



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์ จำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ ผสมผสานกับทฤษฎีเฟมินิสต์มาประยุกต์ใช้ในบริบทของวัฒนธรรมและสังคมไทย โดยอาศัยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาประมวลสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

วิรัช ลภีรัตนกุล, (2529:75-76) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มากจนอาจกล่าวได้ว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการพูดถึงคำว่า การประชาสัมพันธ์ เมื่อนั้นก็มักจะมีคำว่า "Image" หรือ "ภาพลักษณ์" นี้เข้าไปเกี่ยวข้องอยู่ด้วยเสมอไม่มากก็น้อย การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ และเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานสถาบันหรือองค์การให้มีภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อ ศรัทธา จากประชาชนที่มีต่อตัวองค์การสถาบัน

คำว่าภาพลักษณ์ (Image) ในด้านการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่ไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์การ (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ ซึ่งถูกสร้างให้เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคล หรืออาจเป็นภาพที่เกิดขึ้นเองภายในความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชนทั่วไป

ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีก็ได้ การประชาสัมพันธ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้าง และรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ สถาบัน ให้ดำรงยั่งยืนถาวรต่อไปได้

Kenneth E. Boulding (1975) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์ว่า เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากที่เรารู้จักว่าความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกรอบตัว เนื่องจากมนุษย์เราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถ่องแท้ หากแต่ทำได้เฉพาะ "ภาพ" บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ ต้องตีความหมายหรือให้ความหมายต่างกันไปแต่ละบุคคล ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมไปตามนั้น

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจในเมื่อคนเรามาได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวซึ่งได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยินและได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น แต่ยังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมาย (Make Sense) ด้วย ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective Representation) ของสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับรู้มาเป็นความรู้เชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ (Appearance) ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทนความหมายของการรับรู้ (Perception) คือกระบวนการเกิดมโนทัศน์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีความหมายสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

การเกิดของภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของโบลดิง มุ่งในลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ การรับรู้ ความรู้สึกและการกระทำจนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือจะมีสิ่งที่ถูกสังเกตซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีการแยกแยะลักษณะ ประเภทและความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ โดยสิ่งที่ถูกสังเกตความรู้ที่สร้างขึ้นมานั้นได้ไปเกี่ยวพันกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทศนคติ ค่านิยม เกิดเป็นความ

รู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตเห็น ๗ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกนั้นอาจจะไม่แสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกและเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย (ศิริกุล ลิมส์ัญจร, 2534:8-10)

Daniel J. Boorstin (1973) วิจารณ์เห็นว่าภาพลักษณ์ของบุคคล หรือองค์กร ถือเป็นเรื่องของการปรุงแต่งทั้งสิ้น หรือเป็นเรื่องที่อยู่ในโลกของค่านิยมที่ได้รับแรงเสริมจากความเจริญก้าวหน้าของเทคนิควิทยาการใหม่ ๆ ในปัจจุบัน โดยได้วางเงื่อนไขและลักษณะของภาพลักษณ์ไว้ 6 ประการ ดังนี้คือ

1) ภาพลักษณ์ เป็นการสังเคราะห์ขึ้นอย่างมีแผนงาน (An image is synthetic) นั่นคือมีการสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อความต้องการหรือใช้เพื่อจุดมุ่งหมายบางประการ ประเด็นใหญ่ก็เพื่อสร้างให้เกิดความประทับใจอ่าวงใจอย่างหนึ่งให้กับสาธารณชนทั่วไป

ภาพลักษณ์ ตามความหมายนี้ แยกความแตกต่างระหว่าง "สิ่งที่ปรากฏให้เห็น" กับ "สิ่งที่มีอยู่จริง ๆ" อย่างเช่น "บุคลิกภาพ" ของโฆษกสตรี ที่ดูเชื่อมั่นในตัวเองสูง ปรากฏให้เห็นแก่สาธารณชนทั่วไป อาจแตกต่างออกไปจากลักษณะส่วนตัวของความเป็นคนไม่กล้าแสดงออกของบุคคลนั้น โดยธรรมชาติแล้วประชาชนทั่วไปพร้อมที่จะยอมรับเอาภาพลักษณ์ที่ตาชเห็นให้เห็นอยู่ทั่วไป มาเป็นสิ่งที่อยู่เหนือกว่าความจริงแท้ที่มีอยู่

ปกติแล้ว "ภาพลักษณ์" สามารถถูกสร้าง ปรับแก้ หรือส่งเสริมให้กลายเป็นสิ่งใหม่ได้ จนบางครั้งอาจแตกต่างออกไปจากภาพลักษณ์ดั้งเดิมที่สร้างขึ้นไว้ในความคิดของสาธารณชนแต่เริ่มแรก

2) ภาพลักษณ์ต้องน่าเชื่อถือ (An image is passive) คือ ถ้าสร้างขึ้นมาแล้วประชาชนทั่วไปไม่เชื่อ ก็ถือว่าเอาไปใช้ประโยชน์อะไรไม่ได้ ผู้ส่งเสริมต้องสร้างให้กลายเป็นตัวตนของสถาบัน หรือตัวบุคคลที่ต้องการให้มีภาพลักษณ์นั้น ด้วยความเชื่อมั่นจริง ๆ ยิ่งถ้า "ภาพลักษณ์" นั้นดูสมจริงสมจังก็จะประสบความสำเร็จอย่างกว้างขวางในการบดบังความเป็นมาแต่ดั้งเดิมวิธีการที่ทำให้น่าเชื่อถือที่สุดก็คือการสาธยายสรรพคุณให้น้อยกว่าความเป็นจริง

3) ภาพลักษณ์ควรต้องคงที่ (The image is passive) โดยเหตุที่ "ภาพลักษณ์" ควรที่จะต้องสอดคล้องกับความเป็นจริง ผู้ได้รับการสร้าง "ภาพลักษณ์" จะถูกคาดหวังให้ทำตัวไปกันได้ดีกับภาพลักษณ์ที่สร้างให้ ไม่ใช่ว่าจะต้องพยายามอย่างหนัก เพื่อไปให้ถึงหรือรักษาภาพลักษณ์เกี่ยวกับตัวเองในสายตาประชาชน ส่วนผู้ที่เปิดรับต่อภาพลักษณ์นั้นก็ควรที่จะรับหรือไปกันได้ดีกับภาพลักษณ์นั้น ซึ่งความสัมพันธ์ทั้งหลายเหล่านี้ ค่อนข้างจะคงที่

4) ภาพลักษณ์ต้องมีความเด่นชัดและเป็นรูปธรรม (The image is vivid and concrete) นั่นคือช่วยสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ได้ดีที่สุดด้วยการเข้าอารมณ์หรือดึงดูดความรู้สึกอย่างเช่น โฆษกสตรี ที่มีบุคลิกลักษณะน่าเชื่อถือ เฉลียวฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีเสียงที่ไพเราะน่าฟังพูดได้อย่างถูกต้องชัดเจน หน้าตาทำทงน่าเลื่อมใสศรัทธา

5) ภาพลักษณ์ควรมีความเรียบง่ายมากกว่าสิ่งที่เป็นตัวแทน (The image is simplified) ต้องไม่รวมเอาแง่มุมที่ไม่พึงประสงค์หรือซับซ้อนมาพูดถึง อาจใช้สัญลักษณ์มาเป็นตัวบ่งชี้ความหมายของลักษณะสิ่งที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อช่วยให้การนำเสนออย่าง และสามารถจดจำได้ง่าย ดังนั้นภาพลักษณ์ที่มีประสิทธิผลมากที่สุดจึงต้องมีลักษณะพื้น ๆ แต่มีเอกลักษณ์พอที่จะจดจำได้ดี

6) ภาพลักษณ์ควรให้ความหมายเป็นนัย (The image is ambiguous) คือเป็นอะไรก็ตามที่อยู่ระหว่างจินตนาการและประสาทสัมผัส ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง หรืออีกนัยหนึ่ง ควรมีความคลุมเคลือเหลือให้เป็นส่วนของการตีความหมายแก่บุคคลผู้รับสาร

จะเห็นได้ว่า จากมิติทั้ง 6 ด้าน ของการนำเสนอภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับของสาธารณชนนั้น น่าจะต้องพิจารณาในบริบทที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับเงื่อนไขและค่านิยมทางสังคมหรือกลุ่มอาชีพ ในกรณีของโฆษกสตรีการทำงานในฐานะที่เป็นโฆษกหรือรองโฆษกในหน่วยงานราชการย่อมต้องอยู่ภายในกรอบของราชการที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ ยังต้องขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและการเมืองอีกด้วย (นางนุช สิริโรจน์, 2537:17-20)

ในการวิจัยนี้ ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรี หมายถึง ภาพรวมของโฆษกสตรีซึ่งแบ่งได้เป็น

3 ลักษณะ คือ

1. ภาพที่โฆษกสตรีมีต่อตนเอง
2. ภาพที่สื่อมวลชนมีต่อโฆษกสตรี
3. ภาพที่ประชาชนทั่วไปมีต่อโฆษกสตรี

สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการสะท้อนภาพของโฆษกสตรีในหน่วยงานของรัฐในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากต้องทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันในฐานะของผู้ให้ข่าวและผู้หาข่าว

2. ทฤษฎีเฟมินิสต์

ทฤษฎีเฟมินิสต์นี้ ให้นิยามในการต่อสู้และเรียกร้องเพื่อได้มาซึ่งสิทธิที่เสมอภาคกันระหว่างหญิงและชาย โดยมีที่ศนะมาจากจุดยืนที่ว่า ผู้หญิงเป็นมนุษย์ที่มีศักดิ์ศรีและเสมอภาคเท่าเทียมกับผู้ชายทั่วไปในด้านสิทธิและโอกาสทางสังคม มีอิสระและเสรีภาพทางความคิด การกระทำ รวมทั้งการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง (Astre, 1988:11 อ้างใน สุวรรณี กัลยาณสันต์, 2536:9)

ทฤษฎีเฟมินิสต์ส่วนใหญ่จะมีลักษณะหลัก ๆ ร่วมกันดังนี้

1. ขึ้นันถึงความสัมพันธ์ที่เสมอภาคกันระหว่างหญิง - ชาย โดยที่ฐานะซึ่งด้อยกว่าของผู้หญิงควรจะได้รับการเปลี่ยนแปลง
2. ตัดค้านความเชื่อที่ว่าการที่ผู้หญิงมีฐานะด้อยกว่าชาย เป็นสิ่งที่เป็ธรรมชาติปกติและเป็นที่ยอมรับปรารถนาในสังคมมนุษย์
3. การหยิบยกประวัติศาสตร์ทั้งหมดและสังคมมนุษย์ในอนาคตขึ้นมาตั้งเป็นคำถามเพื่อหาคำอธิบาย
4. ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมโลก และความสัมพันธ์ระหว่างหญิง - ชาย เพื่อที่มนุษย์ทุกคนจะได้มีโอกาสทำตามศักยภาพของตนเองในฐานะที่เป็นมนุษย์ได้มากขึ้นดังความต้องการ

5. ประกอบด้วยความหลากหลายของการกระทำในทางการเมือง แต่ก็ต่างมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างหญิง - ชาย โดยให้ผู้หญิงสามารถควบคุมชีวิตของตนเองได้ ไม่ต้องขึ้นอยู่กับผู้ชายและปลดปล่อยจากพันธนาการทั้งหลายในสังคมมนุษย์ ตลอดจนการได้มาซึ่งความมีอำนาจในทางการเมืองเศรษฐกิจ

6. ข้อเสนอต่าง ๆ ที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมักจะได้รับการต่อต้าน (Ramazanoglu, 1989:6 - 9 อ้างใน สุวรรณีย์ กัลยาณสันต์, 2536:9)

สำหรับความหมายที่แท้จริงของคำว่า "เฟมินิสต์" ซีมอน เดอบัวว์วอร์ (Simon de Beauvoir) นักทฤษฎีเฟมินิสต์ที่มีชื่อเสียงชาวฝรั่งเศส ผู้เขียนหนังสือชื่อ "เพศที่สอง" (The second sex) ได้ให้นิยามไว้ว่า "เฟมินิสต์หมายถึงผู้หญิงหรือผู้ชายก็ได้ที่ต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพของสตรี" และแน่นอนว่าการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็นต้องสัมพันธ์กับการต่อสู้บางอย่างอื่น ๆ เช่น การต่อสู้ทางชนชั้น แต่ทว่า มีลักษณะเป็นอิสระ โดยที่การเปลี่ยนแปลงสภาพของสตรีจะต้องไม่เป็นรอง หรือต้องไปขึ้นต่อการเปลี่ยนแปลงทางชนชั้นหรือการเปลี่ยนแปลงอย่างอื่น ๆ

3. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสตรีไทยในสังคม

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า ฐานะของผู้หญิงไทยในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบอบศตวรรษหลังนี้ ซึ่งผลให้บทบาทของผู้หญิงไทยขยายอย่างกว้างขวางในสังคมโดยทั่วไปทั้งในชนบทและในเมือง บทบาทที่เพิ่มขึ้นนี้เกิดจากการขยายตัวในหลาย ๆ ด้านที่สำคัญ คือ เศรษฐกิจวัฒนธรรมและการเมือง และผลกระทบที่มีต่อผู้หญิงในเมืองมากกว่าในชนบท บทบาทเหล่านี้เพิ่มขึ้นตามสิทธิและหน้าที่ที่เพิ่มขึ้นมาในสังคมและจะเห็นข้อที่เปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างชัดเจน โดยเปรียบเทียบกับบทบาทของผู้หญิงในอดีต

การเปลี่ยนแปลงสภาพและบทบาทของผู้หญิงนั้น เกิดขึ้นในสังคมเมืองมากกว่าการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและเห็นได้ชัดคือการที่ผู้หญิงโสดและแม่บ้านต้องออกทำงานนอกบ้าน แสดงให้เห็นถึงความกล้าหาญของผู้หญิงในการก้าวออกไปสู่โลกภายนอก เพื่อที่จะทำหน้าที่ผู้บำรุงเลี้ยงดูสมาชิก และการที่ผู้หญิงได้พิสูจน์ว่าตนเองมีความสามารถเอาชนะความกลัวต่อการออกจากบ้านนั้น นับว่าเป็น "ก้าวสำคัญสู่ยุคใหม่" และการก้าวออกไปสู่โลกภายนอกการได้พบได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ

จากการศึกษา จากประสบการณ์ของตนเอง และการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและสภาพเศรษฐกิจ ทำให้โฉมหน้าของผู้หญิงไทย โดยเฉพาะในเมืองแตกต่างอย่างมากจากผู้หญิงไทยในอดีต และนำมาซึ่งบทบาทใหม่ ๆ อย่างมากมาย

ในสมัยก่อนอาชีพรับราชการนั้น นับว่าเป็นอาชีพที่มีรายได้สูง สามารถที่จะเลี้ยงครอบครัวและบริวารได้จนมีคำกล่าวที่ว่า "สิบพ่อค้าไม่เท่าพระยาเลี้ยง" แต่ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจไม่ได้เป็นแบบเดิม ค่าครองชีพสูงขึ้น แม่บ้านและลูกผู้หญิงจะต้องออกทำงานนอกบ้าน เพื่อหารายได้ช่วยครอบครัว การอบรมสั่งสอนและการถ่ายทอดทางสังคมจึงเปลี่ยนแปลงไป หันมาขอร้องผู้ที่ทำงานและให้คุณค่าแก่แรงงานมากขึ้น การศึกษาทำให้ผู้หญิงไทยมีโอกาสนในการประกอบอาชีพเท่าเทียมกับชาย ในปัจจุบันจึงปรากฏว่ามีผู้หญิงที่เป็นเอกอัครราชทูต ผู้ว่าราชการจังหวัด แพทย์ นักกฎหมาย สถาปนิก วิศวกร และทำงานในระดับบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านวิชาการจะพบผู้หญิงมากกว่าผู้ชายเสียอีก โดยเฉพาะอาจารย์ในมหาวิทยาลัย ตัวอย่างเช่น คุณทัศนีย์ บุณยาค นางจรูญศรี ทวีปรีช แพทย์หญิง ชนิกา ตูจินดา ผู้พิพากษาหญิงจรรยาดี ดันตยาคม รศ. วิมลศิริ ชำนาญเวช ดร.นงลักษณ์ พิณยนิติศาสตร์ ดร.นงเยาว์ ชัยเสรี คุณหญิงจินตนา สศสุนทร รศ.นิศา ชูโต เป็นต้น

จากการสำรวจของสำนักงานข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ในปี พ.ศ. 2537 ถึงจำนวนข้าราชการในสังกัดกระทรวง ทบวง และส่วนราชการอิสระ (ยกเว้นกระทรวงกลาโหม) พบว่า ณ ปัจจุบันมีจำนวนข้าราชการพลเรือน 345,553 คน ในจำนวนนี้เป็นข้าราชการหญิง 189,469 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 54.8 ในจำนวนข้าราชการหญิงดังกล่าวมีผู้หญิงที่ดำรงตำแหน่งข้าราชการระดับ ที่ 9-11 เพียง 44 คน หรือเพียงร้อยละ 10 ในขณะที่ข้าราชการชายดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับเดียวกัน 392 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 90 ในตำแหน่งทั้ง 11 ระดับ พบว่าในระดับที่ 1-3 มีจำนวนข้าราชการหญิงมากกว่าข้าราชการชาย คิดเป็นอัตราร้อยละ 60 ส่วนในระดับตำแหน่งที่ 4 ขึ้นไป ข้าราชการหญิงมีจำนวนน้อยกว่าข้าราชการชายทุกระดับ สะท้อนให้เห็นว่า ในการแข่งขันต่าง ๆ ของระบบราชการจะให้ความสำคัญกับเพศที่เชื่อว่ามีความแข็งแรงมากกว่า การพิจารณาความสามารถและเหมาะสมทางภูมิปัญญา ในการพิจารณาเลือกสรรให้บุคคลดำรงตำแหน่งใดถ้าหากคู่แข่งกันเป็นเพศหญิงกับเพศชาย ในกรณีที่เพศหญิงมีความสามารถสูงกว่าเพศชายเล็กน้อย โอกาสที่เพศชายจะได้รับการมอบหมายหรือได้รับแต่งตั้งจะมีมากกว่า

สำหรับบุคลากรศึกษา พบว่าข้าราชการหญิงและข้าราชการชายที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนใกล้เคียงกันคือ 44,358 คน ต่อ 43,093 คน ส่วนปริญญาโท ก็มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ 3,256 คน ต่อ 4,822 คน แต่สำหรับปริญญาเอกมีสัดส่วนที่ค่อนข้างต่างกันมากคือ 131 คน ต่อ 433 คน (ไทยรัฐ, 14 พฤศจิกายน 2537 หน้า 5)

บทบาททางการเมืองของผู้หญิงไทยก็มีแนวโน้มที่จะมากขึ้นจะเห็นได้จากอดีตและปัจจุบัน มีผู้หญิงได้รับการเลือกตั้งเข้ามาเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหลายคน นอกจากนี้ยังมีผู้หญิงดำรงตำแหน่งสำคัญ ๆ ในทางการเมืองถึงระดับรัฐมนตรีและบทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการอยู่เบื้องหลังกิจการต่าง ๆ ทั้งในและนอกวงราชการ โดยทำหน้าที่เป็นผู้ติดต่อทบทวนสร้างความสำเร็จตลอดจนเป็นผู้กระตุ้นการวินิจฉัยสั่งการในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับสามี ลูก ญาติพี่น้อง ซึ่งบทบาทด้านนี้มีผลทั้งที่เป็นคุณและโทษแก่สังคม

ในด้านอุตสาหกรรมนั้น ปัจจุบันแรงงานหญิงเข้ามามีบทบาทสำคัญเท่าเทียมกับแรงงานชาย กล่าวคือแรงงานหญิงเข้ามามีบทบาทในกิจการทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมพบว่าแรงงานหญิงมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างมาก อุตสาหกรรมบางประเภทมีแรงงานหญิงมากกว่าชาย อาทิเช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหาร กระป๋อง เป็นต้น จากรายงานผลการสำรวจแรงงานทั่วราชอาณาจักรของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เดือนสิงหาคม 2534 ปรากฏว่าในจำนวนกำลังแรงงานทั้งหมดนั้น มีแรงงานหญิงอยู่ประมาณ 14,327,000 คน (สถานการณ์แรงงานไทย, 2536)

จากสถิติจำนวนแรงงานหญิงของสำนักงานสถิติแห่งชาติดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแรงงานหญิงมีจำนวนมาก ในบางกรณีอัตราค่าจ้างแรงงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบรรดาผู้ประกอบการที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่จะเป็นหญิง ทั้งนี้เพราะในด้านสิทธิทางกฎหมายผู้หญิงก็ได้รับเพิ่มขึ้นจนไม่ใช่นออุปสรรคต่อการประกอบอาชีพเท่าใดนัก นอกจากนี้ ในอาชีพทางด้านบริการต่าง ๆ จะพบพนักงานผู้หญิงมากกว่า โดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เห็นว่าผู้หญิงมีบทบาทมาก บุคลิกลักษณะนิสัย ตลอดจนความงามของผู้หญิงไทย นาฏศิลป์ไทย เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตลอดมา

จะเห็นได้ว่านอกเหนือจากงานที่เป็นงานเฉพาะผู้หญิงแล้ว ผู้หญิงยังทำงานในด้านต่าง ๆ ได้ทัดเทียมกับบุรุษ มีงานหลายประเภทที่สำเร็จด้วยผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ เช่น งานแกะสลักไม้ การทำร่ม เครื่องหิน เงิน ทอง เป็นต้น งานศิลปะเหล่านี้แต่เดิมเป็นของบุรุษ แต่ปัจจุบันผู้หญิงก็มีส่วนร่วมด้วยอย่างมาก



4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นบทบาทของสตรี สามารถสรุปได้เป็น 2 แนวดังนี้

- 4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพและการทำงานของผู้หญิงในสังคมไทย
- 4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพและบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชน

4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพและการทำงานของผู้หญิงในสังคมไทย

บุญเดิม ไพเราะ (2519) ได้วิจัยเรื่อง "สถานภาพและบทบาทของสตรีในสังคมไทย" พบว่า ตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา รัตนโกสินทร์ตอนต้น สถานภาพและบทบาทของสตรีทั้งในครอบครัวและสังคมยังคงต่ำกว่าบุรุษมาก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าสตรีในครอบครัวชั้นสูงจะมีบทบาทและสถานภาพที่ดีกว่าสตรีในครอบครัวสามัญ ขณะที่บทบาทและสถานภาพของสตรีในสังคมเมืองเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นในปัจจุบัน เพราะการศึกษาที่สูงขึ้น แต่สตรีในสังคมชนบทยังคงดำเนินตามประเพณีดั้งเดิม

ผลการวิจัยของ นันทนีย์ ไชยสุต (2520) เรื่อง "การสำรวจสถานภาพของสตรีไทยในชนบท" ใน 2 จังหวัด คือ ลำปางและฉะเชิงเทรา พบว่า ความคิดเห็นของหัวหน้าครอบครัว ร้อยละ 85 เห็นว่าสามีและภรรยาควรร่วมกันรับผิดชอบต่อครอบครัวเท่าเทียมกันและเห็นด้วยที่จะให้ผู้หญิงก้าวเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น ส่วนทัศนคติของสตรีเกี่ยวกับสถานภาพของตนเองนั้น คิดว่าตนไม่เท่าเทียมชาย แต่หวังภาระทางเศรษฐกิจจึงจำเป็นต้องช่วยทำงานหาเลี้ยงครอบครัว

ต่อมา ธัญญา ประภาสโนบล (2523) สนใจศึกษาถึง "สถานภาพของสตรีในประเทศที่กำลังพัฒนาต่าง ๆ ทั้งในทวีปเอเชีย แอฟริกา และลาติน อเมริกาในอดีตและปัจจุบัน" ได้พบว่า สถานภาพของสตรีจะต่ำกว่าบุรุษ ศาสนาและลัทธิอาณานิคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จำกัดบทบาทและกีดกันการพัฒนาสตรี แม้ในปัจจุบันกฎหมายของประเทศต่าง ๆ จะกำหนดสิทธิและความเสมอภาคของบุรุษและสตรีไว้อย่างเท่าเทียมกันแต่ในทางปฏิบัติแล้ว สตรียังคงมีฐานะที่ด้อยกว่าส่วนในด้านการศึกษาก็เช่นกัน แทบทุกประเทศมีค่านิยมที่จะส่งเสริมให้บุตรชายได้เรียนมากกว่าบุตรสาว

ในปีเดียวกันนั้นได้มีการวิจัยเรื่อง "การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสตรีไทยทั่วประเทศเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและบทบาท ระดับความสามารถด้านต่าง ๆ ของสตรีไทยในปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้า สรุปผลจากการวิจัยได้ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งเคยเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสตรีในอดีตและปัจจุบันมีแนวโน้มดีขึ้นในอนาคต อนาคตต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้หญิงลดน้อยลงไม่ว่าจะเป็นด้านของการพึ่งตนเอง การคบเพื่อน การเลือกคู่ครอง และในการที่จะช่วยพัฒนาสตรีให้มีความพร้อมในการดำรงชีวิตได้อย่างทัดเทียมผู้ชายนั้น ส่วนหนึ่งได้ใช้กลุ่มสตรีที่มีความพร้อมสูงในด้านใดด้านหนึ่ง ไปช่วยเสริมสร้างความพร้อมในส่วนที่ยังพร่องอยู่ของสตรีที่ด้อยโอกาสกว่า

จากงานวิจัยเหล่านี้จะเห็นว่า ข้อมูลเมื่อ 10 กว่าปีก่อนนั้นและอดีตที่ผ่านมา สถานภาพของผู้หญิงนับว่ายังคงด้อยกว่าผู้ชายมาก ทั้งในประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย แต่ก็มี ความพยายามในหลายด้านที่จะช่วยกันพัฒนาให้ความด้อยนั้นลดน้อยลงเรื่อย ๆ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านกฎหมาย สังคม และสถานภาพการทำงาน (พิชณี เชาจรรรยา, อุดลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต, 2536:20)

จิตรกร หล่อสุวรรณรัตน์ (2529) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ "ปัจจัยเกื้อหนุนความก้าวหน้าของข้าราชการพลเรือนสตรีไทย" โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นข้าราชการพลเรือนสตรีตำแหน่งนักบริหารระดับสูง คือ ระดับปลัดกระทรวง รองปลัดกระทรวง อธิบดี และรองอธิบดี หรือเทียบเท่า (ระดับ 9 ขึ้นไป) ได้พบว่า ในด้านของสถานภาพของสตรีในระบบราชการนั้น แม้โอกาสทางนิตินัยจะไม่มี การจำกัดสิทธิในการสมัครงานและดำรงตำแหน่ง แต่โดยทางพฤตินัยแล้ว

ก็ยังมีทางเลือกปฏิบัติต่อสตรีอยู่ในบางตำแหน่ง โดยเฉพาะโอกาสที่จะก้าวหน้าของสตรีในการทำงานจนถึงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงได้แล้วนั้น ส่วนมากผู้หญิงจะต้องทำงานหนักหรือทำตัวให้เก่งกว่าจึงจะถูกมองเห็นความสามารถและได้รับการยอมรับ ส่วนปัจจัยที่ส่งเสริมโอกาสความก้าวหน้าของข้าราชการสตรีนั้น ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ความรู้ดี ประสบการณ์ รู้จักพัฒนาความรู้ความสามารถ สภาวะทางครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ สรุปแล้วจากข้อมูลการวิจัยจะพบว่า ผู้หญิงสามารถจะมีสถานภาพที่ดีและมีโอกาสที่ก้าวหน้าได้ แต่จะต้องมีความสามารถสูง และมีส่วนประกอบอื่น ๆ เสริมด้วย เช่น มีผู้สนับสนุนช่วยพัฒนา สภาวะทางครอบครัวดี จึงจะเข้าถึงโอกาสที่ตนนั้นได้

พจน์ เชยจรรยา เมตตา กฤตวิทย์ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ ประทุม ฤกษ์กลาง (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ภาพพจน์ของนักรการเมืองสตรีระดับศึกษาเปรียบเทียบกับภาพพจน์จากการรับรู้ของตนเองของประชาชนและการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์" ได้ผลสรุปจากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ว่า ชาวไทยกับ ส.ส.หญิง ส่วนใหญ่พบมากที่สุดคือลัทธิขบถ ร่องลงมาได้แก่ ชาว คอรัปชั่นประจำ บทความ และภาพประกอบ ตามลำดับ การนำเสนอข่าวของนักรการเมืองสตรีระหว่างหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน นอกจากนั้นยังมีลักษณะการนำเสนอเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ สำหรับการสำรวจทัศนคติของประชาชนพบว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นคุณสมบัติที่เด่นที่สุดของ ส.ส.หญิง และคุณสมบัติที่เป็นข้อด้อยที่สุดคือความเจ้าชู้ ภาพพจน์เกี่ยวกับความสามารถในการแสดงออกนั้น ประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ส.ส.หญิง มีความสามารถในการแสดงออกด้านงานการกุศลมากที่สุดและมีบทบาทด้านสังคมสงเคราะห์มากกว่าบทบาททางนิติบัญญัติ สำหรับภาพพจน์เกี่ยวกับผลงานของ ส.ส.หญิงนั้น ประชาชนส่วนใหญ่พบว่า ส.ส.หญิงมีความเด่นในเรื่องเกี่ยวกับสตรีและเด็ก ร่องลงมาคือเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพศของผู้ตอบแบบสอบถามและการเคยมีส่วนร่วมทางการเมืองมีผลต่อภาพพจน์โดยทั่วไปของนักรการเมืองสตรี นอกจากนี้ ผู้ที่มีรายได้สูงมีการศึกษาสูงและมีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งจะรู้จัก ส.ส.หญิง มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำและมีการศึกษาต่ำกว่า รวมทั้งผู้มีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยครั้งกว่า

ผลการสัมภาษณ์ ส.ส.หญิงแบบเจาะลึกพบว่า ส.ส.หญิงยอมรับว่าบทบาทการทำงานของ ส.ส.หญิงนั้นเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก เรื่องวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมากกว่าด้านอื่น ๆ โดย

เห็นว่าผู้หญิงมีอุปนิสัยและบุคลิกเหมาะกับงานดังกล่าว รวมทั้งมีความรู้และเข้าใจปัญหาในด้านดังกล่าวมากกว่า ส.ส.ชาย ในด้านความคาดหวังต่อการเป็น ส.ส.หญิงนั้น ส.ส.หญิงมีความเห็นว่าผู้หญิงควรได้รับการเลือกตั้งมากขึ้นและแสดงบทบาทของตนเองให้มากขึ้นเท่าเทียมกับ ส.ส.ชาย

ภาพรวมจากการศึกษาทั้ง 3 แนวทาง พบว่าภาพพจน์ต่อ ส.ส.หญิงในบทบาททางการเมืองจะเด่นในเรื่องสตรีและเด็ก รองลงมาคือ วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนี้การรู้จักชื่อเสียงบทบาทของ ส.ส.หญิง ของประชาชนขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งของการอ่านหนังสือพิมพ์ และเป็นไปตามแนวโน้มการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ด้วย ขณะเดียวกันภาพพจน์ที่ประชาชนมีต่อ ส.ส.หญิง และภาพพจน์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอต่อสื่อมวลชนสอดคล้องกับภาพพจน์ที่ ส.ส.หญิง มีต่อตนเอง และ ส.ส.หญิงอื่น ๆ ซึ่งถึงแม้จะเป็นไปอย่างเป็นกลางและบวกมากกว่าลบ แต่ก็สะท้อนอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ทางการเมืองอันเนื่องมาจากความเป็นผู้หญิง

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับสถานการณ์และบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชน

Siriporn Skrobanek and Mantana Ithinanthachai (1986) ได้วิจัยเรื่อง "ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน" ผลการวิจัยพบว่า ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีหน้าผู้หญิง (ไทยรัฐ และ เดลินิวส์) ข่าวนักผู้หญิงที่ตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงทางเพศมักปรากฏเป็นข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด ส่วนในหน้าผู้หญิงซึ่งมีผู้หญิงเป็นบรรณาธิการ จะนำเสนอข่าวนักผู้หญิงในเชิงบวก แต่เนื้อหาในคอลัมน์ที่เกี่ยวกับผู้หญิง จะแสดงให้เห็นถึงบทบาทดั้งเดิมของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าของความเป็นหญิง พรหมจารี หรือต้องเป็นผู้หญิงที่มีความอดทนและคอยปรนนิบัติสามี ถึงแม้ว่าสามีจะไปมีผู้หญิงอื่น และปฏิบัติกับตนไม่ดีก็ตาม ซึ่งนับเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าของผู้หญิง และยิ่งทำให้ผู้หญิงจำนวนมากคิดว่าตนเป็นเพศที่ด้อยกว่า

รัชราพร นีรนาทรังสรรค์ (2529) ได้วิเคราะห์เกี่ยวกับ "บทบาทของสตรีในหน้าหนังสือพิมพ์" และพบว่า ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ เนื้อหาที่เป็นข่าวเรื่องผู้หญิง ทั้งที่เป็นข่าวและภาพข่าวมีน้อยมาก โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจะนำเสนอในปริมาณที่สูงกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ แต่ข่าวและภาพส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่ก้าวร้าว และเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องของอาชญากรรม โดยผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในข่าวอาชญากรรมมักมีบทบาทเป็นผู้กระทำการ และถูกกระทำทางด้านร้าย

แทบทั้งสิ้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการถูกข่มขืนกระทำชำเราหรือถูกขูดกรรม ดังนั้นภาพลักษณ์ และทัศนคติต่อผู้หญิงในหนังสือพิมพ์ที่สะท้อนให้ผู้อ่านเห็น จึงเป็นเรื่องในด้านลบที่มองผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นเพียงเครื่องรองรับอารมณ์ของเพศชาย และยังมีความโง่เขลา โดยข่าวข่มขืนกระทำชำเราส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการหลงเชื่อและถูกหลอกโดยง่ายค้ายของผู้หญิง ส่วนเนื้อหาที่น่าเสนอในหน้าผู้หญิงนั้น เป็นเนื้อหาในด้านบวก แต่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นข่าวสังคม และข่าวชู้บชู้ โดยเนื้อหาในบางประเภทเช่นการตอบปัญหาต่าง ๆ ได้สะท้อนภาพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ดี โดยเฉพาะในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งให้ความสำคัญกับเนื้อหาประเภทนี้มักจะสะท้อนภาพของผู้หญิงว่าเป็นคนโง่เขลาเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาต่าง ๆ ที่ประกอบปลุกย่อยในหน้าผู้หญิงก็จำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะในส่วนของแม่บ้านงานเรือน การเสริมสวย แฟชั่นเครื่องแต่งกาย จนกลายเป็นภาพของผู้หญิงที่ติดอยู่ในความรู้สึกของผู้อ่านมากขึ้น

นพรัตน์ วงศ์กลุฑ (2531) ได้วิจัยเกี่ยวกับ "โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย" พบว่า ผู้หญิงในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์จะถูกจำกัดให้แสดงบทบาทของผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพมากที่สุด รองลงมาได้แก่ บทบาทของแม่บ้านหรือแม่ศรีเรือน บทผู้หญิงทำงาน และบทบาทของแม่ ตามลำดับ จากภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่เป็นผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพ ซึ่งถูกนำเสนอมากที่สุดนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการสนับสนุนค่านิยมและความเชื่อที่ไม่ถูกต้องให้กับผู้หญิงว่าความงามเป็นสิ่งจำเป็นสูงสุดในชีวิต และยังถือเป็นการลดคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้หญิงด้วย

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2533) ได้วิเคราะห์ "คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย" พบว่า บทบาทและสถานภาพของสตรีไทยในครอบครัว สังคม และความรัก ในช่วง พ.ศ. 2494 - 2516 และช่วง พ.ศ. 2516 - 2530 แตกต่างกันตามการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองภายในประเทศ และอิทธิพลจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามสตรีไทยยังคงต้องรักษาบทบาทในครอบครัวพร้อมกับการมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในสังคม

บงกช เสวตามร์ (2533) สนใจศึกษาเรื่อง "การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย : กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ในปี พ.ศ. 2528 - 2530" สรุปว่า คลังแห่งความรู้เกี่ยวกับผู้หญิงของสถาบันภาพยนตร์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก ผู้ผลิตยังคงเห็น

ว่าผู้หญิงต้องด้อยกว่า อ่อนแอกว่า และเป็นฝ่ายเสียเปรียบผู้ชาย และยังต้องการให้บทบาททางสังคมของผู้หญิงเป็นเช่นเดิม คือ แม่ควรให้ความสำคัญกับลูกมากกว่าตนเอง ภรรยาต้องยอมอยู่ในอาณัติของสามีและไม่เป็นฝ่ายเรียกร้อง หญิงชายบริการทางเพศยังคงภาพพจน์เป็น "หญิงคนชั่ว" ซึ่งจะลงเอยด้วยความทุกข์เสมอ ส่วนผู้หญิงแกร่งต้องไม่เก่งเกินชาย หรือฝ่าฝืนมติของสังคมซึ่งกำหนดโดยผู้ชาย ไม่เช่นนั้นจะถูกกำจัดออกจากสังคม

สุพัตรา ศิริมังคะลา (2534) ได้ศึกษาถึง "การศึกษาบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณา" พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เห็นว่าบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ปัจจุบันยังคงเป็นบทบาท แม่/แม่บ้าน ผู้หญิงทำงาน และบทบาททางเพศ อย่างไรก็ตาม การนำเสนอบทบาทของผู้หญิงในงานโฆษณาปัจจุบันมีแนวโน้มให้ความสำคัญ เรื่องการแสดงความคิดเห็นและความสามารถของผู้หญิงมากขึ้นกว่าในอดีต ประชากรส่วนใหญ่เห็นว่าบทบาทของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในงานโฆษณามีส่วนต่อการสร้าง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาบทบาทของผู้หญิงในสังคม นักสร้างสรรค์งานโฆษณาส่งเสริมยังคงนำเสนอภาพผู้หญิงในงานโฆษณาในบทบาทของ แม่/แม่บ้าน ผู้หญิงทำงาน และบทบาททางเพศ เหมือนในอดีต แต่มีบทบาทของผู้หญิงยุคใหม่เพิ่มมากขึ้น

งานวิจัยเกี่ยวกับสถานภาพและบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชน ดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า ชาวผู้หญิงจะได้รับความสำคัญและปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ได้ก็ต่อเมื่อผู้หญิงถูกทำร้ายหรือเป็นภาพลักษณ์ของผู้หญิงในเชิงลบ ส่วนภาพในเชิงบวกจะปรากฏเฉพาะในหน้าสตรีเท่านั้น ดังนั้นข่าวที่ผู้หญิงถูกข่มขืนกระทำชำเรา มักได้รับความสำคัญและปรากฏให้เห็นอยู่ในหน้าหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในเชิงบวกที่ปรากฏในหน้าสตรีนั้น จะแสดงให้เห็นถึงบทบาทดั้งเดิมของผู้หญิงในฐานะของความเป็นแม่ และเมียที่ดี เป็นหญิงพรหมจารีและมีเนื้อหาที่จำกัดขอบเขตของผู้หญิงให้อยู่ในปริมาตรภายในบ้าน หรือเป็นเพศที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความงาม สำหรับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในภาพยนตร์นั้น เป็นภาพของผู้หญิงที่ยังคงต้องเป็นฝ่ายเสียเปรียบ อ่อนแอและด้อยกว่าผู้ชาย ส่วนภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในงานโฆษณา ส่วนใหญ่จะเป็นภาพของผู้หญิงที่สวยงามแต่ไร้อาชีพ ซึ่งแสดงความหมายโดยนัยว่าผู้หญิงเป็นเสมือนเพียงวัตถุทางเพศเท่านั้น

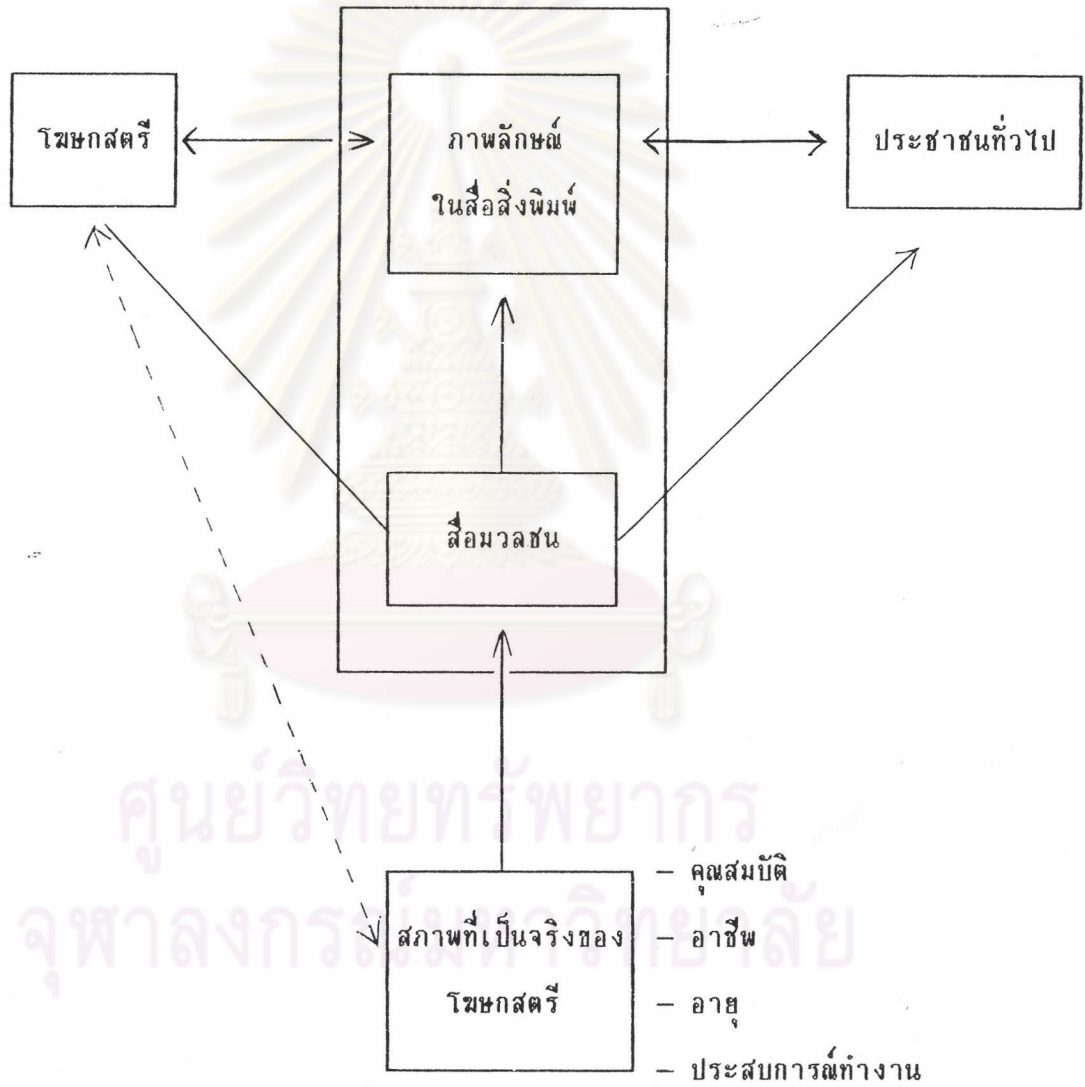


กาลาซเชอร์ (Gallagher) ได้ศึกษาถึงภาพพจน์ของผู้หญิงที่สะท้อนออกมาจากสื่อมวลชน โดยศึกษาจากประเทศต่าง ๆ ในแถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย ปากีสถาน บังคลาเทศ จีน และฟิลิปปินส์ พบว่า พฤติกรรมของสื่อที่มีต่อผู้หญิงนั้นแคบมากและมีอคติที่น่าเกลียด ผู้หญิงและปัญหาของผู้หญิงถูกมองว่าเป็นข่าวที่ไม่มีคุณค่า ส่วนเนื้อหาของสื่อที่ให้ความบันเทิงก็จะเสนอผู้หญิงในลักษณะเฉื่อยชา ไม่มีอิสระ มีภาระนอกบ้านเพียงเล็กน้อย ส่วนในโฆษณาที่เช่นกัน ผู้หญิงถูกจำกัดให้อยู่ใต้อำนาจของผู้ชาย และในการศึกษาเฉพาะกรณีผู้หญิงกับสื่อ เรื่องโอกาสที่ไม่เท่าเทียมกัน ภาพสะท้อนของผู้หญิงในสื่อมวลชน ส่วนมากจะมีลักษณะที่ออกมาในแนวเดียวกัน แม้ประเทศในค่ายคอมมิวนิสต์เช่น จีน และประเทศทางแถบยุโรปตะวันออก ซึ่งมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุมสื่อ คือ ภาพสะท้อนในด้านลบ ก็ยังคงไว้ซึ่งสภาพที่แสดงถึงความไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงและชาย ฉะนั้น ภาพสะท้อนของผู้หญิงในสื่อต่าง ๆ จึงอยู่ในขอบเขตจำกัด มีบทบาทเฉพาะในบ้านและเรื่องของครอบครัว และถูกถ่ายทอดออกมาในลักษณะที่คล้ายกับบุรุษ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

ซูเซนน์ พินกรี (Suzanne Pingree et al) ได้สรุปรวม ภาพพจน์ของผู้หญิงที่ปรากฏออกมาในสื่อมวลชน ออกมาได้หลายรูปแบบ ภาพเหล่านั้นบางภาพก็เป็นภาพเก่า ๆ แต่ถูกนำมาบิดเบือน ขัดลอก ทาสีใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น "ภาพสัตว์โลกที่แสนสวย" มีเสน่ห์ดึงดูดใจทางเพศ และมีมันสมองอันน้อยนิดที่รู้จักคิดด้วยตนเอง ภาพเช่นนั้นเคลื่อนไหวตลอดเวลาอยู่ทั่วไป ทั้งที่สื่อความหมายอย่างโดยตรงและแฝงเร้น เช่น ภาพโฆษณาขายสินค้าทุกชนิด ตั้งแต่ไม้จิ้มฟันยันเรือรบที่จะต้องให้มีผู้หญิงเข้าไปเป็นเครื่องประกอบวัตถุชิ้นนั้น ๆ (ศิริพร สะโครบานเ็นด์, 2526:12-15)

กาญจนา แก้วเทพ เสนอทัศนะเรื่อง "แนวทางการศึกษาเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชน" ได้วิเคราะห์อาชีพของผู้หญิงที่อยู่ในจอโทรทัศน์ พบว่า ในบางกรณีที่มีการกำหนดให้ผู้หญิง "ในจอ" มีอาชีพการงานนั้น บทบาททางอาชีพของผู้หญิงมักจะอยู่ในแวดวงที่จำกัดมากโดยหนีไม่พ้นอาชีพ ครู พยาบาล ซึ่งมีลักษณะเป็นอาชีพบริการเป็นส่วนใหญ่ มิใช่วิชาชีพชั้นสูง เป็นอาชีพที่มีลำดับอยู่ในขั้นต่ำของโครงสร้างอาชีพทั้งหมดเป็นอาชีพที่ต้องขึ้นต่ออาชีพอื่น เช่น พยาบาลต้องขึ้นต่อหมอ ในอีกด้านหนึ่ง อาชีพบางอาชีพของผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ในจอนั้นก็คืออาชีพที่สะท้อนความเป็นจริงของสังคม เช่น อาชีพโสเภณี อาชีพเมียน้อย ซึ่งล้วนแต่เป็นการประกอบกิจการในลักษณะกองทัพแรงงานสำรอง ซึ่งไม่มีความสำคัญต่อการผลิตของสังคมอย่างแท้จริง (กาญจนา แก้วเทพ, 2531:13-14)

กรอบแนวคิดในเรื่องภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีในหน่วยงานราชการที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์



โดยกรอบแนวคิดนี้จะเป็นกรอบที่จะนำไปใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ในครั้งนี้