

การสื่อสารกับสตรี: ตามล่าหาห้วงโง่ที่ขาดหาย

กาญจนา แก้วเทพ

สารบัญ

	หน้า
● ผู้หญิงหายไปไหนในสื่อการศึกษา	1
● พัฒนาการของทฤษฎีสื่อกับสตรี: จากมุมมองของสื่อ	4
ยุคที่ 1: Sex-Role Socialization	4
ยุคที่ 2: Reflection Theory	5
ยุคที่ 3: Uses and Gratifications Approach	7
ยุคที่ 4: ยุคปัจจุบัน	10
● การศึกษาเรื่องสื่อกับสตรี: จากมุมมองของนักสตรีนิยม	22
(1) กลุ่ม Liberal Feminism and Media	24
(2) กลุ่ม Radical Feminism and Media	27
(3) กลุ่ม Marxist Feminism and Media	28
(4) กลุ่ม Cultural Feminism and Media	32
● การพิจารณาเรื่องสื่อกับเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายตามองค์ประกอบการสื่อสาร	38
(1) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายในฝ่ายผู้ผลิต	38
(2) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายในเนื้อหาสาระ	45
(3) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายกับผู้รับสาร	51
(4) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกในสื่อกับโลกที่เป็นจริง	58

โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สิงหาคม 2553

ต้นฉบับแรก ตีพิมพ์ใน สตรีศึกษา โครงการสตรีและเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2541.

การสื่อสารกับสตรี: ตามล่าหาห่วงโซ่ที่ขาดหาย

กาญจนา แก้วเทพ

ผู้หญิงหายไปไหนในสื่อสารศึกษา

D. McQuail (1994) นักนิเทศศาสตร์ที่เขียนหนังสือที่ขายดีที่สุดเล่มหนึ่งชื่อ ทฤษฎีสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ได้กล่าวเอาไว้ในหนังสือดังกล่าว ฉบับตีพิมพ์ครั้งที่ 3 เมื่อปีค.ศ.1994 ว่า

"ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์สำนักใดก็ตาม มักจะมองข้ามประเด็นเรื่อง "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" (gender) ไปเสียทุกสำนัก ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎีที่สังกัดค่ายหน้าที่นิยม (Functionalism) หรือแม้แต่กลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) ที่เอาการเอางานอย่างจริงจังในการวิพากษ์เรื่องชนชั้นหรือเชื้อชาติ แต่ก็ยังมองข้ามเกณฑ์เรื่อง "เพศ" ไปได้อย่างหน้าตาเฉย"

แน่นอนว่า ในประวัติศาสตร์การศึกษาของสื่อมวลชน (Media Studies) ย่อมมองเห็นการใช้เกณฑ์เรื่อง "เพศ" (sex) ปะปนอยู่ในงานวิจัยชิ้นต่างๆ เช่น การศึกษาว่า ผู้ชายชอบดูรายการอะไร ผู้หญิงชอบดูรายการอะไร ฯลฯ แต่นั่นย่อมมิใช่ความหมายของ "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" (ในที่นี้จะใช้คำว่า "บทบาทหญิง-ชาย" และ "เพศสภาพ" ในความหมายเดียวกัน คือคำแปลของคำว่า gender ซึ่งในภาษาไทยได้แปลไว้ต่างหาก) ที่ McQuail กล่าวถึง ทั้งนี้เพราะในขณะที่งานศึกษาดังกล่าวยอมรับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นราวกับเป็นธรรมชาติ (natural) กล่าวคือ "เป็นธรรมชาติอยู่แล้วที่ผู้ชายจะชอบดูข่าว และผู้หญิงชอบดูละคร ผู้ชายชอบดูรายการกีฬา ผู้หญิงชอบดูแฟชั่น" วิธีการศึกษาดังกล่าวยังขาดการตั้งคำถามสำคัญๆเกี่ยวกับ "ความเป็นมา" ว่าเพราะเหตุใด ผู้หญิง-ผู้ชายจึงมีรสนิยมเช่นนั้น และยังไม่มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับ "ความเป็นไป" ว่า รสนิยมของหญิง-ชายเช่นนั้น จะมีผลอย่างไรต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ยังไม่ต้องคิดไปถึงคำถามในระดับที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นกว่านั้น เช่น "ความเป็นหญิง" (femininity) และ "ความเป็นชาย" (masculinity) เข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับสารดังกล่าว หรือมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในโทรทัศน์กับพฤติกรรมในโลกที่เป็นจริงหรือไม่ อย่างไร

แม้แต่ในกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ที่ได้มีพัฒนาการปรับปรุงตนเองมาอยู่ตลอดเวลา จนกระทั่งถึงยุคสุดท้ายคือกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแห่งอังกฤษ (British Cultural Studies) แห่งสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham School) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลทางความคิดอย่างกว้างขวางในแวดวงการศึกษา สื่อสารมวลชนและวัฒนธรรมการศึกษา เมื่อสำนักเบอร์มิงแฮมเริ่มทำวิจัยขนาดใหญ่เรื่อง

"Nationwide" N. Stevenson (1995) ก็ตั้งข้อสังเกตว่า แม้แต่นักวิจัยคนสำคัญอย่าง D. Morley ซึ่งระยะเริ่มแรกนั้นก็มิได้มีความตั้งใจจะจับประเด็นเรื่อง "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" เป็นประเด็นหลัก แต่สิ่งที่เขาค้นพบระหว่างการทำวิจัยทำให้เขาตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าวอย่างชัดเจน

ในส่วนของ McQuail ถึงแม้ว่าเขาจะเป็นผู้ริเริ่มตั้งข้อสังเกตว่าประเด็นเรื่อง "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" เป็นเสมือนห่วงโซ่ที่ขาดหายไปในการศึกษาของสื่อมวลชน แต่ L. Van Zoonen(1994) ได้ย้อนกลับไปชี้ให้เห็นว่า ในหนังสือเล่มที่ขายดีที่สุดของ McQuail ฉบับตีพิมพ์ครั้งที่ 1 และ 2 ก็ยังไม่มีเรื่อง "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" รวมอยู่ด้วยเลยเช่นกัน และน่าจะเป็นเพราะคำวิจารณ์ของ Zoonen นั้นเอง ทำให้ McQuail บรรจุเนื้อหาเรื่องบทบาทหญิง-ชายเข้าไปในแทบจะทุกหัวข้อสำหรับการตีพิมพ์ในครั้งที่ 3 นี้คงจะเป็นข้อเตือนใจที่เคยมีผู้กล่าวอุปมาอุปไมยเอาไว้ว่า "ลูกคนไหนไม่ร้องขึ้นมา ก็คงไม่ได้กินนม" สำหรับแนวคิดใหม่ๆ เช่นเรื่อง เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายนั้น ถ้าไม่มีการออกตัว ไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ ก็คงจะไม่มีเวทีทางวิชาการให้ยื่นโรงเล่นอยู่ได้เช่นกัน

และนับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา นักวิชาการจากสาขาทั้งสองคือสื่อมวลชนศึกษาและสตรีศึกษาต่างก็ได้เริ่มก้าวเข้ามาในอาณาบริเวณของอีกฝ่ายหนึ่ง นักสื่อสารมวลชนเริ่มที่จะสนใจภาพสะท้อนของสตรีในสื่อประเภทต่างๆ เช่นเดียวกับนักสตรีศึกษาก็เริ่มตั้งคำถามว่า บรรดาสื่อมวลชนนานาประเภทจะเล่นบทบาทในการพัฒนาสตรีได้อย่างไร งานวิจัยที่ไขว้ระหว่าง 2 สาขานี้เริ่มก่อตัวมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดสำคัญของงานวิจัยในประเด็น "การสื่อสารกับสตรี" ก็คือกรอบทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้เป็นแว่นส่องทางแก่การตั้งโจทย์การวิจัย การออกแบบ การเก็บข้อมูล และการตีความข้อมูลนั้นยังใช้งานได้ไม่เต็มที่นัก เนื่องจากทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้นั้นมักจะมีมาจากสองฝั่งวิชาการ คือ ฝั่งของทฤษฎีสื่อมวลชนฟากหนึ่ง (Media Theory) ซึ่งในฝั่งทฤษฎีนี้ McQuail ได้วิจารณ์ว่า "แม้จะศึกษาเรื่องผู้หญิง และมองเห็นผู้หญิง แต่ก็ยังมองไม่เห็น "ความเป็นหญิง" ส่วนทฤษฎีด้านสตรีนิยม (Feminist Theory) นั้นมักจะมีลักษณะเป็นหลักการแบบปรัชญา จึงต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อส่องนำทางการวิจัย เช่น จะเขียนแบบสอบถามวัดปรัชญาแบบ "สารัตถะนิยม" (Essentialism) ซึ่งเป็นปรัชญาสำคัญของแนวคิดสตรีนิยมได้อย่างไร

ด้วยเหตุนี้ ทฤษฎีที่นำมาใช้ช่วยในการศึกษาเรื่อง "การสื่อสารกับสตรี" จึงยังคง "แยกกันยืนคนละฝั่ง" เนื่องจากในระยะเริ่มแรกของการพบกันระหว่าง 2 ศาสตร์นี้ ยังขาดการพัฒนาทฤษฎีที่เรียกว่า "ทฤษฎีลูกผสม" (Hybrid theory) ที่เกิดจากการประสานระหว่างทฤษฎีสื่อมวลชนและทฤษฎีสตรีนิยม ซึ่งในลำดับต่อมา มีผู้เรียกทฤษฎีลูกผสมนี้ว่า "ทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงสตรีนิยม" (Feminist Media Theory)

สำหรับในประเทศไทย ในปีพ.ศ.2539 กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสินี พิพิธกุล (2539) ได้สำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง "สตรีกับสื่อมวลชนไทย" ตั้งแต่พ.ศ.2520-2534 และได้พบว่าในช่วงเวลา 15 ปีนั้น มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ประมาณ 85 เล่ม (เฉลี่ยปีละ 8 เล่ม) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นทุกปี อย่างไรก็ตาม เมื่อพลิกดูแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้วิเคราะห์ ผู้วิจัยก็ได้พบปรากฏการณ์เดียวกับในโลกรวิชาการตะวันตกที่ได้กล่าวมาแล้ว คือการขาดทฤษฎีที่เชื่อมโยงผืนกประสานระหว่าง 2 ศาสตร์ให้เข้ามาเป็นหนึ่งเดียวกัน

จากสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ ในปีพ.ศ.2541 ผู้เขียนจึงได้เขียนบทความชื่อ "สื่อกับสตรี: ห่วงโซ่ที่ขาดหาย" ซึ่งภายในบรรจุเนื้อหาที่น่าสนใจระหว่างศาสตร์ทั้ง 2 สาขา อย่างไรก็ตามเนื่องจากบทความชิ้นนี้ไปตีพิมพ์รวมอยู่ในหนังสือเล่มชื่อ "สตรีศึกษา" ซึ่งเป็นหนังสือสำหรับนักศึกษาที่เรียนด้านสตรีศึกษา ช่องทางการเผยแพร่ดังกล่าวจึงอาจจะทำให้นักเรียนด้านสื่อสารศึกษาเข้าไม่ถึงเพราะไม่ได้อยู่ในแวดวงการศึกษา ผู้เขียนจึงจะนำเนื้อหาใจความหลักจากบทความดังกล่าวมา remake ใหม่ในที่นี้

แต่ทว่าเนื่องจากในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ พ.ศ.2541) ในแวดวงการศึกษาที่สนใจประเด็นสตรีนิยมนั้นได้พัฒนาก้าวหน้าไปอย่างมาก ฉะนั้นในขณะที่เขียนบทความดังกล่าวในปีพ.ศ.2541 นั้น ผู้เขียนจะหาตัวอย่างงานวิจัยไทยมาสนับสนุนแนวคิดต่างๆ ได้น้อยมาก ตัวอย่างงานวิจัยในบทความจึงใช้กรณีของต่างประเทศเป็นหลัก แต่ทว่าในปี พ.ศ.2553 นี้ มีงานวิจัยไทยที่เดินตามเส้นทางนี้อย่างมากมาย ดังนั้นในการนำเอาต้นฉบับเดิมมานำเสนอใหม่นั้น ผู้เขียนก็จะเพิ่มเติมตัวอย่างงานวิจัยของไทยเพื่อแสดงแนวทางการค้นคว้าวิจัยที่เป็นรูปธรรมให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

สำหรับการถ้อยคำที่เชื่อมโยงประสานระหว่างแนวคิด 2 ผัง คือ สื่อการศึกษา และสตรีนิยมนั้น ผู้เขียนได้นำเอาแนวทางของ L.Van Zoonen(1994) ที่ใช้แนวคิด 3 แนวคิดมาไขว้สลับกันดูทีละครั้ง ดังนี้

1. พัฒนาการของทฤษฎีสื่อกับสตรี: มุมมองของสื่อ ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 4 ยุค ดังนี้
 - 1.1 ยุค Sex-role socialization ที่อยู่ใต้อำนาจของทฤษฎีบทบาท-หน้าที่นิยม และทฤษฎีผลกระทบของสื่อ
 - 1.2 ยุคภาพสะท้อน ที่อยู่ใต้อำนาจของทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคม ซึ่งสื่อทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสะท้อนโลกที่เป็นจริง
 - 1.3 ยุคการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่ตอบโต้กับทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่เปลี่ยนมุมมองของผู้รับสารจาก passive มาเป็น active audience
 - 1.4 ยุคปัจจุบัน เป็นยุคที่เริ่มเรียนรู้จากผลของทฤษฎีที่ผ่านมาในอดีต ทฤษฎีในยุคนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย
 - 1.4.1 กลุ่มเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต-ผลงาน (S-M-C)

- 1.4.2 กลุ่มเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผลงาน-ผู้รับสาร (M-C-R)
- 1.4.3 กลุ่มการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีการประกอบสร้างนิยม (Constructionism)/ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษา (Cultural Study)
- 1.4.4 กลุ่มที่ศึกษากรอบองค์ประกอบการสื่อสาร(S-M-C-R)

2. การศึกษาเรื่องสื่อกับสตรี: มุมมองของสตรีนิยม จะแบ่งได้เป็น 4 สำนักย่อย

- 2.1 Liberal Feminism and Media
- 2.2 Radical Feminism and Media
- 2.3 Marxist Feminism and Media
- 2.4 Cultural Feminism and Media

3. การศึกษาบทบาททางเพศ/เพศสภาพตามแบบจำลองการสื่อสาร

- 3.1 การศึกษาเพศสภาพในฝ่ายผู้ผลิต/ผู้ส่งสาร (Sender study)
- 3.2 การศึกษาเพศสภาพในเนื้อหาสาระ (Message study)
- 3.3 การศึกษาเพศสภาพในฝ่ายผู้รับสาร (Audience study)

จากนี้จะดูรายละเอียดแต่ละแนวคิดในลำดับต่อไป

พัฒนาการของทฤษฎีสื่อกับสตรี: จากมุมมองของสื่อ

ในที่นี้เราจะนำเสนอพัฒนาการของทฤษฎีนิเทศศาสตร์และจะแสดงให้เห็นว่าประเด็น "บทบาทหญิง-ชาย/เพศสภาพ" ได้ถูกสอดแทรกเข้ามาในแต่ละช่วงเวลาในลักษณะอย่างไร

ยุคที่ 1: ยุคกระบวนการจัดกลาทางสังคมตามบทบาททางเพศ (Sex-Role Socialization) ยุคสมัยแรกของการวิจัยด้านสื่อมวลชนเริ่มต้นเมื่อประมาณปีค.ศ.1930 เป็นยุคสมัยที่เชื่อมั่นในพลังอำนาจของสื่อ ทฤษฎีที่ทรงอิทธิพลอย่างมากในขณะนั้นคือ ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Effect/Impact study) และทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ทฤษฎีทั้งสองถูกนำมาใช้อธิบายเรื่องบทบาทหญิง-ชายว่าในฐานะที่เป็นสถาบันหนึ่งของสังคม สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่ในการอบรมบ่มเพาะ (Socialization) สมาชิกในสังคมให้ปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับบทบาททางเพศของตน กล่าวคือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ผลักดันให้เกิดกระบวนการจัดกลาทางสังคม (agent of socialization) ด้วยแนวคิดดังกล่าว ทำให้การศึกษาเรื่อง "หญิง-ชาย" ในยุคนี้จึงดำเนินไปในทิศทางที่ช่วยรักษายรรทัดฐานเดิมๆของสังคม (normative) ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการควบคุมทางสังคม (social control) อย่างหนึ่งไปในตัวนั่นเอง

นอกจากนี้แล้ว มรรควิธีการวิจัยเรื่องหญิง-ชาย ก็จะไม่แตกต่างไปจากประเด็นอื่นๆที่มีการศึกษากัน ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเรื่องชนชั้น หรือเชื้อชาติ เพียงแต่อาจจะมีการหยิบยืมทฤษฎีด้านสังคมศาสตร์สาขาอื่นๆ มาสนับสนุน อาทิ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ (Freud) หรือทฤษฎีสังคม

วิทยากลุ่มหน้าที่นิยม ดังนั้น ท้ายที่สุดแล้ว ถึงแม้ว่าผลการวิจัยส่วนใหญ่จะชี้ให้เห็นว่ามีลักษณะที่เหมารวมตายตัวอย่างแน่นอน (stereotyped) ของคนแต่ละเพศ เช่น ผู้หญิงขี้ขลาด ผู้ชายกล้าหาญ ปรากฏในผลงานสื่อมวลชน แต่นักวิจัยก็มักทำที่ยอมรับว่าลักษณะแน่นอนตายตัวดังกล่าวเป็นเรื่องปกติตามธรรมชาติ

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารและสตรีศึกษาของไทยที่นำเอาทฤษฎี Impact Theory และ Functionalism มาใช้เป็นกรอบนำทางการวิเคราะห์นั้นมียุคเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในยุคอดีตที่เป็นยุคเริ่มต้น (เช่น ช่วงปีพ.ศ.2520) และค่อยๆลดจำนวนลงในยุคปัจจุบันตามกระแสความนิยมในสองทฤษฎีนี้ที่ลดลงในแวดวงวิชาการสื่อสารศึกษา ประกอบกับสภาพความตื่นตัวของกระแสการต่อสู้ของสิทธิสตรีในสังคมไทยปัจจุบันที่ส่งผลสะท้อนถึงการปรับเปลี่ยนมุมมองต่อผู้หญิงไปเป็นแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม เรายังอาจจะพบงานวิจัยที่ยังคงใช้แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนมีบทบาทในการหล่อหลอมบทบาททางเพศให้แก่สตรีได้อยู่บ้าง

ในอีกด้านหนึ่ง เนื่องจากช่วงปีพ.ศ.2525 เป็นช่วงที่สังคมไทยมีกระแสของการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา ดังนั้น สตรีก็จัดว่าเป็นคนกลุ่มหนึ่งที่ต้องการการพัฒนา ด้วยเหตุนี้จึงมีหัวข้องานวิจัยจำนวนมากไม่น้อยที่ศึกษาการนำเอาสื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ มาใช้พัฒนาสตรีในด้านต่างๆ เช่น ด้านการเมือง ด้านสาธารณสุข ด้านการศึกษา ด้านการเกษตร ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านประชากรที่เน้นหนักว่า ความรับผิดชอบในการคุมกำเนิดประชากรนั้นจะเป็นหน้าที่ของสตรี

ตัวอย่างหัวข้อการศึกษาที่อยู่ใต้ร่มธงของทฤษฎีผลกระทบของสื่อและทฤษฎีหน้าที่นิยมกับสตรีศึกษา ก็เช่น การศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อการพัฒนาสตรีใน จ.เชียงใหม่ (จงจิต เทียมทอง, 2527) หรือการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการพัฒนาสตรี (พนิตกุลศิริ, 2528) เป็นต้น

ยุคที่ 2: ยุคภาพสะท้อนของสตรีในสื่อ (Reflection Theory) ทฤษฎีภาพสะท้อนนั้นเป็นกลุ่มย่อยในทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคม (Media and Society theory) ที่ระบุว่า สื่อมีความสัมพันธ์ในหลายรูปแบบกับสังคม และรูปแบบหนึ่งก็คือ สื่อทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริงในสังคม ทฤษฎีนี้เริ่มก้าวเข้ามาแทนที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อและพลังอำนาจของสื่อมวลชนที่เริ่มถูกท้าทายและเสื่อมความนิยมลงไป สำหรับวิธีวิทยาการวิจัยที่ใช้ประกอบกับทฤษฎีนี้ก็คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (มักมุ่งเน้นไปในเชิงปริมาณ) และเนื่องจากต้นกำเนิดของทฤษฎีภาพสะท้อนนี้ (ทศวรรษ 1940) เกิดขึ้นในช่วงใกล้เคียงกับการก่อตัวของแนวคิดสตรีนิยม (Feminism) ดังนั้น ทฤษฎีสตรีนิยมยุคแรกๆ (อันได้แก่ Liberal Feminism) จึงได้ผนวกเอาแนวคิดหลักของทฤษฎีภาพสะท้อนมาใช้ ในขณะที่ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อจะทำการตรวจสอบภาพต่างๆ ในสื่อเช่น ความรุนแรง อคติทางชนชาติ สีผิว ฯลฯ กลุ่มสตรีนิยมก็จะเจาะเข้า

ไปตรวจสอบภาพสะท้อนของสตรี/บทบาทหญิง-ชายเป็นพิเศษ

จากพัฒนาการของทฤษฎีดังกล่าว เมื่อผสานกับแนวคิดของขบวนการสตรีนิยมซึ่งวิเคราะห์วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาว่า สื่อมวลชนนั้นมีสถานะที่เป็นทั้งกลไกของรัฐและกลไกการถ่ายทอดอุดมการณ์ของสังคม (ideological apparatus) ด้วยแล้ว จึงนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ภาพสะท้อนของหญิงชายที่สื่อมวลชนนำเสนอต่อสาธารณชนจึงน่าจะเป็นภาพที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง

ด้วยเหตุนี้ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 จึงเป็นยุคสมัยแห่งการเปิดโปงภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อ เริ่มต้นด้วย Betty Friedan (1963) ได้ชี้ให้เห็นถึงมายาคติ (myth) เรื่อง "แม่บ้านแสนสุข" ที่ปรากฏในสื่อมวลชน ส่วน G. Greer (1971) มุ่งศึกษาวิเคราะห์นิยายรักหวานจ้อยแบบซินเดอเรลล่าในนวนิยายและละครโทรทัศน์ว่าสะท้อนภาพสตรีที่ passive ขึ้นมาได้อย่างไร

ประเพณีการศึกษาภาพสะท้อนของสตรีในสื่อมวลชนนั้นได้สืบทอดต่อเนื่องยาวนานมาอีกหลายทศวรรษ รวมทั้งได้พัฒนาคำถามนำและวิธีวิทยาในการศึกษาจากที่เคยเรียบง่ายให้มีลักษณะซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น ในระยะแรก จากการสำรวจในชั้นพื้นฐานแต่เพียงว่า ภาพของผู้หญิงในสื่อ นั้นเป็นภาพอะไรบ้าง เช่น เป็นวัตถุทางเพศ เป็นแม่ เป็นแม่บ้าน ฯลฯ ก็ได้ยกระดับไปสู่ขั้นการวิเคราะห์ว่า คุณลักษณะของนางเอก-นางผู้ร้ายในละครโทรทัศน์มีอะไรบ้าง ปริมาตร (sphere) ที่ผู้หญิงจะใช้ชีวิตอยู่เป็นโลกในบ้าน (domestic) หรือนอกบ้าน (public) การนิยาม (identify) ตัวตนของผู้หญิง "อิง" (identify) อยู่กับอะไรบ้าง เช่น ชายคนรัก หรือความสำเร็จในการทำงาน เป็นต้น ส่วนคำถามนำการวิจัยนั้นก็ได้พัฒนาออกไปอย่างซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ นอกจากเป้าหมายของการวิจัยจะมุ่งค้นหาว่ามีภาพสตรีลักษณะไหนปรากฏในสื่อ รวมทั้งภาพดังกล่าวนั้นได้สะท้อนหรือสะท้อนยะไปถึงอะไรแล้ว ก็ยังมีคำถามใหม่ๆ ที่ควรจะถามต่อไป เช่น

- ภาพดังกล่าวนั้นก่อตัวมาได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวถูกผลิตซ้ำขึ้นมาตอกย้ำอย่างซ้ำซาก (reinforce) ได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวดำรงรักษาตัวเองให้หยุดนิ่ง (maintain) ท่ามกลางความเป็นจริงที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

- ภาพสะท้อนดังกล่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ในช่วงทศวรรษ 1960-1970 เป็นช่วงทศวรรษแห่งการวิจารณ์ภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อที่มีทิศทางหนักไปในเชิงปริมาณ (ตามแนวทางการศึกษาสื่อแบบวิเคราะห์เนื้อหาในขณะนั้น) ข้อสรุปที่มักพบจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ ปริมาณของภาพผู้หญิงยังถูกนำเสนออยู่น้อยมาก (under-represented) โดยเฉพาะในรายการบางประเภท เช่น รายการข่าว สารคดี ภาพที่นำเสนอออกมามีลักษณะบิดเบี้ยว (misrepresented) และเป็นการสรุปเหมารวม (stereotyped) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่สนใจในประเด็น "ผู้หญิง" ของสื่อและเห็นว่าเรื่อง "ผู้หญิง" เป็นเรื่องไม่สำคัญ (marginal)

ในงานศึกษาของไทย งานวิจัยเรื่องภาพสะท้อนของสตรีในสื่อ นั้นจะเป็นหัวข้อที่ดำรงคงอยู่กับวงการศึกษาดังแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน เพียงแต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนในเชิงปริมาณ(เช่น อาจจะมากขึ้น/น้อยลง) และการเปลี่ยนแปลงในเชิงคุณภาพ เช่น มีความคุณค่าเข้มข้นมากขึ้น มีการเจาะจงกลุ่มสตรีมากขึ้น มีการตั้งคำถามที่เจาะลึกมากขึ้น ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น

งานศึกษาด้านสตรีและสื่อของไทยในยุคแรกๆ (คือช่วงปีพ.ศ.2520) จะเปิดฉากด้วยการตรวจสอบภาพสะท้อนในด้าน**บทบาทและสถานภาพของสตรี**ในสื่อประเภทต่างๆ แทบจะทุกสื่อ เริ่มตั้งแต่สื่อหนังสือพิมพ์ (ชนัญชี่ กาญจนอุไร โรจน์, 2538) เพลงซึ่งเป็นผลงานของสื่อวิทยุ (เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุรักษ์ศิริวงศ์, 2532) แม้แต่ประเภทสื่อหนังสือการ์ตูนซึ่งดูเหมือนเป็นสื่อเล่นๆ ที่ให้ความบันเทิง เช่น หนังสือการ์ตูน "ชายหัวเราะ" (มาณิษา พิศาลบุตร, 2533) เนื่องจากประเด็น "บทบาทและสถานภาพ" นั้นเป็นประเด็นที่องค์กรระดับสากล เช่น สหประชาชาติให้ความสำคัญติดตาม

สำหรับสื่อโฆษณา นั้นจะเป็นสื่อที่ถูกจับตามองเป็นพิเศษ ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ธรรมชาติของสื่อโฆษณาว่า เป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีพลังอำนาจในการโน้มน้าว (persuasive power) ดังนั้นภาพสะท้อนของสตรีในสื่อโฆษณาจึงน่าจะมีอิทธิพลต่อผู้คนในสังคมอย่างสูง ตัวอย่างงานวิจัยของไทยในประเด็นนี้ก็เช่น อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2526) ที่ศึกษา "ภาพสะท้อนของผู้หญิงไทยในสื่อโฆษณา" หรือพรรัตน์ วงศ์กลุฑ (2531) ศึกษา "โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย"

จากการศึกษา "ภาพของสตรีโดยรวมๆ" ของงานวิจัยระยะแรกๆ ในขั้นต่อมา งานวิจัยในหัวข้อนี้ได้เริ่มเจาะลง "สตรีเฉพาะกลุ่ม" เช่น นักการเมือง โสเภณี แม่บ้าน ฯลฯ มากขึ้น ดังนั้น งานศึกษาภาพสะท้อนจึงเริ่มแยกย่อยเป็นภาพสะท้อนของสตรีเฉพาะกลุ่ม เช่น รัชดา แดงจำรูญ (2538) ศึกษา "ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ ปี 2535" หรือมณฑนา ทวียนต์เนรมิตร (2537) ศึกษา "ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีในหน่วยงานราชการที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์" เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของสตรีในสื่อประเภทใดก็ตาม (ยกเว้นสื่อของสตรีโดยเฉพาะ เช่น ละครโทรทัศน์ นิตยสาร) ข้อสรุปที่ได้จากงานวิจัยของไทยก็ยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของต่างประเทศอยู่เสมอ กล่าวคือ ปริมาณภาพของผู้หญิงยังมีน้อยกว่าผู้ชาย ภาพที่นำเสนอออกมามีลักษณะบิดเบี้ยวและเป็นภาพสรุปเหมารวม เป็นภาพที่ผู้หญิงมีฐานะที่ต่ำกว่าและต้องขึ้นต่อผู้ชาย เป็นต้น

ยุคที่ 3: ยุคแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses & Gratifications Approach) ทฤษฎีด้านสื่อมวลชนที่มีลักษณะตอบโต้กับทฤษฎีผลกระทบของสื่อด้วยการตั้งคำถามที่กลับหัวกลับหางจากแต่เดิมที่ว่า "สื่อจะทำอะไรกับผู้รับสารได้บ้าง มาเป็นผู้รับสารจะทำอะไรกับสื่อได้บ้าง" ซึ่งมีนัยยะว่าประชาชนผู้รับสารนั้นมีลักษณะที่เป็นผู้รุก (active) ในการเลือกเปิดรับสื่อ

เลือกรับรู้และเลือกตีความเนื้อหาสาระตามความต้องการอันหลากหลายของตนเอง

และจากกระแสที่พิจารณาผู้รับสารในเชิงรุกนี้ จึงมีอันสืบมาถึง "กลุ่มผู้รับสารสตรี" ด้วย เนื่องจากการศึกษาด้านสื่อมวลชนนั้นโดยทั่วไปจะถือว่าสถานะของ "ผู้ส่งสาร" นั้นจะมีอำนาจมากกว่า "ผู้รับสาร" ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสารจะเป็นผู้ควบคุมการเริ่มต้น การดำเนินการรวมทั้งการยุติ การสื่อสาร เป็นผู้ที่โน้มน้ำหนักฝ่ายผู้รับสาร และก็ด้วยเหตุดังกล่าว เมื่อคิดจะศึกษา "ผู้หญิง" ซึ่งเป็นผู้มี อำนาจน้อย นักวิจัยจึงมักจะนึกถึงผู้หญิงในองค์ประกอบที่มีอำนาจน้อย คือ "ผู้รับสาร" ตามไปด้วย แต่เมื่อทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อได้เพิ่มพลังให้แก่ผู้รับสาร ผู้รับสารที่เป็น สตรีที่ถูกศึกษาภายใต้แนวคิดนี้จึงมีพลังเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ในยุคสมัยของแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้ นักวิจัยต่างประเทศที่ สนใจประเด็นสื่อกับบทบาทหญิง-ชายหลายท่านได้ร่วมเข้าสู่กระแสศึกษาแบบใหม่นี้ด้วย ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่องการใช้วิทยุและโทรทัศน์ของ D.Hobson (1989) M.Mattelart (1986) ที่ สัมภาษณ์ผู้หญิงแม่บ้านระดับต่างๆ เพราะเหตุใด พวกเขาจึงเปิดรับและรับชมรายการต่างๆ ทั้งทาง วิทยุและโทรทัศน์ การวิจัยในลักษณะนี้มีคุณูปการตรงที่ได้เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่ไม่ค่อยมีปากมี เสียง (voiceless) ได้แสดงความต้องการของตนเองออกมา จากแต่เดิมที่การวิจัยซึ่งมุ่งศึกษา ผลกระทบ จะให้ความสนใจเพียงว่าผลที่เกิดกับผู้รับสารนั้นเป็นไปตามความต้องการของผู้ส่ง หรือไม่ การวิจัยในแนวการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกลับให้ความสำคัญในทิศทาง ตรงกันข้าม คือ มุ่งศึกษาว่า ความต้องการของผู้รับนั้นมีอะไรบ้าง และสามารถตอบสนองให้พึง พอใจได้หรือไม่

ผลการวิจัยของ Hobson และ Mattelart ช่วยขยายความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัว สื่อ-เนื้อหาสาระชีวิตที่เป็นจริงทั้งชีวิตของผู้รับสารให้กว้างขวางออกไปอย่างมาก เช่น ช่วยให้เห็นว่า "วิทยุ" นั้นมิได้เป็นเพียงกล่องสี่เหลี่ยมที่บรรจุข่าวสารเอาไว้ถ่ายทอดเท่านั้น หากทว่ายังมีฐานะ เป็น "เพื่อนแก้เหงา" (เพียงแต่ได้มีเสียงให้ได้อินในบ้านโดยที่อาจจะไม่ได้ฟังเนื้อหาเลย) ในบ้านที่ แม่บ้านต้องอยู่คนเดียวอย่างโดดเดี่ยว เมื่อทุกคนออกจากบ้านไปทำงานกันหมด หรือเหตุผลที่ แม่บ้านไม่อาจจะติดตาม "ข่าวหนัก" (hard news) ประเภทเศรษฐกิจการเมืองระดับโลกได้นั้น หากแต่จะติดตามได้แต่ "ข่าวเบา" (soft news) เช่น ข่าวอุบัติเหตุ อาชญากรรม ก็เป็นเพราะมีแต่ข่าว ประเภทนี้เท่านั้นที่ไม่เรียกร้องพื้นฐานความรู้เรื่องโลกภายนอกอย่างกว้างขวางในการทำความเข้าใจ ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มผู้หญิงที่มีชีวิตอยู่แต่ภายในบ้านและทำงานบ้านทั้งวัน

ส่วน M.C.Lont (1995) ทำการวิจัยสำรวจภาพและเรื่องของผู้หญิงในหน้าหนังสือพิมพ์ในปี ค.ศ.1989 และพบว่าเมื่อเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงอยู่น้อยมาก ผู้วิจัยตั้งคำถามว่า เมื่อมีการสำรวจความ สนใจของผู้หญิงและผู้ชายในการอ่านหนังสือพิมพ์ และพบว่าผู้หญิงอ่านหนังสือพิมพ์น้อยกว่า ผู้ชายนั้น ก็ไม่น่าประหลาดใจนักกว่าทำไมผู้หญิงจึงควรจะต้องให้ความสนใจกับหนังสือพิมพ์ ใน เมื่อหนังสือพิมพ์ไม่มีอะไรน่าสนใจสำหรับผู้หญิงเลย หนังสือพิมพ์ไม่มีเรื่องราว ไม่มีหัวข้อข่าว ไม่

มีภาพที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง แล้วผู้หญิงจะสนใจหนังสือพิมพ์ไปทำไม (ในกรณีนี้หนังสือพิมพ์ไทย บางฉบับจึงหาทางออกโดยการตีพิมพ์นวนิยายจากละครโทรทัศน์เป็นตอนๆ วันต่อวัน เพื่อเป็นจุดขายให้ผู้หญิงซื้ออ่าน) การตีความของ Lont นั้นถือว่า หากมีความผิดปกติเกิดขึ้นในความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับหนังสือพิมพ์ (อันเป็นสื่อประเภทประเทืองปัญญา) สาเหตุของปัญหาก็คงไม่ได้อยู่ที่ ตัวผู้หญิง (ลักษณะไร้สาระ ไม่สนใจเรื่องราวที่สำคัญ ฯลฯ) หากทว่าข้อขัดข้องทั้งหลายนั้นน่าจะอยู่ที่ ตัวหนังสือพิมพ์ มากกว่า

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสตรีต่อไปอีกว่า หากจะทำให้หนังสือพิมพ์ตอบสนองความต้องการของผู้หญิงแล้ว มีเนื้อหาอะไรบ้างที่ "ผู้หญิงอยากได้" ผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงอยากจะทำให้มีเนื้อหาเรื่องการศึกษา ศาสตร์การสังคม ความปลอดภัย สุขภาพ เศรษฐกิจในครัวเรือน ครอบครัว ปัญหาจริยธรรม (ทางเพศ) และตัวอย่างของผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น วิธีการวิจัยเช่นนี้เท่ากับว่าได้เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงความต้องการของตนเองออกมาให้รู้ว่าอยากจะทำให้สื่อมวลชนมีโฉมหน้าทีมองจากสายตาของผู้หญิงบ้าง

สำหรับงานวิจัยของไทย ในช่วงปลายๆของทศวรรษ 2530 แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารเริ่มแพร่กระจายเข้ามาสู่แวดวงวิชาการของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการตีพิมพ์หนังสือเรื่อง "การวิเคราะห์ผู้รับสาร" โดย ยุบล เบญจรงค์กิจ ในปี 2534 ที่ประมวลการวิเคราะห์ผู้รับสารเอาไว้หลายๆแนวทาง ดังนั้น นักวิจัยที่เริ่มทำการศึกษารื่องเกี่ยวกับสตรีจึงเริ่มหยิบเอาทฤษฎีแนวใหม่มาใช้ และเนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) ของทฤษฎี Uses and Gratifications นี้จะพิจารณาว่าผู้รับสารนั้นเปิดรับสื่อและสารอย่าง active เพื่อนำมาใช้ตอบสนองความต้องการของตน จึงส่งผลให้ทัศนคติที่มีต่อ "ผู้รับสารสตรี" พลอยปรับเปลี่ยนตามไปด้วย

ในระยะเริ่มแรก การนำเอาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อมาใช้ในการวิจัยผู้รับสารสตรีนั้น มีระดับความเข้มข้นมากขึ้นแตกต่างกันไป เริ่มต้นตั้งแต่ระดับการใช้อย่างอ่อนๆ เช่น งานวิจัยของอภิษฐา อยู่ในธรรม (2534) ที่เริ่มถามกลุ่มแม่บ้านว่ามีความพึงพอใจต่อรูปแบบของโฆษณาทางโทรทัศน์แบบใด อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น "ผู้หญิง" แต่ทว่านักวิจัยก็ยังไม่ได้นำเอา "ความเป็นหญิง" มาอธิบายผลการวิจัยว่า เพราะเหตุใดกลุ่มแม่บ้านจึงชอบรูปแบบโฆษณาบางประเภทมากกว่าบางรูปแบบ

งานวิจัยที่เริ่มมีการใช้ทฤษฎีระดับที่เข้มข้นมากขึ้นคือ งานของไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ซึ่งศึกษากลุ่มแม่บ้านที่เป็น "แฟน/คอละครตัวจริงเสียงจริง" กับพฤติกรรมการดูชมโทรทัศน์" งานวิจัยชิ้นนี้ได้ให้ "ความหมายใหม่" แก่ "ละครโทรทัศน์" และ "การดูละครโทรทัศน์" ซึ่งเคยถูกรับรู้ว่าเป็นปกติธรรมดาว่า เป็นเรื่องไร้สาระ เป็นเรื่องเพ้อฝัน เป็นเรื่องตลกเล่นๆ ฯลฯ แต่ทว่าสำหรับกลุ่มแฟนละครเหล่านี้กลับสร้างแบบแผนการดูละครโทรทัศน์ให้มีความเอาจริงเอาจัง มีการเตรียมตัวก่อนดู ตั้งใจระหว่างดู และดูจบแล้วยังผูกพัน และในงานวิจัยชิ้นนี้ เราจะได้เริ่มเห็น "วีรรอยของ

ความเป็นหญิง" ปรากฏอยู่ระหว่างบรรทัดของข้อความ ก่อคือ ในการใช้ประโยชน์ระหว่างคุณละครโทรทัศน์ ตามปกติแล้ว ด้วยสถานะแม่บ้าน มักจะทำให้ผู้หญิงต้องเป็นผู้ให้บริการทุกระดับอย่างประทับใจแก่สมาชิกทุกคนในบ้านอยู่ตลอดเวลา แต่ทว่าในช่วงเวลาคุณละครโทรทัศน์นั้น ผู้หญิงจะ "ปักป้าย" ว่าเป็น "เวลาเฉพาะส่วนตัวของเธอ" ดังนั้นจึงห้ามใครมารบกวน จึงอาจถือได้ว่าการคุณละครโทรทัศน์ได้กลายเป็นเครื่องมือที่เพิ่มอำนาจต่อรองของผู้หญิงแม่บ้านภายในปริมาตรของที่บ้านนั่นเอง

ส่วนงานวิจัยที่อาจจะถือได้ว่า มีการนำเอาแนวคิดเรื่องผู้รับสารที่ active อย่างสูงสุด คืองานวิจัยของธิดิรัตน์ อรัณยวงศกร (2544) ที่ศึกษากลุ่มสตรีเจ้าเดิมคือกลุ่มแม่บ้าน และสื่อประเภทเดิมที่เป็นขวัญใจของสตรีกลุ่มนี้คือละครโทรทัศน์ นักวิจัยเลือกกลุ่มแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร 30 คนที่เป็นแฟนละครตัวจริงเสียงจริงเช่นเดียวกัน และศึกษาปฏิกิริยาที่มีต่อละครโทรทัศน์เมื่อบังเกิดความไม่พอใจขึ้นมา ที่เรียกในแง่เศรษฐศาสตร์การบริโภคว่า "พฤติกรรมการไววาย" (voice option) เช่น การพูดวิพากษ์วิจารณ์ และ "พฤติกรรมการถอนตัว" (Exit option) เช่น การเปลี่ยนไปดูช่องอื่น แม่พิมพ์ที่น่าสนใจก็คือ ประเด็นที่ทำให้บรรดาแม่บ้านเหล่านี้เกิดอาการไม่พอใจนั้นมีอยู่ 2 ประเด็นคือ องค์ประกอบด้านการผลิต เช่น ตัวละครไม่เหมาะสม การแสดงเกินจริง หรือความซ้ำซาก และความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของละครที่จะมีต่อบุตรหลาน แต่อย่างไรก็ตามขอบเขตของการไววายและการถอนตัวก็ยังไม่รุนแรงมากนัก เช่น ยังอยู่ในขอบเขตของ "ส่วนตัว" ยังไม่ออกไปปรากฏในพื้นที่สาธารณะ (public sphere) เช่น ยังไม่เขียนไปลงหนังสือพิมพ์ และยังมีลักษณะเป็น "ปัจเจก" (individual) ยังไม่เป็นที่ "การรวมกลุ่ม" (collective) เช่น การรวมตัวกันลงชื่อประท้วง เป็นต้น แต่ทว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง บางครั้งก็อาจจะมีเหตุการณ์ที่กลุ่มผู้รับสารสตรีที่มีการรวมตัวกันแสดงออกในพื้นที่สาธารณะ เมื่อเนื้อหาในละครโทรทัศน์สร้างผลกระทบต่อกลุ่มของพวกเธอโดยตรง เช่น กรณีละครโทรทัศน์เรื่อง "สงครามนางฟ้า" ซึ่งเป็นเรื่องราวของบรรดาเจ้าหน้าที่พนักงานสายการบินไทยที่สร้างภาพลักษณ์ในทางลบให้เกิดแก่เจ้าหน้าที่สตรี ก็ได้มีกลุ่มพนักงานสตรี (โดยเฉพาะแอร์โฮสเตส) รวมกลุ่มกันประท้วงผู้จัดละครดังกล่าว (เนชั่นสุดสัปดาห์ ปีที่ 16: 824, 14 มี.ค. 2551) อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ก็เกิดขึ้นเป็นครั้งคราว มิใช่เป็นการรวมกลุ่มกันอย่างถาวร

ยุคที่ 4: ยุคปัจจุบัน หลังจากผ่านพ้นยุคสมัยแรกของการศึกษาผลงานของสื่อมวลชน (media product/text) ที่ใช้วิธีการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ เพื่อดูว่า ภาพลักษณ์ของสตรีที่สะท้อนออกมาเป็นอย่างไร และผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็จะได้คำตอบตรงกันว่า เป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์แบบเดิมๆที่ไม่เปลี่ยนแปลง แม้นกระทั่งล่วงเข้าสู่ยุคที่ 3 ที่มีการศึกษาผู้รับสารในเชิงรุก แต่ทว่าเนื่องจากสถานะของผู้รับสารนั้นมิได้เป็นผู้ผลิตเนื้อหา จึงยากที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหน้ามือเป็นหลังมือได้

ในยุคปัจจุบันนี้ นักวิจัยด้านการสื่อสารสตรีนิยมที่ปรารถนาจะให้ผลงานวิชาการส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกที่เป็นจริง จึงเห็นว่าน่าจะขยับจุดเน้นหนักจากเดิมที่เน้นตัวเนื้อหาและผู้รับสาร มาที่ต้นทางของกระบวนการสื่อสาร คือการศึกษาผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต และแทนที่จะศึกษาองค์ประกอบเพียงตัวเดียวโดดๆ ก็ควรจะศึกษาในแง่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสาร คือ S-M-C-R นอกจากนั้นในยุคปัจจุบันนี้ แม้แต่การวิเคราะห์ตัวเนื้อหา/ตัวบท (text) ก็ยังได้รับอิทธิพลจากแนวคิดใหม่ๆ ด้านวัฒนธรรมศึกษา (cultural study) ทำให้มีการศึกษาความหมายเบื้องต้นของตัวบทในแง่มุมต่างๆ

ดังนั้น ในยุคปัจจุบันนี้ แนวทางการศึกษาเรื่องสื่อกับสตรีจึงแบ่งออกได้เป็น 4 แนวทางย่อยคือ

- (4.1) กลุ่มที่สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต-ผลงาน (S-M-C)
- (4.2) กลุ่มที่สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลงานผู้รับสาร (M-C-R)
- (4.3) กลุ่มที่สนใจวิเคราะห์ผลงานสื่อ/ตัวบท (M-C) ด้วยทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา
- (4.4) กลุ่มที่วิเคราะห์ครบวงจร S-M-C-R

(4.1) กลุ่มที่เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน (S-M-C) หลังจากตีแผ่การทำหน้าที่ตอกย้ำภาพลักษณ์เดิมๆของผู้หญิงมานานนับเป็นเวลาหลายทศวรรษแล้ว กลุ่มผู้สนใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรีได้เริ่มตระหนักว่า ในการเปลี่ยนแปลงเรื่องการสื่อสารนั้น แนวทางการศึกษาจะจับจ้องอยู่แต่เฉพาะส่วนปลายสุดคือ "ผลงานสื่อ" (product/text) เท่านั้นไม่ได้ หากทว่าจะต้องสาวไปหากระบวนการผลิตสื่อทั้งกระบวนการ รวมทั้งยังต้องพิจารณาด้วยว่า กระบวนการผลิตสื่อที่นั่นเกิดขึ้นภายใต้บริบทแวดล้อมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และสังคมแบบหนึ่งๆ ดังนั้น นักสื่อสารมวลชนแนวสตรีนิยมบางกลุ่มจึงเริ่มหันมาสู่การศึกษาในประเด็นนโยบายการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรี การให้ข้อเสนอแนะต่างๆเกี่ยวกับการติดตั้งกลไกในระบบสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพื่อการใช้สื่ออย่างเคารพในศักดิ์ศรีของมนุษย์

แนวทางของกลุ่มนี้ค่อนข้างจะเน้นหนักไปในด้านตัวผู้ผลิตและกระบวนการผลิต ทั้งนี้เนื่องจากพื้นฐานความเข้าใจที่อยู่เบื้องหลังที่ว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงที่ระดับตัวผู้ผลิต ย่อมมีผลสืบเนื่องมาถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานได้โดยตรง

ในกรณีของไทย ตัวอย่างที่แสดงทิศทางของแนวทางนี้ก็เช่นงานวิจัยของสุวรรณฉัตร กัลยาณสันต์ (2536) ที่ศึกษาเรื่องการรายงานข่าวข่มขืนของสื่อมวลชน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าวิธีการรายงานข่าวข่มขืนที่มีลักษณะไม่น่าพึงพอใจอย่างเช่นทุกวันนี้ น่าจะมีสาเหตุเนื่องมาจากกลไกประการแรกคือ การจัดหัวข้อเรื่อง "ข่มขืน" ไปอยู่ในหมวดข่าวอาชญากรรม ผลที่ตามมาก็คือ นักข่าวอาชญากรรมจะเป็นผู้ขายเสียเป็นส่วนใหญ่ (ทำให้เข้าใจประเด็นความเจ็บปวดของผู้หญิงได้

ยากเพราะขาดประสบการณ์รองรับ) รวมทั้งวิธีการรายงานข่าวก็จะมีลักษณะใช้ลีลาเชิงนาฏกรรม (dramatised) ใตีสื่อ ใต้ไข่ แบบการรายงานข่าวอาชญากรรมทั่วไป ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงวิธีการรายงานข่าวข่มขืนจึงต้องแก้ไขทุกๆเปลาะ เริ่มตั้งแต่ต้องแยกข่าวข่มขืนออกมาจากข่าวอาชญากรรม เพิ่มจำนวนนักข่าวสตรีในหมวดข่าวดังกล่าวให้มากขึ้น จัดให้มีการฝึกอบรมเทคนิควิธีการที่สร้างสรรค์ในการรายงานข่าวข่มขืนแก่นักข่าว และเพื่อให้มีประสบการณ์จริงรองรับ ก็ควรสนับสนุนให้นักข่าวหญิงและชายทดลองทำงานร่วมกันในการทำข่าวประเด็นดังกล่าว

หรือตัวอย่างงานวิจัยที่ศึกษาผู้ส่งสารเป็น "ปัจเจกบุคคล" เช่น งานศึกษาของทรงพร ศรีช่วย (2544) ที่ศึกษาบทบาทของนักสื่อสารมวลชนสตรีไทยที่มีต่อการผลักดันความก้าวหน้าของผู้หญิงไทยในงานวิจัยเรื่อง "บทบาททางวารสารศาสตร์ในเรื่องสตรีของคุณนิลวรรณ ปิ่นทอง" งานวิจัยชิ้นนี้ได้บันทึกประวัติชีวิตและประวัติการทำงานของคุณนิลวรรณ ปิ่นทอง บรรณาธิการของนิตยสารสตรีที่มีอายุยาวนานที่สุดคือ สตรีสาร

ผู้วิจัยได้ท้าวความว่า แม้วานิตยสารจะถูกรับรู้ว่าเป็น "สื่อของผู้หญิง" แต่ทว่าในประวัติศาสตร์ของนิตยสารสำหรับผู้หญิงในสังคมไทยนั้นก็เริ่มต้นจากกองบรรณาธิการ/ผู้ผลิต/ผู้ส่งสารที่เป็นผู้ชายก่อน เช่น กุลสตรี บำรุงนารี จนกระทั่งในปีพ.ศ.2491 จึงได้เกิดนิตยสารที่มีบรรณาธิการเป็นสตรีคือ นิตยสารสตรีสาร ที่ได้ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องโดยบรรณาธิการคนเดิมเป็นเวลายาวนานถึงกว่าครึ่งศตวรรษ และบรรณาธิการสตรีท่านนั้นก็คือ คุณนิลวรรณ ปิ่นทอง

ผลจากการมีผู้ผลิต/บรรณาธิการที่เป็นสตรีส่งผลต่อเนื้อหาของนิตยสารโดยตรง กล่าวคือ ในนิตยสารเล่มนี้ได้เริ่มผลักดันให้ผู้หญิงมีความสนใจในประเด็นที่ยังเป็นช่องว่างสำหรับผู้หญิงไทยโดยทั่วไปในขณะนั้น คือ ความสนใจในมิติการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา สังคม การต่างประเทศ ทั้งในสังคมไทยและสังคมโลก

หากวิเคราะห์จุดยืนแบบสตรีนิยม จุดยืนของบรรณาธิการสตรีท่านนี้จะสังกัดอยู่ในกลุ่ม Liberal Feminism เนื่องจากเน้นให้สังคมเปิดโอกาสที่เท่าเทียมกันทั้งด้านการเมือง การศึกษา และอาชีพของสตรีให้เท่าเทียมกับบุรุษ โดยไม่ได้ตั้งคำถาม (หรืออาจจะไม่ได้รังเกียจ) กับการต้องทำงานบ้านของสตรีหรืออย่างน้อยก็มิได้ท้าทายแนวคิดดังกล่าว รวมทั้งมีแนวทางการส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีด้วยการเน้นให้สตรีต้องพัฒนาตนเองไปพร้อมๆกัน

และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลยุทธ์การทำงานด้านสตรีของนักสื่อสารมวลชนเช่นคุณนิลวรรณนี้จะต้องเดินสองขาไปพร้อมๆกัน กล่าวคือ ด้านหนึ่งก็ต้องทำงานในบทบาทของนักสื่อสารมวลชน แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ต้องเข้าร่วมงานอื่นๆกับกลุ่มองค์กรประเภทอื่นๆในสังคม เช่น สมาคมสตรีอุดมศึกษา สมาคมห้องสมุด สมาคมภาษาและหนังสือ ฯลฯ

คุณนิลวรรณนับว่าเป็นกรณีของสตรีนักสื่อสารมวลชนที่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานและมีชื่อเสียงเป็นที่ยกย่องในระดับสากล เนื่องจากเป็นคนไทยที่ได้รับรางวัลแมกไซไซในปีพ.ศ.2504 ผู้วิจัยอธิบายปัจจัยเกื้อหนุนความสำเร็จของสตรีไทยในช่วงเวลาที่สังคมไทยยังไม่เปิด

โอกาสให้สตรีอย่างกว้างขวางนักกว่า ประการแรกน่าจะเป็นปัจจัยด้านการศึกษา (คุณนิสวรรณเป็นผู้หญิงที่เรียนจบระดับมหาวิทยาลัยในรุ่นแรกๆ) และนอกจากนั้น ผู้หญิงเองก็ต้องมีความสามารถและความเชี่ยวชาญพิเศษบางอย่าง เช่น มีความสามารถในการใช้ภาษา มีความชำนาญภาษาต่างประเทศ เป็นต้น

และเมื่อนิตยสารสตรีได้ถูกผลิตจากกลุ่มสตรีที่มีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อการพัฒนาสตรี ก็ส่งผลถึงเนื้อหาต่างๆในนิตยสารสตรีสารที่มีบทบาทสำคัญในการเปิดโลกทัศน์ที่กว้างขวางให้แก่กลุ่มผู้อ่านสตรีมาอย่างยาวนาน

(4.2) กลุ่มที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับผู้รับสาร (M-C-R) ในด้านหนึ่ง เราอาจถือได้ว่า กลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลอย่างเบาๆจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้รับสารนั้นมีการเปิดรับสารและสื่อในเชิงรุก เพราะผู้รับสารจะเป็นผู้คัดเลือกการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

แต่นอกจากอิทธิพลของทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อแล้ว นักวิชาการในกลุ่มนี้ก็ยังคงได้รับอิทธิพลที่แรงกว่านั้นจากทฤษฎีสังคมศาสตร์แนวใหม่ที่อาจจะเรียกรวมๆกันว่า "กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์" (Critical cultural study) ที่ก่อตัวมาจากการประสานแนวคิดหลายๆ แนว เช่น แนวคิดของทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory) ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) ทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ (Post modernism) ที่เน้นว่าความหมายและความเป็นจริงของสรรพสิ่งทั้งหลายล้วนแล้วแต่ถูกประกอบสร้างขึ้น (constructed) ตัวอย่างเช่น ความหมายที่ว่า "ลูกผู้หญิง" และ "ลูกผู้ชาย" คืออะไร รวมทั้งยังได้นำเอาปรัชญาและหลักการวิเคราะห์ "ตัวบท" (text) ของทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) มาใช้ด้วย

หลักการพื้นฐานที่สุดของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาก็คือ การยกเลิกคำนิยามของการสื่อสารที่เน้นการไหลเทข่าวสาร (transmission model) หรือการที่ผู้ส่งต้องการจะสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร (Effect theory) อันเป็นลักษณะของคำนิยามที่ไม่เสมอภาค ในทัศนะของนักวัฒนธรรมศึกษาได้นิยาม "การสื่อสาร" ว่า คือ กระบวนการสร้างความหมายร่วมกัน (shared meaning) ของคนกลุ่มหนึ่งๆ วัฒนธรรมหนึ่งๆ สังคมหนึ่งๆ ซึ่งกระบวนการนี้จะดำเนินไปไม่ได้เลยหากผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายไม่ได้ใช้รหัสทางวัฒนธรรมร่วมกัน

อาศัยแนวทางของนักคิดรุ่นบรรพบุรุษเช่น A. Gramsci ในสำนักทฤษฎีวิพากษ์ซึ่งกล่าวว่า เวทีหรือพื้นที่ทางวัฒนธรรมนั้นไม่มีคนกลุ่มใด ชนชั้นใด เพศใด สามารถผูกขาดจับจองให้คนอื่นต้องใช้รหัสของกลุ่มตนได้อยู่เพียงพวกเดียว เวทีทางวัฒนธรรมจึงเป็นเวทีที่ไม่เคยร้างจากการต่อสู้ การทำทนาย หรือการปฏิเสธเลย ดังที่ตกผลึกเป็นข้อสรุปของ S. Hall (1973) ที่ว่า "ขั้นตอนของการสร้างความหมายที่แท้จริงแล้วมีอยู่ 2 จังหวะ คือ จังหวะแรกเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encoding) และเมื่อผู้รับสารถอดรหัส (decoding) นั้น ก็เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งของการสร้าง

ความหมายในจังหวะที่ 2"

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบท่าทีต่อผู้รับสารของสำนักวัฒนธรรมศึกษากับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ อาจจะสรุปได้ว่า ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จะเสนอว่า ผู้รับสารมีสิทธิที่จะเลือกเปิดรับสื่อ และเลือกรับเนื้อหาสาร แต่ทว่าโดยอาศัยแนวคิดเรื่องการถอดรหัสความหมายของทฤษฎีสัญญาวิทยา สำนักวัฒนธรรมศึกษาจะก้าวเลยออกไปถึงว่า แม้แต่ในเนื้อหาสารเดียวกัน ผู้รับสารก็ยังมีสิทธิที่จะเลือก "ถอดรหัส/ตีความหมาย" ที่เป็นแบบของตนเอง ซึ่งแตกต่างไปจากความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสความหมายมาให้ได้

และสำหรับแนวทางการศึกษาของกลุ่มนี้ จะยังคงให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ภาพสะท้อนที่ปรากฏในเนื้อหาสื่อมวลชนอยู่ต่อไป หากทว่าได้เพิ่มเติมหลักการใหม่ว่า "การวิเคราะห์ภาพสะท้อนจะต้องไปให้ไกลกว่าการวิเคราะห์ภาพสะท้อนนั้น" วิธีการอ่านความหมายและวิธีการตั้งคำถามจะต้องไปไกลกว่าวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบเดิม ดังเช่นตัวอย่างที่ S.Hall (1973) ได้สาธิตว่า ในขั้นตอนของการถอดรหัสความหมายของผู้รับสาร (ที่เขาเรียกว่าการอ่านความหมาย) นั้น อาจจะเกิดวิธีการอ่านความหมายได้เป็น 3 รูปแบบ

1. การอ่านแบบตรงตัว (preferred reading) เป็นการอ่านความหมายอย่างที่คุณส่งสารได้ใส่รหัสมาให้

2. การอ่านแบบทางเลือกหรือต่อรอง (alternative/negotiated reading) เป็นการอ่านความหมายที่แตกต่างไปจากที่คุณส่งสารใส่รหัสมา โดยอาจจะมีการต่อรอง มีการสร้างเงื่อนไข และอื่นๆ

3. การอ่านแบบตรงกันข้าม (oppositional reading) เป็นการอ่านความหมายแบบปฏิเสธความหมายที่คุณส่งสารใส่รหัสมาให้ แบบจากขวเป็นคำเลย

ดังเช่นที่ J. Fiske (1990) ได้สาธิตการอ่านความหมายเรื่อง "รายการเกมโชว์กับผู้หญิง" ว่า ในการอ่านความหมายอย่างผิวเผิน เราอาจจะรู้สึกเหยียดหยามรสนิยมของผู้ชมสตรีว่า ชอบดูแต่รายการโทรทัศน์ที่มีคุณค่าต่ำ ไร้สาระ มีแต่ความบันเทิงเช่นรายการเกมโชว์ นอกจากนั้น รายการประเภทนี้ยังส่งเสริมค่านิยมแบบบริโภคนิยม (consumerism) ให้แก่ผู้หญิงที่มีฐานะเป็นผู้บริโภคอยู่แล้ว รวมทั้งเราอาจจะไม่เข้าใจว่าทำไมผู้หญิงจึงเกาะติดอยู่กับรายการโทรทัศน์แบบประชานิยม (popular art) ที่เป็นพิษเป็นภัยต่อจิตสำนึกของตัวผู้หญิงเองเช่นนี้

Fiske ได้เฉลยคำตอบว่าเป็นความจริงที่ว่าบรรดาคุณลักษณะต่างๆที่เป็นพิษเป็นภัยต่อการพัฒนาสตรีนั้นมีอยู่ในรายการเกมโชว์จริงๆ แต่นั่นก็เป็นความจริงเพียงครึ่งเดียวเท่านั้น เพราะเมื่อได้วิเคราะห์ลงไปรายละเอียดและใช้มุมมองการอ่านแบบตรงกันข้ามแล้ว ผู้วิเคราะห์ก็ให้เห็นองค์ประกอบแห่งการต่อสู้-ปลดปล่อย (liberating element) ที่มีอยู่ในรายการเกมโชว์นั่นเอง ตัวอย่างเช่น บรรดารายการที่นำเอาผู้หญิงไปเดินช้อปปิ้งแล้วทายราคาสินค้าเพื่อแข่งขันกัน ตามปกคิลักษณะของการช้อปปิ้งของผู้หญิงนั้นมีอยู่ 2 แบบคือ เดินซื้อของเพื่อความต้องการของคน

อื่นกับการเดินซื้อของเพื่อความสุขของตนเอง ลักษณะหลังนี้เป็นรูปแบบของการเดินซื้อของในรายการเกมโชว์ และการซื้อปิ้งในรายการเกมโชว์นั้นก็มิได้เป็นเรื่องเหงาหงอยแบบส่วนตัว (alone/private) หากทว่าเป็นเรื่องที่แสดงออกสู่สายตาสาธารณะ (public) และเต็มไปด้วยความสนุกสนานตื่นเต้น ความรู้ที่ใช้ตอบปัญหาในรายการเป็น "ความรู้แบบที่ผู้หญิง" เท่านั้นที่จะมี (รู้ราคาสินค้า) ความรู้แบบนี้ถูกให้ความหมายว่าเป็นความรู้ที่มีค่าเพราะเป็นหนทางนำไปสู่ชัยชนะและเงินรางวัล เป็นต้น Fiske ตบท้ายงานวิจัยของเขาว่า แน่แน่นอนว่าในรายการเกมโชว์ยังมีภาพสะท้อนแบบเก่าๆ ของการใช้อำนาจที่เหนือผู้หญิง (เช่น ผู้ชายเป็นพิธีกร ผู้หญิงเป็นแค่ผู้ช่วยพิธีกรหรือผู้เข้าแข่งขัน) แต่ในอีกด้านหนึ่ง เวทีทางวัฒนธรรมแบบนี้ก็เป็นโอกาสที่ผู้หญิงจะได้ต่อรองต่อต้าน ปฏิเสธภาพลักษณ์แบบเดิมๆ ไปพร้อมๆ กัน ส่วนผสมที่มีทั้งสองอย่างนี้ทำให้ผู้ชมสตรีได้มีโอกาสดูอย่างระทึกใจและเป็นเหตุผลเบื้องหลังความนิยมชมชอบในรายการดังกล่าว

กลยุทธ์อีกประการหนึ่งที่จะช่วยให้วิธีการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ไปได้ไกลกว่าตัวภาพลักษณ์เองก็คือ การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีทัศนศาสตร์ของผู้วิจัย (ตามแนวสัญวิทยา) กับการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีทัศนศาสตร์ของผู้รับสาร ดังที่ J. Radway (1984) ได้สารัตถ์ว่า เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์บรรดาคุณสมบัติที่ต่างกันในละครโทรทัศน์ออกมาแล้ว และมาสัมภาษณ์ผู้รับสารสตรีที่ดูละครโทรทัศน์เหล่านั้น ผู้วิจัยก็กลับได้พบว่า ผู้รับสารมิได้มองเห็นคุณสมบัติต่างๆ ในแง่มุมเดียวกับผู้วิจัย หากทว่าผู้รับสารสตรีได้เลือกเฟ้นและเลือกเห็นลักษณะที่ก้าวหน้า ต่อรองและท้าทายในละครโทรทัศน์ กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ Fiske เรียกว่า "ผู้หญิงได้ใช้อาวุธที่มีอยู่ในสังคมเป็นเครื่องมือในการต่อสู้" ซึ่งอาจจะคล้ายๆ แนวคิดของไทยที่ว่า "หนามยอกเอาหนามบ่ง"

สำหรับงานวิจัยไทยที่ออกแบบการวิเคราะห์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกับงานของ J. Radway และเลือกศึกษากลุ่มสตรีที่มักจะหลุดหายจากความสนใจของวงการศีกษา (แม้กระทั่งในแวดวงสตรีนิยม) คือกลุ่มหญิงชรา โดยได้ศึกษาทั้งภาพตัวแทนของหญิงชราในรายการสารคดีโทรทัศน์ "คนค้นคน" และดูการถอดรหัสของกลุ่มคนเจ้าของเรื่อง คือ กลุ่มผู้หญิงสูงอายุเอง อย่างที่ทราบกันดีว่า กลุ่มผู้ผลิตรายการต่างๆ ในโทรทัศน์นั้น ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ชายและอยู่ในวัยหนุ่มสาว และมาประกอบสร้าง "ภาพของคนอื่น" เช่น ภาพของคนแก่ในรายการ "คนค้นคน" และเช่นเดียวกันว่า ภาพของคนแก่ที่ถูกนำเสนอในรายการประเภทสารคดีของไทยนั้น มักจะเป็นภาพของคนยากจน น่าสงสาร ถูกหลุกหลานทอดทิ้ง เจ็บไข้ได้ป่วย ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ ชีวิตมีแต่ความหดหู่สิ้นหวัง รอคอยการช่วยเหลือ (ตัวอย่างที่ชัดเจนคือรายการวงเวียนชีวิต)

กระบวนการสร้างภาพแบบตายตัวและเหมารวมดังกล่าว ทำให้กลุ่มผู้หญิงกลุ่มหนึ่ง ซึ่งตามปกติ "ความเป็นหญิง" ก็ทำให้เกิดจุดเสียดต่อการด้อยอำนาจแล้ว เมื่อมาบวกผสมกับ "ความชรา" เข้าไป ก็ยิ่งทำให้ด้อยพลังแบบยกกำลังสอง

พรพรรณ สมบูรณ์บัตติ (2549) ผู้วิจัยเรื่อง "หญิงชรา: ภาพตัวแทน" ในรายการสารคดีโทรทัศน์ "คน ค้น คน" ซึ่งรายการสารคดีรายการนี้ถือได้ว่าเป็นรายการสารคดีโทรทัศน์ยุคใหม่ที่มี

ชื่อเสียง ได้รับความนิยมนจากผู้ชม และมักจะเน้นแง่มุมที่แตกต่าง/เป็นทางเลือกไปจากรายการสารคดีแบบเดิมๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะวิเคราะห์ว่า ภาพตัวแทนของหญิงชราในรายการนี้มีความผิดแผกแตกต่างไปจากที่เคยเป็นมาหรือไม่/อย่างไร

และในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยก็ได้ซักถามเมื่อดูการถอดรหัสของกลุ่มหญิงชราที่มีภูมิหลังแตกต่างกันทั้งฐานะเศรษฐกิจ การศึกษา การเอาใจใส่ของลูกหลาน (อยู่กับครอบครัว/อยู่บ้านพักคนชรา) เพื่อตรวจสอบว่าสอดคล้องกับการถอดรหัสของผู้วิจัยหรือไม่

ในงานวิจัยชิ้นนี้ แม้ว่าผู้วิจัยจะไม่ได้ใช้แนวคิดสตรีนิยมโดยตรง แต่ทว่าได้นำเอาแนวคิดเรื่อง "กลุ่มชายขอบ" (Marginal group) ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่ถูกกีดกันให้ไปอยู่นอกระบบ (ของการมีอำนาจ) เป็นกลุ่มค้อยอำนาจ ซึ่งกลุ่มผู้หญิง (โดยเฉพาะที่อยู่ในช่วงวัยชรา) ก็จัดอยู่ในกลุ่มนี้

นักวิจัยได้สำรวจรายการสารคดีโทรทัศน์ "คน คั่น คน" ในช่วงประมาณ 2 ปี (พ.ศ.2546-2547) พบว่า มีอยู่ 5 ตอนที่มีตัวละครเด่นเรื่อง (ตัวละครหลัก) เป็นหญิงชรา และได้วิเคราะห์เทปรายการทั้ง 5 ตอนนี้ตามแนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความหมาย (Narrative) และข้อสังเกตประการแรกเลยก็คือ ตัวละครหลักในสารคดีทั้ง 5 ตอนนั้น จะเป็นผู้หญิงชราจากชนชั้นล่างในชนบทโดยมีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่ "หญิงชราน่าสงสาร" (แบบเดิมๆ) ไปจนถึง "หญิงชราผู้ชีวิต" ภาพดังกล่าวนี้ซึ่งเป็นภาพในรายการประเภทเรื่องจริง (factual program) เช่นสารคดีนี้ อย่างน้อยก็มีความแตกต่างไปจากภาพผู้หญิงสูงอายุในรายการประเภทอื่นๆ ที่ผู้ชมโทรทัศน์ไทยมักคุ้นตา เช่น ภาพของคุณหญิงแม่หรือหม่อมย่าผู้มั่งคั่งและใช้มรดกเป็นแหล่งอำนาจควบคุมชีวิตลูกหลานในรายการประเภทละครโทรทัศน์

ผลการวิจัยเพื่อตอบโจทย์ข้อแรกว่า จากการที่นักวิจัยเองเป็นผู้ลงมือวิเคราะห์ด้วยบทของรายการ คน คั่น คน นักวิจัยได้พบว่าภาพตัวแทนของผู้หญิงสูงอายุในรายการมีอะไรบ้าง ผลการวิจัยพบว่า ภาพของหญิงชราที่พบบนหน้าจอแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

(1) ภาพตามแบบเดิมๆ ซึ่งประกอบด้วย 2 ภาพย่อยคือ ภาพผู้เป็นแม่และผู้ดูแลบุตรหลาน กับ ภาพผู้ทำนุบำรุงศาสนา

(2) ภาพแบบใหม่ๆ เป็นภาพทางเลือกซึ่งมีอยู่หลากหลายมากกว่า ประมาณ 6-7 ภาพ ซึ่งสามารถจะจัดแบ่งภาพแบบใหม่ๆ ออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ

(2.1) ภาพทางลบ ซึ่งมีมากกว่า คือ ภาพคนยากจนในชนบท ภาพคนค้อยโอกาสทางการศึกษา ภาพคนไร้อำนาจต่อรอง ภาพผู้ได้รับผลกระทบด้านมืดจากสังคม ภาพผู้ไม่มีคุณค่าสำหรับลูกหลาน

(2.2) ภาพทางบวก ซึ่งมีอยู่ 2 ภาพคือ ผู้มีร่างกายเสื่อมโทรมแต่จิตใจแข็งแกร่ง และผู้คืนรนต่อชีวิตอย่างไม่ย่อท้อ

แต่ทว่าเมื่อผู้วิจัยนำเอาเทปรายการไปให้ผู้ชมที่เป็นหญิงชราที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน

ได้รับชม แล้วซักถามความคิดเห็น ผู้วิจัยก็ได้พบว่า การถอดรหัสความหมายของกลุ่มผู้ชมนั้นแตกต่างไปตามแนวคิดของ S. Hall กล่าวคือ มีทั้งที่ถอดรหัสเหมือนกับที่นักวิจัยอ่านมา มีทั้งต่อรอง/กึ่งรับกึ่งปฏิเสธ และมีทั้งที่ไม่เห็นด้วยเลย

ตัวอย่างเช่น สำหรับภาพของหญิงชราตามแบบเดิมนั้น ทั้ง 2 ภาพนั้นจะเป็นภาพที่กลุ่มตัวอย่างถอดรหัสเหมือนนักวิจัย (ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าภาพตัวแทนดังกล่าวได้รับการผลิตซ้ำมาอย่างยาวนานจนฝังลึกแล้ว) แต่สำหรับภาพทางเลือกแบบใหม่ๆ ที่เพิ่งนำเสนอขึ้นนั้น ผู้ถอดรหัสจะนำเอาภูมิหลังของตนเองมาต่อรองหรือถึงขั้นปฏิเสธเลย

ตัวอย่างเช่น ภาพของผู้ไม่มีคุณค่าสำหรับลูกหลานนั้น กลุ่มตัวอย่างที่อยู่กับครอบครัวอย่างน้อย 3 ใน 10 คน ก็ต่อต้านว่าเป็นภาพที่ไม่จริง และอีก 2 ใน 10 คนก็ต่อรองว่า แม้จะต้องนำเอาพ่อแม่ไปอยู่สถานสงเคราะห์ก็อาจจะเป็นเพราะเหตุผลความจำเป็น ความกตัญญูนั้นยังคงเป็นคุณค่าที่ดำรงอยู่ในสังคมไทย

หรือภาพของคนแก่ที่ไร้การศึกษานั้น กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีการศึกษาดี (ระดับมัธยมปลายถึงปริญญาตรี) ก็ไม่เห็นด้วยว่า "คนแก่ผู้หญิงทุกคนเป็นคนไร้การศึกษา" เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหญิงชราที่มีฐานะดี (เป็นข้าราชการหรือเจ้าของหอพัก) ก็จะไม่เห็นด้วยกับภาพของหญิงชราผู้ยากจนในโทรทัศน์

งานวิจัยชิ้นนี้ต่อยอดให้เห็นการผนวกเอาการศึกษาวิธีการ/แบบแผนการถอดรหัสของผู้รับสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเพื่อตรวจสอบวิธีการวิเคราะห์ด้วยบทของนักวิจัยตามลำพังว่าสอดคล้องกันจริงหรือไม่ และผลการวิจัยก็พิสูจน์ว่า การถอดรหัสของผู้รับสาร (กลุ่มตัวอย่าง) นั้นมิได้สอดคล้องไปหมดตามการถอดรหัสของนักวิจัยหรืออาจจะตามการใส่รหัสของผู้ผลิต

(4.3) กลุ่มศึกษา "ตัวบท" (M-C:text) จากทัศนะของกลุ่มประกอบสร้างนิยม (Constructionsim) / วัฒนธรรมศึกษา (Cultural Study) เนื่องจากในยุคปัจจุบันนี้ได้มีการเคลื่อนย้ายปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ที่มีต่อผู้รับสาร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงการเปลี่ยนแปลงการใช้ทฤษฎีสื่อมวลชนในยุคแรกๆ เช่น ทฤษฎีผลกระทบจากสื่อ ทฤษฎีหน้าที่นิยม และทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรี มาสู่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อตัวสื่อและตัวสาร และเฉกเช่นเดียวกัน ในยุคปัจจุบันนี้ก็ให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ที่มีต่อเรื่อง "ภาพสะท้อน" เช่นเดียวกัน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ่นั้นมีแนวคิดเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคม" (Media and Society) หนุนหลังอยู่โดยสถานะของสื่อก็คือ การทำหน้าที่เป็น "กระจก" (mirror) ที่สะท้อนสรรพสิ่งต่างๆ ในโลกแห่งความเป็นจริง แต่ทว่านับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์ใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับสังคมว่า สื่อไม่ได้มีฐานะเป็น "กระจก" ที่สะท้อน หากแต่สื่อทำหน้าที่เป็น "ตะเกียง" ที่ส่อง/

ประกอบสร้างภาพของสรรพสิ่งต่างๆในสังคมให้เห็นไปตามที่ผู้ประกอบสร้าง/ผู้ถือตะเกียง ต้องการ ตัวอย่างเช่น สื่อจะส่อง/ประกอบสร้างให้เห็นภาพว่า "ธรรมชาติ" นั้นเป็นอย่างไร เช่น เป็น สิ่งที่มนุษย์สามารถควบคุมได้ เป็นสิ่งที่น่าสะพรึงกลัว เป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องยอมก้มหัว เป็นสิ่งที่ มนุษย์ปรารถนาจะอยู่ร่วม ฯลฯ ฉะนั้น ในเรื่องของเพศสภาพก็เช่นเดียวกันว่า สื่อจะประกอบสร้าง ให้ผู้หญิง ผู้ชาย ความสัมพันธ์ระหว่างหญิง-ชายเป็นอย่างไร ก็ยอมแล้วแต่เจตนาารมณ์ของผู้ ประกอบสร้าง

ฉะนั้น งานวิจัยที่เคยหยิบเอาผลงานของสื่อ (media product) ซึ่งทฤษฎีประกอบสร้าง นิยม/วัฒนธรรมศึกษามักจะเรียกว่า "ตัวบท" (text) มาวิเคราะห์คือ "ภาพสะท้อน" ซึ่งมักจะตอบ คำถามเพียงว่า ภาพของสตรีที่เห็นอยู่ในสื่อ่นั้นเป็น "ภาพอะไรบ้าง" (what is) เช่น สัตว์โลกแสน สวย แม่และเมีย วัตถุทางเพศ ฯลฯ ในยุคปัจจุบันนี้ ก็ยังคงมีการศึกษา "ภาพต่างๆของสตรี" ใน ผลงานสื่ออยู่ แต่แนวคิดข้างหลังที่มีต่อสื่อ่นั้นเปลี่ยนแปลงไป เพราะในยุคปัจจุบัน นักวิจัยที่ใช้ แนวคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาจะเห็นว่า สื่อมิได้ทำหน้าที่เป็น "กระจก" ที่สะท้อนภาพผู้หญิงในโลก แห่งความจริง หากทว่าสื่อจะเล่นบทบาทเป็น "ผู้ประกอบสร้างภาพของผู้หญิง" ขึ้นมา หรืออาจ กล่าวให้ชัดเจนว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงก็มีแต่ "รูปร่างทางกายภาพ" (physical body) เท่านั้น แต่ทว่า "รูปร่างทางสังคม" (social body) ของผู้หญิงจะเป็นอย่างไร (เช่น เช็กชี้นำเคารพ บูชา นำทะนุถนอม มีไว้รองรับความรุนแรง ฯลฯ) ก็ขึ้นอยู่กับกระบวนการประกอบสร้างของสื่อ และนี่เป็น ที่มาของแนวคิดเรื่อง "ความเป็นหญิง" (Femininity) และ "ความเป็นชาย" (Masculinity) ที่เป็น ผลผลิตของกระบวนการประกอบสร้างดังกล่าว

สำหรับแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษานั้น ประเด็นเรื่อง "เพศสภาพ-บทบาทหญิง-ชาย" จะสวมเข้ามาได้ง่ายที่สุด ทั้งนี้เพราะ "เพศ" ก็เป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรมอยู่แล้ว และเพศสภาพหรือบทบาทหญิง-ชายนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากสังคม (socially constructed) คำถามที่นักวิชาการในกลุ่มนี้ให้ความสนใจคั่นกว่าจึงเป็นประเด็นที่ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทและมี วิธีการทำงานอย่างไรในการให้คำนิยามบทบาททางเพศ (gender definition) ก่อสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละเพศ (gender identity) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า การพัฒนาและการแปรเปลี่ยน "ความเป็น หญิง/ความเป็นชาย" มีการดำเนินการผ่านกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนได้อย่างไร

ในทางปฏิบัติ เราอาจจะมองเห็นได้ง่ายๆว่า หัวข้อที่ศึกษา "ภาพของสตรีใน สื่อมวลชน" ในยุคปัจจุบัน มักจะเปลี่ยนจากคำว่า "ภาพสะท้อน" มาเป็น "ภาพลักษณ์" (image) หรือ "ภาพตัวแทน" ซึ่งมีนัยยะว่า นักวิจัยได้เคลื่อนย้ายจุดยืนทางทฤษฎีแล้ว นอกจากนั้นในวิถีวิทยาของ การศึกษา นอกจากจะตอบโจทย์ว่า "มีภาพอะไรอยู่ในสื่อบ้างแล้ว" (what is) นักวิจัยมักจะตอบ โจทย์ต่อไปอีกว่า สื่อมวลชนมี "กระบวนการ" (process) หรือใช้ "กลไกอะไร" (how to) ในการ ประกอบสร้างภาพดังกล่าวขึ้นมา

ตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่จัดประเภทอยู่ในกลุ่มทฤษฎีนี้ก็เช่น งานวิจัยของมิตรารักษ์

อยู่สภาพ (2539) ที่ศึกษาทั้งภาพและกระบวนการประกอบสร้างภาพของความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ในบทเพลงสมัยนิยมระหว่างช่วงสิบกว่าปี คือพ.ศ.2527-2539 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจเพลงไทยสากลอย่างมาก โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของนักร้องหญิงแบบสมัยใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยที่มีถึง 53 คน

ผลวิจัยในส่วนเกี่ยวกับภาพของนักร้องหญิงทั้ง 53 คนนั้น ล้วนถือได้ว่าเป็นภาพแบบสมัยใหม่ที่มีอยู่ 3 ภาพ คือ ผู้หญิงกล้า (กล้าแสดงออกทั้งภายนอกและภายใน) ผู้หญิงแกร่ง (อดทนผ่านโลกมามาก มีประสบการณ์ชีวิต) และผู้หญิงเก่ง (ไม่ยอมเป็นผู้ตาม) ซึ่งลักษณะโดยรวมแล้ว ผู้หญิงสมัยใหม่จะมีลักษณะรักอิสระ ไม่ผูกติดชีวิตตัวเองกับผู้ชายและความรัก ฟังพาดตนเองได้ ต้องการความรักที่เสมอภาค เคารพซึ่งกันและกัน จริงใจและซื่อสัตย์ต่อกัน ลักษณะความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่นี้ถือว่าค่อนข้างแตกต่างจากภาพผู้หญิงตามแบบฉบับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เพลงสมัยนิยมที่เสนอภาพผู้หญิงตามแบบฉบับก็ยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก

สำหรับเรื่องกระบวนการสร้างภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ให้ออกมาตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ก็จะเป็นไปตาม 3 ลำดับขั้นตอนของกระบวนการผลิตเพลงของระบบธุรกิจ คือ

- ขั้นที่ 1: คัดเลือกและแสวงหาความเป็นตัวตนของนักร้องหญิง
- ↓
- ขั้นที่ 2: คำนึงแนวหลักของเพลง และกำหนดภาพ/ดำเนินการประกอบสร้างเพลงและภาพ
- ↓
- ขั้นที่ 3: ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เพลงและภาพ

สำหรับขั้นแรกนั้น เนื่องจากภาพของผู้หญิงสมัยใหม่มีให้เลือกอย่างน้อย 3 ภาพดังกล่าวมาแล้ว ดังนั้น การแสวงหา "วัตถุดิบ" คือกลุ่มนักร้องผู้หญิงที่จะมาใช้ประกอบสร้างภาพจึงมีเส้นทางที่หลากหลาย เช่น เป็นดารามีชื่อเสียง มีความสามารถทางดนตรี (เอามาเป็นผู้หญิงเก่ง) หรือแม้ไม่มีชื่อเสียงก็ต้องพอจะร้องเพลงได้ มีบุคลิกที่โดดเด่น ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะมาในเส้นทางไหนก็ต้องมี "คุณสมบัติ" ที่เหมาะกับภาพทั้ง 3 ภาพนั้นเป็นอันดับแรก (เช่น ต้องไม่ใช่ดารานางเอกประเภทหัวอ่อน สวยแต่คูโง่ อ่อนหวานมาก เรียบร้อย ฯลฯ) กล่าวคือ ในขั้นตอนของการเลือกวัตถุดิบนี้ต้องให้เข้ากับภาพทั้ง 3 ที่ต้องการได้

ในขั้นที่ 2 คือ คำนึงแนวหลักของเพลงและกำหนดภาพ รวมทั้งดำเนินการประกอบสร้างทั้งเพลงและภาพนั้น ก็จะเป็นไปตามองค์ประกอบทั้ง 4 ของเพลงและภาพ เช่น แนวเพลง เนื้อเพลงโดยรวม รูปแบบท่าทางแสดงออก (เวลาทำเป็นมิวสิกวิดีโอหรือแสดงคอนเสิร์ต) การแต่งกาย (เวลาทำปกเทป)

และในขั้นตอนสุดท้ายคือ การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ในทุกรูปแบบ

(ทั้งมิวสิกวิดีโอ/คอนเสิร์ต) ก็ต้องควบคุมความหมายของภาพดังกล่าวไม่ให้หลุดไปจาก "concept" ที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งหมายความว่า ในทั้ง 3 ขั้นตอนของกระบวนการผลิตเทปเพลงและภาพนั้น ก็จะมีกระบวนการคู่ขนานคือ การควบคุมการประกอบสร้างความหมาย (meaning control process) ดำเนินควบคู่ไปพร้อมๆกัน

และเมื่อนำเอาแนวคิด "ผู้หญิงใน 3 มิติ" ของซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) ก็จะพบความหมาย ดังนี้

มิติที่ 1: ทักษะคิดต่อตัวเอง ผู้หญิงสมัยใหม่จะเน้นการดำเนินชีวิตที่เป็นอิสระไม่ยอมอยู่ใต้อาณัติของใคร (เช่น พ่อแม่ ครอบครัวยุคเก่า) แต่ก็ยังเป็นแบบทางสายกลาง และยอมรับว่า หากรักความเป็นอิสระก็ต้องยอมรับความโดดเดี่ยวได้ด้วย

มิติที่ 2: ทักษะคิดต่อความสัมพันธ์หญิงชาย คิดว่าความรักแบบเก่าๆนั้นคือพันธนาการ ยังคงรักกับผู้ชายได้ แต่ต้องเป็นความรักในรูปแบบใหม่คือแบบเสมอภาคเท่าเทียม

มิติที่ 3: ทักษะคิดต่อตัวเองและสังคม คิดว่าสังคมมีความสับสนยุ่งเหยิง โดยเฉพาะมองเรื่องความเสื่อมทรามในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ที่เริ่มห่างเหินแปลกหน้าต่อกัน

ผู้วิจัยสรุปฟันธงว่า ภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ที่ผ่านกระบวนการประกอบสร้างออกมา นั้น เป็นภาพที่ดูก้าวหน้าแต่ภายนอก แต่เนื้อในแล้ว ยังคงถูกผูกติดอยู่กับเรื่องความสัมพันธ์หญิงชายอย่างมาก แม้จะนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์แบบใหม่ก็ตาม ภาพที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมานี้มีส่วนผสมทั้ง "ภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ที่มีอยู่จริง" บวกปนด้วย "ภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ในอุดมคติ"

(4.4) กลุ่มที่ศึกษาครบวงจรองค์ประกอบของการสื่อสาร (S-M-C-R) สำหรับงานวิจัยเรื่องสื่อกับสตรีนิยมที่จะศึกษาให้ครบองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารนั้น นับว่าเป็นเรื่องยากในการออกแบบและดำเนินการวิจัย รวมทั้งยังต้องคุม "ประเด็น" ที่จะศึกษาให้เล็กพอสมควร และเป็นที่น่าสนใจว่า มีงานวิจัยไทยชิ้นหนึ่งที่นอกจากจะศึกษาองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารแล้ว ก็ยังเลือกประเด็นที่ดูมีความพิเศษอย่างยิ่งในแง่สตรีนิยม คือ การศึกษานักเขียนสตรีนวนิยายแนวเพรสส (อีโรติก) วิเคราะห์ตัวเนื้อหานวนิยาย และสำรวจทัศนคติของผู้อ่านทั้งหญิงและชาย

ปกรส บุญศรีโรจน์ (2539) ตั้งข้อสังเกตว่า ตามปกติ หากผู้หญิงคนใดเกิดมีความสนใจเรื่องเพศมากเป็นพิเศษ ก็ดูจะเบี่ยงเบนจาก "ความเป็นหญิง" ออกไปแล้ว และยังหากแสดงความสนใจดังกล่าวอย่างออกนอกหน้านอกตา จนถึงระดับมาแสดงความสนใจและความรอบรู้ในเรื่องเพศของคนใน "พื้นที่สาธารณะ" เช่น การมาเป็นนักเขียนนวนิยายแนวเพรสส ก็ดูเหมือนจะไม่เพียงแต่ "แตกแถว" เท่านั้น แต่เป็นการ "หลุดจากแถวของผู้หญิงดีๆ" ไปเลย

ข้อสังเกตดังกล่าวมีประจักษ์พยานสนับสนุน เมื่อ ก.สุรางคนางค์ ซึ่งเป็นนักเขียนสตรีได้เขียนนวนิยายเรื่อง "หญิงคนชั่ว" ซึ่งเป็นเรื่องราวและกิจกรรมของผู้หญิงที่เป็นโสเภณี ในปี

พ.ศ.2480 ก็ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางว่า "โป๊" ซึ่งหมายความว่า ผู้หญิงไม่ได้มีสิทธิที่จะเขียนเรื่องทุกอย่างได้ และเรื่องที่ไม่สมควรที่จะเขียนมากที่สุดก็คือ เรื่องเพศและเพศสัมพันธ์ แล้วนักเขียนนวนิยายแนวเพศรสที่เป็นสตรีทั้ง 3 ท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของนักวิจัย คือ มล.เบญจมาศ ชุมสาย สุจินดา ชันตยาภรณ์ และกิ่งฟ้า เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา สตรี 3 ท่านนี้มีทัศนคติและความคิดเห็นอย่างไร นี่คือโจทย์การวิจัยข้อแรก

และโจทย์การวิจัยข้อต่อมาก็คือ ภูมิหลังและทัศนคติของนักเขียนสตรีทั้ง 3 ท่านได้เข้าไปมีส่วนในการกำหนดผลงานที่สร้างขึ้นมาอย่างไร และองค์ประกอบสุดท้ายคือกลุ่มผู้อ่านทั้งหญิง-ชายที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15-50 ปี ทั้งโสดและแต่งงานแล้ว จำนวน 100 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

ข้อค้นพบประการแรกที่นักวิจัยค้นพบก็คือ ความแตกต่างระหว่างนักเขียนสตรีทั้ง 3 ท่านที่ส่งผลไปถึงหน้าตาของผลงานที่ออกมา ดังนี้

มล.เบญจมาศ ชุมสาย จบการศึกษามาทางด้านวารสารศาสตร์ สมรสแล้ว และหย่าร้างค่อนข้างมีอายุโสด และเขียนงานโดยการสนับสนุนของสามี แรงจูงใจในการเขียนนวนิยายแนวเพศรสก็เพื่อต้องการขยายสิทธิในการรับรู้ทั้งเรื่องเพศและเพศศึกษาแก่กลุ่มผู้หญิง เนื้อหานวนิยายจึงมุ่งให้ความรู้เรื่องเพศศึกษา แต่ก็ยังยึดมั่นในเรื่องความเชื่อทางเพศแบบเดิมๆ เช่น ไม่สนับสนุนให้ผู้หญิงมีเสรีทางเพศมากเกินไป (อาจจัดได้ว่าเป็นนักสตรีนิยมแนวเสรีนิยม)

สุจินดา ชันตยาภรณ์ เมื่อเริ่มเขียนใหม่ๆแล้วให้สามีอ่าน สามีก็ไม่สนับสนุน ชีวิตแต่งงานพบปัญหาเพราะสามีมีผู้หญิงอื่น จนถึงขั้นหย่าร้าง แรงจูงใจในการเขียนนวนิยายจึงต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมแบบชายเป็นใหญ่ ด้วยการสร้างทัศนคติแก่ผู้หญิงและคนทั่วไปว่า เรื่องเพศเป็นเรื่องพื้นฐานในชีวิตมนุษย์ และเป็นสิทธิของผู้หญิงในฐานะที่เป็นมนุษย์คนหนึ่ง ในนวนิยายตัวละครผู้หญิงจึงมีความสัมพันธ์ทางเพศได้อย่างง่ายดาย (เช่นที่ผู้ชายเคยมี) มีการบรรยายฉากร่วมเพศอย่างเปิดเผย ซึ่งถือว่าล้ำเส้นของนักเขียนสตรีโดยทั่วไปอย่างมาก

กิ่งฟ้า เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา ยังเป็นโสดอยู่ (ในช่วงที่ศึกษา) เป็นนักเขียนที่เขียนงานได้หลายแบบ โดยมีแม่และพี่ชายสนับสนุนการเป็นนักเขียน และเขียนเรื่องเพศเป็นแนวหนึ่งโดยใช้นามปากกา (เมื่อแม่รู้ ก็ไม่อยากจะให้เขียนแนวนี้) แรงจูงใจในการเขียนงานคือต้องการขยายสิทธิการแสวงหาประสบการณ์เรื่องเพศโดยเฉพาะให้กับกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น ตัวละครจึงมีเพศสัมพันธ์อย่างซ้ำซ้อน โดยที่ผู้อ่านแทบจะไม่รู้เลยว่าผู้เขียนเป็นสตรี และเนื้อหาของนวนิยายจะมุ่งที่การเปิดเผยพฤติกรรมทางเพศของกลุ่มวัยรุ่นเป็นหลัก เพื่อสื่อความหมายว่าเรื่องเพศรสเป็นเรื่องที่งดงาม

ส่วนผลการสำรวจผู้อ่านทั้งหญิงและชายจำนวน 100 คน มีทั้งที่เป็นโสดและแต่งงานแล้วเท่าๆกัน ผู้อ่านได้ประเมินนวนิยายของสตรีนักเขียนทั้ง 3 ท่าน ว่ามีทั้งข้อดีและข้อเสีย สำหรับข้อดีก็คือ เป็นงานเขียนที่ใช้จินตนาการได้ดี ในเชิงวิชาการก็ให้ความรู้ และในแง่วรรณศิลป์ก็เข้าถึง

ตัวละคร ส่วนข้อเสียนั้นมีเหตุผลทั้งเชิงวรรณศิลป์ (เช่น เห็นภาพพจน์ไม่ชัดเจน) และแง่ผลกระทบ เช่น นวนิยายพวกนี้อาจเป็นสาเหตุของการข่มขืนและอาจเป็นอันตรายหากเด็กๆมาอ่านเข้า

สำหรับทัศนะที่ว่า การที่ผู้หญิงมาเขียนนวนิยายเชิงเพศรสนี้ มีความเห็นอย่างไร กลุ่มผู้อ่านหนึ่งในสามเห็นว่าพอใจดี เพราะผู้หญิงเขียนได้อย่างตรงไปตรงมา อีกหนึ่งในสามรู้สึกเฉยๆ และอีกหนึ่งในสามรู้สึกว่แปลกๆ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็ไม่พบทัศนคติด้านลบต่อตัวผู้เขียนที่เป็นสตรี (อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นคนที่ย่านนวนิยายเชิงเพศรสอยู่แล้ว ซึ่งหมายความว่า มีทัศนะที่เปิดกว้างต่อเรื่องเพศ) และผู้อ่านส่วนใหญ่ให้ทัศนะว่า จะอ่านนวนิยายเชิงเพศรสจากทั้งผู้เขียนที่เป็นหญิงหรือชายก็ได้ ซึ่งทำให้นักวิจัยสรุปว่า สำหรับเพศของผู้ส่งสารนั้นไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทัศนะของผู้อ่าน

การศึกษาเรื่องสื่อกับสตรี: จากมุมมองของนักสตรีนิยม

แทนวิธีการศึกษาโดยยึดเอาพัฒนาการของทฤษฎีนิเทศศาสตร์เป็นตัวตั้งดังที่ได้นำเสนอมา L. Van Zoonen (1994) ได้จำแนกกลุ่มผู้สนใจศึกษาประเด็นเรื่องสื่อมวลชนกับเพศสภาพ/บทบาทหญิงชายออกไปตามจุดยืนของกลุ่มสตรีนิยมแต่ละกลุ่ม และแต่ละกลุ่มจะเข้ามามีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในลักษณะที่แตกต่างกันไป

1. **กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism)** กลุ่มนี้เห็นว่า สังคมกำลังเปลี่ยนแปลงไป แต่บทบาทของสตรียังถูกหยุดยั้งให้อยู่กับที่ ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาสตรีให้ก้าวหน้าตามไป กลุ่มนี้จะไม่สนใจปัญหาการวิเคราะห์ระบบสังคมโดยรวมเท่าใดนัก

2. **กลุ่มสตรีนิยมแนวถอนรากถอนโคน (Radical Feminism)** กลุ่มนี้เห็นว่าระบบสังคมที่มีอยู่เป็นระบบถืออำนาจชายเป็นใหญ่ (patriarchal society) ในสังคมเช่นนี้ ชะตากรรมและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้หญิงจะถูกกำหนดให้มีฐานะต่ำต้อย

3. **กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism)** กลุ่มนี้สนใจการวิเคราะห์ระบบสังคมที่เป็นอยู่ว่า คือระบบทุนนิยมที่มีชนชั้น ภายใต้ระบบนี้ สถานภาพของผู้หญิงจะถูกเอาเปรียบอย่างถึงที่สุด การปรับปรุงสถานภาพของสตรีจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสังคมให้ปราศจากชนชั้น

4. **กลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรม (Cultural Feminism)** กลุ่มนี้จะสนใจลักษณะทางอุดมการณ์ของความเป็นหญิง-ชายที่ถูกวัฒนธรรมของสังคมเป็นตัวกำหนด และเห็นว่าทิศทางของการเปลี่ยนแปลงต้องมุ่งไปสู่การเปลี่ยนในระดับวัฒนธรรมดังกล่าว

แนวทางของแต่ละกลุ่มจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและประเด็นปัญหาที่จะใช้ศึกษาเรื่องสื่อกับเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย และแม้ว่าแต่ละกลุ่มจะมีหลักการพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาเรื่องเพศแตกต่างกัน แต่ทุกกลุ่มก็มีทัศนะที่เป็นจุดร่วมกันอยู่ 2 ประการคือ

1. ทุกกลุ่มจะใช้เกณฑ์การวิเคราะห์เรื่อง "เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชาย" ซึ่งมีฐานะเป็นเครื่องมือที่วางโครงสร้างของโลกความเป็นจริง เช่น การแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์ และ โลกแห่งสัญลักษณ์ เช่น ผลงานทั้งหมดของสื่อมวลชนที่นำเสนอออกมา

2. ทุกกลุ่มจะถือว่า เพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายเป็นปัจจัยกำหนด (defining factor) ตัวหนึ่งที่ทำกร่วมกับปัจจัยอื่นๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิภาค ระดับการศึกษา ชนชั้น ศาสนา ฯลฯ

จากจุดรวมทั้ง 2 ประการนี้ Zoonen ได้เริ่มต้นวิธีการทำงานด้วยการนำเสนอว่า นักสตรีนิยมจะเริ่มต้นวิพากษ์วิจารณ์สถาบันสื่อมวลชนในประเด็นอะไรบ้าง ในกรณีนี้ เธอได้หยิบยืมเอาวิธีการที่ S. Harding (1987) เคยใช้ในการวิจารณ์แวดวงวิทยาศาสตร์ โดยตั้งประเด็นคำถามต่อสถาบันสื่อมวลชน ดังนี้

1. ในโลกแห่งความเป็นจริง จำนวนของผู้หญิงในวงการสื่อมวลชนทั้งที่อยู่ในวงวิชาชีพและในวงวิชาการมีจำนวนเท่าไร (เมื่อเทียบกับผู้ชาย) ตำแหน่ง ฐานะ รายได้ และโอกาสในความก้าวหน้าของผู้หญิงในโครงสร้างวิชาชีพนั้นเป็นอย่างไร

2. กล่าวแต่เฉพาะในแวดวงวิชาการ ทักษะของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่มีต่อผู้รับสารสตรีนั้นเป็นอย่างไร มีการใช้อคติทางเพศ (sexist use) ในงานวิชาการของตนหรือไม่ Zoonen ยกตัวอย่างว่า E. Katz และ P. Lazarsfeld มีความตั้งใจหรือไม่อย่างไร ที่เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงทั้งหมดในงานศึกษาเรื่องกระแสการไหลเวียนของข่าวสารเป็นสองทาง (Two-Step Flow of Information) ในปี 1955

3. บรรดาแนวคิดหลัก (themes) ทฤษฎีและวิธีวิทยาที่ใช้ศึกษานั้นมีความสนใจในปัญหาของผู้หญิง (women's problem) หรือเปล่า ประสิทธิภาพแบบผู้หญิงถูกผนวกเข้ามาในเนื้อหาของสื่อมวลชนหรือไม่ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีข่าวการเปลี่ยนแปลงกฎหมายทำแท้ง ได้เคยมีการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เคยทำแท้งหรือไม่ เคยมีการวิจัยซักถามผู้หญิงโสเภณีหรือไม่ว่าพวกเธอมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพสะท้อนของโสเภณีในละครโทรทัศน์ เคยมีใครเสนอทฤษฎีการรายงานข่าวและถ่ายภาพข่มขืนหรือไม่ว่าควรเป็นอย่างไรในสายตาของผู้ที่เคยผ่านประสบการณ์นี้มาแล้ว

4. ในแง่ญาณวิทยา (Epistemology) อันหมายถึงหลักปรัชญาว่าด้วยวิธีการที่คนเราจะได้รับความรู้มา (how to know) แวดวงวิชาการมักจะถือเอาหลักเรื่องความเป็นภววิสัย (objectivity) การปราศจากค่านิยม (value-free) และหลักความเป็นกลาง (neutrality) เป็นมาตรฐานในทางวิชาการ และมองเห็นว่าคุณสมบัติดังกล่าว ตรงกันข้ามกับวิธีการแสวงหาความรู้ของผู้หญิงที่มักมีอัตวิสัย (subjectivity) มีอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง

5. เมื่อประยุกต์ใช้แนวคิดแบบยุคหลังสมัยใหม่ มาอธิบายประเด็นเรื่อง "ความเป็นหญิง-ความเป็นชาย" ก็จะอธิบายได้ว่า ลักษณะดังกล่าวมิได้เป็นมาโดยธรรมชาติ หากแต่ได้ถูกสังคมและ

วัฒนธรรมในแต่ละแห่งสร้างขึ้นมา ในการนี้สื่อมวลชนเป็นกลไกตัวสำคัญตัวหนึ่งในการสร้างความเป็นจริงที่เกี่ยวกับ "ความเป็นหญิง" ขึ้นมา เช่น เป็นผู้หญิงต้องแต่งงาน ต้องไม่ก้าวร้าว ต้องรักเด็ก เป็นต้น

เป็นที่น่าสนใจว่า สำหรับประเด็นคำถามทั้ง 5 นี้ ในงานวิจัยเรื่องสื่อกับสตรีของไทยในช่วงทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ได้มีการขานรับคำถามดังกล่าวพอสมควร ทั้งในแง่การศึกษาสถานภาพของสตรีนักร้องในโลกรที่เป็นจริง ทั้งการหยิบเอา "ประเด็นผู้หญิง" (women issue) เช่น เรื่องการข่มขืน มาเป็นหัวข้อค้นคว้าวิจัย ทั้งแง่ของการให้ความสนใจต่อประสบการณ์ของสตรี เช่น กลุ่มตัวอย่างที่เคยเป็นผู้ที่ถูกข่มขืน รวมทั้งมีประจักษ์พยานว่า ผลจากงานค้นคว้าวิจัยนั้นได้ส่งแรงกระเพื่อมออกไปถึงการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเป็นลีลาเฉพาะตัวของสตรีนิยมที่สร้างสะพานทอดเชื่อมระหว่างโลกแห่งวิชาการและโลกแห่งความเป็นจริง

จากข้อวิจารณ์ทั้ง 5 ประการที่กล่าวมานี้ ขบวนการสตรีนิยมในปัจจุบันจึงมองเห็นความจำเป็นของภารกิจในการสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศที่จำเป็นต้องดำเนินการไปสองด้านพร้อมๆ กันคือ

1. การสร้างสรรค์สิทธิและโอกาสที่เท่าเทียมกัน (equal right and opportunity) ในโลกแห่งความเป็นจริง
2. การทบทวนเพื่อสร้างค่านิยมใหม่ของ "ความเป็นหญิง-ชาย" ในโลกแห่งสัญญา อันเป็นมิติที่สื่อมวลชนมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก

Zoonen ได้นำเสนอต่อไปว่า จากกลุ่มสตรีนิยมแต่ละกลุ่มนั้น เมื่อนักวิชาการของแต่ละกลุ่มเข้ามาจับประเด็นเรื่องสื่อมวลชน ก็จะให้ความสนใจและเน้นหนักแต่ละประเด็นแตกต่างกัน ดังนี้

(1) **กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism)** จะสนใจประเด็นเรื่องภาพสะท้อนของสตรีที่มีลักษณะเป็นลักษณะเฉพาะตายตัว และกระบวนการที่ภาพดังกล่าวจะทำหน้าที่บ่มเพาะผู้หญิงในรุ่นต่อไป จากพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของกลุ่มนี้นับว่าเป็นกลุ่มสตรีนิยมกลุ่มแรกๆ ที่ก้าวเข้ามาเติมประเด็นบทบาทหญิง-ชายให้แก่แวดวงสื่อมวลชน L. Rakow (1980) ให้เหตุผลว่า วงการศึกษาด้านสื่อมวลชนเองก็ยอมรับประเด็นดังกล่าวได้ เนื่องจากเข้ากันได้โดยง่ายกับวิธีการศึกษาของสื่อที่มีมาแต่เดิม อาทิ วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาหรือการศึกษาโดยอาศัยทฤษฎีหน้าที่นิยมเป็นกรอบ

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ในการวิจัยเรื่องภาพสะท้อนของสตรีในสื่อ นั้น แม้จะเป็นเวลาล่วงเลยมาเป็นหลายทศวรรษแล้ว แต่ผลสรุปใหญ่ๆ ก็ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ปริมาณของผู้หญิงยังคงมีอยู่น้อยกว่าชาย บทบาทของผู้หญิงยังคงมีอยู่อย่างจำกัดและล้วนเป็นบทบาทที่ไม่สำคัญ คุณสมบัติวส่วนของผู้หญิงในจอโทรทัศน์โดยส่วนใหญ่ยังเป็นคนที่ไร้ความสามารถ (incompetent) ค้อยกว่า (inferior) และต้องขึ้นต่อผู้ชาย เป็นต้น

ผลจากการวิจัยดังกล่าวนั้น แม้แต่ทฤษฎีหน้าที่นิยมก็ยังยอมรับว่าในแง่ของการทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะสมาชิกหญิงรุ่นใหม่ของสังคมแล้ว ภาพสะท้อนดังกล่าวเป็นอันตรายและจำกัดบทบาทของผู้หญิงอย่างมาก ในอีกด้านหนึ่ง ผลกระทบที่จะเกิดตามมาก็คือ ทำให้ผู้หญิงรุ่นใหม่ขาด "แบบอย่างในด้านบวก" (positive role model) ที่จะเป็แบบฉบับและแรงบันดาลใจ

จากการตรวจสอบว่ามีภาพของผู้หญิงแบบไหนบ้างที่สะท้อนออกมาในสื่อมวลชน ปรากฏว่ามีภาพของผู้หญิงกลุ่มเดียวเท่านั้น (สาว สวย โสด) ซึ่งไม่ครอบคลุมโลกแห่งความเป็นจริงที่มีผู้หญิงอยู่มากมายหลายประเภท ดังนั้น จึงมีการออกแบบวิจัยเพื่อตอบคำถามว่า ในขณะที่โลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แล้วผู้หญิงที่อยู่ในโลกสัญลักษณ์ของสื่อมวลชนได้เปลี่ยนแปลงตามไปบ้างหรือไม่ G. Tuchman (1987) พบว่า บทบาทหญิง-ชายในโลกของสื่อยังล้ำหลังกว่าโลกแห่งความเป็นจริงอยู่หลายเท่าตัว

Zoonen มีข้อวิจารณ์ต่อวิธีการศึกษาของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมมีว่า การศึกษาเรื่องภาพสะท้อนนี้ยังขาดการนำมาวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยและองค์ประกอบอื่นๆของสื่อมวลชน เช่น ประเภทของรายการ (genres) ตัวอย่างงานในลักษณะนี้ได้แก่ งานของ J.S. Wilson (1981) ที่ลองศึกษาเปรียบเทียบภาพของวีรสตรีที่ปรากฏในนวนิยายและคอลัมน์ต่างๆของนิตยสารว่ามีจุดที่เหมือนกันและแตกต่างกันอย่างไร นอกจากนี้แล้วยังควรสนใจการเปิดรับสื่อที่มีภาพสะท้อนหรือประสบการณ์ของผู้รับสาร (audience experience) ที่มีต่อภาพสะท้อนนั้นๆ เช่น ผู้รับสารหญิงมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพแบบวัตถุทางเพศของผู้หญิงในโฆษณา ผู้รับสารหญิงตระหนักหรือไม่ว่า ผู้หญิงถูกทำให้กลายเป็นวัตถุทางเพศ เป็นต้น

ในกรณีของไทย มีงานวิจัยที่ขานรับข้อเรียกร้องข้างต้นของ Zoonen เช่น งานศึกษาเรื่อง "ภาพสะท้อน) อาชีพของผู้หญิงในละครโทรทัศน์" โดย จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งแม้จะเป็นงานวิจัยที่ออกแบบมาเพื่อดู "ภาพสะท้อน" ของภูมิหลังเล็กๆของตัวละครที่ดูไม่มีความสลักสำคัญ เช่น อาชีพของตัวละครหญิง แต่ทว่านักวิจัยก็ได้ขยายความการศึกษาภาพสะท้อนให้กว้างขวางออกไปเห็นมิติอื่นๆ และยังช่วยให้เข้าใจว่า "อาชีพของตัวละครหญิง" ที่ดูโดยผิวเผินแล้ว "ไม่มีความหมาย" นั้น แท้จริงแล้ว "อาชีพ" เป็นหมุดหมาย/สัญลักษณ์ที่มีความหมายสำคัญอย่างไรต่อเรื่อง "ความเป็นหญิง-ความเป็นชาย"

นักวิจัยตั้งโจทย์หลักของการวิจัยว่า ในละครโทรทัศน์ 10 เรื่องที่แพร่ภาพอยู่ในช่วงปี พ.ศ.2532 นั้น แสดงภาพสะท้อน "อาชีพ" ของผู้หญิงไทยหรือไม่ และอย่างไร คำตอบแรกของโจทย์การวิจัยนี้ก็คือ ภาพในละครนั้น มีทั้งด้านที่สะท้อนและด้านที่ไม่สะท้อนความเป็นจริง และกลไกทั้งสะท้อนและไม่สะท้อนนี้มีบทบาทอย่างสำคัญมากในการสร้างอุดมการณ์เชิงวิชาชีพของหญิงและชาย

สำหรับมิติที่ละครโทรทัศน์ได้สะท้อนสภาพความเป็นจริงก็คือ อาชีพของผู้หญิงนั้นยังเป็น "อาชีพรองบ่อน" ของผู้ชาย กล่าวคือ อาชีพของตัวละครหญิงจะมีอยู่ 4-5 ประเภท คือ แม่บ้าน

คนรับใช้ เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ ฯลฯ และตัวละครหญิงมักจะไม่มียาชีพ คงมีแต่ตัวละครเอกเท่านั้นที่ปรากฏอาชีพ ส่วนตัวละครสมทบหญิงไม่จำเป็นต้องแสดงอาชีพ ในขณะที่ตัวละครชายทั้งตัวหลักและตัวสมทบจะปรากฏอาชีพเสมอ และอาชีพของตัวละครชายจะเป็นอาชีพชั้นสูง เช่น แพทย์ เจ้าของเหมือง เจ้าของไร่ ข้าราชการชั้นสูง ฯลฯ หรืออาจกล่าวสรุปได้ว่า ในขณะที่อาชีพของผู้หญิงเป็นอาชีพบริการ อาชีพของผู้ชายจะเป็นอาชีพบริหาร

แต่สำหรับด้านที่ภาพอาชีพของผู้หญิงในละครโทรทัศน์ไม่สะท้อนความเป็นจริงของสังคมไทย ซึ่งนักวิจัยออกแบบการวิจัยด้วยการนำข้อมูลจากโลกในละครโทรทัศน์ไปวางเทียบกับข้อมูลสถิติในโลกแห่งความเป็นจริง และพบความขัดแย้งใน 2 แง่มุม กลุ่มแรกคือ ประเภทของอาชีพผู้หญิงในละครโทรทัศน์นั้นมีอย่างจำกัดอยู่เพียง 4-5 ประเภทที่กล่าวมาแล้ว (limited) และเป็นอาชีพที่มีภาพตายตัว (stereotype) ไม่มีอาชีพแปลกแหวกแนว (ผู้หญิง) ออกไป เช่น แม่บ้าน เลขานุการ ฯลฯ ทั้งๆที่ในโลกแห่งความจริง ผู้หญิงไทยมีการประกอบอาชีพที่หลากหลายอย่างมาก มีผู้หญิงถึง 30% ทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรม (ซึ่งไม่ปรากฏเลยในละครโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง)

แง่มุมที่สองก็คือ ตัวละครหญิงในละครโทรทัศน์นั้นมีจำนวนมากที่ไม่ต้องมีอาชีพด้วยซ้ำไป หรือแม้มีอาชีพก็สามารถสละได้เพื่อชีวิตครอบครัว แต่เมื่อมาเทียบกับโลกความเป็นจริงแล้ว ผู้หญิงไทยส่วนใหญ่ต้องทำมาหากินเลี้ยงครอบครัว และต้องประกอบอาชีพเคียงบ่าเคียงไหล่กับชายไทยไปอยู่ตลอดเวลา นักวิจัยอธิบายถึงผลสืบเนื่องของการนำเสนอภาพดังกล่าวนี้ว่า เป็นการปลุกฝังอุดมการณ์เรื่อง "ผู้ชายเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว" (ซึ่งไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงเลย) และส่งผลถึงอุดมการณ์การให้ความหมายเกี่ยวกับ "งานบ้าน" (ซึ่งเป็นงานของแม่บ้าน) ว่า "ไม่ใช่งาน" ไม่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพราะไม่ทำให้เกิดรายได้ขึ้นมา งานบ้านจึงเป็นเพียง "เศรษฐกิจสนับสนุน" (support economy) ที่ไม่มีความสำคัญ (หมายความว่างานที่ผู้หญิงทำไม่มีความสำคัญ) ผลสืบเนื่องของอุดมการณ์นี้ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน เมื่อแม่บ้านตอบคำถามภรรยาว่า "ไม่ได้ทำงานอะไร อยู่เป็นแม่บ้านเฉยๆ" (ทั้งๆที่งานบ้านเป็นงานที่ต้องวุ่นวายทั้งวัน)

และนอกจากจะตอบโจทย์ว่า "ภาพของอาชีพผู้หญิงในละครโทรทัศน์ เป็นภาพอะไรแล้ว" (What is) นักวิจัยก็ยังตอบโจทย์ว่า แล้วภาพดังกล่าวผ่าน "กระบวนการประกอบสร้างมาได้อย่างไร" (How to) ผลการวิจัยแสดงกลไกและกระบวนการของการสื่อสาร (ผ่านละครโทรทัศน์) ที่ประกอบสร้างอาชีพของสตรีดังตัวอย่างเช่น

- วิธีการนำเสนอภูมิหลังของตัวละครหลักสตรี จะนำเสนอว่า ผู้หญิงจะไม่นิยามตัวเอง (identify) กับอาชีพการทำงาน แต่จะนิยามตัวเองกับชีวิตส่วนตัว-การแต่งงาน กิจกรรมที่เกี่ยวกับการทำงาน/ประกอบอาชีพจึงมิใช่ action หลักของตัวละคร หากแต่จะเป็นเรื่องของความเป็นโสด/การแต่งงาน และการได้แต่งงานกับพระเอก ก็คือ "การประสบความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงที่เป็นนางเอก"

- การสร้างตัวละครคู่ตรงกันข้าม เช่น ตัวละครสมทบ อาจจะมีตัวละครหญิงที่มีอาชีพชั้นสูง แต่ก็มักจะเป็นตัวละครที่ไม่สำคัญ ไม่มีบทบาทต่อการดำเนินเรื่อง และตัวละครเหล่านี้มักจะมี "ลักษณะที่ไม่เป็นผู้หญิง" (unwomanly) เช่น แข็งกร้าว บ้าอำนาจ ไม่อบอุ่น ฯลฯ หรือถูกนำเสนอบุคลิกที่ไม่น่าพึงปรารถนา เช่น เจ้าอารมณ์ จู้จี้บ่น เป็นต้น

- การประกอบอาชีพของผู้หญิงไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความเป็นทางเศรษฐกิจหรือการเลี้ยงชีพเสมอไป หากแต่อาจจะเกี่ยวข้องกับเหตุผลอื่นๆ เช่น เหตุผลเรื่องเพศ ความกตัญญู เป็นต้น

(2) **กลุ่มสตรีนิยมแนวถอนรากถอนโคน (Radical Feminism)** เนื่องจากการวิเคราะห์ปัญหาของกลุ่มนี้จะสนใจเรื่องความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างหญิงกับชายเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะปัญหานั้นจะแสดงออกมาในรูปแบบหรือประเด็นใดก็ตาม โดยเฉพาะอำนาจที่ผู้หญิงสูญเสียไปในการควบคุมชะตากรรมและเส้นทางเดินชีวิตของตนเอง แม้แต่อำนาจที่จะควบคุมการใช้ร่างกายของตนเอง ในแง่นี้ประเด็นที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อมวลชนคือเรื่องการถ่ายภาพโป๊/เปลือย (pornography) ที่ปรากฏอยู่ในผลงานของสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ

กลุ่มสตรีนิยมแนวก้าวหน้าเริ่มต้นการวิเคราะห์ด้วยข้อเสนอที่ว่า บรรดาความรุนแรงที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิง (violence against women) ภายใต้ระบบสังคมแบบถืออำนาจชายเป็นใหญ่ นับตั้งแต่การทรมาน การข่มขืน การพาดพิงลามลาม จนกระทั่งการถ่ายภาพเปลือยของผู้หญิง ล้วนแล้วแต่มีรากฐานมาจากสิ่งเดียวกันคือ **ความชิงชังที่ผู้ชายมีต่อผู้หญิง** (men's hatred against women) ความรู้สึกเช่นนี้จะดำรงอยู่ตราบที่หญิง-ชายเหล่านั้นยังมีชีวิตอยู่ภายใต้ระบบถืออำนาจชายเป็นใหญ่

สำหรับการถ่ายรูปโป๊/เปลือย ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่มีอย่างแพร่หลายและแสดงออกในรูปแบบต่างๆ มากมายนั้น มีความหมายเบื้องหลังอยู่หลายๆ อย่าง บางความหมายอาจจะเป็นการตอบสนองความรู้สึกทางเพศ หากทว่าบางความหมายก็เป็นการแสดงอำนาจที่ผู้ชายมีอยู่เหนือผู้หญิง ตัวอย่างเช่น การใช้กล้องถ่ายภาพเจาะสัดส่วนต่างๆ อย่างไม่ซัดซัดของบรรดาผู้เข้าประกวดนางงาม โดยที่ผู้หญิงที่ถูกถ่ายภาพไม่อยากจะให้ถูกถ่าย แต่ทว่าก็ต้องพ่ายแพ้แก่อำนาจของกล้อง (ซึ่งถ่ายตามความต้องการของผู้ชาย) หรือตัวอย่างความหมายของเพศที่แสดงออกในภาพโป๊/เปลือยนั้น บางภาพก็มีความหมายของเพศในเชิง erotica ซึ่งเป็นความหมายในทางบวก เพราะหมายถึงความรู้สึก "ทั้งรัก ทั้งใคร่ และมีพลังสร้างสรรค์" แต่บางภาพก็มีความหมายไปในทาง thanatica อันเป็นความหมายในทางลบ เพราะหมายถึง "ความใคร่ผสมกับความชิงชังและทำลายล้าง" เป็นต้น

เป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า แนวคิดการวิเคราะห์ภาพโป๊/เปลือยของกลุ่มสตรีนิยมแบบถอนรากถอนโคนนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของนักวิจัยไทยบางท่านอย่างมาก เช่น งานของปราณี แซ่จ้ง (2544) เรื่อง "ภาพของผู้หญิงไทยในสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศและการรับรู้ภาพพึงใจของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง" ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการสังเกตในชีวิตประจำวันว่า เวลาที่ผู้ชายบรรยายถึง "ภาพผู้หญิง"

ที่มักเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มผู้ชาย ก็มักจะใช้ข้อความว่า "ขาว สวย หมวย อิ่ม" ซึ่งเป็นภาพที่สื่อไปในแง่ทางเพศ ผู้วิจัยสนใจว่าใน "สื่อทางเพศ" (Sex media) (ซึ่งอาจจะเป็นแหล่งที่มาของภาพดังกล่าว นั้น) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกมาศึกษา 3 ประเภท หรือหนังสือโป๊ วิดีทัศน์โป๊ และ VCD คาราโอเกะโป๊ จะมีภาพตัวแทน (representation) ของผู้หญิงอย่างไร

ต่อจากนั้น ผู้วิจัยก็ออกแบบการวิจัยด้วยการชักถามกลุ่มผู้ชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับสื่อทางเพศเหล่านี้ และอยู่ในช่วงอายุวัยหนุ่มคือ 20-40 ปี จำนวน 30 คน เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับ "ภาพฝังใจ" (stereotype) ของผู้หญิงที่มีอยู่ในความคิดจากกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อทางเพศทั้ง 3 ประเภทในช่วงเวลาที่ศึกษาได้ข้อค้นพบที่ไม่แตกต่างไปจากผลการวิจัยที่เคยมีมา กล่าวคือ ภาพตัวแทนของผู้หญิงที่อยู่ในสื่อทางเพศเหล่านี้จะมีภาพอยู่แบบเดียวเลย คือ เป็นวัตถุทางเพศ (sex object) เพราะธรรมชาติของตัวสื่อและเป็นวัตถุทางเพศที่มีลักษณะการแสดงออกอย่างชัดเจน เช่น เป็นฝ่ายเสนอตัวข่มขืนชวนเชิญ ขอมมีเพศสัมพันธ์ โดยง่าย มีความต้องการทางเพศสูง เป็นฝ่ายถูกกระทำ ลักษณะการปรากฏตัวจะโป๊หรือเปลือย รวมทั้งวิธีการนำเสนอภาพของผู้หญิงเหล่านี้ก็จะไปอย่างปราศจากศิลปะ เช่น หน้าตาของผู้หญิงในภาพอาจจะมีทั้งที่สวยงามและไม่สวย แต่ที่สำคัญคือจะมีรูปร่างสัดส่วนที่ดึงดูดใจทางเพศ เสื้อผ้าที่ใช้ตกแต่งแทบจะไม่มีมีความสำคัญ เป็นต้น

หลังจากวิเคราะห์ภาพตัวแทนจากตัวบทแล้ว ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ชายที่อ่าน/เสพสื่อทางเพศเหล่านี้ เพื่อทราบถึงภาพฝังใจของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อกับผู้หญิงในโลกจริงๆ ผลการวิจัยพบว่า สำหรับภาพฝังใจที่มีอยู่ในใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายต่อภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อทางเพศก็คือ ผู้หญิงเหล่านั้นหน้าตาไม่สวย ไม่ชวนให้ประทับใจ ส่วนมากเป็นโสเภณี มีเพศสัมพันธ์ได้ง่ายๆ ส่วนอากัปกริยาที่แสดงออกนั้น ไม่มีความสมจริง ไม่น่าเชื่อถือ และกลุ่มตัวอย่างผู้ชายมีทัศนคติที่ปะปนกันระหว่างการดูถูกผู้หญิงในสื่อทางเพศ แต่ก็คิดว่าเป็นผู้หญิงที่น่าสงสาร

ส่วนภาพฝังใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ชายที่มีผู้หญิงที่มีในโลกจริงหรือผู้หญิงทั่วไป ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างจะเห็นว่า ผู้หญิงจริงๆ ไม่เหมือนผู้หญิงในสื่อในหลายแง่มุม เช่น จะไม่เสนอตัวให้ง่ายกับผู้ชาย (ยกเว้นชายคนรัก) จะไม่แสดงออกทางเพศ และคิดว่าผู้หญิงทั่วไปจะไม่ค่อยประสีประสารเรื่องเพศ แม้ว่าอาจจะมีผู้หญิงบางคนแต่งตัวโป๊บ้าง แต่ก็จะไม่ใจง่ายแบบผู้หญิงในสื่อ โดยที่อาจจะมิชอบกวนกับผู้หญิงบางกลุ่ม เช่น ผู้หญิงที่ชอบเที่ยวกลางคืน หรือกลุ่มนักศึกษาหญิงที่ขายตัว

จากข้อมูลที่ปรากฏแสดงให้เห็นทัศนคติแบบ "ชิงชังผู้หญิง" ที่ปรากฏอยู่ในกลุ่มผู้ชาย ทั้งๆที่ตัวเองก็เป็นผู้ใช้สื่อทางเพศเหล่านั้นอยู่ และพยายามจะแยก "ผู้หญิงดีๆ ในโลกจริง" (ที่ตนเองต้องพบปะหรือแต่งงานด้วย) ออกจากผู้หญิงที่อยู่ในสื่อทางเพศ

(3) **กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism)** ดังที่กล่าวมาแล้วว่า กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดของกลุ่มมาร์กซิสต์ (Marxist) ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์สังคมที่มีชนชั้นเป็นหลัก โดยได้เพิ่มเติมว่า การเอาเรียดเอาเปรียบทางเพศนั้นเป็นรูปแบบย่อยอีกรูปแบบหนึ่งที่ประสานไปกับการเอาเปรียบทางชนชั้น เช่นเดียวกับเรื่องชนชั้นหรือเชื้อชาติ และเนื่องจากกลุ่มมาร์กซิสต์มีทัศนะว่าเท่าที่การเอาเรียดเอาเปรียบนั้นยังคงดำรงอยู่ได้ก็การทำงานของอุดมการณ์ (ideology) เพราะฉะนั้นประเด็นเรื่องเพศก็เข้าไปในทิศทางเดียวกัน

นักวิชาการบางท่านของกลุ่มนี้ได้หันไปหาจุดเริ่มต้นที่ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ที่วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างหญิงกับชาย นัยยะของฟรอยด์ก็คือ เมื่อผู้หญิงพบว่าตนเองไม่มีอวัยวะเพศแบบผู้ชาย (penis) ก็รู้สึกที่ตนเองไร้พลังอำนาจ เพราะอวัยวะเพศชายเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจทั้งปวง ดังนั้น ผู้หญิงจึงต้องใช้ชีวิตเกาะเกี่ยวตามล่าหาผู้ชายสักคน ซึ่งเป็นวิธีการเป็นเจ้าของอวัยวะเพศชายโดยทางอ้อม บุคลิกภาพของหญิงและชายก็ก่อตัวมาจากพัฒนาการดังกล่าว นักสตรีนิยมวิจารณ์ว่าทฤษฎีจิตวิเคราะห์นี้ได้นำเอาลักษณะทางกายภาพ (การมีหรือไม่มีอวัยวะเพศชาย) มาอธิบายการก่อตัวของความเป็นหญิง-ชาย ซึ่งเท่ากับเชื่อถือในหลักการแบบชีวภาพเป็นตัวกำหนด (biology determinism) และการที่ได้ให้ความหมายของอวัยวะเพศชายว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งอำนาจทั้งปวงนั้น (เป็นที่น่าสังเกตว่าในภาษาของหนังสือพิมพ์ไทยจะเรียกอวัยวะเพศชายว่า "เจ้าโลก") ก็อาจกล่าวได้ว่าเป็นลัทธิบูชาอวัยวะเพศชายโดยแท้จริง ลัทธิเช่นนี้คงจะก่อตัวมาโดยกลุ่มคนที่มีอวัยวะเพศชายนั่นเอง และใช้การครอบงำทางอุดมการณ์หล่อหลอมให้คนที่ไม่มีสิ่งนี้เชื่อถือตามไปด้วย

สำหรับประเด็นในเรื่องสื่อมวลชนที่กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์สนใจวิเคราะห์จึงเป็นเรื่องของ "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่แทรกซึมอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชนทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นรายงานข่าวสารหรือศิลปะ รูปแบบความบันเทิง ทั้งการสื่อสารที่ใช้ภาษาและการสื่อสารแบบอวัจนภาษา เช่น คำว่า "มีซู้" มักจะใช้กับผู้หญิงเท่านั้น รวมทั้งแสดงอาการปฏิกิริยา "ให้ท่า" ก็เป็นของผู้หญิงเท่านั้นเช่นกัน

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่อยู่ใต้ร่มธงของกลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์นั้นจะมีอยู่ 2 แนวทาง แนวทางแรกเป็นกลุ่มที่สนใจเรื่อง "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่บรรจุอยู่ในผลงานของสื่อมวลชน เช่น ตัวอย่างงานศึกษาความหมายของ "ผู้หญิง" จากบทเพลงของ สุภา อังกระวรรณท์ (2527) และแนวทางที่สอง เป็นการศึกษาบทบาทของผลงานสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่ทั้งสะท้อนและชำระรักษาโครงสร้างทางชนชั้นของกลุ่มสตรีในสังคมเอาไว้ เช่น งานของ วรินทรา ไกยูรวงศ์ (2540)

สำหรับตัวอย่างแรกคือ งานของสุภา อังกระวรรณท์ (2527) ที่ศึกษาความหมายของคำว่า "ผู้หญิง" จากความเปรียบในเพลงไทยทั้งลูกทุ่งและลูกกรุงที่ผลิตในช่วงปีพ.ศ.2512-2525 จำนวน 3,500 เพลง โดยหวังว่าการเปรียบเทียบ "ผู้หญิง" ในบทเพลงนั้นจะเป็นตัวบ่งชี้ว่า สังคมคิดอย่างไร

ต่อผู้หญิง อันที่จริงภูมิหลังของนักวิจัยนั้นเป็นนักภาษาศาสตร์ มิใช่ นักสังคมศาสตร์ ดังนั้น แนวคิดและวิธีการออกแบบการวิจัยจึงเน้นหนักไปในเชิงเทคนิคของภาษาศาสตร์ เช่น การค้นพบรูปแบบของความเปรียบ 93 แบบ อย่างไรก็ตาม จากผลงานวิจัยที่ปรากฏก็สามารถจะอ่านเรื่องเพศสภาพระหว่างบรรทัดได้บ้าง

ตัวอย่างเช่น ประการแรก ถึงแม้บทเพลงที่นำมาศึกษาทั้งหมด จะเป็นเพลงที่ร้องด้วยนักร้องชายหรือนักร้องหญิง ซึ่งทำให้ดูเหมือนว่า เป็นความเปรียบที่ผู้ชายคิดถึงผู้หญิง หรือผู้หญิงคิดถึงตนเอง แต่ทว่าเมื่อสาวรากต่อไปถึง "ผู้ประพันธ์บทเพลง" ก็จะพบว่า เป็น "ผู้ชาย" เกือบทั้งหมด ดังนั้น แท้จริงแล้ว ไม่ว่าจะเป็เพลงของผู้หญิงหรือของผู้ชาย ก็ล้วนสร้างสรรค์มาจากความคิดคำนึงของผู้ชายทั้งสิ้น

ประการที่สอง ผลการวิจัยแสดงว่า ถ้าผู้ชายเป็นคนเปรียบ จะมีทัศนคติทั้งที่ดีและไม่ดีต่อผู้หญิง ทัศนคติด้านดีก็คือ เห็นผู้หญิงเป็นสิ่งที่มีความค่า หมาอะไรมาทดแทนไม่ได้ ส่วนความเปรียบด้านลบก็คือ ผู้หญิงเป็นสิ่งที่ไม่สำคัญ มีไว้ระบายอารมณ์ทางเพศ ไว้ใจไม่ได้ ไม่มีเกียรติที่ควรค่าแก่การยกย่อง

แต่หากผู้เปรียบเป็นผู้หญิงเอง จะมีความเปรียบในด้านลบทั้งหมด เช่น เป็นสิ่งไม่สำคัญต่ำต้อย รองรับการกระทำของผู้อื่น เป็นที่ระบายอารมณ์ทางเพศ อยู่ใต้อำนาจของสามี ฯลฯ

ข้อมูลที่แสดงมานี้ สามารถตีความได้ว่า เพศของผู้เปรียบมีความสัมพันธ์กับลักษณะของความเปรียบ ในขณะที่ผู้ชายนั้นยังมองผู้หญิงทั้งสองด้าน คือทั้งด้านดีและไม่ดี แต่ผู้หญิงกลับมองตัวเองด้านเดียวคือด้านลบ ไม่เห็นคุณค่าตัวเอง ดูถูกตัวเอง เป็นต้น นี่ก็เท่ากับว่าบทเพลงนับพันเพลงนั้นได้บรรจุ "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่ปฏิบัติกรอยู่ในชีวิตประจำวันปกติทุกวัน (ผ่านการเปิดเพลง ผ่านการฟังเพลง) และค่อยๆติดตั่งทัศนคติที่ให้ผู้หญิงรับรู้ความหมายของ "ความเป็นผู้หญิง" (ของตัวเอง) ในด้านที่เป็นลบทั้งหมด

อีกแง่มุมเล็กๆที่น่าสนใจก็คือ ความหมายแฝงที่กล่าวถึง "ผู้หญิง" นั้น มักจะเน้นหนักไปในทางด้านลบ ทั้งนี้อาจจะเป็เพราะธรรมชาติของบทเพลงบังคับให้เป็นเช่นนั้น เนื่องจากเพลงมักจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดมีการออกหักหรือไม่สมหวังในรัก อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็พบความแตกต่างระหว่างเพลงที่ร้องโดยผู้หญิงและผู้ชายว่า เวลาผู้ชายออกหักร้องเพลง มักจะกล่าวโทษผู้หญิง แต่เวลาผู้หญิงออกหักร้องเพลง มักจะไม่กล่าวโทษผู้ชาย แต่จะลงโทษตัวเอง อุดมการณ์ "การกล่าวโทษตัวเอง" นี้ก็เป็นคุณลักษณะหนึ่งของ "ความเป็นหญิง" ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา

ตัวอย่างงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่นำเอาทฤษฎีมาร์กซิสต์ 2 ชุดคือ ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) ที่วิจารณ์ว่าสื่อมวลชนในยุคทุนนิยมก็คือสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity) และทฤษฎีสัญวิทยาเชิงวิพากษ์ (Critical Semiology) ที่เสนอให้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับโครงสร้างชนชั้นของสังคม งานวิจัยชิ้นนี้คือ งานวิจัยเรื่อง "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง" โดย วรินทรา ไกยรวงศ์ (2540)

นักวิจัยได้หยิบเอาสื่อที่ได้ชื่อว่าเป็น "สื่อของผู้หญิง" คือนิตยสารจำนวน 3 เล่ม โดยที่แต่ละฉบับจะเป็นตัวแทนของผู้หญิงในแต่ละชนชั้น คือ ดิฉัน-ชนชั้นสูง แพรว-ชนชั้นกลาง และขวัญเรือน-ชนชั้นล่าง และนอกจากจะใช้แนวคิดแบบทฤษฎีหน้าที่นิยมที่เพิ่งดูว่า สื่อนิตยสารนั้นทำหน้าที่ให้ความรู้ ช่วยพัฒนาผู้หญิงในด้านต่างๆแล้ว นักวิจัยได้ใช้แนวคิดของทฤษฎีวิพากษ์ว่าหน้าที่ที่สำคัญของสื่อนิตยสารผู้หญิงก็คือ การทำหน้าที่เป็นกลไกในการตัดเย็บ/หล่อหลอม (tailor) รสนิยมและแบบแผนในการบริโภคของผู้หญิงในแต่ละชนชั้นให้เป็นตามลักษณะทางชนชั้นของตน นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ขยายแนวคิดของทฤษฎีผลกระทบของสื่อหรือการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรีที่มักจะศึกษา "การเปิดรับสื่อ" (Media exposure) ให้ขยายไปถึงแนวคิดเรื่อง "การบริโภคสื่อ" (media consumption) ซึ่งมีนัยยะว่า สื่อชิ้นนั้นเป็น "สินค้า" (commodity) ที่มีราคา ต้องหาซื้อและต้องจ่ายสตางค์ ซึ่งมุมมองดังกล่าวเป็นทัศนะพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง/กลุ่มมาร์กซิสต์

และด้วยข้อตกลงพื้นฐานของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง การศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นจะต้องมองออกไปถึงโลกแห่งความจริง ดังนั้น หลังจากที่เห็น "ตัวบท" (text) ที่เป็นนิตยสารแต่ละเล่มแล้ว เมื่อคู่ที่ผู้ผลิต (Sender) ซึ่งหมายถึงกองบรรณาธิการและผู้เขียนแล้ว ก็ต้องมองให้เลยไปถึง "เจ้าของนิตยสาร/เจ้าของเงินทุน" (ownership of media) ด้วย เพราะกลุ่มบุคคลเหล่านี้น่าจะเป็นปัจจัยชี้ขาดหรือมีอำนาจ (power) ในการกำหนดเนื้อหาในตัวบท

สำหรับแนวคิดเรื่องการบริโภค (consumption) ซึ่งเป็นแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองยุคใหม่ (Neo-Marxist) ที่เคลื่อนย้ายจุดความสนใจจากเรื่องการผลิต (production) ของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองรุ่นเก่ามาที่การบริโภค นักวิจัยได้ใช้แนวคิดของ J. Baudrillard ที่ระบุว่า การบริโภคสินค้าของคนในยุคปัจจุบันนี้ จะเป็นการบริโภคสัญลักษณ์มากกว่าจะบริโภคของจริง ดังนั้น นิตยสารทั้ง 3 เล่มที่เลือกมาศึกษานั้นจึงเป็น "สัญลักษณ์" (sign) ที่ยื่นแทนความหมายบางอย่าง เช่น ดิฉัน เป็นสัญลักษณ์ว่าเป็นนิตยสารของชนชั้นสูง แพรวเป็นตัวแทนแห่งความทันสมัย ในขณะที่ขวัญเรือนเป็นตัวแทนแห่งการเรียนรู้อย่างรอบรู้และทันสมัย

หลังจากวิเคราะห์นิตยสารทั้ง 3 เล่มจำนวน 36 ฉบับ (ในรอบ 1 ปี) ผู้วิจัยก็ได้ค้นพบว่า นิตยสารทั้ง 3 เล่มนั้น มีรูปแบบและเนื้อหาที่ซ้อนทับกัน คือไม่มีความแตกต่างในแง่ประเภท (difference in kind) แต่มีความแตกต่างในแง่ระดับ (difference in degree) ซึ่งเป็นหลักการของผลิตภัณท์ในระบบทุนนิยม คือ จะต้องไม่แยกรูปลักษณะ/รูปแบบออกจากกันอย่างเด็ดขาด แต่ก็ต้องไม่เหมือนกันทั้งหมด (ดูเหมือนกันแต่ไม่เหมือนกัน) ตัวอย่างเช่น นิตยสารทั้ง 3 เล่มสามารถจะเอาดารานางเอกแบบ "ลลิตา ปัญโญภาส" ไปขึ้นปกได้เหมือนกัน (ไม่แตกต่างในแง่ประเภท) แต่ทว่าการแต่งกาย การวางท่า การแต่งหน้า เครื่องประดับของลลิตาในทั้ง 3 ฉบับจะแตกต่างกัน (แตกต่างกันในแง่ระดับ) หรือนิตยสารทั้ง 3 เล่มจะมีคอลัมน์ "ท่องเที่ยว" เหมือนกัน แต่ภายในเนื้อหาก็คจะเป็นการท่องเที่ยวแบบคนรวย แบบคนชั้นกลาง และแบบคนชั้นล่าง เป็นต้น

ข้อสรุปที่ว่า สื่อมวลชนในระบบทุนนิยมก็คือ สินค้าทางวัฒนธรรมนั้นมีข้อสนับสนุน จากงานวิจัยชิ้นนี้คือ จำนวนหน้าโฆษณาในนิตยสารทั้ง 3 เล่มจะมีอยู่ถึงเกือบ 1 ใน 3 ของเนื้อหา ทั้งหมด ดังนั้น สื่อนิตยสารผู้หญิงจึงทำหน้าที่ขายหลักทรัพย์โภคใน 2 ความหมายคือ ความหมายแรก สื่อนิตยสารสตรีจะขาย "ผู้รับสาร" ในฐานะสินค้าชนิดหนึ่งให้กับบริษัทห้างร้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ (ราคาค่าโฆษณาจึงขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้อ่าน) และในความหมายที่สองก็คือ สื่อ นิตยสารสตรีจะทำหน้าที่เป็นช่องทางให้ผู้อ่านได้รู้จักกับสินค้าบริการประเภทต่างๆ และยิ่งไปกว่า นั้น ยังจัดแถวของผู้บริโภคแต่ละชนชั้นให้เดินไปตาม "ช่องของชนชั้น" ของตนเอง ดังนั้น ในขาเข้า มาในนิตยสาร ผู้รับสารจากแต่ละชนชั้นก็จะเลือกอ่านและเลือกบริโภคสินค้าบริการตามฐานะทาง ชนชั้นของตน และขาออกไป หลังจากอ่านนิตยสารจบแล้ว ผู้อ่านแต่ละชนชั้นก็จะกลับเข้าไปอยู่ และบริโภคตามชนชั้นของตัวเองอีกต่อไป

(4) กลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรม (Cultural Feminism) Zoonen ตั้งข้อสังเกตว่าหนังสือด้าน สตรีนิยมในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเริ่มมองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องเพศสภาพ/ บทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรม เพราะมองเห็นว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นที่อยู่ของ "ระบบความ เชื่อ" ร่วมกันของทั้งสังคม ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวในระดับใด ณ จุดไหนก็ตาม หาก ระบบความเชื่อมิได้เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่รากฐานก็มักยังไม่ได้บังเกิดขึ้น (ตัวอย่างเช่น กรณีที่นักเรียนชั้นเตรียมอุดมศึกษาไปบนบานศาลกล่าวเพื่อสอบเอนทรานซ์นั้นก็แสดงว่าแม้จะมี การเปลี่ยนแปลงในเรื่องปริมาณของการศึกษา แต่รากฐานความเชื่อของผู้มีการศึกษาสูงและต่ำก็ มิได้แตกต่างกัน เป็นต้น) โดยเฉพาะในเรื่อง "เพศ" แล้ว ถือได้ว่าระบบความเชื่อเป็นแกนกลางแห่ง การก่อร่างบรรดาความคิดต่างๆ รวมทั้งวิธีประพฤติปฏิบัติต่อกันระหว่างหญิง-ชายในแต่ละสังคม ที่เดียว

เนื่องจากแนวคิดเรื่อง "วัฒนธรรม" เป็นเรื่องที่มีขอบเขตครอบคลุมอย่างกว้างขวางมาก ใน ที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะการปรับเปลี่ยนแนวคิดสำคัญๆ ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม การสื่อสาร และสตรีที่ถูก นำมาใช้ศึกษาวิจัยมากที่สุด ดังนี้

(4.1) การปรับเปลี่ยนค่านิยมของคำว่า "วัฒนธรรม"

กลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรม เริ่มต้นด้วยการขยับขยายค่านิยมของคำว่า "วัฒนธรรม" ออกมาให้กว้างขวางมากขึ้นว่า "วัฒนธรรม" นั้นนอกจากจะหมายถึงวิถีแห่งการใช้ชีวิต (way of life) แล้ว วัฒนธรรมยังหมายถึงเงื่อนไขและรูปแบบที่ความหมายและคุณค่าต่างๆถูกจัดระบบใน สังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การรักษาพรหมจรรย์ถูกจัดให้อยู่ระดับสุดยอดของระบบ คุณค่าของความเป็นผู้หญิง ในขณะที่อาจจะไม่ปรากฏเลยในระบบคุณค่าของความเป็นผู้ชาย เป็น ต้น

เมื่อนำคำนิยามดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเรื่องสื่อมวลชน ก็มีข้อน่าสังเกตว่าบรรดา รายการต่างๆที่ผู้หญิงชอบดูชอบเปิดรับในสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ หน้าสตรีใน หนังสือพิมพ์ เกมโชว์ ฯลฯ มักเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยทั้งสิ้น เพราะเป็นรายการที่ให้แต่ความ สนุกสนานอย่างไร้สาระ สร้างแต่ความเพ้อฝันไปวันๆ ปัจจุบันนี้ กลุ่มสตรีนิยมเริ่มตั้งคำถามว่า บรรดารายการเหล่านี้มีคุณค่าต่อก่อน แล้วผู้หญิงจึงเข้ามาดูทีหลัง หรือเป็นเพราะว่า พอผู้หญิงเข้ามา ดูมาจับรายการอะไร รายการนั้นก็จะมีคุณค่าต่ำลงไปเลย ทั้งนี้เพราะเป็นที่น่าสังเกตว่า "เพศ" มักจะเป็นตัวกำหนดการให้คุณค่าแก่กิจกรรมต่างๆในสังคม เช่น งานทำครัวที่ผู้หญิงทำอยู่เป็นประจำภายในบ้าน จะถูกถือว่าไม่มีคุณค่า แต่เมื่อผู้ชายที่ทำหน้าที่เป็น "พ่อครัวใหญ่" (chef) นำเอา งานครัวไปทำตามโรงแรมต่างๆ งานทำครัวนั้นก็กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมาทันที เป็นต้น

(4.2) การปรับเปลี่ยนค่านิยมของ "การสื่อสาร"

เนื่องจากกลุ่มสตรีนิยมวัฒนธรรมนี้เป็นปีกหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา ดังนั้น จึงมี ทักษะหลายอย่างที่เป็นจุดร่วมกัน ดังเช่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อสารมวลชน ดังที่กล่าวมา ข้างต้นแล้วว่า กลุ่มวัฒนธรรมศึกษานั้นถือว่าเรื่องการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอด ข่าวสารเท่านั้น (Transmission Model) หากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม (Ritualistic Model) การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงพาหะถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่ตัวการ สื่อสารนั้นเป็นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรม โดยเฉพาะในยุคสมัยปัจจุบันที่เรากำลังมีชีวิตอยู่ใน วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (mass-mediated culture)

(4.3) วัฒนธรรมคือ ประสบการณ์จริงในชีวิตประจำวัน

สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้ยกเลิกคำนิยามที่ว่า วัฒนธรรมคือสิ่งที่ดีงามอันเป็นอุดมคติ ต่างๆ หากแต่ได้นิยามว่า วัฒนธรรมคือสิ่งปกติธรรมดาที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันที่เป็นจริงของเรา (ordinary, lived experience, daily life) และแง่มุมของชีวิตประจำวันที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาสนใจ ก็คือ แง่มุมของการบริโภค (consumption)

ประเด็นหัวข้อในการศึกษาเรื่อง "สื่อและบทบาททางเพศ" ของกลุ่มสตรีนิยมแนว วัฒนธรรม จึงมีบทบาทกว้างขวางกว่ากลุ่มอื่นๆอย่างมาก เพราะกินอาณาบริเวณครอบคลุมไปถึงวิถี ชีวิตทั้งผู้ผลิตและผู้รับสารรวมทั้งระบบความหมาย ระบบคุณค่าและระบบความเชื่อต่างๆ ตัวอย่างเช่น กลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรมจะสนใจประเด็นคำถามที่ว่า ความเป็นหญิง (femininity) การใช้เวลาว่าง (leisure) และการบริโภคสื่อ (consumption) 3 ตัวแปรนี้มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ทำไมผู้หญิงแม่บ้านจึงต้องบริโภคสื่อที่ช่วยพาผู้หญิงออกไปใน โลกกว้างเพื่อใหู้้เท่าทันแต่ก็มีความ ปลอดภัยไปพร้อมๆกัน (เช่น นั่งดูละครโทรทัศน์ที่นำเสนอฉากในช่องที่นางเอกแบบดาวพระศุภร์ โตขึ้นมา โดยที่ชีวิตจริงไม่เคยเหยียบย่างเข้าไปในสถานที่แบบนั้นเลย) เพราะเหตุใดวัฒนธรรมใน การใช้สื่อของผู้หญิงจึงจำกัดพื้นที่ที่อยู่เพียงแค่ปริมาตรส่วนตัว (personal sphere) และเป็นสื่อ

ภายในบ้าน (domestic media) เช่น วิทยุและโทรทัศน์ ในขณะที่ผู้ชายจะใช้สื่อออนไลน์ (public media) เช่น การไปดูภาพยนตร์มากกว่าผู้หญิง มีผู้หญิงจำนวนมากมายืนเรียงรายไปนั่งดูหนังคนเดียว ในขณะที่ผู้ชายมีธรรมเนียมหรือวัฒนธรรมในการออกไปดูกีฬาผจญภัย หรือการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญๆ ร่วมกันตามร้านกาแฟ ผับ บาร์ (public sphere) เป็นต้น

(4.4) วัฒนธรรมคือระบบแห่งอำนาจ

เนื่องจากสำนักวัฒนธรรมศึกษาได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากนักคิดยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modernism) เช่น M. Foucault ซึ่งสนใจแนวคิดเรื่อง "อำนาจ" มากที่สุด Foucault เห็นว่า "วัฒนธรรมคือระบบแห่งการใช้อำนาจ" และอำนาจนี้มีนิยามที่แตกต่างจากความหมายที่แวดวงวิชาการด้านรัฐศาสตร์เคยเข้าใจกันมา เช่น อำนาจไม่ได้มีลักษณะรวมศูนย์อยู่ที่ทุนหรือรัฐ หากแต่กระจายตัวออกไปเป็นเครือข่าย คนทุกคนเกี่ยวข้องกับอำนาจอยู่เสมอ ไม่ในฐานะ "ผู้ใช้" ก็ในฐานะ "ผู้ถูกใช้" อำนาจนั้นมิได้ "กดทับ" (repress) หากแต่ "สร้างสรรค์" (create) สิ่งต่างๆ มากมาย เช่น อำนาจสร้างสรรค์ความรู้ สร้างสรรค์อัตลักษณ์ ฯลฯ

สำหรับพื้นที่ที่ Foucault สนใจการใช้อำนาจคือ "ร่างกาย" (body) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในกรณีของการควบคุมร่างกายของสตรี ไม่ว่าจะเป็นการรัดเท้าตั้งแต่อดีตมาจนถึงการบังคับให้ร่างกายอ้วนพอมตามที่ต้องการในสังคมต้องการ รวมทั้งอำนาจที่เข้ามาเคลื่อนวิธีการใช้ภาษาที่เรียกว่า "วาทกรรม" (discourse) ซึ่งเป็นปฏิบัติการที่สำคัญของการใช้อำนาจ

ในยุคปัจจุบัน แนวคิดนี้ได้แพร่กระจายเข้ามาในหมู่นักวิจัยด้านสื่อสตรีนิยมอย่างมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะประเด็นการมีอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงกับชาย เป็นประเด็นที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยเรื่องความอ้วน/ความพอมของผู้หญิงกับบทบาทของสื่อมวลชน

ในปีพ.ศ.2546 สุนที เลาะวิถิ ศึกษาเรื่อง "วาทกรรมเรื่องความอ้วนพอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี" ผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์วาทกรรมเกี่ยวกับความอ้วนพอมในรายการโทรทัศน์สำหรับผู้หญิง 3 ประเภท คือ รายการเพื่อสังคม รายการบันเทิง และรายการสุขภาพ เป้าหมายของการวิจัยคือเพื่อจะสำรวจว่ามีวาทกรรมอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องความอ้วน/ความพอม และวาทกรรมดังกล่าวถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้อย่างไร

ผลการวิจัยตอบโจทย์ข้อแรกว่า วาทกรรมความอ้วนพอมนั้นจะทำงานอยู่ภายใต้วาทกรรม 3 ชุด ชุดแรกคือ วาทกรรมทางการแพทย์ เช่น "ความอ้วนเป็นบ่อเกิดของโรคภัยไข้เจ็บนานาประเภท" กลไกและกระบวนการสร้างวาทกรรมทางการแพทย์ที่สำคัญคือ วิธีการให้คำนิยาม (definition) ที่มีชุดความรู้ทางวิทยาศาสตร์มารองรับ เช่น การคิดคำนวณดัชนีมวลกาย เพื่อจะบอกว่า "อ้วน/ไม่อ้วน" ชุดที่สองคือ วาทกรรมแฟชั่น เช่น ความอ้วนไม่เข้ากระแสแฟชั่น เป็นพวกเบี่ยงเบนทางแฟชั่น ปฏิบัติการทางวาทกรรมที่สำคัญคือ การสร้างเสื้อผ้าให้มีขนาดเล็กกว่าที่คน

อ้วนจะหาใส่ได้ ชุดที่สามคือ **วาทกรรมความงาม** ที่ใช้กลวิธีการให้คำนิยามว่า "พอมเท่ากับสวย" และใช้กลไกสำคัญคือ การสร้างนางแบบที่มีหุ่นพอมเพริวย

สำหรับโจทย์ข้อที่สองคือ **วาทกรรมเหล่านี้มีกระบวนการสร้างอย่างไรผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้ง 3 รายการ** ผู้วิจัยพบว่า "ประเภทของรายการ" เช่น รายการเพื่อสังคม รายการสุขภาพ หรือรายการบันเทิงนั้นได้เข้ามาเป็น "ตัวแปร" ตัวหนึ่งในการกำหนดกระบวนการสร้างวาทกรรม อย่างไรก็ตาม กลไกหลักๆที่ทำงานในกระบวนการสร้างวาทกรรมนี้มีอยู่ 4 กลไกสำคัญ คือ

(i) **ผู้นำเสนอ/แหล่งอำนาจ** ในทั้ง 3 รายการจะเป็นแพทย์หรือผู้ที่ทำงานในแวดวงบันเทิง/แฟชั่น/ความงาม

(ii) **การคัดเลือกประเด็น** แหล่งอำนาจจะมาจาก 3 แหล่งคือ กระแสความสนใจทางสังคม (ซึ่งเป็นรหัสของการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์อยู่แล้ว) จากผู้อุปถัมภ์รายการ (อำนาจทางเศรษฐกิจ) และความสนใจของผู้ผลิตรายการ

(iii) **กลยุทธ์การส่งสาร/วิธีการพูด** จะมีวิธีการพูด/ให้ข่าวสาร (way of talking) 3 วิธีคือ วิธีพูดแบบให้เลื่อย (ดูเหมือนคนฟังจะมีสิทธิเลือกชะตากรรมของตัวเองว่าจะเป็น "คนอ้วน" หรือไม่) วิธีพูดแบบเตือนภัยและวิธีให้คำแนะนำวิธีการลดความอ้วน

(iv) **กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับวาทกรรม** จะเป็นกลุ่มผู้หญิงที่หลากหลาย เช่น มีทั้งผู้หญิงโสด/ผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว ผู้หญิงที่ทำงานอยู่ในวงการบันเทิง (ซึ่งเป็นวงการที่มีอำนาจในการกำหนดรูปลักษณ์) แต่ทว่าไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงแบบใด ผู้หญิงเหล่านี้ก็จะมีปัญหาเหมือนกันคือ ปัญหาเรื่องความอ้วน

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า รายการโทรทัศน์เหล่านี้จะทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงอำนาจที่ "ควบคุมร่างกายของผู้หญิง" อย่างแน่นอน เพราะเนื้อหาในรายการเหล่านี้ ล้วนแต่ต้องการควบคุม "ผู้หญิงให้พอม" เท่านั้น แต่จะไม่มี การพูดถึง "ผู้ชายพอม" เลย และเมื่อวิเคราะห์เนื้อหา/บทสนทนาของรายการ ก็จะเป็นไปตามหลักการที่ Foucault ค้นพบเรื่องกลวิธีต่างๆในการใช้อำนาจ เช่น การแบ่งแยก (division) ผู้หญิงที่อ้วนออกจากผู้หญิงที่พอม การควบคุมการกินอาหาร การควบคุมการออกกำลังกาย การนำเอาความอ้วนพอมไปผูกไว้กับความสำเร็จในชีวิต ฯลฯ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังอภิปรายว่า ความอ้วนพอมของผู้หญิงนั้นเป็นการใช้อำนาจเชิงวาทกรรมที่นำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของธุรกิจกลุ่มต่างๆ เริ่มตั้งแต่อุตสาหกรรมยาลดความอ้วน อุตสาหกรรมสถานลดความอ้วนทั้งหลาย

(4.5) **ที่ใดมีการใช้อำนาจ ที่นั่นมีการต่อรอง/ต่อต้าน**

นอกเหนือจากความสนใจในเรื่องการใช้อำนาจต่อสตรีผ่านรูปแบบต่างๆผ่านสื่อมวลชน อันเนื่องมาจากอิทธิพลทางความคิดจาก A. Gramsci ที่ระบุว่า ที่ใดมีการใช้อำนาจ

ครอบงำ (hegemony) ที่นั่นก็ย่อมมีการต่อต้าน/ต่อรองการใช้อำนาจ-การครอบงำ (counter power/counter-hegemony) ในอีกด้านหนึ่ง กลุ่มสื่อสตรีนิยมจึงสนใจปฏิบัติการการต่อรอง (negotiation) หรือการต่อต้านอำนาจของกลุ่มสตรีผ่านกระบวนการสื่อสาร

ตัวอย่างงานวิจัยไทยที่นำเอาแนวคิดเรื่องการต่อรองมาใช้ในการศึกษาเรื่องสื่อกับสตรี เช่น งานของบุษบรณ จินเจริญ (2544) ที่ศึกษาการต่อสู้ทางวาทกรรมของโสเภณีหญิงไทยจากสื่อกระแสหลักสู่เว็ลด์ไวด์เว็บ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการท้าวความว่า ในปีพ.ศ.2535 รัชดา แดงจำรูญ ได้ศึกษา "ภาพของโสเภณี" ในสื่อมวลชนกระแสหลักคือ ละครโทรทัศน์ และพบว่าภาพของโสเภณีไทยที่ถูกสื่อประกอบสร้างนั้นยังมีลักษณะเป็นภาพแบบตายตัว (stereotype) เป็นภาพแบบฉบับแบบเดียว คือ แต่งตัวโป๊ แต่งหน้าจัด ทำทางกร้านชีวิต พุดจาหยาบคาย ฯลฯ และเมื่อ 10 ปีผ่านไป ในช่วงปีพ.ศ.2544 ได้เกิดสื่อสมัยใหม่ (New media) คืออินเทอร์เน็ตขึ้นมา สื่อใหม่นี้มีคุณลักษณะหลายประการที่ผิดแผกแตกต่างไปจากสื่อมวลชนกระแสหลักที่เคยมีมาก่อน เช่น เป็นสื่อที่กระจายตัว ไม่รวมศูนย์ มีลักษณะตอบโต้ไปมาได้ (interactive) เข้าถึงเพื่อเป็นผู้ส่งสารได้ง่าย ไม่ต้องเปิดตัวจริง ให้เสรีภาพในการใช้ และสามารถใช้เป็นส่วนตัวได้ ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้นักวิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า สื่อสมัยใหม่จะสามารถเป็นเครื่องมือในการต่อรอง/ต่อสู้ทางวาทกรรมของโสเภณีไทยได้มากน้อยกว่าสื่อมวลชนกระแสหลักหรือไม่อย่างไร

ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อกระแสหลักที่เขียนถึงโสเภณีและในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับโสเภณี ผู้วิจัยระบุว่า มีความแตกต่างระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภทอยู่ใน 2 แง่มุม แง่มุมแรกคือ ความแตกต่างในแง่มุมมองของรูปแบบและเนื้อหา ในขณะที่ในสื่อกระแสหลักนั้นจะมีมุมมองของผู้เขียน (ซึ่งไม่ใช่โสเภณี) เพียงมุมมองเดียว แต่ทว่าในสื่อใหม่เช่น เว็ลด์ ไวด์ เว็บ นั้นจะมีมุมมองที่หลากหลาย (ทั้งมุมมองของคนที่เป็นโสเภณีและไม่ใช่อโสเภณี)

ความแตกต่างแง่มุมที่สองระหว่างสื่อกระแสหลักกับสื่อใหม่เช่นเว็ลด์ ไวด์ เว็บ ก็คือความแตกต่างในแง่การให้ความหมายต่อ "โสเภณี" ซึ่งเกี่ยวเนื่องมาจากความแตกต่างประการแรก ในมุมมองของรูปแบบและเนื้อหา ในขณะที่ความหมายของ "โสเภณี" ในสื่อกระแสหลักนั้นจะยังคงมีลักษณะเป็นภาพแบบเหมารวม ภาพแบบตายตัว ฯลฯ แต่ทว่าในสื่อใหม่นั้น ความหมายของ "โสเภณี" จะมีความหลากหลาย และหลายความหมายก็แตกต่างไปจากความหมายสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น

- จากการที่เป็น "ผู้ถูกเลือก(ซื้อ)" ความหมายใหม่สำหรับหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ที่ประกอบอาชีพโสเภณีเข้ามาขายบริการด้วยตัวเอง และมีสิทธิที่จะตัดสินใจว่า จะเลือกผู้ซื้อรายใด ทำให้ความหมายของโสเภณีเปลี่ยนไปเป็น "ผู้ที่ถูกเลือก(ขาย)"

- จากความหมายเดิมที่ "การเป็นโสเภณี" นั้นเป็นเส้นทางที่ข้ามจากฝั่งของ "ผู้หญิงดีๆ" ไปสู่ "ผู้หญิงคนชั่ว" แล้วก็ไม่มีทางย้อนกลับมาฝั่งเดิม ในเนื้อหาของเว็บไซต์หนึ่งได้มีกรณีของหญิงสาวคนหนึ่งประกอบอาชีพโสเภณีชั่วคราวในช่วงที่มีความจำเป็นด้านเศรษฐกิจ แต่เมื่อ

ผ่านช่วงเวลาวิกฤติดังกล่าวมาแล้ว ปัจจุบันเธอก็กลับมาใช้ชีวิตครอบครัวแบบผู้หญิงดีๆ ทั่วไป ซึ่งเท่ากับการเป็นโสเภณีนั่นเป็นเพียงสภาวะชั่วคราว และการข้ามฝั่งระหว่าง "หญิงคนดี" กับ "หญิงคนชั่ว" นั้นมีเส้นทางเดินทางแบบไปๆมาๆได้

- จากภาพของ "โสเภณี" ที่มีลักษณะตายตัว เหมารวมในสื่อมวลชนกระแสหลัก ในสื่อเว็ลด์ ไวด์ เว็บ นั้น จะแสดงให้เห็นภาพของโสเภณีที่หลากหลาย มีหลายประเภท มีความแตกต่างกันอย่างมาก

จากข้อมูลที่ค้นพบทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ด้วยคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะเสมอภาคและประชาธิปไตยมากกว่าสื่อมวลชนกระแสหลัก ทำให้สื่อประเภทนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้และต่อรองด้านวาทกรรม/ความหมายของโสเภณีได้ อย่างไรก็ตาม การต่อสู้/ต่อรองดังกล่าวก็ยังมีข้อจำกัดอยู่ได้ชัยชนะอย่างเด็ดขาด เพราะแม้แต่ในหน้าเว็บ ก็ยังปรากฏกลิ่นอายของสื่อกระแสหลัก ยังอยู่ภายใต้อคติการณธ์ของระบบชายเป็นใหญ่ที่ผู้หญิงยังคงถูกซื้อขายได้เยี่ยงสินค้า

ในท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กลยุทธ์/กลวิธีในการต่อสู้/ต่อรองเชิงวาทกรรมที่เกี่ยวกับ "โสเภณี" และพบตัวอย่างของกลยุทธ์เหล่านี้ เช่น

- การปรับเปลี่ยนคำนิยาม (Redefinition) ซึ่งอาจถือได้ว่ามักเป็นกลยุทธ์หลักในการต่อรอง เนื่องจาก "การให้คำนิยาม" นั้นก็เป็นเครื่องมือหลักที่ถูกนำมาใช้ในวาทกรรมครอบงำอยู่แล้ว เช่น การนิยามว่า "โสเภณีคือหญิงคนชั่ว ผู้หญิงไร้ยางอาย ผู้หญิงขายตัว ฯลฯ" ในวาทกรรมต่อรองนั้นได้ปรับคำนิยามใหม่ว่า "โสเภณีก็เป็นอาชีพชนิดหนึ่ง เป็นอาชีพที่สุจริต เป็นการทำงานของผู้หญิงที่มีความกตัญญูต่อครอบครัว" เป็นต้น

- การเชื่อมโยงประเด็น "โสเภณี" เข้ากับ "ประเด็นอื่น ๆ ที่มีความชอบธรรม" (Association) เช่น การเชื่อมโยงสิทธิของโสเภณี เข้ากับสิทธิมนุษยชนในฐานะที่สตรีก็เป็นมนุษย์คนหนึ่ง เป็นต้น

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยไทยอีกชิ้นหนึ่งที่เจาะลงถึงการต่อรองระดับลึก คือ การต่อรองระดับความหมาย และเป็นความหมายในเรื่องที่ต่อรองได้ยากมาก เพราะคนส่วนใหญ่จะขาดแหล่งข้อมูลโดยตรง (หรือขาดต้นทุนความรู้) ในเรื่องดังกล่าว คือเรื่อง "การข่มขืน" เนื่องจากการข่มขืนไม่ใช่ประสบการณ์ที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันของคนทุกคน/คนส่วนใหญ่ ดังนั้น แหล่งการเรียนรู้รวมทั้งมายาคติ (myth)/ความเข้าใจ/อารมณ์ความรู้สึก/การกำหนดทำที่ต่อเรื่องดังกล่าวจึงมีแหล่งเดียวที่ผู้คนในสังคมจะรู้จักกับ "การข่มขืน" ก็คือ ผ่านสื่อมวลชน แล้วใครเล่าที่จะสามารถถอดรหัสความหมายให้แตกต่างจากที่สื่อมวลชนได้ตรึงรหัสไว้แล้ว จะต้องเป็นคนที่มีประสบการณ์ตรงกับ การข่มขืนใช่หรือไม่ และจะเป็นผู้กระทำหรือเหยื่อที่จะสามารถคลายมนต์มายาคติจากสื่อมวลชนได้

นี่คือโจทย์ที่ ปกัศรา ศิวะพิรุฬห์เทพ (2548) ศึกษาเอาไว้ในเรื่อง "การถอดรหัสมายา

คดีของ "การข่มขืน": ศึกษาเปรียบเทียบผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงกับผู้รับสารที่มีประสบการณ์ผ่านสื่อ" โดยออกแบบศึกษาผู้รับสารทั้งหญิงและชายที่มีประสบการณ์กับการข่มขืนโดยตรง และมีประสบการณ์ผ่านหรือเพื่อตอบปริศนาที่ตั้งไว้

จากจุดเริ่มต้น คือ มายาคติเกี่ยวกับการข่มขืนที่สื่อมวลชนได้สร้างเอาไว้อย่างยาวนาน นั้น มีอยู่ 3 ประการคือ การข่มขืนเป็นเรื่องทางเพศ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย และเป็นเรื่องการใช้ความรุนแรง ในระดับแรกผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการข่มขืนจากสื่อมวลชน และพบว่ากลุ่มหญิงและชายที่มีประสบการณ์ตรงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารดังกล่าวแตกต่างจากกลุ่มหญิงชายที่ไม่มีประสบการณ์ กล่าวคือกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์จะรู้สึกสนุกสนานบ้าง (กรณีของผู้ชาย) รู้สึกตื่นเต้น ระทึกใจ เร้าใจ อยากรู้ อยากเห็น หรืออยากรู้เอาไว้เพื่อเตือนภัยคนรอบข้าง ส่วนกลุ่มผู้มีประสบการณ์ตรง ในขณะที่ผู้ชายที่เคยมีประสบการณ์การข่มขืนผู้อื่นจะรู้สึกดีถึงเครือข่ายและเหตุ แต่ส่วนใหญ่ก็เชื่อฟังใจว่า ตัวเองไม่ควรถูกโทษ เพราะผู้หญิงเป็นฝ่ายยั่วชวนก่อน ในขณะที่ผู้หญิงที่เคยมีประสบการณ์การถูกข่มขืนจะมีแบบแผนการเปิดรับที่หลากหลาย บางคนอาจจะเปิดรับมากขึ้น จนกระทั่งบางคนหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับเลย ซึ่งเป็นแบบแผนของกลไกการป้องกันทางจิตที่แตกต่างกัน

ส่วนในระดับของการถอดรหัสความหมายนั้น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคือ ผู้หญิงที่ไม่มีประสบการณ์ตรง ผู้ชายทั้ง 2 กลุ่มคือ ผู้ชายที่มีประสบการณ์ตรงและประสบการณ์ผ่านสื่อ ต่างก็ยังคงถอดรหัสความหมายใน 3 แง่มุมที่สื่อคิดตั้งเอาไว้ให้ คงมีแต่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้หญิงที่มีประสบการณ์ตรงเท่านั้นที่ปฏิเสธความหมายที่สื่อมวลชนคิดตั้งเอาไว้ให้ พวกเธอเห็นว่า การข่มขืนไม่ใช่เรื่องเพศ ไม่ใช่เรื่องกฎหมาย หากแต่เป็นการใช้อำนาจที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิง โดยเฉพาะประเด็นที่พวกเธอต่อต้านอย่างมากที่สุดคือ คนที่ผิดไม่ใช่ผู้หญิง (เพราะแต่งตัวยั่วชวน เพราะไปเดินในที่เปลี่ยว เพราะไว้ใจ ฯลฯ) กลุ่มผู้หญิงเหล่านี้กล่าวว่า ก่อนหน้าที่จะมีประสบการณ์ตรงกับตัวเอง พวกเธอก็เคยเข้าใจความหมายของการข่มขืนตามแบบที่สื่อมวลชนบอกไว้ แต่หลังจากมีประสบการณ์กับตัวเอง พวกเธอจึงเปลี่ยนแปลงความเข้าใจซึ่งหมายถึงการหลุดพ้นจากเวทมนต์แห่งความหมายที่สื่อได้ร่ายกำกับเอาไว้ ซึ่งแม้ผู้ชายที่มีประสบการณ์ตรงกับ การข่มขืนในฐานะผู้กระทำก็ยังไม่อาจจะหลุดพ้นมาได้

การพิจารณาเรื่องสื่อกับเพศสภาพ/บทบาททางเพศตามองค์ประกอบการสื่อสาร

ในที่นี้ จะนำเสนอประเด็นการศึกษาเรื่อง "สื่อกับเพศสภาพ/บทบาททางเพศ" ตามทัศนะของ D. McQuail (1994) ที่ได้แบ่งโดยใช้กรอบของกระบวนการสื่อสารมาเป็นตัวแบ่ง คือ การศึกษาด้านผู้ผลิต การศึกษาตัวเนื้อหาสาร การศึกษาผู้รับสาร การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกของสื่อ กับโลกที่เป็นจริง เพื่อจะแสดงให้เห็นว่า จากแบบจำลองอันเดมนี้ ประเด็นเรื่องบทบาทหญิง-ชายจะ

สอดคล้องเข้าไปมีที่ทางอยู่ในแบบจำลองนั้นได้อย่างไร

(1) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายในฝ่ายผู้ผลิต (Sender)

การศึกษาบทบาทหญิง-ชายในฝ่ายผู้ผลิตนั้นอาจจะแบ่งได้เป็น 3 แนวทางใหญ่ๆ คือ

(1.1) การศึกษาแต่ตัวผู้ผลิตอย่างเดียว ตัวอย่างทั่วไปที่คุ้นเคยกันก็คือ การสำรวจในเชิงปริมาณว่าในแต่ละองค์กรของผู้ผลิต มีผู้ผลิตชาย-หญิงจำนวนอย่างละเท่าใด แต่ละเพศทำงานอยู่ในตำแหน่งงานอะไรบ้าง การจ่ายค่าจ้างให้แก่ผู้หญิง-ผู้ชายเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันหรือไม่ โอกาสในความก้าวหน้าของหญิงและชายไม่ว่าจะเป็นการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งบริหารหรือโอกาสในการฝึกอบรมมีเท่าเทียมกันหรือไม่

หลักการเบื้องหลังของการสำรวจครั้งดังกล่าวก็เพื่อจะประเมินผลว่าเรื่อง "เพศ" ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่อง "การปฏิบัติวิชาชีพต่อมวลชน" มากน้อยเพียงใด กล่าวคือ มีการกีดกันโอกาสในการเข้าทำงานหรือการเลือกปฏิบัติทางเพศ (sex discrimination) หรือมีการแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์แบ่ง (sexual division of labour) โดยมีอคติความเชื่อแบบเพศนิยมว่าคนเพศหนึ่งจะมีความสามารถในบางด้านเหนือกว่าหรือด้อยกว่าคนอีกเพศหนึ่งหรือไม่ หรือมีการใช้หลัก "equal work equal pay" โดยไม่เลือกเพศ ใช้มาตรฐานสองชั้น (double standard) กับคนแต่ละเพศหรือเปล่า (เช่น ถ้านักข่าวชายล้างความลับของข่าวมาได้จะเห็นว่าเป็นความสามารถ แต่ถ้านักข่าวหญิงทำได้จะเห็นว่าเป็นการใช้มารยาทหญิง เป็นต้น)

นอกเหนือจากการสำรวจสถานภาพของผู้หญิงและผู้ชายในวงการวิชาชีพในลักษณะเชิงปริมาณดังกล่าวแล้ว ยังอาจจะมีการใช้การศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อเจาะลึกผลการศึกษาในเชิงปริมาณอีกต่อไป เช่น คำถามที่ว่า "ความเป็นหญิง" ได้เข้ามาเป็นอุปสรรค (หรือในทางตรงกันข้ามเป็นปัจจัยสนับสนุน) ต่อการประกอบวิชาชีพอย่างไรบ้าง ตัวอย่างเช่น งานนักข่าวที่เรียกร้องเวลาอย่างมหาศาลมักจะไปกันไม่ได้กับผู้หญิงที่มีครอบครัวและมีลูกเล็กๆ ในเวลาเดียวกัน อาจจะมีการศึกษาต่อไปอีกว่า นักสื่อสารมวลชนสตรีที่สามารถฟันฝ่าอุปสรรคดังกล่าวมาจนประสบความสำเร็จนั้นมีกลยุทธ์กลวิธีอย่างไรบ้าง เป็นต้น

คำถามในเชิงคุณภาพของผู้ผลิตในงานศึกษาระยะหลังได้แตกแขนงออกไปอีกมาก เช่น จากข้อเท็จจริงที่ว่า เนื่องจากผู้ชายเป็นผู้ที่เข้ามาทำงานในวงการสื่อมวลชนก่อน ดังนั้น ผู้ชายจึงได้วางขนบการทำงานสื่อแบบผู้ชายเอาไว้แล้ว (เช่น ตอนเย็นๆ นักข่าวก็ต้องไปสังสรรค์เฮฮากัน) และเมื่อผู้หญิงก้าวตามมาทีหลังจึงเกิดคำถามว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับวัฒนธรรมการทำงานแบบผู้ชายหรือไม่ ผู้ผลิตสตรีจะยังคงรักษา "ความเป็นหญิง" เอาไว้ได้มากน้อยเพียงใด ผู้หญิงที่เข้ามาทำงานในวงการสื่อมวลชนมีลักษณะเฉพาะตายตัวหรือไม่ มีข้อเหมือนและข้อต่างจากผู้หญิงทั่วไปอย่างไรบ้าง เป็นต้น

ในกรณีของไทย มีงานศึกษาผู้หญิงในฐานะผู้ผลิตที่ออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ

ขนาดใหญ่ (ซึ่งทำให้ได้ทราบภาพรวมของสภาพการณ์) ถึง 2 ชั้นในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน คืองานของนันญา พันธุ์เจริญ (2538) ที่สำรวจสถานการณ์ของนักข่าวหนังสือพิมพ์สตรี และต่อมาอีก 4 ปี วิณา แก้วประดับ (2542) ก็สำรวจโอกาสการขยายงานและความก้าวหน้าของผู้หญิงที่ทำงานเป็นนักข่าวในสื่อทั้ง 3 ประเภท คือหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

สำหรับงานชิ้นแรกของนันญา พันธุ์เจริญ (2538) นั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า นับตั้งแต่การประกาศทศวรรษแห่งการพัฒนาสตรี (1976-1985) ในปี 2538 นั้นเป็นช่วงที่ผ่านพ้นไปแล้ว 10 ปี ผู้วิจัยจึงอยากทราบว่า ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นบ้างหรือไม่ในแวดวงของอาชีพนักข่าวหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นพื้นที่ของผู้ชายมาก่อน ทั้งนี้เพราะจากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยในฐานะนักข่าวหนังสือพิมพ์ ผู้วิจัยสังเกตว่า แม้ว่าปริมาณนักข่าวสตรีจะเพิ่มมากขึ้น แต่โอกาสที่จะได้ก้าวขึ้นไปเป็นผู้บริหารมีน้อยมาก และยังคงสงสัยว่า ตัวแปรเรื่องอคติทางเพศ (Sexism) ยังคงเป็นปัญหาอุปสรรคสำหรับความก้าวหน้าในวิชาชีพของผู้หญิงอยู่หรือเปล่า

ผู้วิจัยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักข่าวหนังสือพิมพ์สตรีถึง 385 คน จาก 17 องค์กร เพื่อตอบใจท้อเกี่ยวกับความคาดหวัง ความพึงพอใจ สำนึกต่อวิชาชีพ อคติทางเพศในแวดวงอาชีพ รวมทั้งปัญหาอุปสรรค

ข้อค้นพบประการแรกก็คือ การตอบคำถามว่า นักข่าวหนังสือพิมพ์สตรีนั้น พวกเขาใคร และพบว่า พวกเขาเป็นผู้ที่เพิ่งเริ่มเข้าทำงาน (first jobber) อายุอยู่ระหว่าง 25-29 ปี เป็นโสด และมีการศึกษา และพบว่าเมื่อสตรีเหล่านี้สูงอายุขึ้น (สำรวจ 35ปี) พวกเขา ก็จะหลุดหายไปจากแวดวงอาชีพ ซึ่งหมายความว่าอาชีพนักข่าวนั้นเป็นอาชีพที่เหมาะสมกับผู้หญิงที่อายุน้อยและเป็นโสด ซึ่งก็หมายความว่าต่อไปได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่มีความอิสระจากบทบาทของการเป็นเมียและแม่

สำหรับความคาดหวังที่เป็นแรงผลักดันให้เข้ามาประกอบอาชีพนั้น จะเห็นเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างชัดเจนว่า แรงผลักดันเข้าสู่วิชาชีพนักข่าวนั้นเกี่ยวข้องกับความเป็นหญิงโดยตรง เช่น อยากมาทำงานข่าวเพราะได้เรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ มีอิสระทางความคิดและมีเสรีภาพในการแสดงออก รวมทั้งต้องการช่วยเหลือสังคมให้ดีขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างก็รับรู้เป็นอย่างดีว่างานนักข่าวไม่ใช่งานที่สบายหรือสนุกสนาน และได้ช่วยให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น

สำหรับเรื่องความพอใจในวิชาชีพนั้น จะมีตัวแปรเรื่องอายุและสถานภาพสมรสเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย กล่าวคือ ถ้ายังมีอายุน้อยและเพิ่งเข้ามาทำงาน แม้จะเป็นโสดก็ยังไม่ค่อยพอใจการทำงานมากนัก ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากพื้นที่ของการเป็นนักข่าวนั้นเป็นพื้นที่ของผู้ชาย ผู้หญิงที่เพิ่งเริ่มเป็นหน้าใหม่ที่เข้ามาอาจจะพบความแตกต่างอย่างสูงและต้องปรับตัวมาก แต่ทว่าเมื่อเริ่มอยู่นานขึ้น (สูงอายุขึ้น) ก็อาจจะเริ่มปรับตัวได้ นอกจากนี้ สำหรับนักข่าวสตรีที่มีลูกก็จะมี ความพอใจในวิชาชีพน้อยกว่าพวกไม่มีลูก ซึ่งหมายความว่าอาชีพนักข่าวนั้นออกแบบมาสำหรับคนโสดหรือคนไม่มีลูก

ประเด็นเรื่องความก้าวหน้าทางวิชาชีพนั้นเป็นไปตามข้อสังเกตของนักวิจัย

กล่าวคือ แม้จะมีนักข่าวผู้หญิงจำนวนมาก แต่ทว่าในระดับผู้บริหารแล้ว กลับมีผู้หญิงน้อยมาก บางตำแหน่ง เช่น หัวหน้ากองบรรณาธิการจะไม่มีผู้หญิงเลย ซึ่งอาจจะมาจากหลายปัจจัย เริ่มตั้งแต่ผู้หญิงเข้ามาสู่วงการนักข่าวเพียงชั่วคราว เมื่อแต่งงานและมีลูกก็ต้องลาออกหรือโยกย้ายไปทำหน้าที่อื่น ทำให้ขาดประสบการณ์วิชาชีพมากพอที่จะก้าวขึ้นสู่ระดับผู้บริหาร และจากคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้หญิงส่วนใหญ่ก็ไม่ได้ตั้งใจจะขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหารอยู่แล้ว

ในประเด็นเรื่องจิตสำนึกทางวิชาชีพนั้น ยังพบอยู่ว่ามีเพียงในระดับปานกลาง ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากผู้หญิงก็รับรู้ว่ วิชาชีพนี้ไม่ใช่วิชาชีพสำหรับเพศของตน ดังเช่นข้อมูลเรื่องแรงจูงใจในการเข้าสู่วิชาชีพนั้นดูเหมือนจะมาจาก "การอยากหลีกเลี่ยงหนีจากความเป็นหญิงชั่วคราว" มากกว่าจะเป็นความศรัทธาในตัววิชาชีพเอง

และแน่นอนว่า "ความเป็นหญิง" ยังคงเป็นปัญหาอุปสรรคสำหรับผู้หญิงที่มีอาชีพนักข่าว เช่น การแบ่งงานกันทำตามเพศยังมีอยู่ เช่น ตำแหน่งนักข่าวก็พามีผู้หญิงน้อย และยิ่งน้อยมากในตำแหน่งช่างภาพ ทั้งนี้อุปสรรคต่างๆจะไม่ได้มาจากตัวแปรเรื่อง "เจตคติ/อคติทางเพศ" เท่านั้น แต่ทว่าอาจจะมาจากการออกแบบวิชาชีพนักข่าวทั้งหมดได้ก่อรูปออกมาสำหรับผู้ชาย และทำให้ไม่สอดคล้องกับลักษณะของผู้หญิง

ต่อมาอีก 4 ปี วิฉา แก้วประดับ (2542) ก็ได้ทำงานวิจัยสำรวจนักข่าวสตรีที่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างถึง 385 คนจาก 20 องค์กร (ใน 9 องค์กรมีนักข่าวหญิงมากกว่าชาย) แต่ครั้งนี้ได้ขยายประเภทของสื่อให้ครอบคลุมทั้ง 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ โดยโจทย์ที่ต้องการติดตามก็คือการเปลี่ยน/ย้ายงานของนักข่าวสตรีในสื่อทั้ง 3 ประเภท

ผู้วิจัยก็เป็นนักข่าวสตรีเช่นกัน ตั้งข้อสังเกตจากประสบการณ์ของตัวเองว่า อันที่จริง งานข่าวสำหรับสตรีนั้นมีความก้าวหน้ามาเป็นลำดับ เริ่มตั้งแต่ในอดีต ผู้หญิงจะถูกกำหนดให้ทำแต่ข่าวเบาๆ (soft news) ที่ไม่สำคัญ เช่น ข่าวผู้หญิง ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง แต่ปัจจุบัน ผู้หญิงได้ก้าวเข้ามาทำข่าวหนักๆที่สำคัญ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็ไม่แน่ใจว่า ปรากฏการณ์ที่เห็นนั้นแสดงถึงความก้าวหน้าของผู้หญิงในแวดวงอาชีพนี้จริงหรือไม่

ผลการวิจัยระดับแรกยังคงพบผลเช่นเดียวกับงานวิจัยของนันทญา ที่ว่า นักข่าวสตรีก็คือสาวโสด อายุราวๆ 26-30 ปี และ 80% ของพวกเธอมีประสบการณ์การย้ายงานมาแล้ว 1-2 ครั้ง และมีข้อสังเกตว่า ผู้หญิงได้ก้าวล้ำเข้ามาในสายงานข่าวที่ไม่เคยมีผู้หญิงมาก่อน เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬา ข่าวภูมิภาค ฯลฯ ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลเนื่องจากริมาณของนักข่าวผู้หญิงที่เพิ่มมากขึ้น

สำหรับการย้ายงาน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการย้ายงานจากสื่อประเภทหนึ่งไปเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่ง โดยเฉพาะการย้ายงานจากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุไปเป็นสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากในช่วงเวลาที่ศึกษานั้นเป็นยุคทองของรายการข่าวโทรทัศน์ การได้ย้ายไปอยู่สายข่าวโทรทัศน์จึงถือได้ว่าเป็นความก้าวหน้าทางวิชาชีพอย่างหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการขยายงานจากระดับพนักงานขึ้นไปสู่ระดับผู้บริหารนั้น ผู้หญิงยังมีโอกาสอยู่น้อยมาก เช่น ทั่วๆไป 91% ของนักข่าวเป็นผู้หญิง แต่หัวหน้าข่าวที่เป็นผู้หญิงมีเพียง 6% ระดับหัวหน้ากองบรรณาธิการนั้นไม่มีเลย และเมื่อสำรวจทัศนคติของผู้บริหารชายและผู้บริหารหญิงก็พบว่า ผู้บริหารชายยังคงมีอคติทางเพศอยู่มากกว่าผู้บริหารหญิง

(1.2) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต-ผลงาน จากข้อเท็จจริงที่เป็นปรากฏการณ์สากลทั่วโลกก็คือ ปริมาณของผู้หญิงที่เข้ามาทำงานในวงการสื่อมวลชนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกขณะ ดังนั้น จึงเกิดคำถามต่อมาว่าปริมาณของผู้หญิงที่เพิ่มขึ้นมานั้น จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติของงานสื่อมวลชนหรือเปล่า เช่น ถ้าผู้หญิงเป็นนักข่าวอาชญากรรม วิธีการรายงานข่าวข่มขืนจะเปลี่ยนโฉมหน้าไปหรือไม่ คำตอบที่ออกมานั้นก็คงจะขึ้นอยู่กับว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผลงานนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร และได้มีงานศึกษาค้นคว้าในลักษณะนี้อยู่กลุ่มหนึ่ง ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ M. Reals (1989) ซึ่งได้ศึกษาเปรียบเทียบเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ ผลที่ออกมาคือ เนื้อหาของภาพยนตร์จะออกมาแตกต่างกัน ผู้กำกับภาพยนตร์ที่เป็นผู้หญิงจะไม่ค่อยแสดงฉากที่แสดงความก้าวร้าว (ถ้ามีก็เป็นเรื่องของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่) ตัวละครผู้หญิงจะมีลักษณะเชิงรุก (active) และมีความหลากหลายกว่า และมีบทบาทที่ยากต่อการทำนายล่วงหน้าได้มากกว่าภาพยนตร์ที่กำกับโดยผู้ชาย นี่เป็นจุดกำเนิดของแนวคิดที่ว่า แม้แต่ในเรื่อง "สุนทรียะ" ก็มีได้มีความเป็นกลางทางเพศ หากแต่มี "สุนทรียะแบบบุรุษ" และ "สุนทรียะแบบสตรี" ที่มีความแตกต่างกัน

ในกรณีของไทย มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ผลิตที่มีผลต่อเนื้อหาของผลงานที่ออกมาที่น่าสนใจ คือ งานของมิโชค ราษฎร์านูวัต (2544) เรื่อง "การต่อรองเพศสภาพในนิตยสารหญิงและชาย" ผู้วิจัยเริ่มจากข้อสังเกตที่ว่า แม้วานิตยสารจะได้ชื่อว่าเป็นสื่อสำหรับสตรี แต่ทว่าในยุคปัจจุบัน สื่อนิตยสารได้แตกตัวออกไปตามกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น (Segmentation) โดยมีนิตยสารผู้หญิงและนิตยสารผู้ชาย ซึ่งทั้งกลุ่มผู้ทำและผู้่านจะแยกเพศกันอย่างชัดเจน

และผู้วิจัยมีความสงสัยว่า เพศของผู้ผลิตนั้นจะมีผลมาถึงลักษณะของเนื้อหาในนิตยสารด้วยหรือไม่ โดยเฉพาะประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจคือ "การต่อรองเรื่องเพศสภาพ" ซึ่งหมายความว่า เนื้อหาในนิตยสารนั้นได้พูดถึง "ความเป็นหญิง/ความเป็นชาย" ในแบบใด ยังเป็นแบบเดิม หรือได้ปฏิเสธอย่างสิ้นเชิง หรือได้ต่อรองถึงยอมรับถึงปฏิเสธ (อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็มีข้อเสนอว่า ถ้าพึงเพศทางชีวภาพของผู้ผลิตนั้น อาจจะยังไม่ใช่ตัวแปรชี้ขาดเท่ากับจิตสำนึกทางเพศ - gender consciousness - ของผู้ผลิตมากกว่า)

ผู้วิจัยได้ระบุคุณลักษณะต่างๆของ "ความเป็นหญิง" และ "ความเป็นชาย" ออกมาอย่างชัดเจน เช่น "ความเป็นชาย" ก็หมายถึงอย่าทำตัวเป็นผู้หญิง ต้องก้าวร้าว ต้องประสบความสำเร็จ ไม่ทำงานบ้าน ต้องมั่นใจในตัวเอง ฯลฯ ส่วน "ความเป็นหญิง" นั้นก็หมายถึง ต้อง

สนใจรูปลักษณะ ต้องอ่อนหวาน เป็นผู้ตาม หัวอ่อน ใจน้อย ฯลฯ จากนั้น ผู้วิจัยก็นำคุณลักษณะ ทั้ง 2 ประเภทนี้ไปวิเคราะห์เนื้อหาตัวอย่างนิยายสารหญิงและชายอย่างละหนึ่งฉบับที่ตีพิมพ์ในช่วง ปีที่ศึกษา (พ.ศ.2544)

เครื่องมือการวิเคราะห์ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ก็คือ ชุดเครื่องมือของทฤษฎีสัญวิทยา เช่น ความหมายโดยอรรถ (denotative meaning)/ความหมายโดยนัย (connotative meaning) การวิเคราะห์คู่ที่ตรงกันข้าม (binary opposition) และหลังจากนั้นก็นำมาประเมินค่าเพื่อตอบโจทย์ว่า เนื้อหาใดเป็นการยอมรับ การปฏิเสธ หรือการต่อรอง

ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า สำหรับเนื้อหาในนิยายสารผู้ชายซึ่งมีผู้ผลิตเป็นชายนั้น จะยอมรับ "ลักษณะความเป็นชาย" เกือบทั้งหมด ซึ่งก็ไม่น่าแปลกใจ เพราะคุณสมบัติของความเป็นชายนั้นเป็นด้านที่ดีทั้งสิ้น ส่วนประเด็นที่ต่อรองเกี่ยวกับความเป็นชายนั้น จะมีอยู่ 2 เรื่อง คือ ผู้ชาย ควรจะทำงานบ้านบ้าง และควรจะช่วยทำครัวบ้าง สำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ "ความเป็นหญิง" ในนิยายสารของผู้ชายจะมีความเห็นก้ำกึ่ง (หรืออาจจะเรียกว่าต่อรอง) ที่ว่า ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ และเป็นผู้ตามอยู่เสมอ รวมทั้งไม่ค่อยเห็นด้วยแล้วกับผู้หญิงที่ต้องอ่านหวานหรืออ่อนแอ

ส่วนในนิยายสารของผู้หญิงที่มีผู้ผลิตเป็นผู้หญิงนั้น จะมีเนื้อหาที่ปฏิเสธและต่อรองคุณลักษณะ "ความเป็นหญิง" (ที่เป็นด้านลบ) เกือบทั้งหมด คงมีอยู่ประเด็นที่ผู้หญิงยอมรับ คุณลักษณะของความเป็นหญิงคือ การเอาใจใส่ในรูปลักษณะ หรือการที่ต้องมีความสามารถรอบด้าน แบบ superwomen ประเด็นที่นิยายสารผู้หญิงปฏิเสธอย่างมาก ก็คือการเป็นผู้ตามและเป็นผู้ที่ไม่คาดหวังความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในคอลัมน์ประเภท "สัมภาษณ์บุคคล" ส่วนประเด็นที่นิยายสารผู้หญิงยังมีความเห็นก้ำกึ่งกันก็คือ การยอมรับบทบาทแม่และเมีย คุณสมบัติที่ต้องอ่อนหวานเอาอกเอาใจผู้อื่น และที่ต่อรองอย่างมากก็คือการมองเห็นผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เพศของผู้ผลิตนั้นมีผลต่อการสร้างสรรค์ลักษณะของเนื้อหา โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศสภาพ (gender-related content)

(1.3) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต-ผลงาน-ผู้รับสาร

นอกเหนือจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผลงานที่ออกมาแล้ว ยังมีการศึกษาที่ยืดออกไปจนถึงองค์ประกอบด้านผู้รับสารอีกด้วย ตัวอย่างเช่น J.L. Andsager (1990) ศึกษาว่าการเขียนคอลัมน์วิเคราะห์การเมืองในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น เนื้อหาของบทความเป็นเรื่องเดียวกัน แต่หากมีการลงชื่อผู้เขียนเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย การระบุเพศของผู้เขียนจะมีผลต่อความเชื่อถือของผู้อ่านหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า หากวิเคราะห์ผู้รับสารแบบภาพรวม จะพบว่าความเชื่อถือของผู้รับสารจะไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศของผู้เขียน แต่เมื่อแยกเพศของผู้รับสารออกเป็นหญิงและชาย จะพบว่า ผู้อ่านชายจะเชื่อมโยงเพศของผู้เขียนเข้ากับความน่าเชื่อถือในข่าวสาร ในขณะที่

ผู้อ่านหญิงจะไม่เชื่อมโยง อันแสดงนัยยะว่าผู้ชายจะอ่อนไหวเรื่องเพศของผู้ส่งสารมากกว่าผู้หญิง
 อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยหลายๆชิ้นที่ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต
 เนื้อหาสาร และผู้รับสารก็ไม่ได้ให้ผลยืนยันทุกครั้งว่ามีความเกี่ยวพันกันอย่างแน่นอน ซึ่ง
 หมายความว่า แม้จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในเพศของผู้ผลิต เช่น มีผู้หญิงเข้าไปทำงานด้านการข่าว
 มากขึ้น ก็มีได้หมายความว่า เนื้อหาสารของข่าวสารจะเปลี่ยนไปโดยอัตโนมัติ กล่าวคือ ตัวแปร
 เรื่อง "เพศ" อาจจะไม่ใช่สาเหตุที่จำเป็นและชี้ขาด (necessary cause) ทว่าตัวแปรเรื่อง "ความสำนึก
 ทางเพศ" (gender awareness) ที่อาจจะมียู่ได้ทั้งในผู้หญิงและผู้ชายน่าจะเป็นสาเหตุที่จำเป็นยิ่งกว่า
 ในขณะที่คำถามเรื่องเกี่ยวกับ "เพศ" ในเชิงปริมาณยังไม่อาจจะสรุปผลได้อย่าง
 แน่แน่นอน การตั้งคำถามเชิงคุณภาพก็ยังคงทยอยเกิดขึ้นมาอย่างไม่ขาดสาย ตัวอย่างเช่น

(1) เนื่องจากการศึกษาเรื่องสื่อและบทบาททางเพศนี้ มีแรงหนุนมาจากกลุ่มสตรี
 นิยมอยู่ค่อนข้างมาก หลักการทำงานของกลุ่มสตรีนิยมนั้นมักจะไม่จำกัดวงในการศึกษาวิจัยเพียง
 เพื่อความอยากรู้อยากเห็นทางวิชาการ (for knowledge sake) หากว่าต้องขยายภารกิจออกไปสู่
 ความมุ่งหวังที่จะเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นจริงที่กำลังเป็นอยู่ด้วย ดังนั้น การค้นคว้าจึงมีทิศทาง
 ที่จะแสวงหาคำตอบว่าทำอะไรถึงจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งในโลกที่เป็นจริงและทั้งใน
 เนื้อหาข่าวสารได้

(2) ในกรณีประเภทของสื่อที่มีลักษณะความเป็นชายอย่างมากๆ เช่น วงการ
 หนังสือพิมพ์ ในประเด็นการทำข่าวก็มีการตั้งคำถามว่า เมื่อผู้ผลิตสตรีเพิ่มมากขึ้นแล้ว ควรจะมีการ
 เปลี่ยนแปลง "ธรรมชาติของข่าว" ให้มีลักษณะความเป็นหญิงเพิ่มมากขึ้นไหม ที่เรียกว่า "feminized
 news" เช่น การกำหนดให้มีเรื่องราวของผู้หญิงมากขึ้นในข่าวเศรษฐกิจการเมืองต่างๆไป การเพิ่ม
 วิธีการถ่ายภาพที่มองไปจากแง่มุมและสายตาของผู้หญิงมากขึ้น เช่น การถ่ายภาพตำรวจบุกทำลาย
 ซ่องโสเภณี ควรจะมีภาพของชายนักเที่ยวมากกว่าตัวโสเภณี เป็นต้น

(3) ในทางตรงกันข้าม เมื่อเวลาที่ผู้หญิงเข้าไปทำงานเป็นนักสื่อสารมวลชนนั้น
 ผู้หญิงยังคงสามารถรักษา "ความเป็นหญิง" เอาไว้ได้หรือไม่ หรือควรจะมีการนิยามหรือการ
 ประเมินคุณค่าความเป็นหญิงกันเสียใหม่ที่สอดคล้องกับงานวิชาชีพ การพิจารณาคุณสมบัติหลาย
 ประการที่ผู้หญิงมี เช่น ความละเอียดถี่ถ้วนน่าจะประเมินว่าเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับการเป็น
 นักข่าวมากกว่าจะถูกตีค่าว่าเป็นการจู้จุกจิก หรือเมื่อผู้บรรยายข่าวกีฬาเป็นผู้หญิง จำเป็นจะต้องใช้
 ภาษาที่ก้าวร้าวรุนแรงเช่นผู้บรรยายชายหรือไม่ หรือจะมีเอกลักษณ์แบบผู้หญิงอย่างไร เป็นต้น

ในกรณีของสังคมไทย ได้มีการขานรับข้อเรียกร้องที่ว่า งานวิจัยด้านสื่อและสตรี
 ศึกษานั้นไม่ควรจะกักขังความรู้ที่ได้จากการวิจัยเอาไว้ในโลกแห่งวิชาการเท่านั้น เนื่องจากนักสตรี
 นิยมนั้นมีเจตนารมณ์ร่วมเหมือนกับนักวิชาการก้าวหน้าสาขาอื่นๆที่ว่า "วิชาการ/ความรู้ นั้นมิได้มี
 เอาไว้เพื่อเข้าใจโลกเท่านั้น แต่ต้องเป็นไปเพื่อเปลี่ยนแปลงโลก" ด้วย ดังนั้น ผลจากการวิจัยบางชิ้น
 เช่นกรณีที่เห็นอย่างชัดเจนก็คือ ประเด็นเรื่องการรายงานข่าวข่มขืนของสุวรรณีย์ กัลยาณสันต์ (2536)

ที่ค้นพบข้อบกพร่องต่างๆของวิธีการรายงานข่าวข่มขืนในสื่อมวลชน ประกอบกับในโลกแห่งความเป็นจริง มีองค์กรสิทธิสตรีไทยหลายกลุ่มที่เล่นประเด็นเรื่องการข่มขืน ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้ความรุนแรงต่อสตรี ในการเคลื่อนไหวเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนดังกล่าว องค์กรสตรีเหล่านั้นก็ได้อาศัยทั้งผลการวิจัยและข้อเสนอแนะต่างๆที่ผ่านการประมวลข้อเท็จจริงและผ่านการวิเคราะห์สังเคราะห์มาอย่างดี จนกระทั่งสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการรายงานข่าวข่มขืนในสื่อมวลชน เพื่อหลีกเลี่ยงปรากฏการณ์ "การถูกข่มขืนซ้ำครั้งที่สองจากสื่อ" มิให้เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น การไม่รายงานชื่อของผู้ถูกข่มขืน การปิดบังโฉมหน้าของผู้ถูกข่มขืน และเปิดเผยใบหน้า/รายละเอียดของผู้กระทำ เป็นต้น

(2) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายในเนื้อหาสาระ (Message study)

ดังได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่แรกว่า ประวัติศาสตร์ของการศึกษาบทบาทหญิง-ชายในเนื้อหาของสื่อมวลชนนั้นเริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา และยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางพัฒนาการอันยาวนานนี้ ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงบางประการที่น่าสนใจ ดังนี้

(2.1) จาก "ภาพสะท้อน" สู่อุดมการณ์ทางเพศ" ในช่วงทศวรรษ 1980 L. Rakow (1986) เริ่มเปิดประเด็นใหม่ว่าไม่มีประโยชน์อะไรที่จะไปทำวิจัยพิสูจน์ว่าภาพของสตรีที่สะท้อนอยู่ในสื่อ่นั้นมีภาพอะไรบ้าง เพราะเราก็คงจะได้พบเห็นแต่ภาพแบบเก่าๆ เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งอาจจะมีการเกิดขึ้นมาให้เห็นพอเป็นผักชีโรยหน้าเท่านั้น และถึงแม้จะต่อสู้ให้มีการเปลี่ยนแปลงภาพดังกล่าวในสื่อมวลชนก็มิได้หมายความว่า โลกแห่งความเป็นจริงจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย หรือเนื้อหาของสื่อมวลชนจะดีขึ้น ทั้งนี้เพราะอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในเนื้อหาของสื่อจะเป็นตัวการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางเพศให้แก่คนแต่ละเพศ ยกตัวอย่างเช่น อุษณีย์ พงศ์ประยูร (2536) วิเคราะห์คุณสมบัติของตัวอิจฉาในนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ พบว่า ท่ามกลางคุณสมบัติหลายประการนั้น ตัวอิจฉาหญิงจะมีคุณลักษณะร่วมบางประการเช่น มีความทะเยอทะยานในชีวิต ชอบการแข่งขันเอาชนะ ฯลฯ คุณลักษณะเช่นนี้หากเป็นตัวละครชายก็ไม่ทำให้ตัวละครนั้นกลายเป็นผู้ร้าย แต่เมื่อมาอยู่ในตัวละครหญิงก็กลับกลายเป็นตัวร้ายไปได้ ดังนั้น ผู้หญิงที่อยากเป็นคนดีหรือเป็นนางเอกจึงต้องไม่รับเอาคุณลักษณะดังกล่าวเข้ามาไว้ในตัวเอง

การศึกษาอุดมการณ์ทางเพศนี้อาจจะมีลักษณะบางอย่างคล้ายคลึงกับแนวทางการศึกษาเรื่องกระบวนการขจัดเกลตาทางสังคมตามบทบาททางเพศที่ได้กล่าวมาแล้ว อย่างไรก็ตาม ทั้งสองแนวทางนี้ก็มีความแตกต่างกันอย่างมากมาย กล่าวคือ การศึกษาอุดมการณ์ทางเพศในทศวรรษที่ 1980 นี้จะไม่เพียงแต่พิจารณาว่า บทบาททางเพศนั้นเป็นแนวคิดที่หยุดนิ่งที่ต้องยอมรับราวกับเป็นธรรมชาติและสื่อมวลชนมีหน้าที่เพียงแต่ถ่ายทอดเพื่อให้เห็นเป็นตัวอย่างเท่านั้น หากแนวทางใหม่นี้จะพิจารณาว่ามีกระบวนการสร้างสรรค์แบบใหม่ๆ มีการเคลื่อนไหวใหม่ๆ อะไร

เกิดขึ้นมาบ้าง มีเหตุปัจจัยอะไรที่เกี่ยวพันกับการให้คำนิยามและการสร้างเอกลักษณ์ของคนแต่ละเพศบ้าง

ส่วนผลสืบเนื่องของภาพสะท้อนและอุดมการณ์ทางเพศในเนื้อหาของสื่อนั้นก็มีความรุนแรงแตกต่างกัน ในขณะที่ผลสืบเนื่องของ "ภาพสะท้อน" ที่มีต่อผู้รับสารสตรีนั้นจะทำงานในระดับ "การเป็นตัวแบบ" (role model) หรือเป็นตัวกำหนดเส้นขอบฟ้าทางความคิด/ความคาดหวัง (horizon of idea/of dream-expectation) (เช่น ถ้าเราเป็นผู้หญิงก็อย่าคิดฝันที่จะได้เป็นนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีกระทรวงกลาโหมเลย) แต่ที่ว่าผลสืบเนื่องของ "อุดมการณ์ทางเพศ" นั้น จะเข้มข้นถึงระดับ "ติดตั้งวิถีคิด" ให้แก่ผู้คนในสังคม โดยเฉพาะผู้หญิง วิถีคิดดังกล่าวจะทำงานอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน ทำให้เรา "ให้ความหมายแก่ตัวเอง/แก่ผู้อื่น/แก่โลกแวดล้อมรอบตัว" (make sense) ตัวอย่างเช่น อุดมการณ์แม่บ้านที่ติดตั้งวิถีคิดและวิถีชีวิตประจำวันของเราทุกวันให้ทำทุกอย่างเพื่อความสุขของลูกและสามี

ตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่แสดงให้เห็นการวิเคราะห์ประเด็น "อุดมการณ์ทางเพศ" ที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชนก็เช่น งานของ วิจิศา ไชยสินธุ์ (2547) เรื่อง "อัตลักษณ์ของ "ผู้หญิงเก่ง" ในนิตยสารสตรีช่วงปีพ.ศ.2540-2545" โดยเริ่มต้นจากข้อสังเกตที่ว่า หลังจากที่มีการวิพากษ์วิจารณ์จากกลุ่มสิทธิสตรีเกี่ยวกับการตริบตาทบตาของผู้หญิงให้จำกัดอยู่เพียงแต่บทบาทแม่และเมียเท่านั้น ก็ได้มีการป้อนบทบาทใหม่ออกมาเป็นทางเลือกให้แก่สตรีที่อยู่ภายใต้สัญญาว่า "ผู้หญิงเก่ง" ซึ่งมีความหมายที่อาจจะสอดคล้องกับอุดมการณ์ทางเพศแบบเดิมของสังคมไทยคือ "มือก็ไกว ดาบก็แกว่ง แข็งหรือไม่ว่าง" เพราะ "ผู้หญิงเก่ง" นั่นก็คือผู้หญิงที่เป็นได้ทั้ง "แม่และผู้หญิงทำงาน" (งานหลวงไม่ให้ขาด งานราษฎร์ไม่ให้เว้น) ไปพร้อมๆ กัน

อย่างไรก็ตาม แนวคิด "ผู้หญิงเก่ง" ที่ถูกเผยแพร่ผ่านเนื้อหาของสื่อมวลชนนั้น ก็เป็นแนวคิดที่นำมาจากตะวันตกที่เรียกว่า Capable Women คุณลักษณะสำคัญของผู้หญิงเก่งเหล่านี้ เมื่อดูจากภายนอกก็จะเห็นลักษณะที่คล่องแคล่วปราดเปรียว พุดจาจะฉาน ฯลฯ และเมื่อวิเคราะห์เจาะลึกเข้าไปถึงข้างใน ก็จะเห็นว่า เป้าหมายสูงสุดของผู้หญิงเก่งเหล่านี้ก็คือ ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน และต้องการแสวงหาความสุขให้แก่ตนเอง (ด้วยการบริโภคเพื่อสร้างอัตลักษณ์) ส่วนมิติเรื่องการช่วยเหลือสังคมหรือเสียสละเพื่อผู้อื่นจะลดน้อยถอยลงไป (อาจจะเหลือเพียงแค่ระดับครอบครัว)

และเมื่อนำแนวคิดดังกล่าวเข้ามาจากต่างประเทศแล้ว ในสังคมไทยก็ได้มีปฏิบัติการทางสังคม (Social practice) เพื่อแนะนำแนวคิดใหม่นี้ให้เป็นที่รู้จักและให้เป็นที่ยอมรับ ปฏิบัติการที่สำคัญคือ งานประกวดและให้รางวัลประเภทต่างๆ เช่น การประกวดสตรีนักธุรกิจดีเด่น การประกวดผู้บริหารสตรีระดับสูง ฯลฯ และผู้ที่ชนะประกวดก็ได้กลายมาเป็น "ต้นแบบ" (Role model) ที่สื่อมวลชนประเภทต่างๆ จะเผยแพร่เพื่อให้เกิดการทำตามต่อไป

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ "ผู้หญิงเก่ง" จากนิตยสารสตรี

ระดับต่างๆ 6 ฉบับ (ซึ่งผู้วิจัยแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ นิติสารสำหรับผู้หญิงทำงาน และสำหรับผู้หญิงทำงาน + ครอบครัว) เพื่อศึกษาว่า อุดมการณ์ใหม่เกี่ยวกับบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ใน "อัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่ง" นั้นคืออะไร และมีวิธีการประกอบสร้างอย่างไร สำหรับโจทย์ข้อแรกนั้น ผู้วิจัยพบคำตอบว่า อัตลักษณ์ของผู้หญิงเก่งในนิติสารสตรีทั้ง 6 ฉบับนั้น จะมีทั้งความหมายร่วมกัน และความหมายเฉพาะของบางเล่ม

สำหรับความหมายร่วมกันของผู้หญิงเก่ง ก็คือ เป็นผู้หญิงที่มีความสามารถในวิชาชีพ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีบุคลิกเป็นผู้นำ มีความคิดเห็นเป็นของตัวเอง ฯลฯ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ก็คือ ข้อที่ตรงกันข้ามกับบทบาทเดิมที่เป็นแม่ เมีย และกุลสตรีนั่นเอง ฉะนั้นวิธีการประกอบสร้างความหมายจึงใช้กลยุทธ์การสร้างข้อที่ตรงกันข้ามระหว่าง "ผู้หญิงเก่ง" v.s. "ผู้หญิงไม่เก่ง" เช่น

ผู้หญิงเก่ง	V.S.	ผู้หญิงไม่เก่ง
● สวย มีเสน่ห์		ไม่สวย
● ฉลาด มีการศึกษาสูง		ไม่ฉลาด มีการศึกษาน้อย
● มั่นใจในตนเอง		ขาดความมั่นใจในตนเอง
● มีรสนิยมดี		ไม่มีรสนิยม
● ใช้ IT ทันสมัย		ไม่รู้จักรู้ใช้ IT
● มีความคิดเห็นเป็นของตัวเอง		คิดตามผู้อื่น

ส่วนความหมายเฉพาะนั้น ก็จะแปรไปตามเป้าหมายของนิติสารแต่ละเล่ม เช่น นิติสารบางเล่มมุ่งเน้นให้ผู้หญิงรักประเทศชาติ บางเล่มเน้นกลุ่มผู้หญิงนักธุรกิจ เป็นต้น

หากนำเอาคุณลักษณะอุดมการณ์ที่เกี่ยวกับบทบาททางเพศของกลุ่มผู้หญิงเก่งเหล่านี้มาวิเคราะห์ด้วยทัศนะของสตรีนิยม ก็อาจจะกล่าวได้ว่า สังกัดอยู่ในกลุ่ม Liberal Feminism เนื่องจากสตรีกลุ่มนี้จะไม่ค่อยวิจารณ์บทบาทการเป็นเมียและแม่ที่ดี หากแต่จะเรียกร้องมาที่ตัวผู้หญิงว่า สังคมได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ดังนั้นผู้หญิงก็จำเป็นต้องขยับขยายบทบาทของตัวเองให้กว้างขวางออกไปเพื่อให้สังคมเกิดการยอมรับ เนื้อหาของนิติสารที่อยู่ในแนวทางนี้จึงจะไม่พูดถึงเรื่องการเอาอคติเอาเปรียบทางเพศ จะไม่เรียกร้องสิทธิของสตรี จะไม่ค่อยแตะปัญหาของผู้หญิง (เช่น การถูกข่มขืน การใช้ความรุนแรงต่อสตรี ฯลฯ)

ในท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้นำเอาตัวแปรที่ซ่อนเร้นอยู่ระหว่างบรรทัด คือ เรื่อง "ชนชั้นของสตรี" ออกมาใช้วิเคราะห์ และพบว่า บรรดาต้นแบบผู้หญิงเก่งเหล่านี้มักจะเป็นตัวแทนของกลุ่มสตรีชนชั้นสูงและชนชั้นกลางเท่านั้น รวมทั้งคุณลักษณะต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของผู้หญิงเก่งนั้นก็เหมือนกำแพงที่ผู้หญิงจากชนชั้นล่างจะไม่สามารถปีนข้ามไปได้ ผู้วิจัยจึงตั้งคำถามว่า แล้วผู้หญิงที่เป็น

กรรมกรผู้ใช้แรงงาน แม่บ้าน แม่ค้า ฯลฯ กลุ่มผู้หญิงเหล่านี้มิใช่ผู้หญิงเก่งหรือ

(2.2) พลิกมุมมองใหม่ต่อสื่อมวลชน (รายการของสตรี) สืบเนื่องจากข้อสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่ได้กล่าวไปในข้อที่ 2.1 แล้วยังคือ ในด้านทฤษฎีวิพากษ์เองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดต่อเรื่องการทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ของสื่อมวลชนด้วย ในยุคสมัยแรกนักทฤษฎีวิพากษ์จะมองแต่เพียงว่า สื่อมวลชนเป็นกลไกที่กลุ่มผู้มีอำนาจจะใช้ในการครอบงำอุดมการณ์ของตนให้แก่คนชนชั้นอื่นๆ ในขั้นต่อมา Gramsci ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดนี้ว่าทุกกลไกของสังคมนั้นล้วนแล้วแต่มีองค์ประกอบของการต่อสู้ของทุกกลุ่มบรรจุอยู่ทั้งนั้น ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีศักยภาพทั้งที่เป็นกลไกการครอบงำและกลไกการปลดปล่อยในขณะเดียวกัน

ดังนั้น นักสื่อสารมวลชนแนวสตรีนิยมจึงเริ่มทำวิจัยเพื่อประเมินค่าบรรดารางการต่างๆ ที่เคยถูกปิดป้ายว่า เป็นรายการมอมเมาสตรี ตัวอย่างเช่น การประเมินค่าละครโทรทัศน์เสียใหม่ว่า ในเนื้อหาของละครเหล่านี้มีองค์ประกอบที่ช่วยปลดปล่อย (liberating) สตรีที่มีชีวิตอยู่ในสังคมถืออำนาจชายเป็นใหญ่ได้อย่างไรบ้าง เนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ท้าทายอุดมการณ์หลักๆ ของสังคม ได้ต่อรองเสนอทางเลือกใหม่ รวมทั้งได้คัดค้านต่อต้านอุดมการณ์เก่าๆ ใดๆ บ้าง เป็นต้น

สมสุข หินวิมาน (2545) เสนอแนวคิดใหม่ๆ เช่นเดียวกันในการใช้มุมมองที่หลากหลายมากขึ้นในการศึกษาละครโทรทัศน์ในบทความชื่อ "ละครโทรทัศน์: เรื่องของตบๆ จุบๆ และ "ผิวๆ เมียๆ" ในสื่อหน้าเน่า" เพื่อกระตุ้นให้เกิดการประเมินค่าของละครโทรทัศน์ที่มักถูกรับรู้เพียง 2-3 แง่มุม (ดังที่ปรากฏอยู่ในชื่อของบทความว่า เป็นเพียงละคร "ตบๆ จุบๆ" เป็นละครผิวๆ เมียๆ หรือเป็น "ละครหน้าเน่า/ละครยุงชุม") ในบทความนี้ ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างประเด็นหลายประเด็นที่มักปรากฏในละครโทรทัศน์ เช่น การใช้ร่างกาย (การจูบ การตบ การกอด การปล้ำ ฯลฯ) รวมทั้งประเด็นของผู้หญิง เช่น การหมั้น การแต่งงาน การตั้งท้อง ฯลฯ และได้สาธิตว่า ผู้ศึกษาสามารถจะพลิกมุมมองดังกล่าวได้หลากหลายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การตั้งท้องนั้น ในกรณีส่วนใหญ่อาจจะเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ตัวละครหญิงพ่ายแพ้ แต่ในละครโทรทัศน์หลายเรื่อง ตัวละครหญิง (ทั้งนางเอกและนางร้าย) ก็สามารถจะพลิกใช้การตั้งท้องมาเป็นอาวุธต่อสู้ได้

(2.3) จาก "รายการสาระ" สู่อำนาจบันเทิง การเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา ก็คือ แต่เดิมนั้นการวิเคราะห์ค้นหาอุดมการณ์ต่างๆ นั้น มักจะเลือกใช้วัสดุดิบ (material) ที่เป็นรายการประเภทที่เอาจริงเอาจังและมีสาระ เช่น รายการข่าว รายการสารคดี โดยไม่สนใจกับรายการประเภทเรื่องแต่ง (fiction) และเป็นจินตนาการที่เน้นความสนุกสนานบันเทิง เช่น ละครโทรทัศน์ เกมโชว์ ฯลฯ แต่ในระยะหลังๆ นี้ ได้เริ่มเกิดแนวคิดใหม่ในรายการประเภทความบันเทิงแบบเบาๆ (light entertainment) หรือรายการประเภทเรื่องแต่งนี้น่าจะเป็นชุมทรัพย์อันมหาศาลของบรรดาอุดมการณ์ต่างๆ มากกว่า การวิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศจึง

เคลื่อนไหวไปตามกระแสดังกล่าวเช่นกัน

ตัวอย่างงานวิจัยที่น่าสนใจอย่างมากของไทยก็คือ งานศึกษา "การมีส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะของผู้หญิงโดยการส่งข้อความสั้นผ่านรายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์" ของ ปุณยบุษยอแสงรัตน์ (2551) ผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างรายการที่ศึกษาเป็นรายการเล่าข่าวทั้งรายการเล่าข่าวแบบทั่วไป และรายการเล่าข่าวสำหรับผู้หญิง (เช่น รายการ 30 ยังแจ๋ว รายการจากผู้หญิงถึงผู้หญิง) ซึ่งแม้รายการเหล่านี้จะเป็น "รายการข่าว" แต่ก็ใช้วิธีการนำเสนอแบบ "การเล่าเรื่อง" ทำให้กลายเป็นรายการลูกผสมแบบ "รายการสาระบันเทิง"

แต่ทว่า "ตัวบท/เนื้อหา" ที่ผู้วิจัยวิเคราะห์นั้นมิใช่เป็นตัวเนื้อหาในรายการ หากทว่าเป็น "พื้นที่เล็กๆ" ที่ผู้ชมได้เข้าไปมีส่วนร่วม คือ การเขียนส่งข้อความสั้นๆที่เรียกว่า SMS เข้าไปร่วมแสดงความคิดเห็น และผู้วิจัยได้พบว่า ภายในพื้นที่เล็กๆเหล่านี้แหละได้เปิดโอกาสให้ "กลุ่มผู้หญิง" เข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคมในทุกๆมิติ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ ระดับประเทศ การเมืองระดับชาติ วัฒนธรรมระดับโลก ผู้หญิงได้เปลี่ยนสถานะจาก "การเป็นผู้ชมที่ passive" มาเป็น "ผู้ชมที่ active" และก้าวล้ำมาถึง "การเป็นผู้ส่งสารที่รอบรู้" อันเป็นการเปลี่ยนแปลง "อุดมการณ์ทางเพศเกี่ยวกับบทบาท/สถานะของผู้หญิงในกระบวนการสื่อสาร"

สำหรับการสำแดงพลังของผู้ชมสตรีนั้นจะมีระดับมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับประเภทรายการ หากเป็นรายการเล่าข่าวแบบทั่วไป ซึ่งยังเป็นพื้นที่ของผู้ชายอยู่ ผู้หญิงก็พยายามที่จะก้าวหน้าให้ทันกับผู้ชายหรือพยายามเลียนแบบผู้ชาย แต่หากเป็นรายการเล่าข่าวสำหรับสตรี โดยเฉพาะ ในพื้นที่เหล่านี้ ผู้ชมสตรีก็ได้ใช้พื้นที่สาธารณะดังกล่าวเป็นสถานที่ในการให้คำนิยามใหม่ๆ ทั้งเรื่องความเป็นหญิง-ชาย ความหมายที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาวะ และอื่นๆ ซึ่งเป็นปฏิบัติการการต่อสู้ด้านอุดมการณ์โดยตรง

และหากประเมินค่าของรายการเล่าข่าวสำหรับสตรีตามเกณฑ์เรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ของ J. Habermas ที่ระบุว่าพื้นที่สาธารณะนั้น ไม่ควรจะเป็นเพียงพื้นที่แห่งการพูดคุยถกเถียงเท่านั้น แต่ผลจากการอภิปรายนั้นควรจะถูกนำไปสู่การลงมือดำเนินการบางอย่างเพื่อการเปลี่ยนแปลงอย่างจริงจัง ก็จะทำให้เห็นว่า บรรดารายการ "สาระ-บันเทิง" เช่น รายการเล่าข่าวสำหรับสตรีนั้น จะสอบผ่านเกณฑ์ดังกล่าวนี้ รายการเหล่านี้เริ่มต้นลงมือเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นจริงจากปัญหาเล็กๆเบาๆ เช่น ช่วยกันถักไหมพรมเพื่อชาติ ไปมาจนถึงการณรงค์เรื่องมะเร็งเต้านม (ปัญหาผู้หญิง) และแรงที่สุดเมื่อก้าวไปถึงประเด็นเรียกร้องการยุติการใช้ความรุนแรงต่อสตรี

(2.4) ความสำคัญของรูปแบบและวิธีการนำเสนอ (form of presentation) ดังได้กล่าวมาข้างแล้วในตอนต้นๆ ว่า นอกจากจะมีการวิเคราะห์เนื้อหาของภาพที่ปรากฏแล้ว องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญมากของผลงานสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อภาพและเสียงเช่น โทรทัศน์ ก็คือวิธีการนำเสนอ (รวมทั้งประเภทของรายการด้วย) เพราะในการอ่านความหมายโดยนัย (connotative meaning) นั้น มักจะแฝงเร้นอยู่ในวิธีการนำเสนอ การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอที่ได้หยิบยืมเอาหลักการของทฤษฎีสัญญาวิทยาเข้ามาใช้เป็นวิธีการหลัก

ตัวอย่างเช่น วิธีการวิเคราะห์การเล่าเรื่อง (narration) นั้นมีลำดับขั้นตอนอย่างไร เพราะเหตุใดละครโทรทัศน์ประเภทนางแมวป่า จึงต้องจัดคุณสมบัติของนางเอกให้แก่นแก้วในตอนแรก และหลังจากที่มาพบกับพระเอกแล้ว อาการพยศและความแก่นแก้วก็ถูกปราบให้เชื่องลำดับขั้นตอนดังกล่าวจะสลับกันได้หรือไม่ หากไม่ได้ก็แสดงว่า ในการวางลำดับขั้นตอนนั้นมีความหมายบางอย่างแฝงอยู่เบื้องหลังใช่หรือไม่

บรรดาองค์ประกอบย่อยๆของการวิเคราะห์ละคร คือ ตัวละคร บทบาทการแสดง เครื่องแต่งกาย ฉาก บทสนทนา ปฏิกริยาระหว่างตัวละคร คำโครงเรื่อง วิธีการดำเนินเรื่อง (โดยเฉพาะตอนจบของเรื่อง) จะถูกนำมาอ่านความหมายของรูปแบบและวิธีการนำเสนอทั้งหมด เช่น ในขณะที่ฉากในห้องนอนของนางเอกในละครโทรทัศน์จะถูกตกแต่งอย่างละเอียดลออสมจริง จนดูเหมือนเป็นห้องนอนในบ้านจริงๆ (หรือที่เรียกว่าเป็นฉากแบบ presentation) ฉากที่เป็นที่ทำงานกลับมีเพียงโต๊ะทำงาน 1 ตัวกับเครื่องพิมพ์ดีด 1 เครื่องเท่านั้นพอให้รู้ว่าเป็นสถานที่ทำงาน (หรือที่เรียกว่าเป็นฉากแบบ representation) ความหมายที่แฝงนัยอยู่ในวิธีการแต่งฉากแบบนี้ก็คือ ชีวิตความรักสำหรับผู้หญิงนั้นจะสำคัญมากกว่าชีวิตการทำงาน เป็นต้น

นอกจากนั้น จากหลักเรื่อง "คู่ตรงข้าม" (binary opposition) ของการวิเคราะห์แบบสัญวิทยาจะช่วยทำให้การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถเกินเลยไปจากสิ่งที่เห็นได้ เพราะนอกจากเราจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่ามีภาพอะไรบ้างที่ปรากฏแล้ว (existence) เรายังอาจจะตั้งคำถามได้อีกว่า มีภาพอะไรที่ไม่ยอมปรากฏออกมา (absence)

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ได้ศึกษารูปแบบการนำเสนอรูปแบบหนึ่งคือ "การเล่าเรื่อง (narrative) ที่นำเอาประเด็น "เพศสภาพ/อุดมการณ์ทางเพศ" (gender) เข้าไปประสานคือ งานวิจัยของฉลอมรัตน์ ทิพย์พิมาน (2539) ที่แม้จะเลือกศึกษาวิธีการเล่าเรื่องจากหนังสืออเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี 6 เรื่อง แต่ทว่าภาพยนตร์ทั้ง 6 เรื่องนั้นก็ได้นำมาฉายผ่านสายตาผู้ชมชาวไทยทั้งหญิงและชาย จึงน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับสังคมไทยด้วยในแง่มุมมองของผู้ชม

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากข้อสังเกตที่ว่า ขนบของภาพยนตร์ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อของผู้ชายมาก่อน โดยเฉพาะหนังสืออเมริกัน มักจะมีตัวเอกเป็นผู้ชาย ส่วนผู้หญิงนั้นมักจะมีบทบาทเป็นเพียงตัวเสริมบารมีของพระเอก แม้นจนกระทั่งเมื่อมีกระแส "ผู้หญิงทำงาน" (working woman) เกิดขึ้นในภาพยนตร์ ก็ยังปรากฏเรื่องราวของอคติทางเพศเจือปนอยู่ เช่น ผู้หญิงทำงานเหล่านี้มักจะใช้ความสวยงามหรือการช่วยวนทางเพศเป็นบันไดไต่เต้าไปสู่ความก้าวหน้าในวิชาชีพมากกว่าจะใช้สมองหรือความสามารถ

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปรากฏการณ์ล่าสุดคือภาพยนตร์อเมริกันที่เข้ามาฉายในเมืองไทยช่วงปี.ศ.2538-39 โดยเลือกเอาเฉพาะภาพยนตร์ที่มีตัวเอกเป็นสตรี (ซึ่งพบ 6 เรื่อง) เพื่อดูว่าสถานการณ์ได้เปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่

จุดที่น่าสนใจในงานวิจัยชิ้นนี้คือ ผู้วิจัยได้นำเอาเครื่องมือการวิเคราะห์เนื้อหาที่

สำนักพัฒนาธรรมศึกษานิยมใช้คือ "การเล่าเรื่อง" (Narrative) แต่ได้นำคิดแปลงเอาเหลี่ยมมุมของ "เพศสภาพ" เข้าไปประกอบ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบต่างๆของการเล่าเรื่อง เช่น ตัวละคร แก่นความคิด (theme) ความขัดแย้ง จาก นั้น "วิธีการเล่าเรื่องแบบผู้หญิง" ที่ปรากฏในหนังทั้ง 6 เรื่องนี้จะมีลักษณะพิเศษดังต่อไปนี้

(1) **ตัวละคร** ในแง่ปริมาณ ตัวละครเอกที่เป็นผู้หญิงจะมีหลายตัว และแต่ละตัวจะมีความแตกต่างหลากหลาย ซึ่งมีความหมายว่า ผู้หญิงไม่มีทักษะแบบ "วีรชนเอกชน" (One woman show) แต่มีลักษณะ "เป็นกลุ่มก้อน" นอกจากนี้ ตัวเอกเหล่านี้จะมีลักษณะเป็นผู้กระทำ (actor) มากกว่าผู้ถูกกระทำ (แม้จะปรากฏอยู่บ้างในตัวละครอื่นๆ) และที่น่าสนใจก็คือ ตัวละครที่เล่นบทเป็นผู้ช่วยตัวเอก (helper) นั้นจะไม่มีผู้ชายเลย คงมีแต่ผู้หญิงด้วยกัน

(2) **ในแง่แก่นความคิด/แก่นเรื่อง (theme)** ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ไว้ดูใน 4 แก่นมุมโดยมีผู้หญิงเป็นแกนกลางคือ

(2.1) **ผู้หญิงกับตัวเอง/ชีวิตส่วนตัว** ผู้หญิงเริ่มมีข้อเสนอว่า ความรักนั้นไม่ควรดูที่หน้าตา แต่น่าจะอยู่ที่ความเข้าใจซึ่งกันและกัน และหนังได้สร้างอุดมการณ์ "ต่อต้านวิถีคิดแบบซินเดอเรลล่า" คือความคาดหวังที่ว่าชีวิตคู่จะมีแต่ความสุขสดชื่นหอมหวาน แก่นเรื่องในหนังทั้ง 6 เรื่องระบุว่า "ชีวิตคู่ไม่มีทั้งราคาที่ต้องจ่าย-ผลประโยชน์ที่จะได้รับ" (cost-benefit) ดังนั้น ผู้หญิงจงอย่าเพื่อฝันเห็นแต่ด้านที่สวยงามของชีวิตคู่

(2.2) **ผู้หญิงกับอาชีพ** หนังได้วาดภาพให้ผู้หญิงเตรียมตัวเองว่า เมื่อก้าวออกมาสู่ "โลกของอาชีพที่ผู้ชายเคยจับจองอยู่" ผู้หญิงจะต้องพบอุปสรรคและความยากลำบากที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จจะไบบ้าง

(2.3) **ผู้หญิงกับสังคม** แก่นเรื่องได้เสนอให้ผู้หญิงสร้างสมานฉันท์ระหว่างกัน แทนที่จะผิใจขัดแย้งกันเพราะเรื่องแย่งผู้ชาย

(2.4) **ผู้หญิงกับทางเลือก** แก่นเรื่องของหนังทั้ง 6 เรื่องได้บอกให้ผู้หญิงรู้จัก "ที่จะเลือก" อย่าก้มหน้ายอมรับชะตากรรม และผู้หญิงต้องกำหนดชีวิตของตัวเอง

(3) **ขั้วความขัดแย้ง (Conflict)** จะมีลักษณะลือไปกับแก่นเรื่อง เช่น

(3.1) **กับตัวเอง** ตัวละครหญิงจะขัดแย้งว่าจะอยู่เป็นโสดหรือจะแต่งงานดี แต่งงานแล้วจะทนอยู่ต่อไปกับปัญหาหรือจะหย่าร้างดี ซึ่งผู้วิจัยพบว่าในภาพยนตร์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตัวละครเอกยังคงหมกมุ่นกับปัญหาใหญ่เรื่องชีวิตคู่เป็นสำคัญ

(3.2) **ผู้หญิงกับอาชีพ** ตัวละครจะมีความขัดแย้งว่า จะหยุดความพอใจไว้อย่างพอเพียงหรือจะก้าวเดินต่อไปเพื่อความสำเร็จที่สูงขึ้น

(3.3) **ผู้หญิงกับสังคม** ตัวละครจะมีความขัดแย้งระหว่างอุดมการณ์ "เพื่อส่วนตัว" กับ "เพื่อสังคม"

(3.4) ผู้หญิงกับทางเลือกในชีวิต ผู้หญิงก็ต้องพบกับความขัดแย้งว่าจะเลือกใช้สติปัญญาหรือใช้ความสวยเพื่อบรรลุเป้าหมายในชีวิต

(3) ประเด็นเพศสภาพ/บทบาทหญิงชายกับผู้รับสาร (Audience Study)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การวิจัยผู้รับสารเองก็ได้มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงมาตั้งแต่การมองว่า ผู้รับสารนั้นรับสารอย่างเป็นฝ่ายตั้งรับ (passive) มาจนกระทั่งมาถึงการพิจารณาว่า ผู้รับสารนั้นมีลักษณะเชิงรุก (active) และพัฒนาการขั้นสูงสุดของการศึกษาผู้รับสาร ก็คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตทั้งหมดของผู้รับสารกับพฤติกรรมการรับสารประเภทต่างๆ ที่เรียกว่า เป็นการศึกษาแบบแผนการรับชม (viewing pattern) ที่รวมถึงแต่คำถามที่ว่า ผู้รับสารนั้นเปิดรับสารที่ไหน กับใคร ทำอะไรก่อน-ระหว่าง-หลังการรับสาร เหตุผลของการรับสารแต่ละประเภท เป็นต้น การศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายกับผู้รับสารอาจจะมีประเด็นตัวอย่าง ดังนี้คือ

(3.1) แบบแผนการใช้เวลา (Time-use Pattern) งานวิจัยผู้รับสารในเชิงคุณภาพนั้นพัฒนามาจากวิธีการวิจัยที่เรียกว่า Ethnography ที่จะแสดงให้เห็น "วิถีชีวิตประจำวันทั้งหมด" ของผู้รับสาร โดยมีเรื่องการเปิดรับสารจากสื่อเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่าการวิจัยผู้รับสารในแง่นี้จะขยายจากเรื่องการเปิดรับสาร (media exposure) มาเป็นพฤติกรรมการรับชมทั้งหมด (viewing behavior) และเมื่อนั้นแบบแผนของการใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ของผู้หญิงและผู้ชายในสังคมจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อประเภทต่างๆ

ตัวอย่างเช่น D. Morley (1990) ได้สำรวจวิธีการศึกษาความแตกต่างระหว่างการใช้เวลาในการรับสารของผู้หญิงและผู้ชายซึ่งแตกต่างกันเพราะแบบแผนทางวัฒนธรรมทั้งของตัวสื่อและของผู้รับสาร สำหรับแบบแผนวัฒนธรรมของตัวสื่อ โทรทัศน์คือสื่อภายในบ้าน และ "บ้าน" สำหรับผู้ชายนั้นคือสถานที่แห่งการพักผ่อน (site of leisure) หลังจากที่ได้ทำงานนอกบ้านมาแล้ว แต่สำหรับผู้หญิง "บ้าน" คือสถานที่ทำงาน (site of work) แม้ว่าผู้หญิงจะทำงานนอกบ้านด้วยก็ตาม ความหมายดังกล่าวจะมากำหนดแบบแผนในการชมโทรทัศน์และการจัดช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ กล่าวคือ ในช่วงเวลาของการดูโทรทัศน์ ผู้ชายจะดูแต่โทรทัศน์อย่างเดียวเพื่อการพักผ่อน แต่ผู้หญิงจะดูโทรทัศน์ไปพร้อมๆ กับทำงานบ้านอย่างอื่นไปด้วย เป็นต้น

(3.2) ความพึงพอใจและความหมายของการบริโภคสื่อ (pleasure and meaning of media consumption) การศึกษาของ J. Radway (1984) พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้หญิงกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเกือบทุกคนต้องการติดตามรายการโทรทัศน์ด้วยความพึงพอใจมีหลายประการ อาทิ ความเพลิดเพลินจากการดำเนินเรื่อง จะได้สำรวจปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นกับตนเอง การเติมความปรารถนาที่จะมีความสุขในชีวิตให้เต็มสมบูรณ์ การหลีกเลี่ยงจากชีวิตอันซ้ำซากของงานบ้าน ฯลฯ

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ได้สำรวจความพึงพอใจและความหมายของการบริโภคสื่อของกลุ่มสตรีนั้น ได้แก่ งานศึกษา "ความพึงพอใจที่ได้รับจากการดูละครโทรทัศน์" ของ

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ที่เป็นงานศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้หญิงจำนวน 30 คนที่เรียกได้ว่าเป็นคอละคร เนื่องจากดูอย่างต่อเนื่องแทบจะทุกวันมาเป็นเวลามากกว่า 5 ปีขึ้นไป

ข้อค้นพบประเด็นแรกก็คือ มีคุณลักษณะอะไรในละครโทรทัศน์ที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างติดตามอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้คำตอบว่า เนื่องจากละครเป็นเรื่องราวที่สนุกสนาน เป็นเรื่องเบาๆ ไม่มีสาระอะไรให้ต้องคิดให้หนักสมอง (แบบเรื่องการเมือง) ผู้ชมสตรีคุ้นเคยกับวิธีการดำเนินเรื่องราว ส่วนเนื้อเรื่องก็เข้าใจง่าย นอกจากนี้บางส่วนก็ชอบที่จะดูของสวยงามๆ เช่น ฉากหรือเครื่องแต่งกายของตัวละครที่สามารถจะนำมาเลียนแบบได้ ส่วนผู้ชมสตรีที่มีการศึกษาน้อยจะให้ความสำคัญกับดารา และกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งจะให้ความสำคัญกับเนื้อเรื่อง (โดยเฉพาะกลุ่มที่ค่อนข้างมีการศึกษา) เช่น ชอบเนื้อเรื่องที่สมจริง เป็นเรื่องรักพาฝัน เป็นต้น

ส่วนเหตุผลของการดูละครโทรทัศน์อย่างเป็นทางการเป็นประจำวันนี้ จากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน มีข้อค้นพบดังนี้

- 14 คน หนีจากความเครียดทั้งจากปัญหาการทำงาน การจราจร และส่วนตัว
- 16 คน ต้องการจะ "in" เข้าไปในละคร ซึ่งมีลักษณะของ "การหลบหนี" (escapist) เนื่องจากในโลกแห่งความจริง ต่อให้ขยัน ประหยัด อดทนสักเท่าใด ก็ไม่เห็นว่าจะดีขึ้น จึงอยากจะเข้าไปฝันในโลกแห่งจินตนาการ
- 5 คน เบื่อหน่ายชีวิตประจำวันที่ไม่มีอะไรน่าสนใจ
- 5 คนดูเพราะความเคยชิน

สำหรับการใช้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์นั้น มีคำตอบดังนี้

- 24 คน ดูแล้วได้สำรวจเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับชีวิตมนุษย์ และสำรวจความเป็นจริงที่นอกเหนือไปจากชีวิตของตัวเอง
- 17 คน ดูแล้วได้ขบคิดและคำแนะนำมาแก้ไขปัญหของตัวเอง

สำหรับทัศนคติที่กลุ่มผู้ชมสตรีได้เรียนรู้จากการชมละครโทรทัศน์อย่างยาวนานก็คือ หลักการที่ว่า "ทำได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว" ความคิดที่ว่าพรหมจรรย์เป็นสิ่งสำคัญสูงสุดในชีวิตของผู้หญิง และส่วนน้อยที่เรียนรู้ว่าชะตากรรมเป็นสิ่งที่เรากำหนดได้

(3.3) การวิเคราะห์โครงสร้างของเนื้อหาสื่อกับโครงสร้างวิถีชีวิตของผู้รับสาร เช่น งานศึกษาของ D. Hobson (1989) ในเรื่องการฟังวิทยุและดูโทรทัศน์ของผู้หญิง เนื่องจากวิธีการฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์) อาจจะแบ่งแบบแผนได้เป็น 2 แบบใหญ่ๆ คือ การดูอย่างเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เรียกว่า ritualised use (เหมือนอย่างทีคนในสมัยโบราณกระทำกิจกรรมทางศาสนา เช่น ตื่นเข้าตักบาตร ถวายข้าวพระตอนเพล สวดมนต์ก่อนนอน ฯลฯ) และการดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์บางประการที่เรียกว่า instrumental use เช่น ติดตามข่าวเศรษฐกิจเพื่อตัดสินใจซื้อหุ้น จากแบบแผนทั้งสองนั้น เมื่อศึกษาโครงสร้างชีวิตของกลุ่มสตรีที่เป็นแม่บ้าน ซึ่งมี

จังหวะชีวิตและกิจกรรมที่จะต้องกระทำอย่างแน่นอนแล้ว แบบแผนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ของกลุ่มสตรีจึงมักจะเป็นแบบ ritualised use (รวมทั้งผู้วิจัยบางท่านยังได้ตั้งข้อสังเกตอีกว่าเนื้อหาและโครงสร้างการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะวนเวียน ซ้ำซาก จำเจ นั้น ก็สอดคล้องกับแบบแผนชีวิตของแม่บ้านเช่นกัน)

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยไทยที่ดึงเอา "ความเป็นหญิง" ขึ้นมาศึกษาอย่างชัดเจนควบคู่กับประเด็นข่าวสาร คืองานของนันทกา สุธรรมประเสริฐ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง "ความเป็นแม่บ้านและการบริโภคข่าวแนวเล่าข่าวสาร" ในเบื้องต้นเลย ผลงานวิจัยชิ้นนี้ได้ช่วยคลายมายาคติเกี่ยวกับ "ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้าน" ที่ว่า ผู้หญิงกลุ่มนี้ไม่สนใจข่าวสารการบ้านการเมือง โดยที่เหตุผลเบื้องหลังนั้นน่าจะเป็นไปตามแนวคิดของ M.C. Lont (1995) ที่ว่า เนื่องจากเนื้อหาข่าวไม่มีประโยชน์โดยตรงสำหรับผู้หญิง และรูปแบบการนำเสนอข่าวก็มีลักษณะแบบผู้ชาย

ดังนั้น นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา รายการข่าวโทรทัศน์บางรายการได้ปรับรูปแบบการนำเสนอมาเป็น "แบบผู้หญิง" ให้มากขึ้น คือ "แนวการเล่าข่าว" ผู้หญิงโดยเฉพาะกลุ่มแม่บ้านก็ได้ก้าวเข้ามาเป็นผู้บริโภคข่าวหน้าใหม่ของโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม แบบแผนการเปิดรับข่าวของกลุ่มแม่บ้านก็ต้องสอดคล้องไปกับ "วิถีชีวิตและวิถีคิด (อุดมการณ์) ของแม่บ้าน

ผู้วิจัยได้คัดเลือกศึกษากลุ่มแม่บ้าน 40 คนที่มีภูมิลำเนาที่แตกต่างกันทั้งภูมิภาค (กรุงเทพ/ต่างจังหวัด) สถานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา อายุ ฯลฯ แต่ทว่าสิ่งที่พวกเธอต่างมีร่วมกันก็คือ "ความเป็นแม่บ้าน" อันหมายความว่าวิถีชีวิตและวิถีคิด/อุดมการณ์แบบแม่บ้านที่มีแก่นแนวคิดหลักว่า ชีวิตของเธอนั้นมีอยู่เพื่อลูก สามี และคนอื่นๆในครอบครัว

ข้อค้นพบประการแรกก็คือ ในวิถีชีวิตประจำวันของแม่บ้านซึ่งอยู่ภายใต้อุดมการณ์แม่บ้านที่กล่าวไปแล้ว จะประกอบด้วยงาน 3 ประเภท คือ (1) การดูแลเรื่องความสะอาด อาหารการกิน บริหารค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ปรนนิบัติพิทักษ์ลูกและสามี (2) ทำงานสนับสนุนงานของสามีและลูกๆ (เช่น ช่วยค้าขาย ดูแลการบ้าน ฯลฯ) (3) ดูแลสุขภาพใจ สุขภาพกายของสมาชิกภายในบ้าน

จากงานทั้ง 3 ประเภทนั้น เมื่อแปรมาเป็นกิจวัตรประจำวันของแม่บ้าน ผู้วิจัยก็ได้พบตามตารางข้างล่างนี้

ช่วงเวลา	กิจกรรมที่แม่บ้านทำ	
	แม่บ้านในเขตเทศบาลเมืองนางรอง จ.บุรีรัมย์	แม่บ้านในชุมชนเคหะคลองจั่น กรุงเทพมหานคร
ช่วงเช้า 4.00-13.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> ● ตื่นนอนทำธุระส่วนตัว เตรียมเสื้อผ้าอาหารให้ลูกและสามี ● เปิดร้าน ● ส่งลูกไปโรงเรียนแวะไปตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> ● ตื่นนอนทำธุระส่วนตัว เตรียมเสื้อผ้า อาหารเช้า ● ไปส่งลูกที่โรงเรียน ● ซื้กับข้าวจากรถกับข้าว ทำ

	<ul style="list-style-type: none"> ● ทำงานบ้าน/ดูการทำงานบ้าน ของลูกจ้าง เก็บกวาดบ้าน ซักผ้า รีดผ้า ● ดูแลลูก/หลานที่ยังเล็ก ● เตรียมอาหารกลางวันไว้สำหรับสามี ลูกหลานที่อยู่หรือกลับมาทานข้าวกลางวันที่บ้าน 	<p>ธุระอื่นๆ และหาอาหารกลางวันทานนอกบ้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ทำงานบ้าน เลี้ยงหลาน
--	---	---

ช่วงเวลา	แม่บ้านในเขตเทศบาลเมืองนางรอง จ.บุรีรัมย์	
	แม่บ้านในเขตเทศบาลเมืองนางรอง จ.บุรีรัมย์	แม่บ้านในชุมชนเคหะคลองจั่น กรุงเทพมหานคร
ช่วงบ่าย 13.00-16.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> ● แม่บ้านพักผ่อน ไปร้านเสริมสวย ไปซื้อของใช้ แวะคุยกับเพื่อน ไปหาเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้เคียง นอนหลับพักผ่อน ดูรายการโทรทัศน์ อ่านหนังสือ 	<ul style="list-style-type: none"> ● ทานอาหารกลางวันพักผ่อนดูโทรทัศน์ อยู่บ้านของตนเอง อ่านหนังสือ ไปรับลูกที่โรงเรียน แวะซื้อข้าว/ของ เจอเพื่อนทักทายเพื่อนเล็กน้อย
ช่วงเย็น 16.00-20.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> ● ไปรับลูกที่โรงเรียน หาของว่างให้ลูก จับลูกอาบน้ำ เก็บผ้าพับผ้า รีดผ้า เตรียมอาหารเย็น รับประทานอาหารเย็น เก็บสำรับอาหารล้างจาน 	<ul style="list-style-type: none"> ● เตรียมอาหารเย็น สอนการบ้านลูก คุยกับลูกเรื่องที่โรงเรียน ทานอาหารเย็น เก็บล้าง
ช่วงค่ำ 20.00-24.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> ● ทำธุระส่วนตัว ดูโทรทัศน์ ขำละคร เข้านอน 	<ul style="list-style-type: none"> ● ดูโทรทัศน์ ละคร ขำเข้านอน

จากตารางของกิจกรรมในวิถีประจำวันดังกล่าว จะเป็นตัวกำหนดประเภทสื่อที่จะใช้ รวมทั้งแบบของการเปิดรับข่าวสาร สำหรับประเภทของสื่อที่แม่บ้านใช้นั้นมีอยู่ 3 ประเภท คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์/นิตยสาร) และสื่อบุคคล (เพื่อน) และเนื่องจากงานบ้านมีลักษณะฉุกเฉินและมีให้ทำตลอดทั้งวัน (ดังที่แสดงในตาราง) ดังนั้น สื่อที่สามารถใช้ได้ตลอดทั้งวัน คือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดดูไปและทำงานอย่างอื่นพร้อมๆกันไปได้ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลนั้นต้องใช้ในช่วงเวลาที่พักผ่อน

เมื่อเขียนเข้ามาดูที่แบบแผนของการเปิดรับข่าวสาร ด้วยภาระงานดังกล่าวทำให้

แม่บ้านมีลักษณะการบริโภคสื่อที่มีงานบ้านคอยขัดจังหวะอยู่ตลอดเวลา และด้วยความเหนื่อยล้าที่ มีงานล้นมืออยู่ตลอดเวลา ทำให้แม่บ้านไม่นิยมบริโภคข่าวที่หนักสมอง เช่น ข่าวเศรษฐกิจหรือข่าว การเมือง แต่หันไปบริโภคข่าวเบาๆ เช่น ข่าวบันเทิงหรือข่าวดาราทแทน อย่างไรก็ตาม เมื่อรายการ เล่าข่าวได้ช่วยย่อยให้การบริโภคข่าวเศรษฐกิจการเมืองเป็นไปได้ง่ายขึ้น แม่บ้านจึงนิยมบริโภค รายการเล่าข่าวประเภทนี้

จากรูปแบบวิถีชีวิตประจำวันแบบแม่บ้านดังกล่าว ผู้วิจัยได้ค้นพบรูปแบบของการ บริโภคสื่อโทรทัศน์ของคนกลุ่มนี้ว่าประกอบไปด้วย 5 รูปแบบคือ

- (1) บริโภคสื่อแบบเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน (Ritualised use) กล่าวคือ บริโภคอย่างเป็นประจำ สม่ำเสมอ แต่ไม่ได้มีเป้าหมายเฉพาะเจาะจง
- (2) ดูครึ่งทำอย่างอื่นครึ่ง (Half watching) เมื่อมีเรื่องน่าสนใจจึงหยุดมาตั้งใจดู
- (3) มีกิจกรรมอื่นๆมาขัดจังหวะเป็นระยะๆ (Distracted and Interrupted)
- (4) ดูไปเรื่อยๆ (Flow)/เปิดทิ้งเอาไว้ (เป็นเพื่อน)
- (5) การใช้สื่อสิ่งพิมพ์จะใช้ในช่วงที่เวลาว่างนานๆ (ช่วงเวลาพักผ่อน)

(3.4) การเปรียบเทียบความแตกต่างในการบริโภคสื่อระหว่างหญิงกับชาย ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องโครงสร้างอำนาจภายในบ้านที่จะตัดสินใจพฤติกรรมการชมโทรทัศน์ โอกาสที่จะได้ชมรายการ ตามความต้องการของตน ปริมาณของการดู สไตส์ในการดู ความชื่นชอบเนื้อหาแต่ละประเภท งานวิจัยของ D. Morley (1990) ได้ให้คำตอบในประเด็นคำถามที่กล่าวมาอย่างค่อนข้างละเอียด เช่น ในฐานะที่เป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัว อำนาจในการถือรีโมทคอนโทรลเพื่อเลือกช่องรายการมักจะอยู่ ในมือของผู้ชาย แม้ว่าปริมาณการดูโทรทัศน์ของผู้หญิงจะมากกว่าผู้ชาย แต่หากเป็นการดูโทรทัศน์ ร่วมกันระหว่างหญิงกับชายแล้ว ผู้ชายจะมีโอกาสมากกว่าในการเลือกดูตามความต้องการของ ตนเอง สไตส์ในการดูก็แตกต่างกัน ผู้ชายจะตั้งอกตั้งใจในการดูอย่างมีสมาธิ แต่ผู้หญิงจะดูไป ทำงานอย่างอื่นไปหรือดูไปพูดคุยไปอย่างที่ว่าผู้ชายจะไม่เข้าใจเลยว่าทำได้อย่างไร เป็นต้น

ในขั้นตอนของการเลือกรับรู้และเลือกตีความก็เช่นเดียวกัน ดังเช่นที่งานของ I. Ang (1985) ที่ศึกษาวิธีการดูละครโทรทัศน์ที่โด่งดังเรื่อง "ดัลลาส" (Dallas) ของผู้ชมชายและหญิง และพบว่า ทั้งๆที่ดูหนังเรื่องเดียวกัน แต่ผู้หญิงและผู้ชายต่างก็เลือกดูและตีความแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ชายจะเลือกดูลักษณะการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้หญิงกลับเลือกดูรักโรมาเนสซ์แทน เป็นต้น

ในกรณีของไทย ยังไม่มีงานวิจัยไทยที่ศึกษาเปรียบเทียบข้อเหมือนและข้อต่างในการ บริโภคสื่อของผู้หญิงและผู้ชาย ผู้วิจัยจึงจะนำเอางานวิจัยหลายๆเล่มที่ศึกษาการบริโภคสื่อประเภท เดียวกัน คือ ละครโทรทัศน์ แต่ศึกษาผู้บริโภคสื่อที่เป็นหญิงและชาย คืองานวิจัยของไสลทิพย์ จารุ ภูมิ (2535) และนุชรี ตันตวิจิตร (2536) ศึกษากลุ่มสตรีที่ดูละครโทรทัศน์ ในขณะที่อุทุมพร เลื่องสื่อ กิจเจริญ (2540) ศึกษากลุ่มผู้ชายที่ดูละครโทรทัศน์ โดยผู้เขียนจะนำมาเปรียบเทียบใน 2 แง่มุมคือ

พฤติกรรมของการดูละครโทรทัศน์ และความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้จากการดูละครโทรทัศน์

(1) พฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ ไสลทิพย์ และอุทุมพร ได้ใช้กรอบแนวคิดที่เหมือนกัน คือ แบ่งขั้นตอนพฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์เป็น 3 ขั้นตอน คือขั้นก่อน-เตรียมตัวดูระหว่างดู และหลังจากดูแล้ว

(1.1) **ขั้นก่อนจะดู** ในกรณีของแฟนละครผู้หญิง ไสลทิพย์พบว่ากลุ่มตัวอย่างสตรี (ซึ่งเป็นคอละคร) มีความตั้งใจที่จะดูอย่างสูงมาก อันแสดงออกด้วยพฤติกรรมต่างๆ เช่น คอยระมัดระวังว่าถึงเวลาที่ละครจะมาแล้ว หรือเตรียมตัวให้เสร็จพร้อมก่อนเวลาละคร แต่ในกรณีของผู้ชายนั้น อุทุมพรพบว่า ผู้ชายจะมีแบบแผนที่แตกต่างไปจากผู้หญิง กล่าวคือจะไม่มีภาวะที่รอหรือรับที่จะดูเลย (passive audience)

(1.2) **ขั้นระหว่างดู** กลุ่มตัวอย่างสตรียังคงมีพฤติกรรมที่ตั้งใจดูอย่างสูงมาก เช่น ตั้งใจดูอย่างเดียว ถ้าใครชวนพูดคุยจะหงุดหงิด หรือไม่สื่อสารกับคนรอบข้างหรือไม่ทำกิจกรรมอย่างอื่นใดๆเลย (เช่น ไม่รับโทรศัพท์) ส่วนกลุ่มผู้ชมที่เป็นชายนั้น อุทุมพรพบว่า มีตัวแปรเรื่องอายุเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น ผู้ชายสูงอายุจะตั้งใจชมมากที่สุด ผู้ชายที่อยู่ในวัยเรียนจะตั้งใจปานกลาง แต่กลุ่มผู้ชายวัยทำงานจะมีความตั้งใจน้อยที่สุด

นอกจากนั้น อุทุมพรยังพบอีกว่า สำหรับพฤติกรรมวิพากษ์วิจารณ์ในระหว่างการดูละครซึ่งเป็นพฤติกรรมปกติที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ชมสตรีนั้น แม้ว่ากลุ่มผู้ชมชายจะมีการวิพากษ์วิจารณ์ในระหว่างที่ดูเช่นกัน หากทว่า "วิธีการวิพากษ์วิจารณ์" นั้นก็แตกต่างไปจากผู้หญิง เพราะแง่มุมที่ผู้ชายวิจารณ์จะเป็นเรื่องการเปรียบเทียบความจริงของละคร ความเป็นไปได้ของเนื้อหาหรือบทบาทของดารา ซึ่งสรุปได้ว่า เป็นการวิพากษ์วิจารณ์โดยใช้เหตุผลมากกว่าการใช้อารมณ์ซึ่งเป็นแบบแผนการวิพากษ์วิจารณ์ของผู้หญิง (ผู้หญิงจะ in เข้าไปในตัวเนื้อหาของละคร) กล่าวคือ เมื่อดูละครโทรทัศน์นั้นผู้ชายจะดูอย่างไร้เหตุผลและวิจารณ์ก่อนข้างมาก ซึ่งแตกต่างจากเวลาที่ผู้ชมชายดูรายการกีฬาที่จะใช้การดูอย่างมีอารมณ์ร่วมส่งเสียงเชียร์อย่างเต็มที่

(1.3) **ขั้นหลังจากดูจบ** กลุ่มคอละครผู้หญิงจะยังคงมีสายใยแห่งความผูกพันกับละครด้วยการนำเอาเรื่องที่ดูไปพูดคุยกันคนรอบข้างหรือไปวิพากษ์วิจารณ์กัน แต่สำหรับผู้ชายจะไม่พบพฤติกรรมดังกล่าว

(2) ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้จากการดูละครโทรทัศน์ ทั้งงานวิจัยของนุชรี ตันติวิจิตร (2536) และอุทุมพร เลื่องลือกิจเจริญ (2540) ได้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องความพึงพอใจจากการบริโภคสื่อของ R.J. Compesi (1980 อ้างจากนุชรี - 2536) เหมือนกัน ดังนั้นจึงสามารถนำมาเปรียบเทียบข้อเหมือนและข้อต่างระหว่างผู้ชมละครโทรทัศน์หญิงและชายได้

Compesi ระบุว่า ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการบริโภคสื่อนี้มีอยู่ 7 อย่าง ซึ่งผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์พบว่า ทั้งผู้ชมหญิงและชายมีความ

พึงพอใจร่วมกันอยู่ 2 ประการ คือ พอใจที่ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน และพอใจที่ได้จากการพักผ่อนและคลายเครียดจากการดูละครโทรทัศน์

ส่วนอีก 5 ความพึงพอใจที่เหลือนั้น ผู้ชมหญิงและชายจะแตกต่างกัน เช่น ในขณะที่ผู้ชมสตรีจะพอใจละครโทรทัศน์เนื่องจากช่วงเวลาเผยแพร่ของละครนั้นเป็นช่วงเวลาที่ดี สตรีมีความสะดวกที่จะติดตาม (ซึ่งสะท้อนว่าภายในบ้าน สตรีเป็นผู้ที่มีภาระกิจงานบ้านอันจุกจิก) แต่ผู้ชายกลับระบุว่า ละครก็เพื่อให้มีอะไรทำในเวลาว่าง (บ้านเป็นที่ปลอดจากงานสำหรับผู้ชาย) เพื่อใช้เวลาให้หมดไป หรือเพื่อฆ่าเวลาเพราะไม่มีรายการอื่นจะให้ชมเนื่องจากช่วงเวลาหลังข่าว รายการทุกช่องก็จะเป็นละครเหมือนกัน

หรือความแตกต่างในประเด็นที่ว่า ผู้หญิงจะดูละครเพื่อหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อหน่ายในชีวิต (จากภาระงานที่ซ้ำซาก) หรือพอใจที่ได้นำเอาบทเรียนหรือแง่คิดจากละครไปใช้แก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน แต่ผู้ชายจะดูละครเพื่อติดตามข่าวสารหรือเพื่อสำรวจสภาพความเป็นจริงมากกว่า

ส่วนการนำเอาเรื่องราวจากละครไปใช้ประโยชน์ในแง่การประสานสัมพันธ์กับผู้อื่นก็เป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่แตกต่างกันอย่างมาก เนื่องจากผู้หญิงจะมีการใช้ประโยชน์ในแง่นี้อย่างมาก ด้วยการนำเอาเรื่องราวของละครไปพูดคุยกับเพื่อนฝูง แต่ผู้ชายเกือบทั้งหมดจะไม่กระทำเลย ด้วยการให้เหตุผลว่า คนรอบข้างจะมองว่าตนมีนิสัยเหมือนผู้หญิง จึงอาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์นั้นจะมี "อัตลักษณ์ความเป็นหญิง/ชาย" เข้าไปเกี่ยวข้องอย่างชัดเจน

(4) การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างโลกในสื่อกับโลกที่เป็นจริง

ในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของหญิง-ชายในผลงานสื่อมวลชนนั้น เมื่อนำเอาภาพดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับโลกที่เป็นจริง ก็จะมีคำถามตามมา 2 ประการคือ

(4.1) ภาพสะท้อนในสื่อมวลชนนั้นสามารถเป็นตัวแทนของสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ นั่นก็คือการตั้งคำถามกับลักษณะความสมจริงสมจังกับภาพสะท้อนในสื่อตัวอย่างเช่น งานวิจัยของจรีนทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ซึ่งได้ตั้งคำถามว่า อาชีพส่วนใหญ่ที่ผู้หญิงประกอบอยู่ในละครโทรทัศน์เป็นอาชีพโดยทั่วไปของผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริงหรือไม่ หรือเมื่อโลกแห่งความเป็นจริงเปลี่ยนแปลงไป ภาพสะท้อนในสื่อได้เคลื่อนไหวตามไปด้วยหรือไม่

ตัวอย่างงานวิจัยไทยที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงภาพสะท้อนของสตรีที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงสภาพของสังคม โดยเฉพาะสังคมในส่วนเลี้ยวที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับสตรีก็เช่น งานของนพมาศ พวงสุวรรณ (2545) เรื่อง "ภาพโสเภณีในนวนิยายไทยกับความเป็น

จริงทางสังคม" ในการเริ่มต้น ผู้วิจัยได้อ้างอิงถึงงานวิจัยภาพสะท้อนของโสเภณีในสื่อมวลชน เช่น งานวิจัยของรัชดา แดงจำรูญ (2538) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ภาพของโสเภณีนั้นยังเป็นภาพที่ตายตัว เป็นแบบฉบับ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แต่เนื่องจากการวิจัยดังกล่าวออกแบบการวิจัยแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional) ที่ศึกษา ณ ช่วงเวลาเดียว จึงอาจจะทำให้ไม่เห็นการเปลี่ยนแปลง นพมาตรจึงออกแบบการวิจัยใหม่โดยใช้วิธีการวิจัยทางประวัติศาสตร์ที่มีช่วงระยะเวลายาวนาน

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาภาพของโสเภณีในนวนิยายตั้งแต่เริ่มแรกคือ ปีพ.ศ.2480 เรื่อง "หญิงคนชั่ว" ของ ก.สุรางคนางค์ มาจนกระทั่งถึงปีพ.ศ.2545 เรื่อง "ดอกไม้กลางเมือง" ของ ประชาคม คุณาชัย โดยในช่วงเวลา 65 ปีที่ผ่านมา บริบทของสังคมไทยโดยเฉพาะในส่วนเสี้ยวที่เกี่ยวข้องกับ "โสเภณี" ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุของการเป็นโสเภณี กลุ่มผู้หญิงที่เข้ามาเป็นโสเภณี รูปแบบโสเภณี สถานที่ขายบริการ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เปลี่ยนแปลงไปทั้งสิ้น และผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เรื่อง "การมีบริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องกับโสเภณี" ปรากฏอย่างชัดเจนในนวนิยายมาคัดเลือกนวนิยายกลุ่มตัวอย่าง และได้มา 15 เรื่อง

โจทย์หลักของการวิจัยก็คือ มีบริบททางสังคมในโลกแห่งความเป็นจริงของสังคมไทยอะไรบ้างที่นักเขียนนำมาเป็นวัตถุดิบในการเขียนนวนิยาย (ไม่ว่าจะเป็น ฉาก ตัวละคร บทสนทนา แก่นเรื่อง ปมความขัดแย้ง ฯลฯ) โดยเฉพาะความเป็นจริงทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับโสเภณี และผลจากการมีนวนิยายดังกล่าวนี้ได้สร้าง "ความหมาย" ของการเป็นโสเภณีในแต่ละยุคสมัยอย่างไรบ้าง

ผลการวิจัยได้แบ่งยุคสมัยของนวนิยายที่เกี่ยวกับโสเภณีออกเป็น 3 ยุคคือ

ยุคแรก พ.ศ.2480-2509 ยุคนี้มีนวนิยาย 3 เรื่องที่เกี่ยวกับโสเภณี เรื่องแรกคือ "หญิงคนชั่ว" ของ ก.สุรางคนางค์ ที่เขียนถึงสาเหตุของการเป็นโสเภณีว่า คือ การหลอกลวงผู้หญิงมาค้าประเวณี ต่อด้วยเรื่อง "สนิมสร้อย" ของรงค์ วงษ์สวรรค์ ที่นักประพันธ์เป็นผู้ชายจึงสามารถลงรายละเอียดวิถีชีวิตและจิตใจส่วนลึกของหญิงที่เป็นโสเภณี และตามด้วย "รอยมลทิน" ของทมยันตี ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงที่สังคมไทยเกิดรูปแบบบริการทางเพศแบบใหม่ๆ และการเริ่มมีการขยายตัวของการค้าประเวณีอย่างกว้างขวางเนื่องจากการเมือง/สงครามระหว่างประเทศ

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาของนวนิยายในยุคแรกนี้ ภาพของโสเภณีที่ถูกประกอบสร้างขึ้นก็คือ ผู้หญิงชั้นล่าง (ที่ยากจน ไร้การศึกษา ถูกหลอกลวง) เป็นผู้หญิงคนชั่วที่ยืนอยู่ตรงข้ามกับผู้หญิงดีและถูกพิพากษาจากสังคม เป็นส่วนเกินของสังคม(จากมุมมองของผู้หญิงดี) แต่ทว่าก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคม(จากมุมมองของผู้ชาย)

ยุคสอง พ.ศ.2515-2533 ในช่วงเวลานี้ เป็นช่วงที่สังคมไทยเปิดต่อการมีฐานทัพของทหารต่างชาติบนแผ่นดินไทย ซึ่งผลพวงที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ก็คือ การขยายตัวของโสเภณีไทยอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งชื่อว่า "โสเภณียุคใหม่" เพราะมีตั้งแต่เมียเช่า ผู้หญิงในบาร์ โสเภณีเด็ก ผู้หญิงไทยที่ไปแต่งงานในต่างประเทศ (โดยเฉพาะประเทศ

เยอรมัน) เกิดปรากฏการณ์สาวเหนือล่องได้มาเป็นโสเภณีอย่างชัดเจน รวมทั้งการขยายตัวของรูปแบบสถานบริการทางเพศ เช่น โรงแรม บาร์โกโก้ ซ่อง สถานอาบ อบ นวด ฯลฯ

จากปริมาณที่ขยายตัวอย่างมากมายของโสเภณีและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกลุ่มผู้หญิงกลุ่มนี้ ทำให้เนื้อหาของนวนิยายในยุคที่สองนี้ปรับเปลี่ยนภาพประกอบสร้างของโสเภณีให้เป็นแรงงานหลักของครอบครัว (เช่นกรณีของโสเภณีสาวเหนือที่ส่งเงินไปเลี้ยงครอบครัว) เป็นผู้หญิงที่ลิจิตทางออกให้กับตัวเอง (มิใช่ถูกหลอกลวงลงมา) เช่น พวกเธอตั้งใจจะประกอบอาชีพนี้เพื่อให้ตัวเองและครอบครัวตั้งตัวได้ ก็จะเลิกอาชีพโสเภณีและกลับไปสร้างครอบครัวแบบผู้หญิงทั่วไป (เช่นกรณีผู้หญิงที่ไปแต่งงานกับชายต่างชาติในต่างประเทศ) แต่ในเวลาเดียวกันก็มีนวนิยายหลายเรื่องที่สะท้อนให้เห็นว่า โสเภณีคือผู้ที่เผชิญกับชะตากรรมอันโหดร้าย เช่นกลุ่มโสเภณีที่ถูกบังคับให้มาขายตัวโดยครอบครัวเอง

ยุคที่สาม พ.ศ.2542-2545 คือยุคปัจจุบันที่สังคมไทยได้ผ่านการอยู่ร่วมกับโสเภณีมาเป็นเวลากว่าครึ่งศตวรรษ หลังจากผ่านความพยายามอย่างมากมายที่จะแก้ไขปัญหาโสเภณี แต่ในท้ายที่สุด สังคมไทยก็ต้องยอมรับว่า ปัญหาโสเภณีนั้นไม่มีทางที่จะแก้ไขได้นอกจากจะต้องยอมรับ

ในยุคปัจจุบันนี้ ปรากฏการณ์การเป็นโสเภณีนั้น นอกจากจะขยายตัวแล้ว ยังมีความสลับซับซ้อนอีกด้วย กลุ่มผู้หญิงโสเภณีซึ่งเคยมีระยะห่างอย่างมากจาก "ผู้หญิงดีๆ" (เช่นในนวนิยายเรื่อง "หญิงคนชั่ว") แต่ทว่าในยุคปัจจุบันนี้ กลุ่มผู้หญิงคนช้วนี้ได้เขยิบเข้ามาใกล้ชิดกับผู้หญิงดีๆมากขึ้น ดังนั้นจึงปรากฏว่ามีโสเภณีนักศึกษา โสเภณีสาวทำงาน ฯลฯ ภาพประกอบสร้างของโสเภณีในนวนิยายยุคปัจจุบันจึงมีความหมายว่า โสเภณีนั่นถือเป็นอาชีพหนึ่งที่ผู้ประกอบอาชีพเลือกทำอย่างสมัครใจ หรือถูกใช้เป็นช่องทางเพื่อเลื่อนฐานะของตนเอง

ในนวนิยายสะท้อนให้เห็นความเป็นจริงของกลุ่มโสเภณีที่แตกตัวออกไปอย่างหลากหลาย ตั้งแต่โสเภณีแบบถูกบังคับใจ ทำงานอยู่ในช่องแบบเดิมๆ ไปจนกระทั่งถึงโสเภณีระดับสูงที่ทำงานตามโรงแรม ที่มีอิสระที่จะเลือกเวลาทำงานด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจว่าจะเลือกขายบริการหรือไม่กับใคร ในยุคนี้ นวนิยายได้เลิกเล่าภาพชีวิตอันรันทศของตัวโสเภณีแล้ว หากทว่าได้หันมาตรวจดูความสัมพันธ์กับผู้คนรอบข้างมากกว่า รวมทั้งได้ขยายความหมายของคำว่า "ความเป็นโสเภณี" ไปยังกลุ่มบุคคลอื่นๆ เช่น นักการเมืองที่ขายตัว เพื่อประกอบสร้าง ความหมายว่า "การขายตัวนั้นมิได้มีจำกัดอยู่แต่เฉพาะกลุ่มโสเภณีเท่านั้น"

จากงานของนพมาทรนี้แสดงให้เห็นว่า เมื่อบริบทสังคมเปลี่ยนแปลงไป การประกอบสร้างภาพสตรีกลุ่มต่างๆ ในสังคมก็ย่อมแปรเปลี่ยนตามไปด้วยเช่นกัน

(4.2) ภาพที่ปรากฏในสื่อ่นั้นสามารถจะเล่นบทบาทเป็นแบบอย่าง เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ คำถามประการหลังนี้มีลักษณะตรงกันข้ามกับข้อแรกคือ สื่อจะสามารถเดินนำหน้าโลกแห่งความเป็นจริงได้หรือไม่

J.S. Wilson (1981) ได้ประมวลแนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อในประเด็นบทบาทหญิง-ชายกับสถานการณ์ในโลกที่เป็นจริงโดยใช้แนวคิดเรื่อง "บทบาทของสื่อ" เป็นเกณฑ์ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 บทบาท คือ

(1) การมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นกระจกสะท้อนภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น คำถามต่างๆก็จะเหมือนกับในข้อแรกที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้อสรุปประการหนึ่งที่ Wilson กล่าวไว้ก็คือ คงจะไม่มีความสัมพันธ์อย่างแบบตรงๆ (direct relation) ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับภาพสะท้อนในสื่อ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานสื่อมวลชนนั้นเกิดมาจากบุคคลหลายฝ่ายที่มีทัศนคติและอุดมการณ์แตกต่างกัน

(2) การมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นตัวตอกย้ำ (reinforcer) แบบอย่าง ค่านิยม ความคิดและความเชื่อต่างๆที่มีอยู่ในสังคม ในแง่นี้บรรดาภาพต่างๆ ที่ปรากฏในสื่อก็จะเป็นภาพที่ถูกคัดเลือกแล้วให้เป็นแต่ภาพที่สังคมต้องการจะส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เหมือนสถาบันสังคมอื่นๆ คือเป็นตัวแทนในการอบรมบ่มเพาะให้สมาชิกสังคมเป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม

(3) การมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยที่ Wilson ได้อ้างทัศนะของ M.C. Albrecht (1954) ว่าสื่อมวลชนสามารถจะนำเสนอแบบอย่าง ค่านิยม แนวคิดและความเชื่อใหม่ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งระดับแนวคิดและการกระทำในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม เธอตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่แบบทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มักจะเล่นบทบาทนี้ไม่ค่อยได้ เพราะกลไกการควบคุมของสังคมมักทำให้มีเนื้อหาในแง่อนุรักษ์นิยมเป็นส่วนใหญ่ (หรืออย่างมากที่สุดก็เพียงแค่ปฏิรูป) นอกจากนั้นแล้ว ทางด้านผู้รับสารเองก็ยังมีกระบวนการเลือกรับรู้สารอีกด้วย ซึ่งอาจจะไม่เลือกรับรู้ด้านที่ก้าวหน้าแปลกใหม่ของเนื้อหาที่เป็นได้

ดังนั้น เมื่อกล่าวไปถึงที่สุดแล้ว Wilson เชื่อว่า สื่อเฉพาะกิจ (specialized media) ซึ่งมีเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติแบบเก่าอย่างชัดเจน จะเป็นสื่อที่สร้างผลกระทบในเรื่องการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเห็นผลจริงจังกวากว่าสื่อมวลชน

อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่ช่วยยืนยันมิให้กลุ่มสตรีนิยมหมดหวังในสื่อมวลชนอย่างสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น นักสื่อสารสตรีนิยมบางท่านเช่น D. Haskell (1979) ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาของละครโทรทัศน์เพื่อตอบโจทยว่า โทรทัศน์ได้เล่นบทบาทเป็นกลไกในการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสตรีไปบ้างหรือไม่ ผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ 13 เรื่องที่ออกอากาศในช่วง primetime ในช่วงปี ค.ศ.1979 โดยเลือกประเภทของแก่นเรื่องให้ครอบคลุมทั้ง 3 ประเภทคือ แก่นเรื่องแบบผู้ชาย (เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับธุรกิจ กฎหมาย รัฐ อาชีพ ฯลฯ) แก่นเรื่องแบบผู้หญิง (เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรัก ครอบครัว บ้าน ปัญหาชีวิต ศิลปะ ฯลฯ และ แก่นเรื่องแบบทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า ในละครโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีการนำเสนอภาพที่ดีกว่าในอดีต ซึ่งผู้หญิงจะมีบทบาทเป็นวัตถุทางเพศและเป็นผู้รับใช้เป็นหลัก ตัวละครผู้หญิง 3 ใน 4 มีงานทำ และมีอาชีพที่เคยเป็นของผู้ชายมาก่อน เช่น ตำรวจ นักกฎหมาย แพทย์ ผู้จัดการ ฯลฯ สำหรับวิธีการนำเสนออื่น ๆ ก็มีฉากที่ผู้หญิงออกคำสั่งผู้ชาย และมีตัวละครผู้หญิงชนชั้นกลางและชั้นล่างเพิ่มเข้ามาในละครอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปในทางก้าวหน้าทีละก้าวมาแล้ว แต่ทว่า "กรอบจำกัดของความเป็นละครโทรทัศน์" ก็ยังคงจำกัดวงวิธีการนำเสนออยู่ ดังนั้น แม้ตัวละครสตรีจะประกอบอาชีพ แต่ทว่าบทบาทและการดำเนินเรื่องราวส่วนใหญ่ "ยังเป็นแบบผู้หญิงๆ" กล่าวคือ ให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งงาน การหย่าร้าง การมีนัดกับผู้ชาย การแต่งกาย เป็นต้น

ส่วนในกรณีของไทย มีงานวิจัยที่พยายามประเมินบทบาทของสื่อมวลชนที่จะทำหน้าที่เป็นกลไกตอกย้ำรักษาความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ หรือเป็นกลไกเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ดังกล่าว เช่น งานประเมินบทบาทของเพลงลูกทุ่งไทยของนันทา วีรวิทยานุกูล (2541) ซึ่งเป็นสื่อประเภทจินตนาการ/แต่งขึ้น (fictional media) และสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจเพลงลูกทุ่งก็เนื่องจากธรรมชาติของสื่อประเภทนี้นั้นจะมีการปรับเปลี่ยนตัวเองไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างสูงมาก จึงสามารถจะใช้นิเวศของเพลงลูกทุ่งเป็น "ภาพสะท้อน" ของกลุ่มคน ความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย รวมทั้งความคิดความอ่านของผู้หญิงระดับล่างได้

นอกจากนั้น ผู้วิจัยสังเกตว่า ในช่วงปี 2530 เป็นต้นมาซึ่งเป็นช่วงของนักร้องหญิงเพลงลูกทุ่งที่มีชื่อเสียงมากคือ พุ่มพวง ดวงจันทร์ และในเนื้อเพลงของพุ่มพวงนี้ ผู้หญิงเริ่มที่จะเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น เป็นฝ่ายเริ่มต้นในความสัมพันธ์ทางเพศมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามภาพที่เปลี่ยนไปนี้ก็ยังคงขึ้นควบคู่กับภาพผู้หญิงแบบดั้งเดิม คือสัตว์โลกแสนสวย สงวนท่าที แม่บ้าน ฟังพาสู่ชาย เป็นฝ่ายถูกกระทำ ฯลฯ

เพื่อที่จะตอบใจทศใหญ่ที่ว่า แล้วภาพของผู้หญิงมีสัดส่วนเป็นภาพแบบใดกันแน่ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพลงลูกทุ่งแบบระยะยาวเป็นเวลา 15 ปี ตั้งแต่พ.ศ.2525-2540 เพื่อนำมาสู่ประเด็นที่ว่า "สื่อแบบเพลงลูกทุ่งนั้นเล่นบทบาทเป็นกลไกตอกย้ำภาพเดิมๆของผู้หญิงหรือเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงของผู้หญิงให้เป็นแบบใหม่กันแน่"

ผู้วิจัยแบ่งภาพของผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งที่ศึกษาออกเป็น 3 ภาพคือ ภาพผู้หญิงหัวเก่า ภาพผู้หญิงสมัยใหม่ และภาพกึ่งเก่ากึ่งใหม่ และหลังจากสำรวจเนื้อเพลงทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงเวลา 15 ปีออกเป็น 2 ระยะ คือ ช่วงแรกระหว่างปีพ.ศ.2525-2535 และช่วงหลังระหว่างปีพ.ศ.2536-2540 ผู้วิจัยได้พบว่าในช่วงหลังนั้น ภาพผู้หญิงสมัยใหม่มีมากกว่าช่วงแรกอย่างมาก ซึ่งหมายความว่ายิ่งนับวัน สื่อเพลงลูกทุ่งก็ได้เล่นบทบาทเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น

สำหรับเกณฑ์ที่นักวิจัยใช้ตัดสิน "ภาพผู้หญิงหัวเก่า/สมัยใหม่" นั้นมีอยู่ 4 เกณฑ์

- **พฤติกรรมด้านความรัก** ผู้หญิงสมัยใหม่ได้เปลี่ยนจากการตั้งรับไปสู่การเป็นผู้กระทำ เป็นผู้เริ่มต้นเกี่ยวพาราตีผู้ชายก่อน แม้กระทั่งเปลี่ยนจากฝ่ายถูกหลอกหลวงไปเป็นฝ่ายหลอกหลวง

- **การแสดงออกทางเพศ** ผู้หญิงสมัยใหม่จะเลิกเป็นกุลสตรีและบางเพลงอาจจะก้าวไปถึงการกินเหล้าเมาแบบผู้ชาย ทว่าในเรื่องการรักสวรั้งามนั้นยังไม่เปลี่ยนแปลง แต่ผู้หญิงก็ได้เปลี่ยนจากการโง่งมภายในรักมาเฉลียวฉลาดขึ้น และเปลี่ยนมารักตัวเองแทนที่จะทุ่มเทชีวิตจิตใจไปให้ผู้ชาย

- **ความมั่นใจในตนเองมีเพิ่มมากขึ้น** พึ่งพาตนเองได้ และกล้าต่อสู้กับอุปสรรค

- **ทัศนคติต่อตนเอง** ในเนื้อเพลงที่มีภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ ผู้หญิงได้เคลื่อนย้ายภูเขาที่บดบังศักยภาพของตนเองออกไป 2 ลูกสำคัญๆ คือ การเห็นว่าตัวเองต่ำต้อย และเมื่อเกิดปัญหาก็ไม่เอาแต่กันโทษตัวเอง และได้โทษคนอื่นบ้างเพื่อไม่ให้ถูกเอาเปรียบ

แม้ว่าภาพผู้หญิงสมัยใหม่จะมีมากขึ้นและเป็นไปในทิศทางที่น่าพอใจสำหรับผู้หญิง แต่เมื่อนำเกณฑ์ของซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) ที่มอง "ผู้หญิงใน 3 มิติ" มาจับแล้วก็จะพบว่า ผู้หญิงจะก้าวหน้าในมิติของตัวเอง และการจัดความสัมพันธ์กับผู้ชายเท่านั้น หากทว่ายังแทบจะไม่ได้ขยับไปเปลี่ยนแปลงในระดับของการพัฒนาสังคม

ผู้วิจัยคาดเดาว่า ปัจจัยที่ผลักดันให้ภาพของผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งเป็นแบบภาพสมัยใหม่ อาจจะเนื่องมาจากผู้แต่งเพลง (ซึ่งยังคงเป็นผู้ชาย) ได้ทดลองนำเสนอภาพของผู้หญิงสมัยใหม่ออกมาเพื่อแหวกวงล้อมความซ้ำซากย่ำอยู่กับที่ของผู้หญิงในเพลงลูกทุ่ง และเนื่องจากการได้นักร้องที่มีคุณภาพเช่นคุณพุ่มพวง ทำให้เกิดกระแสการตอบรับอย่างกว้างขวาง (น่าจะมาจากกลุ่มผู้ฟังที่เป็นผู้หญิงสมัยใหม่อยู่แล้ว) และเนื่องจากลักษณะของเพลงลูกทุ่งเป็นระบบธุรกิจอยู่แล้ว เมื่อภาพผู้หญิงสมัยใหม่ทำกำไรได้ดี จึงทำให้เกิดกระแสสร้างภาพผู้หญิงสมัยใหม่ในเพลงติดตามกันมาอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ว่าจะมีเหตุปัจจัยมาจากอะไรก็ตาม นี่ก็ส่งผลให้เพลงลูกทุ่งในยุคปัจจุบันกลายเป็นกลไกหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงของสตรีไทยระดับล่างไปด้วย

ความพยายามในการที่จะเปลี่ยนแปลงปัญหาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย รวมทั้งแง่มุมอื่นๆ ของปัญหาเพศสภาพ/บทบาทหญิง-ชายด้วยการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือ นั้น อาจจะมีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องคือ "ประเภทของสื่อ" ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า สำหรับสื่อที่เป็นสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์นั้น ด้วยลักษณะธรรมชาติของตัวเอง (เช่นเป็นสื่อทางเดียว) ด้วยลักษณะทางเศรษฐกิจการเมืองของตัวเอง (รัฐเป็นเจ้าของ หรือดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ) ด้วยลักษณะทางเพศของตัวเอง (ผู้ชายเข้ามาใช้สื่อก่อน) ทำให้สื่อมวลชนจึงยังเล่นบทบาทหลักในการเป็นเครื่องมือชำระรักษาความไม่เสมอภาคทางเพศเอาไว้

แต่สำหรับสื่อใหม่ๆ (New media) เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต

นั้น เป็นสื่อที่มีมิติต่างๆที่แตกต่างจากสื่อมวลชนในอดีต เมื่อก้าวโดยเปรียบเทียบแล้ว สื่อใหม่ๆเหล่านี้มีคุณลักษณะ "เสมอภาคทางเพศ" มากกว่าสื่อมวลชนแบบเดิม ดังนั้น สื่อใหม่ๆเหล่านี้จึงถูกคาดหวังว่าจะเป็น "ผู้ช่วยชั้นดี" สำหรับกลุ่มสตรีนิยม

มีงานวิจัยของไทยที่ศึกษาเรื่องสื่อใหม่เช่น อินเทอร์เน็ตที่ถูกนำมาใช้ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่เป็นรูปแบบสำคัญรูปแบบหนึ่ง คือเรื่องการเลือกคู่ครอง ในกระบวนการเลือกคู่ครองตั้งแต่อดีตมาจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ จะเห็นมิติของความไม่เท่าเทียมระหว่างหญิงกับชายได้อย่างชัดเจน เริ่มตั้งแต่ผู้ชายจะเป็นผู้เลือก ผู้หญิงเป็นผู้ถูกเลือก ผู้ชายเป็นคนเริ่มต้น ผู้หญิงเป็นผู้ตาม-ผู้ตอบสนอง เป็นต้น

โกสินทร์ รัตนคร (2552) ศึกษาเรื่อง "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง" เพื่อจะดูผลที่เกิดขึ้นว่า สื่อใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตนั้นได้เข้ามาปรับเปลี่ยนรูปแบบความสัมพันธ์อันลึกซึ้งในเรื่องการเลือกคู่ชีวิตหรือไม่อย่างไร แม้ว่าผู้วิจัยจะไม่ได้สนใจประเด็นเรื่องหญิง-ชายเป็นหลัก แต่ทว่าจากข้อมูลที่เก็บมาได้ก็แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในมิติหญิง-ชายหลายประการ (และอาจจะเป็นแนวทางการศึกษาสำหรับผู้ที่สนใจเรื่องสื่อใหม่กับเพศสภาพต่อไปในอนาคต)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ เริ่มตั้งแต่จำนวนกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกสุ่มแบบไม่เจาะจงเพศและใช้หลักความสมัครใจ เพียงแต่กำหนดคุณสมบัติให้ตรงกับโจทย์ของการวิจัยว่า ต้องเป็นผู้ที่เคยใช้บริการการหาคู่ครองในอินเทอร์เน็ต ผลก็คือ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย จะปรากฏว่าเป็นผู้หญิงถึง 25 ราย เป็นผู้ชาย 15 ราย ซึ่งมีความหมายว่า ผู้หญิงจะเปลี่ยนมาเป็นฝ่ายเริ่มต้นในความสัมพันธ์ของการหาคู่ครอง รวมทั้งผลจากการสัมภาษณ์กรณีที่ประสบความสำเร็จในการหาคู่ครองผ่านสื่อใหม่นี้จนถึงขั้นแต่งงาน ฝ่ายหญิงก็ยืนยันว่า ตนเองเป็นผู้ริเริ่มความสัมพันธ์กันที่คู่สาวก่อน

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ลักษณะของสื่อใหม่นั้นมีรูปแบบที่เหมาะสมที่ผู้หญิงจะนำมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพศ เนื่องจากเป็นสื่อที่ปลอดภัย (มีขั้นเริ่มต้นด้วยการติดต่อผ่านสื่อ) เป็นสื่อที่สามารถแสวงหาข้อมูลได้มากก่อนที่จะตัดสินใจ เป็นสื่อที่ผู้หญิงสามารถเป็นฝ่ายที่จะเลือกสานต่อหรือยุติความสัมพันธ์ได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

1. กาญจนา แก้วเทพ และ วิลาสินี พิพิธกุล รายงานการวิจัยเรื่อง "การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้ เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ.2520-2535". รายงานวิจัยโดยฝ่ายวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

2. โกสินทร์ รัตนคร "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552.
3. จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ "อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
4. จงจิต เทียมทอง "บทบาทของสื่อมวลชนที่มีผลต่อการพัฒนาการของสตรีและเด็กในเชียงใหม่" รายงานการวิจัย ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527.
5. ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน "การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
6. ชัญญวี กาญจนอุไรโรจน์ "การศึกษาภาพลักษณ์ของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงปี 2528-2537" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
7. ทรงพร ศรีช่วย "บทบาททางวารสารศาสตร์ในเรื่องสตรีของคุณนิลวรรณ ปิ่นทอง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
8. ธิดิรัตน์ อรัณยวงศกร "พฤติกรรมการถอนตัว และการโยกย้ายของกลุ่มแม่บ้านผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
9. นพมาตร์ พวงสุวรรณ "ภาพโสเภณีในนวนิยายไทยกับความเป็นจริงทางสังคม" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
10. นพรัตน์ วงศ์กัลฐิต "โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
11. นันญา พันธุ์เจริญ "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการทำงานของนักข่าวสตรีในองค์กรหนังสือพิมพ์รายวัน" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
12. นันดา วีรวิทยานุกูล "การวิเคราะห์ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในเนื้อหาของเพลงลูกทุ่ง ระหว่างปี พ.ศ.2525-2540" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
13. นันทกา สุธรรมประเสริฐ "ความเป็นแม่บ้านและการบริโภคสื่อแนวเล่าข่าวสาร" วิทยานิพนธ์

- ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
14. นุชรี ตันติวิจิตร "การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
 15. บุษบรณ จินเจริญ "การต่อสู้ทางวาทกรรมของโสเภณีหญิงไทยจากสื่อกระแสหลักสู่เว็ลด์ ไซด์เว็บบ" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
 16. ปดรส บุญศรีโรจน์ "วิเคราะห์นักเขียนสตรีกับงานเขียนเรื่องทางเพศ" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
 17. ปกัสร่า ศิวะพิรุฒห์เทพ "การถอดรหัสสมายาคติของ "การข่มขืน": ศึกษาเปรียบเทียบผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงกับผู้รับสารที่มีประสบการณ์ผ่านสื่อ" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.
 18. ปราณี แซ่จ้ง "ภาพของผู้หญิงไทยในสื่อที่นำเสนอเรื่องราวทางเพศ และการรับรู้ภาพฝังใจของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
 19. ปุณยบุษ ขอแสงรัตน์ "การใช้พื้นที่สาธารณะของผู้หญิงใน SMS Interactive Media ผ่านรายการข่าวทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
 20. พนิต กุลศิริ "การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการพัฒนาสตรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
 21. พรพรรณ สมบูรณ์บัติ "หญิงชรา: ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์ "คนค้นคน"" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
 22. มัณฑนา ทวียนต์เนรมิตร "ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีในหน่วยราชการที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
 23. มาณิษา พิศาลบุตร "การสื่อความหมายในนิตยสารการ์ตูนชายหัวเราะฉบับกระเป๋" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
 24. มิตรารภรณ์ อยู่สถาพร "การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยมระหว่างปีพ.ศ.2527-2539" วิทยานิพนธ์ปริญญาหมาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

25. มีโชค ราชภูรานูวัต "การต่อรื่องทางเพศสภาพในนิตยสารผู้หญิงและผู้ชาย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
26. เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ "ภาพของผู้หญิงไทยในเพลง" รายงานการประชุมอาศรมความคิดเรื่อง "ผู้หญิงกับสื่อมวลชน" ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
27. ยุบล เบ็ญรงค์กิจ การวิเคราะห์ผู้รับสาร, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
28. รัชดา แดงจำรูญ "ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ ปี 2535" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
29. วรินทรา ไกยรวงศ์ "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
30. วิจิภา ไชยสินธุ์ "อัตลักษณ์ผู้หญิงเก่งในนิตยสารสตรีในช่วงปีพ.ศ.2540-พ.ศ.2545" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
31. วิณา แก้วประดับ "การขยายขอบเขตงานของผู้สื่อข่าวสตรีในวิชาชีพวารสารศาสตร์" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
32. ไสลทิพย์ จารุภูมิ "การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
33. สมสุข หินวิมาน "ละครโทรทัศน์: เรื่องของ" ตบๆจวบๆ"และ"ผัวๆเมียๆ"ใน" ลีโอน้าเน่า" ในกาญจนา แก้วเทพ และคณะ **สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ**, 2545
34. สุนที เลาะวิธี "วาทกรรมเรื่องความอ่อนความหอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
35. สุภา อังกระวารานนท์ "การศึกษาความหมายแฝงของคำว่า "ผู้หญิง" จากความเปรียบในบทเพลงไทยสากล" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- สุวรรณี กัลยาณสันต์ "การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืน" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
37. อภิขญา อยู่ในธรรม "ความพึงพอใจต่อรูปแบบโฆษณาทางโทรทัศน์ของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
38. อุทุมพร เลื่องสื่อกิจเจริญ "แบบแผนการชมละครโทรทัศน์ของผู้ชาย" วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

39. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ "ภาพสะท้อนของผู้หญิงไทยในสื่อโฆษณา" **สตรีทัศน์**1 (พ.ค.-ก.ค.) 2526, หน้า 16-22.
40. อุษณีย์ พงศ์ประยูร "วิเคราะห์ตัวละครอิจฉาฝ่ายหญิงเชิงจิตวิทยาในนวนิยายไทยปัจจุบัน" **วิทยานิพนธ์ปริญญาโท** มหบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สงขลา), 2536.

ภาษาอังกฤษ

41. Albrecht, M.C. "The Relationship of Literature and Society". **American Journal of Sociology**, LIX, March, 1954.
42. Ang, I. **Watching Dallas**, London: Methuen, 1985.
43. Andsager, J.L., "Perceptions of Credibility of Male and Female Syndicates Political Columnist", in **Journal Quarterly**, Autumn, 1990.
44. Fiske, J. "Women and Quiz Shows", in **Television and Women's Culture**. M.E. Brown (ed), Sage Publications, 1990.
45. Friedan, B. **The Feminine Mystique**. London Penguin Books, 1963.
46. Greer, G. **The Female Eunuch**. London: Paladin, 1971.
47. Hall, S. "Encoding/Decoding", in S. Hall et al (eds). **Culture Media Language**. London: Hutchinson, 1973.
48. Harding, S. **The Science Question In Feminism**. Cornell University Press, 1987.
49. Haskell, D. (1979) "The Depiction of Women in Leading Role in Primetime Television", **Journal of Broadcasting** 23 (spring 1978): 191-196.
50. Hobson, D. "Housewives and the Mass Media". in S. Hall et al (eds). **Culture Media Language**. London: Hutchinson, 1980.
51. Hobson, D. "Soap Operas at work". in E. Seiter et al (eds). in **Remote Control: Television Audiences and Cultural Power**. Routledge, 1989.
52. Lont, M.C. **Women and Media: Content/Careers/Critic**. Wadsworth Publishing, 1995.

53. Mattelart, M. **Women Media Crisis: Femininity and Disorder**. London: Comedia, 1986.
54. McQuail, D. **Introduction to Mass Communication Theory**. 3rd ed, Sage Publications, 1994.
55. Morley, D. "Television and Gender". in T. Bennett (ed) **Popular Fiction**, Routledge, 1990.
56. Radway, J. **Reading the Romance**. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
57. Rakow, L. "Rethinking gender research in communication". in **Journal of Communication**. Winter, 1986.
58. Real, M. **Supermedia**. Sage Publications, 1989.
59. Stevenson, N. **Understanding Media Cultures**. Sage Publication, 1995.
60. Tuchman, G. et al (eds). **Hearth and Home: Image of Women and Media**. NewYork: Oxford University. Press, 1987.
61. Wilson, J.S. "The Image of Women in Canadian Magazines". in E. Katz & T. Szecsco, **Mass Media and Social change**. Sage Publications, 1981.
62. Zoonen, L. Van. **Feminist Media Studies**. Sage Publications, 1994.