บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิเคราะห์บทบาททางเพศที่ถูกนำเสนอผ่านรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่องของประเทศไทยนั้น จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆดังนี้

- แนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองของนักสตรีนิยม
- แนวคิดเรื่องการศึกษาประเด็นบทบาทหญิงชายในเนื้อหาสาระ
- แนวการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโลกที่จริง
- แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง
- การวิเคราะห์ความหมายโดยนัย (Connotative)
- แนวคิดเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงานสื่อ

แนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองของนักสตรีนิยม

"ทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงสตรีนิยม" เป็นทฤษฎีลูกผสม(Hybrid) ระว่างทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ และทฤษฎีด้านสตรีนิยม ดังนั้นแนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีนั้นสามารถใช้มุมมองของนักนิเทศศาสตร์ หรือ นักสตรีนิยมก็ได้(กาญจนา แก้วเทพ 2540) แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในข้อที่สองให้วิเคราะห์เนื้อหาโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงนำแนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองของนักสตรีนิยมเป็นหลักอันมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางนี้ประกอบไปด้วยกลุ่มปลีกย่อยอีกหลายกลุ่ม แต่ไม่ว่าจะแตกแยกออกไปอย่างไรก็ตาม หลักการความเชื่อขั้นพื้นฐานที่สุดของกลุ่มทฤษฎีนี้มักจะมีองค์ประกอบเหล่านี้คือ

1. พิจารณาว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิงและชายนั้น ยังมีลักษณะของความไม่เท่าเทียมมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างแต่เนื้อหาของความไม่เท่าเทียมกันนั้นยังคงมีอยู่เช่นเดิม

2.แต่นักทฤษฎีกลุ่มนี้มีความเชื่อมั่นว่าความสัมพันธ์ที่เสมอภาคระหว่างหญิงกับชายนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้จริง และจะพยายามดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้บรรลุซึ่งความเชื่อดังกล่าวถึงแม้จะถูกต่อต้านและคัดค้านก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากทฤษฎีนี้ตระหนักดีว่าความสัมพันธ์อันไม่เท่าเทียมกันนั้นได้ฝังรากลึกมาเป็นเวลายาวนานจึงเกิดความเชื่อที่แข็งตัว เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่

คุ้นเคยและฝืนขัดต่อการเปลี่ยนแปลง

แทนวิธีการศึกษาโดยยึดเอาพัฒนาการของทฤษฎีนิเทศศาสตร์เป็นตัวตั้งซูนัน (Zoonen, 1991อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 11) ได้จำแนกกลุ่มผู้สนใจศึกษาประเด็นเรื่องสื่อมวลชนกับบทบาทหญิงชายออกไปตามจุดยืนของกลุ่มสตรีนิยมแต่ละกลุ่ม คือ

1. กลุ่ม Liberal Feminism กลุ่มนี้เห็นว่า สังคมกำลังเปลี่ยนแปลงไป แต่บทบาทของสตรียิ่งถูกหยุดยั้งให้อยู่กับที่ ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาสตรีให้ก้าวหน้าตามไป กลุ่มนี้จะไม่สนใจปัญหาการวิเคราะห์ระบบสังคมโดยรวมเท่าใดนัก

2. กลุ่ม Radical Feminism กลุ่มนี้เห็นว่าระบบสังคมที่มีอยู่เป็นระบบถืออำนาจชายเป็นใหญ่ Patriarchal Society ในสังคมเช่นนี้ชะตากรรมและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้หญิงจะถูกกำหนดให้มีฐานะต่ำต้อย

3. กลุ่ม Marxist Feminism กลุ่มนี้สนใจการวิเคราะห์ระบบสังคมที่เป็นอยู่ว่า คือระบบทุนนิยม ที่มีชนชั้น ภายใต้ระบบนี้สถานภาพของชนชั้นสตรีจะถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างถึงที่สุด ดังนั้นจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงสังคมให้ปราศจากชนชั้น สถานภาพของสตรีจึงจะได้รับการปรับปรุง

4. กลุ่ม Cultural Feminism กลุ่มนี้จะสนใจลักษณะทางอุดมการณ์ของความเป็นหญิง-ชายที่ถูกวัฒนธรรมของสังคมเป็นตัวกำหนด และเห็นว่าทิศทางของการเปลี่ยนแปลงต้องมุ่งไปสู่การเปลี่ยนในระดับวัฒนธรรมดังกล่าว

จากแนวทางของแต่ละกลุ่มจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและประเด็นปัญหาที่จะใช้ศึกษาเรื่องสื่อกับบทบาทหญิง-ชาย และแม้ว่าแต่ละกลุ่มจะมีหลักการพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาเรื่องเพศแตกต่างกัน แต่ทุกกลุ่มก็มีทัศนะที่เป็นจุดร่วมกันอยู่ 2 ประการคือ

1. ทุกกลุ่มจะใช้เกณฑ์เรื่อง "บทบาทหญิง-ชาย" ซึ่งมีฐานะเป็นเครื่องมือที่วางโครงสร้าง การวิเคราะห์ของโลกแห่งความเป็นจริง(เช่น การแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์) และโลกแห่งสัญลักษณ์ (เช่น ผลงานทั้งหมดของสื่อมวลชน)

2. ทุกกลุ่มจะถือว่า "บทบาทหญิง-ชาย" เป็นปัจจัยกำหนดตัวหนึ่ง (Defining Factor) ที่ทำงานร่วมกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจสังคมภูมิภาค ระดับการศึกษา ชนชั้น

จากจุดร่วมทั้ง 2 ประการนี้ชูนัน ได้เริ่มต้นวิธีการทำงานด้วยการนำเสนอว่านักสตรีนิยมจะเริ่มต้นวิพากษ์วิจารณ์สถาบันสื่อมวลชนในประเด็นอะไรบ้าง ในการนี้ชูนัน ได้หยิบยืมเอาวิธีการที่เอส ฮาร์ดิง (S. Harding, 1987อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540) เคยใช้ในการวิจารณ์แวดวงวิทยาศาสตร์ โดยตั้งประเด็นคำถามต่อสถาบันสื่อมวลชนดังนี้คือ

1. ในโลกแห่งความเป็นจริง จำนวนของผู้หญิงในวงการสื่อมวลชน ทั้งที่อยู่ในวงวิชาชีพและในวงวิชาการมีจำนวนเท่าไหร่(เมื่อเทียบกับผู้ชาย) ตำแหน่งและฐานะ รายได้ โอกาสในความก้าวหน้าของผู้หญิงในโครงสร้างวิชาชีพนั้นเป็นอย่างไรบ้าง.

2. กล่าวแต่เฉพาะในแวดวงวิชาการ ทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่มีต่อผู้รับสารสตรีนั้นเป็นอย่างไร มีการใช้อคติทางเพศ(Sexist Use) เข้ามาใช้ในงานวิจัยวิชาการของตนหรือไม่ ชูนันยกตัวอย่างว่าแคตส์ และลาซาร์เฟลด์ (Katz & Lazarsfeld) ที่ศึกษาเรื่องTwo-Step Flow of Information ในปี 1955 มีความตั้งใจหรือไม่อย่างไร ที่เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงทั้งหมด

3. บรรดาหัวข้อ (Themes) ทฤษฎี และวิธีวิทยาที่ใช้ศึกษานั้น มีความสนใจในปัญหาของผู้หญิงหรือไม่(Women's Problem) ประสบการณ์แบบผู้หญิงถูกผนวกเข้ามาในเนื้อหาของสื่อมวลชนหรือไม่ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีข่าวการเปลี่ยนแปลงกฎหมายทำแท้ง ได้เคยมีการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เคยทำแท้งหรือไม่

4. ในแง่ญาณวิทยา (Epistemology) อันหมายถึงหลักปรัชญาว่าด้วยวิธีการที่คนเราจะได้ความรู้มา(How to Know) แวดวงวิชาการมักจะถือเอาหลักเรื่องความเป็นภววิสัย (Objectivity) การปราศจากค่านิยม(Value-Free) และหลักความเป็นกลาง(Neutrality) เป็นมาตรฐานในทางวิชาการ และมองเห็นว่าคุณสมบัติดังกล่าวตรงกันข้ามกับวิธีการแสวงหาความรู้ของผู้หญิงที่มักมีอัตวิสัย มีอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง

5. เมื่อประยุกต์ใช้แนวคิดแบบยุคหลังสมัยใหม่ (Post-Modernism) มาอธิบายประเด็นเรื่อง "ความเป็นหญิง-เป็นชาย" ก็จะอธิบายได้ว่าลักษณะดังกล่าวมิได้เป็นมาโดยธรรมชาติ หากแต่ได้ถูกสังคม-วัฒนธรรมในแต่ละแห่งสร้างขึ้นมา(Socially Constructed) ในการนี้สื่อมวลชนเป็นกลไกตัวสำคัญตัวหนึ่งในการสร้างความเป็นจริงที่เกี่ยวกับความเป็นหญิงขึ้นมา (Social Construction of Reality) เช่นเป็นผู้หญิงต้องแต่งงาน เป็นผู้หญิงต้องไม่ก้าวร้าว เป็นต้น

จากข้อวิจารณ์ทั้ง 5 ประการที่กล่าวมานี้ขบวนการสตรีนิยมในปัจจุบันจึงมองเห็นความจำเป็นของภาระกิจในการสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศที่จำเป็นต้องดำเนินการไป 2 ด้านไปพร้อม ๆกัน(Zoonen 1991, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน) คือ

1. การสร้างสรรค์สิทธิและโอกาสที่เท่าเทียมกัน(Equal Right and Opportunity) ในโลกแห่งความเป็นจริง

2. การทบทวนเพื่อสร้างคำนิยามใหม่ของ "ความเป็นหญิง-ชาย" ในโลกแห่งสัญญะอันเป็นมิติที่มีสื่อมวลชนมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก

ซูนันได้นำเสนอต่อไปว่า ได้มีนักวิชาการของแต่ละกลุ่มสตรีนิยมข้างต้นเข้ามาจับประเด็นเรื่องสื่อมวลชน และให้ความสนใจเน้นหนักในประเด็นที่แตกต่างกัน แต่สำหรับการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของบทบาททางเพศครั้งนี้ได้มุ่งแนวคิดและการศึกษาตามกลุ่ม Cultural Feminism อันมีสาระสำคัญดังนี้

<u>กลุ่ม Cultural Feminism</u> (Zoonen, 1991) ตั้งข้อสังเกตว่าหนังสือด้านสตรีนิยมในช่วงปีทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเริ่มมองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรม เพราะมองเห็นว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นที่อยู่ของ "ระบบความเชื่อ" ร่วมกันของทั้งสังคม ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวในระดับใด ณ จุดไหนก็ตาม หากระบบความเชื่อมิได้เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่รากฐานก็มักยังไม่ได้บังเกิดขึ้น(ตัวอย่างเช่น กรณีที่นักเรียนชั้นเตรียมอุดมศึกษาไปบนบานศาลกล่าวเพื่อสอบเอ็นทรานซ์นั้นก็แสดงว่าแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องปริมาณการศึกษา แต่รากฐานความเชื่อของผู้มีการศึกษาสูงและต่ำก็มิได้แตกต่างกัน เป็นต้น) โดยเฉพาะในเรื่อง "เพศ" แล้ว ถือได้ว่าระบบความเชื่อเป็นแกนกลางแห่งการก่อตั้งบรรดาอคติต่าง ๆรวมทั้งวิธีประพฤติต่อกันระหว่างหญิง-ชายในแต่ละสังคมทีเดียว

กลุ่ม Cultural Feminism เริ่มต้นด้วยการขยับขยายคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ออกมาให้กว้างขวางมากขึ้น ว่า "วัฒนธรรม" นั้นนอกจากจะหมายความถึงวิถีแห่งการใช้ชีวิต (Way of Life) แล้ว วัฒนธรรมยังหมายถึงเงื่อนไขและรูปแบบที่ความหมายและคุณค่าต่าง ๆ ถูกจัดระบบในสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การรักษาพรหมจรรย์และความกตัญญูก็จะถูกจัดระดับให้อยู่ในจุดสุดยอดของระบบคุณค่าของผู้หญิงในขณะที่อาจจะไม่ปรากฏเลยในระบบคุณค่าของผู้ชาย เป็นต้น

เมื่อนำคำนิยามดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเรื่องสื่อมวลชนก็มีข้อน่าสังเกตว่าบรรดารายการต่าง ๆ ที่ผู้หญิงชอบดูชอบเปิดรับในสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ เกมโชว์ ฯลฯ มักเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยทั้งสิ้น เพราะเป็นรายการที่ให้แต่ความสนุกสนานอย่างไร้สาระ สร้างแต่ความเพ้อฝันไปวัน ๆ ปัจจุบันนี้ กลุ่มสตรีนิยมเริ่มตั้งคำถามว่าบรรดารายการเหล่านี้มีคุณค่าต่ำก่อน แล้วผู้หญิงจึงเข้ามาดูทีหลังหรือเป็นเพราะว่า พอผู้หญิงเข้ามาดูมาจับรายการอะไร รายการนั้นก็จะมีคุณค่าต่ำลงไปเลย ทั้งนี้เพราะเป็นที่น่าสังเกตว่า "เพศ" มักจะเป็นตัวกำหนดการให้คุณค่าแก่กิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม เช่น งานทำครัวที่ผู้หญิงทำอยู่เป็นประจำภายในบ้าน จะถูกถือว่าไม่มีคุณค่าแต่เมื่อผู้ชายที่ทำหน้าที่เป็น "พ่อครัวใหญ่" (Chef) นำเอางานครัวไปทำตามโรงแรมต่างๆ งานประเภทนั้นก็จะกลายเป็นสิ่งที่คุณค่าขึ้นมาทันที เป็นต้น

เนื่องจากกลุ่ม Cultural Feminism นี้เป็นอีกหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ดังนั้นจึงมีทัศนะหลายอย่างที่เป็นจุดร่วมกัน ดังเช่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อมวลชน ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาถือว่าเรื่องการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น หากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงพาหะถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่ตัวการสื่อสารนั้นเป็นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาเลย โดยเฉพาะในยุคสมัยปัจจุบันที่เรากำลังมีชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated culture)

ประเด็นหัวข้อในการศึกษาเรื่อง "สื่อและบทบาททางเพศ" ของกลุ่ม Cultural Feminism จึงมีบทบาทกว้างขวางกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมาก เพราะกินอาณาบริเวณครอบคลุมไปถึงวิถีชีวิตทั้งผู้ผลิตและผู้รับสาร รวมทั้งระบบความหมาย ระบบคุณค่าและระบบความเชื่อต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น กลุ่ม Cultural Feminism จะสนใจประเด็นคำถามที่ว่า ความเป็นหญิง (Femininity) การใช้เวลาว่าง (Leisure) และการบริโภคสื่อ (Consumption) 3 ตัวแปรนี้มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ทำไมผู้หญิงแม่บ้านจึงต้องบริโภคสื่อที่ช่วยพาผู้หญิงออกไปในโลกกว้างเพื่อให้รู้เท่าทันแต่ก็มีความปลอดภัยไปพร้อม ๆ กัน (เช่นนั่งดูละครโทรทัศน์ที่พาไปเที่ยวฉากในช่องที่นางเอกแบบดาวพระศุกร์โดขึ้นมา โดยที่ชีวิตจริงไม่เคยเหยียบย่างเข้าไปในสถานที่แบบนั้นเลย) เพราะเหตุใดวัฒนธรรมในการใช้สื่อของผู้หญิงจึงจำกัดอยู่เพียงแค่ปริมณฑลส่วนตัว(Personal Sphere) และเป็นสื่อภายในบ้าน (Domestic Media) เช่นวิทยุ และโทรทัศน์ ในขณะที่ผู้ชายจะใช้สื่อนอกบ้าน (Public Media) เช่น การไปดูภาพยนตร์มากกว่าผู้หญิง (โดยทั่วไปผู้หญิงจะไปนั่งดูหนังคนเดียวได้ไหม) ในขณะที่ผู้ชายมีธรรมเนียมหรือวัฒนธรรมในการออกไปดูกีฬามวยหรือการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญ ๆ) ร่วมกันตามร้านกาแฟ ผับ หรือบาร์ (Public Sphere) ผู้หญิงมีการปฏิบัติเช่นนี้บ้างหรือไม่ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องการศึกษาประเด็นบทบาทหญิงชายในเนื้อหาสาระ

ในการนำเสนอประเด็นการศึกษาเรื่อง "สื่อกับบทบาททางเพศ" ตามทัศนะของแมคแควล์ที่ได้แบ่งโดยใช้กรอบของกระบวนการสื่อสาร คือ การศึกษาด้านผู้ผลิต การศึกษาตัวเนื้อหาสาร และการศึกษาผู้รับสาร เพื่อจะแสดงให้เห็นว่า จากแบบจำลองอันเดิมนี้ ประเด็นเรื่องบทบาทหญิง-ชายจะสอดแทรกเข้าไปมีที่ทางอยู่ได้อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 14)

ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของที่สอง คือ การวิเคราะห์เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ประเภททอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย จึงทำให้ประเด็นการศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในเนื้อหาสาระเป็นแนวการศึกษาที่เหมาะสมที่สุดในการศึกษาหัวข้อดังกล่าว

ดิงโก้ (Dingo) (กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 14) กล่าวมาแล้วตั้งแต่แรกว่าประวัติศาสตร์ของการศึกษาบทบาทหญิง-ชายในเนื้อหาสระของสื่อมวลชนนั้นเริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ1960 เป็นต้นมาและยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตามท่ามกลางพัฒนาการอันยาวนานนี้ ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงบางประการที่น่าสนใจดังนี้

1. ในช่วงทศวรรษ 1980 ราคาว (Rakow) (1986) เริ่มเปิดประเด็นใหม่ว่า ไม่มีประโยชน์อะไรที่จะไปทำวิจัยพิสูจน์ว่าภาพของสตรีที่สะท้อนอยู่ในสื่อนั้นมีภาพอะไรบ้าง เพราะเราก็คงจะได้พบเห็นแต่ภาพแบบเก่า ๆ เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งอาจจะมีภาพแบบใหม่เกิดขึ้นมาให้เห็นพอเป็นผักชีโรยหน้าเท่านั้น และถึงแม้จะต่อสู้ให้มีการเปลี่ยนแปลงงานดังกล่าวในสื่อมวลชนก็มิได้หมายความว่าโลกแห่งความเป็นจริงจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นจึงน่าจะสนใจศึกษาเนื้อในของสื่อมวลชนจะดีกว่า ทั้งนี้เพราะอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในเนื้อหานั้นจะเป็นตัวการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางเพศให้แก่คนแต่ละเพศ(Gender identity) ยกตัวอย่างเช่น อุษณีย์ พงศ์ประยูร (2536) วิเคราะห์คุณสมบัติของตัวนางอิจฉาในนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ พบว่าท่ามกลางคุณสมบัติหลายประการนั้น จะรวมเอาคุณลักษณะบางประการเช่น มีความทะเยอทะยานในชีวิต ชอบการแข่งขันเอาชนะ ฯลฯ คุณลักษณะเช่นนี้หากเป็นของตัวละครชายก็ไม่ทำให้ตัวละครนั้นกลายเป็นผู้ร้าย แต่เมื่อมาอยู่ในตัวละครหญิง ก็กลับกลายเป็นตัวร้ายไปได้ ดังนั้น ผู้หญิงที่อยากเป็นคนดีหรือเป็นนางเอกจึงต้องไม่รับเอาคุณลักษณะดังกล่าวเข้ามาไว้ในตัวเอง

การศึกษาอุดมการณ์ทางเพศในทศวรรษที่ 1980 นี้จะไม่เพียงแต่พิจารณาว่า บทบาททางเพศนั้นเป็นแนวคิดที่หยุดนิ่งที่ต้องยอมรับราวกับเป็นธรรมชาติและสื่อมวลชนมีหน้าที่เพียง

แค่ถ่ายทอดเพื่อเป็นแบบอย่างเท่านั้น หากทว่าแนวทางใหม่นี้จะพิจารณาดูว่ามีกระบวนการสร้างสรรค์แบบใหม่ มีการเคลื่อนไหวใหม่ ๆ อะไรเกิดขึ้นมาบ้าง และมีเหตุปัจจัยอะไรที่เกี่ยวพันกับการให้คำนิยามและการสร้างเอกลักษณ์ของคนแต่ละเพศบ้าง

2. สืบเนื่องจากข้อสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่ได้กล่าวไปในข้อที่ 1 แล้วก็คือในด้านทฤษฎีวิพากษ์เองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดต่อเรื่องการทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ของสื่อมวลชนด้วย ในยุคสมัยแรก นักทฤษฎีวิพากษ์จะมองแต่เพียงว่า สื่อมวลชนเป็นกลไกที่กลุ่มผู้มีอำนาจจะใช้ในการครอบงำอุดมการณ์ของตนให้แก่คนชนชั้นอื่น ๆ ในชั้นต่อมาเอ กรัมซี่ (A. Gramsci)(กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 14) ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดนี้ว่าทุกกลไกของสังคมนั้นล้วนแล้วแต่มีองค์ประกอบของการต่อสู้ของทุกกลุ่มบรรจุอยู่ทั้งนั้น สื่อมวลชนนั้นก็มีศักยภาพทั้งที่เป็นกลไกการครอบงำและเป็นกลไกแห่งการปลดปล่อยในเวลาเดียวกัน

ดังนั้นนักสื่อแนวสตรีนิยมจึงเริ่มประเมินค่าบรรดารายการต่าง ๆ ที่เคยถูกปิดป้ายว่าเป็นรายการมอมเมาสตรี ตัวอย่างเช่น การประเมินค่าละครโทรทัศน์เสียใหม่ว่า ในเนื้อหาของละครเหล่านี้มีองค์ประกอบที่ช่วยปลดปล่อย (Liberating) สตรีที่มีชีวิตอยู่ในสังคมถืออำนาจชายเป็นใหญ่ได้อย่างไรบ้าง เนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ท้าทายอุดมการณ์หลัก ๆ ของสังคมได้ต่อรองเสนอทางเลือกใหม่ รวมทั้งได้ตัดค้านต่อต้านอุดมการณ์เก่า ๆ อย่างไรบ้าง เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ แต่เดิมนั้นการวิเคราะห์ค้นหาอุดมการณ์ต่าง ๆ นั้น มักจะเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นรายการประเภทที่เอาจริงเอาจังและมีสาระเช่น รายการข่าว รายการสารคดี โดยไม่สนใจกับรายการประเภทเรื่องแต่ง และเป็นจินตนาการที่เน้นความสนุกสนานบันเทิง เช่นละครโทรทัศน์ เกมโชว์ ฯลฯ แต่ในระยะหลัง ๆ นี้ ได้เริ่มเกิดแนวคิดใหม่ว่าในรายการประเภทความบันเทิงแบบเบา ๆ (Light Entertainment) หรือรายการประเภทเรื่องแต่งนี้แหละ น่าจะเป็นขุมทรัพย์อันมหาศาลของบรรดาอุดมการณ์ต่างๆมากกว่า การวิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศจึงเคลื่อนไหวไปตามกระแสดังกล่าวเช่นกัน

4. ความสำคัญของรูปแบบและวิธีการนำเสนอ (Form of Presentation) ดิงโก้กล่าวว่านอกจากจะมีการวิเคราะห์ดูเนื้อหา (Content) ของภาพที่ปรากฏแล้ว องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญมากของผลงานสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อภาพและเสียงเช่น โทรทัศน์ก็คือวิธีการนำเสนอ เพราะในการอ่านความหมายโดยนัยยะ (Connotative Meaning) นั้น มักจะแฝงเร้นอยู่ในวิธีการนำเสนอ การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอนั้นได้หยิบยืมเอาหลักการของทฤษฎีสัญญะวิทยาเข้ามาใช้เป็นวิธีการหลัก

ตัวอย่างเช่น วิธีการเล่าเรื่อง (Narration) นั้นมีลำดับขั้นตอนอย่างไร เพราะเหตุใดละครโทรทัศน์ประเภทนางแมวป่า จึงต้องจัดคุณสมบัติของนางเอกให้แก่นแก้วในตอนแรก และหลังจากที่มาพบกับพระเอกแล้ว อาการพยศ และความแก่นแก้วจึงถูกปราบให้เชื่อง ลำดับขั้นตอนดังกล่าวจะสลับกันได้หรือไม่ หากไม่ได้ก็แสดงว่าในการวางลำดับขั้นตอนนั้นมีความหมายบางอย่างแอบแฝงอยู่เบื้องหลังใช่หรือไม่

บรรดาองค์ประกอบย่อย ๆ ของการวิเคราะห์ละคร คือ ตัวละคร บทบาทการแสดง เครื่องแต่งกาย ฉาก บทสนทนา ปฏิกิริยาระหว่างตัวละคร เค้าโครงเรื่อง วิธีการดำเนินเรื่อง โดยเฉพาะตอนจบของเรื่อง จะถูกนำมาอ่านความหมายรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่กำหนด ตัวอย่างเช่น หากฉากในห้องนอนของตัวนางเอกในละครโทรทัศน์เป็นฉากที่ตกแต่งอย่างละเอียดละออจนดูเป็นห้องนอนจริง ๆ (ที่เรียกว่าเป็นฉากแบบ Presentation) ในขณะที่ฉากที่ทำงานนั้นมีเพียงโต๊ะทำงานกับพิมพ์ดีดเครื่องเดียวเท่านั้นพอให้ได้Idea (ที่เรียกว่าเป็นฉากแบบRepresentation) ความหมายที่แฝงนัยยะอยู่ในวิธีการแต่งฉากแบบนี้ก็คือ ชีวิตความรักสำหรับผู้หญิงนั้นจะสำคัญมากกว่าชีวิตการทำงานเป็นต้น

นอกจากนั้นจากหลักเรื่อง Binary Opposition ของการวิเคราะห์แบบสัญญะวิทยา จะช่วยทำให้การวิเคราะห์เนื้อหามีความหมายให้เกินเลยไปจากสิ่งที่เห็นได้ เพราะนอกจากเราจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีภาพอะไรบ้างที่ปรากฏแล้ว (Existence) เรายังอาจจะตั้งคำถามได้อีกว่า มีภาพอะไรที่ไม่ยอมปรากฏออกมา (Absence) นางเอกละครโทรทัศน์นั้นจะต้องมีแม่โดยอาจจะมีหรือไม่มีพ่อก็ได้ แต่เพราะเหตุใดจึงไม่เคยมีนางเอกที่มีแต่พ่อโดยปราศจากแม่เลย เพราะเหตุใดจึงไม่เคยมีพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ว่า "พ่อใจยักษ์ เอาลูกไปทิ้งลงถังขยะ เพราะผู้เป็นแม่ไม่ยอมเลี้ยงดูลูกบ้างเลย" เป็นต้น

สำหรับแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษานั้น ประเด็นเรื่อง "บทบาทหญิง-ชาย" จะสอดแทรกเข้ามาได้ง่ายที่สุด ทั้งนี้เพราะ "เพศ" ก็เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรมอยู่แล้วและ "เพศ" หรือ "บทบาทหญิง-ชาย" นั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากสังคม (Socially Constructed) คำถามที่นักวิชาการในกลุ่มนี้ให้ความสนใจค้นคว้าจึงเป็นประเด็นที่ว่าสื่อมวลชนมีบทบาท และมีวิธีการทำงานอย่างไรในการให้คำนิยามบทบาททางเพศ (Gender Definition) การสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละเพศ (Gender Identity) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าการพัฒนาและการแปรเปลี่ยน "ความเป็นหญิงความเป็นชาย" มีการดำเนินการผ่านกระบวนการทำงานของได้อย่างไร

แนวการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโลกที่จริง

ในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของหญิง-ชายในผลงานสื่อมวลชนนั้น เมื่อนำเอาภาพดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับโลกที่เป็นจริง ก็จะมีคำถามตามมา 2 ประการคือ

1. ภาพสะท้อนในสื่อมวลชนนั้นสามารถเป็นตัวแทนของสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ นั่นก็คือการตั้งคำถามกับลักษณะความสมจริงสมจังกับภาพสะท้อนในสื่อ เช่น อาชีพส่วนใหญ่ที่ผู้หญิงประกอบอยู่ในละครโทรทัศน์เป็นอาชีพโดยทั่วไปของผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริงหรือไม่ หรือเมื่อโลกแห่งความเป็นจริงเปลี่ยนแปลงไป ภาพสะท้อนในสื่อได้เคลื่อนไหวตามไปด้วยหรือไม่

2. ภาพที่ปรากฏในสื่อนั้น สามารถจะเล่นบทบาทเป็นแบบอย่าง (Role Model) เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ คำถามประการหลังจึงมีลักษณะตรงกันข้ามกับข้อแรกคือ สื่อจะสามารถเดินนำหน้าโลกแห่งความเป็นจริงได้หรือไม่

ซูซานน่า วิลสัน (Susanah Wilson)(กาญจนา แก้วเทพ, มิถุนายน 2540: 33) ได้ประมวลแนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อในประเด็นบทบาทหญิง-ชายกับสถานการณ์ในโลกที่เป็นจริงว่าโดยใช้เกณฑ์เรื่อง"บทบาทของสื่อ"เป็นเกณฑ์ซึ่งจะแบ่งประเภทได้เป็น 3 แบบ คือ

1. การมองว่าสื่อมวลชนมี <u>บทบาทเป็นกระจก</u> สะท้อนภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น คำถามต่าง ๆ ก็จะเหมือนกับในข้อแรกที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้อสรุปประการหนึ่งที่ วิลสันกล่าวไว้ก็คือ คงจะไม่มีความสัมพันธ์อย่างแบบตรง ๆ (Direct Relation) ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับภาพสะท้อนในสื่อ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่ากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานสื่อมวลชนนั้นเกิดมาจากบุคคลหลายฝ่ายที่มีทัศนะและอุดมการณ์แตกต่างกัน

2. การมองว่าสื่อมวลชนมี <u>บทบาทเป็นตัวตอกย้ำ</u> (Reinforcer) แบบอย่างค่านิยม ความคิดและความเชื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม ในแง่นี้ บรรดาภาพต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อก็จะเป็นภาพที่ถูกคัดเลือกแล้วให้เป็นแต่ภาพที่สังคมต้องการจะส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เหมือนสถาบันสังคมอื่น ๆ คือเป็นตัวแทนในการอบรมบ่มเพาะให้สมาชิกสังคมเป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. มองว่าสื่อมวลชนมี บทบาทในการเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change) โดยที่ วิลสันได้อ้างทัศนะของอัลเบิร์ค (Albercht) ว่า สื่อมวลชนสามารถจะนำเสนอแบบอย่างใหม่ ๆ ค่านิยมแนวคิดและความเชื่อใหม่ ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งระดับแนวคิดและการกระทำในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม วิลสันตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่แบบทั่ว ๆ ไปเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มักจะเล่นบทบาทนี้ไม่ค่อยได้ เพราะกลไกการควบคุมต่าง ๆ ของสังคม ทำให้มักมีเนื้อหาในแง่อนุรักษ์นิยมเป็นส่วนใหญ่(หรืออย่างมากที่สุดก็เพียงแค่ปฏิรูป) นอกจากนั้น ทางด้านผู้รับสารเองก็ยังมีกระบวนการเลือกรับรู้สารอีกด้วย ซึ่งอาจจะไม่เลือกรับรู้ด้านที่ก้าวหน้าแปลกใหม่ของเนื้อหาก็เป็นได้ วิลสันเห็นว่าน่าจะเป็นพวกสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ที่มีเป้าหมายจะเปลี่ยนแปลงแนวคิดและแนวทางปฏิบัติแบบเก่าอย่างแน่ชัดมากกว่าที่จะสร้างผลกระทบเรื่องการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเห็นผลจริงจัง

แนวคิดเรื่องการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิง (วาไรตี้โชว์)

ในการจัดรายการประเภทวาไรตี้โชว์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ ทอล์คโชว์หรือวาไรตี้โชว์โดยตรง มักจะมีองค์ประกอบของโครงสร้าง และลักษณะของการนำเสนอรายการ 2 ส่วนใหญ่ ๆดังนี้ คือ

1. เนื้อหา (Content)
2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)
    - 2.1 พิธีกร (Host)
    - 2.2 แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent)
    - 2.3 บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)
    - 2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ (Style : Form of Presentation)

1. เนื้อหา

เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้โชว์นั้น มักจะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอความสามารถของบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา หรือสุนทรียะทางดนตรี เช่นการขับร้องเพลง การเต้นรำ การแสดงรีวิวประกอบการร้องเพลงที่หรูหรา วิจิตรการตาสวยงามน่าประทับใจ

โครงสร้างด้านเนื้อหาสาระของรายการวาไรตี้โชว์นั้นมักจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นส่วนประกอบด้านเนื้อหารายการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530)

1. การแสดงดนตรีและร้องเพลงของดารานักร้องชั้นนำยอดนิยม
2. การแสดงตลก และละครตลกเบาสมองอย่างสั้น
3. การแสดงละครสั้น
4. การเต้นรำ เต้นระบำ โมเดิร์นดานซ์ บัลเล่ต์ นาฏศิลป์
5. การเชิญดารานักร้องนักแสดงปรากฏตัวร่วมแสดงและสัมภาษณ์
6. การเล่นเกมเบาสมองที่ตื่นเต้น และการเสี่ยงโชคโดยใผู้ชมทั้งในและนอกห้องส่งมีส่วนร่วม
7. การแสดงความสามารถพิเศษของนักแสดงบนเวที เช่น กายกรรม วิทยากล สิ่งแปลกประหลาดหาดูยาก
8. การแข่งขันกีฬาเพื่อการบันเทิงที่ไม่ใช่เพื่อการแข่งขันที่มุ่งหวังจะเอาแพ้ชนะอย่างจริงจัง
9. การเล่นเกมเบาสมองที่ตื่นเต้น และการเสี่ยงโชคโดยให้ผู้ชมทั้งในและนอกห้องส่งมีส่วนร่วม
10. การดำเนินรายการโดย พิธีกรชายหรือหญิง ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

โดยทางปฏิบัติแล้ว นับจากในอดีตจนถึงปัจจุบันคงไม่มีรายการวาไรตี้โชว์รายการใดที่จะหนีพ้นจากการเสนอความสามารถส่วนบุคคลของดารา นักร้อง นักแสดง ที่จะได้แสดงความสามารถของตนออกมาในรายการ การเสนอเพลงเพราะๆ และรีวิวประกอบเพลงอันสวยสดงดงามด้วยเครื่องแต่งกายอันงามสง่า การเต้นระบำ และการแสดงอื่นๆที่สนุกสนานกลมกลืนด้วยการประกาศแนะนำ สรุป บรรยาย สัมภาษณ์ พูดคุยกับผู้ชมทั้งในห้องส่งและที่บ้านโดยพิธีกรที่ชาญฉลาด คล่องตัว แก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินรายการได้เก่ง และมีชื่อเสียง การจัดรายการวาไรตี้โชว์ได้มีการแข่งขันและพัฒนาขึ้นเรื่อยๆตลอดมา มีการใช้ผู้แสดงที่มีความสามารถในการบันเทิงสาขาต่างๆจำนวนมากขึ้น เครื่องแต่งกายที่สวยงามน่าตื่นตาตื่นใจมากขึ้น มีการจัดฉากมโหฬารแสดงความยิ่งใหญ่ของการแสดงมากยิ่งขึ้น ระบบสีและเสียง ตลอดจนเทคนิคพิเศษต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบไฟในการถ่ายทำ ส่วนหนึ่งของรายการวาไรตี้โชว์ที่ขาดไม่ได้ก็คือ เพลงและดนตรี เป็นการร้องเพลง เล่นดนตรีโดยดารานักร้องรับเชิญชั้นนำที่กำลังได้รับความนิยม

2. วิธีการนำเสนอ

2.1 พิธีกร

พิธีกรในรายการวาไรตี้โชว์มักเรียกว่า Host ซึ่งอาจจะเป็นชายหรือหญิงก็ได้ แต่ส่วนมากจะใช้พิธีกรคู่ทั้งชาย และหญิง หรือบางครั้งก็ใช้พิธีกรร่วมทำงานกันหลายคน มักจะใช้คนที่มีบุคลิกภาพดีเป็นที่ต้องตาผู้พบเห็น และที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการพูดเป็น

อย่างดี กล่าวคือ จะต้องสามารถใช้คำพูดชักจูงใจให้ผู้ชมทั้งในห้องส่งและทางบ้าน รวมทั้งผู้ที่มาร่วมรายการ (Talent) ให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามไปกับการนำเสนอ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะมีส่วนร่วม หรือมีอารมณ์ร่วมในการดำเนินรายการนั้น ซึ่งเราจะเห็นได้ว่ามีการให้ความสำคัญแก่ทักษะในการดำเนินรายการเป็นพิเศษ ซึ่งหมายถึงว่าเราสนใจที่วิธีการนำเสนอของพิธีกรมากกว่าที่จะดูว่าเขาพูดอะไรแล้วทำให้คนคล้อยตามได้

ในกรณีที่ต้องทำงานร่วมกับพิธีกรหลายคน จะต้องคำนึงถึงเพื่อนร่วมงาน เปิดโอกาสให้เพื่อนร่วมงานได้แสดงความรู้ ความสามารถในผลงานบ้าง ไม่แย่งพูดโดยไม่คำนึงถึงเพื่อนร่วมงาน หรือพูดขัดความคิดเห็นเพื่อนร่วมงานอย่างไม่จำเป็น ต้องคิดว่างานจะสำเร็จเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความร่วมมือ ร่วมใจที่ดีของทุกคนที่ได้ร่วมงานกัน

2.2 แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ

สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้รายการทางโทรทัศน์เป็นรายการใหม่อยู่เสมอนั้นก็คือการเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆมาร่วมรายการ ก็เป็นวิธีดึงดูดผู้ชมได้ดีทางหนึ่ง อย่างไรก็ดี คุณสมบัติของผู้รับเชิญร่วมรายการนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญ ส่วนใหญ่จะพิจารณาจากผลงานของผู้นั้นว่าดีเด่นมากเพียงใด และเหมาะสมกับช่วงเวลานั้น ๆหรือไม่ รวมทั้งผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการนั้นจะต้องมีความหลากหลาย และเมื่อเชิญแล้วต้องให้ผู้ได้รับเชิญทราบความมุ่งหมายและต้องมีการเตรียมซักซ้อมก่อนออกอากาศแพร่ภาพ หรือบันทึกรายการด้วย

2.3 บรรยากาศ

การจัดบรรยากาศในการนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์จะประกอบด้วยแนวคิดแบบเน้นความยิ่งใหญ่ตระการตา เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าตื่นเต้น (Spectacular) ซึ่งจะพบเห็นได้จากลักษณะของการจัดสิ่งแวดล้อมขององค์ประกอบด้านการจัดฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉาก (Scenery&Props) ในรายการวาไรตี้โชว์ไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โชว์โดยตรงก็ตาม จะมีลักษณะของความยิ่งใหญ่ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิคทางด้านแสงและสีสันต่าง ๆ ได้แก่ ไฟกระพริบ ไฟวิ่ง ไฟสปอตไลท์ ที่ส่องเป็นลำดับกันจำนวนมากมายสลับกัน ยิ่งทำให้เพิ่มความรู้สึกในมิติของอารมณ์มากขึ้น การใช้หมอก ควันเทียม (Smog&Smokie) ช่วยส่งเสริมให้บรรยากาศของการแสดงดูประหนึ่งว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในดินแดนแห่งความฝัน เป็นภาพมายาที่มนุษย์สามารถเข้าถึงและสัมผัสได้ นอกจากนี้การใช้สิ่งแวดล้อมทางด้านฉาก แสง สีแล้ว เสียงยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เสริมการสร้างบรรยากาศแบบตระการตา

2.4 สไตล์และรูปแบบในการนำเสนอ

การผลิตรายการโทรทัศน์แบบวาไรตี้โชว์นั้นต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคม รสนิยมของคนในสังคมในที่นี้หมายถึง สังคมส่วนใหญ่โดยเฉพาะสังคมของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เช่น งานอดิเรก ประเภทของเพลง การแต่งกาย การเลือกใช้สิ่งของอุปโภคและการบริโภค การคอยสังเกตแนวโน้มของสังคมด้วยวิธีการสอบถาม และติดตามข่าวคราวทางสื่อสารมวลชน ตลอดจนทำการสำรวจความนิยมของสมาชิกในสังคมด้วยตนเองจะช่วยได้มาก ข้อมูลทั้งหมดจะเป็นประโยชน์มากในการเลือกความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆเข้ามาบรรจุเป็นส่วนประกอบ หรือเป็นแกนของรายการ สิ่งที่จะต้องพิจารณาในการจัดโครงสร้างเนื้อหาของรายการวาไรตี้โชว์ ได้แก่

2.4.1 การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนถึงปิดรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนกันในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นดนตรี รูปแบบเพลง การเต้นประกอบ แนวเรื่องสั้นสำหรับละคร ตลก บุคลิกภาพ ผู้แสดงและพิธีกร บทสนทนา การแต่งกาย สภาพทางเทคนิคและศิลปกรรมในฉาก

2.4.2 การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีจังหวะ และให้อารมณ์ที่ถูกต้องสอดคล้องกับเนื้อหาในช่วงนั้น ๆ

2.4.3 การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับ และความยาวของรายการในแต่ละช่วงจะต้องไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

2.4.4 การวางตำแหน่งของรายการบันเทิง แต่ละประเภทจะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมโดยยึดเอาความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ และยึดเอาเวลาการประกอบกิจกรรมในแต่ละวันของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

แนวการวิเคราะห์ความหมายโดยนัย (Connotative)

ก่อนที่จะทราบถึงวิธีการวิเคราะห์ความหมายโดยนัยของสัญลักษณ์ต่าง ๆในโลกแห่งสัญญะ หรือผลงานของสื่อมวลชนนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับความคิดพื้นฐานของคำว่า "รหัส" หรือ "สัญญะ" เสียก่อนอันมีใจความสำคัญโดยย่อดังนี้

โอ ซุลลิแวน(O' Sullivan, 1983: 210,214 อ้างถึงใน นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ, 2537: 27) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "เป็นการศึกษาในเรื่องของสัญญะ(Sign) รหัส(Codes) และ

มีวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะและการที่สัญญะนั้นถูกนำมาใช้ในสังคม"

สัญญะนี้มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. มีลักษณะทางกายภาพ
2. มีความหมายบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวมันเอง
3. สัญญะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญญะ

"Semiology" เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยสัญญาณ (Sign) มีใจความว่า "เราจะสามารถตีความหมายจากเนื้อความ (Text) ได้อย่างไร เนื้อความดังกล่าวอาจจะมาจากภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ หรือศิลปอย่างหนึ่งอย่างใดก็ได้" (นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ, 2537: 27)

เดอ โซซูร์ (Ferdinand De Saussure 1966: 16) บิดาแห่งวิทยาการแขนงนี้ ได้ให้นิยามของวิชาใหม่นี้ว่าเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสัญญะและกฎเกณฑ์ที่ควบคุมตัวมันเองอย

ซี เพียร์ส(C.Peirce) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสัญญะ (Sign) หนึ่ งๆว่าประกอบด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) เช่น เมื่อเรายกมือขึ้นพนมอยู่ระหว่างอก (Signifier) ก็จะมีความหมายถึงการแสดงความเคารพ (Signified) (กาญจนา แก้วเทพ, 2538)

เมื่อทราบถึงความหมายและองค์ประกอบของ "สัญญะ"แล้ว ต่อมาจะเป็นการประยุกต์แนวคิดเรื่อง "ความสัมพันธ์" มาใช้ในแวดวงสื่อมวลชนนั้น อาจจะเทียบได้ว่า "ตัวบท" นั้นคือ "เนื้อหา" และ "ปริบท" นั้นคือรูปแบบ เพราะฉะนั้นความหมายของเนื้อหาจะเป็นอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับรูปแบบ ที่ประคองตัวอยู่ ตัวอย่างง่าย ๆ ในชีวิตประจำวันคือ หากเรารินแชมเปญ (เนื้อหา) ใส่ในแก้วทรงสูง (รูปแบบ) ย่อมให้ความหมายที่แตกต่างจากแชมเปญ (เนื้อหาเดิม) ที่ถูกรินใส่ในแก้วพลาสติก (รูปแบบใหม่) อย่างแน่นอน

ในวงการสื่อสารมวลชน จำเป็นต้องนำเอาเรื่องเนื้อหาและรูปแบบมาใช้ในการสื่อความหมายอยู่ตลอดเวลา เริ่มตั้งแต่ฉากที่ใช้ในการแสดง เครื่องประดับฉาก เครื่องแต่งกาย บทสนทนา การแสดงท่าทางของตัวละคร ฯลฯ ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยของนิติพัฒน์ วิจิตรภาพ (2537)ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการสร้างความหมายให้เกิดขึ้นด้วยการจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากละครโทรทัศน์ไทยที่เป็นเรื่องแบบย้อนยุค เช่น สี่แผ่นดิน เป็นต้น

บี เบอร์นสไตน์(B. Bernstein) (1973) ให้ความหมายว่า รหัสเป็นกรอบแห่งความแน่

นอนในการจัดวางโครงสร้างทางสังคมของความหมาย (Frame of Certainty) อันมีตัวอย่างรูปธรรมคล้าย ๆ กับพจนานุกรม กล่าวคือ ทุกครั้งที่เห็นศัพท์ก็จะมีคำแปลที่แน่นอนอยู่ทุกครั้ง นอกจากนั้น เบิร์นสไตน์ยังได้อธิบายต่อไปว่า ในขณะที่คำ ๆ หนึ่ง (หรือสัญญะหนึ่ง ๆ) สามารถมีความหมายได้หลาย ๆ อย่าง ปริบททางสังคมในช่วงเวลาหนึ่งก็จะเป็นตัวกำหนดรหัสว่าลำดับชั้นของความหมายดังกล่าวจะเรียงตัวกันอย่างไรด้วย

ในกระบวนการเข้ารหัส (Encoding) และกระบวนการถอดรหัส (Decoding) นั้นเอกลักษณ์ประการหนึ่งของนักสัญญะวิทยาก็คือ สมมติฐานที่ว่า ผู้ส่งและผู้รับสารนั้นไม่เคยมีและไม่จำเป็นต้องถือรหัสเล่มเดียวกัน (แต่เท่าที่ยังสื่อสารกันได้ก็เพราะมีรหัสที่คล้ายกัน แต่ไม่ใช่เล่มเดียวกัน) ดังนั้น ยู อีโค (U. Eco)(1979) จึงกล่าวว่า "การถอดรหัสเพี้ยนไปเป็นกฎของการสื่อสารมิใช่เป็นข้อยกเว้น" เนื่องจากฝ่ายผู้รับเองก็มีกรอบอ้างอิง (Reference) ที่นำมาสร้างรหัสต่าง ๆ มากมาย เพราะฉะนั้นจึงไม่มีการถอดรหัสที่ผิดพลาด มีเพียงการถอดรหัสที่แตกต่างไปจากฝ่ายผู้ส่งเท่านั้น

คริสติน เมทซ์(Christine Metz)(1974)(เรื่องเดียวกัน) ได้ศึกษารหัสของโทรทัศน์โดยแยกแยะเปรียบเทียบกับรหัสของภาษาดังนี้

หน่วยที่เล็กที่สุดของภาษา คือ ตัวอักษร (Letter) + เสียง (Sound)/คำ (Word)/ประโยค(Sentence)/ย่อหน้า/บทความ

หน่วยที่เล็กที่สุดของโทรทัศน์ คือ ภาพ(Image)/ตัวอักษร(Written Language)/เสียง Voice)/ดนตรี(Music)/เสียงประกอบ (Sound Effects)

ในแต่ละระบบสัญญะย่อย ๆ เช่น สื่อภาพ สื่อเสียง สื่อบุคคล สื่ออักษรนั้นก็จะมีรหัสสำหรับถอดความหมายเฉพาะตัว เช่น สำหรับสื่อเสียง เสียงทุ้มย่อมให้ความหมายที่น่าเชื่อถือมากกว่าเสียงแหลม เป็นต้น

เดอ โซซู(1974) ได้แยกแยะประเภทและระดับของความหมายที่บรรจุอยู่ในสัญญะออกเป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์ความหมายโดยอรรถ และโดยนัยยะ แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้มุ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ความหมายแบบโดยนัยกล่าวคือ

ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) ได้แก่ ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่ม หรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล เช่น เวลาพูดถึง "แม่" บางคนอาจจะนึกถึงความอบอุ่น บางคนนึกถึงความเข้มงวด บางคนนึกถึงประสบการณ์อันขมขื่น (เพราะแม่ทิ้งลูกไป)

สิ่งที่นักสัญญะวิทยา เช่น อาร์ บาร์ธส์ (R. Barthes) (1967) สนใจศึกษามากที่สุดก็คือ ความหมายโดยนัย เนื่องจากความหมายดังกล่าวมีความสำคัญกับบุคคลอย่างแท้จริงทั้งในแง่ของการรับรู้ การถอดรหัส การตีความหมาย และความหมายโดยนัยนี้ยังสามารถแปรเปลี่ยนไปได้อีกมาก

มีงานวิจัยที่ประยุกต์เอาแนวคิดของ อาร์ บาร์ธส์ มาศึกษาหาความหมายของ "ช่วงระยะเวลาที่เป็นรอยต่อของการหยุดปรากฏภาพ"(Fade to Blank) กล่าวคือ หลังจากจบรายการแต่ละรายการในโทรทัศน์ จะมีช่วงเวลาหยุดปรากฏภาพ(ไม่มีภาพปรากฏ)ที่เรียกว่า "Blank" การวิจัยนี้ได้พบปรากฏการณ์ที่น่าสนใจว่า มีแบบแผนของการหยุดปรากฏภาพอยู่ 2 แบบ แบบแรกเป็นการปล่อยให้มีช่วงเวลาหยุดปรากฏภาพแบบปกติ แบบที่สอง เป็นการปล่อยให้มีช่วงเวลาหยุดปรากฏภาพนานกว่าปกติ และพบว่าแบบแผนทั้งสองมีความสัมพันธ์กับประเภทรายการด้วย กล่าวคือสำหรับรายการประเภทบันเทิงทั่วไป จะมีช่วงเวลาหยุดภาพแบบปกติ แต่ถ้าเป็นรายการสารคดีหรือการสัมภาษณ์บทสนทนาปัญหาทางเศรษฐกิจ/การเมืองที่เป็น Serious Program จะมีช่วงเวลาหยุดภาพแบบนานกว่าปกติ และหลังจากที่ผู้ส่งสารได้ใช้รหัสดังกล่าวบ่อยครั้งเข้า ฝ่ายผู้รับสารก็เริ่มสร้างความหมายโดยนัยว่า ช่วงเวลาใดที่มีช่วงเวลารอยต่อ ของการหยุดปรากฏภาพแบบนาน ๆ แปลว่ารายการก่อนหน้าช่วงเวลารอยต่อนั้นเป็นรายการที่ต้องการการย่อย (Digest) ต้องการการไตร่ตรองขบคิดอย่างลึกซึ้งพอสมควร เป็นต้น

มีงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่แสดงให้เห็นการแปรเปลี่ยนความหมายโดยนัยโดยการเปลี่ยนปริบทใหม่จากตัวบทเดิม เมื่อโทรทัศน์เผยแพร่ภาพข่าวของยานอวกาศแชนเลนเจอร์ระเบิดนั้น ความหมายโดยอรรถก็คงเป็นความหมายเดิมคือยานอวกาศระเบิด ในกรณีนี้ หากเป็นยานอวกาศของรัสเซีย เรามักจะได้เห็นปริบทของการใส่เสียงประกอบภาพข่าวว่า "นี่เป็นการระเบิดครั้งที่เท่าไหร่แล้ว มีนักบินอวกาศเสียชีวิตรวมกี่คนไปแล้ว" ทั้งหมดนี้เพื่อให้ความหมายโดยนัยว่า รัสเซียนั้นยังอ่อนด้อยในเรื่องความก้าวหน้าด้านอวกาศ หรือถูกตีความว่า รัสเซียคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตคนน้อยเกินไป แต่หากเป็นกรณีของยานอวกาศสหรัฐระเบิดบ้าง เรามักจะได้เห็นคำบรรยายประกอบภาพข่าวว่า "นักบินที่เสียชีวิตนั้นเป็นวีรบุรุษและวีรสตรีของชาวอเมริกัน เนื่องจากการออกไปท่องอวกาศนั้นเป็นการเสี่ยงภัยเพื่อประโยชน์สุขของมนุษยชาติทั้งมวล" ซึ่งทำให้ความหมายโดยนัยเปลี่ยนแปลงไป (และหากผู้ส่งสารเปลี่ยนสัญชาติไป การใส่รหัสความหมายโดยนัยก็ย่อมเปลี่ยนไปเช่นเดียวกัน)

นอกจากนี้ บาร์ธส์ ยังกล่าวถึงรายละเอียดของการตีความหมายขั้นที่ 2 นี้ว่าสามารถตีความหมายผ่านทาง ความเชื่อดั้งเดิม(Myth) สัญลักษณ์(Symbol)

<u>ความเชื่อดั้งเดิม</u> (Myth) ความเชื่อดั้งเดิมนั้นเป็นหมอนลูกโซ่ที่คล้องความคิด เช่น เรา

เชื่อว่าผู้หญิงไทยเป็นตัวแทนของความอ่อนโยน นุ่มนวล และบอบบาง ความเชื่อเช่นนี้เป็นวิธีคิดทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นความคิดรวบยอดในสื่อหนึ่งๆ แต่ความเชื่อดั้งเดิมนี้มีลักษณะเป็นพลวัต(Dynamism) คือเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วตามความต้องการ และค่านิยมทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป

สัญลักษณ์ (Symbol) บาร์ธส์ เรียกว่าวิธี Symbolic หรือการใช้วัตถุเป็นสัญลักษณ์เมื่อต้องการแสดงความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น กระโปรงของผู้หญิงได้ถูกใช้เป็นการแสดงถึงความอ่อนแอ ขี้ขลาด ดังนั้นถ้าผู้ชายถูกกล่าวหาว่านุ่งกระโปรงผู้หญิง ก็แสดงว่าชายผู้นั้นขี้ขลาด ไม่เป็นลูกผู้ชาย เป็นต้น

แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน

การตั้งคำถามนำการวิจัยในการศึกษาสื่อและสตรีตามทฤษฎีสื่อมวลชนนั้นได้พัฒนาออกไปอย่างซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ นอกจากเป้าหมายของการวิจัยจะมุ่งค้นหาว่ามีภาพสตรีแบบไหนปรากฏในสื่อ รวมทั้งภาพดังกล่าวนั้นได้สะท้อนหรือสื่อนัยยะไปถึง อะไรแล้ว ก็ยังมีคำถามใหม่ ๆ ที่ควรจะถามต่อไป เช่น

"ปัญหานำวิจัย" - ภาพดังกล่าวนั้นก่อตัวมาได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวถูกผลิตซ้ำขึ้นมาตอกย้ำอย่างซ้ำซาก (Reinforce) ได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวดำรงรักษาตัวเองให้หยุดนิ่ง (Maintain) ท่ามกลางความเป็นจริงที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร
- ภาพสะท้อนดังกล่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกับการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 เป็นช่วงทศวรรษแห่งการวิจารณ์ภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อที่มีทิศทางหนักไปในเชิงปริมาณ (ตามแนวทางของการวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงเวลาขณะนั้น) ข้อสรุปที่มักพบจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ ปริมาณของภาพผู้หญิงยังถูกนำเสนออยู่น้อยมาก (Under-Represented) โดยเฉพาะในรายการบางประเภท เช่น รายการข่าวสารคดี ภาพที่นำเสนอออกมามีลักษณะบิดเบี้ยว (Misrepresented) มีลักษณะเป็นแบบฉบับ (Stereotyped) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่สนใจในผู้หญิงของสื่อ (Ignorance) และเห็นว่าเรื่องผู้หญิงเป็นเรื่องไม่สำคัญ (Marginal)

หลังผ่านพ้นยุคสมัยของการศึกษาผลงานของสื่อมวลชนที่ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อดูภาพลักษณ์ที่สะท้อนออกมา ซึ่งผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็มักจะได้ผลตรงกันว่าเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์แบบเดิม ๆ ของผู้หญิง(การวิจัยเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชนของไทยกำลังอยู่ในช่วงประวัติศาสตร์ช่วงนี้) รวมทั้งการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารแล้ว ในยุคสมัยปัจจุบันได้เกิดกระแสใหม่ในการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับบทบาทหญิง-ชายแตกออกไปเป็น 2 กระแส คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน กับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผลงาน แต่วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาเจตนารมย์ของผู้ผลิตรายการเป็นสำคัญดังนั้นจึงใช้เฉพาะแนวการศึกษาในกระแสแรกเท่านั้น อันได้แก่ แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หลังจากตีแผ่การทำหน้าที่ของสื่อในการตอกย้ำภาพลักษณ์เดิม ๆ ของผู้หญิง มานับเป็นทศวรรษแล้ว กลุ่มผู้สนใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรีก็ได้เข้าใจว่า ในการเปลี่ยนแปลงเรื่องการสื่อสารนั้น แนวทางการศึกษาจะจับจ้องอยู่แต่เฉพาะส่วนปลายสุดคือ ผลงานสื่อเท่านั้นไม่ได้ หากทว่าจะต้องสาวไปหากระบวนการผลิตสื่อทั้งกระบวน รวมทั้งยังต้องพิจารณาว่า กระบวนการผลิตสื่อนั้นเกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและสังคมแบบหนึ่ง ดังนั้น นักสื่อสารแนวสตรีนิยมกลุ่มหนึ่งจึงเริ่มหันมาสู่การศึกษาเรื่องนโยบายสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรี การให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับการติดตั้งกลไกในระบบสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพื่อการใช้สื่ออย่างเคารพในศักดิ์ศรีมนุษย์

แนวทางของกลุ่มนี้ ค่อนข้างจะเน้นหนักไปในด้านตัวผู้ผลิตและกระบวนการผลิต ทั้งนั้นเนื่องจากพื้นฐานความเข้าใจที่อยู่เบื้องหลังที่ว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงที่ระดับตัวผู้ผลิต ย่อมมีผลสืบเนื่องมาถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานได้โดยตรง ตัวอย่างของงานวิจัยในลักษณะนี้ก็เช่นเรียลส์ (Reals)(1989)ได้ศึกษาเปรียบเทียบว่า หากผู้กำกับหนังเป็นผู้หญิงและผู้ชาย เนื้อหาของหนังจะออกมาแตกต่างกัน ผู้กำกับหนังสตรีจะไม่ค่อยแสดงฉากที่แสดงความก้าวร้าว (ถ้ามีก็เป็นเรื่องของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่)ตัวละครผู้หญิงจะมีลักษณะแอคทีฟกว่า มีความหลากหลายกว่า และมีบทบาทที่ยากต่อการทำนายล่วงหน้าได้ยากกว่าหนังที่กำกับโดยผู้ชายนี้เป็นจุดกำเนิดของแนวคิดที่ว่าแม้แต่ในเรื่อง "สุนทรียะ" ก็มิได้มีความเป็นกลางทางเพศ หากแต่มี "สุนทรียะแบบบุรุษ" และ "สุนทรียะแบบสตรี" ที่มีความแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวรรณกรรม และผลงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับภาพสะท้อนบทบาททางเพศทางรายการทางโทรทัศน์ในงานวรรณกรรมแขนงต่าง ๆดังนี้

งานวิจัยของไทย

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่องอาชีพของสตรีที่ปรากฏในละครโทรทัศน์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงประเภทของอาชีพสตรี และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดประเภทอาชีพและลักษณะการนำเสนอด้วย ทั้งนี้ได้ใช้ละครโทรทัศน์จำนวน 10 เรื่องที่ออกอากาศช่วงหลังข่าว 20.00 น. ทางช่อง 3,5 และ7 ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนเมษายน 2532 และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเทปโทรทัศน์ที่อัดไว้ทุกตอน

ผลการศึกษาพบว่าตัวละครสตรีหลักของเรื่องส่วนใหญ่มีอาชีพบริการ ได้แก่ แม่บ้าน คนรับใช้ เลขานุการ นักประชาสัมพันธ์โรงแรม ส่วนตัวละครหญิงที่มีอาชีพระดับบริหารในตำแหน่งสูงก็มิได้เป็นตัวสำคัญกับโครงเรื่อง และยังถูกนำเสนอในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนาต่อผู้ชม เมื่อเทียบกับตัวละครชายที่ล้วนมีอาชีพที่มีเกียรติ ได้แก่ แพทย์ เจ้าของเหมือง เจ้าของไร่ ข้าราชการระดับสูง เป็นต้น จึงสรุปได้ว่าการนำเสนออาชีพของตัวละครหญิงอยู่ในวงจำกัด (Limited) และเป็นแบบฉบับในการนำเสนอเรื่องอาชีพของตัวละครสตรีนั้นเป็นเพียงองค์ประกอบเล็กๆของตัวละคร และกลับเน้นเรื่องสถานภาพการแต่งงานหรือโสดมากกว่า จึงถือว่าความสำเร็จของตัวละครมาจากการได้แต่งงาน และฉากที่ปรากฏจะมีลักษณะเป็นฉากตัวแทน (Represented) มากกว่าฉากเหมือนจริง(Presented) ส่วนในเรื่องปัจจัยที่ทำให้เกิดการนำเสนอเช่นนี้ก็คือ ผู้บริหารสถานี ผู้ผลิตรายการ ตลอดจนผู้อุปถัมภ์รายการ ต่างคำนึงถึงเรื่องของเรตติ้ง และปล่อยให้พลังทางการตลาดมาเป็นตัวกำหนดเรื่องของละคร

การศึกษาเรื่องอาชีพสตรีในละครโทรทัศน์ครั้งนี้ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับภาพสะท้อนของผู้หญิง รวมทั้งผู้ชาย และบทบาทที่ได้รับจากสังคมในปริบทต่างๆอย่างชัดเจนและหลากหลาย ดังนั้นการวิเคราะห์เรื่องบทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์สามารถอาศัยรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดคุณสมบัติของบุคคลที่ปรากฏทางโทรทัศน์ให้อยู่ในเกณฑ์ที่สร้างขึ้น

ปัญจมา รักแต่งาม(2538) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาสตรีในระดับต่างๆ และการทำหน้าที่สนับสนุนเรื่องของบทบาทที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิง และผู้ชายในสังคมปัจจุบัน

ผลปรากฏว่าภาพสะท้อนของบทบาทสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 6 รายการได้นำเสนอภาพลักษณ์ใหม่มากกว่าบทบาทเดิมของสตรี และบทบาทสตรีในภาพลักษณ์ผสม นอกจากนี้ยังพบเรื่องของชนชั้นของสตรีว่า มีการนำเสนอเนื้อหาสำหรับสตรีกลุ่มชนชั้นกลางมาก

กว่าชั้นสูงและชั้นล่าง และผลการวิจัยที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ก็คือ ผลในเรื่องการเน้นนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในรายการโทรทัศน์เพื่อสตรีที่ปรากฏว่า มีการเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากที่สุด (ร้อยละ 48) รองลงมาคือ การพัฒนาระดับตนเอง(ร้อยละ 40) และระดับครอบครัวมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 12) อีกทั้งยังไม่ปรากฏการนำเสนอประเด็นเรื่องการศึกษา และเรื่องสิทธิสตรีได้นำเสนอเพียงครั้งเดียว ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 มีเพียงการเติบโตทางด้านปริมาณเท่านั้น แต่เนื้อหาที่นำเสนอยังไม่มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาสตรีในทางที่ถูกต้องเท่าที่ควร ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าเกิดจากข้อเสียของผู้ผลิตรายการที่ยังมีความคิดว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป และไม่คำนึงถึงความเท่าเทียมกันระหว่างเพศอย่างใด

จากการพิจารณาวิธีการวิจัยพบว่า ข้อสรุปที่ได้เกี่ยวกับข้อบกพร่องของผู้ผลิตรายการนั้นมิได้มาจากการสัมภาษณ์กับผู้ผลิตรายการหรือผู้ส่งสาร แต่เป็นข้อสรุปที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้น จึงทำให้การวิเคราะห์เรื่องบทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ครั้งนี้ต้องเพิ่มเติมวิธีการวิจัยให้ครอบคลุมไปถึงการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการด้วย ซึ่งข้อนี้ก็ได้อยู่ในข้อเสนอแนะของงานวิจัยของปัญจมา รักแต่งามด้วย

ศิริพร สะโครบาเนค และมันทนา อิทธินันทชัย (2528) วิจัยภาพลักษณ์ของสตรีในสื่อมวลชน พบว่า ในสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีหน้าสตรี(ไทยรัฐ และเดลินิวส์) ข่าวสตรีที่ได้รับความรุนแรงทางเพศจะปรากฏเป็นข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด ส่วนในหน้าสตรีซึ่งมีสตรีเป็นบรรณาธิการจะนำเสนอข่าวสตรีในเชิงบวก แต่เนื้อหาในคอลัมน์ที่เกี่ยวกับสตรีจะแสดงให้เห็นถึงบทบาทดั้งเดิมของสตรี ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าของความเป็นหญิง พรหมจารีย์ หรือต้องเป็นหญิงที่มีความอดทน และคอยปรนนิบัติสามี ถึงแม้ว่าสามีจะมีผู้หญิงอื่นและปฏิบัติตนไม่ดีก็ตาม ซึ่งนับเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าของสตรี และยังทำให้สตรีจำนวนมากคิดว่า ตนเป็นเพศที่ด้อยกว่า

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมษิต (2529) วิจัยบทบาทของนิตยสารสตรีในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี พบว่า ปริมาณความรู้เกี่ยวกับความเข้าใจและรู้จักวิถีชีวิตของเพื่อนมนุษย์ เป็นเนื้อหาที่นิตยสารสตรีนำเสนอมากที่สุด โดยสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน ส่วนบทบาทของนิตยสารสตรีในการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาสตรีนั้น เนื้อหาที่นำเสนอมากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี เช่น การดำเนินชีวิต การดูแลร่างกายและจิตใจ เป็นต้น และการมีส่วนร่วมในสังคม เช่น บทบาทในสังคม เป็นต้น

นพรัตน์ วงศ์กลฐต (2531) วิจัยบทบาทและสถานภาพสตรีในโฆษณาทางโทรทัศน์ พบว่า สตรีในโฆษณาทางโทรทัศน์จะถูกจำกัดให้แสดงบทของผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพมากที่สุด

รองลงมาได้แก่ บทบาทของแม่บ้าน บทบาทผู้หญิงทำงาน และบทบาทมารดา ตามลำดับ จากภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่สวยแต่ไร้อาชีพซึ่งถูกนำเสนอมากที่สุดนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการเสนอค่านิยมและความเชื่อที่ไม่ถูกต้องให้กับสตรีว่า ความงามเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในชีวิต และยังถือเป็นการลดคุณค่าและศักดิ์ศรีของสตรีด้วย

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน (2535) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง หรือวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ 3 รายการคือ รายการสี่ทุ่มแสควร์ รายการจันทร์กระพริบ และรายการทไวไลท์โชว์ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงลักษณะรายการดังกล่าว ตลอดจนกลยุทธ์ในการนำเสนอด้วย และเนื่องจากงานวิจัยเช่นนี้ยังไม่เคยมีการศึกษามาก่อนเพราะรายการดังกล่าวเพิ่งได้รับความนิยมในขณะนั้น ดังนั้นจึงมีการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับรายการประเภทวาไรตี้โชว์ และการนำเสนอรายการโทรทัศน์แบบต่างๆมาเป็นแนวทางการศึกษาในครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่ารายการโทรทัศน์วาไรตี้โชว์มีลักษณะเป็นรายการที่มีความหลากหลายในเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ โดยมุ่งเน้นการให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมเป็นหลัก และมักให้ความสำคัญกับวิธีการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาสาระ สำหรับเรื่องกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการในด้านเนื้อหาพบว่าทั้ง 3 รายการมีแนวเรื่อง และขอบเขตของเนื้อหาสาระคล้ายกัน คือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตและผลงานของบุคคลที่มีชื่อเสียง ดนตรีและเพลง เรื่องตลก ศิลปการแสดงและเหตุการณ์จริง ต่อประเด็นเรื่องการนำเสนอทั้ง 3 รายการมีความแตกต่างกันดังต่อไปนี้ รายการสี่ทุ่มแสควร์ใช้วิธีการนำเสนอแบบบทเปิด(Improvisation) ไม่เคร่งครัดในบท(Unscripted) และกฎเกณฑ์ในการผลิต แต่ใช้จินตนาการจากสถานการณ์จริง สำหรับรายการจันทร์กระพริบได้ใช้วิธีการนำเสนอค่อนข้างเป็นทางการ(Formal) เคร่งครัดในบท(Scripted) เน้นคุณภาพในการผลิต ใช้วิธีการดำเนินเรื่องแบบละคร(Dramatisation) คล้ายกับรายการสี่ทุ่มแสควร์ แต่เน้นการนำเสนอเรื่องที่แปลกใหม่ทันสมัย และท้าทายความรู้สึก และมีจุดเด่นที่การใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสืบเสาะความรู้(Investigation) ซึ่งคล้ายกับวิธีการสืบสวนสอบสวนของตำรวจหรือทนายความ พิธีกรใช้คำถามแบบถามตรงๆ ถามนำ ถามหลอกล่อ ยั่วแหย่ ตะล่อมถาม และการถามแบบคาดไม่ถึง

แนวคิด และผลการศึกษาบางประการในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ได้ดี เนื่องจากแนวคิดที่ใช้ในการศึกษามีเนื้อหาค่อนข้างละเอียดเกี่ยวกับธรรมชาติ และการนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์อันสามารถครอบคลุมไปถึงรายการทอล์คโชว์ด้วย โดยเฉพาะเนื้อหาจากผลการวิจัยยังสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์บทบาทหญิง-ชายในรายการจันทร์กระพริบ และทไวไลท์โชว์ได้เช่นกันเนื่องจากทั้ง 2 รายการได้รวมอยู่ในกลุ่มตัวอย่างด้วย

งานวิจัยต่างประเทศ

ผลงานชิ้นแรกชื่อ Format Media Analysisนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ใน "โครงการเพื่อความเท่าเทียมกันเสมอภาค 2523" หรือ"Equality Project 1978" โดยองค์กรกระจายเสียงสวีเดน (The Swedish Broadcasting Corperation) และยังเป็นกรอบในการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ที่มีอยู่เพื่อกำหนดบทบัญญัติเกี่ยวกับการผลิตรายการดังกล่าว โดยเน้นไปที่การศึกษาวิเคราะห์ถึงประเด็นเรื่องบทบาททางเพศในรายการละครที่เป็นเรื่องแต่งขึ้น ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยครั้งนี้จึงอาศัยกรอบ และเกณฑ์บางส่วนเท่านั้นมาทำการศึกษาร่วมกับแนวคิดการวิเคราะห์สื่อกับสตรีในทฤษฎีนิเทศศาสตร์เชิงสตรีนิยม และการวิเคราะห์ความหมายแบบโดยนัย

การศึกษาตามแนวนี้แบ่งออกได้เป็น 4 ประเด็นหลัก คือ

1. จำนวนของหญิง และชายที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์
2. ลักษณะต่างๆของหญิง และชาย
    2.1. กิจกรรม และอาชีพ
    2.2. ความสนใจเฉพาะของตัวละคร
    2.3. บุคลิกภาพส่วนบุคคล
3. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร
4. ข้อสรุปเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทั้งหญิง และชาย ทั้งที่สรุปอย่างชัดเจน และนัยแฝงไว้

เพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ จึงกำหนดให้ตัวละครมีความหมายครอบคลุมถึงบุคคลที่ปรากฏอยู่ในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ด้วย

ผลการวิจัยโดยองค์กรกระจายเสียงของสวีเดนนี้สามารถอธิบายลักษณะของตัวละครแต่ละตัว โดยใช้คำจำกัดความดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางอารมณ์
    1.1. อารมณ์แบบผู้หญิง ได้แก่ ซาบซึ้งในความรัก วิตกกังวล หวาดกลัว ขี้โมโห
    1.2. อารมณ์แบบผู้ชาย ได้แก่ ก้าวร้าว เข้มแข็ง เย็นชา ไม่ชอบเก็บตัวเงียบ
2. ความสามารถ
    2.1. ความสามารถแบบผู้หญิง : ไม่มั่นใจ อ่อนแอ เปราะบาง ไม่สนใจสิ่งรอบข้าง และยอมทำตามผู้อื่น
    2.2. ความสามารถแบบชาย : เข้มแข็ง รอบรู้ ฉลาดเฉลียว เอาตัวรอด ทำอะไร

อย่างมีจุดหมาย มีวิธีการ เชื่อมั่นในตัวเอง และตัดสินใจด้วยตัวเอง

3. ค่านิยมเรื่องบทบาททางเพศตามแบบฉบับ (Stereotype) ได้แก่
   3.1. ผู้หญิงจะแสดงความสนใจในบรรยากาศส่วนตัว เช่น บ้าน ครอบครัว ความรัก
   3.2. ผู้ชายจะแสดงความสนใจในบรรยากาศสังคมมากกว่า เช่น กิจกรรมนอกบ้าน
   3.3. ผู้หญิงควรสนใจในกิจกรรมภายในบ้านมากกว่างานนอกบ้าน
   3.4. ผู้ชายควรสนใจกิจการงานอาชีพมากกว่างานในบ้าน

การวิจัยของ เมเยอร์ และคณะ (Meyer et al)(1978) เรื่อง Women in July Fourth Cartoons: A100-Year Look ซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาเรื่องราวของผู้หญิงย้อนกลับไปเป็นเวลานานผ่านสื่อการ์ตูนทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรก โดยมุ่งค้นหาพัฒนาการของสตรีอเมริกันตลอดปี 100 ปีระหว่างปี 1861-1976 และเพื่อทราบถึงทัศนะของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อผู้หญิงตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ในการทบทวนวรรณกรรมของ เมเยอร์ และคณะพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาบทบาท สถานภาพ และพฤติกรรมของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทต่างๆนั้นได้ผลออกมาใกล้เคียงกัน คือ ถึงแม้ว่าลักษณะทางกายภาพของตัวละครสตรีจะใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริง แต่สิ่งที่อาจเรียกได้ว่าบิดเบือนไปก็คือ บทบาทของผู้หญิงในสังคม และสถานภาพบางอย่าง เช่น ภาพของสตรีในสื่อมวลชนมีเพียงอาชีพแม่บ้านเพียงอย่างเดียว หรือถ้าเป็นการทำงานนอกบ้านก็มีแต่อาชีพของเพศหญิง คือนางพยาบาล ครู เลขานุการ ฯลฯ ทั้งที่ในความเป็นจริงผู้หญิงก็ประกอบอาชีพอื่นอีก เช่น วิศวกร สถาปนิก นักวิทยาศาสตร์ ทนายความ ฯลฯ แต่สื่อมวลชนยังย้ำภาพพจน์ของผู้หญิงตามค่านิยมเดิม

ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมๆแล้วการ์ตูนเสนอภาพผู้ชายเพศเดียวร้อยละ 65 แต่ผู้หญิงมีปรากฏเพียงร้อยละ 15 เท่านั้น และผู้หญิงที่ปรากฏในภาพการ์ตูนบ่อยครั้งที่สุดคือ เทพีสันติภาพ ส่วนในด้านลักษณะของผู้หญิงดูภาพรวมแล้งพบว่าเดิมผู้หญิงปรากฏเป็นรองผู้ชายอย่างมากในระยะแรกๆ เช่น เป็นเพียงคนดูการจุดดอกไม้ไฟในงานฉลองวันชาติเท่านั้น แต่ในที่สุดสตรีก็เริ่มมีความสำคัญขึ้นในภายหลัง แต่กระนั้นก็ยังต้องพึ่งพาผู้ชายอยู่ดี

ภาพของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอมากที่สุดในการ์ตูนมีบุคลิกที่ซื่อตรงต่อกฎระเบียบ และน่าขบขัน รองลงมาคือลักษณะที่เหมือนจริง และหลังจากปี 1950 ก็มีลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้น ส่วนเรื่องบทบาทที่ถูกนำเสนอนั้นมักเป็นภาพของผู้หญิงที่แสดงกิจกรรมของแม่บ้าน และเป็นรองผู้ชาย นั่นหมายถึงเป็นประเภทธรรมเนียมนิยม (Tradition) มากที่สุด แต่ในช่วง 1940-1970 ภาพของผู้หญิงเปลี่ยนมาเป็นตรงข้ามอย่างชัดเจน คือเป็นพวกที่ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมนิยม (Non-Tradition) และ ตัวแทนความจริง (Representational)มากขึ้นอย่างชัดเจน รวมถึงเป็น

ภาพแทนความคิดหลัก เช่น สิทธิเสรีภาพ

คณะผู้วิจัยกล่าวว่า การที่ภาพของผู้หญิงในการ์ตูนมีมากขึ้น บางคนให้เหตุผลว่า หนังสือพิมพ์จะต้องทำตามใจผู้อ่าน นั่นก็คือ ในยุคแรกผู้อ่านส่วนมากเป็นชาย ดังนั้นการเสนอภาพของผู้หญิงบ่อยครั้งจะทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่า หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆเป็นหนังสือของผู้หญิง แต่มองอีกแง่มุมหนึ่งก็คือ ปริบททางสังคมได้เกิดความเคลื่อนไหวใหม่ๆของผู้หญิงหลายครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรี หรือการต่อสู้เพื่อเรียกร้องในปัญหาอื่น เช่นการต่อต้านสงคราม เหล่านี้ทำให้ภาพของผู้หญิงซึ่งเคยเป็นภาพในอุดมคติต้องเปลี่ยนไป ท้ายสุดคณะผู้วิจัยได้ให้ข้อสรุปว่าไม่ว่าจะมีภาพผู้หญิงปรากฏมากหรือน้อย และในลักษณะใดก็ตาม ผู้หญิงเหล่านั้นจะเป็นตัวแทนของความคิดหลักอย่างหนึ่งของสังคมอเมริกัน คือ เสรีภาพ

และแนวความคิดเกี่ยวกับผู้หญิงในการศึกษาเรื่อง Women in July Fourth Cartoons: A 100-Year Look นี้ เป็นประโยชน์ต่อการสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์บทบาทผู้หญิง และผู้ชายในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ เนื่องจากแนวคิดนี้สามารถนำไปสู่ข้อสรุปของคำตอบของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ ลักษณะของผู้หญิงที่ปรากฏ ซึ่งแยกออกเป็น 3 ประเภท คือ การใช้อำนาจ (Dominence), บุคลิกภาพ (Appearance) และ บทบาททางเพศที่แสดง (Role)

บัสบี้ (Busby) (1975) ศึกษาเกี่ยวกับบทบาททางเพศในสื่อมวลชน (Sex Role Research on the Mass Media) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาทางโทรทัศน์ และพบว่าจากเนื้อหาแสดงให้เห็นว่าลักษณะบทบาทของสตรีมีตามลำดับดังนี้ สตรีต้องรับภาระในบ้าน, สตรีต้องตกอยู่ใต้อำนาจของบุรุษ, สตรีต้องขึ้นอยู่กับบุรุษ, สตรีเป็นเพศที่เชื่อฟัง หัวอ่อน, สตรีโง่ และ สตรีเป็นวัตถุทางเพศ

กัลเกอร์ (Gallagher)(1980) ศึกษาภาพพจน์สตรีที่สะท้อนออกมาจากสื่อมวลชนโดยศึกษาจากประเทศในแถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ จีนและฟิลิปปินส์ พบว่า พฤติกรรมของสื่อที่มีต่อสตรีนั้นแคบและมีอคติมาก สตรีและปัญหาของสตรีถูกมองว่าไม่มีคุณค่า เนื้อหาของสื่อจะเสนอสตรีในลักษณะที่เฉื่อยชา ไม่มีอิสระและถูกจำกัดให้อยู่ในอำนาจของผู้ชาย

กัลเกอร์(1981) ศึกษาสตรีกับสื่อ เรื่องโอกาสที่ไม่เท่าเทียมกัน พบว่า ภาพสะท้อนของสตรีในสื่อมวลชนส่วนมากมีลักษณะแนวเดียวกัน คือ ภาพสะท้อนในด้านลบและคงไว้ซึ่งสภาพที่แสดงถึงความไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงและชาย ฉะนั้นภาพสะท้อนของสตรีในสื่อต่างๆจึงอยู่ในขอบเขตจำกัด มีบทบาทเฉพาะในบ้านและครอบครัว และถูกถ่ายทอดออกมาให้ด้อยกว่าบุรุษทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

I17968070