

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์



นาย ชญานทัต วงศ์มณี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE IMAGE OF WOMEN REFLECTED IN TELEVISION DRAMA'S
PUBLIC RELATIONS NEWS

MR. CHAYATAT VONGMANEE

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละคร
โทรทัศน์

โดย


นายชญาณ์ทัต วงศ์มณี

สาขาวิชา

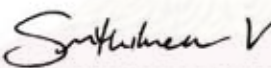
การประชาสัมพันธ์

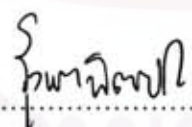
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

.......... คณะบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.......... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม)

.......... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา)

.......... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล)

ชญาภัตต์ วงศ์มณี : ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์.
(THE IMAGE OF WOMEN REFLECTED IN TELEVISION DRAMA'S PUBLIC
RELATIONS NEWS) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. รุ่งนภา พิตรปรีชา, 196 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์
ละครโทรทัศน์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมุ่งศึกษาในหนังสือพิมพ์รายวัน 2 ชื่อฉบับ คือ ไทยรัฐ
เดลินิวส์ และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 2 ชื่อฉบับ คือ ทิวพูล สตาร์นิวส์

ประเด็นที่ใช้เป็นกรอบการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของผู้หญิงมีทั้งสิ้น 10 ประเด็น ได้แก่ 1)
รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง 2) อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง 3) การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง
4) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน 5) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย 6) บริบทของผู้หญิง 7)
ระดับของผู้หญิง 8) สถานะของผู้หญิง 9) บทบาทของผู้หญิง 10) อาชีพของผู้หญิง

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคือรูปลักษณ์ภายนอกใน
ทิศทางบวก 2) อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคืออารมณ์ความรู้สึกในทิศทางลบ 3)
การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคือการเห็นคุณค่าในตนเองในทิศทางลบ 4)
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่ปรากฏมากที่สุดคือปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ 5) ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง
ผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏมากที่สุดคือปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ 6) บริบทของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุด
คือบริบทภายในบ้าน 7) ระดับของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคือระดับธรรมดา 8) สถานะของผู้หญิงที่
ปรากฏมากที่สุดคือสถานะผู้ถูกกระทำ 9) บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคือบทบาทวัตถุทาง
เพศ 10) อาชีพของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดคือไม่ปรากฏอาชีพ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนิสิต.....สุดัญญา วงศ์มณี.....
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....รุ่งนภา พิตรปรีชา.....

5184664928 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : IMAGE / WOMEN / TELEVISION DRAMA / PUBLIC RELATIONS NEWS

CHAYATAT VONGMANEE : THE IMAGE OF WOMEN REFLECTED IN TELEVISION

DRAMA'S PUBLIC RELATIONS NEWS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF.

RUNGNAPAR PITPREECHA, 196 pp.

This research aims to realize the image of women reflected in television drama's public relations news. Using quantitative research method by content analysis technique, data are collected from two daily newspapers including Thairath and Daily News, and two weekly entertainment magazines including TV Pool and Star News.

Frames to indicate the image of women are included, 1) The appearance of women. 2) The emotion of women. 3) The self – actualization of women. 4) The interaction among women. 5) The interaction between women and men. 6) The context of women. 7) The level of women. 8) The status of women. 9) The role of women. 10) The occupation of women.

Results show that 1) The appearance of women is mostly presented positively. 2) The emotion of women is mostly presented negatively. 3) The self – actualization of women is mostly presented negatively. 4) The Interactions among women is mostly presented negatively. 5) The Interaction between women and men is mostly presented negatively. 6) The context of women is mostly presented in domestic world. 7) The level of women is mostly presented in normal level. 8) The status of women is mostly presented passively. 9) The role of women is mostly presented in sex-object. 10) The occupation of women is mostly presented in non-occupation.

Department :Public Relations.....

Student's Signature.....*Chayatit Vongmanee*.....

Field of Study :Public Relations.....

Advisor's Signature.....*Rungnapar Pitpreecha*.....

Academic Year :2009.....

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รศ. รุ่งนภา พิตรปรีชา ที่กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ความรู้ที่อาจารย์จุดประกายให้ ผมตั้งใจจะใช้เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์

ขอกราบขอบพระคุณ อ.ดร. สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม และ อ.ดร. ธาตรี ใต้ฟ้า พูล ที่กรุณาเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งชี้แนะให้งานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่เปี่ยมเพาะความรู้และความใฝ่รู้ รวมทั้งปลูกฝังความเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดี

ขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่ห้องสมุด เจ้าหน้าที่ถ่ายเอกสาร ที่อำนวยความสะดวกให้ตลอดการศึกษา

ขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมรุ่นทุกคนสำหรับมิตรภาพและน้ำใจที่มีให้ตลอด 2 ปีและจะมีให้กันตลอดไป ยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รู้จักทุกคน

ขอบพระคุณครอบครัวอันเป็นที่รักสำหรับความเชื่อมั่นและศรัทธาที่มีให้ตลอดชีวิต ผมจะทำได้ได้อย่างไรเมื่อทุกคนเชื่อมั่นในตัวผมว่าผมต้องทำได้ แล้วผมก็ทำได้จริงๆ

ขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจให้เสมอ ขอบคุณพี่เดือนและพี่โอบอลสำหรับความรักและความเข้าใจที่มีให้น้องชายคนนี้ ขอขอบคุณหวอด แมน พีร์ม เพื่อนแท้ที่อยู่เป็นเสียงหัวเราะเสมอแม้ในภาวะที่ชีวิตต้องประกาศสภาวะฉุกเฉิน ขอขอบคุณเพื่อนสำหรับศรัทธาที่มีให้กันและกัน ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาธิตเกษตร ธรรมศาสตร์ และชาว Facebook ที่ส่งกำลังใจมาให้ ต้นไม้แห่งมิตรภาพที่เราช่วยกันปลูกขึ้น ผมจะรักษามันให้เติบโตเป็นต้นไม้ที่แข็งแรงและสวยงามตลอดไป

ขอบคุณพี่โยและเบงค์ที่ทำให้มีสมาธิจดจ่ออยู่กับการวิจัยโดยไม่สนใจอย่างอื่น

ตั้งใจเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยชิ้นนี้จะช่วยต่อยอดความรู้ให้ผู้ที่สนใจ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์.....	5
กรอบการวิจัย.....	6
ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดภาพลักษณ์.....	9
ทฤษฎีสตรีนิยม.....	12
แนวคิดเรื่องข่าวและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	34

	หน้า
แนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคม.....	42
แนวคิดเรื่องจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	52
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	66
วิธีสุ่มตัวอย่าง	66
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	67
การทดสอบความเชื่อมั่น	67
การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
ประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์ข้อมูล	69
การวิเคราะห์ข้อมูล	70
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ประเด็นที่ 1 : รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง.....	72
ประเด็นที่ 2 : อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง.....	75
ประเด็นที่ 3: การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง.....	78
ประเด็นที่ 4 : ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน.....	81
ประเด็นที่ 5 : ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย.....	84
ประเด็นที่ 6 : บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง.....	87
ประเด็นที่ 7 : ระดับของผู้หญิง.....	90
ประเด็นที่ 8 : สถานะของผู้หญิง.....	93
ประเด็นที่ 9 : บทบาทของผู้หญิง.....	96
ประเด็นที่ 10 : อาชีพของผู้หญิง.....	100
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	

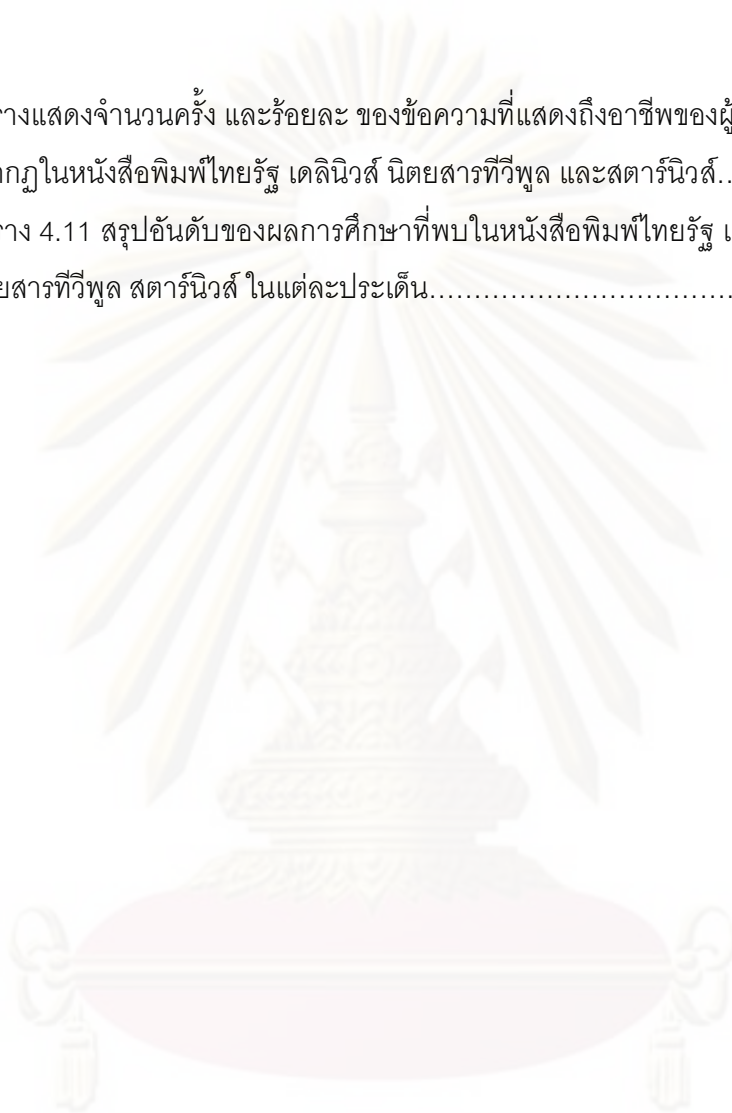
	หน้า
สรุปผลการวิจัย	109
อภิปรายผลการวิจัย	111
ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป	163
รายการอ้างอิง	164
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet)	171
ภาคผนวก ข ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์	182
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	196

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	73
4.2 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	76
4.3 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	79
4.4 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	82
4.5 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	85
4.6 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงบริบทของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	88
4.7 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงระดับของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	91
4.8 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงสถานะของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	94
4.9 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	98

ตาราง	หน้า
4.10 ตารางแสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงอาชีพของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์.....	101
4.11 ตาราง 4.11 สรุปอันดับของผลการศึกษาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และนิตยสารทีวีพูล สตาร์นิวส์ ในแต่ละประเด็น.....	103



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของ Westley and MacLean	41



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ความไม่เสมอภาคทางเพศโดยที่ผู้หญิงตกเป็นฝ่ายด้อยกว่าเป็นปัญหาที่ยังรากลึกในสังคมทั่วโลกเป็นเวลานาน และเป็นบ่อเกิดของปัญหาสารพัดทั้งทางตรงและทางอ้อมตามมา ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาสตรีจึงเป็นประเด็นที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญอย่างยิ่ง

ในระดับสากล เมื่อปี พ.ศ. 2543 นั้น 189 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ได้มารวมตัวกันในการประชุมสุดยอดแห่งสหประชาชาติขององค์การสหประชาชาติ ที่นครนิวยอร์ก เพื่อยืนยันหลักการสากลเรื่องการพัฒนาที่มีคนเป็นศูนย์กลางและการพัฒนาคนอย่างยั่งยืน ในการประชุมครั้งนี้ ผู้นำรัฐได้ตกลงตั้งจุดหมายในการพัฒนาที่ทุกประเทศจะต้องบรรลุให้ได้ภายในปี พ.ศ. 2558 เป้าหมายดังกล่าวเรียกว่า เป้าหมายแห่งการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (Millennium Development Goals) ซึ่งหนึ่งในเป้าหมายนั้นก็คือ การส่งเสริมบทบาทสตรีและความเท่าเทียมกันทางเพศ (สำนักกิจการสตรีและครอบครัว, 2552 : 3)

ในปี พ.ศ. 2538 UNGASS หรือ United Nations General Assembly Special Session ได้จัดการประชุมว่าด้วยเรื่องเกี่ยวกับสตรี (Women's conference) ณ กรุงปักกิ่ง ซึ่งที่ประชุมได้ออกปฏิญญาปักกิ่ง (The Beijing Platform for Action: BPFA) แผนปฏิบัติการปักกิ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของนานาชาติต่อการสร้างความเสมอภาคหญิงชาย ได้มีการเน้นย้ำถึงการสร้างความเสมอภาคหญิงชาย (Gender Mainstreaming) อย่างชัดเจน ทำให้ประเด็นบทบาทหญิงชายและเสมอภาคกลายเป็นกระแสที่นานาชาติรวมทั้งองค์กรระหว่างประเทศต่างให้ความสำคัญ และถือเป็นเป้าหมายหลักที่ต้องดำเนินการให้บรรลุผล ปฏิญญาปักกิ่งประกอบด้วยกรอบการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นสตรีในมิติต่างๆ 12 ประเด็น ได้แก่ สตรีกับความยากจน สตรีกับการศึกษา สตรีกับสิทธิมนุษยชน สตรีกับความรุนแรง สตรีกับสื่อมวลชน สตรีกับสงคราม สตรีกับการมีอำนาจตัดสินใจ สตรีกับสุขภาพ สตรี

กับสิ่งแวดล้อม สตรีกับเศรษฐกิจ กลไกของสังคมในการเพิ่มความก้าวหน้าให้แก่สตรี และประเด็นเรื่อง เยาวชนหญิง (สำนักกิจการสตรีและครอบครัว, 2552 : 2-3)

การประชุมดังกล่าว ประเทศไทยได้ให้การรับรองปฏิญญาและแผนปฏิบัติการปักกิ่ง (Beijing Declaration and Platform for Action) ครั้งนี้ รวมถึงให้การรับรองเอกสารผลลัพธ์การประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยพิเศษครั้งที่ 23 เรื่อง “สตรี 2000 : ความเสมอภาคทางเพศ พัฒนาการและสันติภาพของศตวรรษที่ 21” (Women 2000 : Gender equality, Development and Peace for the Twenty First Century) เมื่อปี พ.ศ. 2543 ซึ่งได้มีการทบทวนการปฏิบัติตามปฏิญญาและแผนปฏิบัติการปักกิ่งอีกด้วย (กระทรวงต่างประเทศ, 2548)

นอกจากนั้น ในระดับอาเซียน ประเทศไทยได้ลงนามในปฏิญญาว่าด้วยการขจัดความรุนแรงต่อสตรีในภูมิภาคอาเซียน (Declaration on the Elimination of Violence against Women in the ASEAN Region) ในการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียน ครั้งที่ 37 (37th ASEAN Ministerial Meeting) เมื่อวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2547 ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย (กระทรวงต่างประเทศ, 2548)

ย่อยลงมาสู่แผนระดับชาติ สำหรับประเทศไทยนั้น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) ได้ระบุให้สตรีเป็นกลุ่มเป้าหมายพิเศษกลุ่มหนึ่งที่ต้องเร่งรัดพัฒนา จนมีการจัดทำแผนพัฒนาสตรีระยะยาวขึ้นเป็นฉบับแรกในปี พ.ศ. 2525 – 2544 และได้ปรับปรุงเป็นแผนพัฒนาสตรีระยะยาวฉบับที่สองขึ้นในปี พ.ศ. 2535 – 2554 โดยการดำเนินงานของคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) (ชนัญชี่ กาญจนอุไรโรจน์, 2538 : 2)

ในปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) มีเป้าประสงค์ที่จะเสริมสร้างและปรับเปลี่ยนเจตคติในสังคมไทยไปสู่สังคมที่มีความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย คนในสังคมมีการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของการเคารพศักดิ์ศรีและคุณค่าความเป็นมนุษย์ มีเจตคติที่เอื้อต่อการส่งเสริมบทบาทของหญิงชายในการร่วมพัฒนาประเทศ ทั้งหญิงและชายได้รับความเป็นธรรม อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ผู้หญิงได้รับโอกาสในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มพลังใน

ตน และมีส่วนร่วมทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร และการปกครองอย่างเต็มที่ และเต็มศักยภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

จากที่กล่าวมาข้างต้นคงจะทำให้เห็นได้ว่า การพัฒนาสตรีเป็นประเด็นที่ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยเห็นพ้องต้องกันว่าต้องตระหนักถึงความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง และจำเป็นต้องหาทางขจัดความไม่เสมอภาคทางเพศออกไปจากสังคม

กลไกหนึ่งที่ทั้งในระดับสากลและในระดับประเทศมีความเห็นว่า ควรต้องมีบทบาทในการพัฒนาสตรีและสร้างความเสมอภาคทางเพศก็คือ สื่อมวลชน

ที่ประชุม UNGASS คาดหวังให้สื่อมวลชนมีบทบาททั้งในระดับสาธารณะและระดับสื่อมวลชน กล่าวคือ สื่อมวลชนต้องทำหน้าที่กระตุ้นให้ทุกหน่วยของสังคมตระหนักถึงสิทธิมนุษยชนของสตรี ส่งเสริมการเสนอภาพลักษณ์ที่สมดุลและไม่ยึดติดกับบทบาทดั้งเดิมของสตรี องค์กรสื่อมวลชน องค์กรเอกชน และภาคเอกชน ควรมีส่วนส่งเสริมให้มีการแบ่งภาระรับผิดชอบในครอบครัวอย่างเสมอภาค และผลิตสื่อที่แสดงให้เห็นบทบาทนานาประเภทของสตรีที่เป็นผู้นำ สื่อมวลชนทุกหนทุกแห่งมีศักยภาพที่จะช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี โดยอาจจัดสร้างกลไกควบคุมดูแลตนเองเพื่อขจัดรายการที่แสดงบทบาทหญิงชายอย่างมีอคติทางเพศ อาจมีการเสริมพลังให้สตรีโดยเพิ่มทักษะ ความรู้ และการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ, 2540)

ในทำนองเดียวกัน ยุทธศาสตร์หนึ่งของแผนพัฒนาสตรีในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) ที่ใช้เพื่อการเสริมสร้างเจตคติด้านความเสมอภาคระหว่างหญิงและชายก็คือ การประสานความร่วมมือของสื่อมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและเจตคติที่ถูกต้องเหมาะสม และให้ผู้ทำงานด้านสื่อมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องความเสมอภาค เพื่อร่วมกันกำหนดกรอบหลักเกณฑ์ และความเหมาะสมในการนำเสนอ ติดตาม เฝ้าระวัง สร้างกระแส และกระตุ้นให้ทุกส่วนระวังสื่อที่เป็นภัยและไม่เหมาะสม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

สาเหตุที่สื่อมวลชนจำเป็นต้องตระหนักถึงบทบาทในการพัฒนาสตรีก็เพราะว่า สื่อมวลชนได้สร้างผลกระทบต่อความเป็นหญิง ดังที่ซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) กล่าววาทะอันลือลั่นไว้ในหนังสือของเธอชื่อ “เพศที่สอง” (The second sex) ว่า “คนเรานั้นไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง แต่ถูกทำให้เป็นผู้หญิง” ซึ่งหมายความว่า “การเป็นผู้หญิง” นั้นมิได้ติดตัวมาตามธรรมชาติแต่กำเนิด แต่ “ถูกทำให้เป็นไป” จากสังคมและวัฒนธรรม สังคมมีสถาบันต่างๆ ที่ช่วยกันปรุงแต่งความเป็นผู้หญิง ซึ่งสื่อมวลชนก็เป็นอีกหนึ่งสถาบันที่ทรงอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นผู้หญิง (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 3)

แสดงให้เห็นว่า นอกจากสื่อมวลชนจะ “สะท้อน” สิ่งที่เป็นไปในสังคมแล้ว สื่อมวลชนยัง “สร้าง” ความเป็นหญิงขึ้นมาในการขัดเกลาทางสังคมอีกด้วย สื่อมวลชนสร้างภาพลักษณ์ความเป็นหญิงขึ้นมาอย่างไร ก็จะมีผลต่อโลกทัศน์ของผู้รับสารที่มีต่อผู้หญิงด้วย สื่อมวลชนจึงอาจเป็นทั้งผู้สร้างผู้พัฒนา และผู้ทำลายภาพลักษณ์ของผู้หญิงได้แทบทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชนอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่มีการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ ใดๆ ที่ข่าวประชาสัมพันธ์คือสิ่งที่อยู่ในสื่อมวลชนเหมือนกัน เพราะฉะนั้น ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร ก็ย่อมมีผลการสร้างความเป็นผู้หญิงเช่นกัน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เป็นอย่างไร โดยมุ่งศึกษาไปที่ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงมาโดยตลอด และละครแต่ละเรื่องจำเป็นต้องมีข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจให้คนอยากดูละคร ในขณะที่ทั่วโลกกำลังเรียกร้องความเสมอภาคทางเพศอยู่นั้น ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่สะท้อนออกมาจากข่าวประชาสัมพันธ์นั้นกำลังบ่งชี้ว่าผู้หญิงเป็นอย่างไร ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์เล็งเห็นถึงบทบาทของตัวเองในการพัฒนาสตรีและสังคมต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัญหานำวิจัย

ภาพลักษณ์ของสตรีในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มีลักษณะเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

ขอบเขตของการวิจัย

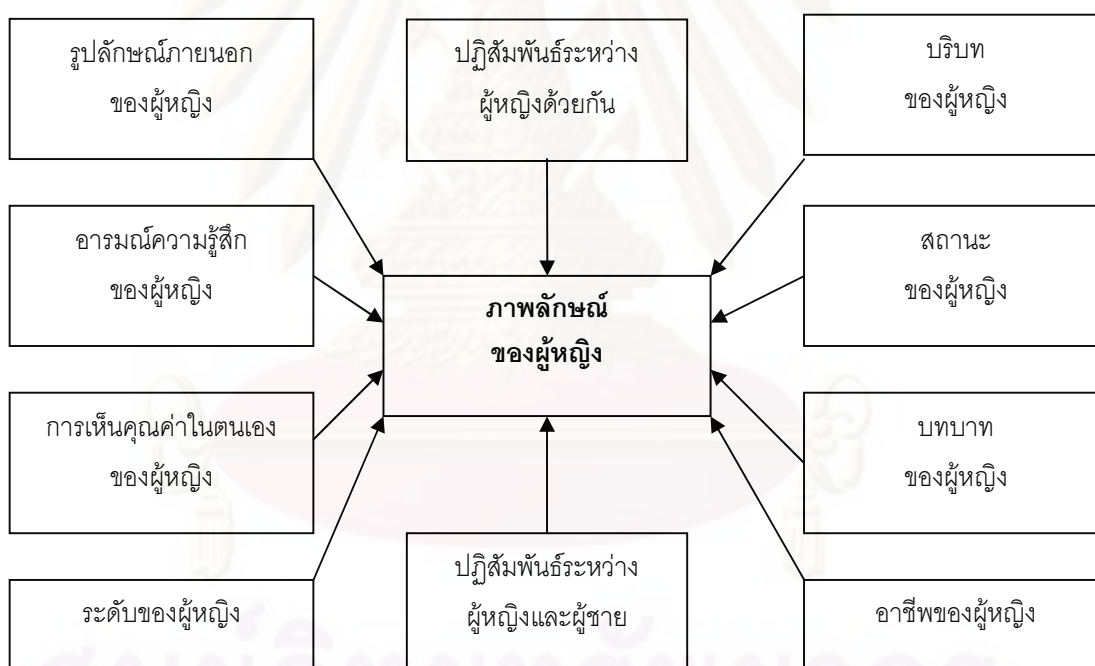
การวิจัยครั้งนี้ศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครหลังข่าว ในหนังสือพิมพ์ที่มียอดการจำหน่ายสูงสุด 2 ชื่อฉบับคือ ไทยรัฐ และ เดลินิวส์ และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ที่มียอดการจำหน่ายสูงสุด 2 ชื่อฉบับคือ ทีวีพูล และ สตาร์นิวส์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2552 – 31 ธันวาคม 2552 เป็นเวลา 1 ปี

นิยามศัพท์

1. ภาพลักษณ์ของผู้หญิง หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้อ่านหลังจากการอ่านข่าว
2. ข่าวประชาสัมพันธ์ ในที่นี้มุ่งศึกษาเฉพาะข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำเท่านั้น
3. ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ หมายถึง ละครไทยที่ออกอากาศหลังข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7 และโมเดิร์นไนน์ โดยออกอากาศในช่วงเวลาตั้งแต่ 20.30 น. – 22.30 น.
4. ประเด็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ผู้หญิง ได้แก่
 1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง หมายถึง หน้าตา อายุ รูปร่าง การแต่งกาย ลักษณะภายนอกของผู้หญิง
 2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในใจผู้หญิงต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตรงหน้า
 3. การมองเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง หมายถึง ความตระหนักถึงคุณค่าที่มีในตัวของผู้หญิง
 4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน หมายถึง การจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้หญิง

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย หมายถึง การจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงต่อผู้ชาย
6. บริบทของผู้หญิง หมายถึง สถานที่ที่ผู้หญิงอยู่ในขณะนั้น
7. ระดับของผู้หญิง หมายถึง ระดับชั้นทางสังคมของผู้หญิง
8. สถานะของผู้หญิง หมายถึง ตำแหน่งแห่งที่ของผู้หญิงที่อยู่ในการกระทำ
9. บทบาทของผู้หญิง หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมที่ผู้หญิงกำลังกระทำอยู่
10. อาชีพของผู้หญิง หมายถึง หน้าที่การงานของผู้หญิง

กรอบการวิจัย



ข้อตกลงเบื้องต้นในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในฐานะเป็นผลผลิตสุดท้ายที่ออกเผยแพร่สู่สาธารณชนแล้ว โดยไม่คำนึงว่าผู้ที่เขียนชื่อนั้นจะเป็นนักข่าวหรือนักประชาสัมพันธ์

เนื่องจากถือว่าชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่เผยแพร่โดยสื่อมวลชนแล้วมีนักประชาสัมพันธ์เป็นผู้กำหนดว่าจะเลือกประชาสัมพันธ์เผยแพร่จากใดในละครโทรทัศน์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยครั้งนี้ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ได้ตระหนักถึงบทบาทของตนต่อการพัฒนาสตรี อันอาจนำไปสู่แนวทางการสร้างกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาสตรีในงานประชาสัมพันธ์ได้ต่อไป
2. การวิจัยครั้งนี้ช่วยกระตุ้นให้สื่อมวลชนตระหนักว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างจากสังคม โดยเฉพาะสื่อมวลชน

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์” (The Image of Women Reflected in Television Drama’s Public Relations News) ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์
2. ทฤษฎีสตรีนิยม
3. แนวคิดเรื่องข่าวและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
4. แนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคม
5. แนวคิดเรื่องจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์

ความหมายของ “ภาพลักษณ์” คำว่า “Image” นี้ นักวิชาการตะวันตกได้บัญญัติขึ้นใช้และมีการศึกษาอย่างกว้างขวางมาเป็นเวลานานแล้ว ซึ่งในภาษาไทยได้มีการบัญญัติศัพท์ขึ้นใช้แทนหลายคำ เช่น ภาพพจน์ จินตภาพ และภาพลักษณ์

Kenneth Boulding (1961: 1-9) ให้นิยามของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้ ภาพลักษณ์ เป็นความรู้และความรู้สึกของเราต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากประสบการณ์ที่ประกอบไปด้วย “ข้อเท็จจริง” และ “คุณค่า” ที่เราเป็นผู้ให้รวมกันอยู่ เขาเสนอว่า บุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบๆ ตัวที่เราได้ประสบความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลนี้จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่างๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้นซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เราจึงมักต้องตีความหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของเรามีต่อสิ่งต่างๆ ในโลก และพฤติกรรมของเราจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทัศนคติ (Attitudes) โดยทัศนคติถือเป็น “อักษณาสัย” (Predisposition) หรือแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำลักษณะใดลักษณะหนึ่งเพื่อตอบสนองสิ่งเร้าหนึ่ง ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะหนึ่งๆ ซึ่งภาพลักษณ์เองก็จัดเป็นอักษณาสัยเช่นกัน แต่เป็นอักษณาสัยที่จะนำไปสู่การรับรู้และตีความสิ่งเร้า หากทัศนคติเป็นสิ่งที่โน้มนำ (Orientation) ที่นำไปสู่พฤติกรรมที่สามารถมองเห็นได้ ภาพลักษณ์ก็เป็นสิ่งที่โน้มนำให้เกิดการรับรู้และตีความ ซึ่งเป็นกระบวนการในระดับความรู้ที่นึกคิดที่ไม่สามารถมองเห็นได้

แม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง (Dynamic of image) แต่เมื่อเกิดภาพลักษณ์ใดแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะการเปลี่ยนแปลงนั้นจะไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยาก แต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคลเพื่อให้เขาเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้น ข้อมูลนั้นอาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อเดิม ทัศนคติเดิม และค่านิยมของ

บุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไปนั้นอาจจะถูกคิดว่าผิด หรือเป็นการบิดเบือนไปได้ (อ้างถึงใน วิรัชต์ แสงดาว นาย, 2531: 11-12)

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของ Image ไว้ดังนี้

- แบบจำลองภาพของคน หรือสิ่งของ เช่นรูปปั้นหรือภาพเหมือน
- สิ่งจำลองที่บุคคลได้รับจากสิ่งที่เห็นว่าเป็นจริงเหมือนอย่างที่ยืนยันเป็นจริง ๆ
- รูปร่างลักษณะภายนอก
- สิ่งที่แสดงออกมาผ่านการสัมผัสหรือปรากฏด้วยสายตาหรือสถาปัตยกรรมที่ปรากฏให้เห็น
- ภาพในจิตใจ ซึ่งเป็นภาพในใจที่ประทับใจ ได้รับความรู้สึกที่ตอบสนองบางสิ่ง หรือความหมายในใจทั่วไปที่ให้กับคนที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม
- ทศนคติที่มีต่อสิ่งบางสิ่ง หรือความทรงจำในจิตใจ ซึ่งถูกสร้างขึ้น
- ความคิดหรือแนวคิด
- สิ่งที่ปรากฏชัด สัมผัสได้ง่าย (Editorial Staff, 1976:1128 อ้างถึงใน รวมพล สายอรุณ, 2541 : 4)

รวมพล สายอรุณ, (2541 : 4-5) ให้นิยามคำว่า “ภาพลักษณ์” หมายถึง ภาพที่บุคคลมีในใจ ที่สะท้อนสิ่งต่างๆ หรือคน หรือกลุ่มออกมา โดยสามารถแยกออกได้เป็น ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น ลักษณะภายนอกที่สังเกตเห็นได้ สัมผัสได้ และภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ทศนคติ ความคิด หรือความเชื่อซึ่งสัมผัสไม่ได้ ที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องตรงตามความเป็นจริงเสมอไป

องค์ประกอบและการก่อตัวของภาพลักษณ์

องค์ประกอบและการก่อตัวของภาพลักษณ์ อาจแยกได้ 4 ส่วน ซึ่งจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันจนไม่สามารถแยกออกเป็นส่วนๆ ได้อย่างเด็ดขาด และจะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้ประสบมา

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้น จะนำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตัวเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้ และเชิงความรู้สึก

ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์จะเริ่มจากมีสิ่งที่ถูกสังเกต หรือสิ่งที่ถูกรับรู้ ซึ่งอาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ ผ่านเข้ามาทางช่องทางการรับรู้ อันได้แก่ การรับสัมผัสทั้งห้าของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อมที่ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลที่ได้จากการสังเกตที่ผ่านมาโดยผ่านกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตด้วยนั้น นำไปสู่การสร้างความรู้ ซึ่งมีการแยกแยะตามลักษณะ ประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่างๆ นั้น เป็นความรู้ที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกต หรือความรู้ที่สร้างขึ้นเองนี้จะเกี่ยวพันกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทศนคติ ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น แสดงออกมาในรูปแบบของความผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย (Kenneth Boulding, 1975: 1-6)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ทฤษฎีสตรีนิยม (Feminism)

เพศสภาพ (Gender) นับเป็น “วัฒนธรรม” ที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด อย่างไรก็ตาม ในที่นี้ จำเป็นต้องแยกความแตกต่างระหว่าง “เพศตามธรรมชาติ” (Sex) กับ “เพศสภาพ” (Gender) ออกจากกันให้เห็นชัดเจน ในขณะที่ “เพศตามธรรมชาติ” นั้นเป็นลักษณะที่ติดตัวมาโดยธรรมชาติ ที่เห็นเด่นชัดที่สุดคือ การมีอวัยวะเพศที่บ่งบอกว่าบุคคลนั้นเป็นหญิงหรือชาย แต่ “เพศสภาพ” นั้นเป็นลักษณะทางเพศที่เกิดจากการประกอบสร้างของสังคมและวัฒนธรรม (Socially & Culturally Construct) ดังนั้น จึงแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม แต่ละยุคสมัย ในวัฒนธรรมหนึ่ง ผู้หญิงอาจถูกกำหนดให้มีอุปนิสัยอ่อนแอ เจ้าอารมณ์ รักเด็ก ฯลฯ แต่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ผู้หญิงอาจถูกกำหนดให้แข็งแรง กล้าหาญ ชอบทำสงคราม เช่น ผู้หญิงในเผ่าอะเมซอน (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 474)

เพศสภาพมิใช่ลักษณะที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หากทว่าเกิดจากการประกอบสร้างของสังคมและวัฒนธรรมที่ดำเนินงานผ่านการทำงานของสถาบันและกลไกต่างๆ ของสังคม เริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว โรงเรียน ที่ทำงาน ศาสนา และสำหรับสังคมยุคใหม่ก็ยอมรับเอาสถาบันสื่อมวลชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่ง จากต้นกำเนิดที่เกิดจากการประกอบสร้างของสังคม วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเพศสภาพจึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ และจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาด้วยการกระทำของสถาบันทางสังคม/วัฒนธรรมนั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 474)

ทฤษฎีสตรีนิยม ถือกำเนิดขึ้นในประเทศตะวันตกช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 เพื่อต่อสู้คัดค้านความไม่เสมอภาคระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย คัดค้านค่านิยมของสังคมที่ให้ค่าความเป็นมนุษย์แก่เพศชาย เพราะเป็นเพศที่มีสติปัญญาฉลาดและเป็นประโยชน์ต่อสังคม พื่อลดอคติทางเพศ และปลดปล่อยผู้หญิงให้มีความอิสระมากขึ้น ในหนังสือเรื่อง “เพศที่สอง” (The Second Sex) ของ Simone de Beauvoir นักเขียนสตรีนิยม ได้สะท้อนความคิดความเชื่อที่ว่าสถานภาพความไม่เท่าเทียมระหว่างหญิงชายในสังคม เป็นผลสืบเนื่องมาจากระบบสังคมวัฒนธรรมไม่ใช่จากธรรมชาติ ความเสมอภาคทางเพศจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงระบบโครงสร้างของสังคมอย่างจริงจัง (อมรสิริ สันต์สุวิฑูกุล, 2534 : 77)

สตรีนิยม (Feminism) มีความหมายกว้างๆ หมายถึง การเคลื่อนไหวเพื่อความเท่าเทียมกัน ด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจของหญิง โดยสามารถแยกออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ การเคลื่อนไหว ซึ่งหมายถึง การทำงานเป็นกลุ่ม องค์กร เพื่อทำตามเป้าหมายให้สำเร็จ โดยเป้าหมายนี้ก็คือ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมือง โดยได้มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า สตรีนิยม (Feminism) ไว้ต่างๆ กันดังนี้ (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 3 – 5)

ซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir :1949) นักสตรีนิยมชาวฝรั่งเศสกล่าวว่า สตรีนิยมหมายถึง ผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ ที่ต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงสถานภาพของสตรี ผู้หญิงและผู้ชายนั้นมีความแตกต่างกันทางสรีระ เป็นความแตกต่างกันตามธรรมชาติ แต่ไม่ยอมรับว่าธรรมชาติ “ความเป็นหญิง” และ “ความเป็นชาย” นั้นมีอยู่จริง หรือติดตัวมาตั้งแต่เกิด เธอยืนยันว่าแท้ที่จริงการอบรมเลี้ยงดูเด็กผู้หญิงและเด็กผู้ชายให้แตกต่างกันต่างหากที่มีบทบาทในการกำหนดและสร้างสภาพแห่งความเป็นหญิงกับความเป็นชายอย่างเห็นได้ชัดเจนนั่นเอง จึงกล่าวได้ว่า สังคมมีอิทธิพลเหนือเด็กทั้งหญิงและชายอย่างเห็นได้ชัด เพราะสังคมได้หล่อหลอมเด็กๆ ตั้งแต่วัยทารกให้เป็นไปตามความประสงค์ของวัฒนธรรมในสังคมนั้น ความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชายที่ถูกหล่อหลอมขึ้นมาตัวเอง เป็นสาเหตุให้ผู้หญิงต้องตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบอยู่ตลอดเวลา

การที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะต่อสู้เพื่อความเสมอภาคนั้น เป็นเพราะทัศนคติและค่านิยมของสังคมได้ฝังรากลงลึกมาก จนทำให้ผู้หญิงยอมรับสถานภาพที่ต่ำต้อยกว่าของตนเองโดยดูขี้สำหรับ การต่อสู้เพื่อความเสมอภาคในทัศนะของซีโมนั้น หมายถึง ผู้หญิงจะต้องต่อสู้เพื่อผู้หญิงด้วยกัน ไม่ใช่ต่อสู้เพื่อเข้าไปยึดตำแหน่งหน้าที่ของผู้ชาย แต่เพื่อเปลี่ยนแปลงสถานภาพของผู้หญิงส่วนใหญ่ เพื่อให้การกดขี่ การเอารัดเอาเปรียบ การเลือกปฏิบัติต่อผู้หญิงหมดไปจากสังคม ตลอดจนเพื่อให้ผู้หญิงได้มีโอกาสในสังคมในฐานะมนุษย์คนหนึ่งอย่างเต็มภาคภูมิเท่าเทียมกับผู้ชาย

ลีน่า โดมินเนลลี (Lena Dominelli) ให้ความหมายไว้ว่า ไม่มีผู้อยู่เหนือและผู้อยู่เบื้องล่าง ทุกคนต้องได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันไม่ว่าจะหญิงหรือชาย ความสัมพันธ์ทางสังคมที่เคยมีในลักษณะความไม่เสมอภาคที่แบ่งแยกเพราะเพศ จำเป็นต้องได้รับการเปลี่ยนแปลงใหม่

ลินดา กาดอน (Linda Gadon) ได้ให้ความหมายว่า สตรีนิยมเป็นการวิเคราะห์สถานะที่ด้อยกว่าของผู้หญิง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะค้นหาว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสามารถดำเนินการได้อย่างไร

ไมเท อาลบิสตูร์ และดาเนียล อาร์โมกาเท (Maite Albistur and Daniel Armogathe) ได้สรุปว่า สตรีนิยม หมายถึงการวิเคราะห์หรือการกระทำใดๆ ที่มีจุดยืนว่าความสัมพันธ์ระหว่างหญิงและชาย เป็นความสัมพันธ์ที่ขัดแย้ง ซึ่งผู้หญิงเป็นฝ่ายเสียเปรียบและมีเป้าหมายที่จะทำความเข้าใจในสาระเพื่อการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน ความไม่เสมอภาคระหว่างผู้หญิงและผู้ชายก่อให้เกิดปัญหาหลายประการทั้งปัญหาในระดับจุลภาค ได้แก่ ปัญหาครอบครัว จนถึงระดับมหภาค ได้แก่ ชุมชน และสังคมส่วนรวม

Offen (1988) เสนอว่า ความหมายของสตรีนิยมมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับบุคคลที่นำไปใช้ แต่สามารถพบความหมายร่วมกันได้ว่า เป็นความพยายามที่จะวิพากษ์วิจารณ์และปรับปรุงสถานภาพที่เสียเปรียบของผู้หญิงที่สัมพันธ์กับผู้ชายในสถานการณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะหนึ่งๆ

Arneil (1999) มองว่า สตรีนิยมเป็นความตระหนักว่า ไม่ว่าเวลาหรือสถานที่ใด ผู้ชายและผู้หญิงมีความไม่เท่าเทียมกันทางอำนาจ ทั้งในทางสังคมและในชีวิตส่วนตัว และเป็นความเชื่อที่ว่า ความรู้ที่ดำรงอยู่ในสังคมได้เขียนขึ้นโดยผู้ชาย และเพื่อผู้ชาย เพราะฉะนั้น ความรู้ของสำนักต่างๆ ที่มีอยู่จำเป็นต้องมีการทบทวนใหม่

Eisenstein (1984) เสนอว่า สตรีนิยมเป็นการวิเคราะห์ความเป็นรองของผู้หญิงโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาหนทางที่จะเปลี่ยนแปลงสภาพนี้ เป็นการวิพากษ์การจัดระดับความสูงต่ำทางเพศ และความคิดเกลียดชังหรือเหยียดผู้หญิง (Misogony) สตรีนิยมตระหนักถึงความเป็นชายขอบและพยายามที่จะเอาชนะมัน

Shewin (1988) สรุปว่า สตรีนิยม หมายถึงทั้งที่เป็นระบบคิดและขบวนการทางสังคมที่พยายามจะเปลี่ยนแปลงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะตั้งอยู่บนการวิเคราะห์ที่ว่าผู้ชายอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบ และผู้หญิงอยู่ในสภาพที่เป็นรอง

จากทัศนะต่างๆ ข้างต้น แนวคิดสตรีนิยมจึงหมายถึง ความเชื่อในเรื่องของสิทธิและความเท่าเทียมกันระหว่างหญิงและชาย รวมทั้งความเชื่อที่ว่าผู้หญิงควรมีอิสระในการตัดสินใจ เป็นตัวของตัวเอง และไม่ตกอยู่ในสถานะที่ด้อยกว่าผู้ชาย ดังนั้นสตรีนิยมจึงเป็นเรื่องของความพยายามที่จะทำให้เกิดความเสมอภาคระหว่างหญิงและชาย ไม่ใช่ความพยายามที่จะทำให้บทบาทหรือความดีเด่นของเพศชายลดลง แต่เป็นความพยายามที่จะส่งเสริมทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างชายและหญิง เพื่อให้เห็นคุณค่าในความเป็นมนุษย์ ไม่ว่าจะหญิงหรือชายต่างก็มีภาระหน้าที่ที่สำคัญเท่าเทียมกันต่อครอบครัวและสังคม เพราะผู้หญิงไม่ได้มีค่าน้อยกว่าผู้ชาย

ดังนั้น แนวคิดสตรีนิยม จึงเกิดขึ้นจากความไม่เสมอภาคระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และได้ถูกแบ่งแยกเป็นเพศชายกับเพศหญิง โดยมนุษย์เพศชายถือกว่าเป็นผู้ที่มีสิทธิ์ที่แข็งแกร่งกว่า และสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการแบ่งแยก การปฏิวัติฝรั่งเศสเป็นจุดเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์แห่งการเรียกร้องสังคมก้าวเข้าสู่ยุคโลกสมัยใหม่ มหาชนที่อยู่ตามประเทศต่างๆ ได้ลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิความเป็นมนุษย์เพื่ออิสรภาพอันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ท่ามกลางความเคลื่อนไหวดังกล่าวได้ส่งผลถึงเรื่องความเป็นมนุษย์ที่มีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกันระหว่างหญิงกับชาย การลุกขึ้นเรียกร้องสิทธิความเสมอภาคทางสังคมของขบวนการสตรีเป็นสิ่งที่ชอบธรรมและถูกต้องด้วยเหตุผล เพราะคงจะไม่มีใครรู้และเข้าใจถึงความเหลื่อมล้ำและการเอาเปรียบทางเพศได้ดีเท่ากับผู้หญิง เนื่องด้วยเป็นเพศที่ถูกกระทำมาเป็นเวลานาน ประเด็นปัญหาต่างๆ ที่ผู้หญิงเป็นผู้ถูกกระทำได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นในการประท้วงเพื่อต่อสู้เรียกร้องความเท่าเทียมกัน

โดยแนวคิดของการเคลื่อนไหวเพื่อสิทธิและการปลดปล่อยสตรี สามารถแบ่งกลุ่มย่อยของสตรีนิยมออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism)

สตรีนิยมสายเสรีนิยมถือเป็นสำนักคิดแรกของสตรีนิยม และได้รับอิทธิพลทางความคิดจากแนวคิดเสรีนิยม โดยความเชื่อพื้นฐานของเสรีนิยมคือ มนุษย์มีความแตกต่างจากสัตว์อื่นๆ ตรงที่มนุษย์มีความสามารถในการมีเหตุผล นักเสรีนิยมเชื่อในความเป็นปัจเจกบุคคลที่มีเหตุผล แต่ปัจเจกบุคคลเหล่านั้นก็มีผลประโยชน์ส่วนตัวด้วย เพราะฉะนั้นรัฐจำเป็นต้องกำหนดกฎเกณฑ์หรือกฎหมายให้คนปฏิบัติตามเพื่อการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม แต่รัฐก็ต้องมีขอบเขตที่จะไม่เข้าไปล่วงละเมิดปริมณฑลส่วนตัวของปัจเจกบุคคล (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 61)

สตรีนิยมแนวคิดนี้มีความเชื่อว่า แท้จริงแล้วชายและหญิงมีความสามารถไม่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่ทำให้เพศหญิงและเพศชายแตกต่างกันคือ การกำหนดบทบาทชายและหญิงด้วยการปลูกฝัง ชัดเจน และอบรมบ่มเพาะทางสังคม การจำกัดบทบาทของผู้หญิงโดยอาศัยการแบ่งแยกทางเพศแบบมีอคติ ตลอดจนความเชื่อ ประเพณี และกฎหมาย จึงเป็นเรื่องที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้หญิง สตรีนิยมแนวนี้ยืนยันว่า สถานะทางสังคมควรจะถูกกำหนดโดยความสามารถและทักษะของปัจเจกบุคคล และวัดโดยความสำเร็จของบุคคลในการแข่งขันกับบุคคลอื่น

การต่อสู้แบบสตรีนิยมแนวเสรีนิยม เป็นการประยุกต์เอาหลักการเสรีนิยม นั่นคือ เสพอากาศ ยุติธรรม และเสรีภาพมาใช้ในการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรี โดยมองว่าผู้หญิงก็เป็นชนชั้นหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นความเสมอภาคก็เป็นความเสมอภาคระหว่างชนชั้นผู้หญิงและชนชั้นผู้ชาย นอกเหนือจากชนชั้นทางสังคมที่แต่ละชนชั้นก็มีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย กลุ่มสตรีนิยมแนวนี้จึงมองว่า ผู้หญิงเป็นกลุ่มหรือชนชั้นหนึ่ง เพราะเป็นกลุ่มหรือชนชั้นที่ถูกเลือกปฏิบัติบนพื้นฐานของความเป็นเพศหญิง ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะชนชั้นทางสังคมที่รวยหรือจน มีการศึกษาหรือไม่ก็ตาม การใช้กรอบการมองฐานะและบทบาทของสตรีในเรื่องทางเพศ (Sex - class) และการเลือกปฏิบัติทางเพศ (Gender Discrimination) ทำให้กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมเน้นการต่อสู้ไปที่ความเสมอภาค ตลอดจนความเท่าเทียมในสิทธิทางการเมือง (กรวิภา บุญเชื้อ, 2537)

เป้าหมายหลักของสตรีนิยมเสรีนิยมนี้ จึงอยู่ที่ความเท่าเทียมกันทางเพศระหว่างหญิงและชาย และส่งเสริมให้ผู้หญิงมอง “เสรีภาพ” ให้มากขึ้น กลุ่มนี้จึงต่อต้านการแบ่งแยกบทบาททางเพศที่มีมาก

ไป และมองผู้หญิงในลักษณะแบบ “กลุ่ม” (Group) แทนที่จะมองในฐานะ “ปัจเจกชน” (Individual) กลุ่มนี้มองว่าหากคิดว่าผู้หญิงควรทำงานก็ทำได้ไม่คัดค้าน แต่ถ้าผู้หญิงจะถูกขืนมาทำงานอื่นๆ ตามผู้ชายบ้างก็ไม่ควรถูกกีดกัน และผู้หญิงควรมีสติทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และกฎหมาย โดยไม่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมทั้งหมดเพื่อ “อิสรภาพ” ของผู้หญิง และไม่ได้คิดว่าทุกคนต้องได้รับการปลดปล่อยพร้อมๆ กัน และยังเชื่อว่าการปลดปล่อยผู้หญิงก็เท่ากับเป็นการปลดปล่อยผู้ชายด้วย เพราะผู้หญิงสามารถช่วยทำงานของผู้ชายได้ และผู้ชายก็ควรช่วยแบ่งเบาการทำงานหนักในบ้านของผู้หญิงด้วย (กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน, 2547 : 14)

แม้ว่านักปรัชญาด้านเสรีนิยมที่มีชื่อเสียงเช่น Rousseau จะเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนเกิดมาอย่างรู้จักใช้เหตุผล แต่ทว่านักปรัชญาผู้ยิ่งใหญ่ทั้งหลายก็มักจะมีจุดบอดเรื่องเสรีนิยม เนื่องจาก Rousseau คิดว่าผู้หญิงเป็นมนุษย์ที่ไม่ค่อยรู้จักใช้เหตุผลเท่าใดนัก และนักสตรีนิยมแนวเสรีนิยมคนแรกๆ เช่น Mary Wollstonecraft ได้ตอบได้ว่า หากเรามองเห็นลักษณะด้อยทางปัญญาของผู้หญิงปรากฏอยู่จริงๆ แล้ว นี่ก็มิใช่เป็นเพราะธรรมชาติของผู้หญิงเป็นเช่นนั้น หากแต่เป็นเพราะการขาดโอกาสทางการศึกษาต่างหาก (สาเหตุเรื่องการขาดโอกาสเป็นแนวทางการวิเคราะห์หลักของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม) นักปรัชญาที่สนับสนุนความเท่าเทียมของสตรีที่รู้จักดีอีกท่านหนึ่งในยุคนี้คือ John Stuart Mill และ Harriet Taylor ทั้งสองท่านนี้เน้นในเรื่องความสามารถของผู้หญิงที่เท่าเทียมกับผู้ชาย และวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้หญิงตกอยู่ในสถานะที่ด้อยกว่าว่าเกิดมาจากเงื่อนไขทางกฎหมายและจริยธรรม ดังนั้นทางแก้ไขจึงเป็นไปตามสาเหตุที่วิเคราะห์คือ ต้องแก้ไขกฎหมายในเรื่องสิทธิของสตรีในเรื่องทรัพย์สินและกฎหมายอื่นๆ ในด้านจริยธรรมนั้น ต้องให้โอกาสทางการศึกษาที่เท่าเทียมแก่ผู้หญิง และต้องเรียกร้องความเห็นใจจากผู้ชาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 480)

กระแสการต่อสู้ของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมนี้มีผลทำให้เกิดการให้สิทธิแก่สตรีในการศึกษาในระดับต่างๆ อย่างเสมอภาคกับบุรุษ รวมทั้งสิทธิในการออกเสียงทางการเมือง กระแสการต่อสู้ดังกล่าวยังคงต่อเนื่องจนกระทั่งถึงศตวรรษที่ 20 ทิศทางของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมก็เคลื่อนที่ออกไปอีกก้าวหนึ่ง (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 481)

นักสตรีนิยมแนวเสรีนิยมรุ่นศตวรรษที่ 20 ที่รู้จักกันดี เช่น Betty Frieden (1963) ได้จุดประเด็นเกี่ยวกับความไม่เสมอภาคของสตรีในยุคสมัยใหม่หลังจากที่ต่อสู้จนชนะในหลักการเรื่อง “Equal work equal pay” และ “Equal right equal vote” มาแล้ว เนื่องจากในสังคมอเมริกันช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น ผู้หญิงอเมริกันจำนวนมากต้องทำงานเป็นแม่บ้าน ทำให้ขาดโอกาสในการพัฒนาชีวิตอย่างมาก และอคติต่างๆ เกี่ยวกับเพศก็ยังคงดำรงอยู่ Frieden จึงเรียกร้องให้ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้าน และรณรงค์ให้มีการเปลี่ยนแปลงอคติต่างๆ ที่มีต่อผู้หญิง เช่น ความสามารถในการเป็นผู้นำ การรู้จักใช้เหตุผล ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 481)

อาจสรุปความคิดพื้นฐานโดยรวมของสตรีนิยมสายเสรีนิยมได้ดังนี้คือ (Lowe and Benston 1992)

1. เชื่อในความเหมือนกันระหว่างเพศ กล่าวคือ ผู้หญิงและผู้ชายโดยพื้นฐานมีความเป็นมนุษย์ที่เหมือนกัน
2. เชื่อในความเท่าเทียมกันทางเพศหรือความยุติธรรมระหว่างเพศ โดยเรียกร้องให้มีโอกาสที่เท่าเทียมในการแข่งขันภายในระบบสังคมที่เป็นอยู่ โดยเฉพาะในปริมนทลสาธารณะ ให้ความสำคัญกับการต่อสู้ทางกฎหมาย ทางการเมืองและทางสถาบัน เพื่อสิทธิของปัจเจกบุคคลในการแข่งขันในตลาดสาธารณะ และมองว่าถ้าให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่ผู้หญิงแล้ว ผู้หญิงจะเป็นเช่นผู้ชายได้ทุกอย่าง
3. การให้อิสระแก่ผู้หญิงจากบทบาทความเป็นเพศที่ถูกกดขี่ บทบาทความเป็นเพศที่สังคมกำหนด เช่น ผู้หญิงเป็นคนดูแลบ้าน ดูแลลูก ผู้ชายหาเลี้ยงครอบครัว ทำให้ผู้หญิงไม่มีที่อยู่ในสังคม และเป็นการกำหนดที่ไม่เท่าเทียมกัน จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข
4. การต่อสู้ที่สำคัญสำหรับนักสตรีนิยมสายนี้คือการต่อสู้ผ่านการแก้กฎหมายเป็นส่วนใหญ่ หรือเรียกร้องการแก้ไขในแนวสังคมสงเคราะห์ เช่น การจัดให้มีสถานรับเลี้ยงเด็กของรัฐในการช่วยเหลือผู้หญิง และเชื่อว่าถ้ามีการแก้กฎหมายให้เท่าเทียมกันแล้ว ผู้หญิงสามารถมีความเท่าเทียมกับผู้ชายโดยไม่จำเป็นต้องแก้ไขสถาบันทางสังคมอื่นๆ อีก กล่าวคือ เน้นการเปลี่ยนแปลงสังคมเชิงปฏิรูปกฎหมายและสังคมมากกว่าการปฏิวัติหรือเปลี่ยนแปลงที่โครงสร้างหรือระบบสังคมทั้งหมด
5. ยอมรับในการแทรกแซงของรัฐ เช่น การกำหนดโควตาพิเศษให้ผู้หญิงในกรณีต่างๆ เช่น ในการรับเข้าทำงาน ในการเป็นตัวแทนทางการเมือง หรือการลาคลอด โดยให้เหตุผลว่าโดยพื้นฐาน

ผู้หญิงไม่ได้แตกต่างจากผู้ชาย แต่กลับถูกสังคมปฏิเสธโอกาสบนพื้นฐานของเพศผู้หญิง เพราะฉะนั้นถือว่าเพศของผู้หญิงก่อให้เกิดความด้อยโอกาส เป็นอุปสรรคในการแข่งขันและการยอมรับในเรื่องสติปัญญา ดังนั้นจึงเป็นความชอบธรรมในการที่รัฐจะเข้ามาแทรกแซงในการออกกฎระเบียบพิเศษสำหรับผู้หญิง

6. เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงที่จิตสำนึกของปัจเจกบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้การกดขี่ผู้หญิงหมดไป

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์สาเหตุของการไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมนั้น จะอยู่ที่การขาดโอกาสทั้งด้านการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านบทบาทและอื่นๆ ดังนั้นหนทางแก้ไขจึงต้องเพิ่มโอกาส เพิ่มการศึกษา และเพิ่มบทบาทของผู้หญิงให้มากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2540)

อย่างไรก็ตาม สำนักคิดนี้ก็ถูกวิจารณ์หลายประเด็นเช่นกัน Eisensein (1981) กล่าวว่า การที่สตรีนิยมสายเสรีนิยมมีพื้นฐานความคิดมาจากเสรีนิยม ซึ่งให้ความสำคัญกับเสรีภาพของปัจเจกบุคคล ทำให้มองชีวิตของปัจเจกแต่ละคนอย่างไม่เชื่อมโยงถึงกัน และไม่เชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ ทางเพศ และทางชาติพันธุ์ด้วย การมองมนุษย์และสิ่งต่างๆ อย่างแยกออกจากกันเป็นการสนับสนุนการแบ่งเป็นคู่ตรงข้ามของโลกของผู้หญิงและโลกของผู้ชาย โลกส่วนตัวและโลกสาธารณะ และการเมืองถูกมองในฐานะรัฐบาลที่ไม่เชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ทางอำนาจของระบบชายเป็นใหญ่ทุนนิยมและอคติทางชาติพันธุ์ ในขณะที่ธรรมชาติทางสังคมของการกดขี่ผู้หญิงนั้นไม่ใช่ปัญหาของปัจเจกบุคคล การกดขี่ผู้หญิงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยสังคม ปัจเจกเป็นเพียงส่วนหนึ่งของปัญหาเท่านั้น ดังนั้นการจะทำความเข้าใจการกดขี่ผู้หญิง ต้องมองให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสถานะของผู้หญิงคนหนึ่งกับผู้หญิงคนอื่นๆ ในสังคม และความสัมพันธ์ของผู้หญิงกับผู้ชาย และกับสิ่งอื่นๆ ของสังคม นอกจากนี้ การที่ผู้หญิงได้รับความเท่าเทียมกับผู้ชายทางกฎหมาย ไม่ได้หมายความว่าความเท่าเทียมกันจะเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันด้วย เช่น ไม่มีกฎหมายใดระบุว่าผู้หญิงต้องเป็นผู้ดูแลลูก แต่ผู้หญิงก็ต้องทำแต่เพียงฝ่ายเดียวมาเป็นเวลานาน

Wheleman (1995) กล่าวว่า การที่นักสตรีนิยมสายนี้ยอมรับในการแบ่งสังคมออกเป็นโลกสาธารณะและโลกส่วนตัว เพราะถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลตามแนวคิดเสรีนิยม ทำให้สตรีนิยมสายนี้ไม่เคยเรียกร้องให้มีการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ในโลกส่วนตัวหรือในครอบครัว การเรียกร้องจะมีลักษณะที่ทำให้ผู้หญิงออกไปสู่โลกสาธารณะแต่ไม่เคยให้ผู้ชายเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในครอบครัวเลย

Jagger (1983) วิจารณ์ว่า การมองว่าบุคลิกหรือคุณลักษณะที่ถูกระบุว่าเป็นชายนั้นควรเป็นคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับมนุษย์ทุกคน และผู้หญิงควรจะเปลี่ยนแปลงตัวเองให้มีคุณลักษณะเช่นนั้นให้ได้ เช่น ความเข้มแข็ง ไม่แสดงอารมณ์ความรู้สึก มีเหตุผล เป็นต้น ทักษะเช่นนี้คือการเชื่อว่าหน้าที่และกิจกรรมทางปัญญาดีกว่าหน้าที่และกิจกรรมของร่างกาย และเป็นการลดคุณค่าของหน้าที่และกิจกรรมของร่างกาย ดังนั้น นักสตรีนิยมสายนี้จึงมองว่างานบ้านเป็นงานที่ไร้ค่า ไม่สามารถทำให้ผู้หญิงเป็นคนที่มีสมรรถนะได้ เช่นเดียวกับ Elshtain (1981) ซึ่งกล่าวว่า การที่นักสตรีนิยมสายเสรีนิยมพยายามบอกให้ผู้หญิงซึมซับคุณลักษณะที่ถูกระบุว่าเป็นของผู้ชายมาเป็นของตัวเองนั้น เป็นข้อด้อยสำคัญ เพราะเป็นการทำลายสิ่งที่ดีที่สุดของผู้หญิง อันได้แก่ ความสามารถที่ได้จากการเรียนรู้มา เช่น ความอ่อนโยนที่ได้มาจากการเลี้ยงดูลูก ดังนั้น แทนที่จะเรียกร้องให้ผู้หญิงใช้เวลาอยู่ที่ทำงานมากที่สุดและอยู่ที่บ้านน้อยที่สุดเพื่อความสำเร็จในหน้าที่การงาน ผู้หญิงควรสร้างสังคมที่ทั้งผู้หญิงและผู้ชายมีเวลาให้กับเพื่อนและครอบครัวมากพอๆ กับการมีเวลาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจและผู้ร่วมงาน

นอกจากนั้น อีกประเด็นที่นักสตรีนิยมสายเสรีนิยมถูกวิจารณ์อย่างรุนแรงก็คือ แนวคิดต่างๆ ที่เสนอมาของสตรีนิยมสายนี้เป็นแนวคิดของผู้หญิงชนชั้นกลางและชนชั้นสูงเท่านั้น การเรียกร้องให้ผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้านเพื่อที่ผู้หญิงจะได้เป็นอิสระเป็นการปลดปล่อยผู้หญิงนั้นอาจไม่ถูกต้องนัก เพราะผู้หญิงชนชั้นล่างทำงานรับจ้างนอกบ้านอยู่ตลอดเวลา แต่ผู้หญิงเหล่านั้นก็ไม่ได้เป็นอิสระหรือได้รับการปลดปล่อยจากการกดขี่แต่อย่างใด เบล สุกส์ นักสตรีนิยมผิวดำได้เขียนใน *Ain't I am Woman?* แสดงทัศนคติอย่างชัดเจนว่าผู้หญิงชนชั้นล่างไม่ได้ถูกรวมเข้าไปอยู่ในแนวคิดของนักสตรีนิยมสายนี้เลย และยังกล่าวว่า “ผู้หญิง” ที่นักสตรีนิยมสายนี้กำลังถกเถียงกันอยู่นั้น มีแต่ “แม่บ้าน” ชนชั้น

กลางที่เป็นตัวแทนในฐานะที่เป็นเหยื่อของการกดขี่ทางเพศ ไม่ใช่ผู้หญิงคนจนผิวดำและผิวสีอื่นผู้ซึ่งถูกเอารัดเอาเปรียบมากที่สุดโดยเศรษฐกิจอเมริกา (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 71)

2. กลุ่มสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน (Radical Feminism)

กลุ่มสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนนี้ เป็นกลุ่มที่ปฏิเสธระบบชายเป็นใหญ่อย่างสุดขั้ว โดยมีแนวคิดหลักอยู่ที่การที่ผู้ชายมีอำนาจเหนือผู้หญิงเป็นผลมาจากระบบสังคมแบบชายเป็นใหญ่ ซึ่งเป็นระบบที่ทำให้ผู้หญิงเป็นฝ่ายถูกเอารัดเอาเปรียบทางเพศ และมองว่าผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในกิจกรรมต่างๆ อาทิ กิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ หรือกิจกรรมส่วนตัว เช่น เรื่องภายในบ้าน ห้องนอน หรือแม้แต่ความคิดของผู้หญิงเอง Kate Millet (1969) นักสตรีนิยมแนวก้าวหน้าคนหนึ่งได้กล่าวว่า ผู้หญิงถูกกำหนดให้เป็นฝ่ายบริการผู้ชาย นั่นเป็นเพราะว่า อุดมการณ์ของระบบชายเป็นใหญ่ที่แทรกซึมเข้าไปในวัฒนธรรมที่ทำให้ผู้หญิงต้องยึดถือว่าเป็นสิ่งที่พึงปฏิบัติในสังคม สตรีนิยมแนวก้าวหน้าจึงให้ความสำคัญกับเรื่องเพศโดยเฉพาะ โดยเชื่อว่าการกดขี่ทางเพศเป็นการกดขี่ที่รุนแรง และเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในสังคมมากกว่าการแบ่งชนชั้นหรือความเกลียดชังทางเชื้อชาติเสียอีก

กลุ่มสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนนำเสนอการวิเคราะห์ว่าสังคมที่มนุษย์ชาติมีอยู่นั้นเป็นสังคมชายเป็นใหญ่ (Patriarchal society) ที่มีลักษณะสำคัญคือ (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 99 – 102)

1. การกดขี่ผู้หญิงเกิดขึ้นเพราะเธอเป็นผู้หญิง กล่าวคือผู้หญิงถูกกดขี่เพราะเพศของเธอ และมองว่า ผู้หญิงแต่ละคนจะมีความเหมือนกันไม่ว่าจะแตกต่างกันในชนชั้น เชื้อชาติ อายุ กลุ่มชาติพันธุ์ สัญชาติ มากกว่าที่ผู้หญิงคนใดจะเหมือนกับผู้ชาย ดังนั้นจึงมีการเสนอความคิดเรื่องความเป็นพี่น้องของผู้หญิงทั้งหมด (Sisterhood) และในทางประวัติศาสตร์ ผู้หญิงเป็นคนกลุ่มแรกที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ และการกดขี่ทางเพศเป็นรูปแบบที่เป็นพื้นฐานและเป็นการกดขี่แรกของการกดขี่ต่างๆ ในสังคม ถ้าเราเข้าใจการเอารัดเอาเปรียบผู้หญิง จะช่วยให้เข้าใจการเอารัดเอาเปรียบในรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องชนชั้น เชื้อชาติ อายุ ฯลฯ

2. ระบบสังคมชายเป็นใหญ่สร้างความทุกข์ยากอย่างมหาศาลให้แก่ผู้หญิง แต่ผู้หญิงอาจไม่รู้ตัวเนื่องจากการถูกรวบงำมาเป็นช่วงเวลายาวนานในประวัติศาสตร์ ระบบชายเป็นใหญ่เป็นสาเหตุ

สำคัญที่ทำให้เกิดการกดขี่ผู้หญิง เป็นระบบอำนาจทางเพศซึ่งผู้ชายเป็นผู้ครอบครองอำนาจสูงสุดและสิทธิประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ถูกหล่อหลอมในสังคมผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมจากสถาบันทางสังคมต่างๆ จากการวิเคราะห์เช่นนี้ นักสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนได้เชื่อมปริวิตถลส่วนตัวกับปริวิตถลสาธารณะ เพศในฐานะที่เป็นปริวิตถลส่วนตัวกลายเป็นเรื่องการเมืองด้วย

3. โครงการต่างๆ ที่ถูกเสนอเพื่อการแก้ไขสภาพที่เป็นอยู่ของสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนมักมีลักษณะไปในทางปฏิวัติมากกว่าปฏิรูป และต้องการจะโค่นล้มทุกรูปแบบของการกดขี่ผู้หญิง

4. การเอาเปรียบผู้หญิงทั้งโดยตรงและทางอ้อมมีอยู่ในสังคมทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสังคมบุพกาล สังคมชาวนา สังคมทุนนิยมหรือสังคมนิยม การเอาเปรียบผู้หญิงเป็นรูปแบบที่ถอดถอนยากที่สุด แม้จะเลิกระบบชนชั้นไปแล้ว เช่น ประเทศคอมมิวนิสต์ แต่การเอาเปรียบผู้หญิงก็ยังดำรงอยู่

5. สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนให้ความสนใจศึกษาเป็นพิเศษในเรื่องความเป็นแม่ และเรื่องเกี่ยวกับกามารมณ์ เรื่องกามารมณ์ถูกมองจากนักสตรีนิยมสายนี้ว่าเป็นประเด็นที่สำคัญมากของสตรีนิยม เพราะความรุนแรงและการครอบงำที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิงได้ถูกทำให้เป็นปกติและชอบธรรมในพฤติกรรมทางเพศ ผ่านทางความเชื่อที่ว่าเมื่อเกี่ยวกับกามารมณ์แล้ว ผู้ชายโดนธรรมชาติจะก้าวร้าวและเป็นผู้นำ ในขณะที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายรองรับและเป็นผู้ตาม และเมื่อกามารมณ์ถือว่าเป็นพฤติกรรมที่เป็นพื้นฐานที่สุดพื้นฐานหนึ่งของมนุษย์ การเป็นรองของผู้หญิงจึงถูกถือว่าเป็นบรรทัดฐานในบริบทอื่นๆ ด้วย เช่น การข่มขืน การล่วงละเมิดทางเพศ การค้าประเวณี และสื่อลามก สตรีนิยมสายนี้ต่อต้านสื่อลามก เพราะมองว่าเป็นการแสดงกามารมณ์ของผู้หญิงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชาย สร้างความสัมพันธ์ระหว่างความรักร่วมเพศกับความรุนแรงที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิง ผู้หญิงจะเป็รองอยู่ตลอดไปถ้ากามารมณ์ไม่ได้รับการทำความเข้าใจใหม่ หรือการสร้างคความหมายใหม่

6. สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนมีความคิดในเชิงบวกต่อเรื่องสตรีรกร่วมเพศ และมองว่ากามารมณ์ระหว่างหญิงกับหญิงเป็นกระบวนการทัศนของกามารมณ์ผู้หญิง ซึ่งเป็นกามารมณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการและเติมเต็มความปรารถนาของผู้หญิงเอง

เอกลักษณ์พิเศษของกลุ่มสตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนก็คือ การปฏิเสธทั้งในแง่ “สัญลักษณ์ของระเบียบต่างๆ ที่เป็นของผู้ชาย” (Male symbolic order) รวมทั้งการปฏิเสธในแง่ความเป็นจริงด้วย

เช่น การรักผู้หญิงด้วยตนเอง ที่มาของการปฏิเสธดังกล่าวสืบเนื่องมาจากแนวคิดพื้นฐานที่ว่า นอกจากผู้หญิงจะแตกต่างจากผู้ชายแล้ว ผู้หญิงยังดีกว่าผู้ชายในทุกๆ ด้าน

แนวคิดหลักอีกแนวหนึ่งที่กลุ่มสตรีนิยมแนวก้าวหน้าใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ก็คือ เรื่อง “ความรุนแรง” เนื่องจากระบบพ่อเป็นใหญ่นั้นควบคุมผู้หญิงด้วยการใช้ความรุนแรง นิยามของ “การใช้ความรุนแรง” นั้นครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวาง ตั้งแต่การใช้ความรุนแรงทางกายภาพ ทางวาจา (ภาษา) ทางจริยธรรม และทางภูมิปัญญา แก่นหัวใจที่สำคัญที่สุดในการใช้ความรุนแรงควบคุมผู้หญิงก็คือการห้ามมิให้ผู้หญิงควบคุมแม้แต่ร่างกายของตนเอง โคนถึอว่าร่างกายของผู้หญิงเป็น สิ่งของสำหรับผู้ชายที่จะใช้ตบตี ใช้ดูแคลา (แม้ผู้หญิงจะไม่ยินยอม) ใช้โลมเลียด้วยสายตา ใช้ลวงลระเมิดทางเพศ (ข่มขืน) ใช้ห้ามมิให้ทำแท้ง ใช้ออกคำสั่งให้อ้วนผอมตามมาตรฐานของผู้ชาย การกักบริเวณ การสั่งให้ถอดเสื้อผ้า (กรณีถ่ายรูปแบบโป๊) ฯลฯ การใช้ความรุนแรงดังกล่าวไม่มีผู้หญิงคนใดหลุดหนีรอดพ้นการใช้ความรุนแรงแบบใดแบบหนึ่งไปได้ และทุกสถาบันรวมทั้งสื่อมวลชนล้วนมีส่วนร่วมในการใช้ความรุนแรงดังกล่าว (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 487)

สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนมีแนวคิดแบบสุดโต่ง กล่าวคือ ผู้หญิงควรกำหนดตัวเองให้เอาชนะหรือเข้าร่วมล้มล้างระบบทางเพศ เพราะเห็นว่าเป็นระบบที่มอบอำนาจให้ชายเป็นใหญ่ และผู้หญิงไม่มีค่าในสายตาของสังคม การจะได้มาซึ่งความเท่าเทียมและเสรีภาพจึงมาด้วยการล้มล้างระบบการเมือง กลุ่มนี้มองว่าระบบการเมืองในลักษณะกว้างหมายรวมถึง การแต่งงาน สถาบันครอบครัว สังคม และกฎหมาย เชื่อว่าสถาบันเหล่านี้เป็นสถาบันทางการเมืองอย่างหนึ่งที่กดขี่ผู้หญิง เพราะผู้หญิงต้องมีลูกทำให้ต้องขึ้นอยู่กับผู้ชายเพื่อความอยู่รอด กลุ่มนี้ปฏิเสธทุกสิ่งทุกอย่างในแง่สัญลักษณ์ของระเบียบต่างๆ ที่เป็นของผู้ชาย ดังนั้น เป้าหมายหลักของกลุ่มสตรีนิยมแนวนี้จึงมุ่งไปที่ความต้องการเห็นความเสมอภาคอย่างแท้จริงระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย หรือถ้าเป็นไปได้ควรทำให้ผู้หญิงเหนือกว่าผู้ชาย เช่น ผู้ชายเคยเป็นศูนย์กลางของการเมืองและกิจการสาธารณะ ผู้หญิงจะเน้นที่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นมาตรฐาน คือ “ปลอดการเมือง” เป็นต้น และต้องการเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการเลือกกำหนดรสนิยมทางเพศของตนเอง (Sex Preference) ด้วย (กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน, 2547 : 15)

สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนถูกวิจารณ์ในเรื่องความเป็นสากลของผู้หญิง ความเป็นหนึ่งเดียวกันของผู้หญิง ผู้หญิงถูกผู้ชายกดขี่ในทุกสังคม การเสนอเช่นนี้ถูกวิจารณ์ว่าเป็นการปฏิเสธความแตกต่างในผู้หญิงด้วยกัน ปฏิเสธเรื่องเชื้อชาติ ชนชั้น และวัฒนธรรมว่าไม่มีผลต่อพฤติกรรมเท่ากับความเป็นผู้หญิง (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 111)

Eisenstein (1984) กล่าวว่า แนวคิดดังกล่าวเป็นการละเลยความแตกต่างในกลุ่มผู้หญิงด้วยกัน และบางครั้งก็สร้างความเสียหายได้ ดังเช่นการที่คนผิวดำและผิวสีอื่นๆ ซึ่งว่าการเสนอความเป็นหนึ่งเดียวของผู้หญิงตะวันตกผิวขาวโดยไม่คำนึงถึงผู้หญิงอื่นๆ และใช้ประสบการณ์ชีวิตของตน แล้วว่าเป็นของผู้หญิงทั้งหมด

Eisenstein (1979) วิจารณ์ประเด็นเรื่องระบบชายเป็นใหญ่ตามแนวคิดของสตรีนิยมสายนี้ว่า แม้ว่านักสตรีนิยมส่วนใหญ่ยอมรับว่าระบบชายเป็นใหญ่เป็นสาเหตุสำคัญของกากรกดขี่ผู้หญิง แต่ระบบชายเป็นใหญ่ที่สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนเสนอยังมีลักษณะที่เป็นนามธรรม มีลักษณะทั่วไปเกินไป สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคนมักจะมองประวัติศาสตร์เป็นหนึ่งเดียว เป็นประวัติศาสตร์ระบบชายเป็นใหญ่ซึ่งเป็นจุดอ่อน เพราะระบบชายเป็นใหญ่มีลักษณะที่ทั้งแตกต่างและเหมือนกันในสมัยศักดินาและทุนนิยม เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องทำความเข้าใจรูปแบบเฉพาะหนึ่งๆ ของระบบชายเป็นใหญ่ในช่วงประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ถ้าไม่เช่นนั้นสิ่งที่รับรู้ก็เป็นเพียงประวัติศาสตร์เชิงนามธรรมมากกว่าประวัติศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

3. กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism)

สตรีนิยมกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มมาร์กซิสต์ โดยพยายามประสานแนวคิดหลักของมาร์กซิสต์ที่ใช้เกณฑ์เรื่อง “ชนชั้น” มาประสานกับเกณฑ์ของสตรีนิยมคือ “เพศภาวะ” โดยเพิ่มเติมว่าการเอารัดเอาเปรียบทางเพศนั้นเป็นรูปแบบหนึ่งที่ประสานไปกับการเอารัดเอาเปรียบทางชนชั้น โดยการกดขี่ทางเพศนั้นเกิดจากการกดขี่ทางชนชั้นของสังคมที่มีชนชั้น กลุ่มนี้จึงได้มุ่งประเด็นไปที่การถูกกดขี่ของผู้หญิง ซึ่งมาจากการเกิดของระบบชนชั้น และการเอารัดเอาเปรียบผู้หญิงในระบบทุนนิยม โดยเอารัดเอาเปรียบผู้หญิงในฐานะแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมด้วยการกดค่าจ้างแรงงาน หรือการ

ทำให้ผู้หญิงเป็นเพียงแรงงานสำรองที่จะต้องถูกปลดออกจากงานเป็นพวกแรก (กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน , 2547 : 16)

ดังนั้น กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์จึงมีจุดเน้นไปที่การแบ่งงานกันทำในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เปิดโอกาสผู้หญิงทำงานนอกบ้านมากขึ้น และเป็นการขยายความคิดเรื่องการถือระบบชายเป็นใหญ่ซึ่งฝังรากลึกในระบบทุนนิยม เพราะระบบนี้เชื้อตอกการให้ฝ่ายหญิงทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อในระบบเป็นส่วนใหญ่อย่างเดียว ไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต ทำให้ตกอยู่ในฐานะเป็นรองฝ่ายชาย และต้องพึ่งพาผู้ชายทั้งทางด้านการเงินและจิตใจ อันมีส่วนทำให้การถือระบบชายเป็นใหญ่เฟื่องฟูมากในระบบทุนนิยม จึงจำเป็นต้องเน้นให้ผู้หญิงไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตด้วย จะทำให้ผู้หญิงได้รับความยุติธรรมและความเสมอภาคมากขึ้น (พรพิไล ถมังรักษ์สัตว์, 2539 : 75)

เนื่องจากภายในกลุ่มมาร์กซิสต์เองก็มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดตลอดเวลา ดังนั้น กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์จึงแปรเปลี่ยนตามไปด้วย ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 483 – 484)

ยุคแรก การวิเคราะห์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ในยุคแรกนี้ยังคงถือเอาแนวทางการอธิบายแบบ Classical Marxism ที่เน้นเรื่องกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล (Private property) ว่าเป็นสาเหตุของการเกิดชนชั้น (Class) และการเอาวัดเอาเปรียบทางชนชั้น การวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะยึดเอาคำอธิบายของ Engels ที่กล่าวว่า ทรัพย์สินประเภทแรกที่กลุ่มผู้ปกครองยึดเอามาเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลก็คือผู้หญิงและเด็กนี่เอง ดังนั้น การเอาเปรียบและกดขี่สตรีจึงเป็นการเอาเปรียบรูปแบบแรก และพื้นฐานที่สุดของมนุษย์กระทำต่อมนุษย์ด้วยกัน

เนื่องจากการวิเคราะห์ของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ยุคแรกๆ นี้ยังวางน้ำหนักอยู่ที่ระบบทุนนิยมเป็นหลัก และประเด็นเพศสภาพเป็นตัวเสริม ดังนั้น ข้อเสนอในการแก้ปัญหาจึงมักเสนอให้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างระบบทุนนิยมเสียก่อน แล้วปัญหาการเอาวัดเอาเปรียบสตรีจึงจะแก้ไขได้

ยุคสอง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคที่สองก็คือให้น้ำหนักระหว่างการเอาเปรียบทางชนชั้น (ระบบทุนนิยม) และการเอาเปรียบสตรี (ระบบพ่อเป็นใหญ่) อย่างมีความสำคัญเสมอกัน และให้

คำอธิบายว่าระบบทั้งสองทำงานประสานกันได้อย่างไร เช่น งานของ Mitchell (1971) ในหนังสือชื่อ “Women Estate” หรือ Hartmann (1981) ที่เสนอว่าระบบพ่อเป็นใหญ่ก็คือระบบที่ใช้ “เพศ” เป็นเกณฑ์ในการแบ่งงานกันทำ (Sexual Division of Labour) แม้แต่สถาบันเช่นครอบครัวนั้นก็ทำงานเป็นกลไกในการควบคุมแรงงานผู้หญิงในระบบทุนนิยม

ยุคสาม เมื่อกลุ่มมาร์กซิสต์ได้พัฒนาจากแบบ Classic ที่เน้นเรื่องเศรษฐกิจมาเป็นกลุ่ม Neo-Marxist ที่ให้ความสนใจกับปัญหาเรื่องอุดมการณ์และจิตสำนึกมากขึ้น กลุ่มสตรีนิยมที่ร่วมตัวในสายมาร์กซิสต์จึงได้พัฒนาแนวคิดตามมาเช่นกัน โดยนำเอาเกณฑ์เรื่อง “เพศภาวะ” มาประสานกับแนวคิดเรื่องอุดมการณ์และจิตสำนึก เพื่อแสวงหาคำอธิบายว่า จิตสำนึกและอุดมการณ์ทางเพศนั้นถูกสร้างผ่านกลไกภาษาและจินตนาการได้อย่างไร (โดยเฉพาะในเรื่องของสัญลักษณ์และความหมาย) หรือแนวคิดเรื่องกลไกทางอุดมการณ์ที่ทำหน้าที่ “เรียก” (Interpellate) อัตลักษณ์ของผู้หญิงให้เกิดขึ้น ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่องงานรณรงค์โฆษณาเปรียบเทียบ “การเรียกอัตลักษณ์” ของผู้หญิงอเมริกันในช่วงก่อนช่วงมีสงคราม และหลังสงคราม ในช่วงก่อนสงคราม สื่อมวลชนจะเรียกผู้หญิงให้เป็นแม่บ้านและภรรยาที่ดีเพื่อทำงานบ้าน แต่ในช่วงสงคราม สื่อมวลชนจะนำเสนอภาพของผู้หญิงที่ทำหน้าที่เป็นนักบิน ทำงานเป็นวิศวกรในโรงงาน ฯลฯ และหลังจากสงครามสงบแล้ว สื่อมวลชนก็ชักมือเรียกให้ผู้หญิงกลับบ้านไปทำครัวเลี้ยงลูกเช่นเดิม เป็นต้น

ข้อเสนอในการแก้ปัญหาของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์รุ่นหลังๆ จึงเป็นเรื่องการต่อสู้ด้านอุดมการณ์และจิตสำนึกทางเพศ การใช้กลไกต่างๆ ของสังคมในการถอดถอนความหมายเก่าที่เกี่ยวข้องกับ “ผู้หญิง” “ผู้ชาย” และการให้ความหมายใหม่ในเรื่อง “เพศภาวะ” เช่น ภาพยนตร์เรื่อง “G.I. Jane” ที่ให้ความหมายว่า “ผู้หญิงคือความแข็งแกร่งบีบบั่นอดทน” เป็นต้น

ประเด็นที่สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ให้ความสำคัญ (Tong, 1995 : 51 – 61) คือ การที่ผู้หญิงถูกเอารัดเอาเปรียบนั้นเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม และมีความเลวร้ายมากขึ้นในระบบการผลิตแบบทุนนิยม สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์เชื่อในความสำคัญของผู้หญิงในการต่อสู้กับทุนในฐานะ “คนงาน” แต่ไม่ใช่ในฐานะ “ผู้หญิง” (Sargent, 1981 อ้างแล้วใน Tong) สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ถูกจำกัดกรอบความคิดในการวิเคราะห์ให้มองความเป็นรองของผู้หญิงไปทำงานที่ผู้หญิงทำ และ

งานที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ทำคืองานบ้าน ดังนั้น งานบ้านจึงเป็นเรื่องที่สตรีนิยมสายนี้ให้ความสนใจในการศึกษา โดยเสนอว่า ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมทำให้เกิดการแบ่งแยกการทำงานออกเป็นงานส่วนตัวคืองานบ้าน และงานที่ทำนอกบ้านซึ่งถือว่าเป็นงานที่ก่อให้เกิดผลผลิต (Productive Work) และงานเหล่านี้จะได้รับเงินค่าจ้าง ส่วนงานบ้านที่ผู้หญิงทำถูกมองว่าเป็นงานที่ไม่ได้สร้างผลผลิต (Nonproductive Work) ไม่มีค่าจ้าง ระบบทุนนิยมพยายามที่จะเก็บผู้หญิงไว้ทำงานในบ้านโดยไม่ได้รับค่าจ้าง การกระทำเช่นนี้มีประโยชน์ต่อระบบทุนนิยม เพราะสามารถทำให้ผู้ชายได้ทำงานอย่างเต็มที่ในที่ทำงานโดยไม่ต้องเสียเวลาไปทำงานบ้านหรือทำอาหาร และเจ้าของทุนไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าแรงสูงขึ้นเพื่อนำมาจ่ายให้กับคนรับจ้างทำงานบ้าน เพราะมีภรรยาทำให้ฟรีอยู่แล้ว ระบบทุนนิยมยังทำให้งานบ้านมีคุณค่าน้อยลงโดยอ้างว่าเป็นงานที่ไม่สร้างผลผลิตใดๆ นักสตรีนิยมสายนี้หลายคนได้โต้ตอบข้ออ้างนี้ เช่น Margaret Benston ที่บอกว่างานบ้านเป็นงานที่หนักและยากลำบากไม่น้อยกว่างานอาชีพอื่นๆ และเธอเสนอว่าต้องทำงานบ้านให้เป็นเรื่องทางสังคม เป็นเรื่องที่ชุมชนทำร่วมกัน เช่น การจัดให้มีการทำอาหารและรับประทานอาหารร่วมกันในชุมชน แม้การจัดการเช่นนี้ผู้หญิงก็ยังคงเป็นคนทำหน้าที่ทำอาหารเช่นเดิม แต่สิ่งที่จะเกิดขึ้นคือ สังคมจะตระหนักมากขึ้นว่า งานทำอาหารหรืองานบ้านอื่นๆ มีความจำเป็นทางสังคมอย่างไร และจะทำให้เกิดการรับรู้ทางสังคมมากขึ้นว่างานบ้านนั้นเป็นงานที่ยากลำบากเพียงใด สังคมจะได้ให้ความเคารพต่อผู้หญิงในฐานะที่ทำงานที่ยาก และไม่สามารถกดขี่ผู้หญิงโดยอ้างว่าเพราะเธอเป็นกาฝากของสังคม

แม้สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์จะพยายามให้สังคมเห็นความสำคัญของงานบ้าน แต่การจำกัดผู้หญิงให้อยู่ในบ้านและทำแต่งานบ้านนั้น ไม่ใช่สิ่งที่สตรีนิยมสายนี้เห็นด้วย Mitchell (อ้างใน Evans อ้างแล้ว) มองว่าตำแหน่งแห่งที่ของผู้หญิงในครอบครัวเป็นเรื่องที่ถูกสังคมสร้างขึ้น สังคมพยายามสร้างว่าผู้หญิงที่แท้จริงต้องเป็นแม่บ้านและครอบครัวที่แท้จริงจะมีภาพของความอุดมสมบูรณ์และสันติ แต่ในความเป็นจริง ครอบครัวอาจเป็นที่มาของความรุนแรงและความสิ้นหวัง Kelly (1994) เสนอว่า ความคิดในเรื่องบ้านที่สังคมทุนนิยมพยายามสร้างว่าเป็นที่หลบภัยจากโลกการทำงานนั้นเป็นการปิดบังการแบ่งงานกันทำทางเพศ มันสร้างมายาภาพเกี่ยวกับงานของผู้หญิงในบ้าน และซ่อนเร้นความเป็นจริงที่ว่างานบ้านเหล่านี้ได้ช่วยผลิตซ้ำสังคมทุนนิยมและสังคมชายเป็นใหญ่ งานบ้านและการดูแลลูกซึ่งเป็นงานที่ไม่ได้รับค่าจ้างและไม่ถูกให้ความสำคัญ ได้ทำให้ผู้หญิงต้องพึ่งพิงผู้ชายและผูกติดอยู่กับบทบาทบริการและบทบาทที่เป็นรองผู้ชาย (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 80)

นักสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ยังให้ความสำคัญต่อการทำงานนอกร้านของผู้หญิงด้วย โดยมองว่าภายใต้ระบบทุนนิยม แม้ว่าผู้หญิงได้เข้าไปทำงานในปริมาณหลายล้านคนแล้ว แต่งานที่ผู้หญิงได้ทำส่วนใหญ่ก็ยังคงเป็นงานที่ถือว่าเป็น “งานของผู้หญิง” เช่น งานพยาบาล งานทำกับข้าว งานเย็บผ้า ครู โรงเรียนอนุบาล (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 81)

4. กลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modern Feminism) (เรียกย่อๆ ว่า PoMo)

ที่มาเฉพาะทางของกลุ่มสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่มีทิศทางมาจาก 3 แหล่งคือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 488 – 489)

1. แนวคิด “เพศที่สอง” ของ Simone de Beauvoir ซึ่งได้ใช้ปรัชญาแบบ Existentialism มาอธิบายเรื่องการที่สังคมได้สถาปนาปัจเจกบุคคลให้เกิด “ตัวตน” (Self) ที่แยกออกจาก “ผู้อื่น” (Other) แต่ทว่าภายใต้สังคมที่มีความไม่เท่าเทียมทางเพศดำรงอยู่นั้น คงมีแต่ผู้ชายเท่านั้นที่ได้สถาปนา “ความเป็นตัวตน” แต่ผู้หญิงนั้นจะมีสภาพเป็นรองที่เป็นได้เพียง “ผู้อื่น” เท่านั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ชายสามารถจะสถาปนาตัวเองให้เป็น “ประธานาธิบดี” แต่ผู้หญิงจะเป็นได้เพียง “ภรรยาประธานาธิบดี” เท่านั้น ผู้หญิงเป็นผู้ที่ยืนอยู่เคียงข้างแต่ไม่เคยยืนอยู่ตรงกลาง ดังชื่อหนังสือของ Beauvoir ที่กล่าวว่า “ผู้หญิงเป็นเพียงเพศที่สอง”

นอกจากนั้น แนวคิดที่สำคัญมากอีกแนวคิดหนึ่งก็คือ คำกล่าวของ Beauvoir ที่ว่า “เราไม่ได้เกิดเป็นผู้หญิง หากทว่าได้มากลายเป็นผู้หญิงในชั้นหลัง” อันสอดคล้องกับแนวคิดของ PoMo ที่ว่า “ไม่มีอะไรที่เป็นผู้หญิงตามธรรมชาติ” มีแต่การนิยาม “จะให้ผู้หญิงเป็นอะไรเท่านั้น” “ความเป็นผู้หญิงล้วนเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา”

2. จากรวมศูนย์สู่การกระจายตัว กลางปี 1980 กลุ่มสตรีนิยมถูกโจมตีว่า บรรดาผู้หญิงในกลุ่มกล่าวถึงนั้น ล้วนแล้วแต่ยังจำกัดแวดวงอยู่ในผู้หญิงผิวขาว ชนชั้นกลาง และเป็นตะวันตกเท่านั้น แต่ทว่าได้นำเอาแนวคิดจากกลุ่มผู้หญิงเฉพาะดังกล่าวนั้นออกไปอ้างอิงครอบคลุมผู้หญิงผิวสีอื่นๆ ชนชั้นอื่นๆ และชนชาติอื่นๆ ทั้งหมด ดังนั้น แนวคิดระบบ PoMo ที่เชื่อเรื่องความหลากหลาย จึงเสนอว่า กลุ่มสตรีนิยมจะนำเสนอเรื่องผู้หญิงแบบ “เป็นอย่างเดียวกันหมด” ไม่ได้ แต่ต้องกระจายตัวให้เห็น

ผู้หญิงที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป และต้องผนวกเกณฑ์อื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากเรื่องเพศเข้ามาวิเคราะห์ร่วมด้วย

3. จาก Passive audience สู่ Active audience ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายความคิดจากทฤษฎีผลกระทบ (Impact Theory) ที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อและเชื่อว่าผู้รับสารจะถูกครอบงำจากสื่อเนื่องจากเปิดรับสื่ออย่าง Passive นั้น ในช่วง 1970 ได้มีการนำเสนอแนวคิดใหม่เกี่ยวกับผู้รับสารว่า ในความเป็นจริง ผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่ออย่าง Active และในขั้นต่อมา ผลงานของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาได้เสนอว่า เนื่องจากใน “ตัวบท” เองก็มีความหมายที่หลากหลายบรรจุอยู่ (Polysemy) ดังนั้น ผู้รับสารจึงสามารถเลือกเปิดรับและเลือกตีความได้

กลุ่ม PoMo ไม่สนใจรวมทั้งไม่เชื่อว่าอะไรที่เป็น “ความเป็นจริง” (Reality) เพราะความเป็นจริงล้วนเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจาก “การให้คำนิยาม” “การให้ความหมาย” แก่สิ่งต่างๆ ดังนั้น แนวทางการวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนว PoMo จึงสนใจ “การให้นิยามและการให้ความหมาย” ที่เกี่ยวข้องกับเพศภาวะ

Hekman (1992) เสนอว่า การให้ความสำคัญต่อเรื่องอำนาจในการสร้างของวาทกรรมของความคิดหลังสมัยใหม่เป็นการย้ำเตือนว่า “ผู้หญิง” ได้ถูกสร้างขึ้น ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด และได้สร้างความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับการสร้างความเป็นเพศในสังคมต่างๆ

Fraser (1997) มองว่า การทำความเข้าใจมิติอัตลักษณ์ความเป็นเพศทางสังคมนั้น การศึกษาเฉพาะสภาพทางชีวหรือทางจิตไม่เพียงพอ จำเป็นต้องศึกษาถึงปฏิบัติการทางสังคมในช่วงประวัติศาสตร์เฉพาะหนึ่งๆ ที่การอธิบายทางวัฒนธรรมของความเป็นเพศได้ถูกผลิตและแพร่กระจายไป และทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางสังคมเป็นสิ่งที่ซับซ้อนมาก มันเกิดจากปฏิบัติการทางสังคมที่แตกต่างหลากหลาย และอัตลักษณ์ของคนในสังคมไม่ได้ถูกสร้างขึ้นครั้งเดียวแล้วจบและคงที่อยู่ตลอดไป แต่เปลี่ยนแปลงตามเวลาที่ผ่านไป และตามความสัมพันธ์และการกระทำของผู้กระทำที่เปลี่ยนไป ดังนั้น สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่จึงปฏิเสธความเหมือนกันของกลุ่มผู้หญิง หรือมีอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้หญิงที่แน่นอน และรวมไปถึงปฏิเสธการเมืองแบบอัตลักษณ์ เพราะการเมืองแบบนี้

จำเป็นต้องสร้างความเหมือนกันและความเป็นแก่นแท้ของกลุ่มขึ้นเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทางการเมือง พวกหลังสมัยใหม่มองว่าการใช้อัตลักษณ์ของกลุ่มถือว่าเป็นอันตราย เพราะการสร้างอัตลักษณ์เป็นการดำเนินการทางอำนาจ ไม่ใช่การปลดปล่อยตัวตนที่แท้จริง สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่จึงเรียกร้องให้สตรีนิยมเลิกความคิดเรื่องอัตลักษณ์ความเป็นเพศเสีย

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่เชื่อว่าไม่มีผู้หญิง ไม่มีความเป็นผู้หญิง ทุกอย่างล้วนถูกสร้างผ่านทางปฏิบัติการทางวาทกรรม จึงไม่มีความเป็นผู้หญิงที่แท้ คงที่ตายตัว และไม่เปลี่ยนแปลง แต่อัตลักษณ์ของผู้หญิงควรถูกมองว่าเป็นความหลากหลาย ไม่ใช่ถูกกำหนดโดยความเป็นเพศหญิงเท่านั้น นอกจากนี้ ยังปฏิเสธในเรื่องความเป็นสากลของผู้หญิง ความเหมือนกันของผู้หญิงทั้งโลก เพราะมองว่าการเสนอเช่นนี้เป็นการละเลยความแตกต่างที่มีอยู่ในหมู่ผู้หญิง เป็นการตัดผู้หญิงบางกลุ่มออกไป เพราะผู้หญิงไม่ได้เหมือนกันทั้งหมด (Beasley อ้างแล้ว) สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับความแตกต่างของผู้หญิงที่มีอยู่อย่างมากมาย รวมทั้งความหลากหลายที่มีอยู่ในผู้หญิงแต่ละคน (วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 176 -177)

กลุ่ม PoMo ยังปฏิเสธระบบคิดแบบแบ่งเป็นคู่ตรงข้าม และเสนอให้คิดแบบไม่เป็นคู่หรือด้านหนึ่งตรงข้ามกับอีกด้านหนึ่ง (Tong, 1995) เช่น ผู้หญิง/ผู้ชาย ธรรมชาติ/วัฒนธรรม การเสนอความคิดว่ามีการคิดแบบหญิงของนักสตรีนิยมบางคนก็ถูกมองจากสตรีนิยมสายนี้ว่าเป็นลักษณะการคิดแบบคู่ตรงข้ามคือ เพศทางชีว/ความเป็นเพศหรือเพศทางสังคม การสร้างทางชีว/การสร้างทางสังคม ซึ่งเป็นระบบคิดที่ผิดพลาด ควรจะพิจารณาอย่างเป็นภาพรวมมากกว่า เพราะร่างกายของพวกเราโดยตัวมันเองเป็นการสร้างทางสังคม เพศทางชีวและความเป็นเพศที่ถูกสร้างจากสังคมไม่ได้แยกจากกันหรืออยู่ตรงข้ามกัน แต่ได้ก่อรูปรวมกันเป็นเราในฐานะปัจเจก

ประเด็นที่มีเป็นข้อวิจารณ์ที่มีต่อสตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่ก็คือ การที่สตรีนิยมสายนี้ไม่เชื่อในเรื่องความเหมือนกันที่เป็นสากลของผู้หญิงได้ถูกตอบได้ว่า งานวิจัยในหลายวัฒนธรรมที่แตกต่างกันพบว่า ความเป็นเพศถือเป็นลักษณะสากลของสังคมมนุษย์ทั้งหมด กล่าวคือมีความเป็นเพศชาย ความเป็นเพศหญิง มีการกำหนดบทบาทที่แตกต่างกันระหว่างเพศในทุกวัฒนธรรม แต่บทบาทแต่ละเพศหรือนิยามความเป็นเพศอาจจะไม่เหมือนกันในแต่ละสังคม (Di Stefano 1990) แม้ว่า

ประสบการณ์ความเป็นเพศไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิตมนุษย์ แต่ก็มีเหมือนกันในผู้หญิงไม่ว่าจะเป็นชนชั้นใด เช่น ประสบการณ์ร่วมในการต้องทำงานบ้านและดูแลลูก หรือการมีข้อห้ามหรือข้อเรียกร้องร่วมให้มี “ความเป็นผู้หญิง” เช่น ความเรียบร้อย ไม่ก้าวร้าว เป็นต้น (Bardo 1990)

จากแนวคิดและทฤษฎี สตรีนิยมที่กล่าวมาสามารถสรุปเป็นแนวคิดพื้นฐานของสตรีนิยมในภาพรวมได้ 7 ประการ ดังนี้ (กนกพรรณณ วิบูลย์ศรีน, 2547 : 17 – 18)

1.ต่อต้านผู้ชายเป็นใหญ่ (Against Patriarchy) จากการรายงานขององค์การสหประชาชาติได้รายงานเมื่อ ค.ศ. 1980 พบว่าผู้หญิงมีจำนวนถึงครึ่งหนึ่งของประชากรโลก ผู้หญิงทำงานรวมกันเกือบสองในสามของชั่วโมงการทำงานทั้งหมด แต่ผู้หญิงได้รับรายได้เพียงหนึ่งในสิบของรายได้ที่เกิดขึ้นทั้งหมด จากข้อมูลจะเห็นว่าผู้หญิงมีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ชาย ชั่วโมงในการทำงานมากกว่าผู้ชาย ซึ่งนักคิดสตรีนิยมจึงไม่เชื่อว่าผู้ชายจะเป็นใหญ่และเป็นผู้นำเหนือผู้หญิงได้ตลอดไป แมรี โวลสโตนคราฟท์ (Mary Wollstonecraft) ได้พยายามชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่มีเหตุผลเช่นเดียวกับผู้ชาย และจิตใจของมนุษย์ย่อมไม่มีเพศ ดังนั้น ผู้หญิงจึงควรมีสติเท่าเทียมกับผู้ชายในด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ การถือครองทรัพย์สิน และการเมือง

2. วิพากษ์ความเป็นชาย (Critique of Maleness) นักคิดสตรีนิยมตั้งข้อสังเกตว่า ความคิดและการมองโลกของชาวตะวันตกจะนิยมแบ่งสิ่งต่างๆ ออกเป็น 2 ด้านเสมอ คือ ด้านบวกและลบ ซึ่งเมื่อนำแนวคิดนี้มาใช้กับมนุษย์ จะได้ความเป็นชายและความเป็นหญิงที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ความเป็นชายประกอบด้วย ความมีเหตุผล ซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติสำคัญที่สุดของมนุษย์ ในขณะที่ความเป็นหญิงจะถูกมองว่ามักใช้อารมณ์ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นด้วยมนุษย์ซึ่งต้องใช้ความรู้ความสามารถ จึงควรเป็นคุณสมบัติของผู้ชาย ผู้ชายจึงควรรับผิดชอบกิจการสาธารณะ ซึ่งเกี่ยวข้องกับคนหมู่มาก ในขณะที่ความเป็นหญิงจะถูกมองว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ไม่ต้องใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์ เพราะจะใช้ก็ยอมใช้ไม่ได้ เนื่องจากอารมณ์ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้หญิง ดังนั้นผู้หญิงจึงไม่เหมาะที่จะรับผิดชอบกิจการสาธารณะ

3. วิพากษ์ความเป็นหญิง (Critique of Femaleness) คริส บีส์ลีย์ (Chris Beasley) นักคิดสตรีนิยมอีกท่านหนึ่งได้จัดลำดับความแตกต่างของชายหญิงในระบบการคิดแบบตะวันตก ดังนี้ สังคมตะวันตกจะสร้างภาพให้ผู้หญิงเป็นเพียงสัตว์โลกชนิดหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ เป็นผู้ที่มีการมรณ์ มีความสังหรณ์ใจ ผู้หญิงจึงไม่มีตัวตนที่แท้จริงในแง่ของจิตวิญญาณ และด้วยเหตุผลนี้จึงต้องพึ่งพาอาศัยผู้ชาย หรือเป็นส่วนประกอบของสิ่งอื่นเสมอ ผู้หญิงเป็นฝ่ายถูกกระทำ ไม่มีเสรีภาพ เกี่ยวข้องเฉพาะเรื่องส่วนตัวหรือครอบครัว ผู้หญิงจึงหายไปจากสังคม จากไปอยู่ในความมืด กลายเป็นด้านชั่วร้ายของชีวิต ภาพในด้านลบของความเป็นหญิงนี้ปรากฏทั่วไปในผลงานของนักคิดของโลกตะวันตกซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย

4. เพศในทางชีวภาพ (Sex) แมรี โวลสโตนครัฟท์ ยอมรับว่าเพศในทางชีววิทยาของผู้ชายกับผู้หญิงอาจจะแตกต่างกันในบางประเด็น แต่หัวใจสำคัญคือ ความเป็นมนุษย์เหมือนกันมีเหตุผลเช่นเดียวกัน กล่าวสรุปได้ว่าสิ่งที่จำเป็นแก่มนุษย์ไม่ใช่เพศ แต่คือระดับของความสามารถในการใช้เหตุผล ชulamith ไฟร์สโตน (Shulamith Firestone) ยอมรับว่า ความแตกต่างทางเพศในเชิงชีวภาพเป็นต้นเหตุให้เกิดความแตกต่างระหว่างมนุษย์ การคลอดลูกและการเลี้ยงดูเด็กทำให้ผู้หญิงต้องพึ่งพาผู้ชายโดยปริยาย แต่ถ้าหากว่าความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จะช่วยปลดปล่อยภาวะชีวภาพให้แก่ผู้หญิงได้ เมื่อนั้นความแตกต่างทางเพศก็จะหมดไปทันที

5. เพศในเชิงสังคม (Gender) หรือที่เรียกว่า ความเป็นชายหรือความเป็นหญิงนั้น เป็นสิ่งที่สังคมแต่ละสังคมสร้างขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่สังคมจะกำหนดให้เพศชายมีความสำคัญกว่าหญิง แอนเดรีย ดอร์กิน (Andrea Dworkin) กล่าวว่า ความเป็นชายมักปรากฏตัวคู่กับความรุนแรง ความตาย และการทำลายล้างเสมอ และบ่อยครั้งที่ผู้หญิงต้องตกเป็นเหยื่อของการใช้ความรุนแรงนั้น เช่น การข่มขืน การทรมาน เป็นต้น เจน อัลเพิร์ต (Jane Alpert) นักสตรีนิยมกล่าวว่า คุณสมบัติของผู้หญิงที่สำคัญ คือ การเป็นแม่ มีความอบอุ่น การทุ่มเทจิตใจไปยังลูกความสามารถในการปรับตัว เป็นต้น การที่นักคิดสตรีนิยมพยายามนำด้านบวกของความเป็นหญิงเปรียบเทียบกับด้านลบของความเป็นชายแล้ว ทำให้ความสัมพันธ์ของโครงสร้างเดิม (แบบทวิลักษณ์) ต้องเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้าม

6. ความเสมอภาค (Equality) ถือเป็นแนวคิดหลักประการหนึ่งของอุดมการณ์สตรีนิยมโดยสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism) ถือเอาความเสมอภาคเป็นแนวคิดหลักของอุดมการณ์สตรีนิยมแนวสังคมนิยมหรือมาร์กซิสต์ (Socialist or Marxist Feminism) จะมองความเสมอภาคเป็นได้แค่นามธรรมเท่านั้น บางคนปฏิเสธความต้องการเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย เพราะถือว่าผู้หญิงนั้นโดยธรรมชาติเหนือกว่าผู้ชายอยู่แล้ว ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ความเสมอภาคที่สตรีนิยมตั้งเป้าหมายไว้ คือ การศึกษา การประกอบอาชีพ การเมืองด้านกฎหมาย เป็นต้น

7. ความแตกต่าง (Difference) นักสตรีนิยมในแนวก้าวหน้า (Radical Feminism) จะให้ความสำคัญกับแนวนี้ว่า ความคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างหญิงกับผู้ชายมากเป็นพิเศษ โดยเรียกความแตกต่างนี้ว่า “ช่องว่างระหว่างเพศในทางสังคม” นักคิดสตรีนิยมจะเน้นย้ำความแตกต่างระหว่างหญิงกับผู้ชายในประเด็นที่ว่า ผู้หญิงมีความเหนือกว่าผู้ชายในด้านร่างกาย และศีลธรรม เช่น สตรีนิยมจะอ้างว่าผู้หญิงสามารถให้กำเนิดชีวิตใหม่ได้ ผู้หญิงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผู้หญิงเป็นฝ่ายสร้างสรรค์ ผู้หญิงเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม การให้ความร่วมมือการทะนุถนอมและไฝ่สันติ ฯลฯ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. แนวคิดเรื่องข่าวและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

ความหมายของข่าว

อ่าน วุฒติกรรมรักษา (2536 : 5) ได้ให้ความหมายของข่าวไว้ว่า “ข่าว” คือ รายงานข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญ (Significance) และเป็นที่น่าสนใจ (Interest) อันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชน หรือสังคม”

ถาวร บุญปวัฒน์ (2538 : 57) ได้กล่าวถึง ความหมายของข่าวไว้ว่า ข่าว คือ ข้อเท็จจริงในรายงานเหตุการณ์ของหนังสือพิมพ์ที่ประชาชนในใจ

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ (2539 : 46 – 48) กล่าวว่า ข่าวคือรายงานของเหตุการณ์หรือความคิดเห็น ซึ่งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการในฐานะที่เป็นตัวแทนของสาธารณชน ได้พิจารณาเลือกสรรแล้วด้วยความเชื่อมั่นว่า เหตุการณ์หรือความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นที่สนใจของผู้รับสารส่วนใหญ่หรือบางส่วน ซึ่งก็หมายความว่า โดยตัวของเหตุการณ์หรือความคิดเห็นเองนั้น “ไม่เป็นข่าว” จนกว่าจะได้รับการรายงานให้ผู้อื่นได้รับทราบแล้วเท่านั้น เช่น สงครามการสู้รบ จะ “ไม่เป็นข่าว” จนกว่าจะมีการรายงานออกมาให้ผู้อื่นทราบ หรือความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ของรัฐเกี่ยวกับสถิติการประกอบอาชญากรรมที่เพิ่มขึ้นในประเทศหรือการอพยพของคนจากท้องถิ่นห่างไกลเข้ามาหางานทำในเมืองหลวง ก็จะไม่ “ไม่เป็นข่าว” เช่นกัน ถ้าหากไม่ได้รับการรายงานออกมาให้สาธารณชนได้รับทราบ

พิศิษฐ์ ขวาลาวัช (2539 : 8) ได้กล่าวถึง ความหมายของข่าวไว้ว่า ข่าว คือ ความเป็นจริงที่สมบูรณ์แบบ (Complete True) เป็นเรื่องราว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากอดีตสู่ปัจจุบันอย่างมีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง รวมถึงข้อคิดเห็นด้วย ดังนั้น สิ่งที่ถูกบันทึกในเนื้อข่าวต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ยืนยันได้ ไม่ว่าจะอีกกี่ปีข้างหน้า ข่าวบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากทั้งระดับท้องถิ่น หรือประเทศ หรือมวลมนุษยชาติ และเมื่อปรากฏเป็นข่าวสู่สาธารณชนสามารถก่อให้เกิดความเข้าใจในตัวเองได้

องค์ประกอบของข่าว (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2539 : 48)

องค์ประกอบของข่าว ต้องตอบคำถามพื้นฐาน 5 ข้อให้ได้ ได้แก่

1. ใคร (Who) เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคล เช่น ใครทำอะไร ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
2. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดของข่าวที่เป็นเรื่องราวและเหตุการณ์ที่สำคัญ
3. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน
4. เมื่อไหร่ (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวันเวลาใด
5. ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมการกระทำ เรื่องราวหรือเหตุการณ์จึงเกิดขึ้น และเกิดขึ้นได้อย่างไร

ประเภทของข่าว (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2539 : 48)

การแบ่งประเภทของข่าวสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกัน ได้แก่

1. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับข่าว ซึ่งแบ่งเป็น “ข่าวหนัก” ซึ่งเน้นเนื้อหาสาระ ความรู้มากกว่าความบันเทิง และ “ข่าวเบา” ซึ่งเน้นความบันเทิง หรือผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก
2. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านได้แก่ ข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองได้ทันที แต่เป็นการตอบสนองในระยะสั้นๆ ได้แก่ ข่าวบันเทิง อาชญากรรม อุบัติเหตุ และข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองช้า เพราะต้องใช้ความคิดพิจารณา ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา
3. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาจากวิธีการนำเสนอข่าว ซึ่งแบ่งเป็น ข่าวที่เสนอโดยเน้นเหตุการณ์ คือ เสนอเฉพาะข้อเท็จจริง และข่าวที่เสนอโดยเน้นที่กระบวนการเกี่ยวเนื่องของข่าว คือ เน้นการอธิบาย ตีความ ใช้ลีลาการเขียนแบบสารคดี เพื่อให้รายละเอียดที่เข้าใจ ดึงดูดความสนใจผู้อ่าน

องค์ประกอบของเหตุการณ์ที่มีคุณค่าข่าว (News Value)

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ (2539 : 49-52) กล่าวว่าเนื่องจากในแต่ละวัน เกิดเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคมมากมายเกินกว่าที่หนังสือพิมพ์จะสามารถรายงานได้ทั้งหมด ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องพิจารณาเลือกเหตุการณ์บางเหตุการณ์เพื่อตัดสินใจว่า เหตุการณ์ใดจะมีคุณค่าข่าวพอที่จะรายงานสู่สาธารณชน และในการคัดเลือกเหตุการณ์ที่มีคุณค่าข่าว หนังสือพิมพ์จะพิจารณาองค์ประกอบ (Elements) ที่มีอยู่ในเหตุการณ์นั้น ที่มีผลให้เหตุการณ์หนึ่งมีความโดดเด่นเหนือกว่าเหตุการณ์อื่นๆ ซึ่ง Joseph Pulitzer บิดาแห่งวงการวารสารศาสตร์และเจ้าของหนังสือพิมพ์ New York World ได้ชี้แนะให้ผู้สื่อข่าวในกองบรรณาธิการของเขาเสาะหา “เรื่องราวที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่” เป็นเรื่องที่แตกต่างกันจากเรื่องอื่นๆ เรื่องรักร้าง เรื่องรักๆ ใคร่ๆ เรื่องน่าตื่นเต้น เรื่องน่ารู้ น่าเห็น เรื่องกระจุกกระจิม น่าขบขัน เรื่องประหลาด และเรื่องที่น่าจะเป็นที่ใจจันถึง”

อย่างไรก็ดี ข่าวหรือเหตุการณ์ที่ได้รับการรายงานมักมีองค์ประกอบของคุณค่าข่าวหลายประการ และซ้อนกันจนแทบแยกไม่ออก ซึ่งองค์ประกอบของคุณค่าข่าวมีดังนี้ (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ ,2539 : 49-52)

1. ความมีชื่อเสียง (Prominence)

ในวงการข่าว มีคำกล่าวว่า “ชื่อดังมักเป็นข่าว” (Names always make news) ซึ่งหมายความว่า เรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งหลายมักได้รับความสนใจจากคนทั่วไป นอกจากชื่อเสียงของบุคคลแล้ว ยังหมายรวมถึง สิ่งของสถาบัน และสถานที่สำคัญต่างๆ ที่คนทั่วไปรู้จัก เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือทำเนียบรัฐบาล

2. ความใกล้ชิด (Proximity)

ความใกล้ชิด หมายความว่าถึง ทั้งทางกายและทางใจ และนับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากมนุษย์โดยทั่วไปมักจะให้ความสนใจเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตัวเขามากกว่าที่จะสนใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่น ฉะนั้น เหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบความใกล้ชิดกับผู้อ่านทั้งทางกายและทางใจ จึงมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่ไม่มีความใกล้ชิดกับผู้อ่าน

3. ความทันต่อเวลา (Timeless)

เหตุการณ์ใดที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ จะมีคุณค่าข่าวสูงและเป็นที่สนใจของผู้อ่านมากกว่า เหตุการณ์ที่อุบัติขึ้นมานานแล้ว อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์บางอย่างแม้จะเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่หากเพียงมีการค้นพบความเป็นไปของเหตุการณ์นั้นๆ เป็นครั้งแรก และการค้นพบนั้นเป็นที่สนใจของผู้อ่าน ก็นับว่าเหตุการณ์นั้นมีคุณค่าข่าวที่สูงเช่นกัน

4. ปุถุชนสนใจ (Human Interest)

เหตุการณ์ต่างๆ ที่มีผลให้มนุษย์เกิดอารมณ์พื้นฐาน (Emotion) เช่น โศกเศร้า เห็นใจ ดีใจ รักเกลียด โกรธ กลัว ขบขัน อิจฉาริษยา ฯลฯ มักเป็นเหตุการณ์ที่เร้าให้คนทั่วไปสนใจได้ จึงทำให้เหตุการณ์นั้นมีคุณค่าข่าวสูง

5. ความขัดแย้ง (Conflict)

ในความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างมนุษย์ ย่อมหนีไม่พ้นการเกิดความขัดแย้งและการต่อสู้ซึ่งกันและกัน ตั้งแต่ในระดับครอบครัวถึงระดับชาติ ตัวอย่างของความขัดแย้ง เช่น การทะเลาะวิวาท การแข่งกีฬา การเลือกตั้ง การอภิปราย การสู้รบ ฆ่าฟัน แต่ละเหตุการณ์จะมีคุณค่าข่าวแตกต่างกันไป โดยความขัดแย้งทางกายส่วนใหญ่จะเป็นที่สนใจของผู้คนมากกว่าความขัดแย้งทางใจ เนื่องจากปรากฏให้เห็นเป็นรูปแบบมากกว่า อีกทั้ง ความขัดแย้งทางกายยังนำไปสู่ความวิบัติเสียหาย ดังนั้น จึงมักพบการเสนอข่าวเกี่ยวกับสงคราม การฆาตกรรมเป็นข่าวใหญ่ตามหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เสมอ

6. ผลกระทบ (Consequence)

เหตุที่ผู้คนนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ก็เพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของตน ดังนั้น เหตุการณ์ใดก็ตามเมื่ออุบัติขึ้นแล้วมีผลกระทบต่อคนจำนวนมากย่อมจะมีคุณค่าข่าวสูง

7. ความมีเงื่อนงำ (Suspense)

เหตุการณ์ใดที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายได้ หรือหาสาเหตุไม่ได้ ย่อมเป็นที่สนใจของคนทั่วไป เช่น คดีฆาตกรรมที่ยังไม่รู้ตัวฆาตกร และจะยิ่งเป็นที่สนใจ หากเป็นคดีที่สลับซับซ้อนหรือเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีชื่อเสียง อีกทั้งถ้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั่วไปด้วยแล้ว เหตุการณ์ดังกล่าวก็ยังมีคุณค่าข่าวสูงมากขึ้น

8.ภัยพิบัติและความก้าวหน้า (Disaster and Progress)

ชีวิตที่ประสบความสำเร็จของบุคคลย่อมเป็นที่สนใจมากกว่าชีวิตคนธรรมดา คนส่วนใหญ่ต่างต้องการทราบว่า ผู้ที่ดำเนินชีวิตอย่างไรจึงประสบผลสำเร็จ นอกจากนั้น การคิดค้นประดิษฐ์วิวัฒนาการใหม่ๆ ความก้าวหน้าทางวิทยาการ รวมถึงภัยพิบัติจากผลของความก้าวหน้าก็เป็นที่น่าสนใจ และมีคุณค่าข้าวสูงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ในทางจิตวิทยา ภัยพิบัติที่มาในรูปแบบของ “ข่าวร้าย” จะมีคุณค่าสูงกว่าความก้าวหน้าที่มีในรูปแบบ “ข่าวดี” เช่น กรณีเกิดแผ่นดินไหว หนังสือพิมพ์จะอุทิศหน้ากระดาษทั้งหน้าเพื่อรายงานข่าวนี้ และคนต่างสนใจจะติดตามข่าวนี้มากกว่าข่าวการเลือกตั้ง 26 ชั้น สาเหตุที่ข่าวร้ายมีคุณค่าสูงกว่าข่าวดี เนื่องมาจากข่าวร้ายสามารถสร้างอารมณ์ที่เกิดขึ้นในใจผู้อ่านได้นั่นเอง

9.เพศ (Sex)

เรื่องของเพศจัดว่ามีคุณค่าข่าวเสมอ เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัวมนุษย์ ฉะนั้น เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความผิดปกติ หรือเหตุการณ์ทั้งดีและชั่วของมนุษย์เพศหญิงและชาย จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เรื่องนั้นเป็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น การประกวดนางงาม เรื่องอื้อฉาวของรักร่วมเพศ เป็นต้น

10.ความแปลกประหลาดผิดธรรมดา (Unusualness)

โดยปกติวิสัยของมนุษย์มักจะสนใจเรื่องแปลกประหลาดที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน หรือการกระทำบางอย่างที่ไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นไปได้ จัดว่ามีคุณค่าข่าวสูง ตัวอย่างเช่น ข่าวการคลอดลูกแฝด 8 คน การปรากฏตัวของงูยักษ์ เป็นต้น

หน้าที่ของสื่อมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชนประการหลัก ได้แก่ หน้าที่ต่อสาขาวิชาชีพ หมายถึง หน้าที่ของสื่อมวลชนในการปฏิบัติภารกิจของสื่อมวลชนที่ดี Harold Laswell (1948) ซึ่งได้ประยุกต์หลักทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ในการอธิบายหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1.สอดส่องระวังระไวต่อสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment)

เป็นเครื่องมือตรวจสอบสังคมและการเมือง สื่อควรสอดส่องระวังระไวเป็นหูเป็นตาให้กับสังคม เพื่อคอยตรวจตราติดตามเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม เช่น การทุจริตและประพฤตินิยมชอบของรัฐบาล นักการเมือง เป็นต้น แนวความคิดนี้ทำให้สื่อมวลชนยึดมั่นเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในการรายงานข่าวร้ายมากกว่าข่าวดี

สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นผู้แสวงหาและกระจายข่าวสาร หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า หน้าที่ในการรายงานข่าวสาร (Inform) เป็นเครื่องมือในการรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่อยู่รอบตัว

2.การประสานและเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society in responding to the environment)

นอกเหนือจากการรายงานเหตุการณ์แล้ว สื่อมวลชนยังมีหน้าที่ในการตีความ ให้คำอธิบายชี้แนะ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประสานความเข้าใจในสังคม

ประการแรก หมายถึง การเป็นเวทีสาธารณะนำเสนอเรื่องราว ความคิดเห็นที่หลากหลาย ตลอดจนข้อขัดแย้งต่างๆ อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในทางสร้างสรรค์สังคม

ประการที่สอง สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการชักจูงและเชื่อมโยงคนที่อยู่กระจัดกระจายหลากหลายเข้าด้วยกัน ให้มีความรู้สึกตอบสนองต่อสิ่งรอบตัวร่วมกัน

3.การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Transmission of the social heritage from one generation to the next)

สื่อมวลชนได้รับมอบหมายให้สืบทอดวัฒนธรรมให้เกิดความต่อเนื่องยาวนาน จากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง สื่อมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ และนำไปสู่การเรียนรู้ต่างๆ มากมาย หรือเรียกว่า หน้าที่ในการให้ความรู้ สื่อมวลชนสร้างประสบการณ์ร่วมให้เกิดในหมู่สมาชิกในสังคม เชื่อมโยงชุมชนเข้าด้วยกัน สร้างเอกลักษณ์ในทุกกระดับ

ต่อมา Charles R. Wright ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 คือ การให้ความบันเทิง (Entertainment) สื่อมวลชนเป็นผู้ให้ความบันเทิงได้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็สื่อประเภทใดก็ตาม มักสอดแทรกส่วนที่เป็นความบันเทิงเข้าไปได้เสมอ แม้แต่ในหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพที่เน้นข่าวหนัก

(Hard News) ก็ยังมีการตุนลือการเมือง หรืองานเขียนที่มีเนื้อหาให้ความเพลิดเพลินใจแก่ผู้อ่าน โดยทั่วไปสื่อส่วนใหญ่มักผสมผสานการให้ความรู้ ความบันเทิงและชักจูงใจไปด้วยกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า 1. การรายงานข่าวสาร (Information) 2. การชักจูงใจ (Persuasion) 3. การให้ความรู้และอบรมบ่มเพาะทางสังคม (Education and Socialization) 4. ความบันเทิง (Entertainment)

บทบาทของสื่อ

Susannah Wilson (1981) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 24) ได้ประมวลแนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อในประเด็นหญิง-ชายกับสภาพการณ์ในโลกที่เป็นจริง โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทของสื่อเป็นเกณฑ์ ซึ่งจะแบ่งประเภทได้เป็น 3 แบบ คือ

1. การมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นกระจก สะท้อนภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อสรุปประการหนึ่งที่ S. Wilson กล่าวไว้ก็คือ คงจะไม่มีมีความสำคัญอย่างตรงๆ (direct relation) ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับภาพสะท้อนในสื่อ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่ากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานสื่อมวลชนนั้นเกิดมาจากบุคคลหลายฝ่ายที่มีทัศนะและอุดมการณ์แตกต่างกัน

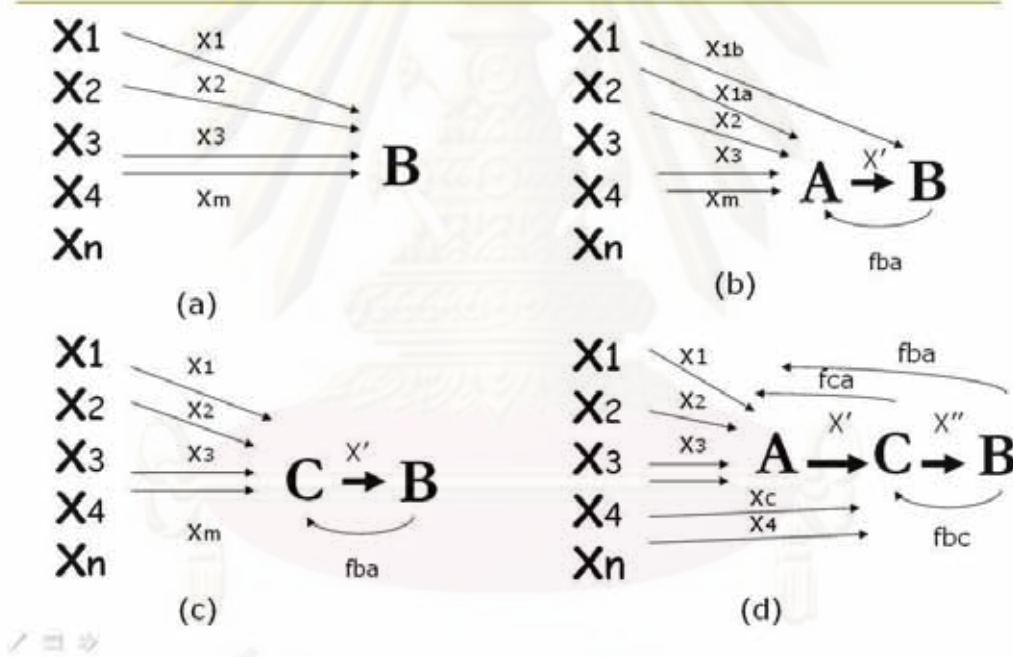
2. การมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นตัวตอกย้ำ (rein forcer) แบบอย่างค่านิยม ความคิด และความเชื่อต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม ในแง่นี้ บรรดาภาพต่างๆ ที่ปรากฏในสื่อก็จะเป็นภาพที่ถูกคัดเลือกแล้วให้เป็นแต่ภาพที่สังคมต้องการจะส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เหมือนกับสถาบันทางสังคมอื่นๆ คือ เป็นตัวแทนในการอบรมบ่มเพาะให้สมาชิกสังคมเป็นไปตามบรรทัดฐานสังคม (agents of socialization)

3. มองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเป็นกลไกทางการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change) โดยที่ S. Wilson ได้อ้างทัศนะของ Albercht (1954) ว่าสื่อมวลชนสามารถจะนำเสนอแบบอย่างใหม่ๆ ค่านิยม แนวคิด และความเชื่อใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ทั้งระดับแนวคิดและการกระทำในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม S. Wilson ได้ตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่ทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มักจะเล่นบทบาทนี้ไม่ค่อยได้ เพราะกลไกการควบคุมต่างๆ ของสังคม ทำให้มักมีเนื้อหาในแง่อนุรักษ์นิยมเป็นส่วนใหญ่ (หรืออย่างมากที่สุดก็เพียงแค่ปฏิรูป) นอกจากนั้น ทางด้านผู้รับสารเองก็ยังมีกระบวนการเลือกรับสารอีกด้วย ซึ่งอาจจะไม่เลือกรับรู้ด้านที่

ก้าวหน้าแปลกใหม่ของเนื้อหา ก็เป็นไปได้ S. Wilson เห็นว่าน่าจะเป็นพวกสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ที่มีเป้าหมายจะเปลี่ยนแปลงแนวคิดและแนวทางปฏิบัติแบบเก่าอย่างแนชัดมากกว่า ที่จะสร้างผลกระทบเรื่องการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเห็นผลจริงจัง

ภาพประกอบที่ 2.1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของ Westley and MacLean

Conceptual model of communication (Westley and MacLean, 1957)



Bruce Westley และ Malcolm M. MacLean Jr. ได้พัฒนาแบบจำลองนี้จากแนวความคิดทางจิตวิทยาเกี่ยวกับสิ่งเร้าและการตอบสนอง และเสนอแนวคิดสำคัญๆ หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) เรื่องการทำหน้าที่ของผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) นอกจากนี้ภายใต้กรอบทฤษฎีการเรียนรู้ แบบจำลองของ Westley and MacLean ระบุว่าบุคคลมักกับสารผ่านช่องทางประจำ ตรรกะที่ยังคงพึงพอใจกับสารที่ได้รับ

4. แนวคิดการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

แนวคิดที่ว่า สิ่งที่เราเรียกว่า "ความเป็นจริง" (Reality) นั้น มิใช่เป็นสิ่งที่มืออยู่แล้ว (Given/Out there) แต่ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (Construct) แล้วรอให้นักวิชาการไปค้นพบแบบที่สำนักประจักษ์นิยมเชื่อถือ (Empiricism) ในทางตรงกันข้าม นักวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า "ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น" (กาญจนา แก้วเทพ, 2541:258) กระบวนการสร้างความรู้/ความจริงดังกล่าวเรียกกันว่าเป็น "การสร้างความเป็นจริงทางสังคม" (Social construction of reality)

แนวคิดนี้เริ่มจากคำอธิบายที่ว่า มนุษย์เรามีโลกแวดล้อมรอบตัวบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ระดับ ระดับแรกคือ โลกทางกายภาพ (Physical world) ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ เช่น พื้นดิน ท้องฟ้า แม่น้ำ ต้นไม้ ฯลฯ และระดับที่สองคือ โลกทางสังคม (Social world) ซึ่งเกิดจากการสร้าง (Construct) ของสังคม โลกทางสังคมนี้นิยมมีความหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ละยุคสมัย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 260) ซึ่งโลกนี้มีชื่อเรียกอีกหลายอย่าง สิ่งแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ (symbolic environment) หรือความเป็นจริงทางสังคม (social reality) โลกนี้เกิดจากการทำงานของสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐ และสื่อมวลชน เกิดจากการให้คำนิยาม/ การให้ความหมาย (Definition/ Meaning) แก่สิ่งต่างๆ ที่เป็นโลกกายภาพรอบๆ ตัว (กาญจนา แก้วเทพ, 2549:238)

คำว่า "ความเป็นจริง" นี้ประกอบด้วยหลายมิติ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549:239) คือ

1. เป็นแหล่งสำคัญของการให้คำนิยามแก่สังคมต่างๆ (dominant source of definition) เช่น การเมืองคืออะไร ชีวิตคืออะไร พ่อแม่คือใคร เป็นต้น
2. เป็นภาพลักษณ์ (image) ของความเป็นจริงทางสังคมของปัจเจกบุคคล/กลุ่ม/สังคมต่างๆ เช่น ชาวเขามีภาพลักษณ์อย่างไร ทักษะของคนอเมริกันต่อนักการเมือง/ตำรวจเป็นอย่างไร เป็นต้น
3. เป็นค่านิยมที่แสดงออกมา (value) เช่น การเชื่อมโยงระหว่างความดีกับความชั่วเข้ากับความขาวและความดำ ดังที่ผลการวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างตัวละครผิวดำกับผิวขาวแล้ว ตัวละครผิวดำจะมีลักษณะที่สนุกสนานหรือมีเนื้อหาสาระน้อยกว่าตัวละครผิวขาว และจะลงเอยในทางลบ ในขณะที่ตัวละครผิวขาวจะมีตอนจบที่เป็นบวกมากกว่า เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น ข้อค้นพบของ Sweeper (1993) จากการศึกษารายการละครเกี่ยวกับครอบครัวของคนผิวขาว 6 เรื่อง ระหว่างปี

1970-1980 จำนวน 93 ตอน Sweeper พบว่า ครอบครัวของคนผิวดำจะถูกนำเสนอภาพในแบบของ ครอบครัวที่แตกแยก มีแม่บ้านเป็นใหญ่ในครอบครัว สมาชิกในครอบครัวมีการศึกษาต่ำ ประกอบอาชีพต่ำ ตัวละครผู้ชายผิวดำที่เป็นผู้ใหญ่จะมีลักษณะไม่เป็นมิตร อ่อนแอ เห็นแก่ตัว ไม่น่าไว้วางใจ มากกว่าตัวละครผู้ชายผิวขาว

4. เป็นบรรทัดฐานสำหรับการตัดสิน (Normative judgement) เช่น ระหว่างความกตัญญูต่อพ่อแม่กับการตัดสินใจอย่างอิสระในเรื่องชีวิตรักของ พระเอกละครโทรทัศน์ สังคมใช้อะไรเป็นเกณฑ์ บรรทัดฐานในการตัดสินใจว่าพระเอกทำถูกต้องหรือไม่

เมื่อความเป็นจริงเกิดมาจากการถูกประกอบสร้างหรือถูกนิยามจากการทำงานของสถาบันต่างๆในสังคม ก็จะมีกระบวนการซึมผ่านนิยามดังกล่าวเข้าไปในตัวบุคคล นิยามดังกล่าวจะกลายเป็น "แผนที่ทางจิตใจ" (mental maps) ที่ทำหน้าที่เหมือนแผนที่ทั่วไป คือ ชี้ทิศทางว่าอะไรเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง ความคาดหวังต่างๆเป็นอย่างไร (level of expectation) แผนที่นี้จะลากเส้นกั้นบอกว่าอะไรบ้างที่เป็นไปได้ (possible) (กำหนด horizontal line) อะไรบ้างที่เป็นเรื่องปกติ (normal) อะไรบ้างเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ (acceptable) รวมทั้งมีการชี้แนะว่ามีวิถีทางแบบใดบ้างที่จะบรรลุเป้าหมายได้ (บอก way of life) (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 239 – 240)

คนที่มีโลกเชิงสัญลักษณ์/มีแผนที่ทางจิตใจต่างกัน จะมี "ระบบการรับรู้" (Perception) ที่ต่างกัน แผนที่ทางจิตใจจะเป็นตัวชี้ทางการกระทำ/ความคาดหวัง/ระบบค่านิยมของคน เมื่อแผนที่ทางจิตใจดังกล่าวได้ติดตั้งลงในจิตใจของผู้คนแล้ว กระบวนการนี้ก็ไม่ได้หยุดทำงาน แต่ทว่าได้ดำเนินการตอกย้ำอย่างต่อเนื่อง กระบวนการให้ค่านิยมของสังคมโดยเฉพาะค่านิยมหลักจะติดตั้งกลไกเพื่อป้องกันตนเอง ดังนั้น หากมีค่านิยมอื่นๆ ที่พยายามจะนำเสนอตัวเองเข้ามาในพื้นที่ดังกล่าวก็จะต้องเผชิญกับแรงต่อต้านกับค่านิยมเดิม M.Weber จึงเคยตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการทำหน้าที่การให้ค่านิยมของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนจะต้องทำการ "คัดเลือก" (Selection) และเสริมย้ำ (Accentuation) ค่านิยมหลักของสังคมอยู่เสมอโดยถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชน (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 240)

อย่างไรก็ตาม ในโลกแห่งความเป็นจริง ก็ไม่เคยมีคำนิยามเพียงคำเดียวสำหรับสิ่งต่างๆ แม้ว่า จะมีคำนิยามหนึ่งเป็นคำนิยามหลักก็ตาม (Dominant Definition) และความเข้มแข็งแต่ละคำนิยามก็ มีไม่เท่ากัน คำนิยามหลักบางคำมีจุดอ่อนทำให้เปลี่ยนแปลงง่าย บางคำนิยามถูกนิยามมาจากข้างบน และต้องปะทะกับคำนิยามจากข้างล่าง คำนิยามบางอันต่อเนื่องมาจากอดีตและขัดแย้งกับคำนิยาม ในปัจจุบัน ลักษณะของคำนิยามจึงมีหลายโฉมหน้า (Multifacet) (กาญจนา แก้วเทพ 2549 : 240 – 241)

ในโลกยุคปัจจุบันนี้ ในขณะที่โอกาสที่บุคคลจะได้มีประสบการณ์ตรงกับสิ่งต่างๆ ใน ชีวิตประจำวันนั้น (Direct experience) มีอย่างจำกัดมาก และพบปะผู้คนในแวดวงที่จำกัดมาก แต่ ทว่า เรากลับมีประสบการณ์ที่หลากหลายมากมายผ่านการทำงานของตัวสื่อกลางเช่นสื่อมวลชนที่ทำให้ วัตถุติดในแง่พื้นที่/ในแง่กลุ่มผู้คน/ในแง่เรื่องราว/ในแง่กาลเวลา/อย่างไม่มีขอบเขตจำกัด ดังนั้น จึงมี คำถามว่า “ความเป็นจริงที่อยู่รอบๆ ตัวเรานั้น” เป็นสัดส่วนของความจริงที่เกิดมาจากสื่อ (โดยเฉพาะ โทรทัศน์) (Mass-mediated experience) เป็นส่วนใหญ่ และเป็นสัดส่วนที่มากกว่าความเป็นจริงจาก ประสบการณ์ตรง ดังนั้น กล่าวในเชิงปริมาณแล้ว สื่อมวลชนย่อมมีโอกาสวาดแผนที่ในจิตใจของผู้คน ได้มากกว่าประสบการณ์ตรงของบุคคลนั้น (กาญจนา แก้วเทพ 2549 : 241 – 242)

นอกจากสื่อมวลชนจะสะท้อนความเป็นจริงในสังคมแล้ว McQuail (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 81) ยังกล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้แนะทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมา จากสถาบันอื่นในสังคม การกล่าวเช่นนี้มีผลมาจากสื่อมวลชนอยู่ภายใต้กรอบของสังคม และยังคงอยู่ ภายใต้การทำงานของระบบเศรษฐกิจ การเมือง สื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนตัวเชื่อมระหว่างสังคม และ บุคคลในสังคมเข้าด้วยกัน ด้วยการถ่ายทอดอุดมการณ์ต่างๆ ของสังคมให้บุคคลได้รับรู้

สารของสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในการสร้างความรู้ และความเชื่อเกี่ยวกับโลกภายนอกให้เกิด ขึ้นกับผู้อ่าน เพราะแต่ละวันมีเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ มากมายทั่วโลก ซึ่งคนทุกคนไม่สามารถ รับรู้เรื่องราวทุกเรื่องได้ด้วยตนเอง สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่รายงานเรื่องเหล่านั้นให้คนในสังคมได้รับรู้ และถือเป็น “ประสบการณ์ทางอ้อม” กล่าวได้ว่า เราเรียนรู้เรื่องราวและเหตุการณ์ในสังคมผ่านการ ตีความและคัดเลือกของสื่อมวลชนได้โดยไม่ต้องมีส่วนร่วมโดยตรง (จิตราภรณ์ วันสพงค์, 2539 : 15)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า สื่อมวลชนนำเสนอความคิด สะท้อนภาพความจริงในสังคมให้กับบุคคลได้รับรู้ และเป็นแบบอย่างกับสังคม ซึ่งเดิมเคยเป็นหน้าที่ของครอบครัว โรงเรียน ศาสนา แต่เมื่ออยู่ในยุคปัจจุบัน หน้าที่ดังกล่าวก็สืบทอดมาให้กับสื่อมวลชนช่วยขัดเกลาให้กับคนในสังคมด้วยการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ ความบันเทิง ให้ความคิดเห็น มรดกของสังคม วัฒนธรรม และการศึกษา ตามแนวคิดของบทบาทหน้าที่ของสื่อของ Laswell และคณะกรรมการ McBride Commission (อ้างถึงใน สมควร กวียะ, 2545)

นอกจากนั้นแล้ว หากศึกษาถึงเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยนำแนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมมาใช้อธิบายถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อ จะสรุปได้ว่า ทุกครั้งที่สื่อมวลชนเผยแพร่ผลงานของตนก็จะสร้างผลกระทบได้ในหลายระยะ ทั้งระยะสั้น (ขั้นแรก) ระยะกลาง (ขั้นที่สอง) และระยะยาว (ขั้นที่สาม) เช่น หลังจากรับข่าวสารไปแล้ว ผลกระทบระยะแรกก็คือ การเก็บข้อมูลเข้าสู่คลังความรู้ สร้างทัศนคติ และค่านิยมต่างๆ หลังจากนั้นก็เป็นขั้นตอนที่มีปฏิริยาตอบสนอง และเมื่อเวลาค่อยๆผ่านไป ข้อมูลข่าวสารที่สะสมกันมากๆเข้าก็就会被จัดระบบและห่อหุ้มผู้รับสารจนกลายเป็นโลกแห่งความจริง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 265)

หรืออย่างในเรื่องการประกอบสร้างอุดมการณ์เรื่องเพศในสังคมไทย กำจร หลุยยะพงศ์ (2547) ชี้ให้เห็นว่า เมื่อลองพิจารณาตัวละครและเรื่องราวที่ปรากฏใน ภาพยนตร์แล้วจะพบว่า จะมีลักษณะของการถูกจำกัดจำเขี่ยและอยู่ภายใต้อุดมการณ์ทางเพศ หากมองเฉพาะตัวละครหญิงก็จะพบเพียงภาพของหญิงอ่อนหวาน (แต่ใจ) ผู้หญิงในฐานะวัตถุทางเพศ (ดาวยั่ว) ผู้หญิงในฐานะของเหยื่อ (ถูกหลอก ถูกตบ จูบ ถูกข่มขืน) และหากมองตัวละครชายก็จะพบมุมอีกด้านหนึ่ง คือ ฉลาด เข้มแข็ง มีอำนาจ และเป็นผู้กระทำ ในส่วนของเรื่องราวก็จะพบนางเอกแก่นแก้วแสนซนดังนางแมวป่า แต่ท้ายที่สุด พระเอกก็สามารถปราบพยศและทำให้นางเอกกลายเป็น "กุลสตรี" ได้ดังอุดมการณ์ของสังคมได้อย่างไม่น่าเชื่อ ในทางกลับกัน แก่นเรื่องที่แสดงให้เห็นภาพ นางเอกท้องก่อนแต่ง หย่า ถูกข่มขืน หรือมีแฟนเป็นนางรอง จะต้องถูก "ซ่อนเร้น" และเป็นข้อห้ามสำคัญสำหรับหนังเพราะขัดกับขนบความเชื่ออันดีงามของไทย

จากงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงในสังคมโดยสื่อมวลชน พบว่า

1. เนื้อหาสื่อมวลชนส่วนใหญ่มีความโน้มเอียงที่จะเสนอเรื่องราวของบุคคลระดับสูง ซึ่งหมายถึงผู้มีอาชีพการงานที่มีรายได้ดี มีสถานภาพและอำนาจในสังคมที่เห็นได้ชัดเจน
2. เนื้อหาของสื่อมวลชนมักจะส่งแสงให้เห็นความลำเอียงที่มีต่อประเทศหรือสถานที่บางแห่งอยู่ไม่น้อย
3. เนื้อหาของสื่อจะให้ภาพที่ดูเป็นพิมพ์เดียวกันของคนกลุ่มน้อยหรือพวกนอกกลุ่มบางจำพวก เช่น ผู้หญิง ชนกลุ่มน้อย สมาชิกสหภาพแรงงาน คนยากจน ผู้อพยพ แม้ว่าแบบฉบับที่นำมาเสนอนั้นจะมีส่วนเสี้ยวของความเป็นจริงปะปนอยู่บ้างก็ตาม แต่ก็เสนออย่างคับแคบและมองแง่มุมเดียวซ้ำๆ ซากๆ ติดจะรังเกียจเดียดฉันท์ สะท้อนให้เห็นขีดจำกัดของสื่อมวลชนที่ไม่อาจเข้าถึงความเป็นจริงของกลุ่มบุคคลนี้ได้ หรือไม่ก็อาจจะเป็นการบิดเบือนความจริงด้วยซ้ำไป
4. สื่อมวลชนมีแนวโน้มจะหล่อเลี้ยงมายาคติ (Myth) ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือพฤติกรรมบางอย่าง ทั้งที่เป็นการบิดเบือนความเป็นจริงของประวัติศาสตร์หรือมนุษยชาติ เช่น มายาคติเกี่ยวกับชาตินิยม หรือเรื่องเพศ
5. แบบฉบับของการเลือกเนื้อหาของสื่อมวลชนถือเรื่องที่มีความก้าวร้าวรุนแรงและกระทบอารมณ์ความรู้สึกอย่างรุนแรงเป็นเกณฑ์สำคัญ เช่น การก่ออาชญากรรมที่ใช้ความรุนแรงต่อบุคคล ดูจะได้รับความสนใจมากกว่าอาชญากรรมแบบอื่นๆ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ อ้างถึงใน จิตราภรณ์ วันสพงค์, 2539 : 16-17)

วิธีการที่สื่อมวลชนจะสร้างความเป็นจริงทางสังคม คือ การกำหนดเรื่องพิจารณา (Agenda Setting) ซึ่งเชื่อในความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนด (Set) ประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่างๆ ให้ประชาชนผู้รับสารต้องรับสารหรือตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ตามที่สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนด วาระข่าวสารให้ประชาชนรับสาร ผลที่ตามมาคือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระหรือประเด็นที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 202)

ส่วนอีกแนวคิดหนึ่ง ได้แก่ เรื่อง “นายทวารข่าวสาร” (Gatekeeper) ซึ่ง Schramm อธิบายไว้ว่า นายทวารข่าวสารเป็นผู้มีสิทธิ์ในการเปิดเผยหรือปิดบังข่าวสารที่จะส่งผ่านไปยังประชาชน (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538 : 153) และจากการที่สื่อมวลชนไม่

สามารถเสนอเหตุการณ์ทุกเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคมได้ทั้งหมด จึงต้องคัดเลือกเรื่องที่จะนำเสนอให้ผู้รับสาร การที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็น “ตัวกรอง” ในการนำเสนอเนื้อหาและเลือกสรรเนื้อหา ทำให้บางครั้งการกลั่นกรองเนื้อหากลายเป็นการบิดเบือนความจริง หรือเป็นการเลือกเฟ้นเอาสิ่งที่ไม่ต้องการทิ้งไป ซึ่งเท่ากับกลายเป็นอุปสรรคขัดขวางความรู้ และลดโอกาสที่จะขยายประสบการณ์ของผู้รับสารไปด้วย (ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 67)

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชนของตะวันตกมี 2 ทฤษฎีใหญ่ คือ ทฤษฎีแรกเสนอว่า ความเป็นจริงในสังคมมีปรากฏอยู่แล้ว สื่อเพียงแต่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความเป็นจริงเหล่านั้นอย่างเที่ยงตรง ในแง่นี้สื่อจึงทำหน้าที่คล้ายกระจกสะท้อนความเป็นจริง ส่วนทฤษฎีที่สองเสนอว่า ความเป็นจริงในสังคมเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นอย่างเป็นระบบ เนื้อหาของสื่อจึงอาจเบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง และสื่อมีแนวโน้มที่จะไม่เสนอเนื้อหาที่ขัดกับคุณค่าหรือนิยามของสังคม

Charles Wright (Charles Wright 1975 : 133) ได้เสนอทัศนะเรื่องสื่อมวลชนปลุกฝังหรือสร้างภาพความเป็นจริงในสังคมให้อยู่ในโลกทัศน์ของผู้รับสาร โดยการเสนอภาพที่มีมิติต่างๆ เหล่านี้คือ

1. What is สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ให้นิยามว่าอะไรเป็นอะไร
2. What is important สื่อมวลชนจะเป็นตัวบอกว่าอะไรคือสิ่งสำคัญ
3. What is right สื่อมวลชนจะเป็นผู้ระบุมาตรฐานของความถูกต้อง เช่น ใคร อะไร สำหรับใคร
4. What is related to what สื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้คำอธิบายว่าอะไรเกี่ยวข้องกับอะไร

แนวคิดของ Charles Wright สอดคล้องกับแนวคิดของ Gerbner (1977) ที่เสนอทัศนะว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์เป็นผู้สร้างสารที่แสดงถึงบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม ซึ่งสารเหล่านี้เป็นสารประกอบย่อยๆ ของระบบสาร (System of message) ทั่วไปที่ควบคุมความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบของสารที่แสดงออกในลักษณะการเล่าเรื่อง (Myth Teller) ทำให้ผู้รับสารรับรู้ว่าสิ่งเหล่านี้เป็นจริง และถูกต้องสอดคล้องกับระเบียบสังคม ผลก็คือทำให้ผู้รับสารของสื่อมวลชนถูกกลืนเข้าสู่

วัฒนธรรมดังกล่าว Gerbner เรียกกระบวนการนี้ว่า Symbolic Functions ซึ่งทำหน้าที่สร้างความชอบธรรม (Legitimize) แก่องค์กรทางสังคม ตลอดจนให้เหตุผลกระตุ้นหรือหล่อเลี้ยงองค์กรเหล่านี้

Gerbner เห็นว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับบทบาทนี้ เพราะไม่มีสื่อประเภทใดที่สามารถเข้าถึงได้ทุกคนเหมือนโทรทัศน์ Gerbner กล่าวว่าสารเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นมาอย่างลอยๆ แต่ก่อตัวมาจากสถาบันและถือว่าการสร้างจิตสำนึก (Cultivate) ซึ่ง Gerbner พัฒนามาเป็นทฤษฎีการอบรมปมเพาะ (Cultivation Theory) โดยมีเนื้อหาหลักว่า ยิ่งเปิดรับสื่อมากเท่าไรก็ยิ่งมองโลกสอดคล้องกับเนื้อหาที่มีอยู่ในสื่อมากขึ้นเท่านั้น สื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์จะมีอิทธิพลอย่างมากมหาศาลในการเป็นตัวแบบให้สังคม เพราะโทรทัศน์มีลักษณะของการส่งสารที่เป็นระบบและมีความสม่ำเสมอในการดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เนื้อหาที่ Gerbner สนใจคือความหมายที่เห็นชัดเจน ความหมายแฝงและรูปแบบสัญลักษณ์ (Symbolic Patterns) ดังนั้น ในการวิเคราะห์เนื้อหา Gerbner จึงศึกษาใน 3 มิติ คือ

1. The existence of priorities หมายถึง สิ่งที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก
2. The existence of value หมายถึง สื่อมวลชนบอกผู้รับถึงสิ่งที่ควรเป็นคุณค่า
3. The existence of relationship หมายถึง สื่อมวลชนเสนอว่าอะไรสัมพันธ์กับอะไร

Aimnee Dorr (1980 : 8-11, 94-95) กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ในการสร้างความ เป็นจริงว่า เป็นเพราะ ประการแรก ปัจจุบันโทรทัศน์มีแพร่หลาย มีเนื้อหาสมจริง เพราะเทคโนโลยีทำให้สามารถเสนอเนื้อหาใกล้เคียงกับชีวิตมากขึ้น ประการที่สอง การสื่อสารของโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายคลึงกับการสื่อสารระหว่างบุคคล ยกเว้นการได้กลิ่นและการสัมผัส ผู้ชมโทรทัศน์จะได้ยินทั้งเสียง และเห็นทั้งภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้น้ำเสียง การแสดงสีหน้า ประการสุดท้าย เนื้อหาของรายการโทรทัศน์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (Constructed) ไม่มากก็น้อย ซึ่งหมายถึงการคัดเลือกสารนั่นเอง รวมทั้ง การสร้างความหมายในทางเทคนิค เช่น ภาพเร็ว ภาพช้า ภาพใกล้ ภาพไกล ซึ่งคุณสมบัติที่กล่าวมาข้างต้นทำให้การสร้างเนื้อหามีพลังมากขึ้น แต่อิทธิพลของเนื้อหายังขึ้นอยู่กับคุณลักษณะดังนี้

1. Repetition หมายถึง เนื้อหาที่มีการเสนอซ้ำๆ ในรายการใดรายการหนึ่ง หรือการดูซ้ำๆ ในรายการใดรายการหนึ่ง หรือการดูซ้ำๆ ในรายการใดรายการหนึ่ง
2. Clarity หมายถึง ความคิดที่นำเสนออย่างชัดเจนเป็นลำดับ

3. Encodability หมายถึง เนื้อหาที่เข้าใจง่ายด้วยภาพและคำพูด และง่ายต่อการจดจำ
4. Familiarity หมายถึง เนื้อหาเป็นที่คุ้นเคย
5. Participation หมายถึง เนื้อหาที่สามารถทำให้ผู้ดูรู้สึกมีส่วนร่วม เช่น การพูดในระหว่างการดู
6. Reinforcement หมายถึง เนื้อหาที่มีการตอกย้ำสิ่งที่เราเรารู้ก่อน
7. Status หมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นสูง
8. Identification หมายถึง เนื้อหาที่ทำให้ผู้ดูรู้สึกเหมือนเป็นตัวละครในรายการ
9. Variation หมายถึง เนื้อหาที่มีความหลากหลายในรูปแบบตัวเอกและปัญหา
10. Realism หมายถึง เนื้อหาที่ดูสมจริง
11. Arousal หมายถึง เนื้อหาที่สามารถปลุกเร้าผู้ดู

McQuail (1983 : 196-200) ได้รวบรวมทฤษฎีเรื่องความเป็นจริงและการเบี่ยงเบนของการแสดงเนื้อหาดังนี้

1. ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functional Theory) สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ใน 2 ระดับ คือ ระดับสังคม และระดับปัจเจกบุคคล ในระดับสังคม สื่อมวลชนย่อมจะมีส่วนช่วยให้สังคมมีความต่อเนื่อง ทำการควบคุมสังคม ช่วยรักษาบูรณภาพ สร้างแรงจูงใจด้วยการให้รางวัลทางจิตใจแก่ผู้ที่ยอมทำตามค่านิยมนั้น ในลักษณะที่เนื้อหาสื่อมวลชนจะมีการนำเสนอเรื่องราวที่มีการเน้นถึง “ผู้ที่อยู่เบื้องบน” และ “พวกที่อยู่ภายในกลุ่มของเรา” ยิ่งไปกว่านั้น เนื่องจากสังคมยังมีหน้าที่ที่จะต้องจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ด้วยการจัดหาทางออกในรูปแบบต่างๆ เอาไว้ให้ เช่น การสร้างความเพ้อฝัน ความไม่สมจริง ความใฝ่ฝัน และการหลบหนีปัญหาแบบชั่วคราวชั่วคราว ดังนั้น ในระดับของปัจเจกบุคคล จะเห็นว่าการเน้นเรื่องชนชั้นนำและค่านิยมที่ได้รับการยอมรับอาจจะตอบสนองความต้องการบางอย่างของปัจเจกบุคคลได้ เช่น ความต้องการแบบอย่าง ต้องการผู้ที่จะมาเป็นแบบฉบับ เป็นการตอกย้ำค่านิยมบางอย่างให้มั่นใจยิ่งขึ้น แม้แต่การหลบหนีจากความเป็นจริงก็ยังมีบทบาทช่วยให้ภาระอันหนักอึ้งในชีวิตจริงทุเลาเบาบางลงบ้าง

2. ทฤษฎีการครอบงำ (Conspiracy or Hegemony Theory) มีเนื้อหาหลักว่า ชนชั้นผู้ปกครองจะใช้สื่อเพื่อรักษาอำนาจทางสังคม โดยไม่ให้ประชาชนส่วนใหญ่รู้ถึงสภาพความเป็นจริง

ของสังคม โดยจะเน้นแนวคิดเรื่องความชอบธรรมของรัฐและสถาบันของชนชั้นที่ได้รับการสถาปนาขึ้นมา และหากเกิดมีกลุ่มที่ต้องการท้าทายดังกล่าวขาดความชอบธรรมในการกระทำของตน รวมทั้งมีความพยายามที่จะเบี่ยงเบนความไม่พอใจและความคับข้องใจของประชาชนไปยังบรรดาแพะรับบาปทั้งหลาย เช่น พวกนอกคอก พวกที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคม หรือพวกฝ่าฝืนสังคม

3. ทฤษฎีองค์การ เป็นแนวคิดของพวกเศรษฐศาสตร์การเมืองว่า พลังผลักดันทางเศรษฐกิจและการตลาดสามารถทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง เช่น การรวมศูนย์รสนิยมของผู้ดูผู้ชมส่วนใหญ่ให้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผลผลิตของสื่อที่ไม่หลากหลาย และโอกาสที่กลุ่มชนชั้นต่างๆ ในสังคมจะเข้าถึงสื่อมีอยู่อย่างจำกัดและไม่เท่าเทียม ค่านิยมต่อการผลิตครั้งละมากๆ และซ้ำซากกลายเป็นค่านิยมหลักและแพร่หลายไปทั่ว ทั้งนี้ เนื่องจากผลงานที่มีความแปลกใหม่ ริเริ่มสร้างสรรค์ หรือมีความหลากหลายย่อมต้องมีการลงทุนสูงและทำกำไรน้อยลง เนื้อหาของสื่อมวลชนส่วนใหญ่จึงเป็นการนำแก่นเรื่องและภาพลักษณ์เก่ามาตกแต่งใหม่ โดยบ่อยครั้งได้นำองค์ประกอบบางตัวซึ่งเคยอยู่ในยุคก่อนประชาธิปไตยที่มีค่านิยมทางด้านเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ และลำดับชั้นทางสังคมมานำเสนอ เช่น ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาความร้าวระหว่างเจ้านายผู้สูงศักดิ์กับข้าไพร่ที่ต่ำต้อย ดังนั้น แหล่งสื่อสารทางวัฒนธรรมที่สื่อมวลชนให้อยู่จึงดูเหมือนจะล้าหลังกว่าสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน นอกจากนั้น ก็อาจมีแรงบีบบังคับหลายๆ อย่างในภาวะแวดล้อมสื่อมวลชน เช่น การควบคุมของรัฐที่ผลักดันให้สื่อมวลชนมีความจำเป็นต้องแสวงหาความมั่นคงและความปลอดภัยให้กับตัวเอง ดังนั้นหนทางที่สื่อมวลชนจะปลดปล่อยตนเองออกจากแรงบีบบังคับดังกล่าว และพยายามใช้เสรีภาพที่มีอยู่โดยการแสดงออกในรูปของนวนิยาย เรื่องชวนฝัน หรือมิฉะนั้นอาจจะออกมาในรูปของการตลกขบขัน เสียดสี ล้อเลียน

นอกจากลักษณะขององค์กรสื่อแล้ว การปฏิบัติงานตามลักษณะวิชาชีพและขีดจำกัดทางเทคนิค ทำให้สื่อเลือกเสนอเนื้อหาที่คิดว่าน่าสนใจที่สุด โดยสื่อจะทำหน้าที่จัดวางโครงสร้างของความเป็นจริงเอาไว้ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางที่ตอบสนองต่อความต้องการและผลประโยชน์ของตัวเอง ดังนั้น เนื้อหาของสื่อจึงมีลักษณะเป็น “เหตุการณ์เทียม” (Pseudo Event) สื่อมวลชนจึงมีส่วนอย่างมากในการหล่อหลอมภาพลักษณ์ในเรื่องต่างๆ ให้แก่สาธารณชน กล่าวโดยสรุป ลักษณะหลายประการขององค์การสื่อมวลชนและกระบวนการผลิตมักจะได้เดินสวนทางกับการที่ตัวสื่อมวลชนจะเข้า

ไปสัมผัสใกล้ชิด หรือจะช่วยทำหน้าที่ให้ผู้รับสารสามารถใคร่ครวญความเป็นจริงได้บ้าง และสวนทาง
แม้แต่การสร้างภาพตัวแทนที่เป็นจริงของสังคมให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้คน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. แนวคิดเรื่องจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (The Public Relations Society of Thailand หรือ PRST) ได้มีการกำหนดจรรยาบรรณอย่างกว้างๆ เรียกว่า จรรยาบรรณกำหนดมาตรฐานวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ (Code of Professional Standards for the Practice of Public Relations) โดยมาสาระสำคัญดังนี้ (ลักษณะ สตะเวทิน 2542 : 320)

1. ซื่อสัตย์ จริงใจ ยึดมั่นในอุดมการณ์แห่งวิชาชีพตน
2. เสียสละ อดทน เพื่อรักษามาตรฐานและพัฒนาการแห่งวิชาชีพอย่างสมศักดิ์ศรี
3. ศรัทธาในหน้าที่และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร
4. สามัคคี เอื้ออาทร และเกื้อกูลระหว่างผู้ร่วมวิชาชีพเดียวกัน
5. ให้ความสำคัญในการรักษาความลับ และเคารพสิทธิส่วนบุคคล
6. คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตนและรับผิดชอบต่อสังคมเป็นนิจ
7. นำเสนอเนื้อหาอย่างสุจริตใจ และรักษาวินัยธรรมในการใช้ภาษา
8. เคารพรักษากฎระเบียบ และบรรทัดฐานของสังคมไทย
9. ใช้ปิยวาจา มีมนุษยสัมพันธ์ และบุคลิกภาพที่ดี

จากการศึกษาจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาทั้งหมด กล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นวิชาชีพชั้นสูง นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ลึกและสำนึกในหน้าที่ รับผิดชอบต่อสังคมหรือสาธารณชน โดยที่นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงและสร้างความสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจระหว่างสถาบันไปยังกลุ่มประชาชนและรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนที่มีกลับมายังสถาบัน จึงเปรียบเสมือนผู้ที่ทำหน้าที่สานผลประโยชน์ให้เกิดความเข้าใจที่ดีร่วมกัน ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นผู้ที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวและดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

6. เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พินดา หันสวาสดี (2544) ศึกษาเกี่ยวกับผู้หญิงในภาพยนตร์: กระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมไทย สรุปได้ว่า ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็นภาพลักษณ์ของ “ความเป็นหญิงที่สังคมคาดหวัง” และพบว่า “นางเอก” ของภาพยนตร์ส่วนใหญ่เป็น “ผู้หญิงที่ดีในอุดมคติ” ของสังคม และแม้ว่าในภาพยนตร์บางเรื่องผู้สร้างจะสร้างตัวละครหญิงให้มีลักษณะเบี่ยงเบนไปจากภาพลักษณ์ของผู้หญิงในอุดมคติ แต่ตัวละครหญิงเหล่านั้นก็จะถูกลดโทษจากสังคมในลักษณะต่างๆ

บงกช เศวตามร์ (2533) ศึกษาเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ปี พ.ศ. 2528 – 2530 พบว่า ตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบนไปจากตัวละครแบบฉบับจะมีพฤติกรรมทั้งดีและเลวในคนๆ เดียวกัน โดยจะเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังคงด้อยกว่าผู้ชาย เช่น ผู้หญิงแกร่งหากมีผู้ชายเคียงข้างก็จะทำให้มีโอกาสชนะมากขึ้น ผู้หญิงที่เป็นเมียน้อยหากไม่ดีจะได้รับผลกระทบ คือ โดดเดี่ยว ผู้ชายทิ้ง โดยผู้ชายตัวต้นเหตุกลับไม่ได้รับคำตำหนิมากนัก เป็นต้น ส่งผลให้ภาพของผู้หญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบนยังคงต้องพ่ายแพ้ และต้องพึ่งพิงผู้ชาย แต่ก็ถือได้ว่าการนำเสนอภาพของผู้หญิงที่เปลี่ยนแปลงไปจากตัวละครแบบฉบับแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของฝ่ายผู้ผลิต ซึ่งทำให้ตัวละครดูเหมือนคนจริงมากขึ้นและเปิดโอกาสให้ตัวละครหญิงแสดงศักยภาพมากขึ้น แม้ยังมีจุดจบตามแนวคิดแบบเก่าก็ตาม

สุบงกช ชลิตเรืองกุล (2535) ศึกษาบทบาทผู้หญิงในภาพยนตร์ไทยในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2535 พบว่า ภาพยนตร์บางเรื่องในช่วงนี้ได้นำเสนอภาพผู้หญิงในลักษณะใหม่ คือมีความเป็นคนมากขึ้น มีอารมณ์หลากหลายทั้งร้ายและดีปะปนกันเช่นปลุขณทั่วไป มีอาชีพการงานที่จริงจังและทำอย่างตั้งใจจริง มีความคิดเห็นและเป็นตัวของตัวเอง กล้าต่อสู้เพื่อปกป้องศักดิ์ศรีของตนเอง สามารถเป็นผู้เลือกทางเดินชีวิตของตนเองได้ ไม่ยึดติดกับความรักที่ต้องการการตอบรับจากผู้ชายเช่นเดิม แต่ในขณะเดียวกันภาพยนตร์ก็ยังคงนำเสนอภาพของผู้หญิงในลักษณะเดิมคือ อ่อนแอ ยึดมั่นกับขนบธรรมเนียมประเพณีแม้ว่าจะนำมาซึ่งความทุกข์ก็ตาม ชื่อสัตย์จงรักภักดีต่อผู้ชายแม้ว่าจะถูกลอกหลวง ยอมโอนอ่อนผ่อนตามให้กับผู้ชายเสมอ

งานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นข้างต้น แม้จะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาผู้หญิงในภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่า ทั้งละครโทรทัศน์และภาพยนตร์มีความคล้ายคลึงกันตรงที่เป็นการนำเรื่องที่แต่งมาแล้วเป็นภาพ จะต่างกันเพียงแค่ตัว “สื่อ” ที่ใช้เท่านั้น แม้ว่าชาวประชาสัมพันธจะเป็นเหตุการณ์จริง (มีการถ่ายทำขึ้นจริง) แต่ก็เป็นเหตุการณ์จริงที่เกิดจากการสวมบทบาทในเรื่องแต่งมาอีกที (นักแสดงไม่ได้เป็นตัวของตัวเอง แต่กำลังสวมบทบาทในเรื่องแต่งอยู่) เพราะฉะนั้น เราอาจเห็นความเชื่อมโยงกันระหว่างภาพลักษณ์ผู้หญิงในละครโทรทัศน์ (ซึ่งสะท้อนมาจากชาวประชาสัมพันธ) กับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในภาพยนตร์ได้ด้วยเช่นกัน

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ศึกษาอาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์ช่วงหลังข่าวทางโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 พบว่า ละครโทรทัศน์ได้นำเสนออาชีพของสตรีอย่างค่อนข้างจำกัดและตายตัว อาชีพส่วนใหญ่เป็นอาชีพบริการ เช่น คนรับใช้ เลขานุการ ประชาสัมพันธ์โรงแรม แม้มีการนำเสนออาชีพระดับผู้บริหาร แต่ก็มักถูกนำเสนอในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนา คือ จู้จู้จุกจิก เจ้าอารมณ์ ในขณะที่ตัวละครชายล้วนมีอาชีพที่มีเกียรติ เช่น แพทย์ เจ้าของเหมือง ข้าราชการระดับสูง นอกจากนี้ การนำเสนออาชีพของตัวละครหญิงนั้นก็นำเสนอในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น สถานภาพการแต่งงานหรือโสดของตัวละครหญิงสำคัญกว่าการมีอาชีพ การแต่งงานถือเป็นการประสบความสำเร็จในชีวิต และหลังแต่งงาน ตัวละครหญิงมักละทิ้งงานเดิมเพื่อทำหน้าที่แม่บ้านแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งตัวละครหญิงเหล่านั้นก็พอใจและมีความสุขกับการเป็นแม่บ้านที่ดี ดังนั้นอาจถือได้ว่า ละครโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นกลไกในการถ่ายทอดมายาคติที่ว่า ชีวิตผู้หญิงคือการแต่งงาน ไม่ใช่การทำงาน

ปัญญา รักแตงาม (2538) ทำการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่ออกอากาศเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2537 พบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอบทบาทสตรีในภาพลักษณ์ใหม่คือ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงทำงานมากที่สุด และมักนำเสนอกลุ่มสตรีชนชั้นกลางเป็นส่วนใหญ่

สายสุรี จุติกุล และกาญจนา แก้วเทพ (2543) สัมภาษณ์ชาวโทรทัศน์ในช่วง 2 เดือน (พฤศจิกายน – ธันวาคม 2542) พบว่า จากจำนวน 1,026 ชิ้น มีข่าวผู้หญิงเพียง 12 ชิ้น ปริมาณของผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏตัวในรายการข่าว ยังมีผู้ชายที่เป็นข่าวมากกว่าผู้หญิงเกือบ 5 เท่า และเมื่อ

เจาะลึกไปดูประเภทของข่าวทั้ง 8 ประเภท (เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ฯลฯ) ก็พบว่า ผู้ชายล้วนมีโอกาสปรากฏตัวเป็นข่าวได้มากกว่าผู้หญิงในทุกประเภทข่าว และยังมีข่าวบางประเภทที่เป็น “เวทีของผู้ชายอย่างแท้จริง” เช่น ข่าวการเมืองที่มีผู้หญิงปรากฏตัวเพียง 3 ครั้ง จากปริมาณข่าว 40 ครั้ง ส่วนข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ก็มีผู้ชายปรากฏตัวมากกว่าผู้หญิงประมาณเท่าตัว คงมีเพียงข่าวกีฬาและข่าววัฒนธรรมเท่านั้นที่มีความแตกต่างในแง่ปริมาณที่ผู้เป็นข่าวหญิงและชายไม่มากนัก

นอกเหนือจากมิติเชิงปริมาณแล้ว สำหรับมิติเชิงคุณภาพก็ยังมีประเด็นที่น่าสนใจ เช่น ภาพสะท้อนของสตรีในข่าวโทรทัศน์ยังคงถูกนำเสนอในลักษณะอาชีพบริการมากกว่าอาชีพบริหาร ในขณะที่กลุ่มบุรุษจะถูกนำเสนอในลักษณะผู้บริหารมากกว่าผู้ให้บริการหรือผู้ใช้แรงงาน หรือการนำเสนอในลักษณะ “ผู้กระทำ” หรือ “เหยื่อผู้ถูกกระทำ” ผลการวิจัยพบว่า ผู้เป็นข่าวทั้งหญิงและชายต่างถูกนำเสนอในสัดส่วนของผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบรายละเอียดระหว่างหญิงกับชาย จะพบความแตกต่างว่า สัดส่วนของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในฐานะเหยื่อจะสูงกว่าผู้ชาย ส่วนสัดส่วนของผู้หญิงในฐานะผู้กระทำจะน้อยกว่าผู้ชาย

ชญชี่ กาญจนอุไรโรจน์ (2538) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วง 2537 – 2538 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในประเด็นสตรีกับความงามมากที่สุด การนำเสนอภาพลักษณ์ของสตรีมักอยู่ในรูปของภาพ หรือภาพประกอบข่าว ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในหนังสือพิมพ์มีทิศทางเป็นกลาง และบทบาทที่ปรากฏเด่นชัดคือผู้หญิงจะมีลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่ และสตรีที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ สตรีระดับผู้นำ โดยมีฐานะเป็นผู้กระทำ ส่วนปริณทลของสตรีที่นำเสนอมากที่สุดคือปริณทลสาธารณะ แต่สำหรับภาพลักษณ์ของสตรีในข่าวหน้าหนึ่งนั้น มักนำเสนอในรูปแบบของข่าว บทบาทที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือวัตถุประสงค์ ฐานะของสตรีในข่าวหน้าหนึ่งมักมีฐานะเป็นผู้ถูกกระทำ สตรีที่ปรากฏในข่าวเป็นสตรีระดับธรรมดาตามากกว่าระดับผู้นำ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวันเป็นไปในรูปแบบที่ดีขึ้น แต่สำหรับข่าวหน้าหนึ่งยังคงนำเสนอในรูปแบบเดิมๆ

สุมิตตา สิงห์โตอ่อน (2539) ศึกษาภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน โดยศึกษาหนังสือพิมพ์ประชาชนนิยมและคุณภาพจำนวนอย่างละ 2 ฉบับ ในปี พ.ศ. 2544 พบว่าร้อยละ 94 ของภาพสตรีที่

ปรากฏในสื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นผู้หญิงในเมือง มีเพียงร้อยละ 5.7 เท่านั้นที่เป็นภาพของสตรีในชนบท แต่ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงในเมืองหรือชนบท ส่วนมากจะถูกนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตครอบครัว เช่น การเลี้ยงดูเด็ก งานบ้าน การหาคู่ ฯลฯ มีส่วนน้อยมากที่จะถูกนำเสนอในแง่การมีส่วนร่วมทาง เศรษฐกิจ การเมือง และสังคม

รัศราพร นีรนาทรังสรรค์ (2529) ศึกษาบทบาทของสตรีในหน้าหนังสือพิมพ์ พบว่า ภาพสะท้อนของสตรีในหน้าหนึ่งนั้นจะเป็นภาพติดลบโดยตลอดขาว และภาพส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่ ก้าวร้าว และเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องของอาชญากรรม เช่น เหตุการณ์ข่มขืน เป็นขโมย ถูกล่อลวงไป ขายตัว เป็นเหยื่อปัญหาสุขภาพ ฝ่าฝืนศีลธรรม ฯลฯ นานๆ ครั้งจึงจะมีภาพบวก เช่น ได้รับรางวัล แข่งขันกีฬา โดยผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในข่าวอาชญากรรมจะมีบทบาทเป็นผู้กระทำการและถูกกระทำการในด้านร้ายแทบทั้งสิ้น สำหรับการถูกกระทำการในด้านร้ายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการถูก ข่มขืนกระทำชำเราหรือถูกฆาตกรรม ดังนั้น ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อผู้หญิงในหนังสือพิมพ์ที่ สะท้อนให้ผู้อ่านเห็น จึงเป็นเรื่องในด้านลบที่มองผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นเพียงเครื่องรองรับ อารมณ์ของเพศชาย และยังมีความโง่เขลา โดยข่าวข่มขืนกระทำชำเราส่วนใหญ่มักแสดงให้เห็นถึงการ หลงเชื่อและถูกหลอกลวงโดยง่ายตายของผู้หญิง

ประเด็นที่น่าสนใจคือ ในขณะที่ภาพสะท้อนของสตรีในข่าวหน้าหนึ่งนั้นเป็นภาพลบเป็นส่วน ใหญ่ ภาพของหน้าสตรีกลับมีลักษณะตรงกันข้ามโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ มีภาพเป็นด้านบวกทั้งหมด เช่น เป็นผู้ทำประโยชน์ให้แก่สังคม ผู้นำกิจกรรม ผู้เฉลียวฉลาด ผู้เสียสละ ผู้รักความก้าวหน้า ฯลฯ จนดูราว กับว่าข่าวในหน้าสตรีนั้นเป็นการสร้างสมดุลกับข่าวหน้าหนึ่ง

กรณีนี้ อาจเป็นไปได้ว่า ตัวแปรเรื่อง “ชนชั้น” ของผู้หญิงอาจจะมาเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจาก ผู้หญิงที่ตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงชนชั้นล่างของสังคม ในขณะที่กลุ่มสตรีที่ปรากฏ ในหน้าสตรีมักเป็นสตรีชั้นสูงและชนชั้นกลาง

งานวิจัยของสุวรรณณี กัลยาณสันต์ (2536) เรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืนกระทำชำเรา ซึ่ง เปรียบเทียบทั้งในกรณีของสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ผู้วิจัยพบทั้งจุดร่วมและจุดต่างระหว่าง การ รายงานข่าวข่มขืนในสื่อทั้งสองประเภท จุดร่วมก็คือ ข่าวข่มขืนทั้งในหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์จะมี ลักษณะเหมือนกันคือ มีวิธีการรายงานแบบนาฏกรรม (Dramatic) ชนิดหนึ่ง กล่าวคือ มีฉาก สถานที่

เวลา ตัวละคร มีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีภาษาที่ใช้บรรยาย โดยทั้งหมดนี้จะถูกนำเสนออย่าง “เร้าอารมณ์” (Sensational) มากกว่าจะ “ประเทืองปัญญา” ให้เข้าใจสาเหตุที่แท้จริงของการข่มขืนหรือ แสวงหาวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าว

ส่วนข้อแตกต่างคือ ลักษณะใส่สีตีไข่ของข่าวโทรทัศน์มีน้อยกว่าข่าวหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากข่าวโทรทัศน์มีพื้นที่น้อยกว่า มีการควบคุมมากกว่า เพราะมีทั้งภาพและเสียง อย่างไรก็ตาม หากมีกรณีที่ข่าวโทรทัศน์ “เล่นเร้าอารมณ์” แล้ว ก็จะมีผลกระทบอย่างมาก เช่น กรณีการถ่ายภาพของ “ผู้ต้องหา” (ผู้ชาย) และเมื่อมีการถ่ายภาพศพเปลือยในโทรทัศน์ มักจะถ่ายให้คล้าย “รูปโป๊” ชนิดหนึ่ง การนำเสนอภาพในลักษณะนี้มีผลกระทบทำให้ผู้อ่านสตรีทั่วไปที่หากประสบกับเหตุการณ์ถูกข่มขืน อาจกลัวและอายที่จะไปแจ้งความ และดำเนินการตามกฎหมาย เพราะจะตกเป็นข่าวหน้าหนึ่งทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์

งานวิจัยของสุวรรณีย์จะช่วยให้เราเห็นความแตกต่างระหว่างข่าวข่มขืนที่เกิดขึ้นจริง กับการข่มขืนที่เกิดขึ้นในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ในเรื่องการใช้ภาษา รูปแบบการนำเสนอการข่มขืนในละครบนหน้าหนังสือพิมพ์

นพรัตน์ วงศ์กลุฑ (2531) ทำการศึกษาเรื่อง “โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย” โดยแบ่งประเภทภาพลักษณ์ของผู้หญิงเป็น บทบาทของแม่ (Motherhood) บทบาทของแม่บ้านหรือแม่ศรีเรือน (Housewife/ Housekeeper) บทบาทของผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพ (Sex Object) และบทบาทของผู้หญิงทำงาน (Career Women) นอกจากนั้นยังพบว่า บทบาทของผู้หญิงในลักษณะที่เป็น Sex Object (วัตถุทางเพศ) จะปรากฏให้เห็นในงานโฆษณามากที่สุด และบ่อยที่สุดในขณะที่บทบาทของแม่บ้านจะมีรองลงมาทั้งในด้านปริมาณและความถี่ ตามด้วย บทบาทของผู้หญิงทำงาน และบทบาทของแม่ซึ่งมีน้อยที่สุด

งานของ Meehan (1983 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 482) เรื่อง “Lady of the evening” ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ในเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้วิเคราะห์เชิงคุณภาพ

เป็นส่วนประกอบ เพื่อต้องการที่จะตอบคำถามว่า โทรทส์นั้ได้นำเสนอภาพของผู้หญิงและชีวิตผู้หญิงอย่างไร

ในเชิงปริมาณ Meehan ได้ใช้วิธีการนับปริมาณตัวละคร/ ความถี่ในการปรากฏตัวของตัวละครหญิง/ชาย ภูมิหลัง (อายุ/ อาชีพ/ บทบาทในละคร ฯลฯ)

ในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดูการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิง/ชายกับอำนาจที่แสดงออก

ตัวอย่างงานวิจัยของ Meehan นี้เป็นแบบฉบับของงานวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมโดยทั่วไป และผลการวิจัยก็มักจะได้อธิบายที่ตรงกันว่า

1. ภาพของผู้หญิงปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ น้อยกว่าผู้ชาย
2. ภาพของผู้หญิงจะถูกนำเสนอในบทบาทที่จำกัดอยู่เพียงไม่กี่แบบ เช่น เป็นแม่บ้าน เป็นแม่ เป็นเมีย เป็นวัตถุทางเพศ
3. บริบทที่ผู้หญิงจะถูกนำเสนอ นั้นจะเป็นบริบทส่วนตัว หรืออยู่ภายในบ้านเป็นส่วนมาก
4. ในส่วนที่เกี่ยวกับโครงสร้างอำนาจ ผู้หญิงจะถูกนำเสนออย่างเป็นรองและต้องพึ่งพาขึ้นต่อผู้ชายในทุกบริบท

งานของ Lillian Robinson ในบทความชื่อ “What's my line” (1976 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ , 2549 : 485) เป็นตัวอย่างของงานวิจัยของสตรีนิยมมาร์กซิสต์ Robinson ทำการวิเคราะห์ภาพของผู้หญิงคนงานที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ และพบว่าผู้หญิงคนงานในโทรทัศน์นั้นมักจะถูกนำเสนอแต่ “บทบาททางเพศ” เช่น สนใจแต่เรื่องรักๆ ใคร่ๆ ความสวยงาม การเที่ยวเตร่ มีชีวิตวุ่นวายอยู่เรื่องเพื่อนชาย ฯลฯ แต่เมื่อนำเอาภาพดังกล่าวไปถามคนงานหญิงตัวจริง ก็จะได้คำตอบว่า ภาพดังกล่าวเป็นเพียงส่วนเล็ยเล็กๆ ส่วนหนึ่งเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้ว ผู้หญิงคนงานยังมีชีวิตที่ต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องเจ้านาย ปัญหาเครื่องจักร การคิดค่าแรง การจัดการการเงินของตนเอง ฯลฯ ซึ่งมีใช่เป็นเพียงแค่มบทบาททางเพศเท่านั้น แต่คำถามคือ เพราะเหตุใดจึงมีการนำเสนอภาพที่บิดเบียดังกล่าว ซึ่งผู้วิจัย

ได้ให้คำตอบว่า การสร้างภาพผู้หญิงคนงานที่มีแต่ “บทบาททางเพศ” นั้น เป็นกลไกการทำงานด้านอุดมการณ์ที่สร้าง “สัญญาทางอัตลักษณ์” ของผู้หญิงคนงานให้อยู่กับความต้อยต่ำและยอมรับความต้อยต่ำดังกล่าว

งานของ Carol Aschur เรื่อง “Daytime TV” (1976 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 488) เป็นตัวอย่างของงานวิจัยสตรีนิยมแนวก้าวหน้า โดยวิเคราะห์ให้เห็นวิธีการที่สื่อมวลชนเล่าเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างต่างเพศว่าเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา และครอบครัวเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับผู้หญิง Aschur กล่าวว่า ในทุกรายการโทรทัศน์ได้พยายามซ่อนเร้นคุณค่า คุณลักษณะที่เหนือกว่าของผู้หญิงเอาไว้ เช่น ในรายการเกมโชว์ ผู้หญิงจะถูกทำให้ดูใจเฝ้ากว่าผู้ชาย ในละครโทรทัศน์ทุกเรื่องจะพร่ำสอนผู้หญิงว่า ครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญอันจะขาดเสียมิได้ในชีวิตผู้หญิง ผู้หญิงจะมีชีวิตต่อไปไม่ได้ถ้าขาดครอบครัวแบบหญิง-ชาย หรือครอบครัวแบบพ่อเป็นใหญ่ ซึ่งอันที่จริงแล้ว ชีวิตของผู้หญิงจะดีขึ้น จะเป็นอิสระมากขึ้น มีความสุขมากขึ้น หากหลุดพ้นไปจากครอบครัวในระบบพ่อเป็นใหญ่เสียได้

งานวิจัยของ McRobbie (1996) และ Winship (1987) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 489) เป็นตัวอย่างงานศึกษาของสตรีนิยมแนวยุคหลังสมัยใหม่ แสดงให้เห็นว่าบรรดาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประชานิยมที่เป็นสื่อมวลชน เช่น นิตยสารผู้หญิงได้มีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์ทั้งส่วนตัวและส่วนรวม (Personal & Social Identity) หรือการให้คำนิยามแก่ “ความเป็นหญิง” (Femininity) แก่ผู้หญิงอย่างไร เช่น McRobbie ศึกษา นิตยสารสำหรับวัยรุ่นชื่อ Jackie ในด้านหนึ่ง นิตยสารฉบับนี้ได้มุ่งเน้นให้สาววัยรุ่นสนใจแต่ความรักและเพื่อนชายโดยไม่แยแสกับสังคมและความเป็นอิสระของตัวเอง แต่ในอีกด้านหนึ่ง Jackie ก็มีลักษณะร่วมกับวัฒนธรรมประชานิยมโดยทั่วไป คือมีลักษณะล้อเลียนหรือหยามหยันบรรดาบรรทัดฐานต่างๆ ของสังคม มีการละเมิดกฎระเบียบต่างๆ โดยเฉพาะบรรดาข้อห้ามทางเพศ ฯลฯ ดังนั้น เมื่อวันรุ่นหญิงอ่านนิตยสารเล่มนี้ พวกเธอจึงอาจไม่ได้อ่านแต่เรื่องรักและเพื่อนชายเท่านั้น หากแต่ได้ความรื่นรมย์จากลักษณะกบฏต่อสังคมมากกว่า

งานวิเคราะห์เพศสภาพในโฆษณาของ Goffman (1979 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 495) นักสังคมวิทยาสายปรากฏการณ์นิยมที่มีชื่อเสียง Goffman วิเคราะห์วิธีการที่งานโฆษณาทำให้ผู้หญิงดูอ่อนแอด้วยการใช้สัญญา (Sign) ต่างๆ ดังนี้

- การใช้ขนาดเป็นสัญญาณ (Size) ในภาพโฆษณา ผู้หญิงจะดูตัวเตี้ยกว่า ตัวเล็กกว่าผู้ชายอยู่เสมอ ขนาดที่เล็กกว่ามีความหมายโดยนัยว่าอ่อนแอกว่า

- การแสดงอาการจับต้องตัวเอง หรือการสัมผัสอย่างแผ่วเบาแบบผู้หญิง (Feminine touch) อาการลูบไล้ตัวเองหรือลูบไล้คนอื่นหรือสิ่งอื่นๆ อย่างแผ่วเบา นั้น เป็นลักษณะของผู้หญิงที่แสดงความอ่อนโยนและหมายรวมไปถึงความอ่อนแอด้วย

- การจัดลำดับหน้าที่ (Function Ranking) ได้แก่ การแสดงบทบาทของผู้หญิงเป็นผู้ที่มีหน้าที่ต่ำกว่า เช่น รับคำสั่ง (เลขานุการ) สร้างความพอใจให้คนอื่น (แม่บ้าน) เป็นต้น

- การปรากฏตัวในฉากที่เป็นบ้าน (Family Scene) ปริณทลของบ้านมีความหมายเชิงสัญญาณที่บ่งบอกความรัก ความอบอุ่น และปราศจากการใช้อำนาจ

- การทำให้ผู้หญิงอยู่ในฐานะเป็นรอง (Situationalization of subordination) เช่น การถ่ายภาพผู้หญิงในท่านอน การทรงตัวที่ไม่มั่นคง การยิ้มแบบเหวอเหวอ การยืนหรือนั่งในตำแหน่งที่ต่ำกว่าผู้ชาย

- การไม่อยู่ในตำแหน่งศูนย์กลาง (Licensed withdrawal) เช่น การนำผู้หญิงมาเป็นส่วนประกอบ การถูกจ้องมองดูในระยะไกลๆ เป็นต้น

ทั้งหมดนี้คือการให้คำนิยามว่า “ความเป็นหญิง” (Femininity) เท่ากับความอ่อนแอนั่นเอง

Butler & Paisley (1980 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 496) ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารหลายๆ ประเภท เช่น Ms (นิตยสารแบบสตรีนิยม)/ Playboy/ Time/ Newsweek ในช่วง 1 ปี เพื่อวิเคราะห์หาว่า มีอุดมการณ์ “เพศนิยม” (Sexist Ideology) อะไรบ้างปรากฏอยู่ในนิตยสารเหล่านี้ ผลการวิจัยพบว่า มีระดับ “เพศนิยม” อยู่ 5 ระดับ

1. Put her down เป็นระดับอุดมการณ์ที่เห็นผู้หญิงเป็นวัตถุประสงค์ที่มีไว้เพื่อความต้องการทางเพศเป็นหลัก (27%)
2. Keep her in her place เป็นอุดมการณ์ที่กำหนดให้ผู้หญิงอยู่ในที่ที่ควรจะอยู่ เช่น ในบ้านในครัว (48%)
3. Give her two places เริ่มเป็นอุดมการณ์ที่มองผู้หญิงใน 2 บทบาท ทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ (3%)
4. Acknowledge equality เริ่มแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสำคัญเท่าเทียมกับผู้ชาย ผู้หญิงมีบทบาทที่หลากหลายโดยไม่ต้องเกาะติดอยู่กับบทบาทแม่และเมียเท่านั้น (15%)
5. Nonstereotypic แสดงความเป็นปัจเจกบุคคลอย่างแท้จริง ไม่ถูกตัดสินจากเพศ (11%)

ตัวเลขที่แสดงอยู่ในวงเล็บคือปริมาณสัดส่วนของแต่ละระดับ ซึ่งจะเห็นภาพรวมได้ว่า เพียงแค่ 2 ระดับแรกก็มีปริมาณถึง 75% แล้ว ซึ่งหมายความว่าในนิตยสารทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับเพศที่เป็นคู่ที่ตรงกันข้ามเช่น Playboy หรือ Ms หรือนิตยสารทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ เช่น Time หรือ Newsweek ล้วนมีแนวทางเกี่ยวกับเพศนิยมไปในลักษณะเดียวกันทั้งนั้นคือ ค่อนไปทางลักษณะอนุรักษนิยม และทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ในการธำรงรักษาความคิดที่หยุดนิ่งเกี่ยวกับสตรีเอาไว้ในสังคม

C. Geraghty (1996 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 501) กล่าวถึงบริบทของผู้หญิง โดยได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับแนวคิดที่เรียกว่า “ที่ทางของผู้หญิง” (Women's space) ในแง่นี้ละครโทรทัศน์มีความแตกต่างจากรายการอื่นๆ คือ จะถูกสอดนำเสนอเข้ามาในช่วงเวลาที่ผู้หญิง “ปลอดจากงานแล้ว” เพื่อให้เป็นเวลาของผู้หญิงอย่างแท้จริง ดังนั้น บริบทของละครโทรทัศน์จึงก่อให้เกิดรอยแยกระหว่าง “สาธารณะ/ส่วนตัว” และ ระหว่าง “เวลาทำงาน/เวลาว่าง” ระหว่าง “เหตุผล/อารมณ์” นอกจากนี้ C. Geraghty ยังเสนอให้แยกแยะระหว่าง “ผู้หญิงที่มีอยู่ในตัวบท” (Subject Position) ที่ผู้ผลิต/ผู้สร้างละครโทรทัศน์คิดว่า “ผู้หญิงคงเป็นอย่างนั้นอย่างนี้” กับ “ผู้หญิงที่มีอยู่จริงๆ ในโลก” (Social Subject) ซึ่งมีภูมิหลังที่แตกต่างหลากหลายกันอย่างมาก บางคนมีฐานะเป็นเมีย แม่ วัยรุ่น ประกอบอาชีพ ฯลฯ และในขณะที่ Social Subject เหล่านี้กำลังจ้องมองดู Subject Position ในจอ พวกเธอก็อาจจะ Identify ตัวเองอย่างแตกต่างกัน ผู้หญิงที่กำลังเป็นวัยรุ่นอาจจะไม่สามารถ Identify

กับตำแหน่งเมียหลวงของนางเอก แต่อาจจะ Identify กับวิธีการแต่งตัวของนางเอกก็ได้ ดังเช่นงานวิจัยของ Geraghty พบว่าผู้รับสารผู้หญิงบางคนอาจจะเลือกเอาตัวเองแต่ความบันเทิงจากละครโทรทัศน์แต่ไม่เลือกรับเอาอุดมการณ์ต่างๆ ที่มีอยู่ในละครโทรทัศน์ติดมือมาด้วย

Agger (1992) กล่าวว่า ผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์/ภาพตัวแทนปรากฏออกมาอย่างค่อนข้างเป็นรูปแบบเดียวกันและสม่ำเสมอว่า ผู้หญิงถูกนำเสนอเป็นวัตถุทางเพศ ผู้หญิงถูกนำเสนอในบ้าน ผู้หญิงถูกนำเสนอว่า “อ่อนแอ” เป็นเพศที่สอง ผู้หญิงจะเป็นผู้หญิงที่ดีได้ก็ต่อเมื่อมีความสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามเท่านั้น

Suzanne Pingree (1983) ทำการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนในสังคมได้ถ่ายทอดภาพลักษณ์ในลักษณะต่างๆ คือ

สตรีโลกสวยแต่ไร้สมอง เป็นการเสนอลักษณะสองมิติของผู้หญิงคือ วัตถุทางเพศ ไม่มีสมอง ต้องตกเป็นเหยื่อสังคมตลอดเวลาเป็นการกดขี่ผู้หญิงให้ยอมรับการกดขี่ทางเพศของชาย และปล่อยให้เพศชายเป็นผู้ควบคุมเรื่องเพศ (Sexuality) ของผู้หญิงมากขึ้น

แม่ศรีเรือนหรือกุลสตรี คือการเสนอภาพลักษณ์ผู้หญิงในบทบาทดั้งเดิม คือมีหน้าที่ของเมียแม่ หรือในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสังคม คืออาชีพเลขานุการ เสมียน ครู และพยาบาล ซึ่งมีการแฝงไว้ด้วยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงไว้แค่ในบ้าน และแยกชายไว้ที่กิจการของบ้านเมืองที่เป็นสาธารณะ รวมทั้งการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง เหลือสิ่งอื่นใดคือผู้หญิงต้องรับผิดชอบบทบาทของการเป็นเมียและแม่ที่ดีให้เต็มความสามารถ

ผู้หญิงยุคใหม่ สื่อมวลชนประเภทก้าวหน้ามีการเสนอภาพลักษณ์ของสตรีในแบบนี้ โดยให้โอกาสหญิงทั้งสองที่คือทั้งที่บ้านและที่ทำงาน มีการประกอบอาชีพอย่างกว้างขวางทั้งหมด หมายความว่า วิศวกร เป็นต้น ซึ่งนับวันภาพลักษณ์แบบนี้จะปรากฏในสื่อมวลชนมากขึ้น

นอกจากนี้แล้ว สื่อมวลชนยังเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในทางลบ เช่น ภาพโป๊ประเภท Hard porno ซึ่งจะถูกถ่ายทอดให้ผู้หญิงเป็นคนก้าวร้าว ชอบสร้างความเจ็บปวดให้ผู้อื่น (Sadist) ซึ่งแม้ว่าจะดูเหมือนการนำเสนอเช่นนี้จะมีไม่มากนัก แต่ก็มิได้ห่างหายไปจากสื่อมวลชนโดยเฉพาะประเภทสิ่งพิมพ์เลยทีเดียว

งานวิจัยของ Suzanne ซึ่งสะท้อนบทบาท 3 ประเภทของผู้หญิงในสื่อมวลชน จะช่วยเป็นกรอบในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้ ว่าเมื่อศึกษาชาวประชาสัมพันธ์ละครหลังข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำแล้ว บทบาทของผู้หญิงยังคงมีเพียงแค่ 3 ประเภท คือ สัตว์โลกแสนสวย แต่ไร้สมอง แม่ศรีเรือน และผู้หญิงยุคใหม่ หรือไม่ อย่างไร

ผลการศึกษาของ Center for the Study of Women in Television and Film มหาวิทยาลัยซานดิเอโก (2008) ซึ่งทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการบันเทิงในโทรทัศน์ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ระหว่างปี 2007 – 2008 พบว่า ประกอบด้วยตัวละครผู้หญิง 43% จากตัวละครทั้งหมด (ซึ่งมากขึ้น 1% จากเมื่อครั้งทำการศึกษาในปี 2006 – 2007) อย่างไรก็ตาม ตัวละครหญิงมีแนวโน้มที่จะมีอายุน้อยกว่าตัวละครชายอย่างมีนัยยะสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น 70% ของตัวละครทั้งหมดที่มีอายุในช่วง 50 – 59 ปี และ 61% ของตัวละครทั้งหมดที่มีอายุในช่วง 60-69 ปี จะเป็นผู้ชาย ผู้หญิงที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11% ของตัวละครทั้งหมด ในขณะที่ตัวละครชายอายุ 40 ปีขึ้นไป มีจำนวน 21% ของตัวละครทั้งหมด

Strate (1992) ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ชายในโฆษณาเบียร์ บนพื้นฐานความคิดที่ว่า โฆษณาคือรูปแบบของการสื่อสารทางวัฒนธรรม และยังเป็นสื่อที่นำเอามายาคติต่างๆ โดยเฉพาะมายาคติเกี่ยวกับผู้ชาย Strate ศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ชายจากโฆษณาเบียร์ โดยตั้งคำถามต่อกิจกรรมที่ผู้ชายทำ บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ชาย กระบวนการสร้าง “เด็กผู้ชาย” ให้กลายเป็น “ผู้ชาย” ปฏิสัมพันธ์ของผู้ชายต่อผู้ชาย และปฏิสัมพันธ์ของผู้ชายต่อผู้หญิง

Strate (1992) พบว่า โฆษณาเบียร์นำเสนอภาพผู้ชายว่า ต้องเป็นผู้ทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งการทำงาน รวมถึงงานอดิเรกพักผ่อนที่ต้องเสี่ยง อดทน และชำนาญ การดื่มแสดงถึงกิจกรรมที่แสดงความ

เป็นชาย โดยเปียร์เป็นตัวเลือกที่แสดงความเป็นชาย และหายากที่การตีของผู้ชายจะได้รับการนำเสนอให้ทำอย่างโดดเดี่ยว แต่ได้รับการนำเสนอให้เป็นกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายสังสรรค์และเป็นกิจกรรมที่ผู้ชายหลายๆ อาชีพทำกัน และการตีก็ยังได้รับการนำเสนอในแง่ความท้าทาย ในโลกของโฆษณาเปียร์นั้น เมื่อผู้ชายทำงานหนัก ก็ต้องตอบแทนตัวเองด้วยการผ่อนคลายอย่างหนักเป็นการตอบแทนตัวเองด้วยเช่นกัน โฆษณาเปียร์ยังนำเสนอภาพของการเสี่ยงภัย ความน่าตื่นเต้น ซึ่งแสดงถึงความท้าทาย นอกจากนั้น ยังสะท้อนให้เห็นการก้าวจากเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ด้วยการเปลี่ยนจากการตีมนมอย่างเด็กๆ เป็นการตีเปียร์อันเป็นเครื่องหมายว่าคนคนนั้นเป็นผู้ใหญ่แล้ว การตีเปียร์ยังเป็นสัญลักษณ์ของผู้ชายในการยอมรับคนนอกให้กลายเป็นคนในกลุ่ม และยังหมายถึงการยกย่องให้เกียรติสำหรับผู้ชายด้วย การนำเสนอความรู้สึกของผู้ชายนั้น พบว่า เน้นการเปิดอารมณ์ความรู้สึกของกันและกัน ซึ่งไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาปกติ เนื่องจากผู้ชายต้องเก็บอารมณ์ ปฏิสัมพันธ์ที่ผู้ชายมีต่อผู้หญิงในโฆษณาเปียร์คือ มองผู้ชายเป็นวัตถุทางเพศ เป็นต้น

แม้ว่า Strate จะศึกษา “ความเป็นชาย” แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สามารถนำสิ่งที่ Strate ต้องการศึกษาในเรื่องภาพลักษณ์ความเป็นชาย ทั้งประเด็นที่ศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ชาย ปฏิสัมพันธ์ที่ผู้ชายมีต่อผู้ชาย และปฏิสัมพันธ์ที่ผู้ชายมีต่อผู้หญิง มาประยุกต์เป็นประเด็นในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ได้เช่นกัน โดยเปลี่ยนเป็น บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ปฏิสัมพันธ์ที่ผู้หญิงมีต่อผู้หญิงด้วยกัน และปฏิสัมพันธ์ที่ผู้หญิงมีต่อผู้ชาย

Fejes (1992) ศึกษาภาพลักษณ์ความเป็นชายในสื่อโฆษณา สิ่งที่ Fejes ตั้งคำถามเพื่อใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของผู้ชายได้แก่ ประเด็นเรื่องรูปลักษณ์ของผู้ชายที่อยู่ในโฆษณา อารมณ์และความรู้สึกของผู้ชาย และความตระหนักในตนเองของผู้ชาย พบว่า ผู้ชายในโฆษณาต้องดูหนุ่ม มีพลังกำลัง ประสบความสำเร็จ มีอาชีพการงานที่สูง ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ มีอาชีพที่หลากหลายมากกว่าผู้หญิงที่เป็นแต่แม่บ้านและแม่ ภาพของผู้ชายจะได้รับการนำเสนอให้อยู่ภายนอกบ้าน หรือสถานที่ทำงาน ในขณะที่ผู้หญิงจะอยู่ในบ้าน นอกจากนั้น ผู้ชายยังให้ความสำคัญกับความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมองตัวเองว่าเป็นผู้นำที่มีศักยภาพ ชอบแข่งขันและต้องการประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยเห็นว่า เกณฑ์ที่ Fejes ใช้วัดภาพลักษณ์ผู้ชายในงานวิจัยขึ้นดังกล่าว สามารถนำมาประยุกต์กับภาพลักษณ์ของผู้หญิงได้เช่นกัน โดยผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์เรื่องรูปลักษณ์ของผู้หญิง ความตระหนักในตนเองของผู้หญิง อารมณ์และความรู้สึกของผู้หญิง มาใช้วัดภาพลักษณ์ของผู้หญิงแบบเดียวกับที่ Fejes ใช้วัดภาพลักษณ์ของผู้ชาย

ผู้วิจัยจึงได้สรุปประเด็นที่จะใช้ในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประยุกต์เกณฑ์ที่ใช้มาจากงานวิจัยของ Fejes (1992) Strate (1992) Suzanne Pingree (1983) Butler & Paisley (1980) Meehan (1983) ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์ (2538) นพรัตน์ วงศ์กฤษุต (2531) และ จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ได้ออกมาเป็น 10 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง
2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง
3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง
4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน
5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย
6. บริบทของผู้หญิง
7. ระดับของผู้หญิง
8. สถานะของผู้หญิง
9. บทบาทของผู้หญิง
10. อาชีพของผู้หญิง

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์” (The Image of Women Reflected in Television Drama’s Public Relations News) มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อ ทราบภาพลักษณ์ของสตรีในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิง ปริมาณ (Quantitative research) ศึกษาด้วย “การวิเคราะห์เนื้อหา” (Content Analysis) ตัวสาร (Message) ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2552 และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 2 ชื่อฉบับคือ ทิวทัศน์ และ สตาร์นิวส์ ตั้งแตฉบับแรกของปี 2552 ถึงฉบับสุดท้ายของปี 2552

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลประเภท “หนังสือพิมพ์” (ได้แก่ ไทยรัฐ และ เดลินิวส์) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2552 และ “นิตยสาร” (ได้แก่ ทิวทัศน์ และ สตาร์นิวส์) ตั้งแตฉบับที่ 1 ของปี 2552 จนถึงฉบับที่ 52 ของปี 2552 รวมทั้งสิ้น 1 ปี

วิธีสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดย เลือกจากหนังสือพิมพ์รายวันที่มียอดการจัดพิมพ์ (Circulation) สูงสุดเป็นอันดับ 1 และ 2 ของ หนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ ไทยรัฐ และเดลินิวส์ ตามลำดับ (ข้อมูล “Advertising rate 2005” จากฝ่าย ประชาสัมพันธ์บริษัทเซ็นทรัล พัฒนา จำกัด) และเลือกจากนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ที่มียอดขาย สูงสุดเป็นอันดับ 1 และ 2 คือ ทิวทัศน์ และสตาร์นิวส์ ตามลำดับ (ข้อมูล “ที่สุดของธุรกิจหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ปี 2548 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” จากฐานข้อมูลซีเอ็ดเซ็นเตอร์)

สำหรับหนังสือพิมพ์นั้น โดยปกติแล้วข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา จะไม่ได้มีในหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ แต่จะมีเพียงบางฉบับเท่านั้น ซึ่งในเฉพาะแต่ละฉบับที่มีข่าวประชาสัมพันธ์ดังกล่าวจะมีข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เพียง 1 ข่าวต่อฉบับเท่านั้น โดยใน 1 ปี จะมีหนังสือพิมพ์รายวัน 365 ฉบับ ผู้วิจัยจะคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จำนวน 80 ข่าว เพื่อให้ได้ความน่าเชื่อถือที่ร้อยละ 90 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรหนังสือพิมพ์ 365 ฉบับ ตามหลักของทาโร ยามาเน่ โดยจากข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น 80 ข่าวนั้น ผู้วิจัยแบ่งเป็นข่าวประชาสัมพันธ์จากไทยรัฐ 40 ข่าว และเดลินิวส์ 40 ข่าว อย่างละเท่าๆ กัน

เช่นเดียวกัน นิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์นั้น ในแต่ละฉบับจะมีข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เพียง 1 ข่าวต่อฉบับเท่านั้น โดยใน 1 ปี จะมีนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 52 ฉบับ (เท่ากับ 52 ข่าวต่อปี) ผู้วิจัยทำการศึกษานิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 2 ชื่อฉบับ เพราะฉะนั้น เท่ากับมีประชากรข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ 104 ข่าว ผู้วิจัยจะคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จำนวน 52 ข่าว เพื่อให้ได้ความน่าเชื่อถือที่ร้อยละ 90 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 10 จากจำนวนประชากรนิตยสาร 104 ฉบับ ตามหลักทาโร ยามาเน่ โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 26 ข่าวจากทีวีพูล และอีก 26 ข่าวจากสตาร์นิวส์เท่าๆ กัน

เพราะฉะนั้นจะได้ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวัน 80 ข่าว และจากนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 52 ข่าว รวมเป็น 132 ข่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) สาร (Message) ของข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสตรี ใช้แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet) เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการบันทึกรายละเอียดต่างๆ

การทดสอบความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ “แบบบันทึกข้อมูล” (Coding sheet) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มา เพื่อใช้ในวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในหน้า

หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ และนิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์ ผู้วิจัยทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยอาศัยการคำนวณของ โอเล ไฮลสตี ด้วยสูตร ดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

$$R = \frac{N (C1, C2)}{C1 + C2}$$

เมื่อ	R	=	ค่าความเชื่อมั่น
	N	=	จำนวนผู้ลงรหัส
	C1, C2	=	จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสทั้ง 2 มีความเห็นตรงกัน
	C1 + C2	=	จำนวนครั้งรวมทั้งหมดที่ผู้ลงรหัสทั้ง 2 คนลงความเห็น

โดยการทดสอบค่าความเชื่อมั่นนี้ ต้องมีผลลัพธ์จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.70 จึงจะถือว่า เครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยจะเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ประกอบกับการปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านสตรีศึกษา เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาเป็นพื้นฐานในการวางกรอบความเป็น “ผู้หญิง” ต่อจากนั้นจึงนำกรอบที่ได้มาทำการทดสอบ Pretest กับหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ร้อยละ 20 ของตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น หนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ จำนวน 16 ฉบับ (จาก 80 ฉบับ) และนิตยสาร 2 ชื่อฉบับ จำนวน 10 ฉบับ (จาก 52 ฉบับ) เพื่อจัดทำแบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet) สำหรับการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครหลังข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ได้กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 ขั้นตอน กล่าวคือ

ขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมเอกสาร งานวิจัย และข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาใช้สร้างกรอบการวิจัยเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมเอกสารปฐมภูมิที่เป็นตัวอย่างในการศึกษา คือ หนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ตั้งแต่ วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2552 เป็นเวลาทั้งสิ้น 1 ปี และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ ทิวพูล สตาร์นิวส์ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ประจำปี 2552 – ฉบับที่ 52 ประจำปี 2552 เป็นเวลาทั้งสิ้น 1 ปีเช่นกัน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างหนังสือพิมพ์จำนวน 80 ฉบับ จากหนังสือพิมพ์ 2 ชื่อฉบับที่เป็นประชากรทั้งหมด 365 ฉบับ เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 10 ตามหลักของทาโร ยามาเน่ ได้ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ศึกษาจากหนังสือพิมพ์ 80 ข่าว และสุ่มตัวอย่างจากนิตยสาร 2 ชื่อฉบับจำนวน 52 ฉบับ ได้เป็นข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ศึกษาจากนิตยสาร 52 ข่าว รวมแล้วจะมีข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 132 ข่าว ซึ่งการเก็บข้อมูลดังกล่าวจะใช้แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่ได้จัดเตรียมไว้เป็นเครื่องมือ

ประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์

ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อจะทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้วิจัยได้วางกรอบของภาพลักษณ์ของผู้หญิงไว้ โดยกำหนดเป็นประเด็นในวิเคราะห์ภาพลักษณ์ 10 ประเด็น ได้แก่

- 1) รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง
- 2) อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง
- 3) การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง
- 4) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน
- 5) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย
- 6) บทบาทของผู้หญิง
- 7) ระดับของผู้หญิง
- 8) สถานะของผู้หญิง
- 9) บทบาทของผู้หญิง
- 10) อาชีพของผู้หญิง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอข้อมูลเป็นไปในรูปแบบของการพรรณนา (Description) พร้อมกันนั้นจะนำเสนอด้วยภาพประกอบ และข้อมูลประเภทสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) การคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) เกี่ยวกับจำนวนชิ้นข่าวประชาสัมพันธ์ว่ามีเท่าใด อยู่ในลักษณะใด เพื่ออธิบายถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์” (The Image of Women Reflected in Television Drama's Public Relations News) ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ โดยมีประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 10 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง
2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง
3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง
4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน
5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย
6. บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง
7. ระดับของผู้หญิง
8. สถานะของผู้หญิง
9. บริบทของผู้หญิง
10. อาชีพของผู้หญิง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 1 รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

1. ทิศทางเป็นบวก เช่น

“หากนี้เมียอยู่ในชุดเจ้าสาวแสนสวย แต่รัดกระชับตัวจนทำเอาอมตุมขึ้นมาทันตา ส่วนชมพู่ดูสวยสง่าในชุดราตรีสีทอง” – เดลินิวส์ ฉบับ 10 สิงหาคม 2552

“อ้อย...คนอะไรเพอร์เฟ็คท์ สูงยาว เข้าดี ตาโต แก้มก็ป่อง” – ทวีพูล ฉบับ 6 – 12 พฤศจิกายน 2552

2. ทิศทางเป็นกลาง

“หากนี้จួយต้องแต่งองค์ทรงเครื่องออกรบเพื่อปกป้องบ้านเมือง” – เดลินิวส์ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

“นางเอกหน้าไทย จួយ วรรษยา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

3. ทิศทางเป็นลบ เช่น

“พยายามแต่งเนื้อแต่งตัวตามมาลินี แต่ยังไงก็บ้านนอกอยู่ดี” – ทวีพูล ฉบับ 31 กรกฎาคม – 6 สิงหาคม 2552

“งานนี้ป๊อกเลยต้องแปลงร่างเป็นสาวเซยแบบสุดๆ ทั้งใส่เสื้อปิดถึงคอ แถมกระโปรง ยั๋งยาวปิดข้อเท้า แต่งตัวเสร็จทำเอาทั้งกองถึงกับอึ้งเพราะความเซยแบบสุดๆ แถมผู้กำกับ เอส – คมกฤษ ตรีวิมล ยังต้องขอเรียก ‘ป้า’ แทน ‘ป๊อก’ อีกต่างหาก” – เดลินิวส์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของรูปลักษณะ ภายนอกของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ทิศทางของ รูปลักษณะ ภายนอกของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
เป็นบวก	24	60	43	79.6	65	90.3	53	82.8	185	80.4
เป็นกลาง	4	10	1	1.9	4	5.6	5	7.8	14	6.1
เป็นลบ	12	30	10	18.5	3	4.1	6	9.4	31	13.5
รวม	40	100	54	100	72	100	64	100	230	100

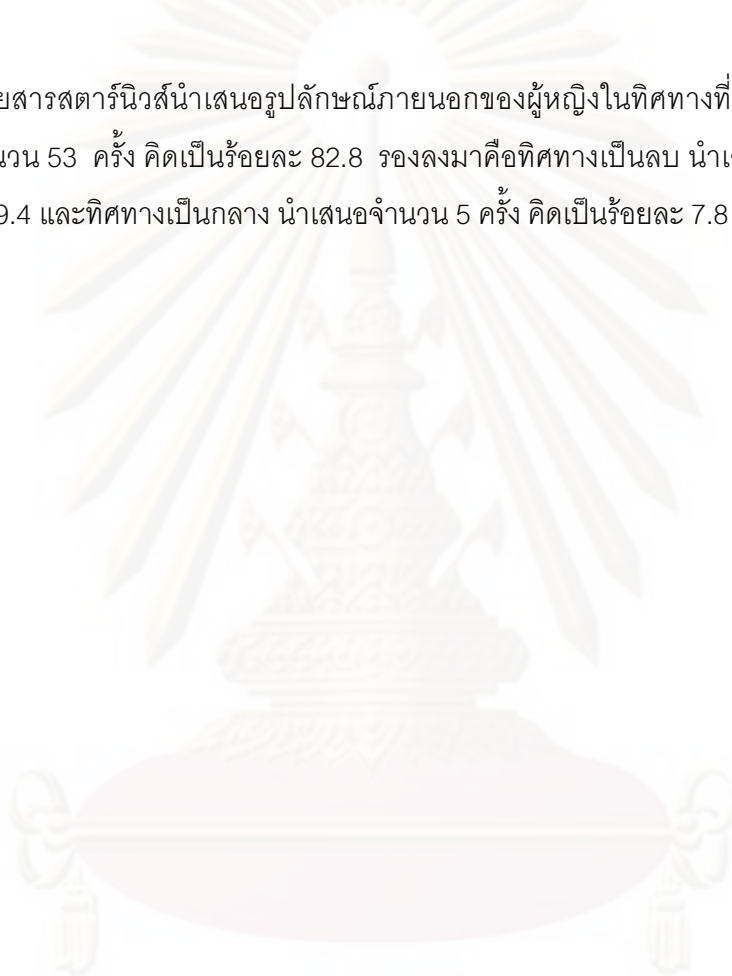
ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในทิศทางเป็นบวกมากที่สุด จำนวน 185 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.1

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวกมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวกมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาคือทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.9

นิตยสารที่วิบูลย์นำเสนอประเด็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวกมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 65 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.6 และทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.1

นิตยสารสตรีนิเวศนำเสนอรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวกมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.4 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.8



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 2 อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

1. ทิศทางเป็นบวก เช่น

“แต่ในขณะที่เดียวกันนภัสสรก็ชื่นชมในตัวน้ำเขียวมากขึ้นทุกวัน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

“พิมพ์ภัสอยู่ในอ้อมกอดของรเมศ ตาประสานตากันแบบสุดซึ้ง” - ทีวีพูล ฉบับ 3 -9 กรกฎาคม 2552

2. ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“นำความแปลกใจให้กับมาลินียิ่งนักว่าผู้หญิงคนนี้ใคร ทำไมคุณยายจึงให้ความสำคัญ” – ทีวีพูล ฉบับ 31 กรกฎาคม – 6 สิงหาคม 2552

“ความรักระหว่างรเมศและพิมพ์ภัส ทั้งสองต่างซ่อนความรู้สึกของตัวเองไว้” - ทีวีพูล ฉบับ 3 -9 กรกฎาคม 2552

3. ทิศทางเป็นลบ

“บุปผชาติพิทพาหัวใจที่บอบช้ำไปนั่งปล่อยอารมณ์คนเดียวในผ้าเบาะหนึ่ง” – ทีวีพูล ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม

“นภัสสรไม่พอใจมาก จึงตั้งหน้าตั้งตาขัดคำสั่งและพยายามจะเอาชนะน้ำเขียวตลอดเวลา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของอารมณ์ ความรู้สึกของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ทิศทางของ อารมณ์ ความรู้สึกของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
เป็นบวก	31	21.7	37	23.1	117	41.9	79	33.2	264	32.2
เป็นกลาง	15	10.5	17	10.6	15	5.4	20	8.4	67	8.2
เป็นลบ	97	67.8	106	66.3	147	52.7	139	58.4	489	59.6
รวม	143	100	160	100	279	100	238	100	820	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางเป็นลบมากที่สุด จำนวน 489 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 264 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.2 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.2

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 97 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.7 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.5

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 106 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.1 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.6

นิตยสารที่วิบูลย์นำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 147 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 117 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.9 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4

นิตยสารสตรีนิวิสต์นำเสนออารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 139 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาคือทิศทางเป็นลบ นำเสนอจำนวน 79 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.2 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.4



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 3 การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทาง การนำเสนอประเด็นเรื่องการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

1. ทิศทางเป็นบวก เช่น

“แต่ด้วยสปีริตนักแสดงของรุ่นพี่อย่างเจี๊ยบบอกกับน้องๆ ว่า ตบจริงเลยก็ได้เพื่อความสมจริง” – เดลินิวส์ ฉบับ 11 สิงหาคม 2552

“เป็นคนใจดีมีศีลธรรม เป็นที่หมายปองของผู้ชายทุกคน เรื่องนี้เจี๊ยบตั้งใจเพราะบทที่ได้รับดีมาก” – ทิวพูล ฉบับ 18 – 24 กันยายน 2552

2. ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“การแสดงออกมักจะขัดกับสิ่งที่คิดเสมอ” – ทิวพูล ฉบับ 14 – 20 สิงหาคม 2552

“แพนเค็กสารภาพว่า ตอนนั้นกลัวตายจริงๆ” – ไทยรัฐ ฉบับ 5 มีนาคม 2552

3. ทิศทางเป็นลบ เช่น

“พลอยเข้าใจหนัก ซดยาฆ่าตัวตาย” – เดลินิวส์ ฉบับ 20 ตุลาคม 2552

“เรื่องนี้แก้มบูมเล่นร้ายแบบสุดๆ ถึงขนาดฆ่าคนได้เลยทีเดียว” – ทิวพูล ฉบับ 6 – 12 พฤศจิกายน 2552

ศูนย์วิทยุทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ทิศทางของ การเห็นคุณค่า ในตนเองของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
เป็นบวก	4	4.9	47	37.3	103	39.9	82	38.5	236	34.8
เป็นกลาง	9	11	13	10.3	11	4.3	23	10.8	56	8.2
เป็นลบ	69	84.1	66	52.4	144	55.8	108	50.7	387	57
รวม	82	100	126	100	258	100	213	100	679	100

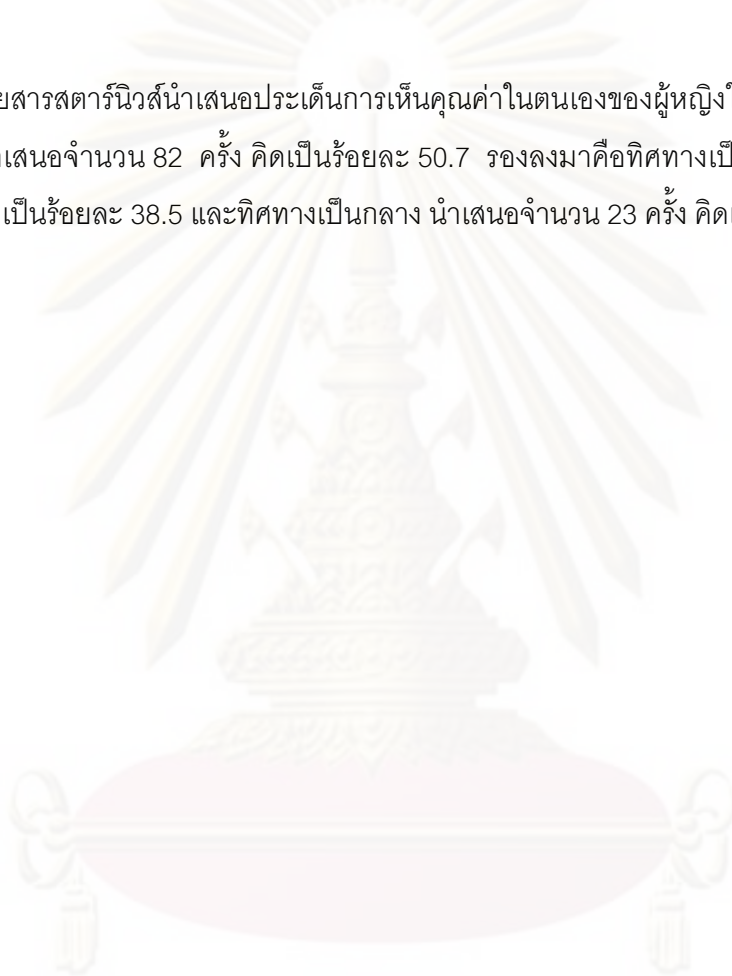
ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 387 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 236 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.8 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 56 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.2

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 69 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.1 รองลงมาคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11 และทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.9

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 47 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.3 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.3

นิตยสารทีวี่พุลนำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 144 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 103 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.9 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

นิตยสารสตรีนิวส์นำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 82 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 108 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.5 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 23 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.8



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 4 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันมี 3 ทิศทางคือ

1. ทิศทางเป็นบวก เช่น

“หนูนี่มกลายเป็นกาาประสานที่เกือบจะทำให้ปรมินทร์และแก้วกัญญากลับมาสู้สู้ดีต่อกันอีกครั้ง” - สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

“เนตรพฐได้รู้จักกับสาวโรงงานเพื่อนแท้สองคน ได้แก่ พรพนา สาวโรงงานมาด เรียบร้อยนิสัยดี และชมนาด สาวโรงงานแก่นกะโหลกเป็นคนคอยช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

2. ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“พี่สาวของแก้วกัญญา ซึ่งทำงานเป็นพี่เลี้ยงหนูนี่ม” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

“ทั้งหมดอาศัยกันเป็นแก๊งที่บ้านเช่าแบบที่คุณหนูไฮโซๆ อย่างเธอไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

3. ทิศทางเป็นลบ เช่น

“ระริน รู้ว่าหญิงสาวเป็นลูกของลำเพาเลยคิดปองร้าย จึงจ้างนักเลงให้จับตัวรัตติกาลไปข่มขืนและถ่ายวิดีโอคลิปเอาไว้ประจาน” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

“ไบตองเกลียดบุปผชาติเพราะรู้ว่าเธอเป็นคนที่ทศจะแต่งงานด้วย บุปผชาติหลงไว้ใจไบตองจนเปลอระบายความในใจออกมา ไบตองกลับแกล้งให้บุปผชาติและทศเข้าใจผิดกันหลายครั้ง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ทิศทางของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
เป็นบวก	1	1	4	3.2	7	12.7	15	14.4	27	7.1
เป็นกลาง	3	3.1	3	2.4	3	5.5	6	5.8	15	3.9
เป็นลบ	92	95.9	119	94.4	45	81.8	83	79.8	339	89
รวม	96	100	126	100	55	100	104	100	381	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 339 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 89 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.9

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 92 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 95.9 รองลงมาคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1 และทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 119 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 94.4 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.2 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.4

นิตยสารที่วิบูลนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.5

นิตยสารสตาร์นิวส์นำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 83 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.4 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.8



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายมี 3 ทิศทางคือ

1. ทิศทางเป็นบวก เช่น

“เจ้าหญิงศศิราเมืองศรีภักษ์หนุ่ม มาณสิงห์ ที่มอบใจรักและรักดีเคียงข้างพระนาง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 16 – 22 พฤศจิกายน 2552

“เพื่อนสองหนุ่มก็ตกหลุมรักสาวโรงงานอย่างซมซานตั้งแต่แรกเห็นที่โรงงาน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

2. ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“เมื่อแม่เอ่ยปากยกเรื่องคำสั่งเสียของพ่อ ทำให้หีนต้องยอมกลับไป” - สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“เป็นฉากที่ทุติยะวางแผนให้หนูดำมาหาที่น้ำตกเพราะต้องการปรับความเข้าใจกับหนูดำ” – เดลินิวส์ ฉบับ 12 กุมภาพันธ์ 2552

3. ทิศทางเป็นลบ

“ปารมียกให้หีนเป็นศัตรูหมายเลขหนึ่ง และเป็นคนเดียวในโลกที่เธอไม่ชอบเพราะนอกจากจะขัดขวางการไปกับแฟน ยังแสดงอาการขี้ใจสรวัด” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“ปรมินทร์ (ป้อง – ณวัฒน์) โมโหหึ่ง แก้วกัญญา (อ้อม) แฟนเก่าออกดกกับ นุติ (เป็ก – เปรมณัช) หนุ่มรุ่นน้องที่ตามจีบ เลยไม่พอใจ อ้อมหญิงสาวขึ้นไปปล้ำซะเลย” – ไทยรัฐ ฉบับ 18 พฤศจิกายน 2552

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงทิศทางของปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์ นิวส์

ทิศทางของ ปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้หญิง กับผู้ชาย	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
เป็นบวก	39	16.3	40	19	85	25.8	71	25.2	235	22.2
เป็นกลาง	13	5.4	13	6.1	11	3.4	16	5.7	53	5
เป็นลบ	187	78.2	158	74.9	233	70.8	194	69	772	72.8
รวม	239	100	211	100	329	100	281	100	1,060	100

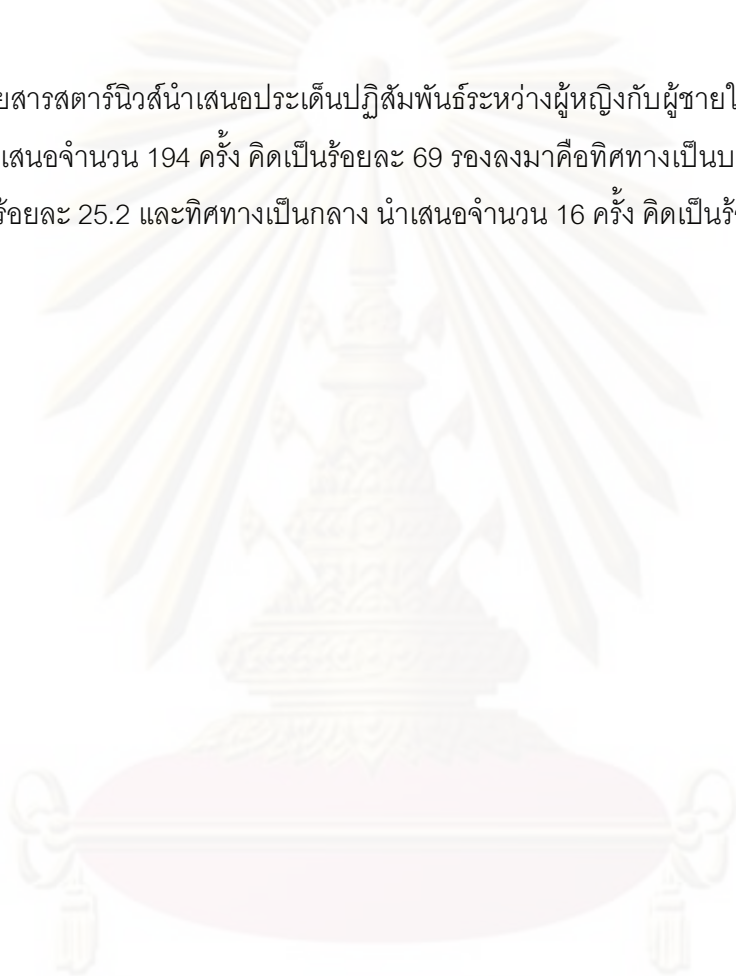
ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 772 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 235 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 187 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.3 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 158 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.9 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.4

นิตยสารที่วิบูลย์นำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 233 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.8 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.4

นิตยสารสตรีนิเวศนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 194 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 71 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.2 และทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.7



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 6 บริบทของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องบริบทของผู้หญิงออกเป็น 4 บริบทคือ

1. บริบทภายในบ้าน เช่น

“พนามาหาหนูที่บ้านขึ้นไปเคาะห้องนอน ตะโกนให้หนูเปิดประตู พอนหนูเปิดประตู พนาถามดี ๆ แต่หนูกลับประชดประชัน พนาซึ่งอยู่ในอาการมีนเมาเพราะดื่มมาหนักจับหนูปล้ำ” – ทวีพูล ฉบับ 11 – 17 กันยายน 2552

“ฉากนี้เป็นฉากที่บังอร (แอน – อลิษา) เข้ามาเห็น อิน (เปปเปอร์ – รัฐศาสตร์) กับ อิม (เจียบ – โสภิตนภา) อยู่ในห้องสองต่อสอง แอนเลยเข้าใจผิดว่าทั้งคู่เป็นชู้กัน บังอรตรงเข้าไปตบตีอิมด้วยความโกรธ” – เดลินิวส์ ฉบับ 31 สิงหาคม 2552

2. บริบทสาธารณะ เช่น

“น้ำทิพย์ (เบนซ์) บุกมางานแต่งงานของชาตรี (โฟม) กับ ฤทัย (น้ำฝน) พร้อมมอบของขวัญสุดหวาดเสียวจนฤทัยตกใจสุดขีดเป็นลม” – ไทยรัฐ ฉบับ 21 เมษายน 2552

“ฉากนี้เป็นฉากที่สามสาวฉันทนาถูกใจรอไม่มิดักจี้ระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทวีพูล ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

3. บริบทที่ทำงาน เช่น

“เป็นฉากหลังจากวรรณอร (มด) รู้ความจริงว่า แก้วกัญญาเป็นคนรักเก่าของปรามินทร์ (ป๋อง – ณวัฒน์) แฟนตัวเอง เลยบุกมาหาเรื่องแก้วกัญญา (อ้อม) ถึงที่ทำงาน” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 พฤศจิกายน 2552

“เป็นตอนที่เนียน (พลอย) มาตีหน้าใสที่อ้อมร้องขอคะแนนสงสารจาก ปวัน (อ้อม – อธิชาติ ชุมนานนท์) ถึงที่ทำงาน – เดลินิวส์ ฉบับ 8 กันยายน 2552

4. บริบทอื่นๆ เช่น

“โลเกชั่นถ่ายทำบริเวณป่าเปลี่ยวแถวศาลายา งานนี้จะดูกระซากลากปล้ำยังไงก็ไม่
มีใครสนใจ” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

“นิลและคณะต้องข้ามลำน้ำเขียวกราก เพื่อมุ่งหน้าไปเมืองอโศกาลัย” – ไทยรัฐ ฉบับ
27 มีนาคม 2552

**ตาราง 4.6 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงบริบทของผู้หญิงที่ปรากฏใน
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์**

บริบทของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
ภายในบ้าน	22	55	19	47.5	30	61.2	43	53.1	114	54.3
สาธารณะ	10	25	15	37.5	10	20.4	19	23.5	54	25.7
ที่ทำงาน	1	2.5	3	7.5	1	2	4	4.9	9	4.3
อื่นๆ	7	17.5	3	7.5	8	16.3	15	18.5	33	15.7
รวม	40	100	40	100	49	100	81	100	210	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง
รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดย
นำเสนอจำนวน 114 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือบริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 54 ครั้ง
คิดเป็นร้อยละ 25.7 บริบทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 33 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.7 และบริบทที่นำเสนอ
ที่น้อยที่สุดคือบริบทที่ทำงาน โดยนำเสนอจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดย
นำเสนอจำนวน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือบริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 10 ครั้ง คิด
เป็นร้อยละ 25 บริบทอื่นๆ จำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.5 และบริบทที่นำเสนอที่น้อยที่สุดคือบริบท
ที่ทำงาน โดย นำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือบริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 บริบทที่ทำงาน นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5 และบริบทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5

นิตยสารทีวี่พูลนำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือบริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.4 และบริบทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนบริบทที่นำเสนอน้อยที่สุดคือบริบทที่ทำงาน โดยนำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2

นิตยสารสตาร์นิวส์นำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 43 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือบริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.5 บริบทอื่นๆ จำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 และบริบทที่นำเสนอน้อยที่สุดคือบริบทที่ทำงาน โดยนำเสนอจำนวน 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.9

ประเด็นที่ 7 ระดับของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องระดับของผู้หญิงออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. ระดับสูงหรือระดับผู้นำ เช่น

“เรื่องราวทั้งหมดเริ่มต้นขึ้นที่เมืองปัญจารัตน์ ดินแดนเล็กๆ ในหุบเขาที่มีความสงบร่มเย็นภายใต้ศัพทราชาธรรมแห่งกษัตริย์และราชินี มีเจ้าหญิงศศิรา ผู้ซึ่งเป็นน้ำค้างใสแห่งราชวงศ์สวยงามทั้งรูปและจิตใจดั่งน้ำค้างพร่างพรมลงบนยอดเขา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 16 – 22 พฤศจิกายน 2552

“อรนุช ลูกสาวเจ้าสัวเจริญ มหาเศรษฐีพันล้าน มาร่วมหุ้นทำนิตยสาร *Working Women*” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

2. ระดับธรรมดา เช่น

“ดาวและตุ้มถูกอาจารย์ทำโทษให้ไปยืนกางแขนและใส่กุญแจมือติดกันบนดาดฟ้า” – เดลินิวส์ ฉบับ 30 มิถุนายน 2552

“สาวป้อกรับบทนายิกา อาจารย์สาวสุดเรียบริ้ย” – เดลินิวส์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

3. ระดับล่าง เช่น

“จิริววาตี สาวสลัมอาศัยอยู่กับจันทรา แม่บุญธรรม และจุ่ม น้องสาวที่เป็นใบ้” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 5 -11 ตุลาคม 2552

“เมียบ่าวของหลวงวิสุทธิที่กำลังซุกมุนุ่นวายตบตีกับ 2 บ่าวสาวในเรือน” – เดลินิวส์ 11 สิงหาคม 2552

4. ระดับอื่นๆ เช่น

“เป็นฉากที่ผีเจ้าสี่เกิดไม่ยอมปล่อยให้ชายตัดไปแต่งงานกับหญิงอื่น” – ไทยรัฐ ฉบับ 9 เมษายน 2552

“แท้ที่จริงแล้วสาวน้อยวีวีเป็นมนุษย์ต่างดาวที่ส่งมาสอดแนมข้อมูลบางอย่างบนโลกมนุษย์” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 7 – 13 ธันวาคม 2552

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงระดับของผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ระดับของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
ระดับสูง/ผู้นำ	2	4.3	5	7.5	2	3	6	6	15	5.3
ระดับธรรมดา	39	84.8	55	82	59	85.5	86	87	239	85.1
ระดับล่าง	3	6.6	6	9	5	7.2	7	7	21	7.5
ระดับอื่นๆ	2	4.3	1	1.5	3	4.3	0	0	6	2.1
รวม	46	100	67	100	69	100	99	100	281	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 239 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.1 รองลงมาคือระดับล่าง นำเสนอจำนวน 21 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5 ระดับสูง/ผู้นำ นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.3 และระดับที่นำเสนอน้อยที่สุดคือระดับอื่นๆ โดยนำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาคือระดับล่าง นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.6 ระดับสูง/ผู้นำ นำเสนอ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3 และระดับอื่นๆ นำเสนอจำนวนครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 82 รองลงมาคือระดับล่าง นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9 ระดับสูง/ผู้นำ นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5 และระดับที่นำเสนอน้อยที่สุดคือระดับอื่นๆ โดยนำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5

นิตยสารทีวี่พูลนำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 59 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาคือระดับล่าง นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.2 ระดับอื่นๆ นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3 และระดับที่นำเสนอน้อยที่สุดคือระดับสูง/ผู้นำ โดยนำเสนอจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3

นิตยสารสตาร์นิวส์นำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 86 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมาคือระดับล่าง นำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7 ระดับสูง/ผู้นำ นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6 และระดับที่นำเสนอน้อยที่สุดคือระดับอื่นๆ โดยนำเสนอจำนวน 0 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 8 สถานะของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องสถานะของผู้หญิงออกเป็น 3 สถานะ คือ

1. สถานะผู้กระทำ เช่น

“น้ำทิพย์พุ่งตรงเข้าไปบีบคอฤทัยเกือบตายแต่มีคนมาห้ามทัน” – ไทยรัฐ ฉบับ 28 เมษายน 2552

“ป่าไขแสงสั่งให้จัดงานแต่งงานแบบเร่งด่วนระหว่างแสนภูมิกับไบเตย” – ทิวพุด ฉบับ 14 – 20 สิงหาคม 2552

2. สถานะผู้ถูกระทำ เช่น

“เป็นฉากที่หนูพุก (หยาดทิพย์) ถูกชลธี (เกรท) แกล้งให้ทำความสะอาดพื้น” – เดลินิวส์ ฉบับ 19 กุมภาพันธ์ 2552

“เป็นฉากที่สามสาวถูกใจไร่ไ้ม้งดักจีระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทิวพุด ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

3. สถานะอื่นๆ

“นวนลรี เมียรักได้ตายจากไปด้วยอุบัติเหตุทางรถยนต์” – ทิวพุด 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“อเมริกาเริ่มป่วยหนักทำให้ร่างกายอ่อนแอ อนาคตในการบริหารธุรกิจของตระกูลจึงดับไป” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงสถานะของผู้หญิงที่ปรากฏ
ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

สถานะของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
ผู้กระทำ	93	45.2	96	39.2	54	22.8	102	37.4	345	35.9
ผู้ถูกกระทำ	108	52.4	142	57.9	166	70	159	58.2	575	59.8
อื่นๆ	5	2.4	7	2.9	17	7.2	12	4.4	41	4.3
รวม	206	100	245	100	237	100	273	100	961	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง
รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด จำนวน
575 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือสถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 345 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ
35.9 และสถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือสถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด จำนวน
108 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือสถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 93 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ
45.2 และสถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือสถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.4

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด
จำนวน 142 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือสถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 96 ครั้ง คิดเป็น
ร้อยละ 39.2 และสถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือสถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.9

นิตยสารทีวีพูลนำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด จำนวน 166
ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือสถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ
สถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือสถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.2

นิตยสารสตาร์นิวส์นำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด จำนวน 159 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือสถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 102 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.4 และสถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือสถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.4



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นที่ 9 บทบาทของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องบทบาทของผู้หญิงออกเป็น 8 บทบาท คือ

1. บทบาทแม่ เช่น

“โรสกลับมาพบกับปรีมอีกครั้งโดยบังเอิญที่สนามบิน เธอกลายเป็นแม่หม้ายลูกติด”

– สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

“หिनกลับไปเยี่ยมพรใหม่ แม่ผู้แสนดีใจดีที่ซุ่มชมหอยใหญ่” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 –

18 ตุลาคม 2552

2. บทบาทเมีย เช่น

“แต่เมื่อการ์ดแต่งงานถูกแจกออกไป ชื่อของเจ้าสาวแทนที่จะเป็นแสงดาวกลับเปลี่ยนกลายเป็นกังสดาลแทน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

“ปรมินทร์กับแก้วกัญญารักกันมานาน และกำลังจะแต่งงานกัน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

3. บทบาทสัตว์โลกแสนสวย เช่น

“ก็เลยเอาฉากที่นางหงส์สงวน้ำมาให้ดูเรียกน้ำย่อย – ไทยรัฐ ฉบับ 20 พฤษภาคม 2552

“ถ้าความสวยมีคะแนนเต็ม 100 เราก็ต้องได้ 99 คะแนน เพราะเราสวยมาก” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 กุมภาพันธ์ 2552

4. บทบาทวัตถุทางเพศ เช่น

“ทศจับโบว์มาขังทรมานไว้ในกระท่อมแกมย้งข่มขืนโบว์เพราะต้องการให้โบว์มีลูกให้เพื่อแก้แค้น” – เดลินิวส์ ฉบับ 27 สิงหาคม 2552

“ทำให้ปรีมกลายเป็นคนที่มองผู้หญิงเป็นเพียงของเล่นเท่านั้น จนแทบไม่ยอกมีความรักต่อไปอีกเลย” สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

5. บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ เช่น

“เนตรพฐเรียนจบแพชชั่นดีไซน์จากปารีส” – ทวีพูล ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“ก็เล่นเป็นสาวทันสมัย นักเรียนนอก บุคลิกปราดเปรียวมั่นใจ” – ทวีพูล ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม 2552

6. บทบาทอาชญากร เช่น

“ซึ่งฉากที่จะพาไปดูวันนี้เป็นตอนที่หญิงโคม (อ้อม) หลอกเจ้าสี่เกด (ธัญญา) มาที่วัง ก่อนจะสั่งให้บ่าวช่วยกันจับไว้ให้ตัวเองถีบจนตกน้ำ” – ไทยรัฐ ฉบับ 26 กุมภาพันธ์ 2552

“นกหมดความอดทนตบอ้อมจนหน้าหัน อ้อมก็ได้กลับคืนนกทันที คราวนี้ทำเอานกเดือดสุดๆ จัดการเรื่องมือตบอ้อมเต็มแรงอีกขาดเสียงดังเพียะ!” – เดลินิวส์ ฉบับ 23 กุมภาพันธ์ 2552

7. บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย เช่น

“เป็นฉากที่สามสาวชั้นหนาถูกใจไร่ไ้ม้งดักจี้ระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทวีพูล ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“น้ำเชี่ยวจึงตัดสินใจบุกเข้าไปที่ศิขรินเพื่อช่วยเจ้าหญิงให้พ้นจากอันตราย” – สตาร์ นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

8. บทบาทอื่นๆ เช่น

“ศัตรูหัวใจอย่างกัญญาภาคต้องยกขบวนมาเยาะถล่มเยาะเย้ย” – เดลินิวส์ ฉบับ 26 พฤศจิกายน 2552

“บุปผชาติคิดจะเป็นแม่สื่อให้ไปตอกกับทศ เพราะเธอเห็นว่าไปตอกชอบทศ” – สตาร์ นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏ
ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

บทบาทของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ชิ้น	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
แม่	1	0.42	2	0.7	13	3.5	24	6.2	40	3.1
เมีย	45	19.2	52	18.2	93	25.1	87	22.6	277	21.8
สัตว์แสนสวย	15	6.4	33	11.5	53	14.3	65	16.9	166	13
วัตถุทางเพศ	60	25.6	70	24.5	85	23	82	21.3	297	23.4
ผู้หญิงยุคใหม่	5	2.1	16	5.6	17	4.6	20	5.2	58	4.6
อาชญากร	58	24.8	58	20.3	27	7.3	49	12.7	192	15.1
เหยื่อ	33	14.1	46	16.1	65	17.6	44	11.4	188	14.8
อื่นๆ	12	5.1	9	3.1	17	4.6	14	3.6	52	4
รวม	234	100	286	100	370	100	385	100	1,270	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง
รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทต่างๆ จากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดคือ
บทบาทวัตถุทางเพศมากที่สุด จำนวน 297 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมาคือบทบาทเมีย นำเสนอ
จำนวน 277 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.8 และบทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 192 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ
15.1 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 188 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.8 บทบาทสัตว์โลกแสน
สวย นำเสนอจำนวน 166 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 58 ครั้ง คิด
เป็นร้อยละ 4.6 บทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 52 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4 และบทบาทแม่ นำเสนอ
จำนวน 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทวัตถุทางเพศมากที่สุด จำนวน 60
ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาคือบทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.8

บทบาทเมีย นำเสนอจำนวน 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.2 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 33 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.1 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.4 บทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.1 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1 และบทบาทแม่ นำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทวัตถุทางเพศมากที่สุด จำนวน 70 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือบทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.3 บทบาทเมีย นำเสนอจำนวน 52 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.2 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 46 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย นำเสนอจำนวน 33 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.6 บทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1 และบทบาทแม่ นำเสนอจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.7

หนังสือพิมพ์ทีวีพูลนำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทเมียมากที่สุด จำนวน 93 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาคือบทบาทวัตถุทางเพศ นำเสนอจำนวน 85 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 65 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.6 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย นำเสนอจำนวน 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 บทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.3 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.6 บทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.6 และบทบาทแม่ นำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.5

หนังสือพิมพ์สตาร์นิวส์นำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทเมียมากที่สุด จำนวน 87 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือบทบาทวัตถุทางเพศ นำเสนอจำนวน 82 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.3 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย นำเสนอจำนวน 65 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.6 บทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 49 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.7 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 44 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.4 บทบาทแม่ นำเสนอจำนวน 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.2 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.2 และบทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.6

ประเด็นที่ 10 อาชีพของผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องอาชีพของผู้หญิงออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. อาชีพที่มีอำนาจในการบังคับบัญชา เช่น

“จามเทวีได้ขี่ช้างคู่บ้านคู่เมืองแล้วพุ่งหอกสู้กับข้าศึกเยี่ยงชายชาติตรีไม่กลัวตาย” –
เดลินิวส์ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

“วารินทร์เป็นเจ้าของบริษัท” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

2. อาชีพที่ต้องรับคำสั่ง เช่น

“เป็นฉากที่ รังรอง (อ้อม) ขอ รังสี (เป็ยก – พิศาล) ไปทำงานเป็นเลขาฯ ของภาสกร
(ณัฐ)” - เดลินิวส์ ฉบับ 10 กุมภาพันธ์ 2552

“การ์ตูน – อินทิดา เกตุวรสุนทร รับบทเป็นพี่เลี้ยงของลูกที่ชื่อนวล” – เดลินิวส์ ฉบับ 2
กุมภาพันธ์ 2552

3. อาชีพที่เป็นกลาง เช่น

“ปารมีหรือปาล์มเดินทางกลับจากต่างประเทศหลังเรียนจบปริญญาโท” – สตาร์นิวส์
ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“นางเอกของเรื่องมีอาชีพเป็นนางแบบ” – ไทยรัฐ ฉบับ 20 พฤษภาคม 2552

4. ไม่ปรากฏอาชีพ

“เนตรพฐ คุณหนูไฮโซฯ ลูกสาวเจ้าของกิจการโรงงานเย็บผ้าชื่อดัง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ
12 – 18 ตุลาคม 2552

“คุณหญิงบุษบาเป็นคนรับสาย วินนี่ค่าคุณหญิงอย่างเสียหายจนคุณหญิงตกใจเป็น
ลม” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนครั้ง และร้อยละ ของข้อความที่แสดงถึงอาชีพของผู้หญิงที่ปรากฏ
ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ นิตยสารทีวีพูล และสตาร์นิวส์

ระดับของ ผู้หญิง	หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				รวม	
	ไทยรัฐ		เดลินิวส์		ทีวีพูล		สตาร์นิวส์			
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
ผู้บังคับบัญชา	1	2.2	7	10.4	2	2.8	3	3	13	4.5
ผู้รับคำสั่ง	5	10.9	11	16.5	8	11.5	7	7	31	10.6
เป็นกลาง	6	13	7	10.4	6	8.7	3	3	28	9.6
ไม่ปรากฏ อาชีพ	34	73.9	42	62.7	58	84	86	87	220	75.3
รวม	46	100	67	100	69	100	99	100	292	100

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิง
รวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด
โดยนำเสนอจำนวน 220 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคืออาชีพที่ต้องรับคำสั่ง นำเสนอจำนวน
31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.6 อาชีพที่เป็นกลาง นำเสนอจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และอาชีพที่
นำเสนอน้อยที่สุดคือ อาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา โดยนำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.5

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด
โดยนำเสนอจำนวน 34 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมาคืออาชีพที่เป็นกลาง นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง
คิดเป็นร้อยละ 13 อาชีพที่เป็นผู้รับคำสั่ง นำเสนอจำนวน 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.9 และอาชีพที่
นำเสนอน้อยที่สุดคืออาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา โดยนำเสนอจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.2

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์นำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด
โดยนำเสนอจำนวน 42 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคืออาชีพที่เป็นผู้รับคำสั่ง นำเสนอจำนวน

11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.5 อาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา นำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.4 และอาชีพที่เป็นกลาง ซึ่งนำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.4

นิตยสารที่วิพากษ์นำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาคืออาชีพที่ต้องรับคำสั่ง นำเสนอจำนวน 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอาชีพที่เป็นกลาง นำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.7 ส่วนอาชีพน้อยที่สุดคือ อาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา โดยนำเสนอจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.8

หนังสือพิมพ์สตาร์นิวส์นำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 86 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมาคืออาชีพที่เป็นผู้รับคำสั่ง นำเสนอจำนวน 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7 อาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3 และอาชีพที่เป็นกลาง นำเสนอจำนวน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3

ตาราง 4.11 สรุปอันดับของผลการศึกษาที่พบในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และนิตยสารทีวีพูล สตาร์นิวส์ ในแต่ละประเด็น

ประเด็น	อันดับ 1				อันดับ 2				อันดับ 3			
	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	ทีวีพูล	สตาร์นิวส์	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	ทีวีพูล	สตาร์นิวส์	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	ทีวีพูล	สตาร์นิวส์
รูปลักษณ์	บวก	บวก	บวก	บวก	ลบ	ลบ	กลาง	ลบ	กลาง	กลาง	ลบ	กลาง
อารมณ์	ลบ	ลบ	ลบ	ลบ	บวก	บวก	บวก	บวก	กลาง	กลาง	กลาง	กลาง
คุณค่า	ลบ	ลบ	ลบ	ลบ	กลาง	บวก	บวก	บวก	บวก	กลาง	กลาง	กลาง
ญ. – ญ.	ลบ	ลบ	ลบ	ลบ	กลาง	บวก	บวก	บวก	บวก	กลาง	กลาง	กลาง
ญ. – ข.	ลบ	ลบ	ลบ	ลบ	บวก	บวก	บวก	บวก	กลาง	กลาง	กลาง	กลาง
บริบท	บ้าน	บ้าน	บ้าน	บ้าน	สาธารณะ	สาธารณะ	สาธารณะ	สาธารณะ	อื่นๆ	ทำงาน,อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ
ระดับ	ธรรมดา	ธรรมดา	ธรรมดา	ธรรมดา	ล่าง	ล่าง	ล่าง	ล่าง	สูง,อื่นๆ	สูง	อื่นๆ	สูง
สถานะ	ถูกกระทำ	ถูกกระทำ	ถูกกระทำ	ถูกกระทำ	กระทำ	กระทำ	กระทำ	กระทำ	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ	อื่นๆ
บทบาท	วัตถุประสงค์	วัตถุประสงค์	เมีย	เมีย	อาชญากร	อาชญากร	วัตถุประสงค์	วัตถุประสงค์	เมีย	เมีย	เหยื่อ	สัตว์โลกแสนสวย
อาชีพ	ไม่ปรากฏ	ไม่ปรากฏ	ไม่ปรากฏ	ไม่ปรากฏ	รับคำสั่ง	รับคำสั่ง	รับคำสั่ง	รับคำสั่ง	กลาง	บังคับ,กลาง	กลาง	บังคับ,กลาง

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

ทิศทางการนำเสนอรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางบวกทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนอรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของไทยรัฐ เดลินิวส์ และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางลบทั้งหมด ส่วนที่วีพูลมีทิศทางเป็นกลาง

ทิศทางการนำเสนอรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของไทยรัฐ เดลินิวส์ และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางเป็นกลางทั้งหมด ส่วนที่วีพูลมีทิศทางเป็นลบ

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง

ทิศทางการนำเสนออารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางลบทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนออารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางบวกทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนออารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางเป็นกลางทั้งหมด

3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง

ทิศทางการนำเสนอการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางลบทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนอการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของเดลินิวส์ ทวีพูล และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางบวกทั้งหมด ส่วนไทยรัฐมีเป็นทิศทางเป็นกลาง

ทิศทางการนำเสนอการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของเดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์เป็นทิศทางเป็นกลางทั้งหมด ส่วนไทยรัฐมีทิศทางเป็นบวก

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางลบทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของเดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางบวก ส่วนไทยรัฐมีทิศทางเป็นกลาง

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของเดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางเป็นกลาง ส่วนไทยรัฐมีทิศทางเป็นบวก

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางลบทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางบวกทั้งหมด

ทิศทางการนำเสนอปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นทิศทางเป็นกลางทั้งหมด

6. บริบทของผู้หญิง

บริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทีวีพูล และสตาร์นิวส์ เป็นบริบทภายในบ้านทั้งหมด

บริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นบริบทสาธารณะทั้งหมด

บริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของทั้งไทยรัฐ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นบริบทอื่นๆ ทั้งหมด ส่วนเดลินิวส์เป็นบริบทที่ทำงาน และบริบทอื่นๆ เท่ากัน

7. ระดับของผู้หญิง

ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นระดับธรรมดาทั้งหมด

ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นระดับล่างทั้งหมด

ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของเดลินิวส์ และสตาร์นิวส์ เป็นระดับสูง ไทยรัฐเป็นระดับสูงและระดับอื่นๆ เท่ากัน ส่วนทิวทูเป็นระดับอื่นๆ

8. สถานะของผู้หญิง

สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นสถานะผู้ถูกกระทำทั้งหมด

สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นสถานะผู้กระทำทั้งหมด

สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ทิวทู และสตาร์นิวส์ เป็นสถานะอื่นๆ ทั้งหมด

9. บทบาทของผู้หญิง

บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของไทยรัฐและเดลินิวส์ เป็นบทบาทวัตถุประสงค์ ส่วนทิวทูและสตาร์นิวส์เป็นบทบาทเมีย

บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของไทยรัฐและเดลินิวส์ เป็นบทบาทอาชญากร ส่วนที่วิบูลและสตาร์นิวส์เป็นบทบาทวัตถุทางเพศ

บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของไทยรัฐและเดลินิวส์ เป็นบทบาทเมีย ที่วิบูลเป็นบทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย ส่วนสตาร์นิวส์เป็นบทบาทสัตว์โลกแสนสวย

10. อาชีพของผู้หญิง

อาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ที่วิบูล และสตาร์นิวส์ เป็นผู้ไม่ปรากฏอาชีพทั้งหมด

อาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 2 ของทั้งไทยรัฐ เดลินิวส์ ที่วิบูล และสตาร์นิวส์ เป็นอาชีพที่ต้องรับคำสั่งทั้งหมด

อาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอเป็นอันดับ 3 ของทั้งไทยรัฐและที่วิบูล เป็นอาชีพเป็นกลาง ส่วนเดลินิวส์และสตาร์นิวส์เป็นอาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชาและอาชีพเป็นกลางเท่ากัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์” (The Image of Women Reflected in Television Drama's Public Relations News) ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาด้วย “การวิเคราะห์เนื้อหา” (Content analysis) ตัวสาร (Message) ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ โดยใช้ “แบบบันทึกข้อมูล” (Coding sheet) เป็นเครื่องมือ

นอกจากนี้ ได้แบ่งแหล่งข้อมูลออกเป็น แหล่งข้อมูลประเภท “หนังสือพิมพ์รายวัน” ได้แก่ ไทยรัฐ และเดลินิวส์ ตั้งแต่ฉบับวันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2552 และประเภท “นิตยสารรายสัปดาห์” ได้แก่ ทีวีพูล และ สตาร์นิวส์ ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ของปี 2552 จนถึงฉบับที่ 52 ของปี 2552 รวมทั้งสิ้น 1 ปี โดยสุ่มตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากแหล่งข้อมูลประเภทหนังสือพิมพ์ 80 ข่าว และจากแหล่งข้อมูลประเภทนิตยสาร 52 ข่าว รวมเป็น 132 ข่าว

ประเด็นที่นำมาวิเคราะห์เพื่อหาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 10 ประเด็น ดังนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง
2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง
3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง
4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน
5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย
6. บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง
7. ระดับของผู้หญิง

8. สถานะของผู้หญิง
9. บริบทของผู้หญิง
10. อาชีพของผู้หญิง

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำในหนังสือพิมพ์รายวัน 2 ชื่อฉบับ และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ 2 ชื่อฉบับ จำนวน 132 ข่าว สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวก รองลงมาคือ รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบ และรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นกลาง

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบ รองลงมาคือ อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวก และอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นกลาง

3. การเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ การเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นลบ รองลงมาคือ การเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงในทิศทางที่เป็นบวก และการเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงที่ในทิศทางเป็นกลาง

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นลบ รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นบวก และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางที่เป็นกลาง

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในทิศทางที่เป็นลบ รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในทิศทางที่เป็นบวก และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในทิศทางที่เป็นกลาง

6. บริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ บริบทภายในบ้าน รองลงมาคือ บริบทสาธารณะ บริบทอื่นๆ และบริบทในที่ทำงาน

7. ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ผู้หญิงระดับธรรมดา รองลงมาคือ ผู้หญิงระดับผู้นำ ผู้หญิงระดับล่าง และผู้หญิงระดับอื่นๆ

8. สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ ผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำ รองลงมาคือ ผู้หญิงในสถานะผู้กระทำ และผู้หญิงในสถานะอื่นๆ ที่ไม่มีคุณลักษณะเป็นผู้ถูกกระทำหรือผู้กระทำ

9. บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุประสงค์ เพศ รองลงมาคือ บทบาทเมีย และบทบาทอาสาสมัคร

10. อาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด คือ ไม่ปรากฏอาชีพ รองลงมาคือ อาชีพที่ต้องรับคำสั่ง อาชีพที่เป็นเป็นกลาง และอาชีพที่มีอำนาจในการบังคับบัญชา

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผล

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

จากการศึกษาพบว่า รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มีทิศทางเป็นบวกมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม พบว่า รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในลักษณะที่เป็นบวกนี้ถูกนำเสนอในฐานะเป็นต้นเหตุของอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงในฐานะวัตถุทางเพศและสัตว์โลกแสนสวย เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “**แอรินเช็กซีได้ใจ ต้นหนไม่ไหว**กระซากลงอ่าง... พอมก. สั่งเดินกลิ้ง แอรินก็ทำมาดเข้มเป็นนางแมวหน้าฆ่า แต่ดูท่าจะเป็นนางแมวยั่วสวาทมากกว่า ก็แอรินเล่นนุ่งกางเกงขาสั้นจุ๋ โข่วลีลาเลื่อยอยู่รอบอ่าง เช็กซียั่วใจชะขนาดนั้น ต้นหนเลยทนไม่ไหว ดิ่งลงมาพุดต่อน้ำชะเลย” – ไทยรัฐ ฉบับ 25 มิถุนายน 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “**พิงก็เช็กซีกระตุ้นต่อม โจรหินตุ้ยท้องปล้ำ... พิงก็อยู่ในชุดน้ำปล้ำชะด้วย** เพราะใส่กางเกงขาสั้นกุดเช็กซี” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “**ก็สวยหวานชะขนาดนั้น แล้วจะให้หนุ่มบี – สุกฤษฎี วิเศษแก้ว อดใจไหวได้ยังไง** เผลอตัวจูบสาว แอฟ – ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ” – ไทยรัฐ ฉบับ 16 มิถุนายน 2552

จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แม้ว่ารูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงจะได้รับการนำเสนอในแง่บวก แต่เพราะรูปลักษณ์ที่สวยงามนี้เองจึงเป็นต้นเหตุให้ผู้ชายล่วงละเมิดทางเพศกับผู้หญิง โดย ชุ่มเสียงที่กล่าวถึงการล่วงละเมิดทางเพศก็จะให้น้ำหนักว่าฝ่ายหญิงเป็นคนผิด เนื่องจากเป็นฝ่ายแต่งกายวาบหวี หรือมีลักษณะเข้ายวนทางเพศเอง มากกว่าจะกล่าวถึงผู้ชายที่เป็นผู้ลงมือกระทำอาชญากรรม หรือเป็นฝ่ายที่ไม่สามารถ “อดใจไหว” ได้ รวากับว่าการล่วงละเมิดทางเพศผู้หญิงที่แต่งกายเช็กซีเป็นความชอบธรรมของผู้ชาย เพราะผู้หญิงเป็นฝ่ายรนาหาที่เอง และยิ่งเป็นการตอกย้ำมายา

คิดว่าผู้ชายเป็นเพศที่สามารถปลดปล่อยความต้องการทางเพศได้อย่างอิสระ อิสระขนาดที่ว่าไม่จำเป็นต้อง “อดใจไหว” เมื่อมีผู้หญิงเซ็กส์อยู่ตรงหน้า

ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องมาyacติเกี่ยวกับการข่มขืน เวลาพูดถึงการป้องกันการข่มขืน มักจะมีคำอธิบายว่า ผู้หญิงควรแต่งกายให้มิดชิด ไม่กลับบ้านดึกดื่น ไม่ควรอยู่คนเดียวในที่เปลี่ยว กลายเป็นการผลักภาระให้ผู้หญิงต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบต่อการถูกข่มขืนเสียเอง โดยไม่มีการพูดถึง ความรับผิดชอบที่ฝ่ายชายต้องมีเลย และแท้จริงนั้น ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงที่ถูกข่มขืนเป็นเพราะ พวกเธอรันทาหรืออยากถูกข่มขืนเสียเอง ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงทุกคนที่ถูกข่มขืนจะแต่งตัว ยั่วชวน และไม่ว่าผู้หญิงจะแต่งกายอย่างไร หรือรูปลักษณ์ภายนอกเป็นเช่นไร ผู้หญิงทุกคนก็ไม่ควรถูก ข่มขืน เพราะฉะนั้น คำอธิบายตามแบบที่ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กำลังบอกว่า “เพราะผู้หญิง สวย เซ็กส์ ผู้ชายจึงอดใจไม่ไหวที่จะต้องข่มขืน” ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง และไม่ได้ช่วยส่งเสริมความเท่า เทียมทางเพศและความปลอดภัยในชีวิตของผู้หญิงเลยแม้แต่น้อย ยิ่งเป็นการตอกย้ำมายาคติเกี่ยวกับการ ข่มขืนให้เลวร้ายลึกกลงไปในสังคม

และแม้ว่ารูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงจะได้รับการนำเสนอในทางบวกอย่างไร แต่จะเห็นได้ ว่าผู้หญิงก็ยังคงได้รับการนำเสนอในบทบาทวัตถุทางเพศ และบทบาทสัตว์โลกแสนสวย ผู้หญิงจึงอยู่ ในฐานะผู้ที่ถูกจ้องมอง สอดคล้องกับ Suzanne Pingree (1976) ทำการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนใน สังคมได้ถ่ายทอดภาพลักษณ์ในลักษณะสัตว์โลกแสนสวยแต่ไร้สมอง เป็นการเสนอลักษณะสองมิติ ของผู้หญิงคือ วัตถุทางเพศ ไม่มีสมอง ต้องตกเป็นเหยื่อสังคมตลอดเวลาเป็นการกดผู้หญิงให้ยอมรับ การกดขี่ทางเพศของชาย และปล่อยให้เพศชายเป็นผู้ควบคุมเรื่องเพศ (Sexuality) ของผู้หญิงมากขึ้น

รูปลักษณ์ภายนอกนี้ยังสะท้อนออกมาในประเด็นบทบาทสัตว์โลกแสนสวย ซึ่งได้รับการ นำเสนอมากเป็นอันดับ 5 (โดยที่มีจำนวนไม่ห่างจากอันดับ 3 อาชญากร และอันดับ 4 เหยื่อ ผู้เคราะห์ร้าย เท่าไฉน) ยิ่งเมื่อเทียบกับบทบาทผู้หญิงยุคใหม่แล้ว จะเห็นว่าจำนวนต่างกันลิบลับ และสอดคล้องกับประเด็นอาชีพของผู้หญิงซึ่งปรากฏว่า พบผู้หญิงที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด เท่ากับ ว่า ความสวยงามของผู้หญิงจะได้รับความสำคัญมากกว่าความสามารถของผู้หญิง

วารุณี ภูริสินสิทธิ์ (2545 : 51) กล่าวถึงรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงว่า สังคมยังคงคาดหวังให้ เธอมีความเป็นผู้หญิงแบบเดิม เช่น ถึงแก่ก็ต้องสวยด้วย เธอยังถูกตัดสินจากเครื่องแต่งกาย กิริยามารยาท ดังนั้น แม้การเปลี่ยนแปลงที่ตัวผู้หญิงเองเป็นสิ่งจำเป็น แต่ยังไม่เพียงพอที่ผู้หญิงจะ เปลี่ยนจากสภาพการเป็นผู้อื่น สังคมและวัฒนธรรมต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้วย เพราะความเป็นอิสระ ของผู้หญิงถูกกำหนดขอบเขตโดยสังคม

ปรากฏการณ์ดังกล่าวพบได้ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เช่นกัน เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “สาวป๊อกรับบทเป็น นായിกา อาจารย์สาวสุดเรียบริ้ว...งานนี้ป๊อกเลยต้อง แปลงร่างเป็นสาวเซ็กซี่แบบสุดๆ ทั้งใส่เสื้อเปิดถึงคอ แถมกระโปรงยังยาวปิดข้อเท้า” – เดลินิวส์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “ไฉ้ย! คนอะไรจะเพอร์เฟ็คท์ สูงยาว เข้าดี ตาโต แก้มก็ป่อง” – ทีวีพูล ฉบับ 6 - 12 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “งานนี้ได้นักแสดงคุณภาพ ‘นก – ฉัตรชัย’ มาเชือดเฉือนบทบาทกับนางเอก ตาหวานแสบแสบ ‘เจนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ’ – สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

จากตัวอย่างดังกล่าว อธิบายได้ว่า

ตัวอย่างที่ 1 : แม้ผู้หญิงในข่าวจะมีอาชีพเป็นอาจารย์ แต่สิ่งที่ใช้อ้างอิงกับลักษณะของตัว ผู้หญิงไม่ใช่หน้าที่การงาน แต่เป็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิง มากกว่าจะได้ทราบว่าผู้หญิงเป็น อาจารย์สอนอะไร มีความรู้ความสามารถอย่างไร

ตัวอย่างที่ 2 : “ความสมบูรณ์แบบ” ของผู้หญิงวัดจากรูปร่างหน้าตา

ตัวอย่างที่ 3 : ในขณะที่เรียกผู้ชายว่า “นักแสดงคุณภาพ” ซึ่งบอกถึงความสามารถของผู้ชาย แต่เรียกผู้หญิงว่า “นางเอกตาหวานแสบแสบ” ซึ่งอ้างอิงจากรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

จะเห็นได้ว่า รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงได้รับการนำเสนอมากกว่าความสามารถของผู้หญิง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้หญิงไม่ได้รับการคาดหวังเรื่องความสามารถอยู่แล้ว เพราะโลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของเธอ แต่บทบาทที่ผู้หญิงมีแต่เดิมก็คือวัตถุทางเพศและสัตว์โลกแสนสวย ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์สะท้อนแต่เรื่องรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง มากกว่าจะแสดงให้เห็นศักยภาพของผู้หญิง

การนำเสนอรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงมีคุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องบุคลุชนสนใจ (Human Interest) และเพศ (Sex) ซึ่งการใช้รูปลักษณ์ภายนอกในการดึงดูดผู้อ่านเป็นวิธีการที่ดึงให้คนหยุดอ่านได้เสมอ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความหวังว่า ความสามารถของผู้หญิงจะได้รับการกล่าวถึงมากเหมือนอย่างผู้หญิงที่ถูกพูดถึงในเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกบ้าง

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง

จากการศึกษาพบว่า อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดมีทิศทางเป็นลบมากที่สุด สอดคล้องกับประเด็นสถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือสถานะผู้ถูกกระทำ อาจอธิบายได้ว่า ผู้หญิงเองก็มีอารมณ์ความรู้สึกในแง่ลบเมื่อถูกกระทำ ตัวอย่างเช่น

“ทำเอาเฮ้ะ – อิศรียา สายสนั่น มีน! แต่ยังไม่**เครียด**เท่ากับถูกชาย – ชาตโยดม หิรัณยัษฐิติ ปลุกปล้ำ เล่นเอาเฮ้ะถึงกับ**หัวใจแทบหยุดเต้น**” – ไทยรัฐ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

“ยู้ย – จิระนันท์ (รับบท ดาริกา) ที่กำลังถูก โม – อามินา (รับบท หนูเล็ก) เหน็บแนมคำทอทำ ให้ ยู้ย (ดาริกา) **บ่นน้ำตาแตกด้วยความน้อยใจ**” – เดลินิวส์ ฉบับ 18 สิงหาคม 2552

“แม่ตี้มเดินเข้ามาหาและพูดตอกย้ำว่าแอนบ้าเกินจะเหยียวยา แอนก็เริ่ม**น้ำตาคลอ** แม่ตี้มยิ้มสะใจและเดินจากไป แอนก็มลงซบกับโต๊ะ**ร้องไห้**” – เดลินิวส์ ฉบับ 11 กุมภาพันธ์ 2552

และแม้ว่าผู้หญิงจะอยู่ในสถานะผู้กระทำ อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงก็ยังเป็นลบ ตัวอย่างเช่น

“ผีเจ้าสี่เกด (ธัญญา) **โกรธแค้น** ไม่ยอมปล่อยให้ชายหัด (ชาย) ไปแต่งงานกับหญิงอื่น จึงเย็บเข้าติดกับเตียงกลายเป็นคนพิการ **ไม่สามารถไปเจ้าชู้กับใครได้อีก**” – ไทยรัฐ ฉบับ 9 เมษายน 2552

“หญิงสาว**ตกใจ**ตบหน้าไปอย่างแรง” – ไทยรัฐ ฉบับ 16 มิถุนายน 2552

“เบนซ์เดินหน้านิ่งถือกล่องของขวัญเข้ามาในงาน **มองคู่บ่าวสาวด้วยสายตาอาฆาต** ทำเอาทุกคนขนลุกชู่ พอโหมกับน้ำฝนไม่ยอมรับของขวัญ เบนซ์ยิ่ง**โมโห** กระแทกกล่องให้โหมแถมบังคับให้เปิด พอเปิดมาเห็นตุ๊กตาเปื้อนเลือด โหมถึงกับตาค้าง ส่วนน้ำฝนร้องกรี๊ด โหมโยนตุ๊กตาทิ้งอย่าง

ชยะแขยง เบนซ์หัวเราะอย่างบ้าคลั่ง พอเห็นน้ำฝนโผล่กอดโฝม เบนซ์ยิ่งหมั่นไส้ เข้าไปกระหน่ำจิกตบหน้าฝน” – ไทยรัฐ ฉบับ 21 เมษายน 2552

เช่นเดียวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ซึ่งทั้งหมดเป็นไปในทิศทางลบ จนอาจกล่าวได้ว่า ไม่ว่าผู้หญิงจะมีปฏิสัมพันธ์กับใคร ผู้หญิงมักจะเกิดอารมณ์ความรู้สึกในแง่ลบได้เสมอ

แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าผู้หญิงจะอยู่ในสถานะใด หรือมีปฏิสัมพันธ์กับใคร ผู้หญิงก็ต้องตกอยู่ในอารมณ์ที่เป็นลบอยู่เสมอ

เป็นไปได้ว่าการที่อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอารมณ์ความรู้สึกในทิศทางลบเป็นเพราะว่า โดยทั่วไปแล้ว คนมักจะสนใจข่าวที่เป็นข่าวร้ายมากกว่าข่าวดี และอารมณ์ที่ไม่ดีก็มีคุณค่าข่าวในเรื่องความขัดแย้ง (Conflict) และหายนะ (Disaster) ข่าวประชาสัมพันธ์เองก็ต้องการการดึงดูดให้คนสนใจ เพราะฉะนั้น จึงเน้นฉากที่นักแสดงต้องแสดงอารมณ์ในแง่ลบออกมา

Plumwood (อ้างในวารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 10) กล่าวว่า ความเป็นชายถูกจัดให้อยู่ในบริบทของความเป็นเหตุผล และความเป็นหญิงอยู่ในบริบทของธรรมชาติ ซึ่งถือว่าเป็นฐานทางปัญญาหลักอันหนึ่งในการครอบงำผู้หญิง ในขอบเขตของความเป็นเหตุผลหรือขอบเขตของความเป็นชายจะขัดแย้งและไม่รวมเรื่องของอารมณ์ ความรัญจวนใจ ธรรมชาติ ประสบการณ์ ศรัทธา ความบ้า ขอบเขตของความเป็นชายหมายถึงชีวิตสาธารณะ การผลิต ชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งขัดแย้งกับขอบเขตความเป็นหญิงที่เป็นเรื่องส่วนตัว ชีวิตในบ้าน และการสืบพันธุ์ และความเป็นหญิงถูกใช้เป็นตัวแทนของธรรมชาติและปัจเจกบุคคล ซึ่งตรงข้ามกับความเป็นชายที่เป็นสังคมและวัฒนธรรม

เช่นเดียวกับ Kate Millet ซึ่งกล่าวในหนังสือชื่อ Sexual Politics (อ้างใน วารุณี ภูริสินสิทธิ์ ,2545 : 90 – 91) ว่า กลุ่มที่ครอบงำในสังคม (ผู้ชาย) จะเป็นผู้กำหนดความเป็นผู้ชายและความเป็น

ผู้หญิงตามค่านิยมและความต้องการของจน ซึ่งมีผลต่อบทบาทที่แต่ละฝ่ายต้องกระทำ และมีผลต่อสถานภาพที่ตามมา เช่น ความเป็นผู้หญิงหมายถึงความอ่อนแอ ไม่กล้าตัดสินใจ ชอบใช้อารมณ์ ไม่มีเหตุผล เพราะฉะนั้น ผู้หญิงจึงไม่สามารถเป็นผู้นำในระดับต่างๆ ได้ ผู้หญิงอยู่ในสถานะที่เป็นรองเสมอมา ความแตกต่างระหว่างเพศที่เข้าใจกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบทบาทที่สำคัญหรือบุคลิกลักษณะ มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมมากกว่าชีวภาพ วัฒนธรรมดังกล่าวคือวัฒนธรรมของระบบชายเป็นใหญ่ และถ้าเมื่อใดผู้หญิงไม่ปฏิบัติตามลักษณะ “ความเป็นหญิง” เธอจะถูกทำร้ายในลักษณะต่างๆ

เมื่อตำแหน่งแห่งที่ของผู้หญิงคือ “อารมณ์” ไม่ใช่ “เหตุผล” และอารมณ์ก็มักจะถูกให้คุณค่าต่ำกว่าเหตุผล สิ่งที่น่าคิดตามมาจากการศึกษาก็คือ ท่ามกลางอารมณ์และความรู้สึกที่ผู้หญิงมีนั้น กลับเป็นอารมณ์และความรู้สึกในทางลบเป็นส่วนใหญ่ เป็นการตอกย้ำว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงคือเพศที่ชอบใช้อารมณ์ และอารมณ์ของผู้หญิงก็เป็นอารมณ์ในแง่ลบ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง

จากการศึกษาพบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ เป็นไปในทิศทางลบมากที่สุด

การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่เป็นลบมากที่สุดนั้น อาจเชื่อมโยงได้กับอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นลบมากที่สุด ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นลบมากที่สุด ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นลบมากที่สุด สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นบทบาทวัตถุทางเพศมากที่สุด

เพราะฉะนั้น อาจอธิบายได้ว่า การที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เห็นคุณค่าในตัวเองน้อย เป็นเพราะมีอารมณ์ความรู้สึกในแง่ลบ ไม่ว่าจะปฏิสัมพันธ์กับใครก็เป็นไปในทางลบไปเสียหมด ทั้งยังต้องเป็นผู้ถูกกระทำ และมีบทบาทเป็นได้เพียงวัตถุทางเพศ

การเห็นคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่เป็นลบนี้ เห็นได้จากการที่ในข่าวประชาสัมพันธ์สร้างให้ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอทั้งทางกายภาพและจิตใจ ตัวอย่างเช่น

“ด้านรัตติกาลก็สู้กับนักเลงยิบตาเหมือนกัน แต่จะไปสู้แรงผู้ชายได้ยังไง แถมมากันถึง 3 คน” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

“พอหญิงสาวรู้ว่าเปลวไฟ แต่ใจมันก็อ่อนเสียแล้ว เมื่อเจอกับสายตาของเตี๊ยะเข้าให้เหมือนมีไฟฟ้าหมิ่นโวลต์ช็อตหัวใจ เลยระทวยอยู่ในอ้อมอก ยอมให้เตี๊ยะจูบแต่โดยดี” – ไทยรัฐ ฉบับ 9 พฤศจิกายน 2552

“แดนดันแกลังทำหีนเดินปรีเข้ามาหา ไอริณ หญิงสาวเลยวางมวยเข้าใส่แต่ก็สู้ไม่ได้” – ไทยรัฐ ฉบับที่ 27 ตุลาคม 2552

“บุริมยังคงหาโอกาสพบกับกังสดาลอีกครั้งให้จนได้ แต่กังสดาลไม่อาจห้ามใจตัวเองได้อีก เธอจึงยอมอยู่กับบุริมอย่างหลบๆ ซ่อนๆ เมื่อความลับถูกเปิดเผย ทุกคนต่างโกรธเคืองการกระทำของเธอ” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

“ปอกก็เริ่มคิดว่าแพทมากอดจูบ ก่อนจะล้มลงไปบนเตียงด้วยกัน แพทก็พยายามแข็งขัน แต่สุดท้ายก็ปล่อยอารมณ์ตามไป” – ไทยรัฐ ฉบับ 17 พฤศจิกายน 2552

“นภัสสรไม่พอใจมาก จึงตั้งหน้าตั้งตาขัดคำสั่งและพยายามจะเอาชนะน้ำเซียวตลอดเวลา แต่น้ำเซียวก็อาศัยความสามารถที่เหนือกว่าปราบนภัสสรได้ทุกครั้ง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

จากข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ยังสะท้อนว่า ผู้หญิงไม่ควรต่อสู้ เพราะถึงต่อสู้ไปก็เปล่าประโยชน์ไม่สามารถสู้ได้ ผู้หญิงควรยอมรับการเป็นผู้ถูกกระทำ น้ำเสียงที่มีต่อผู้หญิงที่ลุกขึ้นสู้ นั่นเป็นไปในทำนองถูกดักด้วยซ้ำ ตัวอย่างเช่น

“คุณหลวงจะปล้ำจวน จวนขอร้องแต่ไม่สำเร็จ คุณหลวงไม่โหดระชาจวนขึ้นมาบนเตียง จะปล้ำ จวนพยายามดิ้นหนีแต่ก็ไปไม่รอด... พอถึงเวลาถ่ายทำจริง จักจั่นพยายามขอร้องอ้าให้ปล่อยตัวเองไป ยกมือขึ้นไหว้อย่างน่าเวทนาน้ำตาคลอเบ้า แต่อ้าดูท่าจะไม่ยอมปล่อยง่าย ๆ พยายามพูดคำหวานกรอกหูเกลี้ยกล่อมจักจั่นอยู่นานสองนาน บอกว่ารักอย่างโน้น รักอย่างนี้ จักจั่นก็ไม่ตายใจซะที อ้าจึงรูดวิ้งเข้าหาจักจั่นอยู่ฝ่ายเดียว จักจั่นงานเข้าต้องวิ่งหลบ ซ้ายทีขวาที แต่ก็หลบไม่พ้น พร้อมกับร้องกรี๊ดสะสนั่นกองถ่าย แต่ที่อ้าก็ยังกอดรัดพิดเหวี่ยงนัวเนียไม่เลิก” – เดลินิวส์ ฉบับ 20 สิงหาคม 2552

“ฟิงกี้โดนเวียร์จับทรมานล้ามโซ่จนทนไม่ไหว เลยตัดสินใจกระโดดน้ำหนีตายซะดีกว่า แหม... เล่นใจเด็ดขนาดนี้ แต่สุดท้ายก็เกือบเอาตัวไม่รอด งานนี้ก็เลยได้เห็นเวียร์จับ... จับกับสาวฟิงกี้ อีกแล้ว” – เดลินิวส์ ฉบับ 27 สิงหาคม 2552

“อ้อมตกใจพอตั้งสติได้ก็พยายามปกป้อง แต่จู่ๆ เกิดพลาดตบไปโดนมดเข้า ทำให้มดยิ่งเดือดหนัก ผลักอ้อมล้มลงบนโซฟาแล้วตามไปกระหน่ำตบไม่เลี้ยว อ้อมสู้แรงมดไม่ไหวเลย ได้แต่ร้องขอให้มดหยุด” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 พฤศจิกายน 2552

นอกจากนั้น ยังสะท้อนว่า ผู้หญิงจะไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ต้องคอยพึ่งพาผู้ชาย หรือจะมีชีวิตที่ดีขึ้นหากมีผู้ชายเคียงข้าง ตัวอย่างเช่น

“โบว์ทนไม่ไหวหนีทศ ทศตามมาเจอ โบว์ตัดสินใจกระโดดน้ำหนี โบว์จมน้ำทศรีบกระโดดลงไปช่วย” – เดลินิวส์ ฉบับ 27 สิงหาคม 2552

“ทั้งคู่พายเรือออกไปแล้วเรือคว่ำ มายด์ต้องกินน้ำเข้าไปชะหลายอึกกว่าที่ยศจะช่วยลากเข้ามาที่ฝั่งแล้วยังต้องผายปอดให้” – ไทยรัฐ ฉบับ 12 มีนาคม 2552

“เอสมองแอฟเหมือนเสือตะครุบเหยื่อเตรียมจะขย้ำ แต่ดั้น...มีเสียงเคาะประตูขัดจังหวะขึ้นมาซะก่อน เขาทำหน้าที่แข็งๆ เดินไปเปิดประตู บี้โผล่มา สวมวิญญาณพระเอกขี่ม้าขาวมาช่วยนางเอกได้ทันเวลา แต่กว่าจะช่วยแอฟรอดจากผู้ชายเหิน บี้กับเอสก็ต้องผละปู้กันซะเหงื่อตก” – ไทยรัฐ ฉบับ 23 มิถุนายน 2552

“สเตฟานเจ็บหลายดอก! เป็นฮีโร่ช่วยจู้จี้” – ไทยรัฐ ฉบับ 27 ตุลาคม 2552

“ระหว่างทางปาลินไปล้างมือที่ธารน้ำตาเกิดพลัดตกน้ำ ภูวนัยเข้าไปช่วย” – ไทยรัฐ ฉบับ 16 กุมภาพันธ์ 2552

“ริต้าสู้แรงน้ำไม่ไหวถูกพัดจนขาดลอย ตายที่ตามหลังมาเห็นก็ตกใจรีบเข้าไปกอดตัวไว้ได้ทันเวลา ริต้าร้องว้ายด้วยความกลัว ตายโชว์ความเป็นฮีโร่ กอดริต้าไว้ไม่ปล่อย” – ไทยรัฐ ฉบับ 27 มีนาคม 2552

“เสียสำเร็จ จอมบ้ำกามดันเกิดอาการติดใจในความน่ารักและสดใสร่าเริงของวีสี เขาจึงหาโอกาสรวบรวมหัวรวบหางจะทำมีดีมีร้ายอยู่เป็นประจำ แต่ก็ยังโชคดีที่วีสีมีเพื่อนซี้นิสัยดีของต่อมอย่างนายโป่งคอยให้การช่วยเหลืออยู่เสมอไม่ว่าจะเกิดเรื่องใดๆ” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 7 – 13 ธันวาคม 2552

ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับบงกช เสวตามร์ (2533) ที่พบว่า แม้ผู้หญิงจะแกร่ง เข้มแข็งเพียงใดก็ตาม ทำยที่สุดก็จะยอมตกอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชาย และผู้หญิงแกร่งก็ยังคงต้องมีคนเคียงข้างในการต่อสู้ของเธอด้วย ซึ่งหากเป็นผู้ชายก็จะช่วยให้เธอประสบความสำเร็จชนะในการต่อสู้ได้มากขึ้น เช่นเดียวกับการวิเคราะห์เนื้อหาของทมิวิจัยของ Gerbner (1977) ที่ว่า ผู้หญิงถูกใช้ความรุนแรงมาก การเปิดตัวให้ผู้หญิงถูกทำร้ายนั้น (Lady in distress) เพื่อจะสร้างโอกาสให้พระเอกได้แสดงวีรกรรมเป็นวีรบุรุษ เท่ากับว่าชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กำลังกดให้คุณค่าความเป็นผู้หญิงต่ำลง อ่อนแอหลง อยู่ในเพื่อส่งเสริมในผู้ชายอยู่เหนือกว่า และแสดงอำนาจที่เหนือกว่าผู้หญิง

และยังพบว่า ผู้หญิงไม่ใช่คนที่สามารถกำหนดชะตาชีวิตของตัวเองได้ แต่ชีวิตของผู้หญิงถูกกำหนดโดยผู้อื่น ตัวอย่างเช่น

“ท่านนายพลและคุณหญิงกำลังก่อกวนใจเรื่องความสัมพันธ์ของบุปผชาติและวราพงษ์ จึงตัดสินใจจะให้บุปผชาติแต่งงานกับทศ แต่บุปผชาติไม่ยอมรับว่าเคยมีความสัมพันธ์กับทศ และจะไม่ยอมแต่งงานเด็ดขาด แต่นายพลตัดสินใจจะให้บุปผชาติไปอยู่กับทศที่ไร่องุ่น” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กันยายน 2552

“ไรศต้องการเพียงแค่งินยอมขายกังสดาล ลูกสาวคนเดียวของเขาให้เป็นเมียของบุริม เพื่อหวังเงินจากอดีตคนรัก” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

“เมื่อเจ้าหญิงแสนงามไร่ที่พึ่งพาและซำหนักน้องชายถูกขู่ฆ่า มีทางรอดเดียวคือการที่ศศิธาต้องแต่งงานกับหลานชายของกบฏ” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 16 – 22 พฤศจิกายน 2552

“ปกป้องเลยได้จึงหว่านขลุ่ยสาวกลับว่าถ้าไม่ย้ายกลับมาอยู่เมืองไทยก็จะยกโรงงานและทรัพย์สินสมบัติทั้งหมดให้กับวีรดา แม่เลี้ยงคนใหม่และลูกสาวทั้งหมด” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่พบว่าเป็นลบมากที่สุดนั้น สะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงว่า เป็นเพศที่เห็นคุณค่าในตัวเองน้อย นอกจากสังคมจะให้คุณค่าผู้หญิงเป็นรองจากผู้ชายแล้ว ผู้หญิงเองยังรับเอาความคิดนั้นมาเป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงด้วย ดังที่ Simone De Beauvoir (อ้างในวารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 47) กล่าวว่า ความด้อยกว่าของผู้หญิงหรือความเป็นผู้อื่นของผู้หญิง ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะผู้หญิงแตกต่างทางร่างกายจากผู้ชาย แต่เพราะสภาพการณ์ทางสังคมทำให้เป็นเช่นนั้น ผู้หญิงถูกทำให้เป็นอื่นโดยสังคม และส่วนใหญ่ของความเป็นผู้หญิงในอุดมคติที่ถูกสร้างผ่านทางวรรณกรรมต่างๆ คือ การมีหน้าที่ที่ต้องเสียสละตัวเองให้กับผู้ชาย เสียสละความต้องการของตนเองเพื่อผู้ชายจะได้ทำตามความต้องการของเขา สิ่งที่น่ากลัวคือ ผู้หญิงได้รับเอามายาคติเหล่านั้นเข้ามาเป็นความเชื่อของตัวเองและทำตามมายาคติเหล่านั้น

เท่ากับว่า ในขณะที่สังคมกดยกผู้หญิงเป็นรองอยู่แล้ว เมื่อมาอยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ตัวผู้หญิงเองก็ยิ่งเห็นคุณค่าของตัวเองน้อยอีกด้วย ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไม่ได้มีส่วนช่วยส่งเสริมสถานภาพของผู้หญิงแต่อย่างใด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

จากการศึกษาพบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ ปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ จะพบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย เกิดขึ้นจำนวนครั้งมากกว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่า ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชายมากกว่าที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้หญิงด้วยกันเอง

ในขณะเดียวกัน ในข่าวประชาสัมพันธ์ เมื่อผู้หญิงมีปฏิสัมพันธ์กับผู้หญิงด้วยกันเองก็พบว่า เป็นปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบมากกว่าทิศทางบวกอย่างเห็นได้ชัด แสดงว่า ผู้หญิงเป็นปฏิปักษ์ต่อผู้หญิงด้วยกันเอง มากกว่าที่ผู้หญิงจะเป็นพวกเดียวกัน ตัวอย่างเช่น

“ยิ่งเป็นคู่เกาเหลา รัญญา – รัญญาเวศ เองตระกูล กับ อ่อม – สกาวใจ พุนสวัสดิ์ เจอกัน เมื่อไรเป็นต้องดวลตบกันเมื่อนั้น ซึ่งฉากที่จะพาไปดูวันนี้เป็นตอนที่หญิงโคม (อ่อม) หลอกเจ้าสี่เกด (รัญญา) มาที่วัง ก่อนจะสั่งให้บ่าวช่วยกันจับไว้ให้ตัวเองถีบจนตกน้ำ” – ไทยรัฐ ฉบับ 26 กุมภาพันธ์ 2552

“วันนี้จะพาไปดูฉากเด็ดนางเอก เซอรี – เข็มอัปสร กับนั่งร้ายหุ่นดี มี้ม – อัมราภัสร์ ตบกันไฟแลบ โดยเป็นตอนที่เนตรอัปสร (เซอรี) นางเอกละครถ่ายฉากตบกับนั่งร้าย ปารุดา (มี้ม) ปรากฏว่า ปารุดาแค้นเนตรอัปสรอยู่แล้วที่เป็นคู่แข่งหัวใจเลยตบจริงซะเลย” – ไทยรัฐ ฉบับ 6 ตุลาคม 2552

“ถูกน้ำฝน- กุลณัฐ เพื่อนรักหักเหลี่ยมโหดแย่งโหม – พัชฎะ คนรักไปจากอก สาวเบนซ์เลยแรงได้อีก! ลงทุนสวมชุดเจ้าสาวสีด้ามาป่วนงานแต่งงานแต่งซะละ” – ไทยรัฐ ฉบับ 21 เมษายน 2552

“สะสมความแค้นไว้มากจนสาวเบนซ์ – พรชิตา ขอสวมบทโหดจัดการ น้ำฝน – กุลณัฐ เพื่อนรักฐานแย่งคนรักไปครอบครอง” – ไทยรัฐ ฉบับ 28 เมษายน 2552

“แต่อรุณกลับกลายเป็นเพื่อนรักหักเหลี่ยม วางแผนให้อรนิช น้องสาวของตนแย่งพี่เทพ คู่หมั้นของไอริณและอุปกิจการนิตยสาร ไอริณแค้นสุดจะทนเลยประกาศว่าจะล้ม Working Women ให้ได้ และจะทำให้อรุณกับอรนิชปวดร้าวที่สุด” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

แสดงให้เห็นว่า นอกจากผู้หญิงจะอยู่ในสภาพเป็นรองผู้ชายแล้ว ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงยังต้องเป็นศัตรูกับผู้หญิงด้วยกันอีกด้วย ยิ่งทำให้ผู้หญิงมีลักษณะโดดเดี่ยว แยกแยกกับผู้หญิงด้วยตนเอง เป็นการกดขี่ผู้หญิงให้ต่ำลงด้วยผู้หญิง ในขณะที่ถ้าเป็นผู้ชายกดขี่ผู้หญิงให้ต่ำลงนั้นก็เพื่อให้ผู้ชายมีสถานภาพที่เหนือกว่าผู้หญิง แต่หากผู้หญิงกดขี่ผู้หญิงด้วยกัน เท่ากับว่าผู้หญิงจะอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำลงกว่าที่ผู้ชายกดขี่ผู้หญิงเสียอีก เพราะแม้แต่ผู้หญิงด้วยกันเองก็ยังไม่ยอมรับผู้หญิงด้วยกัน ภาพลักษณ์ของผู้หญิงจึงดูเหมือนว่าผู้หญิงจะไม่มีเอกภาพ

สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2534) ที่กล่าวว่า ละครโทรทัศน์ที่มีแก่นเรื่องหลักแบบโรแมนติก จะนำเสนอให้ผู้หญิงที่เป็นนางเอกและนางผู้ร้ายต่อสู้กันเพื่อช่วงชิงการผูกขาดพระเอกไว้แต่เพียงผู้เดียว เนื้อหาละครแบบนี้เป็นตัววางรากฐานทัศนคติแบบเป็นปฏิปักษ์ต่อกันให้เกิดขึ้นในระหว่างผู้หญิงกันเอง และชุกชอนศัตรูตัวจริงของหญิงทุกคนคือ ระบบสังคมแบบชายเป็นใหญ่

การที่ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์สร้างให้ผู้หญิงกับผู้หญิงเป็นศัตรูกันนี้ มีคุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องความขัดแย้ง (Conflict) หายนะ (Disaster) และเพศ (Sex) สร้างความดึงดูดใจให้ผู้อ่านสนใจ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้คุณค่าข่าวในลักษณะนี้เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับข่าวประชาสัมพันธ์ มีแต่จะทำให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงต่ำต้อยลงกว่าเดิม

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย

จากการศึกษาพบว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ ปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ สอดคล้องกับประเด็นเรื่องบทบาทผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดซึ่งพบว่ามีบทบาทวัตถุทางเพศ และบทบาทเมียมากที่สุด เป็น 2 อันดับแรก

ประเด็นนี้ขัดแย้งกับ กำจร หลุยยะพงษ์ (2539) ซึ่งพบว่า ในภาพความเป็นชายแบบใหม่นั้น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงเป็นไปในลักษณะที่ผู้หญิงมีความเท่าเทียมกับผู้ชาย (แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขบางประการ) ในการร่วมมือร่วมใจที่จะแก้ไขปัญหาของสังคมด้วยกัน อย่างไรก็ตาม กำจรพบว่า ในภาพความเป็นชายในแบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงกลับเป็นไปในลักษณะที่ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศให้ผู้ชายได้จ้องมอง ซึ่งเป็นลักษณะที่ตรงกับการศึกษาในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในทิศทางที่เป็นลบมากที่สุดนี้ มีคุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องความขัดแย้ง (Conflict) และปฏิกชนสนใจ (Human Interest) โดยทั่วไป ข่าวที่อยู่บนหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ (Quantity Newspaper) มักจะเน้นข่าวที่ก่อให้เกิดการสะเทือนอารมณ์ หรือข่าวเบา (Soft News) เช่น ข่าวอาชญากรรม ภาพวาทวิวต่างๆ ในทำนองเดียวกัน ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวที่ทำการศึกษาอยู่ในหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ และนิตยสารบันเทิง ซึ่งต้องเน้นความสะเทือนอารมณ์เพื่อดึงดูดคนอ่าน และเป็นสีสัน เพราะฉะนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุที่ว่าเหตุใดข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวจึงมักฉายให้เห็นภาพปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในแง่ลบมากกว่าแง่บวก เพราะมันสามารถดึงดูดความสนใจจากคนอ่านได้มากกว่า

และในบางครั้ง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในทิศทางลบยังถูกนำเสนอให้เป็นเรื่องกึ่งกึ่งโรแมนติกระหว่างพระเอกและนางเอกที่ไม่ถูกกันในตอนต้นจนต้องมีเรื่องทะเลาะเบาะแว้งกันเป็นประจำ แต่ด้วยสถานการณ์บางอย่างทำให้ทั้งคู่ต้องใกล้ชิดกัน

และท้ายที่สุดผู้อ่านก็สามารถคาดเดาได้อยู่แล้วว่าพระเอกและนางเอกจะต้องลงเอยกันด้วยดี คนอ่านจึงมองความขัดแย้งนี้ด้วยสายตาเอ็นดู มากกว่าจะเห็นถึงความรุนแรงที่ซ่อนอยู่ในข่าว ตัวอย่างเช่น

“หลังจากพระนางในละครเสนาหาเงินตราตบจูบๆ กันมาหลายตอนแล้ว คราวนี้ก็ถึงเวลาสำคัญที่ปอ – ทฤษฎี สหวงศ์ กับ แพท – ณปภา ตันตระกูล จะได้เข้าด้ายเข้าเข็มกันเสียที่...ปอคิดว่าแพทมากอดจูบก่อนจะล้มลงไปบนเตียงด้วยกัน แพทก็พยายามขัดขึ้น” – ไทยรัฐ ฉบับ 17 พฤศจิกายน 2552

“ไม่รู้เป็นคู่แค่นั้นมาแต่ชาติปางไหน เพราะฟิล์ม – รัฐภูมิ โตคงทรัพย์ กับ แพท – ณปภา ตันตระกูล เจอหน้ากันทีไรเป็นต้องพัดกันแบบเอาเป็นเอาตาย...แพทกระซอกคอเสื้อเอาไว้อยู่กันไปมาจนล้มลงทั้งคู่ แพทมารยาร้องโอดโอยว่าสะโพกหัก พอฟิล์มเข้าไปประคอง แพทก็ลุกพรวดขึ้นมาเตะฝ่าหมากจนฟิล์มต้องกุมเบ้า ไม่รู้ว่าถูกห้องเครื่องหรือเปล่า แต่แพทก็ไม่สนใจโน้มคอฟิล์มตีเข้าซ้ำที่ท้องอีก” – ไทยรัฐ ฉบับ 16 มีนาคม 2552

“คู่นี้เจอกันที่ไหนทะเลาะกันน้ำลายกระจายที่นั่น อัสนัยเลยแกล้งกระตุกผ้าเช็ดตัวหลุดผละจะแนทตกใจปิดตาร้องโวยวายลั่น” – ไทยรัฐ ฉบับ 10 พฤศจิกายน 2552

“ภีมภพ (เต็งหนึ่ง) พยายามจะตามมาเยาะเย้ยถากถางเมษยา (ขวัญ) ว่าเห็นแก่เงินเลยเลือกไปสนใจ ภิรินทร์ (แดน) ภีมภพพูดจนเมษยาทนไม่ได้ เลยตบหน้าเข้าให้ เมษยาตบภีมภพก็ดึงเธอเข้ามาจูบ เธอตบอีกเขาก็จูบอีก โถ...ตบไปก็เพราะรัก จูบคืนก็เพราะรักทั้งนั้น” – เดลินิวส์ ฉบับ 30 มีนาคม 2552

การนำเสนอในลักษณะนี้เป็นการลดทอนความรุนแรงของเหตุการณ์ลง คือหากเหตุการณ์ลักษณะนี้เกิดขึ้นในชีวิตจริงย่อมเป็นข่าวความรุนแรง แต่เมื่อปรากฏอยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์จะถูกลดทอนความรุนแรงให้กลายเป็นเรื่องน่าอ่าน น่าติดตาม ทำให้คนอ่านคุ้นเคยกับความรุนแรงโดยไม่รู้ตัว กาญจนา แก้วเทพ (2545 : 301) กล่าวว่า ในการยอมรับอุดมการณ์นั้น ถ้าทำให้รู้ตัวว่าเนื้อหาสาระนั้นกำลังถ่ายทอดอุดมการณ์และมีลักษณะบังคับผู้รับ คนเรามากจะต่อต้าน แต่ถ้าดึงดูดเข้ามา

ด้วยความบันเทิง การถ่ายทอดอุดมการณ์จะมีผลดีมากที่สุด เพราะฉะนั้น ชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เองก็เป็นตัวถ่ายทอดอุดมการณ์ความรุนแรงได้อย่างน่าอันตรายที่สุด

สำหรับในปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในทิศทางบวกนั้น พบได้ว่า เป็นไปเพื่อสร้างให้ผู้ชายเป็นวีรบุรุษ ตัวอย่างเช่น

“ปีเฒ่ามา สวมวิญญาณพระเอกขี่ม้าขาวมาช่วยนางเอกได้ทันเวลา” – ไทยรัฐ ฉบับ 23 มิถุนายน 2552

“สามสาวฉันทนาถูกใจไร้ไม่ดังจีระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า แต่สาว ๆ ฮึดสู้จนใจไม่ไหวตรงเช้าจะทำร้ายสาว ๆ ในวินาทีระทึกนั้นเองก็มีอัศวินปรากฏตัวสุดเท่เข้ามาช่วยสาว ๆ” – ทิวพุด ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

ไม่ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายจะเป็นไปในทิศทางใดก็ตาม จะเห็นได้ว่าผู้หญิงล้วนตกอยู่ในสภาพเป็นรองผู้ชายอยู่เสมอ ซึ่งก็เป็นไปตามมายาคติที่มีต่อผู้หญิงตั้งแต่ต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. บริบทของผู้หญิง

จากการศึกษาพบว่า ผู้หญิงในชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์อยู่ในบริบทบ้านมากที่สุด ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับมายาคติเดิมที่ว่าโลกของผู้หญิงคือที่บ้าน และโลกของผู้ชายคือโลกสาธารณะ

ผลการวิจัยเป็นไปแนวทางเดียวกับการศึกษาของ Butler & Paisley (1989) ที่พบว่า อุดมการณ์เพศนิยม (Sexist Ideology) ในเรื่อง “Keep her in her place” ซึ่งเป็นอุดมการณ์ที่กำหนดให้ผู้หญิงอยู่ในที่ที่ควรอยู่ เช่น ในบ้าน มากที่สุด

เช่นเดียวกับ Meehan (1983) ที่พบข้อสรุปว่า บริบทที่ผู้หญิงจะถูกนำเสนอจะเป็นบริบทส่วนตัว หรืออยู่ภายในบ้านเป็นส่วนมาก และไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใด ผู้หญิงจะถูกนำเสนออย่างเป็นรองและต้องพึ่งพาผู้ชายในทุกบริบท

กาญจนา แก้วเทพ (2544 :64) อธิบายว่า สังคมมอบหมายให้ผู้หญิงซึ่งโดยสภาพทางชีวะ/ร่างกายเป็นฝ่ายที่ออกลูก จึงควรที่จะเลี้ยงลูก เป็น “แม่” และดูแลงานภายในบ้านเป็น “แม่บ้าน” ไปพร้อมๆ กัน ฉะนั้น เมื่อที่บ้านเท่ากับครอบครัว และผู้หญิงเท่ากับที่บ้าน ดังนั้น ผู้หญิงจึงเท่ากับครอบครัวไปโดยปริยาย ในขณะที่ผู้ชายจะสังกัดอยู่อีกซีกหนึ่งคือ ออกไปทำงานนอกบ้าน หาเลี้ยงครอบครัว เราจึงมักได้ยินว่า “ผู้ชายคนนี้เป็น Family man” อันหมายความว่า เป็นผู้ชายที่รักและเอาใจใส่ครอบครัว แต่จะไม่เคยได้ยินคำว่า “ผู้หญิงคนนี้เป็น Family woman” เลย ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นผู้หญิง” เท่ากับ “การเป็นครอบครัว” อยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบคำอธิบายดังกล่าวกับผลการศึกษาในครั้งนี้ สิ่งที่ต่างไปก็คือ แม้ว่าผู้หญิงจะอยู่ในบริบทภายในบ้าน แต่บทบาท “แม่” กลับพบได้น้อยมากในชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ส่วนบทบาท “แม่บ้าน” นั้นถูกกลายร่างเป็นอาชีพคนใช้หรือบ่าวไพร่แทน ในขณะที่เดียวกัน บทบาท “เมีย” กลับพบมากกว่าบทบาทอื่นๆ ที่กล่าวมา ราวกับว่า เมื่ออยู่ในบ้าน ผู้หญิงจะมีสภาพเป็น “เมีย” ได้สถานเดียว เช่นเดียวกับ แม้กระทั่งผู้หญิงอยู่ในบริบทบ้าน ผู้หญิงก็ยังเป็น

วัตถุทางเพศได้ ดังจะเห็นได้จากกรที่บทบาทผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในลักษณะบทบาทวัตถุทางเพศเป็นบทบาทที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด

ตัวอย่างของคำอธิบายดังกล่าว เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “ตรีประดับ (เมย์) ถูก ณฐิน (ชาย) ลากมาที่บ้าน ณฐินปลุกปล้ำจนตรีเคลิ้ม แต่แล้วก็ผลัดออกด้วยความเกลียดชัง ชายปล้ำจูบเมย์อย่างรุนแรง พอสาวเมย์เคลิบเคลิ้มชายกลับลุก ออกบอกว่าเขาขยะแหยงแม้แต่จะจับต้องตัวเธอ” – เดลินิวส์ ฉบับ 4 สิงหาคม 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “เป็นเลิฟซีนหวานๆ บนเตียง โดยเป็นฉากที่ภาวดี (ต้น – ชยธร) มาล้าลาอรณี (นุ่น – สนิทธา) คนรักไปทำงานที่เมืองนอกตามเงื่อนไขที่ให้ไว้กับครอบครัว ถ้าครบ 1 ปีทั้งคู่ยังรักกัน อยู่ก็จะได้แต่งงานกัน” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 มีนาคม 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “เป็นฉากที่ปีเตอร์ (ตี้ – วริษฐ์) นอนค้างที่คอนโดเพ็ทกี้ (แป้ง – พรรษชล) แต่บังเอิญพอล (โพม – พัชฎะ) ดันกลับถึงบ้านก่อนเวลาทำเอาปีเตอร์ต้องหาทางหนีที่ไถ่จนวนลาน” – เดลินิวส์ ฉบับ 1 มิถุนายน 2552

ตัวอย่างที่ 4 : “จួយก็เดินมาข้างหลัง ใส่จริตมารายั่วยวนสเตฟานเต็มที่ จับมือสเตฟานแล้ว เอามือลูบไล่น้ำอกสเตฟานพร้อมส่งสายตาดูหยาดเอ้ม ผลักสเตฟานลงนั่งบนเตียง เอามือลูบไล่น้ำอกสเตฟานไปมาเบาๆ เพื่อปลุกเร้าอารมณ์พิศواسจนสเตฟานชักเคลิ้มตาม จับตัวจួយพลิกลงนอน ก้มลงจะจูบ” – เดลินิวส์ ฉบับ 9 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 5 : “ฉากดังกล่าวเป็นตอนที่หลังจากเสร็จงานฉลองงานหมั้นกันแล้ว ศิวพันธ์ (ปอ) ก็แก้งทำเป็นเมา ชายหนุ่มก็ลงมือปลุกปล้ำขยำขยี้จนเรียบร้อยโรงเรียนพระเอกไป” – ไทยรัฐ ฉบับ 17 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 6 : “แอบดูแพนเค้กอาบน้ำ ล่องอ่างขัดตัวยั่วสยิว ‘บ่วงหงส์’ จะลงประเดิมจ่อวันแรก พุทธนี้ ก็เลยเอาจากที่นางหงส์สร่งน้ำมาให้ดูเรียกน้ำย่อยกัน ซึ่งจากนี้เป็นตอนที่พิมพ์ลภัส (แพนเค้ก) กลุ่มใจกับปัญหาที่รู้มเร็ว เลยสลัดผ้ามาล่องอ่างอาบน้ำเพื่อคลายเครียด” – ไทยรัฐ ฉบับ 20 พฤษภาคม 2552

จากตัวอย่างทั้งหมด จะเห็นได้ เมื่ออยู่ในบ้าน ผู้หญิงก็จะมึบเทาเทาเป็นเพียงเมีย วัตถุทางเพศ เท่านั้น

นอกจากนั้น กระบวนการให้คุณค่าแก่ “ที่บ้าน” กับ “โลกสาธารณะ” ในสังคมสมัยใหม่มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ ในโลกสาธารณะนั้นจะมีคุณค่าของการแข่งขันอันนำไปสู่ความก้าวหน้า (Progress) เป็นสถานที่ผลิตความมั่งคั่ง (Wealth) ความมีชื่อเสียง (Renown) เป็นแหล่งที่ให้การยอมรับสิ่งต่างๆ (Acceptance) มีลักษณะเป็นสากล เป็นสถานที่แห่งการใช้เหตุใช้ผล ในขณะที่ “ในบ้าน” นั้น กลับจะมีคุณค่าอีกแบบที่ตรงกันข้าม เพราะ “ในบ้าน” เป็นสถานที่แห่งการหยุดนิ่ง เป็นสถานที่กินใช้ความมั่งคั่ง เป็นสถานที่เฉพาะยกเว้น ไม่เป็นที่รู้จัก ค่อนข้างจะปกปิด คับแคบ เป็นสถานที่แห่งการใช้อารมณ์ความรู้สึก และจากระบบคุณค่าทั้ง 2 ระบบที่มีของ “ที่บ้าน” และ “ที่สาธารณะ” ที่กล่าวมานั้น สังคมสมัยใหม่ก็ได้วางคุณค่าของ “ที่สาธารณะ” เอาไว้อยู่เหนือ “ที่บ้าน” การเป็นคนที่มีชื่อเสียงจึงมีค่าสูงกว่าการรักสันโดษ เก็บตัว ปลีกตัว การใช้เหตุผลมีค่าสูงกว่าการใช้อารมณ์ เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2544 : 96 – 97)

การที่ “โลกสาธารณะ” มีอำนาจเหนือกว่า “โลกที่บ้าน/โลกส่วนตัว” และเป็นตัวกำหนดทิศทางของโลกในบ้าน เนื่องจากโลกในบ้านต้องขึ้นต่อโลกสาธารณะนั้น ส่งผลสะท้อนมาถึงเรื่อง “ผู้หญิง” และ “ผู้ชาย” เนื่องจาก โลกสาธารณะนั้นเป็นที่อยู่ของผู้ชาย และโลกในบ้าน/โลกส่วนตัวนั้นเป็นที่อยู่ของผู้หญิง นี่จึงเท่ากับหมายความว่า การครอบงำของโลกสาธารณะต่อโลกในบ้านก็เป็นการเปิดทางให้ผู้ชายได้ครอบงำผู้หญิงนั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2544 : 93)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อย่างไรก็ตาม ข้อที่น่าสังเกตก็คือ แม้ว่าตามมายาคติเดิมบริบทของผู้หญิงจะถูกจำกัดอยู่ในบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าบริบทที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์อยู่มากที่สุดคือ บริบทภายในบ้าน แต่บริบทภายในบ้านเองก็ไม่ใช่อสถานที่ที่ปลอดภัยสำหรับผู้หญิง เช่น

“เป็นฉากที่พนา (นิว) รู้ว่า นุช (ปู) ออกไปเกี่ยวกับ ศวัส (พล) จึงเกิดอาการหึง พนามาหานุชที่บ้านขึ้นไปเคาะห้องนอน ตะโกนให้นุชเปิดประตู พอนุชเปิดประตู พนาถามดี ๆ แต่นุชกลับประศดประชัน พนาซึ่งอยู่ในอาการมึนเมาเพราะดื่มมาหนักจับนุชปล้ำ” – ทิวีพุด ฉบับ 11 – 17 กันยายน 2552

“ฉากนี้เป็นฉากที่บังอร (แอน – อลิษา) เข้ามาเห็น อิน (เปปเปอร์ – รัฐศาสตร์) กับ อิม (เจียบ – ไสภิตนภา) อยู่ในห้องสองต่อสอง แอนเลยเข้าใจผิดว่าทั้งคู่เป็นชู้กัน บังอรตรงเข้าไปตบตีอิมด้วยความโกรธ” – เดลินิวส์ ฉบับ 31 สิงหาคม 2552

“ปรมินทร์ (ป๋อง – ณวัฒน์) โมโหหึง แก้วกัญญา (อ้อม) แฟนเก่ากอดกับ นุติ (เป็ก – เปรมณัช) หม่อมรุ่นน้องที่ตามจีบ เลยไม่พอใจ อ้อมหญิงสาวขึ้นไปปล้ำซะเลย” – ไทยรัฐ ฉบับ 18 พฤศจิกายน 2552

“เป็นตอนที่ศศิน (เอส) วางแผนวางยา ปลายฟ้า (แอฟ) ก่อนจะพาไปที่คอนโด” – ไทยรัฐ ฉบับ 23 มิถุนายน 2552

จะเห็นได้ว่า แม้ว่าผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จะถูกจำกัดให้อยู่ในบริบทบ้านมากที่สุด แต่บริบทบ้านก็ยังเป็นสถานที่ที่อันตรายสำหรับผู้หญิง สอดคล้องกับข้อค้นพบว่า ในขณะที่บริบทที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ปรากฏตัวมากที่สุดคือบริบทในบ้าน ในทำนองเดียวกัน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นลบมากที่สุด เช่นเดียวกับการที่สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่พบมากที่สุดคือ สถานะผู้ถูกกระทำ และบทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่พบมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ แสดงให้

เห็นว่า แม้ผู้หญิงจะอยู่ในบ้าน แต่ผู้หญิงก็สามารถถูกทำร้ายทั้งจากผู้ชายและผู้หญิงด้วยกันเอง ในขณะที่ผู้หญิงถูกกีดกันให้ต้องปรากฏตัวอยู่ในบริบทบ้านมากที่สุด ผู้หญิงก็อยู่ในสถานะที่อันตรายที่สุดอยู่เช่นเดิม

คำถามที่ตามมาคือ เมื่อพื้นที่ภายในบ้านซึ่งเคยเป็นสถานที่ของผู้หญิงไม่มีความปลอดภัยแล้ว หากผู้หญิงออกจากบ้านไปสู่โลกสาธารณะ ผู้หญิงจะพบอะไรบ้าง

แม้ว่าในช่วงประชาสัมพันธน์จะปรากฏผู้หญิงในบริบทสาธารณะ อย่างไรก็ตาม พบว่า เมื่อออกสู่บริบทสาธารณะ ผู้หญิงก็ยังคงต้องเล่นบทบาทเดิมๆ ตามมายาคติที่มีต่อผู้หญิง แม้บริบทจะเปลี่ยนไปเป็นสาธารณะ แต่บทบาทของผู้หญิงไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามบริบทสาธารณะ เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “น้ำทิพย์ (เบนซ์) นุภมางานแต่งงานของชาตรี (โพม) กับ ฤทัย (น้ำฝน) พร้อมมอบของขวัญสุดหวาดเสียวจนฤทัยตกใจสุดขีดเป็นลม” – ไทยรัฐ ฉบับ 21 เมษายน 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “นอกจากจะเป็นฉากใหญ่ งานเลี้ยงแต่งงานที่แสนขมขื่นของเจ้าหญิงที่ศรัทธาหัวใจอย่างกัญญาภัก (จอย – รินลณี ศรีเพ็ญ) ต้องยกขบวนมาถล่มเยาะเย้ยแล้ว ผู้กำกับ ตู – นพพล ยังเพิ่มเรื่องราวให้กัญญาภักหวานเสน่ห์หญิงหลอกล่อกษัตริย์ราชนทระ (สมภพ เบญจาทิกุล) เพื่อฮุบดินแดนของสองแคว้นไว้ด้วย” – เดลินิวส์ ฉบับ 26 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “ฉากนี้เป็นฉากที่สามสาวฉันทนาถูกใจรอไม่มั่งคั่งระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า แต่สาวๆ ฮึดสู้จนใจโมโหตรงเข้าจะทำร้ายสาวๆ และในวินาทีนั้นเองก็มีอัศวินขี่ม้าขาวปรากฏตัวสุดเท่เข้ามาช่วยสาวๆ” – ทิวพูล ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 4 : “เซ่นพยายามรักษาภาพลักษณ์ไว้อย่างเหนียวแน่น จนวันที่ปารมีเดินทางกลับเซ่นตั้งใจจะไปรับเธอที่สนามบินและหาทางขอเธอแต่งงาน แต่เดชะลับส่งอัศวินหรือหิน บอดี้การ์ดไปรับปารมีตัดหน้าเซ่น” – สตาร์นิวส์ 12 – 18 ตุลาคม 2552

ตัวอย่างที่ 5 : “เธอตัดสินใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งนางงามในงานมอบโล่เกียรติบัตรของรัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นงานสุดท้าย แต่ก็มีคนที่ไม่หวังดีแจกใบปลิวแฉความลับว่าจิระวาตีเป็นลูกของโสเภณี” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 5 – 11 ตุลาคม 2552

ตัวอย่างที่ 6 : “ด้านคุ่น้องสุดท้องต้องย้ายไปถ่ายในคลอง ทั้งคู่พายเรือออกไปแล้วเรือคว่ำมายด์ต้องกินน้ำเข้าไปชะหลายอีก กว่าที่ยศจะช่วยเหลือเข้ามาที่ฝั่งแล้วยังต้องผายปอดให้” – ไทยรัฐ ฉบับ 12 มีนาคม 2552

จากตัวอย่างดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า

ตัวอย่างที่ 1 : ในโลกสาธารณะ ผู้หญิงยังคงวนเวียนอยู่กับบทบาทเมีย

ตัวอย่างที่ 2 : ในโลกสาธารณะ ผู้หญิงยังคงเล่นบทบาทเมีย เป็นผู้ถูกกระทำ และหากจะพลิกบทบาทมาเป็นผู้กระทำ ผู้หญิงจะต้องใช้บทบาทวัตถุทางเพศเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน

ตัวอย่างที่ 3 : ในโลกสาธารณะ ผู้หญิงยังคงเป็นเหยื่ออาชญากรรม โลกสาธารณะจึงเป็นโลกที่อันตรายเกินไปสำหรับผู้หญิง ผู้หญิงไม่สามารถสู้ผู้ชายได้ และยังคงต้องพึ่งพาผู้ชายให้มาช่วยเหลือตัวเองต่อไป แม้ว่าผู้หญิงจะออกมาสู่โลกสาธารณะ แต่ผู้หญิงก็ยังคงเป็นผู้ถูกกระทำเหมือนเดิม

ตัวอย่างที่ 4 : ในโลกสาธารณะ ผู้หญิงยังคงถูกกล่าวถึงในฐานะบทบาทเมีย และถูกปฏิบัติเหมือนเป็นวัตถุที่ใครคิดจะแย่งชิงอย่างไรก็ได้

ตัวอย่างที่ 5 : แม้ว่าผู้หญิงจะออกมาสู่โลกสาธารณะ แต่เธอยังคงต้องพบกับบทบาหัสวีโลกแสนสวย และบทบาทแม่ออกมาสู่โลกสาธารณะอีกด้วย และบทลงโทษของผู้หญิงเมื่อก้าวสู่โลกสาธารณะคือ เธอจะต้องถูกกลั่นแกล้ง

ตัวอย่างที่ 6 : เมื่อผู้หญิงออกสู่โลกสาธารณะ เธอจะพบอันตราย และเมื่อพบกับอันตรายเธอ จะไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ต้องให้ผู้ชายเป็นคนช่วยเหลือ

เพราะฉะนั้น การที่ผู้หญิงออกจากบริบทบ้านมาอยู่ในบริบทสาธารณะจึงไม่ได้หมายความว่า ผู้หญิงจะมีสถานภาพดีขึ้น ตรงกันข้าม เมื่อออกมาสู่โลกสาธารณะ ผู้หญิงยังคงต้องเล่นบทบาทแม่ เมีย เยื่อผู้เคราะห์ร้าย สัตว์โลกแสนสวดย วนเวียนอยู่อย่างนี้เช่นเคย ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อ ค้นพบที่ว่าบทบาทผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ เมีย เช่นเดียวกับที่บทบาทเยื่อผู้เคราะห์ร้ายก็มีปริมาณสูงเช่นกัน เช่นเดียวกับการที่ปรากฏว่า ผู้หญิง ในข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า โลกสาธารณะไม่ใช่โลกของผู้หญิง แต่ โลกของผู้หญิงอยู่ที่บ้าน เพราะฉะนั้น วิธีการจะจงจำให้ผู้หญิงอยู่ในโลกที่เธอควรจะอยู่ก็คือ การ ลงโทษผู้หญิงเมื่อผู้หญิงก้าวออกมาสู่โลกสาธารณะ เช่น ผู้หญิงจะต้องถูกทำร้ายทั้งจากผู้หญิงด้วยกัน หรือจากผู้ชายโดยที่ผู้หญิงที่เป็นผู้ถูกระทำจะไม่มีทางสู้ และต้องรอคอยการช่วยเหลือจากผู้ชาย เป็น การลงโทษให้ผู้หญิงหลาบจำว่าโลกสาธารณะไม่ใช่โลกของผู้หญิง

สำหรับบริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ที่พบได้น้อยที่สุดคือ บริบทที่ทำงาน จนอาจ กล่าวได้ว่า ที่ทำงานไม่ใช่บริบทที่ผู้หญิงจะไปอยู่ ยิ่งตอกย้ำว่าโลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของผู้หญิง สอดคล้องกับการที่ค้นพบว่า ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ปรากฏเป็นผู้หญิงที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด ด้วย

ข้อที่น่าสังเกตก็คือ แม้ว่าจะมีการให้ผู้หญิงอยู่ในบริบทที่ทำงาน แต่กิจกรรมที่ผู้หญิงทำได้ เกี่ยวข้องกับการทำงานเลยแม้แต่น้อย เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “เป็นฉากหลังจากวรรณกร (มด) รู้ความจริงว่า แก้วกัญญาเป็นคนรักเก่าของ ประมินทร์ (ป๋อง – ณวัฒน์) แฟนตัวเอง เลยบุกมาหาเรื่องแก้วกัญญา (อ้อม) ถึงที่ทำงาน” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 พฤศจิกายน 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “เป็นตอนที่เนียน (พลอย) มาตีหน้าใสซึ่งร้องขอคะแนนสงสารจาก ปวัน (อัม – อริชาติ ชุมนานนท์) ถึงที่ทำงาน หลังจากที่เอาตัวเองเข้ามาคุกคามจนปวันกับธูมา (แอฟ) ต้องระหองระแหง – เดลินิวส์ ฉบับ 8 กันยายน 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “เป็นตอนที่เนตรอัปสร (เชอริ) นางเอกละครถ่ายฉากตบกับนักร้อง ปารุดา (มี้ม) ปรากฏว่า ปารุดาแค้นเนตรอัปสรอยู่แล้วที่เป็นคู่แข่งหัวใจ เลยตบจริงซะเลย เนตรอัปสรก็เบียดไว้ไม่ไว้วางใจ พอถึงฉากที่ตนเป็นฝ่ายตบบ้าง ก็เงื้อมมือสุดแรงตบปารุดาชนหน้าหัน” – ไทยรัฐ ฉบับ 6 ตุลาคม 2552

ตัวอย่างที่ 4 : “ฉากนี้เป็นฉากพีธีบวงสรวงละครผีเรื่องใหม่ของผู้กำกับละคร ดนุเทพ (ปี่ ธีรพงษ์) ปาลิน (แซมมี่ ปณิตตา) นางเอกคนใหม่ของดนุเทพ กำลังแต่งหน้าแต่งตัวเพื่อเข้าร่วมพิธีบวงสรวงอยู่ในเต็นท์ จู่ๆ อรดี (หล้า ณัฐกัญญา) ซึ่งมาพร้อมกับ ธนัญชัย (เจฟ อาคม) เข้ามาที่กองละคร ปรดีเห็นปาลินก็เดินปรีเข้าไปหาเพื่อตบด้วยความโกรธแค้นที่ปาลินแย่งบทนางเอกละครในเรื่องนั้นไป” – เดลินิวส์ ฉบับ 3 กุมภาพันธ์ 2552

จากตัวอย่างดังกล่าว จะเห็นได้ว่า แม้ว่าผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จะอยู่ในบริษัทที่ทำงาน แต่ไม่ได้แปลว่าผู้หญิงจะทำงาน กล่าวคือ

ตัวอย่างที่ 1 : ผู้หญิงบุกมาทำร้ายผู้หญิงอีกคนที่เคยคบหากับผู้ชายของตน ประเด็นความสำคัญไม่ได้อยู่ที่บริษัทสถานที่ทำงาน แต่อยู่ที่ผู้หญิงโกรธแค้นในเรื่องการแย่งผู้ชาย (โกรธแค้นที่ผู้หญิงอีกคนเคยคบหาผู้ชายของตนมาก่อน) แสดงให้เห็นว่า ผู้ชายยังคงเป็นประเด็นสำคัญของผู้หญิง ไม่ใช่เรื่องการทำงาน

ตัวอย่างที่ 2 : ผู้หญิงอยู่ในที่ทำงานของผู้ชาย การที่ผู้หญิงปรากฏตัวในที่ทำงาน ไม่ได้แปลว่าผู้หญิงกำลังทำงานอยู่เสมอไป นอกจากนั้น ยังเป็นบริษัทที่ทำงานของผู้ชาย ไม่ใช่ที่ทำงานของผู้หญิง และเหตุผลที่ผู้หญิงเข้ามายังบริษัทที่ทำงานก็เป็นเหตุผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิง

และผู้ชาย (ขอคะแนนสงสารหลังจากที่เอาตัวไปพัวพันกับความสัมพันธ์ของผู้ชายกับผู้หญิงคนอื่น) ไม่เกี่ยวกับการทำงานแต่อย่างใด

ตัวอย่างที่ 3 : ผู้หญิงทั้งสองคนกำลังทำงานอยู่ (ถ่ายละคร) แต่ระหว่างการทำงานเกิดความขัดแย้งกัน โดยที่ปมความขัดแย้งนั้นไม่ได้เกิดมาจากการทำงาน แต่เป็นเพราะความขัดแย้งที่เกิดจากผู้ชาย แสดงให้เห็นว่า แม้จะอยู่ในบริบทที่ทำงาน แต่ผู้หญิงก็ยังไม่สามารถแยกแยะได้ว่าอะไรคือเรื่องส่วนตัว อะไรคือการทำงาน

ตัวอย่างที่ 4 : ผู้หญิงอยู่ในบริบทที่ทำงาน แม้ว่าผู้หญิงจะประสบปัญหาในการทำงาน (ไม่ได้รับตำแหน่งนางเอกตามที่คาดหวังไว้) แต่วิธีการจัดการกับปัญหาการทำงานของผู้หญิงคือการใช้ความรุนแรงเป็นทางออก (ปรี่เข้าตบนางเอกทันที) ไม่ได้ใช้ความสามารถทางปัญญาของผู้หญิงในการแก้ไขปัญหาการทำงาน

จะเห็นได้ว่า แม้ว่าผู้หญิงจะอยู่ในบริบทที่ทำงาน แต่การทำงานไม่ใช่ประเด็นสำคัญของผู้หญิงอยู่ดี ผู้หญิงยังคงให้ความสำคัญกับการยึดโยงตัวเองกับผู้ชายมากกว่าจะสนใจเรื่องหน้าที่การงาน และแม้ว่าผู้หญิงจะทำงาน แต่ผู้หญิงก็ไม่มีความสามารถในการจัดการกับหน้าที่การงานของเธอตามวิถีทางที่มีเหตุผลได้อยู่ดี

แล้วบริบทใดคือบริบทที่เหมาะสมกับผู้หญิง John Stuart Mill (อ้างใน วารุณี ภูริสินสิทธิ์ 2545 : 40) กล่าวว่า ผู้หญิงควรมีสติหิตัดสินใจในชีวิตของตัวเองและมีโอกาสเข้าไปอยู่ในโลกสาธารณะของผู้ชาย เขาไม่ยอมรับที่จะให้สิทธิแก่คนส่วนหนึ่งของเผ่าพันธุ์ที่จะตัดสินใจให้กับคนอีกส่วนหนึ่ง หรือมีปัจเจกบุคคลหนึ่งตัดสินใจให้กับปัจเจกบุคคลอื่น โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า อะไรคือบริบทที่เหมาะสมหรือไม่ใช่บริบทที่เหมาะสม เช่น โลกสาธารณะเหมาะสมสำหรับผู้ชาย ส่วนโลกส่วนตัวหรือบ้านเป็นที่อยู่ของผู้หญิง แต่บริบทที่เหมาะสมของมนุษย์ทุกคนคือ บริบทที่กว้างที่สุดและสูงที่สุดที่พวกเขาสามารถไปถึงได้

เมื่อชาวประชาสัมพันธกำหนดให้ผู้หญิงยังคงไปไหนได้ไม่ไกลไปกว่า “บ้าน” หรือยังคงต้องพบปะพบาทเดิมๆ ที่ผู้หญิงเคยเป็นที่อยู่ในบ้านออกมาสู่โลกสาธารณะ ผลกระทบที่ตามมาก็คือ เมื่อ “ที่บ้าน” หมายถึง โลกที่แวดล้อมตัวผู้หญิง” (Women’s world) ในขณะที่ “โลกภายนอก” หมายถึง “โลกที่แวดล้อมตัวผู้ชาย” (Men’s world) หากเปรียบเทียบขอบเขตของโลกทั้งสองนั้น จะเห็นได้ว่า โลกของผู้หญิงมีขนาดเล็กและคับแคบอย่างมากเมื่อเทียบกับโลกของผู้ชาย ขอบเขตของโลกนี้จะมีผลในการกำหนด “โลกทัศน์” (Worldview) ของคนแต่ละเพศด้วย จากการอยู่ในพื้นที่คับแคบก็มีส่วนในการทำให้เกิดความคิดที่คับแคบ ความสนใจที่คับแคบ และจิตใจที่คับแคบไปด้วย (กาญจนา แก้วเทพ : 66)

สรุปได้ว่า สิ่งที่สะท้อนออกมาจากชาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ก็คือ บริบทของผู้หญิงคือที่บ้าน อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะบริบทที่บ้านหรือโลกสาธารณะ ผู้หญิงล้วนได้รับอันตราย หรือตกอยู่ในสภาพเป็นรองเหมือนกันทั้งหมด และไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใด ผู้หญิงยังคงต้องพบปะหน้าที่แบบ “ผู้หญิง” ตามมายาคติเดิมที่บ่มเพาะมาอยู่เสมอ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7. ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า ระดับของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ ระดับธรรมดา ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นบทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ และประเด็นสถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ มีสถานะเป็นผู้ถูกกระทำ ซึ่งเกิดขึ้นกับคนระดับธรรมดาทั่วไป หมายความว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้หญิงในระดับธรรมดาทั่วไปมักจะตกเป็นเหยื่อความรุนแรง เป็นวัตถุทางเพศ

สอดคล้องกับการศึกษาของ ชันญีชี กาญจนอุไรโรจน์ (2538) ที่พบว่า ในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นของผู้หญิงกับเหยื่อของความรุนแรงและผู้หญิงกับธุรกิจบริการทางเพศ บทบาทของการเป็นวัตถุทางเพศ และมีฐานะเป็นผู้ถูกกระทำ จึงมักเกิดขึ้นกับคนธรรมดาสามัญโดยทั่วไป ส่วนในหน้าอื่นๆ (ในที่นี้รวมทั้งหน้าข่าวย่อย หน้ากีฬา หน้าบันเทิง หน้าการศึกษา หน้าข่าวต่างประเทศ ฯลฯ) นั้น มีการนำเสนอผู้หญิงระดับผู้นำมากกว่าสตรีระดับธรรมดาเล็กน้อย เนื่องจากการให้คุณค่าและความสำคัญแก่บุคคลกล่าวคือการนำเสนอบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงสังคมและคนทั่วไป เป็นการเพิ่มคุณค่าของข่าว

อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่า ผู้หญิงในระดับผู้นำที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์มีน้อยมาก และในจำนวนที่มีนั้น มักเป็นผู้หญิงในระดับผู้นำที่เกิดมาจากชาติตระกูลสูงส่ง หรือได้ตำแหน่งผู้นำเพราะเป็นภรรยาของผู้ในระดับสูง ไม่ใช่การเป็นผู้หญิงในระดับผู้นำที่ได้มาจากความสามารถ เช่น

“สุดท้าย **เจ้าหญิงศิริรา** (ศรีวิต้า เจนเซ่น) ก็ต้องยอมโดนบังคับให้แต่งงานกับที่ชายุ (แอนดริว เกร็กสัน) หลานกบฏ เพื่อรักษาชีวิตน้องชายและลอบวางแผนกอบกู้บัลลังก์” – เดลินิวส์ ฉบับ 26 พฤศจิกายน 2552

“เป็นฉากตอนที่ **ขุนวิลังคะ** (เอฟ – ธรรมลักษณ์) ไม่พอใจที่ **พระนางจามเทวี** (จุ้ย – วรรษยา) ไม่รับรักตนและไม่ยอมรับไมตรีจากตน จึงพาลหาเรื่องให้ทหารไปปล้นสะดมหมู่บ้านราษฎรของจาม

เทวี และยังวางแผนการศึกมาตีเมืองหริภุญชัยที่จามเทวีได้ชี้ข้างคูบ้านคูเมืองแล้วพุ่งหอกสู้กับข้าศึก
เยี่ยงชายชาติตรีไม่กลัวความตาย” – เดลินิวส์ 17 มีนาคม 2552

“เจ้าวิชฌนุรู้ทันแผนการจึงมีคำสั่งให้เพ็ญโสม พระพี่เลี้ยงเดินทางไปรับตัวเจ้าหญิงนภัสสร
ดีไปพักผ่อนที่ประเทศไทย การเดินทางครั้งนี้เจ้าหญิงจะเปิดเผยฐานันดรศักดิ์ที่แท้จริงให้ใครรู้ไม่ได้” –
สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

เมื่อเป็นเช่นนี้ ชาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์กำลังบอกเราว่า ผู้หญิงจะเลื่อนระดับทาง
สังคมได้ก็ต่อเมื่อเกี่ยวพันกับผู้ชาย เช่น เป็นลูกของผู้ชายระดับสูง หรือเป็นภรรยาของผู้ชายระดับสูง
ไม่ได้เป็นเพราะความสามารถ การตกย่ำเช่นนี้ทำให้ผู้หญิงเห็นว่า จุดหมายสูงสุดของชีวิตผู้หญิงอยู่ที่
การแต่งงาน ไม่ใช่การประสบความสำเร็จจากหน้าที่การงาน ผู้หญิงยังคงต้องวนเวียนอยู่ในโลก
ส่วนตัวต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8. สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า สถานะของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุด คือ สถานะผู้ถูกกระทำ สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ

และไม่ว่าผู้หญิงจะอยู่ในบริบทใด ทั้งบริบทภายในบ้าน หรือในโลกสาธารณะ แต่สถานะของผู้หญิงก็ยังตกเป็นผู้ถูกกระทำได้อยู่ดี ตัวอย่างเช่น

บริบทภายในบ้าน : “หยกเปิดศึก จักจั่น – เบนซ์ ตบกันสนั่นกอง...เป็นการเข้าฉากกันครั้งแรก กับนักแสดงรุ่นน้องอย่าง ‘หยก – ธัญญกานต์ ธนิกิตต์ธนานนท์’ เมียป่าวของหลวงวิสุทธิที่กำลังซุ่มนุญวายตบตีกับ 2 ป่าวสาวในเรือน จวนและอิม ซึ่งรับบทโดย ‘จักจั่น – อศมย์สิริ สุวรรณสุข’ และ ‘เบนซ์ – ปุณยาพร พูลพิพัฒน์’ เข้าฉากครั้งแรกก็ได้เรื่อง เพราะหวังดีจนเกินไปเลยโดนลูกหลวงคนเขา ตบกัน” – เดลินิวส์ 11 สิงหาคม 2552

บริบทสาธารณะ : “ฉากนี้เป็นฉากงานแต่งงานระหว่างตรีประดับ (เมย์) กับ ณฐิน (ชาย – ซาดโยดม) ณฐินเมาจนตรีต้องขอให้จลกล (รัชณี ศิระเลิศ) จัดการ วันทกานต์ (ชมพู่ – อารยา) แต่งตัว เป็นเทียนวรรณถือช่อดอกไม้มาให้ตรี ตรีเหวี่ยงทิ้ง และเข้าไปตบวัน” – เดลินิวส์ ฉบับ 10 สิงหาคม 2552

บริบทในที่ทำงาน : “เป็นตอนที่เนตรอัปสร (เชอรี่) นางเอกละครถ่ายฉากตบกับนังร้าย ปารุดา (มีม) ปรากฏว่า ปารุดาแค้นเนตรอัปสรอยู่แล้วที่เป็นคู่แข่งหัวใจ เลยตบจริงซะเลย เนตรอัปสรเก็บเงียบไว้ไม่ไว้วางใจ พอถึงฉากที่ตนเป็นฝ่ายตบบ้าง ก็เงื้อมือสุดแรงตบปารุดาชหน้าหัน” – ไทยรัฐ ฉบับ 6 ตุลาคม 2552

นอกจากนั้น สถานะผู้ถูกกระทำของผู้หญิงยังสอดคล้องกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างหญิงด้วยกัน ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏว่าเป็นไปในทิศทางลบมากที่สุด เช่นเดียวกับปฏิสัมพันธ์

ระหว่างผู้หญิงและชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งก็เป็นลบมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าผู้หญิงจะมีปฏิสัมพันธ์กับใคร ผู้หญิงจะต้องตกเป็นฝ่ายถูกกระทำเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างเช่น

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน : “ทั้งคู่เปลี่ยนบรรยากาศมาตบตีกันกลางสนามหญ้า ซึ่งฉากนี้เป็นฉากที่ทั้งคู่จะต้องปะทะฝีปาก พร้อมใช้กำลังลงไม้ลงมือตบตีกันอย่างดุเดือดเผ็ดมันส์ กับฉากที่จอย (รับบท เมทินี) เข้ามาช่วยน้องสาวคนกลาง ย้อย – จิระนันท์ (รับบท ดาริกา) ที่กำลังถูก โม – อามินา (รับบท หนูเล็ก) เหน็บแถมด่าทอทำให้ ย้อย (ดาริกา) บ่อน้ำตาแตกด้วยความน้อยใจ” – เดลินิวส์ ฉบับ 18 สิงหาคม 2552

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย : “เป็นฉากที่ทศ (เวียร์) หลอกพ่อแม่ของบุปผชาติ (พิงกี้) ว่าเป็นคู่รักและมีความสัมพันธ์กันแล้ว เพื่อต้องการแก้แค้นแทนน้องสาวของตนเอง ทำให้บุปผชาติต้องจำใจอยู่ที่ไร่ในฐานะภรรยาแบบไม่เต็มใจ บุปผชาติหาทางหนี แต่กลับไปไม่รอด ทศตามมาทันเลยแกล้งจับพิงกี้หอมโชว์ความเป็นสามีให้ชาคร (เอ็กซ์) ผู้จัดการไร่ดู” – ทิวพูล ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม 2552

ในเรื่องการเป็นผู้ถูกกระทำของผู้หญิงนี้ จำไว้ว่าลักษณะ ๓ ประการ (2544) ตั้งข้อสังเกตว่า ภาพยนตร์ส่วนใหญ่มักนำเอาคุณลักษณะบางประการของผู้หญิง เช่น ความอ่อนแอ ความซื่อสัตย์ การให้เกียรติและไว้วางใจผู้ชาย และการที่มีสรีระเป็น “ผู้หญิง” มาใช้ในการสร้างบทบาทให้ผู้หญิงเป็นผู้ถูกกระทำในลักษณะต่างๆ ทั้งจากผู้ชายและผู้หญิงด้วยกันเอง ไม่ว่าจะโดนหลอกหลวง บังคับขืนใจ เอาไรต์เอาเปรียบ ดูหมิ่นเหยียดหยาม ถูกทำร้ายร่างกาย และถูกมองเป็นวัตถุทางเพศ เป็นต้น ปรากฏการณ์ดังกล่าวเองก็ยังสามารถพบได้ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้หญิงพลิกบทบาทมาเป็นสถานะผู้กระทำบ้างแล้ว ข้อสังเกตที่น่าสนใจก็คือ สถานะผู้กระทำของผู้หญิงนั้นสอดคล้องกับผู้หญิงในบทบาทอาชญากร ตัวอย่างเช่น

“หนุ่มแจ็บตกใจจะเดินหนี ชมพู่ไม่ยอมแพ้เดินตาม ก่อนจะเอามือบีบคอให้หยุด ด้านแจ็บต่อสู้เต็มที่ ชมพู่เลยเอาหัวแจ็บกดน้ำอีก” – ทิวพูล ฉบับ 26 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2552

“ปัทมาศ พี่สาวของปรมินทร์ฆ่า กิ่งกาญจน์ พี่สาวของแก้วกัญญา ซึ่งทำงานเป็นพี่เลี้ยงหนู นิมิ ลูกสาวของเธอ เพราะเข้าใจผิดว่ากิ่งกาญจน์เป็นชู้กับพิพัฒน์สามีของตน ปัทมาศเลยต้องติดคุก”
– สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

“จุดดาวโกรธจัดถึงกับขับรถออกไปข้างนอกด้วยความเร็วสูง ความโมโหทำให้จุดดาวไม่ทันระวังชนวีสี่เข้าอย่างจัง จุดดาวทั้งตกใจทั้งกลัวติดคุกจึงหนีไปและทิ้งวีสี่ไว้ให้ด้อมรับผิดชอบ” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 7 – 13 ธันวาคม 2552

“แอนด้าเจ็บบว่าทรยศน้องแล้วลงมือตบเจ็บบทันที เท่านั้นยังไม่พอ แอนยังตามเข้าไปบีบคอเจ็บบอีก เปปเปอร์ทนดูต่อไปไม่ไหวรีบวิ่งเข้าไปหย่าศึกพี่น้องกระซอกแอนออกมา แต่แอนก็ไม่ยอมง่ายๆ กลับหันมาผลักเปปเปอร์จนกระเด็นไปกองกับพื้น จากนั้นแอนก็เข้าไปกระหน่ำตบเจ็บบชุดใหญ่” – เดลินิวส์ ฉบับ 31 สิงหาคม 2552

จะเห็นได้ว่าไม่ว่าผู้หญิงจะเป็นฝ่ายกระทำหรือถูกกระทำ ก็ล้วนถูกนำเสนอในแง่ร้ายได้ทั้งสิ้น เมื่อผู้หญิงอยู่ในสถานะผู้ถูกกระทำ ผู้หญิงจะไม่มีทางสู้ และต้องกลายเป็นวัตถุทางเพศ หรือเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย แต่เมื่อใดที่ผู้หญิงอยู่ในสถานะผู้กระทำ ผู้หญิงก็ต้องเป็นฝ่ายสร้างความรุนแรง หรือมีบทบาทเป็นอาชญากรแทน

ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของรัชราพร นิรนาทรังสรรค์ (2529) ซึ่งศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวหนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในข่าวอาชญากรรมจะมีบทบาทเป็นผู้กระทำการและถูกกระทำการในด้านร้ายแทบทั้งสิ้น สำหรับการถูกกระทำการในด้านร้ายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการถูกข่มขืนกระทำชำเราหรือถูกฆาตกรรม ดังนั้น ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อผู้หญิงในหนังสือพิมพ์ที่สะท้อนให้ผู้อ่านเห็น จึงเป็นเรื่องในด้านลบที่มองผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นเพียงเครื่องรองรับอารมณ์ของเพศชาย และยังมีความโง่เขลา

สำหรับอุดมการณ์ในละครโทรทัศน์ในส่วนที่เกี่ยวกับความรุนแรงนั้น จะเป็นการสอนให้ผู้ชมรู้จักความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม สอนให้รู้ว่าใครเข้มแข็ง ใครอ่อนแอ ใครมีความชอบธรรมที่จะใช้อำนาจกับใครได้ และที่มาของอำนาจที่จะใช้ความรุนแรงอย่างชอบธรรมนั้นมาจากอะไรได้บ้าง (กาญจนา แก้วเทพ 2545 : 307)

เมื่อผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ ชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กำลังบอกเราว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ในขณะที่เดียวกัน ก็เป็นผู้ใช้ความรุนแรงได้อย่างร้ายกาจเช่นกัน เป็นการตอกย้ำมายาคติเดิมๆ ที่มองว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอและไร้เหตุผลต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

9. บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ วัตถุประสงค์ เมีย และอาชญากร

ผลการศึกษาที่พบว่า บทบาทวัตถุประสงค์เป็นบทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ชันญี กาญจนอุไรโรจน์ (2538) ที่พบว่า หนึ่งในหนังสือพิมพ์รายวันจะเน้นการนำเสนอบทบาทสตรีในการเป็นวัตถุประสงค์มากที่สุด เนื่องจากเป็นไปตามประเด็นของการตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง ซึ่งส่วนใหญ่คือข่าวการถูกข่มขืน หรือการถูกทุบตีเนื่องจากไม่ยอมให้ร่วมหลับนอน จึงปรากฏภาพลักษณ์ในบทบาทของวัตถุประสงค์มากที่สุด

เช่นเดียวกับที่สุตารัตน์ ดิษยวรรณนะ (2528) พบว่า หนังสือพิมพ์มักนำเสนอเนื้อหาสตรีในเรื่องความด้อยกว่าทางสังคม เช่น การเป็นวัตถุประสงค์

ทำนองเดียวกับ Butler & Paisley (1980) ซึ่งพบว่า ในนิตยสารมีอุดมการณ์ “เพศนิยม” (Sexist Ideology) ประเภท “Put her down” ซึ่งเป็นระดับอุดมการณ์ที่เห็นผู้หญิงเป็นวัตถุประสงค์ที่มีไว้เพื่อความต้องการทางเพศเป็นหลัก

สิ่งที่แตกต่างกันก็คือ ชันญี กาญจนอุไรโรจน์ (2538) พบว่า โดยภาพรวม บทบาทของสตรีที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือภาพลักษณ์ของผู้หญิงยุคใหม่ ในขณะที่ทวินันท์ คงคราญ (2534) พบว่า ภาพลักษณ์ของสตรีที่ปรากฏมากที่สุดในสื่อมวลชนคือสตรีโลกสวย และภาพของผู้หญิงยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า บทบาทแบบผู้หญิงยุคใหม่นั้นมีน้อยมากขณะเดียวกัน บทบาทสตรีโลกสวยก็ยังคงมีปรากฏอยู่ไม่น้อยทีเดียว

บทบาทวัตถุประสงค์นั้น มีคุณค่าข่าว (News Value) ในด้านเพศ (Sex) โดยผู้หญิงเป็นฝ่ายกลายเป็นวัตถุประสงค์ ภัยพิบัติ (Disaster) โดยผู้หญิงตกเป็นฝ่ายได้รับความหายนะ ความเด่นดัง (Prominence) โดยที่ผู้หญิงในข่าวเป็นดาราดัง การที่ผู้หญิงที่เป็นดาราดังที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงามมีบทบาทเป็นวัตถุประสงค์ย่อมมีคุณค่าข่าวหรือสามารถดึงดูดคนอ่านได้มากกว่าผู้หญิงที่ไม่เป็นที่รู้จัก

เข้าหา ก่อนจะปรี๊ดเข้าอกดปล้ำ เอ๊ะก็พยายามร้องให้คนช่วยแล้วก็ดิ้นๆ แต่ชายจับล็อกไว้แน่น แกรม ผลักเอะไปจนติดผนังแล้วก็ระดมจูบซุกใส่ไปทั่ว” – ไทยรัฐ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

การใช้ฉาก “เลิฟซีน” ในลักษณะที่ผู้หญิงไม่เต็มใจดังกล่าว ถูกใช้เพื่อเป็นการแสดงความรักของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง เมื่อเกิดขึ้นกับนางเอก คนดูจะรู้สึกยอมรับได้ และยังรู้สึกดีด้วยซ้ำที่นางเอกและพระเอกลงเอยกันได้เสียที นอกจากนั้น ยังถูกใช้เพื่อเป็นการ “ปราบพยศ” ผู้หญิง ในกรณีที่ผู้หญิงไม่เป็นไปตามที่ผู้ชายคาดหวัง ซึ่งโดยนัยนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ต้องถูกผู้ชายกำราบให้ เป็นไปตามที่ผู้ชายต้องการ ต้องอยู่ในสถานะที่เป็นรองกว่า

กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 285) ตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่การข่มขืนนอกจอ นั้น มักจะตบท้ายไปในทางลบอยู่เสมอ ทั้งนี้เพราะการข่มขืนเป็นทั้งการทำผิดกฎหมาย การทำผิดกฎศีลธรรม และเป็นสิ่งที่สังคมไม่ยอมรับโดยเปิดเผย แต่ทว่าในละครโทรทัศน์นั้น ความหมายของการข่มขืนกลับมีอยู่ มากมายหลายนัยยะ นับตั้งแต่ตบท้ายในทางลบ นัยยะแบบกลางๆ ไปจนถึงนัยยะในทางบวก (อย่างไม่น่าเชื่อ)

สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างการลวงละเมิดทางเพศในชีวิตจริงกับในละครโทรทัศน์ก็คือ

1. ในละครโทรทัศน์ แม้ว่าผู้หญิงที่เป็นนางเอกจะถูกพระเอกข่มขืน แต่ท้ายที่สุด นางเอกและพระเอกจะลงเอยกันอยู่ดี การข่มขืนจึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้ผู้หญิงและผู้ชายได้ใกล้ชิดกัน และในเมื่อสุดท้ายนางเอกและพระเอกจะลงเอยกัน ก็เท่ากับว่าผู้ชายนั้นได้รับผิดชอบต่อการข่มขืนนั้นไปในตัว และเท่ากับว่าผู้หญิงที่ถูกข่มขืนเห็นชอบต่อการข่มขืนที่ผ่านมา ที่สำคัญคือผู้หญิงยังรักผู้ชายที่ข่มขืนเธอ เป็นการทำให้การข่มขืนและละเมิดทางเพศเป็นความโรแมนติก ในขณะที่ในความเป็นจริง การข่มขืนคืออาชญากรรม และไม่ใช่วีรกรรมใดเลยแม้แต่น้อย

2. ในละครโทรทัศน์ หากนางเอกถูกข่มขืน คนดูจะรู้สึกว่ามันคือการแสดงความรักต่อกัน ระหว่างชายหญิง แต่หากนางอิจฉาถูกข่มขืน คนดูจะรู้สึกสะใจและเห็นชอบที่นางอิจฉาโดนลงโทษ ตรงกันข้าม ไม่ว่าจะกรณีใด ผู้ชายได้รับความเห็นใจจากคนดูเสมอ เช่น อยากรู้ก็ตามคนดูก็รัก

พระเอก และรู้ว่าแม่พระเอกจะกระทำผิดแต่สุดท้ายพระเอกจะสำนึกผิดและกลับมาเป็นคนดี แต่ถ้าเป็นตัวร้ายชายข่มขืนนางอิจฉา คนดูจะรู้สึกว่าเป็นคนไม่ดี สมควรแล้วที่ตัวร้ายชายจะลงโทษด้วยการข่มขืน ในขณะที่ในความเป็นจริง ไม่ว่าผู้หญิงคนนั้นจะเป็นใคร ก็ไม่สมควรถูกล่วงละเมิดทางเพศทั้งนั้น

เช่นเดียวกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 285 - 286) กล่าวว่า ผู้ชมไทยจำนวนไม่น้อยมิได้พิจารณาแต่ตัวการกระทำของ “การข่มขืน” เท่านั้น หากแต่ยังต้องดูต่อไปให้รอบด้านว่า เป็นกรณีของ “ใครข่มขืนใคร” ถ้าเป็นการข่มขืนนางผู้ร้ายก็แล้วไป แต่ถ้าเป็นการข่มขืนนางเอกแล้วละก็มันได้เห็นดีกัน และยังเป็นที่น่าสนใจอย่างมากอีกด้วยว่า ละครโทรทัศน์อีกหลายต่อหลายเรื่องได้ใช้การข่มขืนเป็นกลวิธีที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างพระเอกนางเอกให้หมดสิ้นไปได้

นอกจากนั้น ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ซึ่งให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศ มีการทำให้เห็นว่า แม่ผู้หญิงจะเป็นฝ่ายถูกกระทำ แต่ผู้หญิงก็จะเป็นฝ่ายจำยอมต่อการเป็นวัตถุทางเพศในที่สุดหรือทำให้เห็นว่าไม่มีทางเลือกเลี่ยงต่อการเป็นวัตถุทางเพศ เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “ตรีประดับถูกณัฐนิลาเข้ามาบ้าน ณัฐนิลาปลุกปล้ำจนราตรีเคลิ้ม แต่แล้วก็ผล็อกจากด้วยความเกลียดชัง ชายผลัดแมงลงไปที่เตียง จากนั้นก็ทิ้งตัวลงฟัดแมงยั่วเวีย แรกๆ แมงก็ปิดป้อง แต่ไม่เท่าไรสาวแมงก็ต้องทำอารมณ์ให้โอนอ่อนตามอารมณ์ตัวเอง” – เดลินิวส์ ฉบับ 4 สิงหาคม 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “พอเอาจริง เวียร์ก็เรียกฟิงก็ว่าที่รักแล้วทำแก๊งจะเข้าไปกอดเพื่อเป็นการทำโทษที่หนีออกจากบ้าน ฟิงก็สะบัดจะวิ่งหนี พระเอกของเราเริ่มรูกหนัก จับนางเอกมากระชาดกอดรัดฟัดเหวี่ยงกันอยู่นาน ก่อนที่เวียร์จะเกิดอาการหมั่นไส้หอมโซวให้หนุ่มเอ็กซ์ที่ยินดูเหตุการณ์บันทึกภาพใส่โทรศัพท์” – ทิวพูล ฉบับ 24 - 30 กรกฎาคม 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “พอป้องปล่อยโมลงพื้น โมปรีเข้ามาตบตีป้องยกใหญ่ ป้องฉวยที่เปลอกก็คุดกวงในรวบโมเข้ามากอดรัดแน่น พร้อมป้อนคำหวานเป็นชุดทำให้โมถึงกับเคลิ้มยินยอมให้ป้องพาขึ้นเตียง

สันฤทธิ์ในอ้อมอกบ่องจนได้ภาพกุกกิกหวานๆ สมใจ ผกก. ถึงสิ่งคัต” – ไทยรัฐ ฉบับ 5 กุมภาพันธ์ 2552

ผลที่ตามมาคือ หากภาพของผู้หญิงที่ต้องสยบยอมต่อการเป็นวัตถุทางเพศของผู้ชายได้รับการตอกย้ำอยู่เสมอ จะเป็นการบ่มเพาะความเชื่อว่า ผู้หญิงมีไว้รองรับความต้องการทางเพศของผู้ชายได้ตามต้องการ และมองว่าการถูกล่วงละเมิดทางเพศไม่ใช่เรื่องอันตรายร้ายแรง ยิ่งเป็นการลดทอนคุณค่าของผู้หญิงลงอีกด้วย

จึงน่าตั้งข้อสังเกตว่า เหตุใดการข่มขืนและการล่วงละเมิดทางเพศต่อผู้หญิงจึงเป็นเรื่อง “ชอบธรรม” และ “ชอบทำ” ในละครโทรทัศน์ และยังคงปรากฏอยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

การที่สื่อมวลชนเปิดพื้นที่สำหรับบทบาทผู้หญิงในทางกามารมณ์ ส่งผลถึงการรับรู้ถึงความสามารถในการบริหารจัดการของผู้หญิงที่ลดลงอย่างมาก และส่งผลมากกว่าการโฆษณาที่แสดงถึงบทบาทของผู้หญิงในวิชาชีพที่ต้องการความสามารถในการบริหารจัดการเหล่านั้น (Kilbourne 1999 : 25 – 31)

บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากเป็นอันดับ 2 คือ บทบาทเมีย

บทบาทเมียมีคุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องเพศ (Sex) อีกทั้งเนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่ก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับความรัก และมีจุดลงเอยอยู่ที่ความรักของพระเอกและนางเอก ทำให้ผู้หญิงต้องมีบทบาทเป็นเมีย

กำจร หลุยยะพงศ์ (2539) พบว่า ภาพของความเป็นหญิงในแบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมมี 2 ลักษณะ คือ 1) ตอกย้ำแนวคิดในแบบสังคมนิยมอุตสาหกรรม ผู้อยู่ในฐานะเมีย มีบทบาทที่ด้อยกว่าผู้ชาย ความแตกต่างจากภาพของความเป็นหญิงในแบบสังคมนิยมอุตสาหกรรมคมีเพียงแค่ผู้หญิงในแบบสังคมนิยมอุตสาหกรรมค่อนข้างแต่งตัวทันสมัย และอาจต้องทำงานนอกบ้าน 2) เริ่มนำเสนอภาพ

ผู้หญิงยุคทุนนิยมอุตสาหกรรมไม่ได้อยู่บ้านอีกต่อไป ผู้หญิงเดินคู่กับผู้ชายออกไปทำกิจกรรมร่วมกับผู้ชาย โดยพบผู้หญิงในสถานที่ที่เคยเป็นที่เฉพาะของผู้ชาย เป็นผู้หญิงสมัยใหม่ และการพัฒนาการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมทำให้ผู้หญิงเริ่มเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่างภาพของผู้หญิงในแบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมและสังคมเกษตรกรรม อยู่เพียงแค่งานที่ทำเท่านั้น แต่ภาพโดยรวมหรือนิยามความเป็นหญิงยังคงไม่เปลี่ยนแปลง แม้ผู้หญิงในแบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมจะเข้าร่วมกิจกรรมกับผู้ชาย จนดูเหมือนเธอเหล่านั้นสามารถเดินเคียงบ่าเคียงไหล่ แต่ไม่ได้หมายความว่า ผู้หญิงในแบบสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมมีความเท่าเทียมกับผู้ชาย กิจกรรมดังกล่าวอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ล่อให้ผู้หญิงคิดว่า สิ่งเหล่านั้นคือความเท่าเทียมกัน เช่นเดียวกับบทบาทเมียที่อยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผู้หญิงจะมีบทบาทหลากหลาย แต่บทบาทที่ผู้หญิงต้องเป็นอยู่เสมอก็คือบทบาทเมีย

บทบาทเมียที่ได้รับการนำเสนอมากนี้สอดคล้องกับมายาคติเดิมที่ให้โลกของผู้หญิงคือโลกในบ้านหรือการมีชีวิตครอบครัว ยิ่งบทบาทเมียได้รับการนำเสนอมากจะยิ่งตอกย้ำว่าโลกของผู้หญิงคือการมีชีวิตครอบครัว และจุดหมายสูงสุดของชีวิตผู้หญิงคือการเป็นเมียหรือการมีครอบครัว ผู้หญิงจึงไปได้ไม่ไกลไปกว่า “บ้าน” ตัวเอง และวนเวียนอยู่กับบทบาทเดิมๆ อย่างการเป็นเมียตามมายาคติ

ข้อสังเกตก็คือ บทบาทเมียคือบทบาทที่ผู้หญิงจะเป็นได้ก็ต่อเมื่อมีผู้ชาย เป็นบทบาทที่ต้องเชื่อมโยงกับผู้ชาย (ผู้หญิงจะเป็นบทบาทเมียได้ก็เพราะมีผู้ชายเอาไปเป็นเมีย) เช่นเดียวกับบทบาทวัตถุทางเพศก็เป็นบทบาทที่ต้องเชื่อมโยงกับผู้ชาย (ผู้หญิงจะเป็นวัตถุทางเพศได้ก็เพราะต้องเกี่ยวข้องกับผู้ชาย) จะเห็นได้ว่าบทบาทที่ผู้หญิงได้ปรากฏตัวมากที่สุดทั้ง 2 อันดับแรกล้วนเป็นบทบาทที่ผู้หญิงเป็นได้เพราะผู้ชายทั้งสิ้น

บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ได้รับการนำเสนอมากเป็นอันดับ 3 คือ บทบาททาสยากร

บทบาทอาชญากรรมมีคุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องภัยพิบัติ (Disaster) และความขัดแย้ง (Conflict) อีกทั้งข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เองก็มักนำเสนอฉากการตบตีของตัวละคร ซึ่งอาจเทียบได้กับข่าวอาชญากรรมของหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่งทันทีที่อ่าน จึงมีคุณค่าข่าวเรื่อง ปุณชนสนใจ (Human Interest) ด้วย

ละครโทรทัศน์จะมีการบรรจุอุดมการณ์เรื่องคุณค่าของแต่ละเพศ และการกำหนดรูปแบบเนื้อหาของความสัมพันธ์ระหว่างเพศเอาไว้มากที่สุด ทั้งนี้เพราะลักษณะของละครโทรทัศน์จะมีเนื้อหาที่ว่าด้วยเรื่องรักๆ ใคร่ๆ เรื่องชีวิตครอบครัว และความสัมพันธ์เชิงคู่สาวเป็นหลักนั่นเอง เป็นที่แน่นอนว่า อุดมการณ์หลักของความสัมพันธ์ระหว่างเพศก็คือการสะท้อนลักษณะสังคมที่กำลังเป็นอยู่ในปัจจุบันคือ สังคมแบบถือชายเป็นใหญ่ ดังนั้น ชีวิตของตัวละครผู้หญิงไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทใด ล้วนแต่ถูกกำหนดให้อยู่ภายใต้อำนาจของชายเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการให้คุณค่าระหว่างหญิงกับชายอย่างไม่เท่ากัน โดยบอกว่าเกิดเป็นหญิงนั้นมีค่าน้อยกว่าชาย (กาญจนา แก้วเทพ 2545 : 305 - 306)

โดยสรุป แม้บทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จะมีความหลากหลายอย่างไรก็ตาม ยังคงเป็นไปตามมายาคติเดิม และยังเป็นไปในทางลบเสียส่วนใหญ่ จนเป็นที่น่ากังวลว่า หากบทบาทเหล่านี้ได้รับการตอกย้ำในสังคมมากขึ้น จะเป็นการขัดขวางการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิง และทำให้ผู้หญิงมีเป้าหมายที่เป็นบทบาททางลบเท่านั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

10. อาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เป็นผู้ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุดที่นั่น ปรากฏการณ์ดังกล่าวขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริงอย่างมาก โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2553) รายงานภาวะการทำงานของประชากรในเดือนมกราคม 2553 พบว่า ในจำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป 53.17 ล้านคนนั้น เป็นผู้อยู่ในกำลังแรงงาน 37.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 71.1 ของประชากร ทั้งนี้เป็นผู้หญิงร้อยละ 62.8 เป็นชายร้อยละ 79.9

สำหรับผู้อยู่ในกลุ่มกำลังแรงงานนั้น สำนักงานสถิติแห่งชาติแบ่งเป็น

- 1) ผู้มีงานทำ มีจำนวน 37.04 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 98 ของผู้อยู่ในกำลังแรงงาน (เป็นผู้หญิงร้อยละ 97.9 และเป็นชายร้อยละ 98.1)
- 2) ผู้ว่างงาน หมายถึงเป็นผู้ไม่มีงานทำ และพร้อมจะทำงาน มีจำนวน 5.3 แสนคน คิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 1.4 (เป็นผู้หญิงร้อยละ 1.4 และเป็นชายร้อยละ 1.4)
3. ผู้ที่รอฤดูกาล หมายถึงผู้ที่ไม่ได้ทำงาน และไม่พร้อมจะทำงาน เนื่องจากรอทำงานในฤดูกาลต่อไปมีจำนวน 2.3 แสนคน คิดเป็นร้อยละ 0.4 (เป็นผู้หญิงร้อยละ 0.7 และเป็นชายร้อยละ 0.5)

จากตัวเลขดังกล่าวของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จะเห็นได้ว่า ผู้หญิงเป็นผู้มีงานทำอยู่จำนวนมาก แสดงให้เห็นว่าสภาพชีวิตในปัจจุบัน ผู้หญิงให้ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีพอยู่ และผู้หญิงมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจอย่างแท้จริง แม้แต่ในสังคมไทยสมัยเกษตรกรรม จะพบว่าผู้หญิงมีบทบาทเป็นแรงงานการผลิตในสังคมเกษตรกรรมมาตลอด และยังทำงานตัดเทียมเคียงบ่าเคียงไหล่ผู้ชาย จนมีคำกล่าวที่ว่า “ผัวหาบเมียคอน” อีกด้วย

ในขณะเดียวกัน ประเด็นเรื่องอาชีพและชีวิตการทำงานของผู้หญิงนั้นเป็นประเด็นที่สตรีนิยมทุกสายให้ความสำคัญและต่อสู้เสมอมาเพื่อให้ได้ความเป็นธรรมและสวัสดิภาพในการทำงานของผู้หญิง เช่น สตรีนิยมสายเสรีนิยมต่อสู้เรื่องการจ้างงานที่เสมอภาคและเป็นธรรมของผู้หญิง (Equal work, equal pay) หรือสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์เองก็ต่อสู้เรื่องการเอาัดเอาเปรียบผู้หญิงในฐานะแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมด้วยการกดค่าจ้างแรงงาน หรือการทำให้ผู้หญิงเป็นเพียงแรงงานสำรองที่จะต้องถูกปลดออกจากงานเป็นพวกแรก

จะเห็นได้ว่า ชีวิตจริงของผู้หญิงนั้นขัดแย้งกับภาพในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ที่ฉายภาพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด ในขณะที่ชีวิตจริงผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านเป็นผู้ที่มีอาชีพ มีชีวิตการทำงาน แต่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กลับไม่ได้ให้ความสำคัญกับการมีชีวิตการทำงานของผู้หญิงเลย

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งศึกษาอาชีพของผู้หญิงในละครโทรทัศน์หลังข่าว พบว่า จากจำนวนตัวละครหญิงทั้งหมด 22 ตัว ปรากฏว่ามีตัวละครที่ไม่ปรากฏอาชีพถึง 6 ตัว และจำนวนตัวละครหญิงที่ไม่มีอาชีพนี้มีมากกว่าตัวละครชายถึง 3 เท่า

การที่ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ได้นำเสนอผู้หญิงที่มีอาชีพนั้น เราอาจอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า ข่าวประชาสัมพันธ์กำลังบอกเราว่า โลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของผู้หญิง หรือไม่ใช่สิ่งที่คุณผู้หญิงควรให้ความสำคัญ

ในขณะที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เป็นผู้ที่ไม่ปรากฏอาชีพ คำถามก็คือ แล้วอะไรคือสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของเธอ เราจะพบได้ว่า อัตลักษณ์ของเธอนั้นถูกผูกโยงไว้กับผู้ชาย มากกว่าจะเป็นอัตลักษณ์ที่มาจากการกระทำของเธอ เช่น แทนที่จะบอกว่าเธอทำอาชีพอะไร ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จะได้รับการอธิบายว่า

ตัวอย่างที่ 1 : “พิมพ์ลภัส (แพนเค้ก – เหมนิจ จามิกรณ์) **ลูกสาวคนเดียวของตรัย** (ต้นตระกูล พันธุ์เลิศรุจี) นักธุรกิจที่ฆ่าตัวตายเพื่อหนีหนี้ **ความที่เป็นลูกสาวคนเดียวเกิดมาบนกองเงินกองทอง และกำพร้าแม่ ทำให้ถูกตามใจจนเหลือ**” – ทิวพุด ฉบับที่ 3-9 กรกฎาคม 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “อารีย์ (แป้ง – อรจิรา แหลมวิไล) **ตกเป็นเมียของบิง** (หนุ่ม อรรถพร ธีมากร) **กรรมกรลูกจ้างในบ้านด้วยความจำใจ**” – ทิวพุด ฉบับ 18 – 24 กันยายน 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “บุริม นักธุรกิจหนุ่มรุ่นใหญ่ที่มีอดีตฝังใจเจ็บอยู่กับความรักครั้งก่อนที่ทำให้เขาแทบจะเสียผู้เสียคนเพราะโรค **คนรักเก่าเก็บลูกครึ่งสาวสวยไทย-เยอรมัน**” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

จากตัวอย่างทั้งสาม จะเห็นได้ว่า อุตลักษณ์ของผู้หญิงไม่ได้อยู่ที่การที่เธอ “ทำอะไร” หรือ “มีอาชีพอะไร” แต่กลับผูกโยงอยู่กับผู้ชาย ในขณะที่เมื่อมีการบรรยายถึงผู้ชาย อุตลักษณ์ของผู้ชายจะอยู่ที่ว่าเขา “ทำอะไร” หรือ “มีอาชีพอะไร” เช่น เป็นนักธุรกิจ เป็นกรรมกรลูกจ้างในบ้าน ในขณะที่อุตลักษณ์ของผู้หญิงที่ไม่มีอาชีพปรากฏคือ การเป็นลูกสาว การเป็นเมีย การเป็นคนรักเก่าเก็บ เป็นต้น

โดยทั่วไป เนื้อเรื่องของละครส่วนใหญ่มักจะสิ้นสุดที่การที่พระเอกและนางเอกได้ครองรักกัน สมความปรารถนา ทำให้เข้าใจได้ว่า ต่อให้ผู้หญิงจะไม่มีอาชีพ ไม่มีหน้าที่การงาน แต่จุดหมายสูงสุดของผู้หญิงคือการได้ครองรักกับผู้ชาย หน้าที่การงานของผู้หญิงจึงไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่ความรักต่างหากที่เป็นเรื่องสำคัญ

เมื่อเป็นเช่นนี้ นอกจากข่าวประชาสัมพันธ์กำลังบอกว่า หน้าที่การงานของผู้หญิงไม่ใช่เรื่องสำคัญหรือจะใช้เป็นอัตลักษณ์อ้างอิงของผู้หญิงได้แล้ว ยังบอกว่า อุตลักษณ์ของผู้หญิงคือการเชื่อมโยงกับผู้ชาย เพราะฉะนั้น การที่ผู้หญิงจะมีอัตลักษณ์ได้จึงอยู่ที่การมีความสัมพันธ์กับผู้ชาย ไม่ว่าจะเป็นลูกสาวของพ่อ เป็นภรรยาของสามี ฯลฯ ผู้หญิงจึงไม่ได้มีความสำคัญทางอัตลักษณ์ได้ด้วยตัวของเธอเอง แต่จำเป็นต้องพึ่งพาผู้ชายในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้หญิง

นอกจากนั้น การที่ผู้หญิงถูกทำให้กลายเป็นคนที่ไม่สำคัญในหน้าที่การงานหรือระบบเศรษฐกิจ กาญจนา แก้วเทพ (:81) ให้ความเห็นว่า ทำให้โลกแห่งการแข่งขันหมดคู่ต่อสู้ไปครั้งหนึ่งคือผู้หญิง จากจุดเริ่มต้นคือมิติเศรษฐกิจก็จะค่อยๆ ขยายมาถ่วงมิติด้านการเมือง ที่เราจะเห็นได้ว่า ผู้หญิงไม่ได้มีฐานะเป็นคู่แข่งเลยสำหรับผู้ชาย และในท้ายที่สุดก็จะขยายตัวออกมาเป็นอุดมการณ์ความเชื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับ “ผู้หญิง : ที่บ้าน / ผู้ชาย : ที่สาธารณะ) เช่น ความเชื่อที่ว่าผู้หญิงจะไม่ยุ่งกับการเมือง (เพราะแค่ยุ่งกับการบ้านก็แทบจะไม่มีเวลาอยู่แล้ว)

เป็นไปได้ว่า การที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เป็นผู้ที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด อาจเป็นเพราะ เนื้อเรื่องของละครโดยส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องของความรักมากกว่าหน้าที่การงาน ทำให้ประเด็นหน้าที่การงานไม่ใช่เรื่องสำคัญในการนำเสนอ เมื่อเนื้อเรื่องของละครเป็นเช่นนั้น จึงสะท้อนออกมาถึงข่าวประชาสัมพันธ์ด้วย

อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่า แม้ว่าเนื้อเรื่องของละครโดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความรัก แต่ผู้ชายก็ยังคงได้รับความสำคัญในประเด็นหน้าที่การงานเสมอ ดังจะเห็นได้ว่า เราพอจะทราบได้ว่าผู้ชายในละครประกอบอาชีพอะไร แต่กลับไม่สามารถรู้ได้ว่าผู้หญิงประกอบอาชีพอะไร

การที่ผลการวิจัยออกมาว่า พบผู้หญิงที่ไม่ปรากฏอาชีพในข่าวประชาสัมพันธ์มากที่สุดยังสอดคล้องกับประเด็นเรื่องบริบทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่า บริบทที่ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์อยู่มากที่สุดคือ บริบทบ้าน ซึ่งเป็นการตอกย้ำว่า จากข่าวประชาสัมพันธ์นั้น โลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของผู้หญิง แต่เป็นโลกในบ้านต่างหากที่เป็นโลกของผู้หญิง

ประการต่อมา เราจะมาดูว่า เมื่อพูดถึงอาชีพของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้หญิงเหล่านั้น จะได้รับการพูดถึงอย่างไรบ้าง

อาชีพของผู้หญิงที่พบมากที่สุดในการประชาสัมพันธ์คือ อาชีพที่ต้องรับคำสั่ง เช่น เลขานุการสาวโรงงาน บ่าว พนักงานนวด คนใช้ ในประเด็นนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2544 :105) อธิบายว่า ในอีกด้านหนึ่ง ดูเหมือนสังคมจะยังคงพอใจที่จะตรึงผู้หญิงเอาไว้กับบทบาทแม่ เมีย และแม่บ้าน เพียงแต่ได้ผัดหน้าทาแป้งให้ดูดีขึ้น ตัวอย่างเช่น บรรดาอาชีพต่างๆ ที่กำหนดให้ผู้หญิงทำ เช่น ครู เลขานุการ แม่บ้านของสำนักงาน แอร์โฮสเตส ฯลฯ เมื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของวิชาชีพเหล่านี้แล้ว ก็จะพบว่า เป็นการขยายบทบาทแม่ เมีย และแม่บ้าน จากภายในบ้านออกไปสู่คนอื่นๆ ที่อยู่นอกบ้านเท่านั้นเอง ผู้หญิงที่เป็นครูก็ถูกคาดหวังว่าจะทำตัวประดุจเป็น “แม่” ของลูกศิษย์ แอร์โฮสเตสก็คือแม่บ้านที่ให้บริการผู้คนทุกระดับประทับใจเพิ่มเติมจากสมาชิกภายในครอบครัว เลขานุการจะปรนนิบัติและสนับสนุนเจ้านายเหมือนภรรยาที่หนุนหลังสามี ฯลฯ

ยิ่งไปกว่านั้น จะเห็นว่า พบผู้หญิงที่มีอาชีพที่มีอำนาจในการบังคับบัญชาอยู่น้อยมาก

นอกจากนั้น ยังพบข้อสังเกตว่า แม้จะกำหนดให้ผู้หญิงมีอาชีพ แต่เมื่อพูดถึงการทำงานของ ผู้หญิงที่มีอาชีพเหล่านั้นแล้ว กลับเชื่อมโยงกับประเด็นอื่นที่ไม่ใช่ประเด็นการทำงาน โดยเฉพาะ ประเด็นด้านความสัมพันธ์กับผู้ชาย เช่น

ตัวอย่างที่ 1 : “การ์ตูน – อินทิรา เกตุวรรณ รับบทเป็น **พี่เลี้ยง** ของลูกที่ชื่อนวล ฉากนี้เป็น ฉากที่นวล (การ์ตูน) **แอบย่องขึ้นมาหาอนิรุทธิ์ (ตุ้ย) ที่ห้องนอน เพื่อจะขอเงินไปซื้อตุ้มหูทองคำใส่ในงานวันเกิด** อนิรุทธิ์จึงหยิบเงินยื่นให้ นวลดีใจมากรีบโผล่เข้ามาขอบคุณ ส่วนอนิรุทธิ์ไม่อยู่เฉย ยกมือขึ้นลูบหัวนวลด้วยความเอ็นดูและสงสาร แล้วก็รีบไล่ให้ออกไปเดี๋ยวใครมาเห็น” – เดลินิวส์ ฉบับ 2 กุมภาพันธ์ 2552

ตัวอย่างที่ 2 : “สาวป๊อกรับบทเป็น นായിกา **อาจารย์สาวสุดเรียบร้อย และอยู่ในแก๊งเดียวกัน** กับกลุ่มอาจารย์โสภิต (ตั๊ก – ศิริพร อยู่ยอด) **สาวโสดวัยขึ้นคานที่ไม่สนใจเรื่องความรัก และคอยกีดกันไม่ให้ผู้ชายหน้าไหนได้เข้าไปกลั่นไถ่** นായിกา **เพื่อรักษาความเป็นสาวโสดด้วยกัน งานนี้ป๊อกเลยต้องแปลงร่างเป็นสาวเซ็กซี่แบบสุดๆ**” – เดลินิวส์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

ตัวอย่างที่ 3 : “ฉากนี้เป็นฉากที่ไบตอง (จ๊อบ) วางแผนอยากอยู่กับทศ (เวียร์) จึงมาหาทศที่โรงแรมห้าดาว แล้ว **แกล้งคุยธุรกิจว่ากำลังมีปัญหา** ถูกเอเจนซี่ต่อว่าไวน์รสชาติไม่ดี ทศลังเลก่อนที่จะหยิบไวน์จากไบตองมาชิม **ไบตองได้ทีเดินเข้าไปหาทศแล้วพูดจายั่วชวน** **ทดลองลิ้มชิมไวน์ ยื่นหน้าเข้าไปประกบจูบทศทันที**” – เดลินิวส์ ฉบับ 12 สิงหาคม 2552

ตัวอย่างที่ 4 : “เป็นฉากที่ รังรอง (อ้อม) ขอ รังสี (เป็ยก – พิศาล) ไปทำงานเป็น **เลขาฯ** ของ **ภาสกร (ณัฐฐ์) เพื่อหาทางใกล้ชิดและหวานแสนห่** พอบาสกรติดบับ รังรองก็ **อ้อนให้ภาสกรพาเธอไปเที่ยวทะเล** เพื่อยั่วให้ปานระวี (นก – สีนัจัย) **โกรธ**” – เดลินิวส์ ฉบับ 10 กุมภาพันธ์ 2552

ตัวอย่างที่ 5 : “ผกก. เลยต้องเข้ามาช่วยบิลด์อารมณ์ให้มดฟังว่าจะต้องโมโหโกรธเกลียดอ้อมขนาดไหน ที่จู่ๆ **เลขาคณสวดยันเป็นคนรักเก่าของแฟนตัวเอง**” – เดลินิวส์ ฉบับ 16 พฤศจิกายน 2552

จากตัวอย่างทั้งหมด อธิบายได้ว่า

ตัวอย่างที่ 1 : ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์มีอาชีพเป็นพี่เลี้ยงเด็ก แต่เนื้อหาข่าวไม่ได้ให้ความสำคัญกับหน้าที่การงานของเธอ กลับให้เห็นภาพว่า เธอเป็นฝ่ายเข้าหาผู้ชายเพื่อใช้มารยานำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่างซึ่งไม่เกี่ยวกับการทำงานของเธอเลย

ตัวอย่างที่ 2 : ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์มีอาชีพเป็นอาจารย์ แต่แทนที่จะฉายให้เห็นชีวิตการทำงานของคนที่เป็นอาจารย์ กลับพูดถึงผู้หญิงในแง่ของชีวิตส่วนตัวว่า ต้องการรักษาความเป็นสาวโสดไว้ และคอยกีดกันไม่ให้ผู้ชายเข้าใกล้ผู้หญิงด้วยกัน นอกจากนั้น แทนที่จะให้เห็นภาพของอาจารย์ผู้มีความรู้ความสามารถสมกับวิชาชีพอาจารย์ กลับให้ความสำคัญกับรายละเอียดอื่นที่ไม่เกี่ยวกับวิชาชีพ เช่น บุคลิกของผู้หญิง (เป็นคนเรียบริ้วย) วัยของผู้หญิง (เป็นสาว) การแต่งกาย (แต่งกายเป็นผู้หญิงเซ็กซี่)

ตัวอย่างที่ 3 : ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ แม้ว่าเนื้อหาข่าวจะฉายให้เห็นชีวิตการทำงานของผู้หญิงที่กำลังมีปัญหา แต่แทนที่จะให้เห็นภาพว่าผู้หญิงแก้ปัญหาการทำงานของเธออย่างไร กลับให้เห็นว่าแท้จริงแล้วเธอไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัญหาการทำงานที่เธอกำลังเผชิญเท่าใดนัก แต่เธอสนใจที่จะยั่วยวนผู้ชาย โดยที่เธอประเด็นปัญหาในหน้าที่การงานมาบังหน้าเท่านั้น

ตัวอย่างที่ 4 : ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์มีอาชีพเป็นเลขานุการ แต่เหตุผลของการเข้าสู่การทำงานคือเพื่อหาทางใกล้ชิดและหวานเสนห์ผู้ชาย ไม่ได้เป็นไปเพื่อการยังชีพหรือมีเหตุผลมาจากความถนัดแต่อย่างใด ทั้งยังไม่ได้เห็นภาพชีวิตการทำงานของเธอด้วยว่า ชีวิตการทำงานเป็นเลขานุการของเธอเป็นอย่างไร แต่กลับให้เห็นว่า เธอออกดอ้อนให้ผู้ชายพาไปเที่ยวทะเล

ตัวอย่างที่ 5 : ผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์มีอาชีพเป็นเลขานุการ แต่สิ่งที่อ้างอิงถึงตัวเธอคือความเป็นคนสวย และการที่เธอเป็นแฟนเก่าของผู้ชาย หาใช่ความสามารถในการทำงานของเธอแต่อย่างใด

นี่จึงทำให้เห็นว่า ต่อให้ผู้หญิงจะมีอาชีพเป็นหลักเป็นฐาน แต่หน้าที่การงานไม่ใช่เรื่อง que ผู้หญิงให้ความสำคัญอยู่ดี เป็นประเด็นเรื่องผู้ชายต่างหากที่ผู้หญิงจะให้ความสำคัญที่สุด ความเป็นนักวิชาชีพของผู้หญิงไม่เคยถูกนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของชีวิตการทำงาน แต่ผู้หญิงจะใช้เสน่ห์และมารยาในการรุกทวงไปสู่ความสำเร็จ และความสามารถในทางวิชาชีพของผู้หญิงไม่ใช่ประเด็นที่จะได้รับการกล่าวถึงหรืออ้างอิง แต่เป็นรูปลักษณะภายนอกของผู้หญิงต่างหากที่จะได้รับการอ้างอิงว่าเป็นลักษณะของผู้หญิง เป็นการตอกย้ำมายาคติเดิมว่า ชีวิตการทำงานไม่ใช่ชีวิตของผู้หญิง แต่ชีวิตครอบครัวและผู้ชายต่างหากที่ถือเป็นชีวิตของผู้หญิง และแม้ว่าผู้หญิงจะได้โดดเด่นในโลกแห่งการทำงาน แต่ผู้หญิงก็ยังคงยึดติดอยู่กับโลกของผู้หญิงในแบบเดิมๆ ไม่ได้ออกมาสู่โลกแห่งการทำงานอย่างแท้จริง

จากข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ เราจึงไม่สามารถรู้ได้ว่า ผู้หญิงมีชีวิตการทำงานอย่างไร แต่เรากลับได้รู้ว่า เธอดำเนินความสัมพันธ์กับผู้ชายอย่างไร ทั้งที่ในความเป็นจริง ชีวิตของผู้หญิงไม่ได้มีเพียงแง่มุมของความสัมพันธ์กับผู้ชายอย่างเดียวเท่านั้น อย่างในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงเองก็มีชีวิตการทำงาน และเป็นผู้ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการดำเนินงานมากไปกว่าจะคอยมานั่งคิดว่าปรับตัวเข้าหาผู้ชายอย่างไร

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งพบว่า การนำเสนออาชีพของตัวละครหญิงนั้นก็นำเสนอในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น สถานภาพการแต่งงานหรือโสดของตัวละครหญิงสำคัญกว่าการมีอาชีพ การแต่งงานถือเป็นการประสบความสำเร็จในชีวิต

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Courtney and Lockeretz (1971) ซึ่งสำรวจภาพลักษณ์ของผู้หญิงในการโฆษณาในนิตยสาร และพบว่าไม่ค่อยมีการแสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้หญิงทำงานนอกบ้าน

และไม่มี การแสดงให้ เห็นถึงผู้หญิงที่อยู่ในวิชาชีพที่เรียกว่า “มือโปร” หรือผู้หญิงที่อยู่ในตำแหน่งสูงของภาคธุรกิจ

ในขณะที่เดียวกัน เมื่อมองตัวเลขอาชีพของผู้หญิงที่มีลักษณะเป็นอาชีพที่มีอำนาจในการบังคับบัญชาจะพบว่าก็ยังคงมีน้อยมาก นั่นแสดงว่า ผู้หญิงไม่ได้อยู่ในฐานะที่จะเป็นผู้มีอำนาจในการบังคับบัญชาได้เมื่ออยู่ในโลกแห่งการทำงาน ซึ่งหากเปรียบเทียบกับปัจจุบัน เราจะพบว่า ผู้หญิงที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับสูงและมีอำนาจบังคับบัญชามีให้เห็นอยู่ทั่วไป แต่เหตุใดชาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์จึงไม่สามารถฉายให้เห็นผู้หญิงซึ่งมีอาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา แต่เมื่อใดที่จะให้ผู้หญิงมีอาชีพขึ้นมา ก็กลับให้ผู้หญิงมีอาชีพเป็นผู้ได้บังคับบัญชา คอยรับฟังคำสั่งเท่านั้น เป็นการหล่อหลอมมายาคติว่า ผู้หญิงควรเป็นผู้ตาม และเป็นผู้ฟังคำสั่งจากผู้ชายต่อไป

คำถามต่อมาก็คือ การที่ชาวประชาสัมพันธสร้างผู้หญิงให้ไม่มีความสนใจในหน้าที่การงาน หรือสร้างให้ผู้หญิงมีอาชีพอยู่อย่างจำกัดในลักษณะเดิมๆ ที่สังคมคาดหวังว่าผู้หญิงจะเป็นนั้น จะเกิดผลกระทบอย่างไร

หากมองด้วยแนวคิดกระบวนการสร้างความ เป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) ของสำนักการอบรมบ่มเพาะ ซึ่งอธิบายว่า หลังจากที่ตั้งคัมได้นิยามสิ่งต่างๆ เอาไว้แล้ว ก็จะมีกระบวนการซึมผ่านนิยามดังกล่าวเข้าไปในตัวบุคคล นิยามดังกล่าวจะกลายเป็น “แผนที่ทางจิตใจ” (Mental maps) ที่ทำหน้าที่เหมือนแผนที่ทั่วไป คือชี้ทิศทางว่าอะไรเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง ความคาดหวังต่างๆ เป็นอย่างไร (Level of expectation) แผนที่นี้จะลากเส้นกันบอก ว่า อะไรบ้างที่เป็นไปได้ (Possible) (กำหนด Horizontal Line) อะไรบ้างที่เป็นปกติ (Normal) อะไรบ้างที่เป็นเรื่องที่ยอมรับได้ (Acceptable) รวมทั้งมีการชี้แนะว่ามีวิถีทางแบบใดบ้างที่จะบรรลุเป้าหมายได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 239 – 240) อาจอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า ชาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะให้ผู้หญิงไม่มีความสนใจในหน้าที่การงานนี้ กำลังบ่มเพาะเราว่า การที่ผู้หญิงไม่สนใจหน้าที่การงานเป็นเรื่องปกติ เพราะสังคมไม่ได้คาดหวังว่าผู้หญิงจะต้องประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานอยู่แล้ว เพราะโลกของเธออยู่ที่การมีครอบครัว และการมีผู้ชายไว้อ้างอิงเป็นอัตลักษณ์ของตัวเอง การที่ผู้หญิงไม่สนใจหน้าที่การงานเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ เพราะหน้าที่การงานไม่ใช่โลกของผู้หญิง หรือไม่ใช่ว่าสิ่ง

ผู้หญิงจะสนใจตั้งแต่ต้นอยู่แล้ว และวิถีทางที่จะทำให้เธอบรรลุเป้าหมายได้คือการมีครอบครัว และแม้ว่าเธอจะต้องอยู่ในโลกแห่งการทำงาน การใช้ “ความเป็นผู้หญิง” คือวิถีทางที่จะทำให้เธอบรรลุเป้าหมายของเธอได้

กาญจนา แก้วเทพ (2549 : 256) ยกตัวอย่างว่า ถ้าในจอโทรทัศน์ไม่เคยมีภาพผู้หญิงเป็นรัฐมนตรีกลาโหมเลย ก็คงยากสำหรับเด็กผู้หญิงที่จะเลือกความใฝ่ฝันอันนี้ และโดยลักษณะทางสังคมของมนุษย์ คนเราก็มักจะไม่เลือกในสิ่งที่ไม่ค่อยมี ฉะนั้นเมื่อวัฒนธรรมจากโทรทัศน์ปลูกฝังภาพลักษณ์ต่างๆ ของบุคคล สังคม และเรื่องราวต่างๆ ประชาชนก็จะใช้เกณฑ์อันนี้เลือกสนับสนุนความคิดและการกระทำของตนเอง เช่น เด็กผู้หญิงจะคิดว่า เราตัดสินใจถูกต้องแล้วที่ไม่ไปสมัครเรียนโรงเรียนนายร้อย เพราะไม่มีวันที่ผู้หญิงจะได้เป็นรัฐมนตรีกลาโหมอยู่แล้ว เนื่องจากไม่เคยเห็นมีตัวอย่างในโทรทัศน์เลย

ในทำนองเดียวกัน Lilian Robinson (1978) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 339 – 340) กล่าวว่า ลักษณะของละครโทรทัศน์ดังกล่าว ก่อให้เกิดมายาคติที่ว่าด้วยผู้หญิงและอาชีพ 3 ประการ

ประการแรก ทำให้ผู้หญิงมีความเชื่อว่า สตรีจะได้สถานภาพทางสังคมที่สูงขึ้น โดยไม่คิดว่าจะต้องทำงานหนัก หากแต่จะได้มาด้วยวิธีการแต่งงาน ดังที่ตัวละครหญิงได้กลายเป็นคุณหญิงคุณนายภายในชั่วเวลาข้ามคืน

ประการที่สอง ผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่า การมีอาชีพนั้นเป็นการคุกคามต่อสถาบันครอบครัวที่เป็นภารกิจแรกและภารกิจพื้นฐานของสตรี ตัวละครหญิงส่วนใหญ่จึงมีอาชีพแม่บ้านอย่างเดียวยังการแต่งงาน หรือในชีวิตความเป็นจริงผู้หญิงก็ต้องสร้างสมดุลระหว่างครอบครัวกับการงานไม่ให้นักเคียงไปข้างใดข้างหนึ่งอยู่ตลอดเวลา

ประการที่สาม เป็นมายาคติที่สำคัญต่อการดำรงอยู่ของผู้หญิงคือ การสร้างความเชื่อที่ว่า “การเป็นผู้หญิงต้องมาก่อน และการเป็นคนมีอาชีพจะมาทีหลัง”

เพราะฉะนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ถ้าในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไม่เคยมีภาพของ ผู้หญิงที่สนใจในอาชีพการงาน หรือมีอาชีพที่หลากหลายกว้างไกลไปกว่าอาชีพที่สังคมคาดหวังว่า ผู้หญิงจะเป็น ผู้รับสารก็จะมีโลกทัศน์ต่อผู้หญิงในแบบที่เป็นมายาคติแบบเดิมๆ

ความคิดดังกล่าวจะเป็นตัวขัดขวางการพัฒนาผู้หญิงมิให้ออกมาสู่โลกแห่งการทำงานอย่าง แท้จริง และกีดผู้หญิงไว้ให้อยู่แต่ในความสนใจเรื่องภายในบ้านและเป็นผู้คอยรับคำสั่งเช่นเดิม ซึ่งทำ ให้ศักยภาพของผู้หญิงลดน้อยลงไปด้วย

กล่าวโดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ มี ลักษณะที่ไม่ดี ยังคงเดินตามมายาคติเดิมที่มีต่อผู้หญิงอยู่ เช่น ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอ ต้องพึ่งพา ผู้ชาย เป็นวัตถุทางเพศของผู้ชาย ฯลฯ มากกว่าจะสะท้อนความหลากหลายของผู้หญิงดังเช่นที่ปรากฏ ในชีวิตจริง แม้ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนไป หรือสถานภาพของผู้หญิงจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด แต่ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นผู้หญิงตามมายาคติเดิมๆ เช่น ต่อให้ความเป็นจริงในปัจจุบัน การข่มขืนภรรยาจะผิดกฎหมายอาญา มาตรา 276 แต่ในข่าว ประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ การข่มขืนหรือละเมิดทางเพศต่อผู้หญิงยังปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ และที่ ร้ายไปกว่านั้นคือ การละเมิดทางเพศต่อผู้หญิงนี้ถ้าปรากฏในหน้าหนึ่งจะเป็นข่าวอาชญากรรม แต่เมื่อ อยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ เราเรียกมันว่า “ความบันเทิง” หรือต่อให้ในชีวิตจริง ผู้หญิงให้ ความสำคัญกับหน้าที่การงาน แต่ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงยังคงถูกกันไว้ให้สนใจแต่ เรื่องส่วนตัว ผู้หญิงในละครโทรทัศน์ไม่สามารถก้าวข้ามภาพลักษณ์ที่มีต่อผู้หญิงอย่างเดิมๆ ได้

สิ่งที่ควรตั้งคำถามต่อนักประชาสัมพันธ์ก็คือว่า เหตุใดจึงปล่อยให้ภาพลักษณ์ผู้หญิงยังคงล้า หลังกว่าความเป็นจริง หรือปล่อยให้ย่ำอยู่กับมายาคติเดิมๆ อยู่

จริงอยู่ว่า นักประชาสัมพันธ์ไม่ใช่ผู้กำหนดเนื้อหาในละครโทรทัศน์ได้โดยตรง เนื้อหาในข่าว ประชาสัมพันธ์ก็คือผลผลิตต่อจากเนื้อหาในละครโทรทัศน์ ละครโทรทัศน์มีเนื้อหาเป็นเช่นไร ข่าว ประชาสัมพันธ์ก็สะท้อนมาเช่นนั้น และตราบไต่ที่คนดูยังชอบละครแบบเดิมๆ ผู้ผลิตละครก็จะไม่มีการ

เปลี่ยนแปลง ซึ่งมีผลให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงก็จะต้องวนเวียนอยู่กับมายาคติเดิมๆ อยู่ต่อไป อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ยังสามารถเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ในแง่มุมอื่นที่ไม่เป็นการทำลายคุณค่าผู้หญิงได้ เช่น เขียนถึงความสามารถของนักแสดงและทีมงาน แทนที่จะนำเสนอ หรือหากไม่ได้เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์เป็นคนเขียนข่าวเอง ก็สามารถเลือกจากที่จะเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวในลักษณะที่เป็นฉากที่นักแสดงต้องใช้ความสามารถสูง มากไปกว่าฉากที่จะเหยียบย่ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงอย่างฉากข่มขืน ฉากตบตี ฯลฯ ซึ่งน่าจะมีผลให้สื่อมวลชนสามารถนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในทางที่ดีขึ้นได้ด้วย

แม้ว่า จุดประสงค์ของข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จะมีหน้าที่โน้มน้าวใจให้คนอ่านอยากติดตามละครเรื่องนั้น แต่นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่ควรละเลยว่า ข้อหนึ่งของจริยธรรมของนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องปฏิบัติตามก็คือ คำนี้ถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตนและรับผิดชอบต่อสังคมเป็นนิจ นั่นคือ นอกจากจะต้องโน้มน้าวใจให้คนอยากดูละครแล้ว ต้องรับผิดชอบต่อสังคมด้วย และจำเป็นต้องตระหนักว่า ทุกข่าวประชาสัมพันธ์ที่ออกไปนั้นมีผลกระทบต่อสังคมทั้งหมด แม้ว่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ใช้คุณค่าข่าว (News Value) ในเรื่องเพศ (Sex) เช่น ข่าวนางเอกถูกพระเอกปลุกปล้ำ ข่าวนางเอกไปเปลือยในระหว่างการถ่ายทำ หรือมีคุณค่าข่าวเรื่องความขัดแย้ง (Conflict) เช่น ข่าวนางเอกจับกับนางเอก จะทำให้เกิดความน่าสนใจหรือดึงดูดให้คนอ่านหยุดอ่าน (ซึ่งนำศึกษาต่อว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในลักษณะนี้มีผลต่อทัศนคติอย่างไรของผู้อ่าน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าคนอ่านอ่านแล้วจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อละคร และไม่อยากดูละครเพราะอ่านข่าวประชาสัมพันธ์แล้วรู้สึกไม่ดีก็เป็นได้) อย่างไรก็ตาม นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องคิดถึงผลกระทบต่อสังคมที่จะมีต่อไปหลังจากเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์นั้น และในฐานะที่นักประชาสัมพันธ์เป็นคนกลางระหว่างผู้ชมและผู้ผลิต นักประชาสัมพันธ์ควรรับเอาความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์ไปเสนอแนะยังผู้ผลิตด้วย

ความพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพและสร้างความเท่าเทียมเป็นธรรมให้กับคนทุกเพศเกิดขึ้นมาเป็นวันเวลายาวนานแล้ว และแม้ว่าจากการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ยังคงนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้หญิงเท่าใดนัก ผู้วิจัยมีความหวังว่า นักประชาสัมพันธ์จะพลิกบทบาทมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งและเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง

สังคมที่ทุกคนได้รับความเคารพอย่างเท่าเทียมในศักยภาพความเป็นมนุษย์ มากกว่าจะเป็นโลกที่
เหยียบย่ำผู้หญิงอย่างโลกในข่าวประสาธน์สัมพันธ์ละครโทรทัศน์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะชาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ เท่านั้น ซึ่งจำกัดอยู่แต่ในหน้าข่าวบันเทิง เพราะฉะนั้น หากจะมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายผลไปชาวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ หรือสื่ออื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ของผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในนิตยสารผู้ชายเปรียบเทียบกับนิตยสารผู้หญิง หรือภาพลักษณ์ของผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าวเศรษฐกิจ หรือศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่ครบวงจรมากขึ้น
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะภาพลักษณ์ของผู้หญิงเพียงอย่างเดียว หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งจะทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชายอย่างชัดเจน
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาที่ตัวสาร (Message) ซึ่งก็คือชาวประชาสัมพันธ์ แต่ยังขาดมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อชาวประชาสัมพันธ์ในฐานะเป็นผู้ผลิตหรือผู้เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวดังกล่าว รวมทั้งยังขาดมุมมองของผู้อ่านว่าได้รับผลกระทบอย่างไรจากชาวประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากจะมีการศึกษาครั้งต่อไปที่สามารถศึกษาได้ครอบคลุมในประเด็นที่กล่าวมานี้ ก็จะทำให้งานวิจัยในแขนงนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น
4. ในงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีการศึกษาที่เกี่ยวกับบทบาททางเพศน้อยมาก ไม่เหมือนกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณา ดังนั้น หากจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อองค์ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ด้วย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน. การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ใน ภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกัน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- กรวิภา บุญเชื้อ. แนวคิดการพัฒนาศตรี : มุมมองการวิเคราะห์เชิงหญิงชาย. กรุงเทพฯ : โครงการสตรี และเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- กองการสื่อสารมวลชน กรมสารนิเทศ กระทรวงต่างประเทศ, ประเทศไทยให้การรับรองปฏิญญาว่าด้วยการจัดความรุนแรงต่อสตรีในภูมิภาคอาเซียน (ออนไลน์), 24 กุมภาพันธ์ 2548. แหล่งที่มา www.rty9.com/s/rty9/17466
- กาญจนา แก้วเทพ. “นักสื่อสารมวลชนกับการสร้างสรรค์จริยธรรมสำหรับตนเองและสังคม : ศึกษา กรณีผู้หญิงกับสื่อมวลชน,” เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง ผู้หญิงกับ สื่อมวลชน จัดโดยมูลนิธิผู้หญิง กลุ่มเพื่อนหญิง และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย วันที่ 20 – 22 กันยายน 2534.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- กาญจนา แก้วเทพ. ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2543.
- กาญจนา แก้วเทพ. “ผู้หญิง/ผู้ชาย : ที่บ้าน/ที่สาธารณะ,” สตรีศึกษา 2 : ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ สำนักงานปลัดสำนัก นายกรัฐมนตรี, 2544.
- กาญจนา แก้วเทพ. เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด. 2545.
- กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด, 2549.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์.

- วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- กำจร หลุยยะพงศ์. หนังสือภาคเนย์ : การศึกษาภาพยนตร์แนววัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : โครงการเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา, 2547.
- จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ. อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- จิตราภรณ์ วนัสพงษ์. ชาติพันธุ์นิยมในการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับประเทศลาวในหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ฉอาน วุฑฒิกรมรักษา. หลักการรายงานข่าว. กรุงเทพฯ : ประกายพริก, 2536.
- ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์. การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงปี 2528-2537. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ถาวร บุญวัฒน์. หลักการหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ : พิมพ์ศรีวันตั้ง เซนเตอร์, 2538.
- ทวินนท์ คงคราญ. บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย พ.ศ. 2507 – 2531. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นพรัตน์ วงศ์กลุฑูต. โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2531.
- บงกช เสวตามร์. การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ปีพ.ศ. 2528 – 2530. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- ปัญญา รักแตงาม. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- พนิดา หันสวาสดี. ผู้หญิงในภาพยนตร์ : กระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมไทย. เชียงใหม่ : ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- พรพีไล ถมั่งรักษ์สัตว์. ปรัชญาผู้หญิง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ :
ข้าวฟ่าง, 2538.

พิศิษฐ์ ชาวลาภวัช และคณะ. การรายงานข่าวชั้นสูง. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2539.

รวมพล สายอรุณ. ภาพลักษณ์ภายในสายตาศึกษา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและ
มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

รัชราพร นีรนาทังสรรค์. "บทบาทของสตรีในหน้าหนังสือพิมพ์," สื่อมวลชนปริทัศน์ 2:5, 2528.

ลักขณา สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้า, 2542.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์, 2541.

ศิริชัย ศิริกาเย และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการ
สื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ. กรุงเทพฯ :
อักษรพิพัฒน์, 2545.

สายสุรี จุติกุล และกาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง –
ชาย. กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการการศึกษา อาชีพ และวัฒนธรรม คณะกรรมการส่งเสริม
และประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.), 2543.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : ประกายพริก, 2539.

สูงงกช ชลิตเรืองกุล. บทบาทผู้หญิงในภาพยนตร์. สารนิพนธ์วารสารศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชา
ภาพยนตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.

สุมิตตา สิงห์โตอ่อน. ภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน : การวิเคราะห์เนื้อหาและสัมภาษณ์เชิงลึก
บรรณาธิการและนักข่าว. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิตย์, 2539.

สุวรรณี กัลยาณสันต์. การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืนกระทำชำเรา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิ
ชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

สำนักงานกิจการสตรีและครอบครัว. รายงานสถานการณ์สตรี ปี 2552 : ผลการพัฒนาช่วงสอง
ทศวรรษ. กรุงเทพฯ : สำนักงาน, 2552.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550 – 2554, กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. สรุปผลการสำรวจภาวะการณ์
ทำงานของประชากร (เดือนมกราคม 2553). (ออนไลน์), มกราคม 2553. แหล่งที่มา :

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/lfs53/reportJan.pdf>

อมรสิริ สัตนธ์สุรติกุล. ซีโมน เดอ โบวัวร์ ผู้หญิงที่ขบถ. กรุงเทพฯ : เจนเดอร์เพรส, 2534.

ภาษาอังกฤษ

Agger, B. Culture Studies as Critical Theory. London : The Falmer Press, 1992.

Bardo, Susan. "Feminism, Postmodernism and Gender – Scepticism." in Feminism/
Postmodernism. New York : Routledge, 1990.

Boulding, Kenneth E. The Image : Knowledge in Life and Society. Ann Arbor : The University
of Michigan, 1975.

Center for the Study of Women in Television and Film, University of San Diego. Women's
Portrayal in Television Entertainment During the 2007 – 2008 Primetime Television
Season. Media Report to Women, 2008.

Courtney, Alice. Lockeretz, Sarah Wernick. "A Woman's Place : An Analysis of the Roles
Portrayed by Women in Magazine Advertisements," in Journal of Marketing
Research Vol. 8. American Marketing Association, 1971.

Di Stefano, Christine. "Dilemmas of Difference : Feminism, Modernity, and Postfeminism," in
Feminism/ Postmodernism. New York : Routledge, 1990.

Dorr, Aimee. Children and the Faces of Television : Teaching, Violence, Selling. New York :
Academic Press, 1980.

Eisenstein, Hester. Contemporary Feminist Thought. London : Urwin, 1984.

Eisenstein, Zillah R. "Developing a Theory of Capitalist Patriarchy," in Capitalist Patriarchy
and the Case for Socialist Femisim. New York : Monthly Review Press, 1979.

- Eisentein, Zillah R. The Radical Future of Liberal Feminism. Boston : Northeastern University Press, 1981.
- Elshtain, Bethke. Public Man, Private Woman. New Jersey : Princeton University Press, 1981.
- Fejes, F. J. "Masculinity as fact : A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity," in Men, Masculinity, and the Media. pp. 9-22. Newbury Park : Sage, 1992.
- Fraser, Nancy. "Structuralism or Pragmatics? : On Discourse Theory and Feminist Politics," in The Second Wave : A Reader in Feminist Theory. New York : Routledge, 1997.
- Gerbner, George. Mass media policies in changing cultures. New York : John Wiley, 1977.
- Hekman, Susan. Gender and Knowledge : Element of a Postmodern Feminism. Boston : Northeastern University Press, 1992.
- Jagger, Alison. Feminist Politics and Human Nature. Helms Hemstead : Harvester Press, 1983.
- Kilbourne, Jean. Deadly Persuasion : Why Women and Girls Must Fight the Addictive of Power of Advertising. New York : Free Press, 1999.
- Lasswell, Harold. Power and Personality. New York : W.W. Norton, 1948.
- Lowe, Marian and M. L. Benston. "The Uneasy Alliance of Feminism and Academia," in A Reader in Feminist Knowledge. London : Routledge, 1992.
- McQuail, Dennis. Mass Communication theory : an introduction. London : Sage Pub, 1983.
- Millet, Kate. Sexual Politics. New York : Avon Books, 1971.
- Strate, L. "Beer Commercials : A Manual on Masculinity," in Men, Masculinity, and the Media. pp. 78 – 92. Newbury Park : Sage, 1992.
- Pingree, Suzanne. The Soap Opera. Beverly Hills : Sage Pub., 1983.
- Tong, Rosemarie. Feminist Thought : A Comprehensive Introduction. London : Routledge, 1995.
- Whelehan, Imada. Modern Feminist Thought. New York : New York University Press, 1995.

Wright, Charles . Mass Communication : a sociological perspective. New York : Random House, 1975.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet)

รหัสตัวอย่างที่

แบบบันทึกข้อมูล (Coding sheet)

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

The Image of Women Reflected on Television Drama Public Relations News

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อฉบับหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไทยรัฐ | <input type="checkbox"/> 2. เดลินิวส์ |
| <input type="checkbox"/> 3. ทิวฟ้า | <input type="checkbox"/> 4. สตาร์นิวส์ |

1.2. วัน

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. วันอาทิตย์ | <input type="checkbox"/> 2. วันจันทร์ |
| <input type="checkbox"/> 3. วันอังคาร | <input type="checkbox"/> 4. วันพุธ |
| <input type="checkbox"/> 5. วันพฤหัสบดี | <input type="checkbox"/> 6. วันศุกร์ |
| <input type="checkbox"/> 7. วันเสาร์ | |

1.3 วันที่

1.4 เดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มกราคม | <input type="checkbox"/> 2. กุมภาพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> 3. มีนาคม | <input type="checkbox"/> 4. เมษายน |
| <input type="checkbox"/> 5. พฤษภาคม | <input type="checkbox"/> 6. มิถุนายน |
| <input type="checkbox"/> 7. กรกฎาคม | <input type="checkbox"/> 8. สิงหาคม |
| <input type="checkbox"/> 9. กันยายน | <input type="checkbox"/> 10. ตุลาคม |
| <input type="checkbox"/> 11. พฤศจิกายน | <input type="checkbox"/> 12. ธันวาคม |

ภาคผนวก ข

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

เรื่อง'แพนเค้ก'อาบน้ำ ลองอังบิตตัวชั่วสยบ!

เรื่องราวในคืน เรื่อง "แพนเค้กอาบน้ำ" นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า

แพนเค้ก--สาวที่มีบทบาทนำในละครเรื่องนี้ เธอป่วยหนักจนต้องนอนโรงพยาบาล นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า

แพนเค้ก--สาวที่มีบทบาทนำในละครเรื่องนี้ เธอป่วยหนักจนต้องนอนโรงพยาบาล นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า

แพนเค้ก--สาวที่มีบทบาทนำในละครเรื่องนี้ เธอป่วยหนักจนต้องนอนโรงพยาบาล นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า นานๆทีมีข่าวมาลงหน้า

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 4 มิถุนายน 2552

ศูนย์วิจัยกฎหมายอาญา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

HOT SERIES

เป็นนางเอกสาวที่สเปคแรงอีกคนสำหรับ เอ๊ะ-อิกิรียา ฮาซอนัน เพราะปกติถ้าเจอเก๋เฟ้นเจ้าตัวมักจะไม่เจอจูบจริง แต่พอต้องมาเจอฉากจูบ



'อัน' เปิดซิงจูบปาก 'เอ๊ะ'



ในละคร "สามกษัตริย์" กับพระเอก อัน-วิฑิต วัชรินทร์ พิพิธพรชัย รุบทอดเท่าไรก็ไม่ผ่านซักที งานนี้สาวเอ๊ะเองต้องริบหรี่ขมขื่นจริงเพื่อให้งานออกมาดีที่สุด ดูก็มีเป็นคอนเทนต์ พอร์ (อัน-วิฑิต) คอว่า โหมพิม (เอ๊ะ) ว่าดีสองหน้าก็คิดจะแย่ง ฮาริว (ชาย) ไปจาก ชิม (น้ำผึ้ง-ฉัตรวิภา) โหมพิมจะได้แต่

ปฎิเสธ พอร์ยังไม่โหมพอตัวรูปโหมพิมไปคือไม่คู่ ตัว จากโลกออนไลน์ไปถ่ายทำกันที่น่านอกอุทยานแห่งชาติด้วยความที่ฉากเป็นเวิลด์พรีเมียมแรกของพระนาง ทำให้เอ๊ะและอันค่อนข้างเกร็งนิด ๆ หลังจากที่อยู่กับพี่เม-โจลิวัลน์ วัลเดิร์นวงษ์ เรียกหัวอู่น่าซักซ้อม จังหวะและบทพูดที่ค่อนข้างจะยาวแล้วที่เริ่มตัวเซ็น



โดยเฉพาะตอนที่อันจะต้องไถ่ขอจัดจนกระซาคตัว เอ๊ะว่าดูมัน ต้องซ้อมกันเป็นเดือน เพราะจะต้องใช้จังหวะที่มันอ่อนละตรงตำแหน่งของมุกกล้องด้วยเพื่อภาพที่สวยงามสมจริง จากนั้นก็เริ่มถ่ายจริงทุกอย่างก็ผ่านไปได้อย่าง

ดี จนถึงจังหวะที่อันจูบเอ๊ะ ซึ่งทั้งคู่จะทำไม่ได้สักที จึงเมื่อดูจากอนิเมเตอร์ก็รู้สึกว่าจะไม่สมจริง ผกก.พีพีพี หมั่นคอยชดเชยการชดเชยโดยต้องเปลี่ยนมุมกล้องใหม่และให้อันกับเอ๊ะต้องซ้อมจังหวะจูบกันอีกรอบ แต่ก็ยังไม่ผ่านอยู่ดี ฉะนั้นฉากจูบจริงในที่สุดเอ๊ะก็ทำไม่ได้จริงๆ ฉากให้งานออกมาดีก็คิดฉีกใจว่าขอชมจริงก็ได้ เนื่องจากฉากให้ภาพออกมาดีและได้อารมณ์ของตัวละครอย่างชัดเจน ที่สำคัญเอ๊ะบอกเกรงใจอันเพราะหลังจากจูบเสร็จอันจะต้องโดนคนซึ่งเอ๊ะก็คบจริงจนอันหันเหิมเข้ามาแล้ว พอเอ๊ะโผล่ไปจูบจริงได้ก็ถึงผู้ใจรวรรวมสมาชิกอีกรอบ อันรีบขอโหมและขออุญญาเอ๊ะก่อนจะเล่นจริง เมื่อมุกที่หมั่นสังเกตกล้องไป อันก็กระซาคเอ๊ะเข้ามาพร้อมกับจูบไปที่ปากของเอ๊ะจริง ๆ เอ๊ะก็พยายามสะบัดก่อนจะหลุดออกมาได้ก็หันมาพร้อมกับสะบัดมือพาเขาไปที่ทำอันคิดว่าจะก่อนจะวิ่งหนีไป ผกก. คราวนี้ภาพและจังหวะทุกอย่างถูกใจ ผกก.พีพีพี เอ๊ะที่หัว

ติดตามได้ในละคร "สามกษัตริย์" วันที่ 6 มี.ค. นี้ เวลา 20.30 น. พงษ์ชอง 2.

HOT SERIES

ถึงคิว 'นก' 'บ๊าระแค้น' 'อ้อม' โดนตบหน้า

ต้องคิดว่าคนจนต้องแล้ว นก... ที่ส่งถ่ายวีรกรรมที่...
เริ่มที่อ้อมนั่งขึ้นน้อย...
อ้อมใหญ่ที่สามารถกำจัดคน...
ออกไปจากชีวิตได้...
ก็ไม่ได้เข้ามาต่อว่าอ้อมเป็นจุด...
เรื่องที่ดีประกาศว่าวันกว่า

โดนตีก็โดนทรมานซะแล้ว ถึงคราว...
ที่ "นก-อินฉัย เปล่งพานิช" ของเขาจับน้องรัก...
"อ้อม-พิศดา อัครเศรณี" ในละคร "อาทิตย์...
ชิงดวง" ทางช่อง 5 บ้าง...
อย่าหวังจากนั้นจะเอา...
ที่นอกรีตได้สะใจจนขาดใจ? ไปดูกัน

เป็นฉากที่ ปานะวี (นก) ทบตบความอด...
ทนกับ รังรอง (อ้อม) ที่ร้องทำลาชกวีอีทาง...
แถมยังไปต่อข่าวเรื่องขอเป็นคู่กับ...
ไรดี (ป-อนุชกร) สร้างความฮับ...
ฮาให้ปานะวีเป็นอย่างมาก ปานะวี...
เดี๋ยวจะฉกฉวยรังรองสักครั้ง

จากนี้ผู้กำกับปุ๊อ-ผอูน...
จันทร์ทวี ออกกองไปถ่ายทำที่ อหาว...
กตท บางรัก พอที่ทีมงานเซตฉาก...
เสร็จ ผอูนก็เรียก นก, อ้อม มาซัก...
ซ้อมตัวบู๊กันที่ งานนี้ ผอูนกำชับให้อ้อมเล่นแสร...
ทั้งฮาอ้อมแบบหวาน ๆ เพราะเป็นครั้งแรกที่อ้อม...
เข้าฉากคนกับนกจริง ๆ อ้อ ๆ หลังฉากกองให้ทั้งผู้

นกตกกระป๋องแล้ว แอ่นฮิปโปเซฟรวร่วมก...
เล่นคู่กับปุ๊อ จนนกหมดความอดทนตบอ้อมจน...
ทรมาน อ้อมได้กลับไปคบกับนกทันที ทรามักทำเอา

เห็นกันจะจะ ว่าอ้อมโดนตีมีอ้อมเข้าไป...
เต็ม ๆ แต่ด้วยสติที่สู้ขยับเขยื้อนไม่ยอม...
หยุด ทั้งอยู่ผลตบมุกแต่คนรับอ้อมตักพัก...
สุดท้ายอ้อมถูกนกจับพร้อมแล้วจะหน้าคับ...
ชุดใหญ่จนอ้อมหมดแรงสู้

และพอ ผอูนสั่งตัด นกก็โผล่เข้าไป...
กอดขอโหมของอ้อมอ้อมทันที ที่พลังมีอ้อมบดก...
อ้อมเต็ม ๆ คิดตามชมฉากตบกันนี้ ๆ ของนก-...
อ้อม ได้ในละคร "อาทิตย์ชิงดวง" กับวันอังคารที่...
24 ก.พ.นี้ 20:25 น. ช่อง 5 ะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นิตยสารทีวีพูล ฉบับ 11-17 กันยายน 2552

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SOAP



หัวใจของเธอเหมือนวงเวียนที่ไร้จุดศูนย์กลาง ทุบกระแทกก่อน กระแทกจนดวงกลมไม่เต็มวง ความรักของเขาทำให้วงเวียน หัวใจของเธอมีจุดศูนย์กลางมั่นคง วงกลมที่วาดขึ้นจากใจสองใจ จึงเป็นวงกลมเต็มวง เป็นรักแท้ที่เต็มเต็มหัวใจทั้งสองใจ

‘พิงกี้’ ประคบปาก ‘เวียร์’ เล่นจริง จูบจริง ใน ‘วงเวียนหัวใจ’

→ พื้นที่ “บุปผชาติ” (สาวิกา ไชยเดช) สาวสวยนักเขียนนอก เดินทางเหยียบแผ่นดินไทย เธอก็ได้ รับข่าวร้ายว่า “วราพงษ์” (พูนภัทร อัดตณิษฐาพล) แฟนหนุ่มที่รักกันมาช้านาน ตัดสินใจแต่งงาน กับ “วีรณี” (กัญญา รัตนเพชร) น้องสาวของพ่อ (ศุภสวัสดิ์ วัฒนารศ) เพราะเศรษฐกิจรุ่งเรืองไปเสียแล้ว “บุปผชาติ” พกพาหัวใจที่บอบช้ำไปนั่งป้อดอารมณ์คนเดียวในผับแห่งหนึ่ง และถูกมีดงาช้างในคราบหนุ่ม นักธุรกิจแอบใส่ยาในเครื่องดื่ม เพื่อล่อลวงเธอไปถ่ายคลิบเพื่อแบงค์สามล้าน

ระหว่างที่บุปผชาติครองสติไม่อยู่เกือบจะถูกพาออกไปจากผับ พ่อพี่ชายของวีรณีเข้าไปช่วยแต่ก็ไม่ได้ทันเวลา แต่ บุปผชาติผิงกายจากจุดจากไม่รู้เรื่อง ทำให้ทุกต้องเปิดท้องทำในโรงแรมให้หญิงสาวนอกพักชั่วคราว ท้องกลางทำกิน อันแสนสิ้น ความรักถูกจุดขึ้นในหัวใจของพ่ออย่างรวดเร็ว เธอรู้ตัวได้แต่ทลุมรักผู้หญิงแปลกหน้าพลก้มเสียแล้ว แต่เมื่อเคารู้ว่าเธอเป็นคนที่รักของน้องเขย ความผิดหวังแต่ผู้ใจของพ่อ ผู้หญิงคนแรกในชีวิตที่เขานึก คิดถึงคือ บุปผชาติ ผู้หญิงที่กำลังจะเข้ามาทำลายครอบครัวของน้องสาวคนเดียวที่เขารักมากที่สุดในชีวิต พ่อคิดได้ว่าเขาพร้อมที่จะทำอะไรก็ตามเพื่อแยกบุปผชาติและวราพงษ์ออกจากกันให้ได้ เพื่อช่วยน้องสาวและ พลาณที่กำลังจะเกิดขึ้นมาให้ มีครอบครัวที่สมบูรณ์ พ่อจึงตัดสินใจบุกไปพบ “นายพลเจียงศักดิ์” (ฐาปกรณ์ ดิษยนันทน์) บิดาของบุปผชาติในพื้นที่ พร้อมรับสารภาพอย่างถูกผู้ชายว่าตนเองได้รู้จักกับ

 <p>พุ่มใหญ่ มหาเศรษฐี เจ้าของไร่ อู่ในคณา พรหม สูญ เสียพ่อแม่</p>	 <p>“ก็เป็น สาวทันสมัย นักเขียนนอก บุคลิกปราด เปรียว มีใจ เป็นลูกสาว</p>
<p>จากอุบัติเหตุ จึงต้องรับบทไว้ที่สืบดู วิธีนี้เองสาวคนเดียวด้วยความรัก เป็นลูกพญาน จิตใจอ่อนโยน และ สามารถเบียดคอกอย่างได้เพียงน้อง ชอบคิดถึงจิตใจของผู้เฒ่ากว่าตัว เองครับ”</p>	<p>คนเล็กของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าฯ มี นิสัยเยาะแยะ คีร์ขาน และขี้ขลาดใส่ ถูกพมใจจากครอบครัวจึงกลายเป็น ผู้รับมากกว่าเป็นผู้ให้ ยึดมั่นและซื่อ สัตย์ในความรักที่มั่นคงวราพงษ์แฟน หนุ่มที่รักกันตั้งแต่สมัยเรียน”</p>

บุปผชาติโดยบังเอิญ ความฝันแยกตัวกันทั้งคู่ทำให้ เกิดได้เสียกันในคืนนั้น เขาจึงมาเพื่อแสดงความ รับผิดชอบด้วยการขอแต่งงานกับลูกสาวคนเล็กของ นายพลา ในที่สุดนายพลา ก็ตัดสินใจเลือกทางที่จะให้บุปผชาติไปอยู่กับคนที่เธอรัก ความผูกพันรอ ทศอยู่เบื้องหน้า ผู้หญิงใจแข็งอย่างบุปผชาติจะยอม ให้อภัยเขาหรือไม่

ละครแนวโรแมนติก-ดราม่า เรื่อง "วงเวียน หัวใจ" ที่ทางค่าย "กันคนา" หยิบนำมาถ่ายทอดเป็น ละครโทรทัศน์ เป็นบทประพันธ์ของ "รจเรข" และนำ มริเยนริยมเป็นบทโทรทัศน์โดย "ธนิชพร อุษภาพ/ กฤติญา สัมฤทธิ์ประสงค์" มอบหมายให้ "ธีระศักดิ์ พรหมเงิน" เป็นผู้กำกับการแสดง

ที่แรกเห็นชื่อเรื่องก็คิดว่าละคร "วงเวียนหัวใจ" จะเป็นละครแนวโรแมนติกสุดแสนจะถูกก๊อกรัก ที่ไหนได้กลับกลายเป็นละครโรแมนติก-ดราม่าเลย ต้องยกกบทั้งนักแสดงมาแบอัดแน่นเต็มจอ ทั้ง พระเอก-นางเอกยอดเยี่ยม และนักแสดงรุ่นเล็กรุ่น ใหญ่อีกเพียบ "เวียร์-ศุภสวัสดิ์ณัฏ, คณธพร, พิงกี- สารีวัช ไซเดช, พล-พูลภัทร อัดตปัญญาล, ลูก ตาล-กัญญา รัตนเพชร, จิ๊บ-คีติภัทร อินติมานนท์, ธราภรณ์ ดิษยพันธ์, ดวงดาว จารุจินดา" ฯลฯ

เริ่มการกระเสมกระด้างแต่ละครยังไม่ทันพอจน นอร์ สี่ทศวรรษละครแนวดราม่า รักโรแมนติก เรื่องนี้ มีมือค่ายละครระดับบิ๊ก "กันคนาฯ" ทางช่อง 7 สี เพราะเรื่องดีเหมือนว่าจะเล่นจริง ตบจริง จูบจริง แบบแก๊งค์หนุ่มๆกันตลอดทั้งเรื่อง "เกะกะ" เลยต้อง ขอจ้างแล้วแปลงกายเป็นสหายสายลับ แล้วเข้ากองฯ หน่อยแล้ว ว่าสิ่งที่เห็นในทีวีเซอร์กับสิ่งที่เค้าว่าสื่อกัน ว่าเลิฟซีกันแบบไม่ยอมใช้เทคนิคเข้าช่วยจะเป็น ความจริงมัย

ต่อให้ต้องฝ่าเชื้อไข้หวัดที่กำลังระบาด กระหม กก็ยอมทำหน้าที่ไม่ได้ขาด รัก "เกะกะ" ซอบ "เกะ กะ" ไม่ต้องไหวดให้เสียตั้งๆ ขอแค่แนะนำอามา ทักทายกันทักทายก็พอใจแล้วครับ 555

อะแหม! วกมกเข้าเรื่องของเราทันต่อตีกว่า

ครับ วันนี้นักว่าจะได้บุกไปแกะรอยลิฟต์ขึ้นสุดหวน ก็ต้องไปไกลถึงเขาใหญ่นั่น แต่พอที่มกทบทวนว่าที่ เลือกโลกอันสุดแสนจะไกลนั้นเพื่อที่จะให้ได้ภาพ บรรยากาศสุดโรแมนติกมากันเป็นอาหารตาให้ ทำผู้ชมกระหมค้อยหายหรือห้อย เอ้า! เริ่ม ภารกิจล่าฝัน เอ๊ย... จะลุยกองฯ กันเลยครับ

วันแรกที่ถ่ายทำกันเป็นฉากที่มีทั้งความวุ่น หวีแอนด์สยิวก็จริงของ "เวียร์-ศุภสวัสดิ์ณัฏ" กับ สาว "พิงกี-สารีวัช" ที่ต้องมาทำหน้าทำตาทำใจเป็นแต่ ดูเหมือนว่างานนี้ "นายเวียร์" จะได้กำไรเพนะๆ กระพ่นน้ำหอมเอ้า... หอมเอ้า แล้วอะไรที่ทำให้ "เวียร์" กระพ่นกับ "สาวพิงกี" ได้ถึงขนาดนี้ ต้องตามไปดู ฉากนี้กันซะหน่อยแล้ว

ที่แรกบอกว่าเป็นเรื่อง "น้องก็" สาวสวยที่เพิ่งโสด หมดๆ เป็นนางเอก ตัวกระหมก็ชอบหัวเอาหัวใจ พองได้บุกป่าฝ่าดงมาไกลถึงเขาใหญ่ หวังมากหาเนื้อ คู่เอจากในกองฯ แต่แหม! ต้มกถูกที่แต่ตีตเวลา มาเจอซินต้าตาบดใจเข้า กระหมเลยอยากจะซัดยา ที่มโรเซะ 10 แมง แต่เพื่อทานผู้่านก็คงต้องยื่นแปลด น้ำตาทำหน้าก็กินต่อไป

ฉากนี้เป็นฉากที่พท (เวียร์) หลอกพอกแต่ของ บุปผชาติ (พิงกี) ว่าเป็นผู้รักและมีความสัมพันธ์ กับแล้วเพื่อต้องการแก้แค้นแทนน้องสาวของตมเอง ทำให้บุปผชาติต้องจำใจอยู่ที่ไรในฐานะภรรยาแบบ ไม่เต็มใจ

บุปผชาติหาทางหนี แต่กลับไม่รอด พท ตามมาทัน เลยแกล้งจับ "พิงกี" หอมโชว์ แสดงความเป็นสามีให้ซาคร (เอ๊าช) ผู้จัดการไว้ดู "พิงกี" ได้แต่ยัด ยุตุตุตกระซากกันอยู่บนรถ แต่ก็ โดนทศแกล้งหลอกอีก

เห็นก็ถูกก็ โรแมนติก ะจนมาคืน งานนี้ผู้กำกับฯ ยอมลงทุนไปฝึกหลักถ่าย ทำก็ถึงโครงการ "บ้าน รีสอร์ททุกที่หา เขาใหญ่"

เพราะได้บรรยากาศที่สุดๆ พอถึงเวลาผู้กำกับฯ ก็ให้ พิงกีซ้อม เพราะถึงเวลาเล่นจริงน้ำตากระหมจะได้ ไม่ต้องไหลพร่าเพื่อ (อ๊ะนี่ส่วนคิวครับ) จะได้เทค เดียวผ่าน

พอถึงคิวที่ "ทอมเวียร์" จะต้องหอมเต็มซาวๆ ของ "สาวพิงกี" พระเอกของเราที่มกหลงทอมแบบ หลอกๆ ผู้กำกับฯ รีบสั่งแบมขัดใจให้ "เวียร์" หอม จจริง ส่วน เล่นสังขระๆ แบบนี้ ทำเอาลิเซ็งๆ เบนไป หน่อยของ "เวียร์" เปลี่ยนเป็นสติแตกพทที่ รีบบอกว่า เธออย่างั้นแล้วเดจจากนั้นก็รีบเดินไปเออๆซิวกับ "พิงกี" กันสองต่อสอง ไม้รู้ว่าแบมให้ว่านให้ "สาวก็" เตรียมทำหน้าที่คู่ตมกันไว้รอ อธิบายให้ "น้องแพนเค้ก" เข้าใจ หลังจากถ่ายฉากนี้เสร็จ หรือเปล่า

หลังจากที่ปรึกษากันเสร็จ พิงกีเดินมาอีกที คราวนี้ททหน้าซีเรียสจริงจังมาก... เลนเอาผู้กำกับฯ "ป้าออด" ตักใจ สงสัยโดนดูนี่แกลิ่งอะไรซะแล้ว พิงกี-พิงกี" เลยบอกว่าความในใจจริงๆ เนียนๆ แลนะ เต็มใจจัดให้ ผู้กำกับฯ บูมว่า รีบส่วนหนึ่ง... จะคอยดู" เลยก๊อกรักกัน

พอเอาจริง "เวียร์" ก็เรียก "พิงกี" ว่าที่รักแล้ว ทำกตังจะเข้าไปกอดเพื่อเป็นการทำโทษที่ที่เธอออก จากบ้าน "พิงกี" ละก็ละจิงหรือ พระเอกของเราเริ่ม ทุทหน้า จินตนาการออกมาจากกอดรัดพิศหวานกับ

อยู่บนรถ ก่อนที่ "เวียร์" จะเกิดอาการมัน ใต้หมอโชว์ให้ "ทอมเอ๊าช" ที่ยืนดูเหตุ- การณ์นั้นศึกษาทไปใส่โทรศัพท์ จับภาพ หอมกอด... หอมพอด กับแบมบีบ เอ... โหอะไรจะเนียนสุดๆ เห็นที่คราวนี้ "ทอม เวียร์" คงต้องเตรียมรับต้นพันจาก หวานใจแล้วละ

ดูจากอารมณ์ หน้าตา "พิง- กี้" แล้ว สมแล้วละกับก๊อกรักด้วยจัด ให้เห็นที่งานนี้ผู้กำกับฯ "ป้าออด" คง ต้องอึ้งกับคุณไปอีกคนใหม่ ทำกัน ไปได้ หวานไม่เกรงใจใครจริงๆ นี่ถ้า ไม่คิดว่าพระเอกของเรื่องมีสวีทซาร์ท หวานใจเป็นส่วนตัวมกอยู่แล้ว คงมีข่าว ปลูกต้นรักกลางกองหมมๆ

โดย... ยิ่งบรรยายยั้งปวดใจ เคืองลูกตา เห็นที่ต้องขอตัวไปกินยา บำรุงหัวใจให้แข็งแรง เตรียมตะลุยกอง ต่อไปในฉบับหน้าดีกว่า แต่ที่สำคัญอย่าลืมติดตามฉากสวีท... วิดีว๊วแบมไม่เกรงใจใครนได้ในละคร "วงเวียนหัวใจ" ทุกวันพุธ-พฤหัสบดี หลัง 8 ทุ่มจากค่า ทางหน้าจอ 7 สี ทีวีเพื่อคุณ เป็นครวัชทุกกระหมใหม่ในฉบับหน้า... ล้อล้อครับ... NOTE

 <p>เรื่องในผม เล่าน่าเป็นนัก เบี้ยวไหน่ม หล่อบาดใจ สาวๆ ทริบ เป็นคนจิต</p>	 <p>เล่นเป็น น้องสาวของ ทศ สุขภาพ อ่อนแอ ไม่ แข็ง แรง บ่อยเป็นโรค</p>
<p>ใจอ่อนไหวตามแบบศิลปิน อ่อนแอ ไม่แข็งแรง โดดไปแน่นอน แม้จะ รักบุปผชาติมากมาย แต่ก็ไม่กล้า ตัดสินใจแก้ปัญหารัก ปลอญให้ ภารดาซึ่งไปเรื่อยๆ ต้องติดตามดู กันนะครับ</p>	<p>หัวโสมกตั้งแต่เด็ก รักและห่วงพี่ ชายมาก ไม่ยอมให้ผู้หญิงคนไหน ได้เข้าไปใกล้ ซื่อซื่อและอ่อนหวานกับ พี่ชายเพียงคนเดียว แต่กับคนอื่น ไม่ให้ร้าย หลังรักราวพธัง คอยตาม หวังหวังอย่างไร้เหตุผล</p>





นิตยสารทีวี่พูล ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม 2552

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SOAP
EXPERIENCE



อรนุช (ไประยา สอนดอกไม้ฯ) ทหญิงสาวสวยผู้มีจิตใจ
สะอาดบริสุทธิ์ราวดอกบัวขาว เธอเสียสละทุกอย่างให้กับ
พี่น้องร่วมบิดา แม่แต่หัวใจรักของตัวเอง แต่ความเสีย
สละของเธอดูเหมือนจะจบสิ้นต่อเมื่อชีวิตของเธอจบลง
เท่านั้น

‘ตอกบัวขาว’ ประเทิมจ่อ ‘นิ่ว’ ปล้ำ ‘ปู’ กระชากเรทติ้ง

➔ เรื่องราวความรักและความกตัญญูของอรนุชจะลงเอยอย่างไร ความดีของอรนุชจะ
สามารถเอาชนะอุปสรรคทั้งหมดได้หรือไม่ ต้องติดตามชมในละคร ‘ตอกบัวขาว’
ละครเรื่องล่าสุดจาก ‘กันตนาฯ’ ที่หยิบบทประพันธ์ของ ‘ธาตุนุชย์’ มากระชากเรทติ้งอีกครั้ง โดย
มอบหมายให้ ‘ธีระศักดิ์ พุทธจันทร์’ มารับหน้าที่กุมบังเหียนกำกับการแสดง

นอกจากเรื่องนี้จะคว้าตัวนางเอกที่กำบังรอยตะแคงความดีตั้งแต่เกิดจากแม่ๆ อย่าง ‘ปู-ไประยา
สอนดอกไม้ สอนเบ็ญจ’ มาประกบคู่กับพระเอกภาคภูมิใจ ‘นิ่ว-วงศกร ปรมัตถ์ถาวร’ แล้ว ยังมีทีมนักแสดง
คนเก่งมาเสริมทัพสร้างสีสันอีกเพียบ ทั้ง ‘แคทเธอริน จีน่า มีคส์’ พูมภัทร อิตตปัญญาพร, ณัฐวัฒน์
เปล่งศิริวิรัตน์, ณิชาภัทน์ ผึ้งแก้ว, นัยนา ปาณี, ชาลิษา งามสรรพ์, วรณษา ทองวิเศษ” ฯลฯ เรียก
ได้ว่ากันตนาจตุรเทพถึงถิ่นจ่อ

เห็นแม่ตัวต้องบอกรักพวทศเดียวไปมาเลยที่เดียวครับ สำหรับละครแนวตลกนี้ เรื่อง ‘ตอกบัว

ขาว” โดย
เฉพาะตลกนี้
“ปู-ไประยา”
เจองานเข้า
อย่างจัง...
เพราะถูก “นิ่ว-
วงศกร” ลงถึง
ขั้นตล่ำ จับ “ปู”
ปล้ำซะหมดแรง
วันนี้กระผมเลย
ลดรทนเทียบ
เรื่องร้องของ
เหล่าบรรดาแฟน



“เรื่องนิ่วรับ
บทเป็น นุช
เป็นหญิงสาว
สวย ที่มีจิตใจ
อ่อนโยน
สุภาพเรียบร้อย
รักพี่รักน้อง แต่ที่สำคัญเป็น
คนดีเสียสละ ซึ่งเป็นพลีศของเรื่อง
นี้เลย ยอมรับว่าเป็นบทที่เล่นยาก
มาก แต่รู้สึกว่ามันท้าทายดีนะ เรื่อง
นี้ปูรู้สึกสนุกที่ได้เล่น และสนุกเพราะ
ตั้งใจเล่นมาก”



“เรื่องนิ่วรับ
บทเป็น พนา
เป็นลูกคน
รวย เอาแต่
ใจตัวเอง ใจ
ร้อน ใจวาม
ขมขื่นเอาชนะ
และชอบบุชที่ปู แต่
ทำไม่รู้จักตัวเอง เป็นเรื่องที่เล่นยาก
มาก อาจจะเพราะเป็นละครแนว
ตลกนี่ เป็นเรื่องราวของความรักที่
ไม่ลงตัว เป็นอะไรที่ต้องเศร้า เช่น
ชอบบุชที่”



นิตยสารสตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นิตยสารสตาร์นิวส์ ฉบับ 7 – 13 ธันวาคม 2552

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายชฎานัท วงศ์มณี เกิดวันที่ 20 มกราคม 2528 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา จากโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในปีการศึกษา 2544 และสำเร็จการศึกษาวารสารศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 1) ในปีการศึกษา 2548 และต่อมาในปีการศึกษา 2551 ได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย