

สื่อกับสตรี : สถานภาพและการใช้เพื่อการพัฒนา

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ*

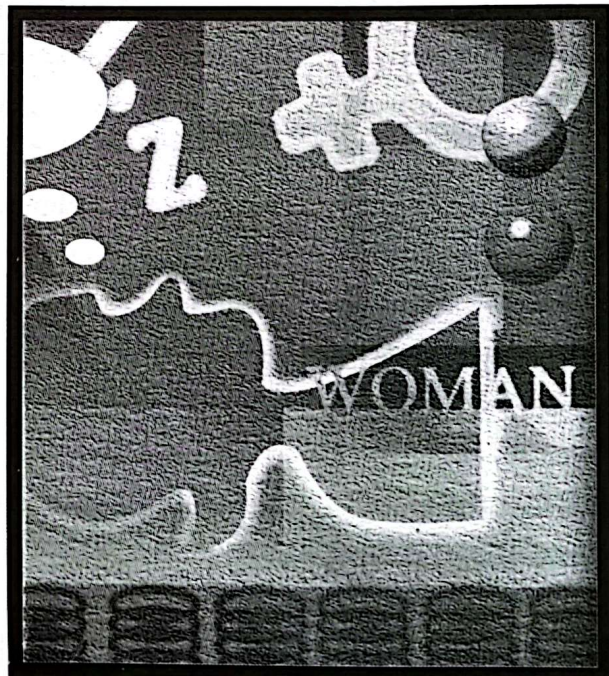
I กรีนนำ
ในรอบ 3-4 ปีที่ผ่านมา ผู้เขียนมีโอกาสได้ท่องเที่ยวไปในโลกแห่งการวิจัยเรื่องสื่อมวลชนกับสตรีในสังคมไทย โดยนับถอยหลังย้อนกลับไปในอดีตประมาณ 15-20 ปี โดยใช้ยานพาหนะทางวิชาการ คือ การวิจัยเป็นเครื่องนำทาง

การเดินทางครั้งแรกเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2538 โดยได้ดำเนินรอยตามแบบงานวิจัยในต่างประเทศที่วันดีคืนดีก็มักจะมีรายการ “เชคบิลทางวิชาการ” หรือการย้อนกลับไปสำรวจบททวนองค์ความรู้ที่ผ่าน ๆ มาในอดีตเพื่อตรวจสอบหลักไมล์ทางวิชาการว่าได้เดินทางได้ไกลมากน้อยเพียงใด ดังนั้นงานวิจัยชิ้นแรกจึงใช้ชื่อว่า *การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2520*
X -2535 เหตุผลที่ใช้ปี พ.ศ. 2520 เป็นพาดาน (นอกจากให้ตัวเลขดูกลม ๆ สวยงามแล้ว) เนื่องจากได้คาดว่า หลังจากปี พ.ศ. 2518 ซึ่งเป็นปีสตรีสากลแล้ว คงจะมีการขนานรับการประกาศปี

ดังกล่าวในรูปของการศึกษาวิจัยเพิ่มมากขึ้น งานวิจัยชิ้นแรกนี้ (จากนี้จะเรียกว่า “สถานภาพฯ”) ดำเนินการ โดยการสำรวจงานวิจัยที่มีชื่อหัวข้อเกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อมวลชนและสตรีไม่ในทางใดก็ทางหนึ่ง (เท่าที่ความสามารถของผู้วิจัยจะกระทำได้อย่าใน เวลาและเงินทุนที่มี) แล้วนำมาสรุป

สังเคราะห์โดยใช้กรอบทฤษฎีสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือ

อีก 2 ปีต่อมาในปี 2540 ก็เริ่มออกเดินทางเป็นครั้งที่ 2 โดยการทำวิจัยในประเด็นเดิมแต่เปลี่ยนชื่อเป็น “การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี” งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อแตกต่างจากงานวิจัยชิ้นแรกอยู่ 2 ประการคือ



* รองศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประการแรก ผู้เขียนได้ขยายช่วงเวลาของการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องออกไปจาก 15 ปี เป็น 20 ปี (พ.ศ. 2519-2538) ทั้งนี้ เพื่อดูว่าในช่วง 3-4 ปี หลัง ๆ (ช่วง 2535-2538) ได้มีอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่ (จากนี้จะเรียกงานวิจัยชิ้นที่ 2 ว่า “การใช้สื่อฯ”)

ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งก็คือ ในรอบสองนี้ ไม่ได้อ่านและเขียนงานวิจัยเก็บไว้อ่านเพียงคนเดียว หากทว่า ได้สกัดผลจากการอ่านงานวิจัย 126 ชิ้นออกไปตั้งเป็นคำถามที่ใช้สัมภาษณ์บรรณานักสื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ 125 ท่าน และผู้รับสารทั้งในเมืองและชนบทจำนวน 182 ท่าน

จากผลงานวิจัยนับร้อยชิ้นที่ได้อ่านมา ผู้เขียนได้อาศัยกรอบแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสาร คือ S-M-C-R (Sender-Message-Channel-Receiver) มาจัดระบบข้อมูล ดังนั้น เมื่อนำเอาประเด็น “ผู้หญิง” มาประกอบเข้า แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล จึงตั้งใจจะตอบคำถาม 4 คำถามที่ว่า ด้วยความสัมพันธ์ระหว่าง “สตรีกับสื่อมวลชน” ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ คือ

- (i) สตรีที่เข้าไปทำงานในฐานะผู้ส่งสาร คือ นักสื่อมวลชนสตรี
- (ii) สตรีที่มีฐานะเป็นผู้รับสารสตรี
- (iii) ความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับเนื้อหาต่าง ๆ ของสื่อ เช่น สตรีกับการเมือง สตรีกับเศรษฐกิจ ฯลฯ
- (iv) ความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งข้าพเจ้าได้แบ่งเป็น 6 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และโฆษณา

จากนี้จะได้นำเสนอผลการวิจัยทั้ง 2 เรื่องในประเด็นที่น่าสนใจต่อไป

ภาพกว้างภาพแรก

ขั้นตอนแรกของการสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้ ผลที่ได้ก็จะ เป็นข้อมูลในเชิงปริมาณเป็นลำดับแรก

1. การเติบโตเชิงปริมาณ

ในงานวิจัยเรื่อง “สถานภาพฯ” พบว่า ตลอด 15 ปีที่ศึกษา (2520-2535) มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องสตรีกับสื่อมวลชนอยู่ 83 ชิ้น เฉลี่ยแล้วปีละ 5 ชิ้น โดยที่ในแต่ละปีจะมีงานศึกษาปรากฏอยู่อย่างค่อนข้างสม่ำเสมอ (ยกเว้นที่ไม่มีเพียงปีเดียวคือ

พ.ศ. 2523) รวมทั้งแนวโน้มโดยทั่วไปก็คือ ยิ่งนับวัน ปริมาณการศึกษาค้นคว้าในข้อนี้ก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น

ผลการวิจัยชิ้นที่ 2 เรื่อง “การใช้สื่อฯ” ก็ได้ให้ข้อยืนยันค้ำถัดข้างต้น กล่าวคือตลอดช่วงเวลา 20 ปีที่ศึกษา (2519-2538) มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ 126 ชิ้น เฉลี่ยแล้วปีละ 6 ชิ้น (เกือบครึ่งหนึ่งของทั้งหมด) ตัวเลขดังกล่าว น่าจะสะท้อนให้เห็น ทิศทางความสนใจที่เพิ่มมากขึ้นในแวดวงวิชาการต่อประเด็นดังกล่าว

ฉบับที่ ๖๑ ๖๒
(๔๔, ๔๕, ๔๖-๔๗) ซึ่งเก็บ
ให้คำปรึกษาจากผู้เขียน
๖๑ ๖๒

ตารางที่ 1 : ปริมาณงานศึกษาเรื่องสตรีกับสื่อมวลชน พ.ศ. 2520-2535 (“สถานภาพฯ”)

ช่วงพ.ศ.	จำนวนงานวิจัย
2520-2524	4
2525-2529	29
2530-2535	50
	N = 83

ตารางที่ 2 : ปริมาณงานศึกษาเรื่องสตรีกับสื่อมวลชน พ.ศ. 2519-2538 (“การใช้สื่อฯ”)

ช่วงพ.ศ.	จำนวนงานวิจัย
2519-2523	1
2524-2528	25
2529-2533	39
2534-2538	61
	N = 126

2. การกระจายตัวที่ไม่สมดุลย์ แม้ว่าตัวเลขการเจริญเติบโตของงานวิจัยเรื่องสตรีกับสตรีจะขยายตัวอย่างน่าพอใจอันสอดแสดงให้เห็นสู่ทางในอนาคตที่ค่อนข้างแจ่มใสของ

ประเด็นนี้ แต่ทว่าเมื่อพิจารณาจากการกระจายตัวตามเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น แหล่งที่ศึกษา สถานภาพของผู้ศึกษา เพศของผู้ศึกษา ฯลฯ แบบแผนของงานวิจัยทั้งสองชิ้นต่างแสดงว่า การ

กระจายตัวของงานวิจัยดังกล่าวมีความไม่สมดุลง่ายเป็นอย่างไร เช่น

2.1 แหล่งที่ศึกษา ในงานวิจัยเรื่อง "การใช้สื่อ" จากปริมาณงานวิจัยทั้งหมด 126 ชิ้น 64 ชิ้นกระจุกตัวอยู่ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีปริมาณถึง 50 ชิ้น ผลงานที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีมากกว่าที่ธรรมศาสตร์ (อันดับ 2) ประมาณเท่าตัว และมากกว่า มศว ประสานมิตร (อันดับ 3) ถึง 10 เท่า และตัวเลขดังกล่าวยังแสดงอีกว่า ความสนใจในประเด็นนี้จะมาจากแวดวงผู้ที่ศึกษาด้านสื่อมวลชนมาก่อน มิใช่มาจากกลุ่มผู้ทำงานด้านสตรี

นอกจากนั้น งานวิจัยยังกระจุกตัวอยู่ในสถาบันการศึกษาที่กรุงเทพฯ ซึ่งมีมากกว่าสถาบันการศึกษาในต่างจังหวัดถึง 10 เท่า ตัวเลขดังกล่าวแสดงแบบแผนโดยทั่วไปของการศึกษาประเด็นใหญ่ ๆ ในวงวิชาการที่มักจะเริ่มต้นจากเขตเมือง (เนื่องจากเป็นด้านหน้าที่จะได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ) แล้วจึงค่อยกระจายออกไปในต่างจังหวัด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสื่อมวลชนมีขอบเขตการกระจายไปทั่วประเทศ และจากงานศึกษาเปรียบเทียบเรื่องการใช้สื่อระหว่างเมืองกับชนบท พบว่ามีแบบแผนที่ต่างกัน ดังนั้น จึงควรมีการกระตุ้นให้สถาบันการศึกษาในภูมิภาคค้นคว้าวิจัยเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาในชนบทให้เพิ่มมากขึ้น

2.2 ตัวแปรอื่น ๆ เช่น เรื่องเพศของผู้ศึกษา ก็ปรากฏว่าเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายถึงประมาณ 10 เท่า ซึ่งเป็นสัญญาณที่ไม่สู้ดีนักในทางวิชาการ เนื่องจากเมื่อเพศหญิงเป็นผู้วิจัยเรื่อง

“

สื่อมวลชน

จะต้องเป็นกลไก

สำหรับพัฒนาสตรี

ใน 2 ด้านคือ

การพัฒนาความรู้

และทัศนคติ

ต่อเรื่องบทบาทหญิงชาย

และการพัฒนาเพิ่มพูน

ทักษะความสามารถ

ในการใช้สื่อ

เพื่อพัฒนาตนเอง

”

เพศหญิงด้วยกัน อาจจะก่อให้เกิดอคติได้โดยง่าย และน่าสังเกตว่าในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่นักวิจัยหญิงและชายทำร่วมกันเพียง 1 ชิ้น ดังนั้น จึงควรจะมีการส่งเสริมให้นักวิจัยชายทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวให้มากขึ้น หรือให้มีการร่วมมือทางวิชาการระหว่างนักวิจัยหญิงกับชายให้มากขึ้น

2.3 ทฤษฎีที่นำมาใช้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ประเภทของทฤษฎีที่นำมาใช้นั้นจะมีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ทฤษฎีด้านสื่อมวลชน (Media Theory) และทฤษฎีสตรีศึกษา (Women Study) แต่ทั้ง 2 กลุ่มทฤษฎีนี้ยังไม่มี ความลงตัวมากนักกับประเด็นที่ศึกษา เนื่องจากทฤษฎีด้านสื่อยังไม่ค่อยเจาะลงถึงเรื่องหญิง/ชาย (gender) ในขณะที่ทฤษฎีสตรีศึกษาก็มักเป็นหลักแนวคิดแบบทั่ว ๆ ไปที่ไม่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลมากนัก ช่องว่างด้านกรอบแนวคิดก็คือ ยังขาดทฤษฎีสื่อเชิงสตรีนิยม (Feminist Media Theory) ซึ่งมีลักษณะเป็นแนวคิดลูกผสมมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

2.4 วิธีการวิจัย อันดับแรก ๆ ของวิธีการวิจัยที่ใช้มากที่สุดคือ การวิจัยเชิงสำรวจ-ใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์เนื้อหา (เชิงปริมาณ) เพียง 2 วิธีนี้ก็เกินกว่าครึ่งหนึ่งของวิธีการวิจัยทั้งหมด ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า แนวทางของการวิจัยยังเน้นหนักด้านการวิจัยเชิงปริมาณที่แม้จะมีคุณูปการในการช่วยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ได้อย่างค่อนข้างจะแน่นอน แต่ทว่าในการตอบคำถามที่ต้องการคำตอบที่ลึกซึ้งและมีรายละเอียดมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่อง “ความเป็นหญิง/

ความเป็นชาย" (Femininity/Masculinity) ผู้วิจัยอาจต้องนำเอาเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ให้มากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นต้น

ภาพกว้างภาพที่สอง
เมื่อตัดภาพจากข้อมูลเชิงปริมาณและการกระจายตัว เพื่อเข้ามาดูข้อมูลงานวิจัยในรอบประมาณ 2 ทศวรรษที่

ผ่านมา โดยอาศัยกรอบแนวคิดเรื่อง S-M-C-R ที่ได้กล่าวแล้ว ตารางที่ 3 ต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นข้อเหมือนและข้อต่างบางประการระหว่างข้อมูลทั้งสองชุด

ตารางที่ 3 : เปรียบเทียบปริมาณงานวิจัยแยกตามองค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสาร	ปริมาณงานศึกษา	
	2520-2535	2518-2538
1. ผู้ส่งสาร	12	22
2. ช่องทางการสื่อสาร		
2.1 สื่อหนังสือพิมพ์	13	18
2.2 สื่อวิทยุ	21	37
2.3 สื่อภาพยนตร์	1	3
2.4 สื่อโทรทัศน์	5	6
2.5 สื่อโทรทัศน	3	17
2.6 สื่อโฆษณา	5	9
2.7 สื่ออื่น ๆ	7	8
3. เนื้อหาสาร		
3.1 ด้านสาธารณสุข	11	14
3.2 ด้านเศรษฐกิจ	3	3
3.3 ด้านการเมือง	5	7
3.4 ด้านประชากร	7	7
3.5 ด้านการพัฒนา	9	9
3.6 เรื่องบทบาทและสถานภาพสตรี	16	24
3.7 เรื่องความสัมพันธ์หญิง/ชาย	2	4
3.8 เรื่องอื่น ๆ	4	12
4. ผู้รับสาร	(รวม 42 ชิ้น)	(รวม 72 ชิ้น)
4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสาร	18	20
4.2 ประเภทของสื่อที่ผู้หญิงใช้	8	8
4.3 ผลกระทบของการสื่อสาร	30	32
4.4 การใช้และความพึงพอใจในการเลือกรับสาร	4	6
4.5 ความคิดเห็นของผู้รับสารสตรีต่อสื่อ	3	6
4.6 คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสารสตรี	42	72
	N = 83	N = 126

1. จากตารางที่ 3 ข้อสังเกตประการแรกเลยก็คือ แบบแผนของสัดส่วนระหว่างผู้ส่งสารสตรีและผู้รับสารสตรีในงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นต่างมีลักษณะอย่างเดียวกัน คือ มีงานศึกษาผู้ส่งสารมากกว่าผู้รับสารอย่างมาก ทั้งนี้อาจมีเหตุผลมาจากเรื่องวิธีการศึกษา คือ การศึกษานักสื่อสารมวลชนนั้นมีความยุ่งยากมากกว่าศึกษาผู้รับสาร หรืออาจเป็นเหตุผลเชิงเพศนิยม (Sexist) กล่าวคือเนื่องจากฐานะของผู้ส่งสารในแบบจำลองนั้นจะมีลักษณะ active ในขณะที่ผู้รับสารมีลักษณะ passive เมื่อเวลานักวิจัยคิดถึง “ผู้หญิงกับสื่อ” ก็มีแนวโน้มจะคิดถึงด้านที่ passive ของผู้หญิงมากกว่า

2. ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารก็ยังคงยืนยันคำกล่าวข้างต้นเพราะแนวทางในการศึกษาผู้รับสาร (approach) ที่ดูผู้หญิงเป็นผู้รับสารที่ passive (เช่นแนวทางศึกษาผลกระทบและพฤติกรรม的开รับสาร) จะมีมากกว่าแนวทางเรื่องการใช้และความพึงพอใจในการเลือกรับที่มองผู้รับอย่าง active นอกจากนั้นยังมีข้อสังเกตว่าแม้ว่าจะมีการศึกษา “เพศ” ในฐานะคุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสารสตรีในงานทุกชิ้น แต่ทว่านักวิจัยส่วนใหญ่ก็มักจะมองเห็นแต่ “ผู้หญิง” เท่านั้น หากแต่มองไม่เห็น “ความเป็นหญิง” กล่าวคือ ใช้เกณฑ์เรื่อง “เพศ” อย่างสิ้นสุดในตัวเอง (เช่น ผู้หญิงไม่ชอบผู้ชาย ชอบดูแลคน) หากแต่ไม่ได้อธิบายต่อไปว่า “ความเป็นหญิง” นั้นเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อได้อย่างไร ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากขีดจำกัดของการพัฒนาทฤษฎีสื่อเชิงสตรีนิยมที่ได้กล่าวมาข้างต้น

3. ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา นั้น อาจจะจัดแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

◆ กลุ่มเนื้อหาที่มีปริมาณงานวิจัยมาก ได้แก่เรื่องบทบาทและสถานภาพสตรีซึ่งเป็นเรื่องที่เห็นได้ง่ายที่สุดในประเด็นสตรี และเรื่องสาธารณสุขซึ่งเป็นสาขาวิชาที่แบ่งหญิงชายโดยใช้เกณฑ์ทางชีวภาพได้อย่างชัดเจนที่สุด เช่นมีการแบ่งเป็นโรคเฉพาะของสตรี เป็นต้น

◆ กลุ่มที่มีเนื้อหาในปริมาณปานกลาง ได้แก่เรื่องการเมือง ซึ่งมักจะเน้นหนักในเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาจิตสำนึกทางการเมืองของสตรี เช่นเดียวกับเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา

◆ กลุ่มที่มีเนื้อหาในปริมาณน้อย ได้แก่เรื่องเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการวิจัยยังคงมองข้ามบทบาททางเศรษฐกิจของสตรี และเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิง/ชาย ซึ่งน่าจะมาจากเหตุผลความเชื่อที่ว่าเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศยังคงเป็นเรื่องส่วนตัวที่ไม่ควรนำมาพูดถึงในสื่อสาธารณะ

4. ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว งานวิจัยยังกระจุกตัวอยู่ในสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทั้งนี้คงเป็นเหตุผลเนื่องมาจากความสะดวกในการเข้าถึง material ที่จะศึกษา ข้อที่นำสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ ในการวิจัยชิ้นแรก มีงานศึกษาสื่อโทรทัศน์เพียง 3 ชิ้น แต่เมื่อขยายช่วงเวลาออกมามากเพียง 3 ปี (2535-2538) ปรากฏว่ามีการวิจัยเพิ่มขึ้นถึง 17 ชิ้น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากอิทธิพลของโทรทัศน์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างไม่อาจมองข้ามได้ รวมทั้งการมีรายการสตรีเกิดขึ้นอย่างมากในช่วงปี 2535 และอาจจะเนื่องมาจากการมีเทคโนโลยีในการจัดเก็บวัตถุดิบ เช่น เครื่องเทปบันทึกภาพ เป็นต้น

จากนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดของคำถามทั้ง 4 ประการที่ได้ตั้งเอาไว้

สตรีในฐานะผู้ส่งสาร

สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ได้กล่าวมาแล้วว่า งานวิจัยที่เกี่ยวกับสตรีที่เข้ามาทำงานในวงการสื่อสารมวลชนยังมีน้อย ดังนั้น ในการวิจัยชิ้นที่ 2 เรื่อง “การใช้สื่อฯ” ผู้วิจัยจึงได้ถือโอกาสสำรวจข้อเท็จจริงจากกลุ่มนักสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับสถานภาพของนักสื่อสารมวลชนหญิงและชายประกอบกับข้อมูลจากงานวิจัยที่เคยมี ข้อมูลจากทั้งสองแหล่งช่วยให้ข้อสรุปคร่าว ๆ ได้ดังนี้

1. ขั้นตอนที่สตรีจะเข้าสู่วงการสื่อสารมวลชนนั้นจะมีอยู่ 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนของการเข้าศึกษาในสถาบันสื่อสารมวลชน ในขั้นตอนนี้ “เพศ” ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ทั้งนี้เพราะระบบสอบคัดเลือกเป็นแบบไม่ได้ดูเรื่องเพศ อย่างไรก็ตาม ในการเลือกเรียนสาขาต่าง ๆ ด้านสื่อสารมวลชนนั้น ยังมีลักษณะ “เพศนิยม” ติดอยู่กับสาขาวิชาบ้าง เช่น ถ้าเป็นผู้หญิงมักจะเลือกเรียนประชาสัมพันธ์ ผู้ชายมักเรียนถ่ายภาพ เป็นต้น

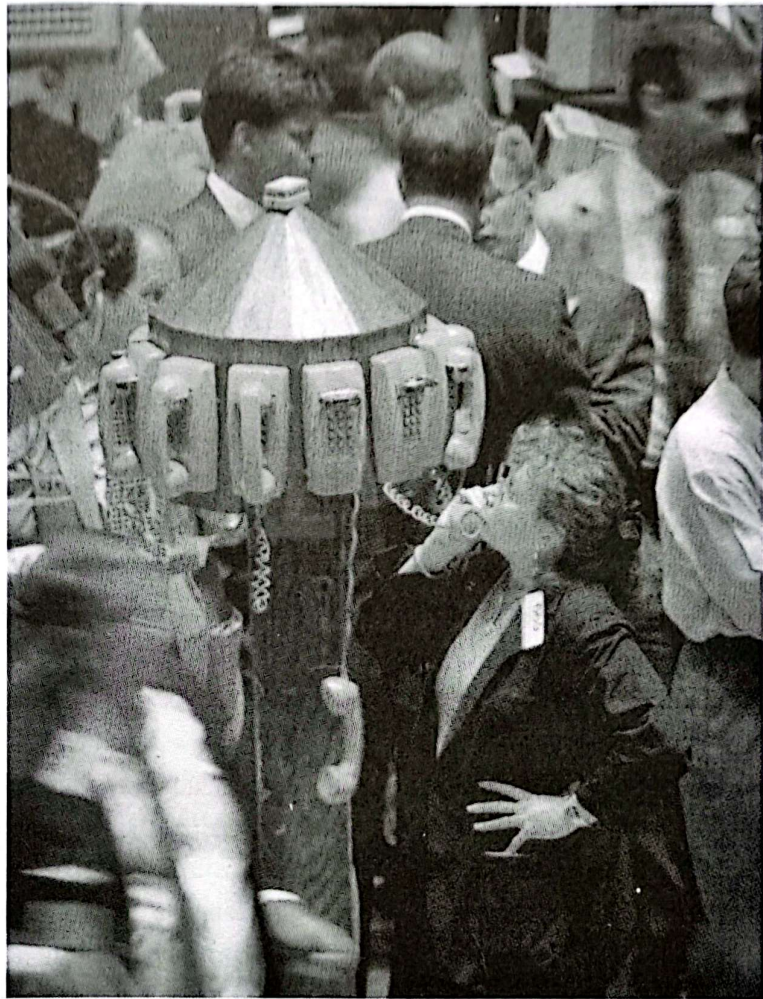
นักสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่เห็นด้วยที่จะให้มีการตระเตรียมความคิดเรื่อง “บทบาทหญิงชาย” (Gender) แต่นักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่ในสถาบันการศึกษาที่จัดสอนด้านสื่อ แต่ก็ขอให้ระมัดระวังทั้งข้อดีและข้อบกพร่อง (เช่น กลายเป็นการกีดกันทางเพศอีกรูปแบบหนึ่ง) ของการดำเนินการ

2. ในขั้นตอนของการประกอบอาชีพ ทั้งผลการวิจัยที่ผ่านมาประกอบการสัมภาษณ์นักสื่อสารมวลชนพบผลที่สอดคล้องกันว่า ปัจจุบันส่วนใหญ่ตัวเลขนักสื่อสารมวลชนสตรีมีมากกว่า

ชายในหลายหน่วยงาน อย่างไรก็ตาม ปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นนี้ก็ยังไม่มีผลมาถึง การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของสตรี ในสื่อหรือหนุนช่วยการใช้สื่อเพื่อการ ส่งเสริมสตรีมากนัก ทั้งนี้เป็นไปตาม ข้อสังเกตของ Gallagher ที่ว่า ปริมาณ อันมากมายของผู้หญิงในวงการสื่อ มัก จะมีตำแหน่งงานอยู่ในระดับกลางและล่าง แต่มีในระดับผู้บริหารหรือระดับ นโยบาย หรืออีกประการหนึ่ง จิตสำนึก ทางเพศ (Gender Consciousness) ในหมู่นักสื่อสารมวลชนทั้งหญิงและชายยังไม่อยู่ในระดับที่น่าพอใจและมากพอจะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลงาน

3. ในเรื่องอายุการทำงานที่เป็นปัจจัยต่อเนื่องที่อธิบายความก้าวหน้าทางวิชาชีพของสตรี (ต้องทำงานมานานจึงจะขึ้นสู่ระดับผู้บริหารได้) ปัจจุบันยังพบว่าผู้หญิงมีอายุการทำงานสั้นกว่าผู้ชาย แต่ก็มีแนวโน้มว่า ความแตกต่างดังกล่าวจะลดลงเรื่อย ๆ ในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง 3 ปัจจัยคือ สังคมมีความทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้นสำหรับผู้หญิงในหน่วยงานเองก็มีทางเลือกให้ผู้หญิงมากขึ้น และตัวผู้หญิงรุ่นใหม่รู้จักและมีฝีมือในการจัดการกับชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัวอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. มีมิติ 4 ด้านของ “ความเป็นหญิง” ที่ยังเป็นอุปสรรคต่อชีวิตการทำงานและความก้าวหน้าทางวิชาชีพของผู้หญิงคือ สภาวะทางร่างกายและอารมณ์ (ผู้หญิงตัวเล็กแบกกล่องโทรทัศน์ไมโครเวฟ) ด้านครอบครัว ลักษณะการทำงานที่ต้องการความสมบูรณ์แบบนั้น (เช่น อาชีพนักข่าวสงคราม) และด้านสิ่งแวดล้อมในสังคม (เช่น ความปลอดภัย) อุปสรรคนี้จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อ เช่น งานหนังสือพิมพ์จะเป็นอุปสรรคมากกว่างาน



นิตยสาร และในมิติทั้ง 4 นี้ ครอบครัวเป็นภาระเครื่องหลัที่ผู้หญิงยากจะสลัดออกไปได้มากที่สุด

5. ผู้วิจัยได้ลองสำรวจความคิดเห็นของนักสื่อสารมวลชนว่า หากมีการติดตั้งกลไกพิเศษเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี เช่น การจัดโควตาสำหรับผู้หญิงในการเป็นผู้บริหารหรือการฝึกอบรมจะเป็นอย่างไร กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่คัดค้านข้อเสนอแนะดังกล่าว โดยมีข้อแม้ว่า ในภาคปฏิบัตินั้น ต้องไม่ใช่ “เพศ” เป็นเกณฑ์ตัวเดียวโดด ๆ หากต้องพิจารณาความสามารถและความเหมาะสมประกอบด้วย

6. เนื่องจากข้อมูลพื้นฐานที่

เกี่ยวกับภาพรวมของสตรีในวงการสื่อสารมวลชนยังขาดหายอยู่มาก เช่น การสำรวจระดับกว้างถึงจำนวน บทบาท สถานภาพของแรงงานสตรีที่อยู่ในองค์กร สื่อรวมทั้งโอกาสความก้าวหน้าทางวิชาชีพ ปัญหาอุปสรรคในวิชาชีพ ฯลฯ ภาพรวมดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นตัวชี้วัด (indicator) ในการติดตามผลความก้าวหน้าของสถานภาพสตรีในวิชาชีพนี้ได้ จึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว

สตรีในฐานะผู้รับสาร

1. เนื่องจากกรอบแนวคิดของทฤษฎีสื่อมวลชนที่แตกต่างกันจะมีความเชื่อเบื้องต้น (Basic assumption)

ที่แตกต่างกันด้วย ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ก็คือ ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Study) และทฤษฎีการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Approach) ในทฤษฎีผลกระทบของสื่อ นั้น เป็นทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อว่าสามารถจะโน้มน้าว เปลี่ยนแปลง หลอหล่อมผู้รับสาร ซึ่งเปิดรับสารอย่างตั้งรับ (passive) (สื่อว่ายังง ผู้รับสารก็ว่ายังงั้น) ทฤษฎีนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การเปิดรับสาร (Media Exposure) ที่มักเข้าใจว่า ยิ่งผู้รับสารมีปริมาณการเปิดรับสารจากสื่อมากเท่าใด ก็ยิ่งมีแนวโน้มจะคิดเห็นตามสื่อไปมากเท่านั้น ดังนั้น เราจึงสามารถจะใช้สื่อพัฒนาความคิดความสนใจทางการเมืองของสตรีหรือชักชวนให้สตรีชนบทหันมาเห็นด้วยกับนวัตกรรมของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น คำถามนำการวิจัยของนักคิดกลุ่มนี้จึงวนเวียนอยู่รอบ ๆ คำถามที่ว่า “สื่อจะทำอะไรกับผู้รับสารได้บ้างและจะทำให้ได้ผลได้อย่างไร”

ในทางตรงกันข้าม ทฤษฎีการเลือกใช้สื่อของผู้รับสารกลับมีความเห็นว่า สื่อไม่ได้มีพลังอำนาจมากมายเท่าใดนัก เพราะไม่ว่าสื่อจะมีความวิเศษมหัศจรรย์อย่างไร แต่ถ้าผู้รับสารไม่เปิดรับเสียแล้ว ฤทธิ์เดชดังกล่าวก็ย่อมเป็นหมัน และในการเปิดรับสื่อนั้น ผู้รับสารส่วนใหญ่จะมีลักษณะเชิงรุก (active) กล่าวคือจะเลือกเปิดรับตามความต้องการและความสนใจของตนเอง และต่อเนื่องจากขั้นตอนการเปิดรับแล้ว ผู้รับสารก็ยังมักมีกระบวนการเลือกรับรู้ในทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการเลือกรับ เลือกตีความ เลือกจดจำ (และเลือกที่จะลืม) นักคิดในกลุ่มนี้จึงพลิกมุมมองของการวิจัยมาอยู่ที่คำถามว่า “ผู้รับสารนั้นจะทำอะไรกับสื่อบ้าง”

หากนำแนวคิดข้างต้นมาพิจารณา ข้อมูลที่เกี่ยวกับผู้รับสารจากตารางที่ 3 ก็จะพบว่า ส่วนใหญ่แล้ว ปริมาณงานศึกษาผู้รับสารที่อยู่ในหัวข้อผลกระทบ และพฤติกรรมการรับสารจะมีสัดส่วนเป็นส่วนมากที่สุด ในขณะที่หัวข้อเรื่อง “การใช้และความพึงพอใจในการเลือกรับสาร” มีน้อยมาก ตัวเลขดังกล่าวนี้อาจจะอธิบายได้จาก 2 สาเหตุ สาเหตุแรกก็คือ พัฒนาการของแต่ละทฤษฎีเอง เนื่องจากทฤษฎีผลกระทบนั้น มีอายุที่อาวุโสกว่าแนวคิดเรื่องการเลือกใช้สื่อ เมื่อทฤษฎีผลกระทบเข้ามามีพื้นที่ทางวิชาการก่อน ก็ย่อมมีปริมาณงานวิจัยมากกว่าเป็นธรรมดาอีกสาเหตุหนึ่ง อาจจะเนื่องมาจากทัศนะของนักวิจัยเองที่เวลา “คิดถึงผู้หญิง ก็จะคิดถึงลักษณะที่ passive ของผู้หญิง” ทำให้สอดคล้องลงตัวกับทฤษฎีผลกระทบมากกว่า

2. สำหรับข้อสรุปเรื่องผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสารสตรีหรือเรื่องปริมาณการเปิดรับสารของสตรีนั้น ผลการวิจัยที่มีอยู่ประมาณ 50 กว่าชิ้น ยังไม่สามารถให้คำตอบแบบฟันธงลงไปได้ว่า สื่อมีผลานุภาพอย่างสม่ำเสมอแน่นอนหรือไม่ อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้รับสารจำนวน 182 ท่านว่า หากสื่อมวลชนได้นำเสนอ “แบบอย่างใหม่ ๆ” (Role Model) ของผู้หญิง เช่น ผู้หญิงเป็นนักบินอวกาศ ผู้หญิงเป็นรัฐมนตรีกลาโหม ฯลฯ จะมีผลกระทบต่อความคิดของผู้หญิงส่วนใหญ่ในสังคมหรือไม่ ผู้รับสารส่วนใหญ่จะตอบว่า “มีผล” โดยมีเงื่อนไขว่า สื่อมวลชนคงต้องใช้ความพยายามให้มากในการนำเสนอและต้องกระทำอย่างต่อเนื่องด้วย

3. ในขณะที่ผลการวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ยืนยันเรื่องอำนาจในการสร้างผลกระทบของสื่อในการวิจัยเรื่อง “การ

ใช้สื่อฯ” ผู้วิจัยได้ถือโอกาสสำรวจทัศนะของผู้รับสารต่อประเด็นดังกล่าว โดยตั้งคำถามว่า มีความเชื่อถือในศักยภาพของสื่อมวลชนที่จะช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีได้มากน้อยเพียงใด ผลการวิจัยที่ออกมาที่น่าสนใจ กล่าวคือ มีคำตอบที่เป็นบวกและลบก้ำกึ่งกัน พวกที่เชื่อว่า “ได้” นั้น ให้เหตุผลจากด้านประสิทธิภาพของตัวสื่อมวลชน และเงื่อนไขเอื้ออำนวยของการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น ความสนใจเรื่องผู้หญิงที่มีอยู่ทั่วโลก ส่วนพวกที่เห็นว่า “ไม่ได้” นั้น ให้เหตุผลว่าสื่อเองยังไม่ได้สนใจประเด็นนี้อย่างจริงจัง และประเด็นความเชื่อและอคติทางเพศนั้นเป็นพลังเหนี่ยวรั้งความเคยชินเดิม ๆ มายาวนานแล้ว จะถอดถอนไปคงทำได้ง่าย ๆ หากเราผนวก 2 แนวคิดนี้เข้าด้วยกัน ก็อาจจะได้ข้อสรุปว่า “โดยศักยภาพและขีดความสามารถแล้ว สื่อสามารถจะเล่นบทบาทเป็นผู้ช่วยของผู้หญิงได้เหลือเฟือแต่ปัญหาว่าจะมีจิตใจที่จะทำหรือไม่เท่านั้น”

4. ในส่วนที่เกี่ยวกับบทบาทของสตรีในฐานะผู้รับสารนั้น เมื่อสำรวจกลุ่มตัวอย่างแล้ว พบว่ายังมีการกระจุกตัวอยู่ใน 2-3 บทบาทเป็นหลักคือ เป็นแม่ เป็นแม่บ้าน และนักศึกษา โดยยังไม่มีการศึกษาผู้หญิงที่มีบทบาทอื่น ๆ ในสังคม เช่น ผู้หญิงที่มีอาชีพทำงานต่าง ๆ ผู้หญิงที่เป็นผู้นำ ฯลฯ และมีการศึกษาผู้หญิงในเมืองมากกว่าผู้หญิงในชนบทถึง 2 เท่า

บทสรุปเรื่องสตรีกับเนื้อหาสาระของสื่อ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า แบบแผนและปริมาณงานวิจัยเรื่องสตรีกับเนื้อหาสาระของสื่อที่ผู้วิจัยได้จัดแบ่งเป็น 7 หัวข้อนั้น ในงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น

พบว่า ไม่มีอะไรแตกต่างเปลี่ยนแปลง ไปดังที่ผู้วิจัยได้อธิบายเหตุผลที่อยู่เบื้อง หลังปรากฏการณ์ดังกล่าว และเนื่อง จากในงานวิจัยชิ้นที่ 2 “การใช้สื่อฯ” ผู้วิจัยได้นำเอาผลการวิจัยเรื่องเนื้อหา ไปสอบถามผู้รับสารด้วย และพบว่ามี ปฏิกริยาและทัศนคติบางประการที่น่า สนใจเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง สตรีกับเนื้อหาสาระของสื่อ ดังนี้

1. กลุ่มเนื้อหาที่มีปริมาณงาน วิจัยมาก ได้แก่เรื่อง บทบาทและสถาน- ภาพสตรี และสาธารณสุข

1.1 บทบาทและสถานภาพ สตรีคำถามหลักของงานวิจัยทุกชิ้นก็คือ สื่อมวลชนมีบทบาทต่อการส่งเสริม สถานภาพและขยายบทบาทของสตรี มากน้อยเพียงใด คำตอบในหัวข้อนี้จะ ผันแปรไปตามประเภทของสื่อ สำหรับ สื่อยุคแรกเช่น หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร จะค่อนข้างมีบทบาทส่งเสริม สถานภาพของสตรีตามเงื่อนไขของกาล เวลาในแต่ละยุคสมัย แต่สำหรับสื่อ ประเภทอื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ กระจายเสียง โทรทัศน์ และโฆษณา นั้นยังมีบทบาทไม่มากนัก ผลจากการ สืบรวจผู้รับสารในการวิจัยเรื่อง “การใช้ สื่อฯ” ก็ให้ผลยืนยันงานวิจัยดังกล่าว เพราะผู้รับสารส่วนใหญ่แสดงทัศนะว่า สื่อมวลชนไม่รู้จักมีบทบาทที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมสถานภาพสตรีเท่าใดนัก

1.2 เนื้อหาด้านสาธารณสุขนั้น แม้จะมีงานวิจัยค่อนข้างมาก อันอาจ อธิบายได้ว่า เป็นความต่อเนื่องทาง ประวัติศาสตร์ของการวิจัยที่เริ่มจากการ เห็นความแตกต่างระหว่างหญิงและ ชายในด้านชีวภาพ แต่ทว่างานวิจัย ทั้งหมดยังมองผู้หญิงในบทบาทเดิม ๆ คือ แม่และเมียยังขาดงานวิจัยด้าน สาธารณสุขที่มองเห็นผู้หญิงในบทบาท อื่น ๆ เช่น แรงงานหญิง และส่วนใหญ่ แล้ว งานวิจัยยังมองเห็นผู้หญิงเป็น “หาทาง/สะพาน” (means) ไปสู่เป้า

หมายอื่น ๆ เช่น ถ้าแม่มีความรู้ ลูกก็จะ มีสุขภาพที่ดี ยังมีงานวิจัยสาธารณะ สุข ในสื่อจำนวนน้อยที่ถือเอาสุขภาพของ ตัวผู้หญิงเองเป็นเป้าหมาย

2. กลุ่มเนื้อหาที่มีงานวิจัย ปริมาณปานกลาง ได้แก่เนื้อหาเรื่อง การเมือง ประชากรและงานพัฒนา

2.1 สำหรับเนื้อหาด้านการ เมืองนั้น ดูเหมือนการใช้สื่อมวลชน เพื่อปลุกสำนึกให้ผู้หญิงเข้ามามีส่วน ร่วม นั้นยังไม่ค่อยสัมฤทธิ์ผลเท่าใดนัก แม้ผู้หญิงจะใช้สื่อมากขึ้น แต่ก็มักใช้สื่อ อิเล็กทรอนิกส์ (เช่น วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์) ซึ่งเป็นสื่อที่ให้ความ มั่นคงมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์) ที่เป็นสื่อให้ความรู้ความคิด ด้านการบ้านการเมือง

2.2 ส่วนเรื่องประชานั้น มี ข้อน่าสังเกตว่า งานวิจัยมักจะสนใจค้น หาว่า จะต้องใช้สื่อประเภทใดจึงจะให้ ผลดีที่สุดในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้- หญิงต่อเรื่องการคุมกำเนิดและดูเหมือน สื่อมวลชนเองก็จะมีใจความเข้าใจและ เป็นตัวการในการเผยแพร่แนวคิดที่ว่า “เรื่องประชากร คือเรื่องคุมกำเนิด” และเรื่อง “การคุมกำเนิดเป็นความรับผิดชอบของผู้หญิง” จากการสำรวจ ทัศนคติดังกล่าวจากกลุ่มผู้รับสารในการ วิจัยชิ้นที่ 2 ปรากฏว่า ผู้รับสารจำนวน มากได้มีความคิดลำเอียงเห็นสื่อมวลชน คือเห็นว่า สื่อต้องปรับความเข้าใจใหม่ ว่า “แม้ว่าผู้หญิงจะเป็นฝ่ายตั้งท้อง แต่ เรื่องการท้องและการคุมกำเนิดก็ไม่ใช่ ความรับผิดชอบของผู้หญิงฝ่ายเดียว”

3. กลุ่มเนื้อหาที่มีเนื้อหา ปริมาณงานวิจัยเพียงเล็กน้อย ได้แก่ เนื้อหาเรื่องเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ หญิง/ชาย

3.1 สำหรับปริมาณอันเล็ กน้อยในหัวข้อเศรษฐกิจและสตรีนั้น สะ- ทอนให้เห็นความเชื่อของนักวิจัยที่ว่า “ผู้หญิงไม่ได้เป็นผู้หาเลี้ยงหลักของ

ครอบครัว” “ผู้หญิงเป็นผู้ใช้เงินมิใช่ ผู้หาเงิน” ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงในสังคม

3.2 สำหรับเรื่องความสัมพันธ์ ระหว่างหญิงกับชายที่ยังมีน้อยนั้น และ ที่มีอยู่จะปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และเป็น เรื่องแต่ง (fiction) มากกว่า เช่น นวนิยาย ละครโทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งอาจ จะสะท้อนให้เห็นว่า การวิจัยหรือสื่อ มวลชนยังไม่ได้ให้ความสนใจกับปัญหา เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิง/ชาย อย่างจริงจัง เรื่องดังกล่าวยังอยู่ในระดับ “เรื่องส่วนตัว” ที่มีใช้ประเด็นร่วมของ สาธารณะซึ่งเป็นพื้นที่ของสื่อมวลชน

บทสรุปเรื่องสตรีกับสื่อประเภท ต่าง ๆ

จากประเภทสื่อทั้งหมดที่ผู้วิจัย ได้แบ่งเป็น 6 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และโฆษณานั้น มีประเด็นร่วมที่น่า สังเกตได้ดังนี้

1. การประเมินบทบาทของ สื่อที่มีต่อการพัฒนาสตรี บทบาทของ สื่อแต่ละประเภทจะแตกต่างกันออกไป และยังอาจแปรตามประเภทของรายการ ด้วย สื่อที่มีบทบาทค่อนข้างมากคือสื่อ สิ่งพิมพ์ (ทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร) และสื่อโทรทัศน์ ส่วนสื่อที่มีบทบาท น้อยคือวิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ และโฆษณา อย่างไรก็ตาม เมื่อประ- เเมินผลต่อไปในเชิงคุณภาพ ผลการ วิจัยพบว่า

แม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์จะราย งานข่าวและให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็น สตรีบางประเด็น เช่น เรื่องโสเภณี การ ทำแท้ง ฯลฯ จนกระทั่งทำให้สาธารณ- ชชนับเกิดความสนใจในประเด็นดังกล่าว แต่ทว่าในแง่ความเข้าใจต่อประเด็นดัง กล่าวสื่อมวลชนยังมีอยู่น้อยมาก เช่น เดียวกับบรรดาละครโทรทัศน์ที่แม้จะมี จุดยืนที่เห็นอกเห็นใจบรรดาผู้หญิงที่

เป็นโสเภณี แต่ว่าการวิเคราะห์ปัญหาของละครดังกล่าวก็ยังมีความน่าสนใจ อาจสรุปบทบาทของสื่อมวลชนต่อการส่งเสริมสตรีได้ว่า “แม้จะสนใจพอสมควร แต่ทว่ามีความเข้าใจน้อยมาก”

2. เนื้อหาของรายการสำหรับสตรีโดยเฉพาะ ในแง่ปริมาณแล้ว พื้นที่สำหรับผู้หญิงในสื่อทุกชนิดมีความน่าพอใจมากขึ้น หนังสือทุกฉบับมีหน้าสตรีเป็นหน้าประจำ ในรอบทศวรรษ 2530-40 มีรายการผู้หญิงแบบใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นในโทรทัศน์ เพิ่มเติมจากรายการทำกับข้าวเสริมสวย แฟชั่น และเลี้ยงลูก อย่างไรก็ตาม ทิศทางของรายการเหล่านี้ก็เป็นไปในแบบฉบับเดียวกัน คือหยาบคายแต่มีจิตด้านบวก (constructive) ของผู้หญิงบางกลุ่ม (ส่วนใหญ่เป็นชนชั้นสูง) มากล่าวถึง เช่น ความสามารถ กิจกรรมเสริมต่าง ๆ ฯลฯ หากทว่ายังไม่มียุทธศาสตร์ “เผชิญหน้ากับปัญหาของสตรี” อย่างจริงจัง เช่น ปัญหาการถูกละเมิดทางเพศในที่ทำงาน ปัญหาการทุพภิกขภัย ปัญหาการกีดกันทางเพศ ฯลฯ ดังนั้น เมื่อมีการสำรวจทัศนคติของกลุ่มผู้รับสารต่อเนื้อหา รายการเฉพาะสตรีจึงมีผู้ชมก้ำกึ่งกันที่ลงความเห็น ว่า เนื้อหารายการสำหรับผู้หญิงในสื่อเป็นประโยชน์หรือไม่เป็นประโยชน์ต่อสตรี

3. การวิจัยเรื่องภาพสะท้อนของสตรีในสื่อประเภทต่าง ๆ มีแบบแผนที่แตกต่างกันโดยมีตัวแปรเรื่องประเภทของสื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น

◆ ในสื่อหนังสือพิมพ์ มีการลงภาพของสตรีมากขึ้นในทุกหน้า อันอาจจะเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า สตรีได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตสาธารณะ (public life) มากขึ้น จนกลายเป็นเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ (เช่น ผู้หญิงเล่นกีฬา ลงสมัครเลือกตั้ง ชุมชนประทุ้งเรื่องสิ่งแวดล้อม ฯลฯ) หรืออาจ

เป็นเพราะผู้หญิงอ่านหนังสือพิมพ์มากขึ้น ทำให้ฝ่ายสื่อต้องปรับตัว และในเชิงคุณภาพ หนังสือพิมพ์เริ่มมีท่าที่เป็นบวกต่อผู้หญิงมากขึ้น และก้าวร้าวต่อผู้หญิงน้อยลง อย่างไรก็ตาม แบบแผนที่ยังคงไม่เปลี่ยนไปก็คือ ภาพสตรีในหน้า 1 ยังติดลบอยู่ โดยมีภาพสตรีที่เป็นบวกในหน้าสตรีมาเป็นเครื่องถ่วงดุลย์

◆ ในสื่อวิทยุสารนั้นภาพของสตรีมีอย่างหลากหลายมากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งนี้เพราะสื่อประเภทนี้เป็นสื่อเวทีของสตรีทุกประเภทอยู่แล้ว

◆ ในสื่อภาพยนตร์ เนื่องจากงานวิจัยภาพยนตร์มีจำนวนน้อยมาก ผลการวิจัยจึงอาจจะไม่ครอบคลุมสภาพความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มีอยู่ก็ให้ข้อสรุปว่า ในรอบใหญ่ ๆ แล้ว ภาพของสตรีในภาพยนตร์ยังไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนัก การเปลี่ยนแปลงที่มองเห็นเป็นรายละเอียดเล็กน้อยเท่านั้น

◆ ในสื่อวิทยุกระจายเสียง จะเป็นการศึกษาภาพสะท้อนของสตรีจากบทเพลง แม้ว่านักแต่งเพลงทั้งไทยสากลและเพลงลูกทุ่งจะเป็นผู้ชายเกือบทั้งหมด แต่ภาพของสตรีในบทเพลงไทยก็ได้เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพความเป็นจริงพอสมควร

◆ ในสื่อโทรทัศน์ ในงานศึกษาเรื่องละครโทรทัศน์ซึ่งดำเนินการในช่วงปี พ.ศ. 2535 ภาพสะท้อนของผู้หญิงยังไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนัก ส่วนงานศึกษาภาพสะท้อนของผู้หญิงในรายการผู้หญิงในโทรทัศน์ในปี 2537 พบว่ายังนำเสนอภาพของผู้หญิงชนชั้นกลางที่ออกไปทำงานนอกบ้านเพียงอย่างเดียว ทั้ง ๆ ที่ความจริงผู้หญิงยังต้องแบกรับภาระทั้งสองไหล่ คือ งานนอกบ้าน และงานในบ้าน สำหรับภาพสะท้อนของผู้หญิงในข่าวโทรทัศน์เอง ต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่า ผู้หญิงยังมี

ฐานะเป็น “ผู้ให้ข่าว” น้อยมากในข่าวโทรทัศน์

◆ ในสื่อโฆษณา ทั้ง ๆ ที่สื่อโฆษณานั้นเป็นจุดสุดยอดแห่งรวมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ แต่ผลจากการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของสตรีในสื่อโฆษณากลับพบว่า ยังไม่ได้ก้าวไปถึงไหนเลย สตรียังคงถูกนำเสนอใน 4 บทบาทคือ แม่-เมีย แม่บ้าน สัตว์โลกแสนสวย และหญิงทำงาน ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากงานโฆษณาไม่สามารถจะเดินล้ำหน้าเกินความเข้าใจและการรับรู้ของสังคมในประเด็นคอขาดบาดตาย เช่น เรื่องบทบาททางเพศได้ อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบดังกล่าวก็ย้อนกลับมาเป็นเครื่องหมายคำถามกลับมาที่ตัวสื่อโฆษณาว่า “จะเดินตามหลัง” หรือ “จะเดินนำหน้าสังคม”

ผู้วิจัยได้ทดสอบทัศนคติของผู้รับสารและกลุ่มนักโฆษณาที่มีต่อโฆษณาแบบใหม่ ๆ ที่นำเสนอประเด็นสิทธิสตรีมาเป็นแนวคิดหลัก เช่น โฆษณาชุดมีสทิน ในกลุ่มผู้รับสารนั้น ส่วนใหญ่ตอบว่าตนเองยอมรับ แต่ไม่แน่ใจว่าสังคมทั่วไปจะยอมรับได้หรือไม่ เพราะมีวิธีการนำเสนอที่รุนแรงเกินไป ส่วนกลุ่มนักโฆษณามีความเห็นแยกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มที่มองโฆษณาในด้านบวก เพราะมองเห็นผลสำเร็จที่เกิดขึ้นและความกล้าหาญแหวกกรอบของผู้สร้างกลุ่มที่มองด้านลบเนื่องจากเห็นว่าไม่มีความจริงใจ เอาสิทธิสตรีมาขาย และนำเสนออย่างมีอคติ กลุ่มกลาง ๆ เห็นว่า ประเภทของสินค้าจะเป็นตัวกำหนดกรอบว่าจะเกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิสตรีได้มากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นที่ 2 เรื่อง “การใช้สื่อ ฯ” นั้น มีวัตถุประสงค์ในภาคปฏิบัติรวมอยู่ด้วย คือ ต้องการ

ประมวลข้อเสนอแนะในเรื่องการใช้สื่อ เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีจาก ทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นในที่นี้จึง จะนำเสนอแนะบางข้อที่น่าสนใจ คือ

1. ระดับนโยบาย ควรมีการ กำหนดเป้าหมายร่วมกันสำหรับกลุ่มที่ เกี่ยวข้องเรื่องการใช้สื่อเพื่อส่งเสริม ความก้าวหน้าของสตรี ดังนี้คือ

(i) สำหรับตัวสตรีเอง สื่อ- มวลชนจะต้องเป็นกลไกสำหรับพัฒนา สตรีใน 2 ด้านคือ การพัฒนาความรู้ และทัศนคติต่อเรื่องบทบาทหญิง-ชาย และการพัฒนาเพิ่มพูนทักษะความ สามารถในการใช้สื่อเพื่อพัฒนาตนเอง

(ii) สื่อมวลชนต้องเป็นกลไก ในการสร้างความเข้าใจในเรื่องความ สัมพันธ์ระหว่างหญิง/ชาย ให้มีลักษณะ เสมอภาคเท่าเทียม และเอื้ออาทรต่อกันและกันในทุกปริมณฑลของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว

(iii) สื่อมวลชนจะต้องเป็น กลไกสร้างความเข้าใจเรื่องหญิงชายให้ ถูกต้องตามหลักสิทธิมนุษยชนแก่สังคม วงกว้าง และเป็นกลไกที่หนุนช่วยให้ เกิดการลดการเลือกปฏิบัติทางเพศใน ทุกวงการ

2. ระดับนักสื่อมวลชน ต้อง พัฒนาสำนึก ความเข้าใจ และเพิ่มพูน ทักษะการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ที่กล่าวมา นอกจากนั้น ในบางองค์กร ที่มีความพร้อม ควรมีการทดลองคิด ดึงกลไกสร้างเสริมความเสมอภาคทาง

เพศที่ได้กล่าวมาแล้วเพื่อติดตามผล

3. ระดับเนื้อหา

(i) มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ สตรี ใน 2 มิติ คือเนื้อหาที่เป็นบวก ได้แก่ ความรู้ที่เป็นประโยชน์หรือภาพ สะท้อนที่เป็นบวก เนื้อหาประเภทนี้ ควรส่งเสริมให้มีมากขึ้น พร้อมกับมี มาตรการควบคุมเนื้อหาที่เป็นลบของ สตรี เช่น การนำภาพสตรีมาใช้ใน ลักษณะวัตถุทางเพศ เป็นต้น

(ii) ในเรื่องภาพสะท้อน ของสตรีซึ่งมีอยู่ 3 ระดับ คือ

◆ ภาพส่วนตัวของสตรี ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาพส่วน ตัวของสตรียังขาดความหลากหลาย เป็นภาพในบ้านมากกว่านอกบ้าน เป็น ภาพที่เน้นความสวยงามมากกว่าความ สามารถ ดังนั้น ควรนำเสนอภาพสตรี ให้สมดุลย์

◆ ภาพความสัมพันธ์ ระหว่างหญิงกับชาย ผลการวิจัยพบว่า ยังมีลักษณะไม่เสมอภาคในวงวิชาชีพ ผู้ชายจะอยู่เหนือกว่า ในแวดวง การเมืองผู้ชายจะเป็นผู้นำ ในเรื่องความ สัมพันธ์ระหว่างเพศผู้ชายจะเป็นผู้ ตัดสินใจ ควรมีการเปลี่ยนแปลงภาพ ดังกล่าว

◆ ภาพความสัมพันธ์ ระหว่างสตรีกับสังคม ยังไม่มีงานวิจัย เกี่ยวกับเรื่องนี้ แต่คาดว่าจะไม่มีภาพ สะท้อนดังกล่าวมากนัก ซึ่งควรจะส่ง เสริมให้มีมากขึ้น

(4) ระดับของสื่อแต่ละประเภท

(i) ในขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ เข้าถึงและมีอิทธิพลต่อผู้รับสารก่อน ข้างสูง แต่สื่อเหล่านี้กลับมีบทบาท หนุนช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าของ สตรีได้น้อยมาก ดังนั้น ควรให้ความ สนใจกับสื่อดังกล่าวเป็นพิเศษ

(ii) ในรายการที่เป็นราย การรวมสำหรับทุกเพศ เช่น เกมโชว์ วาไรตี้โชว์ ฯลฯ ซึ่งเป็นรายการที่ไ้ รับความนิยมมากควรสอดแทรกประ- เเด็นสตรีเข้าไปด้วย และสำหรับราย การสตรีที่มีอยู่ควรที่จะเพิ่มความเข้มข้น ให้ตอบสนองต่อปัญหาที่เป็นพื้นฐาน และเป็นปัญหาที่เป็นจริงของสตรีให้ มากขึ้น

(5) ระดับผู้รับสาร

(i) ควรมีการจัดอบรมให้ ผู้รับสารสตรีได้ติดตั้งกลไกความเข้าใจ และการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

(ii) กลุ่มผู้รับสารสตรีควร เรียกกร้องให้ถือเป็นนโยบายว่า ในข่าว สารที่เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะและ ประเด็นสตรี จำเป็นต้องมีผู้หญิงใน ฐานะ “ผู้ให้ข่าว” หรือ “ผู้รู้” ร่วมอยู่ ด้วยเสมอ



เอกสารงานวิจัย

กาญจนา แก้วเทพ & วิลาสินี พิพิธกุล (2539) รายงานการวิจัยเรื่อง การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง สตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ 2520-2535, ทุนวิจัยรัชดาภิเษกสมโภช ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2540) รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี คณะกรรมการ ส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.