

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

ชญาน์ทัต วงศ์มณี *
รุ่งนภา พิตรปรีชา *

Abstract

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

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

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

* ชญาน์ทัต วงศ์มณี (นศ.ม. การประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) และ รุ่งนภา พิตรปรีชา (M.A. in Communications, Fairfield University) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง หัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์” ของ ชญาน์ทัต วงศ์มณี โดยมี รองศาสตราจารย์รุ่งนภา พิตรปรีชา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก ของสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

บทนำ

ความไม่เสมอภาคทางเพศโดยที่ผู้หญิงตกเป็นฝ่ายด้อยกว่าเป็นปัญหาที่ยังรากลึกในสังคมทั่วโลกเป็นเวลานาน และเป็นบ่อเกิดของปัญหาสารพัดทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาสตรีจึงเป็นประเด็นที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญอย่างยิ่ง โดยทุกฝ่ายยังเห็นพ้องต้องกันว่า กลไกหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาสตรีได้ก็คือ สื่อมวลชน

เราอาจอธิบายสาเหตุที่สื่อมวลชนควรมีบทบาทในการพัฒนาสตรีได้จากคำกล่าวของ ซีมอน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beauvoir) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 3) ที่ว่า “คนเรานั้นไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง แต่ถูกทำให้เป็นผู้หญิง” ซึ่งหมายความว่า “การเป็นผู้หญิง” นั้นมิได้คิดตามตามธรรมชาติแต่กำเนิด แต่ “ถูกทำให้เป็นไป” จากสังคมและวัฒนธรรม สังคมมีสถาบันต่างๆ ที่ช่วยกันปรุงแต่งความเป็นผู้หญิง ซึ่งสื่อมวลชนก็เป็นอีกหนึ่งสถาบันที่ทรงอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นผู้หญิง

แสดงให้เห็นว่า นอกจากสื่อมวลชนจะ “สะท้อน” สิ่งที่เป็นไปในสังคมแล้ว สื่อมวลชนยัง “สร้าง” ความเป็นจริงอีกชุดหนึ่งขึ้นในการปลูกฝังสังคมอีกด้วย เพราะฉะนั้น เมื่อภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชนเป็นอย่างไร จึงมีส่วนในการ “สร้าง” ความเป็นหญิงให้เกิดขึ้นในสังคมด้วย

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมา แม้จะมีการทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชนอยู่จำนวนหนึ่ง แต่ยังไม่มีการทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งข่าวประชาสัมพันธ์เองก็มีพื้นที่อยู่ในสื่อมวลชน เท่ากับว่าข่าวประชาสัมพันธ์เองก็เป็นตัวสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงด้วยเช่นกัน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่า ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์เป็นอย่างไร โดยมุ่งศึกษาไปที่ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงมาโดยตลอด และละครแต่ละเรื่องจำเป็นต้องมีข่าว

ประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจให้คนอยากดูละคร ในขณะที่ทั่วโลกกำลังเรียกร้องความเสมอภาคทางเพศอยู่นั้น ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่สะท้อนออกมาจากข่าวประชาสัมพันธ์นั้นกำลังบ่งชี้ว่าผู้หญิงเป็นอย่างไร ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์เล็งเห็นถึงบทบาทของตัวเองในการพัฒนาสตรีและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อทราบภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ในหนังสือพิมพ์ที่มียอดการจัดจำหน่ายสูงสุด 2 ชื่อฉบับคือ ไทยรัฐ และ เดลินิวส์ และนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์ที่มียอดการจัดจำหน่ายสูงสุด 2 ฉบับคือ ทิวทัศน์ และ สตาร์นิวส์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2552 – 31 ธันวาคม 2552 เป็นเวลา 1 ปี โดยในหนังสือพิมพ์จะสุ่มตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ทั้งสิ้น 80 ข่าว และในนิตยสารบันเทิงรายสัปดาห์จะสุ่มตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ทั้งสิ้น 52 ข่าว รวมทั้งสิ้น 132 ข่าว โดยวางกรอบการศึกษาเฉพาะข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำเท่านั้น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) แบบอุปมาน (Inductive method) ด้วย “การวิเคราะห์เนื้อหา” (Content analysis) ตัวสาร (Message) ของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ โดยใช้ “แบบบันทึกข้อมูล” (Coding sheet) เป็นเครื่องมือ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ทั้งที่เป็นภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมและภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม โดยไม่จำเป็นต้องตรงตามความเป็นจริงก็ได้ ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากการรับรู้ หรือจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจนเกิดเป็นความรู้ ความรู้ดังกล่าวจะบอกการให้คุณค่า การให้ความหมายเข้าไปด้วย จนเกิดเป็นภาพในใจของบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นเรื่องยาก ต้องใช้เวลา และอาศัยการวางแผนและการปฏิบัติอย่างเป็นระบบ แต่การแก้ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วยากกว่า

2. ทฤษฎีสตรีนิยม

ทฤษฎีสตรีนิยมเกิดขึ้นบนพื้นฐานความคิดที่ว่า สังคมแบบชายเป็นใหญ่อันเป็นสังคมในแบบที่ปรากฏในทุกยุคทุกสมัย ให้คุณค่าระหว่างผู้ชายและผู้หญิงแตกต่างกัน โดยผู้หญิงอยู่ในสถานะที่เป็นรองผู้ชาย ความไม่เท่าเทียมกันดังกล่าวส่งผลกระทบต่อชีวิตของทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ทฤษฎีสตรีนิยมจึงเกิดขึ้นด้วยความพยายามที่จะทำให้เกิดความเสมอภาคทางเพศ และส่งเสริมความเข้าใจที่ดีระหว่างเพศ เพื่อให้เห็นคุณค่าในความเป็นมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตาม นำไปสู่การเรียกร้องสิทธิต่างๆ ที่ผู้หญิงควรได้รับในฐานะเป็นมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม

สตรีนิยมเชื่อว่า เพศทางสรีระนั้นเป็นสิ่งที่ติดตัวมาจากธรรมชาติ แต่เพศทางสังคม (Gender) คือสิ่งที่เกิดจากระบบการขัดเกลาทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเลี้ยงดู การศึกษา การรับรู้ข้อมูลผ่านสิ่งต่างๆ ความเป็นหญิงหรือความเป็นชายจึงไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นจากสังคม โดยขึ้นอยู่กับบริบทของสังคมนั้นว่าจะให้ความหมายของความเป็นหญิงหรือความเป็นชายในลักษณะใด

3. แนวคิดเรื่องข่าวและบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

ข่าวคือข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านการรายงานของสื่อ การที่เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งจะได้รับการนำเสนอเป็นข่าวได้เนื่องมาจากเหตุการณ์ดังกล่าวมีองค์ประกอบคุณค่าความเป็นข่าว ได้แก่ ความมีชื่อเสียง ความใกล้ชิด ความทันต่อเวลา ความเป็นที่สนใจของปวงชน ความขัดแย้ง การมีผลกระทบ ความมีเงื่อนไข กัญพิบัติหรือความก้าวหน้า เพศ และความแปลกประหลาด

ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวก็คือสื่อมวลชน Horalad Laswell (1948) ประยุกต์เอาทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) มาอธิบายว่า หน้าที่ของสื่อมวลชน ได้แก่ หน้าที่ในการสอดส่องระแวดระวังภัย คอยรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของสังคม หน้าที่ในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม สร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในสังคม ตลอดจนสะท้อนความหลากหลายภายในสังคม หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม สืบทอดความรู้ต่างๆ จากรุ่นสู่รุ่น และให้ความรู้กับผู้คนในสังคม และหน้าที่ในการให้ความบันเทิง

สื่อมวลชนยังเป็นผู้สะท้อนความจริงในสังคม เป็นผู้ต่อยุ่ค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ในสังคม รวมทั้งเป็นผู้มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงสังคมอีกด้วย

4. แนวคิดเรื่องการสร้างความเป็นจริงทางสังคม

โลกของมนุษย์สามารถแบ่งเป็นโลกทางกายภาพ (Physical World) ซึ่งเป็นโลกตามธรรมชาติ กับโลกทางสังคม (Social World) ซึ่งเป็นโลกที่เกิดขึ้นจากการสร้างของสังคมผ่านทางสถาบันต่างๆ เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา รัฐ ตลอดจนสื่อมวลชน ทำให้เกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ

ความเป็นจริงทางสังคมก่อให้เกิดการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ภาพลักษณ์ ค่านิยม และสร้างบรรทัดฐานในการดำเนินชีวิต ในปัจจุบัน สื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีบทบาทอย่างมากในการสร้างความเป็นจริงในสังคม นอกจากสื่อมวลชนจะสะท้อนความเป็นจริงในสังคม

แล้ว McQuail (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริเกษ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 81) ยังกล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้นำทางอุดมการณ์ที่ถูกกำหนดมาจากสถาบันอื่นในสังคม การกล่าวเช่นนี้มีผลมาจากสื่อมวลชนอยู่ภายใต้กรอบของสังคม และยังอยู่ภายใต้การทำงานของระบบเศรษฐกิจ การเมือง สื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนตัวเชื่อมระหว่างสังคม และบุคคลในสังคมเข้าด้วยกัน ด้วยการถ่ายทอดอุดมการณ์ต่างๆ ของสังคมให้บุคคลได้รับรู้

วิธีการที่สื่อมวลชนจะสร้างความเป็นจริงทางสังคม คือ การกำหนดเรื่องพิจารณา (Agenda Setting) ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนด (Set) ประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่างๆ ให้ประชาชนผู้รับสารต้องรับสารหรือตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ตามที่สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดความระบ่ำสารให้ประชาชนรับสาร ผลที่ตามมาคือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระหรือประเด็นที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ (พัชนี เขจรธยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชรวิวงศ์, 2538 : 202)

5. แนวคิดเรื่องจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นวิชาชีพชั้นสูง นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ลึกและสันทัดในหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคมหรือสาธารณชน โดยที่นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยง และสร้างความสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจระหว่างสถาบันไปยังกลุ่มประชาชนและรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนที่มีกลับมายังสถาบัน จึงเปรียบเสมือนผู้ที่ทำหน้าที่สานผลประโยชน์ให้เกิดความเข้าใจที่ดีร่วมกัน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นผู้ที่คอยติดตามความเคลื่อนไหวและดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

งานวิจัยเกี่ยวกับผู้หญิง/ผู้ชายในสื่อมวลชนที่ใช้เป็นกรอบการวิจัย

1) จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ศึกษาอาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์ช่วงหลังข่าวทางโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 พบว่า ละครโทรทัศน์ได้นำเสนออาชีพของสตรีอย่างค่อนข้างจำกัดและตายตัว อาชีพส่วนใหญ่เป็นอาชีพบริการ เช่น คนรับใช้ เลขานุการประชาสัมพันธ์โรงแรม แม้มีการนำเสนออาชีพระดับผู้บริหาร แต่ก็มักถูกนำเสนอในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนา คือ จู้จู้จุกจิก เจ้าอารมณ์ ในขณะที่ตัวละครชายส่วนมากมีอาชีพที่มีเกียรติ เช่น แพทย์ เจ้าของเมือง ข้าราชการระดับสูง

นอกจากนี้ การนำเสนออาชีพของตัวละครหญิงนั้นก็นำเสนอในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบเล็กน้อยๆ เท่านั้น สถานภาพการแต่งงานหรือโสดของตัวละครหญิงสำคัญกว่าการมีอาชีพ การแต่งงานถือเป็นการประสบความสำเร็จในชีวิต และหลังแต่งงานตัวละครหญิงมักละทิ้งงานเดิมเพื่อทำหน้าที่แม่บ้านแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งตัวละครหญิงเหล่านั้นก็พอใจและมีความสุขกับการเป็นแม่บ้านที่ดี ดังนั้นอาจถือได้ว่าละครโทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นกลไกในการถ่ายทอดมายาคติที่ว่า ชีวิตผู้หญิงคือการแต่งงาน ไม่ใช่การทำงาน

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็นเรื่อง “อาชีพ” มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

2) ชนัญชิ กาญจนอุไรโรจน์ (2538) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วง 2537 – 2538 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในประเด็นสตรีกับความงามมากที่สุด การนำเสนอภาพลักษณ์ของสตรีมักอยู่ในรูปของภาพ หรือภาพประกอบข่าว ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในหนังสือพิมพ์มีทิศทางเป็นกลาง และบทบาทที่ปรากฏเด่นชัดคือผู้หญิงจะมีลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่ และสตรีที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ สตรีระดับ

ผู้นำ โดยมีฐานะเป็นผู้กระทำ ส่วนปริณิชนของสตรีที่นำเสนอมากที่สุดคือปริณิชนสาธารณะ แต่สำหรับภาพลักษณ์ของสตรีในข่าวหน้าหนึ่งนั้น มักนำเสนอในรูปแบบของข่าว บทบาทที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือวัตถุทางเพศ ฐานะของสตรีในข่าวหน้าหนึ่งมักมีฐานะเป็นผู้ถูกกระทำ สตรีที่ปรากฏในข่าวเป็นสตรีระดับธรรมดามากกว่าระดับผู้นำ สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวันเป็นไปในรูปแบบที่ดีขึ้น แต่สำหรับข่าวหน้าหนึ่งยังคงนำเสนอในรูปแบบเดิมๆ

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็น “บทบาทของผู้หญิง” “บริบทของผู้หญิง” “ฐานะของผู้หญิง” และ “ระดับของผู้หญิง” มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

3) Suzanne Pingree (1983) ทำการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนในสังคมได้ถ่ายทอดภาพลักษณ์ในลักษณะต่างๆ คือ

สัตว์โลกแสนสวยแต่ไร้สมอง เป็นการเสนอลักษณะสองมิติของผู้หญิงคือ วัตถุทางเพศ ไม่มีสมอง ต้องตกเป็นเหยื่อสังคมตลอดเวลา เป็นการกดขี่ผู้หญิงให้ยอมรับการกดขี่ทางเพศของชาย และปล่อยให้เพศชายเป็นผู้ควบคุมเรื่องเพศ (Sexuality) ของผู้หญิงมากขึ้น

แม่ศรีเรือนหรือกุลสตรี คือการเสนอภาพลักษณ์ผู้หญิงในบทบาทดั้งเดิม คือมีหน้าที่ของเมีย แม่ หรือในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสังคม คืออาชีพเลขานุการ เสมียน ครู และพยาบาล ซึ่งมีการแฝงไว้ด้วยการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้หญิงไว้แค่ในบ้านและแยกชายไว้ที่กิจการของบ้านเมืองที่เป็นสาธารณะ รวมทั้งการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง เหนือสิ่งอื่นใดคือผู้หญิงต้องรับผิดชอบต่อบทบาทของการเป็นเมียและแม่ที่ดีให้เต็มความสามารถ

ผู้หญิงยุคใหม่ สื่อมวลชนประเภทก๊วหน้ามีการเสนอภาพลักษณ์ของสตรีในแบบนี้ โดยให้ออกาสหญิงทั้งสองที่คือทั้งที่บ้านและที่ทำงาน มีการประกอบอาชีพอย่างกว้างขวาง ทั้งหมด ทนายนความ วิศวกร เป็นต้น

ซึ่งนับวันภาพลักษณ์แบบนี้จะปรากฏในสื่อมวลชนมากขึ้น

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็น “สัตว์โลกแสนสวย” “แม่” และ “ผู้หญิงยุคใหม่” มาเป็นกรอบในการวัดบทบาทของผู้หญิง ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นที่ใช้เป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

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

1. Put her down เป็นระดับอุดมการณ์ที่เห็นผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศที่มีไว้เพื่อความต้องการทางเพศเป็นหลัก (27%)

2. Keep her in her place เป็นอุดมการณ์ที่กำหนดให้ผู้หญิงอยู่ในที่ที่ควรอยู่ เช่น ในบ้าน ในครัว (48%)

3. Give her two places เริ่มเป็นอุดมการณ์ที่มองผู้หญิงใน 2 บทบาท ทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ (3%)

4. Acknowledge equality เริ่มแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสำคัญเท่าเทียมกับผู้ชาย ผู้หญิงมีบทบาทที่หลากหลายโดยไม่ต้องเกาะติดอยู่กับบทบาทแม่และเมียเท่านั้น (15%)

5. Nonstereotypic แสดงความเป็นปัจเจกบุคคลอย่างแท้จริง ไม่ถูกตัดสินจากเพศ (11%)

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ “บริบท” ที่ผู้หญิงปรากฏตัว มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ โดยในที่นี้ ผู้วิจัย ขอนิยามว่า “บริบท” หมายถึง “สถานที่ที่ผู้หญิงปรากฏตัวในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์”

5) Meehan (1983 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 482) ทำการวิจัยเรื่อง “Lady of the evening”

โดยทำการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ในเชิงปริมาณเป็นหลัก และใช้วิเคราะห์เชิงคุณภาพเป็นส่วนประกอบ เพื่อต้องการที่จะตอบคำถามว่า โทรทัศน์ได้นำเสนอภาพของผู้หญิงและชีวิตผู้หญิงอย่างไร ในเชิงปริมาณ Meehan ได้ใช้วิธีการนับปริมาณตัวละคร/ ความถี่ในการปรากฏตัวของตัวละครหญิง/ชาย ภูมิหลัง (อายุ/ อาชีพ/ บทบาทในละคร ฯลฯ) และในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดูการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิง/ชายกับอำนาจที่แสดงออก

ตัวอย่างงานวิจัยของ Meehan นี้เป็นแบบฉบับของงานวิจัยของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมโดยทั่วไป และผลการวิจัยก็มักจะได้อธิบายที่ตรงกันว่า

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

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็น “บริบทของผู้หญิง” และ “บทบาทของผู้หญิง” มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

6) Fejes (1992) ศึกษาภาพลักษณ์ความเป็นชายในสื่อโฆษณา สิ่งที่ Fejes ตั้งคำถามเพื่อใช้ในการวัดภาพลักษณ์ของผู้ชาย ได้แก่ ประเด็นเรื่องรูปลักษณ์ของผู้ชายที่อยู่ในโฆษณา อารมณ์และความรู้สึกของผู้ชาย และความตระหนักในตนเองของผู้ชาย พบว่า ผู้ชายในโฆษณาต้องดูหนุ่ม มีพลังกำลัง ประสบความสำเร็จ มีอาชีพการงานที่สูง ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ มีอาชีพที่หลากหลายมากกว่าผู้หญิงที่เป็นแต่แม่บ้านและแม่ ภาพของผู้ชายจะได้รับการนำเสนอให้อยู่ภายนอกบ้าน หรือ

สถานที่ทำงาน ในขณะที่ผู้หญิงจะอยู่ในบ้าน นอกจากนั้น ผู้ชายยังให้ความสำคัญกับความสำเร็จในหน้าที่การงาน และมองตัวเองว่าเป็นผู้นำที่มีศักยภาพ ชอบแข่งขันและต้องการประสบความสำเร็จ

จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็น “รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง” “อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง” “ความตระหนักในตนเองของผู้หญิง” มาเป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

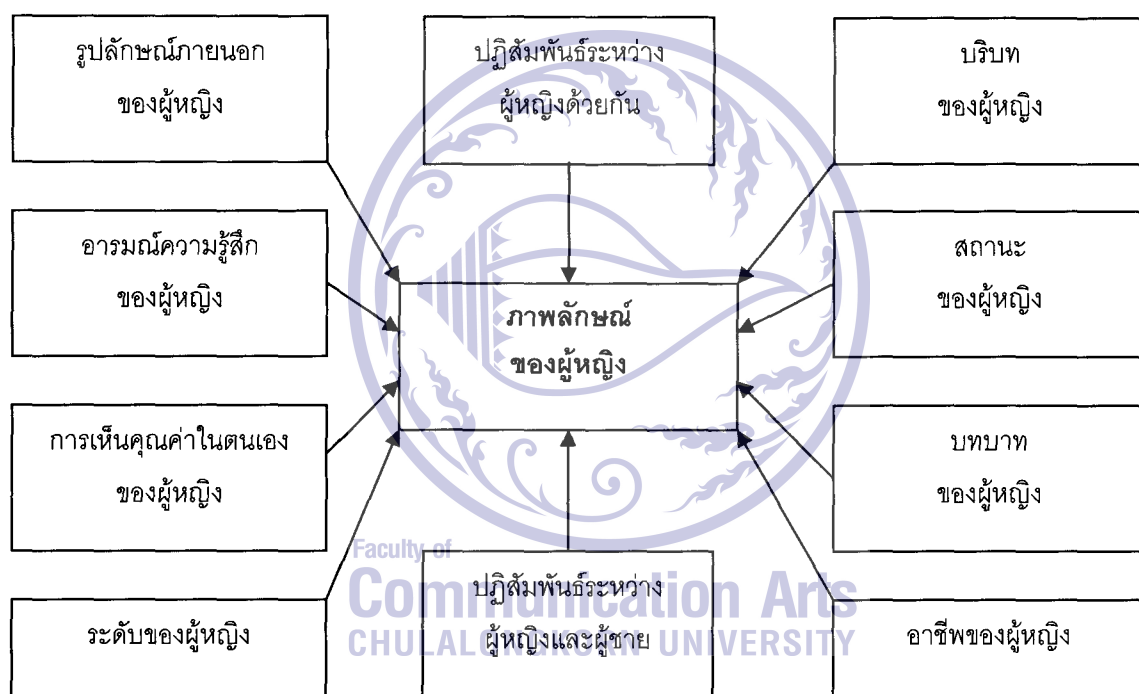
7) Strate (1992) ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ชายในโฆษณาเบียร์ บนพื้นฐานความคิดที่ว่า โฆษณาคือรูปแบบของการสื่อสารทางวัฒนธรรม และยังเป็นสื่อที่นำเอามายาคติต่างๆ โดยเฉพาะมายาคติเกี่ยวกับผู้ชาย Strate ศึกษาภาพลักษณ์ของผู้ชายจากโฆษณาเบียร์ โดยตั้งคำถามต่อกิจกรรมที่ผู้ชายทำ บริบทที่เกี่ยวข้องกับผู้ชาย กระบวนการสร้าง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

Strate (1992) พบว่า โฆษณาเบียร์นำเสนอภาพผู้ชายว่า ต้องเป็นผู้ทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งการทำงาน รวมถึงงานอดิเรกพักผ่อนที่ต้องเสี่ยง อดทน และชำนาญ การดื่มแสดงถึงกิจกรรมที่แสดงความเป็นชาย โดยเบียร์เป็นตัวเลือกที่แสดงความเป็นชาย และหาหากิจกรรมดื่มของผู้ชายจะได้รับการนำเสนอให้ทำอย่างโดดเดี่ยว แต่ได้รับการนำเสนอให้เป็นกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายสังสรรค์ และเป็นกิจกรรมที่ผู้ชายหลายๆ อาชีพทำกัน และการดื่มยังได้รับการนำเสนอในแง่ความท้าทาย ในโลกของโฆษณาเบียร์นั้น เมื่อผู้ชายทำงานหนัก ก็ต้องตอบแทนตัวเองด้วยการผ่อนคลายอย่างหนักเป็นการตอบแทนตัวเองด้วยเช่นกัน โฆษณาเบียร์ยังนำเสนอภาพของการเสี่ยงภัย ความน่าตื่นเต้น ซึ่งแสดงถึงความท้าทาย นอกจากนั้น ยังสะท้อนให้เห็นการก้าวจากเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ด้วยการเปลี่ยนจากการดื่มมอย่งเล็กๆ เป็นการดื่มเบียร์อันเป็นเครื่องหมายว่าคนคนนั้นเป็นผู้ใหญ่แล้ว การดื่มเบียร์ยังเป็นสัญลักษณ์ของผู้ชายในการยอมรับ

คนนอกให้กลายเป็นคนในกลุ่ม และยังหมายถึงการยกย่องให้เกียรติสำหรับผู้ชายด้วย การนำเสนอความรู้สึกของผู้ชายนั้น พบว่า เน้นการเปิดอารมณ์ความรู้สึกของกันและกัน ซึ่งไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาปกติ เนื่องจากผู้ชายต้องเก็บอารมณ์ ปฏิสัมพันธ์ที่ผู้ชายมีต่อผู้หญิง

ในโฆษณาเบียร์คือ มองผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ เป็นต้น จากงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ประเด็น “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน” และ “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย” เป็นกรอบในการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

กรอบการวิจัย



ผู้วิจัยจึงได้สรุปประเด็นที่จะใช้ในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประยุกต์เกณฑ์ที่นำมาจากงานวิจัยของ Fejes (1992) Strate (1992) Suzanne Pingree (1983) Butler & Paisley (1980) Meehan (1983) ชันญะ กาญจนอุไรโรจน์ (2538) และ จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ได้ออกมาเป็น 10 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง หมายถึง หน้าตา อายุ รูปร่าง การแต่งกาย ลักษณะภายนอกของผู้หญิง โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

1.1 ทิศทางเป็นบวก เช่น

“ฉากนี้เฝ้ายืนอยู่ในชุดเจ้าสาวแสนสวย แต่รัศมีกระซิบตัวจนทำเอาอกคุดขึ้นมาทันตา ส่วนชมพูดูสวยสง่าในชุดราตรีสีทอง” – เกลินิวส์ ฉบับ 10 สิงหาคม 2552

“โอ้ย...คนอะไรเพอร์เฟ็คท์ สูงยาว เข้าดี ตาโต แก้มก็ป่อง” – ทิวฬ ฉบับ 6 – 12 พฤศจิกายน 2552

1.2 ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“ฉากนี้ดูดีต้องแต่งองค์ทรงเครื่องออกรับเพื่อปกป้องบ้านเมือง” – เกลินิวส์ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

“นางเอกหน้าไทย จุ้ย วรรณา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

1.3 ทิศทางเป็นลบ เช่น

“พยายามแต่งเนื้อแต่งตัวตามมาลินี แต่ยังไม่ก็บ้านนอกอยู่ดี” – ทิวฬ ฉบับ 31 กรกฎาคม – 6 สิงหาคม 2552

“งานนี้ป๊อกเลยต้องแปลงร่างเป็นสาวเซ็กซี่แบบสุดๆ ทั้งใส่เสื้อปิดถึงคอ แอมกระโปรงยังยาวปิดข้อเท้า แต่งตัวเสร็จทำเอาทั้งกองถึงกับอึ้งเพราะความเซ็กซี่สุดๆ แอมผู้กำกับ เอส – คมกฤษ ตรีวิมล ยังต้องขอเรียก ‘ป๊า’ แทน ‘ป๊อก’ อีกต่างหาก” – เกลินิวส์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง หมายถึง ความ

รู้สึกที่เกิดขึ้นในใจผู้หญิงต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตรงหน้า โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

2.1 ทิศทางเป็นบวก เช่น

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

“พิมพ์ลภัสอยู่ในอ้อมกอดของรเมศ ตาประสานตากันแบบสุดซึ้ง” – ทิวฬ ฉบับ 3 – 9 กรกฎาคม 2552

2.2 ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“นำความแปลกใจให้กับมาลินียิ่งนักว่าผู้หญิงคนนี้ใคร ทำไมคุณยายจึงให้ความสำคัญนัก” – ทิวฬ ฉบับ 31 กรกฎาคม – 6 สิงหาคม 2552

“ความรักระหว่างรเมศและพิมพ์ลภัส ทั้งสองต่างซ่อนความรู้สึกของตัวเองไว้” – ทิวฬ ฉบับ 3 – 9 กรกฎาคม 2552

2.3 ทิศทางเป็นลบ

“บุปผชาติพกพาหัวใจที่บอบช้ำไปนั่งปล่อยอารมณ์คนเดียวในผับแห่งหนึ่ง” – ทิวฬ ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม

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

3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง หมายถึง ความตระหนักถึงคุณค่าที่มีในตัวของผู้หญิง โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็นเรื่องการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงมี 3 ทิศทางคือ

3.1 ทิศทางเป็นบวก เช่น

“แต่ด้วยสปิริตนักแสดงของรุ่นพี่อย่างเจียบบอกกับน้องๆ ว่า ดบจริงเลยก็ได้เพื่อความสมจริง” – เกลินิวส์ ฉบับ 11 สิงหาคม 2552

“เป็นคนใจดีมีศีลธรรม เป็นที่หมายปองของผู้ชายทุกคน เรื่องนี้เจียบตั้งใจเพราะบทที่ได้รับดีมาก” – ทิวฬ ฉบับ 18 – 24 กันยายน 2552

3.2 ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“การแสดงออกมักจะขัดกับสิ่งที่คิดเสมอ” – ทวีพูล ฉบับ 14 – 20 สิงหาคม 2552

“แผนกักสารภาพว่า ตอนนั้นกลัวตายจริงๆ” – ไทยรัฐ ฉบับ 5 มีนาคม 2552

3.3 ทิศทางเป็นลบ เช่น

“พลอยเข้าใจหนัก ซดขานมาตัวตาย” – เดลินิวส์ ฉบับ 20 ตุลาคม 2552

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

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน หมายถึง การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้หญิง โดย การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็น เรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันมี 3 ทิศทางคือ

4.1 ทิศทางเป็นบวก เช่น

“หนูนี่กลายเป็นกาวประสานที่เกือบจะทำให้ ประมิตรและแก๊งกัญญาคลับมารู้สึกดีต่อกันอีกครั้ง” - สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

“เนตรพุดได้รู้จักกับสาวโรงงานเพื่อนแท้สองคน ได้แก่ พรพนา สาวโรงงานมาดเรียบร้อยนิสัยดี และ ฆมนาด สาวโรงงานแก่นกะโหลกเป็นคนคอยช่วยเหลือ เมื่อเกิดปัญหา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

4.2 ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“พี่สาวของแก๊งกัญญา ซึ่งทำงานเป็นพี่เลี้ยง หนูนี่” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

“ทั้งหมดอาศัยกันเป็นแก๊งที่บ้านเช่าแบบที่ คุณหนูไฮโซๆ อย่างเธอไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

4.3 ทิศทางเป็นลบ เช่น

“ระริน รู้ว่าหญิงสาวเป็นลูกของลำแพนเลยคิด ปองร้าย จึงจ้างนักเลงให้จับตัวรัดคอกไปข่มขืนและ ถ่ายวิดีโอคลิปเอาไว้ประจาน” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

“ใบตองเกลียดบุปผชาติเพราะรู้ว่าเธอเป็นคน

ที่ทศจะแต่งงานด้วย บุปผชาติหลงไว้ใจใบตองจนเปลอ ระบายความในใจออกมา ใบตองกลั่นแกล้งให้บุปผชาติ และทศเข้าใจผิดกันหลายครั้ง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย หมายถึง การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงต่อผู้ชาย โดย การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ทิศทางการนำเสนอประเด็น เรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายมี 3 ทิศทางคือ

5.1 ทิศทางเป็นบวก เช่น

“เจ้าหญิงศศิราเมืองครึกษ์หนุ่ม มาณสิงห์ ที่ มอบใจรักและภักดีเคียงข้างพระนาง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 16 – 22 พฤศจิกายน 2552

“เพื่อนสองหนุ่มก็ตกหลุมรักสาวโรงงานอย่าง ฆมนาดตั้งแต่แรกเห็นที่โรงงาน” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

5.2 ทิศทางเป็นกลาง เช่น

“เมื่อแม่เอ๋ยปากยกเรื่องคำสั่งเสียของพ่อ ทำให้ห็นต้องยอมกลับไป” - สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“เป็นฉากที่ทุติยะวางแผนให้หนูดำมาหาที่ นำตงเพราะต้องการปรับความเข้าใจกับหนูดำ” – เดลินิวส์ ฉบับ 12 กุมภาพันธ์ 2552

5.3 ทิศทางเป็นลบ

“ปารมียกให้ห็นเป็นศัตรูหมายเลขหนึ่ง และ เป็นคนเดียวในโลกที่เธอไม่ชอบเพราะนอกจากจะขัด ขวางการไปกับแฟน ยังแสดงอาการขัดใจสารพัด” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“ประมิตร (ป๋อง – ฌวัฒน์) โมโหหึง แก๊งกัญญา (อ้อม) แฟนเก่ากอดกับ นุติ (เป็ก – เปรมณซ์) หนุ่มรุ่มรอน้องที่ตามจับ เลยไม่พอใจ อ้อมหญิงสาว ขึ้นไปปล้ำซะเลย” – ไทยรัฐ ฉบับ 18 พฤศจิกายน 2552

6. บริบทของผู้หญิง หมายถึง สถานที่ที่ผู้หญิง ปรากฏตัวในขณะนั้น โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำ เสนอประเด็นเรื่องบริบทของผู้หญิงออกเป็น 4 บริบทคือ

6.1 บริบทภายในบ้าน เช่น

“พนามาหาหนูที่บ้านขึ้นไปเคาะห้องนอน ตะโกนให้หนูเปิดประตู พอนูชเปิดประตู พนามาถามดีว่า แต่หนูกลับประหลาดประชัน พนาซึ่งอยู่ในอาการมึนเมา เพราะดื่มมาหนักจนขมขื่น” – ทวีพูล ฉบับ 11 – 17 กันยายน 2552

“ฉากนี้เป็นฉากที่บังอร (แอน – อลิษา) เข้ามาเห็น อิน (เปปเปอร์ – รัชชาศาสตร์) กับ อิม (เจียบ – โสภิตนภา) อยู่ในห้องสองต่อสอง แอนเลยเข้าใจผิดว่า ทั้งคู่เป็นชู้กัน บังอรตรงเข้าไปตบตีอิมด้วยความโกรธ” – เกลนิวิล์ ฉบับ 31 สิงหาคม 2552

6.2 บริบทสาธารณะ เช่น

“น้ำทิพย์ (เบนซ์) นึกมางานแต่งงานของ ชาตรี (โหม) กับ อุทัย (น้ำฝน) พร้อมมอบของขวัญสุด หวาดเสียวจนอุทัยตกใจสุดขีดเป็นลม” – ไทยรัฐ ฉบับ 21 เมษายน 2552

“ฉากนี้เป็นฉากที่สามสาวฉันทนาถูกโจร ไล่ไม่มดักจี้ระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทวีพูล ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

6.3 บริบทที่ทำงาน เช่น

“เป็นฉากหลังจากวรรณธร (มค) รู้ความจริง ว่า แก้วกัญญาเป็นคนรักเก่าของปรมินทร์ (เป็อง – ณวัฒน์) แฟนตัวเอง เลยบุกมาหาเรื่องแก้วกัญญา (อ้อม) ถึงที่ทำงาน” – เกลนิวิล์ ฉบับ 16 พฤศจิกายน 2552

“เป็นตอนที่เนียน (พลอย) มาตีหน้าใส ชื่อร้องขอคะแนนสงสารจาก ปวัน (อ้อม – อริชาติ ขุนนานนท์) ถึงที่ทำงาน” – เกลนิวิล์ ฉบับ 8 กันยายน 2552

6.4 บริบทอื่นๆ เช่น

“โลกชั้นถ่ายทำบิรวณป่าเปลี่ยวแถวศาลายา งานนี้จะอุดกระชากลากปล้ำยังงี้ก็ไม่มีใครสนใจ” – ไทยรัฐ ฉบับ 4 มิถุนายน 2552

“นิลและคณะต้องข้ามลำน้ำเชี่ยวกราก เพื่อมุ่งหน้าไปเมืองอโรราส” – ไทยรัฐ ฉบับ 27 มีนาคม 2552

7. ระดับของผู้หญิง หมายถึง ระดับชั้นทางสังคมของผู้หญิง โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็น

เรื่องระดับของผู้หญิงออกเป็น 4 ระดับ คือ

7.1 ระดับสูงหรือระดับผู้นำ เช่น

“เรื่องราวทั้งหมดเริ่มต้นขึ้นที่เมืองปัญจารัตน์ ดินแดนเล็กๆ ในหุบเขาที่มีความสงบร่มเย็นภายใต้ ทศพิธราชธรรมแห่งกษัตริย์และราชินี มีเจ้าหญิงศรัธา ผู้ซึ่งเป็นน้ำค้างใสแห่งราชวงศ์ สวยงามทั้งรูปและจิตใจ คั่งน้ำค้างพรั่งพรูลงบนยอดเขา” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 16 – 22 พฤศจิกายน 2552

“อรนุช ลูกสาวเจ้าสัวเจริญ มหาเศรษฐี พันล้าน มาร่วมหุ้นทำนิตยสาร Working Women” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

7.2 ระดับธรรมดา เช่น

“ดาวและคัมถูกอาจารย์ทำโทษให้ไปยืน กางแขนและใส่กุญแจมือติดกันบนศาลาฟ้า” – เกลนิวิล์ ฉบับ 30 มิถุนายน 2552

“สาวป๊อกรับบทนായിกา อาจารย์สาวสุด เรียบร้อย” – เกลนิวิล์ ฉบับ 24 สิงหาคม 2552

7.3 ระดับล่าง เช่น

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

“เมียป่วยของหลวงวิสุทธิที่กำลังหลุนนุ่นวาย ดับคึกกับ 2 บ่าวสาวในเรือน” – เกลนิวิล์ 11 สิงหาคม 2552

7.4 ระดับอื่นๆ เช่น

“เป็นฉากที่ผีเจ้าสัวเกดไม่ยอมปล่อยให้ชายตัด ไปแต่งงานกับหญิงอื่น” – ไทยรัฐ ฉบับ 9 เมษายน 2552

“แท้ที่จริงแล้วสาวน้อยวิวีเป็นมนุษย์ต่างดาวที่ ส่งมาสอดแนมข้อมูลบางอย่างบนโลกมนุษย์” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 7 – 13 ธันวาคม 2552

8. สถานะของผู้หญิง หมายถึง ตำแหน่งแห่งที่ของผู้หญิงที่อยู่ในการกระทำ โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องสถานะของผู้หญิงออกเป็น 3 สถานะ คือ

8.1 สถานะผู้กระทำ เช่น

“น้ำทิพย์พุ่งตรงเข้าไปบีบคออุทัยเกือบตายแต่

มีคนมาห้ามทัน” – ไทยรัฐ ฉบับ 28 เมษายน 2552

“ป่าไขแสงสั่งให้จัดงานแต่งงานแบบเร่งด่วนระหว่างแสนภูมิกับไบเตย” – ทิวพุด ฉบับ 14 – 20 สิงหาคม 2552

8.2 สถานะผู้ถูกกระทำ เช่น

“เป็นฉากที่หนูพุก (หยาดทิพย์) ถูกชลธิ (เกรท) แกล้งให้ทำความสะอาดพื้น” – เกลนิวิสต์ ฉบับ 19 กุมภาพันธ์ 2552

“เป็นฉากที่สามสาวถูกโจรไอ้โม่งดักจีระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทิวพุด ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

8.3 สถานะอื่นๆ

“นวนลรี เมียรักได้ตายจากไปด้วยอุบัติเหตุทางรถยนต์” – ทิวพุด 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“เอมิกาเริ่มป่วยหนักทำให้ร่างกายอ่อนแออนาคตในการบริหารธุรกิจของตระกูลจึงดับไป” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

9. บทบาทของผู้หญิง หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมที่ผู้หญิงกำลังกระทำอยู่ โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องบทบาทของผู้หญิงออกเป็น 8 บทบาท คือ

9.1 บทบาทแม่ เช่น

“โรสกลับมาพบกับปริมอีกครั้งโดยบังเอิญที่สนามบิน เธอกลายเป็นแม่หม้ายลูกติด” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

“หนีกลับไปเยี่ยมพรใหม่ แม่ผู้แสนดีใจดีที่ชุมชนหอยใหญ่” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

9.2 บทบาทเมีย เช่น

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

“ปริมินทร์กับแก้วกัญญารักกันมานาน และกำลังจะแต่งงานกัน” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 2 – 8 พฤศจิกายน 2552

9.3 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย เช่น

“ก็เลยเอาฉากที่นางหงส์สร่งน้ำมาให้ดูเรียก

น้ำย่อย” – ไทยรัฐ ฉบับ 20 พฤษภาคม 2552

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

9.4 บทบาทวัตถุทางเพศ เช่น

“ทศจิบโบว์มาขงทรมานไว้ในกระท่อมแถมยังข่มขืนโบว์เพราะต้องการให้โบว์มีลูกให้เพื่อแก้แค้น” – เกลนิวิสต์ ฉบับ 27 สิงหาคม 2552

“ทำให้ปริมกลายเป็นคนที่มองผู้หญิงเป็นเพียงของเล่นเท่านั้น จนแทบไม่มีความรักต่อไปอีกเลย” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 19 – 25 ตุลาคม 2552

9.5 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ เช่น

“เนตรพฐเรียนจบแพชชันดิไซน์จากปารีส” – ทิวพุด ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“ก็เล่นเป็นสาวทันสมัย นักเรียนนอก บุคลิกปราดเปรียวมันใจ” – ทิวพุด ฉบับ 24 – 30 กรกฎาคม 2552

9.6 บทบาทอาชญากร เช่น

“ซึ่งฉากที่จะพาไปดูวันนี้เป็นตอนที่หญิงโหม (อ้อม) หลอกเจ้าสีกด (ธัญญา) มาที่วัง ก่อนจะสั่งให้ปาวช่วยกันจับไว้ให้ตัวเองดิบจนตกน้ำ” – ไทยรัฐ ฉบับ 26 กุมภาพันธ์ 2552

“นกหมดความอดทนตบอ้อมจนหน้าหันอ้อมก็ได้กลับคืนหน้าทันที คราวนี้ทำเอานกเคียดสุดๆจัดการเจือมอดตบอ้อมเต็มแรงอีกคาดเสียงดังเพียะ!” – เกลนิวิสต์ ฉบับ 23 กุมภาพันธ์ 2552

9.7 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย เช่น

“เป็นฉากที่สามสาวฉันทนาถูกโจรไอ้โม่งดักจีระหว่างทางเดินกลับบ้านเช้า” – ทิวพุด ฉบับ 13 – 19 พฤศจิกายน 2552

“น้ำเขียวจึงตัดสินใจบุกเข้าไปที่ศิขรินเพื่อช่วยเจ้าหญิงให้พ้นจากอันตราย” – สตาร์นิวิสต์ ฉบับ 30 พฤศจิกายน – 6 ธันวาคม 2552

9.8 บทบาทอื่นๆ เช่น

“ศัตรูหัวใจอย่างกัญญารักต้องยกขบวนมาล่อมเยาะเย้ย” – เกลนิวิสต์ ฉบับ 26 พฤศจิกายน 2552

“บุปผชาติคิดจะเป็นแม่สื่อให้ใบตองกับทศ เพราะเธอเห็นว่าใบตองชอบทศ” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

10. อาชีพของผู้หญิง หมายถึง หน้าที่การงานของผู้หญิง โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งการนำเสนอประเด็นเรื่องอาชีพของผู้หญิงออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

10.1 อาชีพที่มีอำนาจในการบังคับบัญชา เช่น “จามเทวีได้ขี่ช้างคู่บ้านคู่เมืองแล้วพุ่งหอกสู้กับข้าศึกเยี่ยงชายชาติวีรไม่ว่าตาย” – เดลินิวส์ ฉบับ 17 มีนาคม 2552

“วาริรินทร์เป็นเจ้าของบริษัท” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 14 – 20 ธันวาคม 2552

10.2 อาชีพที่ต้องรับคำสั่ง เช่น “เป็นฉากที่ รังรอง (อ้อม) ขอ รังสี (เป๊ยก – พิศาล) ไปทำงานเป็นเลขาฯ ของภาสกร (ณัฐ)” – เดลินิวส์ ฉบับ 10 กุมภาพันธ์ 2552

“การ์ตูน – อินทรา เกตุรสนทร รับบทเป็นพี่เลี้ยงของลูกที่ซื่อซน” – เดลินิวส์ ฉบับ 2 กุมภาพันธ์ 2552

10.3 อาชีพที่เป็นกลาง เช่น “ปารมีหรือปาล์มเดินทางกลับจากต่างประเทศ หลังเรียนจบปริญญาโท” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“นางเอกของเรื่องมีอาชีพเป็นนางแบบ” – ไทยรัฐ ฉบับ 20 พฤษภาคม 2552

10.4 ไม่ปรากฏอาชีพ เช่น “เนตรพฐ คุณหนูไฮโซๆ ลูกสาวเจ้าของโรงงานเย็บผ้าชื่อดัง” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 12 – 18 ตุลาคม 2552

“คุณหญิงบุษบาเป็นคนรับสาย วินีค่า คุณหญิงอย่างเสียหายจนคุณหญิงตกใจเป็นลม” – สตาร์นิวส์ ฉบับ 13 – 19 กรกฎาคม 2552

ผลการวิจัย

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงในทิศทางเป็นบวกมากที่สุดจำนวน 185 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาก็คือ ทิศทางเป็นลบนำเสนอจำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ทิศทางเป็นกลางนำเสนอจำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.1

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 489 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาก็คือ ทิศทางเป็นบวกนำเสนอจำนวน 264 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.2 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ทิศทางเป็นกลางนำเสนอจำนวน 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.2

3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 387 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาก็คือ ทิศทางเป็นบวกนำเสนอจำนวน 236 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.8 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือทิศทางเป็นกลางนำเสนอจำนวน 56 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.2

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 339 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 89 รองลงมาก็คือ ทิศทางเป็นบวก

นำเสนอจำนวน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.9

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายในทิศทางเป็นลบมากที่สุดจำนวน 772 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือ ทิศทางเป็นบวก นำเสนอจำนวน 235 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และทิศทางที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ทิศทางเป็นกลาง นำเสนอจำนวน 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5

6. บริบทของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นบริบทของผู้หญิงในบริบทภายในบ้านมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 114 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ บริบทสาธารณะ นำเสนอจำนวน 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.7 บริบทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 33 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.7 และบริบทที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ บริบทที่ทำงาน โดยนำเสนอจำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

7. ระดับของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นระดับของผู้หญิงในระดับธรรมดามากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 239 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.1 รองลงมาคือ ระดับล่าง นำเสนอจำนวน 21 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.5 ระดับสูง/ผู้นำ นำเสนอจำนวน 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.3 และระดับที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ ระดับอื่นๆ โดยนำเสนอจำนวน 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.1

8. สถานะของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นสถานะของผู้หญิงในสถานะผู้ถูกกระทำมากที่สุด จำนวน 575 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ สถานะผู้กระทำ นำเสนอจำนวน 345 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.9 และสถานะที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ สถานะอื่นๆ นำเสนอจำนวน 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.3

9. บทบาทของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอบทบาทของผู้หญิงในบทบาทต่างๆ จากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศมากที่สุด จำนวน 297 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมาคือ บทบาทเมีย นำเสนอจำนวน 277 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.8 และบทบาทอาชญากร นำเสนอจำนวน 192 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.1 บทบาทเหยื่อผู้เคราะห์ร้าย นำเสนอจำนวน 188 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.8 บทบาทสัตว์โลกแสนสวย นำเสนอจำนวน 166 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13 บทบาทผู้หญิงยุคใหม่ นำเสนอจำนวน 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.6 บทบาทอื่นๆ นำเสนอจำนวน 52 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4 และบทบาทแม่ นำเสนอจำนวน 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1

10. อาชีพของผู้หญิง

ผลการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จากหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสารบันเทิงรวม 132 ข่าว พบว่า มีการนำเสนอประเด็นอาชีพของผู้หญิงในลักษณะที่ไม่ปรากฏอาชีพมากที่สุด โดยนำเสนอจำนวน 220 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคือ อาชีพที่ต้องรับคำสั่ง นำเสนอจำนวน 31 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.6 อาชีพที่เป็นกลาง นำเสนอจำนวน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และอาชีพที่นำเสนอน้อยที่สุดคือ อาชีพที่มีอำนาจบังคับบัญชา โดยนำเสนอจำนวน 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.5

อภิปรายพา

1. รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง

รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดในช่วงประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์คือรูปลักษณ์ภายนอกในทิศทางบวก แม้ว่าจะเป็นทิศทางบวกมากที่สุดแต่รูปลักษณ์ที่เป็นบวกนี้ถูกกล่าวในฐานะเป็นต้นเหตุของอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงซึ่งถูกทำให้เป็นวัตถุทางเพศและสัตว์โลกแสนสวย โดยข่มขืนซึ่งกล่าวถึงการล่วงละเมิดทางเพศต่อผู้หญิงนั้นจะให้น้ำหนักว่าฝ่ายหญิงเป็นคนผิด เนื่องจากมีรูปลักษณ์ภายนอกในทางบวก มากกว่าจะกล่าวโทษผู้ชายที่เป็นผู้ลงมือทำอาชญากรรม หรือเป็นฝ่ายที่ไม่สามารถ “อดใจไหว” ได้ ราวกับการล่วงละเมิดทางเพศผู้หญิงที่แต่งกายเซ็กซี่เป็นความชอบธรรมของผู้ชาย เพราะผู้หญิงเป็นฝ่ายรนาหาที่เอง ยังเป็นการตอกย้ำมายาคติว่าผู้ชายเป็นเพศที่สามารถปลดปล่อยความต้องการทางเพศได้อย่างอิสระ อิสระขนาดที่ว่าไม่จำเป็นต้อง “อดใจไหว” เมื่อมีผู้หญิงเซ็กซี่อยู่ตรงหน้า

ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับมายาคติเกี่ยวกับการข่มขืน เวลาพูดถึงการป้องกันข่มขืน มักจะมีคำอธิบายว่า ผู้หญิงควรแต่งกายให้มิดชิด ไม่กลับบ้านดึกคืน ไม่ควรอยู่คนเดียวในที่เปลี่ยว กลายเป็นการผลักภาระให้ผู้หญิงต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบต่อการถูกข่มขืนเสียเอง โดยไม่มีการพูดถึงความรับผิดชอบที่ฝ่ายชายต้องมีเลย และแท้จริงนั้น ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงที่ถูกข่มขืนเป็นเพราะพวกเขาเหล่านั้นที่หรืออยากถูกข่มขืนเสียเอง ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงทุกคนที่ถูกข่มขืนจะแต่งตัวยั่ววน และไม่ว่าผู้หญิงจะแต่งกายอย่างไร หรือรูปลักษณ์ภายนอกเป็นเช่นไร ผู้หญิงทุกคนก็ไม่ควรถูกข่มขืน เพราะฉะนั้น คำอธิบายตามแบบที่ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กำลังบอกว่า “เพราะผู้หญิงสวย เซ็กซี่ ผู้ชายจึงอดใจไม่ไหวที่จะต้องข่มขืน” ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง และไม่ได้ช่วยส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและความปลอดภัยในชีวิตของผู้หญิง

เลยแม้แต่น้อย ยังเป็นการตอกย้ำมายาคติเกี่ยวกับการข่มขืนให้เลวร้ายลึกกลงไปในสังคม

และแม้ว่ารูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงจะได้รับการนำเสนอในทางบวกอย่างไร แต่จะเห็นได้ว่าผู้หญิงก็ยังคงได้รับการนำเสนอในบทบาทวัตถุทางเพศ และบทบาทสัตว์โลกแสนสวย ผู้หญิงจึงอยู่ในฐานะผู้ที่ถูกจ้องมอง สอดคล้องกับ Suzanne Pingree (1976) ทำการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนในสังคมได้ถ่ายทอดภาพลักษณ์ในลักษณะสัตว์โลกแสนสวยแต่ไร้สมอง เป็นการเสนอลักษณะสองมิติของผู้หญิงคือ วัตถุทางเพศ ไม่มีสมอง ต้องตกเป็นเหยื่อสังคมตลอดเวลาเป็นการกดขี่ผู้หญิงให้ยอมรับการกดขี่ทางเพศของชาย และปล่อยให้เพศชายเป็นผู้ควบคุมเรื่องเพศ (Sexuality) ของผู้หญิงมากขึ้น

นอกจากนั้น ยังพบว่า รูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงได้รับการนำเสนอมากกว่าความสามารถของผู้หญิง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้หญิงไม่ได้รับการคาดหวังเรื่องความสามารถอยู่แล้ว เพราะโลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของเธอ แต่บทบาทที่ผู้หญิงมีแต่เดิมก็คือ วัตถุทางเพศและสัตว์โลกแสนสวย ทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์สะท้อนแต่เรื่องรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิง มากกว่าจะแสดงให้เห็นศักยภาพของผู้หญิง

2. อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิง

อารมณ์ความรู้สึกของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดในช่วงประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์คืออารมณ์ความรู้สึกในทิศทางลบ เนื่องจากมีคุณค่าข่าวในเรื่องความหายนะ ความขัดแย้ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ข่าวร้ายมักได้รับความสนใจมากกว่าข่าวดี และไม่ว่าผู้หญิงจะถูกจัดให้อยู่ในสถานะใด หรือต้องปฏิสัมพันธ์กับใคร ก็จะล้วนแต่มีอารมณ์เป็นลบ

Plumwood (อ้างใน วารุณี ฐิริสินสิทธิ์ 2545 : 10) กล่าวว่า ความเป็นชายถูกจัดให้อยู่ในบริบทของความ เป็นเหตุผล และความเป็นหญิงอยู่ในบริบทของธรรมชาติ ซึ่งถือว่าเป็นฐานทางปัญญาหลักอันหนึ่งในการครอบงำ

ผู้หญิง ในขอบเขตของความเป็นเหตุผลหรือขอบเขตของความเป็นชายจะขัดแย้งและไม่รวมเรื่องของอารมณ์ ความริจวนใจ ธรรมชาติ ประสบการณ์ ศรัทธา ความบ้า ขอบเขตของความเป็นชายหมายถึงชีวิตสาธารณะ การผลิต ชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งขัดแย้งกับขอบเขตความเป็นหญิงที่เป็นเรื่องส่วนตัว ชีวิตในบ้าน และการสืบพันธุ์ และความเป็นหญิงถูกใช้เป็นตัวแทนของธรรมชาติและปัจเจกบุคคล ซึ่งตรงข้ามกับความ เป็นชายที่เป็นสังคมและวัฒนธรรม

เช่นเดียวกับ Kate Millet ซึ่งกล่าวในหนังสือชื่อ Sexual Politics (อ้างใน วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 90 – 91) ว่า กลุ่มที่ครอบงำในสังคม (ผู้ชาย) จะเป็น ผู้กำหนดความเป็นผู้ชายและความเป็นผู้หญิงตาม ค่านิยมและความต้องการของตน ซึ่งมีผลต่อบทบาทที่ แต่ละฝ่ายต้องกระทำ และมีผลต่อสถานภาพที่ตามมา เช่น ความเป็นผู้หญิงหมายถึงความอ่อนแอ ไม่กล้าตัดสินใจ ชอบใช้อารมณ์ ไม่มีเหตุผล เพราะฉะนั้น ผู้หญิงจึงไม่สามารถเป็นผู้นำในระดับต่างๆได้ ผู้หญิง อยู่ในสถานะที่เป็นรองเสมอมา ความแตกต่างระหว่าง เพศที่เข้าใจกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบทบาทที่สำคัญหรือนุคลิกลักษณะ มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมมากกว่าชีวภาพ วัฒนธรรมดังกล่าวคือวัฒนธรรมของระบบชายเป็นใหญ่ และถ้าเมื่อใดผู้หญิงไม่ปฏิบัติตามลักษณะ “ความเป็นหญิง” เธอจะถูกทำร้ายในลักษณะต่างๆ

เมื่อผู้หญิงถูกจัดอยู่ในตำแหน่งของ “อารมณ์” มากกว่า “เหตุผล” และการให้คุณค่ากับ “อารมณ์” ก็มีน้อยกว่า “เหตุผล” สิ่งที่น่าสนใจคือ ชาวประชาสัมพันธ ละครโทรทัศน์ได้สะท้อน “อารมณ์” ที่เป็นลบของ ผู้หญิงมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่ใช้แต่ อารมณ์ มีหน้าซ้ำยังเป็นอารมณ์ในทางลบอีกด้วย

3. การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิง

การเห็นคุณค่าในตนเองของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดในช่วงประชาสัมพันธละครโทรทัศน์คือ การเห็นคุณค่าในตนเองในทิศทางลบ การที่ผู้หญิงในช่วง ประชาสัมพันธละครโทรทัศน์เห็นคุณค่าในตัวเอง

น้อย เป็นเพราะมีอารมณ์ความรู้สึกในแง่ลบ ไม่ว่าจะ ปฏิสัมพันธ์กับใครก็เข้าไปในทางลบไปเสียหมด ทั้งยัง ต้องเป็นผู้ถูกกระทำ และมีบทบาทเป็นได้เพียงวัตถุทางเพศ

นอกจากนั้น ยังพบว่า ชาวประชาสัมพันธละคร โทรทัศน์ได้สะท้อนให้เห็นผู้หญิงในฐานะเป็นเพศ ที่อ่อนแอทั้งทางกายภาพและจิตใจ ต้องพึ่งพาผู้ชาย ผู้หญิงไม่ควรลุกขึ้นมาต่อสู้ เพราะต่อสู้ไปก็มีแต่จะ พ่ายแพ้ ควรก้มหน้ารับชะตากรรมการเป็นผู้ถูกกระทำ ต่อไป โดยน้ำเสียงที่มีต่อผู้หญิงที่ลุกขึ้นสู้ยังเป็นไปใน ทำนองดูถูกด้วยซ้ำ

ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับบงกช เสวตมาร (2533) ที่พบว่า แม้ผู้หญิงจะแกร่ง เข้มแข็ง เพียงใด ก็ตาม ทำยที่สุดก็จะยอมตกอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชาย และผู้หญิงแกร่งก็ยังคงต้องมีคนเคียงข้างในการต่อสู้ ของเธอด้วย ซึ่งหากเป็นผู้ชายก็จะช่วยให้เธอประสบ ชัยชนะในการต่อสู้ได้มากขึ้น

เช่นเดียวกับการวิเคราะห์เนื้อหาของทีมวิจัยของ Gerbner (1976) ที่ว่า ผู้หญิงถูกใช้ความรุนแรงมาก การเปิดตัวให้ผู้หญิงถูกทำร้ายนั้น (Lady in distress) เพื่อจะสร้างโอกาสให้พระเอกได้แสดงวีรกรรมเป็น วีรบุรุษ เท่ากับว่าชาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ กำลังกดให้คุณค่าความเป็นผู้หญิงต่ำลง อ่อนแอลง เพื่อส่งเสริมให้ผู้ชายอยู่เหนือกว่า และแสดงอำนาจ ที่เหนือกว่าผู้หญิง

นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้หญิงไม่ใช่คนที่สามารถ กำหนดชะตาชีวิตของตัวเองได้ แต่ชีวิตของผู้หญิง ถูกกำหนดโดยผู้อื่นอีกด้วย

ในขณะที่สังคมกดให้ผู้หญิงเป็นรองอยู่แล้ว เมื่อ อยู่ในช่วงประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ ผู้หญิงเองก็ ยังเห็นคุณค่าของตัวเองน้อยอีกด้วย การเห็นคุณค่า ในตนเองของผู้หญิงในช่วงประชาสัมพันธละคร โทรทัศน์ที่พบว่าเป็นลบมากที่สุดนั้น สะท้อนถึง ภาพลักษณ์ของผู้หญิงว่า เป็นเพศที่เห็นคุณค่าในตัวเอง น้อย นอกจากสังคมจะให้คุณค่าผู้หญิงเป็นรองจาก

ผู้ชายแล้ว ผู้หญิงเองยังรับเอาความคิดนั้นมาเป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงด้วย

ดังที่ Simone De Beauvoir (อ้างใน วารุณี ฤทธิสินสิทธ์, 2545 : 47) กล่าวว่า ความด้อยกว่าของผู้หญิงหรือความเป็นผู้อื่นของผู้หญิง ไม่ได้เกิดขึ้นเพราะผู้หญิงแตกต่างทางร่างกายจากผู้ชาย แต่เพราะสภาพการณ์ทางสังคมทำให้เป็นเช่นนั้น ผู้หญิงถูกทำให้เป็นอื่นโดยสังคม และส่วนใหญ่ของความเป็นผู้หญิงในอุดมคติที่ถูกสร้างผ่านทางวรรณกรรมต่างๆ คือการมีหน้าที่ต้องเสียสละตัวเองให้กับผู้ชาย เสียสละความต้องการของตนเองเพื่อผู้ชายจะได้ทำตามความต้องการของเขา สิ่งที่น่ากลัวคือ ผู้หญิงได้รับเอามายาคติเหล่านั้นเข้ามาเป็นความเชื่อของตัวเองและทำตามมายาคติเหล่านั้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า จากลักษณะดังกล่าว ขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ไม่ได้ช่วยส่งเสริมสถานภาพของผู้หญิงแต่อย่างใด

4. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกัน

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ ปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบนี้มีคุณค่าขาวในเรื่องความขัดแย้ง ความหยวนะ และเพศ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ จะพบว่า มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย เกิดขึ้นจำนวนครั้งมากกว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่า ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชายมากกว่าที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้หญิงด้วยกันเอง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงด้วยกันที่เป็นลบนี้สะท้อนให้เห็นว่า นอกจากผู้หญิงจะอยู่ในสภาพเป็นรองผู้ชายแล้ว ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ผู้หญิงยังต้องเป็นศัตรูกับผู้หญิงด้วยกันอีกด้วย ยิ่งทำให้ผู้หญิงมี

ลักษณะโดดเดี่ยว แยกแยกกับผู้หญิงด้วยกันเอง เป็นการกดผู้หญิงให้ต่ำลงด้วยผู้หญิง ในขณะที่ถ้าเป็นผู้ชายกดขี่ผู้หญิงให้ต่ำลงนั้นก็เพื่อให้ผู้ชายมีสถานภาพที่เหนือกว่าผู้หญิง แต่หากผู้หญิงกดขี่ผู้หญิงด้วยกัน เท่ากับว่าผู้หญิงจะอยู่ในตำแหน่งที่ต่ำลงกว่าที่ผู้ชายกดขี่ผู้หญิงเสียอีก เพราะแม้แต่ผู้หญิงด้วยกันเองก็ยังไม่ยอมรับผู้หญิงด้วยกัน ภาพลักษณ์ของผู้หญิงจึงดูเหมือนว่าผู้หญิงจะไม่มีเอกภาพ

5. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือปฏิสัมพันธ์ในทิศทางลบ มีคุณค่าขาวในเรื่องความขัดแย้ง ความหยวนะ และเพศ และยังสอดคล้องกับบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏมากที่สุดในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ 2 อันดับแรกคือ บทบาทวัตถุทางเพศและเมีย

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ในทิศทางลบยังถูกนำเสนอให้เป็นเรื่องก๊ากก๊ากโรแมนติก ซึ่งทำให้คนอ่านมองความขัดแย้งนี้ด้วยสายตาเอ็นดู มากกว่าจะเห็นถึงความรุนแรงที่ซ่อนอยู่ในข่าว ทำให้คนอ่านคุ้นเคยกับความรุนแรงโดยไม่รู้สึกตัว การนำเสนอในลักษณะนี้เป็นการลดทอนความรุนแรงของเหตุการณ์ลง คือหากเหตุการณ์ลักษณะนี้เกิดขึ้นในชีวิตจริงย่อมเป็นข่าวความรุนแรงแต่เมื่อปรากฏอยู่ในข่าวประชาสัมพันธ์จะถูกลดทอนความรุนแรงให้กลายเป็นเรื่องน่าอ่าน น่าติดตาม ทำให้คนอ่านคุ้นเคยกับความรุนแรงโดยไม่รู้สึกตัว

ดังเช่นที่ กาญจนา แก้วเทพ (2545 : 300) กล่าวว่า ในการยอมรับอุดมการณ์นั้น ถ้าทำให้รู้ตัวว่าเนื้อหาสาระนั้นกำลังถ่ายทอดอุดมการณ์และมีลักษณะบังคับผู้รับ คนเรามากจะต่อต้าน แต่ถ้าดึงดูดเข้ามาด้วยความบันเทิง การถ่ายทอดอุดมการณ์จะมีผลดีมากที่สุด เพราะฉะนั้น ขาวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์จึงเป็นตัวถ่ายทอดอุดมการณ์การใช้ความรุนแรงต่อผู้หญิงได้อย่างน่าอันตรายที่สุด

สำหรับในปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในทิศทางบวกนั้น พบได้ว่าเป็นไปเพื่อสร้างให้ผู้ชายเป็นวีรบุรุษ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายจะเป็นไปในทิศทางใดก็ตาม จะเห็นได้ว่าผู้หญิงล้วนตกอยู่ในสภาพเป็นรองผู้ชายอยู่เสมอ ซึ่งก็เป็นไปตามมายาคติที่มีต่อผู้หญิงตั้งแต่นั้น

6. บริบทของผู้หญิง

บริบทของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือ บริบทภายในบ้าน เป็นการตอกย้ำมายาคติเดิมที่มีต่อผู้หญิงว่าโลกของผู้หญิงคือโลกส่วนตัวหรือโลกภายในบ้าน มิใช่โลกสาธารณะหรือโลกแห่งการทำงาน ผลการวิจัยยังสอดคล้อง Meehan (1983 ; อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549 : 482) ที่พบข้อสรุปว่า บริบทที่ผู้หญิงจะถูกนำเสนอจะเป็นบริบทส่วนตัว หรืออยู่ภายในบ้านเป็นส่วนมาก และไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใด ผู้หญิงจะถูกนำเสนออย่างเป็นรองและต้องพึ่งพาผู้ชายในทุกบริบท

กาญจนา แก้วเทพ (2544 : 64) อธิบายว่า สังคมมอบหมายให้ผู้หญิงซึ่งโดยสภาพทางชีวะ/ร่างกาย เป็นฝ่ายที่ออกลูก จึงควรที่จะเลี้ยงลูก เป็น “แม่” และดูแลงานภายในบ้านเป็น “แม่บ้าน” ไปพร้อมๆ กัน ฉะนั้นเมื่อที่บ้านเท่ากับครอบครัว และผู้หญิงเท่ากับที่บ้าน ดังนั้น ผู้หญิงจึงเท่ากับครอบครัวไปโดยปริยาย ในขณะที่ผู้ชายจะสังกัดอยู่อีกซีกหนึ่งคือ ออกไปทำงานนอกบ้าน หาเลี้ยงครอบครัว เราจึงมักได้ยินว่า “ผู้ชายคนนี้เป็น Family man” หมายความว่า เป็นผู้ชายที่รักและเอาใจใส่ครอบครัว แต่จะไม่เคยได้ยินคำกล่าวว่า “ผู้หญิงคนนี้เป็น Family woman” เลย ทั้งนี้เนื่องจาก “การเป็นผู้หญิง” เท่ากับ “การเป็นครอบครัว” อยู่แล้ว

นอกจากนั้น การให้คุณค่าระหว่างโลกสาธารณะและโลกในบ้านก็แตกต่างกัน กล่าวคือ การที่ “โลกสาธารณะ” มีอำนาจเหนือกว่า “โลกที่บ้าน/โลกส่วนตัว” และเป็นตัวกำหนดทิศทางของโลกในบ้าน เนื่องจากโลกในบ้านต้องขึ้นต่อโลกสาธารณะนั้น ส่งผลสะท้อน

มาถึงเรื่อง “ผู้หญิง” และ “ผู้ชาย” เนื่องจากโลกสาธารณะนั้นเป็นที่อยู่ของผู้ชาย และโลกในบ้าน/โลกส่วนตัวนั้นเป็นที่อยู่ของผู้หญิง นี่จึงเท่ากับหมายความว่า การครอบงำของโลกสาธารณะต่อโลกในบ้านก็เป็นการเปิดทางให้ผู้ชายได้ครอบงำผู้หญิงนั่นเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2544 : 93)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าบริบทของผู้หญิงที่พบมากที่สุดคือภายในบ้าน บ้านกลับไม่ใช่สถานที่ที่ปลอดภัยสำหรับผู้หญิง เพราะเมื่ออยู่ภายในบ้าน ผู้หญิงยังคงเป็นผู้ถูกระทำ และเป็นวัตถุทางเพศ

ในขณะเดียวกัน ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ก็ทำให้เห็นว่า เมื่อผู้หญิงออกสู่โลกสาธารณะ ผู้หญิงก็ยังคงต้องวนเวียนอยู่กับบทบาทเดิมๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุทางเพศ เมีย เขี้ยวผู้เคราะห์ร้าย เพราะฉะนั้น การที่ผู้หญิงออกจากบริบทบ้านมาอยู่ในบริบทสาธารณะจึงไม่ได้หมายความว่า ผู้หญิงจะมีสถานภาพดีขึ้น แสดงให้เห็นว่า โลกสาธารณะไม่ใช่โลกของผู้หญิง แต่โลกของผู้หญิงอยู่ที่บ้าน เพราะฉะนั้น วิธีการจะจงจำให้ผู้หญิงอยู่ในโลกที่เธอควรจะอยู่ก็คือ การลงโทษผู้หญิง เมื่อผู้หญิงก้าวออกมาสู่โลกสาธารณะ เช่น ผู้หญิงจะต้องถูกทำร้ายทั้งจากผู้หญิงด้วยกันหรือจากผู้ชายโดยที่ผู้หญิงที่เป็นผู้ถูกระทำจะไม่มีทางสู้ และต้องรอคอยความช่วยเหลือจากผู้ชาย เป็นการลงโทษให้ผู้หญิงหลบจำว่าโลกสาธารณะไม่ใช่โลกของผู้หญิง แม้กระทั่งเมื่อผู้หญิงอยู่ในบริบทที่ทำงาน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงก็ไม่ใช่เรื่องงานเลยแม้แต่เน้อย

จะเห็นได้ว่า แม้ว่าผู้หญิงจะอยู่ในบริบทที่ทำงาน แต่การทำงานไม่ใช่ประเด็นสำคัญของผู้หญิงอยู่ดี ผู้หญิงยังคงให้ความสำคัญกับการยึดโยงตัวเองกับผู้ชายมากกว่าจะสนใจเรื่องหน้าที่การทำงาน และแม้ว่าผู้หญิงจะทำงาน แต่ผู้หญิงก็ไม่มีความสามารถพอในการจัดการกับหน้าที่การงานของเธอตามวิถีทางที่มีเหตุผลได้อยู่ดี

ข่าวประชาสัมพันธ์จึงทำให้เห็นว่า ไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใด ผู้หญิงก็ยังเป็นผู้หญิงตามแบบมายาคติเดิมๆ อยู่ดี

แล้วบริบทใดคือบริบทที่เหมาะสมกับผู้หญิง John Stuart Mill (อ้างใน วารุณี ภูริสินสิทธิ์, 2545 : 40) กล่าวว่า ผู้หญิงควรมีสติคิดตัดสินใจในชีวิตของตัวเอง และมีโอกาสเข้าไปอยู่ในโลกสาธารณะของผู้ชาย เขาไม่ยอมรับที่จะให้สิทธิแก่คนส่วนหนึ่งของเผ่าพันธุ์ที่จะตัดสินใจให้กับคนอื่นอีกส่วนหนึ่ง หรือมีปัจเจกบุคคลหนึ่งตัดสินใจให้กับปัจเจกบุคคลอื่น โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า อะไรคือบริบทที่เหมาะสมหรือไม่ใช้บริบทที่เหมาะสม เช่น โลกสาธารณะเหมาะสมสำหรับผู้ชาย ส่วนโลกส่วนตัวหรือบ้านเป็นที่อยู่ของผู้หญิง แต่บริบทที่เหมาะสมของมนุษย์ทุกคนคือ บริบทที่กว้างที่สุดและสูงที่สุดที่พวกเขาสามารถไปถึงได้

เมื่อชาวประชาสัมพันธก์กำหนดให้ผู้หญิงยังคงไปไหนได้ไม่ไกลไปกว่า “บ้าน” หรือยังคงต้องพกพาบทบาทเดิมๆ ที่ผู้หญิงเคยเป็นที่อยู่ในบ้านออกมาสู่โลกสาธารณะ ผลกระทบที่ตามมาคือ เมื่อ “ที่บ้าน” หมายถึง “โลกที่แวดล้อมตัวผู้หญิง” (Women’s world) ในขณะที่ “โลกภายนอก” หมายถึง “โลกที่แวดล้อมตัวผู้ชาย” (Men’s world) หากเปรียบเทียบขอบเขตของโลกทั้งสองนั้น จะเห็นได้ว่า โลกของผู้หญิงมีขนาดเล็กและคับแคบอย่างมากเมื่อเทียบกับโลกของผู้ชาย ขอบเขตของโลกนี้จะมีผลในการกำหนด “โลกทัศน์” (Worldview) ของคนแต่ละเพศด้วย จากการอยู่ในพื้นที่คับแคบก็มีส่วนในการทำให้เกิดความคิดที่คับแคบ ความสนใจที่คับแคบ และจิตใจที่คับแคบไปด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, (2544 : 66)

สรุปได้ว่า สิ่งที่สะท้อนออกมาจากข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์ก็คือ บริบทของผู้หญิงคือที่บ้าน อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นบริบทที่บ้านหรือโลกสาธารณะ ผู้หญิงล้วนได้รับอันตราย หรือตกอยู่ในสภาพเป็นรองเหมือนกันทั้งหมด และไม่ว่าจะอยู่ในบริบทใด ผู้หญิงยังคงต้องพกพาหน้าที่แบบ “ผู้หญิง” ตามมายาคติเดิมที่บ่มเพาะมาอยู่เสมอ

7. ระดับของผู้หญิง

ระดับของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธก์

ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือระดับธรรมดา ซึ่งสอดคล้องกับสถานะของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือสถานะผู้ถูกกระทำ เช่นเดียวกับบทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้หญิงที่ตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงมักเป็นผู้หญิงระดับธรรมดา

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า ผู้หญิงในระดับผู้นำที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์มีน้อยมาก และมักเป็นผู้หญิงในระดับผู้นำที่เกิดมาจากชาติตระกูลสูงส่ง หรือได้ตำแหน่งผู้นำเพราะเป็นภรรยาของผู้มีระดับสูง ไม่ใช่การเป็นผู้หญิงในระดับผู้นำที่ได้มาจากการความสามารถ

เมื่อเป็นเช่นนี้ ข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์กำลังบอกเราว่า ผู้หญิงจะเลื่อนระดับทางสังคมได้ก็ต่อเมื่อเกี่ยวข้องกับผู้ชาย เช่น เป็นลูกของผู้ชายระดับสูง หรือเป็นภรรยาของผู้ชายระดับสูง ไม่ได้เป็นเพราะความสามารถ การตกต่ำเช่นนี้ทำให้ผู้หญิงเห็นคุณค่าหมายสูงสุดของชีวิตผู้หญิงอยู่ที่การแต่งงาน ไม่ใช่การประสบความสำเร็จจากหน้าที่การงาน ผู้หญิงยังคงต้องวนเวียนอยู่ในโลกส่วนตัวต่อไป

8. สถานะของผู้หญิง

สถานะของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธก์มากที่สุดคือ สถานะผู้ถูกกระทำ สอดคล้องกับบทบาทของผู้หญิงในข่าวประชาสัมพันธก์ละครโทรทัศน์ที่ปรากฏมากที่สุดคือ บทบาทวัตถุทางเพศ และไม่ว่าผู้หญิงจะอยู่ในบริบทใด หรือมีปฏิสัมพันธ์กับใคร แต่สถานะของผู้หญิงก็ยังตกเป็นผู้ถูกกระทำได้อยู่ดี อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้หญิงพลิกสถานการณ์ขึ้นมาเป็นผู้กระทำ ผู้หญิงก็จะอยู่ในบทบาทของอาชญากรแทน

ทำให้เห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในสถานะผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำ ผู้หญิงจะถูกนำเสนอในแง่ร้ายทั้งสิ้น ซึ่งตรงกับคุณค่าข่าวในเรื่องความขัดแย้ง หายนะ และเพศ สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชราพร นิรนาทรังสรรค์ (2529) ซึ่งศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของผู้หญิงในข่าว

หนังสือพิมพ์ พบว่า ผู้หญิงที่ถูกนำเสนอในข่าวอาชญากรรมจะมีบทบาทเป็นผู้กระทำการและถูกกระทำการในด้านร้ายแทบทั้งสิ้น สำหรับการถูกกระทำการในด้านร้ายนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของ การถูกข่มขืนกระทำชำเราหรือถูกฆาตกรรม ดังนั้น ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อผู้หญิงในหนังสือพิมพ์ที่สะท้อนให้ผู้อ่านเห็น จึงเป็นเรื่องในด้านลบที่มองผู้หญิงว่าเป็นเพศที่อ่อนแอ เป็นเพียงเครื่องรองรับอารมณ์ของเพศชาย และยังมีแนวโน้มเลว

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

เมื่อผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ ข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์กำลังบอกเราว่า ผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ในขณะเดียวกัน ก็เป็นผู้ใช้ความรุนแรงได้อย่างร้ายกาจเช่นกัน เป็นการตอกย้ำมายาคติเดิมๆ ที่มองว่าผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนแอและไร้เหตุผลต่อไป

9. บทบาทของผู้หญิง

บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือบทบาทวัตถุทางเพศ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนัญชิ กาญจนอุไรโรจน์ (2538) ที่พบว่า หน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันจะเน้นการนำเสนอบทบาทสตรีในการเป็นวัตถุทางเพศมากที่สุด เช่นเดียวกับที่ สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ (2528) พบว่า หนังสือพิมพ์มักนำเสนอเนื้อหาสตรีในเรื่องความด้อยกว่าทางสังคม เช่น การเป็นวัตถุทางเพศ

บทบาทวัตถุทางเพศมีคุณค่าข่าวในเรื่องเพศ ความหยาบคาย ความเด่นดัง และบางครั้งมีเรื่องความประหลาด บทบาทวัตถุทางเพศจะพบในฉาก

“เลิฟซีน” ซึ่งเหมารวมแม้กระทั่งฉากข่มขืน ฉากที่ผู้หญิงถูกละเมิดทางเพศ หรือฉากที่ผู้หญิงต้องใกล้ชิดกับผู้ชายด้วยความไม่เต็มใจ ฉากดังกล่าวถูกใช้เป็นการแสดงความรักของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง นอกจากนั้นยังถูกใช้เพื่อเป็นการ “ปราบพยศ” ผู้หญิงในกรณีที่ผู้หญิงไม่เป็นไปตามที่ผู้ชายคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเป็นเพศที่ต้องถูกผู้ชายกำราบให้เป็นไปตามที่ผู้ชายต้องการ ต้องอยู่ในสถานะที่เป็นรองกว่า

จึงน่าตั้งข้อสังเกตว่า เหตุใดการข่มขืนจึงเป็นสิ่งชอบธรรมในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ซึ่งตรงกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 285) กล่าวว่า ในขณะที่การข่มขืนนอกจอ นั้น มักจะจินตนิยเข้าไปในทางลบอยู่เสมอ ทั้งนี้เพราะการข่มขืนเป็นทั้งการทำผิดกฎหมาย การทำผิดกฎศีลธรรม และเป็นสิ่งที่สังคมไม่ยอมรับโดยเปิดเผย แต่ทว่าในละครโทรทัศน์นั้น ความหมายของการข่มขืนกลับมีอยู่มากมายหลายนัยยะ นับตั้งแต่ นัยยะในทางลบ นัยยะแบบกลางๆ ไปจนถึง นัยยะในทางบวก (อย่างไม่น่าเชื่อ)

นอกจากนั้น ในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ซึ่งให้ผู้หญิงกลายเป็นวัตถุทางเพศ มีการทำให้เห็นว่าแม้ผู้หญิงจะเป็นฝ่ายถูกกระทำ แต่ผู้หญิงก็จะเป็นฝ่ายจำยอมต่อการเป็นวัตถุทางเพศในที่สุด หรือทำให้เห็นว่าไม่มีทางเลือกต่อการเป็นวัตถุทางเพศ

ผลที่ตามมาคือ หากภาพของผู้หญิงที่ต้องสยบยอมต่อการเป็นวัตถุทางเพศของผู้ชายได้รับการตอกย้ำอยู่เสมอ จะเป็นการบ่มเพาะความเชื่อว่า ผู้หญิงมีไว้รองรับความต้องการทางเพศของผู้ชายได้ตามต้องการ และมองว่าการถูกล่วงละเมิดทางเพศไม่ใช่เรื่องอันตรายร้ายแรง ยังเป็นการลดทอนคุณค่าของผู้หญิงลงอีกด้วย

10. อาชีพของผู้หญิง

อาชีพของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือ ไม่ปรากฏอาชีพ สอดคล้องกับบริบทของผู้หญิงที่ปรากฏในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์มากที่สุดคือ บริบทภายในบ้าน ซึ่งขัดแย้ง

กับสภาพความเป็นจริงที่ผู้หญิงในปัจจุบันให้ความสำคัญกับหน้าที่การงาน เท่ากับว่า ขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์กำลังบอกว่า การทำงานไม่ใช่เรื่องสำคัญของผู้หญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งพบว่า การนำเสนออาชีพของตัวละครหญิงนั้นก็นำเสนอในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้น สถานภาพการแต่งงานหรือโสดของตัวละครหญิงสำคัญกว่าการมีอาชีพ การแต่งงานถือเป็นการประสบความสำเร็จในชีวิต

การที่ขาวประชาสัมพันธไม่ได้นำเสนอผู้หญิงที่มีอาชีพนั้น เราอาจอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า ขาวประชาสัมพันธกำลังบอกเราว่า โลกแห่งการทำงานไม่ใช่โลกของผู้หญิง หรือไม่ใช่ว่าผู้หญิงควรให้ความสำคัญ

ในขณะที่ผู้หญิงในขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์เป็นผู้ที่ไม่ปรากฏอาชีพ คำถามก็คือ แล้วอะไรคือสิ่งที่ป็นอัตลักษณ์ของเธอ เราจะพบได้ว่า อัตลักษณ์ของเธอนั้นถูกผูกโยงไว้กับผู้ชาย มากกว่าจะเป็นอัตลักษณ์ที่มาจากกระทำการของเธอ เช่น แทนที่จะบอกว่าเธอทำอาชีพอะไร

นอกจากนั้น เมื่อผู้หญิงได้รับการนำเสนอให้มีอาชีพก็เป็นอาชีพที่ต้องรอรับคำสั่ง และมีการนำเสนอผู้หญิงที่มีอาชีพที่มีอำนาจมีคำสั่งน้อย เท่ากับว่า ในขาวประชาสัมพันธ ผู้หญิงไม่เหมาะกับการเป็นผู้นำ ทั้งๆ ที่ในโลกความเป็นจริงมีผู้หญิงที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับสูงจำนวนมาก และแม้ว่าผู้หญิงจะได้รับการนำเสนอให้มีหน้าที่การงาน แต่สิ่งที่เธอเกี่ยวข้องด้วยกลับไม่ใช่การทำงาน แต่เป็นประเด็นความสัมพันธ์กับผู้ชายมากกว่า เป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ว่า ผู้หญิงไม่ใช่เพศที่ให้ความสำคัญกับหน้าที่การงาน แต่สนใจเรื่องส่วนตัวมากกว่า ต่อให้ผู้หญิงจะมีอาชีพเป็นหลักเป็นฐาน แต่หน้าที่การงานไม่ใช่เรื่องผู้หญิงให้ความสำคัญอยู่ดี เป็นประเด็นเรื่องผู้ชายต่างหากที่ผู้หญิงจะให้ความสำคัญที่สุด ความเป็นนักวิชาชีพของผู้หญิงไม่เคยถูกนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของชีวิตการทำงาน แต่ผู้หญิงจะใช้ค้นหาและมารยาในการกฤษฎางไปสู่ความสำเร็จ และความสามารถในทางวิชาชีพของ

ผู้หญิงไม่ใช่ประเด็นที่จะได้รับการกล่าวถึงหรืออ้างอิง แต่เป็นรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงต่างหากที่จะได้รับการอ้างอิงว่าเป็นลักษณะของผู้หญิง เป็นการตอกย้ำมายาคติเดิมว่า ชีวิตการทำงานไม่ใช่ชีวิตของผู้หญิง แต่ชีวิตครอบครัวและผู้ชายต่างหากที่ถือเป็นชีวิตของผู้หญิง และแม้ว่าผู้หญิงจะได้โดดเด่นในโลกแห่งการทำงาน แต่ผู้หญิงก็ยังคงยึดติดอยู่กับโลกของผู้หญิงในแบบเดิมๆ ไม่ได้ออกมาสู่โลกแห่งการทำงานอย่างแท้จริง

จากขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ เราจึงไม่สามารถรู้ได้ว่า ผู้หญิงมีชีวิตการทำงานอย่างไร แต่เรากลับได้รู้ว่า เธอดำเนินความสัมพันธ์กับผู้ชายอย่างไร ทั้งที่ในโลกความเป็นจริง ชีวิตของผู้หญิงไม่ได้มีเพียงแง่มุมของความสัมพันธ์กับผู้ชายอย่างเดียวเท่านั้นอย่างในขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ ผู้หญิงเองก็มีชีวิตการทำงาน และเป็นผู้ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการดำเนินงานมากไปกว่าจะคอยมานั่งคิดว่าปรับตัวเข้าหาผู้ชายอย่างไร

เพราะฉะนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ถ้าในขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ไม่เคยมีภาพของผู้หญิงที่สนใจในอาชีพการงาน หรือมีอาชีพที่หลากหลายกว้างไกลไปกว่าอาชีพที่สังคมคาดหวังว่าผู้หญิงจะเป็น ผู้รับสารก็จะมิโลกทัศน์ต่อผู้หญิงในแบบที่เป็นมายาคติแบบเดิมๆ

ความคิดดังกล่าวจะเป็นตัวขัดขวางการพัฒนาผู้หญิงมิให้ออกมาสู่โลกแห่งการทำงานอย่างแท้จริง และกดผู้หญิงไว้ให้อยู่แต่ในความสนใจเรื่องภายในบ้าน และเป็นผู้คอยรับคำสั่งเช่นเดิม ซึ่งทำให้ศักยภาพของผู้หญิงลดน้อยลงไปด้วย

สรุป

แม้ว่าโลกความเป็นจริงจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในขาวประชาสัมพันธละครโทรทัศน์ยังคงวนเวียนอยู่ในมายาคติเดิมๆ ที่มีต่อผู้หญิง

ได้แก่ การเป็นวัตถุทางเพศ การไม่สนใจในหน้าที่ การงาน การเป็นเมีย การเป็นผู้ถูกกระทำ การเป็นเพศ ที่อ่อนแอและต้องการการพึ่งพาจากผู้ชาย ฯลฯ

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เป็นไปได้ว่า เนื้อหาของข่าว ประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์คือผลผลิตสืบเนื่องมาจาก ละครโทรทัศน์ ละครโทรทัศน์เป็นอย่างไร ข่าวประชาสัมพันธ์ก็เป็นแบบนั้น นักประชาสัมพันธ์เองไม่ใช่แกนหลักในการสร้างละครโทรทัศน์ จึงไม่มีส่วนในการ กำหนดเนื้อหาของละครได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่า นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีจริยธรรม ควรคำนึงถึงผลกระทบของข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสังคมมากกว่าการดึงดูดความสนใจ จริงอยู่การใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศจะสามารถเรียก ความสนใจได้ แต่สิ่งที่ควรตั้งคำถามก็คือ หากหน้าที่ ของนักประชาสัมพันธ์คือสร้างความรู้สึกที่ดีต่อละคร โทรทัศน์แล้ว การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่เป็น ลบเช่นนี้จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของละคร โทรทัศน์ ได้อย่างไร คนอาจติดตามดูละครเรื่องนั้นมากเพราะมี การประชาสัมพันธ์จากไปเปลี่ยน แต่สิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงก็คือ ไม่เพียงแต่สื่อมวลชนจะทำ หน้าที่ให้ความบันเทิงแล้ว ความบันเทิงนั้นจะต้องไม่ ทำร้ายสังคม สื่อมวลชนคือผู้สืบทอดค่านิยมต่างๆ ของ สังคม หากสื่อมวลชนเลือกสืบทอดค่านิยมที่เป็นพิษ เป็นภัยต่อสังคมแล้วก็จะส่งผลร้ายในระยะยาว และ ความเป็นผู้หญิงที่เกิดจากการประกอบสร้างของสื่อมวลชน รวมทั้งนักประชาสัมพันธ์ด้วย ก็จะเป็นผู้หญิงที่ไม่ สามารถไปถึงจุดสูงสุดของความเป็นมนุษย์ได้ ความไม่ เสมอภาคทางเพศก็จะยังคงเป็นปัญหาเรื้อรังต่อไป

นักประชาสัมพันธ์สามารถนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่ไม่เป็นการลดทอนคุณค่าของผู้หญิงได้ เช่น แทนที่จะนำเสนอผู้หญิงแต่เพียงในแง่มุมความสวยงาม การเป็นวัตถุทางเพศ หรือใช้คุณค่าข่าวเรื่องความหยาบ ความขัดแย้ง หรือเพศ นักประชาสัมพันธ์สามารถนำเสนอความสามารถของผู้หญิงได้ เช่น เลือกประชาสัมพันธ์จากที่นักแสดงใช้ความสามารถในการแสดงสูง

รวมทั้งควรสะท้อนมุมมองของผู้ชมไปยังผู้ผลิต เพื่อ ร่วมกันสร้างผลงานที่พัฒนาผู้หญิงได้ ก็จะเป็นเรื่องที่ดี ต่อสังคม

ความพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพและสร้างความ เท่าเทียมเป็นธรรมให้กับคนทุกเพศเกิดขึ้นมาเป็นเวลา นานแล้ว และแม้ว่าจากการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า ข่าว ประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ยังคงนำเสนอภาพลักษณ์ ของผู้หญิงที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของ ผู้หญิงเท่าใดนัก ผู้วิจัยมีความหวังว่า นักประชาสัมพันธ์ จะพลิกบทบาทมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งและเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างสังคมที่ทุกคนได้รับความเคารพอย่างเท่า เทียมในศักยภาพความเป็นมนุษย์ มากกว่าจะเป็นโลกที่เหยียดข่มผู้หญิงอย่างโลกในข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะข่าวประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำเท่านั้น ซึ่งจำกัด อยู่แต่ในหน้าข่าวบันเทิง เพราะฉะนั้น หากจะมีการ ศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายผลไปข่าวประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่นๆ หรือสื่ออื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ ของผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในนิตยสารผู้ชาย เปรียบเทียบกับนิตยสารผู้หญิง หรือภาพลักษณ์ของ ผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าวเศรษฐกิจ หรือศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิง/ผู้ชายในข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เพื่อให้เกิด องค์ความรู้ที่ครบวงจรมากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะภาพลักษณ์ ของผู้หญิงเพียงอย่างเดียว หากมีการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผู้หญิงและผู้ชาย ซึ่งจะช่วยให้เห็นความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย อย่างชัดเจน

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาที่ตัวสาร (Message) ซึ่งก็คือข่าวประชาสัมพันธ์ แต่ยังไม่ถามุมมองของ นักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อข่าวประชาสัมพันธ์ในฐานะ

เป็นผู้ผลิตหรือผู้เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวดังกล่าว รวมทั้งยังขาดมุมมองของผู้อ่านว่าได้รับผลกระทบอย่างไรจากข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนั้น หากจะมีการศึกษาครั้งต่อไปที่สามารถศึกษาได้ครอบคลุมในประเด็นที่กล่าวมานี้ ก็จะทำให้งานวิจัยในแขนงนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

4. ในงานวิจัยที่เกี่ยวกับด้านการประชาสัมพันธ์ ยังมีการศึกษาที่เกี่ยวกับบทบาททางเพศน้อยมาก ไม่เหมือนกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณา ดังนั้น หากจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าวกับงานด้านการประชาสัมพันธ์ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อองค์ความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ด้วย

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2543.
- _____. “ผู้หญิง/ผู้ชาย : ที่บ้าน/ที่สาธารณะ,” สตรีศึกษา 2 : ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี, 2544.
- _____. เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด. 2545.
- _____. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2549.
- จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ. อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.
- ชนัญชี่ กาญจนอุไรโรจน์. การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงปี 2528-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วรุณี ภูริสินสิทธิ์. สตรีนิยม ขบวนการและแนวคิดทางสังคมแห่งศตวรรษที่ 20. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2545.
- บงกช เสวตามร. การสร้างความเป็นจริงทางสังคมของภาพยนตร์ไทย กรณีตัวละครหญิงที่มีลักษณะเบี่ยงเบน ปี พ.ศ. 2528 - 2530. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- รัชราพร นิรินาทรังสรรค์. “บทบาทของสตรีในหน้าหนังสือพิมพ์,” สื่อมวลชนปริทัศน์ 2:5, 2528.
- สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ. ภาพพจน์ของผู้หญิงในสื่อประเภทสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท. 2528.
- Fejes, F. J. “Masculinity as fact : A Review of Empirical Mass Communication Research on Masculinity,” in Men, Masculinity, and the Media. pp. 9-22. Newbury Park : Sage, 1992.
- Gerbner, George. Mass Media Policies in Changing Cultures. New York : John Wiley, 1977.
- Pingree, Suzanne. The Soap Opera. Beverly Hills : Sage Pub., 1983.
- Strate, L. “Beer Commercials : A Manual on Masculinity.” in Men, Masculinity, and the Media. pp. 78 - 92. Newbury Park : Sage, 1992.