



## ที่มา และความสำคัญของปัญหา

ก่อนหน้าปี ค.ศ. 1970 การศึกษาประเด็นเรื่องบทบาทหญิงชายในวงการสื่อสารมวลชนนั้นจะเป็นสิ่งที่นักวิจัยจำนวนมากมองข้ามไป ทั้งๆที่เรื่องดังกล่าวได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการสื่อสารทั้งระดับมวลชน และปัจเจกชน รวมไปถึงทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารอีกด้วย ดังที่ฟิสก์ (Fiske) นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาได้กล่าวถึงประเด็นเรื่อง "บทบาทหญิงชาย" ว่ามักจะได้รับการสอดแทรกเข้าอยู่ในการสื่อสารได้ง่ายที่สุด เพราะ "เพศ" หรือ "ความเป็นบุรุษ" (Masculinity) และ "ความเป็นสตรี" (Femininity) เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรม และเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้น (Socially Constructed) ให้สมาชิกได้ยึดถือและถ่ายทอด (กาญจนา แก้วเทพ, 2540: 3) แม้แต่เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ศาสตราจารย์ด้านการสื่อสารมวลชนผู้เขียนหนังสืออันได้รับการยอมรับจากบุคคลในวงการสื่อสารมวลชนเป็นอย่างสูง เรื่อง Mass Communication Theory: An Introduction (2nd ed., 1987) ยังถูกวิจารณ์โดยลิสเบท แวน ซูนัน (Liesbet Van Zoonen) นักสตรีนิยมว่าในหนังสือสองฉบับที่ผ่านมา เขาได้ละเลยการหยิบยกประเด็นศึกษาเรื่องบทบาทหญิงชาย (Gender) ดังนั้นภายในหนังสือ Mass Communication Theory: An Introduction (3rd ed., 1994) ของเดนิส แมคควอลจึงได้เพิ่มเติมเนื้อหาในประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับบทบาททางเพศไว้ในบทที่ 3 และบทอื่นๆ (D. McQuail, 1994: Index, 411)

การละเลยการศึกษาเรื่อง "สตรีและสื่อมวลชน" ในวงการนิเทศศาสตร์ดังกล่าวเป็นการสวนกระแสความเคลื่อนไหวด้านสตรีซึ่งทวีความรุนแรงขึ้น ในระดับนานาชาติ อันมีสัญญาณที่ต่อเนื่องอยู่หลายประการนับตั้งแต่ปี 1970 เป็นต้นมา เช่น จากการจัดทำรายงานชื่อ Mass Media : Image, Role and Social Condition of Women (UNESCO No.94, 1979) และจากบทความของกลุ่มสตรีนิยมในสหรัฐอเมริกาทางสื่ออินเทอร์เน็ต "Equality Now: Women's Action 12.1, December 1996" (<http://www.feminist.com/enalert2.htm>) และในกรณีของประเทศไทยก็ได้ตอบรับกับการเคลื่อนไหวดังกล่าวด้วย เช่น การร่างแผนและนโยบายส่งเสริมบทบาทสตรีในหัวข้อ "สตรีกับสื่อมวลชน" ซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาสตรีระยะยาวของประเทศไทยชุดที่ 2 (พ.ศ. 2535-2554) เป็นต้น

ถึงแม้ว่าขณะนี้ความสำคัญของสตรี และสื่อมวลชนจะมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกันทวีจำนวนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังจะเห็นได้จากการรายงานผลการวิจัย เรื่องการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรี (กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 28-29) ซึ่งสรุปได้ว่านับตั้งแต่ปี 2522 มีการเริ่มงานศึกษาประเด็นนี้ขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วตลอดเวลา 20 ปีนี้ จะมีการศึกษาเรื่องนี้อย่างสม่ำเสมอทุกปี (ยกเว้นปี 2523 เพียงปีเดียวที่ไม่มีงานศึกษา) ปริมาณต่ำสุดในแต่ละปีคือ 1 ชิ้น (2522) ปริมาณสูงสุดคือ 18 ชิ้น (2534) ตัวเลขเฉลี่ยคือปีละ 6 ชิ้น อย่างไรก็ตามก็ตีข้อสรุปของการศึกษาเหล่านี้มีอยู่ว่า สื่อมวลชนยังไม่ค่อยมีบทบาทส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีนัก ทั้งๆที่ในความเป็นจริงแล้วมีการเคลื่อนไหวของกลุ่มสตรี และผลงานด้านสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับสตรีมากขึ้น เช่น การมีรายการสตรีมากขึ้น, มีสตรีเข้าไปทำงานเป็นนักข่าวมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบแนวโน้มความสนใจในการทำงานศึกษาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวนับวันจะมีแนวโน้มของความสนใจมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงกับโลกแห่งความเป็นจริง

อัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจสื่อมวลชนประเภทต่างๆในประเทศไทย ที่เกิดจากความตื่นตัวในการรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆจากต่างประเทศของทั้งภาครัฐบาลและเอกชนนั้น ได้กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีการผลิต และคุณภาพเนื้อหาผลงานสื่อมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เลือกใช้สื่อเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจะแสดงให้เห็นหน้าที่ประการหนึ่งของสื่อ คือ การให้ข่าวสารแก่ประชาชน (D. McQuail เขียน, ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ เรียบเรียง, 2539: 107, 109, 111) แต่นอกเหนือจากหน้าที่ให้ข่าวสารแล้วสื่อยังทำหน้าที่เป็นกลไกในการอบรม และถ่ายทอดความคิด ค่านิยมของสังคมไปสู่ประชาชนได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของเกิร์บเนอร์ และสิกโนเรียลลี (Gerbner and Signorielli) ในปี 1979 (อ้างใน Gunter, Barrie, 1986: 46) ที่ทำการศึกษาคำสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการชมโทรทัศน์ของผู้ใหญ่กับทัศนคติเรื่องเพศ ซึ่งปรากฏผลว่า รายการโทรทัศน์ทำให้เกิดทัศนคติว่า ผู้หญิงควรอยู่บ้านและไม่ควรทำงานถ้าสามีของเธอสามารถเลี้ยงดูเธอได้ ส่วนงานวิจัยของ โวลกี และชวาร์ตซ์ (Volgy and Schwartz) ในปี 1980 พบว่า ผู้ใหญ่ที่มีลักษณะเพศนิยมสูงมากเท่าไรก็ยิ่งจะเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงมากขึ้นเท่านั้น (Gunter, Barrie, 1986: 46) นอกจากนี้ในปี 1982 โรส, แอนเดอร์สัน และวิซ็อกกี (Rose, Anderson and Wisocki) ได้รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ต่อเรื่องการทำหนดบทบาททางเพศในนักเรียนระดับอุดมศึกษาว่า คุณลักษณะ (Attribute) ของบทบาททางเพศ (Gender) ตามแบบฉบับ (Stereotype) ที่ใช้ในการอธิบายตนเอง (Self-Description) นั้นมีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปิดรับรายการที่ถูกวิเคราะห์แล้วว่านำเสนอคุณลักษณะของบทบาททางเพศตามแบบฉบับอย่างชัดเจนโดยผ่านภาพสะท้อนของเพศต่างๆ (Gunter, Barrie, 1986: 46)

โทรทัศน์ได้กลายเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และทรงอิทธิพลอย่างมากท่ามกลางวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง(Mass-Mediated Culture) ในสังคมไทยเช่นนี้ เพราะนอกจากจะเสนอทั้งภาพและเสียงอย่างสมจริงแล้ว เครื่องรับในปัจจุบันยังมีราคาที่ไม่แพงอีกด้วย ดังนั้นคนไทยจำนวนมากจึงมักใช้เวลาส่วนใหญ่ในแต่ละวันไปกับการรับรู้สิ่งต่าง ๆ เข้าสมองโดยผ่านสื่อกลางอย่างรายการโทรทัศน์ และในบรรดาค่านิยม รวมทั้งทัศนคติอันหลากหลายที่รายการโทรทัศน์ได้ถ่ายทอด และปลูกฝังนี้ ย่อมจะมีแนวคิดเรื่องบทบาททางเพศสอดแทรกอยู่ด้วยตลอดเวลา ดังเช่นสิ่งที่แมทเทลาร์ท (Mattelat) (1989) ได้พบจากการรับรู้ของผู้ชมสตรีที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ที่อาจแบ่งโดยใช้ “เพศ” เป็นเกณฑ์ได้ดังนี้

1. รายการของผู้หญิง หรือรายการเพศหญิง หมายถึง รายการที่ให้ความบันเทิงมากกว่าจะให้ข่าวสารความรู้ อันได้แก่ รายการละคร ภาพยนตร์ รายการเพลงเบาๆ และเกมส์โชว์

2. รายการของผู้ชาย หรือรายการเพศชาย ได้แก่รายการข่าวต่างประเทศ รายการวิทยาศาสตร์ การเมือง สงคราม ภาพยนตร์หรือสารคดีเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

หากทว่างานวิจัยประเด็นบทบาททางเพศหญิงชาย (Gender Study) ทางนิเทศศาสตร์ ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามักจะให้ความสนใจแก่การวิเคราะห์เนื้อหาแต่เฉพาะรายการที่มีประเด็นเกี่ยวกับสตรีเท่านั้น เช่นละครโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์อาชีพสตรีในละครโทรทัศน์ โดย จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งพบว่าละครโทรทัศน์สะท้อนภาพสตรีเบี่ยงเบนไปจากโลกแห่งความเป็นจริงในด้านปริมาณของผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านที่มีน้อยกว่าความจริง แต่ได้สะท้อนเรื่องฐานะและประเภทอาชีพของผู้หญิงที่ต่ำกว่าผู้ชายอย่างสมจริง ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของคนดูในลักษณะของการอบรมบ่มเพาะ หรือกระบวนการสังคมประกิด เนื่องจากคนทั่วไปจะได้ดูละครโทรทัศน์ตั้งแต่เด็กจนโต และจนแก่ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์เรื่องเก่ามาแสดงซ้ำที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงตัวนักแสดง แต่ “สาร” ที่เสนอยังคงเป็น “สาร” เดิม หรืออีกตัวอย่างคือ การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี ของ ฉลองรัตน์ ทิพย์พิमान(2539) งานวิจัยของ สุกัญญา เพียรธุรกิจ (2539) เรื่องการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี เป็นต้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 ของ ปัญญา รักแตงาม (2538) ซึ่งผลสรุปจากเรื่องภาพสะท้อนพบว่า รายการประเภทดังกล่าวได้สร้างระบบชนชั้นให้กับผู้หญิง โดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงที่ว่า สตรีที่ต้องทำงานหาเลี้ยงตนเองและครอบครัวไม่ว่าจะอยู่ในชนชั้นใดหรือทำงานอาชีพอะไรก็เป็นผู้หญิงในภาพลักษณ์ใหม่ทั้งสิ้น และยังละเลยการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับตัวเองในเรื่องการศึกษา และสิทธิสตรี เช่นนี้จึงนำไปสู่ข้อสรุปว่า รายการโทรทัศน์สำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะยังไม่มีส่วนช่วยในการ

สนับสนุนบทบาทที่เท่าเทียมกันระหว่างหญิง-ชายในทางที่ถูกต้องเท่าที่ควร ซึ่งผลสรุปดังกล่าว ได้สร้างความสงสัยให้กับผู้วิจัยเป็นอย่างมากว่า หากเป็นกรณีรายการที่ไม่มีเพศนั้นจะมีผลสรุป เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีหรือไม่ และในปัจจุบันยังมีรายการโทรทัศน์อีก ประเภทหนึ่งที่ไม่มีเส้นแบ่งอย่างเห็นได้ชัดระหว่างโลกของเพศหญิง และชาย หรืออาจกล่าวได้ ว่าเป็น“รายการที่ไม่มีเพศ” (Non-Gendered Program) นั่นก็คือ “รายการทอล์คโชว์ และ วาไรตี้โชว์”

เมื่อกล่าวถึงรายการที่ไม่มีเพศ เช่น รายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์นั้น เป็นรายการที่คนไทยทั่วประเทศนิยมชมชอบเป็นอย่างมาก ดังประจักษ์พยานที่ว่า มีรายการ ประเภทดังกล่าวออกอากาศทางโทรทัศน์ในเมืองไทยมากที่สุด ส่วนใหญ่ถูกจัดให้อยู่ในช่วงใกล้ เวลาไพรม์ไทม์(Prime Time) และบางรายการยังสามารถทำให้ช่วงเวลาออกอากาศของตนเป็น ช่วงเวลาไพรม์ไทม์ได้ เช่น รายการสี่ทุ่มแสบควาร์ เป็นต้น(ตารางข้อสื่อโฆษณาประจำเดือน มิถุนายน ถึง สิงหาคม 2540) ซึ่งหมายถึงราคาค่าโฆษณาก็สูงมากขึ้นตามมาด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น “รายการจันทร์กระจิบ”ทุกวันจันทร์ เวลา 22.15-23.15 น. ค่าโฆษณา ประมาณ 270,000 บาทต่อนาที “รายการ7740เก้า”ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 22.15- 00.10 น. ค่าโฆษณาประมาณ 270,000 บาทต่อนาทีซึ่งมีราคาสูงที่สุดเป็นอันดับสอง รอง จากรายการละครทางช่อง 7 สี “รายการศูนย์เจ็ดโชว์”ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.30-17.00 น. ค่าโฆษณาประมาณ 240,000 บาทต่อนาทีซึ่งมีราคาสูงเป็นอันดับสามของรายการทั้งหมด ทางช่อง 7 สี “รายการดาวล้านดวง”ทุกวันศุกร์ เวลา 22.00-23.00 น. ค่าโฆษณาประมาณ 220,000 บาทต่อนาทีซึ่งมีราคาสูงเป็นอันดับสองรองจากรายการละครทางไทยทีวีสีช่อง 3 “รายการทไวไลท์โชว์”ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.30-16.50 น. ค่าโฆษณาประมาณ 200,000 บาทต่อนาทีซึ่งมีราคาสูงที่สุดเป็นอันดับสอง ในบรรดารางายการทางไทยทีวีสีช่อง 3 “รายการทีวี วาที 9 ยกกำลัง 9”ทุกวันอาทิตย์ เวลา 22.00-23.00 น. ค่าโฆษณาประมาณ 165,000 บาท ต่อนาทีซึ่งมีราคาสูงที่สุดในบรรดาทุกรายการทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

ทั้งนี้จากการจัดอันดับราคาค่าโฆษณาทางโทรทัศน์ประจำเดือน เมษายน 2540ปรากฏ ว่า รายการประเภททอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์จัดอยู่ในอันดับที่ 2 รองจากละครโทรทัศน์ ซึ่ง เป็นการยืนยันได้ว่าผู้ชมรายการส่วนใหญ่ชื่นชอบการแสวงหาความบันเทิง ที่สอดแทรกความมี สาระประโยชน์จากองค์ประกอบต่างๆที่อยู่ในรายการ ไม่ว่าจะเป็น พิธีกร แขกรับเชิญ ดลก แฟชั่นเครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย ฉาก แสง สี การแสดง วิธีการติดต่อ การร่วมรายการ ทางโทรทัศน์ ตลอดจนไปถึงคติ ความรู้ที่ได้จากการเสนอรายการในสัปดาห์หนึ่งๆ ซึ่งหลาย ครั้งก็มีทั้งสิ่งที่มีผู้ผลิตรายการเจตนา และไม่เจตนาจะนำเสนอก็มักถูกผู้ชม และสื่อมวลชน ประเภทอื่นๆนำไปตีความวิพากษ์วิจารณ์ต่อกันไป โดยที่ผู้ผลิตรายการประเภทนี้จำนวนไม่ น้อยที่อาจจะไม่ตระหนักว่าองค์ประกอบทุกส่วนของรายการที่ตนผลิตย่อมมีผลกระทบต่องเจต

คติและค่านิยมของคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของอคติทางเพศที่ยังแฝงตัวอยู่ในวิธีการนำเสนอเนื้อหา และในตัวเนื้อหาเองอยู่ตลอดเวลา

รายการป๊อปปูล่าร์บันเทิงมาจากคำว่า Variety ในภาษาอังกฤษซึ่งหมายถึงรายการบันเทิงประเภทเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ สำหรับประเทศอังกฤษเรียกรายการประเภทนี้ว่า Light Entertainment แต่ในสหรัฐอเมริกาเรียกว่า Variety Show ที่ได้รับความนิยมสูงมาก (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530) รายการประเภทนี้ประกอบด้วยรูปแบบความบันเทิงหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสัมภาษณ์บุคคล หรือรายการรูปแบบพุด (Talk Show) รูปแบบดนตรี, รูปแบบแสดงตลก, รูปแบบเกมการแข่งขัน (Game Show) และรูปแบบการแสดงโชว์พิเศษต่าง ๆ สาเหตุที่มีรูปแบบหลากหลายเช่นนี้ก็เพราะการจัดรายการวาไรตี้โชว์นั้นได้รับการพัฒนามาจากการแสดงบนเวที (Stage Show) ซึ่งเริ่มแรกนั้นเป็นการแสดงบนเวทีในโรงละคร โรงภาพยนตร์ ห้องโถงเต้นรำ หรือห้องบอลรูม มีผู้ชมเข้าไปนั่งชมการแสดงตั้งแต่การแสดงละครเพลง การแสดงดนตรีและการร้องเพลงสดหน้าวงดนตรีขนาดใหญ่ จนกระทั่งต่อมาได้มีการใช้กล้องโทรทัศน์ถ่ายทอดสดจากเวทีการแสดงจริง ๆ และพัฒนามาถึงการนำรูปแบบการแสดงนั้นมาจัดขึ้นในห้องส่งโทรทัศน์ และบันทึกเทปไว้เพื่อนำออกอากาศ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530)

เป็นที่น่าสังเกตว่ารูปแบบรายการต่าง ๆ ที่ถูกบรรจุให้เป็นส่วนหนึ่งของรายการประเภทวาไรตี้โชว์ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นจะสามารถแตกตัวออกมาเป็นรายการเดี่ยวใด ๆ ได้โดยไม่จำเป็นต้องเกาะติดกันเป็นกลุ่มเพื่อดึงดูดผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการทอล์คโชว์ ทั้งนี้ก็เนื่องจากความน่าติดตามของรายการดังกล่าวขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายการที่ต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ชม ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของรายการตนเอง ยกตัวอย่างเช่น รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตหรือสิ่งแวดล้อมใกล้ตัว ย่อมมีผลทางจิตวิทยาสูงกว่ารายการอย่างอื่น หรือรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางความคิดจะดึงดูดความสนใจได้มาก ความขัดแย้งเช่นว่านี้อาจเป็นความขัดแย้งระหว่างความคิดเห็นของคนสองคน ระหว่างคนกับสังคม หรือระหว่างคนกับธรรมชาติก็ได้ การโต้แย้งทางความคิดซึ่งนำไปสู่คำถามที่ท้าทายคำตอบ จะปลุกเร้าความสนใจของผู้ชม แต่ก็ต้องเข้าใจง่าย รวมทั้งให้แง่คิดแก่ผู้ชมจึงย่อมได้รับความนิยมมากกว่ารายการที่ล้าลึก และซับซ้อน

แม้ว่ารายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์จะเป็นเพียงรายการบันเทิง (Light Entertainment) ที่ดูจะไม่มีสาระอย่างหนักแน่นจริงจัง หากทว่าอิทธิพลในแง่การหล่อหลอมนั้นก็อาจจะไม่ได้น้อยไปกว่ารายการประเภทสารคดีดังเช่นที่เดอเฟลอร์ (Deffleur) กล่าวว่า ความบันเทิงจากโทรทัศน์มีลักษณะของอิทธิพลทางอ้อม ในฐานะที่เป็นแหล่งความรู้ ซึ่งทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคมซึ่งเป็นกระบวนการที่สอนให้รู้ถึงการปฏิบัติตัวในสังคม เพื่อให้สังคมได้รู้

ถึงเป้าหมาย ค่านิยม บทบาท และแบบอย่างของสังคมโดยวิธีทางอ้อม ผู้ชมโทรทัศน์จึงเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ในลักษณะที่ไม่รู้ตัว (Defleur, 1964: 55) เช่น ในงานศึกษาของแมทเทลสกี (Mateleski, 1988) ที่วิเคราะห์ภาพสะท้อนของสตรีในรายการโทรทัศน์ 7 ประเภทคือ รายการทอล์คโชว์ สารคดี ข่าว รายการเด็ก ละคร และรายการเพลง สรุปไว้ว่า ผู้ประพันธ์ และผู้ผลิตรายการทั้ง 7 ประเภท ได้ปั้นแต่งตัวละครของพวกเขาจากสิ่งที่ผู้ประพันธ์ และผู้ผลิตรายการมีและเป็นในสังคม รวมไปถึงการมองโลกของเขา ซึ่งเป็นผลให้ผู้ชมรายการใช้สิ่งที่ตัวละครมีและเป็นนั้นเป็นกรณีบังชี้อาบทบาททางเพศแบบใดเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมกำหนดขึ้นหรือไม่ อีกทั้งในงานศึกษาของเกิร์บเนอร์ และกรอส (Gerbner and Gross, 1976 cited in Gunter, Barrie, 1986: 27) ก็พบว่า ภาพสะท้อนบทบาททางเพศในรายการโทรทัศน์ช่วยเพิ่มพูนความเชื่อในเรื่องแบบฉบับของบทบาททางเพศของผู้ชมซึ่งมีการพัฒนาความเชื่อเรื่องนี้ระดับหนึ่งแล้ว แต่หากการเลียนแบบนั้นเป็นไปในทางลบ ก็ย่อมทำให้เกิดปัญหาสังคมได้ทั้งๆที่มีได้เป็นวัตถุประสงค์ หรือเจตนาที่แท้จริงของผู้ผลิตสื่อ ดังตัวอย่างเรื่อง ผลกระทบต่อพฤติกรรม และต่อวัฒนธรรมวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกาเมื่อเอ็มทีวีซึ่งเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นทั้งเพศหญิงและชายเป็นอย่างสูง (Sherman, L., and Etling, W., cited in Bryaut J., Zillmann D., 1991: 373-386) เนื้อหาในมิวสิควิดีโอเป็นสิ่งที่นักวิจัยให้ความสนใจมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นเรื่องเพศ การล่วงละเมิดทางเพศ (Gehr, 1983) การลดสถานภาพเพศหญิง (Mckenna, 1983) (Vincent, Davis and Boruszkowski, 1987) และการสร้างภาพตายตัวของสตรี (Brown and Campbell, 1986) เนื่องจากนักวิจัยมักพบเรื่องดังกล่าวปรากฏอยู่ทุกครั้งที่ทำการวิเคราะห์เนื้อหาในมิวสิควิดีโอ ไม่ว่าจะเป็นงานศึกษาของ Kaplan (1987), Levy (1983), Sherman and Dominick (1986) หรือ การรวบรวมวรรณกรรมของ Lake (1981)

ฉะนั้นการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของบทบาทหญิง-ชายที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงเวลานั้นๆ จะสามารถทำให้เห็นข้อสรุปความสัมพันธ์ระหว่างสื่อโทรทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อประชาชนส่วนใหญ่กับผู้หญิงที่เปรียบเป็นชนกลุ่มรองในสังคม ในปัจจุบันรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์กำลังเป็นที่สนใจในสังคมไทยดังที่ กล่าวแล้ว แต่ยังไม่เคยมีการศึกษาถึงประเด็นภาพสะท้อนของบทบาทหญิง-ชาย ดังนั้นเพื่อให้ได้คำตอบต่อคำถามต่างๆ ที่ได้กล่าวมา การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ วาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาที่น่าสนใจอย่างยิ่ง

### ปัญหานำวิจัย

1. ภาพสะท้อนของบทบาททางเพศที่ศึกษาผ่านเนื้อหารายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้ทางโทรทัศน์ไทยมีลักษณะอย่างไร

2. วิธีการนำเสนอรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทยได้แสดงภาพสะท้อนของบทบาททางเพศอย่างไร

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเนื้อหาของภาพสะท้อนของบทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย
2. เพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอภาพสะท้อนของบทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทยโดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทชาย-หญิง

### ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาภาพสะท้อนของบทบาททางเพศผ่านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ รวมทั้งผู้ผลิต รายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้ทางโทรทัศน์ไทยช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ไอทีวี(ITV) ซึ่งออกอากาศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2540 ถึง 31 สิงหาคม 2540 ทั้งนี้ไม่รวมรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ที่เสนอสำหรับสตรีโดยเฉพาะ เช่น รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง ผู้หญิงอยากรู้ รายการผู้หญิง2000 เป็นต้น

### นิยามศัพท์

รายการทอล์คโชว์ หมายถึง รายการบันเทิงทางโทรทัศน์ไทยที่มีพิธีกรที่เป็นนักพูด หรือนักแสดง หรือดารามาเป็นตัวยืนโรงโดยการพูดเป็นหลัก หรือ เป็นแกนนำของรายการซึ่งอาจมีทั้งการพูดเดี่ยว การสัมภาษณ์ การสนทนาและการอภิปรายและแทรกความบันเทิงเคล็ดเข้าไปด้วย

รายการวาไรตี้โชว์ หมายถึง รายการบันเทิงทางโทรทัศน์ไทยที่เป็นการรวบรวมเอารูปแบบศิลปะความบันเทิงหลายรูปแบบไว้ด้วยกันในรายการเดียว ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Variety Show ได้แก่ การแสดง การร้องเพลง การสัมภาษณ์บุคคล การแสดงตลก การเต้น ระบำ การเล่นเกมเบาสมอง

บทบาททางเพศ หมายถึง รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะด้านอารมณ์ และความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์แสดงให้เห็นถึงความเป็นสตรี บุรุษ หรือทั้งสตรีและบุรุษ

วิธีการนำเสนอ หมายถึง ชื่อรายการ ชื่อช่วงรายการ ลักษณะรายการ ฉาก และบรรยากาศ การสนทนาในรายการ รวมไปถึงพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกร แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ

เนื้อหา หมายถึง เนื้อหาสองประเภทที่สะท้อนออกมาจากบุคคล และการกระทำของบุคคล ที่ปรากฏในรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์คือ

1. เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับ
  - 1.1. เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะส่วนตัว ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาเกี่ยวกับความงาม การศึกษา หน้าที่การงาน เป็นต้น
  - 1.2. เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นพ่อแม่-ลูก หรือสามีภรรยา เป็นต้น
  - 1.3. เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอก ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง สิ่งแวดล้อม ศิลปะวัฒนธรรม เศรษฐกิจ เป็นต้น
2. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ (Gender-Related)
  - 2.1. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศหญิงและเพศชาย เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การดูแลความสัมพันธ์ในฐานะคู่รัก เป็นต้น
  - 2.2. เนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศ เช่น เรื่องธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม
  - 2.3. เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสตรีโดยเฉพาะ ได้แก่ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเลือกปฏิบัติทางเพศในที่ทำงาน การข่มขืน การทำร้ายร่างกายสตรี และการล่วงเกินทางเพศ

พิธีกร หมายถึง บุคคลที่ถูกกำหนดให้เป็นหลักในการดำเนินรายการทอล์คโชว์ และ/หรือ วาไรตี้โชว์ อาจมีจำนวน หนึ่ง หรือ สองคน ซึ่งทำหน้าที่เชื่อมช่วงรายการ หรือทำหน้าที่ทั้งในช่วงรายการ และช่วงเชื่อมรายการด้วยซึ่งถือว่าเป็นตัวยืนหลักของรายการตั้งแต่ต้นจนจบ

ผู้ช่วยพิธีกร หมายถึง บุคคลที่ถูกกำหนดให้ร่วมดำเนินรายการทอล์คโชว์ และ /หรือ วาไรตี้โชว์ทำหน้าที่เฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่งของรายการ ซึ่งถือว่าเป็นตำแหน่งรองจากพิธีกร

แขกรับเชิญ หมายถึง บุคคลที่ได้รับเชิญจากทางรายการทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โชว์ให้เป็นผู้ให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ตอบคำถามของพิธีกรในรายการ ซึ่งถือว่าเป็นตัวเอกของรายการ

ผู้ร่วมรายการ หมายถึง บุคคลที่ได้รับเชิญจากทางรายการทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โชว์ให้เป็น



ผู้เพิ่มเติมข้อมูล แสดงและตอบคำถามร่วมกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งถือว่าเป็นตัวเสริมตัวของ  
รายการ

ผู้ผลิตรายการ หมายถึง ผู้ผลิตรายการทอล์คโชว์ และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย

ประเด็นสตรี หมายถึง การเลือกปฏิบัติต่อสตรีในที่ทำงาน การข่มขืน การทำร้ายร่างกายสตรี  
และการล่วงเกินทางเพศ

สุนทรียะแบบสตรีเพศ หมายถึง ลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะ  
ทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้หญิง อันได้แก่ ความอ่อนหวาน ความอ่อน  
โยน การโอนอ่อนผ่อนตาม ความสวยงาม ความซาบซึ้ง ความไม่มั่นใจ ความอ่อนแอ ความ  
เปราะบาง ความวิตกกังวล ความซีโมโห การขาดเหตุผล เอาแต่อารมณ์ ซ่างฝัน รักษาน้ำใจ

สุนทรียะแบบบุรุษเพศ หมายถึง ลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะ  
ทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ชาย อันได้แก่ ความแข็งแกร่ง  
ความมั่นคง ความก้าวร้าว ความเย็นชา การเอาตัวรอด ความเชื่อมั่นในตัวเอง ความกล้าตัดสินใจ  
ใจ ความเด็ดขาด ความมีเหตุผลไม่ขึ้นกับอารมณ์ มีจุดมุ่งหมายในการกระทำอย่างชัดเจน  
ตรงไปตรงมา

พื้นที่ของเพศหญิง (Domestic) หมายถึง บทบาททางเพศในวิธีนำเสนอรายการขององค์กร  
กระจายเสียงของสวีเดนที่มีการตั้งเกณฑ์ตามความคาดหวังของค่านิยมสังคมในเรื่องบทบาท  
ทางเพศกับสถานที่ไว้ว่าสตรีจะแสดงความสนใจในบรรยากาศส่วนตัว และควรรสนใจในกิจกรรม  
ภายในบ้าน

พื้นที่ของเพศชาย (Public) หมายถึง ส่วนพื้นที่ที่ผู้ชายสนใจบรรยากาศสังคมมากกว่ากิจกรรม  
ในบ้าน และควรรสนใจกิจกรรมงานอาชีพที่ทำนอกบ้านซึ่งหมายถึงที่สาธารณะ

อาชีพ หมายถึง ลักษณะหน้าที่ งาน ของแขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4  
ประเภทดังนี้

1. อาชีพบริการ ได้แก่ ตำรวจ ทหาร ค้าขาย ล่าม ผู้นำพา ช่างประปา คนขับเรือ  
แพทย์ นักรบหญิงโบราณ

2. อาชีพบริหาร ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารบริษัท หัวหน้าคณะตลก นักการเมือง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้ใหญ่ในวงการตลก หัวหน้าพรรค เจ้าแผ่นดินและราชสกุล โค้ชฟุตบอล แม่ทัพ

3. อาชีพกลางๆ ได้แก่ อาจารย์ นักแสดงคาบาเร่ต์ ตลก ดารา นักจัดรายการวิทยุ พิธีกร นางแบบ นักร้อง นักเต้น นักมายากล นักข่าว ชาวสวน

4. ไม่มีอาชีพ ได้แก่ ฤาษี พระภิกษุ นักเรียน พ่อ แม่ พี่ชาย เจ้าป่า เจ้าสาว พ่อเจ้าป่า แม่เจ้าสาว นางงาม เกย์

บทบาททางเพศในรายการ หมายถึง รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะด้านอารมณ์ และสามารถ ของพิธีกร ผู้ช่วยพิธีกร แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการ ที่มีการเตรียม หรือกำหนดไว้แล้ว เพื่อให้เข้ากับวัตถุประสงค์และรูปแบบของรายการตอนนั้นๆ เป็นสำคัญ ทั้งๆที่พิธีกร ผู้ช่วยพิธีกร แขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการทั้งเพศหญิงและชายก็มีบทบาททางเพศตามลักษณะเพศทางชีวภาพของตนอยู่แล้ว แต่ไม่สามารถแสดงออกมาได้เสมอไปในขณะที่ปรากฏตัวในรายการ

ฐานะในรายการ หมายถึง สถานภาพของแขกรับเชิญ และผู้ร่วมรายการที่ปรากฏในขณะที่รายการดำเนินอยู่โดยอาจมีการกำหนดไว้ล่วงหน้าหรือไม่ก็ตาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ผู้กระทำ (Expert) หมายถึง ตัวละครที่ถูกนำเสนอให้เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญอย่างดีในประเด็นที่สนทนา โดยสังเกตได้จากน้ำเสียงในการถาม คำถามกลาง และให้เกียรติตัวละคร หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการกระทำแบบ Active คือ แขกรับเชิญ หรือผู้ร่วมรายการพูด และกระทำการต่างๆเอง เช่น ผู้ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา หรือผู้ที่แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ดังนั้นตัวละครประเภทนี้จึงเป็นตัวละครมีสถานภาพสูงในด้านเนื้อหามากกว่าพิธีกร หรือผู้ช่วยพิธีกร

2. ผู้ถูกกระทำ (Victim) หมายถึง ตัวละครที่ถูกถามด้วยคำถามเชิงรุก หรือถูกทำให้เสียหาย หรือถูกนำเสนอเป็นวัตถุทางเพศ หรืออาจเรียกว่า Passive ซึ่งหมายถึงแขกรับเชิญ ผู้ร่วมรายการ ถูกกระทำจากพิธีกร หรือผู้ช่วยพิธีกร ดังนั้นตัวละครประเภทนี้เป็นตัวละครที่มีสถานภาพต่ำกว่าพิธีกร หรือผู้ช่วยพิธีกร

3. เป็นกลาง (Others/ Neutral) หมายถึง ตัวละครที่เป็นแซกรับเชิญ หรือผู้ร่วมรายการ ไม่ได้เป็นผู้กระทำหรือผู้ถูกกระทำ แต่อยู่ในฐานะกลางๆ เช่น ผู้ที่เป็นพยานในเหตุการณ์ต่างๆ ตัวแสดงประกอบในการแสดงบนเวที เป็นต้น

รูปแบบบทบาททางเพศ หมายถึง แบบแผนการแสดงบทบาททางเพศของผู้ชายและผู้หญิง ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 2 แบบโดยดูจากค่านิยม และความคาดหวังของสังคมในช่วงเวลาหนึ่งที่มีต่อบทบาททางเพศนั้นๆ ว่าจากรูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสามารถของแซกรับเชิญและผู้ร่วมรายการคนหนึ่งๆ เป็นไปตามค่านิยม และความคาดหวังของสังคมหรือไม่ กล่าวคือ

1. บทบาททางเพศตามแบบฉบับ หมายถึง บทบาททางเพศที่เป็นไปตามค่านิยม และความคาดหวังของสังคม เช่น ผู้หญิงต้องเป็นแม่ที่ดีของลูก เป็นภรรยาที่ดีของสามี เป็นต้น
2. บทบาททางเพศที่ไม่เป็นแบบฉบับ หมายถึง บทบาททางเพศที่ไม่เป็นไปตามค่านิยม และความคาดหวังของสังคม เช่น ผู้หญิงทำงาน ผู้หญิงที่เป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นต้น

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอต่อกลุ่มบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มผู้ผลิตผลงาน สื่อมวลชนนักวิชาการด้านสื่อ และด้านสังคมศาสตร์ รวมทั้งผู้รับสารโดยทั่วไป
2. เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการจัดทำสื่อชนิดต่างๆแก่คณะกรรมการส่งเสริม และประสานงานสตรีแห่งชาติ(กสส.) รวมทั้งหน่วยงานที่ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยไม่ทำให้เกิดผลบวก หรือลบต่อภาพลักษณ์ของสตรี หรือบุรุษ
3. เพื่อให้ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการสร้างสรรค้งานที่ส่งเสริมบทบาทหญิง-ชาย แก่นักสื่อสารมวลชน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย