

รายงานการวิจัย
เรื่อง

การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิด
เรื่องบทบาทหญิง-ชาย

(The Gender-based Analysis of Thai TV Programs)

โดย

ดร.สายสุรี

จตุกุล

ดร.กาญจนา

แก้วเทพ

คณะอนุกรรมการการศึกษา อาชีพ และวัฒนธรรม
คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.)

พฤษภาคม 2543

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย (gender) นั้น จะมีมิติที่เกี่ยวข้องอยู่ด้วยกัน 4 มิติคือ เรื่องพัฒนาการของการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นหญิงชาย เรื่องแนวทางต่าง ๆ ในการศึกษาเรื่องหญิงชายในสื่อ เรื่องความแตกต่างระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ และเรื่องรายการประเภทต่าง ๆ ของโทรทัศน์ ในที่นี้จึงจะขอสำรวจมิติที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 เพื่อทำความเข้าใจกับงานศึกษาที่จะตามมาในตอนต่อไป

(1) พัฒนาการของสื่อมวลชนศึกษา (Media studies)

การศึกษาวิจัยสื่อมวลชนซึ่งรวมเอาหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ ได้เริ่มต้นอย่างเป็นระบบในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 นี้ และได้พัฒนาคลี่คลายแนวทางและทิศทางมาเป็นระยะ ๆ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ประวัติศาสตร์ยุคแรกของการวิจัยด้านสื่อมวลชนเป็นการวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบระยะสั้นที่มีอย่างฉับพลัน (short term effect) ของสื่อที่มีต่อผู้รับสารที่รู้จักกันในนามของทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Theory) หรือทฤษฎีกระสุนปืน (Bullet theory) การวิจัยเรื่องผลกระทบระยะสั้นของสื่อนี้มักจะพบว่าสื่อสร้างผลกระทบที่ไม่แน่นอน ไม่เป็นจริงสำหรับทุกสื่อ ไม่เป็นจริงสำหรับทุกกลุ่มเป้าหมาย และไม่เป็นจริงในทุกเงื่อนไข

ในช่วงทศวรรษ 1940 การศึกษาสื่อมวลชนได้ก้าวเข้าสู่พัฒนาการขั้นที่สองคือ การศึกษาภาพสะท้อนต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อ นักวิชาการที่จุดประกายแนวคิดเรื่องภาพสะท้อนในสื่อมวลชนคือ W. Lippmann ผู้ซึ่งประกอบวิชาชีพเป็นนักหนังสือพิมพ์ และได้ตั้งข้อสังเกตจากประสบการณ์การทำงานของตนเองว่า สำหรับสังคมสมัยใหม่เช่นยุคปัจจุบันนั้น ประชาชนมักจะไม่ได้รับทราบเรื่องราวต่าง ๆ ด้วยการประสบด้วยตนเองโดยตรง (direct experience) แต่มักจะรับทราบผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่ยืนเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับโลกภายนอกที่เป็นจริง ฉะนั้นเมื่อนักหนังสือพิมพ์ "ตัวกลาง" ไปรับรู้โลกภายนอกในแง่มุมใด เขาก็จะแปลงสัญญาณโลกภายนอกนั้นเข้าไปเป็นภาพในหัวสมองของเขา แล้วถ่ายทอดแปลงสัญญาณออกมาเป็นรายงานข่าว (ผลผลิตของสื่อ) หลังจากนั้นสัญญาณที่เป็นรายงานข่าว (ทั้งภาพ/เสียง/ตัวอักษร) ก็จะถูกถ่ายทอดเข้าไปเป็นภาพในหัวสมองของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ผู้ฟังวิทยุ หรือผู้ชมโทรทัศน์ ด้วย

เหตุนี้ "ภาพของโลกภายนอกในหัวของผู้รับสาร" จะเป็นอย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับ "ตัวกลาง/เครื่องสัญญาณ" คือบรรดานักสื่อสารมวลชนนั่นเองและเราจะทราบว่า "ภาพในสื่อมวลชน" คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากภาพของโลกที่เป็นจริงมากน้อยเพียงใด ก็ต่อเมื่อมีการนำภาพทั้งสองมาเทียบเคียงกันดู หากภาพในสื่อมวลชนบิดเบี้ยวไปจากโลกที่เป็นจริง (misrepresented) ก็ย่อมแสดงว่า "เครื่องแปลงสัญญาณ" นั้นมีข้อผิดพลาด เราอาจประยุกต์ข้อสังเกตของ W.Lippmann นี้มาใช้อธิบายในกรณีของเรื่องสื่อมวลชนกับบทบาทหญิง-ชาย (gender) ได้ว่า หากนักสื่อสารมวลชนไม่มีมุมมองเรื่องบทบาทหญิงชาย (gender blinded) หรือมีอคติทางเพศ (gender bias) แน่แน่นอนว่า ผลงานสื่อที่ถูกผลิตออกมาจะไม่เป็นตัวแทนของภาพที่เป็นจริง และในขั้นตอนสุดท้ายภาพในหัวสมองของผู้รับสารก็จะพลอยติดเชื่อนั้นไปด้วย

ส่วนพัฒนาการของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในสื่อมวลชนนั้นจะเริ่มต้นด้วยการศึกษาภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏอยู่ในสื่อประเภทต่าง ๆ เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังความสนใจดังกล่าวนั้นก็เนื่องมาจากนักวิชาการสื่อมวลชนสายสตรีนิยม (Feminist) มีทัศนะว่า แม้ว่าพลังอำนาจของสื่อมวลชนในการโน้มน้าวผู้รับสารในระยะสั้นจะได้ผลไม่สม่าเสมออย่างที่ได้อ้างมาแล้ว แต่ทว่าสื่อมวลชนย่อมมีศักยภาพอย่างแน่นอนในการสร้างผลกระทบในระยะยาว (Longterm effect) ซึ่งเป็นผลกระทบที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องบทบาทหญิงชาย เช่น การอบรมบ่มเพาะทางเพศ (gender socialization) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อัตลักษณ์ของแต่ละเพศ (gender identity) ข้อเสนอสนับสนุนทัศนะดังกล่าวได้แก่ ตัวอย่างงานวิจัยของ Gerbner & Signorielli ในปี 1979 ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการชมโทรทัศน์ของผู้หญิงกับทัศนคติเรื่องเพศพบว่า รายการโทรทัศน์ทำให้เกิดทัศนคติว่า ผู้หญิงควรอยู่บ้านและไม่ควรออกไปทำงานข้างนอกหากสามีของเธอสามารถเลี้ยงดูได้ Volgy & Schwartz (1980) พบเช่นเดียวกันว่า ผู้ใหญ่ที่มีลักษณะเพศนิยม (sexist) สูงมากเท่าใด ก็จะมีเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงมากขึ้นเท่านั้น Rose, Anderson & Wisocki (1982) รายงานผลเรื่องอิทธิพลจากรายการโทรทัศน์ต่อการกำหนดบทบาททางเพศในนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยว่า นักศึกษาที่เปิดดูรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอบทบาททางเพศของหญิง/ชายตามแบบฉบับ (stereotyped) เช่น ผู้ชายต้องกล้าหาญ ผู้หญิงเจ้าอารมณ์ จะอธิบายคุณลักษณะทางเพศของตนเองในลักษณะตามแบบฉบับเช่นกัน (ดู Gunter, B. 1986)

ผลจากงานวิจัยจำนวนมากนั้นทำให้องค์การ UNESCO ที่พยายามจะทำงานปรับปรุงความสัมพันธ์อันไม่เสมอภาคกันระหว่างหญิงกับชาย สรุปว่า ในขณะที่อุปสรรคสำคัญของภารกิจดังกล่าวก็คือ ทัศนคติที่ฝังรากลึกทั้งในฝ่ายหญิงและผู้ชายที่ยังคงยึดติดอยู่กับสถานภาพเดิม ๆ

ของคนทั้ง 2 เพศ ในการนี้บรรดากลไกสังคมต่าง ๆ รวมทั้งสื่อมวลชนยังเล่นบทบาทส่วนใหญในการบำรุงรักษาและสืบทอดทัศนคติดังกล่าว ในระดับที่ดีขึ้นมากว่านั้นก็คือ การสะท้อนสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่ในสังคม แต่สื่อจะมีบทบาทน้อยมากในการสร้างภาพแห่งสังคมใหม่ที่ชายและหญิงมีความเสมอภาคกัน และไม่ว่าจะมีการค้นคิดประดิษฐ์สื่อประเภทใหม่ ๆ ที่นับวันก็ยังมีประสิทธิภาพทางเทคโนโลยีดียิ่งขึ้น มีอิทธิพลต่อบุคคลมากยิ่งขึ้น แต่ผลการวิจัยด้านสื่อมวลชนก็ยังคงแสดงให้เห็นว่า ข้อสรุปที่กล่าวมาข้างต้นยังคงไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ดู Ceulemans & Fauconnier, 1979)

(2) การศึกษาเรื่องภาพของบทบาทหญิงชายในสื่อมวลชน

ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ความสนใจในหมู่นักสื่อมวลชนสายสตรีนิยมนั้นจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ โดยใช้แนวคิดเรื่อง "บทบาทหญิงชาย" เป็นเกณฑ์ อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของการวิเคราะห์ภาพสะท้อนดังกล่าวก็ได้มีการพัฒนาคลี่คลายไปในแต่ละระยะ

ในระยะเริ่มแรก อาศัยทฤษฎีเรื่องภาพสะท้อน (Reflection Theory) การวิจัยเรื่องภาพของหญิงชายในสื่อจะสนใจตอบคำถามเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ภาพสะท้อนในสื่อ" กับ "ภาพที่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง" เช่น งานวิเคราะห์อาชีพของตัวละครหญิงชายที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ของไทย (ดู จรินทร์, 2535) แนวทางการวิเคราะห์เช่นนี้มักจะใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การนับการปรากฏตัวของผู้หญิงและผู้ชายในรายการโทรทัศน์ และนำมาเทียบกับจำนวนประชากรหญิง-ชายในโลกแห่งความจริงเพื่อตัดสินว่าสื่อได้นำเสนอภาพสะท้อนที่ตรงกับความเป็นจริงหรือบิดเบี้ยวไป

ในระยะต่อมา การศึกษาเรื่องภาพในสื่อมวลชนได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอันเนื่องมาจากอิทธิพลของทฤษฎีเรื่องการสร้างความเป็นจริงในสังคม (Social construction of reality) ทฤษฎีนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า สิ่งที่เราเรียกว่า "ความเป็นจริงทางสังคม" (social reality) นั้นมิใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว (given) หากทว่าเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (constructed) โดยผ่านกลไกสำคัญทางสังคมคือ "ภาษา" ความเป็นจริงทางสังคมจึงถูกประกอบสร้าง (constructed) ถูกรื้อทำลาย (deconstructed) และถูกสร้างขึ้นใหม่ (reconstructed) ตามข้อตกลงทางสังคมในแต่ละช่วงเวลา แต่ละสถานที่ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือ การใช้คำศัพท์เพื่อเรียกผู้ชายที่รักใคร่ชอบพอกับเพศเดียวกันในพจนานุกรมทางการแพทย์ ในระยะแรกจะมีคำบรรยายเรียกพวกเกย์รักร่วมเพศว่าเป็น "พวกวิปริตทางเพศ" ในขั้นต่อมาก็เรียกว่าเป็น "พวกเจ็บป่วยทางเพศ" จนกระทั่งในขั้น

สุดท้ายจะเรียกว่าเป็น "ผู้ที่รสนิยมทางเพศอีกแบบหนึ่ง เป็นต้น

เมื่อนำทฤษฎีการสร้างความเป็นจริงทางสังคมมาใช้ในการวิเคราะห์ภาพของหญิง-ชาย ในสื่อ แนวทางการศึกษาจึงไม่มุ่งที่จะกลับไปตรวจสอบย้อนหลังว่า **ภาพในสื่อใกล้เคียงหรือเบี่ยงเบนจากโลกที่เป็นจริงหรือไม่** หากแต่สนใจที่จะตอบคำถามพุ่งไปข้างหน้าว่า **ภายในสื่อ นั้นได้มีส่วนการสร้างความเป็นจริงทางสังคมให้แก่คนแต่ละเพศแต่ละวัยอย่างไรบ้าง** ตัวอย่างเช่น หากนางเอกภาพยนตร์เรื่อง Pretty woman ที่มีอาชีพเป็นโสเภณีสามารถจะประสบความสำเร็จในชีวิตเมื่อเธอสามารถก้าวมาเป็นหวานใจมหาเศรษฐีหนุ่มรูปหล่อได้ ภาพดังกล่าว สร้างความเป็นจริงทางสังคมให้แก่กลุ่มโสเภณีอย่างไรบ้าง

เมื่อมีการปรับแนวคิดในทฤษฎี วิธีการวิจัยก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจาก กระบวนการสร้างความเป็นจริงทางสังคมนั้น กระทำผ่าน "ภาษา" ทั้งที่เป็นวจนภาษา (Verbal communication) เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน และอวจนภาษา (Non-verbal communication) เช่น การแสดงอากัปกริยา การแต่งกาย ฯลฯ โดยจะให้ความสนใจกับการ**สื่อความหมาย (meaning) ในกระบวนการใช้ภาษาจริง ๆ (speech act)** เช่น การที่ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์สตรีต้องนำเอา ชุดสูทของผู้ชายมาใส่ นั่นมีความหมายว่าอย่างไร ดังนั้น การวิจัยภาพสะท้อนต่าง ๆ ของหญิง-ชายในสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีการสร้างความเป็นจริงทางสังคมนั้น จึงมักใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การอ่านความหมายจากภาพที่แสดงออกมา ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางกายภาพ การแสดง พฤติกรรมทั้งที่เปิดเผยและซ่อนเร้น การศึกษาวิธีการนำเสนอ เช่น ข่าวโทรทัศน์ไทยมีวิธีการ นำเสนอข่าวข่มขืนอย่างไร และนำไปสู่การสร้างความหมายของเหตุการณ์การข่มขืนอย่างไร

สำหรับในการวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย" นี้ เริ่มมาจากการสังเกตปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในโลกของสื่อมวลชนของผู้วิจัยที่พบว่า ในเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสังเกตพบว่า ในรายการโทรทัศน์บางประเภท เช่น รายการข่าวโทรทัศน์นั้น เริ่มต้นจากที่ผู้หญิงมีบทบาทและมีส่วนร่วมเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ยี่สิบปีมานี้ ผู้หญิงก็ยิ่งเพิ่มบทบาทมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ในฐานะผู้ประกาศข่าวประเภทต่าง ๆ แม้แต่ข่าวกีฬา แต่ทว่า ท่ามกลางพัฒนาการที่โน้มนำไปสู่ความเท่าเทียมกันในเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยยังไม่แน่ใจว่า ในมิติเชิงคุณภาพแล้ว ปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นของผู้หญิงในโลกของสื่อมวลชนจะมีความหมายอย่างไรบ้าง ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพประกอบกัน โดยจะให้น้ำหนักกับการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นสำคัญ

(3) ความแตกต่างระหว่างสื่อแต่ละประเภท

จุดอ่อนประการหนึ่งของการศึกษาสื่อมวลชนเท่าที่ผ่านมาก็คือ งานวิจัยมักจะทำให้ความสนใจกับตัวแปรที่เป็น "ประเภทของสื่อ" น้อยเกินไป กล่าวคือ มักไม่ค่อยมีการหยิบยกธรรมชาติทั้งทางเทคนิค ทางสังคม-การเมือง-วัฒนธรรม-เศรษฐกิจของสื่อมาพิจารณาประกอบผลการอภิปรายมากนัก โดยเฉพาะมักจะไม่ค่อยนำเอาประเภทของสื่อมาเชื่อมโยงกับประเด็นที่จะศึกษาเท่าใดนัก ตัวอย่างเช่น ภาพของหญิงและชายในภาพยนตร์และโทรทัศน์มีข้อเหมือน-ข้อต่างกันอย่างใด ความเป็นสื่อภาพยนตร์และสื่อโทรทัศน์ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับข้อเหมือนและข้อต่างกันอย่างไบบ้าง (ดู Zoonen, 1994)

ความแตกต่างระหว่างประเภทของสื่อที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องบทบาทหญิงชายที่จะวิเคราะห์นี้อาจจะพิจารณาได้ในหลายแง่มุม เช่น

- **ความแตกต่างเชิงเทคนิค** สำหรับวัตถุประสงค์ที่จะใช้ศึกษานี้คือ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีภาพที่เคลื่อนไหวประกอบกับเสียง ทำให้แตกต่างจากสื่อวิทยุที่มีแต่เสียงเพียงอย่างเดียว และแตกต่างจากภาพในนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ที่เป็นภาพนิ่ง รวมทั้งแตกต่างจากการบรรยายด้วยตัวอักษรในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ และถึงแม้ว่าสื่อโทรทัศน์จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับสื่อภาพยนตร์ แต่ทว่าลักษณะทางเทคนิคในการรับชมก็แตกต่างกัน เนื่องจากการดูโทรทัศน์จะมีลักษณะเป็นส่วนตัว อยู่ที่บ้าน มากกว่าการไปดูหนังซึ่งเป็นที่สาธารณะและอยู่นอกบ้าน

- **ความแตกต่างเชิงเศรษฐกิจ/สังคม/การเมือง/วัฒนธรรม** ในทางเศรษฐกิจสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่ต้องจ่ายเงินโดยตรงเช่นหนังสือพิมพ์และภาพยนตร์ ทำให้โอกาสของการเปิดรับชมมีสูงกว่ ในทางการเมือง สื่อโทรทัศน์ของไทยเป็นสื่อของรัฐ ซึ่งแตกต่างจากหนังสือพิมพ์นิตยสาร และภาพยนตร์ที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ ระดับความเข้มงวดในการควบคุมจึงน่าจะมีมากกว่า ในทางสังคม-วัฒนธรรม สื่อโทรทัศน์ไม่เรียกร้องระดับการอ่านออกเขียนได้ของผู้รับสารเช่นหนังสือพิมพ์ ดังนั้นจึงไม่มีกำแพงทางวัฒนธรรมของระดับการศึกษา กลุ่มผู้หญิงที่ด้อยการศึกษาก็มีโอกาสเข้าถึงสื่อโทรทัศน์

- **ความแตกต่างในแง่ภาพลักษณ์** เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็นสื่อที่มีสาระ (serious media) เนื่องจากเนื้อหาหลัก ๆ ของสื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นเรื่องข่าวสารการบ้านการเมืองที่มีความสำคัญ แต่สื่อโทรทัศน์นั้นตั้งแต่เริ่มเปิดตัวมาก็จะถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง (entertainment media) ภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นตัวกำหนดการ

รับรู้ของผู้ชมที่จะเปิดดูโทรทัศน์เพื่อความสนุกสนาน เพื่อผ่อนคลาย ฯลฯ และยังมีผลมาถึงฝ่ายผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ไม่ว่าจะทำรายการประเภทใดตั้งแต่รายการเกมโชว์ ละคร ไปจนกระทั่งถึงข่าวและสารคดี (ซึ่งมีเนื้อหาสาระที่จริงจัง) ก็ยังต้องสอดแทรกความบันเทิงสนุกสนานเข้าไปในทุกรายการ

● **ความแตกต่างในเชิงบทบาทหญิง-ชาย** เมื่อนำเอาเรื่องบทบาทหญิง-ชายมาจับดูประเภทของสื่อก็จะพบว่า จากประวัติศาสตร์พัฒนาการที่ผ่านมา หนังสือพิมพ์จะถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อของผู้ชายเนื่องจากทั้งผู้จัดทำ ผู้อ่านและเนื้อหาข้างในเป็นเรื่องแบบผู้ชายเช่นเดียวกับภาพยนตร์ที่เป็นสื่อที่ผู้ชายจับจองพื้นที่เอาไว้ก่อน ส่วนนิตยสารนั้นเกิดขึ้นมาสำหรับกลุ่มผู้อ่านสตรีจึงมีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง และถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อของผู้หญิง สำหรับวิทยุและโทรทัศน์นั้นอาจจัดได้ว่าเป็นสื่อของทั้งหญิงและชาย หรือเป็นสื่อของครอบครัว

จากคุณลักษณะประจำตัวของสื่อแต่ละประเภทที่กล่าวมาข้างต้น นำมาสู่อุปสรรคสำหรับสื่อที่เป็นวัตถุประสงค์ทางการศึกษาในครั้งนี่คือ สื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อสังคมและชีวิตประจำวันของประชาชน เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ นับตั้งแต่ความแพร่หลายของสื่อโทรทัศน์ที่มีอยู่ในเกือบทุกหลังคาเรือนของประเทศไทย จำนวนเวลาที่ประชาชนใช้กับโทรทัศน์จะมีมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ในการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสารทุกครั้ง สื่อโทรทัศน์จะติดอันดับหนึ่งเสมอในฐานะแหล่งข่าวสารและความบันเทิงแห่งแรกของประชาชน นอกจาก**ข้อได้เปรียบในเชิงปริมาณแล้ว** โทรทัศน์ก็ยังมี**ข้อได้เปรียบในเชิงคุณภาพ**อีกมากมายดังที่กล่าวมาแล้ว เช่น เป็นสื่อที่ดูสมจริงเพราะมีทั้งภาพและเสียง เป็นสื่อที่ใช้ได้ฟรี ๆ สะดวกสบายเนื่องจากตั้งอยู่ภายในบ้าน มีเวลาแพร่ภาพยาวนานเกือบ 24 ชั่วโมง มีประเภทรายการมากมายหลายแบบให้เลือกชม ฯลฯ ด้วยอิทธิพลอันมหาศาลทั้งด้านปริมาณและคุณภาพดังกล่าว จึงปรากฏว่าในสังคมบางสังคมเช่น สหรัฐที่ผู้คนใช้เวลาดูโทรทัศน์อย่างมากมาย (วันละ 6-7 ชั่วโมง) นักวิชาการจึงกล่าวว่า เรากำลังอยู่ในยุคสมัยของวัฒนธรรมที่มีโทรทัศน์เป็นศูนย์กลาง (Television culture)

สำหรับในกรณีของประเทศไทย ก็ได้รับอิทธิพลจากสื่อโทรทัศน์ไม่น้อยไปกว่าสหรัฐ แต่ทว่าเมื่อสำรวจงานศึกษาวิจัยสื่อมวลชนแล้ว จะพบว่ายังมีงานศึกษาวิจัยอยู่ไม่มากนัก โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องบทบาทหญิงชาย กาญจนา (2539) สำรวจพบว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2520-2535 มีงานวิจัยเรื่องโทรทัศน์กับบทบาทหญิงชายเพียง 3 ชิ้นเท่านั้น สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ก็คงเนื่องมาจากความยากลำบากในการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องมีเครื่องมือพิเศษ (คือเทปบันทึก) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในยุคสมัยที่ยังไม่มีการค้นคิดเครื่องบันทึกเทปโทรทัศน์ที่ใช้ตามบ้าน การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อการ

วิจัยจึงแทบเป็นไปไม่ได้ แม้แต่ในยุคสมัยที่มีเครื่องมือบันทึกเทปไว้แล้ว ก็ยังมีปัญหาอุปสรรคในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ไม่น้อย และทำได้ยากในการรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต (ดังประจักษ์พยานในการวิจัยครั้งนี้ซึ่งจะได้กล่าวถึงต่อไป) ดังนั้น งานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายจึงมักพบอยู่ในการศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งให้ความสนใจกับการศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายจากสื่อโทรทัศน์เพื่อเสริมเพิ่มเติมองค์ความรู้ที่มีอยู่ และเพื่อทำความเข้าใจกับสื่อที่ทรงอิทธิพลประเภทนี้

(4) รายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้นจะประกอบด้วยรายการประเภทต่างๆ ที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละรายการมีเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ลักษณะเนื้อหา วิธีการนำเสนอ รวมทั้งมีภาพลักษณ์และคุณค่า (value) ที่รับรู้แตกต่างกัน ในการศึกษาสื่อโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องระบุอย่างเจาะจงว่า เป็นการศึกษารายการประเภทใด

มีวิธีการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์โดยใช้เกณฑ์แบ่งได้หลาย ๆ เกณฑ์ มีเกณฑ์ 2-3 เกณฑ์ซึ่งเป็นที่รับรู้กันในหมู่ประชาชนทั่วไปก็เช่น **การใช้อายุเป็นเกณฑ์** ซึ่งจะทำให้แบ่งรายการออกได้เป็นรายการสำหรับเด็ก สำหรับผู้ใหญ่ สำหรับผู้สูงอายุ หรือ**การใช้เป้าหมายรายการเป็นตัวแบ่ง**เช่น รายการที่มุ่งให้ข่าวสารข้อมูล ซึ่งได้แก่ รายการข่าว รายการที่มุ่งให้ความรู้ได้แก่ รายการสารคดี รายการที่มุ่งให้ความบันเทิง เช่น ละคร รายการเพลง เกมโชว์ ฯลฯ

สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ จะเลือกใช้เกณฑ์ 2 เกณฑ์ที่เป็นตัวแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์เพื่อให้สอดคล้องกับประเด็นการวิจัยดังนี้คือ

(ก) **รายการที่เป็นเรื่องจริง (Non-Fiction)** กับ **ที่เป็นเรื่องแต่ง (Fiction)** รายการประเภทเรื่องจริงได้แก่ รายการที่มุ่งให้ข่าวสารข้อมูลและความรู้ เช่น รายการข่าวและสารคดี โดยมีมาตรฐานการทำงานว่า เรื่องราวที่นำมาเสนอนั้นต้องมีความจริงและถูกต้องตามแบบฉบับของการทำงานด้านวารสารศาสตร์ (Journalistic) ภาพลักษณ์ของรายการประเภทนี้จะเป็นรายการที่มุ่งให้สาระ มีประโยชน์ด้านประเทืองปัญญาแก่ผู้ชม (serious programs) และมักถูกจัดวางว่าเป็นรายการที่มีคุณค่า

ส่วนรายการอีกประเภทหนึ่งคือ **รายการประเภทเรื่องที่แต่งขึ้น (Fiction)** อันได้แก่รายการประเภทละครเพลง เกมโชว์ การ์ตูน ฯลฯ เป้าหมายของรายการประเภทนี้มุ่งที่จะให้ความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ภาพลักษณ์ของรายการประเภทนี้จึงเป็นรายการที่ช่วยบำรุงอารมณ์ ให้ความสนุกสนานเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตการทำงานของผู้ชม ใน

เชิงคุณค่าแล้วจะมีน้อยกว่ารายการประเภทข่าวสารความรู้

เมื่อมีการแบ่งประเภทรายการออกเป็น 2 ขั้วดังนี้ ก็ยังมีรายการบางประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างขั้วทั้งสอง เช่น รายการที่มีเนื้อหาสาระให้ความรู้ แต่ก็มีวิธีการนำเสนออย่างสนุกสนานบันเทิง (ที่เรียกภาษาวิชาการว่า Edutainment) เช่น รายการแข่งขันตอบปัญหาความรู้ เกมโชว์ตอบปัญหาภาษาอังกฤษ รวมทั้งรายการประเภททอล์กโชว์ ปกิณกะบันเทิง (วาไรตี้โชว์) ที่มีลักษณะเป็นลูกผสม (hybrid) ระหว่างรายการประเภทเรื่องจริงและเรื่องแต่ง ภาพลักษณ์และคุณค่าของรายการนั้นก็อยู่กึ่ง ๆ กลาง ๆ ระหว่างประเทืองปัญญาและบำรุงอารมณ์ตามสัดส่วน "การมีสาระ" และ "การให้ความบันเทิง" ที่มีอยู่ในแต่ละรายการ

สำหรับขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ จะเลือกรายการข่าวโทรทัศน์ ซึ่งจัดว่าเป็นรายการประเภทเรื่องจริงที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นรายการที่มีประโยชน์มุ่งให้สาระและมีคุณค่าสูง กับรายการประเภทลูกผสม คือรายการทอล์กโชว์ และวาไรตี้โชว์ เนื่องจากงานวิจัยเรื่องบทบาทหญิง-ชายในรายการโทรทัศน์เท่าที่ผ่านมา มีแต่การทำวิจัยในรายการประเภทเรื่องแต่ง เช่น ละครโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ และยังไม่มีการวิจัยใน 2 ประเภทรายการที่นำมาศึกษาในครั้งนี้

(ข) **รายการเพศหญิงและรายการเพศชาย** เมื่อนำเอาประเด็นเรื่อง "บทบาทหญิง-ชาย" เข้ามาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ เราก็อาจจะจัดรายการทั้งหมดออกได้เป็น 3 ประเภทคือ รายการเพศหญิง รายการเพศชาย และรายการที่ไม่มีเพศ (Non-gendered program) โดยที่คุณลักษณะทางเพศของรายการนั้น ๆ อาจจะมาจกต้นกำเนิดของรายการนั้น ๆ เอง เช่น ข่าวโทรทัศน์นั้นเป็นรายการเพศชาย เนื่องจากเป็นประเภทข่าวที่ต่อเนื่องมาจากหนังสือพิมพ์ หรืออาจจะใช้คุณลักษณะของเนื้อหารายการ เช่น รายการทอล์กโชว์นั้นเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งเรื่องแบบผู้ชาย (เช่น การเมือง-เศรษฐกิจ) และเรื่องแบบผู้หญิง (เช่น ครอบครัว การแต่งกาย) หรือเนื้อหาแบบ "หญิงก็ดูได้ ชายก็ดูดี" เช่น เนื้อหาในแวดวงบันเทิง นอกจากนี้คุณลักษณะทางเพศของรายการยังอาจจะมาจากลักษณะของกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการผู้หญิงนั้น ผู้ผลิตรายการจะคิดไว้ในใจเลยว่าเป็นรายการที่ทำให้กลุ่มผู้หญิงเป็นคนดู

ตัวอย่างของรายการในแต่ละประเภทอาจมีดังนี้

(i) **รายการของผู้หญิง** หรือ **รายการเพศหญิง** ได้แก่ รายการละคร ภาพยนตร์ เพลงเบา ๆ รายการผู้หญิง รายการสอนทำอาหาร ตัดเย็บเสื้อผ้า รายการแฟชั่นเสริมสวย ฯลฯ

(ii) **รายการของผู้ชาย หรือ รายการเพศชาย** ได้แก่ รายการข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา รายการความรู้วิทยาศาสตร์ ความรู้ทางช่าง ภาพยนตร์ สงคราม สารคดี ฯลฯ

(iii) **รายการประเภทกลาง ๆ** ได้แก่ รายการทอล์กโชว์ วาไรตี้โชว์ สารคดี ประเภทศิลปะวัฒนธรรม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้จะเลือกขอบเขตที่ศึกษาคือ รายการข่าวซึ่งเป็นรายการเพศชาย และรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้ซึ่งเป็นรายการแบบกลาง ๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ เหตุผลข้อแรกเป็นเหตุผลที่ต่อเนื่องมาจากปริมาณงานวิจัยในอดีตที่ได้กล่าวมาแล้วคือ ในวงวิชาการของไทย เมื่อมีการศึกษาประเด็นบทบาทหญิง-ชาย จะเลือกศึกษาแต่รายการเพศหญิง เช่น ละครโทรทัศน์หรือรายการสำหรับสตรี แต่ยังไม่มีการศึกษาวิจัยรายการเพศชาย เช่น ข่าว หรือรายการประเภทกลาง ๆ เช่น ทอล์กโชว์หรือวาไรตี้โชว์เลย

ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งเป็นเหตุผลในเชิงวิชาการของเรื่องการสื่อสารแนวสตรีนิยม เนื่องจากรายการเพศชายและรายการประเภทกลาง ๆ นั้น มีภาพลักษณ์ว่าเป็นรายการที่มีคุณค่าและมีสาระ ผู้ดูผู้ชมก็มีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ดังนั้นบทบาทของหญิง-ชายที่ปรากฏอยู่ในรายการประเภทนี้จึงน่าจะมีความสำคัญในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมให้แก่ทั้งผู้หญิงและผู้ชายที่เป็นกลุ่มผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชายที่อาจจะหลุดหายไปจากเนื้อหาของรายการของผู้หญิง และในประเภทรายการเหล่านี้ก็อาจจะเป็น "พื้นที่ที่เหมาะสม" ที่จะเสริมสร้างความเป็นจริงใหม่ ๆ ที่เกี่ยวกับบทบาทหญิง-ชายได้เป็นอย่างดี

ปัญหานำวิจัย

1. ภาพสะท้อนของบทบาทหญิง-ชายที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ในโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างไรบ้าง
2. ภาพสะท้อนของบทบาทหญิงชายที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการข่าวโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีการนำเสนอภาพของบทบาทหญิงชายที่ปรากฏในรายการ

ทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ในโทรทัศน์ไทย

(2) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีการนำเสนอภาพของบทบาทหญิงชายที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์ไทย

(3) เพื่อนำเสนอข้อคิดเห็นเพื่อการพัฒนาเนื้อหาและวิธีการนำเสนอภาพของบทบาทหญิงชายในรายการทั้งสองประเภท

ขอบเขตการวิจัย

- สำหรับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น ศึกษาจากรายการที่นำเสนอทางโทรทัศน์ ช่อง 3 5 7 9 11 และไอทีวี ซึ่งออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2540 ถึง 31 สิงหาคม 2540 โดยไม่รวมรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่เสนอสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ เช่น ครอบเครื่องเรื่องผู้หญิง ผู้หญิงอยากรู้ เป็นต้น

- สำหรับรายการข่าวโทรทัศน์ ศึกษาจากรายการข่าวภาคค่ำที่นำเสนอทางโทรทัศน์ช่อง 3 5 7 9 11 และไอทีวี ซึ่งออกอากาศตั้งแต่วันที่ 22 พฤศจิกายน 2542-5 ธันวาคม 2542

นิยามศัพท์

ในที่นี้จะนิยามแต่เฉพาะคำศัพท์ที่สำคัญ ๆ เท่านั้น ส่วนคำศัพท์เฉพาะบทจะไปนิยามอีกครั้งเมื่อถึงเนื้อหาในบทนั้น ๆ

รายการทอล์กโชว์ หมายถึงรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ไทยที่มีพิธีกร เป็นนักพูดหรือนักแสดงหรือดารามาเป็นตัวยี่นโรงโดยการพูดเป็นหลักหรือเป็นแกนนำของรายการ ซึ่งอาจมีทั้งการพูดเดี่ยว การสัมภาษณ์ การสนทนา และการอภิปราย และแทรกความบันเทิงเบ็ดเตล็ดเข้าไปด้วย

รายการวาไรตี้โชว์ (ปกิณกะบันเทิง) หมายถึง รายการบันเทิงทางโทรทัศน์ไทยที่เป็นการรวบรวมเอารูปแบบศิลปะความบันเทิงหลายรูปแบบไว้ด้วยกันในรายการเดียว ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Variety show ได้แก่ การแสดง การร้องเพลง การสัมภาษณ์บุคคล การแสดงตลก การเต้นระบำ การเล่นเกมเบาสมอง

รายการข่าวโทรทัศน์ เป็นรายการที่จัดและผลิตขึ้นโดยใช้รูปแบบของการประกาศ อ่านคำ

บรรยาย และการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ หลากหลายกันไป การนำเสนอที่นี้อาจทำได้ด้วยการใช้ภาพทั้งหมดหรือใช้ภาพเป็นบางส่วน หรือรายงานแต่คำบรรยายโดยปราศจากภาพ

เนื้อหาของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ หมายถึง การวิเคราะห์เนื้อหาใน 2 มิติคือ

- (1) เนื้อหาการพัฒนาสตรีใน 3 ระดับ คือ ระดับส่วนตัว ครอบครัว และโลกภายนอก
- (2) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ (Gender related)

เนื้อหาของรายการข่าวโทรทัศน์ หมายถึง การวิเคราะห์เนื้อหาใน 2 มิติ คือ

- (1) เนื้อหาการพัฒนาสตรีใน 3 ระดับ คือ ระดับส่วนตัว ครอบครัว และโลกภายนอก
- (2) เนื้อหาที่เป็นเรื่องประเด็นสตรี (Women issue)

วิธีการนำเสนอของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ หมายถึง วิธีการนำเสนอใน 3 มิติคือ

- (1) การนำเสนอภาพโดยรวม (ปริมาณตัวละคร ลักษณะสุนทรีย์ และลักษณะของฉาก)
- (2) การนำเสนอพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร
- (3) การนำเสนอแขกรับเชิญในรายการ

วิธีการนำเสนอจากรายการข่าวโทรทัศน์ หมายถึง การวิเคราะห์ใน 3 มิติคือ

- (1) การนำเสนอภาพโดยรวมของปริมาณตัวละคร
- (2) การนำเสนอผู้อ่านข่าว
- (3) การนำเสนอผู้ที่เป็นข่าว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(1) **ในด้านวิชาการ** สามารถนำเกณฑ์การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ที่ใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายไปพัฒนาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์รายการประเภทอื่น ๆ ในโทรทัศน์

(2) **ในด้านวิชาชีพ** สามารถนำผลการวิจัยไปนำเสนอต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความตระหนักในเรื่องบทบาทหญิงชาย

(3) **ในด้านสตรีนิยมและสตรีศึกษา** เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ที่ทำงานอยู่ในแวดวงสตรีนิยมและสตรีศึกษามีความสนใจและมีข้อมูลที่จะทำงานกับกลไกทางสังคม เช่น สื่อโทรทัศน์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายนี้มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอยู่หลายแง่มุม ดังนั้น เนื้อหาที่จะกล่าวถึงในตอนต่อไปนี้จะประกอบด้วย

- (1) พัฒนาการของการศึกษาประเด็นหญิงชายในสื่อ
- (2) ทฤษฎีการศึกษาสื่อมวลชนในแนวสตรีนิยม (Feminist Media Theory)
- (3) แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัยเรื่องประเภทรายการโทรทัศน์
- (4) งานศึกษาสื่อโทรทัศน์กับประเด็นหญิงชายในต่างประเทศ
- (5) ประเด็นหญิงชายกับประเภทรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ
- (6) งานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อมวลชนไทย

(1) พัฒนาการของการศึกษาประเด็นหญิงชายในสื่อ

ดังที่ได้เกริ่นมาแล้วในตอนต้นว่า พัฒนาการของการศึกษาสื่อมวลชนนั้นสามารถจะแบ่งได้เป็น 3 ช่วงเวลาใหญ่ ๆ คือ

- **ยุคแรก** (1900-1940) เป็นช่วงเวลาที่แนวทางในการศึกษาจะมุ่งไปผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร (Effect/Impact study) โดยเน้นการวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience study)
- **ยุคสอง** (1940-1970) เป็นช่วงเวลาที่ให้ความสนใจในตัวผลงานของสื่อที่เรียกว่า "ตัวบท" (text) วิธีการที่ศึกษาคือการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)
- **ยุคสาม** (1970-ปัจจุบัน) เป็นช่วงเวลาที่ให้ความสนใจในการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับผู้รับสาร กล่าวคือนอกจากจะมีการวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว จะต้องมีการสำรวจด้วยว่าผู้รับสารได้รับรู้และตีความเนื้อหาสารนั้นอย่างไร

สำหรับงานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย" นี้ จะจัดอยู่ในแนวทางของการศึกษายุคที่สอง คือ จะให้ความสนใจในการวิเคราะห์ "ตัวบท" อันได้แก่ รายการข่าวโทรทัศน์และรายการทอล์กโชว์-วาไรตี้โชว์

อย่างไรก็ตาม **แนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา** โดยเฉพาะในประเด็นบทบาทหญิง-ชายนั้นก็ ได้มีพัฒนาการคลี่คลายมาเช่นเดียวกัน โดยอาจแบ่งหยาบ ๆ ได้เป็น 2 ยุคคือ

- **ยุคเริ่มแรกของการศึกษาภาพสะท้อน** นับตั้งแต่ช่วงปี 1940-1980 ได้เริ่มมีกลุ่มนักวิชาการด้านสื่อมวลชนสายสตรีนิยม (โดยเฉพาะกลุ่ม Liberal Feminist - ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากผลงานของสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อศึกษาภาพสะท้อนของหญิงและชาย คำถามหลักในการวิจัยมุ่งที่จะตอบปัญหาว่า มีปริมาณภาพของผู้หญิงและผู้ชายมากน้อยเพียงใดในสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นภาพอะไรบ้าง (what is) ภาพดังกล่าวมีลักษณะที่หลากหลายหรือเป็นภาพที่ตายตัวเป็นแบบฉบับ (stereotype) และภาพในสื่อเหล่านั้นเป็นภาพที่สะท้อนความเป็นจริงหรือว่าบิดเบือนความเป็นจริง สำหรับวิธีการวิจัยในยุคแรกนี้จะใช้วิธีการเชิงปริมาณ หรือการนับปริมาณความถี่ของตัวละครหญิงชาย ความถี่ของบทบาทต่าง ๆ เป็นต้น

- **ยุคหลังของการศึกษาภาพสะท้อน** ในช่วงทศวรรษ 1980 Rakow (1986) เริ่มเปิดประเด็นใหม่ว่า ไม่มีประโยชน์อันใดที่จะไปทำวิจัยพิสูจน์ว่า ภาพของหญิงชายที่สะท้อนอยู่ในสื่อ นั้นมีภาพอะไรบ้าง เพราะเราก็คงจะได้พบเห็นแต่ภาพแบบเก่า ๆ เป็นส่วนใหญ่ โดยอาจจะจะมีภาพแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาพอให้เห็นเป็นผักชีโรยหน้า และถึงแม้เราจะต่อสู้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพดังกล่าวในสื่อมวลชน ก็มีได้หมายความว่า โลกแห่งความเป็นจริงจะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย Rakow กล่าวว่า แทนที่จะค้นหาปริมาณ/จำนวนภาพสะท้อนของหญิงชายในสื่อ นักสื่อมวลชนสายสตรีนิยมควรที่จะวิเคราะห์ว่าในภาพเหล่านั้นมีอุดมการณ์ทางเพศ (Sexist ideology) อะไรที่แฝงอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชนจะดีกว่า ทั้งนี้เพราะอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในตัวบทนั้นจะเป็นตัวการสร้างสรรค์เอกลักษณ์ทางเพศให้แก่คนแต่ละเพศ (Gender identity)

เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิด วิธีการวิจัยก็จะปรับเปลี่ยนแนวทางไปด้วย ในการวิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศที่แฝงอยู่ในผลงานของสื่อ นั้น จะใช้เพียงวิธีการวิเคราะห์ปริมาณเท่านั้นไม่ได้ หากทว่าจำเป็นจะต้องนำเอาการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเข้ามาประกอบหรือใช้เป็นวิธีการหลัก ดังนั้น ปัญหานำการวิจัยจึงไม่เพียงพอที่จะตอบแต่เพียงว่า มีการนำเสนอภาพอะไรจำนวนเท่าไรเท่านั้น (what is) แต่จะต้องพิจารณาต่อไปในเชิงคุณภาพว่า ภาพนั้นถูกนำเสนอ **อย่างไร** (how to) ตัวอย่างเช่น งานศึกษาเรื่องภาพของแม่ในภาพยนตร์ไทยที่บงกช (2533) วิเคราะห์ลงไปรายละเอียดพบว่า ในขณะที่มีภาพของแม่หลาย ๆ แบบ นับตั้งแต่ แม่ที่ควบคุม

ชีวิตลูก แม่ที่เป็นเพื่อนลูก แม่ที่เป็นทาสลูก แม่ที่เรียกร้องราวกับเป็นเจ้าของนี่ชีวิตลูก แม่ที่เสียสละ แม่ที่ดีประดุจแม่พระ ฯลฯ แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงอุดมการณ์ของความเป็นแม่ด้วยการดูวิธีการ จัดลำดับคุณค่าที่ภาพยนตร์ให้กับแม่แต่ละชนิด ผู้วิจัยก็พบว่า สำหรับแม่ที่รักตัวเองมากพอ ๆ กับรักลูก แม่ที่พยายามเลี้ยงลูกให้เป็นตัวของตัวเอง ยังมีคุณค่าน้อยกว่า (ในสายตาของหนัง) แม่ที่เสียสละทุกอย่างเพื่อลูก แม่ที่ดีประดุจแม่พระ แม่ที่ยอมทุกขระทมเพื่อลูก นี่เท่ากับเป็นวิธีสอน ผู้หญิงในสังคมว่าให้ผู้หญิงรู้จักรักคนอื่น แต่ไม่ให้รักตนเองนั่นเอง

แนวทางสำคัญสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาจะเน้นเรื่องรูปแบบ/วิธีการนำเสนอ (Form of presentation) ตัวอย่างเช่น วิธีการเล่าเรื่อง (narration) เช่น การสร้างให้ตัวละครเพศใดเป็นตัวละครหลัก ตัวละครรอง ตัวละครเพศใดเป็นผู้มีปัญหา ผู้แก้ปัญหา ในกรณีของข่าวโทรทัศน์ เราอาจจะวิเคราะห์ว่า ใครเป็นผู้กระทำ (actor) ใครเป็นเหยื่อ (victim) หรือในกรณีของรายการทอล์กโชว์นั้น เพศใดเป็นพิธีกรหลัก ใครเป็นผู้ช่วยพิธีกร เป็นต้น

Zoonen L.V. (1994) ประมวลวิธีการวิเคราะห์ประเด็นหญิงชายในการศึกษาสื่อไว้ดังนี้คือ

- ดู Mutual relationship คือพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครเพศต่าง ๆ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครที่เป็นพระเอก-นางเอก นางเอก-นางผู้ร้าย เป็นต้น

- ดู Contribution to/involvement in narration คือ การพิจารณาบทบาทหรือการมีส่วนร่วมของตัวละคร/ตัวแสดงเพศต่าง ๆ ที่มีต่อการเล่าเรื่อง เช่น ผู้อ่านข่าวเพศใดจะได้อ่านข่าวประเภทใด

- ดู Visualization คือ การศึกษาภาพต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหน้าตา วิธีการแต่งกาย การแสดงอากัปกริยา ฉาก ฯลฯ

- วิเคราะห์สถานภาพ (status) ของตัวละครแต่ละประเภท เช่น เป็นผู้กระทำหรือเป็นผู้ถูกกระทำ เป็นผู้สร้าง/ผู้แก้ปัญหา เป็นต้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะใช้ทั้งการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยจะใช้ข้อเสนอของ Zoonen (1994) เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือการวิเคราะห์

(2) ทฤษฎีการศึกษาสื่อมวลชนแนวสตรีนิยม (Feminist Media Theory)

Zoonen (1994) และ Kaplan E.A. (1987) ได้ประมวลแนวทางการศึกษาสื่อมวลชนที่นำเอามิติของสตรีนิยม (Feminism) เข้ามาผนวกด้วยว่าสามารถจะจำแนกได้เป็น 6 กลุ่มใหญ่ ๆ

ดังนี้

(i) **กลุ่ม Domestic Feminism** กลุ่มนี้จะมีแนวคิดพื้นฐานที่พอใจแล้วกับบทบาทและขอบเขตที่สังคมแบบชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) ได้มอบหมายมาให้ และจะมีความภาคภูมิใจกับการเล่นบทบาทเป็นแม่อันประเสริฐ เป็นแม่บ้านที่อยู่กับเหย้ากับเรือน โดยมองเห็นว่า ความเป็นหญิงนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ เช่น เป็นผู้หญิงก็ต้องมีสัญชาตญาณแห่งความเป็นแม่ ขอบเขตของผู้หญิงนั้นควรอยู่ภายในบ้านหรือถือเอาครอบครัวเป็นศูนย์กลางแห่งชีวิต สำหรับแนวคิดดังกล่าวจะปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์ประเภทสอนทำกับข้าว เย็บปักถักร้อย การดูแลเลี้ยงดูลูก เป็นต้น

(ii) **กลุ่ม Liberal Feminism** กลุ่มสตรีนิยมกลุ่มนี้เริ่มไม่พอใจกับการจำกัดขอบเขตให้ผู้หญิงอยู่แต่ในบ้านเช่นกลุ่มแรก และเห็นว่าผู้หญิงจำเป็นต้องก้าวออกไปสู่โลกภายนอก ในชีวิตการทำงานนอกบ้าน ผู้หญิงจะต้องเรียกร้องโอกาสที่เท่าเทียมและเสมอภาคกับชาย นอกจากนี้ยังเห็นว่า จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนลักษณะของครอบครัวให้สอดคล้องกับสถานะใหม่ ๆ ของผู้หญิง น่าสังเกตว่า กลุ่มสตรีนิยมในประเทศไทยจะสังกัดอยู่ในแนวทางนี้ค่อนข้างมาก

เมื่อลงมือทำวิจัย กลุ่ม Liberal Feminism มักจะใช้วิธีการเชิงปริมาณและคุณภาพ วิเคราะห์เนื้อหาผลงานของสื่อเพื่อดูปริมาณของภาพสะท้อนของหญิงและชายที่ปรากฏ ตัวอย่างเช่น Diana Meehan (1983) วิเคราะห์รายการละครโทรทัศน์ประเภท Sit com ชุด Ladies of the Evening และได้นำภาพดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับสภาพความเป็นจริง นอกจากนี้ Meehan ยังได้วิเคราะห์ในเชิงพัฒนาการตั้งแต่ทศวรรษ 1950-1970 เพื่อดูว่ามีความเปลี่ยนแปลงหรือต่อเนื่องอย่างไรกับภาพของหญิงชายในรายการดังกล่าว

ผู้วิจัยได้ข้อสรุปผลการวิจัยว่า ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในรายการนั้นมีอยู่อย่างหลากหลายมาก ทั้งที่เป็นภาพ "หญิงคนดี" และ "หญิงร้ายกาจ" แต่ทว่าไม่ว่าจะเป็นหญิงดีหรือเลว พวกเธอต่างก็มีชะตากรรมร่วมกัน คือมีฐานะที่เป็นรองต่อผู้ชายทั้งสิ้น ในขณะที่สตรีที่เป็น "แม่บ้าน" จะต้องขึ้นต่อผู้ชายที่เป็นพ่อบ้านทั้งด้านเศรษฐกิจและการตัดสินใจ "ผู้หญิงทำงาน" ก็ยังต้องขึ้นต่อเจ้านายหรือเพื่อนร่วมงานผู้ชายในแง่การตัดสินใจ หรือความสามารถในที่ทำงานเช่นกัน ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อก็คือ การเรียกร้อง (ด้วยวิธีการให้คุณค่าหรือให้รางวัลตอนจบ) ให้ผู้หญิงอยู่ในโลกที่ไม่เห็นแก่ตัว เสียสละ และอุทิศตนให้แก่ผู้ชาย สำหรับภาพของผู้หญิงที่แตกแถวออกไปจากนี้ เช่น ผู้หญิงที่สนใจแต่ความต้องการของตัวเอง ผู้หญิงที่แสดงความปรารถนาทางเพศ (มักถูกตีตราให้เป็นนางผู้ร้าย) จะถูกเสนอว่าเป็นผู้หญิงอันตรายและจะ

ถูกกำจัดออกไป

Meehan สรุปงานวิจัยของเธอว่า นับเป็นเวลา 3 ทศวรรษแล้วที่ผู้ชมชาวอเมริกันได้นั่งดูวีรบุรุษและเรื่องราวการผจญภัยของพวกเขา พร้อม ๆ ไปกับที่ได้ดูภาพลวงตาของผู้หญิงในฐานะแม่เมด นางผู้ร้าย และแม่ รายการโทรทัศน์ได้มองผ่านเลนส์ส่วนเสี้ยวที่สำคัญในชีวิตของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ อารมณ์ความรู้สึก ความไม่ใฝ่ฝัน ความปรารถนาและความต้องการของพวกเขา ถึงเวลาแล้วที่โทรทัศน์จะได้เล่าเรื่องราวของบรรดาวีรสตรีที่กำลังเป็นผู้นำครอบครัว หรือเป็นหัวหน้างานว่าพวกเธอได้เอาชนะความหวาดกลัว และรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ประดังเข้ามาอย่างไรบ้าง

งานศึกษาของ Meehan นี้มิใช่เป็นข้อยกเว้น หากทว่าเป็นข้อสรุปโดยทั่วไปของการวิจัยเรื่องภาพสะท้อนของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชน โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1950-1970 ซึ่งมักพบผลการวิจัยร่วมกันว่า ปริมาณของภาพผู้หญิงในสื่อยังถูกนำเสนออยู่น้อยกว่าปริมาณของผู้หญิงในโลกแห่งความจริง (under-represented) โดยเฉพาะในรายการบางประเภทเช่น ข่าวและสารคดี ภาพที่นำเสนอออกมามีลักษณะบิดเบี้ยว (Misrepresented) มีลักษณะเป็นภาพแบบฉบับตายตัว (stereo-typed) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่สนใจผู้หญิงของสื่อ (Ignorance) และเป็นว่าเรื่องของผู้หญิงเป็นเรื่องไม่สำคัญ (Marginal)

(iii) **กลุ่ม Marxist Feminism** กลุ่ม Marxist Feminism นี้จะอาศัยแนวทางการวิเคราะห์สื่อ และประเด็นสตรีที่พัฒนามาจากลัทธิมาร์กซ์ ซึ่งมีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์และวิพากษ์ระบบทุนนิยมที่ทำงานทั้งเอาเปรียบและครอบงำกลุ่มผู้ที่เสียเปรียบโดยผ่านกลไกต่าง ๆ ของสังคม หัวข้อที่กลุ่มนี้สนใจจะมีอยู่ 2 หัวข้อ หัวข้อแรก กลุ่ม Marxist Feminism จะวิเคราะห์ว่า โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงผู้หญิงจากสถานะของ "ผู้รับสาร" ให้กลายเป็น "ผู้บริโภค" โดยผ่านรายการต่าง ๆ ที่เห็นได้อย่างชัดเจน ก็เช่น รายการโฆษณาหรือรายการเกมโชว์ที่แสดงภาพของผู้หญิงที่กำลังใช้สินค้าแบบต่าง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากสถานะของโทรทัศน์ในระบบทุนนิยมเองก็มีลักษณะเป็นการประกอบการแบบลงทุนเพื่อหวังผลกำไรอยู่แล้ว เป้าหมายเชิงพาณิชย์จึงวางอยู่บนเป้าหมายการทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะ

อีกหัวข้อหนึ่งที่กลุ่ม Marxist Feminism สนใจก็คือ การที่โทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นกลไกของสังคมที่ทำงานด้านอุดมการณ์ (Ideological Apparatus) ที่ถ่ายทอดอุดมการณ์ต่าง ๆ ให้แก่คนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เพื่อให้คนยึดติดอยู่กับอุดมการณ์ดังกล่าวทั้ง ๆ ที่อุดมการณ์นั้นมีลักษณะ

ที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริง Robinson L. (1978) วิเคราะห์รายการละครโทรทัศน์ที่เป็นชุด เช่น Day of Our Lives, All in the Family ฯลฯ โดยคุณภาพของผู้หญิงที่ทำงานอยู่ในโทรทัศน์เปรียบเทียบกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง โดยการสัมภาษณ์ผู้หญิงทำงานจริง ๆ ว่า ภาพของผู้หญิงทำงานในโทรทัศน์คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากชีวิตจริงของผู้ตอบหรือไม่ (เป็นข้อแตกต่างจากกลุ่ม Liberal Feminism) ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้หญิงทำงานจะตอบว่า ภาพที่ปรากฏในจอโทรทัศน์นั้นแตกต่างจากภาพที่เป็นจริงอย่างมาก ชีวิตของผู้หญิงทำงานในจอโทรทัศน์มีแต่เรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ เรื่องซู้สาว ในขณะที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงทำงานต้องพบกับปัญหาเรื่องการทำงาน ปัญหาเกี่ยวกับเจ้านาย ปัญหาเรื่องการเงินเดือน ฯลฯ ซึ่งปัญหาหลักที่เป็นจริงเหล่านี้ไม่ปรากฏในจอโทรทัศน์เลย นอกจากนั้นแม้แต่การเปรียบเทียบเชิงปริมาณก็ยังพบภาพที่บิดเบี่ยงไปจากโลกแห่งความเป็นจริงมากมาย เช่น จำนวนผู้หญิงที่เป็นคนงานในจอโทรทัศน์มีน้อยมาก แต่ในความเป็นจริง กลุ่มผู้หญิงส่วนใหญ่จะทำงานเป็นคนงาน ในทางตรงกันข้าม ตัวละครหญิงที่ทำงานในระดับนักวิชาชีพ เช่น เป็นครู ตำรวจ พยาบาล หมอ นักวิทยาศาสตร์ ฯลฯ จะมีจำนวนมากในโทรทัศน์ ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริง ปริมาณผู้หญิงที่ทำงานระดับวิชาชีพมีจำนวนไม่มากนัก งานวิจัยของ Robinson ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ถ่ายทอดอุดมการณ์ที่ตรงกันข้ามกับโลกแห่งความเป็นจริง โดยหวังผลให้ผู้ชมยึดติดกับภาพที่ปรากฏในจอมากกว่าจะตระหนักกับสภาพที่เป็นจริง

(iv) **กลุ่ม Radical Feminism** แนวคิดหลักของกลุ่ม Radical Feminism ก็คือ หากที่ใดยังคงมี "สัญลักษณ์แห่งผู้ชาย" อยู่ ณ ที่นั้น สตรีก็ยังคงถูกกดขี่เอารัดเอาเปรียบอยู่ร่ำไป ดังนั้น มีแต่ต้องปฏิเสธสัญลักษณ์แห่งผู้ชายเท่านั้น ผู้หญิงจึงจะสามารถปลดปล่อยตัวเองให้เป็นอิสระได้

Carol Aschur (1976) เขียนบทความวิเคราะห์รายการเกมโชว์ที่ผู้เล่นเป็นผู้หญิง และมีพิธีกรเป็นผู้ชาย ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่มีการปรากฏตัวของพิธีกรเพศชายซึ่งถูกนำเสนอให้ดูมีเสน่ห์ทางเพศ มีอายุแก่กว่าผู้หญิง มีภูมิรู้และมั่งคั่ง ผู้เข้าร่วมแข่งขันสตรีกลับถูกนำเสนอในภาพของเด็กสาวที่ไร้เดียงสาอ่อนต่อโลก ใจง่ายเมื่อเทียบกับพิธีกรผู้ฉลาดรู้ไปทุกเรื่อง ตลอดรายการของเกมโชว์ผู้เล่นสตรีต้องคอยยอมรับอำนาจ คอยรับฟัง คอยทำตามคำสั่งของพิธีกรชายเพราะเธออยากจะได้เงินรางวัล

ส่วนในกรณีของละครโทรทัศน์ สัญลักษณ์แห่งผู้ชายที่ถูกนำเสนอก็คือ ภาพของครอบครัวแบบชนชั้นกลางที่ต้องมีสามีเป็นชาย ภรรยาเป็นหญิง เป็นแบบผัวเดียวเมียเดียว ผู้ชายไปทำงานนอกบ้านหาเลี้ยงผู้หญิงที่ทำงานเป็นแม่บ้าน (ในภาพยนตร์เรื่อง Truman แสดงโดย จิม แคร์รี่ แสดงให้เห็นภาพครอบครัวดังกล่าว) Aschur กล่าวว่า บรรดาละครโทรทัศน์ล้วนแล้วแต่ร้าย

มนต์วิเศษด้วยการบรรยายให้เห็นถึงครอบครัวที่แสนสุขตามแบบฉบับของชนชั้นกลาง ภาพครอบครัวในโทรทัศน์ไม่เคยแสดงให้เห็นถึงการใช้อำนาจที่ผู้ชายกระทำต่อผู้หญิง พ่อไม่เคยดูว่าลูกสาว สามีไม่เคยตบตีภรรยา ฯลฯ และผู้หญิงแทบจะมีชีวิตอยู่ต่อไปไม่ได้เลย หรือมีชีวิตที่สุขสมบูรณ์ไม่ได้หากปราศจาก "ครอบครัวตามแบบที่กำหนดมาให้" อุดมการณ์ที่ผู้หญิงให้ติดอยู่กับครอบครัวดังกล่าว ทำให้ผู้หญิงเกาะติดอยู่กับชีวิตครอบครัว และไม่กล้าที่จะโบยบินออกไปจากกรงทองเพื่อการเติบโตเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง

(v) กลุ่ม Cultural Feminism Zoonen (1994) ตั้งข้อสังเกตว่า หนังสือด้านสตรีนิยมในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเริ่มมองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรมมากขึ้น เพราะมองเห็นว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นที่อยู่ของ "ระบบความเชื่อ" (Belief system) ร่วมกันของทั้งสังคม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงที่ระดับอื่น ๆ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงตัวบทกฎหมาย หากแต่ระบบความเชื่อเกี่ยวกับบทบาทหญิง-ชายยังคงเหมือนเดิมแล้ว ก็คงจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง

กลุ่ม Cultural Feminism ได้ขยายขยายคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ให้กว้างขวางขึ้น ซึ่งนอกจากจะหมายถึงวิถีการใช้ชีวิต (way of life) แล้ว วัฒนธรรมยังหมายถึงเงื่อนไขและรูปแบบที่ความหมายและคุณค่าต่าง ๆ จะถูกจัดระบบให้เป็นลำดับชั้น ที่เรียกว่า "ลำดับชั้นแห่งคุณค่า" (hierarchy of value) ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การรักษาพรหมจรรย์ และความกตัญญูจะถูกจัดระดับให้อยู่ในจุดสูงสุดยอดของระบบคุณค่าของผู้หญิง ในขณะที่อาจจะไม่ปรากฏเลยในระบบคุณค่าของผู้ชาย

เมื่อนำคำนิยามดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเรื่องสื่อมวลชน ก็มีข้อสังเกตว่า บรรดารายการต่าง ๆ ที่ผู้หญิงชอบดูชอบเปิดรับในสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ เกมโชว์ ฯลฯ มักเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยทั้งสิ้น เพราะเป็นรายการที่ให้แต่ความสนุกสนานไร้สาระ สร้างความเพลิดเพลินไปวัน ๆ ปัจจุบันนี้ กลุ่มสตรีนิยมเริ่มตั้งคำถามว่า บรรดารายการเหล่านี้มีคุณค่าต่าก่อน แล้วผู้หญิงจึงเข้ามาดูทีหลัง หรือเป็นเพราะว่า พ่อผู้หญิงเข้ามาดูมาจับรายการอะไร รายการนั้นก็จะมีคุณค่าตกต่ำไปเลย ทั้งนี้เพราะเป็นที่น่าสังเกตว่า "เพศ" มักจะเป็นตัวกำหนดการให้คุณค่าแก่กิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม เช่น งานครัวที่ผู้หญิงทำอยู่เป็นประจำภายในบ้าน จะถูกถือว่าไม่มีคุณค่า แต่เมื่อผู้ชายทำหน้าที่เป็น "พ่อครัวใหญ่" (chef) นำเอางานครัวไปทำตามโรงแรมต่าง ๆ งานทำครัวนั้นก็กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมาทันที เป็นต้น

สำหรับทัศนะของกลุ่ม Cultural Feminism ที่มีต่อการสื่อสารมวลชนนั้น จะเป็นไปใน

ทิศทางเดียวกับกลุ่ม Cultural studies กล่าวคือ ถือว่าเรื่องการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น หากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงพาหนะถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่การสื่อสารนั้นเป็นตัวสร้างสรรควัฒนธรรมขึ้นมาเลย ทั้งนี้หมายถึงถึงวัฒนธรรมทางเพศด้วย การสื่อสารมวลชนจึงเป็นสถาบันที่สร้างความหมายร่วมกันว่า "เป็นผู้หญิงหมายถึงอะไร เป็นผู้ชายมีคุณค่าอย่างไร" ที่เรียกว่าเป็นอัตลักษณ์ทางเพศ (Gender identity)

(vi) **กลุ่ม Post-Structuralist Feminism** เป็นกลุ่มสตรีนิยมกลุ่มใหม่ล่าสุดที่นำเอาทัศนะของสำนักหลังสมัยใหม่ (Post-Structuralism) มาใช้ในการวิเคราะห์เรื่องบทบาทของหญิงชาย แนวคิดของสำนัก Post-Structuralism นั้น คิดว่า ไม่มีความเป็นจริงที่เป็นไปตามธรรมชาติ (natural) หากมีแต่ความเป็นจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (constructed) เช่น ไม่ใช่ลักษณะตามธรรมชาติที่ผู้หญิงจะต้องอ่อนโยน ใช้อารมณ์ความรู้สึก ในขณะที่ผู้ชายต้องก้าวร้าวและใช้เหตุผล คุณลักษณะเหล่านี้ถูกประกอบสร้างขึ้นในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กลไกที่สำคัญในการประกอบสร้างนั้นก็คือการผ่านกลไกภาษาและปฏิบัติการทางสังคมแบบต่าง ๆ (social practice) ในสังคมแบบชายเป็นใหญ่จึงมีภาษาอยู่ชุดหนึ่งที่ใช้สำหรับประกอบสร้าง "ความเป็นหญิง" เช่น วิถีแทนตัวเองว่า "หนู" การใช้คำว่า "ซู้ ส่ำสอน" และมีภาษาอีกชุดหนึ่งที่ใช้ประกอบสร้าง "ความเป็นชาย" เช่น การใช้สรรพนามแทนตัวเองว่า "กู" การเข้าใจการประกอบสร้างจะได้จากการวิเคราะห์การให้คำนิยามแก่ความเป็นจริง เช่น การแต่งงานคืออะไร เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ของอังกฤษชุด Crossroad ของ C. Brunson (1983) ที่แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายที่แฝงอยู่ในเนื้อหาของละครคือการสร้างอุดมการณ์เรื่อง "ชีวิตส่วนตัว" ของผู้หญิง เนื้อหาของละครเป็นการประกอบสร้างศีลธรรมสำหรับชีวิตส่วนตัวของผู้หญิงด้วยการให้คำนิยามว่า "ความเป็นแม่ ความรักแบบหนุ่มสาว และเรื่องเพศ" สำหรับผู้หญิงนั้นหมายความว่าอย่างไร

จากทฤษฎี Feminist Media Theory ที่กล่าวมาทั้ง 6 ทฤษฎีนี้ ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แนวคิดของกลุ่ม Liberal Feminism เป็นหลักในการสร้างเครื่องมือวัด โดยอาจจะนำเอาแนวคิดของทฤษฎีกลุ่มอื่น ๆ เช่น Marxist และ Cultural Feminism มาเป็นส่วนประกอบบ้างในการอภิปราย

(3) แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัยเรื่องประเภทรายการโทรทัศน์

ดังที่กล่าวมาตั้งแต่เริ่มต้นแล้วว่า การวิเคราะห์เรื่องบทบาทหญิงชายในโทรทัศน์ในงานวิจัยนี้ จะถือว่า "ประเภทรายการ" เป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาพของหญิงชายที่จะปรากฏออกมา ในที่นี้จึงจะเสนอแนวคิดและตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวกับประเภทรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการข่าวโทรทัศน์ ตามลำดับ

(3.1) รายการทอล์กโชว์

- **คำนิยาม** รายการทอล์กโชว์เป็นรายการที่มีพิธีกรที่เป็นนักพูด หรือนักแสดงหรือดารามาเป็นตัวยืนโรง โดยมีรูปแบบการนำเสนอคือใช้การพูดเป็นหลักหรือเป็นแกนของรายการ แต่อาจจะมีวิธีการนำเสนอการพูดในหลาย ๆ ลักษณะ เช่น การพูดเดี่ยว การสัมภาษณ์ การสนทนา การอภิปราย ได้วาทิ โดยอาจมีการแทรกความบันเทิงเบ็ดเตล็ดรูปแบบอื่น ๆ เข้าไปด้วยเป็นส่วนประกอบ เช่น การแสดงดนตรี การเล่นเกม การเต้นระบำรำฟ้อน ส่วนเนื้อหาของรายการนั้นมีขอบเขตกว้างขวางไม่จำกัด ตั้งแต่เรื่องเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา บันเทิง ฯลฯ แต่มีหลักสำคัญว่า ควรจะมีเนื้อหาที่มีความขัดแย้งกันในเรื่องราว จึงจะน่าสนใจ เช่นเดียวกับเป้าหมายของรายการที่อาจจะเป็นการนำเสนอเพื่อความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อความบันเทิง เพื่อการวิพากษ์วิจารณ์สังคม ฯลฯ

- **ประวัติความเป็นมา** รายการประเภททอล์กโชว์มีประวัติความเป็นมาควบคู่กับการมีโทรทัศน์ไทยตั้งแต่แรกเริ่ม โดยถูกนำเสนอในรูปแบบรายการ เช่น "โต๊ะกลม" "ได้วาทิ" ในระยะเริ่มแรกนั้น แกรับเชิญในรายการล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงและมีความรู้ความสามารถในสังคม เช่น พระองค์เจ้าจุลจักรพงษ์ พ.อ.ปิ่น มุกกันต์ มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ฯลฯ และนับแต่อดีตจนกระทั่งมาถึงปัจจุบัน รายการทอล์กโชว์ก็ยังคงมีอยู่คู่กับรายการโทรทัศน์ไทยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาที่หลากหลาย เช่น รายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง รายการมองต่างมุม ตรงประเด็น ขอคิดด้วยคน ลานบ้าน-ลานเมือง ตามล่าหาแก่นธรรม ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เจียด เข้าวันนี้ ฯลฯ

- **องค์ประกอบของรายการ** เนื่องจากรายการทอล์กโชว์นั้น เนื้อหาของรายการอยู่ที่ข้อมูลที่แกรับเชิญจะนำเสนอ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ "ตัวแกรับเชิญ" ดังนั้น ในขั้นตอนการผลิต การคัดเลือกผู้มาร่วมรายการจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด ตามปกติคุณสมบัติของแกรับเชิญมักจะเป็นข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้คือ

- ◆ เป็นคนที่มีชื่อเสียงในสังคม เช่น เป็นดารา นักร้อง นักแสดง นักการเมือง นักธุรกิจ หรือเป็นผู้ที่กำลังมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นกับตนเอง

- ◆ เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น นักสังคมสงเคราะห์ นักวิเคราะห์กีฬา นักวิจารณ์การเมือง ผู้เชี่ยวชาญด้านเสริมสวย ฯลฯ
- ◆ เป็นผู้ที่มีกิจกรรมทางสังคม เช่น ประธานกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นผู้ก่อตั้งสมาคมต่าง ๆ
- ◆ เป็นผู้ที่มีชีวิตส่วนตัวที่คนอยากรู้จัก
- ◆ เป็นผู้ที่มีลักษณะแปลกใหม่ที่น่าสนใจ เช่น ผู้ประกาศตนว่าเป็นเกย์ มือปืนรับจ้าง (ที่เลิกอาชีพแล้ว) ฯลฯ

● **ตัวอย่างของงานวิจัย** กมลกานต์ (2539) วิเคราะห์รายการ "ทีวีวาที 9 ใหม่ ปี 2535" ซึ่งผู้วิจัยให้เหตุผลว่า การที่รายการทีวีวาทีนี้มีความน่าสนใจที่จะศึกษาเนื่องจากเป็นรายการที่มีอายุยืนยาวถึง 12 ปี (เริ่มพ.ศ.2527-2539) ซึ่งตามปกติแล้ว รายการโทรทัศน์จะมีอายุไม่ถึง 10 ปี ทั้ง ๆ ที่มีการแข่งขันกันอย่างสูงในวงการนี้ ในช่วง 12 ปีที่ผ่านมา รายการนี้ได้ช่วยสะท้อนภาพของสังคมไทย รวมทั้งแสดงการวิพากษ์วิจารณ์ไปพร้อม ๆ กัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเสรีภาพของโทรทัศน์มีอย่างจำกัด ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงไม่อาจนำเสนอรูปแบบรายการวิพากษ์วิจารณ์สังคมอย่างตรง ๆ ได้ จึงต้องใช้รูปแบบละคร รูปแบบการโต้วาที สอดแทรกอารมณ์ขันลงไปในการนำเสนอ รูปแบบรายการทีวีวาทีจึงมีลักษณะเป็นสารระปนกับบันเทิง

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อจะศึกษาวิธีการทำงานของรายการทีวีวาที 9 โดยเลือกวิเคราะห์เนื้อหาเทปรายการ 43 ตอน (ม.ค. 2535-ธ.ค. 2535) ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า ในขั้นตอนการผลิตนั้น ส่วนที่สำคัญที่สุด คือการคัดเลือกประเด็นและการเชิญวิทยากร หลักเกณฑ์ที่พบจากการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ ทางรายการมักจะเลือกเหตุการณ์ปัจจุบัน (current issues) มาเป็นเนื้อหารายการ เนื่องจากเป็นการง่ายที่จะเรียกร้องความสนใจของผู้ชม และทำให้ง่ายต่อการติดตามรับชม เนื่องจากกำลัง "อยู่ในกระแส" ดังนั้น รายการนี้จึงทำหน้าที่เป็นเสมือนปฏิกริยาของสังคมส่วนเล็วหนึ่งที่แสดงทัศนะต่อเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น และหลังจากคัดเลือกประเด็นแล้วจะเป็นการคัดเลือกวิทยากร และจัดเตรียมข้อมูลให้วิทยากร สำหรับวิทยากรนั้น จะมีวิทยากรยืนโรงอยู่ชุดหนึ่ง และมีวิทยากรเวียนที่แปรไปตามประเด็นเนื้อหา อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติร่วมกันประการหนึ่งของวิทยากรทุกท่านก็คือ ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการแสดงออกด้วยการพูด

ผู้วิจัยได้ประมวลขอบเขตของเนื้อหารายการและพบว่าครอบคลุมอยู่ใน 5 เรื่องคือการเมือง เศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเทศกาล ในประเด็นเรื่องการเมือง ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากที่สุด แต่ก็เป็นเรื่องที่สร้างแรงกดดันให้กับทางผู้ผลิตรายการมากที่สุดเนื่องจาก

เสรีภาพที่ไม่สมบูรณ์ของโทรทัศน์ไทย ดังนั้น วิทยากรที่มาเป็นนักพูดในประเด็นการเมืองจึงมักเป็นคนพูดเดิม ๆ ซึ่งต้องเป็นคนที่สนใจติดตามเนื้อหาทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา และยังต้องมีความเชี่ยวชาญในการรักษา "ความพอดี" ในการพูดเรื่องการเมืองให้ได้ด้วย

สำหรับรูปแบบการนำเสนอใช้นั้นใช้หลายแบบประกอบกัน เช่น การโต้วาที่ การแซววาที่ การยอวาที่ การเลียนแบบ การร้องเพลง การแสดง เป็นต้น

(3.2) รายการวาไรตี้โชว์

- **คำนิยาม** รายการวาไรตี้โชว์เป็นรายการที่มีการนำเสนอหลากหลายเนื้อหา และรูปแบบในการนำเสนอ มักจะมีเป้าหมายเพื่อมุ่งความบันเทิงสนุกสนานเป็นหลัก โดยอาจเลือกรูปแบบการเสนอด้วย การแสดงดนตรี การเล่นเกม การแสดงความสามารถพิเศษของบุคคล การสัมภาษณ์ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง การแสดงตลก การเล่นเกม การแข่งขัน การตอบปัญหา ฯลฯ เอกลักษณะสำคัญของรายการวาไรตี้โชว์ก็คือ รูปแบบวิธีการนำเสนอรายการนั้นมักมีความสำคัญมากกว่าเนื้อหา ภาพพจน์ของรายการ/พิธีกร/แขกรับเชิญ อาจสำคัญกว่าประเด็นข้อมูลที่จะสัมภาษณ์ เป็นต้น

- **ประวัติความเป็นมา** รายการประเภทนี้เกิดมาคู่กับสถานีโทรทัศน์ไทย เช่นเดียวกันและเป็นรูปแบบที่นำมาจากต่างประเทศ สำหรับในสหรัฐ พัฒนาการของรายการประเภทนี้พัฒนามาจากการแสดงบนเวที (stageshow) ซึ่งเริ่มแรกนั้นเป็นการแสดงบนเวทีในโรงละคร โรงภาพยนตร์ ห้องโถงเต้นรำ หรือห้องบอลรูม มีผู้ชมเข้าไปนั่งชมการแสดงตั้งแต่การแสดงละครเพลง การแสดงดนตรี และการร้องเพลงสดหน้าวงดนตรีขนาดใหญ่ จนกระทั่งต่อมาได้มีการใช้กล้องโทรทัศน์ถ่ายทอดจากเวทีการแสดงจริง ๆ และพัฒนามาจนถึงการนำเสนอรูปแบบการแสดงนั้นมาจัดขึ้นในห้องส่งโทรทัศน์ และบันทึกเทปไว้เพื่อนำไปออกอากาศ

- **องค์ประกอบของรายการ** ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในรายการวาไรตี้โชว์นั้นรูปแบบการนำเสนอจะมีความสำคัญพอ ๆ หรือมากกว่าเนื้อหา ดังนั้น ส่วนประกอบสำคัญของรายการวาไรตี้โชว์จึงประกอบด้วย

(i) **เนื้อหา** เป็นการตอบโจทย์ของผู้ผลิตรายการว่า จะให้ความรู้เรื่องอะไรแก่ผู้ชมบ้าง

(ii) **วิธีการนำเสนอ** ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 4 ส่วนคือ

- พิธีกร
- ผู้ร่วมรายการ/แขกรับเชิญ
- บรรยายภาค
- รูปแบบการนำเสนอ

◆ **พิธีกร** เป็นผู้ดำเนินรายการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับรายการ โดยทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ร่วมรายการกับผู้ชมที่บ้าน ผู้ที่จะเป็นพิธีกรที่ดีของรายการวาไรตี้โชว์ได้นั้นต้องมีคุณสมบัติหลายประการประกอบกันอยู่ในบุคคลคนเดียว เริ่มตั้งแต่มีบุคลิกส่วนตัวที่ดี (ใช้ภาษาถูกต้อง/มีมนุษยสัมพันธ์/มีสัมมาคารวะ) มีบุคลิกสำหรับนักสื่อสาร (กระตุ้นให้แขกรับเชิญพูดได้ มีวิธีพูดชวนให้ผู้ชมอยากติดตาม) มีบุคลิกของคนทำงานหนักล้า (ไม่ตื่นตื่นง่าย ๆ) มีความรู้ มีไหวพริบแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีรายการวาไรตี้หลายรายการที่มีพิธีกรไม่เหมาะสมลงตัวและต้องปรับเปลี่ยน แต่จากเกณฑ์ดังกล่าวจะเห็นว่า เป็นคุณสมบัติที่อาจมีได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

◆ **ผู้ร่วมรายการ/แขกรับเชิญ** เป็นองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่มีสีสันของรายการ เกณฑ์การคัดเลือกผู้ร่วมรายการในขั้นตอนแรก คือเป็นบุคคลที่น่าสนใจ เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง ผู้ที่มีชื่อเสียงในขณะนั้น ฯลฯ นอกจากนั้น ก็ยังต้องมีคุณสมบัติด้านการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ เช่น มีความคล่องแคล่ว มีไหวพริบ กล้าแสดงออกหนักล้า และไม่ควรจะเลือกแขกอย่างซ้ำซาก ในแง่ของบทบาทหญิงชายแล้ว คุณสมบัติเหล่านี้ว่าจะมีอยู่ในคนทั้งสองเพศ

◆ **บรรยายภาค** หมายถึงการจัดองค์ประกอบด้านฉาก และอุปกรณ์ประกอบฉาก แสงสีและเสียง ให้สอดคล้องกับแนวคิดของรายการ เช่น ให้ดูมีความยิ่งใหญ่ตระการตา ให้แพรวพราวไปด้วยสีสัน ให้มีระบบกลไกเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงและเวทีเพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าอารมณ์ให้สนุกสนานรื่นเริง

● **ตัวอย่างงานวิจัย** ศิริพงษ์ (2535) ได้ศึกษากลยุทธ์การนำเสนอรายการวาไรตี้โชว์ของไทย 3 รายการ คือ ทไวไลท์โชว์ จันทร์กระจับปรี และสี่ทุ่มสแควร์ ในช่วงปี 2532-35 โดยเลือกวิเคราะห์เทปรายการ รายการละ 6 ตอน รวม 18 ตอน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

◆ **จุดร่วม/จุดต่างของรายการ** ลักษณะร่วมของทั้ง 3 รายการก็คือ เป็น

รายการที่มีเป้าหมายการให้ความบันเทิงโดยผ่านการนำเสนอหลายรูปแบบ แต่ทว่า "แนวคิดหลัก" (concept) ของแต่ละรายการนั้นแตกต่างกัน ส่งผลให้รูปแบบการนำเสนอแตกต่างกันไปด้วย รายการ**สี่ท่มสแควร์**นั้นใช้หลักว่า เนื้อหาและรูปแบบอะไรก็ได้ ขอให้หลากหลายสมดังชื่อของรายการ "สแควร์" ซึ่งหมายถึงบริเวณที่ทุกอย่างมาพบกันหมด ส่วน**จันทร์กระจิบ** นั้น เน้นการย้อนกลับไปสู่อุดมคติของบุคคล จึงใช้วิธีเชิญแขกรับเชิญคนเดียว แต่นำเสนอทุกแง่มุมด้วยลักษณะแบบนาฏลีลา (drama tone) สำหรับ**ทไวไลท์โชว์**นั้นใช้รูปแบบการนำเสนอสาระสลับกับบันเทิง ทั้งเรื่องตัวบุคคลและการแสดงโดยในแต่ละช่วงรายการจะวางรูปแบบเอาไว้อย่างแน่นอน

◆ **พิธีกร** ทั้ง 3 รายการมีจุดร่วมกัน คือมีพิธีกรที่มีความสามารถสูงตามหลักเกณฑ์ของพิธีกรรายการวาไรตี้โชว์ แต่พิธีกรของแต่ละรายการจะมีบุคลิกที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันไปโดยสอดคล้องกับบุคลิกของรายการ เช่น **สี่ท่มสแควร์** พิธีกรจะดำเนินรายการแบบสบาย ๆ มีอิสระ สนุกสนาน ใช้ลูกเล่นลีลา (Improvisation) โดยไม่ต้องยึดติดอยู่กับบท/สคริปต์มากนัก ใช้ความสามารถเฉพาะตัวของพิธีกรมากกว่า ส่วน**จันทร์กระจิบ**นั้นจะค่อนข้างเคร่งครัดกับบทของรายการ ดำเนินรายการอย่างเป็นทางการมากกว่า ให้ความน่าสนใจเกิดจากเนื้อหา และ**ทไวไลท์โชว์**นั้น เป็นบุคลิกของพิธีกรแบบคนหนุ่มที่กระฉับกระเฉง ฉลาด มีไหวพริบ ปฏิภาณดี ใช้ลูกเล่นลีลา (Improvisation)

◆ **แขกรับเชิญในรายการ** มีส่วนร่วมในรายการอยู่ 2 รูปแบบ คือ มาเป็นแขกรับเชิญให้สัมภาษณ์ หรือมาแสดงความสามารถ เช่น ร้องเพลง เต้นระบำ เล่นเกม ฯลฯ ทั้ง 3 รายการต่างต้องพิถีพิถันกับการคัดเลือกแขกรับเชิญให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ระบุไว้ข้างต้น และข้อสำคัญคือต้องเป็นผู้ที่มีเรื่องราวในชีวิตมากพอที่จะคัดเลือกเอาแง่มุมที่น่าสนใจมานำเสนอได้ และต้องมีความสามารถที่จะคุยได้อย่างสนุกสนาน

◆ **บรรยากาศ** สำหรับการสร้างบรรยากาศซึ่งได้แก่ ฉาก แสง สี เสียง นั้น จะสอดคล้องกับแนวคิดของรายการเพื่อเสริมความหมายของรายการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ฉากใน**สี่ท่มสแควร์** จะมีบรรยากาศแบบสบาย ๆ สนุกสนาน เป็นกันเอง เช่น ฉากห้องต่าง ๆ ในบ้าน ให้แสงมีความสว่าง มีสีสันเจิดจ้า มีเสียงตบมือแสดงความสนุกสนานเป็นระยะ ๆ ส่วน**จันทร์กระจิบ**นั้น เป็นบรรยากาศของอดีตแบบเก่า ๆ จึงทำฉากเป็นเวทีละครหรือห้องรับแขก ใช้แสงที่นวลตาอบอุ่นดังชื่อรายการ ในขณะที่**ทไวไลท์โชว์** จะสร้างบรรยากาศให้ดูยิ่งใหญ่ ตระการตา มีการตัดฉากอย่างรวดเร็วเพื่อให้ความรู้สึกลับึงอย่างสะใจ

(3.3) รายการข่าวโทรทัศน์

● **คำนิยาม** สำหรับคำนิยามที่ว่า "ข่าวโทรทัศน์คืออะไรนั้น" ก็คงสืบทอดมาจากคำนิยามของ "ข่าวโดยทั่วไป" Schudson (1991) ให้คำนิยามของคำว่า "ข่าว" ควบคู่ไปกับ "การรายงานข่าว" โดยกล่าวว่า การรายงานข่าว คือการเล่าเหตุการณ์อันใดอันหนึ่ง โดยที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ทุกนาที ทุกชั่วโมง มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย แต่ทว่าจะมีเหตุการณ์บางเหตุการณ์เท่านั้นที่ถูกเลือกนำมาเล่า แม้ว่าการคัดเลือกเหตุการณ์นั้นจะมีเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นกรอบอ้างอิงตามคุณสมบัติของ "เหตุการณ์ที่เป็นข่าว" อยู่แล้วก็ตาม แต่ทว่าสภาพการณ์อย่างหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยก็คือ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เหตุการณ์หนึ่ง ๆ มีโอกาสมา "เข้าตา" นักข่าว และถูกคัดเลือกจนกลายเป็นข่าวนั้น ก็คือ "ตัวนักข่าว" นั่นเอง และเนื่องจากในกระบวนการผลิตข่าวโทรทัศน์นั้น จะประกอบด้วย gatekeepers ที่รักษาประตูต่าง ๆ อยู่หลายด่าน เช่น ผู้ช่วยบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว บรรณาธิการ ฯลฯ ดังนั้นการที่ข่าวเกี่ยวกับผู้หญิง/ผู้ชายจะได้เป็นข่าวนั้นน้อยเพียงใด และถูกนำเสนออย่างไรนั้นจึงขึ้นอยู่กับว่า บรรดา gatekeepers เหล่านั้นมีทัศนคติเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชายอย่างไร

● **องค์ประกอบของคุณสมบัติของข่าว** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในขณะที่มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริงมากมาย แต่ทว่านักข่าวและบรรดา gatekeepers คนอื่น ๆ จะทำการคัดเลือก "เหตุการณ์บางเหตุการณ์เท่านั้น" มารายงานเป็นข่าว ใน การคัดเลือกนี้ บรรดา gatekeepers ทั้งหมดจะใช้กรอบอ้างอิงว่า เหตุการณ์ใดที่มีคุณสมบัติของ "ความเป็นข่าว" ที่เรียกว่าองค์ประกอบของข่าว ซึ่ง Garrison (1992) ได้ระบุเอาไว้ดังนี้

- ◆ ต้องทันต่อเหตุการณ์ ต้องสดและใหม่ และได้รับการรายงานอย่างรวดเร็ว
- ◆ เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก
- ◆ เป็นเรื่องที่ใกล้ชิดกับผู้รับสาร
- ◆ เป็นเรื่องที่น่าสนใจ เช่น มีความลึกลับ มีการเผชิญภัย มีความผิดปกติ
- ◆ เป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้น มีชีวิตชีวาน่าติดตาม
- ◆ เป็นเรื่องที่มีความเด่น/ดัง เช่น เรื่องของคนที่มีชื่อเสียง
- ◆ เป็นเรื่องที่มีความขัดแย้ง
- ◆ ต้องถูกเสนออย่างรอบด้านและสมดุล
- ◆ ต้องมีความเป็นกลางไม่เอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
- ◆ มีความผิดปกติ ไม่ว่าจะปรากฏการณ์ทางธรรมชาติหรือทางสังคมก็ตาม

จากเกณฑ์ที่ระบุนี้ จะเห็นได้ว่า เมื่อนำเอาแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายมาจับแล้วจะเห็นได้ว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริงน่าจะมีโอกาสเกี่ยวข้องกับทั้งหญิงและชายอย่างเท่าเทียมกัน และน่าจะมีโอกาสถูกรายงานเป็นข่าวโทรทัศน์ได้มากพอ ๆ กันหากไม่ติดขัดปัญหาเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับบทบาททางเพศของ gatekeeper

● **ประเภทของข่าว** มีวิธีการใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์เพื่อแบ่งประเภทของข่าว ในที่นี้จะเลือกเกณฑ์ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชาย คือ ระดับของข่าว

ระดับของข่าว จะทำให้แบ่งข่าวได้เป็น 2 ระดับคือ

◆ **ข่าวหนัก** (Hard or straight news) หมายถึงข่าวที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งให้ความรู้มากกว่าความบันเทิง เป็นเรื่องที่น่าสนใจ ผู้อ่านหรือผู้รับสารต้องมีภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ จึงจะเข้าใจ ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวการศึกษา ข่าวเศรษฐกิจ ซึ่งผู้อ่านจะได้รับความปลอดภัยเมื่อเวลาผ่านไปชั่วระยะหนึ่ง (Delayed Reward News)

◆ **ข่าวเบา** (Soft or featured news) หมายถึงข่าวที่เป็นเรื่องราวที่เข้าใจได้ง่าย ให้ความรู้สึกทางอารมณ์มากกว่า แม้ผู้อ่านที่ไม่มีภูมิหลังเกี่ยวกับเรื่องราวนั้น ๆ ก็สามารถเข้าใจได้ทันทีเมื่อได้ชม ข่าวประเภทนี้จะมีคุณค่าน้อยกว่าข่าวหนัก แต่มักได้รับความสนใจจากผู้อ่านได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวสังคม-วัฒนธรรม ข่าวประเภทนี้ผู้ชมจะได้รับความพึงพอใจทันทีที่เปิดรับ (Immediate Reward News)

ประเภทของข่าวนี้น่าจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชายคือ ส่วนใหญ่แล้วข่าวหนักจะเป็นข่าวที่ผู้ชายมักจะดู ส่วนข่าวเบา นั้นมักจะเป็นข่าวที่ผู้หญิงจะดูซึ่งก็หมายความว่าข่าวที่ผู้ชายดูจะเป็นข่าวที่มีคุณค่ามาก ส่วนข่าวที่ผู้หญิงดูจะมีคุณค่าน้อย อย่างไรก็ตาม การยึดถือตามเกณฑ์นี้เมื่อนำมาประยุกต์ในกรณีของไทยก็อาจจะเบี่ยงเบนจากเกณฑ์ของสากล ตัวอย่างเช่น ข่าวต่างประเทศซึ่งจัดว่าเป็น "ข่าวหนัก" ที่มีคุณค่าสูงตามเกณฑ์ของข่าว แต่ในกรณีปฏิบัติของไทย พรสุรีย์ (2535) พบว่า สถานีโทรทัศน์ของไทยไม่ค่อยถือเอาข่าวต่างประเทศเป็นข่าวสำคัญ เพราะเป็นข่าวที่มักจะถูก "ยกออก" อยู่เสมอ เมื่อข่าวที่มาก่อนกินเวลาเข้ามา มาก ๆ โดยที่ข่าวกีฬาที่เป็นข่าวตามหลังนั้นก็มักเป็นข่าวสำคัญที่คนดูให้ความสนใจแบบชนิดยกออกไม่ได้

● **องค์ประกอบของข่าวโทรทัศน์** ในข่าวโทรทัศน์มีองค์ประกอบ 3 อย่างด้วยกัน คือ

(i) การจัดโครงสร้างของข่าว

(ii) คนอ่านข่าว/ผู้ประกาศข่าว

(iii) ผู้เป็นข่าว

(i) **การจัดโครงสร้างของข่าว** สถานีโทรทัศน์แต่ละแห่งจะมีวิธีการจัดเรียงโครงสร้างของข่าวเพื่อการนำเสนอคล้ายคลึงกัน โดยที่อาจจะแตกต่างกันบ้างในรายละเอียด การจัดโครงสร้างของข่าวนั้นจะขึ้นอยู่กับประเภทของข่าว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้คือ

● **ข่าวหนัก** ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวต่างประเทศ

● **ข่าวเบา** ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม ข่าววัฒนธรรม ข่าวกีฬา

โดยปกติแล้ว ข่าวหนักมักจะได้รับ การนำเสนอเป็นอันดับแรก ๆ ข่าวเบาจะ ถูกนำเสนอในตอนท้าย ๆ โดยอาจจะมีการสลับที่กันบ้างในรายละเอียด

รายละเอียดของแต่ละข่าว

◆ **ข่าวการเมือง** หมายถึง ข่าวกิจกรรมของรัฐบาล และส่วนราชการต่าง ๆ ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น กิจกรรมต่าง ๆ ของพรรคการเมืองและนักการเมือง รวมทั้งเจ้าหน้าที่ าระดับต่าง ๆ ของรัฐ

◆ **ข่าวเศรษฐกิจ** หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ชีวิตความเป็นอยู่ สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่น ราคาสินค้า และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ

◆ **ข่าวต่างประเทศ** หมายถึง เหตุการณ์ต่าง ๆ ในทุกมิติที่เกิดขึ้นใน ต่างประเทศ

◆ **ข่าวอาชญากรรม** หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ร้ายที่มีความรุนแรงทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่ม การใช้ความรุนแรงเพื่อเป้าหมายการประทุษร้ายเพื่อ เหตุผลต่างๆ รวมทั้งข่าวอุบัติเหตุที่เกิดจากธรรมชาติและเกิดจากการกระทำของมนุษย์

◆ **ข่าวสังคม** หมายถึง ข่าวทั่วไปที่นอกเหนือจากข่าวประเภทอื่น ๆ เช่น การรายการกิจกรรมทางสังคมของกลุ่มและองค์กรต่าง ๆ ข่าวการพัฒนาสังคม รวมทั้งการรายการ ปัญหาสังคมต่าง ๆ

◆ **ข่าววัฒนธรรม** ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมด้วย

วัฒนธรรมทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น รวมทั้งข่าวในรายการบันเทิง การแสดงดนตรี ตลอดจนเทศกาลรื่นเริงต่าง ๆ

◆ **ข่าวกีฬา** เป็นการรายการเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของวงการกีฬา เช่น สรุปลักษณะการแข่งขัน การรายการผลการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน การแจ้งข่าวว่าจะมีการแข่งขันอะไรต่อไปในวันต่อ ๆ ไป

การจัดแบ่งเรียงโครงสร้างของข่าวตามลักษณะข่าวหนักและข่าวเบาเช่นนี้ มีผลมาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชายคือ ในการสำรวจการเปิดรับและติดตามดูรายการข่าวโทรทัศน์นั้น จะพบอยู่เสมอว่า ผู้ชายจะเปิดรับและติดตามประเภทข่าวหนักเช่น เศรษฐกิจ การเมือง ซึ่งเป็นข่าวที่มีคุณค่าสูง ส่วนผู้หญิงจะเปิดรับและติดตามข่าวเบา เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม-วัฒนธรรม ซึ่งเป็นข่าวที่มีค่าน้อย (วราภรณ์, 2542)

(ii) คนอ่านข่าว/ผู้ประกาศข่าว

ผู้ประกาศข่าวจัดเป็นส่วนหนึ่งของด้านผู้ผลิตข่าวโทรทัศน์ที่เริ่มต้นตั้งแต่ นักข่าว ช่างภาพ บรรณาธิการข่าว ฯลฯ และนับเป็นรอยต่อสุดท้ายที่จะนำเนื้อหาข่าวสารนั้นไปถึง ผู้ชม ผู้ประกาศข่าวจึงนับว่ามีส่วนสำคัญไม่น้อยในการที่จะ "ประกอบสร้าง" (construct) ความหมายในเนื้อหาสาระของข่าวผ่านน้ำเสียงที่อ่าน จังหวะจะโคน บุคลิกที่น่าเชื่อถือ การแสดงสีหน้า ฯลฯ ของผู้อ่านในระหว่างที่ถ่ายทอดข่าวสาร ด้วยเหตุนี้ ในวงการสื่อสารด้านโทรทัศน์จึงได้มีการระบุคุณสมบัติของผู้ที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศข่าวเอาไว้มากมายหลายทัศนะ ตัวอย่างเช่น Ray White (1990) ระบุคุณสมบัติ 7 ประการของผู้ทำหน้าที่ประกาศข่าวไว้ดังนี้ (อ้างจากสนมพร, 2542)

- (1) รูปร่างหน้าตา ไม่จำเป็นต้องเป็นคนสวยหรือหล่อแบบดารานาง เพราะสิ่งเหล่านี้สามารถปลอมแต่งได้
- (2) น้ำเสียง ต้องมีน้ำเสียงที่พูดชัดเจน ถูกต้องอักขระ มีจังหวะวรรคตอนที่ถูกต้อง สิ่งเหล่านี้สำคัญมากในการทำให้ข่าวที่อ่านมีลักษณะน่าฟัง น่าสนใจชวนติดตาม
- (3) ความน่าเชื่อถือ ทั้งหน้าตาและน้ำเสียงที่กล่าวใน 2 ข้อแรกนั้นจะต้องกลมกลืนไปกับเหตุการณ์ข่าวที่กำลังอ่านเพื่อสร้างความรู้สึกไว้ว่า เรื่องที่ผู้ประกาศกำลังกล่าวถึงอยู่นั้นมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริง ความเชื่อถือของผู้ชมว่าข่าวเป็นเรื่องจริงจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และเป็นความรู้สึกที่ผู้ประกาศข่าวจะต้องสร้างขึ้นมาให้ได้
- (4) ภาพที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ของผู้ประกาศข่าวจะต้องออกมาดูดี อัน

หมายถึงการจัดวางองค์ประกอบย่อย ๆ ทั้งหมดของผู้ประกาศ นับตั้งแต่ทรงผม การแต่งหน้า การแต่งกาย การใช้เครื่องประดับ การแสดงสีหน้า ฯลฯ ให้ออกมาดูภาพรวมที่กลมกลืนกับธรรมชาติของรายการ

(5) ประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจ ลดอาการประหม่า การแสดงความเชื่อมั่นในข่าวที่อ่านออกไป รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าบางอย่างที่อาจจะเกิดขึ้น

(6) การเป็นผู้มีอารมณ์ขัน สนุกสนาน ซึ่งจะช่วยให้งานด้านข่าวที่มีลักษณะเคร่งเครียด เพราะต้องพบกับการรายงานเหตุการณ์ร้ายๆ อยู่เป็นประจำ รวมทั้งการทำงานที่มีลักษณะเป็นแบบประจำซ้ำซาก ซึ่งอาจทำให้น่าเบื่อ การมีอารมณ์ขันบ้างจะช่วยบรรเทาลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นข้างต้น อย่างไรก็ตาม การแสดงอารมณ์ขันก็ต้องทำให้เหมาะสมกับกาลเทศะ

(7) การทำงานร่วมกับผู้อื่น การรู้จักทำงานเป็นทีม เนื่องจากการทำงานโทรทัศน์ ไม่ใช่งานที่สามารถทำได้ตามลำพัง ดังนั้น งานโทรทัศน์จึงเรียกร้องความสามารถของผู้ทำงานที่ทำงานร่วมกับคนอื่นได้ งานของผู้ประกาศข่าวก็เช่นเดียวกัน

หากหยิบยกตัวอย่างคุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวตามทัศนะของ R. White ซึ่งเป็นทัศนะสมัยใหม่มาพิจารณา ก็พบว่า คุณสมบัติดังกล่าวนี้มีลักษณะเป็นกลางทางเพศ กล่าวคือ ทั้งหญิงและชายสามารถที่จะฝึกฝนตนเองให้มีคุณสมบัติดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ของไทยในยุคปัจจุบันจึงมีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยของไทยนั้น ระวีวรรณ (2534) และ นงนุช (2537) ได้ศึกษาวิวัฒนาการทางบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า ในระยะเริ่มแรกนั้น ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ของไทยนั้นจะมีแต่ผู้ชายเท่านั้น จนกระทั่งในช่วงประมาณปี พ.ศ.2525-2527 เมื่อเกิดมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสถานภาพของรายการข่าวที่เคยเป็นรายการที่ผู้คนไม่เคยให้ความสนใจให้กลายเป็นรายการที่สามารถดึงดูดผู้ชมทุกรุ่นทุวยุคทุกเพศให้มาติดตามข่าวอยู่หน้าจอได้ การยกสถานภาพของรายการข่าวโทรทัศน์นั้น มีผลมาถึงการยกระดับสถานภาพของผู้อ่านข่าวโทรทัศน์ให้กลายเป็นบุคคลสำคัญ และเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการนำเสนอข่าวจากที่เคยมีผู้ประกาศคนเดียว (เป็นเพศชาย) มาเป็นสองคน โดยเป็นชายหนึ่งหญิงหนึ่ง ที่สลับกันอ่านข่าวที่แบ่งแยกเป็นสัดส่วนตามประเภทของข่าว ลักษณะของคนอ่านข่าวนั้น โดยทั่วไปมักใช้ผู้อ่านข่าวชายที่มีเสียงดี และบุคลิกเคร่งขรึม เป็นผู้ใหญ่ มีความน่าเชื่อถือ ในขณะที่ผู้อ่านข่าวหญิงจะมีเสียงดี และหน้าตาสวยงาม นงนุชสรุปว่าปัจจุบันบุคลิกภาพของผู้

ประกาศข่าวไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชาย จะต้องมีความสำคัญ ๆ คือ รูปร่างหน้าตาดี น้ำเสียง การพูดชัดเจนชวนให้ติดตามเรื่องราว เป็นกันเองกับผู้ชม ทำทางมีความรู้บุคลิกน่าเชื่อถือ ฉลาด กระฉับกระเฉง เชื้อมั่นในตนเอง มีอารมณ์ขัน มีทำทางเป็นกันเองกับผู้ชม ซึ่งบุคลิกดังกล่าวก็ไม่ต่างจากหลักการที่เป็นสากลเท่าใดนัก

(iii) **ผู้เป็นข่าว** สำหรับการศึกษาคู่ที่เป็นข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ที่วิเคราะห์ โดยใช้แนวคิดหญิงชายนั้น ยังไม่มีงานวิจัยของไทยที่ศึกษาในแนวทางนี้ นอกจากตัวอย่างงานวิจัยที่ใกล้เคียงกันที่อาจนำมาเอามาตีความได้ ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อต่อไป

(4) งานศึกษาสื่อโทรทัศน์กับประเด็นหญิง-ชายในต่างประเทศ

(4.1) พัฒนาการของรายการสื่อโทรทัศน์ในอเมริกา

จากข้อสังเกตของนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่ว่า ในการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนที่ปรากฏในสื่อมวลชนนั้น จำเป็นต้องให้ความสนใจกับ **"ประเภทของสื่อ"** ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับเรื่องบทบาทหญิง-ชายนั้น จะผิดแผกแตกต่างกันไปในสื่อแต่ละประเภท สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประเภทของสื่อที่นำมาศึกษาคือ สื่อโทรทัศน์ ผู้วิจัยจึงจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องสื่อโทรทัศน์เพื่อประกอบความเข้าใจ

งานศึกษาพัฒนาการของสื่อโทรทัศน์ไทยนั้นยังไม่มีการศึกษาอย่างเป็นระบบ แต่เนื่องจากประวัติศาสตร์ของสื่อโทรทัศน์ของไทยได้รับอิทธิพลมาจากสื่อโทรทัศน์ในอเมริกา ทั้งในด้าน hardware วิธีการจัดรายการ การนำเสนอ ฯลฯ ดังนั้นในที่นี้จะนำเสนอผลการศึกษาประวัติศาสตร์ของสื่อโทรทัศน์ในอเมริกาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับของประเด็นหญิง-ชายโดยเฉพาะ

Lont M.C. (1995) สรุปว่า ประวัติศาสตร์ของโทรทัศน์อเมริกันนั้นเป็นการนำเอาแนวคิดเรื่องการจัดทำรายการ ตัวดารา ผู้ชม มาจากสื่อที่มีมาก่อนหน้านั้นคือ วิทยุ ลักษณะดังกล่าวนี้เหมือนกับกรณีของโทรทัศน์ไทย เนื่องจากตัวบุคคลที่เข้ามาดำเนินการโทรทัศน์ไทยในยุคแรก ๆ มาจากวงการวิทยุ (สนใจดูตำนานโทรทัศน์ไทยกับจำนง รังสิกุล) เพราะฉะนั้นรายการโทรทัศน์ในตอนกลางวันก็ลอกแบบมาจากรายการทอล์กโชว์ และเกมโชว์ทางวิทยุ

รายการโทรทัศน์ในยุคแรกๆ (1945-1957) จึงถูกเรียกว่า " Vaudeo" เนื่องจากเป็นการเอาตัวเนื้อหารายการมาจากศิลปะการแสดงแบบละครเร่ตามงานวัด (Vaudeville) มารวมเข้ากับตัวสื่อแบบใหม่คือ Video

เนื่องจากตัวรายการในโทรทัศน์นั้นจะมีอย่างหลากหลาย ในแต่ละช่วงเวลาความนิยมในรายการประเภทต่าง ๆ จะแปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัย เช่น

- ช่วง 1957-1960 หนังประเภทตะวันตก (western) เป็นที่นิยม
- ช่วง 1960-1970 รายการละคร sitcom แบบโง่เง่าเป็นที่นิยม
- ช่วงปลาย 1960-1975 จะนิยมรายการประเภทเรื่องจริง (สอดคล้องกับช่วงเวลาสงครามเวียดนาม)
- ช่วง 1975-1980 รายการประเภทจินตนาการ (fantasy) จะเป็นที่นิยม
- ช่วง 1980-ปัจจุบัน รายการละครโทรทัศน์ภาคค่ำ และเรื่องจริงของบุคคล (real people) จะได้รับความนิยม

(ในกรณีของไทย ความนิยมในรายการต่าง ๆ ของแต่ละยุคสมัยอาจจะสลับกันระหว่างรายการข่าว รายการหนังจีน รายการเกมโชว์ แต่รายการที่นิยมกันอย่างยืนยวนน่าจะได้แก่ละครโทรทัศน์หลังข่าว)

การเปลี่ยนแปลงความนิยมในรายการเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อประเด็นเรื่องหญิง-ชายด้วย เนื่องจากรายการแต่ละประเภทเป็นตัวแทนของเพศแต่ละเพศ ตัวอย่างเช่นในกรณีของสังคมไทย เมื่อรายการละครโทรทัศน์เป็นที่นิยมมากขึ้น ก็ทำให้มีผู้ชมทุกเพศ รวมทั้งผู้ชายต้องเข้ามาดูละครโทรทัศน์ด้วย และทำให้ละครโทรทัศน์ต้องขยายเรื่องราวออกไปให้มีละครแบบผู้ชายบ้าง เช่น ละครประเภทบู๊ ประเภทตำรวจจับผู้ร้าย ประเภทล้างแค้นระหว่างตระกูล ฯลฯ เช่นเดียวกับเมื่อรายการข่าวเป็นที่นิยม ก็จะมีผู้หญิงเข้าไปดูข่าวมากขึ้น และทำให้พื้นที่ข่าวต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองรสนิยมของผู้ชมกลุ่มใหม่ เช่น เพิ่มข่าวเบา ๆ มากขึ้น

(4.2) สถานภาพที่ต้อยต่ำทางวิชาการของการศึกษาสื่อโทรทัศน์

Kaplan (1987) ได้ประมวลสรุปประวัติศาสตร์ของโทรทัศน์ศึกษา (TV. study) ทั้งในสหรัฐและอังกฤษซึ่งมีสภาพการณ์หลายส่วนที่คล้ายคลึงกับบรรยากาศทางวิชาการในสังคมไทย ดังมีรายละเอียดดังนี้

- **ช่วงปี 1970** ในสหรัฐตามมหาวิทยาลัยมีการศึกษาภาพยนตร์อย่างเป็นทางการ

แล้วในหมู่นักวิชาการ ทั้งนี้เนื่องมาจากความรู้สึกว่า ภาพยนตร์ถือเป็น "งานศิลปะแขนงหนึ่ง" ในขณะที่สื่อโทรทัศน์นั้น ถูกมองว่าเป็นเพียง "สื่อพาณิชย์" ชนิดหนึ่งซึ่งไม่มีคุณค่าทางวิชาการที่ควรแก่การศึกษา นอกจากการรับรู้ภาพลักษณะของสื่อแต่ละประเภทแล้ว การสังกัดอยู่ในแต่ละสาขาวิชา ก็ยังอาจจะมีส่วนอยู่ด้วย กล่าวคือ ในขณะที่ภาพยนตร์มักจะเป็นวิชาที่สังกัดอยู่ในภาควิชาด้านมนุษยศาสตร์ซึ่งมีประเพณีการศึกษาวรรณกรรมเป็นพื้นฐานที่จะนำมาประยุกต์ใช้ได้ แต่ทว่าวิชาโทรทัศน์จะสังกัดอยู่ในภาควิชาสังคมศาสตร์หรือวารสารศาสตร์ที่ไม่อาจนำมาประยุกต์ใช้กับสื่อตัวใหม่นี้ได้

สำหรับในประเทศอังกฤษ ดูจะมีพัฒนาการที่ดีกว่าในอเมริกา เนื่องจากมีกลุ่มนักวิชาการนอกมหาวิทยาลัยที่สนใจศึกษาภาพยนตร์ในฐานะผลผลิตทางวัฒนธรรม สนใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับผู้ดู-ผู้ชม เพราะฉะนั้นแนวทางการศึกษาโทรทัศน์ซึ่งถูกถือว่าเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง จึงสามารถนำเอาการศึกษาภาพยนตร์มาประยุกต์ใช้กับโทรทัศน์ได้ และอาจจะเนื่องมาจากต้นกำเนิดและพัฒนาการของโทรทัศน์ในอังกฤษจะมีลักษณะเป็นบริการสาธารณะ (public service) มากกว่าเป็นลักษณะเชิงพาณิชย์ (เนื่องจากอังกฤษได้เห็นตัวอย่างบทเรียนจากสหรัฐอเมริกา) ดังนั้นในหมู่นักวิชาการอังกฤษ จึงรับรู้โทรทัศน์ในฐานะสถาบันทางสังคมอย่างหนึ่งได้ง่ายกว่าในอเมริกา

อย่างไรก็ตาม การศึกษาโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษ 1970 ก็ยังไม่ค่อยมีอย่างแพร่หลายนัก ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลหลัก ๆ 4 ประการคือ ประการแรก รูปแบบการผลิตรวมทั้งรูปแบบการบริโภคของโทรทัศน์มีลักษณะพิเศษไปจากรูปแบบการผลิตสื่ออื่น ๆ ที่เคยมีมาแม้แต่ภาพยนตร์ ประการที่สอง การดำเนินงานของโทรทัศน์นั้นมีลักษณะเป็นธุรกิจอย่างมาก จนขาดคุณค่าทางวิชาการ ประการที่สาม การเก็บรักษาวัสดุดิบสำหรับศึกษาทำได้ยาก ทำให้ขาดเอกสารทางประวัติศาสตร์ และประการสุดท้ายซึ่งสำคัญก็คือ โทรทัศน์ไม่มีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นทางเลือกที่เป็นรูปแบบนอกกระแสเหมือนกับภาพยนตร์ ลักษณะเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของโทรทัศน์จึงคล้ายคลึงและซ้ำซาก ทำให้ขาดความหลากหลายซึ่งเป็นแง่มุมสำคัญสำหรับงานทางวิชาการ

● **ช่วงปี 1980** บรรยากาศของการศึกษาโทรทัศน์เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้มีเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ

(i) งานวิชาการด้านภาพยนตร์ศึกษาเริ่มอึมครึมแล้ว ตัวอย่างเช่น ในวารสารที่ตีพิมพ์บทความภาพยนตร์ศึกษาเช่น *Screen* ที่เคยลงแต่เรื่องการศึกษาวิจัยภาพยนตร์เป็นส่วนใหญ่ ในปี 1977 ก็เริ่มมีการลงบทความเกี่ยวกับโทรทัศน์บ้าง อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกนี้ งาน

ศึกษาโทรทัศน์ส่วนใหญ่มักมองโทรทัศน์ในฐานะ "ตัวสื่อ" ตัวหนึ่ง โดยยังไม่ได้เจาะลึกลงไปในตัวเนื้อหาของรายการ

(ii) ในสหรัฐ นักศึกษาที่เรียนจบมาจากด้านภาพยนตร์เริ่มเข้ามาทำงานในวงการโทรทัศน์ซึ่งมีตลาดงานกว้างขวางกว่า นักศึกษาเหล่านี้เริ่มประยุกต์เอางานวิจารณ์ผู้หญิงจากหนังมาใช้ในการวิเคราะห์ผู้หญิงในโทรทัศน์บ้าง

(น่าสังเกตว่าในกรณีของไทย กาญจนา (2539) พบว่า เมื่อทำการสำรวจหัวข้อวิจัยประเด็นหญิงชายในสื่อโทรทัศน์ระหว่างปี 2520-2535 นั้น จะพบว่าม้งานวิจัยเพียง 3 ชิ้น แต่เมื่อขยายช่วงเวลาออกเพียง 3 ปี ถึงปี 2538 ก็พบว่าม้งานวิจัยเพิ่มขึ้นมาเป็น 17 ชิ้น (กาญจนา, 2540) ซึ่งหมายความว่า ช่วง 2535-2538 เป็นช่วงก้าวกระโดดของงานศึกษาสื่อโทรทัศน์)

(4.3) การศึกษาประเด็นหญิง-ชายในสื่อโทรทัศน์ของอเมริกาโดยภาพรวม

จากสถานภาพทางวิชาการของโทรทัศน์จะมีผลต่อเนื่องมาถึงเรื่องการศึกษาประเด็นหญิง-ชายในโทรทัศน์ด้วย เพราะหากปริมาณการศึกษาโทรทัศน์ยังไม่ค่อยแพร่หลาย โอกาสที่หัวข้อบทบาทหญิง-ชายจะไปปรากฏในงานวิจัยสื่อโทรทัศน์จะมีน้อยลงตามไปด้วย และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศสหรัฐอเมริกา บรรดานักสตรีนิยมมักจะทำงานอยู่ในสายวิชามนุษยศาสตร์ ด้านการวิจารณ์วรรณกรรม (ของไทยก็อาจจะคล้ายคลึงกัน) ในขณะที่โทรทัศน์จะจัดอยู่ในสายสังคมศาสตร์ โอกาสที่จะได้มีการพัฒนาแนวทางการศึกษาเรื่องหญิงชายในสื่อโทรทัศน์จึงมีอยู่น้อยและต้องใช้เวลายาวนานในการก่อร่างสร้างสถานภาพทางวิชาการ ดังที่ Kaplan (1987) พบว่า ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 1940-1970 ม้งานวิจัยละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อสำหรับสตรีเพียง 2-3 ชิ้น เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณและยังไม่ได้นำแนวคิดแบบสตรีนิยมมาใช้เลย บรรยาการดังกล่าวก็คล้ายคลึงกับงานวิจัยด้านสตรีศึกษาในยุคแรก ๆ ของสังคมไทย ที่งานวิจัยส่วนใหญ่มักจะมองเห็น "ผู้หญิง" แต่มองไม่เห็น "ความเป็นหญิง" ในแนวทางสตรีนิยม

Lont (1995) ประมวลสรุปพัฒนาการในแต่ละทศวรรษของงานวิจัยบทบาทหญิง-ชายในสื่อโทรทัศน์ของอเมริกันไว้ดังนี้

- **ในยุคเริ่มประวัติศาสตร์ของโทรทัศน์คือทศวรรษ 1950** ผลจากการวิเคราะห์ภาพหญิงชายในโทรทัศน์ ผลการสำรวจทุกชิ้นให้ผลตรงกันว่า ตัวละคร/ตัวนักแสดงหญิงจะมีน้อยกว่าผู้ชาย แม้ว่าจะไม่ได้ถูกกีดกันออกไป ในปี 1954 ผลการสำรวจพบว่ามีตัวละครหญิง 34% ที่มักปรากฏตัวอยู่ในรายการละครแบบ sit com (เช่น I love Lucy)

● **ช่วง 1951-1961** ตัวละครหญิงยังคงมีบทบาทแบบ I love Lucy อยู่ ตัวละครแบบ "Lucy" ก็คือ ผู้หญิงที่ไม่มีงานทำ ไม่มีอำนาจ ไม่มีแรงปรารถนาที่จะสร้างความไฝ่ฝัน ไม่มีลูก และไม่มีแม่แต่งงานบ้าน Lont กล่าวว่า Lucy คือภาพตัวแทนของแม่บ้านอเมริกันในยุคนั้นที่ดำเนินชีวิตอยู่อย่างเบื่อหน่ายและติดขัดกับชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ

Gunter (1986) สัมภาษณ์พบเช่นเดียวกันว่า ในการวิเคราะห์รายการในช่วงเวลาทอง (prime time) 3 ปีต่อเนื่องกัน คือ ปี 1951-52-53 ก็ยังพบว่าตัวละครผู้หญิงน้อยกว่าตัวละครชายอย่างชัดเจน มีตัวละครหญิงเพียง 1 ใน 3 และส่วนใหญ่ยังไม่ได้เล่นบทบาทเป็นตัวละครหลัก

● **ช่วง 1960-1970** ส่วนใหญ่สภาพการณ์ทั่ว ๆ ไปยังไม่เปลี่ยนแปลง โดยอาจจะมียุคทองที่เป็นข้อยกเว้นเกิดขึ้นมาบ้าง เช่น เริ่มมีตัวละครหญิงโสด เช่น ในรายการละครชุด That Girl และที่น่าแปลกใจก็คือ มีตัวละครหญิงผิวดำปรากฏเป็นตัวเอกในละครชุด Julia (ช่วงปี 1968-1971)

● **ช่วงปี 1970** ภาพของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอเริ่มมีหลายลักษณะคละเคล้ากันไป ระหว่างหญิงโสดและหญิงที่มีครอบครัว ในช่วงกลางทศวรรษ 1970 ก็เริ่มเกิดตำรวจหญิงขึ้นในละครโทรทัศน์ชุด Charlie's Angels แต่ทว่าตัวละครก็ต้องแสดงเป็นตำรวจที่ไม่ก้าวร้าวนัก ดังที่ตัวผู้แสดงให้สัมภาษณ์ว่า "เธอต้องเป็นผู้หญิง มากกว่าจะเป็นตำรวจ" สำหรับภาพของหญิงผิวดำก็ยังคงถูกสร้างต่อมาในภาพลักษณ์ของ "คุณแม่ที่ตัวอ้วนใหญ่ใจดี"

วารสาร Screen Actors Guild (1974) ได้สรุปสถานการณ์การวิจัยเรื่องหญิงชายในสื่อโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษ 1970 ไว้ดังนี้คือ

(i) ตัวละครชายยังมีปริมาณมากกว่าตัวละครหญิง ยกเว้นรายการโทรทัศน์ภาคกลางวันจำนวนตัวละครทั้ง 2 เพศจะมีปริมาณใกล้เคียงกัน

(ii) ตัวละครผู้ชายจะมีบทบาทที่หลากหลายกว่า มีแบบฉบับที่ตายตัวน้อยกว่าตัวละครหญิง

(iii) ในรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน จะพบตัวละครหญิงที่ยังสาว สวย มีเสน่ห์ทางเพศเป็นส่วนใหญ่

(iv) ตัวละครหญิงจะมีความสามารถทุกด้านน้อยกว่าตัวละครชาย

(v) ในเสียงประกอบโฆษณาที่เป็นคำพูดหรือเพลง (voice-over) จะเป็นเสียงของ

ผู้ชายเป็นส่วนใหญ่

(vi) ผู้หญิงมักจะอยู่ในบทบาทที่ไม่ต้องพูดคุยบ่อยครั้งเท่ากับตัวละครชายในโฆษณา

(vii) ในงานโฆษณา มักจะใช้ผู้ชายเป็นตัวละครที่เป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้หญิง ยกเว้นในรายการโทรทัศน์ตอนกลางวัน

นอกจากนั้นยังมีผลการสำรวจจาก The National Commission on Working Women (1982) ที่วิเคราะห์รายการยอดนิยม 25 รายการ จากปี 1972-1981 และพบว่า ในรายการโทรทัศน์มีตัวละครหญิงที่ทำงานนอกบ้านเพียง 44% ในขณะที่ในความเป็นจริงมีผู้หญิงถึง 60% ที่ต้องทำงานนอกบ้าน

ในช่วงเวลานี้มีปรากฏการณ์นอกกระแสที่น่าสนใจเกิดขึ้น กล่าวคือ ตามปกติตัวละครหญิงที่เล่นบทนำในละครโทรทัศน์นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์เป็นผู้หญิงสวยและสวยไม่ว่าเธอจะรับบทเป็นอะไร แม้แต่ตำรวจหญิงใน Charlie Angels แต่ทว่าในช่วงปี 1981-88 มีละครโทรทัศน์ชุดตำรวจหญิงคู่หนึ่งคือ Cagney & Lacey ที่ตัวละครหญิงทั้งคู่ไม่ใช่สาวน้อยที่แสนสวย ผู้สร้างละครชุดนี้ให้สัมภาษณ์ว่าตำรวจหญิงที่แท้จริงนั้นต้องเป็นผู้หญิงที่มีวุฒิภาวะทั้งทางอารมณ์และความคิดอ่าน ดังนั้นตัวละครตัวหนึ่งจึงมีลูกติด และอีกคนหนึ่งก็เป็นผู้หญิงที่อุทิศให้กับหน้าที่การงานอย่างเต็มที่ ละครโทรทัศน์ชุดนี้ได้รับความนิยมจากผู้ชมมาก แม้ว่าทางสถานีโทรทัศน์จะให้หยุดการผลิต แต่แฟนละครต่างก็เขียนจดหมายไปผลักดันจนทางสถานีต้องยอมสร้างต่อมา

● **ช่วงปี 1980** เกิดการสร้างภาพลักษณ์ของตัวละครหญิงแบบใหม่คือ แบบ "super woman" ซึ่งทั้งทำงานอาชีพ ทั้งเลี้ยงลูก ทั้งทำงานบ้าน และแก้ปัญหาสารพัดได้อย่างได้อย่างง่ายดาย เช่น ตัวละครในเรื่อง "Family Ties" และ "Cosby show" อย่างไรก็ตามในช่วงทศวรรษนี้ ตัวละครหญิงก็เริ่มมีบทบาทที่หลากหลายมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร ช่วงก่อนปี 1980 ในรายการโทรทัศน์จะแสดงให้เห็นว่า ตัวละครชายจะสัมพันธ์/ทำกิจกรรมร่วมกับตัวละครชายเป็นส่วนใหญ่ ส่วนตัวละครหญิงนั้นก็จะต้องมีความสัมพันธ์/ทำกิจกรรมร่วมกับตัวละครชายเท่านั้น โดยไม่ค่อยมีการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครหญิงด้วย แต่ทว่าหลังจากปี 1980 เป็นต้นมา เริ่มมีการติดต่อสัมพันธ์กับระหว่างตัวละครหญิงด้วยกัน เช่น Golden Girls (1985) และ Designing Women (1986) ซึ่งแสดงว่าประสบการณ์ที่เป็นจริงอีกส่วนหนึ่งของชีวิตสตรีได้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ ในช่วงทศวรรษนี้ตัวละครหญิงมีคุณค่าเพิ่มขึ้นอย่าง

มาก

หากประมวลภาพรวมเรื่องบทบาทหญิงชายในรายการโทรทัศน์ของอเมริกัน นับตั้งแต่ทศวรรษ 1940-1980 จะได้ภาพรวมดังนี้คือ

(i) **ปริมาณตัวละครเพศหญิงและเพศชาย** โดยภาพรวมแล้ว ตัวละครผู้หญิงยังมีน้อยกว่าตัวละครชาย และมีน้อยกว่าความเป็นจริง (under represented) แต่ทว่าปริมาณดังกล่าวนั้น มีการพัฒนาที่เพิ่มขึ้น จากงานสำรวจของ Gunter (1986) ในช่วงทศวรรษ 1970 มีตัวละครหญิงเพียง 1 ใน 5 ของจำนวนตัวละครทั้งหมด แต่ในช่วงทศวรรษ 1980 ตัวเลขตัวละครหญิงเพิ่มเป็น 1 ใน 3 ของตัวละครทั้งหมด

(ii) **ในเชิงคุณภาพ** เมื่อตัวละครหญิงปรากฏตัวในรายการ ก็ยังมีลักษณะเป็นแบบฉบับตายตัว (stereotyped) มีบทบาทแคบ ๆ อยู่เพียงไม่กี่บทบาท เช่น อยู่แต่ภายในบ้าน ไม่มีความสามารถต้องพึ่งพาผู้ชาย มักตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง ภาพแบบฉบับตายตัวนี้ยังเป็นภาพส่วนใหญ่ โดยอาจจะมีภาพที่แปลกแหวกกระแสหลักออกไปเป็นข้อยกเว้นส่วนน้อย การมีภาพแบบฉบับตายตัวดังกล่าวส่งผลสะท้อนกว้างไกลออกไปถึงผู้ชมที่เป็นเพศหญิงเอง เช่น การรับรู้ตนเอง (Self perception) เช่น หากภาพของผู้หญิงที่มีแต่อาชีพที่คอยเป็นผู้บริการผู้ชาย ผู้หญิงที่เป็นผู้ชมก็จะรับรู้ว่าเป็น "เกิดมาเป็นผู้หญิงก็ต้องรับใช้คนอื่น" นอกจากนี้ยังมีผลต่อเรื่องความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-esteem) เช่น เด็กผู้หญิงจะพบว่า เพศหญิงไม่เคยจัดการกับผู้ร้ายได้เลยต้องรอให้มีพระเอกมาช่วย ทั้งเรื่องการรับรู้ตนเองและความภาคภูมิใจในตนเองจะกลายเป็นแบบอย่างเพศ (role model) สำหรับเด็ก ๆ ที่ได้เรียนรู้บทบาททางเพศ (Gender socialization) จากสื่อมวลชน

(iii) มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับ**ตัวแปรเรื่อง "ประเภทรายการ"** (ที่จะได้กล่าวถึงในตอนต่อไป) ว่า การปรากฏตัวของหญิงชายทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพนั้นจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของประเภทรายการด้วย เช่น ถ้าเป็นรายการละครโทรทัศน์แบบ drama (รักโศกเศร้าเค้าน้ำตา) หรือละครชุดแบบ sit com ปริมาณของผู้หญิงและผู้ชายอาจจะมากหรือน้อยกว่ากันอย่างไม่แน่นอน แต่ถ้าเป็นรายการประเภท action การผจญภัย หนังสืบสวน แล้ว ตัวละครชายจะมีมากกว่าอย่างแน่นอน ถึงอย่างไรก็ตาม ก็น่าสังเกตว่า ตัวละครชายจะมาปรากฏตัวอย่างสม่ำเสมอในทุกรายการของโทรทัศน์ (แม้แต่รายการผู้หญิง) ในขณะที่ตัวละครหญิงจะขาดหายไป

- สำหรับในช่วงทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษนี้ คือช่วง 1990 นับเป็นจุด

เปลี่ยนโค้งที่สำคัญอีกช่วงหนึ่งของประเด็นหญิงชายในรายการโทรทัศน์ เนื่องจากมีภาพของผู้หญิงแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย Lont (1995) วิเคราะห์ว่า ปรัชญาการณดังกล่าวน่าจะเกิดมาจากความพยายามของกลุ่มผู้หญิงที่ได้มีโอกาสเข้ามาเป็นผู้ผลิตรายการ ผู้สร้างละคร ผู้กำกับละครหรือผู้เขียนบท ตัวอย่างภาพยนตร์โทรทัศน์ชุด Roseanne, Murphy Brown Evening Shade, Home Improvement อย่างไรก็ตาม ปริมาณของรายการเหล่านี้ก็ยังไม่ได้เป็นภาพส่วนใหญ่ของรายการโทรทัศน์

(5) ประเด็นหญิงชายกับประเภทรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ

(i) **ประเด็นหญิงชายกับประเภทของสื่อ** ในการศึกษาภาพสะท้อนของหญิงชายในสื่อมวลชนนั้น ในระยะเริ่มแรกจะมีการสำรวจภาพสะท้อนดังกล่าวในสื่อประเภทต่าง ๆ โดยยังไม่ได้เกิดแนวคิดที่ว่า "ประเภทของสื่อ" แต่ละอย่างก็เป็น "ตัวแปร" ที่จะกำหนดภาพของหญิงชายที่ออกมา กล่าวคือ ยังไม่ได้มีการรับรู้ว่ามี "สื่อแต่ละประเภทต่างก็มีเพศติดอยู่เช่นกัน" อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผลของการวิเคราะห์เนื้อหาเริ่มแสดงให้เห็นว่า "หากเป็นสื่อต่างประเภทกัน ภาพของหญิงชายที่สะท้อนออกมาก็จะมีลักษณะต่างกัน" Brunsdon C. (1983) จึงสรุปว่า ในสื่อประเภทหนึ่งฮอลลีวูดแบบตะวันตก (western) ที่เป็นหนึ่งประเภทต้นต้นระที่ทักซ์วิญ บู้สนั้นจอ ในสื่อประเภทนี้ ปริมาณและคุณภาพของตัวละครหญิงในภาพยนตร์จะแตกต่างจากปริมาณและคุณภาพของผู้หญิงในละครโทรทัศน์ช่วงตอนกลางวัน (ในโทรทัศน์อเมริกา) หรือละครโทรทัศน์หลังข่าว (ในกรณีโทรทัศน์ไทย) อย่างมาก ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ ในขณะที่หนึ่งประเภทหนึ่งตะวันตกนั้น ผู้หญิงจะมีบทบาทเป็นเพียงตัวประกอบของพระเอกโคบาลผู้กล้าหาญและเยอหยิ่ง มิติส่วนตัวของชีวิตผู้หญิงจะไม่ปรากฏเลย ในขณะที่ในละครโทรทัศน์ประเภท Soap opera เช่นเรื่องทีวีจียคือ Crossroad นั้น เรื่องราวทั้งหมดจะเป็นการเปิดเผยชีวิตส่วนตัว ความรัก ความเป็นแม่ของผู้หญิงทั้งหมด

(ii) **ประเด็นหญิงชายกับรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ** นอกเหนือประเด็นเรื่องหญิงชายจะปรากฏความแตกต่างระหว่างสื่อแต่ละประเภท สำหรับสื่อที่จะใช้วิจัยในครั้งนี้คือสื่อโทรทัศน์นั้น Kaplan A. (1987) ที่ได้ประมวลงานศึกษาเรื่องหญิงชายในสื่อประเภทโทรทัศน์ ก็ยังได้ตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากในโทรทัศน์นั้นประกอบด้วยประเภทรายการต่าง ๆ เช่น รายการข่าว สารคดี เกมโชว์ ทอล์กโชว์ วาไรตี้โชว์ ละครโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ตั้งแต่ sit com soap opera รายการประเภทเรื่องจริง (real people) ฯลฯ ดังนั้น ประเด็นเรื่องหญิงชายในรายการประเภทต่าง

ๆ นี้ก็ยังมี ความแตกต่างกันออกไป เช่น การศึกษาว่าภาพของครอบครัวที่ปรากฏในละครโทรทัศน์ กับในรายการโฆษณาทางโทรทัศน์จะแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ในขณะที่ในรายการละครนั้นจะตีแผ่ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในครอบครัว นับตั้งแต่ปัญหาเมียน้อยเมียหลวง ภรรยานอกใจสามี การท้อง ก่อนแต่ง การแย่งชิงมรดกในหมู่เครือญาติต่าง ๆ แต่ทว่าในรายการโฆษณาทางโทรทัศน์นั้น กลับ มีแต่ภาพครอบครัวอันแสนสุข อบอุ่น หวานชื่น เป็นต้น

(iii) การแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดหญิงชาย

เป็นที่น่าสังเกตว่า ตั้งแต่เรื่อง "ประเภทของสื่อ" หากนำเอาแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย เข้าไปจับ ก็พบว่า สื่อต่าง ๆ มีลักษณะทางเพศ (gender) ติดตัวอยู่ด้วย เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อภาพยนตร์ ค่อนข้างจะเป็นสื่อของผู้ชาย อันเริ่มต้นมาจากต้นกำเนิดของตัวสื่อ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้อ่าน รวมทั้งเนื้อหาสาระ ในขณะที่สื่อวิทยุ ค่อนข้างจะเป็นสื่อสำหรับสตรี สำหรับสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์นั้น ค่อนข้างมีลักษณะกลาง ๆ ทางเพศ คือ ทั้งกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้ดูผู้ชมผู้ฟัง และเนื้อหา สาระนั้นจะเป็นแบบ "หญิงดูได้ ชายดูดี"

เมื่อเจาะลึกลงมาที่สื่อโทรทัศน์ ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในโทรทัศน์ประกอบด้วยรายการ ประเภทต่าง ๆ และในรายการเหล่านี้ก็สามารถจะนำแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายมาใช้เป็น เกณฑ์แบ่งได้เช่นเดียวกัน การจัดแบ่งประเภทโทรทัศน์นั้น มีการใช้เกณฑ์การจัดแบ่งอยู่หลาย เกณฑ์ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คือ

(ก) **การใช้อายุเป็นเกณฑ์** ซึ่งจะทำให้แบ่งประเภทรายการออกได้ตามอายุของกลุ่ม ผู้ชม เช่น รายการสำหรับเด็ก สำหรับวัยรุ่น สำหรับผู้ใหญ่ สำหรับผู้สูงอายุ ฯลฯ สำหรับรายการ ทอล์กโชว์/วาไรตี้ และรายการข่าวที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ สำหรับรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ นั้น เป็นรายการที่ดูชมกันได้ตั้งแต่ระดับวัยรุ่นจนถึงผู้ใหญ่ ในขณะที่รายการข่าว กลุ่มผู้ชมมักจะเป็น วัยผู้ใหญ่

(ข) **การใช้เพศเป็นเกณฑ์** จะทำให้แบ่งรายการออกได้เป็น 3 ประเภท คือ รายการ สำหรับผู้ชาย เช่น รายการข่าว รายการสารคดี รายการกีฬา ฯลฯ รายการสำหรับผู้หญิง เช่น รายการทำอาหาร-เสริมสวย รายการดูแลสุขภาพ รายการละคร รายการสำหรับผู้หญิงโดยตรง และประเภทที่สามคือ รายการที่เป็นกลาง ๆ ทางเพศ เช่น รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ รายการ เกมโชว์ ฯลฯ สำหรับตัวอย่างรายการที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาคั้งนี้ รายการข่าวนั้นจะเป็น ตัวแทนของรายการเพศชาย และรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะเป็นตัวแทนของรายการที่เป็น

กลางทางเพศ

(ค) การใช้ความสมจริงสมจัง (realistic) ของเนื้อหาเป็นเกณฑ์ ในวงการ การศึกษาสื่อมวลชนได้แยกประเภทรายการตามลักษณะของเนื้อหาออกมาเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- **รายการประเภทเรื่องจริง (Non-Fiction/Journalistic)** ได้แก่ รายการประเภท ข่าว สารคดี ที่เนื้อหาที่นำมาเสนอนั้นเป็นเรื่องที่เกิดในโลกแห่งความเป็นจริง ด้วยเหตุนี้ ภาพสะท้อนในรายการประเภทนี้จึงสามารถทำหน้าที่เป็นตัวบ่งชี้ (indicator) การเปลี่ยนแปลงในโลกที่เป็นจริง ตัวอย่างเช่น บทบาทของผู้หญิงในรายการข่าวโทรทัศน์จะเป็นตัวบ่งชี้บทบาทที่เป็นจริงของผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริงได้ระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แน่นนอนว่า ตัวบ่งชี้ดังกล่าวนั้นจะมีความเที่ยงตรงมากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับการทำหน้าที่ของ gatekeepers (เช่น นักข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้ผลิตสารคดี) ที่จะเลือกเป็น "กระจก" สะท้อนภาพให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง มากน้อยเพียงใด เมื่อนำแนวคิดแบบ Cultural Feminism มาใช้วิเคราะห์ รายการประเภทนี้มักเป็นรายการที่ดี มีคุณค่า มีสาระประโยชน์ และมักเป็นรายการที่ถูกรับรู้ว่าเป็นรายการแบบผู้ชาย (ผู้ชายดูมาก)

- **รายการประเภทเรื่องแต่ง (Fiction/Entertainment)** เนื้อหาของรายการประเภทนี้ จะถูกแต่งขึ้นมาจากจินตนาการ (Fantasy) โดยอาจอาศัยเค้าโครงจากความเป็นจริงบ้าง แต่ไม่ใช่เรื่องจริงทั้งหมดอย่างแน่นอน ในแง่การเป็นตัวบ่งชี้ภาพสะท้อนความเป็นจริง รายการประเภทนี้จึงทำหน้าที่ไม่ได้ แต่ทว่ารายการประเภทนี้จะสามารถแสดงบทบาทเป็น "ตะเกียง" ส่องทางนำเสนอสิ่งที่ยังไม่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง ตัวอย่างรายการประเภทนี้ได้แก่รายการละคร โฆษณา เกมโชว์ ดนตรี ฯลฯ และเนื่องจากรายการประเภทนี้ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อเป้าหมายที่จะสร้างความบันเทิงเป็นหลัก จึงถูกรับรู้ว่าเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อย ไม่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ และเป็นรายการที่กลุ่มผู้ชมจะเป็นผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่

นอกเหนือจากรายการทั้ง 2 ประเภทนี้แล้ว ก็จะมีรายการที่เป็นแบบกลาง ๆ ที่เป็นลูกผสมระหว่าง 2 ประเภทนี้ เช่น รายการทอล์กโชว์ที่เอาเรื่องราวของตัวบุคคลจริง ๆ มานำเสนอ แต่วิธีการนำเสนอไม่ได้จัดทำในรูปแบบข่าว หากทว่าใช้รูปแบบการนำเสนอที่ให้ความสนุกสนาน และมีการตกแต่งดัดแปลงวิธีการเล่าเรื่อง

(iv) ตัวอย่างงานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชาย รายการข่าวโทรทัศน์ในต่างประเทศ

สำหรับรายการประเภทที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 2 ประเภทในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยยังไม่

พบบางวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวกับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ หากพบแต่การวิเคราะห์บทบาทหญิงชายในรายการเกมโชว์ และรายการข่าวโทรทัศน์ จึงจะนำมาศึกษาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

สำหรับรายการข่าวโทรทัศน์ Lont M.C (1995) รายงานผลการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของผู้หญิงในรายการข่าวโทรทัศน์ของสหรัฐว่า ก่อนหน้าทศวรรษ 1970 ยังไม่มีการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนหญิงชายในรายการข่าวโทรทัศน์อย่างเป็นระบบ จนกระทั่งปี 1977 คณะกรรมการ U.S. Commission on Civil Rights ได้ศึกษารายการข่าวโทรทัศน์ในช่วงเวลา 1 ปี (มี.ค. 1974-ก.พ. 1975) เพื่อวิเคราะห์ภาพของผู้หญิงและชนกลุ่มน้อยในข่าว (อยู่ในรายงานชื่อ Window Dressing on the Set: Women and Minorities on Television) ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

- จากข่าว 230 เรื่อง มี 9 ข่าวที่เกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย และ 3 ข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง (นับเป็น 5.2% ของทั้งหมด)

- จากผู้เป็นข่าว 141 คน (คนที่ผู้อ่านข่าวอ้างถึงหรือปรากฏตัวในข่าว) 9.9% เป็นผู้หญิงผิวขาว 7.8% เป็นผู้ชายชนกลุ่มน้อย และ 3.5% เป็นผู้หญิงชนกลุ่มน้อย ผู้ชายผิวขาวมี 78.7% ของผู้เป็นข่าวทั้งหมด

- จากจำนวนผู้หญิงที่มีฐานะ 12 ฐานะ (เช่น ข้าราชการ บุคคลสาธารณะ อาชญากร หรือผู้มีชื่อเสียง) ผู้หญิงที่เป็นข่าวส่วนใหญ่เป็นภรรยาประธานาธิบดี หรือผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่เรียกว่า "ปัญหาสตรี" (ทำแท้ง คุมกำเนิด)

โดยทั่วไป สามารถสรุปได้ว่า ในข่าวภาคค่ำมีข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงน้อยมาก แทบไม่มีรายงานข่าวเกี่ยวกับความสำเร็จของสตรี และผู้หญิงได้เป็นแหล่งข่าวอ้างอิงน้อยมาก

อีก 3 ปีต่อมา คือ ค.ศ.1977 ได้มีการศึกษาติดตามงานในปี 1974 อีกครั้ง ผลปรากฏว่ามีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นน้อยมากคือ

- จากข่าว 330 เรื่อง มีเพียง 8 เรื่อง (2.4%) ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและชนกลุ่มน้อย (ลดลงจาก 5.2% ในปี 1974)

- จากผู้เป็นข่าว 248 คน 88.4% เป็นคนผิวขาว 6.8% เป็นผู้หญิงผิวขาว 4.4% เป็นชายชนกลุ่มน้อย 0.4% เป็นหญิงชนกลุ่มน้อย

- สถานะของผู้หญิงที่เป็นข่าว มี 2 คนเป็นข้าราชการ จากกลุ่มบุคคลสาธารณะ 34 คน มีผู้หญิง 3 คน (ทั้งหมดเป็นภรรยาผู้มีชื่อเสียง) สำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไป ผู้หญิงปรากฏตัว

ในสถานะ "เหยื่อ" มากที่สุด มีผู้หญิงคนเดียวปรากฏตัวในฐานะผู้เชี่ยวชาญ และเช่นเดียวกับผู้หญิงเมื่อปี 1974 ไม่มีผู้หญิงชนกลุ่มน้อยปรากฏตัวในฐานะผู้เชี่ยวชาญเลย

ตัวเลขเรื่องภาพหญิงและชายที่อยู่ในรายการข่าวโทรทัศน์ได้รับการสำรวจอย่างต่อเนื่องในเอกสารรายงานชื่อ "Women, Men and Media Annual Report" ตั้งแต่ปี 1989-1994 ผลปรากฏว่าตัวเลขของภาพผู้หญิงที่ปรากฏในรายการข่าวยังน้อยกว่าผู้ชายอย่างเทียบไม่ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ตัวเลขภาพของผู้หญิงก็เพิ่มมากขึ้น จึงอาจสรุปได้ว่า รายการข่าวโทรทัศน์ยังเป็นเวทีของผู้ชายอย่างแท้จริง

Zoonen (1994) ตีความปรากฏการณ์เรื่องภาพของสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์ที่ได้วิเคราะห์ผลออกมาในเชิงปริมาณให้มีมิติเชิงคุณภาพต่อมาดังนี้คือ

- ตัวเลขภาพของผู้หญิงที่มีน้อยกว่าที่ควรจะเป็น (underrepresented) นั้นสะท้อนให้เห็นว่า ในเมื่อเรื่องราวเนื้อหาในข่าวนั้นจะอยู่ในปริมาณพลของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ระดับชาติ ระดับโลก กล่าวคือ ระดับมหภาค (macro) และเมื่อรายการข่าวเป็นรายการประเภทสะท้อนโลกแห่งความจริง ก็ย่อมหมายความว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงยังคงมีบทบาทและมีส่วนร่วมอยู่น้อยมากในปริมาณพลดังกล่าว

- การที่ประเด็นข่าวยังมีข่าวเกี่ยวกับ "ประเด็นสตรี" น้อยมาก (เช่น เรื่องการทำแท้ง การถูกข่มขืน แม้แต่เรื่องความสำเร็จของสตรี) ก็สะท้อนว่า คำนิยามของคำว่า "ข่าว" นั้นยังคับแคบ อยู่มาก **เนื่องจากยังรวมเอาประสบการณ์ของบุรุษเท่านั้นไปรายงานไว้ในพื้นที่สาธารณะ แต่ละเลยหรือมองข้ามประสบการณ์เฉพาะของเพศสตรี** หรือในอีกด้านหนึ่ง อาจหมายความว่า ผู้หญิงยังไม่สามารถเชื่อมต่อกับประสบการณ์ของตนเองเข้ากับโลกภายนอกได้ ข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิง จึงต้องเป็น "ผู้หญิงที่อยู่นอกบ้าน" เป็นส่วนใหญ่

(v) ตัวอย่างงานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายในรายการเกมโชว์ในต่างประเทศ

สำหรับการศึกษารายการเกมโชว์ ซึ่งจัดเป็นตัวแทนของรายการประเภทเป็นกลาง ๆ ทางเพศ Fiske (1990) ได้ใช้แนวทางทฤษฎีวิเคราะห์ภาพสะท้อนของผู้หญิงในรายการเกมโชว์ตามแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) เพื่อมองหาลักษณะ 2 ด้านของการนำเสนอด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ Fiske กล่าวว่า ในการอ่านความหมายอย่างผิวเผิน เราอาจจะรู้สึกเหยียดหยามรสนิยมของผู้ชมสตรีว่า ชอบดูแต่รายการโทรทัศน์ที่มีคุณค่าต่ำ ไร้สาระ มีแต่ความบันเทิง เช่น รายการเกมโชว์ นอกจากนั้น รายการประเภทนี้ยังส่งเสริมค่านิยมแบบบริโภคนิยมให้แก่ผู้หญิงที่มีฐานะเป็นผู้บริโภคอยู่แล้ว และเราอาจจะไม่เข้าใจว่า ทำไม ผู้ชมสตรีจึง

เกาะติดอยู่กับรายการโทรทัศน์แบบประชานิยม (popular art) ที่เป็นพิษเป็นภัยต่อจิตสำนึกของตัวผู้หญิงเองเช่นนี้

Fiske ได้เฉลยคำตอบว่า เป็นความจริงที่บรรดาคุณลักษณะต่าง ๆ ที่เป็นพิษเป็นภัยต่อการพัฒนาสตรีนั้นมีอยู่ในรายการเกมโชว์จริง ๆ แต่นั่นก็เป็นความจริงเพียงครั้งเดียวเท่านั้น เพราะเมื่อได้วิเคราะห์หลังไปในรายละเอียดและใช้มุมมองการถอดความหมายแบบหลายแง่หลายมุม ผู้วิจัยก็ได้มองเห็นองค์ประกอบของการต่อสู้-ปลดปล่อยสตรีที่มีอยู่ในรายการเกมโชว์นั่นเอง

ตัวอย่างเช่น มุมมองเกี่ยวกับเรื่องการ "ช้อปบั้ง" ในรายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหารายการให้ผู้แข่งขันสตรีไปเดินช้อปบั้งแล้วทายราคาสินค้าเพื่อแข่งขันกัน ตามปกติ การช้อปบั้งของผู้หญิงมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ เดินช้อปของเพื่อความต้องการของคนอื่น กับการเดินช้อปของเพื่อความสุขของตัวเอง ลักษณะหลังนี้เป็นรูปแบบของการเดินช้อปของในรายการเกมโชว์ และการช้อปบั้งในรายการเกมโชว์นั้นก็มิได้เป็นเรื่องเหงาหงอยแบบส่วนตัว (alone/private) หากทว่าเป็นเรื่องที่แสดงออกสู่สายตาสาธารณะ (public) และเต็มไปด้วยความสนุกสนานตื่นเต้น ความรู้ที่ใช้ในการตอบปัญหาในรายการเป็นความรู้แบบเป็นผู้หญิงเท่านั้นที่จะมี (รู้ราคาสินค้า) ความรู้แบบนี้ถูกให้ "ความหมายใหม่" ว่าเป็นความรู้ที่มีค่า เพราะเป็นหนทางนำไปสู่ชัยชนะและเงินรางวัล เป็นต้น Fiske สรุปงานวิจัยของเขาว่า แน่แน่นอนว่าในรายการเกมโชว์ยังมีภาพสะท้อนแบบเก่า ๆ ของการใช้อำนาจที่เหนือผู้หญิง เช่น ผู้ชายเป็นพิธีกร ผู้หญิงเป็นแค่ผู้ช่วยพิธีกรหรือผู้เข้าแข่งขัน แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง ในเวทีทางวัฒนธรรมแบบนี้ ก็เป็นโอกาสที่ผู้หญิงจะได้สร้างเวทีแห่งการต่อรอง จะได้ต่อต้าน จะได้ปฏิเสธภาพลักษณ์เดิม ๆ ไปพร้อม ๆ กัน ส่วนผสมที่มีทั้ง 2 อย่างนี้ ทำให้ผู้ชมสตรีมีโอกาสสูง อยากระทึกใจและเป็นเหตุผลเบื้องหลังความนิยมชมชอบในรายการดังกล่าว

(6) งานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อมวลชนไทย

ถึงแม้งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย" นี้ จะจำกัดขอบเขตของประเภทสื่อที่ศึกษา คือสื่อโทรทัศน์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การอ่านความหมายเรื่องบทบาทหญิง-ชายมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาไปเปรียบเทียบกับประเด็นดังกล่าวที่ปรากฏในสื่ออื่น ๆ ด้วย ฉะนั้นในที่นี้ผู้วิจัยจะประมวลงานวิจัยไทยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหญิงชายในสื่อประเภทต่าง ๆ

และเพื่อให้การจัดประเภทของสื่อ และประเภทรายการต่าง ๆ เป็นไปตามแนวคิดเรื่อง บทบาทหญิงชาย ผู้วิจัยจะแบ่งประเภทของสื่อและประเภทรายการออกโดยใช้เรื่องหญิงชายเป็น เกณฑ์แบ่งดังนี้คือ

(ก) สื่อและรายการเพศผู้ชาย มีอยู่ 3 ประเภทคือ

- สื่อหนังสือพิมพ์
- สื่อภาพยนตร์
- รายการข่าวโทรทัศน์

(ข) สื่อและรายการเพศหญิง มีอยู่ 3 ประเภท คือ

- สื่อนิตยสาร
- รายการผู้หญิงในโทรทัศน์
- รายการละครโทรทัศน์

(ค) สื่อและรายการที่เป็นกลางทางเพศ มีอยู่ 2 ประเภท คือ

- สื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์
- ผลผลิตของสื่อวิทยุ คือ บทเพลง

(6.1) งานศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในยุคก่อนมีสื่อมวลชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า ในสหรัฐอเมริกาประวัติศาสตร์ของการศึกษา ประเด็นหญิงชายในสื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นมีความต่อเนื่องมาจากงานศึกษาในสาขา มนุษยศาสตร์ เช่น วรรณคดี ศาสนา ประวัติศาสตร์ ในกรณีของวิชาการไทยก็เช่นเดียวกัน ดังนั้น ตั้งแต่ยุคสมัยก่อนที่จะมีการจัดการเรียนการสอนระดับที่ต้องทำวิจัย (ชั้นบัณฑิตศึกษา) ของสาขา สื่อสารมวลชน เราก็ได้พบงานเขียนและงานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายในสาขามนุษยศาสตร์ ตัวอย่างเช่น งานของ สน คชสาร "ผู้หญิงในวรรณกรรม: ศึกษาผ่านทางเสนีย์ เสาวพงศ์" (โลก หนังสือ 1:4, ม.ค. 2517) สังข์ พัดโนทัย "ฐานะของสตรีไทยแต่โบราณถึงปัจจุบันกาล" (พิมพ์เป็น อภินันทนาการในงานมาปนกิจศพ นายทิพย์ กิตสงวน 5 เม.ย. 2513) วาสนา ไอยรัตน์ "สิทธิ และหน้าที่ของสตรีในวรรณกรรมสันสกฤตที่ว่าด้วยธรรมศาสตร์" (วิทยานิพนธ์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬา, 2521) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่างานเขียนและงานวิจัยเหล่านี้ยังมุ่งเน้นแต่ที่ "ตัวสตรี" เพียงด้านเดียว โดยยังไม่ได้พิจารณาอย่างเปรียบเทียบกับชาย อย่างไรก็ตาม ผลจาก งานศึกษาเหล่านี้ก็ช่วยให้มองเห็นคตินิยมของสังคมไทยที่มีต่อสตรีได้ในระดับหนึ่ง และยังมี

คุณูปการในการวางพื้นฐานให้กับการศึกษาสื่อยุคใหม่ในชั้นต่อมา

(6.2) การศึกษาสื่อและรายการเพศชาย มีอยู่ 3 ประเภทคือ

(6.2.1) สื่อหนังสือพิมพ์

(6.2.2) สื่อภาพยนตร์

(6.2.3) รายการข่าวโทรทัศน์

(6.2.1) การศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อหนังสือพิมพ์

เนื่องจากสื่อหนังสือพิมพ์ถูกรับรู้ว่าเป็น "สื่อของผู้ชาย" อันเป็นภาพที่เกิดขึ้นมาจากต้นกำเนิดของหนังสือพิมพ์เองที่อยู่ในแวดวงของผู้ชายทั้งในฝ่ายผู้จัดทำ ผู้อ่าน และเนื้อหาสาระ แม้ว่าในชั้นต่อมา หนังสือพิมพ์จะเพิ่มลักษณะการเป็นสื่อของคนทุกเพศมากขึ้นกว่าครั้งอดีต แต่ทว่า เนื่องจากผู้หญิงเป็นผู้ที่เข้ามาทีหลังในวงการนี้ ทั้งในด้านผู้จัดทำและผู้อ่าน ดังนั้นแม้ในปัจจุบันจำนวนผู้หญิงที่อ่านหนังสือพิมพ์จะเพิ่มมากขึ้น แต่ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ของสื่อตัวนี้ก็ยังคงหลงเหลืออยู่

งานศึกษาภาพสะท้อนของสตรีในหนังสือพิมพ์มีอยู่ 6-7 ชิ้น ซึ่งนับว่ามีจำนวนไม่น้อยอันน่าจะเนื่องมาจากความสนใจสถานภาพของสตรีในสื่อของผู้ชายประเภทนี้ อย่างไรก็ตามรายงานศึกษาทั้งหมดยังคงมีแนวทางการศึกษาแต่เพียง "ตัวสตรี" แต่ฝ่ายเดียว โดยไม่ได้เปรียบเทียบกับบุรุษ และยังคงใช้วิธีการเชิงปริมาณด้วยการนับความถี่เป็นหลัก

งานวิจัยเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อหนังสือพิมพ์เริ่มตั้งแต่ภาพสะท้อนของหญิงยุคโบราณเมื่อครั้งรัชกาลที่ 5-รัชกาลที่ 7 ที่กอบแก้ว บุคทอง (2531) ศึกษาจากหนังสือพิมพ์ยุคนั้น กอบแก้วพบว่า ภาพของสตรียุคโบราณยังคงมีบทบาทหลักคือ เป็นแม่ เมีย และลูกสาว โดยจุดยืนของหนังสือพิมพ์ยุคนั้นจะพยายามเรียกร้องให้ผู้หญิงมีภาพ "เรื่องนอกบ้าน" มากขึ้น

สำหรับในยุคสมัยใหม่นั้น จะพบว่าภาพของสตรีที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์นั้น จะมีทั้งภาพที่เป็นบวกและเป็นลบโดยมีตัวแปรกำหนดสำคัญคือ หน้าต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ สำหรับภาพสะท้อนในหน้า 1 นั้นจะเป็นภาพติดลบโดยตลอด เช่น การตกเป็นเหยื่อถูกข่มขืน เป็นขโมย มีชู้ เป็นเหยื่อปัญหาสุขภาพ ฯลฯ โดยมีภาพที่เป็นบวกในหน้าสตรีมาเป็นตัวสมดุลย์

อย่างไรก็ตาม เมื่อมีงานวิจัยในลักษณะการสำรวจจุดพัฒนาการ ก็พบว่า

ภาพของสตรีในสื่อประเภทนี้มีทิศทางที่เป็นบวกเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2529 และ 2532) ชันญี (2538) สสำรวจพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ในช่วง 1 ทศวรรษ (2528-2537) พบว่ามีภาพสตรีทั้งที่เปลี่ยนแปลงและที่เหมือนเดิม ส่วนที่เปลี่ยนแปลงไปก็คือในแง่ปริมาณ เนื่องจากภาพของสตรีมีปรากฏมากขึ้นในทุกหน้าของหนังสือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน้ากีฬา ในแง่คุณภาพ ทิศทางของภาพสตรีก็เป็นบวกมากขึ้น มีภาพหญิงยุคใหม่เกิดขึ้นมา แต่ทว่าสิ่งที่ยังเหมือนเดิมก็คือ ประเด็นที่ผูกพันเกี่ยวข้องกับสตรียังคงเป็นเรื่องความสวยงามและการเข้าสังคมที่มาเป็นอันดับต้น ๆ และภาพหน้า 1 ก็ยังคงรุนแรงเหมือนเดิม ชันญีวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของการเปลี่ยนแปลงว่า เนื่องจากในโลกที่เป็นจริงบทบาทของผู้หญิงเปลี่ยนไปอย่างมาก ในฐานะกระจกเงา ภาพสะท้อนของสตรีในหนังสือพิมพ์จึงต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ข้อเสนอสำหรับการปรับปรุงภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์จึงควรมุ่งไปในการเปลี่ยนแปลงเรื่องประเด็นที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผู้หญิงควรจะให้เพิ่มมากขึ้น

(6.2.2) การศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อภาพยนตร์

เป็นปรากฏการณ์ที่น่าแปลกใจและมีลักษณะตรงกันข้ามกับกระแสโลกตะวันตกเป็นอย่างมากที่งานศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในภาพยนตร์ของไทยมีน้อยมากในช่วง 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมา ในขณะนั้นในโลกตะวันตกนั้น กลุ่มสตรีนิยมจะถือเอาเรื่องการวิจารณ์ภาพยนตร์เป็นสนามรบที่สำคัญ จนสามารถมีการก่อร่างแนวทางการวิจารณ์ภาพยนตร์แนวสตรีนิยมได้ (Feminist Film Criticism) แต่ในกรณีของประเทศไทยนั้น กาญจนา (2540) สสำรวจพบว่าในช่วงระหว่างปี.ศ.2518-2538 มีงานศึกษาผู้หญิงกับภาพยนตร์เพียง 3 ชิ้นเท่านั้น กาญจนา (2540) ได้สัมภาษณ์ทัศนะของผู้ที่อยู่ในวงการภาพยนตร์และพบว่ามียุคหลายยุคหลายสมัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือ อุตสาหกรรมหนังไทยเองยังอยู่ในสถานะที่ไม่มั่นคงเช่นอุตสาหกรรมฮอลลีวูด ธุรกิจนี้ยังล้มลุกคลุกคลาน เพื่อฟูและตกต่ำอยู่เป็นระยะ เมื่อธุรกิจยังไม่เจริญเติบโต พื้นที่ว่างที่จะให้ผู้หญิงเบียดแทรกเข้ามาก็มีน้อย รวมทั้งเจ้าของทุนก็ไม่กล้าที่จะเสี่ยงกับกลุ่มผู้ผลิตเพศใหม่นั้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงยังคงอยู่ในแวดวงของเพศชายและส่งผลให้มีมิติเกี่ยวกับหญิงชายใน ภาพยนตร์ไม่มีความเคลื่อนไหวมากพอที่จะจุดประกายความสนใจในทางวิชาการ

งานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นที่ศึกษาเรื่องภาพของสตรีในภาพยนตร์ไทยนั้น เริ่มจากงานของสุบงกช (2535) ที่เลือกภาพยนตร์ไทย 2 เรื่องมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดสตรีนิยม ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าหนังไทยรุ่นใหม่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปหลาย ๆ อย่าง แต่ทว่าสำหรับภาพของสตรีนั้นยังคงไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงไปมากนัก ส่วนบงกช (2533) ได้เลือกหยิบภาพยนตร์ไทยที่มีตัว

ละครหญิงที่แตกแถวออกไปจากปกติ (Non-traditional character) เช่น ผู้หญิงที่เป็นเมียน้อย โสเภณี ผู้หญิงแกร่งจากหนังไทย 45 เรื่องที่ฉายในช่วง 3 ปี (2528-2530) รวมทั้งวิเคราะห์บทบาทแบบเดิมของผู้หญิงคือ "แม่" เพื่อติดตามว่ามีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ้างหรือไม่

บงกชพบว่า ในส่วนของเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงการสะท้อนภาพของสตรีเหล่านี้ ภาพยนตร์ไทยได้สะท้อนภาพที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่ตัวละครหญิงเหล่านี้ต้องประสบอยู่ในสังคม อย่างไรก็ตาม สำหรับ**วิธีการนำเสนอ**ของภาพยนตร์ที่สะท้อนให้เห็นจุดยืนของผู้สร้างนั้น ภาพยนตร์ไทยยังคงต้องการให้ผู้หญิง "เป็นเหมือนเดิม" อย่างที่เป็นมาไม่ว่าจะเป็นคนของครอบครัว ต้องพึ่งพาผู้ชาย ไม่ต่อต้านผู้ชายในเรื่องเพศ ไม่แสดงความปรารถนาทางเพศ ไม่ล่าสอน เลือกเป้าหมายอย่างเดียวในชีวิตคือครอบครัวมากกว่างาน และต้องยึดมั่นในความดีอย่างไม่หวั่นไหว ไม่ว่าตัวละครรอบข้างจะร้ายกาจเพียงใดก็ตาม

(6.2.3) การศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในรายการข่าวทางโทรทัศน์

เนื่องจากรายการข่าวทางโทรทัศน์นั้นเป็นรายการที่ต่อเนื่องมาจากการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ แม้ว่าในแง่ผู้ชมแล้ว รายการข่าวโทรทัศน์จะมีผู้ชมทั้งเพศหญิงและเพศชาย เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดของสื่อหนังสือพิมพ์ (ต้องอ่านออกเขียนได้ ต้องซื้อ) แต่ทว่ากล่าวในแง่เนื้อหาสาระแล้ว รายการข่าวโทรทัศน์ซึ่งมีเรื่องข่าวสารการบ้านการเมืองเป็นหลักก็ยังคงถูกรับรู้ว่าเป็นรายการแบบผู้ชาย

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทหญิงชายในข่าวโทรทัศน์โดยตรงนั้นยังไม่มีคนมีแต่เพียงการหยิบประเด็นเรื่องวิธีการรายงานข่าวข่มขืนของสุวรรณณี (2536) ที่ศึกษาเปรียบเทียบทั้งในกรณีของสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ผู้วิจัยพบว่า สำหรับในกรณีของหนังสือพิมพ์นั้นวิธีการรายงานข่าวข่มขืนยังคงเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการสืบทอดมายาคติเดิม ๆ เกี่ยวกับการข่มขืนว่า การข่มขืนเป็นเพียงอาชญากรรมชั่วครั้งชั่วคราวมากกว่าจะเป็นปัญหาสังคม ผู้ชายที่ข่มขืนนั้นเป็นผู้ชายที่ผิดปกติทางจิต ผู้หญิงที่ถูกข่มขืนนั้นเป็นเพราะโชคร้าย ฯลฯ และวิธีการรายงานข่าวนั้นจะทำในลักษณะของการใส่สีใส่ไขอย่างเร้าอารมณ์ (dramatised) จนดูราวกับไม่ใช่เรื่องจริง สำหรับในกรณีของข่าวข่มขืนในโทรทัศน์นั้นมีความแตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ มีวิธีการรายงานที่ดีกว่าอันอาจจะเนื่องมาจากมีพื้นที่น้อยกว่า มีการควบคุมมากกว่า เพราะเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง จึงมีลักษณะการเร้าอารมณ์น้อยกว่า อย่างไรก็ตาม เนื่องจากความเข้าใจในเรื่องการข่มขืนของนักข่าวโทรทัศน์ไม่ต่างไปจากนักข่าวหนังสือพิมพ์ ทำให้แม้ว่าจะตั้งเป้าหมายการรายงานข่าวเอาไว้ว่า เพื่อเตือนใจผู้ที่อาจตกเป็นเหยื่อรายต่อไป แต่ผู้วิจัยก็สรุปว่า

วิธีการนำเสนอของข่าวโทรทัศน์นี้อาจช่วยให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว

(6.3) การศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อเพศหญิง

ในที่นี้จะจัดประเภทของสื่อที่ถูกรับรู้ว่าเป็น "สื่อเพศหญิง" เป็น 3 ประเภท คือ

(6.3.1) สื่อนิตยสาร

(6.3.2) รายการผู้หญิงในโทรทัศน์

(6.3.3) รายการละครโทรทัศน์

(6.3.1) สื่อนิตยสาร

สื่อนิตยสารนั้นถือได้ว่ามีต้นกำเนิดมาจากการเป็นสื่อที่จัดทำเพื่อผู้หญิง โดยเฉพาะเลย ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อเกิดสื่อหนังสือพิมพ์นั้น ยังมีรูปแบบรอมระหว่างหนังสือพิมพ์กับนิตยสารอยู่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้ชายอ่าน ผู้ชายทำ และเนื้อหาเป็นเรื่องของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ แต่ในชั้นต่อมา ผู้หญิงก็เริ่มเข้ามาทำ เข้ามาอ่าน และเพิ่มเนื้อหาเพื่อผู้หญิงมากขึ้น จนถึงช่วงเวลานี้ก็ได้เกิดรอยแยกระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภททั้งในแง่รูปแบบ เนื้อหา และหน้าที่อย่างชัดเจน สื่อนิตยสารจะมีลักษณะเป็นรูปเล่มหนังสือ มีช่วงเวลาออกที่ยาวนานกว่ารายวัน ในตัวเล่มจะมีหลายคอลัมน์ มีเป้าหมายที่เน้นการให้สาระความรู้และความบันเทิงมากกว่าข่าวสารแบบหนังสือพิมพ์

งานศึกษาเรื่องหญิงชายจากสื่อนิตยสารของไทยนี้มีอยู่อย่างมาก กาญจนา (2540) สัมภาษณ์ว่า ในช่วง 20 ปีหลังจากปีสตรีสากล (2518-2538) มีงานศึกษานิตยสารถึง 37 ชิ้น อันอาจจะเป็นเนื่องมาจากความคงทนเก็บรักษาได้ของสื่อประเภทนี้เป็นสำคัญ ประกอบกับการเป็นสื่อของสตรีที่ได้กล่าวมาแล้ว และในจำนวนงานศึกษาทั้งหมดนี้ งานศึกษาภาพสะท้อนของผู้หญิงในนิตยสารเป็นแนวทางการศึกษาที่มีมากที่สุดอีกเช่นกัน

เราอาจจัดแบ่งหัวข้อการศึกษาเรื่องหญิงชายในสื่อนิตยสารออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

- การศึกษาภาพสะท้อนของผู้หญิงจากนวนิยายที่เขียนโดยนักเขียนหญิง และนักเขียนชาย
- การศึกษาประเด็นที่เกี่ยวกับ "ความเป็นหญิงประเภทต่าง ๆ" เช่น ความเป็นแม่ ความเป็นโสเภณี

- การศึกษาคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร เช่น การ์ตูน คอลัมน์ตอบปัญหา หัวใจ คอลัมน์ข่าวสังคม ฯลฯ

- **การศึกษาภาพสะท้อนของผู้หญิงจากนวนิยาย (ดูกาญจนา, 2540)**

ในวงการนวนิยายนั้น โดยเฉพาะนวนิยายประเภทรักโรแมนซ์นั้นนับว่าเป็นปริมาณของนักเขียนสตรีที่มีปริมาณมากมาย และผลงานเขียนออกมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ดังนั้นจึงมีงานวิจัยจำนวนมากที่หยิบเอานักเรียนที่มีชื่อเสียงแต่ละท่าน เช่น ก. สุรางคนางค์ กฤษณา อโศกสิน ว. วิมลฉัยกุล โบตัน ดวงใจ ฯลฯ มาทำการศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียด ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากงานศึกษางานเขียนของนักเขียนหญิงเหล่านี้มีดังนี้

- ◆ นักเขียนสตรีเหล่านี้จะเป็นกลุ่มนักเขียนที่ผลิตงานมาอย่างยาวนาน และได้พัฒนางานเขียนไปตามบริบทสังคม เช่น เมื่อปัญหาสิ่งแวดล้อมรุนแรงขึ้น กฤษณา อโศกสินก็ได้เขียนเรื่อง "บุษบกใบไม้" เพื่อสร้างสำนึกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และเนื่องจากชีวิตของนักเขียนเองก็ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทักษะของนักเขียนในการสร้างภาพสะท้อนของตัวละครจึงเปลี่ยนแปลงไป เช่น เมื่อตัวนักเขียนหญิงเองต้องหย่าร้าง ทักษะต่อตัวละครหญิงที่ต้องหย่าร้างก็จะเปลี่ยนแปลงไป

- ◆ ถึงแม้งานเขียนเหล่านี้จะยังคงเป็นเรื่องราวของชีวิตและปัญหาที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ต้องเผชิญอยู่ เช่น เรื่องคู่ครอง ความรัก และครอบครัว แต่ทว่าภาพสะท้อนของสตรีที่เป็นตัวละครก็แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงจะเป็นแบบเดิม ๆ ไม่ได้แล้ว แต่จะต้องก้าวออกมาเป็นผู้หญิงรุ่นใหม่ในแต่ละช่วงเวลา ในแง่นี้ต้องนับว่านวนิยายที่เขียนโดยนักเขียนสตรีเหล่านี้ได้ทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะทางอ่อน (Gender socialization) ให้แก่ผู้อ่านสตรีที่สำคัญยิ่ง และนวนิยายบางเรื่องก็ยังพาผู้หญิงออกจากโลกภายในบ้านไปสู่โลกทางเศรษฐกิจและการเมืองภายนอก เช่น งานของดวงใจ (ดูทิษฎยา, 2536)

- ◆ สำหรับภาพของสตรีที่สะท้อนอยู่ในนวนิยายนั้น จะมีอยู่ 2 ภาพที่ซ้อนทับกันอยู่ ภาพแรกแสดงชะตากรรมของผู้หญิงที่ต้องตกอยู่ภายใต้เงื่อนไขสังคมที่ไม่ยุติธรรมสำหรับผู้หญิง และในอีกภาพหนึ่ง นักเขียนสตรีก็ได้วาดภาพที่จะสนับสนุนให้ผู้หญิงหัดคิดและตัดสินใจด้วยตัวเอง ให้ผู้หญิงหาทางก้าวออกไปจากที่เดิมโดยอาศัยกลไกบางอย่างของสังคม โดยเฉพาะการศึกษา สำหรับแนวทางออกนั้น นักเขียนสตรีมักจะหาทางผสมผสานระหว่าง

แนวทางเสรีนิยมบวกผสมกับพุทธศาสนาแบบไทย

◆ เราจะมองเห็นภาพของสตรีในงานวรรณกรรมไทยได้ชัดเจนขึ้นเมื่อนำไปทาบเทียบกับวรรณกรรมของเพื่อนสตรีชาติอื่น ศิริรัตน์ (2534) ศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมของไทยและเยอรมันช่วงทศวรรษ 1970-1979 (เป็นช่วงที่กระแสการเมืองในสังคมไทยมีความก้าวหน้า) และพบว่าลักษณะร่วมของวรรณกรรมของทั้ง 2 ชาติก็คือการมองเห็นสิทธิทางเพศที่ยังเหลื่อมล้ำอยู่ระหว่างหญิงกับชาย ผู้หญิงยังคงเป็น "ฝ่ายที่ถูกเลือก" มิใช่ฝ่ายที่เลือกตัดสินใจทางเพศได้เอง อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนข้อเรียกร้องของวรรณกรรมเยอรมันจะก้าวล้ำหน้าไปกว่าวรรณกรรมไทย เนื่องจากวรรณกรรมสตรีเยอรมันเริ่มจะไม่ให้ความสนใจในความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย แต่หันไปสนใจความสัมพันธ์ที่มีใช้เรื่องเพศระหว่างสตรีด้วยกันเอง และตั้งเป้าหมายให้ผู้หญิงแสวงหาหนทางที่จะ "เป็นเจ้าของชีวิตของตัวเอง" ในขณะที่สตรีในวรรณกรรมไทยยังมีความหวังที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายให้ดีขึ้น และเรียกร้องเพียงแค่นี้ให้ผู้หญิงรู้จักพึ่งตนเองเท่านั้น

◆ สำหรับงานศึกษานวนิยายที่เขียนโดยนักเขียนชาตินั้น มีอยู่ 2 ท่านคือ งานศึกษา คำพูน บุญทวี และเสนีย์ เสาวพงศ์ ซึ่งมีลักษณะที่สะท้อนทั้งปัญหาที่ผู้หญิงไทย โดยเฉพาะผู้หญิงในชนบทกำลังประสบอยู่ และในเวลาเดียวกันก็นำเสนอภาพผู้หญิงแบบใหม่ที่จะต้องกล้าหาญ เป็นอิสระและมีส่วนร่วมในสังคมระดับกว้างมากขึ้น (ทัศนีย์, 2534 จักกฤษณ์, 2534)

● การศึกษาประเด็นเกี่ยวกับ "ความเป็นหญิง" ประเภทต่าง ๆ

มี "ความเป็นหญิง" อยู่ 2 ประเภทที่มีงานศึกษาวิจัยอยู่หลายชิ้น คือ ความเป็นหญิงที่แสดงออกในบทบาทของแม่ และอีกภาพหนึ่งที่เป็นคู่ตรงกันข้ามกันคือโสเภณี

◆ ในเรื่อง "ความเป็นแม่" ซึ่งเป็นบทบาทพื้นฐานและเป็นบทบาทที่มีความหมายอย่างยิ่งในสังคมไทย ฉะนั้น ภาพของแม่ในนวนิยายจึงเป็นประเด็นที่ไม่อาจมองข้ามไปได้ ไพลิน รุ่งรัตน์ (2531) เลือกรับงานนวนิยายของกฤษณา อโศกสิน ที่สร้างภาพความเป็นแม่ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และพบว่า ในด้านหนึ่ง กฤษณาได้นำเสนอภาพของแม่ที่สะท้อนความเป็นจริงว่า มีทั้งแม่แบบดี ๆ และแบบเลว ๆ ปะปนกันอยู่ อย่างไรก็ตาม สำหรับจุดยืนของกฤษณาในเรื่องความขัดแย้งระหว่าง "ความเป็นแม่" กับ "อย่างอื่น ๆ" เช่น ความก้าวหน้าในวิชาชีพ กฤษณามีทัศนะว่าต้องเลือกข้างความเป็นแม่เอาไว้ก่อน ดูเหมือนว่าจุดยืนของกฤษณาก็จะเป็นจุดยืนเดียวที่

ผู้หญิงไทยส่วนใหญ่ในสังคมถือหางเอาไว้เช่นกัน

◆ สำหรับในประเด็นเรื่อง "โสเภณี" นั้น อลงกรณ์ (2531) เลื่อนนวนิยายชุดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับโสเภณี ซึ่งมีอยู่จำนวนไม่น้อยจนถูกขนานนามว่าเป็น "วรรณกรรมโสเภณี" อลงกรณ์ใช้วิธีการวิเคราะห์วรรณกรรมโดยดูจากองค์ประกอบภายในนวนิยาย และองค์ประกอบภายนอกคือ บริบททางสังคม เพื่อทำความเข้าใจกับกลวิธีการสร้างตัวละคร การนำเสนอตัวละคร การสร้างฉากและบทสนทนา ฯลฯ เพื่ออธิบายสาเหตุของการเกิดสตรีกลุ่มนี้ในสังคมไทย ผู้วิจัยสรุปว่า วรรณกรรมชุดนี้สามารถสะท้อนสภาพความเป็นจริงของสตรีกลุ่มนี้ได้อย่างใกล้เคียงความเป็นจริง

● การศึกษาคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร

นอกเหนือจากคอลัมน์นวนิยาย ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ไม่อาจขาดได้ของนิตยสารสตรีแล้ว ในนิตยสารไทยก็ยังมีคอลัมน์อื่น ๆ เช่น คอลัมน์ตอบปัญหาของผู้อ่าน (อรอนงค์ 2533, ไสลทิพย์ 2532) โดยมีการศึกษาทั้งในแง่พัฒนาการทางประวัติศาสตร์และการศึกษาภาพรวมจากนิตยสารหลาย ๆ เล่มในปัจจุบัน ผลการวิจัยสรุปว่า ปัญหาที่ผู้หญิงเขียนมาแสดงออกต่อหน้าสาธารณชนนั้น ปัญหาหลักยังคงไม่เปลี่ยนแปลงคือยังคงเป็นเรื่องความรัก เพศ แม้ว่าจะมีรายละเอียดเปลี่ยนแปลงไปบ้าง ส่วนปัญหาที่ถูกถามน้อยที่สุดคือปัญหาอาชีพ การศึกษา และสังคม

อีกคอลัมน์หนึ่งที่มีอยู่ในนิตยสารสตรีทุกเล่มก็คือ คอลัมน์ "ข่าวสังคม" ที่มักจะประกอบด้วยภาพข่าวงานเลี้ยง รวมทั้งการบรรยายชื่อบุคคลที่ไปร่วมงาน สุนิตา (2536) ศึกษาพบว่า ความหมายของคำว่า "ข่าวสังคม" หมายถึงข่าวเบา ๆ ข่าวธุรกิจ ข่าวตัวบุคคล และมีใช่เรื่องการเมือง การมีคอลัมน์ดังกล่าวมักเป็นเหตุผลความจำเป็นของผู้จัดทำ อย่างไรก็ตาม คอลัมน์แบบนี้ก็ช่วยอำรงรักษาระสนิยมและความสนใจของสตรีให้ชอบสนใจเรื่องของคนอื่นให้คงอยู่ต่อไป

(6.3.2) รายการผู้หญิงในโทรทัศน์

รายการเฉพาะสำหรับผู้หญิงในโทรทัศน์นั้นมีคู่กับโทรทัศน์มาตั้งแต่ระยะ

เริ่มแรก แต่ทว่ายังมีปริมาณไม่มากนัก เช่น การสำรวจจากโทรทัศน์ 2 ช่วงในปี 2528 พบว่ามีอยู่ 4 รายการ แต่ทั้งหมดก็ล้วนแต่เป็นรายการแบบเดิม ๆ คือ รายการทำอาหาร เสริมสวย ดูแลบ้าน (ศิริพร และมณฑนา, 2534) ผู้วิจัยได้ให้ข้อสรุปว่า ในขณะที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงมาก แต่สื่อโทรทัศน์กลับมีบทบาทในการพัฒนาสตรีน้อยมาก

ต่อมาอีกหนึ่งทศวรรษ ก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของรายการผู้หญิงในโทรทัศน์ทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ ปัญจมา (2537) สำรวจพบว่า ในปี 2537 มีรายการผู้หญิงในโทรทัศน์ประมาณ 25 รายการ และเป็นรายการที่มีพัฒนาการการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่ต่างไปจากเดิมอย่างน้อย 6 รายการ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มเป้าหมายของรายการใหม่ ๆ เหล่านี้ ผู้วิจัยก็สรุปว่า รายการเหล่านี้จะช่วยทำหน้าที่เตรียมผู้หญิงรุ่นใหม่ที่จะต้องมาทำงานนอกบ้าน ที่เรียกว่า "ผู้หญิงทำงาน" (working women) อย่างไรก็ตาม การนำเสนอภาพของผู้หญิงเหล่านี้ก็ยังบิดเบี่ยงไปจากความเป็นจริงอยู่บ้าง เนื่องจากรายการผู้หญิงรุ่นใหม่เหล่านี้มักจะนำเสนอว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงทำงานนอกบ้านเหล่านี้จะมีแต่ปัญหาการทำงานข้างนอก แต่เพียงอย่างเดียว ทั้ง ๆ ที่ความจริงแล้วผู้หญิงไทยส่วนใหญ่ยังไม่อาจเลือกที่จะทำงานในบ้าน (แบบเดิม) หรือทำงานนอกบ้าน (แบบใหม่) ได้เพียงอย่างเดียว หากทว่าจะต้องเป็น "แบบผสม" คือทั้งงานหลวงก็ไม่ได้ขาด งานราษฎร์ก็ไม่ได้เว้น

ปัญจมาได้วิเคราะห์เนื้อหาการพัฒนาสตรีที่ปรากฏในรายการเหล่านี้เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในการช่วยพัฒนาสตรี และพบว่ามีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาระดับโลกกว้างภายนอกมากที่สุด (48%) การพัฒนาระดับตนเอง (40%) และระดับครอบครัวน้อยที่สุด (12%) ทั้ง ๆ ที่ถ้าเป็นผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน ปัญหาเรื่องการจัดการกับครอบครัวจะเป็นปัญหาใหญ่ที่สุด นอกจากนั้นโลกกว้างที่รายการโทรทัศน์ได้เปิดออกสู่ผู้หญิงนั้นก็ยังเป็นเรื่องแบบเบา ๆ เช่น เรื่องศิลปะวัฒนธรรม การท่องเที่ยว ฯลฯ แต่ทว่ายังไม่มีเรื่องหนัก ๆ เช่น เรื่องการเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย รวมทั้งยังไม่มีเรื่องสิทธิสตรีในที่ทำงานด้วยเลย การเติบโตด้านปริมาณของรายการผู้หญิงในโทรทัศน์จึงมีจุดมุ่งหมายเพียงเพื่อช่วยให้ผู้หญิงปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป โดยไม่ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนเงื่อนไขสังคมให้เหมาะสมหรือส่งเสริมผู้หญิงมากนัก

(6.3.3) รายการละครโทรทัศน์

ถึงแม้รายการละครโทรทัศน์จะเป็นรายการในดวงใจของผู้ชมสตรีมาอย่างยาวนาน และยิ่งนับวันปริมาณของละครโทรทัศน์ก็ยังมีเพิ่มมากขึ้น ในแง่คุณภาพ แฟนละคร

โทรทัศน์นั้นนับได้ว่าเป็นกลุ่มผู้ชมที่ยืนหยัดต่อรายการเป็นอย่างดี (Loyal audience) อย่างไรก็ตาม อาจจะเนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นประเภทรายการที่มีคุณค่าต่ำอย่างมากในสายตานิเทศศาสตร์และบุคคลทั่วไป ดังที่มักจะได้ยินคำกล่าวถึงละครโทรทัศน์ว่า "ละครน้ำเน่า" (หรือ Soap Opera คือเป็นการแสดงโอเปร่าไป ขายสบู่ไป) เนื่องจากเป็นรายการประเภทเรื่องแต่ง (Fiction) มุ่งให้แต่ความบันเทิง (จนถึงขั้นให้ความเพลิดเพลินไปวัน ๆ) อาจเป็นเพราะสาเหตุนี้ทำให้เกิดปรากฏการณ์ทั่วไปทั้งวงวิชาการไทยและตะวันตก ซึ่งมีงานศึกษาละครโทรทัศน์อยู่น้อยมาก

สำหรับงานศึกษาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับภาพของบทบาทหญิงชายนั้น มีอยู่เพียง 2 เรื่อง สำหรับเรื่องแรกเริ่มมีการนำทัศนคติแบบ "บทบาทหญิงชายจริง ๆ" (gender) มาใช้ในการวิเคราะห์อาชีพของตัวละครหญิงชาย จรินทร์ (2535) ได้วิเคราะห์เนื้อหาละครโทรทัศน์ 10 เรื่องในปี 2535 เพื่อตอบคำถามว่า มีอาชีพอะไรบ้างของตัวละครหญิงและชาย ผลการวิเคราะห์พบว่าอาชีพของผู้หญิงมีอยู่จำกัดไม่ก็อย่าง (stereotyped) เช่น ครู พยาบาล แม่บ้าน นักศึกษา ฯลฯ เมื่อนำมาเทียบกับโลกแห่งความเป็นจริงแล้ว ภาพดังกล่าวก็บิดเบี่ยงไปอย่างมาก และเป็นอาชีพรองบ่อนต้องขึ้นกับตัวละครชาย เช่น ผู้ชายจะเป็นหมอ ผู้หญิงจะเป็นพยาบาล ผู้ชายเป็นผู้จัดการ ผู้หญิงเป็นเลขา ฯลฯ เหตุผลในการประกอบอาชีพก็เป็นเรื่องไม่สลักสำคัญเท่ากับความรักและการแต่งงาน ซึ่งก็เป็นภาพที่บิดเบี่ยงไปจากความเป็นจริงเช่นกัน ผู้วิจัยสรุปว่าละครโทรทัศน์มีบทบาทน้อยมากในการพัฒนาสตรีให้เตรียมสร้างความสำเร็จในอาชีพการงาน

เช่นเดียวกับการศึกษา "วรรณกรรมโสเภณี" ในนวนิยาย เนื่องจากละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่ทำมาจากนวนิยาย ดังนั้น จึงมีละครโทรทัศน์จำนวนไม่น้อยมีเรื่องราวของกลุ่มโสเภณี รัชดา (2538) ได้วิเคราะห์ภาพของกลุ่มผู้หญิงโสเภณีที่ถูกนำเสนอในละครโทรทัศน์ และพบว่าโสเภณีจะถูกนำเสนอออกมาให้แตกต่างทั้งทางกายภาพ อากัปกริยา การแต่งตัว จากผู้หญิงดี ๆ ทั่วไป และเมื่อวิเคราะห์ลงไปถึงระดับอุดมการณ์ในละครประเภทนี้ ผู้วิจัยก็พบว่า มีทั้งอุดมการณ์หลัก (dominant ideology) เช่น ผู้ชายมีสิทธิหาความสุขทางเพศได้ แม้แต่พระเอกก็สามารถจะไปเที่ยงช่องโสเภณีได้ และอุดมการณ์ทางเลือก (Alternative ideology) เช่น ความบริสุทธิ์ของผู้หญิงไม่ใช่เครื่องหมายรับประกันความเป็นคนดีของผู้หญิงเสมอไป เพราะฉะนั้นแม้ที่เป็นโสเภณีก็อาจจะเสียสละทุกอย่างเพื่อลูกของตัวเองได้ ผู้วิจัยสรุปว่า แม้ว่าจุดยืนของละครโทรทัศน์เหล่านี้จะมีความเห็นอกเห็นใจโสเภณี แต่ก็ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับความซับซ้อนของกระบวนการสร้างโสเภณีที่มีมิติเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมทางเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง

(6.4) การศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายในสื่อประเภทกลาง ๆ ทางเพศ

สำหรับสื่อประเภทกลาง ๆ ทางเพศ ซึ่งในที่นี้หมายถึงสื่อที่มีผู้ใช้ทั้งเพศชายและเพศ

หญิงร่วมกันนั้น ผลการวิจัยเท่าที่พบจะมีสื่ออยู่ 2 ประเภทคือ

(6.4.1) สื่อโฆษณาทั้งทางสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์

(6.4.2) ผลผลิตของสื่อวิทยุ คือ บทเพลง

(6.4.1) สื่อโฆษณาทั้งทางสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์

สื่อโฆษณานี้เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่นักวิชาการด้านสื่อมวลชนสายสตรีนิยมให้ความสนใจศึกษาอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของสื่อโฆษณานั้นเป็นสื่อที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูงอย่างเด่นชัด โดยได้มีการออกแบบสารและการวางแผนใช้สื่อเผยแพร่อย่างเข้มงวดในทุกขั้นตอน มีการลงทุนอย่างสูง ดังนั้น เนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอของสื่อโฆษณาจึงมีอิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างมาก ไม่เพียงแต่ในเรื่องการจูงใจเพื่อซื้อสินค้าเท่านั้น แม้แต่เรื่องมิติทางเพศก็น่าจะมีอิทธิพลอย่างมากเช่นกัน

มีงานวิจัยที่ศึกษาทั้งภาพสะท้อนของผู้หญิงและผู้ชายในสื่อโฆษณาของหลาย ๆ สื่อ เริ่มจากงานศึกษาภาพของสตรีในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ 2 ชิ้นที่ให้ผลตรงกันว่า บทบาทของผู้หญิงในโฆษณาทางโทรทัศน์จะจำกัดอยู่ใน 4 บทบาทเท่านั้น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ สาวสวยไร้อาชีพ แม่บ้าน แม่ และสาวทำงาน โดยขึ้นอยู่กับตัวแปรเรื่องประเภตสินค้า (นพรัตน์, 2531 นุชนาถ, 2535) ผู้วิจัยทั้งสองได้อภิปรายว่า ทั้ง ๆ ที่งานโฆษณาเป็นรูปแบบที่ก้าวหน้าที่สุดของรายการโทรทัศน์ แต่ก็ยังนำเสนอภาพสะท้อนของสตรีที่หยุดนิ่งไม่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก

งานวิจัยโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์เช่น นิตยสารก็พบผลที่สอดคล้องกัน (วีรพล, 2536 ปิยะรัตน์, 2537) โดยพบ 3 บทบาทแรกของผู้หญิงคือ สาวสวยที่เป็นวัตถุทางเพศ แม่บ้าน และสาวนักธุรกิจ แต่ไม่ว่าจะสวมบทบาทอะไร คุณลักษณะที่แสดง "ความเป็นหญิง" ที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมก็คือ การรักษาสถานภาพและหน้าที่ในครอบครัว สภาวะจิตใจและอาชีพ ผู้วิจัยอ่านความหมายของการนำเสนอภาพดังกล่าวว่า โฆษณาได้อบรมบ่มเพาะผู้หญิงว่า สาระสำคัญในชีวิตของผู้หญิงก็คือ ความงาม (เรื่องตัวเอง) และการดูแลครอบครัว (เรื่องคนอื่น)

เพื่อให้เห็นภาพที่เปรียบเทียบกับสตรี ยอดชาย (2536) ได้ศึกษาภาพสะท้อนของผู้ชายในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และพบว่ามียู 3 ภาพ คือ ภาพของหนุ่มโสดที่มักจะถูกนำเสนอเกี่ยวกับรูปร่าง ภาพของพ่อบ้าน พ่อ และสามี ที่จะถูกนำเสนอในบริบทของครอบครัว และภาพของผู้ชายทำงาน จากงานวิจัยที่ประมวลมาทั้งหมดนี้ เราอาจพบความคล้ายคลึง

ในแง่ "ประเภท" (kind) ของบทบาทของหญิงและชายที่ถูกนำเสนอในโฆษณา ซึ่งเราอาจสรุปว่า ไม่มีความแตกต่างในแง่ประเภทของบทบาท (difference in kind) ระหว่างหญิงกับชาย หากทว่า เรายังไม่ทราบว่ามีความแตกต่างในแง่ปริมาณมากน้อยของบทบาทแต่ละบทบาทหรือไม่ระหว่าง หญิงกับชาย (difference in degree) รวมทั้งยังไม่มีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหญิงกับชายในงานโฆษณา

(6.4.2) ผลผลิตของสื่อวิทยุ คือบทเพลง

เนื่องจากสื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีแต่เสียง ดังนั้นจึงเป็นสื่อที่มีการศึกษาไม่มากนัก เนื่องจากความไม่คงทนของผลงาน (ฟังแล้วก็หายไป) โดยเฉพาะในเรื่องของการวิเคราะห์ภาพสะท้อนที่ต้องวิเคราะห์จากเนื้อหารายการ อย่างไรก็ตาม มีผลผลิตของวิทยุอยู่ประเภทหนึ่งคือ บทเพลงที่มีการจัดบันทึกเนื้อหาเพลงเอาไว้ที่สามารถจะนำมาศึกษาภาพสะท้อนได้

การแบ่งประเภทของเพลงนั้นอาจจะใช้เกณฑ์จัดแบ่งได้หลายแบบ แต่ทว่า ในประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องหญิงชายนี้ การจัดแบ่งบทเพลงออกเป็น 2 ประเภทคือ เพลงลูกกรุง และ เพลงลูกทุ่งจะช่วยให้มองเห็นความแตกต่างระหว่างเรื่องเพศได้อย่างชัดเจน

● การศึกษารวมทั้งเพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุง

สุภา (2527) ศึกษาความหมายของคำว่า "ผู้หญิง" ทั้งจากเพลงลูกกรุง และลูกทุ่ง (2512-2525) จำนวน 3,500 เพลง โดยหวังว่า การเปรียบเทียบ "ผู้หญิง" ในบทเพลงนั้น จะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่า สังคมคิดอย่างไรต่อผู้หญิง (คำว่า "สังคม" ในที่นี้จะหมายถึงผู้ชาย เพราะนักแต่งเพลงเกือบ 100% เป็นผู้ชาย) ผลการวิจัยพบว่า ความหมายแฝงที่กล่าวถึงผู้หญิง นั้นมักจะเน้นหนักไปทางด้านลบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธรรมชาติของบทเพลงบังคับให้เป็นเช่นนั้น เนื่องจากเพลงจะเกิดขึ้นในเมื่อเกิดการอกหักหรือไม่สมหวังในรัก อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็พบ ความแตกต่างระหว่างเพลงที่ร้องโดยผู้หญิงและผู้ชายว่า เวลาผู้ชายอกหักร้องเพลงมักจะ กล่าวโทษผู้หญิง แต่เวลาผู้หญิงอกหักร้องเพลงมักจะไม่โทษผู้ชายแต่โทษตัวเอง

เมตตาและถิรพันธ์ (2532) ศึกษาเปรียบเทียบทั้งในแง่กาลเวลาและ ระหว่างประเภทของเพลงทั้ง 2 ประเภท และพบว่า สำหรับเพลงลูกกรุงในอดีต (2508-2530) จะมองคุณค่าผู้หญิงที่ความสวย สวย พรหมจารีรักรักเดียวใจเดียว ถือสามีเป็นสรณะ แต่เพลงลูกกรุง ในปัจจุบัน จะมองผู้หญิงที่จะแต่งงานด้วยจากแง่มุมของความรักและความเข้าใจมากกว่า ซึ่ง แสดงว่า ผู้ชายในเมืองเริ่มหมดหวังเกี่ยวกับพรหมจารีรักรักของผู้หญิงในเมืองแล้ว

ส่วนเพลงลูกทุ่งนั้น หากเป็นช่วงเวลาในอดีต จะมีลักษณะร่วมกับเพลงลูกกรุงในอดีต แต่สำหรับยุคสมัยใหม่แล้ว นักร้องลูกทุ่งชายมักจะพรรณนาถึงการเปลี่ยนแปลงของชนบทที่มีผลกระทบถึงการเปลี่ยนแปลงความนึกคิดของผู้หญิงชนบทไปในทางเสียมอย่าง มาก เช่น ดิ้นรน ใต้เต้า ฟุ้งเฟ้อ ฯลฯ ในขณะที่นักร้องลูกทุ่งหญิงจะแสดงอาการไม่พึงพาผู้ชายเช่นแต่ก่อน

● การศึกษาเฉพาะเพลงลูกทุ่ง

จินตนา (2531) ศึกษาชนบทธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม และการดำเนินชีวิตของชาวชนบทที่ปรากฏอยู่ในเพลงลูกทุ่งตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงปีพ.ศ.2525 ในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องหญิงชาย ผู้วิจัยพบว่า สิ่งที่ผู้ชายชนบทสนใจในคุณสมบัติของผู้หญิง คือ ความสาวและความสวย ส่วนพรหมจารีนั้นยังเป็นสิ่งที่มีค่าอยู่ในสายตาของผู้ชาย แต่ค่านิยมนี้ก็ไม่เด่นชัดนัก ยังมีผู้ชายบางคนที่ไม่สนใจว่าผู้หญิงคนรักจะเคยผ่านมือชายอื่นมาก่อน อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติที่สำคัญสำหรับผู้หญิงที่จะเลือกมาเป็นคู่ครองก็คือ การเป็นภรรยาที่ดี เป็นแม่บ้านแม่เรือน ในส่วนที่เกี่ยวกับบทบาทของชายนั้น เพลงลูกทุ่งยังสะท้อนว่า การมีภรรยาหลายคนยังคงเป็นที่ยอมรับและยกย่อง สำหรับในช่วงระยะหลังเมื่อผู้หญิงชนบทต้องอพยพเดินทางเข้ามาหางานทำในเมืองหลวงเพราะชีวิตชุมชนในชนบทล่มสลาย (ต้องขายที่นา ฝนแล้ง ฯลฯ) เพลงลูกทุ่งได้สะท้อนชะตากรรมของผู้หญิงเหล่านี้ว่า มักจะโชคร้าย ต้องตรากตรำลำบาก ต้องขายแรงงาน ถูกหลอกจนเสียพรหมจารี และมีจุดจบแบบโศกนาฏกรรม เช่น ท้องไม่มีพ่อ ต้องกลายเป็นโสเภณี เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมักเป็นฝ่ายถูกระงับเสมอ

บุบผา (2534) ศึกษาบทบาทเพลงลูกทุ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยศึกษาเพลงลูกทุ่งในช่วงปีพ.ศ.2532-2533 ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้หญิง ผู้วิจัยพบว่า ภาพสะท้อนของผู้หญิงมักจะเริ่มมีการปะปนทั้งอย่างแบบใหม่และแบบเก่าคละเคล้ากันไป เช่น

◆ ในเรื่องความสัมพันธ์กับผู้ชาย ก็มีทั้งภาพผู้หญิงที่เป็นกุลสตรี รักนวลสงวนตัว แต่ในเวลาเดียวกัน ก็เริ่มมีผู้หญิงที่เริ่มกล้าเกี่ยวพาราสีผู้ชาย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังเหมือนเดิมก็คือ ในจุดจบของความสัมพันธ์ระหว่างเพศนี้ หากมีการชิงสุกก่อนห่ามเกิดขึ้น ผู้หญิงก็ต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบแต่ฝ่ายเดียว

◆ ในเรื่องความรัก ทั้งหญิงและชายต่างก็เรียกร้องให้ฝ่ายตรงกันข้ามมีรักเดียวใจเดียว และมีการตัดพ้อหากอีกฝ่ายเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ยังเหมือนเดิมเช่นในงานของจินตนา ก็คือ เพลงลูกทุ่งจะกล่าวถึงผู้ชายเจ้าชู้มากกว่าผู้หญิงเจ้าชู้

◆ ค่านิยมของผู้หญิง เนื่องจากสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นสังคม วัตถุนิยมมากขึ้น ดังนั้น ค่านิยมโดยเฉพาะเรื่องความรักและการเลือกคู่ครองของผู้หญิงจะ เปลี่ยนแปลงไปตามกระแส มีเพลงลูกทุ่งที่ต่อว่าผู้หญิงที่เห็นแก่วัตถุเงินทองมากกว่าความรักและ ศักดิ์ศรีของตัวเอง

◆ ความสัมพันธ์ระหว่างสามี-ภรรยา ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงไปจากงาน ของจินตนามากนัก กล่าวคือ ผู้หญิงยังคงถูกคาดหวังให้เป็นแม่ศรีเรือน ในขณะที่ผู้ชายจะยังคง สำราญอยู่กับสุรา อบายมุข การมีเมียน้อย และไม่รับผิดชอบครอบครัว

นันทา (2541) มาเติมภาพสะท้อนของผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งที่ต่อ เนื่องมาจากงานของจินตนา (2531) ที่ศึกษาตั้งแต่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 มาจนถึงปี 2525 โดย ศึกษาภาพผู้หญิงในเพลงลูกทุ่งตั้งแต่ปีพ.ศ.2525-2540 โดยแบ่งช่วงเวลาดังกล่าวมาเป็น 2 ระยะ คือ ช่วงแรก (2525-2535) และช่วงหลัง (2535-2540) จำนวนเพลงที่นำมาวิเคราะห์มีถึง 316 เพลง โดยใช้เกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหา 4 ด้านคือ ด้านความรัก บทบาททางเพศ ความมั่นใจในตนเอง และทัศนคติที่มีต่อตนเอง ผู้วิจัยพบว่า ยิ่งนับวันปริมาณผู้หญิงหัวใหม่ก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น และผู้หญิง หัวเก่าก็ยิ่งลดน้อยลง สำหรับเนื้อหาทั้ง 4 ด้านนั้น ด้านบทบาททางเพศจะเป็นด้านที่เปลี่ยนแปลง ไปมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ นั้นมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าที่เกิดขึ้นนี้ก็มีความก้าวหน้าในระดับปัจเจกบุคคล (เช่น การจัดความสัมพันธ์แบบใหม่กับผู้ชาย เท่านั้น) แต่ความก้าวหน้าในระดับสังคมนั้นไม่มีเลย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าปัจจัยที่ทำให้ภาพผู้หญิง ในเพลงลูกทุ่งก้าวหน้าขึ้นนั้นเนื่องมาจากธรรมชาติของเพลงลูกทุ่งเองก็มีภาพผู้หญิงที่ก้าวหน้าอยู่ แล้ว และเนื่องมาจากการแข่งขันกันเองขององค์กรผู้ผลิตเพลงลูกทุ่ง เมื่อภาพของผู้หญิงแบบใหม่ (เช่น พุ่มพวง ดวงจันทร์) ได้รับความนิยม ภาพแบบนี้ก็จะถูกออกมาอย่างโดยที่เพศของผู้ผลิต (นัก แต่งเพลงลูกทุ่งเป็นผู้ชายทั้งหมด) แทบจะไม่มีส่วนสัมพันธ์กับการผลิตเนื้อหาเพลงเลย

● การศึกษาเฉพาะเพลงลูกกรุง

มิตราภรณ์ (2539) ศึกษาภาพของผู้หญิงในเมืองโดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่ อยู่แถวหน้าสุดที่เรียกว่า "ผู้หญิงสมัยใหม่" โดยวิเคราะห์บทเพลงลูกกรุงระหว่างปีพ.ศ.2527-2539 พร้อมทั้งดูกระบวนการสร้างงานของผู้หญิงสมัยใหม่เหล่านี้ผ่านตัวบทและกิจกรรมอื่น ๆ เช่น บท เพลง การแสดงคอนเสิร์ต ผลการวิจัยพบว่า

◆ ลักษณะความเป็นสมัยใหม่ที่เสนอผ่านสื่อเสียงเพลงมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ "ผู้หญิงกล้า ผู้หญิงแกร่ง และผู้หญิงเก่ง" ซึ่งทั้ง 3 ลักษณะนี้จะมีคุณสมบัติร่วมกันของ "ความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่" คือ มีอิสระในการดำเนินชีวิต ใช้ชีวิตตามความต้องการของตนเอง (มิใช่ความคาดหวังของคนอื่น) และใช้ความสามารถของตนเอง แม้ว่าความอิสระนั้นในบางครั้งอาจทำให้อ้างว้างโดดเดี่ยวได้เช่นกัน

◆ ทิศนะต่อเรื่องความรักแบบหญิงชาย ผู้หญิงสมัยใหม่จะเห็นว่า ความรักเป็นพันธนาการที่ทำให้ผู้หญิงไม่เป็นตัวของตัวเอง ทำให้ตัวเองด้อยต่ำกว่าชาย จึงเกิดการต่อต้าน ลูกขึ้นสู้และไม่ยอมอดทนอีกต่อไป

◆ ความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย จะเน้นความเสมอภาคเท่าเทียมเคารพซึ่งกันและกัน จริงใจต่อกัน

◆ ทิศนคติต่อสังคม ยังไม่ค่อยมีปรากฏมากนักในบทเพลง รวมทั้งไม่ค่อยมีการกล่าวถึงสถานภาพโดยรวมของผู้หญิงในสังคม ส่วนนี้ที่มียังเป็นเรื่องของปัจเจกอยู่ ดังนั้นสิ่งที่เหมือนเดิมของผู้หญิงสมัยใหม่ก็คือ ยังคงถือเอาเรื่องความรักและความสัมพันธ์กับผู้ชายเป็นแกนกลางของความสนใจ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย" นี้ ได้เลือกรายการโทรทัศน์ 2 ประเภทรายการคือ รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อให้เป็นตัวแทนของประเภทรายการแบบเป็นกลางทางเพศ และรายการแบบเพศชาย ส่วนในการวิเคราะห์เนื้อหารายการนั้นได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลและการสร้างเครื่องมือการวิเคราะห์ตามระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์เนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

(ก) ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้กับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

แหล่งข้อมูลแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

(1) แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่

- ผังรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง คือ ช่อง 3 5 7 9 11 และไอทีวี ประจำเดือนมิถุนายน/กรกฎาคม/สิงหาคม 2540
- ผังรายการโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงเวลาเดียวกัน
- งานวิจัยเรื่องทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว

(2) แหล่งข้อมูลประเภทรายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จำนวน 14 รายการ คือ

- รายการประเภททอล์กโชว์ 8 รายการ ได้แก่
 1. รายการ สบายสไตล์มยุรา (ช่อง 3, 6 มิ.ย. 2540)
 2. รายการ สมาคมชมดาว (ช่อง 3, 6 ก.ค. 2540)
 3. รายการ บ้านเลขที่ 5 (ช่อง 5, 29 ส.ค. 2540)
 4. รายการ เจาะใจใส่จอ (ช่อง 5, 31 ก.ค. 2540)
 5. รายการ Business Variety (ช่อง 7, 26 ส.ค. 2540)
 6. รายการ จันทร์กระพริบ (ช่อง 7, 3 มิ.ย. 2540)
 7. รายการ ทิวาที่ 9 ยกกำลัง 9 (ช่อง 9, 2 มิ.ย. 2540)
 8. รายการ 11 สนทนา (ช่อง 11, 15 ก.ค. 2540)

- **รายการประเภทวาไรตี้โชว์** 6 รายการ ได้แก่

1. รายการ ดาวล้านดวง (ช่อง 3, 13 ก.ค. 2540)
2. รายการ 168 ชั่วโมง (ช่อง 3, 27 มิ.ย. 2540)
3. รายการ ทไวไลท์โชว์ (ช่อง 3, 24 ส.ค. 2540)
4. รายการ ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน (ช่อง 3, 19 ก.ค. 2540)
5. รายการ ฟีนทอล์ก (ช่อง 5, 9 ส.ค. 2540)
6. รายการ 07 โชว์ (ช่อง 7, 16 ส.ค. 2540)

(3) **แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล** ได้แก่ บุคคลที่ผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ 1 ท่าน คือ คุณกรรณิกา ธรรมเกษร ผู้ผลิตรายการ "ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9"

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

- (1) เครื่องบันทึกและเครื่องเล่นเทปบันทึกรายการโทรทัศน์
- (2) แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และเครื่องเทปบันทึกเสียง
- (3) ตารางสำหรับลงรหัส (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- **ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์** มีดังนี้

(1) รวบรวมผังรายการโทรทัศน์ประจำเดือนมิถุนายน กรกฎาคม และสิงหาคม 2540 ล่วงหน้าตั้งแต่เดือนเมษายน 2540 (เนื่องจากต้องวางแผนบันทึกรายการ) โดยขอจากฝ่ายวางแผนและซื้อสื่อโฆษณาจากบริษัทโฆษณา เพื่อนำมาทำการคัดเลือกรายการที่เป็นประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เป็นรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติเอาไว้ว่า จะนับทุกรายการไม่ว่าจะเป็นรายการที่มีทุกวันหรือทุกสัปดาห์ ไม่ว่าจะมีความยาวของรายการเท่าใดก็ตาม

(2) ตรวจสอบเวลาออกอากาศในผังกับเวลาการออกอากาศจริงของรายการในช่วงเดือน พฤษภาคม 2540 เพื่อทดสอบว่าความตรงกันหรือไม่ระหว่างเวลาในผังกับเวลาออกอากาศจริง

เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทวิดีโอ แล้วจึงบันทึกชื่อรายการและวันเวลาในการออกอากาศเอาไว้เป็นกลุ่มประชากรรายการทั้งหมด (ดูรายชื่อทั้งหมดในหน้าต่อไป)

(3) ช่วงเดือนมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม 2540 ผู้วิจัยได้นำบันทึกรายการและวันเวลาออกอากาศมาตรวจสอบวันต่อวันกับผังรายการจากหนังสือพิมพ์รายวัน 2 ฉบับคือ ไทยรัฐและข่าวสด เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า มักมีการเปลี่ยนแปลงรายการออกอากาศอยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงเวลาออกอากาศก่อนที่จะมอบหมายให้ผู้ช่วยบันทึกเทปรายการต่อไป

(4) เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเทปบันทึกรายการโทรทัศน์และวาไรตี้โชว์ โดยเริ่มต้นในเดือนมิถุนายน 2540 ด้วยการจ้างผู้ช่วยบันทึกรายการทั้งหมด 5 คน ซึ่งจะบันทึกรายการทั้ง 4 รายการที่เลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ต้นจนจบตามวันเวลาออกอากาศที่จับฉลากได้ โดยไม่ได้เจาะจงวันที่บันทึกรายการเพื่อป้องกันอคติที่จะเกิดขึ้น โดยระบุเพียงชื่อรายการวันเวลาที่ออกอากาศ และช่องสถานีเท่านั้น

- **ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วาไรตี้โชว์** หลังจากที่ได้วิเคราะห์เนื้อหารายการแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วาไรตี้โชว์ โดยวิธี purposive sample จากหลักเกณฑ์ที่ว่า รายการโทรทัศน์/วาไรตี้โชว์ที่มีผู้ศึกษาอย่างละเอียดและมีบทสัมภาษณ์แล้ว 3 รายการ คือ สี่ทุ่มสแควร์ จันทร์กระพริบ และทไวไลท์โชว์นั้น (ศิริพงษ์, 2535) ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลจากที่มีอยู่แล้ว และจะเลือกสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการที่ยังไม่มีผู้สัมภาษณ์ โดยเฉพาะประเด็นหญิงชายมาก่อน แต่ทว่าได้ผลิตรายการที่มีประเด็นหญิงชายปรากฏอย่างเด่นชัด ตามหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจะได้เลือกสัมภาษณ์คุณกรรณิกา ธรรมเกษร ในวันที่ 20 มกราคม 2540 ณ บริษัท ภาธร โปรดักชั่น เพื่อทราบเจตนารมณ์และแนวคิดการผลิตรายการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผลจากการสำรวจผังรายการโทรทัศน์ประจำเดือนมิถุนายน กรกฎาคม สิงหาคม พบว่ามีรายการโทรทัศน์/วาไรตี้โชว์ตามคุณสมบัติที่ระบุไว้ พบว่ามีประชากร 36 รายการ ดังนี้

ไทยทีวีสีช่อง 3

1. รายการ	สบายสไตล์ มยุรา	จันทร์-ศุกร์	07.45-08.20 น.
2. รายการ	มอริ่งทอล์ค	จันทร์-ศุกร์	08.20-10.00 น.
3. รายการ	ชีวิตนี้มีสีสัน	อังคาร	10.00-11.10 น.
4. รายการ	แจงส์เบ๊ย	อังคาร	23.00-23.58 น.
5. รายการ	เฉียด	พฤหัสบดี	23.00-23.58 น.
6. รายการ	ดาวล้านดวง	ศุกร์	22.00-22.59 น.
7. รายการ	168 ชั่วโมง	ศุกร์	24.00-01.00 น.
8. รายการ	ไฮไนท์ แอ็ท ไฮนูน	เสาร์	13.30-14.30 น.
9. รายการ	โลกใบเล็ก	อาทิตย์	08.00-08.30 น.
10. รายการ	สมาคมชมดาว	อาทิตย์	09.30-10.15 น.
11. รายการ	ทไวไลท์โชว์	อาทิตย์	14.30-17.00 น.

กองทัพบกช่อง 5

12. รายการ	บ้านเลขที่ 5	จันทร์-พฤหัสบดี	07.00-08.05 น.
13. รายการ	เจาะใจ	พฤหัสบดี	22.02-23.25 น.
14. รายการ	ชมรมชนหัวลูก	ศุกร์	22.02-23.25 น.
15. รายการ	กฎแห่งกรรม	เสาร์	06.05-07.00 น.
16. รายการ	ทีนทอล์ค	เสาร์	11.02-12.00 น.
17. รายการ	STAR STORIES	เสาร์	21.30-22.30 น.
18. รายการ	โลกใบใหม่	อาทิตย์	06.05-07.00 น.
19. รายการ	ยอดคน ยอดฝีมือ	อาทิตย์	07.05-08.55 น.

กองทัพบกช่อง 7

20. รายการ	จันทร์กระพริบ	จันทร์	22.15-23.15 น.
21. รายการ	BUSINESS VARIETY พุฒ		22.15-23.15 น.
22. รายการ	07 โซว์	อาทิตย์	14.30-15.45 น.

ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

23. รายการ	สวัสดิ์บางกอก	จันทร์-ศุกร์	07.00-08.00 น.
24. รายการ	เฮฮาประจำประชาชน	จันทร์	22.30-23.30 น.
25. รายการ	เพชรเจ็ยระไน	พุธ	09.00-09.30 น.
26. รายการ	ขอคิดด้วยคน	พุธ	21.00-22.00 น.
27. รายการ	นี่สิช่อง 9	พฤหัสบดี	14.00-15.00 น.
28. รายการ	ดม.ไม่เมา	ศุกร์	08.00-08.30 น.
29. รายการ	สี่สัณยามเช้า	ศุกร์	09.00-10.00 น.
30. รายการ	คนพุ่มนี้	ศุกร์	21.00-22.00 น.
31. รายการ	NUMBER ONE	ศุกร์	22.30-23.30 น.
32. รายการ	ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9	อาทิตย์	22.00-23.00 น.

สทท. 11

33. รายการ	11 สนทนา	ศุกร์	21.30-22.30 น.
34. รายการ	ตาคุณพืง	พุธ	18.00-18.30 น.
35. รายการ	ITV SHOW	จันทร์-พุธ-ศุกร์	20.00-21.00 น.
36. รายการ	ITV TALK	เสาร์	20.00-21.00 น.

กลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 36 รายการ ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างประมาณ 1 ใน 3 ด้วยวิธีการจับฉลากโดยพยายามกระจายให้ได้ทุกช่องสถานี ได้กลุ่มตัวอย่างรายการรวม 14 รายการ ดังรายชื่อต่อไปนี้

- **รายการประเภททอล์กโชว์** รวมทั้งหมด 8 รายการ

ไทยทีวีสีช่อง 3

1. รายการ สบายสไตล์มยุรา ตอนวันที่ 6 มิถุนายน 2540
2. รายการ สมาคมชมดาว ตอนวันที่ 6 กรกฎาคม 2540

กองทัพบกช่อง 5

- | | | | |
|-----------|--------------|----------------------|------|
| 3. รายการ | บ้านเลขที่ 5 | ตอนวันที่ 29 สิงหาคม | 2540 |
| 4. รายการ | เจาะใจ | ตอนวันที่ 31 กรกฎาคม | 2540 |

กองทัพบกช่อง 7

- | | | | |
|-----------|------------------|----------------------|------|
| 5. รายการ | Business Variety | ตอนวันที่ 26 สิงหาคม | 2540 |
| 6. รายการ | จันทร์กระจิบ | ตอนวันที่ 3 มิถุนายน | 2540 |

ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

- | | | | |
|-----------|----------------------|----------------------|------|
| 7. รายการ | ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9 | ตอนวันที่ 2 มิถุนายน | 2540 |
|-----------|----------------------|----------------------|------|

สทท. 11

- | | | | |
|-----------|----------|----------------------|------|
| 8. รายการ | 11 สนทนา | ตอนวันที่ 15 กรกฎาคม | 2540 |
|-----------|----------|----------------------|------|

- รายการประเภทวาไรตี้โชว์ รวมทั้งหมด 6 รายการ ดังนี้

ไทยทีวีสีช่อง 3

- | | | | |
|-----------|-------------------|-----------------------|------|
| 1. รายการ | ดาวล้านดวง | ตอนวันที่ 13 กรกฎาคม | 2540 |
| 2. รายการ | 168 ชั่วโมง | ตอนวันที่ 27 มิถุนายน | 2540 |
| 3. รายการ | ทไวไลท์โชว์ | ตอนวันที่ 24 สิงหาคม | 2540 |
| 4. รายการ | ไฮไนท์ แอ็ท ไฮนูน | ตอนวันที่ 19 กรกฎาคม | 2540 |

กองทัพบกช่อง 5

- | | | | |
|-----------|----------|---------------------|------|
| 5. รายการ | ทีนทอล์ค | ตอนวันที่ 9 สิงหาคม | 2540 |
|-----------|----------|---------------------|------|

กองทัพบกช่อง 7

- | | | | |
|-----------|---------|----------------------|------|
| 6. รายการ | 07 โชว์ | ตอนวันที่ 16 สิงหาคม | 2540 |
|-----------|---------|----------------------|------|

ตารางแบ่งข้อมูลประเภทเทปรายการโทรทัศน์ออกเพื่อทำการวิเคราะห์

รายการโทรทัศน์ ประเภททอล์กโชว์	รายการโทรทัศน์ ประเภทวาไรตี้โชว์
<p>ช่อง 3 รายการ สบายสไตล์มยุรา รายการ สมาคมชมดาว</p>	<p>ช่อง 3 รายการ ดาวล้านดวง รายการ 168 ชั่วโมง รายการ ทไวไลท์โชว์ รายการ ไฮไนท์ แอ็ท ไฮนูน</p>
<p>ช่อง 5 รายการ บ้านเลขที่ 5 รายการ เจาะใจ</p>	<p>ช่อง 5 รายการ ทินทอล์ค</p>
<p>ช่อง 7 รายการ Business Variety รายการ จันท์กระพริบ</p>	<p>ช่อง 7 รายการ 07 โชว์</p>
<p>ช่อง 9 รายการ ทิวาที่ 9 ยกกำลัง 9</p>	<p>ช่อง 9 -</p>
<p>ช่อง 11 รายการ 11 สนทนา</p>	<p>ช่อง 11 -</p>
<p>ไอทีวี -</p>	<p>ไอทีวี -</p>

การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์สำหรับลกรหัสข้อมูลโดยพัฒนาตารางการลกรหัสมาจากผลการวิจัยที่ได้อ่านมา ผู้วิจัยกำหนดให้รายการ 1 ตอน เท่ากับ 1 หน่วยการวิจัย (ดูรายละเอียดตารางลกรหัสในภาคผนวก)

(2) ผู้ลกรหัสจะมี 2 คน เป็นหญิง 1 คน ชาย 1 คน เพื่อป้องกันอคติจากเพศของผู้ลกรหัส โดยผู้วิจัยจะแจกตารางสำหรับลกรหัสให้กับผู้ลกรหัสทั้ง 2 คน พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์และวิธีการลกรหัสของแต่ละตาราง โดยให้ผู้ลกรหัสควบคู่กับการจดบันทึกรายละเอียดเหตุการณ์ที่ได้ชมและลกรหัสไว้ (ผู้ลกรหัสจะชมเทปรายการทั้งหมดก่อน 1 ครั้ง แล้วจึงค่อยลกรหัสในการชมครั้งที่ 2)

(3) ผู้วิจัยนำผลการลกรหัสที่ได้จากผู้ลกรหัสทั้ง 2 คน มาหาข้อสรุปที่ตรงกัน หากพบว่าการให้รหัสที่ต่างกันจะนัดผู้ลกรหัสทั้งสองคนมาชมเทปรายการพร้อมกันอีกครั้ง และให้แต่ละฝ่ายแสดงเหตุผลผลการลกรหัส และผู้วิจัยตัดสินใจขั้นสุดท้าย

เกณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้บทบาทหญิงชายในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ชี้วัดบทบาทหญิงชายที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ได้ โดยพัฒนาปรับปรุงมาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้อ่านมา ประเภทของเกณฑ์ที่ใช้มี 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ

(1) เกณฑ์การศึกษาบทบาทหญิงชาย วัดโดยจากประเด็นเนื้อหาที่แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

(1.1) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในแต่ละช่วง แต่ละตอน แบ่งเนื้อหาเป็น 3 ระดับคือ

1.1.1 ระดับคุณลักษณะส่วนตัว (ด้านตัวเอง)

1.1.2 ระดับครอบครัว (ด้านครอบครัว)

1.1.3 ระดับโลกภายนอก (ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม)

สำหรับวิธีการให้คะแนน จะยึดหลักว่า หนึ่งหัวข้อที่ถูกลำเสนอในเนื้อหารายการจะถูกจัดให้เพียงระดับเดียวเท่านั้น หมายถึง 1 คะแนน ต่อ 1 หัวข้อ ต่อ 1 ระดับเนื้อหา

(1.2) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ (Gender-related) ในรายการแต่ละช่วงแต่ละตอน จะแบ่งเป็น 3 ประเภท

1.2.1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งสองเพศคือ เพศหญิงและชาย

1.2.2 เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ

1.2.3 เนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นสตรี (women issue)

สำหรับวิธีการให้คะแนนจะใช้หลักการเดียวกับข้อ (1.1) คือ หนึ่งหัวข้อจะถูกวัดได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้น หมายถึง 1 คะแนนต่อ 1 หัวข้อ ต่อ 1 ประเภทเนื้อหา

(2) **เกณฑ์การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ** จะแยกองค์ประกอบของวิธีการนำเสนอออกเป็น 3 กลุ่มคือ

(2.1) **ภาพรวมของวิธีการนำเสนอ** ประกอบด้วย

2.1.1 ปริมาณตัวละครทั้งหมด สำหรับการนับตัวละครทั้งหมดจะนับทั้งพิธีกร ผู้ช่วยพิธีกร แขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ ต่อการปรากฏตัว 1 ครั้ง ต่อรายการ 1 ตอน โดยไม่นับจำนวนครั้งที่ปรากฏตัวซ้ำในรายการเดียวกัน

2.1.2 ลักษณะสุนทรียทางเพศแบบสตรีเพศ/บุรุษเพศของตัวรายการ จะวิเคราะห์จากชื่อรายการ บรรยากาศในรายการ การวางตำแหน่งรายการ และวัตถุประสงค์โดยนับคะแนนรวมแล้วตัดสินตามคะแนนรวม

2.1.3 ลักษณะของฉาก สถานที่ที่วัดว่าเป็นฉากของผู้ชาย คือพื้นที่สาธารณะโลกนอกบ้าน ลักษณะพื้นที่ที่เป็นทางการเช่นห้องประชุม ฉากของผู้หญิงคือพื้นที่ในบ้านเช่น ห้องต่างๆ ในบ้าน วิธีการให้คะแนนจะนับเพียง 1 ตอน 1 คะแนนเท่านั้น

(2.2) **พิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร**

(2.2.1) ปริมาณ จะนับตัวละครที่เป็นพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร การแสดงบทบาทหลักและบทบาทรองต่อการปรากฏตัว 1 ครั้ง ต่อรายการ 1 ตอน โดยไม่นับจำนวนครั้งที่ปรากฏตัวซ้ำในรายการเดียวกัน

(2.2.2) วิธีการนำเสนอ จะตัดสินว่าพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรคนใดนำเสนอตัวเองในบทบาทแบบผู้หญิงหรือแบบผู้ชาย โดยใช้การปรากฏตัว 1 ครั้ง ต่อรายการ 1 ตอนเช่นกัน (ดูรายละเอียดคุณลักษณะของบทบาทของเพศต่าง ๆ ในบทที่ 4)

(2.3) **แขกรับเชิญ/ผู้ร่วมรายการ** วิธีการนับจะเป็นเช่นเดียวกับการนับเรื่องพิธีกร

(2.3.1) ปริมาณ จะนับตัวละครแขกรับเชิญ และการแสดงบทบาทหลักและรอง

(2.3.2) อาชีพของแขกรับเชิญ จะนับอาชีพของแขกรับเชิญตามเกณฑ์ 4 ข้อย่อย คือ บริการ (บทบาทเพศหญิง) บริหาร (บทบาทเพศชาย) อาชีพกลาง ๆ และไม่มีอาชีพ

(2.3.3) ฐานะที่ถูกลำเสนอ ฐานะของแขกรับเชิญที่ถูกลำเสนอในรายการจะมี 3 เกณฑ์ย่อย คือ ผู้กระทำ (expert/actor) ผู้ถูกกระทำ (victim) และฐานะที่เป็นกลาง ๆ (neutral)

(2.3.4) ลักษณะการแสดงบทบาททางเพศที่ปรากฏ จะแบ่งเป็น 2 แบบคือ การแสดงบทบาททางเพศตามแบบฉบับ (stereotype) กล่าวคือ ถ้าเป็นแซกรับเชิญผู้หญิงก็แสดงบทบาทแบบผู้หญิง และบทบาททางเพศที่ไม่เป็นแบบฉบับ (Non-stereotype) กล่าวคือ ถ้าเป็นแซกรับเชิญเพศหญิงอาจจะแสดงบทบาทแบบผู้ชาย

(ข) ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้กับรายการข่าวโทรทัศน์

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

- (1) แหล่งข้อมูลประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ ได้แก่ รายการข่าวโทรทัศน์จากสถานีทั้ง 6 ช่อง คือ ช่อง 3 5 7 9 11 และไอทีวี
- (2) แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ บุคลากรที่ทำงานในวงกรข่าวโทรทัศน์สายต่าง ๆ จำนวน 8 ท่านคือ

- | | | |
|------------------------|--------------|-----------------------------------|
| 1. คุณสนมพร | ฉิมเฉลิม | รองหัวหน้าบรรณาธิการข่าวช่อง 3 |
| 2. คุณนิพนธ์ | พฤษไพบุลย์ | ผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าวช่อง 3 |
| 3. คุณวันเพ็ญ | นราแก้ว | ผู้สื่อข่าวช่อง 3 |
| 4. คุณจิตตินันท์ | วัฒนุชชา | ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวสังคม ช่อง 5 |
| 5. คุณทวินันท์ | คงคราญ | ผู้ประกาศข่าว ช่อง 5 |
| 6. คุณตะวัน | เชียววิจิตร | ผู้สื่อข่าว ช่อง 7 |
| 7. คุณดลฤดี | บุญยรัตพันธ์ | ผู้สื่อข่าว ช่อง 7 |
| 8. คุณสมโภชน์ ไตรรักษา | | ผู้สื่อข่าว ช่อง 7 |

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

- (1) เครื่องบันทึกและเครื่องเล่น เทปบันทึกรายการโทรทัศน์
- (2) แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ และเครื่องบันทึกเสียง
- (3) ตารางสำหรับลงรหัส (ดูรายละเอียดในภาคผนวก)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากเกิดปัญหาอุปสรรคในเรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลรายการข่าวโทรทัศน์ต้องดำเนินการซ้ำถึง 3 ครั้ง ดังนี้คือ

(1) การเก็บรวบรวมบันทึกเทปรายการข่าวโทรทัศน์ครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้จ้างผู้ช่วยบันทึกเทปรายการข่าวทั้ง 6 ช่องในระหว่างเดือนมิถุนายน 2540 โดยการสุ่มอัดเทปข่าวภาคค่ำเรียงตามลำดับวัน/ช่วงสถานี คือ

วันจันทร์	-	ช่อง 3
วันอังคาร	-	ช่อง 5
วันพุธ	-	ช่อง 7
วันพฤหัสบดี	-	ช่อง 9
วันศุกร์	-	ช่อง 11
วันเสาร์	-	ไอทีวี
วันอาทิตย์	-	ช่อง 3

ระยะเวลาที่กำหนดไว้คือ 12 วัน โดยเฉลี่ยได้บันทึกเทปข่าวสถานีละ 2 วัน โดยสลับวันทีกัน

หลังจากได้เทปบันทึกข่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้จ้างผู้ลงรหัส 2 คน เป็นหญิง 1 ชาย 1 ตามวิธีการของกรมรหัสรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ แต่หลังจากที่ผู้ลงรหัสชายลงรหัสเสร็จแล้ว ในระหว่างที่ส่งมอบเทปบันทึกรายการให้ผู้ลงรหัสหญิงไปดำเนินการลงรหัส เทปบันทึกรายการข่าวได้ถูกโจรกรรมไปพร้อม ๆ กับรถยนต์ของผู้ลงรหัสหญิง ทำให้ผู้วิจัยต้องเริ่มต้นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลใหม่เป็นครั้งที่สอง

(2) ผู้วิจัยดำเนินการซ้ำในขั้นตอนแรก คือการว่าจ้างบันทึกเทปรายการและจ้างผู้ลงรหัสหญิงชายในระหว่างเดือนมีนาคม 2541

หลังจากที่ผู้ลงรหัสประมวลผลการลงรหัสทั้งหมด พร้อมนำเทปบันทึกรายการมามอบให้ผู้วิจัยเพื่อเขียนรายงาน ในช่วงเดือนสิงหาคม 2542 ปรากฏว่า ภาพในเทปบันทึกนั้นขาดหายไปเป็นจำนวนมากจนไม่สามารถตรวจสอบกับผลการลงรหัสได้ ผู้วิจัยจึงต้องดำเนินการเก็บรวบรวมซ้ำเป็นครั้งที่ 3

(3) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งที่ 3 นี้ เนื่องจากผู้วิจัยได้เสียเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและลงรหัสไปนานกว่า 2 ปีแล้ว ดังนั้น จากเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัด ผู้วิจัยจึงปรับเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- จากจำนวนช่องสถานีทั้ง 6 ช่อง ผู้วิจัยได้เลือกจับฉลากมา 1 ช่อง เพื่อทำการบันทึกเทปรายการข่าวภาคค่ำอย่างต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเวลา 2 สัปดาห์ (14 วัน) ระหว่างวันที่ 22 พฤศจิกายน-5 ธันวาคม 2542 เพื่อให้ได้ข่าวที่หมุนเวียนครบทุกวัน

● ส่วนสถานีอีก 5 ช่องที่เหลือ ผู้วิจัยได้บันทึกเทปติดต่อกัน 1 สัปดาห์ โดยสลับสัปดาห์กันบ้างระหว่างช่องต่าง ๆ ด้วยวิธีการจับฉลากว่าช่องใดจะบันทึกในสัปดาห์ที่ 1 หรือ 2

(4) ในช่วงเดือนมีนาคม 2543 หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูลเทปบันทึกการข่าวและวิเคราะห์เนื้อหาจนทราบผลแล้ว ผู้วิจัยได้ร่างแบบสัมภาษณ์ที่อ้างอิงผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อนำไปสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลบุคคล อันได้แก่ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในวงการข่าวโทรทัศน์จำนวน 8 คน (ดูแบบสัมภาษณ์ได้ในภาคผนวก)

กลุ่มตัวอย่าง

● รายการบันทึกเทปข่าวโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำที่อยู่ในช่วงเวลา 18.30-20.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง คือช่อง 3 5 7 9 11 และไอทีวี ที่เผยแพร่ออกอากาศในระหว่างวันที่ 22 พฤศจิกายน 2542-5 ธันวาคม 2542 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล ดังมีรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้คือ

แผนผังแสดงวัน/เวลา/สถานที่บันทึกการข่าวโทรทัศน์

สถานี	3	5	7	9	11	ไอทีวี	หมายเหตุ
เวลา	19.30-20.00	19.00-20.00	19.30-20.00	19.00-20.00	18.30 หรือ 19.00-20.00	19.00-20.00	
วันที่	22 พ.ย.42	22 พ.ย.42	22 พ.ย.42	-	-	-	วันลอยกระทง
บันทึก	23 พ.ย. 42	23 พ.ย. 42	23 พ.ย. 42	-	-	-	
	24 พ.ย.42	24 พ.ย.42	24 พ.ย.42	-	-	-	
	25 พ.ย. 42	25 พ.ย. 42	25 พ.ย. 42	-	-	-	วันยุติความ รุนแรงสตรี
	26 พ.ย.42	26 พ.ย.42	26 พ.ย.42	-	-	-	
	27 พ.ย. 42	27 พ.ย. 42	27 พ.ย. 42	-	-	-	
	28 พ.ย.42	-	-	-	-	-	
	29 พ.ย. 42	-	-	29 พ.ย. 42	29 พ.ย. 42	-	
	30 พ.ย. 42	-	-		30 พ.ย. 42	30 พ.ย. 42	
	1 ธ.ค. 42	-	-	1 ธ.ค. 42	1 ธ.ค. 42	1 ธ.ค. 42	วันเอตส์
	2 ธ.ค. 42	-	-	2 ธ.ค. 42	-	2 ธ.ค. 42	
	3 ธ.ค. 42	-	-	3 ธ.ค. 42	3 ธ.ค. 42	3 ธ.ค. 42	Thai Oil ระเบิด
	4 ธ.ค. 42	-	-	4 ธ.ค. 42	-	4 ธ.ค. 42	
	5 ธ.ค. 42	-	-	5 ธ.ค. 42	-	5 ธ.ค. 42	วันพ่อ
	14 วัน	6 วัน	6 วัน	5 วัน	4 วัน	6 วัน	41 ตอน

การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์สำหรับลกรหัสข้อมูลโดยพัฒนาตารางการลกรหัสมาจากผลการวิจัยที่ได้อ่านมา และปรับให้เข้ากับลักษณะของรายการข่าวโทรทัศน์โดยพยายามเกณฑ์ให้สอดคล้องกับตารางลกรหัสของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เพื่อจะสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

(2) ผู้ลกรหัสมี 2 คน เป็นหญิง 1 ชาย 1 เช่นเดียวกับการลกรหัสรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และดำเนินการประเมินผลการลกรหัสเช่นเดียวกับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

เกณฑ์ที่เป็นตัวบ่งชี้บทบาทหญิงชายในรายการข่าวโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ชี้วัดบทบาทหญิงชายที่สามารถนำมาใช้ในรายการข่าวโทรทัศน์ โดยมีเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ (เนื่องจากรายละเอียดของแต่ละเกณฑ์มีมาก ดังนั้น ขอให้ดูรายละเอียดและวิธีใช้เกณฑ์ในบทที่ 5 ที่นำเสนอพร้อมกับผลการประเมินการแจงนับ) ประเภทของเกณฑ์ที่ใช้ซึ่งคล้ายคลึงกับเกณฑ์วัดรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ คือ

(1) เกณฑ์วัดเนื้อหา ประกอบด้วย 2 ประเภทย่อย

(1.1) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในแต่ละข่าว แบ่งเป็น 3 ระดับคือ

1.1.1 ระดับคุณลักษณะส่วนตัว

1.1.2 ระดับครอบครัว

1.1.3 ระดับโลกภายนอก

สำหรับวิธีการให้คะแนนจะยึดหลักว่า ข่าว 1 ข่าว จะให้คะแนนเพียงระดับเดียวเท่านั้น

(1.2) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสตรี วิธีการให้คะแนนจะยึดหลัก 1 ข่าว ให้ 1

คะแนน

(2) เกณฑ์วัดวิธีการนำเสนอ แยกเป็น (ดูวิธีการให้คะแนนในบทที่ 5)

(2.1) ภาพรวมปริมาณตัวละคร ประกอบด้วยผู้อ่านข่าวและผู้ที่เป็นข่าว

(2.2) ผู้อ่านข่าว

(2.2.1) ปริมาณผู้อ่านข่าวแยกตามเพศ

(2.2.2) คุณสมบัติของผู้อ่านข่าว พิจารณาใน 4 คุณลักษณะคือ

- อายุ
- บุคลิกที่ถูกนำเสนอ/การแต่งกาย
- ผู้อ่านหลัก/ผู้อ่านรอง

- ประเภทของข่าวที่อ่าน

(2.3) ผู้ที่เป็นข่าว

- (2.3.1) ปริมาณของผู้เป็นข่าวแยกตามเพศ
- (2.3.2) คุณลักษณะทางประชากรของผู้เป็นข่าว (อายุ/การศึกษา/อาชีพ)
- (2.3.3) ประเภทของข่าวที่ผู้หญิง/ผู้ชายปรากฏตัว
- (2.3.4) บริบทของข่าวที่ถูกนำเสนอ (เวลา/สถานที่ที่เกิดข่าว)
- (2.3.5) สถานะที่ผู้เป็นข่าวถูกนำเสนอ (ผู้กระทำ/ผู้ตกเป็นเหยื่อ)

บทที่ 4

การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ ด้วยแนวคิดบทบาทหญิง-ชาย

สำหรับรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์นั้น ถือว่าเป็นรายการประเภทเป็นกลางทางด้านเพศ กล่าวคือ เป็นรายการที่มีผู้ดูผู้ชมทั้งเพศหญิงและเพศชาย ในที่นี้จะเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหา และผลการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ เพื่อตอบคำถามในวัตถุประสงค์ที่ 1 ดังนี้

แผนผังการวิเคราะห์รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ด้วยแนวคิดบทบาทหญิงชาย

ประเด็นการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์เนื้อหา

- 1.1 เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี 3 ระดับ
 - ระดับคุณลักษณะส่วนตัว
 - ระดับครอบครัว
 - ระดับโลกภายนอก
- 1.2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ มี 3 ประเภท
 - เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ
 - เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ
 -

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสตรี
โดยเฉพาะ

2. การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ

(2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวม

(2.1.1) ภาพรวมของปริมาณตัวละคร

(2.1.2) การวิเคราะห์ลักษณะสุนทรียะแบบหญิงและแบบชาย

(2.1.3) การวิเคราะห์ลักษณะของฉาก

(2.2) การวิเคราะห์พิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร

(2.2.1) พิธีกรและผู้ช่วย \longrightarrow ปริมาณ : จำนวน

\searrow คุณภาพ : บทบาทหลัก/บทบาทรอง

(2.2.2) วิธีการนำเสนอ \longrightarrow แบบผู้หญิง/แบบผู้ชาย

(2.3) การวิเคราะห์แขกรับเชิญในรายการ

(2.3.1) แขกรับเชิญ \longrightarrow ปริมาณ

\searrow คุณภาพ

(2.3.2) อาชีพของแขกรับเชิญ : บริหาร v.s. บริการ

(2.3.3) ฐานะที่ถูกนำเสนอ : ผู้กระทำ v.s. ผู้ถูกกระทำ

(2.3.4) ลักษณะการแสดงบทบาทตามแบบฉบับแบบเดิม/แบบใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่วิเคราะห์

รายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ของประเทศไทยที่ได้ทำการวิเคราะห์บทบาททางเพศผ่านเนื้อหา และรูปแบบนำเสนอรายการ 14 รายการ รายการละ 1 ตอน 3 เดือนซึ่งมีรายการดังต่อไปนี้

- รายการประเภททอล์กโชว์ รวมทั้งหมด 8 รายการ

ไทยทีวีสีช่อง 3

1. รายการ สบายส์ไต้ลัมยุรา ตอนวันที่ 6 มิถุนายน 2540

2. รายการ สมาคมชมดาว ตอนวันที่ 6 กรกฎาคม 2540

กองทัพบกช่อง 5

- | | | |
|------------------------|----------------------|------|
| 3. รายการ บ้านเลขที่ 5 | ตอนวันที่ 29 สิงหาคม | 2540 |
| 4. รายการ เจาะใจ | ตอนวันที่ 31 กรกฎาคม | 2540 |

กองทัพบกช่อง 7

- | | | |
|----------------------------|----------------------|------|
| 5. รายการ Business Variety | ตอนวันที่ 26 สิงหาคม | 2540 |
| 6. รายการ จันทร์กระจ่าง | ตอนวันที่ 3 มิถุนายน | 2540 |

ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

- | | | |
|-------------------------------|----------------------|------|
| 7. รายการ ทิวาที่ 9 ยกกำลัง 9 | ตอนวันที่ 2 มิถุนายน | 2540 |
|-------------------------------|----------------------|------|

สทท. 11

- | | | |
|---------------------|----------------------|------|
| 8. รายการ 11 สันทนา | ตอนวันที่ 15 กรกฎาคม | 2540 |
|---------------------|----------------------|------|

● รายการประเภทวาไรตี้โชว์ รวมทั้งหมด 6 รายการ ดังนี้

ไทยทีวีสีช่อง 3

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------|------|
| 1. รายการ ดาวล้านดวง | ตอนวันที่ 13 กรกฎาคม | 2540 |
| 2. รายการ 168 ชั่วโมง | ตอนวันที่ 27 มิถุนายน | 2540 |
| 3. รายการ ทไวไลท์โชว์ | ตอนวันที่ 24 สิงหาคม | 2540 |
| 4. รายการ ไฮไนท์ แอ็ท ไฮนูน | ตอนวันที่ 19 กรกฎาคม | 2540 |

กองทัพบกช่อง 5

- | | | |
|--------------------|---------------------|------|
| 5. รายการ ทินทอล์ค | ตอนวันที่ 9 สิงหาคม | 2540 |
|--------------------|---------------------|------|

กองทัพบกช่อง 7

- | | | |
|-------------------|----------------------|------|
| 6. รายการ 07 โชว์ | ตอนวันที่ 16 สิงหาคม | 2540 |
|-------------------|----------------------|------|

1. การวิเคราะห์เนื้อหาในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

(1.1) การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีใน 3 ระดับ

(1.1.1) ภาพรวมของการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี

สำหรับเนื้อหาของภาพสะท้อนบทบาททางเพศของหญิงชายในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น จะแบ่งเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาสตรีที่ออกเป็น 3 ระดับคือ

(i) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะส่วนตัว ซึ่งได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการแต่งกาย การปรับปรุงบุคลิกภาพ การเสริมสวย การเสริมทักษะความสามารถด้านต่าง ๆ ของสตรี เป็นต้น

(ii) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว ซึ่งได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระดับความสัมพันธ์ระดับครอบครัว เช่น การแบ่งงานกันทำในครอบครัว การรักษาความสัมพันธ์ในครอบครัว ปัญหาที่เกิดขึ้นในครอบครัว เพศสัมพันธ์ในระหว่างสามีภรรยา เป็นต้น

(iii) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอก ซึ่งได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโลกภายนอกของสตรี เช่น ความรู้เรื่องเศรษฐกิจการเมืองระดับประเทศ/ระดับโลก กิจกรรมสาธารณะของสตรี ความสนใจในเรื่องศิลปะวัฒนธรรม-สังคม ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ทั้ง 14 รายการ โดยใช้เกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพัฒนาสตรีใน 3 ระดับที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ได้ผลดังนี้คือ

ตารางที่ 1 ตารางแสดงอันดับในการให้ความสำคัญในเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี 3 ระดับ

ระดับเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี	จำนวนครั้งที่ถูกนำเสนอ	ความสำคัญอยู่อันดับที่
ระดับคุณลักษณะส่วนตัว	26	3
ระดับครอบครัว	49	2
ระดับโลกภายนอก	114	1
รวม	189	-

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 1 ได้แสดงให้เห็นว่า ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นมีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับโลกภายนอกมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีปริมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของปริมาณทั้งหมด ตามมาด้วยเนื้อหาการพัฒนาสตรีในระดับ

ครอบครัว และอันดับสุดท้ายคือเนื้อหาการพัฒนาสตรีในระดับคุณลักษณะส่วนตัว

ผลการศึกษาข้างต้นนี้ หากนำไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยรายการสำหรับผู้หญิงทางโทรทัศน์ซึ่งปัญหา (2537) ได้วิเคราะห์ไว้โดยใช้เกณฑ์วัดเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีแบบเดียวกัน จะพบว่า ผลที่ได้ครั้งนี้มีทั้งลักษณะที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานของปัญหา

ในส่วนที่สอดคล้องก็คือปริมาณที่มีมากที่สุดเป็นอันดับแรกของเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในรายการสำหรับผู้หญิง และรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ล้วนเป็นเนื้อหาการพัฒนาในระดับโลกภายนอกเหมือนกัน ซึ่งหมายความว่า ทั้งรายการสตรีและรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ล้วนทำหน้าที่เหมือนกันคือ การช่วยเปิดโลกของสตรีให้กว้างขวางออกไป ข้อมูลดังกล่าวนี้นำมาสู่การตีความได้ 2 นัยยะ คือ

- **นัยยะแรก** เป็นเรื่องเกี่ยวกับการทำหน้าที่บทบาทของสื่อมวลชนที่ช่วยเปิดโลกของผู้หญิงให้กว้างขวางกว่าประสบการณ์จริงของผู้หญิง ดังข้อเท็จจริงที่ว่า ปริมาณทลของผู้หญิงนั้นมักจะอยู่ภายในบ้าน (domestic sphere) เป็นส่วนใหญ่ ผู้หญิงยังมีข้อจำกัดทั้งด้านกายภาพและด้านสังคมวัฒนธรรมที่จะมีโอกาสก้าวออกไปสู่โลกภายนอกได้เท่าเทียมกับผู้ชาย (สำนวนที่ว่า "ท่องไปเจ็ดย่านน้ำ" เป็นสำนวนสำหรับผู้ชาย) ดังนั้น สื่อมวลชนจึงได้ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมต่อผู้หญิงให้ก้าวออกไปสู่โลกภายนอกโดยผ่านรายการต่าง ๆ ในสื่อมวลชน (ดูกาญจนา, 2537)

- **นัยยะสอง** ผลการวิจัยดังกล่าวยังช่วยสะท้อนภาพแห่งความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมว่า ปัจจุบันมีผู้หญิงที่ประกอบอาชีพนอกบ้านมากกว่าในอดีต ตัวอย่างเช่น การรวบรวมรายงานการสำรวจแรงงานทั่วราชอาณาจักร กุมภาพันธ์ 2535 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยสถาบันวิจัยบทบาทหญิงชายและการพัฒนานั้น สรุปผลได้ว่า แรงงานจำนวนครึ่งหนึ่งเป็นสตรี (สุธีรา และเมทินี, 2538) ดังนั้น กลุ่มผู้ชมที่เป็นเป้าหมายของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ส่วนหนึ่งจึงเป็นกลุ่มผู้หญิงที่ต้องออกไปทำงานนอกบ้านเหล่านี้

สำหรับส่วนที่ไม่สอดคล้องระหว่างผลการวิจัยครั้งนี้กับงานวิจัยเรื่องรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์ก็คือ ปริมาณเนื้อหาที่มีมากในลำดับที่ 2 และที่ 3 ในขณะที่ในรายการผู้หญิงนั้น การนำเสนอเนื้อหาในระดับคุณลักษณะส่วนตัวที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาตัวสตรีนั้นจะถูกนำเสนอบ่อยครั้งกว่าเนื้อหาในระดับครอบครัว แต่ทว่าผลการวิจัยครั้งนี้ เนื้อหาที่เกี่ยวกับครอบครัวจะถูกนำเสนอบ่อยครั้งกว่าการเสนอเรื่องคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้ น่าจะเนื่องมาจาก **วัฒนธรรมชาติที่แตกต่างกันระหว่างรายการทั้ง**

สองประเภท เนื่องจากรายการผู้หญิงนั้น เจาะจงกลุ่มเป้าหมายไปที่กลุ่มผู้หญิงโดยเฉพาะ ดังนั้น การหยิบเนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมานำเสนอจึงสามารถครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายได้ แต่ทว่ารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นเป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายทั้งเพศชาย และเพศหญิง เนื้อหารายการจึงไม่ควรจะเน้นหนักไปที่คุณลักษณะส่วนตัวของเพศใดเพศหนึ่ง ในขณะที่เรื่องครอบครัวจะสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งสองเพศได้มากกว่า

จากนี้จะได้นำเสนอรายละเอียดของการวิเคราะห์เนื้อหาในแต่ละระดับ

(1.1.2) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับโลกภายนอก

ในงานวิจัยรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีของปัญญา (2537) ได้จัดหัวข้อของ เนื้อหาที่เกี่ยวกับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมว่า ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการปกครอง ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา-พิธีกรรมต่าง ๆ วิทยาศาสตร์/การแพทย์/เทคโนโลยี การเกษตร ข้อมูล ข่าวสาร กลุ่มผู้ด้อยโอกาสกลุ่มต่าง ๆ ท่ามกลางหัวข้อที่หลากหลายเหล่านี้ โลกภายนอกที่ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้พาผู้หญิงออกมาพบนั้น มักจะเป็นโลกแบบเบา ๆ เพราะโดยส่วนใหญ่จะเป็นหัวข้อเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยว มีสัดส่วนถึง 51% มิใช่โลกแบบหนัก ๆ เรื่องเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศหรือระดับประเทศ กฎหมาย (มีสัดส่วนเพียง 7%) หรือเรื่องสิทธิสตรีก็แทบจะไม่มีเลย

ส่วนเนื้อหารายการทอล์กโชว์-วาไรตี้โชว์ที่นำมาวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกหมวดหมู่หัวข้อตามที่แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ตารางแสดงอันดับของความถี่จากมากไปหาน้อยของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอก

อันดับ ที่	หัวข้อเรื่อง	ปริมาณความถี่ในการนำเสนอ (ครั้ง)
1	การเมือง	32
1	บุคคล/ผลงาน/เหตุการณ์ในแวดวงบันเทิง	32
2	ศิลปวัฒนธรรม	13
3	กีฬา/การออกกำลังกาย	8
3	กิจกรรม/วัฒนธรรมวัยรุ่น	8

4	ปัญหาสังคม	6
4	ท่องเที่ยว/ธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม	6
5	อาหารการกิน	3
5	เศรษฐกิจ/ธุรกิจ	3
5	โชค/การเสี่ยงดวง	3
รวม		114

จากตารางที่ 2 ที่นำเสนอข้างต้นนี้จะมองเห็นความแตกต่างของมิติโลกภายนอกที่รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ได้เปิดออกว่าแตกต่างจากโฉมหน้าของโลกภายนอกในรายการสำหรับผู้หญิง ทั้งนี้เพราะเนื้อหาที่มีปริมาณมากเท่ากันในอันดับแรกเป็นเรื่องการเมือง ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างหนัก และมีปรากฏน้อยมากในรายการสำหรับผู้หญิง เนื้อหาที่มีมากเป็นอันดับหนึ่ง อีกประเภทก็เป็นเรื่องราวของบุคคล/ผลงาน/เหตุการณ์ในแวดวงบันเทิง อันดับที่สองที่ตามมาจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างเบา ๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม

คำอธิบายสำหรับปริมาณเนื้อหาในอันดับที่หนึ่งทั้ง 2 ประเภท คือ เรื่องการเมืองและเรื่องในแวดวงบันเทิงนั้น น่าจะมาจากลักษณะธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั่นเอง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เนื่องจากรายการประเภทนี้มีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางรวมทุกเพศทุกวัย ดังนั้นขอบเขตของเนื้อหาจำเป็นต้องกว้างขวางให้ครอบคลุมความสนใจของคนทุก ๆ กลุ่ม แต่เนื่องจากคนแต่ละเพศย่อมมีความสนใจที่ต่างกันอยู่บ้าง ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์ของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จึงใช้การสลับประเภทของเนื้อหาเพื่อตอบสนองของคนแต่ละเพศ เช่น สำหรับเนื้อหาด้านการเมืองนั้นคงจะตอบสนองความสนใจของกลุ่มผู้ชาย ในขณะที่เนื้อหาในแวดวงบันเทิงคงจะตอบสนองความสนใจของกลุ่มผู้หญิง อีกประการหนึ่ง รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์มักจะต้องนำเสนอเนื้อหาให้เข้ากับประเด็นปัจจุบัน (current issues) เหตุการณ์การเคลื่อนไหวที่รับรู้ในสาธารณะวงกว้างในรูปแบบของการเสนอเป็นข่าวก็คือ เรื่องการเมืองและเรื่องวงการบันเทิง ส่วนเรื่องเศรษฐกิจนั้น แม้จะมีการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากพอสมควร แต่ก็อาจมีความสลับซับซ้อนจนไม่เหมาะที่จะมานำเสนอในรูปแบบทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ โดยอาจต้องแยกไปเสนอในรายการเฉพาะทางเศรษฐกิจ เช่น รายการทิศทางเศรษฐกิจไทย (ช่อง 11) เป็นต้น

มีข้อที่น่าสังเกตว่า หากเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโลกภายนอกนั้นมีสัดส่วนของเรื่องการเมืองมากเช่นนี้ และหากผู้หญิงมีโอกาสมาดูชมรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์อย่างสม่ำเสมอ รายการทั้งสองประเภทนี้ก็สามารถจะทำหน้าที่เป็นกลไกในการพัฒนาจิตสำนึกทางการเมืองให้แก่

ผู้หญิงได้อย่างดี ในขณะที่รายการสำหรับผู้หญิงยังไม่สามารถจะทำหน้าที่นี้ได้

ตัวอย่างรายละเอียดของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับโลกภายนอก

- **ลำดับที่ 1/1 เรื่องการเมือง** รวม 32 เรื่อง ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกได้เป็น 2 ประเภทคือ เนื้อหาด้านการมีส่วนร่วมในทางการเมืองในฐานะผู้ดูผู้ชมและผู้รับรู้ เช่น ช่วงสรุปข่าวรอบสัปดาห์ ข่าวการเมือง ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ (168 ชั่วโมง) ข่าวปัญหาการซื้อเสียง 11 ล้านที่บุรีรัมย์ (ช่วงเปิดฟ้าเมืองไทย, บ้านเลขที่ 5) มลพิษทางการเมือง (ขวัญจิต ศรีประจันต์, เพลงฮิตติดปาก 12 อันดับ, *ทีวีวาทียกก้าว* 9) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่า ในรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้นไม่ปรากฏการนำเสนอเรื่องสตรีกับการเมืองโดยตรง

- **ลำดับที่ 1/2 เรื่องบุคคล ผลงานและเหตุการณ์ในวงการบันเทิง** มีทั้งหมด 32 เรื่องเช่นกัน เช่น การสัมภาษณ์ศิลปินนักร้อง ปีเตอร์ (*ดาวล้านดวง*) ผู้แสดงละครเรื่อง การเกิดตั้งแต่ยุคอดีตมาจนปัจจุบัน (*จันทร์กระจิบ*) การสัมภาษณ์วงดนตรี blackhead นำฝน กุลนัฐ และนักไวโอลินมือ 1 ของไทย (168 ชั่วโมง) เนื่องจากในวงการบันเทิงมีตัวบุคคลทั้งหญิงและชาย ดังนั้น จึงเห็นบทบาทของหญิงและชายที่เกี่ยวข้องกับแวดวงนี้โดยตรงในรายการต่าง ๆ

- **ลำดับที่ 2 เรื่องศิลปวัฒนธรรม** จำนวน 13 เรื่อง เช่น การเดินรำพื้นเมืองของประเทศโคลัมเบีย (ช่วง*ทไวไลท์โชว์*) สาวตั้งโต้งแนวหมอลำ (ปริศนา วงศ์ศิริ, *ทีวีวาทีย* 9)

- **ลำดับที่ 3/1 กีฬา/การออกกำลังกาย** จำนวน 8 เรื่อง แต่ทว่ายังเป็นเรื่องของนักกีฬาชายเป็นส่วนใหญ่ โดยมีผู้หญิงเข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชมผู้รับรู้เท่านั้น เช่น 5 นักกีฬาทีมชาติ (*ทีวีวาทีย* 9) การออกกำลังกายในยิม (*ทีนทอล์ก*) อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยของชนัญชี่ (2538) ก็พบว่าในหน้ากีฬาของหนังสือพิมพ์นั้น มีภาพสตรีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของหน้ากีฬาเอง และเนื่องจากในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงเข้าไปเล่นกีฬามากขึ้น แม้แต่ประเภทกีฬาที่เคยเป็นแต่ของผู้ชายล้วน ๆ เช่น ต่อยมวย จึงอาจคาดเดาได้ว่า เส้นทางเดินในอนาคตของเนื้อหากีฬารายการทอล์กโชว์-วาไรตี้โชว์ในโทรทัศน์น่าจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ เริ่มต้นจากการนำเสนอภาพของผู้ชายในกีฬาล้วน ๆ และตามมาด้วยการสอดแทรกภาพของนักกีฬาสตรีที่คงจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นทุกที (เช่น ในกรณีของกีฬาเทนนิสที่มีนักกีฬาหญิงที่มีความสามารถเช่น แอมมารีน ธนสุกาญจน์)

- **ลำดับที่ 3/2 กิจกรรม/วัฒนธรรมวัยรุ่น** จำนวน 8 เรื่อง การที่มี

รายการของวัยรุ่นอยู่ในลำดับต้น ๆ นี้ ก็เนื่องจากมีรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์บางรายการที่มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายคือ วัยรุ่นโดยตรง คือ รายการที่นทอล์ก ด้วยลักษณะของรายการทำให้เนื้อหาจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น เป็นที่น่าสังเกตว่า ในรายการของวัยรุ่นนี้มีสตรีเข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะพิธีกรนำเสนอ

สำหรับรายการปัญหาสังคมซึ่งมีปริมาณเนื้อหามากอยู่ในลำดับที่ 5 นั้น จะมีลักษณะเป็นปัญหาร่วมทั่ว ๆ ไป เช่น ปัญหาการโกงราคาสินค้า ปัญหารถติด ฯลฯ โดยยังไม่มี การกล่าวถึงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายแต่อย่างใด

(1.1.3) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะครอบครัว

ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวมากเป็นอันดับสองคือ 49 ครั้ง (จากทั้งหมด 114 ครั้ง) สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชายในครอบครัวนั้น สามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

- (i) ความสัมพันธ์ระหว่างหญิง-ชายในฐานะคู่รัก (ก่อนแต่งงาน)
- (ii) ความสัมพันธ์ระหว่างสามี-ภรรยา (แต่งงานแล้ว)
- (iii) ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูก

ผลการวิเคราะห์พบว่าทิศทางของความสัมพันธทั้ง 3 ประเภทนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ทิศทางคือ ในทางที่เป็นบวกและในทางที่เป็นลบ โดยมีสัดส่วนมากน้อยตามที่แสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงอันดับของความถี่จากมากไปหาน้อยของเนื้อหาเพื่อพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

อันดับที่	หัวข้อเรื่อง	ปริมาณความถี่ในการนำเสนอ (ครั้ง)
1	ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในทางบวก	21
2	ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูกในทางบวก	15
3	ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในทางลบ	8
4	การใช้ชีวิตคู่ของสามีภรรยา	3
5	ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูกในทางลบ	2

รวม	49
-----	----

ตารางที่ 4 ตารางแสดงทิศทางในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

ลักษณะ ความสัมพันธ์	ทิศทางในการ นำเสนอ	หัวข้อในเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี ระดับครอบครัว
คู่รัก	บวก	ผู้หญิงหรือผู้ชายในอุดมคติ และวิธีเอาใจเพศตรงข้าม
	ลบ	ความผิดหวังจากความรักระหว่างชายหนุ่มหญิงสาว
สามี-ภรรยา	บวก	กลวิธีในการสานต่อชีวิตคู่ให้ยืนยาวทางด้านร่างกายและจิตใจ
	ลบ	-
พ่อแม่-ลูก	บวก	การอุปถัมภ์ลูกของพ่อแม่ทั้งทางด้านการดำเนินชีวิต การงาน การศึกษาและการเงิน และการแสดงความกตัญญูของลูกต่อพ่อแม่
	ลบ	การประจานลูกต่อสาธารณะของพ่อแม่ และการประจานพ่อแม่ต่อสาธารณะของลูก

จากตารางข้างต้นนี้ มีข้อสังเกตหลายประการดังนี้คือ

(i) สำหรับเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับครอบครัวนี้ ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะเลือกทิศทางในการนำเสนอที่เป็นบวกมากกว่าเป็นลบ (36: 10 ครั้ง) ซึ่งอาจตีความได้ว่า รายการประเภทนี้มุ่งที่จะทำหน้าที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว มากกว่าที่จะมุ่งจัดการแก้ปัญหาภายในครอบครัว แต่ในอีกด้านหนึ่ง หากนำแนวคิดของกลุ่ม Radical Feminism มาใช้อธิบาย ก็อาจจะตีความในแง่ร้ายได้ว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์กำลังสร้างภาพลวงตา "ครอบครัวที่แสนสุข" ให้ปรากฏในจอโทรทัศน์ ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริง สถาบันครอบครัวในสังคมไทยกำลังมีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างหญิง-ชายก่อนแต่งงาน (เช่น ท้องแล้วทิ้ง) ระหว่างการมีชีวิตอยู่ (ปัญหาเมียน้อย-เมียหลวง) ปัญหาช่องว่างระหว่างพ่อแม่ลูก ฯลฯ แต่ทว่าภาพที่เป็นจริงในแง่ลบดังกล่าวมีปรากฏเพียงเล็กน้อยในรายการเหล่านี้

ในอีกด้านหนึ่ง เมื่อนำเอารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ไปวางเทียบกับรายการละครโทรทัศน์แล้ว จะพบว่ารายการละครโทรทัศน์ยังสามารถนำเสนอเรื่องราวปัญหาที่เป็นจริงในครอบครัวได้มากกว่ารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ คำอธิบายปรากฏการณ์นี้น่าจะเป็น

เรื่องธรรมชาติของตัวรายการทั้งสองประเภทที่แตกต่างกัน เนื่องจากรายการละครโทรทัศน์เป็นรายการประเภทเรื่องที่แต่งขึ้นมา (fiction) ซึ่งถูกรับรู้ว่า "ไม่ใช่เรื่องจริง" ดังนั้นจึงมีอิสระเสรีภาพมากกว่าที่จะนำเสนอแง่มุมต่าง ๆ ในขณะที่รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นเป็นรายการประเภทเรื่องจริง (Non-Fiction) และเรื่องครอบครัวยังเป็นเรื่องที่สังคมไทยถือว่า "เป็นเรื่องส่วนตัว เป็นเรื่องภายในครอบครัว เป็นเรื่องผิว ๆ เมีย ๆ" ซึ่งไม่สมควรจะนำออกไปเปิดเผยในที่สาธารณะ และคงจะเป็นเหตุผลเรื่องธรรมชาติของรายการที่เป็นเรื่องจริงนี้เช่นเดียวกัน ที่ทำให้ปัญจมา (2537) พบว่า รายการผู้หญิงในโทรทัศน์มีปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวกับครอบครัวน้อยมาก (เป็นอันดับสุดท้ายของปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอ)

ทิศทางที่พบในเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังเป็นไปในแนวเดียวกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่ปัญจมาศึกษา ซึ่งปัญจมาได้แบ่งกลุ่มเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาครอบครัวออกเป็น 3 ประเภท คือการนำเสนอความสัมพันธ์ไปในทางบวก ซึ่งมีถึง 67% ความสัมพันธ์ทางเพศในแง่ชีวิตคู่ (แต่ไม่ได้กล่าวถึงปัญหาเรื่องความเท่าเทียมระหว่างหญิงชาย) ซึ่งมีมากเป็นอันดับสองคือ 25% และเรื่องความรุนแรงในครอบครัวซึ่งมีเพียง 1-2 ครั้ง เพียง 7% (เคยมีรายการ**ผู้หญิงยาดรา** ซึ่งจัดเป็นรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์ที่มีลักษณะก้าวหน้ามากที่สุด เนื่องจากพยายามนำเอากลุ่ม/องค์กรสตรีทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาดสตรีมาออกรายการ หลังจากนำเสนอเรื่องความรุนแรงที่มีต่อสตรีที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวได้ 1-2 ครั้ง ก็ถูกระงับรายการไป)

(ii) เมื่อนำเอากรอบแบ่งประเภทความสัมพันธ์ภายในครอบครัว 3 แบบ มาตรวจดูปริมาณสัดส่วนของเนื้อหาจะพบว่า มีปริมาณ**ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก**ทั้งทางบวกและลบมากเป็นอันดับแรกถึง 29 ครั้ง **ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูก**ทั้งทางบวกและลบมากเป็นอันดับสอง 17 ครั้ง ส่วน**ความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยา**มีเพียง 3 ครั้ง ทั้งนี้ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ได้ให้ความสำคัญกับการหาคู่ครองเพื่อก่อตั้งครอบครัวมากกว่าการบำรุงรักษาครอบครัว เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับละครโทรทัศน์แล้วก็จะพบลักษณะทั้งที่แตกต่างกันและที่เหมือนกัน กล่าวคือในแง่มุมที่เหมือนกันก็คือ เนื้อหาส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์จะให้ความสนใจความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายในฐานะคู่รักมากที่สุด เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์จะเกี่ยวข้องกับพระเอก-นางเอกที่เจ้าแง่แสนงอนกันบ้าง มีเรื่องทำให้เข้าใจผิดกันบ้าง และเมื่อใดที่พระเอก-นางเอกทำความเข้าใจกันได้และได้แต่งงานกัน ก็แปลว่าถึงตอนอวสานแล้ว

ส่วนข้อแตกต่างกันระหว่างรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์กับละคร

โทรทัศน์นั้นมืออยู่ 2-3 ประการคือ ในขณะที่รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์แทบจะไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องชีวิตคู่ระหว่างสามีภรรยาเลย (มีปริมาณเนื้อหาเพียง 3 ครั้ง) แต่ในพัฒนาการของละครโทรทัศน์โดยเฉพาะในยุคหลัง ๆ นี้ จะเริ่มมีเนื้อหาที่ให้ความสนใจดีแต่ปัญหาของชีวิตคู่มากขึ้น เนื้อหาละครเหล่านี้จะเริ่มเปิดฉากตั้งแต่ตัวเอกได้แต่งงานกัน แล้วหลังจากนั้นก็ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตคู่ เช่น เรื่องเมียหลวง น้ำเซาะทราย ทิวาหวม ฯลฯ

ความแตกต่างอีกประการหนึ่งระหว่างรายการทั้งสองประเภทก็คือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูก ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น จะนำเสนอความสัมพันธ์ดังกล่าวในด้านบวกเป็นส่วนใหญ่ (ด้านบวก:ด้านลบ, 15:2) ในขณะที่ในละครโทรทัศน์นั้นจะมีละครอยู่ชุดหนึ่งที่วิพากษ์วิจารณ์ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูกอย่างมาก เช่น ความสัมพันธ์ที่พ่อใช้อำนาจกับลูกสาวใน "ขมื่นกับปุ่น" แม่ใช้อำนาจกับลูกสาวใน "กว่าจะรู้เดียงสา" พ่อใช้อำนาจกับลูกชาย เช่น "อรุณสวัสดิ์ ทางโค้ง ปีหนึ่งเพื่อนกันและวันอัศจรรย์ของผมไม่อ่อน" พ่อแม่ทำลายความสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น "เวลาในขวดแก้ว" เป็นต้น

ดังนั้น หากนำเอามิติเรื่องครอบครัวมาเป็นเกณฑ์พิจารณาบทบาทหน้าที่ของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ กับละครโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายแล้ว เราน่าจะสรุปได้ว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังทำหน้าที่ในมิติด้านนี้ได้น้อยมาก ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากลักษณะธรรมชาติที่เป็นเรื่องจริงของตัวรายการ ทำให้เนื้อหารายการไม่กล้าเข้าไปแตะต้องกับเรื่องที่ถูกถือว่าเป็น "ปริมาตรภายในบ้าน" (domestic sphere) และเป็นเรื่อง "ส่วนตัว" (private) ดังนั้นในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์บางรายการเช่น Business Variety และรายการ 07 โขว จึงไม่มีเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวเลย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะวัตถุประสงค์ของรายการที่เน้นเรื่องธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงแซกรับเชิญ และเนื้อหาในรายการมุ่งไปยังเรื่อง "อาชีพการงาน" ที่ต้องแยกออกจากเรื่อง "ส่วนตัว" ด้วย

(iii) ผลที่สอดคล้องกันระหว่างงานศึกษารายการสตรีทางโทรทัศน์ของปัญหาและผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ครั้งนี้ นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า สำหรับเนื้อหาการพัฒนาสตรีในระดับครอบครัวนั้น คงจะถูกจำกัดหรือกำหนดให้มีปริมาณที่ยังมีได้ไม่มากนักในรายการประเภทเรื่องจริง (Non-fiction) เนื่องจากเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและกระทบกระเทือนความคิดเห็นและอารมณ์ความรู้สึกของสังคมได้โดยง่าย และแม้จะถูกนำมาเสนอได้ ในรายการประเภทเรื่องจริงเหล่านี้ก็จำเป็นต้องถูกกำหนดให้นำเสนอแต่ในด้านบวกเท่านั้น ฉะนั้น หากจะมีการกล่าวถึงปัญหาที่แท้จริงในปริมาตรของครอบครัวไม่ว่าจะเป็นระหว่างสามี-ภรรยา พ่อแม่-ลูก หรือสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ก็คงต้องใช้ช่องทางของรายการประเภทเรื่องแต่ง เช่น ละคร

โทรทัศน์เพื่อลดปฏิริยาของสังคมให้เบาบางลงไป

อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่เกี่ยวกับครอบครัวในด้านลบที่นำเสนอในรายการประเภทเรื่องแต่งเช่นละครโทรทัศน์ ก็มีข้อจำกัดที่ผู้ชมมักจะรับรู้เพียงลักษณะความบันเทิง และไม่ได้นำมาขบคิดไตร่ตรองต่อไป ดังนั้น เพื่อแก้ไขข้ออ่อนและข้อจำกัดของรายการทั้งสองประเภท จึงอาจจะมีการนำเอารูปแบบรายการมาประสานกัน ที่เรียกว่า Intertextuality ตัวอย่างเช่น เมื่อมีรายการละครโทรทัศน์เรื่อง "เมียหลวง" ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ก็อาจจะนำเอาประเด็นจากละครโทรทัศน์ (text แรก) มาสนทนาในรายการของตน (text ที่ 2) โดยอาจเชิญผู้ที่มีประสบการณ์คล้ายคลึงกับเรื่องราวในละครมาแสดงทัศนะ เป็นต้น แนวทางดังกล่าวอาจจะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีในระดับครอบครัวที่สามารถหยิบยกประเด็นปัญหามาพูดถึงที่มีความเป็นไปได้ในสภาพการณ์ปัจจุบัน

ตัวอย่างรายละเอียดของรายการที่แสดงเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับ

ครอบครัว

- ลำดับที่ 1 เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในทางบวก มีจำนวน 21 เรื่อง เช่น คุณลักษณะผู้หญิงในอุดมคติของนักแสดง นักร้องชาย (ปีเตอร์ จาก *ดาวล้านดวง*) ความเหงาเพราะไร้คู่ (คาร่า, จาก *สบายสไตล์มยุรา*) บทเลิฟซีน (*สมาคมชมดาว*) เป็นต้น

- ลำดับที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูกในทางบวก มีจำนวน 15 เรื่อง เช่น ในรายการ*สบายสไตล์มยุรา* ได้สัมภาษณ์ คาร่า พลสิทธิ์ เกี่ยวกับหน้าที่การงาน พบว่าเธอเข้าวงการนางแบบได้เพราะคุณพ่อรู้จักกับบรรณาธิการนิตยสารในเมืองไทยจึงติดต่อให้ ส่วนคุณแม่ก็สนับสนุนให้กำลังใจมาตลอด น้ำฝน กุลนัฐก็ได้กำลังใจจากพ่อ (*ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน*) นำสังเกตว่า ในเรื่องการสนับสนุนด้านอาชีพนั้น มักจะเป็นบทบาทของผู้เป็นพ่อ ส่วนผู้เป็นแม่มักจะสนับสนุนด้านการศึกษา เช่น ปีเตอร์กับการเรียนภาษาไทยจากแม่ (*ดาวล้านดวง*) ส่วนลูกก็มีความสัมพันธ์ทางบวกในแง่การตอบแทนบุญคุณและกตัญญูต่อพ่อแม่ เช่น ก๊ี้จะตีจะนำเงินไปไถ่ที่นาให้พ่อแม่ (*เจาะใจใส่ออ*)

- ลำดับที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในทางลบ มีจำนวน 8 เรื่อง แต่มีข้อนำสังเกตว่า รูปแบบการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักในทางลบนี้จะแสดงออกในรูปแบบที่ไม่ใช่เรื่องจริง เป็นจินตนาการทั้งสิ้น (Fantasy) เช่นแสดงออกในรูปแบบของการเล่นตลก เช่น ช่วงไลท์โชว์ (ในรายการ*ทไวไลท์โชว์*) จะเล่นตลกงานแต่งงานโดยให้เจ้าบ่าวใช้เชือกมะนิลาแทนมงคอสวมคอ แล้วดึงเจ้าสาว (เล่นโดยผู้ชาย) จนตกเวที หรือแสดงออกในบทเพลง เช่น "เสีย

แล้วก็เสียไป" ของกังวาลไพโร ลูกเพชร (ทไวไลท์ไทยลูกทุ่ง) คงมียกเว้นอยู่กรณีเดียวคือ การหยิบยกข่าวข่มขืนสาวชาวต่างประเทศที่เกาะเสม็ดมาพูดถึง (บ้านเลขที่ 5) แต่ทว่าความสนใจก็ยังไม่ได้อยู่ที่ "การข่มขืน" แต่อยู่ที่ "การทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยว" มากกว่า

- ลำดับที่ 4 การใช้ชีวิตคู่ของสามีภรรยา มีเพียง 3 เรื่อง ซึ่งเป็นไปตามวาระโอกาส เช่น ให้สามีภรรยา มาพูดถึงความรักในวันวาเลนไทน์ (สมาคมชมดาว) การสนทนาเรื่องการหย่อนสมรรถภาพทางเพศ (บ้านเลขที่ 5)

- ลำดับที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่-ลูกในทางลบ มีเพียง 2 เรื่อง และทั้ง 2 เรื่องจะเป็นลักษณะการพูดคุยแบบตลกสนุกสนานทั้งสิ้น

(1.1.4) เนื้อหาเพื่อการพัฒนาในระดับคุณลักษณะส่วนตัว

การวิเคราะห์เนื้อหารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่มีเนื้อหาแสดงการพัฒนาสตรีในระดับคุณลักษณะส่วนตัว พบผลดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงอันดับของความถี่จากมากไปหาน้อยของการนำเสนอเนื้อหาเพื่อ
การพัฒนาสตรีระดับส่วนตัว

อันดับที่	หัวข้อเรื่อง	ปริมาณความถี่ในการนำเสนอ (ครั้ง)
1	อาชีพ/หน้าที่การงาน	14
2	การแต่งกาย/ความงาม/สุขภาพ	7
3	การศึกษา	2
4	ลักษณะส่วนตัวของสตรี	2
5	การปรุงอาหาร	1
รวม		26

จากตารางข้างต้นนี้ มีข้อสังเกตดังนี้

(i) เมื่อเปรียบเทียบลำดับความสำคัญที่ทั้งรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการสำหรับสตรีทางโทรทัศน์มีต่อเรื่องการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี จะพบว่า มีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันบ้าง ส่วนที่คล้ายคลึงกันระหว่างรายการทั้งสองประเภทก็คือรายการทั้ง 2 ประเภทยังมุ่งที่จะพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องอาชีพการงาน และสุขภาพ-ความงาม-การแต่งกายเป็นอันดับแรก ๆ ซึ่งหมายความว่า กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชมผู้หญิงของทั้งรายการผู้หญิงและรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นล้วนแต่เป็น "กลุ่มผู้หญิงทำงาน" (working women) เหมือนกัน

(ii) แม้ว่าในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะแสดงบทบาทที่ก้าวหน้าด้วยการช่วยเตรียมสตรีสำหรับการออกไปทำงานนอกบ้าน แต่ทว่าเมื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการในเชิงคุณภาพ ก็พบว่าทิศทางการนำเสนอรายการเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องหน้าที่การงานนั้นยังคงมีทิศทางการนำเสนอในด้านบวกด้านเดียว (constructive) เกือบทั้งหมด เช่น การนำเอาทักษะของผู้หญิงมาสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง เช่น ธุรกิจขนมไทย ธุรกิจซักอบรีด คุณสมบัติของผู้หญิงที่จะเดินแบบ เป็นต้น แต่ทว่าจะไม่มีการหยิบยกปัญหาที่ผู้หญิงอาจจะต้องพบในที่ทำงาน (ไม่มีลักษณะ critical) เช่น ในความเป็นจริง ประเทศไทยได้มีการออกกฎหมายห้ามมีการละเมิดทางเพศในที่ทำงาน รวมทั้งมีผู้หญิงจำนวนมากที่ต้องพบกับปัญหานี้ แต่ทว่าเนื้อหาในทิศทางที่ critical ดังกล่าวจะไม่ปรากฏในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เช่นเดียวกับในรายการสตรีทางโทรทัศน์

สำหรับการเตรียมตัวเพื่อการออกมาทำงานนอกบ้านนั้น ยังคงมุ่งที่จะเน้นด้านการเสริมความสวยงามของผู้หญิง มากกว่าที่จะเน้นคุณสมบัติพื้นฐานอื่น ๆ สำหรับการประกอบวิชาชีพ เช่น ความอดทน ความขยันขันแข็ง หรืออาจกล่าวได้ว่า มีเนื้อหาที่ส่งเสริมปรับปรุง**คุณลักษณะภายนอก** เช่น การเลือกตกแต่งตัวเองด้วยเครื่องประดับ การประยุกต์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นศิลปะไทยมาตัดเย็บเป็นชุดราตรี การใช้น้ำหอมเพื่อดึงดูดใจเพศตรงกันข้าม ฯลฯ มากกว่าที่จะเป็นลักษณะการปรับปรุง**คุณลักษณะจากภายใน** เช่น ถ้าจะต้องทำงานที่ต้องประสานงานกับผู้คน ควรจะฝึกฝนตนเองอย่างไรบ้าง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปสมบัติภายนอกของสตรีจะยังคงเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่ของการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของผู้หญิง แต่ทว่า**วิธีการนำเสนอ**เรื่องการแต่งกายของผู้หญิงก็ได้แปรเปลี่ยนความหมายไปจากเป้าหมายเดิมบ้าง กล่าวคือ ในการแต่งตัวให้สวยงามนั้นมิได้มีวัตถุประสงค์ในการดึงดูดใจเพศตรงกันข้ามเป็นหลัก แต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ได้แปรมาเป็นการพัฒนาตนเองเพื่อหน้าที่การงานซึ่งเป็นแหล่งที่มาของรายได้เพื่อเลี้ยงตัวเองให้มีกินมีใช้โดยไม่ต้องพึ่งพาเพศตรงกันข้าม เช่น การรักษารูปร่างของนางแบบ (คำว่า พลลัทธิ, *สบายสไตล์มยุรา*) มิใช่เพื่อดึงดูดสายตาผู้ชาย แต่ทว่าเป็นเพราะลักษณะทางวิชาชีพมากกว่า ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์มีผู้ชมที่เป็นทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ดังนั้น ในเรื่องการแต่งกายและสุขภาพซึ่งเป็นเรื่องส่วนตัว แต่เนื่องจากมีผู้ชมอีกเพศหนึ่งรับรู้อยู่ด้วย ดังนั้น ทำให้วิธีการนำเสนอเนื้อหาได้ลดลักษณะ "เฉพาะวงในของผู้หญิง" ให้น้อยลง

(iii) สำหรับเนื้อหาที่แตกต่างไปจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีอีกประเด็นหนึ่งคือ เนื้อหา**การพัฒนาสตรีเกี่ยวกับการศึกษา** ซึ่งไม่ปรากฏเลยในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี แต่ได้พบ 2 ครั้งในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ซึ่งนับว่าเป็นแง่มุมที่ก้าวหน้ามากขึ้น แม้ว่า จะมีปริมาณน้อยอยู่เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อนวนิยายที่สายสมร (2529) ซึ่งศึกษางานเขียนของดอกไม้สดและก.สุรางคนางค์ นักประพันธ์หญิงที่ผลิตนวนิยายในช่วงที่สังคมไทยกำลังมีการเปลี่ยนแปลง (พ.ศ.2475-2493) และพบว่า นักเขียนทั้ง 2 ท่านได้ใช้สื่อนวนิยายในการวางรากฐานทัศนคติใหม่ ๆ เกี่ยวกับการศึกษาสำหรับสตรีว่า ผู้หญิงสมัยใหม่จำเป็นต้องเรียนหนังสือ เพราะการศึกษาจะทำให้ผู้หญิงมีความคิดความอ่านที่กว้างไกล และมีความมั่นใจในตนเอง รู้เท่าทันโลกภายนอก

(iv) เนื้อหาอีกประเภทหนึ่งที่จะปรากฏเพียง 2 ครั้ง แต่ในมิติคุณภาพแล้ว ก็มีความน่าสนใจคือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับ**ลักษณะนิสัยส่วนตัวของสตรี** เช่น การสะสมสิ่งของ

ประทับใจของดาราสาว (หญิงชัชชา, *ทีนทอล์ก*) และการพัฒนานิสัยจากการมองโลกแบบบทบาทผู้หญิงไปสู่การมองโลกแบบบทบาทเพศชาย เช่น การพัฒนานิสัยของนางเอกละครเรื่อง "เก็บใจไว้เพื่อรัก" จากเดิมที่นางเอกเป็นผู้หญิงที่ซุ่มซาม ไม่กล้าแสดงออก ชี้แพ้ เชื้อฟังผู้ใหญ่ และไม่กล้าแตะต้องคนที่ตนเองรักอยู่ แต่ต่อมาหลังจากได้ไปศึกษาต่อต่างประเทศ ได้รู้จักการพึ่งพาตนเอง ได้เห็นและเรียนรู้ชีวิตของคนอื่นในโลกที่กว้างขึ้น ทำให้ตัวเองมีทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น ดังนั้น เมื่อกลับมาที่เมืองไทยอีกครั้งหนึ่ง นางเอกคนนี้ก็จึงมีลักษณะนิสัยที่ตรงข้ามกับสมัยก่อน กล่าวคือ มีความมั่นใจในตนเองกล้าต่อสู้และเผชิญกับความจริง มีความอดทน และรู้จักหลบหลีก ซึ่งทำให้ประสบความสำเร็จทั้งในชีวิตส่วนตัวและการงาน (*ไฮไนท์ แอท์ไฮนูน*) ลักษณะที่สะท้อนในสื่อดังกล่าวนี้ไม่น่าจะผิดไปจากสภาพความเป็นจริงของผู้หญิงไทยกลุ่มหนึ่งที่ได้มีโอกาสไปต่างประเทศ เช่น กรณีประวัติชีวิตของคุณชนัดดา ปิยะอุย สตรีที่ได้บุกเบิกกิจการงานด้านโรงแรม จนได้รับการยอมรับ เป็นต้น

เนื้อหาที่แสดงลักษณะนิสัยส่วนตัวของสตรีนี้ เมื่อนำมาเสนอในรายการ *ทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์* ที่มีผู้ชมเป็นทั้งหญิงและชาย ก็นับว่า รายการนี้ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางที่จะช่วยให้ผู้หญิงและผู้ชายได้มีโอกาสมองเห็นทั้งจุดร่วมและจุดต่างของคนแต่ละเพศ เพื่อจะได้เข้าใจกันมากขึ้น และน่าจะจัดรูปแบบรายการให้มีการนำผู้หญิงและผู้ชายมาพูดคุยประเด็นเดียวกัน เพื่อจะได้เห็นความแตกต่างระหว่างเพศ

(v) ข้อสังเกตประการสุดท้ายเกี่ยวกับเนื้อหาการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีก็คือ ตามปกติ คุณลักษณะส่วนตัวของผู้หญิงที่จะขาดเสียมิได้ และจะต้องมีการพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอก็คือ เรื่อง "การบ้านการครัว" ดังที่รายการสำหรับผู้หญิงในยุคแรก ๆ ที่ต่อเนื่องมาจนปัจจุบันก็คือ รายการปรุงอาหาร เนื่องมาจากคติที่ว่า "เป็นผู้หญิง เสน่ห์อยู่ที่ปลายจวัก" อย่างไรก็ตาม สำหรับในรายการ *ทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์* นี้ก็แทบจะไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่อง "การบ้านการครัว" ให้เห็นเลยโดยมีเพียง 1 ครั้ง และเนื้อหาที่นำเสนอก็เป็นการแนะนำวิธีปรุงอาหารโดยกึ่งผู้ชายในช่วง "มีออรัยจากงวงเชียง" (*สบายสไตล์มยุรา*) ปรากฏการณ์นี้อาจจะอธิบายได้ว่า สำหรับกลุ่มผู้หญิงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ *ทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์* นั้นน่าจะเป็นกลุ่มผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน ดังนั้น ทักษะและความสามารถในเรื่องการบ้านการเรือนการครัวจึงไม่ใช่คุณสมบัติที่สำคัญ (และในชีวิตจริงก็อาจจะไม่มีเวลาทำแล้ว) หรือมีฉะนั้นก็อาจเป็นไปได้ว่า รายการทำกับข้าวนี้คุณจะเป็น "รายการแบบผู้หญิง" มากเกินไป จึงอาจจะไม่เหมาะกับรายการที่มีผู้ชมทั้งผู้หญิงและผู้ชาย

ตัวอย่างรายละเอียดของรายการที่แสดงเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับ คุณลักษณะส่วนตัว

- **ลำดับที่ 1 การพัฒนาเรื่องอาชีพ หน้าที่การงาน** ตัวอย่างเช่น การนำเรื่องราวของนางเอก 3 ยุคคือ พิศมัย วิไลศักดิ์ สีเรียม โอแกน และแอน ทองประสม ซึ่งแสดงให้เห็นคุณสมบัติของผู้หญิงทำงานที่นอกจากจะต้องมีความสวยงามจากภายนอก (เพราะมีอาชีพการแสดง) ยังต้องมีความสามารถ มีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เนื้อหาของรายการแสดงการได้เข้าขึ้นมาเป็นนางเอกที่ประสบความสำเร็จทางวิชาชีพ (*สมาคมชมดาว*)

- **ลำดับที่ 2 การพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวในเรื่องการแต่งกาย ความงาม และสุขภาพ** เช่น การเลือกเครื่องประดับชนิดต่าง ๆ ที่ระดับเพชรเพื่อใช้ในการทำงาน นางแบบของเมธินี กิ่งพิโยม (*สมาคมชมดาว*) การดูแลผิวพรรณของผู้หญิงที่ต้องใช้เครื่องสำอาง แต่งหน้าทำงานเป็นประจำ (*สบายสไตล์มยุรา*)

- **ลำดับที่ 3 การพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวที่เกี่ยวกับการศึกษา** เช่น การมุ่งมั่นที่จะเรียนให้จบหลังจากที่ต้องพักการเรียนในปี 3 เพื่อทำงานหาเงินมารักษาบิดาที่ป่วยเป็นมะเร็งของน้ำฝน กุลนัฐ (*ไฮไนท์ แอ็ทไฮนูน*) การเรียนแสดงมายากลของผู้หญิงและผู้ชาย (*11 สนทนา*)

(1.2) การวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ (Gender-related content)

เนื่องจากการวิเคราะห์รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายเป็นเกณฑ์ ดังนั้นเมื่อใช้เกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้แบ่งประเภทของรายการทั้งหมดออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

- (i) เนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงหรือเพศชาย
- (ii) เนื้อหารายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ
- (iii) เนื้อหารายการที่เกี่ยวกับประเด็นสตรีโดยเฉพาะ

เมื่อนำเกณฑ์ทั้ง 3 ประเภทมาวิเคราะห์รายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สามารถจำแนกประเภทและปริมาณความถี่ของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศได้ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงภาพรวมปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ

ประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ	จำนวนหัวข้อ
เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองเพศ	52
เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศชายโดยเฉพาะ	37
เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงโดยเฉพาะ	29
เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ	14
เนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นสตรี	2
รวม	134

จากตาราง 6 มีข้อสังเกตดังนี้

(i) ภาพรวมที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศในครั้งนี้ พบว่า เนื้อหาในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นได้นำเสนอ**เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองเพศ** คือ เพศหญิงและเพศชายเป็นปริมาณมากที่สุด สำหรับลักษณะของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองเพศได้แก่ เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในครอบครัวที่จะมีทั้งเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิงและชาย ไม่ว่าจะในฐานะพ่อแม่-ลูกหรือสามี-ภรรยา ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น หรือเนื้อหารายการที่เกี่ยวกับกิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่นที่จะครอบคลุมทั้งสองเพศ เนื่องจากคนในวัยนี้กำลังเป็นวัยที่มีความสนใจคล้ายคลึงกันทั้งเพศหญิงและชาย เช่น แฟชั่นการแต่งตัวก็จะเป็นทั้งแฟชั่นนางแบบและนายแบบ

การที่เนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับเพศนั้นปรากฏว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองเพศมีมากที่สุดนั้น ก็น่าจะเนื่องมาจากเหตุผลสำคัญสองประการคือ ประการแรก น่าจะเป็น**เหตุผลเชิงธุรกิจการตลาด**ของการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งหากสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ได้หลายเพศ ได้หลายวัย ได้หลายพื้นที่/ภูมิภาค ก็จะมีรายได้จากการขายโฆษณามากยิ่งขึ้นตามไปด้วย (สัมภาษณ์ วรรณีภา, 30 ม.ค. 41) และประการที่สองก็น่าจะเนื่องมาจาก**ลักษณะที่ค่อนข้างเป็นกลางทางเพศ**ของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เป็นรายการที่ไม่โอเนียงอย่างเด่นชัดว่าเป็น "รายการแบบผู้หญิง" เช่น ละครโทรทัศน์ หรือเป็น "รายการแบบผู้ชาย" เช่น รายการกีฬา หากทว่าเป็นรายการแบบ "ผู้หญิงดูได้ผู้ชายดูดี" ดังนั้น ทางรายการจึงใช้ธรรมชาติที่ได้เปรียบของรายการด้วยการใช้กลยุทธ์เอาใจทั้งคู่ชมผู้หญิงและผู้ชายด้วยการเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทั้งสองเพศ

(ii) สำหรับปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทางเพศที่มีมากเป็นอันดับสองคือ **รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเพศชายโดยเฉพาะ** เกณฑ์ที่วัดลักษณะเนื้อหาของรายการก็คือ

ปริมาณพลที่มีกิจกรรมแบบผู้ชายเกิดขึ้นมาก และเป็นความสนใจแบบผู้ชาย ผู้ชายเข้าไปมีส่วนร่วม ในเนื้อหาและพื้นที่ดังกล่าวได้มากกว่าผู้หญิง เช่น วงการตลก (เจาะใจ) วงการการเมือง (168 ชั่วโมง, บ้านเลขที่ 5) วงการทหารตำรวจ (168 ชั่วโมง) วงการกีฬา (ทีนทอล์ก) วงการภาพยนตร์ (168 ชั่วโมง) เป็นต้น ถึงแม้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศชายโดยเฉพาะจะมีปริมาณมากเป็นอันดับสอง แต่ก็มีจำนวนไม่มากกว่าเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงโดยเฉพาะซึ่งอยู่ในอันดับสามมากนัก

(iii) สำหรับลำดับที่ 3 ได้แก่ **เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงโดยเฉพาะ** โดยผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เดียวกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศชาย คือ ปริมาณพลที่มีกิจกรรมแบบผู้หญิงเกิดขึ้น เป็นพื้นที่ที่ผู้หญิงเข้าร่วมกิจกรรมเป็นส่วนใหญ่ ๆ และเป็นความสนใจของผู้หญิง ตัวอย่างเช่น ละคร (จันทร์กระจ่าง) การพยากรณ์โชคชะตา (บ้านเลขที่ 5) อารมณ์รักที่ปราศจากความรุนแรง แบบผู้หญิง ของสะสมแบบผู้หญิง (ทีนทอล์ก) เป็นต้น

(iv) **สำหรับเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ** นั้น เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานที วัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่มีมิติทางเพศของเพศใดเพศหนึ่งเข้าไปเกี่ยวข้องกับ เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศใดเพศหนึ่งนี้มีปริมาณไม่มากนัก (14 ครั้ง)

(v) เนื้อหา "ประเด็นสตรี"

สำหรับปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ แต่เป็นการเกี่ยวข้องในลักษณะพิเศษ คือ การแสดงปัญหาที่เกิดจากความไม่เสมอภาคเท่าเทียมหรือการเอาเปรียบระหว่างเพศ ที่ ในวงการสตรีนิยมมักเรียก**เนื้อหาเหล่านี้ว่า "ประเด็นสตรี"** (Women Issue) เช่น การล่วงละเมิดทางเพศ การข่มขืน การทำแท้ง การเลือกปฏิบัติทางเพศ การใช้ร่างกายสตรีเพื่อประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น่าสังเกตว่า รายการที่เป็นประเด็นสตรีนี้มีอยู่น้อยมากคือ 2 เรื่องเท่านั้น ได้แก่ การพูดถึงการข่มขืนนักท่องเที่ยวดังต่างชาติที่เกาะเสม็ด ซึ่งผู้ที่น่าเสนอปัญหานี้เป็นแขกรับเชิญเพศหญิง (ช่วงเพื่อนคู่คิด, บ้านเลขที่ 5) การกล่าววาทะกระทบกระเทียบการประกวดนางงามกับการทำลายสถิติหน้าอกใหญ่ (ทีวีวาที 9) ซึ่งหมายความว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังไม่กล้าที่จะเปิดพื้นที่ให้ประเด็นสตรีได้เผยโฉมหน้าสู่สาธารณะ อันอาจจะเนื่องมาจากการ**เกรงใจบรรดาผู้ชมที่เป็นผู้ชาย** หรืออาจเป็นเพราะ**ธรรมชาติที่ยังค่อนข้างอนุรักษ์** (conservative) ของโทรทัศน์เอง

(vi) หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์เนื้อหารายการโดยใช้ความเกี่ยวข้องทางเพศมาเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์ ผลที่ได้นั้นสามารถช่วยให้ผู้วิจัยสามารถประเมินศักยภาพและข้อจำกัดของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่อาจมีบทบาทในการพัฒนาเรื่องบทบาทหญิง-ชายได้ดังนี้คือ

- ในแง่ศักยภาพของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เนื่องจากรายการ

ประเภทนี้เป็นรายการที่มีผู้ชมที่เป็นทั้งหญิงและชาย ในเนื้อหารายการก็เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องทั้งเพศหญิงและชายดังที่ผลการวิเคราะห์ได้แสดงให้เห็นแล้ว ดังนั้น รายการประเภทนี้จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางเพศของหญิงและชายที่พึงปรารถนา เช่น ผู้ชายมาช่วยทำงานบ้าน ช่วยดูแลลูก ผู้หญิงมีอาชีพแบบแปลก ๆ (non-traditional profession) รวมทั้งเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่พึงปรารถนา และทัศนะมุมมองที่แตกต่างกันระหว่างหญิงกับชายในประเด็นต่าง ๆ อันที่จริง เคยมีรายการเกมโชว์บางรายการได้ริเริ่มรายการประเภทนี้เช่น รายการ "คู่รัก" ซึ่งมีไตรภพ ลิมปพัทธ์ เป็นพิธีกร โดยวางรูปแบบรายการให้มีการแสดงทัศนะแบบผู้หญิงและแบบผู้ชายต่อประเด็นต่าง ๆ แต่ทว่าประเด็นที่มานำเสนอนั้นยังแคบอยู่ คือเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศเท่านั้น ทำให้ทำรายการไม่ได้ยาวนาน หากจะมีการจัดทำรายการดังกล่าวโดยยังคงมุมมองแบบผู้หญิงและแบบผู้ชายเอาไว้ แต่ให้แสดงทัศนะต่อประเด็นปัญหาสังคมทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศิลปะ วัฒนธรรม ศาสนา กีฬา ฯลฯ ก็น่าจะมีเนื้อหาที่ขยายกว้างมากขึ้นจนสามารถจัดทำได้อย่างยาวนาน

- แม้ว่ารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะมีศักยภาพที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายดังที่กล่าวมาข้างต้น แต่ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่แสดงให้เห็นข้อจำกัดของรายการประเภทนี้คือ ทิศทางของรายการนั้นจะ**ต้องมุ่งนำเสนอแต่ทางบวก**เท่านั้น (constructive) เนื่องจากธรรมชาติของรายการประเภทนี้มักถูกกำหนดเป้าหมายเอาไว้ว่าจะมุ่งสร้างความบันเทิงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่นั่นสาระหนักสมองเพราะต้องการให้ผู้ชมได้พักผ่อนและคลายความเครียดเช่น รายการ**จันทร์กระจ่าง**ที่เน้นแนวคิดที่จะนำเสนอเรื่องราวในอดีตที่ยังมีสิ่งที่ดีงามและคุณค่าที่น่าประทับใจภายใต้แสงจันทร์ (ศิริพงษ์, 2535) หรือรายการ**ทไวไลท์โชว์**ซึ่งมีการจัดลำดับการนำเสนอโดยเอาส่วนที่เป็นบันเทิงที่ผู้ชมชอบมากมานำเสนอก่อน แล้วเอาเนื้อหาสาระแฝงไว้ในแต่ละส่วนของความบันเทิง (ศิริพงษ์, 2535) เป็นต้น ปรัชญาการณีนี้นับบอกถึงสถานภาพของรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทยว่า ยังคงนำเสนอแต่ประเด็นตามกระแสและนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ในทางบวกเท่านั้น โดยยังไม่สามารถพัฒนา**วิธีการนำเสนอแบบเผชิญปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้** และหากรายการโทรทัศน์ประเภทนี้ของไทยยังคงยึดมั่นอยู่ในแนวทางดังกล่าว โดยหลีกเลี่ยงการนำเสนอแบบเผชิญหน้ากับปัญหาสังคมอยู่เช่นนี้ โอกาสที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นสตรีโดยเฉพาะดูจะมีน้อย เช่นเดียวกับประเด็นปัญหาสังคมอื่น ๆ ผู้ชมก็จะมีโอกาสรับรู้ถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นแก่ตัวเองหรือผู้ใกล้ชิด รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงก็จะไม่ได้รับการแก้ไขหรือกำจัดให้หมดไป

อันที่จริงเคยมีรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่เคยนำเสนอปัญหา

รูปธรรมที่ผู้คนในสังคมโดยเฉพาะปัญหาที่จะเกิดกับผู้หญิง คือ รายการ "เด็ด" (ดู สุจินดา, 2540) ที่เน้นการนำเสนอเหตุการณ์ที่เป็นภัยพิบัติ อุบัติเหตุ หรืออาชญากรรมที่เกิดขึ้นจริงกับแขกรับเชิญ ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย (แต่ส่วนใหญ่จะเป็นกรณีที่เกิดกับผู้หญิง) แต่ทว่าปัจจุบันนี้รายการนี้ได้เลิกไปแล้ว ในอนาคต ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรแสวงหาวิธีการนำเสนอประเด็นแบบเสนอปัญหาอย่างจริงจัง โดยอาจจะค้นคว้ากลยุทธ์แบบต่าง ๆ เพื่อการนำเสนออย่างสร้างสรรค์และผู้ชมยอมรับได้ เช่น เลือกระเด็นเบา ๆ สลับกับประเด็นหนัก ๆ ในแต่ละอาทิตย์ เป็นต้น

(2) การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ

สำหรับการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ นั้น เป็นส่วนประกอบอีกด้านหนึ่งของรายการโทรทัศน์ ซึ่งนอกจากจะมีส่วนของ "เนื้อหา" แล้ว ก็ยังมีส่วนของ "วิธีการนำเสนอ" ที่นับว่าเป็นส่วนสำคัญไม่น้อยไปกว่าเนื้อหา เพราะแม้แต่เนื้อหาประเภทเดียวกัน หากมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกัน ก็อาจจะสร้างและถ่ายทอดความหมายที่แตกต่างกัน ดังที่ได้ยกตัวอย่างกรณีของการนำเสนอภาพของ "แม่" ที่แตกต่างกันในภาพยนตร์ไทย (ดูบทที่ 2)

สำหรับวิธีการนำเสนอในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้คือ

- (2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวม
- (2.2) การวิเคราะห์พิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร
- (2.3) การวิเคราะห์แขกรับเชิญในรายการ

(2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวม

ในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องบทบาทหญิงชายในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น เนื่องจากในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นจะประกอบด้วยตัวผู้แสดง 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายพิธีกร และฝ่ายแขกรับเชิญนั้น นอกจากตัวละครแล้ว ในรายการประเภทนี้ก็จะมียิ่งค์ประกอบอื่น ๆ ของรายการ เช่น ฉาก ชื่อรายการ บรรยายภาค ฯลฯ

การวิเคราะห์ภาพโดยรวมในที่นี้ จึงจะพิจารณาใน 3 ประเด็นคือ

- (2.1.1) ภาพรวมของปริมาณตัวละคร
- (2.1.2) การวิเคราะห์ลักษณะสุนทรีย์แบบหญิงและแบบชาย
- (2.1.3) การวิเคราะห์ลักษณะของฉาก

(2.1.1) ภาพรวมของปริมาณตัวละคร/ตัวแสดง

การที่เราสามารถจะบอกได้ว่ารายการประเภทใดเป็นรายการของผู้หญิงหรือของผู้ชายนั้น ตัวบ่งชี้ (indicator) ตัวหนึ่งที่จะใช้ดูได้ก็คือ ปริมาณของตัวละคร/ตัวแสดงที่ปรากฏในรายการนั้นเป็นเพศใด

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของปริมาณตัวละคร/ตัวแสดงในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์มีดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางแสดงปริมาณตัวละครรวมทั้งหมดทั้งพิธีกร แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ

ชื่อรายการ	ตัวละครชาย	ตัวละครหญิง	ตัวละครกึ่งชายหญิง*	รวมทั้งหมด
Business Variety	4	3	-	7
07 โชว์	14	1	5	20
168 ชั่วโมง	16	11	-	27
ดาวล้านดวง	8	8	1	17
ทไวไลท์โชว์	16	14	3	33
สมาคมชมดาว	6	9	1	16
ทีนทอล์ก	25	10	-	35
สบายสไตล์มยุรา	1	3	-	4
เจาะใจ	10	-	-	10
ไฮไนท์แอทไฮนูน	8	4	3	15
11 สนทนา	10	3	-	13
จันทร์กระจิบ	15	10	-	25
บ้านเลขที่ 5	6	12	1	19
ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9	53	39	3	95
รวม	192	127	17	336
คิดเป็นร้อยละ	(57%)	(38%)	(5%)	(100%)

จากตารางที่ 7 มีข้อน่าสังเกตดังนี้คือ

(i) หากพิจารณาปริมาณของตัวละครทั้งที่เป็นพิธีกร แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการชายเปรียบเทียบกับตัวละครหญิง จะพบว่า ปริมาณของเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิงเกือบเท่าตัว (57%: 38%) และเมื่อพิจารณาดูในรายละเอียดของทั้ง 14 รายการ ก็พบว่า มีถึง 12 รายการที่มีตัวละครชายมากกว่าตัวละครหญิง คงมียกเว้นเพียง 2 รายการ คือ **สมาคมชมดาว** และ**บ้านเลขที่ 5** เท่านั้นที่มีตัวละครหญิงมากกว่าชาย ซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า เมื่อใช้เกณฑ์

ปริมาณของเพศของตัวละครเป็นตัวบ่งชี้เพศของรายการ รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังคงค่อนข้างจะเป็นรายการของผู้ชาย

(ii) ผลการวิจัยเรื่องปริมาณของตัวละครเพศหญิง/เพศชายสำหรับการวิจัยครั้งนี้ยังคงได้ผลที่สอดคล้องกับการวิจัยเรื่องปริมาณตัวละครเพศหญิง/ชายในที่ต่าง ๆ เช่น ในต่างประเทศที่ได้นำเสนอมาในบทที่ 2 กล่าวคือ ตัวละครเพศชายจะมีจำนวนที่มากเกินไปจริง (over-represented) ในขณะที่ตัวละครเพศหญิงจะถูกนำเสนอในปริมาณที่น้อยกว่าความเป็นจริง (under-represented) เช่นในกรณีของสังคมไทยในความเป็นจริง จำนวนประชากรไทยมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่ทว่าในโลกของจอโทรทัศน์ ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังคงมีภาพของผู้หญิงปรากฏน้อยกว่าผู้ชาย

(2.1.2) การวิเคราะห์ลักษณะสุนทรียะแบบหญิงและแบบชาย

คำว่า "สุนทรียะแบบหญิง/แบบสตรีเพศ" นั้น หมายถึง ลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้หญิง อันได้แก่ ความอ่อนหวาน ความอ่อนโยน การโอนอ่อนผ่อนตาม ความสวยงาม ความขี้โมโห การขาดเหตุผล เอาแต่อารมณ์ ช่างฝัน รักษาน้ำใจผู้อื่น

ส่วนคำว่า "สุนทรียะแบบชาย/แบบบุรุษเพศ" ก็หมายถึงลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ชาย อันได้แก่ ความแข็งแกร่ง ความมั่นคง ความก้าวร้าว ความเย็นชา การรู้จักเอาตัวรอด ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าตัดสินใจ ความเด็ดขาด ความมีเหตุผลไม่ขึ้นกับอารมณ์ มีจุดมุ่งหมายในการกระทำอย่างชัดเจน ตรงไปตรงมา

จากคำนิยามลักษณะของสุนทรียะแบบสตรีเพศ/แบบบุรุษเพศนี้ เมื่อนำมาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ทั้ง 14 รายการ สุนทรียะดังกล่าวจะแสดงออกมาเป็นรูปธรรมได้ในหลาย ๆ แบบ เช่น ชื่อรายการ บรรยากาศการสนทนา ตำแหน่งรายการ (เวลาออกอากาศเหมาะสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชาย) แสงสี กลุ่มเป้าหมายที่ทางรายการคาดหวัง การมีส่วนร่วมในรายการ วิธีการติดต่อและวัตถุประสงค์ของรายการ ฯลฯ เมื่อนำเกณฑ์ย่อย ๆ ดังกล่าวมาตรวจสอบภาพรวมของสุนทรียะของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ทั้ง 14 รายการ ผลที่ได้เป็นดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางแสดงลักษณะสุนทรียะทางเพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการ
ทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 9 ตารางแสดงลักษณะที่ไม่มีสุนทรียะทางเพศหรือสตรีเพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 10 ตารางแสดงลักษณะสุนทรียะแบบบุรุษเพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 11 ตารางแสดงลักษณะสุนทรียะแบบสตรีเพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 12 ตารางแสดงลักษณะสุนทรียะทั้งสองเพศโดยมีลักษณะบุรุษเพศมากกว่าสตรีเพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 13 ตารางแสดงลักษณะสุนทรียะทั้งสองเพศโดยมีลักษณะสตรีเพศมากกว่าบุรุษ
เพศขององค์ประกอบในการนำเสนอรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์

ตารางที่ 14 ตารางแสดงความถี่ของลักษณะสุนทรียะทางเพศ

ลักษณะสุนทรียะทางเพศ	จำนวนรายการ
ชาย	3
หญิง	6
ทั้งชายและหญิง	4
ไม่แสดงลักษณะทางเพศ	1
รวม	14

จากตารางสรุปจำนวนของรายการที่มีสุนทรียะทางเพศแบบต่าง ๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

(i) **อันดับแรก** ลักษณะสุนทรียะที่มีมากที่สุด คือ รายการที่มีสุนทรียะทางเพศแบบสตรีเพศ จำนวน 6 รายการ คือ รายการดาวล้านดวง สมาคมชมดาว สบายสไตล์มยุรา ไฮไนท์แอทไฮนูน จันทร์กระจับปับ บ้านเลขที่ 5 คุณลักษณะของสุนทรียะแบบสตรีเพศนั้นจะเห็นได้จาก

- **ชื่อรายการและชื่อช่วงรายการ** เช่น **จันทร์กระจับปับ** (จะแสดงความเอ็นดูสบาย ความโรแมนติก) **สมาคมชมดาว** (แสดงการขมขื่น ความสวยงาม ความประทับใจ ความโรแมนติก) **บ้านเลขที่ 5** (แสดงพื้นที่ของผู้หญิง) ช่วงเคล็ดลับความงาม (แสดงความงามทางร่างกายของผู้หญิง)

- **แสงสีและสีสันบนฉากแสดงความนุ่มนวล** กลมกลืน ไม่ใช่สีที่ตัดกันอย่างรุนแรง เช่น ฉากจากรายการ**จันทร์กระจับปับ** จะใช้สีฟ้าแทนสีน้ำเงิน สีครีมแทนสีสเปดไลท์ สีชมพูแทนสีแดง เป็นต้น

- **บรรยากาศการสนทนาระหว่างพิธีกร ผู้ช่วยพิธีกร และแขกรับเชิญ** ผู้ร่วมรายการเป็นไปในลักษณะเดียวกับการสนทนาแบบผู้หญิง กล่าวคือ การรักษาน้ำใจ การทอดเสียงให้นุ่ม เสียงหัวเราะสูง ๆ มีการยกเว้นคำถามที่ล้วงล้ำถึงเรื่องส่วนตัวของแขกรับเชิญมากเกินไป ไม่มีการตัดบทของคู่สนทนาอย่างชัดเจน ไม่มีการถามแบบรุกตรง ๆ คาดคั้น นอกจากนั้น หัวข้อในการสนทนามักจะเป็นเรื่องความรัก ครอบครัว ความประทับใจ

- **วันและเวลาออกอากาศ** ให้อำนาจให้กลุ่มคนดูเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เช่น รายการ**สบายสไตล์มยุรา**ในวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.00-9.00 น. สำหรับผู้หญิงที่อยู่

บ้าน ส่วนผู้ชายที่ออกไปทำงานนอกบ้านน่าจะกำลังอยู่บนท้องถนน รายการ**บ้านเลขที่ 5** วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 7.00-9.00 น.ก็เช่นเดียวกัน

(ii) **อันดับสอง** ลักษณะสุนทรียะที่มีมากเป็นอันดับสองคือ รายการที่มีสุนทรียะทางเพศแบบสองเพศ คือมีทั้งสุนทรียะแบบหญิงและแบบชายอยู่ในรายการเดียวกัน ลักษณะของรายการที่มีสุนทรียะแบบสองเพศนี้ก็ได้แก่

- **ชื่อรายการ** ไม่แบ่งแยกสุนทรียะแบบเพศหญิงหรือเพศชายในทันทีที่ได้ยินเช่น รายการ 07 โซวี่ รายการทไวไลท์โซวี่ รายการทีนทอล์ก รายการทีวิวาที 9 ยกกำลัง 9

- **แสงสีที่ใช้ในรายการ** มีความหลากหลาย มีทั้งแสงอ่อนตามนุษยนิยมแบบผู้หญิง หรืออาจจะใช้สีแบบแม่สีอย่างผู้ชาย

- **บรรยากาศในการสนทนา** มีความหลากหลาย มุ่งเน้นทั้งการมอบความบันเทิงอย่างสูงสุด (แบบเบา ๆ อย่างผู้หญิง) และมุ่งสาระความจริงอย่างสูงสุด (การเน้นหาคำตอบ การรุกตั้งคำถาม) ในเวลาเดียวกัน มักเป็นรายการที่มีการสลับช่วงรายการให้เป็นแบบเบา ๆ และหนัก ๆ ผลัดเปลี่ยนกันไป

ในรายการที่มีสุนทรียะทางเพศแบบสองเพศนี้ หากพิจารณาลงไปรายละเอียดของแต่ละรายการแล้ว อาจพบความแตกต่างในเรื่องสัดส่วนของแต่ละเพศที่ต่างกันออกไปอีกเล็กน้อย คือ บางรายการมีสุนทรียะของเพศหนึ่งในสัดส่วนที่สูงกว่าอีกเพศหนึ่ง ดังนี้

(ก) **รายการที่มีสุนทรียะแบบบุรุษเพศมากกว่าสตรีเพศ** ได้แก่ รายการ **ทไวไลท์โซวี่** และรายการ**ทีนทอล์ก** โดยมีปัจจัยสำคัญคือ ลักษณะเด่นของพิธีกร (ไตรภพ ลิมปพัทธ์ **ทไวไลท์โซวี่** เรย์ แมคโดนัลด์, **ทีนทอล์ก**) ซึ่งเป็นพิธีกรชายเดี่ยวผู้เป็นที่นิยมชมชอบของผู้ชมรายการทั้งสองรายการ พิธีกรชายทั้ง 2 ท่านนี้สามารถทำหน้าที่ดึงบรรยากาศรายการที่เป็นสุนทรียะแบบหญิงให้กลับมาเป็นสุนทรียะแบบชายได้ในเวลาอันรวดเร็วและบ่อยครั้ง โดยใช้ความถี่ในการปรากฏตัว ร่วมกับคุณสมบัติเฉพาะตัวที่มีอยู่ เช่น หน้าตาที่ทำให้ชิงชังได้ (เมื่อต้องการ) ท่าทางเอาจริงเอาจังเป็นการเป็นงาน การใช้น้ำเสียงที่เรียบเคร่งขรึม และการใช้ดวงตาจ้องตริ่งผู้ชม เช่น ไตรภพในรายการ**ทไวไลท์โซวี่** หรือการใช้หน้าตาที่หล่อเหลารูปร่างสมชายชาติศรี ท่าทางคล่องแคล่ว ดวงตาที่ขี้เล่น การใช้เสียงแบบล้อเลียนอย่างผู้ชายของเรย์ แมคโดนัลด์ ในรายการ**ทีนทอล์ก**

(ข) **รายการที่มีสุนทรียะทางเพศแบบสตรีมากกว่าบุรุษเพศ** ได้แก่ รายการ 07 โซวี่ รายการ**ทีวิวาที** ซึ่งมีลักษณะสำคัญ ๆ ที่ตรงกันข้ามกับที่กล่าวมาในข้อ (ก) เช่น

พิธีกรในรายการ 07 ไซว์ แม้ว่าจะเป็นผู้ชายทั้งคู่ แต่มีวิธีการนำเสนอที่ไปตามวัตถุประสงค์ของรายการคือให้ความบันเทิงมากกว่าสาระความเป็นจริง วัตถุประสงค์ดังกล่าวจึงเป็นตัวกำหนดควบคุมบุคลิกท่าทางที่แสดงออกของพิธีกรทั้งสอง ส่วนรายการทีวีวาทีนั้น ได้ใช้ความถี่ในการปรากฏตัวและคุณสมบัติเฉพาะส่วนตัวของพิธีกรหญิงคือ กรรณิกา ธรรมเกษร มาใช้ในการดีงบรรยายภาคการโต้ว่าที่ที่เชือดเฉือนกันแบบผู้ชาย มาสู่บรรยายภาคแบบผู้หญิงเช่นเดียวกับกลยุทธ์ของไตรภพและเรย์ที่ได้กล่าวมาแล้ว พิธีกรหญิงในรายการได้ใช้ความสวย การแต่งหน้า การแต่งกายที่สวยงามแบบผู้หญิง ความอ่อนหวานในคำพูด โทนเสียงแบบทำเสียงเล็กเสียงน้อย และการใส่อารมณ์เป็นกลยุทธ์ในการสร้างบรรยากาศ

(iii) **อันดับสาม** ได้แก่ รายการที่มีสุนทรียะแบบบุรุษเพศที่มีอยู่ 3 รายการ ได้แก่ 168 ชั่วโมง เจาะใจ Business Variety ลักษณะสำคัญ ๆ ของรายการที่มีสุนทรียะแบบบุรุษเพศ ได้แก่

- **ชื่อรายการและชื่อช่วงรายการ** แสดงสุนทรียะแบบเพศชาย เช่น ลักษณะตรงไปตรงมาไม่อ้อมค้อม เช่น เจาะใจ ปริณพทที่เป็นของผู้ชาย เช่น Business Variety หรือการนับจำนวนอย่างเป็นเหตุเป็นผล เช่น 168 ชั่วโมง

- **แสง สี สันที่** ใช้ในฉากจะเป็นสีสด สีที่ตัดกัน ไม่มีการผสมแสงสีนวล เช่น แสงของฉากในรายการเจาะใจ จะใช้โลโก้สีแดง พื้นฉากสีฟ้า และไฟสว่างทั้งสตูดิโอ อันมีความหมายโดยนัยว่า ต้องการแสดงความเปิดเผยต่อพื้นที่สาธารณะ

- **บรรยากาศการสนทนา** เป็นไปเพื่อต้องการข้อเท็จจริง (fact) โดยมีพยานหรือหลักฐานประกันความน่าเชื่อถือ และถือเป็นการให้สิทธิในการรับรู้แก่ผู้ดูอย่างแท้จริง เช่น รายการ 168 ชั่วโมง ช่วง Hot time ที่มีการพูดคุยเรื่องงานผีที่สตั๊ดหีบจะมีทั้งภาพข่าวและพยานที่อยู่เหตุการณ์มากกว่า 1 คน มายืนยัน เป็นต้น

(iv) **อันดับสุดท้าย** คือ รายการที่ไม่แสดงสุนทรียะทางเพศแบบใดแบบหนึ่งอย่างชัดเจนออกมา ได้แก่ รายการ 11 สนทนา รายการเดียว ลักษณะของรายการประเภทนี้คือ

- **ชื่อรายการ** ไม่แสดงสุนทรียะทางเพศใด ๆ ไม่ว่าจะ เป็นแบบชายหรือหญิง แต่จะใช้จุดเน้นคือ ตัวองค์กร (ช่อง 11)

- **บรรยากาศในการสนทนา** ไม่มีความโดดเด่นหรือความโน้มเอียงว่าจะไปในทิศทางของความบันเทิงหรือในแง่สาระอย่างแน่ชัด เนื่องจากรูปแบบของรายการเป็นการเชิญบุคคลที่รู้จักในสังคมมาสัมภาษณ์ แต่วิธีการสัมภาษณ์นั้นจะไม่มีลักษณะความบันเทิงนอกจากนั้น เนื่องจากพิธีกรมีบทบาทน้อยเป็นเพียงผู้บอคำถามและเปิดโอกาสส่วนใหญ่ให้แก่ผู้

ถูกสัมภาษณ์ จึงไม่มีสุนทรียะแบบเพศชายที่จะรุกเร้าแสวงหาข้อเท็จจริง

- **พิธีกร** ไม่มีชื่อเสียงและไม่สามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองได้ว่าจะยืนอยู่บนจุดของเพศใด

จากปริมาณของรายการที่แสดง **สุนทรียะทางเพศแบบหญิงหรือชายนี้** (ในหัวข้อ 2.1.2) หากนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิจัยเรื่อง **ภาพรวมของปริมาณตัวละครที่ปรากฏ** (ในหัวข้อ 2.1.1) เราจะพบปรากฏการณ์ที่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ เมื่อใช้เรื่องการปรากฏตัวของเพศของตัวละครเป็นเกณฑ์จะพบว่า มีการปรากฏตัวของเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่ทว่าเมื่อใช้เรื่องสุนทรียะทางเพศเป็นเกณฑ์ กลับพบว่า มีลักษณะสุนทรียะแบบเพศหญิงมากเป็นอันดับแรก ปรากฏการณ์ที่ขัดแย้งกันอาจนำมาสู่ข้อสรุปที่ต่อยอดธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ได้ว่า เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของรายการดังกล่าวมีทั้งหญิงและชาย ลักษณะทางเพศของรายการมีธรรมชาติที่เป็นกลาง ๆ ทางเพศ ดังนั้น กลยุทธ์การจัดทำรายการประเภทนี้ เมื่อพิจารณาจากแนวคิดเรื่อง "บทบาทหญิงชาย" จึงมีลักษณะ "สลักร่างทางเพศ" อยู่ตลอดเวลา คือ ใช้กลยุทธ์ผสมผสานระหว่าง 2 เพศ เช่น

- **ในแง่ปริมาณตัวละคร** จะนำเสนอเพศชายมากกว่า แต่ในแง่สุนทรียะทางเพศ จะใช้สุนทรียะแบบเพศหญิงมากกว่า
- **ในขณะที่เนื้อหาสาระ** เพื่อการพัฒนาสตรีจะเป็นเรื่องโลกภายนอก แต่วิธีการนำเสนอจะเป็นแบบเบา ๆ อย่างสไตล์ผู้หญิง
- **ในขณะที่เนื้อหาเป็นเรื่องจริง** (Non-fiction) แต่จะไม่นำเสนอด้วยรูปแบบตลกย้ำความเป็นจริง เข้มแข็งเคร่งขรึมแบบรายการข่าว หากแต่จะเสนออย่างให้ความบันเทิง

(2.1.3) การวิเคราะห์ลักษณะของฉาก

เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่ออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อสาธารณะ ดังนั้น ภาพและเสียงทุกเสียงที่นำเสนอจึงน่าจะต้องเป็นเรื่องสาธารณะทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ในการสร้างฉากในรายการโทรทัศน์ก็ยังเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการสามารถใช้เป็นสัญญาณเพื่อถ่ายทอดความหมายอันเป็นวัตถุประสงค์ของรายการ บรรยากาศ และการมีส่วนร่วมในรายการด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตรายการสามารถจะสร้างฉากที่บ่งบอกความหมายของความเป็นทางการ ความเป็นกันเอง การเชิญชวนให้มีส่วนร่วม การรักษาระยะห่าง ฯลฯ และเมื่อมีความหมายต่างๆ ของฉากมาวิเคราะห์โดยใช้เรื่องบทบาทหญิงชายเป็นเกณฑ์ ในที่นี้จะใช้แบบ

วิเคราะห์วิธีการนำเสนอรายการขององค์กรกระจายเสียงของสวีเดน (เดอะสวีดิช บรอดคาสต์ติ้ง คอร์ปอเรชัน, 2533) ที่มีการตั้งเกณฑ์ตามความคาดหวังและค่านิยมของสังคมที่ว่า คนแต่ละเพศจะใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่นในพื้นที่ ปริมาณพลแบบใดบ้าง กล่าวคือ โดยทั่วไป สังคมจะคาดหวังว่าสตรีควรจะแสดงความสนใจในบรรยากาศแบบเป็นส่วนตัว และควรสนใจในกิจกรรมภายในบ้าน เนื่องจากชีวิตประจำวันของผู้หญิงส่วนใหญ่จะอยู่ภายในบ้าน ที่เรียกว่า **พื้นที่ในบ้านของเพศหญิง** (domestic) ส่วนผู้ชายนั้นจะใช้ชีวิตในการทำงานอยู่ในโลกภายนอก ปริมาณพลที่ผู้ชายจะให้ความสนใจจะเป็นเรื่องนอกบ้านมากกว่าเป็นกิจกรรมภายในบ้าน และควรสนใจกิจกรรมงานอาชีพที่ทำนอกบ้าน ซึ่งหมายถึงที่สาธารณะ ที่เรียกว่า **พื้นที่สาธารณะของเพศชาย** (public)

เมื่อนำเกณฑ์เรื่องพื้นที่ในบ้านของเพศหญิง และพื้นที่สาธารณะของเพศชายมาวิเคราะห์ดูการจัดฉากของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ทั้ง 14 รายการ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางแสดงปริมาณของประเภทจากต่าง ๆ ในรายการที่มีสุนทรียะทางเพศที่แตกต่างกัน

ชื่อรายการ	สุนทรียะทางเพศของรายการ	ประเภทจาก
Business Variety	ชาย	พื้นที่ของเพศชาย
168 ชั่วโมง	ชาย	พื้นที่ของเพศชาย
เจาะใจ	ชาย	พื้นที่ของเพศชาย
07 โชว์	สองเพศลักษณะเพศหญิงมากกว่าเพศชาย	พื้นที่ของเพศชาย
ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9	สองเพศลักษณะเพศหญิงมากกว่าเพศชาย	พื้นที่ของเพศชาย
11 สนทนา	ไม่มีเพศ	พื้นที่ของเพศชาย
สบายส์สไตล์มยุรา	หญิง	พื้นที่ของเพศชายมากกว่าเพศหญิง
ทไวไลท์โชว์	สองเพศลักษณะเพศชายมากกว่าเพศหญิง	พื้นที่ของเพศชายมากกว่าเพศหญิง
ทีนทอล์ก	สองเพศลักษณะเพศชายมากกว่าเพศหญิง	พื้นที่ของเพศชายมากกว่าเพศหญิง
ดาวล้านดวง	หญิง	พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
สมาคมชมดาว	หญิง	พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
ไฮไนท์แอนด์ไฮนูน	หญิง	พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
จันทร์กระจิบ	หญิง	พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย
บ้านเลขที่ 5	หญิง	พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 16 ตารางแสดงลำดับความถี่ในการนำเสนอจากประเภทต่าง ๆ จากมากไปน้อย

ประเภทจาก	ความถี่ในการนำเสนอ
-----------	--------------------

พื้นที่ของเพศชาย	6
พื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าพื้นที่ของเพศชาย	5
พื้นที่ของเพศชายมากกว่าพื้นที่ของเพศหญิง	3
พื้นที่ของเพศหญิง	-

จากตาราง 15/16 สามารถอภิปรายได้ดังนี้

(i) **ฉากที่มีมากเป็นอันดับแรก** ได้แก่ ฉากที่แสดงพื้นที่ของเพศชาย ซึ่งปรากฏอยู่ใน 6 รายการ คือ **Business Variety 11 สนทนา** ที่ใช้สตูดิโอถ่ายทำจัดฉากเป็นโต๊ะทำงานหรือโต๊ะข่าวซึ่งเป็นปริมาตรนอกบ้านเป็นที่สาธารณะ รายการ **07 โชว์** รายการ **168 ชั่วโมง** จัดฉากเป็นการแสดงบนเวทีที่มีผู้ชมในห้องส่ง รายการ **เจาะใจ** ก็จัดฉากแบบสภากาแฟมีผู้ชมในห้องส่ง ส่วนรายการ **ทีวีวาที** จัดฉากเป็นโรงแรม ชายหาดสลักับโพเดียมเพื่อกล่าวสุนทรพจน์

การที่ฉากแบบพื้นที่ของเพศชายมีมากเป็นอันดับแรก แสดงให้เห็นความสอดคล้องกับธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ว่า เป็นรายการที่มีเนื้อหาที่เป็นเรื่องสาธารณะ ไม่ใช่เรื่องส่วนตัว ดังที่ผลการวิเคราะห์ที่เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีก็ได้ผลที่สอดคล้องว่าจะเป็นเรื่องโลกภายนอกเป็นอันดับแรก และยังคงสอดคล้องกับปริมาณของตัวละครชายที่มีมากด้วยเช่นกัน จึงอาจกล่าวสรุปได้ว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นเป็นเรื่องราวของสาธารณะที่มีเพศชายดำเนินเรื่องเป็นส่วนมาก และเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในฉากที่มีกิจกรรมนอกบ้าน

(ii) **ฉากที่มีมากเป็นอันดับสองและอันดับสาม** คือฉากที่มีพื้นที่ทั้ง 2 เพศ แต่ได้เน้นหนักไปทางพื้นที่ของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (5 รายการ) รายการที่มีฉากเน้นหนักไปทางพื้นที่เพศหญิงได้แก่ รายการ **ดาวล้านดวง** ที่เสนอฉากในห้องรับแขกอยู่ในบ้านมากกว่าฉากการแสดงบนเวที รายการ **สมาคมชมดาว ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน** เสนอฉากห้องรับแขกเป็นหลักผสมกับฉากห้องน้ำหญิง ในมิวสิควิดีโอจะพบฉากในบ้านมากกว่าการแสดงบนเวที ส่วนรายการ **บ้านเลขที่ 5** นั้น ชื่อรายการกำหนดให้เรื่องราวเข้ามาสู่ภายในบ้านอยู่แล้ว การจัดฉากจึงใช้มุมต่าง ๆ ภายในบ้านเพื่อให้พิธีกรนั่งประจำเป็นหลัก นาน ๆ ครั้งจึงจะมีฉากออกไปนอกสถานที่เช่นไปกว้านพะเยากับร้านอาหาร

อนึ่ง มีข้อสังเกตว่า แม้ว่าฉากที่เน้นหนักไปทางพื้นที่ของเพศหญิงจะมีมากกว่าพื้นที่ของเพศชาย แต่จากข้อมูลทีกล่าวมาข้างต้นจะเห็นแบบแผนของฉากของพื้นที่เพศหญิงที่ถูกนำมาใช้บ่อยมากที่สุดคือ **“ห้องรับแขก”** ซึ่งถูกใช้เกือบจะทุกรายการ สำหรับ

ห้องรับแขกนี้ ถึงแม้จะเป็นอาณาบริเวณที่อยู่ภายในบ้าน แต่ "ห้องรับแขก" ก็มีความหมายพิเศษที่แตกต่างไปจากห้องอื่น ๆ ภายในบ้าน กล่าวคือ ในขณะที่ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว ห้องเก็บของ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นพื้นที่ที่เป็นโลกส่วนตัวจริง ๆ ของเจ้าของบ้าน แต่ทว่า "ห้องรับแขก" กลับเป็นห้องเดียวภายในบ้านที่มีสถานะพิเศษคือ เป็นรอยต่อระหว่างโลกภายนอกกับโลกภายในบ้าน เป็นพื้นที่ในบ้านที่จะเปิดรับโลกภายนอก ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นเรื่องสมเหตุสมผลที่รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์หลายรายการได้นำเอา "ห้องรับแขก" ซึ่งให้ความรู้สึกเป็นกันเองเป็นส่วนตัวเหมือนอยู่ภายในบ้านตนเอง แต่ทว่ากลับมีเรื่องราวจากโลกภายนอกมาเกิดขึ้นในห้องดังกล่าว (สนใจโปรดดูสมสุข, 2541)

สำหรับฉากที่แสดงพื้นที่ของเพศชายมากกว่าเพศหญิงนั้นมียู 3 รายการ คือ รายการ**ทไวไลท์โชว์**ซึ่งมีทั้งฉากแบบผู้หญิงและผู้ชาย แต่ทว่าฉากของการแสดงบนเวที (พื้นที่แบบเพศชาย) จะมีมากกว่าห้องรับแขก รายการ**ทีนทอล์ก**มีฉากห้องน้ำชาย ฉากห้างสรรพสินค้า มากกว่าฉากห้องส่วนตัวและบริเวณบ้าน ส่วนรายการ**สบายสไตล์มยุรา** มีฉากรับแขกเพียงฉากแรกฉากเดียว ส่วนอีก 2 ฉากใน 2 ช่วงจะเป็นห้องแต่งตัวดารานิสิตติโอและร้านอาหาร

สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ ไม่มีรายการใดเลยที่ใช้แต่ฉากที่เป็นพื้นที่ของเพศหญิงล้วน ๆ แต่ต้องเป็นพื้นที่ของเพศหญิงที่ไปผสมผสานกับพื้นที่ของเพศชาย นี่ก็เป็นข้อยืนยันอีกครั้งหนึ่งว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในมิติสาธารณะเป็นส่วนใหญ่

(2.2) การวิเคราะห์พิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร

พิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร (Master of ceremony) ในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์นั้น เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งของรายการ เพราะเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมเป็นผู้ที่ชี้ขาดว่าจะทำให้รูปแบบการนำเสนอของรายการนั้น ๆ น่าสนใจหรือไม่ ในกรณีที่เนื้อหารายการรวมทั้งแขกรับเชิญเป็นเรื่องที่ไม่น่าสนใจ พิธีกรยังสามารถจะช่วยเติมสีสันให้รายการมีความน่าสนใจขึ้นมาได้ แต่หากเนื้อหารายการและแขกรับเชิญมีความน่าสนใจอยู่แล้ว ถ้าพิธีกรไม่สามารถดำเนินรายการให้มีสีสันได้ พิธีกรก็อาจจะทำลายความน่าสนใจของทั้งรายการไปได้

บทบาทของพิธีกรนั้น มีทั้งต่อแขกรับเชิญ และต่อผู้ชมทางบ้าน **หน้าที่ต่อผู้ชมทางบ้าน**ก็คือ ต้องเป็นผู้สื่อความหมายและความเข้าใจของรายการให้แก่ผู้ชมทางบ้าน พิธีกรจะเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างตัวรายการกับผู้ชมทางบ้าน สำหรับบทบาทต่อตัวรายการนั้น พิธีกรมีหน้าที่ควบคุมการลื่นไหลของรายการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายการ สำหรับ**หน้าที่ต่อแขกรับ**

เชิญและผู้ร่วมรายการนั้น พิธีกรมีหน้าที่ทั้งการสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองต่อแขกรับเชิญ แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องคอยคุมไม่ให้แขกรับเชิญพูดออกนอกประเด็นที่ได้ตั้งไว้ เพราะจะทำให้ผู้ชมสับสนได้ ด้วยบทบาทหน้าที่หลายด้านหลายประการของพิธีกรในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ทำให้ผู้ที่กำลังก้าวมาเป็นพิธีกรรายการได้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติหลายประการประกอบกัน เช่น ต้องสามารถโน้มน้าวผู้ชม รู้จักกระตุ้นหรือตัดบทแขกรับเชิญ ต้องจัดสมดุลย์ของรายการให้มีทั้งสาระและให้ความบันเทิงไปพร้อมๆ กันตามธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ คุณสมบัติเหล่านี้ในแง่หญิง/ชาย เราอาจจะตั้งคำถามว่าทั้งผู้หญิงและผู้ชายมีโอกาสที่จะได้แสดงบทบาทพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกรที่เท่าเทียมกันหรือไม่

ในการนำแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายมาวิเคราะห์พิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรนี้ จะพิจารณาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังนี้คือ

(2.2.1) ปริมาณและคุณภาพของพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกร สำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณนั้น คือการนับจำนวนเพศหญิงและเพศชายที่เป็นพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกร สำหรับการ**วิเคราะห์เชิงคุณภาพนั้น** เนื่องจากในกรณีของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ของไทยมักจะมีพิธีกรคู่ โดยคนหนึ่งจะแสดงบทบาทเป็นหลัก ซึ่งเป็นผู้ที่ "ควบคุมกระบวนการของรายการ" อย่างแท้จริง และอีกคนหนึ่งจะเล่นบทบาทเป็นรอง คือ เป็นผู้ช่วย

(2.2.2) วิธีการนำเสนอ สำหรับแนวคิดการวิเคราะห์สื่อเชิงสตรีนิยมจะแยกเพศของตัวละครออกเป็น 2 นัยยะ นัยยะแรกคือ**เพศทางชีวภาพ** อันหมายถึงการมีเพศเป็นหญิงหรือเป็นชายของตัวละคร อีกนัยยะหนึ่ง หมายถึง **การมีเพศเชิงสังคม-วัฒนธรรม** ซึ่งหมายความว่าตัวละครนั้นมีวิธีการนำเสนอตัวเองเป็นแบบ "ผู้หญิง" (feminine) หรือ "แบบผู้ชาย" (masculine) ทั้งนี้ เพศเชิงชีวภาพและเพศเชิงสังคม-วัฒนธรรมนั้นไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกันเสมอไป ตัวอย่างเช่น พิธีกรหญิงอาจจะแต่งกายด้วยชุดสูทแบบผู้ชาย แสดงความเด็ดขาด ตรงไปตรงมาแบบผู้ชายก็เป็นได้ ในที่นี้จะนำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์ในเรื่องวิธีการนำเสนอ

(2.2.1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพของพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร

(ก) มิติเชิงปริมาณของพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกร จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 17 ตารางแสดงจำนวนเพศของพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกรในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ชื่อรายการ	จำนวนพิธีกรจำแนกตามเพศ		
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศกึ่งชายหญิง
Business Variety	1	1	-
168 ชั่วโมง	2	-	-
เจาะใจ	2	-	-
ดาวล้านดวง	1	1	1
สมาคมชมดาว	-	2	-
สบายสไตล์มยุรา	-	1	-
ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน	2	1	-
จันทร์กระจิบ	1	1	-
บ้านเลขที่ 5	3	4	-
ทไวไลท์โชว์	1	-	-
ทีนทอล์ก	1	1	-
07 โชว์	2	-	-
ทีวีที่ 9 ยกกำลัง 9	-	1	-
11 สนทนา	1	-	-
รวม	17	13	1

จากตารางที่ 17 ได้แสดงให้เห็นปริมาณของพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรแยกตามเพศชายและหญิงที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องปริมาณของตัวละครแต่ละเพศ กล่าวคือ พิธีกรชายยังมีจำนวนมากกว่าพิธีกรหญิงด้วยสัดส่วน 17:13 คน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวละครชายยังถูกนำเสนอสูงกว่าความเป็นจริง (over-represented) ตัวละครหญิงยังถูกนำเสนอต่ำกว่าความเป็นจริง (under-represented) และหากตำแหน่งของพิธีกรมีความหมายและความสำคัญในฐานะผู้ที่

มีอำนาจควบคุมกระบวนการและทิศทางของรายการ ก็หมายความว่า ณ จุดที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการมีอำนาจควบคุม ณ ที่นั้น ผู้หญิงจะมีโอกาสก้าวเข้าไปในปริมาตรนั้นน้อยกว่าผู้ชาย

อย่างไรก็ตาม หากมองโลกในแง่ดีอีกด้านหนึ่ง เราก็อาจจะตีความว่า ถึงแม้ว่าปริมาณของพิธีกรหญิงจะมีน้อยกว่าผู้ชาย แต่ตัวเลขระหว่างพิธีกรหญิงและชายก็ไม่ห่างกันมากนัก ซึ่งหมายความว่า เวทีของรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ยังมีที่ว่างให้ผู้หญิงได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่บ้าง

(ข) มิติเชิงคุณภาพของพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรจำแนกตามเพศ

สำหรับการวิเคราะห์มิติเชิงคุณภาพของการแสดงบทบาทเป็นพิธีกรนั้น จะเห็นไปดังที่กล่าวมาแล้ว คือจะแยกการแสดงบทบาทพิธีกรออกเป็น 3 บทบาทตามความสำคัญในการควบคุมรายการคือ

- บทบาทตัวละครสำคัญ (Main) ได้แก่ ผู้ที่เป็นพิธีกรหลัก
- บทบาทตัวละครรอง (support) ได้แก่ ผู้ที่เป็นผู้ช่วยพิธีกร
- บทบาทตัวละครไม่เด่นไม่ด้อยเท่าเทียมกัน (equal) เช่น กรณีมี

พิธีกรคู่ที่มีบทบาทเสมอกัน

ตารางที่ 18 ตารางแสดงปริมาณพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกรเพศต่าง ๆ ตามบทบาทที่ถูกนำเสนอในรายการ

เพศของพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร	จำนวนบทบาทที่ถูกนำเสนอในรายการ			
	ตัวละครสำคัญ	ตัวละครไม่เด่นไม่ด้อย	ตัวละครรอง	รวม
ชาย	4	8	5	17
หญิง	5	2	6	13
กึ่งชายหญิง	-	-	1	1
รวม	9	10	12	31

จากตาราง 18 ซึ่งแสดงมิติเชิงคุณภาพของบทบาทพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกร สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้คือ

- (i) ปริมาณของผู้หญิงและผู้ชายที่แสดงบทบาทเป็นตัวละครหลัก

มีจำนวนใกล้เคียงกัน (หญิง:ชาย 5:4) เช่นเดียวกับปริมาณผู้หญิงและผู้ชายที่แสดงบทบาทเป็นตัวละครองก็ใกล้เคียงกันเช่นกัน (หญิง:ชาย 6:5) ซึ่งน่าสังเกตว่า เมื่อพิจารณาในแง่ปริมาณแล้ว โอกาสที่ผู้หญิงจะได้เข้ามาเป็นพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรนั้น จะมีอยู่น้อยกว่าผู้ชาย แต่ทว่า หากผู้หญิงสามารถฝ่าฟันเข้ามาในตำแหน่งนี้ได้แล้ว การแสดงบทบาทในมิติเชิงคุณภาพคือการเป็นตัวละครหลักหรือตัวละครองนั้นจะไม่แตกต่างไปจากผู้ชาย นี่จึงอาจหมายความว่า ผู้หญิงที่จะก้าวเข้ามาสู่บทบาทการเป็นพิธีกรนั้น จะต้องมีความโดดเด่นอย่างแท้จริง มิฉะนั้นก็จะหมดโอกาสตั้งแต่การก้าวเข้ามาบนเวทีของการเป็นพิธีกร

(ii) **เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแบบแผนของการแสดงบทบาท 3 บทบาท** คือ ตัวละครหลัก ตัวละครที่มีบทบาทกลาง ๆ ไม่เด่น/ไม่ด้อย ตัวละครอง จะพบว่าแบบแผนของเพศหญิงและเพศชายนั้นแตกต่างกัน สำหรับ**พิธีกรชาย**นั้น จะสวมบทบาทเป็นตัวละครที่ไม่เด่นไม่ด้อยมากที่สุดคือ 8 คน ในขณะที่เล่นบทบาทหลักและบทบาทรองน้อยกว่า (หลัก : 4 รอง 5) แต่สำหรับ**พิธีกรเพศหญิง**แล้ว จะแสดงบทบาทสุดโต่งไปด้านใดด้านหนึ่ง กล่าวคือ ถ้าไม่เล่นบทบาทหลัก (5 คน) ก็เล่นบทบาทรองไปเลย (6 คน) โดยไม่ค่อยแสดงบทบาทกลาง ๆ (มีเพียง 2 คน)

(2.2.2) การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอบทบาททางเพศของพิธีกร

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อสาธารณะที่ต้องมีกระบวนการผลิตที่มีการวางแผน มีการควบคุมกระบวนการผลิต มีการแสดง และเป็นการทำงานร่วมกันเป็นทีม ดังนั้น การปรากฏตัวของผู้หญิงและผู้ชายในรายการจึงมิได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามยถากรรมหรือตามธรรมชาติ รวมทั้งมิได้เป็นการแสดงตัวตนที่แท้จริงของผู้แสดงแต่อย่างใด หากว่าการปรากฏตัวนั้นต้องเป็นไปตามการวางแผนของรายการที่กระทำไว้ล่วงหน้าก่อนแล้ว ด้วยเหตุนี้ทั้งพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกรจึงไม่สามารถจะแสดงบทบาททางเพศตามลักษณะเพศทางชีวภาพของตนเองได้เสมอไปในขณะดำเนินรายการ รวมทั้งไม่สามารถแสดงตัวตนออกนอกทางที่ได้ถูกกำหนดเอาไว้แล้ว (หากผู้แสดงคนใดไม่สามารถสวมบทบาทดังกล่าวได้ ก็จะถูกปลดออกจากบทบาทดังกล่าว) ดังนั้นตัวละครที่เล่นเป็นพิธีกรจึงต้องสวมบทบาททางเพศเชิงสังคม-วัฒนธรรมที่รูปแบบรายการได้กำหนดเอาไว้ให้แล้วเท่านั้น เช่น แม้ว่าผู้หญิงจะมีลักษณะเพศแบบชีวภาพแบบเพศหญิง ก็ต้องแสดงท่าทางก้าวร้าว เด็ดขาด ซึ่งเป็นบทบาทเชิงสังคม-วัฒนธรรมแบบเพศชาย เมื่อสวมวิญญาณพิธีกร หรือแม้จะเป็นเพศชายเชิงชีวภาพต้องแสดงความอ่อนโยนแบบเพศหญิงตามบทที่ทางรายการกำหนดมาให้

ตารางที่ 19 ตารางแสดงปริมาณพิธีกรและผู้ช่วยพิธีกรเพศต่าง ๆ ตามบทบาททางเพศที่
ถูกนำเสนอในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

เพศของพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกร	ลักษณะของบทบาททางเพศที่ถูกนำเสนอในรายการ				
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศชาย มากกว่าเพศ หญิง	เพศหญิง มากกว่าเพศ ชาย	รวม
ชาย	13	-	3	1	17
หญิง	-	2	2	9	13
กึ่งชายหญิง	-	-	-	1	1
รวม	13	2	5	11	31

จากตารางข้างต้นนี้ สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

(i) **สำหรับพิธีกรที่เป็นเพศชาย** จะมีแบบแผนการแสดงบทบาททางเพศในรายการอยู่เพียงสองแบบเท่านั้น คือการแสดงเพศทางชีวภาพที่แท้จริงของตนเองออกไปเลยมากที่สุด (13 คน) หรือมิฉะนั้น ก็อาจจะเล่นบทบาทผสม คือ มีลักษณะเป็นทั้งหญิงและชาย แต่ทว่าจะต้องแสดงเป็นความเป็นชายมากกว่าความเป็นหญิง (3 คน)

(ii) **สำหรับพิธีกรที่เป็นเพศหญิง** นั้น กลับมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับพิธีกรชาย กล่าวคือ พิธีกรหญิงจะไม่ค่อยแสดงบทบาททางเพศในรายการที่สอดคล้องกับบทบาทเพศทางชีวภาพของตน (มีเพียง 2 คน) แต่ทว่า พิธีกรหญิงจะต้องนำเอาบทบาทเพศชายมาผสมด้วย โดยอาจจะผสมให้มีสัดส่วนความเป็นหญิงมากกว่า (9 คน) ซึ่งเป็นแบบแผนที่พบมากที่สุด หรือผสมจนกระทั่งมีบทบาทเพศชายมากกว่าเพศหญิง (2 คน) ลักษณะดังกล่าวนี้คล้ายคลึงกับแบบแผนของนางเอกในละครโทรทัศน์ประเภทที่มีนิสัยแก่นแก้วแสนซน ซึ่งเป็นผู้หญิงที่นำเอาลักษณะความเป็นชายมาผสมด้วย

(iii) เมื่อเปรียบเทียบการนำเสนอบทบาททางเพศแบบอย่างเดียว (เป็นชายอย่างเดียว หรือเป็นหญิงอย่างเดียว) กับแบบผสม (เป็นทั้งหญิงและชาย) จะเห็นได้ว่าในขณะที่พิธีกรชายสามารถจะแสดงตัวตนของเพศทางชีวภาพออกไปได้ด้วยการเล่นบทบาทแบบเพศชายเพียงอย่างเดียว แต่ทว่าในกรณีของพิธีกรหญิงจะไม่สามารถทำเช่นนั้นได้ พิธีกรหญิงส่วนใหญ่จะ

ถูกกำหนดให้ต้องนำเอาคุณลักษณะแบบเพศชายเข้ามาผสมกับเพศหญิงทางชีวภาพของตน

สำหรับปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ นักสตรีนิยมสายวัฒนธรรมได้เคยให้คำอธิบายเกี่ยวกับเรื่อง "ความเป็นหญิง/ความเป็นชาย" (บทบาททางเพศเชิงสังคม-วัฒนธรรม) และการให้คุณค่าของสังคมว่า เนื่องจากสังคมได้ให้คุณค่าแก่ "ความเป็นชาย" สูงกว่า "ความเป็นหญิง" ดังนั้น เมื่อผู้หญิงต้องการจะเพิ่มคุณค่าให้แก่ตนเอง ก็จะใช้วิธีการเพิ่มดีกรี "ความเป็นชาย" ให้มากขึ้น ตัวอย่างด้านรูปลักษณณ์ก็เช่น การนำเอาเสื้อนอกของผู้ชายมาใส่ การผูกเนคไท หรือการปรับปรุงด้านบุคลิกภาพ เช่น เป็นผู้หญิงแกร่ง ไม่แพ้ผู้ชายออกสามศอก ฯลฯ ในทางตรงกันข้ามหากผู้ชายคนใดถูกเพิ่มดีกรีความเป็นผู้หญิง เช่น "ผู้ชายหน้าตัวเมีย ไปเอากระโปรงผู้หญิงมานุ่ง" ก็จะถูกลดคุณค่าลง ด้วยเหตุนี้ การเพิ่มลดดีกรีความเป็นหญิง/ความเป็นชายจึงมีอยู่ที่ทิศทางเดียวคือ ลดความเป็นหญิงแล้วเพิ่มความเป็นชาย โดยไม่มีทิศทางในทางตรงกันข้าม

คำอธิบายข้างต้นนี้น่าจะนำมาใช้อธิบายได้ในเรื่องวิธีการนำเสนอบทบาททางเพศของพิธีกร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อรายการโทรทัศน์ประเภททอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์เป็นรายการที่เกิดขึ้นในปริบทพลสธารณะอันเป็นพื้นที่ของผู้ชาย ก็คงเป็นเรื่องสมเหตุสมผลที่ผู้ชายจะสามารถแสดงบทบาทเพศทางชีวภาพที่แท้จริงของตนเองได้ แต่ทว่าผู้หญิงที่จะก้าวออกไปสู่ปริบทพลดังกล่าว โดยเฉพาะการเข้าไปเล่นบทบาทพิธีกรซึ่งมีลักษณะเป็น "ผู้นำ" ผู้หญิงก็จะต้องเติมดีกรีความเป็นผู้ชายให้มากขึ้น

ตัวอย่างรายละเอียดการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของพิธีกร/ผู้ช่วยพิธีกรที่แสดงบทบาทตัวละครหลัก/ตัวละครรองของแต่ละรายการ โดยเกณฑ์ที่ใช้วัดบทบาทหลักและบทบาทรองนั้นจะดูจาก 3 เกณฑ์คือ รูปลักษณณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสามารถ

● **อันดับที่ 1** ได้แก่ รายการที่พิธีกรที่เป็นเพศชายทั้งหมดที่ถูกนำเสนอในลักษณะบทบาทที่ไม่เด่นแต่ก็ไม่ด้อย ทั้งนี้เนื่องจากถูกนำเสนอในบทบาทพิธีกรชายคู่ มีจำนวน 4 รายการ (8 คู่พิธีกรชาย) ได้แก่ รายการ 07 โชว์ 168 ชั่วโมง เจาะใจ และ ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน พิธีกรชายเหล่านี้จะถูกนำเสนอด้วยรูปลักษณณ์ภายนอกในแบบเพศชายวัยทำงาน มีการแสดงอารมณ์ในลักษณะทำงานกับเพื่อนร่วมงาน และมีความสามารถแบบผู้ชายคือเชื่อมั่นในตัวเอง มีวิธีการเอาตัวรอดจากสถานการณ์ต่าง ๆ

● **อันดับที่ 2** ได้แก่ รายการที่มีพิธีกรเพศหญิงที่ถูกนำเสนอในบทบาทตัวละครรองหรือเป็นผู้ช่วยพิธีกร (ตัวละคร 6 ตัว) ใน 4 รายการ คือ Business Variety ทินทอล์ก

ไฮไนท์แอ็ทไฮนูน และ บ้านเลขที่ 5 การมีผู้หญิงเป็นผู้ช่วยพิธีกรนี้ต่อกย์้าแนวคิดที่ว่า เบื้องหลังผู้ชายที่ประสบความสำเร็จจะมีผู้หญิงยืนอยู่ ตัวละครรองเหล่านี้ถูกนำเสนอในรูปลักษณะภายนอกที่เพิ่มความเป็นชายมากขึ้นเช่นใส่กางเกง ส่วนลักษณะทางอารมณ์นั้นจะเป็นแบบอินอ่อนน่ผ่อนตาม เป็นผู้ฟัง ผู้รับรู้ และเป็นผู้ตาม เนื่องจากมีบทบาทเป็นผู้ช่วยเท่านั้น ส่วนความสามารถนั้นแม้จะแสดงความมั่นใจ เฉลียวฉลาด (เนื่องจากอยู่ฝ่ายพิธีกร) แต่ก็ยังคงต้องเป็นความสามารถที่ต้องเป็นไปตามพิธีกรหรือตามแขกรับเชิญ

● **อันดับที่ 3** นั้น มี 2 บทบาทที่มีคะแนนเท่ากัน คือ **พิธีกรเพศหญิงที่เป็นพิธีกรหลัก** และผู้ชายที่เป็นผู้ช่วยพิธีกร รายการที่ผู้หญิงเป็นพิธีกรหลักได้แก่ **ดาวล้านดวง** (ช่อผกา) **สบายสไตร์มยุรา** (มยุรา) **จันทร์กระจิบ** (มุสซา) **บ้านเลขที่ 5** (สาวตรี) และ **ทีวีวาที** (กวรรณิกา) ในกรณีที่ผู้หญิงเข้ามาเป็นพิธีกรหลักนี้จะถูกนำเสนออย่างมีความมั่นใจในตัวเองอย่างมาก แม้ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะแบบผู้หญิงก็ตาม (เช่น แต่งชุดราตรี) แต่ลักษณะทางอารมณ์นั้นจะต้องเป็นแบบผู้ชายอย่างมาก กล่าวคือ ต้องเข้มแข็ง ตรงไปตรงมา และต้องมีความสามารถแบบชายคือ ตัดสินใจด้วยตัวเอง มีไหวพริบคล่องแคล่ว

(2.3) การวิเคราะห์แขกรับเชิญในรายการ

แขกรับเชิญเป็นองค์ประกอบอีกครึ่งหนึ่งของรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ และเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้รายการมีความแปลกใหม่และสามารถดึงดูดใจผู้ชมได้ ตามปกติบุคคลที่จะได้รับเชิญมาออกรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์นั้น จะต้องมีความสมบัติที่เป็นพิเศษอันใดอันหนึ่ง เช่น เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นบุคคลที่มีความสามารถพิเศษ เป็นบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน ฯลฯ ดังนั้น ผลจากการวิเคราะห์ผู้ที่รับเชิญในรายการประเภทนี้ จึงเป็นเครื่องสะท้อนเรื่องสถานภาพของบทบาททางเพศในสังคมได้

เกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์แขกรับเชิญจะคล้ายคลึงกับการวิเคราะห์พิธีกรเช่นกันคือ

(2.3.1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพของแขกรับเชิญ

(2.3.2) อาชีพของแขกรับเชิญ

(2.3.3) สถานะที่ถูกนำเสนอ

(2.3.4) ลักษณะการแสดงบทบาททางเพศตามแบบฉบับ/แบบใหม่

(2.3.1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพของแขกรับเชิญ

(ก) การวิเคราะห์เชิงปริมาณของแขกรับเชิญแยกตามเพศ

ตารางที่ 20 ตารางแสดงจำนวนแขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการแต่ละเพศ

ชื่อรายการ	จำนวนแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการจำแนกตามเพศ			
	เพศชาย	เพศหญิง	เพศกึ่งชายหญิง	
Business Variety	3	2	-	
168 ชั่วโมง	14	11	-	
เจาะใจ	8	6	-	
ดาวล้านดวง	7	6	-	
สมาคมชมดาว	6	7	1	
สบายสไตล์มยุรา	1	2	-	
ไฮไนท์แอนด์ไฮฮูน	6	3	3	
จันทร์กระจิบ	14	9	-	
บ้านเลขที่ 5	3	9	1	
ทไวไลท์โชว์	15	14	3	
ทีนทอล์ก	24	10	-	
07 โชว์	12	1	5	
ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9	53	38	3	
11 สนทนา	9	3	-	
รวม	175	112	17	304
คิดเป็นร้อยละ	(57%)	(32.5%)	(0.5%)	

จากตาราง 20 แสดงให้เห็นความสอดคล้องกับภาพรวมของปริมาณตัวละครทั้งหมด (ดูตารางที่ 7) และปริมาณตัวละครที่เป็นแขกรับเชิญ ซึ่งแขกรับเชิญเพศชายจะมีมากกว่าเพศหญิงเกือบเท่าตัว (57% : 32%) และในทั้ง 14 รายการ แบบแผนส่วนใหญ่ก็จะเป็นไปดังนั้น คือแขกรับเชิญเพศชายจะมีมากกว่าเพศหญิงถึง 11 รายการ จะมียกเว้นเพียง 3 รายการเท่านั้นที่มีแขกรับเชิญเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ สบายสไตล์มยุรา บ้านเลขที่ 5 และ

สมาคมชมดาว นี่จึงอาจเป็นการนำมาสู่ข้อสรุปได้ว่า ผู้ผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ยังนิยมเลือกแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการที่เป็นผู้ชายมากกว่าเป็นผู้หญิง

มีเหตุผลแตกต่างกันสำหรับอธิบายการเชิญแขกรับเชิญผู้ชายมากกว่าผู้หญิงจากทัศนคติของผู้ผลิตรายการ เช่น

- ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ**ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9** ได้ให้เหตุผลว่าการที่มีผู้ร่วมรายการที่เป็นผู้ชายมากกว่าก็เนื่องมาจากนักพูดที่ผู้ชมแนะนำมาและนักพูดรุ่นเดิมที่ผู้ชมนิยมชมชอบมักเป็นผู้ชายเสียเป็นส่วนใหญ่ คำตอบนี้แสดงให้เห็นข้อเท็จจริง 2 ประการเกี่ยวกับเรื่องบทบาทหญิงชายคือ การผลิตรายการโทรทัศน์ต้องยึดเอาความต้องการของตลาด/ผู้ชมเป็นสำคัญ เมื่อผู้ชมส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อถือในความสามารถของเพศชาย ผู้ผลิตรายการก็ต้องตอบสนองตาม ข้อเท็จจริงอีกประการหนึ่งก็คือ ในพื้นที่เวทีสาธารณะเช่นโทรทัศน์นั้น ผู้ชายเป็นผู้ที่ก้าวเข้ามาก่อน ผู้หญิงเป็นผู้ที่ก้าวตามเข้ามาทีหลัง (late comer) อย่างไรก็ตามทางผู้ผลิตรายการ (ซึ่งเป็นผู้หญิง) ก็ได้พยายามฝึกฝนนักพูดผู้หญิงขึ้นมาให้มีจำนวนมากขึ้น (กรรณิกา, สัมภาษณ์)

- ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ**เจาะใจ** กลับให้เหตุผลว่า ในการเชิญแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการนั้นไม่ได้คำนึงถึงเรื่องเพศเลยว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย แต่ทว่าจะเชิญตัวบุคคลที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการ คือการเน้นประเด็นข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจอย่างมากของประชาชนโดยทั่วไป เน้นความสดและความรวดเร็วทันใจเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ผลจากการใช้หลักเกณฑ์ดังกล่าว ก็ทำให้ผู้ร่วมรายการของ**เจาะใจ**เป็นผู้ชายทั้งหมด นี่สะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริงว่า "เพศชายยังเป็นเพศที่ผูกขาดการสร้างประเด็นข่าวเป็นส่วนใหญ่" ในแง่นี้ หากจะแสวงหาแนวทางที่จะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ**เจาะใจ**แล้ว ก็อาจจะต้องเชิญทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องในฐานะเจ้าของเรื่อง และเชิญผู้หญิงในฐานะผู้ที่แสดงความคิดเห็นจากมุมมองของอีกเพศหนึ่ง (อ้างจากศิริพงษ์, 2535)

- สำหรับรายการ**จันทร์กระจิบ**นั้น พิธีกรหญิงได้กล่าวในรายการว่าตอนที่นำเรื่อง "การะเกด" (ที่กำลังแสดงเป็นละครโทรทัศน์อยู่ในช่วงเวลาดังกล่าว) มานำเสนอนั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่บ้านที่เขียนจดหมายมา มิใช่เพราะความต้องการของผู้ผลิตรายการเลย ซึ่งเป็นหลักการเดียวกับรายการทีวีวาที 9 คือการทำตามความต้องการของผู้ชม (อ้างจากศิริพงษ์, 2535)

จากคำสัมภาษณ์ของผู้ผลิตรายการทั้ง 3 รายการ เป็นตัวอย่างที่แสดง

ให้เห็นตัวแปร/ปัจจัยที่ปิดกั้นโอกาสที่ผู้หญิงจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะแขกรับเชิญ/ผู้ร่วมรายการของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ซึ่งมีผลทำให้รายการดังกล่าวยังไม่สามารถเป็นรายการที่เป็นกลางทางเพศ หรือเป็นรายการที่ "ผู้หญิงดูได้ ผู้ชายดูดี" หากทว่ายังเป็นรายการที่คล้ายคลึงกับคำกล่าวของ Meehan (1983) (ดูรายละเอียดในบทที่ 2) ที่ว่า โดยผ่านรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่ผู้หญิงยังคงต้องนั่งดูเรื่องราว วีรกรรม ความต้องการ ความปรารถนา และความใฝ่ฝันของวีรบุรุษ (ผู้ชาย) โดยที่ทั้งผู้หญิงและผู้ชายยังคงไม่ทราบเรื่องราว วีรกรรม ความต้องการ ความปรารถนา และความใฝ่ฝันของวีรสตรี (ผู้หญิง) เลย (ดูข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปัญหานี้ในบทที่ 6)

(ข) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพของแขกรับเชิญแยกตามเพศ

นอกจากปริมาณของตัวละครแขกรับเชิญเพศต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นการให้ความสำคัญของบทบาทหญิงชายในรายการโทรทัศน์แล้ว เราจำเป็นต้องติดตามไปดูในรายละเอียดเชิงคุณภาพว่า ตัวละครเหล่านั้นได้ถูกนำเสนออย่างไร ตัวบ่งชี้วิธีการนำเสนอตัวหนึ่งคือ การมอบหมายให้ตัวละครนั้นแสดงบทบาทเป็นตัวละครหลัก (มีความสำคัญมาก) ตัวละครรอง (มีความสำคัญน้อย) และตัวละครไม่เด่นไม่ด้อย (มีความสำคัญปานกลาง) เมื่อใช้เกณฑ์ดังกล่าวมาวิเคราะห์ดูแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จะปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 21 ตารางแสดงปริมาณตัวละครแขกรับเชิญแต่ละเพศที่ถูกนำเสนอในบทบาทต่าง ๆ

เพศของตัวละคร	บทบาทตัวละครหลัก (%)	บทบาทตัวละครรอง (%)	บทบาทตัวละครไม่เด่นไม่ด้อย (%)	รวม
เพศชาย	72 (41%)	33 (19%)	70 (40%)	175 (100%)
เพศหญิง	36 (32%)	23 (20%)	55 (48%)	114 (100%)
เพศกึ่งชายหญิง	7	2	7	16
รวม	115	58	132	305

จากตารางที่ 21 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

(i) วิธีการนำเสนอภาพของแฮกรับเชิญชายนั้นจะถูกมอบบทบาทตัวละครหลักมากที่สุด (41%) รองลงมา ผู้ชายจะถูกนำเสนอในบทบาทตัวละครไม่เด่นไม่ด้อย (40%) และผู้ชายมักจะไม่ค่อยถูกลดความสำคัญลงไปเป็นตัวละครรองซึ่งมีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 19%

(ii) ด้วยแบบแผนที่ตรงกันข้าม เมื่อแฮกรับเชิญผู้หญิงถูกนำเสนอไปในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น ผู้หญิงจะถูกนำเสนอในบทบาทของตัวละครกลาง ๆ ที่ไม่เด่นไม่ด้อยมากที่สุดคือ 48% และถูกนำเสนอในบทบาทตัวละครหลักเป็นอันดับที่สอง (32%) ทั้ง ๆ ที่เป็นแฮกรับเชิญ และอันดับท้ายสุดเป็นตัวละครรองเช่นเดียวกับแฮกรับเชิญชาย (20%)

(iii) เมื่อนำผลจากข้อ (i) และข้อ (ii) มาเปรียบเทียบดูสถานภาพและความสำคัญของผู้หญิงและผู้ชายในบทของแฮกรับเชิญของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะสรุปได้ว่า ผู้หญิงยังถูกนำเสนอให้มีความสำคัญน้อยกว่าผู้ชาย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ (2535) ที่ศึกษาในกรณีของสื่อละครโทรทัศน์ และพบว่า บทบาทตัวละครสำคัญ ๆ ในละครโทรทัศน์ (ทั้ง ๆ ที่เป็นสื่อของผู้หญิง) ก็ยังเป็นตัวละครเพศชายมากกว่าตัวละครเพศหญิง จึงอาจสรุปได้ว่า ไม่ว่าจะ เป็นสื่อของเพศหญิง เช่น ละครโทรทัศน์ หรือสื่อแบบความเป็นกลางทางเพศ เช่น รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ วิธีการนำเสนอความสำคัญของตัวละครยังคงถ่ายทอดความหมายที่ว่า "เป็นผู้ชายนั้นสำคัญกว่าเป็นผู้หญิง"

(2.3.2) การวิเคราะห์อาชีพของแฮกรับเชิญ

ในการนำเสนออาชีพของแฮกรับเชิญมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายนั้น ได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์อาชีพของตัวละครในละครโทรทัศน์ของจรินทร์ (2535) เป็นเกณฑ์ โดยได้ให้ความหมายของแต่ละอาชีพเอาไว้ว่า ลำดับความสำคัญของแต่ละอาชีพที่สังคมให้คุณค่า (ตามทัศนะของกลุ่ม Cultural Feminism) นั้นไม่เท่ากัน กล่าวคือ สังคมจะให้คุณค่ากับอาชีพบริหารสูงกว่าอาชีพบริการ และลำดับความสำคัญของอาชีพดังกล่าวได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชายด้วย กล่าวคือ ผู้หญิงมักจะถูกผูกติดให้อยู่กับอาชีพที่มีคุณค่าน้อยเช่นงานบริการ ส่วนผู้ชายจะได้ประกอบอาชีพบริหารที่มีคุณค่าสูง

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ได้แยกอาชีพต่าง ๆ ออกเป็น 4 ประเภทคือ

- **อาชีพบริการ** (บทบาทเพศหญิง) ได้แก่ ตำรวจ ทหาร ค้าขาย ล่าม ผู้นำพา (ไกด์) ช่างประปา คนขับเรือ แพทย์ นักรบหญิงโบราณ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าอาชีพบริการ

ในการวิจัยครั้งนี้กลับเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความเข้มแข็ง และความอดทนของร่างกายแบบผู้ชายด้วย

- **อาชีพบริหาร** (บทบาทเพศชาย) ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารบริษัท หัวหน้าคณะตลก นักการเมือง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้ใหญ่ในวงการตลก หัวหน้าพรรค โค้ชฟุตบอล แม่ทัพ

- **อาชีพกลาง ๆ** ได้แก่ อาจารย์ นักแสดงคาบาเร่ต์ ตลก ดารา นักจัดรายการวิทยุ พิธีกร นางแบบ นักร้อง นักเต้น นักมายากล นักข่าว

- **ไม่มีอาชีพ** ได้แก่ ฤาษี พระภิกษุ นักเรียน พ่อ แม่ พี่ชาย เจ้าบ่าว เจ้าสาว พ่อเจ้าบ่าว แม่เจ้าสาว นางงาม เกย์

จากเกณฑ์ที่จำแนกอาชีพดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์อาชีพของแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 22 ตารางแสดงปริมาณของตัวละคร/แขกรับเชิญแต่ละเพศที่ถูกนำเสนอในอาชีพต่างๆ

เพศของ แขกรับเชิญ	ประเภทอาชีพที่ถูกนำเสนอในรายการ				
	บริหาร (%)	บริการ (%)	กลาง (%)	ไม่มีอาชีพ (%)	รวม
ชาย	21 (12%)	18 (10%)	106 (61%)	29 (17%)	174 (100%)
หญิง	7 (6%)	4 (4%)	81 (72%)	20 (18%)	112 (100%)
กึ่งเพศชายหญิง	0	3	8	5	16
รวม	28	25	195	54	302

จากตารางที่ 22 สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

(i) สำหรับอาชีพของแขกรับเชิญชายนั้น ที่มีมากที่สุดคือ อาชีพแบบกลางๆ (61%) รองมาคือไม่ระบุอาชีพ (17%) อันดับสามคืออาชีพบริหาร (12%) และอันดับสุดท้ายคือ อาชีพบริการ (10%)

(ii) สำหรับอาชีพของ**แฮกรับเชิญหญิง**นั้น อันดับแรกมีลักษณะเดียวกับแฮกรับเชิญชายคือ อาชีพกลาง ๆ (72%) รองมาคือ ไม่ระบุอาชีพ (18%) อันดับสามคือ อาชีพบริหาร (6%) และอันดับสุดท้ายคืออาชีพบริการ (4%)

(iii) จากผลข้อ (i) และข้อ (ii) นี้จะเห็นได้ว่าแบบแผนการนำเสนออาชีพของแฮกรับเชิญทั้งหญิงและชายในแง่ลำดับความสำคัญนั้น เป็นไปในลักษณะเดียวกัน ปริมาณอาชีพทั้งบริหารและบริการของแฮกรับเชิญชายมีมากกว่าแฮกรับเชิญหญิง ซึ่งหมายความว่า ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น ได้นำเสนอมิติด้านอาชีพที่เสมอภาคเท่าเทียมมากกว่าในละครโทรทัศน์ ซึ่งจรินทร์ (2535) พบว่า อาชีพของตัวละครหญิงในละครโทรทัศน์มักมีอาชีพบริการ ในขณะที่ผู้ชายมักมีอาชีพบริหาร ปรากฏการณ์นี้อาจอธิบายได้ด้วยลักษณะของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ว่า ในการคัดเลือกผู้ที่จะมาร่วมรายการนั้น ไม่ว่าจะหญิงหรือชายต้องเป็นผู้ที่มีความสำคัญมีความสามารถเหมาะสม หรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในรายการ (กรณีศึกษา, สัมภาษณ์) ในอีกด้านหนึ่งอาจอธิบายได้ว่า เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์เป็นรายการประเภทเรื่องจริง ไม่ใช่เรื่องแต่ง ดังนั้น เมื่อจะมีการเลือกเชิญแฮกรับเชิญ ก็ต้องเลือกจากสภาพความเป็นจริง ในความเป็นจริง น่าจะเป็นเพราะผู้หญิงที่มีอาชีพอยู่ในระดับบริหารมีมากขึ้น ทางรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จึงจำเป็นต้องเชิญกลุ่มผู้หญิงนักบริหารเหล่านี้มาร่วมรายการ

(2.3.2) การวิเคราะห์ฐานที่ถูกลำเสนอ

นอกเหนือจากการวิเคราะห์วิธีการนำเสนอบทบาทของตัวละครแบบเป็นตัวหลักหรือตัวรองที่กล่าวมาแล้ว ยังมีตัวบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นการให้ความสำคัญของตัวละครอีกเกณฑ์หนึ่งคือ การวิเคราะห์**ฐานที่ถูกลำเสนอ** เนื่องจากเรื่องราวเนื้อหาในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นมีลักษณะเป็นการเล่าเรื่อง ตัวบุคคลที่ปรากฏในเรื่องที่เล่าจึงมี 3 ฐานคือ เป็นผู้กระทำ (Actor) เป็นผู้ถูกระกระทำ (Victim) และมีฐานเป็นกลาง เมื่อนำฐานทั้งสามมาเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย ดังที่กล่าวมาในงานวรรณกรรมอ้างอิงบทที่ 2 ว่า ฐานของผู้ชายในการเล่าเรื่องนั้นมักมีลักษณะ active โดยเป็นฝ่ายกระทำ แต่ผู้หญิงมักถูกนำเสนอในลักษณะ passive คือเป็นเหยื่อผู้ถูกระกระทำ ในที่นี้จะนำแนวคิดเรื่องฐานที่ถูกลำเสนอมาตรวจสอบบทบาทหญิงชายในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

สำหรับความหมายของฐานทั้งสามฐานในการวิเคราะห์เนื้อหาได้ใช้ตามการนิยามดังนี้คือ

- **ผู้กระทำ** (Expert) หมายถึง ตัวละครที่ถูกลำเสนอในฐานะผู้มีความรู้

ความเชี่ยวชาญอย่างดีในประเด็นที่สนทนา โดยสังเกตได้จากน้ำเสียงในการถาม คำถามกลาง และให้เกียรติตัวละคร หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการกระทำแบบ Active คือ แกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการพูดและกระทำสิ่งต่าง ๆ เอง เช่น ผู้ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา หรือผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ดังนั้นตัวละครประเภทนี้จึงเป็นตัวละครมีฐานะสูงในด้านเนื้อหามากกว่าพิธีกรหรือผู้ช่วยพิธีกร

- **ผู้ถูกรกระทำ (Victim)** หมายถึง ตัวละครที่ถูกถามด้วยคำถามเชิงรุก หรือถูกทำให้เสียหน้าหรืออาจเรียกว่า Passive ซึ่งหมายถึงแกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการ ถูกกระทำจากพิธีกร หรือผู้ช่วยพิธีกร ดังนั้นตัวละครประเภทนี้จึงเป็นตัวละครที่มีฐานะต่ำกว่าพิธีกรหรือผู้ช่วยพิธีกร

- **เป็นกลาง (Others/Neutral)** หมายถึง ตัวละครที่เป็นแกรับเชิญ หรือผู้ร่วมรายการไม่ได้เป็นผู้กระทำหรือผู้ถูกรกระทำ แต่อยู่ในฐานะกลาง ๆ เช่น ผู้ที่เป็นพยานในเหตุการณ์ต่าง ๆ ตัวแสดงประกอบในการแสดงบนเวที เป็นต้น

ตารางที่ 23 ตารางแสดงปริมาณแกรับเชิญและผู้ร่วมรายการแต่ละเพศที่ถูกนำเสนอในฐานะต่าง ๆ ของรายการ

เพศของแกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการ	ฐานะที่ถูกนำเสนอในรายการ			
	ผู้กระทำ (%)	ผู้เป็นกลาง (%)	ผู้ถูกรกระทำ (%)	รวม
ชาย	119 (68%)	29 (17%)	29 (15%)	175 (100%)
หญิง	74 (66%)	19 (17%)	19 (17%)	112 (100%)
กึ่งชายหญิง	4	8	4	16
รวม	197	53	52	303

ผลจากตารางที่ 23 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(i) **สัดส่วนฐานะของแกรับเชิญชาย** ที่ถูกนำเสนอมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ เป็นผู้กระทำมี 68% รองลงมาจึงเป็นผู้เป็นกลาง 17% ซึ่งใกล้เคียงกับบทบาทเป็นผู้ถูกรกระทำคือ 15% โดยที่บทบาทผู้กระทำนั้นมีมากกว่าครึ่งหนึ่งของการนำเสนอในรายการ

ทั้งหมด

(ii)แบบแผนของฐานะของ**แขกรับเชิญหญิง**ก็ไม่แตกต่างไปจาก**แขกรับเชิญชาย** กล่าวคือ ถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำมากที่สุดในส่วนที่ใกล้เคียงกับชายคือ 66% อันดับสองถูกนำเสนอในฐานะผู้ถูกระทำและเป็นกลาง ๆ เท่ากับคือ 17%

สำหรับเหตุผลเพิ่มเติมที่ตัวเลข**แขกรับเชิญหญิง**มีฐานะเป็นผู้กระทำมากกว่าถูกนำเสนอในฐานะเหยื่ออย่างมาก (66% : 17%) นั้น อาจจะเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า เนื่องจากเนื้อหาที่ถูกเลือกนำเสนอในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น ถูกเลือกนำเสนอแต่ด้านบวก (constructive) ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว การเตรียมตัวผู้หญิงออกไปทำงานในโลกภายนอก โดยเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาสตรีนั้นมีอยู่น้อยมาก โดยมี 2 หัวข้อจากจำนวนหัวข้อทั้งหมด 134 หัวข้อ

ด้วยเหตุนี้จึงไม่ค่อยมีการเสนอฐานะของ**แขกรับเชิญ**ในฐานะผู้ถูกระทำเท่าใดนัก ปรัชญาการณ้นำมาสู่การอภิปรายได้ 2 แนวทางคือ วิธีการนำเสนอดังกล่าวอาจจะมีประโยชน์ในแง่การสร้างสรรคภาพลักษณ์ของสตรีให้ดีขึ้นว่า มิใช่เป็นกลุ่มคนที่ passive ที่ตกเป็นเหยื่อ ต้องถูกระทำ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็กลายเป็นการปิดกั้นการตีแผ่ปัญหาในสภาพความเป็นจริงที่ผู้หญิงยังต้องตกเป็นเหยื่อในรูปแบบต่าง ๆ อยู่

จากข้อมูลทั้ง 2 นี้สามารถสรุปได้เช่นเดียวกับวิธีการนำเสนอในเรื่องอาชีพคือ ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น วิธีการนำเสนอฐานะของ**แขกรับเชิญชายและหญิง**นับว่ามีความเสมอภาคเท่าเทียมกันอันน่าจะเนื่องมาจากเหตุผลของธรรมชาติของรายการประเภทนี้ที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ข้างต้น ในแง่นี้ เราอาจสรุปได้ว่า ในรายการประเภททอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นถึงแม้ในแง่ปริมาณจะยังคงมีความไม่เสมอภาคเท่าเทียมอยู่เนื่องจากปริมาณ**แขกรับเชิญหญิง**มีน้อยกว่า**ชาย** แต่เมื่อทั้ง**ผู้หญิงและผู้ชาย**ได้มีโอกาสก้าวเข้ามาในพื้นที่ของรายการแล้วในเชิงคุณภาพ วิธีการนำเสนอของรายการก็สามารถสร้างความเสมอภาคระหว่างบทบาทหญิงชายได้เป็นอย่างดี

(2.3.4) ลักษณะการแสดงบทบาทตามแบบฉบับ/แบบใหม่

เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์เป็นรายการที่มีลักษณะเป็นกลางทางเพศ ดังนั้นจึงน่าจะเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้การแสดงบทบาทหญิงชายมีลักษณะที่ลื่นไหลและเคลื่อนไหวไปจากบทบาททางเพศแบบเดิม ๆ (stereotype/traditional) ได้มากกว่ารายการที่เป็นรายการเพศหญิง (เช่น ละครโทรทัศน์ รายการผู้หญิง) หรือรายการผู้ชาย (เช่น ข่าว สารคดี) ดังนั้น

ในการวิจัยครั้งนี้ จึงต้องการตรวจสอบข้อคิดดังกล่าวด้วยการวิเคราะห์สัดส่วนของการแสดง
บทบาททางเพศของตัวละครที่เป็นแฮกรับเชิญว่าจะเป็นไปตามแบบฉบับอย่างเดิม
(stereotype) หรือจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบใหม่ ๆ (non-stereotype) ๗

**คุณลักษณะของการแสดงบทบาททางเพศตามแบบฉบับหรือแบบ
ใหม่** นั้น จะวัดจาก

- **รูปลักษณ์ภายนอก** ที่ต้องแสดงความเป็นชายหรือความเป็นหญิงอย่าง
เด่นชัด เช่น ผู้ชายต้องใส่สูท ผู้หญิงต้องนุ่งกระโปรง อันเป็นรูปแบบตามแบบฉบับ หากเป็นกรณี
แบบใหม่ ๆ ก็คือ การที่นำเสนอรูปลักษณ์ที่ต่างไปจากที่สังคมเคยรับรู้

- **ลักษณะทางอารมณ์** ถ้าเป็นอารมณ์ตามแบบฉบับของผู้ชาย ก็ต้องมี
ความมั่นคงทางอารมณ์ อุดทนและอดกลั้นไม่แสดงอารมณ์ทางสีหน้าอย่างเด่นชัด สำหรับผู้หญิง
จะไม่แสดงอารมณ์ดีใจ หัวเราะตลกขบขัน แต่หากเป็นอารมณ์สะท้อนใจ จะสามารถร้องไห้ต่อ
หน้ากล้องได้

- **ความสามารถ** แบบฉบับของผู้ชายก็คือ จะระมัดระวังในการแสดง
ความสามารถอยู่ตลอดเวลา โดยจะแสดงความสามารถอย่างเต็มที่ สำหรับแบบฉบับของผู้หญิง
จะระวังเรื่องการพูดจาและท่าทางมากกว่าการจะแสดงความสามารถออกมาอย่างเต็มที่

ตารางที่ 24 ตารางแสดงปริมาณแฮกรับเชิญแต่ละเพศที่แสดงบทบาททางเพศแบบเดิม
และแบบใหม่

เพศของแฮกรับเชิญ	บทบาททางเพศ แบบเดิม (Stereotype) (%)	บทบาททางเพศแบบ ใหม่ (Non-stereotype) (%)	รวม
ชาย	133 (76%)	42 (24%)	175 (100%)
หญิง	64 (57%)	49 (43%)	113 (100%)
กึ่งชายหญิง	-	17	17

รวม	197 (65%)	108 (35%)	305 (100%)
-----	--------------	--------------	---------------

จากตารางที่ 24 มีข้ออภิปรายดังนี้

(i) หากวิเคราะห์เปรียบเทียบบทบาททางเพศแบบใหม่และแบบเดิม ๆ

โดยยังไม่แยกเพศเลย จะเห็นได้ว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จะยังคงนำเสนอบทบาททางเพศตามแบบฉบับเดิม ๆ มากกว่าแบบใหม่ ๆ เกือบเท่าตัว (197:108) โดยที่จะมีแต่กลุ่มตัวละคร กิ่งชายหญิงเท่านั้นที่ต้องแสดงบทบาททางเพศแบบใหม่ ๆ ทั้งหมด เพราะตัวละครเพศกึ่ง ๆ นี้ก็เป็นบทบาททางเพศแบบใหม่ ๆ อยู่แล้ว นี่ก็หมายความว่า สำหรับรายการโทรทัศน์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะนั้นยังต้องเป็นเวทีที่สืบทอดและต่อยอดการแสดงบทบาททางเพศตามแบบเดิม ๆ อยู่ เป็นภารกิจหลัก อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่งซึ่งแม้ว่าจะเป็นกระแสส่วนน้อย แต่พื้นที่นี้ก็ยังมีช่องว่างในการนำเสนอบทบาททางเพศที่แปลกใหม่ไปจากการรับรู้ของสังคม

(ii) เมื่อวิเคราะห์โดยแยกดูเพศชายและหญิง จะพบว่า สำหรับแขกรับ

เชิญเพศชายจะมีสัดส่วนของการแสดงบทบาททางเพศแบบเดิมมากกว่าแบบใหม่อยู่ถึง 4 เท่า (76%:24%) ในขณะที่แขกรับเชิญหญิงถึงแม้จะยังแสดงบทบาทแบบเดิมมากกว่าบทบาทแบบใหม่ แต่ก็มีสัดส่วนของบทบาททั้งสองนี้ใกล้เคียงกันอย่างมาก คือ 57%:43%

ปรากฏการณ์ตัวเลขที่น่าสนใจนี้อาจจะอธิบายได้ว่า การที่ผู้ชายนำเสนอตัวเองในบทบาททางเพศตามแบบฉบับโดยไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงไปสวมบทบาททางเพศแบบใหม่นั้นก็เนื่องจากบทบาททางเพศที่เป็นแบบฉบับของชายนั้น เป็นบทบาทที่มีข้อได้เปรียบอยู่แล้ว มีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจตาในสังคมมากกว่า มีคุณค่าในสายตาของสังคมมากกว่าจึงไม่มีมูลเหตุจูงใจอันใดที่ผู้ชายจะต้องปรับเปลี่ยนบทบาททางเพศของตนเอง ในทางตรงกันข้าม บทบาททางเพศของผู้หญิงนั้นมีข้อเสียเปรียบ มีคุณค่าและความสำคัญน้อยกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อผู้หญิงจะก้าวเข้ามาแสดงตัวตนในพื้นที่สาธารณะเช่น รายการโทรทัศน์ บทบาททางเพศแบบเดิม ๆ ของผู้หญิงก็กลับกลายเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้งสตรี ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ลักษณะสงบปากสงบคำสงวนท่าทีนั้นเข้ากันไม่ได้กับการเล่นบทบาทเป็นแขกรับเชิญในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ ด้วยเหตุนี้ แขกรับเชิญหญิงเกือบประมาณครึ่งหนึ่งจึงต้องแสดงบทบาททางเพศที่ไม่เป็นไปตามแบบฉบับ ตัวเลขการแสดงบทบาททางเพศแบบใหม่ของผู้หญิงจึงมีปริมาณเกือบเท่ากับการแสดงบทบาททางเพศแบบเดิม

การวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์ด้วยแนวคิดบทบาทหญิงชาย

สำหรับรายการข่าวโทรทัศน์นั้น เมื่อนำมาจัดประเภทรายการโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย และโดยเปรียบเทียบกับรายการแบบผู้หญิง เช่น ละครโทรทัศน์และรายการสำหรับผู้หญิง และเปรียบเทียบกับรายการแบบเป็นกลางทางเพศ เช่น รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่ได้วิเคราะห์มาแล้วในบทที่ 4 ก็อาจถือได้ว่ารายการข่าวโทรทัศน์นั้นจัดเป็นรายการประเภทผู้ชาย ทั้งนี้โดยอาศัยพัฒนาการประวัติความเป็นมาของเรื่อง "ข่าว" ซึ่งเป็นประเภทรายการที่มีมาในหนังสือพิมพ์ จากประวัติเริ่มแรกของสื่อหนังสือพิมพ์นั้น สื่อประเภทนี้จัดทำขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ประการแรกคือ เพื่อแจ้งข่าวสาร (information) และเนื้อหาของข่าวที่จะนำมารายงานนั้น ก็จะเป็นข่าวเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งถูกจัดว่าเป็นข่าวหนัก (hard news) สื่อหนังสือพิมพ์ในระยะเริ่มแรกนั้นเป็นผู้จัดทำเป็นผู้ชาย กลุ่มผู้อ่านก็เป็นผู้ชาย ช่องทางที่เผยแพร่ก็มักจะเป็นสถานที่นอกบ้าน เช่น ร้านกาแฟ ตลาด ฯลฯ ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากทั้งด้านผู้จัดทำและผู้อ่าน เนื้อหาสาระและช่องทางเผยแพร่แล้ว ก็อาจกล่าวได้อย่างเต็มที่ว่า หนังสือพิมพ์ในยุคแรกนั้น เป็นสื่อของผู้ชาย โดยผู้ชาย และเพื่อความสนใจของผู้ชาย (ดู กาญจนา, 2535)

อย่างไรก็ตาม เมื่อรายการประเภทข่าวจากสื่อหนังสือพิมพ์เปลี่ยนมาอยู่ในสื่อโทรทัศน์ ลักษณะทางเพศของรายการนี้ก็เปลี่ยนแปลงไปเล็กน้อย ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของสื่อโทรทัศน์ที่มีลักษณะเป็นสื่อที่ดูกันได้ทั้งครอบครัว ทั้งชายและหญิง กล่าวคือมีความเป็นกลาง ไม่นิยมเอียงไปทางเพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะ ทำให้ข่าวโทรทัศน์ลดลักษณะความเป็นสื่อของผู้ชายน้อยลง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสื่อโทรทัศน์จะประกอบด้วยประเภทรายการต่าง ๆ หลากหลายประเภท ดังนั้นจึงยังคงมีการใช้เพศเป็นเกณฑ์แบ่งประเภทอยู่บ้าง เช่น รายการทำอาหาร รายการละคร รายการสำหรับผู้หญิง ฯลฯ จะเป็นรายการ "แบบผู้หญิง" รายการสารคดี รายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง รายการวิเคราะห์เศรษฐกิจ รายการกีฬา รวมทั้งรายการข่าวโทรทัศน์ ฯลฯ จะเป็นรายการ "แบบผู้ชาย" โดยมีรายการประเภทเกมโชว์ ทอล์กโชว์ วาไรตี้โชว์ เป็นรายการที่ดูกันได้ทั้งหญิงทั้งชาย

เนื่องจากยังคงมีการแบ่งประเภทรายการต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์เรื่อง "ผู้หญิง ผู้ชาย" เป็นเกณฑ์แบ่ง (เกิดจากปรากฏการณ์ที่เป็นจริง คือ รายการแต่ละประเภทจะมีผู้ชมที่เป็นเพศหญิงและเพศชายมากน้อยต่างกัน) มาเกิดขึ้นในสื่อโทรทัศน์ ดังนั้น ผลจากการสำรวจผู้ชมโทรทัศน์ตั้งแต่ยุคแรกๆ จนถึงปัจจุบันจึงมักจะพบว่า รายการอันดับแรก ๆ ที่ผู้ชายดูมักจะเป็นรายการข่าว กีฬา ส่วนผู้หญิงจะเป็นรายการละคร (กาญจนา, 2539) หรือหากสำรวจในประเภทข่าว ผู้ชายก็จะดูข่าว

การเมือง เศรษฐกิจ ในขณะที่ผู้หญิงจะดูข่าวบันเทิง ข่าวอาชญากรรม (วราภรณ์, 2542)

อย่างไรก็ตาม การแบ่งแยกอย่างเด็ดขาดนี้ก็ค่อย ๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยผู้ชมทั้ง 2 เพศ เริ่มมีแนวโน้มเข้าหากัน การสำรวจผู้ชมโทรทัศน์โดยจำแนกตามเพศในระยะหลัง ๆ จึงพบว่า ผู้ชายเริ่มดูละครโทรทัศน์มากขึ้น และผู้หญิงเริ่มดูข่าวมากขึ้น เช่นเดียวกับปริมาณผู้หญิงที่อ่านหนังสือพิมพ์ก็มีจำนวนมากขึ้น แต่ทว่าสำหรับในกรณีของข่าวนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปิดรับข่าวจากหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ ก็ต้องจัดว่าผู้หญิงยังคงเป็น "ผู้มาทีหลัง" (late comer) ผู้ชาย

จากการศึกษาพัฒนาการของเรื่องข่าวสาร จากยุคเริ่มแรกที่มีการรายงานแต่เฉพาะข่าว เศรษฐกิจการเมือง ในระยะต่อมา ลักษณะเชิงปริมาณและคุณภาพของข่าวเองก็เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ มีการแตกตัวของข่าวออกเป็นหลายประเภท ทั้งข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าววัฒนธรรม ข่าวกีฬา จนกระทั่งถึงข่าวนับถึง ฯลฯ ในแวดวงวารสารศาสตร์จึงได้แยกประเภทของข่าวทั้งหมดออกเป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ **ข่าวหนัก** (hard news) ซึ่งหมายความถึงข่าวที่มีขอบเขตค่อนข้างกว้างขวาง มีเนื้อหาสาระ สร้างผลกระทบสูง เป็นเรื่องเศรษฐกิจการเมืองระดับมหภาค เป็นข่าวที่มีประโยชน์ต่อสาธารณะ เน้นข้อเท็จจริงและเน้นเรื่องระยะยาว ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวมานี้ ทำให้ข่าวหนักเป็นข่าวที่มีคุณค่าในแวดวงวารสารศาสตร์ อันเป็นลักษณะที่ตรงกันข้ามกับ**ข่าวเบา** (soft news) ซึ่งเป็นข่าวที่มุ่งไปด้านตอบสนองของความสนใจระยะสั้นของผู้คน (human interest) อาจเป็นเรื่องส่วนตัวของบุคคลที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อสังคมมากนัก เป็นข่าวที่ถูกรายงานเพื่อให้ความบันเทิงมากกว่ามุ่งสาธารณประโยชน์ ดังนั้น ข่าวเบาจึงมีค่าน้อย ข่าวประเภทนี้ได้แก่ ข่าวนับถึง ข่าวอาชญากรรม ฯลฯ (ดูรายละเอียดในบทที่ 2)

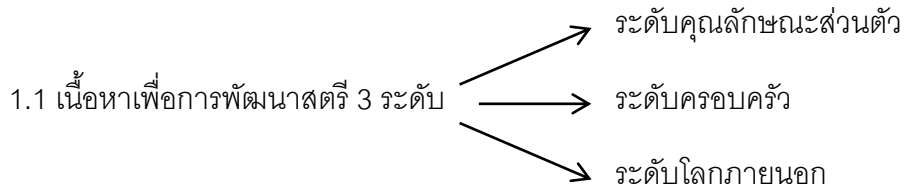
การแยกประเภท "ข่าวหนัก" และ "ข่าวเบา" ดังกล่าวนั้น ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องบทบาทหญิงชายด้วย กล่าวคือ แม้เมื่อปริมาณผู้หญิงที่เริ่มมาสนใจเปิดรับข่าวสารเพิ่มมากขึ้นนั้น ผลจากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวก็ยังพบว่า ข่าวสารที่ผู้หญิงเปิดรับนั้นก็ยังเป็นข่าวเบา ๆ มากกว่าข่าวหนัก ๆ (วราภรณ์, 2542) นี่จึงหมายความว่า แม้ผู้หญิงจะก้าวตามผู้ชายเข้ามาในเรื่องการเปิดรับข่าว แต่ทว่าประเภทของข่าวที่ผู้หญิงเปิดรับก็ยังเป็นข่าวที่มีค่าน้อย (ข่าวเบา) กว่าข่าวที่ผู้ชายเปิดรับ (ข่าวหนัก)

สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อตอบคำถามในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นั้น มีแผนผังการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

แผนผังการวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์โดยแนวคิดบทบาทหญิงชาย

ประเด็นการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์เนื้อหา



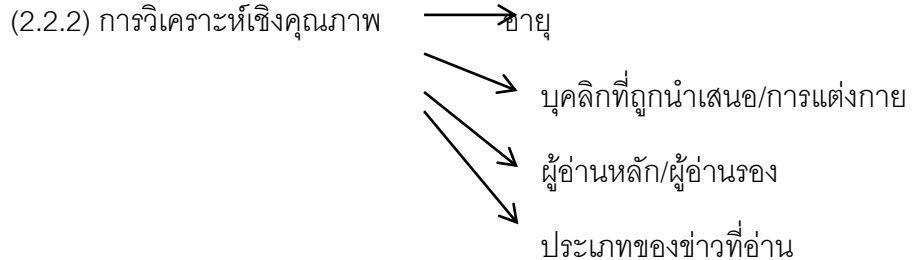
1.2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสตรีโดยเฉพาะ

2. การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ

(2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวมของปริมาณตัวละคร (ผู้อ่านข่าว/ผู้เป็นข่าว)

(2.2) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าว

(2.2.1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

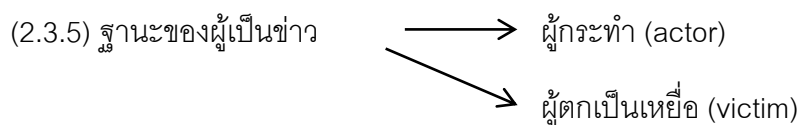
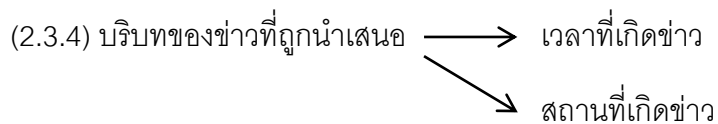


(2.3) การวิเคราะห์ผู้ที่ เป็นข่าว

(2.3.1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

(2.3.2) ลักษณะทางประชากรของผู้เป็นข่าว (อายุ/การศึกษา/อาชีพ)

(2.3.3) ประเภทของข่าวที่ผู้หญิง/ผู้ชายปรากฏตัว



ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับข่าวโทรทัศน์

สำหรับข่าวโทรทัศน์ที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ได้เลือกมาจากข่าวโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง คือ 3 5 7 9 11 และไอทีวี

ระยะเวลาที่บันทึกเทปเป็นเวลา 14 วัน ตั้งแต่ 22 พฤศจิกายน 2542-5 ธันวาคม 2542 จำนวนตอนที่อัดเทป 41 ตอน นับเป็นจำนวนข่าว 1,026 ชิ้น

เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอข่าวของแต่ละช่วงนั้น มีทั้งส่วนที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ จะมีการแบ่งข่าวออกเป็นช่วงต่าง ๆ (section) โดยเรียงลำดับจากข่าวที่สำคัญที่สุด (ตามปกติจะเป็นข่าวหนัก เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง) ไปจนถึงข่าวที่มีความสำคัญน้อย ซึ่งมักจะเป็นข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวพยากรณ์อากาศ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม แต่ละสถานีต่างก็มีรูปแบบเฉพาะตัวในการนำเสนอข่าวของตนเอง ในที่นี้จะเสนอข้อมูลพื้นฐาน รูปแบบการนำเสนอข่าวของแต่ละช่อง ดังนี้

แผนผังแสดงวัน/เวลา/สถานที่บันทึกรายการข่าวโทรทัศน์

สถานี	3	5	7	9	11	ไอทีวี	หมายเหตุ	
เวลา	19.30-20.00	19.00-20.00	19.30-20.00	19.00-20.00	18.30-20.00	19.00-20.00		
วันที่	22 พ.ย.42	22 พ.ย.42	22 พ.ย.42	-	-	-	วันลอยกระทง	
บันทึก	23 พ.ย.42	23 พ.ย.42	23 พ.ย.42	-	-	-		
	24 พ.ย.42	24 พ.ย.42	24 พ.ย.42	-	-	-		
	25 พ.ย.42	25 พ.ย.42	25 พ.ย.42	-	-	-	วันยุติความรุนแรงสตรี	
	26 พ.ย.42	26 พ.ย.42	26 พ.ย.42	-	-	-		
	27 พ.ย.42	27 พ.ย.42	27 พ.ย.42	-	-	-		
	28 พ.ย.42	-	-	-	-	-		
	29 พ.ย.42	-	-	29 พ.ย.42	29 พ.ย.42	-		
	30 พ.ย.42	-	-	-	30 พ.ย.42	30 พ.ย.42		
	1 ธ.ค. 42	-	-	1 ธ.ค. 42	1 ธ.ค. 42	1 ธ.ค. 42	วันเอดส์	
	2 ธ.ค. 42	-	-	2 ธ.ค. 42	-	2 ธ.ค. 42		
	3 ธ.ค. 42	-	-	3 ธ.ค. 42	3 ธ.ค. 42	3 ธ.ค. 42	Thai Oil ระเบิด	
	4 ธ.ค. 42	-	-	4 ธ.ค. 42	-	4 ธ.ค. 42		
	5 ธ.ค. 42	-	-	-	-	5 ธ.ค. 42	วันพ่อ	
	รวม	14 วัน	6 วัน	6 วัน	5 วัน	4 วัน	6 วัน	41 ตอน

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวของช่อง 3

- **ระยะเวลาของข่าว**

19.30-20.00 น.

- **รูปแบบข่าว**

1. สกู๊ปข่าวเด่น
2. ซีพีจข่าวกว ลักษณะข่าวคราวความเคลื่อนไหวทั่วไปที่เป็นข่าวเด่น
3. สยามเมืองยิ้ม เน้นการทำภาพเรื่องเป็นละคร
4. เมืองไทยวันนี้ ข่าวสังคม ข่าวสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
5. อย่าปล่อยให้คนชั่วลอยนวล ข่าวอาชญากรรม
6. ข่าวกีฬา
7. เก็บตก ล้อเลียน

- **ผู้อ่านข่าว แบ่งเป็นสองประเภท**

1. **ผู้อ่านหลัก** จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
2. **ผู้อ่านรอง** จะปรากฏเฉพาะในช่วงของข่าว เช่น ในช่วงเมืองไทยวันนี้ ข่าวกีฬา เป็นต้น

- **ผู้สื่อข่าว จะมีสองลักษณะ**

1. เห็นหน้า (รายงานข่าว)
2. ไม่เห็นหน้า (อ่านทับข่าว)

- **ลักษณะการอ่านข่าว**

1. ช่อง 3 จะเน้นผู้อ่านข่าวหลักคนเดียวอาจเป็นหญิงหรือชายก็ได้ อ่านตั้งแต่ต้นจนจบ โดยมีผู้อ่านข่าวรองแต่ละช่วงคอยเสริมหรือจะมีผู้สื่อข่าวแทรกก็ได้
2. ข่าวจะจบในตอนเดียว คือ สัมภาษณ์คนเดียวเป็นหลักไม่ได้ต่อเป็นหลาย ๆ คนของผู้ให้สัมภาษณ์

- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**

1. สั้นกระชับ
2. เสนอรูปแบบละคร

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวของช่อง 5

- **ระยะเวลาของข่าว**

19.30-20.00 น.

- **รูปแบบข่าว**

1. สก๊อปข่าวเด่น โดยหัวข้อข่าวมักจะเป็นข่าวทหาร
2. ทัวไป
3. เศรษฐกิจ
4. ไทยกับสันติภาพของโลก (ติมอร์)
5. ช่อง 5 อาสาคล้ายทุกซ์
6. ต่างประเทศ
7. เอเชียวันนี้
8. กีฬา
9. พยากรณ์อากาศ
10. กองทัพเพื่อประชาชน
11. ข่าวธุรกิจและสังคม

- **ผู้อ่านข่าว แบ่งเป็นสองประเภท**

1. ผู้อ่านหลัก จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
2. ผู้อ่านรอง จะปรากฏเฉพาะในช่วงของข่าว เช่น พยากรณ์อากาศ เป็นต้น

- **ผู้สื่อข่าว จะมีสองลักษณะ**

1. เห็นหน้า
2. ไม่เห็นหน้า
3. ผู้สื่อข่าวภูมิภาค จะปรากฏเมื่ออยู่ในเหตุการณ์สำคัญ เช่น ลอยกระทง

- **ลักษณะการอ่านข่าว**

1. ช่อง 5 มีทั้งชายคู่หญิง หรือหญิงคู่หญิง แต่จะไม่มีชายคู่ชาย โดยจะอ่านสลับกัน
2. ผู้หญิงจะอ่านข่าวทหารด้วย

- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**

1. มีข่าวทหารมากกว่าช่องอื่น ๆ

2. ในหนึ่งข่าวจะมีการโต้ตอบกันระหว่างแหล่งข่าว นัยว่าเพื่อความเสมอภาค เช่น ข่าวการเมืองจะมีการพูดโต้ตอบระหว่างรัฐบาล ฝ่ายค้าน เป็นต้น
3. ข่าวพยากรณ์และข่าวต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่สามารถบอกเพศได้เพราะจะไม่ค่อยระบุเพศ

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวของช่อง 7

- **ระยะเวลาของข่าว**
19.30-20.00 น.
- **รูปแบบข่าว**
 1. สกู๊ปข่าวเด่น
 2. ทัวไป การเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ รวบรวมสรุปข่าวเด่นในรอบวัน
 3. แปลกจริงหนอ ข่าวลือเลี้ยนสังคม ชาวบ้าน
 4. ต่างประเทศ
 5. ข่าวบันเทิง
 6. คนไทยวันนี้ (สังคม)
- **ผู้อ่านข่าว** แบ่งเป็นสองประเภท
 1. ผู้อ่านหลัก จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
 2. ผู้อ่านรอง จะปรากฏเฉพาะในช่วงของข่าว เช่น ข่าวบันเทิง เป็นต้น
- **ผู้สื่อข่าว** จะมีสองลักษณะ
 1. เห็นหน้า
 2. ไม่เห็นหน้า
 3. ผู้สื่อข่าวภูมิภาค (หากมีประเด็นสำคัญ ๆ)
- **ลักษณะการอ่านข่าว**
ช่อง 7 มีทั้งชายคู่หญิง หรือหญิงคู่หญิง แต่จะไม่มีชายคู่ชาย โดยจะอ่านสลับกันโดยส่วนใหญ่ผู้ชายจะอายุมากกว่า 40 ปี
- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**
 1. เป็นช่วงเสนอข่าวเด่นเพราะข่าวบางข่าวได้นำเสนอในช่วงตอน 18.00 น. แล้ว

2. ในบางกรณีมีข่าวภูมิภาค

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวของช่อง 9

- **ระยะเวลาของข่าว**

19.00-20.00 น.

- **รูปแบบข่าว**

1. สกู๊ปข่าวเด่น
2. ข่าวเด่น อาชญากรรม การเมือง เศรษฐกิจ
3. ทิมอร์
4. สรุปรายข่าว
5. ต่างประเทศ
6. กีฬา
7. เปิดประเด็น
8. เสียงคนไทย (เป็นการสัมภาษณ์คนไทยเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ ๆ)
9. ข่าวเกษตรกรรม
10. ก้าวทันไอที

- **ผู้อ่านข่าว แบ่งเป็นสองประเภท**

1. ผู้อ่านหลัก จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
2. ผู้อ่านรอง จะปรากฏเฉพาะในช่วงของข่าว เช่น กีฬา ต่างประเทศ เป็นต้น

- **ผู้สื่อข่าว จะมีสองลักษณะ**

1. เห็นหน้า (รายงานในท้องที่)
2. ไม่เห็นหน้า (ได้ยินเสียงอย่างเดียว)

- **ลักษณะการอ่านข่าว**

1. ช่อง 9 ถึงแม้จะมีผู้อ่านข่าวหลัก 2 คน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นชายและหญิง แต่ลักษณะการอ่านข่าว หากใครมีอาวุโส (เช่น อายุมากกว่า ประสบการณ์มากกว่า) จะได้อ่านข่าวหลักที่เป็นเรื่องสำคัญก่อน เช่น อ่านข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ และผู้ที่อาวุโสน้อยจะเป็นผู้เชื่อมโยงประเด็นการอ่านข่าวสู่คนอื่น หรืออ่านข่าวสังคม
2. ช่อง 9 จะคล้ายกับช่อง 5 คือ เรื่องเดียวแต่มีการสัมภาษณ์หลายคน หลายความ

คิดเห็น อาจเนื่องมาจากเวลาค่อนข้างยาว ซึ่งแตกต่างจากช่อง 3 และ 7 ที่เวลาข่าวสั้นกว่า

- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**

1. สัมภาษณ์หลายความคิด
2. มีช่วงคอลัมน์หลากหลาย เช่น ต่างประเทศ กีฬา สังคม เกษตรกรรม โดยแบ่งให้มีการอ่านคนละคน
3. มีผู้สื่อข่าวค่อนข้างมากแบ่งตามความถนัด

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวของช่อง 11

- **ระยะเวลาของข่าว**

18.30-20.00 น.

- **รูปแบบข่าว**

1. ข่าวภูมิภาค
2. ข่าวการเมือง อาชญากรรม สังคม เศรษฐกิจ
3. การเลือกตั้งวุฒิสมาชิก
4. ข่าวต่างประเทศ
5. กีฬา

- **ผู้อ่านข่าว แบ่งเป็นสองประเภท**

1. ผู้อ่านหลัก จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
2. ผู้อ่านรอง จะปรากฏเฉพาะในช่วงของข่าว เช่น กีฬา ข่าวภูมิภาค เป็นต้น

- **ผู้สื่อข่าว จะมีสองลักษณะ**

1. เห็นหน้า (รายงานในท้องที่)
2. ไม่เห็นหน้า (ได้ยินเสียงอย่างเดียว)

- **ลักษณะการอ่านข่าว**

1. จะอ่านสลับไปกันมาระหว่างผู้อ่านหลักและอ่านรอง
2. จะไม่ค่อยมีผู้สื่อข่าวรายงาน
3. ช่อง 11 จะคล้ายกับช่อง 5 และ 9 คือ เรื่องเดียวแต่มีการสัมภาษณ์หลายคน หลาย

ความคิด อาจเนื่องมาจากเวลาค่อนข้างยาว ซึ่งแตกต่างจากช่อง 3 และช่อง 7 ที่เวลาข่าวสั้นกว่า

- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**

1. สัมภาษณ์หลายความคิด
2. เน้นข่าวราชการ

ข้อมูลพื้นฐานของการนำเสนอข่าวไอทีวี

- **ระยะเวลาของข่าว**

19.00-20.00 น.

- **รูปแบบข่าว**

1. สรุปประเด็นข่าว (ส่วนใหญ่ใช้เสียงผู้ชาย)
2. ข่าวอาชญากรรม การเมือง เศรษฐกิจ โดยเอาข่าวเด่นไว้ก่อน
3. ข่าวหุ้น
4. ทุกข์ชาวบ้าน รายงานความเดือดร้อนของชาวบ้าน
5. ข่าวต่างประเทศ

- **ผู้อ่านข่าว**

1. ผู้อ่านหลัก จะปรากฏเกือบทุกช่วงเป็นตัวหลัก
2. ผู้อ่านรอง จะอ่านข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง

- **ผู้สื่อข่าว จะมีสองลักษณะ**

1. เห็นหน้า (รายงานในท้องที่)
2. ไม่เห็นหน้า (ได้ยินเสียงอย่างเดียว)

- **ลักษณะการอ่านข่าว**

1. จะอ่านสลับไปกันมาระหว่างผู้อ่านหลักและอ่านรอง
2. เน้นบรรยากาศการสื่อข่าวและใช้เสียงผู้สื่อข่าวอ่านทับ
3. ในประเด็นหนึ่งจะมีการสัมภาษณ์บุคคลมากมายคล้ายช่อง 5 และ 9 และ 11 อาจเนื่องมาจากเวลาค่อนข้างยาว ซึ่งแตกต่างจากช่อง 3 และ 7 ที่เวลาข่าวสั้นกว่า

- **ลักษณะการนำเสนอข่าว**

1. จะเน้นข่าวชาวบ้าน คือ ฆาตกรรม และข่าวรอบตัวชาวบ้านออกมานำเสนอมากกว่า แต่หากข่าวการเมืองนั้น ๆ อยู่ในความสนใจ ก็นำเสนอเช่นกัน ซึ่งจะคล้ายคลึงกับข่าวช่อง 7

1. การวิเคราะห์เนื้อหา

เนื่องจากรายการข่าวโทรทัศน์เป็นรายการที่มุ่งนำเสนอการแจ้งข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก (Information) ดังนั้น จึงไม่น่าจะเหมาะสมที่จะนำเอาเกณฑ์เรื่องเนื้อหาการพัฒนาศรีในแง่มุมต่าง ๆ มาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์ในเชิงปริมาณ เช่น ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เนื่องจากมิใช่เป็นคุณลักษณะหลักของรายการ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะนำเกณฑ์ดังกล่าวมาวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ เพื่อประมวลดูว่า มีเนื้อหาการพัฒนาศรีเรื่องใดบ้างที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์

เช่นเดียวกับการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ ดังที่อาจจะคาดการณ์จากการทบทวนวรรณกรรม และจากการพิจารณาคุณลักษณะของตัวรายการ ดังนั้น ผู้วิจัยจะไม่นำเอาเกณฑ์เรื่องเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ หากแต่จะพิจารณาดูว่า สำหรับ "ประเด็นสตรี" (Women issues) นั้น มีเรื่องราวเกี่ยวกับอะไรบ้างที่เป็นรายการข่าวโทรทัศน์

ข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะประกอบด้วย

(1.1) การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี 3 ระดับ

- ระดับคุณลักษณะส่วนตัว
- ระดับครอบครัว
- ระดับโลกภายนอก

(1.2) การวิเคราะห์ประเด็นสตรี

(1.1) การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี 3 ระดับ

ตารางที่ 25 ตารางแสดงปริมาณเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับต่าง ๆ ในรายการข่าวโทรทัศน์

ช่องสถานี	เนื้อหาการพัฒนาสตรี			รวม
	ส่วนตัว	ครอบครัว	โลกภายนอก	
3	4	4	16	24
5	-		2	2
7	1	-	4	5
9	-	1	4	5
11	-	-	3	3
ITV	-	-	4	4
รวม	5	5	33	43

จากตารางที่ 25 มีข้อน่าสังเกตดังนี้

(1) เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมทั้งหมด จะเห็นได้ว่า จากปริมาณข่าวทั้งสิ้น 1,026 ชิ้น จะมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสตรีเพียง 43 ข่าวเท่านั้น ทั้งนี้ก็คงเป็นเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นแล้วเกี่ยวกับธรรมชาติของรายการข่าว และนอกเหนือจากเหตุผลของตัวรายการแล้ว บทวิเคราะห์ตัวเลขดังกล่าวจากทัศนะของกลุ่มสตรีนิยมก็คงต้องกล่าวว่า โลกในข่าวโทรทัศน์ยังคงเป็นเวทีของผู้ชาย มิใช่สำหรับผู้หญิง

(2) ประเด็นที่น่าสังเกตก็คือ ตัวเลขรวมของแต่ละช่องนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดระหว่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ให้ความสนใจเนื้อหาการพัฒนาสตรีค่อนข้างมาก คือ ช่อง 3 ซึ่งมีปริมาณข่าวพัฒนาสตรีเกินกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมด (ซึ่งอาจเป็นเพราะช่วงเวลาอัดเทปจากช่อง 3 มีมากกว่าช่องอื่น ๆ) ส่วนอีก 5 สถานีที่เหลือนั้น เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจต่อเนื้อหาการพัฒนาสตรีเพียงเล็กน้อย ตัวเลขนี้สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ผู้ทำงานข่าวในช่อง 3 ว่า ทางสถานีมี

นโยบายที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสตรี ดังจะเห็นได้จากข้อเท็จจริงที่ว่า ช่อง 3 มีรายการเกี่ยวกับผู้หญิงมากกว่าสถานีช่องอื่น ๆ (สัมภาษณ์ผู้ทำงานข่าวโทรทัศน์ช่อง 3)

(3) เมื่อเปรียบเทียบเนื้อหาการพัฒนาศรีใน 3 ระดับ คือ ระดับคุณลักษณะส่วนตัว ระดับครอบครัว และระดับโลกภายนอก จะเห็นได้ว่า เนื้อหาการพัฒนาศรีระดับโลกภายนอกจะมีมากที่สุดถึงประมาณ 75% ของทั้งหมด (33 ชิ้นจาก 43 ชิ้น) โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาระดับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี และครอบครัวเพียงเล็กน้อย ข้อมูลดังกล่าวนี้ต่อกัยำเรื่องธรรมชาติของรายการข่าวที่ว่า ข่าวเป็นเรื่องราวของพื้นที่สาธารณะ มากกว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัวหรือครอบครัว

(4) การวิเคราะห์ในรายละเอียดของเนื้อหาการพัฒนาแต่ละระดับ

(4.1) เนื้อหาการพัฒนาระดับคุณลักษณะส่วนตัว

ตามปกติแล้ว เนื้อหาที่จัดว่าเป็นการพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะส่วนตัวนั้น จะเริ่มตั้งแต่ด้านสระความงาม การแต่งตัว การปรับปรุงบุคลิกภาพไปจนถึงเรื่องการกินการอยู่ของสตรี ซึ่งพบมากในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่กล่าวมานี้ก็แทบจะไม่พบเลยในรายการข่าว เนื้อหาที่เกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีนั้นจะปรากฏออกใน 2 ด้านคือ ด้านบวกและด้านลบ

- เนื้อหาในด้านบวกนั้น มีอยู่ 2 ข่าวคือ ข่าวที่นางอุดม แซ่เล้า เจ้าของร้านเพชรได้เป็นเจ้าของโพลีนีส์ฟ้าขนาดยักษ์มีมูลค่าถึง 50 ล้านบาท (ช่อง 3, 25 พ.ย.) และข่าวสตรีที่ทำหัตถกรรมภายในบ้าน (ช่อง 3, 5 ธ.ค.)

- เนื้อหาในด้านลบ มีการแสดงภาพส่วนตัวของผู้หญิงในแง่ลบเริ่มตั้งแต่ข่าวด้านลบแบบเบา ๆ คือ หางเครื่องหญิงอ้วนถูกล้อเลียนเรื่องหุ่นของเธอ (ช่อง 3, 24 พ.ย.) จนกระทั่งมาถึงภาพที่เป็นลบในแง่ของความน่าสงสาร คือ ข่าวหญิงวัยกลางคนที่ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่ ถูกทอดทิ้งให้ต้องหาเลี้ยงชีพด้วยตนเองแม่ก็แก่แล้ว ส่วนลูกสาวก็เป็นโรคประสาท (ช่อง 3, 27 พ.ย.) จนกระทั่งถึงข่าวที่เรื่องส่วนตัวของผู้หญิงเป็นด้านลบในลักษณะที่รุนแรง คือข่าวผู้หญิงอกหักแล้วฆ่าตัวตาย (ช่อง 7, 24 พ.ย.)

(4.2) เนื้อหาการพัฒนาระดับครอบครัว

ตามปกติเนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาศรีระดับครอบครัวจะเกี่ยวข้องกับ

การดูแลงานบ้าน การเอาใจใส่ดูแลสมาชิกในครอบครัว แต่ทว่าในรายการข่าวโทรทัศน์ก็ไม่ค่อยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวมากเท่าใดนัก (ยกเว้นในวันพิเศษที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว เช่น วันพ่อ วันแม่ วันสงกรานต์ ฯลฯ)

ข่าวที่เกี่ยวกับครอบครัวที่ปรากฏในรายการข่าวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะเป็นภาพในทางบวกทั้งสิ้น เช่น ภาพข่าวที่ครอบครัวช่วยกันปลูกพืชในบ้าน (ช่อง 3, 23 พ.ย.) การรายงานข่าวเรื่องสังคมจะอบอุ่นมาจากครอบครัวที่อบอุ่น (ช่อง 3, 26 พ.ย.) ข่าวการสำรวจนักการเมืองในดวงใจของผู้หญิง ผลพบว่าเป็นนักการเมืองที่แต่งงานแล้ว (ช่อง 3, 3 ธ.ค.) ข่าวต่างประเทศของช่อง 9 ที่เสนอเรื่องสุขภาพสตรีหมายเลข 1 ของสหรัฐทำพิธีเปิดต้นคริสต์มาสฉลองเทศกาลปีใหม่ (ช่อง 9, 3 ธ.ค.)

(4.3) เนื้อหาการพัฒนาในระดับโลกภายนอก

เนื้อหาของการพัฒนาในระดับโลกภายนอกจะมีมากที่สุดเมื่อเทียบกับ 2 ระดับ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ในเนื้อหาโลกภายนอกนี้จะเกี่ยวข้องกับบทบาทที่สตรีเข้าไปมีส่วนร่วมกับการของชีวิตสาธารณะ (public life) โดยผ่านชีวิตการทำงาน หรือผ่านการทำกิจกรรมสังคม ภาพของเนื้อหาที่ออกมาจะมีทั้งด้านบวกและด้านลบดังที่จะได้แสดงให้เห็นในรายละเอียดต่อไป

- **บทบาทของผู้หญิงที่มีต่อสังคม** ตัวอย่างข่าวที่เห็นผู้หญิงในระดับโลกภายนอกก็เช่น ในวันที่มีข่าวโรงกลั่นน้ำมันไทยออยล์ระเบิดที่จ.ชลบุรี หลังจากมีการรายงานภาพความเสียหายต่าง ๆ แล้ว ก็จะมีภาพอาสาสมัครสาธารณสุขที่เป็นผู้หญิงที่เข้าไปช่วยเหลือชาวบ้านที่ถูกมลพิษจากการระเบิด (ไอทีวี, 3 ธ.ค.) หรือข่าวที่ค่อนข้างถูกนำเสนออย่างเป็นประจำในสถานีโทรทัศน์ของทหารเช่น ช่อง 5 ก็คือ ข่าวกลุ่มแม่บ้านทหารบกเลี้ยงข้าวผู้ด้อยโอกาส (ช่อง 5, 26 พ.ย.) หรือข่าววัฒนธรรมเช่น ในวันลอยกระทงก็จะมีภาพของผู้หญิงในแทบจะทุกฐานะไม่ว่าจะเป็นภavnางนพมาศ ภาพผู้จัดทำกระทง ผู้ร่วมชบวน ไปจนกระทั่งถึงภาพของคุณปวีณา หงสกุล ทำหน้าที่ประธานเปิดงานลอยกระทงที่จ.สุโขทัย ในฐานะรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

- **บทบาทผู้หญิงในฐานะนักวิชาชีพ** มีข้อน่าสังเกตว่าวิชาชีพของผู้หญิงนั้นจะได้เป็นข่าวเมื่อมีคุณลักษณะ 2 ประการเพิ่มเติมเข้ามาคือ

- (i) เมื่ออาชีพนั้นเข้ามามีบทบาทมีส่วนร่วมต่อสังคมวงกว้าง ตัวอย่างเช่น เมื่อนักกระโดดร่มหญิงเข้าทีมร่วมกระโดดร่มเพื่อเฉลิมพระเกียรติกับทีมผู้ชาย (ช่อง

9, 2 ธ.ค.)

(ii) เมื่ออาชีพที่ถูกนำเสนอเป็นอาชีพแปลก ๆ ที่โดยปกติ จะไม่ใช่อาชีพของผู้หญิง (Non-stereotype) เช่น ชาวหน่วยรักษาความมั่นคงรัสเซียจับกุมนักการทูตหญิงสหรัฐที่ประจำอยู่ในกรุงมอสโก รัสเซีย ที่คาดว่าเป็นเจ้าหน้าที่ซีไอเอ แอบขโมยความลับของรัสเซียไปให้สหรัฐ (ช่อง 11, 30 พ.ย.) หรือชาวหญิงอเมริกันวัย 36 ปีเดินทางโดยเรือจากอเมริกาไปยังทั่วโลกได้ตามลำพัง ใช้เวลาประมาณ 80 วัน (ช่อง 11, 4 ธ.ค.) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า อาชีพแปลกๆ ของผู้หญิงเหล่านี้จะมาจากชาวต่างประเทศทั้งนั้น

• ตัวอย่างอาชีพของสตรีที่ถูกนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์

◆ **อาชีพนักการเมือง** มีทั้งในข่าวของไทยและข่าวต่างประเทศ นักการเมืองหญิงของไทยที่เด่น ๆ และปรากฏตัวเป็นข่าวในช่วงเวลาที่ศึกษาได้แก่ คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ คุณปวีณา หงสกุล (มีตำแหน่งเป็นรัฐมนตรีทั้งคู่) และคุณสุศวรรค์ เกตุราพันธ์ ส่วนในข่าวต่างประเทศนั้นก็มี ชาวหัวหน้าพรรคฝ่ายค้านของนิวซีแลนด์ นางเฮเลน คล้าก ชนะเลือกตั้ง (ช่อง 7, 27 พ.ย.) และชาวทูตการค้าสหรัฐซึ่งเป็นผู้หญิงเป็นประธานการประชุม WTO (ช่อง 11, 30 พ.ย.)

◆ **อาชีพนักกีฬา** การรายงานข่าวนักกีฬาหญิงจะมีค่อนข้างมาก เพราะมีกีฬาหลายชนิดที่ผู้หญิงเล่นเหมือนกับผู้ชาย เช่น เทนนิส วอลเลย์บอล ยกน้ำหนัก ซึ่งเป็นกีฬาแบบเดิม ๆ ที่คุ้นเคย และกีฬาแบบใหม่ ๆ ที่ผู้หญิงเพิ่งเริ่มลงไปเล่นเช่น กีฬาตระกร้อ เนื่องจากรายงานข่าวกีฬาจะต้องมีการรายงานผลการแข่งขันกีฬาอยู่เสมอ จึงมักปรากฏข่าวการเอาชนะและพ่ายแพ้ของนักกีฬาหญิงอยู่เสมอ

◆ **อาชีพข้าราชการระดับสูง** นอกเหนือจากอาชีพนักการเมืองแล้ว ในปริมณฑลของการเมืองก็ยังมีอาชีพของข้าราชการระดับสูงที่ผู้หญิงบางคนสามารถไต่เต้าขึ้นไปถึง จึงมีโอกาสปรากฏตัวในเนื้อหาข่าว เนื่องจากวิธีการทำข่าวนั้นจะต้องรับฟังคำแถลงการณ์ การสัมภาษณ์จากกลุ่มบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งระดับสูงโดยไม่จำกัดว่าเป็นหญิงหรือชาย ข่าวอาชีพของผู้หญิงที่มีตำแหน่งข้าราชการระดับสูงก็เช่น ชาวคุณรัตนา จงสุทธานามณี รองโฆษกสำนักนายกฯ แถลงข่าวความคืบหน้าเรื่องการปฏิรูปช่อง 11 (ช่อง 11, 30 พ.ย.) ชาวคุณธัญญา ศิริเวทิน รองผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย แถลงข่าวเรื่องการตรวจสอบข้อมูลหนี้ NPL (ช่อง 5, 22 พ.ย.) เป็นต้น

◆ **อาชีพแพทย์** เนื่องจากในโลกแห่งความเป็นจริงที่ผู้หญิงที่ประกอบ

อาชีพที่เป็นแพทย์อยู่ไม่น้อยและสามารถก้าวไปอยู่ในตำแหน่งระดับสูง ดังนั้นเมื่อมีข่าวเกี่ยวกับด้านสาธารณสุข จึงมักปรากฏภาพของผู้หญิงที่มีอาชีพแพทย์ เช่น ข่าวแพทย์หญิงโรงพยาบาลขนาดใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าสามารถแก้ไขปัญหา Y2K ในโรงพยาบาลเรียบร้อยแล้ว (ช่อง 3, 30 พ.ย.)

◆ **อาชีพโจร** นอกเหนือจากอาชีพเหล่านี้แล้ว โอกาสที่ผู้หญิงจะได้เป็นเนื้อหาข่าวโทรทัศน์ในอีกบทบาทหนึ่งก็คือ เป็นผู้กระทำการร้ายต่อสังคม เช่น ผู้หญิงที่เป็นโจรเข้าไปปล้นร้านมินิมาร์ทถูกจับ (ช่อง 3, 29 พ.ย.) นายจ้างหญิงถูกสาวใช้ฆ่าตายในบ้าน (ช่อง 3, 3 ธ.ค.) เป็นต้น

(1.2) การวิเคราะห์ประเด็นสตรี

สำหรับเนื้อหาที่เป็นประเด็นสตรีนั้น ได้แก่ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจาก "ความเป็นหญิง" และ "ความเป็นชาย" ที่ถูกนิยามจากสังคม เช่น ปัญหาการข่มขืน ปัญหาการทำแท้ง ปัญหาการใช้ความรุนแรงกับสตรีในรูปแบบต่าง ๆ การลวนลามทางเพศ ปัญหาโสเภณี เป็นต้น ประเด็นสตรีที่กล่าวมานี้มีพบอยู่เพียง 12 ชิ้นจากข่าวทั้งหมด 1,026 ชิ้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นเครื่องสะท้อนว่า ปัญหาของสตรียังไม่มีความสำคัญเพียงพอที่จะก้าวขึ้นมาเป็นเนื้อหาข่าวได้

ประเด็นสตรีที่พบในข่าวโทรทัศน์มีตัวอย่างข่าวดังนี้

● **การถูกตัดต่อภาพลามกในอินเทอร์เน็ต** เป็นที่น่าสังเกตว่าข่าวโทรทัศน์นี้ให้ความสนใจมากกับข่าวนี้นี้ โดยปรากฏข่าวนี้นี้ในข่าวโทรทัศน์ของสถานีเกือบทุกช่อง และยังมีการนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง เริ่มตั้งแต่มีดาราเข้าร้องเรียนกับตำรวจว่า มีผู้นำเอาภาพของเธอไปตัดต่อให้กลายเป็นภาพเปลือย (คุณอังคณา ทิมดี) และเผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต หลังจากนั้นตำรวจก็จับกุมชายผู้กระทำความผิดได้พร้อมหลักฐาน ซึ่งอ้างว่าไม่ได้เป็นผู้ตัดต่อ เพียงแต่รับจ้างเป็นผู้เผยแพร่เท่านั้น พร้อมทั้งถูกแจ้งโทษที่ต้องได้รับ (ช่อง 7, 22-23 พ.ย., ช่อง 9, 29 พ.ย., ช่อง 11, 30 พ.ย., ไอทีวี, 30 พ.ย.)

● **ข่าวผู้หญิงถูกข่มขืน, ถูกข่มขืนแล้วฆ่า** เป็นประเด็นสตรีอีกประเด็นหนึ่งที่จะถูกนำเสนอโดยเฉพาะเมื่อมีความรุนแรงระดับถูกฆ่าตาย ในวันที่ 25 พ.ย. 2542 ซึ่งเป็นวันยุติการใช้ความรุนแรงต่อสตรี ช่อง 3 ได้ทำสื่อบูชาอย่างละเอียดเกี่ยวกับการใช้ความรุนแรงต่อสตรีในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านช่วงข่าวตอน "เมืองไทยวันนี้" โดยมีการสัมภาษณ์วิทยุรุ่นที่ถูกข่มขืนจากคนในครอบครัวจนถึงท้อง (ช่อง 3, 25 พ.ย.) ในระดับที่รุนแรงกว่านั้นก็คือ การรายงานข่าวผู้หญิงถูก

ข่มขืนแล้วฆ่าตาย เช่น รายงานข่าวว่าผู้หญิงถูกข่มขืนในซอยหมอบลิ่ง ห่างจากบ้าน นายกรัฐมนตรีเพียง 500 เมตร และตำรวจได้จับผู้ต้องสงสัยได้แต่ยังให้การปฏิเสธ (ช่อง 7, 27 พ.ย.) น่าสังเกตว่า รายงานข่าวข่มขืนและฆ่าข่มขืนนี้มักจะเป็นเรื่องของคนระดับล่าง เช่น กรณีฆ่าแล้วข่มขืนนั้น ผู้ต้องสงสัยมีอาชีพเก็บของเก่าขาย ซึ่งมานั่งกินเหล้ากับเพื่อน แต่อันที่จริงแล้ว การข่มขืนนั้นมิได้เกิดในระดับคนชั้นล่างเท่านั้น

● **ข่าวเรื่องการขายตัว/โสเภณี** ปัญหาการขายตัวเป็นโสเภณีนั้น หากเป็นกรณีปกติธรรมดา นั้น ก็คงแทบจะไม่ใช่เนื้อหาของข่าว ดังนั้น เรื่องการขายตัวเป็นโสเภณีนั้นจะเป็นข่าวโทรทัศน์ก็ต่อเมื่อมีคุณสมบัติพิเศษอย่างอื่นมาประกอบ เช่น เป็นกลุ่มผู้หญิงที่ไม่ถูกคาดหวังว่าจะมาขายตัว เช่น ข้าราชการชายตัว (ช่อง 3, 29 พ.ย.) หรือกรณีการถูกหลอกไปขายตัวในต่างประเทศที่มีปริมาณมาก ๆ เช่น ข่าวไอทีวีรายงานว่ามีหญิงไทย 82 คน ถูกหลอกให้ไปค้าประเวณีที่มาเลเซีย โดยมีการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่ถูกหลอกซึ่งให้สัมภาษณ์ว่า ได้จ่ายเงินซื้อพาสปอร์ตปลอม และคิดว่าจะได้ทำงานที่ได้เงินมาก ๆ (ไอทีวี, 3 ธ.ค.)

● **ข่าวการใช้ความรุนแรงทางร่างกายกับสตรี** ปรากฏเพียงครั้งเดียวในข่าวสก็๊ป ในโอกาสพิเศษคือ วันยุติการใช้ความรุนแรงต่อสตรี (ช่อง 3, 25 พ.ย.) ที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยเนื้อหาข่าวที่อยู่ในสก็๊ป "เมืองไทยวันนี้" ได้นำเสนอรายละเอียดว่า เรื่องสิทธิสตรีนั้นยังคงเป็นเรื่องฉาบฉวย เพราะยังมีผู้หญิงที่ถูกทำร้ายจากสามีที่ควรจะเป็นผู้ปกป้องตนเอง สก็๊ปข่าวนี้ได้สัมภาษณ์ผู้หญิงที่อยู่ในบ้านพักฉุกเฉินซึ่งเป็นเหยื่อของการถูกทุบตี และยังสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาดังกล่าว การนำเสนอข่าวนี้นับว่าเป็นความก้าวหน้าอย่างหนึ่งของโทรทัศน์ที่ได้หยิบเอาประเด็นที่ถูกแอบซ่อนเร้นอยู่ในมุมมืดออกมาสู่เวทีสาธารณะ เพียงแต่ว่าการนำเสนอดังกล่าวยังมีปริมาณน้อยมาก มีเพียงวันเดียวซึ่งเป็นไปตามรายงานสถานการณ์ในโอกาสพิเศษและปรากฏในสถานีโทรทัศน์ช่องเดียว

สรุป

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสตรีหรือการพัฒนาสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์นั้น อาจกล่าวได้ว่า ในเชิงปริมาณ พื้นที่ของข่าวโทรทัศน์นั้นยังเป็นเวทีของผู้ชายอยู่ เนื่องจากเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสตรีในแง่มุมต่าง ๆ จะมีอยู่อย่างน้อยมาก

ในท่ามกลางปริมาณที่น้อยมากนั้น เมื่อพิจารณาในเชิงคุณภาพ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสตรีก็มีทิศทางไปเป็นแบบ "โลกของผู้ชาย" คือ โลกภายนอกบ้าน โลกของเศรษฐกิจการเมือง โลกระดับกว้าง (Macro) ซึ่งในโลกภายนอกที่เป็นจริงดังกล่าวนั้น สตรียังมีบทบาทและมี

ส่วนร่วมอยู่น้อยมาก และเมื่อข่าวเป็นรายการประเภทความเป็นจริง ต้องรายงานเหตุการณ์ที่มีพื้นฐานความเป็นจริง เราจึงมองไม่เห็นเรื่องราว "ผู้หญิง" ในรายการข่าว สำหรับบรรดาคุณลักษณะเรื่องส่วนตัวหรือครอบครัวที่จัดเป็น "โลกแบบผู้หญิง" ก็จะไม่มีโอกาสก้าวเข้าไปในพื้นที่ของเวทีข่าวโทรทัศน์ซึ่งจะนำเสนอแต่เรื่องราวสาธารณะเท่านั้น

ในส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาที่เป็น "ประเด็นผู้หญิง" (women issue) เนื่องจากการคัดเลือกเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในแต่ละวันมาเสนอในพื้นที่อันจำกัดบนหน้าสื่อนั้น จะต้องมีหลักเกณฑ์เรื่อง "คุณค่าของข่าว" มากำกับดังที่กล่าวมาในบทที่ 2 ตัวอย่างที่รับรู้กันดีในวงการวารสารศาสตร์ก็เช่น เหตุการณ์นั้นต้องมีความแปลกประหลาด เช่น "ถ้าหมากัดคน" จะไม่เป็นข่าว แต่ถ้า "คนกัดหมา" จึงจะเป็นข่าว หรือต้องมีผลกระทบอย่างรุนแรง เป็นต้น หากนำหลักเกณฑ์เรื่องคุณค่าของข่าวดังกล่าวมาพิจารณาว่า เพราะเหตุใด การที่ผู้หญิงถูกทุบตี ถูกข่มขืน (อย่างแบบธรรมดา) จึงมักไม่ค่อยเป็นข่าว ก็อาจจะหมายความว่า เหตุการณ์เหล่านี้เป็นเหตุการณ์ที่ปกติธรรมดา ไม่มีความแปลกใหม่ หรือไม่มีผลกระทบร้ายแรงมากพอที่จะ "เข้าตากรรมการ" (นักข่าว) ได้ ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า ข่าวเกี่ยวกับประเด็นสตรีจะต้องไม่ใช่ "ข่าวข่มขืน" อย่างแบบธรรมดา แต่จะต้องมี "ความพิเศษ" บางอย่างเป็นมูลค่าเพิ่มให้เป็นข่าวได้ เช่น "ข่มขืนเด็กเล็ก ๆ หรือคนแก่ หรือข่มขืนแล้วฆ่าอย่างทารุณ" เป็นต้น

2. การวิเคราะห์วิธีการนำเสนอ

สำหรับวิธีการนำเสนอของรายการข่าวทางโทรทัศน์นั้นจะวิเคราะห์โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของรายการข่าวโทรทัศน์ โดยจะใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายเข้าไปเป็นเกณฑ์พิจารณา ทั้งนี้จะมีมิติในการวิเคราะห์วิธีการนำเสนออยู่ 3 ประเด็น คือ

(2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวมของปริมาณตัวละคร

(2.2) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าว

(2.3) การวิเคราะห์ผู้ที่ เป็นข่าว

(2.1) การวิเคราะห์ภาพโดยรวมของปริมาณตัวละคร (ผู้อ่านข่าว/ผู้เป็นข่าว)

เนื่องจากแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ผู้หญิงเป็น "ผู้ที่เข้ามาทีหลัง" ในปริมาณของข่าว ซึ่งเป็นอาณาบริเวณของผู้ชายมาก่อน ดังนั้น ผลการวิจัยสำรวจตัวละครที่ปรากฏในข่าวสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ จึงพบอยู่เสมอว่า ปริมาณของสตรีที่เข้ามาปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์จะมีปริมาณน้อยกว่าผู้ชายอยู่เสมอ (ดูรายละเอียดในบทที่ 2) และเนื่องจาก

เนื้อหาในข่าวโทรทัศน์เป็นการรายงานเหตุการณ์เรื่องราวที่เป็นชีวิตสาธารณะ (public life) ของสังคม แนวโน้มที่เป็นมาอย่างต่อเนื่องก็คือ ปริมาณของผู้หญิงในข่าวโทรทัศน์จะเพิ่มมากขึ้นทุกที ดังนั้นตัวเลขปริมาณของสตรีในข่าวโทรทัศน์จึงเป็นตัวบ่งชี้การมีบทบาทและมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะได้ในระดับหนึ่ง

สำหรับภาพตัวบุคคลที่จะปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์จะมีอยู่ 3 ฐานะคือ ผู้อ่านข่าว ผู้สื่อข่าว ผู้รายงานข่าว และผู้ที่เป็นข่าว ในที่นี้จะเสนอแต่เฉพาะผู้อ่านข่าวและผู้ที่เป็นข่าวเท่านั้น

หลักการนำปริมาณของตัวละคร (ผู้อ่าน/ผู้ที่เป็นข่าว) จะใช้หลักดังนี้

- **ผู้อ่านข่าว** ไม่ว่าผู้อ่านข่าวจะปรากฏตัวกี่ครั้งจะนับเพียง 1 ครั้งเท่านั้น
- **ผู้ที่เป็นข่าว**
 - ลำดับแรกจะพิจารณาจากบุคคลที่เป็นข่าวที่เป็นผู้พูด/ผู้ให้สัมภาษณ์โดยที่จะนับเพียง 1 ครั้ง ไม่ว่าจะปรากฏตัวกี่ครั้งก็ตาม
 - ในกรณีที่ข่าว ๆ หนึ่งมีผู้ให้สัมภาษณ์หลายคน ก็จะนับผู้พูด/ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคน
 - ในกรณีที่ในข่าวมีทั้งผู้พูดและผู้ที่ถูกกล่าวถึง (โดยมีภาพประกอบ) ก็จะนับผู้ที่ถูกกล่าวถึงด้วย
 - ข่าวบางชิ้นที่มีตัวบุคคลปรากฏจำนวนมาก เช่น ทีมฟุตบอล จะนับเป็น 1 เท่านั้น หรือเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายที่เป็นสตรีถูกระเบิดหลายคน ก็จะนับเป็น 1 เท่านั้น เพราะถือว่าเป็นเรื่องเดียวกัน
 - บางข่าวที่ไม่มีผู้พูด/ผู้ให้สัมภาษณ์ แต่ปรากฏภาพข่าวและมีเสียงข่าวพูดบรรยาย ก็จะนับบุคคลในข่าวที่เสียงข่าวบรรยายถึง เช่น นายกรัฐมนตรีเดินทางไปเปิดงานสัมมนา จะนับแค่นายกฯ หรือดาราสาวเดินทางไปพบตำรวจเพื่อฟ้องร้องเรื่อง web-site ลามก ก็จะไม่นับแต่ดาราสาวเท่านั้น ไม่นับตำรวจ ยกเว้นกรณีที่ตำรวจนั้นให้สัมภาษณ์หรือพูดจึงจะนับ

ตารางที่ 26 ตารางแสดงปริมาณตัวละครทั้งหมด (ผู้อ่านข่าว/ผู้ที่เป็นข่าว) ที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์

ฐานะในรายการ	เพศชาย (คน)	เพศหญิง (คน)	รวม
--------------	-------------	--------------	-----

ผู้อ่านข่าว	59 (5%)	87 (7%)	146
ผู้เป็นข่าว	940 (73%)	192 (15%)	1,132
รวม	999 (78%)	277 (22%)	1,276

(ตัวเลขในวงเล็บคือร้อยละ)

จากตาราง 26 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้คือ

(i) เมื่อพิจารณาดูปริมาณของตัวละครหญิงและชายที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์โดยรวมทั้งหมด (ทั้งบทบาทผู้อ่านข่าวและผู้เป็นข่าว) จะพบว่า ภาพของตัวละครชายยังคงมีปริมาณมากกว่าตัวละครหญิงอย่างมากในสัดส่วนประมาณ ชาย:หญิง 4:1 (78%:22%)

เมื่อนำตัวเลขดังกล่าวนี้ไปเทียบกับผลการวิจัยของ Lont (1995 ตอนที่ 2) ที่สำรวจปริมาณตัวละครหญิงและชายในโทรทัศน์อเมริกันช่วงปี 1980 ก็พบว่าเป็นไปในแบบแผนเดียวกัน คือในรายการข่าวโทรทัศน์ของอเมริกามีตัวละครชายมากกว่าหญิงอยู่ 3 เท่าตัว ซึ่งหมายความว่า การมีส่วนร่วมของผู้หญิงในรายการข่าวนั้นมีน้อยกว่าผู้ชายนั้น เป็นปรากฏการณ์ร่วมที่เป็นสากล

(ii) เมื่อแยกพิจารณาฐานะในรายการของตัวละครหญิง/ชายจากรายการข่าวโทรทัศน์ซึ่งมี 2 ฐานะคือ ฐานะผู้อ่านข่าวและฐานะผู้เป็นข่าว จะเห็นว่าแบบแผนของทั้ง 2 ฐานะนั้นจะแตกต่างกัน กล่าวคือ ในฐานะของ**ผู้อ่านข่าว** ปริมาณของผู้อ่านข่าวหญิงและชายจะใกล้เคียงกันมาก โดยมีจำนวนผู้อ่านข่าวหญิงมากกว่าผู้อ่านข่าวชายเล็กน้อย (หญิง:ชาย 7:5) แต่ทว่าสำหรับในสถานะของผู้เป็นข่าวแล้ว ปริมาณของผู้เป็นข่าวชายยังสูงกว่าผู้เป็นข่าวหญิงอย่างมาก (ชาย:หญิง 73:15)

เมื่อทำการเปรียบเทียบความสำคัญระหว่าง 2 ฐานะคือ ฐานะของผู้อ่านข่าวและฐานะของผู้เป็นข่าว จะพบว่า "ผู้เป็นข่าว" นั้น เป็นผู้ที่กำหนดความเป็นไปของข่าวมากกว่าผู้อ่านข่าวซึ่งจำเป็นต้องอ่านไปตามเนื้อหาข่าว ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า เวทีของรายการข่าวโทรทัศน์ยังเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงเพียงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม การที่มีผู้หญิงเป็นผู้อ่านข่าวซึ่งปรากฏตัวให้เห็นความถี่บ่อยครั้งมากเพราะลักษณะการนำเสนอของรูปแบบข่าว ทุกครั้งจะต้องตัดภาพสลับกลับไปมาระหว่าง "ภาพข่าว" กับ "ผู้อ่านข่าว" อยู่เสมอ ทำให้เกิดภาพลวงตาว่า ดูเหมือนผู้หญิงจะมีบทบาทและส่วนร่วมอยู่มากในรายการข่าวโทรทัศน์ แต่ผลจากการ

วิเคราะห์เนื้อหาของรายการได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การมีส่วนร่วมของผู้หญิงในรายการข่าวนั้น อยู่ในบทบาทของ "ผู้อ่านข่าว" เท่านั้น มิใช่ "ผู้เป็นข่าว"

(2.2) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าว

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่บทที่ 1 แล้วว่า แม้ว่าเมื่อดูโดยปรากฏการณ์แล้ว ปริมาณของผู้อ่านในสื่อมวลชนจะเพิ่มมากขึ้น แต่ทว่า การวิเคราะห์โดยเชิงปริมาณเท่านั้น ไม่น่าจะครอบคลุมแนวคิดเรื่อง บทบาทหญิงชาย ดังนั้นในการวิเคราะห์ผู้อ่านข่าวในที่นี่จะทำการวิเคราะห์ใน 2 มิติคือ

(2.2.1) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าวหญิง/ชายในเชิงปริมาณ

(2.2.2) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าวหญิง/ชายในเชิงคุณภาพ

(2.2.1) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าวหญิง/ชายในเชิงปริมาณ

ตารางที่ 27 ตารางแสดงปริมาณผู้อ่านข่าวเพศหญิง/ชายในรายการข่าวโทรทัศน์

เพศ	ชาย (%)	หญิง (%)	รวม (%)
ปริมาณผู้อ่านข่าว	59 (40%)	87 (60%)	146 (100%)

จากตารางที่ 27 ในที่นี่จะอธิบายเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังปริมาณของตัวละคร/ผู้อ่านข่าวหญิง/ชายที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์ดังนี้

(ก) **ผู้หญิงในฐานะผู้อ่านข่าว** ตัวเลขในตารางที่ 27 ได้แสดงให้เห็นว่าจากรายการข่าวโทรทัศน์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 41 ตอนนั้น จากจำนวนผู้อ่านข่าวทั้งหญิงและชาย 146 คน มีจำนวนผู้อ่านข่าวหญิงถึง 87 คน (60%) ผู้อ่านข่าวชาย 59 คน (40%) ซึ่งหมายความว่า มีจำนวนนักอ่านข่าวหญิงมากกว่าชาย

เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังปริมาณผู้อ่านข่าวหญิงที่มีมากกว่าผู้อ่านข่าวชายนี้อาจจะเพิ่มมาจากหลายปัจจัย เช่น

- จากการสำรวจของอุบลรัตน์ (2535) พบว่าปริมาณของนักศึกษาที่เข้าเรียนต่อในสาขานิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์นั้น ในปัจจุบัน (ปีพ.ศ.2535) จะมีปริมาณนักศึกษาหญิงมากกว่านักศึกษาชาย ดังนั้นเมื่อนักศึกษาเหล่านี้จบการศึกษาและเข้าประกอบ

วิชาชีพในแวดวงสื่อมวลชน ย่อมแน่นอนว่า จำนวนผู้หญิงที่อยู่ในวงการวิชาชีพนี้ย่อมมีมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้ที่จะประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนนั้น จะต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากสาขาที่ตรงหรือเกี่ยวข้องกับวิชาชีพ แม้จะยังไม่มี การสำรวจตัวเลขนักข่าวโทรทัศน์ แต่ทว่านันทญา (2538) ได้สำรวจตัวเลขนักข่าวหนังสือพิมพ์เปรียบเทียบระหว่างหญิงกับชายในปีพ.ศ.2537 และพบว่าในวงการนักข่าวหนังสือพิมพ์มีผู้หญิงทำงานในจำนวนที่มากกว่าผู้ชาย ผู้วิจัยคาดว่า ในวงการนักข่าวโทรทัศน์ก็คงจะเป็นไปในลักษณะเดียวกัน

- อีกปัจจัยหนึ่งอาจจะสืบเนื่องมาจากแบบแผนการจัดรูปแบบการอ่านข่าวของสถานีโทรทัศน์แต่ละช่องที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในปัจจุบัน (ดูข้อมูลในตอนต้น ๆ ของบทที่ 5) ในแต่ละช่วง แบบแผนของผู้อ่านข่าวจะมีอยู่ 2 แบบแผน คือ การอ่านโดยใช้ผู้อ่านคนเดียว และการอ่านโดยใช้ผู้อ่านคู่ สำหรับผู้อ่านคนเดียวนั้น อาจจะเป็นหญิงหรือชายก็ได้ สำหรับผู้อ่านคู่นั้น มักจะเป็นหญิงชายหรือหญิงหญิง แต่ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหา นั้น จะไม่พบความนิยมของการใช้ผู้อ่านข่าวชายชายเลย ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า เนื่องจากประเภทของข่าวนั้นมีทั้งข่าวหนักและข่าวเบา สำหรับผู้หญิงนั้นสามารถจะปรับบุคลิกน้ำเสียงและวิธีการอ่านให้เข้มข้นเพื่อไปอ่านข่าวหนักได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ ข่าวกีฬา ซึ่งตั้งแต่อดีตมาเคยถูกผูกขาดอ่านโดยผู้ชายมาตลอด แต่มาในช่วงทศวรรษนี้ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ได้เริ่มสร้างสรรค์ด้วยการนำเอา ศรสวรรค์ ภู่วิจิตร นักกีฬาว่ายน้ำหญิงเหรียญทองมาอ่านข่าวกีฬา และหลังจากนั้นก็ยังมีสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ใช้ผู้อ่านหญิงอ่านข่าวกีฬาเช่นกัน ในทางตรงกันข้าม ข่าวเบา ๆ อย่างเช่นข่าวบันเทิงนั้น แทบจะไม่มีผู้อ่านข่าวชายคนใดมาอ่านข่าวประเภทนี้เลย

ผลกระทบจากการที่มีปริมาณผู้หญิงเป็นผู้อ่านข่าวมากขึ้นนั้น ในด้านหนึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงสถานภาพที่ดีขึ้นของผู้หญิงในพื้นที่สาธารณะเช่นโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นเวลานานมาแล้วนับตั้งแต่เริ่มต้นมีสถานีโทรทัศน์ช่องแรกของไทยต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่าสองทศวรรษที่ตำแหน่งผู้อ่านข่าวนั้น จะต้องเป็นผู้ชายเท่านั้น โดยผู้หญิงจะมีบทบาทได้เพียงเป็นผู้ประกาศตารางเวลาของรายการโทรทัศน์เท่านั้น ประเพณีการใช้ผู้ชายอ่านข่าวนั้นเริ่มตั้งแต่เริ่มมี "การอ่านข่าว" ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทแรกคือ ข่าววิทยุ โดยมีความเชื่อถือเกี่ยวกับน้ำเสียงของผู้หญิง/ผู้ชายกับความน่าเชื่อถือจริงจึงมาเป็นตัวรองรับ (Holland, 1987) กล่าวคือ ข่าวเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริง เป็นเรื่องที่มีสาระจริงจัง และต้องการผู้ถ่ายทอดที่มีความน่าเชื่อถือ จึงมีแต่น้ำเสียงที่ทุ้ม ห้าว มีพลังของผู้ชายเท่านั้นที่จะทำให้ข่าวมีความน่าเชื่อถือมากกว่าเสียงที่เล็ก และแหลมของผู้หญิง ประเพณีความเชื่อและการปฏิบัติดังกล่าวก็ติดมาถึงรายการข่าวโทรทัศน์ จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงประเพณีนี้ในช่วงประมาณปี 2525-2527 ที่มีการปรับปรุง

สถานภาพของรายการข่าวโทรทัศน์ซึ่งมีผลมาถึงสถานภาพของผู้ประกาศข่าวโดยเฉพาะผู้หญิง (ดู ระวีวรรณ, 2534) และจากขั้นตอนแรกที่ผู้หญิงก้าวเข้ามาอ่านข่าวคู่กับผู้ชายในฐานะที่ค่อนข้าง เป็นผู้อ่านรอง ในฐานะของนักอ่านข่าวหญิงก็ได้ค่อย ๆ ก้าวขึ้นมาสู่การเป็นผู้อ่านหลัก จนกระทั่งมี ผู้หญิงอ่านข่าวทั้งคู่ ซึ่งก็หมายความว่า ณ วันนี้ เสียงแบบผู้หญิงมิได้มีความหมายถึงความไม่ น่าเชื่อถือ ไม่จริงจัง ไม่หนักแน่นแต่อย่างใด (อย่างไรก็ตาม ผู้หญิงที่จะอ่านข่าวได้ก็ต้องมีเสียงที่ไม่ แหลมเล็กจนเกินไปนัก)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สถานภาพผู้หญิงจะสามารถก้าวเข้ามาเป็นผู้ ประกาศข่าวทั้งหลักและรองได้แล้ว แต่ทว่าสำหรับสถานะเรื่อง "การเป็นผู้เป็นข่าว" (news maker) นั้น ผู้หญิงจะสามารถพัฒนามาได้มากนักน้อยเพียงใด ยังคงต้องรอดูผลการวิเคราะห์เนื้อหาในตอน ต่อไป แต่สำหรับสถานะของผู้หญิงในส่วนของผู้ผลิตข่าวสารนั้น ยังมีข้อน่าสังเกตเรื่อง การแบ่งบทบาทกันทำระหว่าง "ผู้รายงานข่าวกับช่างภาพ" ที่ค่อนข้างมีแบบฉบับตายตัว กล่าวคือ "หญิงรายงาน ชายถ่ายภาพ" จะเป็นแบบแผนหลัก หรืออาจจะมี "ชายรายงาน ชาย ถ่ายภาพ" ติดตามมาบ้างเป็นแบบแผนรอง แต่จะไม่ปรากฏแบบแผน "ชายรายงาน หญิงถ่ายภาพ" ให้พบเลย ดูเหมือนว่าอาชีพช่างภาพ/ถ่ายภาพจะเป็น "เขตห้ามเข้าสำหรับผู้หญิงที่ทำงานในข่าว โทรทัศน์ (ดูสัมภาษณ์ความคิดเห็นของพนักงานข่าวโทรทัศน์ต่อประเด็นนี้ในบทที่ 6)

(2.2.2) การวิเคราะห์ผู้อ่านข่าวหญิง/ชายในเชิงคุณภาพ

ในขณะที่ปริมาณของผู้อ่านข่าวหญิงมีมากกว่าผู้อ่านข่าวชายอย่างที่น่าพึง พอใจในเรื่องความเสมอภาคเท่าเทียม อย่างไรก็ตาม ในแวดวงสตรีนิยมนั้น ปริมาณอาจจะเป็น เพียงภาพลวงตาแห่งความไม่เสมอภาค หรือปริมาณไม่อาจจะบ่งบอกทุกอย่างได้ ดังนั้น จึงต้องมี การวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้อ่านข่าวในเชิงคุณภาพ ซึ่งเกณฑ์ที่จะใช้พิจารณาผู้อ่านข่าวหญิง/ ชายในเชิงคุณภาพจะมีดังนี้คือ

- (ก) อายุของผู้ประกาศข่าว
- (ข) บุคลิกที่ดูน่าเสนอ/การแต่งกาย
- (ค) บทบาทการเป็นผู้อ่านข่าวหลัก/ผู้อ่านข่าวรอง
- (ง) หญิง/ชายและประเภทของข่าวที่อ่าน

(ก) อายุของผู้อ่านข่าวหญิง/ชาย

ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์อายุออกเป็น 2 ช่วง ตามสภาพความเป็นจริงของกลุ่มตัวอย่าง คือ ระหว่างอายุ 20-40 ปี และ 40-60 ปี โดยผู้ลงรหัสจะเป็นผู้ประมาณจากภาพที่ออกมา

ตารางที่ 28 ตารางแสดงระดับอายุของผู้อ่านข่าวชาย/หญิง

ระดับอายุ (ปี)	ผู้อ่านข่าวชาย (คน)	ผู้อ่านข่าวหญิง (คน)	รวม
20-40	52 (88%)	87 (100%)	139
41-60	7 (12%)	ไม่มีเลย – (0%)	7
รวม	59	87	146

จากตารางที่ 28 จะเห็นได้ว่า โดยส่วนใหญ่อายุของผู้อ่านข่าวทั้งหญิงและชายจะอยู่ระหว่างช่วงอายุ 20-40 ปีมากที่สุด ในกรณีของผู้อ่านข่าวชาย (88%) ส่วนผู้อ่านข่าวหญิงจะอยู่ในช่วงอายุนี้นี้ (20-40 ปี) ทั้งหมด

มีข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับตารางอายุข้างต้น เมื่อพิจารณาประกอบกับตัวแปรอื่น ๆ ข้อสังเกตประการแรกคือ ในขณะที่ผู้อ่านข่าวชายที่มีอายุไล่มาขึ้น คือมีอายุเกินกว่า 40 ปี ยังสามารถจะเป็นผู้อ่านข่าวได้ถึงจำนวน 7 ท่าน แต่ผู้อ่านข่าวหญิงจะไม่มีผู้ที่สูงอายุเกิน 40 ปีเลย ทั้งนี้อาจหมายความว่า ผู้อ่านข่าวชายนั้นเป็นผู้ที่ทำงานในแวดวงข่าวมานานแล้วจนเป็นที่ยอมรับ และรู้จักกันอย่างดี เช่น คุณเทพชัย หย่อง จากไอทีวี คุณพิเชษฐ นิลกลัด จากช่อง 7 ซึ่งมีประสบการณ์ทำงานด้านข่าวมานานและมีอายุไล่มาแล้ว เมื่อคนดูติดตามเพราะภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและมีประสบการณ์การทำงานด้านข่าวอย่างยาวนาน ก็ยังสามารถทำหน้าที่ผู้อ่านข่าวต่อไปได้ ในขณะที่อาจจะไม่มีผู้หญิงที่มีประสบการณ์ยาวนานในการทำงานข่าวเช่นนั้น จึงไม่มีผู้อ่านข่าวสตรีที่มีอายุไล่มาเกินกว่า 40 ปีขึ้นไป

สำหรับกรณีเรื่องอายุของผู้หญิงที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับอาชีพการทำข่าว นั้น จรัสศรี (2540) พบผลการวิจัยที่คล้ายคลึงกันในกรณีการสำรวจนักข่าวกีฬาสตรี ซึ่งพบว่า จะมีอายุอยู่ระหว่าง 25-30 ปีเท่านั้น โดยนักข่าวกีฬาสตรีที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปไม่มีเลย ในขณะที่

นักข่าวกีฬาผู้ชายยังมีอยู่มาก ผู้วิจัยได้สำรวจเหตุผลเบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าว และพบคำตอบหลักอยู่ 2 ประการคือ ภาระทางครอบครัว และสมรรถภาพทางร่างกาย ในแง่นี้ย่อมหมายความว่า โอกาสความก้าวหน้าในวิชาชีพนักข่าวหรือผู้ประกาศข่าวหญิงนั้นมีเส้นทางด้านวิชาชีพที่สั้นมากเพียงประมาณไม่ถึง 20 ปีเท่านั้น และคงก้าวไม่ได้ถึงจุดสุดยอดของบันไดทางวิชาชีพนี้

นอกเหนือจากตัวแปรเรื่อง**ประสบการณ์ด้านวิชาชีพ**แล้ว ตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่น่าจะเข้ามาเกี่ยวข้องก็คือ **ความสวยงาม** ซึ่งเป็นตัวแปรที่ผู้หญิงไม่อาจจะสลัดให้หลุดไปจากการรับรู้ของสังคมได้ ไม่ว่าจะไปสวมบทบาทอะไรก็ตาม (เช่น มัทนา (2533) พบว่า แม้แต่นักการเมืองสตรีก็ยิ่งถูกรับรู้ในแง่ความสวยงาม เช่น การตั้งฉายาคุณสุดาวัตรว่า "สวยแต่เจ็บ" เป็นต้น) โดยเฉพาะผู้ที่ทำงานอยู่หน้ากล้องโทรทัศน์ แม้จะปรากฏตัวในรายการที่เน้นสาระข้อเท็จจริง เช่น รายการข่าว ก็ยังต้องแถมพกตัวแปรเรื่องความสวยงามเข้าไปด้วย ดังนั้น ในขณะที่ผู้อ่านข่าวชายอาจจะสูงอายุและหน้าตาไม่หล่อเหลาได้ (หากแต่มีประสบการณ์มาเป็นเครื่องทดแทนรับประกัน) แต่ทว่า สำหรับผู้อ่านข่าวหญิงจะใช้กฎเกณฑ์ดังกล่าวไม่ได้ ผู้อ่านข่าวหญิงจึงมักเป็นหญิงสาว (หมายความว่าอายุไม่เกิน 40 ปี) และต้องสวย โดยที่ไม่ถูกเรียกร้องว่าจะต้องมีประสบการณ์ในการทำงานด้านข่าวมาก่อน (ซึ่งตามหลักการแล้ว เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้สื่อข่าว) ปรากฏการณ์นี้อาจตีความได้ว่า ในทัศนะของคนดูข่าว อาจจะไม่ได้**ดูข่าว**ที่ผู้อ่านข่าวหญิงอ่านอย่างเดียวนั้น แต่จะ**ดูหน้า**คนอ่านควบคู่ไปด้วย ในทางตรงกันข้ามกับผู้อ่านข่าวชายที่ผู้ชมจะมองข้ามเรื่องหน้าตาของคนอ่านแต่กลับดูที่เนื้อหาและประสบการณ์ที่ผู้อ่านข่าวมอบให้ผู้ชม กรณีดังกล่าวเคยเกิดขึ้นเมื่อผู้หญิงเข้ามาอ่านข่าวโทรทัศน์ในระยะเริ่มแรกใน**ต่างประเทศ** Holland P. (1987) เขียนในบทความ "When a woman reads the news" โดยกล่าวถึงประสบการณ์แรกเริ่มที่ผู้หญิง 2 คน Angela Rippon และ Anna Ford เข้ามาอ่านข่าวโทรทัศน์ของอังกฤษ ในช่วงกลางทศวรรษ 1970 บรรดาหนังสือพิมพ์พากันเขียนวิจารณ์พวกเขาในแง่ของสรีระ รูปร่าง หน้าตา ช่างขา การแต่งหน้า ริมฝีปาก ฯลฯ โดยมีได้กล่าวถึงคุณภาพการอ่านข่าวของเธอเลย Holland กล่าวว่า บรรดาผู้ประกาศข่าวสตรีในช่วงเวลานั้นให้บทสรุปว่า "ภาพของรูปร่างหน้าตาของเธอที่ปรากฏมีความสำคัญกว่าเนื้อหาข่าวที่เธออ่าน"

(ข) บุคลิกที่ถูกนำเสนอ/การแต่งกาย

สำหรับแนวคิดเรื่องหญิงชายที่มาปรากฏผ่านสื่อตามทัศนะของกลุ่มสตรีนิยมนั้น จะแยกการเป็นหญิงและการเป็นชายใน 2 ระดับ ระดับแรกคือ การเป็นหญิงและเป็น

ชายตาม**ลักษณะทางชีวภาพ** ซึ่งจัดแบ่งด้วยการมีอวัยวะเพศ ในอีกระดับหนึ่งคือการเป็นหญิง/ชายตาม**ลักษณะทางสังคม** ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับเพศทางชีวภาพก็ได้ เช่น แม่ทางชีวภาพ คน ๆ หนึ่งอาจจะเป็นผู้หญิง แต่เมื่อสวมบทบาทผู้อ่านข่าวทหาร ก็จำเป็นต้องแต่งกายแบบผู้ชาย ใช้น้ำเสียงดุตันแบบผู้ชาย ทำหน้าตาบุคลิกให้ดูเอาจริงเอาจังแบบผู้ชาย อันเป็นแนวคิดเดียวกับเรื่อง "สุนทรียะทางเพศ" ที่เป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่กล่าวมาแล้ว

ตารางที่ 29 ตารางแสดงปริมาณบุคลิกที่ถูกนำเสนอ/การแต่งกายแบบเป็นชาย/หญิงของผู้ประกาศข่าว

เพศของผู้ประกาศ	บุคลิกและการแต่งกายแบบเป็นชาย (คน)	บุคลิกและการแต่งกายแบบเป็นหญิง (คน)	รวม
ชาย	59 (100%)	-	59
หญิง	34 (39%)	53 (61%)	87
รวม	93 (64%)	53 (36%)	146

สำหรับคำว่า "การแต่งกายแบบเป็น/ชายแบบเป็นหญิง" นั้น ในที่นี้จะหมายถึงการเลือกสีเสื้อผ้า แบบของเสื้อผ้า และการใช้เครื่องประดับ

- **การแต่งกายแบบผู้หญิง** คือการเลือกใช้สีของเสื้อผ้าที่มีสีสันดูฉลาด เช่น สีชมพู สีแดง แบบของเสื้อผ้า จะใช้ผ้าที่มีลักษณะบางเบา อ่อนนุ่ม ตัดเย็บแบบมีจีบมีระบาย แขนพอง มีการตกแต่งรายละเอียดเช่นการปัก การติดโบว์ ส่วนเครื่องประดับนั้น หมายถึงการใส่สร้อยคอ ตุ้มหู เป็นต้น

- **สำหรับบุคลิกแบบผู้หญิง** ก็คือ อ่อนหวาน พุดจาไพเราะ ยิ้มหวาน เวลาพูดมีหางเสียง มีการทอดเสียง มีลักษณะมุ่งให้ความสบายใจแก่ผู้พบเห็น

- **การแต่งกายแบบชาย** ได้แก่การเลือกใช้เสื้อผ้าที่มีสีเข้ม ทึบ เช่น สีดำ สีเทา น้ำตาล กรมท่า น้ำเงิน ฟ้ำ แบบของเสื้อผ้าจะเน้นความเรียบใช้ผ้าที่มีเนื้อค่อนข้างหนา

ให้ความรู้สึกหนักแน่น มีปีก มีแขน ติดกระดูก ไม่มีการตกแต่งรูปร่าง ไม่มีการใช้เครื่องประดับเช่น ต่างหู

● **บุคลิกแบบผู้ชาย** คือการพูดแบบห้วน ๆ ไม่ทอดเสียง หรือพูดแบบ ฉาดฉาน เสียงดัง อาจจะมีการพูดติดตลก โทนเสียงเป็นแบบเสียงทุ้ม ๆ มุ่งสร้างความรู้สึกจริงจัง ให้เกิดแก่ผู้ฟัง

โดยการใช้เรื่องการแต่งกายประกอบกับบุคลิกมาเป็นเกณฑ์ตัดสิน เพศทางสังคมของผู้ประกาศข่าวจะพบผลดังที่แสดงอยู่ในตารางที่ 29 ซึ่งสามารถอธิบายผลได้ ดังนี้คือ

(i) สำหรับผู้อ่านข่าวเพศชายทั้งหมด 59 คน จะมีลักษณะการแต่งกายและการแสดงบุคลิกแบบเป็นชายทั้งหมด โดยไม่ปรากฏว่ามีผู้อ่านชายคนใดแสดงอาการ กระตุ้งกระติ้งแบบผู้หญิงหรือใช้เครื่องแต่งกายแบบสตรีเลย ทั้งนี้จะวิเคราะห์เหตุผลเบื้องหลัง ได้ว่า เนื่องจากรายการข่าวโทรทัศน์มีลักษณะเป็น "รายการแบบผู้ชาย" ดังนั้น การแสดงบุคลิก และการแต่งกายแบบผู้ชายจึงเหมาะสมกับบริบทที่ปรากฏตัวอยู่แล้ว นอกจากนี้เนื่องจาก ความหมายของ "การแต่งกาย/บุคลิก" แบบผู้ชายนั้นให้ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องจริงจัง เป็นเรื่อง เนื้อหาสาระ เป็นเรื่องที่มีประโยชน์ และมีความน่าเชื่อถือ อันเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของรายการ ประเภทข่าวสาร (Journalistic program) ดังนั้น ตัวตนของผู้อ่านข่าวชายจึงต้องแสดงออกให้เป็น ช่องทาง (channel) ที่สอดคล้องกับประเภทและเนื้อหาสาระของรายการ

(ii) ในทางตรงกันข้ามจากจำนวนผู้อ่านข่าวหญิง 87 คน มีผู้หญิงที่ใช้วิธีการแต่งกายและแสดงบุคลิกที่ไม่ตรงกับเพศทางชีวภาพของตนเองถึง 34 คน (39%) และที่แสดงบุคลิกและแต่งกายสอดคล้องกับเพศทางชีวภาพประมาณกึ่งหนึ่ง 53 คน (61%) นี้ก็ หมายความว่า มีผู้หญิงถึง 39% ที่ต้องแปลงร่างทางสังคมของตนให้กลายเป็นเพศชาย (ทาง สังคม) เพื่อก้าวไปสู่บริบทที่ผู้ชายครอบครองมาก่อน คือรายการข่าวโทรทัศน์

(iii) หากพิจารณาโดยภาพรวมทั้งหมด จากจำนวนผู้อ่านข่าว ทั้งหมด 146 คน จะมีผู้ที่แต่งกายและแสดงบุคลิกแบบชายถึง 93 คน คิดเป็น 64% และมีผู้ที่แต่ง กายและแสดงบุคลิกแบบหญิงเพียง 36% ซึ่งเป็นเพียงครึ่งหนึ่งของผู้มีบุคลิกแบบชาย ทั้ง ๆ ที่ ผู้อ่านหญิงทางชีวภาพมีปริมาณมากกว่าผู้อ่านข่าวชาย แต่สำหรับเพศในเชิงสังคมแล้ว "ผู้อ่าน ข่าวแบบชาย" มีปริมาณมากกว่า "ผู้อ่านข่าวแบบหญิง"

(iv) อาจมีเหตุผลหลายประการที่อยู่เบื้องหลังการที่ผู้หญิงที่สวม

บทบาทผู้อ่านข่าวต้องแปลงร่างให้ "ดูละม้ายคล้ายชาย" เหตุผลประการแรกก็เนื่องมาจากธรรมชาติของรายการข่าวโทรทัศน์เองที่เป็นปริณทณของผู้ชาย ดังนั้น เมื่อจะเข้าเมืองตาหลิ่ว ก็ต้องหลิวตาตาม ผู้หญิงจำนวนหนึ่งจึงนำเสนอตัวเองในแบบของผู้ชายเพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของรายการ รวมทั้งเพื่อ "เพิ่มมูลค่า" ต่าง ๆ ที่ความเป็นชายมีอยู่เพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติของรายการ เช่น ความหนักแน่นจริงจัง ความน่าเชื่อถือ การมีประโยชน์และสาระ ทั้งนี้ น่าสังเกตว่าสำหรับข่าวบางประเภทที่เป็นข่าวหนัก เช่น ข่าวเศรษฐกิจ หุ่น ข่าวอุบัติเหตุขนาดใหญ่ ซึ่งต้องการความหนักแน่นอย่างจริงจังอย่างมาก เพราะเล่นกับประเด็นความเป็นความตายของผู้คน หายนะของประเทศ ข่าวแบบนี้ผู้อ่านข่าวหรือผู้รายงานข่าวอาจจะเป็นผู้หญิงก็ได้ หากทว่า จะต้องมีแบบวิธีในการรายงานแบบผู้ชาย แต่งกายและแสดงบุคลิกแบบผู้ชาย เช่น รายงานข่าวโรงกลั่นน้ำมันไทยออยล์ระเบิด 19 ชั่วโมงติดต่อกัน มูลค่าเสียหายถึง 50 ล้านบาท (ไอทีวี, 3 ธ.ค.) ในรายงานข่าวดังกล่าว ทั้งผู้อ่านข่าวหญิงและผู้รายงานข่าวหญิงจากสถานที่เกิดเหตุได้แสดงบุคลิกและแต่งกายแบบผู้ชายอย่างเต็มตัว

(v) สำหรับเหตุผลสุดท้ายที่จะอธิบายตัวเลขในตารางที่ 29 ซึ่งมีผู้หญิง 39% ได้ลดลักษณะความเป็นหญิงลงไป และเพิ่มสัดส่วนความเป็นชายมากขึ้น สำหรับเหตุผล 2 ประการแรกที่ได้กล่าวถึงไปแล้วนั้นเป็นการอธิบายถึงแง่มุมของ "การเพิ่มความเป็นชายให้มากขึ้น" ส่วนคำอธิบายเกี่ยวกับ "การลดความเป็นหญิงลงมา" นั้น อาจจะเชื่อมโยงกับเหตุผลที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในเรื่องอายุของผู้อ่านข่าวว่า เนื่องจากการดูชม "ผู้อ่านข่าวหญิง" นั้น ผู้ชม (โดยเฉพาะผู้ชาย) อาจจะเลือกมองดู "ความเป็นหญิง" พอ ๆ หรือมากกว่า "ความเป็นผู้อ่านข่าว" การเลือกดูดังกล่าวทำให้ผู้ชมสนใจทั้งหน้าตาผู้อ่านและเนื้อข่าวที่อ่าน ด้วยเหตุนี้ผู้อ่านข่าวหญิงจึงต้องลดลักษณะความเป็นหญิงให้น้อยลงไป เพื่อให้ผู้ชมหันมาสนใจ "ความเป็นผู้อ่านข่าว" และ "เนื้อหาของข่าว" ให้มากขึ้น

ลักษณะ "ความเป็นผู้หญิง" ที่ถูกผูกติดอยู่ไปกับทุกบทบาทที่ผู้หญิงต้องแสดงนี้เป็นปรากฏการณ์ร่วม ดังเช่นที่ นักแสดงหญิงในเรื่อง Charlie's Angels ("นางฟ้าซาลิ" ในภาคภาษาไทย) ให้สัมภาษณ์เมื่อเธอเล่นเป็นตำรวจหญิงว่า "เธอต้องเล่นเป็นผู้หญิงมากกว่าจะเป็นตำรวจ" (ดูบทที่ 2) และดังที่เราจะสังเกตเห็นได้อยู่บ่อย ๆ ครั้งในข่าวโทรทัศน์ว่า ในห้องสัมมนาที่มีผู้อยู่บนเวทีอภิปรายหรือผู้นำทางการเมืองให้สัมภาษณ์ เพื่อเปลี่ยนมุมมองบ้าง ก็น่าจะจับมาที่ผู้เข้าร่วมสัมมนา หรือจับมาแม้แต่กลุ่มนักข่าวที่ไปทำข่าว ในกรณีนี้ก็ลองจับภาพของผู้ชายนั้นมักจะมีหมายเหตุว่า บุคคลในภาพเป็นผู้ที่มีความสำคัญ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันในสังคม ฯลฯ แต่หากเป็นกรณีที่กล้องจับภาพผู้เข้าร่วมสัมมนาหรือกลุ่มนักข่าวที่เป็น

ผู้หญิง โดยส่วนใหญ่แล้ว เกณฑ์ที่จะถูกนำมาใช้คือ "เป็นผู้หญิงที่หน้าตาดี" เช่น ในช่วงงานสัมมนาพิเศษทางเศรษฐกิจไทย ปี 2000 ของสมาคมเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในขณะที่มีผู้อภิปรายบนเวที คือ รัฐมนตรีกระทรวงการคลังคนปัจจุบัน (คุณธารินทร์ นิมมานเหมินท์) และอดีตรัฐมนตรีกระทรวงการคลัง (คุณวีรพงษ์ รามางกูร) ระหว่างมีการรายงานความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ก็ลองจะจับภาพไปที่กลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนาซึ่งเป็นผู้หญิงที่หน้าตาดีทั้งสิ้น (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) วิธีการเช่นนี้เป็นธรรมเนียมปฏิบัติของข่าวโทรทัศน์ทุกช่อง

(ค) บทบาทการเป็นผู้อ่านข่าวหลัก/ผู้อ่านข่าวรอง

ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า แบบแผนของการจัดผู้อ่านข่าวของโทรทัศน์แต่ละช่องนั้นจะมีอยู่ 2 รูปแบบคือ มีผู้อ่านข่าวเพียงคนเดียวในแต่ละช่อง อีกรูปแบบหนึ่งคือ การมีผู้อ่านข่าวคู่ 2 คน

สำหรับคำนิยามคำว่า "ผู้อ่านหลัก" ในที่นี้จะหมายถึงผู้อ่านข่าวทั้งหญิงและชายที่ปรากฏเกือบจะทุกช่วงเป็นตัวหลัก ถึงแม้จะมีผู้อ่านข่าว 2 คนก็ถือว่าเป็น "ผู้อ่านหลัก" ทั้งคู่

ส่วน "ผู้อ่านรอง" หมายถึงผู้อ่านข่าวทั้งชายและหญิงที่ปรากฏเฉพาะในบางช่วงของข่าว เช่น ในช่วงข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวเก็บตก ข่าวเมืองไทยวันนี้ เป็นต้น

ในแง่ของความหมายและความสำคัญ แน่แน่นอนว่า ผู้อ่านข่าวหลักย่อมมีบทบาทและมีความสำคัญมากกว่าผู้อ่านข่าวรองซึ่งถูกถือเป็นส่วนประกอบ หรือเป็นสีสันของรายการข่าวนั้น ทั้งนี้เพราะลักษณะช่วงข่าวที่ผู้อ่านข่าวรองจะได้อ่านนั้น มักจะเป็นประเภท "ข่าวเบา"

เมื่อผู้หญิงได้มีโอกาสก้าวเข้ามาในปริมณฑลของรายการข่าวโทรทัศน์ โดยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นจนกระทั่งผู้อ่านข่าวหญิงมีมากกว่าผู้อ่านข่าวชายดังที่ได้แสดงมาแล้วข้างต้น ในเชิงคุณภาพจำเป็นต้องติดตามดูว่า พื้นที่ในรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้อ่านข่าวหญิงได้ยืนอยู่นั้นมีความหมายและความสำคัญมากน้อยเพียงใด การพิจารณาดูการเล่นบทบาทเป็นผู้อ่านข่าวหลักหรือรองจะเป็นตัวบ่งชี้มิติเชิงคุณภาพได้ตัวหนึ่ง

ตารางที่ 30 ตารางแสดงปริมาณความถี่ของผู้อ่านข่าวหลัก/รองแยกตามเพศของผู้อ่านข่าว

เพศของผู้อ่านข่าว	ผู้อ่านข่าวหลัก (คน)	ผู้อ่านข่าวรอง (คน)	รวม
ชาย	32 (54%)	27 (46%)	59 (100%)
หญิง	29 (33%)	58 (67%)	87 (100%)
รวม	61	85	146

จากตารางที่ 30 สามารถอธิบายได้ดังนี้

(i) จากตารางข้างบนนี้แสดงให้เห็นว่า จากปริมาณผู้อ่านข่าวชายทั้งหมด 59 คน โดยส่วนใหญ่ผู้ชายจะได้เป็นผู้อ่านข่าวหลัก 32 คน (54%) อีก 46% ของผู้ชาย (27 คน) จะเป็นผู้อ่านข่าวรอง แบบแผนดังกล่าวมีลักษณะตรงกันข้ามกับผู้หญิง เนื่องจากผู้อ่านข่าวหญิงส่วนใหญ่ 67% (58 คน) จะเป็นผู้อ่านข่าวรอง มีเพียง 33% (29 คน) เท่านั้นที่ผู้อ่านข่าวหญิงจะได้เป็นผู้อ่านข่าวหลัก ดังนั้น แม้ว่า เมื่อพิจารณาปริมาณผู้อ่านข่าวทั้งหมด ผู้หญิงจะมีปริมาณมากกว่าผู้ชายเกือบเท่าตัว (87 คน:59 คน, 60%:40%) แต่ทว่าในแง่บทบาทและความสำคัญแล้ว ผู้ชายยังได้รับบทบาทสำคัญในฐานะผู้อ่านข่าวหลักมากกว่าผู้หญิง จากปริมาณผู้อ่านข่าวหลักทั้งหมด 64 คน จะมีผู้ชายถึง 52% (32 คน) ในขณะที่ผู้หญิงอ่านข่าวหลักเพียง 48% (29 คน) ผู้หญิงส่วนใหญ่จะไปเป็นผู้อ่านข่าวรองเนื่องจากจากจำนวนผู้อ่านข่าวรองทั้งหมด 85 คนนั้น เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายเกือบเท่าตัว (58 คน:27 คน, 68%:32%)

(ii) นอกเหนือจากตัวเลขผู้อ่านข่าวหลัก/รอง ซึ่งวิเคราะห์ด้วยแนวคิดหญิงชายที่แสดงถึงบทบาทที่ยังมีความสำคัญน้อยกว่าของผู้หญิงเมื่อเทียบกับผู้ชายในฐานะผู้อ่านข่าวที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ข้างต้นนี้แล้ว ผลจากการสังเกตมิติเชิงคุณภาพในเรื่องความสำคัญที่บทบาทผู้อ่านข่าวหญิงได้รับเมื่อเทียบกับชาย ยังอาจสังเกตได้จากการอ่านสรุปประเด็นหัวข้อข่าว (ที่เรียกว่า lead หรือ headline) ซึ่งโดยส่วนใหญ่พบว่า เมื่อเปิดเข้าสู่รายการข่าวและมีการอ่านสรุปประเด็นหัวข้อข่าวที่สำคัญ มักจะใช้เสียงผู้ชายอ่านเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากความเชื่อที่ว่า การอ่านสรุปประเด็นหัวข้อข่าวนั้นต้องการความหนักแน่น มีพลัง และดึงดูดความสนใจตั้งแต่เริ่มต้นของผู้ชม และเสียงของผู้ชายมีคุณสมบัติดังกล่าวนี้ แต่เสียงผู้หญิงไม่มีหรือมีน้อยกว่า (อ้างจาก Holland, 1987)

นอกจากนั้น ในกรณีที่มีผู้อ่านข่าว 2 คนที่เป็นหญิงและชาย จะพบอยู่เสมอว่า โดยส่วนใหญ่ ผู้อ่านข่าวชายจะเป็นคนอ่านนำผู้อ่านข่าวหญิง กล่าวคือ จะอ่านข่าวที่สำคัญกว่าและจะอ่านมากกว่า กรณีดังกล่าวนี้มียกเว้นในกรณีของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เท่านั้นที่ใช้เกณฑ์เรื่อง "ประสบการณ์" มาก่อนเรื่อง "เพศ" กล่าวคือหากผู้อ่านข่าวหญิงมีประสบการณ์มากกว่าก็จะให้อ่านข่าวสำคัญและอ่านมากกว่าผู้อ่านข่าวชาย

(ง) บทบาทหญิง/ชาย และประเภทข่าวที่อ่าน

สำหรับเกณฑ์สุดท้ายที่จะใช้ตรวจสอบในมิติเชิงคุณภาพเมื่อนำแนวคิดบทบาทหญิงชายมาวิเคราะห์รายการก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้อ่านข่าวกับประเภทของข่าวที่อ่าน ดังที่กล่าวมาข้างต้นว่า จากประวัติศาสตร์ความเป็นมาของข่าวในระยะเริ่มแรก "ข่าว" นั้น ส่วนใหญ่แล้วหมายความถึง "ข่าวเศรษฐกิจและการเมือง" (ดังที่ในความคิดของคนไทยเรียกว่า "ข่าวสารบ้านเมือง") แต่เนื่องจากพัฒนาการการขยายตัวของสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีจำนวนหน้าเพิ่มมากขึ้น ปริมาณคนอ่านขยายแวงออกไปกว้างขวางขึ้นจนครอบคลุมคนหลายเพศหลายวัย ดังนั้น จึงได้เริ่มมีการแตกตัวของประเภทของข่าวออกไปเป็นข่าวสังคม ข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ฯลฯ ในช่วงเวลาที่มีการแตกตัวของประเภทข่าวนี้อีกก็ได้มีการจำแนกคุณค่าของข่าวแต่ละประเภทออกเป็น 2 หมวดหมู่ใหญ่ คือ ข่าวหนัก (hardnews) ซึ่งเป็นข่าวที่มีคุณค่าสูง และข่าวเบา (softnews) ซึ่งเป็นข่าวที่มีค่าน้อย

จากแนวคิดของนักสตรีนิยมสายวัฒนธรรมที่เสนอว่า สิ่งใดก็ตามที่เข้ามาผูกพันกับสตรี สิ่งนั้นมักจะถูกทำให้มีค่าน้อย สิ่งใดที่ผูกพันอยู่กับบุรุษ สิ่งนั้นมักจะถูกทำให้มีคุณค่ามาก ดังนั้น จึงน่าสนใจที่จะตรวจสอบว่า ประเภทของข่าวประเภทใดที่เข้ามาผูกพันกับผู้อ่านข่าวชายและหญิงบ้าง

ตารางที่ 31 ตารางแสดงปริมาณความถี่ผู้อ่านข่าวชาย/หญิงกับประเภทของข่าว

ประเภทของข่าว***	ผู้อ่านชาย (จำนวนครั้งที่ปรากฏตัว)	ผู้อ่านหญิง	รวม
การเมือง	70 (13%)	71 (16%)	141
อาชญากรรม	69 (13%)	91 (20%)	160
เศรษฐกิจ	41 (7%)	39 (8%)	80
สังคม	55 (10%)	63 (13%)	118
วัฒนธรรม	14 (3%)	35 (7%)	49
กีฬา*	169 (30%)	30 (6%)	199
ต่างประเทศ**	54 (10%)	80 (17%)	134
อื่นๆ	84 (14%)	61 (13%)	145
รวม	556 (100%) (54%)	470 (100%) (46%)	1,026

*ในการจำแนกประเภทข่าวหนัก/ข่าวเบาจะแยกข่าวกีฬาออกไป

** แม้ว่าข่าวต่างประเทศจะเป็นข่าวที่มีความสำคัญมาก และมีคุณค่าสูงตามหลักการสากล แต่ในบริบทของสังคมไทย จำเป็นต้องดูลักษณะพิเศษของสถานภาพของข่าวต่างประเทศดังรายละเอียดในตอนต่อไป

*** สำหรับการจัดประเภทของข่าวนั้น ดูรายละเอียดในบทที่ 2

เพื่อให้เห็นภาพของประเภทข่าวกับเรื่องบทบาทหญิงชายได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่ประเภทข่าวทั้งหมดออกเป็น ข่าวหนักและข่าวเบา โดยแยกเอาข่าวกีฬาออกไปจากประเภทข่าวทั้งหมด เนื่องจากลักษณะพิเศษของข่าวกีฬา

ตารางที่ 32 ตารางแสดงปริมาณความถี่ของประเภทข่าวหนัก/ข่าวเบา กับเพศของผู้ประกาศข่าว

เพศของผู้อ่าน	ประเภทข่าวหนัก			อาชญากรรม	สังคม	วัฒนธรรม	รวม
	การเมือง	เศรษฐกิจ	ต่างประเทศ				
ชาย	70	41	54	69	55	14	
รวม	165			138			303
หญิง	71	39	80	91	63	35	
รวม	190			189			379
รวม	355			327			682

จากตารางที่ 31 และตารางที่ 32 มีข้อน่าอภิปรายดังนี้

(i) ถึงแม้ปริมาณของผู้อ่านข่าวชายจะน้อยกว่าผู้อ่านข่าวหญิง (ชาย: หญิง 59:87 คน) แต่ทว่าปริมาณข่าวที่ผู้ชายอ่านจะมีมากกว่าปริมาณข่าวที่ผู้หญิงอ่าน (ดูตาราง 31) กล่าวคือ ผู้อ่านข่าวชาย 59 คนจะได้อ่านข่าว 556 ข่าว (54% ของข่าวทั้งหมด) ในขณะที่ผู้อ่านข่าวหญิง 87 คน จะได้อ่านข่าว 470 ข่าว (46%) ซึ่งหมายความว่า **แม้จะน้อยกว่าในเชิงปริมาณ** (เนื่องจากเหตุผลด้านพื้นฐานการศึกษาและปริมาณคนทำงานแต่ละเพศในวงกรสื่อสารมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น) **แต่ทว่าผู้ชายก็ยังมีบทบาทที่เหนือกว่าและสำคัญกว่าในเรื่องปริมาณของการอ่านข่าว**

(ii) เมื่อเปรียบเทียบจำนวนสัดส่วนร้อยละโดยภาพรวมของข่าวแต่ละประเภทแล้วจะพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วข่าวเกือบจะทุกประเภทจะมีสัดส่วนของผู้อ่านหญิง/ชาย ใกล้เคียงกัน ยกเว้นข่าวกีฬาที่มีความแตกต่างระหว่างผู้อ่านชายและหญิงอย่างมาก และข่าวต่างประเทศที่มีความแตกต่างในระดับพอสมควร

สำหรับข่าวประเภทต่าง ๆ เช่น **ข่าวการเมือง** จะพบว่าปริมาณผู้อ่านข่าวหญิงและชายใกล้เคียงกัน โดยปริมาณผู้อ่านข่าวหญิงจะมากกว่า 1 คนเท่านั้น (หญิง: ชาย 71:70 คน) ทั้ง ๆ ที่เรื่อง "การเมือง" นั้นมีภาพลักษณ์ว่าเป็น "เรื่องของผู้ชาย" แต่ทว่าผู้หญิงก็อ่านได้ ตัวอย่างเช่น รายการข่าวของช่อง 9 ในวันที่ 2 ธ.ค. 2542 ที่มีผู้อ่านข่าวหญิง (คุณอรวรรณ) รับผิดชอบอ่านข่าวช่วงแรกทั้งหมดติดต่อกัน 11 ข่าว เริ่มตั้งแต่ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง และข่าวสำคัญอื่น ๆ เช่น ข่าวบ้านสามหลังที่เขื่อนศรีนครินทร์ที่ถูกอ้างว่าเป็นของรัฐมนตรีกระทรวงมหาดไทย ข่าวจอนนี่หัวหน้ากลุ่มนักศึกษาพม่าที่ยึดสถานทูตพม่าในไทยเปิดตัวให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ไปจนกระทั่งถึงข่าวทุจริตเลือกตั้งที่ปากน้ำ เช่นเดียวกับข่าวอาชญากรรมในวันเดียวกัน ช่องเดียวกัน ผู้ประกาศข่าวหญิงคนเดิมก็ยังอ่านข่าวหนุ่มคลังยาบ้าที่ถูกจับติดคุกฆ่าตัวตายในเรือนจำ และอีกรายหนึ่งเป็นหนุ่มคลังยาบ้าจับตัวเมียเป็นประกัน เป็นต้น

เช่นเดียวกับ**ข่าวเศรษฐกิจ**ซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็น "เรื่องของผู้ชาย" ที่ปริมาณผู้อ่านข่าวชายและหญิงนั้นใกล้เคียงเช่นกัน โดยมีสัดส่วนผู้อ่านชายมากกว่าหญิงเพียง 2 คน (ชาย:หญิง 41:39 คน) เหตุผลที่ตัวเลขปริมาณผู้อ่านข่าวชายและหญิงมีใกล้เคียงกันนั้น น่าจะเป็นเหตุผลเชิงเทคนิคของวิธีการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ที่มีแบบแผนการจัดให้มีการ **อ่านข่าวคู่ระหว่างหญิงกับชายเป็นแบบแผนหลัก** และเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากของเสียง จึงมีการอ่านข่าวสลับกันระหว่างหญิงกับชายดังที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อประกอบกับข้อเท็จจริงที่ว่า สถานีโทรทัศน์ทุกแห่งจะมีการแบ่งการนำเสนอข่าวออกเป็นช่วง ๆ ตามประเภทข่าว กล่าวคือ ข่าว

ประเภทเดียวกันจะนำมารวมไว้ในช่วงเวลาเดียวกัน ดังนั้น โอกาสที่ผู้อ่านข่าวทั้งชายและหญิงจะได้อ่านข่าวทุกประเภทเนื่องจากต้องอ่านสลับกันจึงเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น

- **ข่าวเศรษฐกิจ** (ช่อง 7, 26 พ.ย.) ข่าวโรงงานราชาอุตสาหกรรมบ้านโป่ง ฉลองครบรอบ 32 ปี มีผู้อ่านข่าวเป็นผู้ชาย และเมื่อต่อด้วยข่าวโรงงานไทยฟู้ดได้รับรางวัล ISO 14000 ด้านสิ่งแวดล้อมก็จะสลับเป็นผู้อ่านข่าวหญิง

ส่วนข่าววัฒนธรรม ซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็น "เรื่องของผู้หญิง" ด้วย เหตุผลเชิงเทคนิคที่ตั้งมีการสลับเสียงผู้อ่านข่าวเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซาก ทำให้ผู้ชายต้องเข้ามาอ่านข่าวด้วย แม้ว่าจะมีผู้อ่านข่าวหญิงมากกว่าก็ตาม (ชาย:หญิง 14:35 คน) ตัวอย่างเช่น

- **ข่าววัฒนธรรม** (ช่อง 5, 22 พ.ย.) เนื่องจากวันที่ 22 พ.ย. 2542 เป็นวันลอยกระทง ดังนั้น สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 จึงเสนอรายงานเกี่ยวกับเทศกาลลอยกระทงจากจังหวัดต่าง ๆ ในทั้ง 4 ภูมิภาค รวมทั้งกรุงเทพและสุโขทัย (ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นต้นกำเนิดของงานลอยกระทงไทย) แม้แต่ข่าวเศรษฐกิจก็มองไปจากมุมมองของเทศกาลลอยกระทง เช่น การรายงานเม็ดเงินหมุนเวียนซื้อสิ่งของเกี่ยวกับเทศกาล (กระทง ประทัด) หรือมุมมองด้านข่าวการเมืองก็มองเชื่อมโยงกับงานลอยกระทง คือ นักเคลื่อนไหวเรื่องการปฏิรูปลอยกระทงหน้าทำเนียบพร้อมเรียกร้องให้รัฐบาลลาออก เนื่องจากการรายงานข่าววันเทศกาลลอยกระทงเป็นชุดข่าวที่ประกอบด้วยข่าวถึง 9 ข่าว จึงต้องมีการสลับเสียงกันอ่านระหว่างหญิงและชาย และทำให้ผู้อ่านข่าวชายได้เข้ามาอ่านข่าววัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

(iii) เมื่อจัดหมวดหมู่ข่าวทั้งหมดออกเป็น 2 หมวดหมู่ตามเกณฑ์เรื่องคุณค่าของข่าวเป็นข่าวหนักและข่าวเบา โดยแยกเอาข่าวกีฬาออกไปจากการจัดกลุ่ม จะได้หมวดหมู่ว่า **ข่าวหลักนั้น** หมายถึงข่าวการเมือง เศรษฐกิจ และข่าวต่างประเทศ **ข่าวเบา** นั้นหมายถึงข่าวอาชญากรรม ข่าวสังคม และข่าววัฒนธรรม ผลจากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า เพศของผู้อ่านข่าว ไม่ได้เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับประเภทของข่าวหนักและข่าวเบาที่จะได้อ่าน เนื่องจากสัดส่วนของผู้อ่านข่าวชาย/หญิงที่อ่านข่าวหนักทั้งหมดรวม 355 ข่าว สัดส่วนผู้อ่านชาย/หญิง จะเป็น 165 คน : 190 คน (46%:54%) และสำหรับข่าวเบาทั้งหมดจำนวน 327 ข่าว สัดส่วนผู้อ่านข่าวชาย/หญิงจะเป็น 138 คน : 189 คน (42%:58%) โดยข่าวทั้ง 2 หมวดหมู่จะมีผู้อ่านข่าวหญิงอ่านมากกว่าเนื่องจากปริมาณผู้อ่านข่าวหญิงมีมากกว่า ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในการแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) อันได้แก่ การมอบหมายบทบาทในการเป็นผู้อ่านข่าวประเภทต่างๆ นั้น **เหตุผลเชิงเทคนิคจะนำหน้าเหตุผลเชิงบทบาททางเพศ** ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจากเงื่อนไขที่ว่า ปริมาณของผู้ทำงานสตรีมีมากกว่าบุรุษก็เป็นได้

(iv) **ข่าวต่างประเทศ** สำหรับการจัดหมวดหมู่ประเภทของข่าวหน้า และและข่าวเบา นั้น ก็มีข้อสังเกตพิเศษเกี่ยวกับประเภทของข่าวต่างประเทศ ซึ่งตามหลักด้านวารสารศาสตร์แล้ว น่าจะอยู่ในประเภทของข่าวหน้า เนื่องจากเป็นข่าวที่มีความสำคัญระดับมหภาค มักเป็นข่าวเศรษฐกิจและการเมืองระดับโลกหรือระดับประเทศที่สร้างผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม จากทัศนคติและมุมมองของผู้ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์กลับเห็นว่า สำหรับในประเทศไทยถือว่าข่าวต่างประเทศยังมีความสำคัญไม่มากนักเนื่องจากเป็นข่าวที่อยู่ไกลตัว (อ้างจากประนอม, 2542) และอาจเป็นด้วยเหตุที่ข่าวต่างประเทศเป็นข่าวที่ไม่มีความสำคัญมากนัก ดังนั้นผู้อ่านข่าวหญิงจึงได้รับมอบหมายให้อ่านข่าวต่างประเทศได้ในปริมาณที่สูงกว่าผู้อ่านข่าวชาย (หญิง:ชาย , 80:54 คน) สำหรับสถานีบางช่องเช่นช่อง 9 กำหนดให้ผู้ประกาศข่าวหญิงอ่านข่าวต่างประเทศเป็นประจำเลย

(v) **ข่าวกีฬา** สำหรับข้อสรุปที่กล่าวมาข้างต้นว่า ระบบการแบ่งงานกันทำในการมอบหมายบทบาทผู้อ่านข่าวโทรทัศน์นั้น เป็นไปตามเหตุผลเชิงเทคนิคมากกว่าเหตุผลเชิงบทบาททางเพศนั้น ข้อสรุปดังกล่าวไม่อาจจะครอบคลุมมาถึงข่าวประเภทหนึ่งได้ คือ ข่าวกีฬา ซึ่งมีปริมาณผู้อ่านข่าวชายสูงกว่าผู้อ่านข่าวหญิงอย่างมาก (169 คน:30 คน) จากจำนวนปริมาณผู้อ่านข่าวทั้งหมด 199 คน จะเป็นผู้่านข่าวชายถึง 85% และผู้อ่านข่าวหญิงเพียง 15% ซึ่งหมายความว่าในปริมาณของข่าวกีฬานี้ ผู้หญิงยังไม่อาจจะรุกคืบเข้ามาในพื้นที่ของผู้ชายแห่งนี้ได้ ปริมาณของข่าวกีฬาจึงดูเหมือนจะเป็น "ของผู้ชาย" มากยิ่งกว่า ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวอาชญากรรมเสียอีก ซึ่งคำอธิบายที่นอกเหนือไปจากเรื่องเพศแล้ว ก็อาจจะเป็นจะมีคำอธิบายเรื่องธรรมชาติของรายงานข่าวกีฬาที่เรียกร้อง "ลักษณะความเป็นชาย" อย่างมากในการนำเสนอ เนื่องจากต้องการลักษณะที่ตื่นตัวใจด้วยความรุนแรง การแข่งขันอย่างชัดเจน การใช้พลังกำลังปะทะต่อสู้กันซึ่งนับเป็นสุนทรียะแบบเพศชาย และเนื่องจากข่าวกีฬาเป็นรูปแบบข่าวที่ถูกจัดแยกออกไปจากข่าวอื่น ๆ เป็นการเฉพาะ มีการมอบหมายตัวผู้อ่านที่ค่อนข้างตายตัว ผู้อ่านข่าวต้องมีความรู้เกี่ยวกับเกมกีฬาที่จะรายงาน (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกีฬาของผู้ชาย เช่น ฟุตบอล เทนนิส สก๊อต กอล์ฟ ฯลฯ) จึงเป็นการยากที่ผู้อ่านข่าวหญิงจะฝ่าข้ามด่านดังกล่าวเข้าไปได้ อย่างไรก็ตาม ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ้างแล้วเมื่อสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ได้นำเอาอดีตนักกีฬาหญิงว่ายน้ำซึ่งเป็นที่รู้จักดีมาเป็นผู้อ่านข่าว (คือ ศรสวรรค์ ภูวิจิตร) และทำให้สถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ เริ่มทำตาม

(2.3) การวิเคราะห์ผู้ที่เป็นข่าว

อีกส่วนประกอบหนึ่งของรายการข่าวโทรทัศน์ และเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งคือ "ผู้ที่เป็นข่าว" เนื่องจากคำนิยามหนึ่งของข่าวนั้นก็คือ การรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้คนไม่ว่าจะในฐานะผู้กระทำ (Actor) หรือในฐานะเหยื่อของเหตุการณ์นั้น (victim)

ในการวิเคราะห์ผู้เป็นข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ด้วยแนวคิดบทบาทหญิงชายก็จะพิจารณาทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเช่นเดียวกับการวิเคราะห์ผู้อ่านข่าว โดยมีประเด็นหัวข้อที่จะวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

- (2.3.1) การวิเคราะห์ผู้ที่เป็นข่าวในเชิงปริมาณ
- (2.3.2) การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของผู้เป็นข่าว (อายุ/อาชีพ/การศึกษา)
- (2.3.3) ประเภทของข่าวที่เป็นผู้หญิง/ผู้ชายปรากฏตัวเป็นข่าว
- (2.3.4) บริบทของข่าวที่ถูกนำเสนอ (เวลา/สถานที่เกิดข่าว)
- (2.3.5) สถานะของผู้เป็นข่าว (ผู้กระทำ/ผู้ตกเป็นเหยื่อ)

ตารางที่ 33 ตารางแสดงปริมาณตัวละครที่เป็นข่าว แยกตามเพศหญิง/ชาย

เพศ	ปริมาณที่ปรากฏตัวในข่าว	ร้อยละ
ชาย	940	83%
หญิง	192	17%
รวม	1,132	100%

(สำหรับวิธีการลงรหัสปริมาณตัวละครที่เป็นข่าวนั้น ดูรายละเอียดในหัวข้อ (2.1))

(i) ปริมาณภาพของผู้ชายที่มากกว่า

จากตารางที่ 33 จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ปริมาณตัวบุคคลที่ปรากฏตัวในรายการข่าวโทรทัศน์นั้น จะยังเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงอยู่ถึงประมาณ 5 เท่า (83% : 17%) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lont (1995) ที่สำรวจปริมาณภาพสตรีในข่าวโทรทัศน์ของอเมริกาในปี 1977 และพบว่า มีผู้หญิงทั้งผิวขาวและชนกลุ่มน้อยรวมกันเพียง 4.8% เท่านั้น ที่ได้ปรากฏตัวในข่าว และสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า รายการข่าวโทรทัศน์นั้นยังเป็นพื้นที่ของผู้ชายอยู่ (ดู

รายละเอียดในบทที่ 2)

เหตุผลประการสำคัญที่ทำให้ตัวบุคคลที่ปรากฏในข่าวยังเป็นผู้ชายอยู่ มากนั้นก็เนื่องจากธรรมชาติของรายการข่าวโทรทัศน์นั่นเอง รายการข่าวโทรทัศน์เป็นรายการ ประเภทเรื่องจริง (Journalistic program) โดยที่ค่านิยมหนึ่งของ "ข่าว" ก็คือ การรายงาน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ และดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ในพื้นที่สาธารณะนั้น (public sphere) จะเป็นพื้นที่จับจองของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะพื้นที่ทางการเมืองและ เศรษฐกิจ และเนื่องจากข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่ให้ความสำคัญกับข่าวการเมืองและข่าวเศรษฐกิจ เป็นอันดับแรก ๆ ดังนั้นตัวบุคคลในเรื่องการเมืองและเศรษฐกิจจึงมักหนีไม่พ้นผู้นำภาครัฐ (ตั้งแต่ นายกรัฐมนตรี จนถึงรัฐมนตรีทุกกระทรวง) หัวหน้าพรรคการเมือง โฆษกรัฐบาล นักการเมือง เจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัฐฝ่ายพลเรือน (ตั้งแต่ระดับปลัดกระทรวง อธิบดี) ศาล ทหาร (ได้มาตั้งแต่ ผู้บังคับบัญชาของทุกเหล่าทัพ) ตำรวจ ฯลฯ ทั้งในไทยและต่างประเทศ บรรดาผู้นำของสังคม เหล่านี้ล้วนแต่เป็นผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ (วัฒนา, 2541) ด้วยเหตุนี้ ข่าวในโทรทัศน์จึงมีการปรากฏ ตัวของผู้ชายดังตัวอย่างดังนี้

: ข่าวตุลาการศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยดี ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ชายทั้งหมด (ช่อง 3, 25 พ.ย.)

: ข่าวรัฐมนตรีกระทรวงการคลัง คุณธารินทร์ให้สัมภาษณ์กัญญา 3 ดอก ที่จะทำให้เศรษฐกิจไทยดีขึ้น (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

: ในวันที่ 3 ธันวาคม 2542 ซึ่งเป็นวันที่มีข่าวเรื่องโรงกลั่นไทยออกยล ระเบิด ข่าวไอทีวีเสนอข่าวระเบิดต่อเนื่องกันถึง 11 ข่าว โดยมีการสัมภาษณ์บรรดาผู้บริหารของ โรงกลั่น นายกรัฐมนตรี ผบ.ทบ. ฝ่ายเจ้าหน้าที่ประกันภัย ชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ เจ้าของ คอนโดมิเนียมที่ถูกแรงกระแทก ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผู้ชายทั้งหมด คงมีแต่เจ้าหน้าที่ สาธารณสุขที่ไปช่วยเหลือชาวบ้านที่ได้รับจากอากาศเป็นพิษจากการระเบิดเท่านั้นที่เป็นผู้หญิง

: สำหรับข่าวเศรษฐกิจ กรรมการผู้จัดการธนาคารกรุงไทยผู้ให้สัมภาษณ์ ชี้แจงเรื่อง NPL ก็เป็นผู้ชาย (คุณสิงห์ ตังหัตถ์สวัสดิ์) เช่นเดียวกับผู้นำธนาคารทุกแห่งในประเทศไทย ไม่ว่าจะป็นธนาคารของรัฐหรือเอกชนก็ตาม (ช่อง 3, 25 พ.ย.)

: เช่นเดียวกับผู้นำรัฐวิสาหกิจ ข่าวองค์การโทรศัพท์ที่ได้รับรางวัล good governance ผู้นำรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ชายเกือบทั้งหมด (ช่อง 7, 26 พ.ย.)

: สำหรับข่าวทหารนั้น หากไม่ใช่ข่าวที่เกี่ยวกับสมาคมแม่บ้านทหารแล้ว ก็มักจะเป็นกิจกรรมของผู้ชายทั้งหมด เนื่องจากผู้ชายเป็นประชากรส่วนใหญ่ของทหาร เช่น ข่าวทหารไทยส่งกองกำลังร่วมไปติมอร์ตะวันออก (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

: สำหรับข่าวกีฬา นั้น แทบจะไม่ต้องพูดถึง เพราะกีฬาอดนินิยมที่ถูกลำมารายงานนั้นจะเป็นกีฬาของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล เทนนิส กอล์ฟ สกีนอกเกอร์ ฯลฯ

: แม้แต่ข่าวของกลุ่มประชากรที่เป็นพื้นฐานของสังคมคือ เกษตรกรซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริง มีเกษตรกรผู้หญิงทำงานเคียงบ่าเคียงไหล่อยู่กับเกษตรกรชาย แต่เกษตรกรที่ได้ก้าวเข้ามาในพื้นที่ของข่าวโทรทัศน์นั้นจะเป็นผู้ชายแทบทั้งสิ้น เช่น ข่าวการเลี้ยงไก่แบบใหม่ที่ จ.สกลนคร เกษตรกรที่ให้สัมภาษณ์ก็เป็นผู้ชาย (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) เช่นเดียวกับข่าวสถาบันวิจัยเทคโนโลยี จ.น่าน อาจารย์ผู้ค้นคิดเทคโนโลยีใหม่ด้านการเกษตรที่ให้สัมภาษณ์ก็เป็นผู้ชาย เกษตรกรที่นำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้ที่ให้สัมภาษณ์ก็เป็นผู้ชายเช่นเดียวกัน (ไอทีวี, 3 ธ.ค.)

: สำหรับข่าวศิลปวัฒนธรรม ซึ่งผลจากการวิจัยรายการสตรีทางโทรทัศน์ (ปัญญา, 2537) พบว่า เป็นมิติที่ถูกรับรู้ว่าเป็น "เป็นรายการแบบผู้หญิง" แต่เนื่องจากข่าวเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ดังนั้นในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ แม้ว่าผู้หญิงจะมีบทบาทร่วมอย่างแข็งขัน แต่ทว่าบรรดาผู้นำกิจกรรมวัฒนธรรมที่ออกมาสู่เวทีสาธารณะก็ยังคงเป็นผู้ชายที่ถูกนำเสนอในลักษณะของ "ผู้นำทางวัฒนธรรม" ตัวอย่างเช่น ข่าววันลอยกระทง (22 พ.ย.) มีการจัดงานลอยกระทงในจังหวัดต่าง ๆ ที่จ.ร้อยเอ็ด บึงพลาญชัย ภาพข่าวได้รายงานเหตุการณ์ที่นายบรรหาร ศิลปอาชา ในฐานะประธานจัดงานลอยกระทงไปเปิดงานดังกล่าว (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

หากนำเอาทฤษฎีด้านนิเทศศาสตร์ที่เสนอว่า ภาพในสื่อมวลชนคือส่วนที่สะท้อนโลกที่เป็นจริง สำหรับภาพตัวบุคคลชายที่ปรากฏเป็นข่าวอย่างมากมายในรายการข่าวโทรทัศน์นั้นได้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพการณ์ของโลกที่เป็นจริงว่า ในสังคมไทยนั้น ผู้ชายยังคงมีบทบาทเป็นผู้นำในกิจกรรมของชีวิตสาธารณะต่าง ๆ มากกว่าผู้หญิง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงภาพในเนื้อหาข่าวไม่อาจจะเป็นไปได้ หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ในโลกที่เป็นจริง ข้อสรุปที่กล่าวมานี้เป็นทัศนะส่วนใหญ่ของผู้ที่ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์มาดังรายละเอียดที่จะพบได้ในบทที่ 6

(ii) ปริมาณของผู้หญิงในฐานะผู้เป็นข่าว

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่มีฐานข้อมูลตัวเลขจากอดีตมาเป็นฐานเปรียบเทียบจึงทำให้ไม่สามารถตีความได้ว่า ปริมาณตัวผู้เป็นข่าวเพศชายและหญิงที่มีสัดส่วนในการสำรวจครั้งนี้คือชาย:หญิง 83:17 (ชายมากกว่าหญิงเกือบ 5 เท่า) เป็นตัวเลขที่มีพัฒนาการมากขึ้นหรือน้อยลงกว่าในอดีต อย่างไรก็ตาม หากอนุมานโดยเปรียบเทียบจากงานการสำรวจภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์ของชัญชี่ (2538) ที่ศึกษาในลักษณะพัฒนาการเปรียบเทียบช่วงเวลาหนึ่งทศวรรษ และชัญชี่ได้ข้อสรุปว่าในกรณีของหนังสือพิมพ์นั้น ปริมาณของผู้หญิงที่เป็นข่าวมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยเข้าใจว่าในกรณีของข่าวโทรทัศน์น่าจะเป็นไปในลักษณะเดียวกัน กล่าวคือ ปริมาณของผู้หญิงที่เป็นข่าวนั้นน่าจะมีปริมาณมากขึ้นกว่าในอดีต (ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการสำรวจทุก 3 ปี จะเห็นแนวโน้มที่แน่นอน)

สำหรับการอนุมานว่า ตัวเลขของผู้หญิงที่เป็นข่าวในโทรทัศน์น่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้นนั้น นอกจากการดูเทียบเคียงกับสื่อที่เป็นของผู้ชายแท้ ๆ แบบหนังสือพิมพ์แล้ว ผู้วิจัยยังมีข้อสนับสนุนการอนุมานดังกล่าวอีก 2 ประการคือ

ประการแรก เนื่องจากรายการข่าวเป็นรายการที่ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่เป็นจริงในสังคม ดังนั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริง ก็ย่อมมีผลสะท้อนมาในรายการข่าวโทรทัศน์ด้วย ในกรณีของเรื่องประเด็นหญิงชายก็คือ เมื่อในโลกแห่งความเป็นจริงผู้หญิงได้มีโอกาสก้าวเข้าไปมีส่วนร่วมในมิติเศรษฐกิจการเมืองมากขึ้น โดยเฉพาะการก้าวเข้าไปสู่ฐานะผู้นำ และเนื่องจากวัฒนธรรมการทำข่าวที่เป็นสากลนั้นจะเน้นการทำข่าวบุคคลสำคัญ การทำข่าวผู้นำ (โดยเฉพาะภาครัฐ) ด้วยเหตุนี้ ผู้นำที่เป็นผู้นำด้านการเมืองเศรษฐกิจจึงมีโอกาสเป็นผู้นำปรากฏตัวในข่าวเพราะตำแหน่งที่เอื้ออำนวย เช่นเดียวกับปรากฏการณ์หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร

เนื่องจากในช่วงที่ศึกษานี้ มีสตรีที่เป็นรัฐมนตรีร่วมคณะรัฐบาลอยู่ 2 ท่าน คือ คุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี และคุณหญิงพรทิพย์ โรจนกุล รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี คุณหญิงสุพัตรา เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร และคุณพรทิพย์ หงสกุล รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นจึงปรากฏว่า เมื่อมีข่าวเกี่ยวกับเรื่องกิจการการสื่อสารของประเทศ จะปรากฏผู้ให้ข่าวคือ คุณหญิง สุพัตรา (เช่นข่าวช่อง 3, 26 พ.ย.) หรือในวันที่ 22 พฤศจิกายน อันเป็นวันลอยกระทง มีข่าวงานลอยกระทงตามภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะที่จ.สุโขทัยซึ่งมีพระราชวงศ์พระราชทานกระทงไปร่วมงาน เผาเทียนเล่นไฟ และตัวแทนรัฐบาลที่เป็นสตรีคือ คุณหญิงพรทิพย์ ไปเป็นประธานเปิดงานในฐานะรัฐมนตรี (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

แม้แต่ในมิติเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศ ผู้หญิงบางกลุ่มก็ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วม (แต่มักจะขึ้นไม่ค่อยถึงตำแหน่งสูงสุดยอด โดยมักจะอยู่ในตำแหน่ง "ท่านรอง") เช่น ชาวคุณธัญญา ศิริเวทิน รองผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทยให้สัมภาษณ์เรื่องการตรวจสอบหนี้ NPL ของธนาคาร (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

ประการที่สอง อาจเกิดเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนสัดส่วนของรายการข่าวโทรทัศน์เอง เนื่องจากข่าวประเภทข่าวเบา ๆ ได้เพิ่มสัดส่วนมากขึ้นในข่าวโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นข่าวอาชญากรรม โดยเฉพาะข่าวบันเทิงที่ได้พื้นที่ข่าวอย่างสม่ำเสมอ มีปริมาณมากและเป็นที่ยอมรับ ในแวดวงบันเทิงนั้นก็มีผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหญิงและชายใกล้เคียงกัน และผู้หญิงก็มีบทบาทนำและมีส่วนร่วมอย่างสูง เช่น ผู้สร้างละครโทรทัศน์จำนวนมากเป็นผู้หญิงที่มีโอกาสมาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการเปิดกล่องละครเรื่องใหม่ เช่น ชาวผู้จัดละครโทรทัศน์สตรีให้สัมภาษณ์เรื่องเปิดกล่องละครเรื่องใหม่ (ช่อง 7, 27 พ.ย.) เป็นต้น

(2.3.2) การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้เป็นข่าว

นอกเหนือจากการใช้ปริมาณความถี่ในการปรากฏตัวเป็นข่าวของหญิงและชายมาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหารายการข่าวโทรทัศน์เพื่อตอบคำถามว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความสำคัญและมีส่วนร่วมมากน้อยเพียงใดในเวทีพื้นที่สาธารณะเช่นนี้แล้ว หากเรานำแนวคิดของกลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรมมาใช้เป็นกรอบพิจารณาในมิติเชิงคุณภาพต่อไปอีกว่า ภาพของหญิงและชายที่ถูกนำมาเสนอนั้นมีคุณลักษณะ (attribute) เป็นอย่างไรบ้าง เนื่องจากคุณลักษณะแต่ละอย่างนั้นมีความหมายและบ่งบอกนัยยะที่เกี่ยวข้องกับความเป็นหญิงและความเป็นชาย ในที่นี้ ผู้วิจัยจะใช้คุณลักษณะด้านประชากรของตัวบุคคลที่เป็นข่าวมาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์ 3 ลักษณะคือ

- (ก) อายุของตัวบุคคลที่เป็นข่าว
- (ข) การศึกษาของตัวบุคคลที่เป็นข่าว
- (ค) อาชีพของตัวบุคคลที่เป็นข่าว

(ก) อายุของตัวบุคคลที่เป็นข่าว

การวิเคราะห์อายุของบุคคลที่เป็นข่าวแยกตามเพศหญิงชายพบผลดังนี้

ตารางที่ 34 ตารางแสดงปริมาณของผู้เป็นข้าราชการ/หญิงแยกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	ชาย	หญิง	รวม
ต่ำกว่า 20 ปี	13 (9%)	22 (20%)	35 (14%)
20-40 ปี	58 (41%)	41 (36%)	99 (38%)
41-60 ปี	46 (32%)	36 (33%)	82 (33%)
60 ปีขึ้นไป	24 (18%)	12 (11%)	36 (14%)
รวม	141 (100%)	111 (100%)	252** (100%)

* การลงรหัสนั้น ผู้ลงรหัสมีวิธีการ 2 วิธีคือ วิธีแรกในกรณีที่มีการระบุอายุอย่างชัดเจนในเนื้อหาข่าว ก็จะลงรหัสตามเนื้อหาข่าวเลย วิธีที่สองคือการประมาณการ/คาดเดาจากทัศนะของผู้ลงรหัส

** จากจำนวนผู้ที่เป็นข่าวทั้งสิ้น 1,132 คน ในการลงรหัสตัวแปรเรื่องอายุนี้จะเลือกแต่เฉพาะบุคคลที่เป็นข่าวที่มีระดับความสำคัญ คือมีการพูด/ให้สัมภาษณ์เท่านั้น โดยจะไม่นับผู้ที่เพียงแต่ปรากฏภาพเท่านั้น ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างจึงมีเพียง 252 คน

จากตารางที่ 34 สามารถอภิปรายได้ดังนี้

(i) เมื่อพิจารณาตัวเลขโดยภาพรวมยังไม่แยกเพศ จะพบแบบแผนว่า ช่วงอายุของบุคคลที่จะเป็นข่าวได้มากที่สุด จะอยู่ในระหว่าง 2 ช่วงอายุคือ 20-40 ปี และ 41-60 ปี โดยเฉพาะในช่วง 20-40 ปีนั้นมีสัดส่วนถึง 39% (เกือบครึ่งหนึ่งของปริมาณทั้งหมด) ทั้งนี้ น่าจะมีเหตุผลว่า เนื่องจากบุคคลในช่วงอายุ 20-40 ปี เป็นช่วงของผู้ใหญ่ที่เริ่มต้นชีวิตการทำงาน ตั้งแต่ช่วงอายุ 20 ปี และกำลังทำงานอยู่ตลอดช่วงอายุ 40 ปี เมื่อธรรมชาติของรายการข่าวโทรทัศน์เป็นการรายงานกิจกรรมการทำงานของคนที่อยู่ในวงการต่าง ๆ ทั้งแวดวงการเมือง เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ โอกาสที่บุคคลที่มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 20-40 ปี จะมาปรากฏตัวเป็นข่าวจึงน่าจะมีมากที่สุด

สำหรับปริมาณงานบุคคลที่มีมากเป็นอันดับสองได้แก่ กลุ่มบุคคลที่อยู่ในช่วงอายุ 40-60 ปี ซึ่งมีสัดส่วนถึงหนึ่งในสาม (33%) ก็น่าเป็นเหตุผลเดียวกับกลุ่มบุคคลในช่วงอายุ 20-40 ปี และเนื่องจากระยะเวลาการทำงานมาจนถึงช่วงอายุนี้มักจะมีตำแหน่งหน้าที่

การทำงานอยู่ในระดับสูง เช่น เป็นอธิบดี เป็นรัฐมนตรี เป็นประธานบริษัท เป็นหัวหน้าหน่วยงานต่างๆ ฯลฯ และเมื่อธรรมชาติของชาวโทรทัศน์เอง มักนิยมจะสัมภาษณ์ผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบในระดับสูง โอกาสที่บุคคลในช่วงอายุ 41-60 จะได้ปรากฏตัวเป็นบุคคลในข่าวก็ย่อมมีมาก

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า หลังจากเลยช่วงอายุ 60 ปีไปแล้ว ตัวเลขของบุคคลที่เป็นข่าวจะลดลงอย่างรวดเร็วเหลือเพียง 14% ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าเนื่องจากบุคคลในข่าวนั้นจะประกอบด้วยผู้ที่ทำงานอยู่ในหน่วยราชการของรัฐเป็นส่วนใหญ่ ในหน่วยงานของรัฐนั้นจะปลดเกษียณเมื่ออายุ 60 ปี ดังนั้น หลังจากช่วงอายุที่เลย 60 ปีไปแล้ว ผู้ที่ปลดเกษียณแล้วก็จะหมดโอกาสที่จะได้ปรากฏตัวเป็นข่าวโดยมีสัดส่วนเพียง 14% กรณีดังกล่าวนี้เห็นได้ชัดเจนที่สุดในกลุ่มผู้นำระดับสูงของหน่วยงานราชการ ทหาร ตำรวจ เป็นต้น สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีอายุมากกว่า 60 ปีที่จะมีโอกาสเป็นข่าวนั้นมักจะได้แก่บุคคลที่ยังคงมีบทบาทอื่น ๆ หลังจากที่ถูกเกษียณไปแล้ว ตัวอย่างเช่น พลเอกสายหยุด เกิดผล (ปลดเกษียณแล้ว) ในฐานะประธานกลุ่มสังเกตการณ์เลือกตั้ง ได้เดินทางไปดูการเลือกตั้งในประเทศมาเลเซีย (ช่อง 7, 26 พ.ย.)

สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีนั้น ก็เป็นกลุ่มที่มีโอกาสน้อยที่จะได้ปรากฏตัวในข่าวโดยมีสัดส่วนเพียง 14% เนื่องจากบุคคลในช่วงอายุนี้อาจมีฐานะเป็นเด็กและเยาวชน ดังนั้น ในการที่จะได้เป็นข่าวในฐานะผู้รับผิดชอบภารกิจงานสาธารณะที่มีน้อยตัวอย่างข่าวที่เด็ก ๆ จะได้เป็นข่าวในฐานะผู้กระทำตามลำพัง เช่น ข่าวหนูน้อยยอดกตัญญูอายุ 8 ขวบจากหนองบัวลำภูต้องหาเลี้ยงตาและแม่ที่เป็นอัมพาต (ช่อง 9, 2 ธ.ค.) นั้นมีเพียงเล็กน้อยและจะอยู่ในประเภทข่าวสังคมเป็นส่วนใหญ่ โดยเด็ก ๆ แทบจะไม่มีโอกาสปรากฏตัวในข่าวการเมืองเศรษฐกิจอยู่แล้ว ส่วนมากแล้ว เด็ก ๆ จะปรากฏตัวในข่าวในฐานะของผู้ถูกกระทำจากผู้อื่น เนื่องจากอายุที่ยังน้อยของเด็ก ๆ เช่น รายงานข่าววันเอดส์โลกที่ระบุว่ามีเด็กกำพร้าเนื่องจากพ่อแม่เป็นโรคเอดส์ถึง 10 ล้านคน (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) หรือมีฉะนั้นก็อาจจะปรากฏตัวเป็นข่าวในฐานะส่วนเสริมของผู้ใหญ่ ตัวอย่างเช่น ข่าวการจัดงานเทศกาลยี่เป็ง (ลอยกระทง) ที่จ. เชียงใหม่ หลังจากมีการรายงานกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ใหญ่แล้ว ก็มีการรายงานขบวนของเด็ก ๆ ที่เข้าร่วมงานด้วย (ช่อง 5, 22 พ.ย.)

(ii) เมื่อแยกวิเคราะห์อายุของบุคคลในข่าวโดยแยกดูตามเพศหญิงและเพศชาย ผลการวิเคราะห์เนื้อหาการข่าวโทรทัศน์ก็พบว่า แบบแผนของความถี่ของอายุกลุ่มบุคคลที่เป็นข่าวทั้งหญิงและชายยังคงสอดคล้องกับแบบแผนภาพรวมที่ได้กล่าวมาแล้ว กล่าวคือ ทั้งเพศชายและหญิงในช่วงอายุ 20-40 และ 41-60 ปี จะปรากฏตัวมากที่สุดในรายการ

ข่าวโทรทัศน์ โดยมีกลุ่มบุคคลทั้งชายและหญิงในช่วงอายุที่ต่ำกว่า 20 ปี และสูงกว่า 60 ปี มีการปรากฏตัวในสัดส่วนที่น้อยกว่า

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแบบแผนของช่วงอายุของเพศชายและหญิงที่ปรากฏตัวในรายการข่าวโทรทัศน์จะมีลักษณะร่วมกันดังกล่าว แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็มีความแตกต่างกันอยู่บ้างระหว่างเพศทั้งสองนี้ โดยเฉพาะใน 2 กลุ่มช่วงอายุ กล่าวคือ ในกลุ่มบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี เพศหญิงจะมีการปรากฏตัวมากกว่าเพศชายถึง 2 เท่า (หญิง:ชาย 20%:9%) จากการสังเกตเนื้อหาสาระของข่าวประกอบพบว่า ตัวเลขที่สูงกว่าของกลุ่มผู้หญิงอายุต่ำกว่า 20 ปีที่ปรากฏในรายการข่าวโทรทัศน์มักจะปรากฏในฐานะเหยื่อผู้ถูกกระทำ (victim) เช่น ข่าวผู้หญิงโสเภณี ดังตัวอย่างข่าวแรงงานหญิงไทยเกือบ 100 คน ถูกหลอกไปค้าประเวณีในประเทศมาเลเซียและถูกทางการมาเลเซียส่งตัวกลับ ภาพของผู้หญิงที่ให้สัมภาษณ์นั้นส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 20 ปี (ไอทีวี, 3 ธ.ค.) ข่าวประเภทนี้มักไม่ขาดหายไปจากหน้าจอโทรทัศน์ นี่จึงเป็นคำอธิบายตัวเลขของบุคคลเพศหญิงที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่จะได้ปรากฏตัวเป็นข่าว

ในทางตรงกันข้ามกับกลุ่มผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งผู้หญิงมีโอกาสปรากฏตัวเป็นข่าวมากกว่าผู้ชาย (แต่มักจะเป็นข่าวด้านลบและเป็นผู้ถูกกระทำ) ในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป เพศชายกลับมีสัดส่วนมากกว่าเพศหญิง (ชาย:หญิง 18:11) และจากการสังเกตเนื้อหาสาระของข่าวประกอบ พบว่า เพศชายที่อายุมากกว่า 60 ปีนั้นยังปรากฏตัวในฐานะผู้กระทำและเป็นข่าวในทางบวก เช่น บรรดาข้าราชการที่เกษียณอายุแล้ว แต่ก็ยังมีเข้าไปสวมบทบาทเป็นนักการเมือง หรือเป็นบุคคลผู้ทำประโยชน์สาธารณะต่าง ๆ เช่น ข่าว ศ.มล.จิรายุ นพวงศ์ องคมนตรีเป็นประธานเปิดงานเอ็ดแพร์ คณะครุศาสตร์ จุฬาฯ (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) หรือภาพของผู้นำทางการเมืองในต่างประเทศก็มักจะเป็นผู้ที่มีอายุเกินกว่า 60 ปี เช่น ข่าวประธานาธิบดีเยลซินของรัสเซียล้มป่วยด้วยโรคปอดบวม (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) เป็นต้น

ดังนั้น เราอาจจะสรุปแบบแผนความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในเรื่องช่วงอายุที่จะเป็นข่าวได้ว่า ผู้หญิงนั้นเริ่มต้นจะปรากฏตัวเป็นข่าวได้ตั้งแต่อายุยังน้อยแต่ทว่ามักจะเป็นข่าวในด้านลบและเป็นผู้ถูกกระทำ (ดูข้อมูลในตอนต่อไป) แต่เมื่อมีอายุมากขึ้นโดยเฉพาะเมื่อพ้นช่วงอายุ 60 ปีไปแล้ว ผู้หญิงสูงอายุจะมีโอกาสปรากฏตัวเป็นข่าวน้อยลง ในขณะที่ผู้ชายอาจจะเริ่มต้นช้ากว่าที่จะเป็นข่าว ดังตัวเลขที่แสดงว่าผู้ชายอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสัดส่วนการเป็นข่าวน้อยแต่ทว่าเวลาที่จะได้ปรากฏตัวเป็นข่าวของผู้ชายจะยาวนานกว่า แม้เมื่ออายุเกิน 60 ปี กลุ่มผู้ชายก็มีโอกาสที่จะได้เป็นข่าวในทางบวกและเป็นผู้กระทำ

(ข) การศึกษาของตัวบุคคลที่เป็นข่าว

ระดับการศึกษาของบุคคลนั้น นอกจากจะมีความหมายโดยตรง (denotative meaning) ว่าหมายถึงจำนวนปีที่บุคคลใช้เวลาอยู่ในสภาพการศึกษาแล้ว ยังมี ความหมายโดยอ้อม (connotative) ว่าหมายถึงความโง่ฉลาดของบุคคล (ดังประโยคใน ชีวิตประจำวันที่ว่า "เด็ก ๆ ไม่เรียนหนังสือ โตขึ้นมาก็โง่เป็นควาย") ชีตความสามารถของบุคคล และสภาพทางสังคมของบุคคลที่จะนำไปสู่สถานะอื่น ๆ (เช่น คุณสมบัติของผู้รับสมัคร เลือกลงวุฒิสมาชิกปี 2543 ต้องจบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี เป็นต้น)

ในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษานี้มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องหญิงชาย มาโดยตลอด เนื่องจากในด้านหนึ่งการศึกษาเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นสภาพที่เสียเปรียบของสตรี เพราะผู้หญิงโดยเฉลี่ยจะได้เรียนหนังสือน้อยกว่าผู้ชาย แต่ในอีกด้านหนึ่ง การศึกษาก็ถูกคาดหวังว่าจะ เป็นเครื่องมือช่วยสร้างความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ดังที่ปรากฏอย่างชัดเจนในงาน เขียนนวนิยายของนักประพันธ์สตรี (ดูรายละเอียดในบทที่ 2) ที่มักวางเค้าโครงเรื่องให้การศึกษา ช่วยเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้หญิงก้าวหน้ามากขึ้น (ในปี 2543 นี้เองก็มีละครโทรทัศน์เรื่อง "นางเอก หลังบ้าน" ที่นางเอกได้เหยียบฐานะของตนเองด้วยการไปเรียนในโรงเรียนของการศึกษานอก โรงเรียน - กศน.)

ในขณะที่ในโลกแห่งความจริง ความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องการศึกษา กับ ประเด็นหญิงชายเป็นดังที่กล่าวข้างต้น ในโลกแห่งรายการข่าวโทรทัศน์ ระดับการศึกษาได้เข้ามา เกี่ยวข้องกับประเด็นหญิงชายอย่างไรบ้าง เราอาจดูได้จากระดับการศึกษากับกลุ่มหญิงชายที่ ปรากฏตัวเป็นข่าวได้ดังนี้

ตารางที่ 35 ตารางแสดงปริมาณของผู้เป็นข่าวชาย/หญิงแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา*	เพศชาย (คน) (%)	เพศหญิง (คน) (%)	รวม
ต่ำ (ประถมศึกษา)	29 (22%)	20 (27%)	49 (24%)
ปานกลาง (มัธยม)	33 (25%)	16 (22%)	49 (24%)
สูง (อุดมศึกษา)	68 (63%)	38 (51%)	106 (52%)
รวม	130 (100%)	74 (100%)	204** (100%)

* การลงรหัสระดับการศึกษาของผู้เป็นข่าวก็ใช้วิธีเดียวกับการลงรหัสเรื่องอายุคือ ลงรหัสตามเนื้อหาข่าวที่ระบุหรือบางกรณีอาจอนุมานได้จากบริบทแวดล้อม

** จากจำนวนชิ้นข่าว 1,026 ชิ้น สามารถประมวลภาพ/คาดเดาเรื่องระดับการศึกษาได้เพียง 204 ชิ้น

ข้อมูลที่แสดงอยู่ในตาราง 35 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

(i) **สำหรับการวิเคราะห์โดยภาพรวมไม่แยกเพศหญิงชาย** จะพบว่า สัดส่วนบุคคลที่ได้ปรากฏตัวในรายการข่าวโทรทัศน์มากที่สุดได้แก่ กลุ่มผู้มีการศึกษาระดับสูงระดับอุดมศึกษาหรือสูงกว่า ซึ่งมีสัดส่วนถึง 52% (เกินกว่าครึ่งหนึ่งทั้งหมด) โดยมีกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปานกลางและระดับต่ำอยู่ในอันดับรองลงไป ข้อมูลดังกล่าวตอกย้ำความเข้าใจที่ว่าเรื่องของบุคคลในข่าวคือวาทกรรมของกลุ่มผู้นำของสังคม กลุ่มผู้ที่มีฐานะดี และกลุ่มผู้มีการศึกษาสูง

(ii) **เมื่อแยกวิเคราะห์ระดับการศึกษาของบุคคลที่ปรากฏตัวในข่าวโดยแยกดูตามเพศหญิงและชาย** ก็ยังปรากฏว่า แบบแผนระดับการศึกษาระหว่างเพศหญิงและเพศชายมีทั้งจุดร่วมและจุดต่างกัน จุดที่ร่วมกันก็คือ ทั้งผู้หญิงและผู้ชายที่มีการศึกษาสูงยังคงเป็นกลุ่มคนที่มีโอกาสได้ปรากฏตัวเป็นข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ได้มากที่สุด โดยสัดส่วนของเพศชายที่มีการศึกษาสูงมีถึง 63% เพศหญิงที่มีการศึกษาสูงมีถึง 51% ส่วนอีก 2 กลุ่มระดับการศึกษาคือ กลุ่มหญิงและชายที่มีการศึกษาระดับมัธยมและประถมนั้นมีโอกาสปรากฏตัวเป็นข่าวน้อยกว่า ซึ่งเป็นแบบแผนเดียวกับการวิเคราะห์ภาพรวม

อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาสูงนี้ จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้ชายที่มีการศึกษาสูงจะมีปริมาณมากกว่าผู้หญิงที่มีการศึกษาสูงถึง 12% แต่ในกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาน้อย สัดส่วนระหว่างเพศหญิงกับเพศชายกลับแตกต่างออกไป กล่าวคือ ผู้หญิงที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาปรากฏตัวเป็นข่าว 27% มากกว่าผู้ชายที่มีการศึกษาต่ำที่มีเพียง 22%

ภาพทั้งสองภาพนี้สามารถสะท้อนความเป็นจริงได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากการสำรวจการศึกษาของสตรีเพื่อจัดทำแผนพัฒนาสตรีระยะยาว พ.ศ.2535-2543 คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.) พบว่า ประชากรสตรีโดยทั่วไปยังมีการศึกษาระดับต่ำ ประชากรครึ่งหนึ่งของประชากรสตรีทั้งหมดมีการศึกษาแค่ระดับประถมศึกษาตอนต้นเท่านั้น ประชากรสตรีที่ไม่รู้หนังสือเป็นอัตราร้อยละ 13.6 ซึ่งมากกว่าอัตราผู้ไม่รู้หนังสือชายเท่าตัว

เป็นที่น่าสังเกตว่าระดับของการศึกษาของผู้ที่ปรากฏตัวเป็นข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์นั้นน่าจะเกี่ยวข้องกับฐานะที่จะถูกนำเสนอด้วย (ดูข้อมูลในตอนต่อไป)

กล่าวคือหากผู้มีการศึกษาน้อยถูกนำเสนอ ก็น่าจะถูกนำเสนอในฐานะผู้ที่ถูกระทำ เช่น ถูกหลอก ตัวอย่างเช่น ชาวหญิงไทยเกือบร้อยคนที่ถูกลอบไปค้าประเวณีที่มาเลเซีย (ไอทีวี, 31 ธ.ค.) ในทางตรงกันข้าม ผู้ที่มีการศึกษาสูงก็ย่อมจะถูกนำเสนอในฐานะผู้ถูกระทำการต่าง ๆ เช่น นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีกระทรวงต่าง ๆ ของไทยล้วนจบการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีถึงปริญญาเอกทั้งสิ้น

จากตัวแปรคุณลักษณะของประชากร 2 ตัวที่วิเคราะห์มา ได้แสดงว่า **แบบแผนของอายุและระดับการศึกษา**ของผู้เป็นชาวเพศหญิงและเพศชายมีความสอดคล้องกัน คือ ผู้หญิงที่มีอายุน้อยมีการศึกษาน้อยจะได้เป็นข่าวมากกว่าผู้ชายอายุน้อยและการศึกษาน้อย แต่ผู้ชายที่มีอายุมากและมีการศึกษาสูงจะได้เป็นข่าวมากกว่าผู้หญิงสูงอายุและมีการศึกษาสูง และหากนำเอาทฤษฎีของสำนัก Social Construction of Reality มาอธิบายว่า อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์นั้นก็คือ ความสามารถที่จะประกอบสร้าง (construct) ภาพของคนแต่ละกลุ่ม แต่ละเพศแต่ละวัยให้ติดอยู่ในความนึกคิดของสังคม ปริมาณของผู้เป็นข่าวที่ได้วิเคราะห์มาก็อาจจะนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า ภาพของผู้หญิงที่ถูกประกอบสร้างด้วยรายการข่าวโทรทัศน์ก็คือ "ผู้ที่มีวุฒิภาวะน้อยยังเป็นเด็ก อายุน้อย และไม่ค่อยฉลาดเพราะมีการศึกษาน้อย" เมื่อเทียบกับผู้ชายซึ่งดู "สูงอายุมีวุฒิภาวะและมีการศึกษาดีมีความรู้และมีสติปัญญา"

(ค) อาชีพของตัวบุคคลที่เป็นข่าว

อาชีพเป็นตัวแปรด้านคุณลักษณะประชากรอีกตัวหนึ่งที่กลุ่มสตรีนิยมใช้เป็นตัวบ่งชี้ในการวัดระดับความเสมอภาคทางเพศ เนื่องจากต้นกำเนิดของขบวนการสตรีนิยมก็เริ่มในปริณทลวิชาชีพจากการเรียกร้องให้จ่ายค่าแรงงานที่เท่าเทียมกันเมื่อหญิงและชายทำงานประเภทเดียวกัน (equal work, equal pay) และในทุกวันนี้ การต่อสู้เพื่อโอกาสที่เท่าเทียมกันและเสมอภาคกันในเรื่องโอกาสความก้าวหน้าทางวิชาชีพก็ยังเป็นประเด็นที่ขบวนการสตรีนิยมเรียกร้องอยู่

ไม่เพียงแต่ในโลกแห่งความเป็นจริงเท่านั้นที่ความไม่เท่าเทียมในด้านอาชีพปรากฏอยู่ แม้แต่ในโลกของสื่อมวลชน เช่น นวนิยาย ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ก็ยังมีการนำเสนอภาพของความไม่เสมอภาคทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ดังเช่นผลการวิจัยที่ได้นำเสนอมาในบทที่ 2 ซึ่งพบว่าภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชน ในเชิงปริมาณ ผู้หญิงมักจะมีอาชีพที่จำกัดอยู่เพียงไม่กี่อาชีพ และเป็นอาชีพตามแบบฉบับ (stereotype) เช่น ครู พยาบาล แม่บ้าน ในขณะที่ผู้ชายจะมีอาชีพที่หลากหลายมากกว่า นอกจากนั้นเมื่อเปรียบเทียบการนำเสนอภาพอาชีพระหว่างชายกับหญิงแล้ว ก็พบว่าอาชีพของผู้ชายจะมีฐานะเหนือกว่าผู้หญิง ที่เรียกว่า "ชายบริหาร หญิง

บริการ" เช่น ผู้ชายจะเป็นหมอ ผู้หญิงจะเป็นพยาบาล ผู้ชายเป็นผู้จัดการ ผู้หญิงเป็นเลขานุการ ผู้ชายจะเป็นเจ้าของกิจการ ผู้หญิงจะเป็นลูกน้อง เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเกณฑ์การแบ่งอาชีพตามแนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชายมาใช้วิเคราะห์ภาพของอาชีพของบุคคลที่ปรากฏตัวในข่าวโทรทัศน์ดังนี้

ตารางที่ 36 ตารางแสดงปริมาณความถี่ของผู้เป็นข้าราชการ/หญิงแยกตามประเภทอาชีพ

ประเภทอาชีพ	ผู้ชาย (คน) (ร้อยละ)	ผู้หญิง (คน) (ร้อยละ)	รวม
ใช้แรงงาน (อาชีพระดับล่าง)	42 (27%)	32 (31%)	74 (30%)
ใช้สมอง/ระดับบริหาร (อาชีพระดับสูง)	65 (42%)	29 (29%)	94 (37%)
กึ่งๆใช้แรงงานและสมอง (อาชีพระดับกลาง)	34 (22%)	25 (25%)	59 (23%)
ไม่ปรากฏอาชีพ	13 (9%)	16 (15%)	29 (10%)
รวม	154	102	256

- **อาชีพใช้แรงงาน** หมายถึงอาชีพระดับล่างที่มีรายได้น้อย มีสถานภาพต่ำ เช่น เกษตรกร กรรมกร ช่างบ้าน ทหารตำรวจชั้นผู้น้อย รวมทั้งโจรมิจฉาชีพ
- **อาชีพใช้สมอง/ระดับบริหาร** หมายถึงอาชีพระดับสูงที่มีรายได้มาก มีสถานภาพสูง เช่น ข้าราชการระดับสูง นักธุรกิจ นักการเมือง นายทหารตำรวจระดับสูง รัฐมนตรี
- **อาชีพกึ่งใช้แรงงานและสมอง** เช่น ครู นักกีฬา นักแสดง เป็นอาชีพที่อยู่ระหว่างกลาง
- **ไม่ปรากฏอาชีพ** เช่น กลุ่มบุคคลที่ถูกนำเสนอนิรฐานะพ่อแม่ แม่บ้าน พี่น้อง ลูกสาว ลูกชาย

ผลจากตารางที่ 36 สามารถวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

(i) หากวิเคราะห์ภาพรวมอาชีพของบุคคลที่ปรากฏตัวในข่าวโดยยังไม่แยกเพศ จะพบว่า กลุ่มบุคคลที่มีอาชีพระดับสูงที่ใช้สมองและเป็นงานบริหารจะมีปริมาณมากที่สุดถึง 37% ซึ่งก็สอดคล้องกับตัวแปรคุณลักษณะประชากร 2 ตัวที่ผ่านมาก็คือ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 40-60 ปี และมีการศึกษาสูง จะเป็นคนที่มีโอกาสปรากฏตัวในข่าวมากที่สุด ผู้วิจัยเข้าใจว่า บุคคลในกลุ่มผู้มีอาชีพระดับสูงนี้ โดยส่วนใหญ่จะปรากฏตัวในฐานะผู้กระทำ ผู้ชี้นำ ทิศทางของสังคม ผู้แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของสังคม เช่น ช่าง นพ.อรรถสิทธิ์ เวชชาชีวะ อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล ให้สัมภาษณ์ว่า โรงพยาบาลในความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยได้จัดการแก้ไขปัญหาเรื่อง Y2K เรียบร้อยแล้ว (ช่อง 7, 26 พ.ย.) ข่าวนี้เป็นตัวอย่างแบบฉบับของข่าว

โทรทัศน์

สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีการปรากฏตัวมากเป็นอันดับสองได้แก่ กลุ่มผู้มีอาชีพระดับล่างอันได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน ในด้านหนึ่ง บางอาชีพของกลุ่มบุคคลเหล่านี้อาจจะถูกนำเสนอในฐานะผู้ได้รับผลกระทบหรือเป็นผู้ถูกกระทำจากการเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ชาวโรงกลั่นไทยออยล์ระเบิดที่ จ.ชลบุรี ผู้เสียชีวิต 4 คนแรกก็เป็นเจ้าหน้าที่ระดับล่างของโรงงาน (ไอทีวี, 3 ธ.ค.) หรือเป็นผู้กระทำการร้ายเสียเอง เช่น ชาวตำรวจค้นบ้านผู้ที่ลักลอบตัดไม้กฤษณาที่อ.หนองบัวแดง ซึ่งในภาพถ่ายก็เป็นบ้านของชาวบ้านที่ยากจน (ช่อง 11, 30 พ.ย.) ในอีกด้านหนึ่ง สำหรับกลุ่มผู้ใช้แรงงานที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐระดับต่าง ๆ ก็อาจจะปรากฏตัวในฐานะผู้ดูแลรักษาความมั่นคงปลอดภัยของสังคม เช่น ชาวตำรวจชั้นผู้น้อยตามล่ากลุ่มเด็กนักเรียนอาชีพที่ข่มขืนแล้วฆ่าทิ้งนักศึกษาหญิงชายที่เป็นคู่รักกัน (ช่อง 3, 25 พ.ย.) เป็นต้น

สำหรับบุคลากรระดับอาชีพกลาง ๆ ที่ใช้แรงงานและสมองนั้น ถูกนำเสนอโดยมีปริมาณมากเป็นอันดับที่สาม และกลุ่มบุคคลที่ไม่ปรากฏอาชีพแน่นอน แต่นำเสนอในฐานะอื่น ๆ เช่น เป็นแม่บ้าน (ที่ไม่นับเป็นอาชีพ) มีสัดส่วนน้อยที่สุด

หากพิจารณาแต่เฉพาะแบบแผนของปริมาณอาชีพระดับต่าง ๆ ของบุคคลแล้ว จะพบว่า รายการข่าวโทรทัศน์ยังไม่ได้ทำหน้าที่สะท้อนภาพสัดส่วนทางอาชีพที่เป็นจริง ทั้งนี้เพราะในความเป็นจริง กลุ่มบุคคลที่ใช้แรงงานเช่นกรรมกร เกษตรกร ย่อมมีปริมาณมากกว่ากลุ่มผู้ใช้สมองและผู้บริหารอย่างแน่นอน แม้ว่าจะงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการประเภทเรื่องแต่ง (Fiction) เช่น ละครโทรทัศน์จะถูกกล่าวหาว่า ตัวละครเอกลักษณะมักจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีฐานะดี มีอาชีพระดับสูงเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่า แม้แต่รายการข่าวโทรทัศน์ซึ่งเป็นรายการประเภทเรื่องจริงไม่ใช่เรื่องแต่ง ก็มีแบบแผนการนำเสนอภาพสะท้อนของโลกที่บิดเบี้ยวไม่แพ้กัน

(ii) **เมื่อแยกดูประเภทของอาชีพโดยแบ่งเป็นเพศหญิงและชาย** โดยดูเทียบระหว่างอาชีพระดับสูงและระดับล่าง ก็พบเห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจน ผู้ชายจะถูกนำเสนอว่าเป็นผู้ที่อยู่ในอาชีพระดับสูง/ใช้สมอง/งานบริหารถึง 42% ในขณะที่ปริมาณภาพของผู้หญิงจะมีเพียง 29% เท่านั้น แต่ในอาชีพระดับล่างเช่น การใช้แรงงานนั้น ปริมาณภาพของผู้ชายจะถูกนำเสนอน้อยกว่าผู้หญิง (ชาย:หญิง 27%:31%) กล่าวคือ ผู้หญิงใช้แรงงานจะถูกนำเสนอในข่าวมากกว่าผู้หญิงระดับบริหาร (31%:29%) ในขณะที่ผู้ชายระดับบริหารจะถูกนำเสนอมากกว่าผู้ชายใช้แรงงาน (42%:27%) คำที่กล่าวว่า ในโลกของสื่อมวลชนนั้น "ภาพของผู้ชายบริหาร ผู้หญิงบริการ (ใช้แรงงาน)" นั้น ยังนำมาใช้ได้กับกรณีของรายการข่าวโทรทัศน์เช่นกัน

(iii) ประเด็นที่น่าสังเกตอีกแง่มุมหนึ่งก็คือ ตัวเลขของผู้ที่ไม่ปรากฏอาชีพ ซึ่งรวมแม่บ้านที่ถูกถือว่าเป็น "ไม่ใช่อาชีพ" เข้าไปด้วย ตัวเลขของผู้หญิงที่ไม่ประกอบอาชีพหรือไม่ปรากฏอาชีพนั้นมีสูงกว่าผู้ชาย (หญิง:ชาย 15%:9%) ซึ่งสร้างภาพว่าผู้หญิงจำนวนหนึ่งสามารถจะมีชีวิตอยู่ได้โดยไม่ต้องประกอบอาชีพ แต่โดยข้อเท็จจริงแล้ว แม้ว่าจะเป็นแม่บ้าน แต่ผู้หญิงไทยจำนวนมากต้องหารายได้เสริมให้แก่ครอบครัว (การสำรวจในปี 2532 พบว่า กำลังแรงงานสตรี 13.39 ล้านคน มีผู้ทำงานอยู่ถึง 92.35% อ้างจากแผนพัฒนาสตรีระยะยาว 2535-2554 คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ)

(2.3.3) ประเภทของข่าวที่ผู้หญิง/ผู้ชายปรากฏตัวเป็นข่าว

ในตอนก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านข่าวเพศหญิงและชายกับประเภทข่าวต่าง ๆ ที่ได้อ่าน เนื่องจากการวิเคราะห์เชิงสตรีนิยมแนววัฒนธรรมมีความเชื่อว่า บรรดาคุณค่าต่าง ๆ ในสังคมจะถูกติดเกี่ยวโยงอยู่กับเรื่องเพศ ในเรื่องประเด็นข่าวก็มีเรื่องคุณค่าเข้ามาเกี่ยวข้องเช่นเดียวกัน เพราะข่าวประเภทข่าวหนักอันได้แก่ ข่าวเศรษฐกิจการเมือง ต่างประเทศนั้น จะถูกถือว่ามีคุณค่ามากกว่าข่าวเบาอันได้แก่ ข่าวสังคม วัฒนธรรม อาชญากรรม เป็นต้น แม้ว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านข่าวเพศหญิงและชาย จะพบว่าไม่ค่อยมีความเกี่ยวข้องกับประเภทของข่าวที่อ่าน เนื่องจากเหตุผลเชิงเทคนิคในการสลับกันอ่านมีความสำคัญมากกว่า และหลักการเชิงเทคนิคถูกนำมาใช้มากกว่าหลักการเรื่องการแบ่งงานกันทำทางเพศ (Sexual Division of Labour) แต่ทว่าในเรื่องภาพของบุคคลที่เป็นข่าวอาจจะไม่ดำเนินไปตามหลักการเช่นนั้น เนื่องจากภาพของบุคคลเพศต่าง ๆ ที่ปรากฏในรายการข่าวนั้นเป็นภาพที่สะท้อนส่วนเลี้ยวหนึ่งของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกที่เป็นจริง

ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าวโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ แยกตามเพศของบุคคลในข่าวที่ปรากฏมีดังนี้

ตารางที่ 37 ตารางแสดงปริมาณความถี่ของผู้เป็นข้าราชการ/หญิง แยกตามประเภทของ
ข้าราชการ

ประเภทข้าราชการ	ผู้ชาย	ผู้หญิง	รวม	ปริมาณ
1. อาชญากรรม	44 (16%)	27 (18%)	71	มาก
2. ต่างประเทศ	43 (16%)	28 (19%)	71	มาก
3. กีฬา	34 (13%)	25 (17%)	59	มาก
4. อื่น ๆ	26 (10%)	25 (17%)	51	ปานกลาง
5. สังคม	32 (12%)	17 (12%)	49	ปานกลาง
6. การเมือง	37 (14%)	3 (2%)	40	น้อย
7. วัฒนธรรม	25 (9%)	12 (81%)	37	น้อย
8. เศรษฐกิจ	26 (10%)	10 (7%)	36	น้อย
รวม	267	147	414*	

*การนับการปรากฏตัวของผู้เป็นข้าราชการ จะนับเฉพาะผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับประเด็นข่าว ดังนั้น ปริมาณของผู้เป็นข้าราชการจะลดจากภาพที่เห็นทั้งหมด 1,132 คน (จากตารางที่ 33) เหลือเพียง 414 คน

ผลจากตารางที่ 37 สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

(i) **เมื่อวิเคราะห์โดยภาพรวมแบบไม่แยกเพศ** สามารถแยกปริมาณของประเภทข่าวออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ

- **ประเภทข่าวที่มีปริมาณมาก** ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม (71 ชิ้น) ข่าวต่างประเทศ (71 ชิ้น) ข่าวกีฬา (59 ชิ้น) น่าสังเกตว่ามักเป็นข่าวเบาเป็นส่วนใหญ่
- **ข่าวที่มีปริมาณปานกลาง** ได้แก่ ข่าวสังคม (49 ชิ้น)
- **ข่าวที่มีปริมาณน้อย** ได้แก่ ข่าวการเมือง (40 ชิ้น) ข่าววัฒนธรรม (37 ชิ้น) และข่าวเศรษฐกิจ (36 ชิ้น) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวหนัก

(ii) เมื่อวิเคราะห์ผลในตารางที่ 37 **โดยใช้แนวคิดบทบาทหญิงชายเป็นเกณฑ์** เมื่อพิจารณาเฉพาะแบบแผนของเพศชายที่ปรากฏเป็นข่าว จะพบว่า ประเภทของข่าวที่มีเพศชายปรากฏตัวอย่างมากคือ ข่าวอาชญากรรม (16%) ข่าวต่างประเทศ (16%) ข่าวการเมือง (14%) และข่าวกีฬา (13%) ส่วนข่าวที่มีเพศชายปรากฏตัวน้อยกว่าคือ ข่าวสังคม (12%) ข่าวเศรษฐกิจ (10%) และข่าววัฒนธรรม (9%) อย่างไรก็ตาม การกระจายตัวของข่าวแต่ละประเภทจะเกาะกลุ่มกันไม่แตกต่างกันมากนัก (พิสัยระหว่าง 9%-16%)

สำหรับแบบแผนของเพศหญิงที่ปรากฏเป็นข่าว ประเภทของข่าวที่มีผู้หญิงปรากฏตัวมากได้แก่ ข่าวต่างประเทศ (19%) ข่าวอาชญากรรม (18%) ข่าวกีฬา (17%) ส่วนประเภทข่าวที่มีผู้หญิงปรากฏตัวในระดับปานกลางมีข่าวสังคม (12%) และข่าวเศรษฐกิจ (7%) ส่วนที่มีผู้หญิงปรากฏตัวน้อยที่สุดคือ ข่าวการเมือง (2%) เมื่อเปรียบเทียบการกระจายตัวของข้อมูลของผู้หญิงกับแบบแผนของเพศชายแล้ว จะพบว่าสัดส่วนของประเภทข่าวแต่ละประเภทในกลุ่มที่ผู้หญิงปรากฏตัวจะกระจายตัวอย่างมาก มีตั้งแต่ปริมาณข่าวที่น้อยที่สุดคือ 2% จนถึงมากที่สุดคือ 19%

(iii) เมื่อนำคะแนนดิบของปริมาณข่าวแต่ละประเภทในตารางที่ 37 มาเปรียบเทียบดูระหว่างเพศ จะพบว่าปริมาณข่าวที่ผู้ชายมีโอกาสปรากฏตัวนั้นจะมีมากกว่าผู้หญิงเกือบเท่าตัว (ชาย:หญิง 267:147) และในประเภทข่าวทั้ง 8 ประเภทนั้น ปริมาณการปรากฏตัวของผู้ชายก็มากกว่าผู้หญิงในทุกรายการ นี่ย่อมหมายความว่าในพื้นที่ของรายการข่าวโทรทัศน์นั้นยังเป็นพื้นที่ของผู้ชายอยู่อย่างมาก และรายการข่าวทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นข่าวหนักหรือข่าวเบาล้วนแล้วแต่เป็น "ข่าวของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่"

ตารางที่ 38 ตารางแสดงการเปรียบเทียบปริมาณความถี่ของผู้เป็นข้าราชการ/หญิง แยกตามประเภทข่าว

ประเภทข่าว	เพศชาย	เพศหญิง	ความแตกต่าง (ชายมากกว่าหญิง)	ระดับความแตกต่าง
1. การเมือง	37	3	+34	มาก
2. อาชญากรรม	44	27	+17	ปานกลาง
3. เศรษฐกิจ	26	10	+16	ปานกลาง
4. สังคม	32	17	+15	ปานกลาง
5. ต่างประเทศ	43	12	+15	ปานกลาง
6. วัฒนธรรม	25	25	+13	น้อย
7. กีฬา	34	28	+9	น้อย
8. อื่น ๆ	26	25	+1	น้อย
รวม	267	147	414	

(iv) เมื่อเปรียบเทียบปริมาณของข่าวแต่ละประเภทที่มีผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัว อาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม

- ประเภทข่าวที่ปริมาณผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัวมากน้อยอย่างแตกต่างกันมาก ได้แก่ ข่าวการเมือง โดยมีปริมาณข่าวที่ผู้ชายปรากฏตัวถึง 37 ข่าว ผู้หญิงปรากฏตัวเพียง 3 ข่าว

- ประเภทข่าวที่ปริมาณผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัวแตกต่างกันในระดับปานกลาง ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคมและข่าวต่างประเทศ

- ประเภทข่าวที่ปริมาณผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัวแตกต่างกันค่อนข้างน้อยคือ ข่าววัฒนธรรมและข่าวกีฬา

(v) รายละเอียดของแต่ละข่าว

- **ข่าวการเมือง** จากปริมาณข่าวที่มีผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัวในข่าวอย่างแตกต่างกันมากถึง 10 เท่าตัวนั้น สะท้อนให้เห็นภาพความเป็นจริงว่า ในแวดวงการเมือง

ซึ่งเป็นปริวิตที่มีผลต่อชีวิตสาธารณะมากที่สุด เนื่องจากเป็นปริวิตที่มีการใช้อำนาจตัดสินใจกิจการสาธารณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการออกกฎหมาย การดำเนินแนวทางพัฒนาประเทศ การตัดสินใจเศรษฐกิจระดับมหภาค การตัดสินใจใช้ทรัพยากรของสังคม ฯลฯ แต่ปริวิตนี้ยังค่อนข้างเป็น "เขตอภิสิทธิ์ของผู้ชาย" (male's privileged zone) โดยมีข้อยกเว้นเล็กๆ น้อย ๆ ที่ผู้หญิงจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในทางการเมือง ตัวอย่างเช่น ชาวผู้หญิงเข้ามามีส่วนในการเมืองก็เช่น ชาวคุณสุดาวัฒน์ ในฐานะสส.ที่สังกัดพรรคฝ่ายค้าน แสดงความคิดเห็นว่า ฝ่ายค้านควรเปิดอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลกรณีความล้มเหลวทางเศรษฐกิจ กรณีบ้านสามหลังของรมต.มหาดไทย ซึ่งแสดงให้เห็นการใช้อำนาจที่ไม่โปร่งใส (ช่อง 3, 3 ธ.ค.) เนื่องจากจำนวนนักการเมืองหญิงมีน้อย โอกาสที่จะแสดงบทบาทดังกล่าวในปริวิตทางการเมืองจึงมีน้อยไปด้วย

● **ข่าวอาชญากรรม** เป็นประเภทข่าวที่ผู้หญิงและผู้ชายมีโอกาสปรากฏตัวในข่าวในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน (ชาย:หญิง 44:27) ทั้งนี้ น่าจะเนื่องจากฐานะของผู้หญิงที่เข้าไปมีส่วนร่วมเหตุการณ์อาชญากรรมนั้น มิได้หลากหลายฐานะทั้งในฐานะเป็นผู้กระทำและในฐานะเหยื่อ

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาพของผู้หญิงที่แสดงออกในข่าวอาชญากรรมส่วนใหญ่ จะมีลักษณะในฐานะที่ตกเป็นเหยื่อ ตัวอย่างข่าวที่เป็นแบบฉบับได้แก่

"หนุ่มคลังยาบ้าจับตัวเมียเป็นประกัน ตำรวจต้องตาม
แอบเอายานอนหลับให้กิน จึงเข้าจับกุมได้"

(ช่อง 9, 2 ธ.ค.)

โดยเฉพาะในกรณีที่มีข่าวอุบัติเหตุหรือข่าวอุบัติเหตุร้ายแรงเกิดขึ้น จะพบอยู่เสมอว่า ภาพเด็ก ผู้หญิง คนแก่ และคนพิการจะถูกเลือกมานำเสนอเพื่อแสดงให้เห็นฐานะที่ผู้อ่อนแอเหล่านี้ต้องตกเป็นเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น เมื่อข่าวทุกช่องรายงานกรณีโรงงานกลั่นน้ำมันไทยออยส์ที่เกิดจ.ชลบุรีระเบิด เมื่อวันที่ 2 ธ.ค. 42 ภาพที่แสดงออกมานั้นจะเป็นภาพของภรรยาที่ร้องไห้ตามมหาสามีที่สูญหายไปในการระเบิด (ช่อง 3, 4 ธ.ค.) ภาพแสดงชาวบ้าน (ผู้หญิงชรา) ต้องอพยพบ้านเรือนไปอยู่ที่อื่น ๆ ภาพเด็ก ๆ ที่ได้รับควันพิษจากอากาศที่สุดเข้าไป เป็นต้น

สำหรับสถานะของผู้หญิงที่จะเป็นฝ่ายกระทำนั้นอาจจะมีทั้งกระทำทางด้านบวกและด้านลบ ซึ่งในกรณีหลังนี้นับว่าเป็นข่าวที่แปลกหาพบได้ยาก และมักจะได้เป็นข่าวก็

เพราะคุณสมบัติของความแปลกนี้เอง

- **กรณีผู้หญิงเป็นผู้กระทำการด้านบวก**

"ตำรวจท่องเที่ยวหญิงจับกุมชายผู้ต้องสงสัยสัญชาติพม่า"

(ช่อง 11, 1 ธ.ค.)

- **กรณีผู้หญิงเป็นผู้กระทำการด้านลบ**

"ผู้หญิงเป็นโจรเข้าปล้นร้านมินิมาร์ท"

(ช่อง 3, 29 พ.ย.)

- **ข่าวเศรษฐกิจ** เมื่อเปรียบเทียบกับข่าวการเมืองแล้ว จะเห็นได้ว่า ปริมาณภาพของหญิงและชายที่ปรากฏในข่าวเศรษฐกิจนั้น ยังมีความแตกต่างกันน้อยกว่าข่าวการเมือง (ชาย:หญิง 26:10) ซึ่งน่าจะเป็นเครื่องสะท้อนกับบทบาทการมีส่วนร่วมพอสมควรของสตรีในชีวิตเศรษฐกิจของสังคม อย่างไรก็ตาม ก็เป็นที่น่าสังเกตว่า หากเป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งสูงสุดในองค์กรธุรกิจที่สำคัญ ๆ จะยังคงเป็นผู้ชาย ส่วนผู้หญิงมักจะอยู่ในตำแหน่งรอง หรือมีฉะนั้นก็อยู่ในธุรกิจขนาดเล็ก เพราะฉะนั้นตัวอย่างข่าวเศรษฐกิจที่แสดงภาพหญิง/ชายจะมีลักษณะเช่นนี้

"สต็อกน้ำมันในสหรัฐขึ้นราคา สมาคมผู้ค้าน้ำมันของไทยให้สัมภาษณ์ 'ไม่กระทบราคาน้ำมันในไทย' (ผู้ให้สัมภาษณ์จากสมาคมผู้ค้าน้ำมันทั้งหมดเป็นผู้ชาย)

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

"เจ้าของร้านเพชร (ผู้หญิง) ให้สัมภาษณ์กรณีซื้อไฟลีนยักษ์ สีฟ้า ราคา 50 ล้านบาท"

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

- **ข่าวสังคม** ข่าวสังคมถูกจัดอยู่ในประเภท "ข่าวเบา" และมีความสำคัญน้อยกว่าข่าวเศรษฐกิจการเมืองดังที่จะเห็นจากการจัดวางลำดับของข่าวจะอยู่ตรงกลาง ๆ ของรายการ ปริมาณของหญิง/ชายที่ปรากฏในข่าวสังคมมีปริมาณมากน้อยแตกต่างกัน

ในระดับปานกลาง (ชาย:หญิง 32:17) ภาพของสตรีที่ปรากฏในข่าวสังคมนั้นมีทั้งภาพด้านบวก และด้านลบ และมีทั้งที่เป็นผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ หากทว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับข่าวอาชญากรรมแล้ว ภาพของผู้หญิงในข่าวสังคมจะมีลักษณะเป็นผู้กระทำมากกว่าและเป็นบวกมากกว่า เช่น ตัวอย่างข่าวต่อไปนี้

● **ภาพของผู้หญิงที่เป็นผู้กระทำและเป็นบวกในข่าวสังคม**

"นักโคตร่มหญิงร่วมชบวนการโคตร่มเฉลิมพระเกียรติ 5 ธันวาคม"

(ช่อง 3, 2 ธ.ค.)

"ครูหญิงสร้างนวัตกรรมใหม่สำหรับใช้สอนให้เด็กอ่านหนังสือ
ได้ดีขึ้น"

(ช่อง 7, 25 พ.ย.)

● **ภาพของผู้หญิงที่ตกเป็นเหยื่อในด้านลบ**

"ผู้หญิงไปฝากครรภ์พิเศษกับหมอ เมื่อถึงเวลาคลอด เกิด
คลอดแบบผิดปกติ หมอที่เป็นเจ้าของคนไข้ไม่มา หมอคนอื่น
ไม่กล้ารักษาให้ ทำให้มารดากลายเป็นเจ้าหญิงนิทรา ส่วนลูก
ก็ผิดปกติ"

(ไอทีวี, 2-3 ธ.ค.)

● **ข่าววัฒนธรรม** ตามปกติมิติวัฒนธรรมนั้นน่าจะเป็นมิติของผู้หญิง ดังที่ปรากฏในการวิจัยเกี่ยวกับรายการผู้หญิง (ปัญญา, 2537) ฉะนั้น ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าววัฒนธรรมน่าจะมีมากกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ธรรมชาติของรายการข่าวโทรทัศน์นั้น จะให้ความสำคัญกับผู้ที่มีฐานะเป็นผู้นำ ดังนั้นแม้ว่าในเชิงปริมาณ ผู้หญิงอาจจะเป็นผู้ถูกมอบหมายให้ทำงานเกี่ยวข้องกับวิชาชีพสื่อบทวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่ แต่ทว่าสำหรับผู้นำทางวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นผู้ชายเป็นส่วนมาก ดังที่ปรากฏเห็นอย่างชัดเจนในภาพข่าวงานลอยกระทง (วันที่ 22 พ.ย.) ที่มีภาพของผู้หญิงปรากฏอย่างมากมายทั้งในภาพของนางนพมาศ ในขบวนพอรำ แต่ทว่าภาพของประธานเปิดพิธีของเกือบจะทุกงาน จะเป็นผู้ชายทั้งหมด หรือตัวอย่างเช่นข่าวศิลปวัฒนธรรมนี้ก็มีผู้ชายเป็นผู้นำ เช่น ข่าวการจัดงานประกวดภาพยนตร์ Asia Pacific ณ หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลปรากฏว่า ภาพยนตร์

เรื่อง "นางนาก" กวาดรางวัลไปได้หลายรางวัล มีการสัมภาษณ์ นนทรีย์ นิมิตรบุตร ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่องนี้ และสัมภาษณ์ คมน์ อรรถมเดช ผู้จัดงานประกวด ทั้ง 2 ท่านเป็นผู้ชาย (ช่อง 7, 26 พ.ย.)

ปริมาณภาพของผู้ชายและผู้หญิงที่ปรากฏในข่าววัฒนธรรมนั้น มีความแตกต่างกันในระดับปานกลาง (ชาย:หญิง 25: 12) และภาพของผู้หญิงที่ปรากฏก็มีทั้งที่เป็นผู้กระทำและผู้เป็นเหยื่อ มีทั้งด้านบวกและด้านลบ ดังตัวอย่างข่าวต่อไปนี้

◆ ภาพของผู้หญิงที่เป็นผู้กระทำในด้านบวก

"นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ออกแบบเครื่องประดับประกอบภาพนางแบบเดินแฟชั่น มีผู้หญิงเป็นประธานตัดริบบิ้นเปิดงาน"

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

◆ ภาพของผู้หญิงตกเป็นเหยื่อด้านลบ

"ตำรวจเร่งแก้ปัญหาดาราดูคดีต่อภาพลามก"

(ช่อง 7, 22 พ.ย.)

(ไอทีวี, 30 พ.ย.)

● **ข่าวกีฬา** ถึงแม้ว่าข่าวกีฬาจะถูกจัดว่าอยู่ในประเภทข่าวเบาที่มีลักษณะให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ทว่าสำหรับในยุคสมัยปัจจุบันนี้ เนื่องจากกีฬามีความสำคัญอย่างมากต่อชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ที่หันมาให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพอนามัยที่ดี และการออกกำลังกาย/การเล่นกีฬาถูกคาดหวังจะเป็นองค์ประกอบสำคัญตัวหนึ่งของการมีสุขภาพที่ดี ประชากรวัยเกษียณก็คือ การขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องกีฬา สื่อมวลชนเองก็ได้พัฒนาตัวเองไปรองรับกระแสความต้องการดังกล่าวของสังคม หน้ากีฬาในหนังสือทุกฉบับจึงเพิ่มปริมาณมากขึ้น รวมทั้งการเกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์กีฬาเป็นการเฉพาะ ในรายการโทรทัศน์ก็ได้แยก section ข่าวกีฬาออกมาเป็นการเฉพาะ และจากตารางที่ 37 หากเปรียบเทียบปริมาณของประเภทข่าวทั้งหมด ก็เห็นว่าข่าวกีฬามีปริมาณมากเป็นอันดับสอง (59 ชิ้น) รองจากข่าวอาชญากรรมและข่าวต่างประเทศ (71 ชิ้น) เท่านั้น

แม้ว่า กีฬาจะเคยเป็นปริศนาลอกลีลิทของผู้ชายมาก่อน แต่

เนื่องจากปรากฏการณ์การขยายตัวของกีฬาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้อาณาเขตของเรื่องกีฬาต้องขยายออกไปรวมถึงกลุ่มผู้หญิงด้วย ดังที่ปรากฏว่าในการแข่งขันกีฬาระดับโลกเช่น โอลิมปิกเอเชียนเกมส์ กีฬาส่วนใหญ่จะต้องมีทั้งของผู้ชายและผู้หญิง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวปริมาณภาพของผู้หญิงและผู้ชายในข่าวกีฬาจึงปรากฏในจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก (ชาย:หญิง 34:25) ซึ่งเป็นผลที่สอดคล้องกับงานวิจัยของชนัญชี่ (2538) ที่วิเคราะห์พัฒนาการของปริมาณภาพสตรีในหนังสือพิมพ์ในช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา (2528-2537) และพบว่าปริมาณภาพของผู้หญิงมีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน้าข่าวกีฬา

ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์จะเป็นภาพข่าวกีฬาที่เล่นควบคู่ไปกับชาย (โดยจะมียกเว้นกีฬาบางประเภทเช่น ฟุตบอล สก๊อตเตอร์) ภาพกีฬาดังกล่าวมีทั้งกีฬาที่เป็นไปตามแบบฉบับ เช่น กีฬาเทนนิส วอลเลย์บอล บาสเกตบอลล์ วายน้ำ หรือกีฬาที่ยังดูแปลกใหม่สำหรับผู้หญิงเช่น ตระกร้อ รวมทั้งกีฬาที่ไม่น่าจะไปได้กับผู้หญิง เช่น กีฬายกน้ำหนัก นอกจากนี้วิธีการเสนอข่าวแบบทั่ว ๆ ไปแล้ว ในรายงานข่าวกีฬายังมีประเด็นทางเพศ "แบบผู้หญิง" ติดมาอยู่เสมอ เช่นตัวอย่างข่าวนี้

"นักฟุตบอลหญิงชาวออสเตรเลียถ่ายภาพชุด promote ทีม
ของตน"

(ไอทีวี, 30 พ.ย.)

สำหรับประเด็นที่เรื่อง "เพศความเป็นหญิง" เช่น ความสวยงาม ลักษณะสรีระร่างกายนั้นจะยังติดตัวสตรีอยู่เสมอไม่ว่าจะไปปรากฏตัวในบริบทใดก็ตาม เช่นที่ พัทธนีและคณะ (2533) และมัณฑนา (2538) พบในกรณีของภาพของนักการเมืองหญิง และโฆษกหญิงของหน่วยงานราชการที่ถูกนำเสนอในสื่อมวลชนที่ยังต้องพ่วงติดเอาเรื่องรูปร่างสรีระและความสวยงามควบคู่ไปอยู่ด้วยเสมอ แม้แต่บริบทที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะและการฝึกฝน และการใช้พลังกำลังเช่นการเล่นกีฬาก็ตาม ดังเช่นเมื่อจรัสศรี (2540) สำรวจการทำงานของนักข่าวกีฬาหญิง ประเด็นหนึ่งที่ผู้วิจัยต้องถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นทั้งนักข่าวหญิง นักข่าวชาย แหล่งข่าวและผู้บริหารก็คือ "มีความเห็นอย่างไรที่ข่าวกีฬามักจะนำเสนอภาพโชว์ส่วนสัดของนักกีฬาหญิงมากกว่าสื่อมวลชนเชิงกีฬาของนักกีฬาหญิง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการนำเสนอของสื่อมวลชนที่อาจจะเห็น "ความเป็นหญิง" มากกว่า "ความเป็นนักกีฬา" ของนักกีฬาหญิง

มีข้อสงสัยเกิดว่า แม้ว่าในระดับของนักกีฬา จะมีผู้หญิงเข้าไปมีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ทว่าหากเป็นระดับผู้บริหารแล้ว ก็ยังแทบจะไม่พบว่าผู้หญิงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในระดับนี้ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ร่วมกับวงการศิลปะวัฒนธรรม ดังนั้นเมื่อมีข่าวการสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกีฬา จึงปรากฏว่าผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นผู้ชายทั้งหมด เช่น ตัวอย่างข่าวต่อไปนี้

"รัฐมนตรีทบวงมหาวิทยาลัยฯ พบฯ ท่านประจวบ ไชยสาส์น

เปิดงานแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย สยามเกมส์"

(ช่อง 9, 1 ธ.ค.)

"ผู้จัดการทีมฟุตบอลไทย (ผู้ชาย) ให้สัมภาษณ์การแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยคิงส์คัพ"

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

● **ข่าวต่างประเทศ** เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า สถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องของไทยไม่ได้ทำการผลิตข่าวต่างประเทศเอง หากทว่าใช้บริการสั่งซื้อจากสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น รอยเตอร์ ยูพีไอ CNN (ประνομ, 2542) ดังนั้น การที่ภาพข่าวของผู้หญิงและผู้ชายจะปรากฏในข่าวต่างประเทศมาน้อยเพียงใด ในลักษณะใดจึงถูกกำหนดมาในชั้นแรกจากสำนักข่าวต่างประเทศเหล่านั้น (เป็น gatekeeper ประตูดแรก) และในเวลาเดียวกัน การที่สำนักข่าวต่างประเทศเหล่านั้นจะให้ความสนใจต่อภาพของผู้หญิงและผู้ชายมาน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับสภาพความเป็นจริงของบทบาทหญิงชายในประเทศต่าง ๆ ความเข้มแข็งและการต่อสู้ของขบวนการสิทธิสตรีในแต่ละประเทศ รวมทั้งจิตสำนึกเรื่องเพศของผู้ทำข่าวเอง

ผลจากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างระหว่างภาพของผู้หญิงและผู้ชายในข่าวต่างประเทศนั้น มีอยู่ในระดับปานกลาง (ชาย:หญิง 43:28) ซึ่งก็คงจะสะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริง 2 ประการคือ ในด้านหนึ่ง สำหรับในวงการการเมืองระหว่างประเทศ บรรดาผู้นำทางการเมืองของชาติมหาอำนาจทั้งหมดยังเป็นผู้ชายอยู่ ไม่ว่าจะเป็นประเทศ G7 (คงมีช่วงยกเว้นเมื่อครั้งที่นางมาคาเร็ต แทตเชอร์ เป็นนายกรัฐมนตรีของอังกฤษ) ผู้นำประเทศสังคมนิยมเช่นรัสเซีย ในภูมิภาคเอเชียเอง ประเทศต่าง ๆ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย อินโดเนเซีย ไทย ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่มีผู้นำเป็นผู้ชายทั้งสิ้น

แต่ในอีกด้านหนึ่ง ปริมาณภาพของผู้หญิงในข่าวต่างประเทศที่มีถึง 28 ขึ้นนั้น ก็แสดงให้เห็นความก้าวหน้าของสตรีที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ในระดับโลก เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสตรีที่ถูกนำเสนอในข่าวต่างประเทศนั้น จะครอบคลุมมิติต่าง ๆ หลายด้านเช่น

● **มิติด้านการเมือง** ตัวอย่างเช่นข่าวนี้

"ภรรยาของนายอันวาร์ อิบราฮิม นางวาน อาซิซาร์ วานอิส มาอิล คู่แข่งของนายมหาธีร์ ซึ่งสามีเธอถูกจับกุมขังอยู่ ประกาศลงเล่นการเมือง รับสมัครเลือกตั้งตำแหน่ง นายกรัฐมนตรีมาเลเซีย"

(ช่อง 3, 27 พ.ย.)

(ช่อง 7, 26 พ.ย.)

(เป็นที่น่าสังเกตว่า ในกรณีที่ผู้หญิงจะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับประเทศนั้น มักจะเกิดจากช่องว่างทางการเมือง กล่าวคือ สามีต้องมีอันเป็นไป เช่นกรณีของนางคอราซอน อะคีโน อดีตประธานาธิบดีฟิลิปปินส์)

"พรรคอนุรักษนิยมในนิวซีแลนด์แพ้เลือกตั้งพรรคแรงงานซึ่งเป็นฝ่ายค้านที่มีนางเฮเลน คล๊าก เป็นหัวหน้าพรรค"

(ช่อง 7, 26 พ.ย.)

"หน่วยรักษาความมั่นคงของรัสเซียจับกุม **นักการทูตหญิง** สหรัฐฯ ส่งให้สถานทูตสหรัฐฯ เพื่อส่งกลับประเทศในข้อหา วิจารณ์ข้อมูลยุทธศาสตร์ทางการทหารของรัสเซีย"

(ช่อง 11, 30 พ.ย.)

● **มิตีสังคม** ได้แก่ตัวอย่างข่าว

"ผู้หญิงอเมริกันวัย 36 ปี เดินทางโดยเรือจากอเมริกาไปยัง ขั้วโลกใต้โดยลำพัง ใช้เวลาประมาณ 80 วัน"

(ช่อง 11, 4 ธ.ค.)

"ข่าวจากกรุงแมดริด ประเทศสเปน ผู้คนพากันไป ซื้อล็อตเตอรี่จากคุณยายวัย 70 กว่าปี ที่มีชื่อเสียงว่า มีผู้ถูกล็อตเตอรี่ที่ซื้อจากคุณยายผู้ขายล็อตเตอรี่ท่านนี้อย่างมาก"

(ช่อง 9, 1 ธ.ค.)

● **มิติวัฒนธรรม** ได้แก่ตัวอย่างข่าว

"นางฮิลลารี คลินตัน สุภาพสตรีหมายเลข 1 ของสหรัฐฯทำพิธีเปิดต้นคริสต์มาสต้อนรับเทศกาลคริสต์มาส"

(2.3.4) **บริบทของข่าวที่ถูกลำเสนอ**

สำหรับแนวคิดสตรีนิยมกลุ่มวัฒนธรรมจะให้คำอธิบายว่า กระบวนการสร้างความ เป็นหญิง/ความเป็นชาย (Social construction of gender) นั้น จะมีคุณลักษณะประการหนึ่งที่จะบอกได้ว่า "ผู้หญิง" และ "ผู้ชาย" ควรจะอยู่ในสถานที่แบบใด เวลาใด (time and space) ตัวอย่างเช่น การรับรู้แบบสามัญสำนึกที่ว่า "ผู้หญิงดี ๆ ที่ไหนจะออกมาเดินคนเดียวในที่เปลี่ยว ๆ กลางค้ำกลางคืนแบบนี้ ผู้หญิงที่จะทำอย่างนั้น ต้องเป็นผู้หญิงไม่ดีเท่านั้น" จากแนวคิดดังกล่าว เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์ เนื่องจากแนวคิดด้านนิเทศศาสตร์เอง ก็มีแนวคิดเรื่อง "ฉาก" (setting) อันประกอบด้วยสถานที่ กาลเวลา และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สามารถบ่งบอกความหมายของเรื่องราวที่เกิดขึ้น และการกระทำของตัวละครได้ เช่น ฉากหนัง sci-fi ฉากละครรักโรแมนติก จะมีเวลาและสถานที่แตกต่างกัน

กล่าวสำหรับแนวคิดเรื่อง "ฉาก" ทั้งในโลกแห่งความเป็นจริง และโลกในสื่อมวลชนนั้น นักคิดสายสตรีนิยมเสนอว่า สถานที่ที่ผู้หญิงจะถูกกำหนดให้อยู่ก็คือ บริเวณภายในบ้าน (domestic sphere) ช่วงเวลาสำหรับผู้หญิงคือ ตอนกลางวัน เนื่องจากมีแสงสว่าง มีความปลอดภัย ความมืดในยามรัตติกาลเป็นอันตรายสำหรับผู้หญิง ส่วนสถานที่สำหรับผู้ชายคือ โลกนอกบ้าน (public sphere)

จากแนวคิดข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาสร้างเป็นเกณฑ์เพื่อวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์ 2 เกณฑ์คือ

(ก) เวลาที่เกิดเหตุการณ์ในข่าว

(ข) สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ในข่าว

(ก) **เวลาที่เกิดเหตุการณ์ที่ถูกลำเสนอในข่าวโทรทัศน์**

เมื่อเลือกเฉพาะข่าวที่มีผู้หญิงและผู้ชายปรากฏตัวเป็นข่าวในช่วงเวลา

2 ช่วงคือ กลางวันและกลางคืน ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการข่าวโทรทัศน์มีดังนี้

ตารางที่ 39 ตารางแสดงปริมาณผู้เป็นข่าวชาย/หญิง แยกตามช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ข่าว

ช่วงเวลา	ผู้ชายปรากฏตัวในข่าว (คน)	ผู้หญิงปรากฏตัวในข่าว (คน)	รวม
กลางวัน	73 (77%)	39 (69%)	112 (74%)
กลางคืน	22 (23%)	18 (31%)	40 (26%)
รวม	95	57	152

*มีข่าวจำนวนมากที่ไม่อาจจะระบุช่วงเวลาได้เนื่องจากถ่ายในห้อง จึงเหลือปริมาณข่าวที่ระบุช่วงเวลาได้ 152 ชิ้นเท่านั้น

จากตารางที่ 39 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

(i) หากพิจารณาภาพรวมของภาพข่าวทั้งหมดโดยยังไม่แยกเพศ

หญิงชาย ผลการวิเคราะห์พบว่า เหตุการณ์ของข่าวส่วนใหญ่จะเกิดในเวลากลางวันมากกว่ากลางคืนอยู่ประมาณ 3 เท่า (กลางวัน:กลางคืน 74%:26%) ทั้งนี้เมื่อนำเอาเกณฑ์เรื่องช่วงเวลาไปวิเคราะห์ร่วมกับเรื่องประเภทของข่าวก็อาจจะช่วยให้คำอธิบายได้ว่า เนื่องจากประเภทข่าวที่มีส่วนใหญ่คือ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ฯลฯ กิจกรรมหลักของข่าวเหล่านี้คือ การจัดแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ การจัดสัมมนา การแข่งขันกีฬา การจัดแสดงนิทรรศการ ฯลฯ ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่กระทำในช่วงเวลากลางวันทั้งสิ้น โดยเฉพาะเมื่อข่าวโทรทัศน์ของไทยเน้นหนักข่าวราชการมากเป็นพิเศษ เวลาทำการของราชการจะอยู่ในระหว่าง 8.30-16.30 น. ทั้งสิ้น

(ii) สำหรับช่วงเวลากลางคืน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ช่วงหัวค่ำนั้น ในบริบทของรายการข่าวโทรทัศน์อาจจะไม่ได้มีนัยยะสื่อไปในทางที่เป็นน่ากลัว เป็นอันตรายเสมอไป ทั้งนี้เพราะมีกิจกรรมหลายประเภทที่จำเป็นต้องจัดในเวลากลางคืน แต่อยู่ในสถานที่ที่ปลอดภัย เช่น การแสดงแฟชั่นโชว์ การจัดงานสังสรรค์ของพรรคการเมือง ฯลฯ ดังนั้น ตัวเลขที่แสดงช่วงเวลากลางคืนจึงอาจไม่ได้ครอบคลุมความหมายด้านลบทั้งหมด

(iii) เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้หญิงและผู้ชายที่

ปรากฏในช่วงด้วยช่วงเวลากลางวันและกลางคืน จะพบว่า ผู้หญิงปรากฏตัวในช่วงเวลากลางคืนมากกว่าผู้ชาย (ผู้หญิง:ผู้ชาย 31%:23%) ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า ตัวเลขแสดงเวลาช่วงกลางคืนที่ผู้หญิงปรากฏตัวนั้นอาจจะอยู่ในช่วงอาชญากรรม หรืออาจจะอยู่ในช่วงศิลปะวัฒนธรรม/สังคมก็เป็นได้ ตัวแปรเรื่องเวลาในกรณีของข่าวโทรทัศน์จึงอาจจะบ่งบอกความหมายไม่ได้มากนัก

(ข) สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอในข่าวโทรทัศน์

จากแนวคิดสตรีนิยมเรื่อง "ผู้หญิงอยู่ที่บ้าน ผู้ชายอยู่นอกบ้าน" เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับฉากที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์จะสามารถแยก "สถานที่" ที่เกิดเหตุการณ์เป็นข่าวได้เป็น 3 ประเภท คือ

- **ภายในบ้าน** ฉากประเภทนี้มักจะมีเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว หรือกรณีเกิดเหตุฆาตกรรม ฆ่าตัวตาย ถือเป็นเรื่องส่วนตัว และเป็นระบบปิด (closed system) เป็นต้น

- **ฉากในห้อง** เนื่องจากเหตุการณ์ที่จะเกิดเป็นข่าวนั้น มักจะมีการจัดระบบเหตุการณ์นั้นให้เป็นทางการ เช่น การจัดแถลงข่าว การจัดสัมมนา การจัดประชุม ดังนั้นจึงมีฉากในห้องที่เป็นเรื่องที่เป็นส่วนรวม/เป็นพื้นที่สาธารณะมากกว่าภายในบ้าน แต่ก็ยังมีลักษณะเป็นระบบปิด (closed system) เป็นทางการ

- **ฉากนอกสถานที่** หมายถึงฉากที่อยู่นอกบ้านและอยู่นอกห้อง เป็นฉากกลางแจ้ง สถานที่สาธารณะ สนามกีฬา กลางถนน ฯลฯ ซึ่งถูกถือว่าเป็นพื้นที่สาธารณะและเป็นระบบเปิด (open system)

จากเกณฑ์ทั้ง 3 ประเภท ผลการวิเคราะห์สถานที่ที่ถูกนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์มีดังนี้

ตารางที่ 40 ตารางแสดงปริมาณผู้เป็นข่าวหญิงแยกตามประเภทสถานที่เกิดเหตุการณ์

สถานที่เกิดเหตุการณ์	ผู้ชาย	ผู้หญิง	รวม
ในบ้าน	16 (4%)	17 (10%)	33 (5%)

ในห้อง	56 (13%)	33 (19%)	89 (14%)
นอกห้อง/นอกสถานที่	371 (83%)	124 (75%)	495 (81%)
รวม	443	174	617*

*จากปริมาณชิ้นข่าวทั้งหมด 1,026 ชิ้น มีข่าวที่มีผู้คนปรากฏตัวในสถานที่ต่าง ๆ 617 ชิ้นเท่านั้น ส่วนข่าวอื่น ๆ มีแต่สถานที่ไม่มีตัวผู้คนที่เกี่ยวข้องกับข่าว จึงไม่นับรวมในตารางนี้

จากตารางที่ 40 สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

(i) เมื่อเปรียบเทียบปริมาณของสถานที่ที่ถูกนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์โดยภาพรวม (ยังไม่แยกเพศหญิง/ชาย) จะพบว่า สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ที่ถูกนำมารายงานเป็นข่าวส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณนอกห้อง (81%) ไม่ว่าจะเป็นลานกลางแจ้งของงานลอยกระทง การโคตรมดิ่งเวลาลงมาที่สนามหลวง การชุมนุมประท้วงหน้าทำเนียบ ฯลฯ ทั้งหมดนี้เป็นข้อยืนยันธรรมชาติของเหตุการณ์ที่เป็นข่าวว่า เป็นเรื่องราวที่เกิดในปริมนทลส่วนรวมที่เป็นพื้นที่สาธารณะ

อันดับรองลงมาคือ สถานที่ที่เป็นบริเวณในห้อง (14%) ซึ่งมักจะได้แก่ข่าวที่มีลักษณะเป็นทางการทั้งหลาย เช่น การเปิดแถลงข่าวของโฆษกรัฐบาล การจัดสัมมนาเรื่องทิศทางเศรษฐกิจไทย การจัดงานมอบรางวัลด้านการแสดง ฯลฯ

ส่วนอันดับสุดท้ายที่มีปริมาณน้อยมาก คือสถานที่ที่เป็นภายในบ้าน (มีเพียง 5%) ซึ่งโดยส่วนใหญ่ข่าวที่ถ่ายบริเวณภายในบ้านนั้น มักจะเป็นข่าวอาชญากรรม เช่น มีการฆาตกรรม การตรวจค้นยาเสพติดของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น ข้อมูลดังกล่าวยืนยันค่านิยมของข่าวที่ว่า เป็นเรื่องราวของส่วนรวมมากกว่าเรื่องภายในครอบครัว

(ii) เมื่อแยกวิเคราะห์สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ที่เป็นข่าวโดยเปรียบเทียบระหว่างภาพผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏตัวในสถานที่ทั้ง 3 ประเภท จะพบว่า แบบแผนของทั้งสองเพศก็สอดคล้องกับแบบแผนภาพรวม คือ สถานที่นอกห้องจะมีมากเป็นอันดับแรกในกลุ่มบุคคลที่เป็นข่าวทั้งเพศหญิงและเพศชาย โดยมีสถานที่ในห้องและในบ้าน รองมาเป็นอันดับสองและสาม

ในขณะที่ในเรื่องปริมาณของสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ระหว่างเพศชายกับเพศหญิงนั้นมีแบบแผนร่วมกัน แต่ในอีกด้านหนึ่ง เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดแล้ว

จะพบข้อแตกต่างระหว่างเพศหญิงกับเพศชายบ้าง กล่าวคือ สัดส่วนของผู้หญิงที่อยู่ในบ้าน ขณะที่เกิดเรื่องเป็นข่าวจะมีมากกว่าผู้ชาย (ผู้หญิง:ผู้ชาย 10%:4%) ในขณะที่ในสถานที่สาธารณะนอกห้อง สัดส่วนของผู้ชายจะมีมากกว่าผู้หญิง (ผู้ชาย:ผู้หญิง 83%:71%) นี่ยังคงแสดงให้เห็นริ้วรอยของสภาพความเป็นจริงที่ว่า สถานที่ที่ผู้หญิงจะอยู่ยังคงเป็นบริเวณภายในบ้าน ส่วนสถานที่ของผู้ชายยังคงเป็นนอกบ้าน

(iii) ตัวอย่างของข่าวที่แสดงการเกิดเหตุการณ์ในสถานที่ต่าง ๆ

● **สถานที่ภายในบ้าน** ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นข่าวที่อยู่ในบริเวณภายในบ้านจะเป็นข่าวอาชญากรรมเป็นส่วนใหญ่ เช่น

"ข่าวเศรษฐีนักธุรกิจชาวเยอรมันถูกฆ่าตายในห้องนอนที่
หนองบัวลำภู ตำรวจพบว่าถูกตีจากบริเวณด้านหลัง
ผู้ตายได้ทำประกันชีวิตไว้ 40 ล้านบาท"

(ช่อง 7, 23 พ.ย.)

● **สถานที่ในห้าง** ส่วนใหญ่เป็นการจัดให้สัมภาษณ์หรือเป็นการจัดสัมมนา ประชุม อบรม นิทรรศการ ฯลฯ ตัวอย่างเช่นข่าวนี

"คุณธัญญา ศิริเวทิน รองผู้ว่าการหญิงของธนาคารแห่งประเทศไทยให้สัมภาษณ์เรื่องการฝึกแรงงานหญิงเพื่อไม่ให้ตกงาน"

(ช่อง 9, 29 พ.ย.)

● **สถานที่นอกบ้าน** มีอยู่ในข่าวทุกประเภท เช่น

◆ **ข่าวสังคม**

"สาวไฮโซพาสุนัขเดินแฟชั่นปี 2000" (ภาพถ่ายการพา
สุนัขเดินกลางสนาม)

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

◆ **ข่าวกีฬา**

"รายงานข่าวการแข่งขันเทนนิสระดับเขตและ
ระดับประเทศที่มีนักกีฬาหญิงร่วมด้วย"

(ช่อง 3, 22 พ.ย.)

(2.3.5) ฐานะของผู้เป็นข่าว (ผู้กระทำ/ผู้ตกเป็นเหยื่อ)

ตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดตัวหนึ่งในเรื่องบทบาทหญิงชายที่สามารถนำมาใช้วิเคราะห์วิธีการนำเสนอผลงานของสื่อมวลชนทุกประเภทก็คือ การนำเสนอฐานะของผู้หญิง/ผู้ชายในบทบาทของการเป็นฝ่ายกระทำ (Actor) เช่น เป็นผู้แก้ปัญหา เป็นผู้เสนอความคิด เป็นผู้ดำเนินการ เป็นผู้นำ เป็นผู้ออกคำสั่ง ฯลฯ ซึ่งมีนัยยะบ่งบอกถึงความเป็นผู้แข็งแกร่ง ผู้กล้าหาญ ผู้เพียรพยายาม ผู้อดทน และบทบาทของการตกเป็นเหยื่อ (victim) เช่น เป็นผู้ได้รับผลกระทบ ถูกทำร้าย เป็นผู้ตาม ซึ่งมีนัยยะถึงความอ่อนแอ ความไร้พลัง การต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นต้น จากผลการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนหลายประเภททั้งภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มักจะพบผลที่ตรงกันว่า ฐานะของผู้ชายมักจะถูกนำเสนออย่างเป็นภาพแบบฉบับ (stereotype) คือเป็นผู้กระทำ ส่วนภาพของผู้หญิงก็จะถูกนำเสนอในลักษณะที่ตรงกันข้ามคือเป็นผู้ถูกกระทำ/เหยื่อ ในที่นี้ผู้วิจัยจึงจะนำเกณฑ์เรื่องฐานะของหญิง/ชายที่ถูกนำเสนอในข่าวแบบผู้กระทำและแบบเหยื่อมาตรวจสอบเนื้อหาของรายการข่าวโทรทัศน์

ตารางที่ 41 ตารางแสดงปริมาณผู้เป็นข่าวชาย/หญิงแยกตามฐานะที่ถูกนำเสนอ

ฐานะที่ถูกนำเสนอ	ผู้ชาย (คน)	ผู้หญิง (คน)	รวม
ผู้กระทำ	558 (77%)	132 (69%)	690 (75%)
ผู้ถูกกระทำ/เหยื่อ	166 (23%)	60 (31%)	226 (25%)
รวม	724 (79%)	192 (21%)	916*

* จากปริมาณผู้ที่เป็นข่าวทั้งหมด 1,132 คน มีผู้ที่สามารถระบุฐานะที่ถูกนำเสนอว่าเป็นผู้กระทำหรือเป็นเหยื่อเพียง 916 คน

- สำหรับฐานะของบุคคลที่ถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำนั้น อาจจะ

ได้แก่

◆ ตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของกลุ่มผู้บริหารภาครัฐ
เจ้าหน้าที่ระดับสูง นักธุรกิจ นักการเมือง นายตำรวจระดับสูง เจ้าของกิจการ ผู้นำด้านการกีฬา
ฯลฯ

◆ การดำเนินการทั้งในทางบวกและทางลบของบุคคลธรรมดาทั่ว ๆ ไป
เช่น การเดินขบวนประท้วงของกรรมกร การก่อการร้ายของโจร การเข้าจับกุมของตำรวจ การเข้า
แข่งขันกีฬา การดำเนินการคดีความ การแก้ปัญหาทางเทคนิค

● **สำหรับฐานะของบุคคลที่ถูกนำเสนอในฐานะผู้ถูกกระทำ/เหยื่อ**
อาจจะได้แก่

◆ การถูกประทุษร้ายทางร่างกาย เช่น ทุบตี ทำร้ายร่างกาย การถูก
กีดกันทางการเมือง เหยื่อในข่าวอาชญากรรม ช่มชู้ ฯลฯ

◆ การถูกประทุษร้ายทางจิตใจ เช่น การถูกล้อเลียน เยาะเย้ย การถูก
กีดกันทางการเมือง

◆ การได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ร้าย เช่น บ้านพังจากแรงระเบิด น้ำ
ท่วมบ้าน ติดโรคเอดส์

◆ การถูกใช้ความรุนแรงเชิงโครงสร้าง เช่น การถูกปลดออกจากงาน การ
ไม่ได้รับความยุติธรรมจากระบบศาล เป็นต้น

จากตารางที่ 41 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้คือ

(i) **เมื่อทำการวิเคราะห์ภาพรวมโดยยังไม่แยกเพศหญิง/ชาย** จะพบว่า ในการนำเสนอฐานะของบุคคลในข่าวโทรทัศน์นั้น โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอในฐานะผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ/เหยื่อถึง 3 เท่า (ผู้กระทำ:ผู้ถูกกระทำ 75%:25%) ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากทั้ง**ประเภทของข่าวและวิธีการนำเสนอข่าว** ซึ่งประกอบด้วยข่าวการเมือง เศรษฐกิจ กีฬา ต่างประเทศ ซึ่งแม้ข่าวเหล่านี้จะหยิบยกเอาประเด็นปัญหาขึ้นมาถกเถียงตามธรรมชาติของการทำข่าว แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะแก้ไขหรือป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้น หรืออาจจะเนื่องมาจาก**ตัวแปรเรื่องเพศ**ที่ถูกนำเสนอเนื่องจากปริมาณเพศชายมีมากกว่าเพศหญิงในรายงานข่าวโทรทัศน์ ดังเช่นตัวเลขในตารางนี้ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า บุคคลในข่าวที่เป็นเพศชายมีปริมาณมากกว่าผู้หญิงถึง 4 เท่า (ผู้ชาย:ผู้หญิง 79%:21%) เมื่อผู้ชายถูกผูกติดกับภาพลักษณ์ของผู้กระทำจึงทำให้ปริมาณของผู้กระทำมีสูงกว่า

ผู้ถูกกระทำไปด้วย

(ii) เมื่อแยกพิจารณาเฉพาะตามเพศ จะพบว่า แบบแผนภาพถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำ/ผู้ถูกกระทำของทั้งสองเพศยังคงสอดคล้องกับแบบแผนโดยรวม กล่าวคือ ทั้งหญิงและชายถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ ซึ่งนับว่าเป็นมิติที่ก้าวหน้าของข่าวโทรทัศน์เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยเรื่องข่าวหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์ในระยะเริ่มแรกที่ผู้หญิงมักจะถูกนำเสนอในฐานะผู้ถูกกระทำ (สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์, 2532) ปรัชญาการณีสอดคล้องกับงานชนัญชี (2538) ที่พบว่า ภาพของผู้หญิงในหนังสือพิมพ์ในช่วงหลังของทศวรรษ 2528-2537 จะมีภาพที่เป็นบวกมากขึ้น เป็นฝ่ายกระทำมากขึ้น

(iii) แม้ว่าในเรื่องแบบแผนของการถูกนำเสนอเป็นผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ จะเป็นจุดร่วมกันระหว่างผู้เป็นข่าวหญิงกับชาย แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่งก็มีความแตกต่างระหว่างเพศทั้งสองปรากฏอยู่ในรายละเอียด กล่าวคือ ในขณะที่ฐานะของผู้กระทำของผู้หญิงมีมากกว่าฐานะผู้ถูกกระทำเป็นหนึ่งเท่าตัว (หญิง; ผู้กระทำ:ผู้ถูกกระทำ 69% : 31%) แต่ในกรณีของเพศชาย ฐานะของผู้กระทำมีสูงกว่าผู้ถูกกระทำถึง 3 เท่าตัว (ชาย; ผู้กระทำ : ผู้ถูกกระทำ 77% : 23%) แม้เมื่อเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของผู้ถูกกระทำก็จะพบว่า ในเพศหญิงมีตัวเลขสูงกว่าชาย (ผู้ถูกกระทำ หญิง : ชาย 31% : 23%) ทั้งนี้หมายความว่า ถึงอย่างไรผู้หญิงก็ยังถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำมากกว่าผู้ชาย และถูกนำเสนอในฐานะผู้กระทำน้อยกว่าชาย

(iv) ตัวอย่างข่าวประเภทต่าง ๆ ที่นำเสนอภาพหญิง/ชายในฐานะผู้กระทำ/ผู้ถูกกระทำ

● ข่าวการเมือง

◆ มีข่าวที่ผู้ชายเป็นฝ่ายกระทำ เช่น

"เนื่องจากกรมตำรวจมีงบประมาณปี 2542 ชื้อเสื้อเกราะให้ตำรวจ ซึ่งมีทั่วประเทศ 2 แสนคนได้เพียง 10,000 ตัว จึงมีนายตำรวจชั้นผู้น้อยเก็บเงินผ่อนซื้อเสื้อเกราะด้วยตัวเอง"

(ไอทีวี, 3 ธ.ค.)

◆ **ข่าวที่ผู้หญิงเป็นฝ่ายกระทำ** เช่น

"ข่าวแม่บ้านทหารบกเลี้ยงอาหารผู้ด้อยโอกาส"

(ช่อง 5, 26 พ.ย.)

◆ **ข่าวที่ผู้ชายเป็นฝ่ายถูกกระทำ** เช่น

"ในลอยกระทง กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองทำ
พระจันทร์ทำกระทงเป็นรูปนายกรัฐมนตรีนครและ
รัฐมนตรีกระทรวงการคลัง แล้วนำไปลอยแพในคลอง
ข้างทำเนียบเพื่อให้ลอยเคราะห์ออกไป"

(ช่อง 3, 23 พ.ย.)

● **ข่าวสังคม**

◆ **มีข่าวที่ผู้หญิงตกเป็นเหยื่อ แล้วผู้ชายเป็นผู้กระทำ** เช่น

"ข่าวการปฏิรูประบบสุขภาพของกระทรวง
สาธารณสุข สืบเนื่องจากมีข่าวหญิงมีครรภ์ไปฝาก
ท้องกับแพทย์ แล้วไม่ได้รับการดูแลเมื่อถึงคราวคลอด
ผิดปกติ ทำให้ต้องพิการหรือข่าวสตรีถูกรถชน หัว
สมองได้รับการกระทบกระเทือนแต่หมอผ่าตัดใน
ต่างจังหวัดมีคนเดียว และกำลังผ่าตัดคนไข้รายอื่นอยู่
คนไข้หญิงจึงเสียชีวิต (ผู้หญิงเป็นเหยื่อของ
เหตุการณ์) ผู้เสนอแนะทางแก้ปัญหาคือนายแพทย์โก
มาตร จึงเสถียรทรัพย์ (ผู้ชายเป็นผู้กระทำ)

(ไอทีวี, 3 ธ.ค.)

◆ **มีข่าวที่ผู้หญิงเป็นเหยื่อ และผู้หญิงเป็นผู้แก้ไข** เช่น

"เนื่องในโอกาสที่วันที่ 25 พ.ย.เป็นวันยุติความรุนแรงต่อ
สตรี จึงมีข่าวสตรีที่ถูกทำร้ายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ถูก
ตบตีจากสามี วัยรุ่นหญิงถูกข่มขืน (มีภาพสัมภาษณ์
เหยื่อสตรี) หลังจากนั้นมีการสัมภาษณ์ดร.สุธีรา ทอมบี
สัน ประธานสถาบันวิจัยบทบาทหญิงชายเกี่ยวกับปัญหา
ความรุนแรงและวิธีแก้ไขปัญหาความรุนแรงดังกล่าว"

(ช่อง 3, 25 พ.ย.)

● **ข่าวอาชญากรรม**

◆ **มีข่าวที่ผู้หญิงตกเป็นฝ่ายถูกกระทำและเป็นฝ่ายกระทำ**

"ในภาพข่าวรายงานเหยื่อที่ได้รับผลกระทบโดยเฉพาะ
ด้านควันทางอากาศจากเหตุการณ์โรงกลั่นไทยออยล์
ระเบิด ในภาพข่าวจะถ่ายภาพเป็นเหยื่อผู้หญิงนอนอยู่
ในเวลาเดียวกันก็มีการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สาธารณสุข
(ผู้หญิง) ที่ไปช่วยเหลือชาวบ้านที่ได้รับควันพิษ"

(ไอทีวี, 3 ธ.ค.)

◆ **ข่าวที่ผู้หญิงตกเป็นเหยื่อ**

"ข่าวญาติไปรับศพนางขวัญฤดี แอร์โฮสเตสสายการบิน
ไทยที่ตายในประเทศเยอรมัน โดยตำรวจเยอรมันสรุป
สาเหตุการตายว่าฆ่าตัวตาย แต่ญาติผู้ตายสงสัยว่าถูก
ฆาตกรรม"

(ช่อง 5, 22 พ.ย.)

บทที่ 6

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิงชาย" นี้ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ 2 ประเภท คือ รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จำนวน 14 รายการ ซึ่งถูกถือว่าเป็นตัวแทนของรายการโทรทัศน์ประเภทเป็นกลางทางเพศ และรายการข่าวโทรทัศน์จำนวน 41 ตอน ที่ถูกถือว่าเป็นตัวแทนของรายการโทรทัศน์แบบเพศชาย เนื่องจากการศึกษาวิจัยรายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดหญิงชายที่ผ่านมาในอดีต มักจะศึกษาแต่เฉพาะรายการโทรทัศน์แบบเพศหญิง (เช่น ละครโทรทัศน์ หรือรายการสำหรับสตรี) การวิจัยครั้งนี้จึงจะเติมภาพการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ด้วยแนวคิดบทบาทหญิงชายที่ยังขาดหายไปให้สมบูรณ์

ในบทที่ 4 และบทที่ 5 ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบวิธีการนำเสนอของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการข่าวโทรทัศน์เพื่อตอบคำถามในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 สำหรับในบทที่ 6 นี้ ผู้วิจัยจะนำเอาข้อมูลจากการวิเคราะห์

รายการทั้ง 2 ประเภทมาพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อดูข้อเหมือนและข้อแตกต่าง รวมทั้งจะเพิ่มเติมทัศนะจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์เกี่ยวกับผลของการวิเคราะห์เนื้อหาด้วย

(1) ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับ

(ก) ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

(i) ผลการวิเคราะห์เนื้อหาทั้ง 3 ระดับนั้นพบว่า ปริมาณเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับโลกภายนอกมีปริมาณมากที่สุด รองมาคือเรื่อง **ครอบครัว** และอันดับสุดท้ายคือ การพัฒนา **คุณลักษณะ** ส่วนตัวของสตรีเอง ซึ่งเป็นแบบแผนเดียวกับรายการข่าว และคล้ายคลึงกับรายการสตรี อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่มีประโยชน์มากจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่จะเปิดโลกภายนอกของสตรีก็คือ ปริมาณเนื้อหาที่มีมากเป็นอันดับแรกคือเนื้อหาเรื่องการเมือง ซึ่งพบได้น้อยมากในรายการแบบผู้หญิง เช่น ละครโทรทัศน์หรือรายการสำหรับผู้หญิง และเนื้อหาเรื่องการเมืองนี้มีวิธีการนำเสนอที่ไม่หนักเกินไป (เนื่องจากธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์) และมีช่วงเวลายาวนานกว่ารายการข่าวโทรทัศน์ ดังนั้น บทบาทหน้าที่ที่ดีที่สุดของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่จะมีต่อผู้ชมสตรีก็คือ การทำหน้าที่ปลุกจิตสำนึกให้ความเข้าใจและเพิ่มระดับความสนใจและการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรีให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นรูปแบบรายการที่มีเนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมกับระดับของสตรี ดังนั้น หากผู้ผลิตรายการสองประเภทนี้สนใจที่จะแสดงบทบาทดังกล่าว ก็อาจจะหากกลยุทธ์เพิ่มความสนใจของสตรีในเรื่องการเมืองให้มากขึ้น ด้วยการจัดองค์ประกอบของรายการ เช่น พิธีกร (หญิงที่มีความสนใจด้านการเมือง เคยลงรับสมัครเลือกตั้ง) เนื้อหารายการ แกร็บเชิญ (ผู้หญิงที่มีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับต่าง ๆ) หรือการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมเอาไว้เลยว่า อาทิที่สุดท้ายของเดือนจะเป็นรายการ "ผู้หญิงกับการเมือง กฎหมาย" รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ก็จะเพิ่มบทบาทการพัฒนาโลกกว้างของสตรีให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของผู้หญิงได้เป็นอย่างดี

(ii) สำหรับเนื้อหาที่มีปริมาณมากเป็นอันดับสองคือ เนื้อหาการพัฒนาสตรีใน **ระดับครอบครัว** ประเด็นเรื่องครอบครัวนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า รายการประเภทเรื่องจริง (non-fiction) ทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นรายการผู้หญิง รายการข่าว รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จะไม่ค่อยยกเล่าหยิบประเด็นครอบครัวมานำเสนอมากนัก หรือหากจะนำเสนอก็จะเลือกแต่แง่มุมที่เป็นด้านบวก เป็นอุดมคติ หรือเป็นกรณียกเว้นที่ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัวมานำเสนอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสภาพวิกฤตของครอบครัวไทยที่กำลังเป็นอยู่จริง

อันที่จริง รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้ นับเป็นรายการอุดมคติสำหรับการนำเสนอประเด็นเรื่องครอบครัวเลยทีเดียว เนื่องจากรายการนี้มีผู้ชมทั้งที่เป็นหญิงและชายนั่งดูอยู่ร่วมกัน (เป็นรายการสำหรับดูกันได้ทั้งครอบครัว) ซึ่งนับเป็นโอกาสอันดีที่หญิงและชายจะได้มองเห็นทัศนะของอีกฝ่ายหนึ่ง ในอดีต ได้เคยมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว แต่นำเสนอแบบเผชิญหน้ากับปัญหา คือ รายการ "คู่รัก" ซึ่งจัดรูปแบบรายการให้มีฝ่ายหญิง/ฝ่ายชายมาแสดงทัศนะต่อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศ นำเสียดายว่าปัจจุบันนี้รายการดังกล่าวได้เลิกไปแล้ว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าจะมีการจัดรูปแบบรายการเช่นนี้ แต่ทว่าประเด็นเนื้อหาอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ" เท่านั้น แต่อาจจะเป็นประเด็นทั่วไปในสังคม หากทว่ามีการแสดงทัศนะจากมุมมองของผู้ชายและผู้หญิง ที่เรียกว่า เป็นการใช้ "แว่นทางเพศ" (gender lens) เพื่อเปิดเวทีให้มุมมองแบบผู้หญิงได้แสดงตัวต่อสาธารณะควบคู่กับมุมมองแบบผู้ชาย อันจะเป็นโอกาสให้ประเด็นต่าง ๆ ถูกมองอย่างรอบด้าน และเป็นกระบวนการสร้างสำนึกเรื่องมุมมองที่แตกต่างกันระหว่างเพศ รวมทั้งยังเป็นโอกาสให้คนแต่ละเพศได้เข้าใจจุดยืนและทัศนะของอีกเพศหนึ่ง

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า รายการประเภทเรื่องแต่ง (fiction) เช่น ละครโทรทัศน์จะสามารถเล่าเรื่องปัญหาในครอบครัวได้ใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่า เช่น ปัญหาเมียน้อยเมียหลวง ปัญหาเพศสัมพันธ์ ปัญหาเศรษฐกิจในครอบครัว ฯลฯ แต่ข้อจำกัดของรายการประเภทเรื่องแต่งก็คือ ผู้ชมจะดูชมแต่ความบันเทิงและไม่ค่อยขบคิด ดังนั้น จึงน่าจะมีการประสานรายการทั้ง 2 ประเภทเข้าด้วยกัน กล่าวคือ รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์น่าจะนำเอาเนื้อหาสาระจากรายการละครมาทบทวนได้ตรงต่อในรายการของตน

(iii) สำหรับเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับส่วนตัวซึ่งมีน้อยที่สุด เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นเป็นรายการของผู้ชมทั้งสองเพศ อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า เนื้อหาการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวนี้จะมุ่งไปที่กลุ่มสตรีชนชั้นกลางที่ออกมาทำงานนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวในเรื่องการศึกษาจึงมีเพียง 2 ครั้งเท่านั้น แต่อันที่จริงไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงชนชั้นใด ก็ยังต้องการการศึกษาสำหรับดำเนินชีวิตในสังคมอยู่อีกมาก เช่น ความรู้ด้านกฎหมาย การบริหารจัดการกิจการ การทำงานร่วมเป็นทีมกับผู้ชาย ฯลฯ ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตเอาไว้ในบทที่ 4 ว่า เนื้อหาด้านการเตรียมตัวสตรีนั้นยังมุ่งเน้นการปรับปรุงลักษณะจากภายนอกมากกว่าปรับปรุงคุณลักษณะจากภายใน จึงควรสร้างเนื้อหาการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีให้สมดุลย์กัน

(iv) มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม

วัยรุ่นโดยเฉพาะ เช่น รายการทีนทอล์ก ช่วงเวลาวัยรุ่นนับเป็นช่วงเวลาอันเหมาะสมที่จะปลูกฝังทัศนคติทางเพศที่กลุ่มสตรีนิยมพึงปรารถนา เนื่องจากเป็นช่วงเวลาก่อนที่เยาวชนหญิง/ชายจะก้าวเข้าสู่ชีวิตคู่ จึงควรนำเอาประเด็นหญิงชายสำหรับชีวิตที่จะตามมาในอนาคตไปนำเสนอในรายการดังกล่าวนี้ ทั้งนี้ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชายนั้น เมื่อมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่น มักจะมีทัศนคติโน้มเอียงไปในทางความเสมอภาค แต่ทว่าเมื่อต้องเข้าสู่ชีวิตครอบครัว ก็มักจะดำเนินรอยตามประเพณีที่เคยเป็นมา ทำให้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องบทบาทหญิงชายอย่างจริงจัง

(ข) ในรายการข่าวโทรทัศน์

(i) เนื่องจากธรรมชาติและเป้าหมายของข่าวโทรทัศน์เป็นการแจ้งข่าวสารมิใช่เป้าหมายเพื่อการพัฒนา ดังนั้นจึงมีเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับการพัฒนาสตรีอยู่น้อยมาก และระดับของการพัฒนานั้น ก็จะเป็นมิติของโลกภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาการพัฒนาสตรีโดยเฉพาะในระดับครอบครัว เนื่องจากเรื่อง "ครอบครัว" นั้น สามารถมองได้ใน 2 แง่มุม คือการเป็นเรื่องส่วนตัว หรือการเป็นเรื่องทางสังคม ตัวอย่างเช่น เรื่องกฎหมายทำแท้ง หรือแม้แต่กรณีเรื่องอื้อฉาวของประธานาธิบดีสหรัฐฯ หรือการลาออกจากราชการของผู้นำประเทศต่าง ๆ เมื่อมีกรณีอื้อฉาวทางเพศ ปัญหาการใช้ความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาพ่อแม่ผู้แก่เฒ่า ฯลฯ เรื่อง "ครอบครัว" นี้ ควรเป็นเรื่องที่ข่าวให้ความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากเป็นวิกฤตการณ์ของสังคมปัจจุบัน รวมทั้งควรนำเสนอการริเริ่มที่กลุ่มต่าง ๆ ได้พยายามแก้ไขปัญหาของครอบครัว

(2) ผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ (Gender related)

(ก) ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

(i) มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า เมื่อใช้เกณฑ์เรื่องการมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศไปวิเคราะห์เนื้อหารายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์แล้ว จะพบว่า ปริมาณเนื้อหาที่มีมากที่สุดเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทั้งสองเพศ ซึ่งน่าจะเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายของรายการครอบคลุมคนทั้งสองเพศ ดังนั้น รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์จึงน่าจะเป็นเวทีที่เหมาะสมที่สุดที่จะได้ "จับเข่าคุยกัน" เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศในทุก ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นคู่รัก สามีภรรยา พ่อ-แม่-ลูก ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ขีดจำกัดของตัวรายการเองก็คือ ต้องสร้างบรรยากาศที่สนุกสนานบันเทิงเท่านั้น

ทำให้หลายรายการไม่สามารถ "เผชิญหน้ากับปัญหาระหว่างเพศ" ได้อย่างแท้จริง (แต่ก็มีบางรายการได้พยายามริเริ่มทำอยู่อย่างน่าชมเชย เช่น "รายการเจาะใจใสใจ") จึงน่าจะมีข้อเรียกร้องให้ผู้ผลิตรายการเหล่านี้แสวงหากลยุทธในการผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ให้สามารถพูดถึง "ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ" แต่อย่างสร้างสรรค์ กลยุทธหนึ่งที่น่าจะใช้ได้ ก็คือ การใช้ข้อมูลในภาพรวมมานำเสนอเพื่อแสดงให้เห็นว่าปัญหาที่นำเสนอเป็นปัญหาร่วม เช่น ปัญหาการหย่าร้าง วิธีการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายหลังการหย่าร้าง ฯลฯ

(ii) สำหรับเนื้อหาที่เป็นประเด็นสตรีโดยเฉพาะ (women issues) นั้นปรากฏว่า เป็นที่น่าเสียดายว่า รายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ยังนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประเด็นสตรีเพียง 2 ครั้งเท่านั้น จึงน่าจะมีการเพิ่มปริมาณเนื้อหาที่เป็นประเด็นสตรีให้มากขึ้น รวมทั้งแสวงหาวิธีการนำเสนอที่ไม่กีดกันผู้ชายออกไปด้วย เช่น การถามทัศนะมุมมองของผู้ชายในประเด็นสตรีอยู่เสมอ

(ข) ในรายการข่าวโทรทัศน์

จากจำนวนข่าว 1,026 ชิ้น มีข่าวที่เป็น "ประเด็นสตรี" เพียง 12 ชิ้นเท่านั้น ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่า ปัญหาต่าง ๆ ของสตรีนั้น ยังไม่ได้ถูกจัดว่าเป็นสาระที่สำคัญของสังคม

● สาเหตุที่มีปริมาณข่าวสตรีน้อยมากในรายการข่าวโทรทัศน์

ผู้วิจัยได้สอบถามทัศนะของผู้ที่ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์จำนวน 8 ท่าน (ทั้งหญิงและชาย) ถึงเหตุผลเบื้องหลังที่ทำให้ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสตรีโดยตรง เช่น ข่าวการพัฒนาสตรี กิจกรรมสตรี ข่าวความก้าวหน้าของสตรี รวมทั้งประเด็นปัญหาของสตรีได้รับความสนใจน้อยมากในข่าวว่าเป็นเพราะสาเหตุใด คำตอบที่ได้มีดังนี้

◆ คำตอบร่วมกันก็คือ การที่ข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงมีน้อยนั้น ไม่ได้เกิดมาจากคนทำข่าว ซึ่งไม่ได้มองในแง่ผู้หญิง/ผู้ชาย แต่เกิดมาจากคุณสมบัติขององค์ประกอบของตัวข่าวเอง กล่าวคือ

- บรรดาข่าวพัฒนาสตรีซึ่งมักจะได้แก่ ข่าวกลุ่มแม่บ้านพัฒนาทั้งหลายนั้น ไม่มี ความโดดเด่นในแง่ข่าว กิจกรรมที่ทำซ้ำซาก ตัวบุคคลไม่เป็นที่รู้จัก

- บทบาทของผู้หญิงในฐานะที่จะเป็นแหล่งข่าว หรือตัวบุคคลในข่าวที่โดดเด่นมีน้อยมาก

- นอกเหนือจากแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลแล้ว สำหรับแหล่งข่าวที่เป็นกลุ่ม/

องค์กร เช่น กลุ่มสตรี ก็ยังไม่สามารถเชื่อมโยงประเด็นระหว่างผู้หญิงกลุ่มต่าง ๆ ได้เช่น เมื่อรายการกิจกรรมงานพัฒนาแม่บ้านในชนบท ผู้หญิงที่ทำงานอยู่ในสำนักงาน ก็มองไม่เห็นความเชื่อมโยงกับตัวเอง ทำให้ดูเป็นประเด็นที่เลือนลอย สร้างความรู้สึกร่วมไม่ได้

- เนื่องจากนักข่าวรับรู้ข่าว ข่าวสตรีเป็นข่าว "เฉพาะกลุ่ม" ทำให้มีความสนใจที่จะทำข่าวน้อย เพราะไม่ครอบคลุมคนทุกกลุ่ม ถ้ามีเวลาจำกัด ก็จะรายงานอย่างสั้น ๆ เท่านั้น และวิธีจะรายงานข่าวสตรีก็ยังมีรูปแบบที่จำกัดมาก

เนื่องจากคำตอบส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญไม่ได้อยู่ที่ผู้ผลิตข่าว หากแต่อยู่ที่กลุ่มผู้หญิงที่อยู่ในโลกที่เป็นจริง ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ในโลกที่เป็นจริง กล่าวคือต้องผลักดันผู้หญิงให้เข้าไปยืนในตำแหน่งทางการเมืองหรือหัวหน้าโครงการสำคัญ ๆ และเมื่อเป็นความจริงเปลี่ยนไป โลกในสื่อก็จะสะท้อนภาพข่าวที่ผู้หญิงมีส่วนร่วมมากขึ้นไปเอง

◆ มีคำตอบอยู่เพียงคำตอบเดียวที่เป็นสาเหตุเดียวกับตัวบุคคล คือ การที่หัวหน้างานข่าว ผู้มีอำนาจในสถานีหรือด้านธุรกิจเป็นผู้ชาย จึงมองไม่เห็นความสำคัญของข่าวผู้หญิง

◆ สำหรับทางออกปัจจุบันของบางสถานีก็คือ เนื่องจากพื้นที่ของรายการข่าวโทรทัศน์ที่จะนำเสนอประเด็นสตรีนั้นมีอย่างจำกัด ดังนั้น บางสถานีจึงได้แยกเนื้อหาเกี่ยวกับสตรีออกไปในรายการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะเลย

● ควรแยก section ข่าวสตรีออกเป็นช่วงเฉพาะหรือไม่

สืบเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ยังมีข่าวที่เกี่ยวกับสตรี (ทั้งด้านบวกและด้านลบ) อยู่น้อยมาก และในปัจจุบันได้มีสถานีโทรทัศน์บางแห่งจัด section ข่าวเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย/ความสนใจเฉพาะออกมา เช่น ข่าวเยาวชน ข่าวไอที ฯลฯ ผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์ผู้ทำงานด้านข่าวโทรทัศน์ว่า มาตรการในการส่งเสริมปริมาณข่าวสตรีให้เพิ่มมากขึ้น ควรที่จะมีการแยก section ข่าวสตรีออกมาเป็นการเฉพาะ เหมือนหน้าสตรีในหนังสือพิมพ์หรือไม่ และมาตรการนี้จะมีผลเปลี่ยนแปลงภาพสตรีในข่าวหรือไม่

◆ คำตอบส่วนใหญ่เห็นว่าสมควรทำ และสถานีโทรทัศน์ควรมีนโยบายดังกล่าว เหตุผลสนับสนุนคำตอบก็คือ

- มีบางสถานีได้ทดลองทำแล้วกับข่าวช่วงเช้า ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้หญิงที่อยู่บ้านมีโอกาสเปิดรับชมมากที่สุด โดยทางสถานีได้ระบุกลุ่มเป้าหมายเลยว่า จะเป็นการผลิตข่าวเพื่อผู้หญิง และพบว่าได้ผลดี เพราะทำให้ผู้หญิงได้ติดตามข่าวสารการเมือง-เศรษฐกิจระดับมหภาค สำหรับบางสถานีก็เริ่มทำแล้ว แต่ทว่าเนื้อหาข่าวยังไม่ชัดเจน เพราะยังมุ่งว่า ถ้าเป็นข่าวสำหรับผู้หญิงก็ต้องเป็นเรื่องเบา ๆ เรื่องสวย ๆ งาม ๆ

- สำหรับคำถามที่ต่อเนื่องมาจากการแยก section ข่าวผู้หญิงก็คือ **ข่าวดังกล่าวจะเป็นข่าวแบบไหน ข่าวของผู้หญิงกลุ่มไหน** เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบันมีกลุ่มผู้หญิงไฮโซที่มีการทำกิจกรรมเคลื่อนไหวและเป็นข่าวอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจ มีอภิสิทธิ์ แต่อาจจะเป็นข่าวที่ไม่ได้เป็นประโยชน์หรือมีส่วนต่อส่วนรวม ดังนั้นหากจะมีการแยก section ออกไป ก็ต้องมีนโยบายให้แน่ชัดว่า จะนำเสนอข่าวประเภทใด (ทั้งข่าวหนักหรือข่าวเบา) ที่จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มสตรีอย่างแท้จริง

◆ มีคำตอบส่วนน้อยเห็นว่า **ไม่ควรที่จะแยกข่าวสตรีออกไปเป็น section ต่างหาก** แต่ควรจะมีการผลักดันให้ในรายการข่าวปกติต้องมีสัดส่วนที่สมดุลย์กัน คือ ข่าวผู้หญิง 50% ข่าวผู้ชาย 50% หรือในข่าวเดียวกันจะต้องมองมาจากทัศนะของทั้งหญิงและชาย และอาจจะต้องดูแลเฉพาะผู้หญิง/ผู้ชายเท่านั้น แต่ควรพิจารณาทัศนะจากคนทุก ๆ กลุ่ม (เด็ก คนพิการ คนชรา ฯลฯ)

สำหรับผู้วิจัยมีทัศนะว่ามาตรการที่ควรนำมาใช้คือ "ทั้งหมดทั้งแยก" สำหรับ "การแยก" นั้น ในขณะที่พื้นที่ทั้งหมดนั้นยังมีข้อจำกัดสำหรับผู้หญิงก็คือการให้โควต้าพื้นที่พิเศษสำหรับผู้หญิงก่อน เช่นเดียวกับหลักการให้คนชราและเด็กขึ้นเครื่องบินก่อน ดังนั้น จึงควรมีการแยก section ข่าวสตรีออกมาเป็นการเฉพาะ แต่ก็ต้องมีนโยบายที่ชัดเจนว่า ปริมาณข่าวที่นำเสนอ นั้น ต้องครอบคลุมรายการทุกชนชั้น ต้องนำเสนอทั้งข่าวที่สร้างสรรค์ และข่าวที่ยังเป็นปัญหาของสตรี การมีช่วงเวลาพิเศษนี้จะเป็นหลักประกันว่า เรื่องราวของสตรีจะได้ก้าวเข้าสู่วาระของสาธารณชนอย่างแน่นอน (public agenda) ส่วนนโยบาย "ทั้งหมด" ก็คือ ในรายการข่าวแบบปกติก็ควรเสริมแนวคิดเรื่องการใช้ gender lens ดังข้อเสนอที่กล่าวมาข้างต้น

(3) ผลการวิเคราะห์ปริมาณตัวละครในรายการ

(i) ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณของตัวละครในรายการทั้ง 2 ประเภทคือ ทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการข่าวนั้น มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า รายการแบบเป็นกลางทางเพศและรายการแบบ

ผู้ชายที่มีลักษณะร่วมที่คล้ายคลึงกันอย่างยิ่ง ในเรื่องปริมาณตัวละครกับกลยุทธ์การนำเสนอ

(ii) ลักษณะร่วมประการแรกระหว่างรายการใน 2 ประเภทก็คือ ภาพรวมของจำนวนตัวละครทั้งหมด (ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์คือ พิธีกรและแขกรับเชิญ ในรายการข่าวก็คือ ผู้ประกาศข่าวและผู้เป็นข่าว) จะมีปริมาณตัวละครชายมากกว่าตัวละครหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องภาพของผู้หญิงและผู้ชายในสื่อโทรทัศน์ที่มีการวิจัยในต่างประเทศ (ดูรายละเอียดในบทที่ 2) ซึ่งแสดงว่าปรากฏการณ์นี้มีลักษณะเป็นสากล และสำหรับในกรณีของสังคมไทยที่ในโลกแห่งความเป็นจริง มีประชากรที่เป็นหญิงมากกว่าผู้ชาย ก็หมายความว่า ภาพสะท้อนในโลกของสื่อในรายการ 2 ประเภทนี้บิดเบี่ยงไปจากโลกที่เป็นจริง

(iii) ในขณะที่ปริมาณตัวละครชายในรายการทั้ง 2 ประเภทมีมากกว่าตัวละครหญิง ลักษณะอีกประการหนึ่งที่พบในรายการทั้งสองก็คือ **กลยุทธ์การไขว่กันระหว่างปริมาณตัวละครกับรูปแบบการนำเสนอ** เช่น ในกรณีของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น มีตัวละครเพศชายมากกว่าเพศหญิงประมาณหนึ่งเท่าตัว แต่เมื่อวิเคราะห์ลักษณะสุนทรีย์ในการนำเสนอ เช่น ชื่อรายการ บรรยากาศการสนทนา แสงสีที่ใช้ ฯลฯ ก็กลับพบว่าเกือบครึ่งหนึ่ง (มีปริมาณมากเป็นอันดับหนึ่ง) ของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ได้ใช้ลักษณะสุนทรีย์ทางเพศแบบผู้หญิงเป็นวิธีการนำเสนอ เช่นเดียวกับกรณีของข่าวโทรทัศน์ ซึ่งมีตัวละครโดยรวม (ทั้งผู้ประกาศข่าวและผู้เป็นข่าว) ที่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงถึง 4 เท่า แต่ทว่าสำหรับผู้ที่ปรากฏโฉมหน้าบ่อยครั้งที่สุดในข่าวคือ ผู้ประกาศข่าวนั้น กลับเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายถึงเกือบเท่าตัว กลยุทธ์การไขว่กันระหว่างปริมาณตัวละครกับรูปแบบการนำเสนอ (ผ่านการใช้สุนทรีย์ทางเพศในการนำเสนอของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และผ่านการเลือกให้ผู้ประกาศข่าวในรายการข่าว) ช่วยทำให้รายการทั้ง 2 ประเภทดูมีความเป็นกลางทางเพศมากขึ้น แม้ว่าโดยแท้จริงแล้ว **ปริมาณตัวละครจะเป็นตัวชี้ขาด "เพศของรายการ"** มากกว่ารูปแบบการนำเสนอก็ตาม

(4) ผลการวิเคราะห์พิธีกรและผู้ประกาศข่าว

องค์ประกอบที่เป็นหลักสำคัญของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ และรายการข่าวคือ พิธีกรและผู้ประกาศข่าว เมื่อใช้แนวคิดบทบาทหญิงชายมาวิเคราะห์องค์ประกอบส่วนนี้จะพบผลที่แตกต่างกันดังนี้

(i) ในแง่ปริมาณของตัวละคร ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จะมีพิธีกรที่เป็นชายมากกว่าผู้หญิงอยู่เล็กน้อย แต่ทว่าในแง่คุณภาพ เมื่อผู้หญิงได้มีโอกาสเข้ามาเป็นพิธีกรแล้ว ก็

สามารถจะสวมบทบาทเป็นตัวละครหลัก (เป็นพิธีกรหลัก) ได้เท่าเทียมกับชาย ซึ่งอาจหมายความว่า ผู้หญิงที่จะผาดอานเข้าไปเป็นพิธีกรได้นั้นต้องมีความโดดเด่นเฉพาะตัวทีเดียว

ในทางตรงกันข้ามกับรายการข่าว เนื่องจากปริมาณผู้ประกาศข่าวหญิงนั้นจะมีจำนวนมากกว่าผู้อ่านข่าวชายถึงเกือบเท่าตัว แต่ทว่าเมื่อวิเคราะห์มิติในเชิงคุณภาพของผู้อ่านข่าวแล้ว ผู้ชายจะได้รับมอบหมายให้เป็นผู้อ่านข่าวมากกว่าผู้หญิง ซึ่งมีจำนวนมากถึง 2 ใน 3 ที่เป็นผู้อ่านข่าวทั้งหมด

(ii) เนื่องจากจำนวนผู้ประกาศข่าวมีปริมาณมาก ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์**คุณลักษณะของผู้ประกาศข่าว**โดยใช้แนวคิดหญิงชายมาเป็นเกณฑ์ เช่น เรื่องอายุของผู้อ่านข่าว ซึ่งปรากฏว่าผู้ชายจะสามารถทำงานสังคมประสบการณ์ทางวิชาชีพได้ยาวนานกว่าผู้หญิง เพราะสามารถดำรงตำแหน่งผู้อ่านข่าวอยู่ได้จนอายุอยู่ในช่วง 40-60 ปี โดยที่ผู้หญิงไม่มีโอกาสนี้เลย นอกจากนั้น ตัวแปรเรื่องรูปร่างหน้าตา ซึ่งตามหลักการคุณสมบัติผู้อ่านข่าวที่ได้กล่าวมาในบทที่ 2 เห็นว่าไม่ใช่สิ่งจำเป็น แต่สำหรับผู้อ่านข่าวสตรีของไทยดูเหมือนจะยังเป็นคุณสมบัติที่ควรจะมี (จะต้องสาวและหน้าตาพอดูได้) โดยที่ "ประสบการณ์ด้านการทำข่าว" กลับไม่ค่อยเป็นคุณสมบัติที่ถูกเรียกร้องมากนัก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการแข่งขันในแวดวงข่าวโทรทัศน์ในยุคปัจจุบันมีมากขึ้น ดังนั้นจึงเริ่มเกิดมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงแบบใหม่คือ การนำเอาผู้หญิงที่เคยมีประสบการณ์การทำข่าวมาเป็นผู้อ่านข่าวโดยลดความสำคัญเรื่องรูปร่างหน้าตาออกไป ซึ่งนับว่าเป็นแนวโน้มที่มีความก้าวหน้าในวิชาชีพนี้ที่เปิดโอกาสสำหรับสตรีที่ไม่ได้มีรูปร่างหน้าตาที่สวยงามติดตัวมา

(iii) **การแบ่งงานกันทำทางเพศ** (Sexual division of labour) เนื่องจากแนวคิดด้านสตรีนิยมจะคัดค้านวิธีการแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์ เช่น เป็นผู้หญิงต้องทำอย่างนั้น เป็นผู้ชายต้องทำอย่างนี้ ผู้วิจัยจึงให้ตรวจสอบเพศของผู้ประกาศข่าวกับการอ่านข่าวประเภทข่าวหนักและข่าวเบา เพื่อจะดูว่ามีการแบ่งประเภทข่าวที่อ่านโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์หรือไม่ (เช่น เป็นผู้ชายต้องอ่านข่าวการเมือง ข่าวหนัก เป็นผู้หญิงก็อ่านข่าวเบา ๆ ไป) ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีการใช้เกณฑ์เรื่องเพศของผู้อ่านข่าวมากำหนดประเภทของข่าวที่อ่าน การแบ่งงานกันทำในการอ่านข่าวนั้น ใช้เหตุผลเชิงเทคนิค (Technical division of labour) คือการอ่านสลับกันมากกว่า ซึ่งก็นับว่าเป็นแนวโน้มที่ก้าวหน้าเช่นเดียวกัน

สำหรับประเด็นเรื่องการแบ่งงานกันทำทางเพศนี้ ถึงแม้ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องการมอบหมายผู้ประกาศข่าวแต่ละเพศให้อ่านข่าวประเภทต่าง ๆ ที่มีคุณค่าแตกต่างกันจะไม่พบการใช้เพศเป็นเกณฑ์แบ่งดังที่กล่าวมา แต่หากเป็นกรณีการแบ่งงานกันทำระหว่าง "การเป็น

นักข่าว” กับ “การเป็นช่างภาพ” จากการสังเกตโดยทั่วไป ก็อาจจะพบปรากฏการณ์ว่า “หญิงรายงาน ชายถ่ายภาพ” ดังนี้ ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับข่าวโทรทัศน์ว่า การแบ่งงานดังกล่าวหรือการที่ผู้ชายมักได้เป็นหัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการข่าว มีผลต่อการที่มีภาพของผู้หญิงในข่าวน้อยหรือไม่

คำตอบเกือบทั้งหมดเห็นว่า การแบ่งงานกันทำในเรื่องการรายงานหรือการถ่ายภาพนั้น อาจมีบ้าง เนื่องจากความเหมาะสมด้านสรีระ (ถั่งต้องมีน้ำหนักมาก ผู้ชายคล่องตัวกว่า) แต่การแบ่งงานดังกล่าวนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับการที่ทำให้ภาพของผู้หญิงในข่าวมีน้อยเลย ทั้งนี้เนื่องจากในขณะทำข่าวนั้น นักข่าวไม่ได้ใช้เกณฑ์เรื่องผู้หญิงผู้ชายมาตัดสิน แต่ใช้เรื่องความน่าสนใจของประเด็นเป็นเกณฑ์พิจารณา สาเหตุหลักของการที่มีภาพข่าวของผู้หญิงน้อย เนื่องมาจากในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงมีบทบาทน้อยอยู่แล้วต่างหาก หรือผู้หญิงที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่พอจะเป็นข่าวได้ ก็อาจจะอายหรือปิดกั้นตัวเองที่จะให้สัมภาษณ์หรือเป็นแหล่งข่าว

(iv) เพศทางชีวภาพ v.s. เพศทางสังคม-วัฒนธรรม

เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ เป็นรายการที่เป็นกลาง ๆ ทางเพศ ส่วนรายการข่าวนั้นเป็นรายการแบบผู้ชาย และเวทีของโทรทัศน์นั้นเป็นพื้นที่สาธารณะซึ่งอาจจะขัดแย้งกับบริบทของของผู้หญิงซึ่งเคยมีอาณาบริเวณอยู่ภายในบ้านที่เป็นส่วนตัว ดังนั้นจึงเป็นปัญหาที่น่าสนใจว่า เมื่อผู้หญิงต้องก้าวเข้ามาในเวทีสาธารณะหรือพื้นที่ของผู้ชาย ผู้หญิงจะต้องมีการ “แปลงร่างทางเพศ” ของตนเองอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เนื่องจากการมีเพศของบุคคลนั้น สามารถมีได้ 2 มิติคือ เพศทางชีวภาพ (ดูจากอวัยวะเพศ) และเพศที่เกิดจากปัจจัยด้านสังคม-วัฒนธรรม ซึ่งมีตัวบ่งชี้คือวิธีการนำเสนอตัวเองของบุคคลนั้นต่อภายนอก (เช่น การแต่งตัว นุ่งกางเกง-ใส่สูท เป็นต้น)

ผลการวิเคราะห์เพศทางสังคม-วัฒนธรรมของผู้หญิง/ผู้ชายในบทบาทของพิธีกรและผู้ประกาศข่าวในรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ผลที่สอดคล้องกันว่า ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น พิธีกรชายส่วนใหญ่จะมีแบบแผนการแสดงบทบาททางเพศที่สอดคล้องกับเพศทางชีวภาพคือเป็นแบบผู้ชาย (Masculine) หรืออย่างมากที่สุดก็เป็นผสมหญิงกับชาย แต่จะเป็นชายมากกว่าหญิง ซึ่งตรงกันข้ามกับพิธีกรหญิงที่จะต้องนำเอา “ความเป็นชาย” มาผสมด้วย โดยไม่มีใครนำเสนอตัวเองแบบผู้หญิงล้วน ๆ เลย (feminine)

เช่นเดียวกับบุคลิกที่ถูกนำเสนอและการแต่งกายของผู้ประกาศข่าว โดยที่ผู้อ่านข่าวชายทั้งหมดจะแสดงบุคลิกแบบชาย แต่สำหรับผู้อ่านข่าวหญิงแล้วมีปริมาณถึงเกือบครึ่งหนึ่งที่จะแปลงร่างทางสังคมมานำเสนอบุคลิกตนเองในแบบผู้ชาย

(5) ผลการวิเคราะห์แฮกรับเชิญและผู้ที่เป็นข่าว

(i) องค์ประกอบที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์คือ แฮกรับเชิญ และในรายการข่าวโทรทัศน์คือผู้ที่เป็นข่าว ผลการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณพบผลที่สอดคล้องกันของรายการทั้งสองประเภทว่า ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น แฮกรับเชิญเพศชายมีปริมาณมากกว่าแฮกรับเชิญหญิงเกือบเท่าตัว และในมิติเชิงคุณภาพ แฮกรับเชิญชายจะถูกมอบหมายบทบาทตัวละครหลักมากที่สุด ส่วนแฮกรับเชิญหญิงจะถูกมอบหมายบทบาทตัวละครกลาง ๆ ไม่เด่นไม่ด้อยมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในเวทีแห่งนี้ ผู้หญิงยังถูกนำเสนอให้ดูมีความสำคัญน้อยกว่าผู้ชาย

(ii) สำหรับปริมาณของผู้หญิง/ผู้ชายที่เป็นข่าวในรายการข่าวก็มีแบบแผนเดียวกัน กล่าวคือ มีผู้ชายที่เป็นข่าวมากกว่าผู้หญิงถึงเกือบ 5 เท่า ซึ่งในกรณีนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์เพื่อถามถึงสาเหตุของการที่ปริมาณภาพข่าวผู้หญิงมีจำนวนน้อย

- คำตอบที่มากที่สุดก็คือ เนื่องจากข่าวโทรทัศน์เป็นเพียงภาพสะท้อนของโลกที่เป็นจริง ดังนั้นเมื่อสังคมไทย บทบาทผู้หญิงยังมีอยู่น้อยกว่าผู้ชาย ถึงแม้สังคมไทยปัจจุบันจะเปิดกว้างแล้วก็ตาม แต่ทว่าปริมาณผู้หญิงที่จะลุกขึ้นมามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคมยังมีอยู่น้อย เช่น นักการเมืองหญิง นักวิเคราะห์สถานการณ์ผู้หญิง ทหารหญิง ตำรวจหญิง ผู้พิพากษาหญิง ฯลฯ ภาพในข่าวจึงสะท้อนความเป็นจริงดังกล่าว

- คำตอบที่มากเป็นอันดับสองคือ **ทิศทางความสนใจของข่าวโทรทัศน์** เนื่องจากเวลาในการนำเสนอข่าวมีอย่างจำกัด จึงต้องเลือกให้ความสนใจกับข่าวบางประเภท คือข่าวหนักที่มีคุณค่าข่าวสูง เช่น มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก อันมักจะได้แก่ข่าวการเมือง-เศรษฐกิจ สำหรับข่าวประเภทนี้จะไม่ค่อยมีตัวบุคคลที่เป็นผู้หญิงมาเป็นข่าว หรือแม้จะมี แต่ผู้หญิงก็ไม่ค่อยอยากมาเป็นผู้ให้ข่าว เพราะคิดว่าเป็นบทบาทของผู้ชาย

- มีคำตอบ 1-2 คำตอบที่ระบุว่า การที่มีหัวหน้างานเป็นผู้ชาย ก็อาจจะมีผลต่อการที่มองข้ามบทบาทของผู้หญิงในการเป็นข่าว แต่สำหรับตัวนักข่าวแล้ว คำตอบส่วนใหญ่จะระบุว่า เวลาทำงานข่าวไม่ได้ใช้เกณฑ์เรื่องหญิงชายไปมอง แต่หากใช้เรื่องประเด็นความสนใจของข่าวเป็นเกณฑ์

(iii) **ผลกระทบต่อการทำงาน** จากประเด็นที่ต่อเนื่องมาจากการที่มีภาพของผู้หญิงในข่าวเพียงเล็กน้อย ผู้วิจัยได้ซักถามผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องในวงการข่าวว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวจะเป็นสาเหตุให้ผู้ชมสตรีไม่ค่อยสนใจดูข่าวโทรทัศน์โดยเฉพาะข่าวหนักประเภทเศรษฐกิจ-การเมืองใช่หรือไม่ ผลการสัมภาษณ์มีดังนี้คือ

- คำตอบส่วนใหญ่คือ **ไม่ใช่สาเหตุ** โดยมีเหตุผลประกอบคำตอบในหลายลักษณะคือ

- ผลการสำรวจปริมาณผู้ชม พบว่าผู้หญิงดูข่าวมากกว่าผู้ชาย ดังนั้นจึงมีสถานีบางช่องที่วางนโยบายทำข่าวให้กลุ่มผู้หญิงดูเลย

- ผู้หญิงส่วนมากมีความเข้าใจแล้วว่า แม้แต่เรื่องการเมืองก็มีผลกระทบถึงตัวเอง จึงน่าจะติดตามดู ยิ่งถ้าผู้หญิงมีส่วนร่วมในข่าวนั้นด้วยก็จะยิ่งสนใจ

- เนื่องจากข่าวมีหลายประเภท ผู้หญิงอาจจะเลือกดูข่าวที่ตนเองสนใจ เช่น ข่าวศิลปินบันเทิง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นข่าวผู้หญิง

- คำตอบที่มีมากเป็นอันดับสองก็คือ อาจจะเป็นจริงที่ผู้หญิงไม่ชอบดูข่าว ซึ่งอาจจะ เป็นปัจจัยที่มาจาก **ด้านตัวข่าว** คือวิธีการนำเสนอข่าวไม่น่าสนใจหรือมาจาก **ตัวผู้ชมเอง** กล่าวคือ ธรรมชาติของผู้หญิงก็ไม่ชอบเรื่องการเมืองอยู่แล้ว หรือมีภารกิจงานบ้านทำให้ติดตามดูข่าวไม่ได้

- คำตอบส่วนน้อยที่สุดก็คือ เห็นว่า **อาจจะจริง** เนื่องจากเห็นว่าผู้หญิงมักจะชอบดูละครเนื่องจากมีภาพผู้หญิงที่มีบทบาทและส่วนร่วมมากกว่าในรายการข่าว หรือผู้หญิงอาจใช้ช่องทางสื่ออื่น เช่น หนังสือพิมพ์ติดตามข่าวสารแทนสื่อโทรทัศน์

(iv) **ผลกระทบต่อสำนักต่อสังคม-การเมือง** คำถามที่ต่อเนื่องมาเป็นข้อสุดท้ายจากเรื่องผลกระทบต่อการทำงานข่าว ก็คือ หากเราเชื่อในอิทธิพลของสื่อมวลชนว่าสามารถโน้มนำให้ ผู้ชมมีความสนใจ ความตื่นตัว และมีจิตสำนึกต่อเรื่องของสาธารณะในแง่เศรษฐกิจการเมืองแล้ว จะเป็นไปได้หรือไม่ว่า การที่ผู้หญิงไม่ค่อยติดตามดูข่าวเศรษฐกิจการเมืองจะมีผลทำให้ผู้หญิงไม่ ค่อยสนใจการเมือง ผลจากการสัมภาษณ์มีดังนี้

- คำตอบส่วนใหญ่เห็นว่า เรื่องการมีภาพผู้หญิงในข่าวน้อย นอกจากจะไม่มีผลต่อ พฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวของผู้หญิงที่ได้กล่าวไปแล้ว ก็ยังไม่น่าจะมีผลต่อเรื่องจิตสำนึกต่อ สาธารณะ และต่อเรื่องการเมือง โดยมีเหตุผลต่าง ๆ กันดังนี้

- **เหตุผลที่ตัวผู้หญิงเอง** ตัวอย่างเช่น กรณีการเลือกตั้งวุฒิสมาชิกเมื่อเดือนมีนาคม

2543 โอกาสได้เปิดให้เท่าเทียมกันทั้งผู้หญิงและผู้ชายแล้ว แต่ผู้หญิงส่วนใหญ่ก็ยังไม่เลือกผู้หญิงด้วยกัน แต่ไปเลือกผู้ชาย ในอีกด้านหนึ่ง ในขณะที่ยังมีภาพผู้หญิงน้อยในข่าว ผู้หญิงก็ยิ่งจะนำเข้ามาติดตามดูให้มากขึ้นว่าเป็นเพราะเหตุใด

- **เหตุผลที่ตัวองค์กร/กลุ่มผู้หญิง**ยังทำงานอย่างมีขีดจำกัด ตัวอย่างเช่น การเลือกสว.ปี '43 ผู้หญิงไม่เลือกผู้หญิงกันเอง เพราะไม่รู้จักตัวผู้สมัครผู้หญิง ถึงแม้จะมีกลุ่มผู้หญิงที่ทำงานด้านการเมือง แต่ยังรวมตัวกันไม่เหนียวแน่น

- เหตุผลอยู่ที่**ผลงานของผู้หญิง**ในเศรษฐกิจการเมืองยังส่งสมมาน้อยกว่าผู้ชาย และได้รับการยอมรับน้อยกว่าผู้ชาย

● มีคำตอบส่วนน้อยเห็นว่า อาจจะมีผลกระทบต่อจิตสำนึกของผู้หญิงคือ รับรู้ว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้ชาย และเป็นเรื่องไกลตัวผู้หญิง

(6) ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของแซกรับเชิญ/ผู้เป็นข่าว

(ก) การวิเคราะห์อาชีพในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์และรายการข่าว

จากแนวคิดสตรีนิยมเชิงวัฒนธรรมที่เห็นว่า การมีอาชีพของคนในสังคมนั้น มิได้เป็นเพียงหนทางในการดำรงชีพเท่านั้น หากแต่ยังเป็นระบบสัญลักษณ์แห่งสถานภาพของบุคคลที่แตกต่างกันด้วย จากแนวคิดนี้ ผลการวิเคราะห์อาชีพ "บริหาร" และ "บริการ" ของแซกรับเชิญในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างหญิงกับชายในแง่การประกอบอาชีพ กล่าวคือ แซกรับเชิญหญิงและชายต่างมีอาชีพบริหารและบริการในปริมาณที่เท่าเทียมกัน ซึ่งนับว่าเป็นมิติที่ก้าวหน้าของรายการประเภทนี้

แต่สำหรับในรายการข่าวโทรทัศน์กลับมีแบบแผนเช่นเดียวกับรายการละครโทรทัศน์ กล่าวคือ ในกลุ่มสตรียังถูกนำเสนอในลักษณะอาชีพบริการมากกว่าบริหาร ในขณะที่ในกลุ่มบุรุษจะถูกนำเสนอในลักษณะผู้บริหารมากกว่าผู้ให้บริการหรือใช้แรงงาน ทั้ง ๆ ที่รายการทั้ง 2 ประเภทนี้ต่างเป็นรายการประเภทเรื่องจริงด้วยกันทั้งคู่

(ข) การวิเคราะห์อายุและการศึกษาของผู้เป็นข่าว

สำหรับในรายการข่าวซึ่งมีปริมาณผู้เป็นข่าวจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้ตรวจสอบคุณลักษณะทางประชากรอย่างอื่น ๆ คือ อายุและการศึกษาประกอบด้วย ผลการวิจัยพบความแตกต่างในรายละเอียดว่า สำหรับตัวแปรเรื่องอายุ ผู้หญิงที่มีอายุน้อย (ต่ำกว่า 20 ปี) จะปรากฏ

ตัวเป็นช่าวมากกว่าผู้ชายอายุน้อย แต่ทว่าจะปรากฏตัวในด้านลบและเป็นฝ่ายถูกกระทำ ในขณะที่เมื่อสูงอายุขึ้น (สูงกว่า 60 ปี) ผู้ชายจะได้เป็นช่าวมากกว่าผู้หญิง และจะปรากฏตัวในด้านบวกและเป็นฝ่ายกระทำ

เช่นเดียวกับตัวแปรเรื่องอายุ สำหรับตัวแปรเรื่องการศึกษา ในกลุ่มผู้ที่การศึกษาสูง ปริมาณของผู้ชายจะปรากฏตัวเป็นช่าวมากกว่าผู้หญิง แต่ในกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาน้อย ปริมาณของผู้หญิงกลับมีมากกว่าผู้ชาย ตัวเลขเหล่านี้แสดงการสร้าง ความหมายถึงสถานภาพและความสำคัญที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงกับชายในโลกของช่าวโทรทัศน์

(7) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและวิธีการนำเสนอของรายการ

(ก) การวิเคราะห์ฉากของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

นอกเหนือจากปัจจัยด้านตัวบุคคลแล้ว ในรายการโทรทัศน์ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ของรูปแบบการนำเสนอที่สามารถนำแนวคิดเรื่องหญิงชายมาวิเคราะห์ได้ เช่น องค์ประกอบเรื่อง "สถานที่" ซึ่งคือ "ฉาก" ในรายการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ฉากในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น จะเป็นฉากที่แสดงพื้นที่ของเพศชายมากที่สุด เช่น โต๊ะทำงาน โรงแรม สภากาแฟ เวทีที่มีโพเดียมแบบห้องประชุม ส่วนฉากที่มีมากเป็นอันดับสอง แม้จะเป็นฉากที่เป็นพื้นที่ของผู้หญิงคือเป็นฉากภายในบ้าน แต่ห้องที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดก็คือ ห้องรับแขกซึ่งเป็นห้องที่เป็นรอยต่อระหว่างโลกในบ้านกับโลกภายนอก ซึ่งก็หมายความว่า สถานที่ในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้นยังเป็นปริมาตรสาธารณะนอกบ้านของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่

สำหรับผลการวิเคราะห์สถานที่/ฉากในรายการช่าวนั้น ก็ยังมองเห็นลักษณะการเป็นพื้นที่สาธารณะของผู้ชายได้อย่างชัดเจน เนื่องจากปริมาณช่าวถึง 86% เกิดขึ้นนอกสถานที่ และเป็นพื้นที่ที่ผู้ชายมีโอกาสปรากฏตัวเป็นช่าวได้มากกว่าผู้หญิง มีเพียง 5% ที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดในบ้าน และเป็นสถานที่ที่ผู้หญิงมีโอกาสปรากฏตัวเป็นช่าวมากกว่าผู้ชาย

(ข) วิธีการนำเสนอบทบาททางเพศในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วเกี่ยวกับเพศทางชีวภาพและเพศทางสังคม เนื่องจากรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์เป็นรายการที่เป็นกลางทางเพศ ดังนั้นจึงน่าจะเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงหรือผู้ชายได้นำเสนอบทบาททางเพศในแบบฉบับตามเดิม (stereotype) เช่น เป็นผู้ชายก็ต้องแสดงความมั่นคงทางอารมณ์ เป็นผู้หญิงก็ต้องระมัดระวังเรื่องการแสดงออกปฏิกิริยาท่าทาง เป็นต้น หรือ

จะแสดงบทบาททางเพศแบบใหม่ (Non-stereotype)

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายอย่างชัดเจน กล่าวคือ ในขณะที่ผู้ชายจะแสดงบทบาททางเพศตามแบบเดิม คือเป็นผู้ชายก็แสดงความเป็นชาย แต่ในกรณีของผู้หญิง จะมีผู้หญิงถึงเกือบครึ่งหนึ่งที่แสดงบทบาททางเพศแบบใหม่ คือเพิ่มลักษณะความเป็นผู้ชายมากขึ้น ผลการวิจัยนี้ต่อกย้ำอีกครั้งหนึ่งว่า รายการโทรทัศน์ค่อนข้างเป็นเวทีของผู้ชาย และผู้หญิงควรจะแปลงร่างให้เป็นชายเมื่อจะมาปรากฏตัวในเวทีนี้

(ค) ผู้เป็นข่าวหญิง/ชายกับประเภทของข่าว

สำหรับในกรณีของรายการข่าวนั้น องค์ประกอบที่แสดงความเป็นหญิงชายจะแฝงฝังอยู่ในประเภทของข่าว นอกเหนือจากข้อค้นพบประการแรกที่ว่า ในรายการข่าวทั้ง 8 ประเภทนั้น ผู้ชายล้วนมีโอกาสปรากฏตัวเป็นข่าวมากกว่าผู้หญิงในทุกประเภทข่าว แล้วยังมีข่าวบางประเภทที่เป็น "เวทีของผู้ชายอย่างแท้จริง" เช่น ข่าวการเมือง ที่มีผู้หญิงปรากฏตัวเพียง 3 ครั้งจากปริมาณข่าว 40 ครั้ง ส่วนข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ก็ยังมีผู้ชายปรากฏตัวมากกว่าผู้หญิงประมาณเท่าตัว คงมีเพียงข่าวกีฬาและข่าววัฒนธรรมเท่านั้นที่ความแตกต่างในแง่ปริมาณผู้เป็นข่าวหญิงและชายมีไม่มากนัก

อนึ่ง มีข้อค้นพบที่น่าสนใจในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของข่าวและเพศของผู้ประกาศข่าวคือ ในข่าวการเมืองที่มีผู้เป็นข่าวเพศหญิงเล็กน้อยนั้น แต่ผู้อ่านข่าวจะเป็นผู้หญิงมากในขณะที่ในข่าวกีฬานั้น ผู้เป็นข่าวหญิงจะมีปริมาณมากใกล้เคียงกับผู้เป็นชายชาย แต่ผู้อ่านข่าวจะเป็นเพศชายมาก กลยุทธ์การสลับกัน/การชดเชยกันระหว่างเพศผู้เป็นข่าวกับเพศของผู้อ่านข่าวนั้น อาจส่งผลให้เกิดบรรยากาศ "มีสมดุลย์ทางเพศ" (อย่างไรไม่รู้สีกตัว) ในรายการข่าวก็ได้

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบและวิธีการนำเสนอของรายการยังคงนำไปสู่ข้อสรุปที่เสริมเรื่องปริมาณของตัวละครว่า รายการทั้งสองประเภทที่นำมาวิเคราะห์นี้ยังเป็นพื้นที่ของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ และแม้ว่า เวทีนี้จะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เข้ามามีส่วนร่วมได้บ้าง ผู้หญิงก็ยังมีฐานะเป็น "แขก" ที่เข้ามาเมืองดาหลิวต้องหลิวตามเจ้าของพื้นที่

(ง) ฐานะที่ถูกนำเสนอในรายการ: ผู้กระทำ v.s. เหยื่อผู้ถูกระทำ

องค์ประกอบสุดท้ายที่สามารถนำมาวิเคราะห์วิธีการนำเสนอภาพของหญิงชายในรายการโทรทัศน์ก็คือ การวิเคราะห์ฐานะของหญิงชายที่ถูกนำเสนอว่า ถูกนำเสนอในฐานะเป็นฝ่ายกระทำ (Actor) หรือเป็นผู้ถูกระทำ (victim)

สำหรับในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์นั้น ในขณะที่ภาพรวมของแขกรับเชิญนั้นจะเป็นผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ ทั้งแขกรับเชิญหญิงและชายต่างก็มีแบบแผนในทิศทางเดียวกัน คือ ถูกนำเสนอแบบเป็นฝ่ายกระทำมากกว่าฝ่ายถูกกระทำ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากธรรมชาติของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์เองที่ต้องการเน้นความสนุกสนานบันเทิง และมีมุมมองที่แสวงหาด้านบวก (constructive) มากกว่าจะวิพากษ์วิจารณ์ (critical) และเผชิญหน้ากับปัญหาอย่างตรงไปตรงมา

สำหรับในข่าวโทรทัศน์นั้น ก็มีแบบแผนการนำเสนอที่เป็นไปในทิศทางเดียวกับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ กล่าวคือ ทั้งในผู้เป็นข่าวหญิงและชาย ต่างถูกนำเสนอในสัดส่วนของผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบในรายละเอียดระหว่างหญิงกับชายก็จะพบความแตกต่างว่า สัดส่วนของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในฐานะเหยื่อจะมีสูงกว่าผู้ชาย ส่วนสัดส่วนของผู้หญิงในฐานะผู้กระทำจะน้อยกว่าชาย

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาไปสัมภาษณ์บุคคลที่ทำงานอยู่ในรายการข่าวโทรทัศน์เพื่อต้องการทราบทัศนะว่า เพราะเหตุใดภาพของสตรีจึงถูกนำเสนอในฐานะเหยื่อมากกว่าผู้ชาย และผู้ชายถูกนำเสนอในฐานะผู้แก้ปัญหา/ผู้กระทำมากกว่าผู้หญิง คำตอบที่ได้มีดังนี้

- คำตอบที่มีมากที่สุด คือคำตอบที่ระบุสาเหตุว่ามาจาก**ลักษณะของสังคมไทย**เองที่เป็นสังคมที่มอบหมายบทบาทให้ผู้ชายเป็นผู้นำ ไม่ว่าจะเป็นผู้นำทางดีหรือทางเลวก็ตาม ดังนั้นผู้ชายจะเป็น "ฝ่ายกระทำ" ทั้งในบทบาทของผู้สร้างปัญหา (ผู้ร้าย) และบทบาทของผู้แก้ปัญหา (พระเอก) ดังที่น่าสังเกตว่า แม้แต่ปัญหาเด็ก ผู้หญิง เยาวชนก็ยังมีผู้นำที่แก้ปัญหาเป็นผู้ชาย ในอีกด้านหนึ่ง สังคมไทยไม่ค่อยยอมรับให้ผู้หญิงก้าวขึ้นมาเป็นผู้ลงมือกระทำ (take action) เท่าใดนัก

- คำตอบที่มากเป็นอันดับสองเป็นคำตอบที่ต่อเนื่องมาจากเหตุผลข้อแรกก็คือ เมื่อสภาพสังคมไทยเป็นเช่นนั้น สื่อมวลชนซึ่งเป็น**กระจกสะท้อนความเป็นจริง**จึงนำเสนอภาพที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคม และความนึกคิดของคนในสังคม เมื่อคนในสังคมคิดว่า "ผู้หญิงอ่อนแอ" ก็ต้องมี "ผู้ชายมาคอยช่วยเหลือ"

- คำตอบที่สามเป็นปัจจัยเกี่ยวกับ**บรรณนิยมความคุ้นเคยและความพึงพอใจของผู้ชม** ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นข่าวผู้ชายถูกฆ่าก็ไม่น่าสนใจ แต่ถ้าเป็นข่าวผู้หญิงถูกข่มขืนแล้วฆ่า คนดูก็จะสนใจ และคนดูชอบดูเรีอนร่างสรีระของผู้หญิงอยู่แล้ว ภาพของผู้หญิงจึงถูกนำเสนอ

ในลักษณะผู้ถูกระทำ

- อีกเหตุผลหนึ่งเกี่ยวข้องกับ**ประเภทและลักษณะของข่าว** เช่น ข่าวอาชญากรรมก็มักจะมีผู้ร้ายผู้ชายทำร้ายเหยื่อผู้หญิง ข่าวข่มขืนก็ต้องเป็นผู้ชายข่มขืนผู้หญิงอยู่แล้ว
- มีคำตอบอยู่ชุดหนึ่งที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนภาพฐานะที่ถูกนำเสนอของผู้หญิงในรายการข่าวโทรทัศน์ว่า ปัจจุบันจะเริ่มเห็นผู้หญิงเริ่มมีบทบาทในการเป็นผู้แก้ไขปัญหามากขึ้น โดยอาจจะเริ่มจากปัญหาเบา ๆ ด้านสังคมก่อน (เช่น รัฐมนตรีหญิงแก้ปัญหาเด็กถูกละเมิด) และจะค่อย ๆ มีพัฒนาการขึ้น ทั้งนี้เริ่มมีผู้ชมที่คิดว่าผู้หญิงจะแก้ปัญหาบางปัญหาได้ดีกว่าผู้ชาย และนี่เป็นแนวโน้มที่ดี

(8) ข้อเสนอแนะ

(ก) ข้อเสนอแนะสำหรับรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

(i) ผลจากการวิจัยให้ข้อสรุปว่า เมื่อพิจารณาจากทัศนะเรื่องบทบาทหญิงชายแล้ว สำหรับในแง่**คุณภาพ**ของรายการประเภทนี้จะไม่มีปัญหา เนื่องจากการมอบหมายบทบาทพิธีกรหลัก พิธีกรรอง สถานภาพของแขกรับเชิญทั้งหญิงและชายนั้นมีความเสมอภาคเท่าเทียมกันอย่างน่าพอใจ ส่วนที่ยังเป็นปัญหาของรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ คงจะเป็นเรื่อง**ปริมาณ**ของตัวละครทั้งในแง่พิธีกรและแขกรับเชิญที่ยังมีผู้หญิงน้อยกว่าผู้ชาย ทั้ง ๆ ที่เป็นรายการที่มีคนทั้งสองเพศเป็นผู้ชม ดังนั้น **ควรมีมาตรการเพิ่มตัวละครหญิงให้มากขึ้น** โดยอาจจะวางเป็นแนวทางกว้าง ๆ ว่า ทุกครั้งที่มีแขกรับเชิญพยายามให้มีทั้งหญิงและชาย หรือ**เพิ่มประเด็นเกี่ยวกับผู้หญิงให้มากขึ้น** (และต้องมีแขกรับเชิญผู้ชายให้สมดุลย์เช่นเดียวกัน) และเพิ่มประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของสามี-ภรรยา คู่รัก พ่อแม่-ลูกชาย-ลูกสาว ปู่ย่าตายาย-หลานชาย-หลานสาว เพื่อนร่วมงานหญิง-ชาย ฯลฯ ซึ่งบางรายการก็ได้จัดทำเนื้อหาดังกล่าวอยู่ แต่ทว่าข้อจำกัดของรายการประเภทนี้ก็คือ วิธีการนำเสนอที่ยังมุ่งแต่ด้านบวกด้านเดียว (constructive) ทำให้ไม่สามารถหยิบยกปัญหาที่เป็นจริงมากล่าวถึงได้ ดังนั้น ทางผู้ผลิตรายการควรแสวงหากลยุทธ์วิธีการนำเสนอรายการให้เผชิญหน้ากับปัญหาที่เป็นจริงอย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะปัญหาครอบครัวที่กำลังวิกฤตมากในสังคมไทย เช่น การนำครอบครัวที่มีปัญหาแต่สามารถฝ่าข้ามวิกฤตมาได้ การดำเนินชีวิตของครอบครัวที่ย่ำแย่ ฯลฯ ในลักษณะการนำเสนอแบบ "เปิดปากแผล (ต้องเจ็บปวดบ้าง) แต่เพื่อไถ่ยา"

(ข) ข้อเสนอแนะสำหรับรายการข่าวโทรทัศน์

(i) การวางนโยบายเพื่อสร้างสมดุลของผู้เป็นข่าวหญิงชาย เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่า ผู้ที่เป็นข่าวหญิงยังมีปริมาณน้อยกว่าผู้ชายอย่างมากในข่าวทุกประเภท ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ ประการแรก **ในโลกแห่งความเป็นจริง**ของเศรษฐกิจการเมืองสังคมวัฒนธรรมระดับประเทศ/โลก ผู้ชายยังมีบทบาทเป็นผู้นำมากกว่า มีส่วนร่วมมากกว่าภายในข่าวจึงสะท้อนภาพของโลกแห่งความเป็นจริงเช่นนั้น และประการที่สองคือ การที่สื่อมวลชนยังจำกัดบทบาทตนเองว่า จะทำหน้าที่เป็นเพียง**กระจกสะท้อน**แต่ภาพที่เป็นจริงเท่านั้น (จะกล่าวถึงประเด็นนี้ต่อไป)

จากการดูข่าวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้พบตัวอย่าง**วิธีการนำเสนอ**ที่สามารถแก้ไขจุดอ่อนในเรื่องปริมาณผู้เป็นข่าวหญิงชายที่ไม่สมดุลที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงปัจจุบัน เราอาจจะยังไม่สามารถผลักดันหรือเปลี่ยนแปลงให้ผู้หญิงสามารถก้าวขึ้นไปมีบทบาทเป็นผู้นำของสังคมในระดับต่าง ๆ ได้ (ซึ่งมีผลทำให้โอกาสที่ได้เป็นข่าวของผู้หญิงน้อยลง) แต่ทว่ารายการข่าวสามารถขยายพื้นที่ว่างให้แก่ผู้หญิงในฐานะ "ผู้แสดงความคิดเห็น" ต่อประเด็นต่าง ๆ ได้ ตัวอย่างเช่น รายงานสก็๊ปข่าว "เรื่องคนไทยวันนี้" (ช่อง 9, 1 ธ.ค.) ที่มีเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ มีการสัมภาษณ์คน 4 คนจากหลายอาชีพ และเป็นหญิง/ชายสลับกัน ผู้วิจัยจึงคิดว่า หากสถานีทุกช่องวางแนวทางเรื่องความสมดุลของปริมาณผู้แสดงความคิดเห็นหญิงชายเข้าไว้ในข่าวทุกข่าว ก็น่าจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้หญิงได้เข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ของข่าวได้มากขึ้น เป็นแบบอย่าง (role model) สำหรับผู้หญิงคนอื่น ๆ ได้เห็นเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ และที่สำคัญคือ ทำให้พื้นที่สาธารณะเช่น รายการข่าวได้เป็นเวทีสำหรับคนทุกเพศอย่างแท้จริง

ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องการวางแนวทางให้มีการสร้างสมดุลของปริมาณผู้แสดงความคิดเห็นหญิงชายในข่าวไปสอบถามความคิดเห็นของพนักงานในวงการข่าวโทรทัศน์ เพื่อடுத்தนะจากผู้ที่อยู่ในวงการ ผลการสัมภาษณ์มีดังนี้

- คำตอบส่วนใหญ่ก็คือ **เห็นด้วยกับการวางแนวทางดังกล่าวเอาไว้โดยมีเหตุผล**ว่า เพื่อให้มุมมองต่อประเด็นข่าวต่าง ๆ มีความกว้างขวางแตกต่างรอบด้านมากขึ้น หรือเพราะเหตุผลว่า ผู้หญิงก็มีทัศนะที่เปิดกว้างสมควรแก่การรับฟังเช่นเดียวกับความคิดเห็นของผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อเสนอที่ติดตามมาว่า การดำเนินการตามแนวทางนี้ไม่ควรจะดูเพียงแต่ว่า "เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย" เท่านั้น แต่ควรจะดู "ประเด็นข่าว" ด้วยว่า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใครบ้าง และควรดู "คุณภาพของผู้ให้สัมภาษณ์" ด้วย กล่าวคือ ไม่ควรใช้ประเด็น "ผู้หญิง/ผู้ชาย" อย่าง

เดียวโดด ๆ แต่ควรมิตีอื่น ๆ ของคุณภาพข่าวประกอบด้วย และนอกจากนี้ก็ต้องยึดหลักการ "ความสมดุลย์ทั้งชาย/หญิง" อย่างแท้จริง ไม่โอนเอียงไปในอีกด้านหนึ่ง

- สำหรับความคิดเห็นส่วนน้อยเห็นว่า **อาจเป็นไปได้** ในการกำหนดแนวทางให้มีความสมดุลย์ของผู้แสดงความคิดเห็นหญิงชาย เนื่องจากความเร่งรีบด้านเวลาในการทำข่าว การที่ไม่สามารถหาผู้หญิง/ผู้ชายที่สามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวทุกเรื่องได้ ความเป็นไปได้ที่น่าจะมีมากกว่าคือ การแบ่งข่าวเป็นช่วง ๆ ที่มีเป้าหมายสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ๆ เช่น ข่าวช่วงเช้าเป็นข่าวสำหรับเด็กและสตรี เป็นต้น

อีกเหตุหนึ่งสำหรับความเป็นไปไม่ได้ที่จะให้มีแนวทางสร้างสมดุลย์ดังกล่าวก็เนื่องมาจากข้อจำกัดของผู้หญิงที่จะเป็นข่าว เนื่องจากผู้หญิงจะไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะโดยมีข้ออ้างว่า ตนเองไม่รู้จริงในประเด็นดังกล่าว พุดไปแล้วกลัวถูกตำหนิว่า "โง่แล้วยังมาพูดอีก" จึงทำให้หาผู้หญิงที่จะมาแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ได้น้อย สำหรับข้อจำกัดนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านเสนอให้มีการเปิดช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้หญิง เช่น ทางโทรศัพท์ ทางจดหมาย ทาง e-mail ฯลฯ สำหรับปัญหานี้ ผู้วิจัยคิดว่าเป็นเรื่องของพัฒนาการที่ต้องใช้เวลา ความพยายาม การเห็นแบบอย่าง (role model) และการให้โอกาสตัวอย่างในการรายงานข่าวจรรยาบรรณทางสถานีวิทยุ ในระยะแรกก็จะมีแต่ผู้ชายที่รายงานข่าวเข้าไป และเมื่อผู้หญิงเริ่มรายงานในใหม่ ๆ ก็จะมีลักษณะอ่อนหัด คือรายงานไม่ค่อยเป็น เยิ่นเย้อ ให้ข้อมูลไม่ละเอียดพอ แต่เมื่อเวลาผ่านไป ปริมาณผู้หญิงที่รายงานข่าวไปก็มีมากขึ้นและคุณภาพการรายงานก็ดีขึ้น

(ii) ข้อเสนอแนะโดยทั่วไปสำหรับรายการข่าวโทรทัศน์

นอกเหนือจากแนวทางสร้างสมดุลย์ในเชิงปริมาณผู้ให้ข่าวหญิงชายที่กล่าวมาแล้ว ผู้ที่ทำงานในวงการข่าวโทรทัศน์ได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจอื่น ๆ ดังนี้

- **ปริมาณและคุณภาพของข่าว** ผู้ทำงานวงการข่าวโทรทัศน์ส่วนใหญ่ให้ข้อคิดเห็นว่า **ปริมาณ**ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสตรีนั้น ยังไม่สำคัญเท่ากับ**คุณภาพ**ข่าวที่จะถูกนำเสนอ ถึงแม้ว่าข่าวสตรีอาจจะมีปริมาณน้อย แต่ถ้ามีวิธีการทำประเด็นข่าวให้ดูโดดเด่น น่าสนใจ มีการคัดเลือกเนื้อหาที่แปลกใหม่ มุมมองที่แตกต่างไปจากเดิม ก็จะมีคุณค่าข่าวมาก ซึ่งผู้ทำงานข่าวจะต้องพัฒนาขีดความสามารถในการพัฒนารูปแบบและสร้างประเด็นข่าวที่น่าสนใจขึ้นมา

- **ประเภทของข่าว** หากมีการดำเนินการให้มีข่าวสตรีมากขึ้น ก็ต้องมีการดูแลไป

ในเรื่องประเภทของข่าวว่าจะเป็น ข่าวหนักหรือข่าวเบา จะเป็นข่าวของใคร ทำกิจกรรมอะไร มีประโยชน์ต่อสาธารณะ และมีคุณค่าของข่าวหรือไม่ เพราะหากมีการนำเสนอแต่ข่าวของกลุ่มสตรีชั้นสูงที่ทำกิจกรรมไร้สาระฉาบฉวย ก็จะไม่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้หญิงให้ตกต่ำในสายตาสาธารณะมากยิ่งขึ้น

- **การสำรวจความต้องการของผู้ชม** เนื่องจากรายการโทรทัศน์ไทยมีลักษณะทางธุรกิจทุกประเภทรายการ และต้องอาศัยความสนใจ/ความต้องการของผู้ชมเป็นหลักในการดำเนินงาน ดังนั้น ควรมีการสำรวจความคิดเห็น/ความต้องการของผู้ชมว่า อยากจะให้เสนอข่าวแบบไหนเกี่ยวกับผู้หญิง

- มีข้อเสนอแนะต่อกลุ่มสตรีว่าให้ช่วยมีการผลักดันให้ผู้หญิงเข้ามามีตำแหน่งสำคัญ ๆ และมีบทบาทในฐานะผู้นำทางสังคมให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างกำลังใจและเป็นแบบอย่างสำหรับผู้หญิงคนอื่นที่จะก้าวตามมา เมื่อผู้หญิงเป็นผู้นำทางสังคม ก็จะมีโอกาสนำเสนอความคิดเห็นต่อสังคมได้มากขึ้น เพราะธรรมชาติข่าวโทรทัศน์จะต้องสนใจ "บุคคลสำคัญ" อยู่แล้ว และจะมีผลต่อเนื่องต่อไปคือทำให้ผู้หญิงยอมรับกันเองมากขึ้น

- **การแสวงงู่ทางในการนำเสนอข่าวร้ายอย่างสร้างสรรค์** สำหรับประเด็นเรื่อง การมีฐานะเป็นผู้กระทำ/ผู้ตกเป็นเหยื่อของผู้หญิงที่ถูกกำหนดอยู่ในข่าวบางประเภท เช่น ข่าวข่มขืน ข่าวอาชญากรรม เนื่องจากวิธีการนำเสนอข่าวปัจจุบันกำลังเลือกแต่กรณีที่มีการข่มขืนกระทำสำเร็จ ในด้านหนึ่งทำให้เกิดการตอกย้ำความเชื่อที่ว่า "ผู้หญิงเป็นสิ่งที่สามารถข่มขืนได้" มากยิ่งขึ้นโดยไม่รู้ตัว ดังนั้น เพื่อบรรเทาความเชื่อดังกล่าว ควรมีการเสนอข่าวที่มีการพยายามจะข่มขืน แต่กระทำไม่ได้สำเร็จ เพราะผู้หญิงมีวิธีการต่อสู้ป้องกันตัวแบบต่าง ๆ ความหมายของข่าวข่มขืนก็จะเปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเสนอข่าวเช่นนี้ ควรให้มากขึ้นในกลุ่มผู้ทำงานข่าว

- **การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสตรีที่เคยอยู่ในรูปแบบรายการอื่น ๆ มาแปลงเป็นรูปแบบข่าว** มีสถานีโทรทัศน์บางช่องกำลังมีความคิดริเริ่มที่จะแปลงเอาเนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบรายการผู้หญิง มานำเสนอเป็นรูปแบบรายการข่าวในลักษณะของการทำสื่อบุคคล เช่น ผู้หญิงมีเคล็ดลับอะไรในการดำรงชีวิต วิธีการป้องกันตนเองทำอย่างไร ฯลฯ ซึ่งอาจจะเป็นคล้าย ๆ รายการข่าวเพื่อการพัฒนาสตรี หรือการนำภูมิปัญญาสตรีมาเผยแพร่ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมวงกว้าง ความคิดริเริ่มดังกล่าวนี้เป็นแนวทางที่น่าสนับสนุน

(ค) ข้อเสนอโดยทั่วไปสำหรับผู้ทำรายการโทรทัศน์และผู้ที่เกี่ยวข้อง

(i) **การติดตั้งกลไกเพื่อตรวจสอบปริมาณ** สำหรับในเรื่องปริมาณของภาพตัวละครหญิงชายซึ่งเป็นมิติที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด จำต้องได้มากที่สุดนั้น เนื่องจากผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ภาพของตัวละครหญิงใน 2 ประเภทรายการที่นำมาวิเคราะห์นั้น ยังมีน้อยกว่าในโลกแห่งความเป็นจริง และผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอเพื่อเพิ่มปริมาณของตัวละครสตรีให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงให้มากขึ้น ในกรณีนี้ ควรมีการนำมาตรรกการที่มีการดำเนินการอยู่ในต่างประเทศ คือองค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับสตรีควรติดตามตรวจสอบดูปริมาณของตัวละครหญิงชายในรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุก 2 หรือ 3 ปี และนำเสนอผลการตรวจสอบแจ้งให้ทางสถานีทราบ หรือเปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อเป็นกลไกกระตุ้นให้เพิ่มมาตรการการมีส่วนร่วมของสตรีในเวทีสาธารณะ เช่น สื่อโทรทัศน์ให้เพิ่มมากขึ้น

(ii) **การเพิ่มบทบาทภารกิจของผู้ทำงานโทรทัศน์** ผลจากการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า หากสื่อมวลชนจำกัดบทบาทหน้าที่ตนเองเอาไว้เป็นเพียง "กระจกสะท้อน" ภาพที่เป็นจริงของโลก ภาพที่ออกมาในสื่อก็จะเป็นดังที่ผลการวิจัยแสดงออกมา และภาพดังกล่าวก็จะสืบทอดต่อเนื่องต่อไปในอนาคต ด้วยเหตุนี้ ในเอกสาร MacBride Report (1980) ชื่อ *Many Voices, One World* ซึ่งจัดทำโดยองค์กร UNESCO จึงได้เสนอแนะว่า สื่อมวลชนจะจำกัดบทบาทตนเองอยู่เพียงแค่ว่าเป็น "กระจก" เท่านั้นคงไม่เพียงพอ หากแต่สื่อมวลชนจะต้องก้าวเข้ามาเป็น "กลไกเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง" โลกที่เป็นจริงให้เกิดขึ้นโดยการแสวงหาวิธีการทำงานแบบริเริ่มสร้างสรรค์ให้มากขึ้น ในกรณีของเรื่องบทบาทหญิงชาย ผู้วิจัยก็คิดว่า สื่อมวลชนน่าจะขยายบทบาทของตนเองให้เพิ่มมากขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

(ง) หัวข้อที่ควรวิจัยต่อไปในอนาคต

(i) ควรขยายการศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชายไปในประเภทรายการอื่น ๆ เช่น รายการเกมโชว์ รายการสารคดี รายการสนทนาทางด้านการเมือง/เศรษฐกิจเป็นการเฉพาะ (เช่น รายการกรงสถานีการณณ์ สนทนาปัญหาบ้านเมือง ลานบ้านลานเมือง ขอดคิดด้วยคน ทิศทางเศรษฐกิจไทย ฯลฯ) โดยเฉพาะรายการที่ได้รับความนิยม

(ii) นอกเหนือจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการแล้ว ควรมีการศึกษาวิจัยความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการต่าง ๆ โดยเลือกศึกษาเฉพาะประเด็นบทบาทหญิงชาย จะทำให้ได้แง่มุมการรับรู้และทัศนคติที่หลากหลายยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ, (บรรณาธิการ) (2535)

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน, ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กาญจนา แก้วเทพ (2537)

"ผู้หญิง(ใน)สาธารณณะกับภารกิจของสื่อมวลชน" วารสารสังคมศาสตร์ปริทัศน์ 17:1
(ก.ค.-ธ.ค. 2537) สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

กาญจนา แก้วเทพ และ วิลาสินี พิพิธกุล (2539)

"การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง "สตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย
พ.ศ.2520-2535" รายงานการวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ (2540)

การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี (2519-2538), รายงานการวิจัย
คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.)

กมลกานต์ พุฒิกัลป์ (2539)

"การวิเคราะห์รายการ "ทีวีวาที 9 ใหม่ ปี 2535" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

กอบแก้ว มุดทอง (2531)

การศึกษาสถานภาพและค่านิยมสตรีไทยที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์สตรี ช่วงพ.ศ.2431-
2476" วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

จรัสศรี นิลรัตน์ (2540)

"การปฏิบัติหน้าที่ของนักข่าวกีฬาหญิงและการยอมรับของเพื่อนร่วมงาน แหล่งข่าว และ
ผู้บริหารข่าว" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535)

"อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

จักรกฤษณ์ ดวงพัตรา (2534)

บทบาทสตรีอีสาน: เรื่องสั้นของคำพูน บุญทวี, รายงานการวิจัย คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ชนัญชี่ กาญจนอุไรโรจน์ (2538)

"การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน ช่วงปี 2528-2537". วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ทัศนีย์ กุ่มทะรัตน์ (2534)

"วิเคราะห์แนวความคิดเรื่องบทบาทสตรีในนวนิยายของเสนีย์ เสาวพงศ์". วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ภิษฎยา โพธิ์อยู่ (2536)

"วิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทสตรีในนวนิยายของดวงใจ" วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

นพรัตน์ วงศ์กมลธูต (2531)

"โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย" วิทยานิพนธ์, คณะวารสารศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นงนุช ศิริโรจน์ (2537)

"การวิเคราะห์วิวัฒนาการทางบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวทางโทรทัศน์", วิทยานิพนธ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

นันทยา พันธุ์เจริญ (2538)

"ความคาดหวังและความพึงพอใจในการทำงานของนักข่าวสตรีในองค์กรหนังสือพิมพ์รายวัน" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

นันทา วีรวิทยานุกูล (2541)

"การวิเคราะห์ภาพของสตรีที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งระหว่างปีพ.ศ.2525-2540" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

นุชนาถ โอฟ้ารกาญจน์ (2535)

"ภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์". สารนิพนธ์, คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

บงกช เศรษฐามร (2533)

"การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย: กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ปีพ.ศ.2528-2530" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

บุบผา เมฆศรีทองคำ (2534)

"บทบาทของเพลงลูกทุ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิต: วิเคราะห์เนื้อหาของเพลงลูกทุ่งในช่วงปี พ.ศ.2532-33" วิทยานิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประนอม หลีพันธ์ (2542)

"กระบวนการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ปัญญา รักแตงาม (2537)

"การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ปิยะรัตน์ ใจทน (2537)

"ภาพสะท้อนของผู้หญิงในสื่อโฆษณาของนิตยสาร", สารนิพนธ์ระดับปริญญาตรี, วิทยาลัยโยนก.

พรสุรีย์ ธนะศรีสีบวงส์ (2535)

"กระบวนการคัดเลือกข่าวโทรทัศน์: ศึกษากรณีสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

พัชณี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, ประทุม ฤกษ์กลาง (2533).

"ภาพพจน์นักการเมืองสตรี: ศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์ของการรับรู้ของตนเอง ของ

ประชาชน และการนำเสนอในหนังสือพิมพ์", รายงานการวิจัย, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ไพลิน รุ่งรัตน์ (2531)

"เลือดเนื้อและวิญญาณความเป็นแม่ในงานกฤษณา อโศกสิน" วารสารนิเทศศาสตร์ (จุฬา) ปี 2531.

มัทนา ทวียนต์เนรมิตร (2538)

"ภาพลักษณ์ของโฆษกสตรีในหน่วยราชการที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

มิตราภรณ์ อยู่สถาพร (2539)

"การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยมระหว่างปีพ.ศ.2527-2539" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ยอดชาย วิถีพานิช (2536)

"การวิเคราะห์ภาพผู้ชายในงานโฆษณาโทรทัศน์ช่วงข่าวประจำวัน 20.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7". สารนิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ระวีวรรณ ประกอบผล (2534)

"ความขัดแย้งทางการเมืองและเศรษฐกิจในการผลิตข่าวโทรทัศน์" วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬา. ปีที่ 12 ภาคต้น, 2534.

รัชดา แดงจำรูญ (2538)

"ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ ปี 2535" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

วราภรณ์ เลิศวรสิริกุล (2542)

"แบบแผนการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของชาวชนบทในจ.ศรีสะเกษ" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

วัฒนา อนุวัฒน์นนทเขตต์ (2541)

"การวิเคราะห์เนื้อหารายการสะกิดข่าว สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

วีรพล สหัทธาราชัย (2536)

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในโฆษณาทางนิตยสาร "พลอยแกมเพชร". สารนิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535)

"การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ศิริพร สะโครบาเนค และ มัณฑนา อิทินันท์ชัย (2534)

Power of Media & Subordination of Women, เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "สตรีกับสื่อมวลชน" มุลินธิเพื่อนหญิง + คณะนิเทศศาสตร์, จุฬา, 2534.

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน (2535)

"กลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะบันเทิง พ.ศ.2532-2535" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

ศิริรัตน์ ทวีเลิศนิธิ (2534)

การศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมสตรีของเยอรมัน และ วรรณกรรมสตรีของไทย (1970-1979), รายงานการวิจัย คณะอักษรศาสตร์ จุฬา.

สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (2532)

บทวิเคราะห์ภาพสะท้อนสถานภาพสตรีจากหนังสือพิมพ์, กรุงเทพมหานคร (อัดสำเนา)

สมสุข หินวิมาณ (2541)

"บันทึกจากห้องนั่งเล่น: ข้อสังเกตเชิงวัฒนธรรมในการดูละครไทย" **โลกของสื่อ** (ลำดับที่ 2) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

สนมพร ฉิมเฉลิม (2542)

"กระบวนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ พ.ศ.2535-2542" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

สายสมร เหยยตรงการ (2529)

"สถานภาพทางสังคมของผู้หญิงไทย (2475-93) ในนวนิยายของดอกไม้สด และ

ก.สุรางคนางค์", วิทยานิพนธ์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬา.

สุจินดา ประสงค์ตันสกุล (2540)

"การวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเล่าเรื่องรายการโทรทัศน์แบบเดือนกึ่งรายการ "เจ็ด", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

สุธีรา ทอมสัน และเมทินี พงษ์เวช (2538)

"ผู้หญิง: กระแสหลักของการปรับเปลี่ยนสังคมใน 5 ปีข้างหน้า", สถาบันวิจัยบทบาทหญิงชายและการพัฒนา.

สุนิตา พรรณรักษา (2536)

"การเสนอข่าวสังคมในนิตยสารเปรียว", สารนิพนธ์ปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุบงกช ชลิตเรืองกุล (2535)

"บทบาทผู้หญิงในภาพยนตร์", สารนิพนธ์ปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวรรณณี กัลยาณสันต์ (2536)

"การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวข่มขืน", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

อลงกรณ์ อธิธิพล (2531)

การศึกษาชีวิตโสเภณีในนวนิยายไทย (2480-2530), วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2533)

"คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย", วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬา.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (Ubonrat Siriyuvasak) (2535)

Access of Thai Women to Communication Education and Work in Journalism and Communication. Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.

ภาษาอังกฤษ

Carol Aschur (1976)

"Daytime Television: You'll never want to leave home" **Feminist Studies** 3, nos 3/4 (Spring/Summer 1970).

Ceulemans M. & Fauconnier Guido., (1979).

Mass Media: The Image, Role and Social Conditions of Women, UNESCO ReportNo.84, 1979.

Charlotte Brunson (1983)

"Crossroads: Notes on Soap Opera" in Kaplan A, **Regarding Television-Critical Approaches: An Anthology**, American Film Institute Monograph Series, Vol.2.

Diana Meehan (1983)

Ladies of the Evening: Woman Characters of Primetime Television, Scarecrow Press. Metuchen, N.J.

Fiske, J. (1990)

"Women' and Quiz Show" in **Television and Women's Culture** M.E. Brown (ed), Sage Publications.

Garrison B. (1992)

Professional News Reporting, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associated.

Gunter B. (1986)

Television and Sex Role Stereotyping, John Libby, London.

Holland P. (1987)

"When a woman reads the news" in **Boxed in : Women and Television**, H. Baehr + G. Dyer (eds), Pandora.

Lont, M.C. (1995)

Woman and Media: Content/Careers/Critic, Wadsworth Publishing.

Kaplan, E.A. (1987)

"Feminist Criticism and Television" In R. Allen (ed), **Channels of Discourse**, Univ.

of Carolina Press, (2nd edition), Routledge, 1992.

Lillian Robinson (1978)

"What's my line? Television and Women's Work" in **Sex, Class and Culture**,
Indiana Univ. Press.

Mac Bride, Sean et al, (1980).

Many Voices, One World, Paris, UNESCO Press.

Rakow, L. (1986)

"Rethinking gender research in communication" in **Journal of Communication**.
Winter.

Schudson, M. (1991)

"The Sociology of News Production Revisited" in J. Curran and M. Gurevitch (eds)
Mass Media and Society, Edward Arnold.

Zoonen, L. Van (1994).

Feminist Media Studies, Sage Publications.

ภาคผนวก ก

: ตารางลงทะเบียนรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

ภาคผนวก ก.

ตารางจำแนกลักษณะเนื้อหาผ่านรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ชื่อรายการ	
ตอนวันที่	
ประเภท	ทอล์กโชว์ หรือ วาไรตี้โชว์

เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรี 3 ระดับ			เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ				
ส่วนตัว	ครอบครัว	โลกภายนอก	เพศหญิง	เพศชาย	ทั้งสองเพศ	ไม่เกี่ยวกับเพศ	ประเด็นสตรี

ตารางบันทึกลักษณะบทบาททางเพศที่ศึกษาผ่านองค์ประกอบของวิธีการนำเสนอ
รายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ชื่อรายการ	
ตอนวันที่	
ประเภท	ทอล์กโชว์ หรือ วาไรตี้โชว์

องค์ประกอบรายการ	เพศหญิง	เพศชาย
ชื่อรายการ		
ชื่อช่วงรายการ		
บรรยากาศการสนทนา		
ตำแหน่งรายการ		
ลักษณะฉาก		
แสงสี		
กลุ่มเป้าหมาย		
การมีส่วนร่วมในรายการ		
การติดต่อ		
วัตถุประสงค์ของรายการ		

ภาคผนวก ก.

ตารางบันทึกลักษณะบทบาททางเพศที่ศึกษาจากพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกรซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบของวิธีการนำเสนอที่ปรากฏในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ชื่อรายการ	
ตอนวันที่	
ประเภท	ทอล์กโชว์ หรือ วาไรตี้โชว์

คุณสมบัติที่บ่งบอกบทบาททางเพศ	พิธีกร	ผู้ช่วยพิธีกร
รูปลักษณะภายนอก		
- การแต่งกาย		
- การแต่งหน้า		
- การทำผม		
- ท่าทาง		
- การพูดจา		
ลักษณะทางอารมณ์		
ความสามารถ		
บทบาทในรายการ		

ตารางบันทึกลักษณะบทบาททางเพศที่ศึกษาจากแขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการซึ่งจัดอยู่ในองค์ประกอบของวิธีการนำเสนอที่ปรากฏในรายการทอล์กโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ชื่อรายการ	
ตอนวันที่	
ประเภท	ทอล์กโชว์ หรือ วาไรตี้โชว์

คุณสมบัติที่บ่งบอกบทบาททางเพศ	ผู้ร่วมรายการ	แขกรับเชิญ
รูปลักษณะภายนอก		
- การแต่งกาย		
- การแต่งหน้า		
- การทำผม		
- ท่าทาง		
- การพูดจา		
ลักษณะทางอารมณ์		
ความสามารถ		
บทบาทในรายการ		
ฐานะในรายการ		

ภาคผนวก ข.

: ตารางลงทะเบียนรายการข่าวโทรทัศน์

ภาคผนวก ข.

ตารางการบันทึกปริมาณผู้อ่านข่าว คุณลักษณะ ประเภทข่าวที่อ่าน
ช่อง

จำนวน (คน)	ฐานะ (หลัก/ รอง)	เพศ (ชาย/ หญิง)	แต่งกาย (ช/ญ)	บุคลิก (ช/ญ)	อายุ	ประเภทข่าว							
						การเมือง	อาชญากรรม	เศรษฐกิจ	สังคม	วัฒนธรรม	กีฬา	ต่างประเทศ	อื่นๆ

ตารางบันทึกปริมาณ คุณลักษณะ ฐานะที่ถูกนำเสนอของผู้เป็นข่าว

ช่อง

จำนวน (คน)	คุณลักษณะประชากร			ฐานะที่ถูกนำเสนอ	
	อาชีพ	การศึกษา	อาชีพ	ผู้กระทำ	ผู้ถูกกระทำ
ชาย					
หญิง					

ภาคผนวก ค.

: แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์

: แบบสัมภาษณ์ผู้ทำงานด้านข่าวโทรทัศน์

ภาคผนวก ค.

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ (คุณกรรณิกา ธรรมเกษร)
"ทีวีวาที 9 ยกกำลัง 9"

1. ขอให้เล่ากระบวนการผลิตรายการอย่างคร่าว ๆ บทบาทของผู้ให้สัมภาษณ์ในส่วนใดบ้าง
2. การวางเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของรายการมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการกระตุ้นให้เกิดความคิดเกี่ยวกับบทบาททางเพศ หรือมุ่งกระตุ้นกลุ่มผู้ชมสตรีบ้างหรือเปล่า
3. เกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกเนื้อหารายการ อิงกับการพิจารณาเรื่องบทบาทหญิงชายบ้างหรือเปล่า
4. เกณฑ์การคัดเลือกวิทยากรมาร่วมรายการ คำนึงถึงปริมาณ/ความสมดุลระหว่างวิทยากรหญิงและชายบ้างหรือเปล่า
5. ผู้ผลิตรายการได้มองเห็นว่ามีความแตกต่างระหว่างวิทยากรที่เป็นผู้หญิงหรือผู้ชายบ้างหรือไม่ ถ้ามี ในแง่มุมใดบ้าง
6. ทำไมวิทยากรในรายการทอล์กโชว์/วาไรตี้โชว์ จึงมีปริมาณผู้ชายมากกว่าผู้หญิง (ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการให้ข้อสรุปแล้ว)
7. ผู้ชมของรายการทีวีวาที 9 เป็นผู้หญิงหรือผู้ชายมากกว่ากัน ผู้ผลิตรายการวิเคราะห์ความสนใจของผู้ชมแต่ละเพศอย่างไร
8. วิธีการทำงานเป็นทีมร่วมกันระหว่างหญิง/ชาย ผู้ผลิตมีประสบการณ์และมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง

**แบบสัมภาษณ์งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์รายการข่าวโทรทัศน์โดยใช้แนวคิด
เรื่องบทบาทหญิง-ชาย" (gender analysis):
ผู้วิจัย ดร.กาญจนา แก้วเทพ**

แบบสัมภาษณ์ผู้ทำงานด้านข่าวโทรทัศน์

กรุณาบอกชื่อและหน้าที่ตำแหน่งงาน แต่เวลาเขียนรายงานจะไม่ระบุชื่อ

(แบบสัมภาษณ์นี้เขียนขึ้นหลังจากที่ได้วิเคราะห์เนื้อหาของรายการข่าวโทรทัศน์แล้ว)

1. **ผลเชิงปริมาณ** ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวโทรทัศน์พบว่า มีภาพข่าวของผู้หญิงน้อยมากที่ปรากฏในข่าวเมื่อเทียบกับผู้ชาย ท่านคิดว่าที่เป็นเช่นนั้นเป็นเพราะสาเหตุอะไรบ้าง
2. **ผลเชิงคุณภาพ** ในกรณีที่มีภาพผู้หญิงปรากฏก็มักจะเป็นภาพของ "ผู้ตกเป็นเหยื่อ" (victim) มากกว่าจะเป็น "ผู้กระทำ" หรือเป็น "ผู้แก้ไขปัญหา" ท่านคิดว่า ที่เป็นเช่นนั้นเป็นเพราะสาเหตุอะไรบ้าง
3. **ผลเชิงปริมาณ** ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสตรีโดยตรง เช่น ข่าวการพัฒนสตรี กิจกรรมของสตรี ข่าวความก้าวหน้าของสตรี ฯลฯ ได้รับความสนใจน้อยมากในข่าวโทรทัศน์ ท่านคิดว่าเป็นเพราะสาเหตุอะไร
4. **ผลกระทบต่อการชม** ท่านคิดว่ากรณีที่ภาพผู้หญิงในข่าวเพียงเล็กน้อย เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมสตรีไม่ค่อยสนใจที่จะดูข่าวโทรทัศน์โดยเฉพาะข่าวหนัก ๆ เช่น เศรษฐกิจ-การเมือง ข่าวต่างประเทศ ใช่หรือไม่ กรุณาอธิบายเหตุผล
5. **ผลกระทบต่อการจัดสำนึก** ท่านคิดว่า การที่ผู้หญิงไม่ค่อยติดตามดูข่าวเศรษฐกิจ-การเมือง มีผลทำให้ผู้หญิงไม่ค่อยสนใจการเมือง เช่น ลงสมัครสส. สว. น้อย หรือผู้สมัครผู้หญิงไม่ค่อยได้รับการเลือกตั้งใช่หรือไม่ กรุณาอธิบายเหตุผล
6. **การแบ่งงานกันทำ** ในฝ่ายผู้ผลิต มักจะมีการแบ่งงานกันทำ เช่น ผู้ชายถ่ายภาพ ผู้หญิงรายงาน หรือนักข่าวเศรษฐกิจ-การเมืองมักเป็นผู้ชาย หรือหัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าวมักเป็นผู้ชาย ปัจจัยเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการที่มีภาพผู้หญิงในข่าวน้อยหรือเปล่า
7. **ข้อเสนอแนะ** ท่านคิดว่า ควรมีการแบ่งแยก section ข่าวออกมาเป็นข่าวเพื่อสตรี เหมือนข่าวเยาวชน เพื่อส่งเสริมให้มีข่าวผู้หญิงมากขึ้น (เหมือนหน้าสตรีในหนังสือพิมพ์) มาตรการนี้เป็นไปได้ไหม และจะมีผลเปลี่ยนแปลงปริมาณภาพสตรีในข่าวหรือไม่

ภาคผนวก ค.

8. **ข้อเสนอแนะ** ท่านคิดว่าข้อเสนอที่ขอให้ออกเป็นนโยบายว่า เมื่อมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคม ขอให้มีการสำรวจทัศนคติจากผู้หญิงและผู้ชายอย่างละครึ่งเสมอไป เพื่อจะได้รับฟังความคิดเห็นที่รอบด้าน นโยบายนี้เหมาะสมหรือไม่ และมีทางเป็นไปได้ไหม
9. **ข้อเสนอแนะ** ท่านมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมให้มีปริมาณและคุณภาพของภาพสตรีในข่าวโทรทัศน์มีการพัฒนามากยิ่งขึ้นหรือไม่ อย่างไร และคิดว่ามีทางเป็นไปได้ไหม

