบุคคลหรือโดยส่วนรวมได้เช่นกัน เพราะภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยากแก่การแก้ไข แม้ว่าภาพลักษณ์จะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง (dynamic of image) ก็ตามเพราะการที่จะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ในการรับรู้ของคนนั้นต้องเปลี่ยนแปลงระบบโครงสร้างความคิด ทศนคติ แบบแผน พฤติกรรมของเขา ซึ่งอาจจะทำให้ข้อมูลใหม่ถูกปฏิเสธ และบิดเบือนไปได้

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์เป็นความรู้สึกที่ประทับใจยังใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์จะต้องอาศัยกระบวนการทางการสื่อสาร ภายใต้เงื่อนไขคือช่วงเวลาหนึ่ง และเมื่อภาพลักษณ์เกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก แม้จะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง แต่ก็เป็นการง่ายที่จะสูญเสียภาพลักษณ์หรือเกิดภาพในเชิงลบ ซึ่งการแก้ไขภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์นั้นกระทำได้ยาก และการสร้างภาพลักษณ์ในสื่อมวลชนนั้นที่ผ่านมามีการใช้เหตุการณ์เทียมและมีลักษณะคลุมเครือระหว่างความคาดหวังกับโลกของความจริง เพราะเป็นเรื่องที่เกิดจากการสร้างสรรค์ที่มีแบบแผน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ โดยมีเหตุผลในการสร้างอยู่บนพื้นฐานแห่งการได้มาซึ่งความยอมรับ ความเชื่อถือ และไว้วางใจ (กฤษณ์ ทองเลิศ อ่างไฉ่ กิตติวรรณ บุงบางกระตี : 38)

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริญญา เจริญสุขใส (2538) พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความรู้ ความสนใจ และความสนใจทางการเมือง นอกจากนี้แล้ว ความไว้วางใจทางการเมือง ตลอดจนความสำนึกทางการเมือง จะมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทั้งสิ้น ซึ่งจะส่งผลถึงทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมือง

ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์ (2537) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน ในช่วง 2538-2537 พบว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในหนังสือพิมพ์มีทิศทางเป็นกลาง และบทบาทที่ปรากฏเด่นชัดคือผู้หญิงจะมีลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่ และสตรีที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด คือ สตรีระดับผู้นำ โดยมีฐานะเป็นผู้กระทำ

พีชณี เขยจรรยา และคณะ (2533) ศึกษาเรื่องภาพพจน์ของนักการเมืองสตรี : ศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์จากการรับรู้ของตนเองของประชาชน และการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยสรุปว่า ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ จะพบว่าของ ส.ส.หญิงในคอลัมน์ซุบซิบมากที่สุด โดยที่มีลักษณะของการนำเสนอเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ จากการสำรวจทัศนคติของประชาชน พบว่า ประชาชนมีภาพพจน์ต่อคุณสมบัติของ ส.ส.หญิงว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นคุณสมบัติที่เด่นที่สุดของ ส.ส.หญิง ส่วนคุณสมบัติที่ด้อยที่สุดคือ ความเฉียบขาด และ ส.ส.หญิงมีความสามารถในการแสดงออกด้านงานการกุศลมากที่สุด และมีบทบาทด้านสังคมสังเคราะห์มากกว่าบทบาททางนิติบัญญัติ และจากการศึกษาวิจัยทั้ง 3 แนวทาง คือ การวิเคราะห์เนื้อหา การสำรวจความคิดเห็นของประชาชน และการสัมภาษณ์เจาะลึก ส.ส.หญิง พบว่า ภาพพจน์เกี่ยวกับบทบาทของ ส.ส.หญิงในทางการเมืองจะเด่นที่สุดในเรื่องของเด็กและผู้หญิง รองลงมา คือ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนั้นแล้วการที่ประชาชนจะรู้จักชื่อเสียงและบทบาทของ ส.ส.หญิงนั้นจะขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งของการอ่านหนังสือพิมพ์และเป็นไปตามแนวโน้มการนำเสนอของหนังสือพิมพ์

กาญจนา แก้วเทพ (2535) เรื่องภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน ได้กล่าวไว้ว่า ปริมาณของหนังสือพิมพ์และข่าวสารข้อมูลนั้นเป็นอาณาจักรของผู้ชายมาก่อน ดังนั้นโอกาสที่ผู้หญิงจะได้เป็นข่าวขอม่น้อยกว่าผู้ชาย และเนื่องมาจากกฎเกณฑ์ที่ในการทำข่าวนั้นจะค่อนข้างแน่นอนอยู่แล้ว เพราะการที่เหตุการณ์จะได้รับการคัดเลือกมาเป็นข่าวนั้นจะต้องเป็นเหตุการณ์ที่มีความน่าสนใจ และมีคุณสมบัติพิเศษบางประการ เช่น มีความแปลกมีความน่าสนใจ โดยที่กรณีของสังคมไทย จะพบว่า การนำเสนอข่าวหน้าหนึ่ง ซึ่งถือว่ามีสำคัญมากกว่า

หน้าอื่น ๆ นั้น จะแสดงให้เห็นถึงภาพของผู้หญิงที่เป็นมายาคติ (Myth) และถึงแม้ว่าในบางฉบับหนังสือพิมพ์จะมีหน้าสตรี ก็มักจะถูกจัดอันดับความสำคัญไว้ทีหลัง กล่าวคือ จะเป็นหน้าที่ถอนถอดได้เสมอหากมีเหตุการณ์สำคัญและจำเป็นต้องใช้เนื้อที่ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสื่อมวลชนจะมีกระแสหลักในการสร้างผลงานที่นำเสนอออกไปเพื่อตอกย้ำอุดมการณ์แบบเพศนิยมในสังคม แต่สื่อมวลชนก็ยังมีส่วนในการช่วยพิทักษ์สิทธิของผู้หญิง และการพยายามนำเสนอภาพของผู้หญิงใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านที่เป็นภาพของผู้หญิงในรูปแบบของ “แม่ศรีเรือน และกุลสตรี” และ “ภาพของผู้หญิงยุคใหม่” ที่มีรูปแบบการออกไปใช้ชีวิตที่หลากหลายและมีบทบาทในสังคมมากขึ้น

ประทุม ฤกษ์กลาง (2534) การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาการเสนอข่าวสารการเลือกตั้งปี พ.ศ.2531 ในหนังสือพิมพ์ไทยกับพฤติกรรมการรับข่าวสารของประชาชนในเขตกทม. พบว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์จะช่วยให้ประชาชน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องทางการเมืองมากขึ้น

นิภากร กำจรเมฆกุล (2540) เรื่องกลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรี ซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พบว่าปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้หญิงมีบทบาททางการเมืองมากขึ้น ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้อคติที่มีต่อผู้หญิงน้อยลง มีการให้ความสำคัญเรื่องความสามารถของบุคคลมากขึ้น และมีการร่วมมือกันของผู้หญิงเป็นกลุ่มและเป็นองค์กรมากขึ้น และการที่ อบต.สตรีตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นมีปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งต้องการจะพิสูจน์ความสามารถส่วนบุคคลให้เป็นที่ประจักษ์ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับอบต. และประการสุดท้ายคือเป็นความต้องการที่เกิดจากการมีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมือง

วิไลลักษณ์ แสงสุขเจริญ (2539) การศึกษาเปรียบเทียบ การรับรู้ คติ การหน้าที่ของหนังสือพิมพ์และสัมพันธ์ภาพที่มีต่อกันระหว่างนักการเมืองและนักข่าว ผลการวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า นักข่าวมีความเห็นเกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์ว่า นักข่าวมีความเห็นเกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์ว่า นอกจากจะมีหน้าที่คอยรายงานที่เป็นข้อเท็จจริงแล้วยังสามารถนำเสนอความคิดเห็นของแหล่งข่าวและผู้สื่อข่าวได้ ซึ่งเป็นการยอมรับในแง่ของหลักการสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกชน ซึ่งประชาชนทุกคนมีสิทธิใช้สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็น ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงต้องเป็นสื่อกลางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนไปสู่ผู้ปกครองรัฐ และเสนอความคิดเห็นของผู้ปกครองรัฐไปสู่ประชาชนด้วยเช่นกัน

อรัทัย ก๊กผล และโสภารัตน์ สารวงษ์ (2539) ศึกษาเรื่องสตรีกับการพัฒนาการเมือง พบว่าทัศนคติต่อสถานภาพและบทบาทของผู้หญิงเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี ในเชิงบวก และตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้หญิงได้แก่

- ระดับการศึกษา
- การมีพื้นภูมิทางการเมือง
- ทัศนคติต่อสถานภาพและบทบาทของผู้หญิงในทางการเมือง

โดยที่อรัทัย ก๊กผล และโสภารัตน์ สารวงษ์ สรุปว่า อายุ ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเข้ามาที่ส่วนร่วมทางการเมือง โดยมีข้อมูลสนับสนุน คือ การที่นางสาวคมคาย เฟื่องประยูร (ส.ส.จังหวัดจันทบุรี) และนางสาวอรัทัย กาญจนชูศักดิ์ (ส.ส.กรุงเทพมหานคร) ซึ่งในขณะนั้น คือเดือนกรกฎาคม 2538 มีอายุเพียง 28 ปี ได้รับการเลือกตั้งให้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในขณะนั้นและผู้หญิงที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับราชการ จะมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้หญิงที่ประกอบอาชีพอื่น

**MARIA BRADEN** ได้รับการศึกษาเรื่อง Women Politicians And The Media โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

- การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองหญิงของสื่อมวลชน มักจะมุ่งไปในเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอกมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกรนำเสนอข่าวของนักการเมืองชาย
- รูปลักษณ์ภายนอกของนักการเมืองหญิงมีความสำคัญต่อคะแนนเสียง
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวและนักการเมืองหญิง มีส่วนสัมพันธ์กับโอกาสในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน
- สื่อมวลชนจะต้องมีหน้าที่ในการชี้นำสังคม หรือตัวประเด็นปัญหาของสังคม

ซึ่งต่อมาได้มี APTRICIA O'BRIEN (1996) กล่าวถึงงานของ MARIA BRADEN ไว้ในบทความเรื่อง The Ladies Auxiliary is Alive and Well ว่างานของ BRADEN เป็นข้อสนับสนุนถึงการมีนัยสำคัญของการนำเสนอข่าวในเรื่องงานควบคู่ไปกับการนำเสนอข่าวในปริมณฑลของชีวิตส่วนตัวในเรื่องการแต่งกาย การใช้ชีวิต และสิ่งเหล่านี้จะทำให้นักการเมืองหญิงจะได้รับความชื่นชมและคะแนนนิยม อย่างไรก็ตาม O'BRIEN กล่าวว่าการศึกษาที่ผู้หญิงมีการแสดงออกซึ่งอารมณ์และความรู้สึกต่อเรื่องราวต่าง ๆ จะเป็นสิ่งที่สังคมคาดหวังอยู่แล้ว และการแสดงออกนั้นจะถูกจดจำได้ง่ายกว่าผู้ชาย

นอกจากนี้แล้วยังได้กล่าวถึงบทบาทของนักหนังสือพิมพ์ว่าควรที่จะเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ในการที่จะชี้ประเด็นปัญหาของสังคม โดยที่ มีการมองปัญหานั้นในเชิงสร้างสรรค์ และ

มองเห็นถึงความแตกต่างในคุณภาพการทำงานของนักการเมืองมากกว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องของความแตกต่างเรื่องเพศชายหรือเพศหญิง และการใช้ชีวิตส่วนตัว

DORIS A. GRABER (1997) ได้กล่าวสรุปงานของ MARIA BRADEN ไว้ว่า ในศตวรรษที่ 20 นี้ผู้หญิงมีบทบาทมากขึ้นในทางการเมืองในประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งในระดับประเทศและระดับรัฐ รวมทั้งในการแข่งขันตำแหน่งประธานาธิบดีและรองประธานาธิบดี และถึงแม้ว่าผู้หญิงเพียงจำนวนน้อยที่ประสบความสำเร็จในการลงสมัครรับเลือกตั้ง แต่ก็แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่เปิดกว้างมากขึ้น

นอกจากนี้แล้วยังกล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนว่ามีความสำคัญมากกับความสำเร็จและล้มเหลวของผู้หญิงในทางการเมือง และควรจะให้โอกาสกับผู้หญิงมากขึ้นในการนำเสนอข่าวในด้านอื่น ๆ มากไปกว่าการนำเสนอที่บทบาทที่เป็นรูปแบบเดิม ๆ ของผู้หญิง (Stereotypes) ซึ่งก็คือ สื่อมวลชนจะนำเสนอเรื่องราวส่วนตัว รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้า การแต่งกาย และความสามารถในการเป็นแม่บ้านมากกว่าการทำงานด้านอื่น และยิ่งไปกว่านั้นก็คือ สื่อมวลชนทั้งชายและหญิงมักจะนำเสนอว่าผู้หญิงยังขาดคุณสมบัติในการบริหารงาน เพราะผู้หญิงจะเป็นผู้ที่อ่อนแอ ไม่มีความเด็ดขาดในการตัดสินใจ และมักจะใช้อารมณ์ในการทำงานมากกว่าเหตุผล ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ชาย

อย่างไรก็ตาม DORIS A. GRABER กล่าวสรุปว่าการที่จะให้มีการนำเสนอเรื่องราวของบทบาทชายและหญิงที่เท่าเทียมกันแล้ว สื่อมวลชนควรจะคำนึงถึงความเป็นจริงในทางการเมืองมากกว่าการใช้อคติทางเพศของผู้สื่อข่าว (Report's gender biases) และยิ่งไปกว่านั้นคือการเปิดโอกาสให้ผู้หญิงซึ่งมีอาวุโส และตำแหน่งในระดับบริหารน้อยกว่าผู้ชายอยู่แล้วได้แสดงความสามารถ

SMITH K.B. (1997) กล่าวไว้ในงานเรื่อง WHEN ALL'S FAIR : SIGNS OF PARITY IN MEDIA COVERAGE OF FEMALE CANDIDATES ว่า ถึงแม้การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองหญิงของหนังสือพิมพ์จะถูกศึกษาพบว่ามีอิทธิพลของรูปแบบบทบาทเดิมอยู่ (gender-based Patterns) แต่ก็มีความโน้มเอียงว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของหนังสือพิมพ์จะมีทิศทางไปในทางบวกมากขึ้น

MAKKAI T. HAYES BC (1996) เรื่อง Politics and the mass media : The differential impact of gender กล่าวไว้ว่า จากการศึกษากรณีการเลือกตั้งทั่วไปของออสเตรเลียเมื่อปี 1990 ผลปรากฏว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนจะมีผลต่อทัศนคติทางการเมือง และการตัดสินใจ

ใจลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าอิทธิพลดังกล่าวจะมีผลต่อผู้ลง  
คะแนนเสียงที่เป็นชายมากกว่าหญิง