



### สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย พ.ศ. 2507-2531" ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อค้นหาว่า สื่อมวลชนได้สร้างภาพลักษณ์อะไรให้กับนางสาวไทย และสื่อมวลชนได้ใช้วิธีการอย่างไรในการสร้างภาพนั้นในช่วงเวลาดังกล่าว สำหรับการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์นางสาวไทย และกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประกวดนางสาวไทย รวมทั้งนักข่าวด้วย ส่วนเนื้อหาในสื่อมวลชน ผู้เขียนได้รวบรวมเอกสารหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหลัก และหนังสือพิมพ์นิตยสารอื่น ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง ผู้เขียนก็ได้ค้นคว้ามาประกอบการพิจารณาให้สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ในส่วนบรรณานุกรม โดยนำข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ และจากเอกสารสิ่งพิมพ์มาศึกษาวิเคราะห์ประกอบกัน เพื่อให้ได้คำตอบตามเป้าหมายที่วางไว้ การวิจัยครั้งนี้ไม่มีสมมุติฐานวางไว้ในเบื้องต้น เนื่องจากเป็นประเด็นใหม่ที่ไม่มีใครมีใครศึกษาวิจัยไว้ก่อน แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่ปรากฏเด่นชัด การคาดเดาคำตอบล่วงหน้าจึงทำได้ยาก ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นั้น ผู้วิจัยนำเนื้อหาขึ้นมาตีความตามความหมายที่เป็นอยู่ และใช้แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบการพิจารณา ทั้งแนวคิดเรื่องสตรี และบทบาทของสื่อมวลชน ขั้นตอนการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เวลานานพอสมควร เนื่องจากผู้ที่สัมภาษณ์หลายท่านมีภารกิจส่วนตัวมาก กว่าจะได้นัดพบเพื่อสัมภาษณ์ ต้องใช้เวลาติดตามมากเป็นพิเศษ นอกจากนี้เอกสารหนังสือพิมพ์รุ่นเก่ามีแค่ในเฉพาะหอสมุดแห่งชาติเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยต้องค้นหาว่าที่เกี่ยวข้องกับนางสาวไทยด้วยตนเองทุกฉบับ (เป็นจำนวน 794 ฉบับ) ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้เวลาประมาณ 3 เดือน กว่าจะได้ข้อมูลที่ต้องการทั้งหมด และใช้เวลาเรียบเรียงเขียนรายงานผลอีก 1 เดือน เป็นผลให้การวิจัยครั้งนี้ต้องสิ้นเปลืองเวลาพอสมควร

### ผลการศึกษาวิจัย

ก่อนที่จะทราบถึงภาพลักษณ์และวิธีการที่สื่อมวลชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพนางสาวไทยนั้น ผู้วิจัยขอรายงานให้ทราบก่อนว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งในหลายปัจจัย

ที่มีอิทธิพลในการสร้างภาพนางสาวไทย เนื่องจากภาพลักษณ์ของนางสาวไทยก่อนกำเนิดมาจาก ส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผู้จัดประกวด, ผู้จัดส่ง, ตัวนางสาวไทยเอง และสภาพสังคม มีอิทธิพลเฉพาะสื่อมวลชนเท่านั้น เป็นผู้สร้างภาพลักษณ์ของเธอ ในส่วนนี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่อมวลชน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลร่วมในการสร้างภาพนางสาวไทย แต่ไม่มีอำนาจควบคุมภาพลักษณ์ทั้งหมดของ บรรดานางสาวไทยแต่ละท่านได้ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นเพียงผู้ถ่ายทอด หรือสะท้อนเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้น แต่สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลเด่นชัดในแง่ของการสอดแทรกทัศนคติของตนลงไปในแง่มุม ด้านภาษา, ภาพ และ ประเด็นข่าว

ในส่วนของคุณสมบัติสื่อมวลชนเองนั้น เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์จากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ปรากฏว่า ได้สะท้อนภาพลักษณ์นางสาวไทยทั้ง 2 ยุคดังนี้

1. ภาพลักษณ์นางสาวไทยยุคจักรวาล (พ.ศ. 2507-2513) เป็นภาพของกุลสตรี ไทยที่มีความสวยงามมาก มีเกียรติและคุณค่าควรยกย่อง เป็นสตรีที่มีความเด่นดัง น่าสนใจ แต่ถ้า เป็นภาพรวมของผู้เข้าประกวด และการประกวดนางสาวไทยแล้ว มีบางส่วนสะท้อนภาพรูปโฉม สวยงามไปในทางสิ่งเร้าทางเพศ และบางครั้งดูน่าขบขัน ซึ่งเฉพาะที่เป็นนางสาวไทยจะมีภาพ ลักษณ์ที่ได้รับการยกย่องมากกว่า ส่วนเรื่องนางสาวไทย และผู้เข้าประกวดคนอื่น ๆ ก็สามารถถูก วิเคราะห์โดยหนังสือพิมพ์ได้

2. ภาพลักษณ์นางสาวไทยยุคงานธุรกิจ (พ.ศ. 2507-2531) เป็นภาพของนางสาว ไทยยุคใหม่ที่มีความสวยงามและ เข้าประกวดความงามที่เป็นในเชิงธุรกิจ มีผลประโยชน์เข้ามา เกี่ยวข้อง ความน่าสนใจเด่นดิ่งน้อยลง ในยุคนั้นมักข่าวให้สัมภาษณ์ว่า ผู้หญิงที่เป็นนางสาวไทยมี ความสามารถมากขึ้น และกล้าแสดงออกมากกว่ายุคก่อน แต่ภาพที่สะท้อนและผ่านเข้ามาในสื่อมวลชน ยังไม่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของนางสาวไทยอย่างเด่นชัด จะมีก็แต่บิสิตท้ายของคุณคือ คุณณัฏฐ์ทิพย์ ซึ่งเป็นนางสาวไทยคนเดียวในยุคนี้ที่เป็นนางสาวจักรวาล และได้รับการกล่าวขวัญ ถึงว่าทั้งสวยและเก่ง ภาพสะท้อนของผู้เข้าประกวดนางสาวไทยคนอื่น ๆ เป็นไปในเชิงลบ คล้ายคลึงกับสมัยก่อน ซึ่งผู้เข้าประกวดบางกลุ่มกล่าวถึงด้วยภาษาค่อนข้างรุนแรง และไม่ใคร่ จะยกย่องเท่าใดนัก



ภาพลักษณ์ของนางสาวไทยทั้ง 2 ยุคไม่ค่อยจะมีความแตกต่างกันมากนัก สิ่งที่เป็น "ภาพร่วม" ของนางสาวไทยทั้ง 2 ยุคก็คือ ภาพของสตรีสวยงามซึ่งได้รับทั้งการยกย่องว่ามีเกียรติ ดังที่เคยยกย่องสตรีไทยตามวัฒนธรรมเดิม แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคง "ภาพลัทธิโลกสวย" ของสตรีที่ถูกกล่าวถึงในสื่อมวลชนยุคเก่า กล่าวคือเป็นภาพสตรีสวย มีเสน่ห์ดึงดูดทางเพศ แต่มั่นสมองน้อยไม่มีใครมีโอกาสแสดงความสามารถ ภาพลัทธิโลกสวยนี้มักเป็นการสะท้อนภาพการประกวดนางสาวไทยโดยรวมมากกว่า เพราะผู้เป็นนางสาวไทยยังมีภาพลักษณ์ที่ได้รับการยกย่องให้เกียรติอยู่ตลอด 2 ยุค แม้จะมีบางปีที่น้อยลงก็ตาม และภาพลักษณ์ของนางสาวไทยโดยรวมทั้ง 2 ยุค เป็นภาพของคนเด่นคนดัง (Big Name) ซึ่งมีชื่อเสียงโดดเด่นอยู่ในระยะเวลาประมาณ 1 ปี จากนั้นจะจืดจางลงโดยมีนางสาวไทยคนต่อไปเป็นคนที่เข้ามาแทนที่

จากประสบการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การประกวดนางสาวไทยเป็น pseudo-event หรือ "เหตุการณ์เทียม" เนื่องจากเป็น ปรากฏการณ์ที่จัดขึ้นโดยกองประกวด หรือสื่อมวลชนเป็นผู้ถ่ายทอดเหตุการณ์มายังมหาชน และจากเหตุการณ์เทียมนี้เอง สื่อมวลชนได้สร้างข่าวและมีการให้สถานภาพ รวมทั้งความเป็นจริงทางสังคม ซึ่งเป็นเหตุการณ์เทียมอันจะนำไปสู่ชื่อเสียงของนางสาวไทยในที่สุด

ภาพลักษณ์นางสาวไทยทั้ง 2 ยุคนี้สื่อมวลชนได้สะท้อนออกมาตามปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคม โดยการรายงานเหตุการณ์ตามทัศนคติและมุมมองของตน เนื่องจากยุคแรกสตรีที่เข้าประกวดความงามมักจะต้องถูกชักนำไปในทางไม่ดี คือเป็นเพียง "สื่ออารมณ์ทางเพศ" ซึ่งการประกวดนางสาวไทยก็จะหลีกเลี่ยงสิ่งนี้ไปไม่พ้น เพราะเป็นการประกวดความงามเช่นกัน แม้จะยังเป็นอยู่ระดับชาติก็ตาม สำหรับยุคที่ 2 สตรีที่เข้าประกวดความงามก็ยังมีภาพลักษณ์เป็น "สื่ออารมณ์ทางเพศ" เช่นเดิม แต่เพิ่มบทบาทในแง่ "สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์" เข้ามาอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น เนื่องจากบริษัทธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการประกวดความงามอย่างเต็มที่ แม้แต่การประกวดนางสาวไทยในยุคปัจจุบัน บริษัทธุรกิจเอกชนก็เข้ามามีผลประโยชน์ด้วย ดังนั้นภาพลักษณ์ของผู้ที่เป็นนางสาวไทย แม้จะเคยยกย่องให้เกียรติสวยงาม ดังามเพียงใดก็ยังหนีไม่พ้นภาพลักษณ์เชิงลบของการประกวดนางสาวไทยดังกล่าว เนื่องจากนางสาวไทยก็มาจากเวทีการประกวดความงามเช่นกัน

เมื่อประเมินบทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย อาจแยกสรุปออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของนางสาวไทยผู้เข้าประกวดความงาม โดยสื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างความโด่งดัง มีชื่อเสียงให้กับผู้ดำรงตำแหน่งนางสาวไทย (Big Name) โดยการนำเสนอข่าวในรูปแบบต่าง ๆ และอีกส่วนหนึ่งคือการประกวดนางสาวไทย สื่อมวลชนได้สร้างความเป็นพื้นที่ทางสังคมในแง่ของการประ โคมข่าวเกี่ยวกับการประกวดความงาม คือ การประกวดนางสาวไทย ท้าให้เกิดการยกย่องคนสวยคนงามในสังคม ว่าจะต้องมีตำแหน่งความงามเป็นสิ่งรองรับ ในส่วนนี้ แสดงว่า สื่อมวลชนได้สร้างเหตุการณ์เทียมนี้เอง (Pseudo Event)

เริ่มแรกของการเขียนโครงร่างงานวิจัยครั้งนี้ ผู้เขียนได้มั่นใจว่าสื่อมวลชนเป็นผู้สร้างภาพนางสาวไทย แม่นอน จึงได้ใช้คำว่า "บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย" แต่เมื่อเข้ามาสัมผัสและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้อย่างแท้จริงแล้ว พบว่าสื่อมวลชนเป็นผู้ช่วยสร้างภาพ โดยการทักทายที่ถ่ายทอด และสะท้อนปรากฏการณ์ของนางสาวไทยที่เกิดขึ้นตามเหตุการณ์และทัศนะของตน ภาพลักษณ์นางสาวไทยถูกสร้างขึ้นโดยหลายปัจจัยดังที่เสนอให้ทราบแล้ว ดังนั้นต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะรายงานสรุปที่ทราบว่า สื่อมวลชน (โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์) มีวิธีการในการถ่ายทอดหรือสะท้อนภาพนางสาวไทยอย่างไร

1. การเก็บข้อมูล เป็นขั้นตอนแรกที่ท้าให้สื่อมวลชนมีประเด็นเรื่องราวที่จะนำเสนอต่อผู้รับสาร การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อ เนื้อหาในแง่ของความถูกต้อง แม่นยำ และการคัดเลือกประเด็นที่เสนอดัง นักข่าวสามารถเก็บข้อมูลได้ 2 ลักษณะใหญ่คือ มีผู้อื่นมาหาที่ และสื่อมวลชนหาด้วยตนเอง ซึ่งนักข่าวนิยมหาข้อมูลด้วยตนเองมากกว่า เนื่องจากได้ประเด็นที่ต้องการและเที่ยงตรงมากกว่า แต่การที่มีผู้อื่นมาหาข้อมูลมาหาก็เป็นสิ่งที่สื่อมวลชนหาตัดสินใจคัดเลือกอีกครั้งก่อนนำเสนอ และเป็นแหล่งข้อมูลที่หาง่ายใช้เวลาน้อย มักได้ข้อมูลที่เป็นข่าวซุบซิบมากกว่า

2. การนำเสนอข้อมูล เมื่อมีข้อมูลอยู่ในมือแล้ว สื่อมวลชนมีวิธีการนำเสนอในหลายรูปแบบดังนี้คือ ข่าว บทความ สก๊ิปพิเศษ คอลัมน์ซุบซิบ คอลัมน์ตอบปัญหา และภาพการ์ตูน โดยลักษณะของข่าวจะเป็นรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่มี การเสนอทัศนคติของผู้เขียนลง ไปในเนื้อหา แต่ในความจริงแล้ว การใช้ถ้อยคำสั้นวนบรยายเนื้อหาเป็นส่วนที่นักข่าวสามารถ



สอดแทรกความรู้สึกของคนลงไปได้บ้าง และโดยมาก เรื่องของนางสาวไทยมักถูกนำเสนอในรูปแบบของข่าว ในช่วงก่อนประกวดและ เพิ่งได้รับตำแหน่งใหม่ ๆ ส่วนคอลัมน์ซุบซิบจะ เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีอย่างต่อเนื่องในทุกช่วง ส่วนรูปแบบอื่นก็มีอยู่ประปราย

สำหรับเนื้อหาข้อความในการนำเสนอรูปแบบต่าง ๆ ทางหน้าหนังสือพิมพ์นั้นเมื่ออยู่ด้วยกัน 3 ลักษณะใหญ่ที่เห็นเด่นชัด (ไม่รวมเนื้อหาเชิงให้ความรู้ เนื่องจากมักเป็นรูปแฝงตามเนื้อหา ลักษณะอื่นไม่เด่นชัด)

1. เนื้อหารายงานข่าว
2. เนื้อหาเชิงบันเทิง
3. เนื้อหาเสนอทัศนคติ

เนื้อหาในการรายงานข่าวนั้น นักข่าวดูเหมือนจะมีบทบาทอิทธิพลน้อยที่สุด เพราะเนื้อหาจะขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้น สื่อมวลชนเท่านั้นที่เพียงคัดเลือกประเด็นมานำเสนอและ ส่วนภาษาที่ใช้ เรื่องราวของการประกวดและนางสาวไทย เป็นสิ่งที่น่าสนใจ และเป็นข่าวอยู่แล้ว โดยเฉพาะในยุคสู่จักรวาล นางสาวไทยทำอะไรจะเป็นข่าวทั้งสิ้น

เนื้อหาเชิงบันเทิง เป็นสิ่งที่นักข่าวมีอิทธิพลค่อนข้างมาก เพราะเป็นผู้คัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเขียนเชิงบันเทิงและคัดหาภาพที่สวยงาม หรือนำสนใจมาตีพิมพ์โดยใช้ถ้อยคำบรรยายใส่ความรู้สึกต่าง ๆ ลงไปด้วย เนื้อหาเชิงบันเทิงมี 3 ลักษณะคือในแง่ของความสวยงาม, ความน่าขบขัน และเรื่องชวนคิด โดยมากผู้เป็นนางสาวไทยมีการนำเสนอในแง่ของความสวยงามเป็นส่วนใหญ่ แต่ผู้เข้าประกวดบางคนถูกนำเสนอในแง่ความน่าขบขัน และชวนคิดในแง่ความรู้สึกทางเพศ กับชวนคิดในแง่อื่น ๆ ซึ่งมักเป็นเชิงลบเป็นส่วนมาก

เนื้อหาเสนอทัศนคติพบมากในบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกวดและผู้เป็นนางสาวไทย รวมทั้งคอลัมน์ตอบปัญหาด้วย ทัศนคติที่มีต่อการประกวดนางสาวไทยโดยรวมมักเป็นกลาง ค่อนข้างไปทางลบ ส่วนทัศนคติคือนางสาวไทยนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกหรือปรากฏการณ์ของผู้เป็นนางสาวไทยแต่ละคนที่ผู้เขียนคอลัมน์จะมีแนวคิดอย่างไรในตัวเธอเหล่านั้น

เนื้อหาเชิงบันเทิงและ เสนอทัศนคติ เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของสื่อมวลชนได้  
อย่างชัดเจน แต่เป็นเนื้อหาที่มีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับเนื้อหาในการเสนอข่าว

สรุปได้ว่าสื่อมวลชนได้เสนอภาพลักษณ์ของนางสาวไทย โดยการสะท้อนภาพเรื่องราว  
ที่เกิดขึ้น (Fact) และเรื่องราวที่สื่อมวลชนรับรู้ ในทัศนะของตนเอง (Reality)

คั้งกับสื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทย เป็นผู้สะท้อนภาพนางสาวไทย  
ในทัศนะของสื่อมวลชนที่ได้สัมผัสกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

กรณีศึกษาคือนางสาวจักรวาลทั้ง 2 ท่านในบทที่ 5 และ 6 นั้นเป็นปรากฏการณ์ที่  
น่าสนใจและเป็นกลุ่มพิเศษของเหล่านางสาวไทยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้งหมด เนื่องจากมีความ  
เด่นดังเป็นพิเศษและได้รับการกล่าวขวัญจากสื่อมวลชนมากมาย จากกรณีศึกษาดังกล่าวสามารถ  
สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ ของคุณอาภัสราและคุณธารณีทิพย์ เธอทั้ง 2 คนมีภาพลักษณ์เฉพาะตัว  
ต่างกันไปแม้จะได้ดำรงตำแหน่งนางสาวไทยและนางสาวจักรวาลเหมือนกัน แต่ต่างก็อยู่คนละยุค  
คนละสมัยบุคคลิก และพฤติกรรมย่อมไม่เหมือนกัน ภาพลักษณ์ของคุณอาภัสราเป็นภาพหนึ่งคือ เป็นภาพ  
ของสตรีไทยที่อ่อนหวานสวยงามมากไม่มีใครเทียบได้ มีลักษณะ เป็นภาพลักษณ์ของวีรสตรี (Big  
Man) เป็นภาพที่มาคั้งช่วงเข้าประกวดนางสาวไทยจนมาถึงปัจจุบัน แม้จะมีการรายงานข่าว  
เรื่องอื้อฉาวการหมั้นในช่วงหนึ่งก็ตาม หลังจากนั้นเธอยังได้รับการยกย่อง และความสนใจจาก  
สื่อมวลชนเช่นเดิม ส่วนภาพลักษณ์ของธารณีทิพย์ เธอคือสาวไทยที่โตในแอล.เอ มีความสุขสมบูรณ์  
แบบและที่สัพพเธอมีสติปัญญา เจียบแหลมกล้าแสดงออกและมีความตั้งใจในจิตใจที่จะช่วยเหลือเด็ก  
ซึ่งภาพนี้เห็นชัดในช่วงที่เธอได้รับตำแหน่งนางสาวไทย และนางสาวจักรวาล เธอกลายเป็น  
วีรสตรีอยู่ช่วงหนึ่งก็ว่าได้ แต่หลังจากเธอพ้นตำแหน่งนางสาวจักรวาลแล้วประจวบกับหนุ่มชาว  
อเมริกัน ภาพลักษณ์ของเธอทางสื่อมวลชนได้เบี่ยงเบนหันแปรไป มีข่าวเชิงลบแง่มุมต่าง ๆ มาก  
มาย ที่ทำให้เธอเป็นเพียงคนมีชื่อเสียง (Big Name) เท่านั้น ซึ่งก่อนหน้านั้นยังมีข่าวครึกโครมใน  
เรื่องไม่มีดี และมีคนคอยปกป้องตลอด จนในปัจจุบันข่าวของเธอได้เลือนหายไปจากสื่อมวลชน ไม่  
ได้รับความสนใจจากประชาชนอีก เช่นเคย ดังนั้นภาพลักษณ์ของคุณธารณีทิพย์ เปรียบเสมือนภาพเคลื่อนไหว



คือมีการเปลี่ยนแปลงและยังไม่หยุดนิ่ง การวิเคราะห์ภาพลักษณ์โดยรวมเช่นคุณอาภัสรา ยังทำไม่ได้  
ขณะนี้ในอนาคตคุณภรรยาอาจพลิกโฉมภาพลักษณ์ของเธอกลับเป็นวีรสตรีอีกได้ ถ้าเธอพิสูจน์ความดี  
ความสามารถของเธอให้มวลชนรับรู้

2. สื่อมวลชนสร้างภาพอย่างไร คุณอาภัสราและคุณภรรยาได้รับความสนใจจาก  
สื่อมวลชนมาโดยเฉพาะในช่วงที่ได้รับตำแหน่งนางสาวจักรวาล สื่อมวลชนทุกแขนงได้กล่าวถึง  
เธอในทุกรูปแบบรวมความได้ว่าสื่อมวลชนทุกอย่างได้ร่วมกัน สะท้อนภาพของเธอตามเหตุการณ์  
ที่เกิดขึ้นและความสนใจของมหาชนในเวลานั้นดูเหมือนว่าคนยิ่งสนใจ สื่อมวลชนยิ่งเสนอข่าวถึงนับ  
ได้ว่าสื่อมวลชนกำลังสะท้อนภาพสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ อยู่

3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพอาภัสราและภรรยา สำหรับคุณอาภัสรา นั้นมี  
ผู้ับผลประโยชน์และเกี่ยวข้องกับเธอไม่มากนัก มีแต่บิดาที่เป็นผู้มีส่วนร่วมมากที่สุด แต่ไม่เกี่ยว  
กับผลประโยชน์ต่ออย่างไร และคุณปากมลาพี่เลี้ยงของเธอ มีส่วนในการทำให้ช่วงช่วงที่ได้ตำแหน่ง  
มิสยูนิเวิร์สเท่านั้น สำหรับคุณภรรยา นั้นเกิดปัญหาความขัดแย้ง เรื่องผลประโยชน์มาก บุคคลที่มี  
อิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของเธอก็มีมากตามไปด้วย ได้แก่คุณอมรรัตน์ (น้าต๋อ) คุณศิริดี (น้าแพง)  
คุณช่อนกลิ่น (คุณแม่) เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องคอยเสนอเรื่องราวของเธออย่างมาก และมีสื่อมวลชน  
บางกลุ่มที่เข้าไปมีผลประโยชน์กับเธอด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีส่วนทำให้ภาพลักษณ์ของคุณภรรยา  
เบี่ยงเบนไม่คงที่ เนื่องจากต่างคนก็ให้ข่าวในทิศทางที่ตนเองพอใจและมีผลประโยชน์อยู่ด้วย

ซึ่งสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ได้สะท้อนภาพความขัดแย้ง เหล่านี้ให้มวลชนได้รับรู้ตลอดเวลา  
ปัจจัยดังกล่าวจึงมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์คุณภรรยาอย่างยิ่ง

#### ข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

ข้อจำกัดของงานวิจัยครั้งนี้ มีหลายข้อที่อาจทำให้ผลการวิจัยไม่ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ  
ได้ครบถ้วน ซึ่งในบทสรุปผู้วิจัยต้องการเสนอให้ทราบถึงข้อจำกัดอีกบางประการที่มีอิทธิพลต่อการ  
ศึกษาในครั้งนี้คือ

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มิได้สำรวจและศึกษาข้อมูลตั้งแต่ยุคเริ่มแรก คือปี 2477 เพราะไม่สามารถหาเอกสารข้อมูลและคำสัมภาษณ์ของบุคคลผู้เกี่ยวข้องกับยุคนี้ได้ เนื่องจากระยะเวลาที่ยาวนานเกินไป จึงไม่มีการบันทึกไว้ และบุคคลในยุคนั้นมีจำนวนน้อยมาก อีกทั้งไม่สามารถให้สัมภาษณ์ได้ เนื่องจากบางท่านเสียชีวิตไปแล้ว และมีหลายท่านที่ติดค่านับปัจจุบันไม่ได้

2. สื่อมวลชนที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ เน้นเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ ทททให้ขาดหายสื่อมวลชนไปหลายแขนง เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, ภาพยนตร์ หรือแม้แต่การ์ตูน เนื่องจากมีปริมาณมากและกระจัดกระจาย การเก็บข้อมูลทำได้ยากมากในเวลาที่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อโทรทัศน์และวิทยุ ไม่มีผู้ใดบันทึกเทปหรือวีดีโอเก็บเอาไว้ ทททที่ไม่มีข้อมูลในส่วนดังกล่าว จากมูลเหตุที่เสนอมา แสดงให้เห็นว่าการวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถครอบคลุมสื่อมวลชนทุกแขนง

#### ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาวิจัยเรื่อง "ภาพลักษณ์" ควรติดตามวิเคราะห์ถึงภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นในสายตาของผู้รับสารด้วย เพื่อให้การวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
2. การศึกษา "ภาพลักษณ์" ควรพิจารณาถึงปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์นั้นโดยละเอียดก่อน แล้วจึงมามุ่งศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนเฉพาะไป
3. การศึกษา "ภาพลักษณ์" ของสิ่งต่าง ๆ ควรระบุความหมายและขอบเขตของสิ่งนั้นให้แน่ชัดว่าเป็นบุคคล, สถาบัน หรือองค์กรใด ในช่วงระยะเวลาใด สิ่งที่ดีที่สุดควรกำหนดขอบเขตให้แคบและกระชับมากกว่านี้ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมช่วงเวลานานเกินไป ทททให้เก็บข้อมูลได้ไม่ทั่วถึงและไม่ครบถ้วน และควรจำกัดเจาะจงภาพลักษณ์ของนางสาวไทยท่านใดท่านหนึ่ง เพื่อจะศึกษาวิจัยได้ละเอียดและสมบูรณ์ที่สุด
4. เรื่องการสร้างภาพลักษณ์นางสาวไทย ควรศึกษา "สาเหตุ" หรือ "แรงจูงใจ" ที่ทททให้สื่อมวลชนเสนอเรื่องราวที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม กล่าวคือมองในแง่ที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็น Gatekeeper (ผู้รักษาประตู) และ Agenda-setter (ผู้กำหนดวาระ) ศึกษาว่าสื่อมวลชนมีเหตุผลหรือสิ่งเร้าใดที่ทททนั้นลิดเนื้อหาข่าวสารในรูปแบบและทิศทาง เช่นนั้น การศึกษาแรงจูงใจในการเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็น



ถึงบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

5. การวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน ควรศึกษา "สื่อมวลชน" ให้ครบถ้วนและครอบคลุมทุกชนิด เพื่อเข้ามาเปรียบเทียบกับบทบาทต่าง ๆ ของสื่อมวลชนประเภทอื่นที่ว่า "หน้าที่ประการใดบ้างด้วยวิธีการอย่างไร เนื่องจากคำว่า "สื่อมวลชน" โดยตัวของมันเองมีความหลากหลายอยู่แล้วจึงน่าจะพิจารณาให้ครบถ้วนด้วย

6. บริบททางสังคม เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะวิเคราะห์ให้ละเอียดในแง่คุณค่าต่าง ๆ อันเกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ภาพลักษณ์นางสาวไทยที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ทางการเมือง, สภาพเศรษฐกิจ, โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของค่านิยม ทางสังคม และความคาดหวังของสังคมในยุคนั้นที่มีต่อสถานภาพของนางสาวไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่สัมพันธ์ต่อบังคับจรรยาบรรณของผู้เป็นนางสาวไทยควรวิเคราะห์ให้ชัดเจนและครอบคลุมมากที่สุด เพื่อนำมาพิจารณาหาร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ของนางสาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของสื่อมวลชน เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นตัวสะท้อนความเป็นจริงทางสังคมนั่นเอง

7. สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์นางสาวไทย เนื่องจากเป็นผู้สัมผัสปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วนำมาใส่รหัสและถ่ายทอดไปยังมวลชน จากการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมิได้เป็นเพียงผู้ถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ตีความ แล้วถอดรหัสปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาสรุปเรียบเรียงตามทัศนะของตน แล้วรายงานต่อผู้รับสาร ซึ่งในขั้นตอนนี้ "การนำเสนอข้อมูล" ทั้งรูปแบบ และ เนื้อหา สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลอย่างเด่นชัดในการเลือกภาพ, ประเด็นข่าว และสำนวนภาษาที่ใช้

ในการศึกษากรณีต่อไปควรวิเคราะห์ "การนำเสนอข้อมูล" เรื่องนางสาวไทย โดยสื่อมวลชนให้ละเอียด โดยเฉพาะในเรื่องสำนวนภาษาที่ใช้ เนื่องจาก สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) ได้ใช้ถ้อยคำรุนแรงและภาษาชาวบ้านในการเสนอข่าวนางสาวไทย เช่นเดียวกับข่าวเบา ไม่มีการยกเว้นว่าเธอเป็นยอดสตรีไทยในช่วงปีหนึ่ง การเลือกประเด็นข่าว โดยสื่อมวลชนเป็นอีกแง่หนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากสื่อมวลชนมักเล่นข่าวนางสาวไทยในเชิงที่เป็น "เรื่องส่วนตัว" บางครั้งรุนแรงจะลึกมากไป ซึ่งมีนางสาวไทยหลายท่านไม่พอใจมาก (จากการสัมภาษณ์) ซึ่งในส่วนนี้ถ้าหากไปวิจัยถึงจิตสำนึกของสื่อมวลชนในเรื่อง "Right of Privacy" หรือสิทธิ

ความเป็นส่วนหัวที่สื่อมวลชนมักจะละเมิดจุดนี้ของคนดัง เพราะคิดว่าเป็น "คนของประชาชน" และเป็นคนดัง

ดังนั้น สื่อมวลชนมีสิทธิที่จะรายงานทุกเรื่องที่เขาคิดว่าน่าสนใจ และมวลชนอยากรู้อะไรเห็น โดยไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์หรือความรู้สึกของผู้เป็นข่าว ความไม่สมดุลกันในประเด็นที่ว่านี้ อยู่ที่ "ความพอดี" และ "ความเหมาะสม" ซึ่งผู้วิจัยมุ่งหวังที่จะเห็นงานวิจัยในเรื่องนี้ต่อไปในอนาคต



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย