

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย "บทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย" ผู้วิจัยศึกษาถึงทฤษฎี แนวคิด รวมทั้งผลงานวิจัยต่างๆ ที่เคยทำมาแล้วและมีความสัมพันธ์กับเรื่องที่ได้ทำการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถทำการสรุปรวบรวมทฤษฎี แนวคิด รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านั้น ได้ดังนี้

ทฤษฎี

1. ทฤษฎีการศึกษาสื่อมวลชนแนวสตรีนิยม (Feminist Media Theory)
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร (Uses and Gratifications Theory)

แนวคิด

1. แนวคิดการพัฒนาสตรี
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในบริบททางสังคม
3. แนวคิดการรับรู้ (Perception)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการศึกษาสื่อมวลชนแนวสตรีนิยม (Feminist Media Theory)
(สายสุรี จุติกุล และกาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 14 - 19)

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

1. กลุ่ม Domestic Feminism กลุ่มนี้จะมีแนวคิดพื้นฐานที่พอใจแล้วกับบทบาทและขอบเขตที่สังคมแบบชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) ได้มอบหมายมาให้และจะมีความภาคภูมิใจกับการเล่นบทบาทเป็นแม่อันประเสริฐ เป็นแม่บ้านที่อยู่กับเหย้ากับเรือน โดยมองเห็นว่า ความเป็น

หญิงนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ เช่น เป็นผู้หญิงก็ต้องมีสัญชาตญาณแห่งความเป็นแม่ ขอบเขตของผู้หญิงนั้นควรอยู่ภายในบ้านหรือถือเอาครอบครัวเป็นศูนย์กลางแห่งชีวิต สำหรับแนวคิดดังกล่าวจะปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์ประเภทสอนทำกับข้าว เย็บปักถักร้อย การดูแลเลี้ยงดูลูก เป็นต้น

2. กลุ่ม Liberal Feminism กลุ่มสตรีนิยมกลุ่มนี้เริ่มไม่พอใจกับการจำกัดขอบเขตให้ผู้หญิงอยู่แต่ในบ้านเช่นกลุ่มแรก และเห็นว่าผู้หญิงจำเป็นต้องก้าวออกไปสู่โลกภายนอก ในชีวิตการทำงานนอกบ้านผู้หญิงจะต้องเรียกร้องโอกาสที่เท่าเทียมและเสมอภาคกับชาย นอกจากนั้นยังเห็นว่า จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนลักษณะของครอบครัวให้สอดคล้องกับสถานะใหม่ๆ ของผู้หญิง เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มสตรีนิยมในประเทศไทยจะสังกัดอยู่ในแนวทางนี้ค่อนข้างมาก

3. กลุ่ม Marxist Feminism กลุ่ม Marxist Feminismนี้จะอาศัยแนวทางการวิเคราะห์สื่อและประเด็นสตรีที่พัฒนามาจากลัทธิมาร์กซ์ ซึ่งมีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์ และวิพากษ์ระบบทุนนิยมที่ทำงานทั้งเอาเปรียบและครอบงำกลุ่มผู้ที่เสียเปรียบโดยผ่านกลไกต่างๆ ของสังคม หัวข้อที่กลุ่มนี้สนใจจะมีอยู่ 2 หัวข้อ หัวข้อแรก กลุ่ม Marxist Feminismจะวิเคราะห์ว่าโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่เป็นกลไกทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงผู้หญิงจากสถานะของ "ผู้รับสาร" ให้กลายเป็น "ผู้บริโภค" โดยผ่านรายการต่างๆ ที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็เช่น รายการโฆษณาหรือรายการเกมโชว์ที่แสดงภาพของผู้หญิงที่กำลังใช้สินค้าแบบต่างๆ ซึ่งได้แทรกอยู่ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสถานะของโทรทัศน์ในระบบทุนนิยมเองก็มีลักษณะเป็นการประกอบการแบบลงทุนเพื่อหวังผลกำไรอยู่แล้ว เป้าหมายเชิงพาณิชย์จึงวางอยู่เหนือเป้าหมายการทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะ

อีกหัวข้อหนึ่งที่กลุ่ม Marxist Feminismสนใจก็คือ การที่โทรทัศน์ทำหน้าที่เป็นกลไกของสังคมที่ทำงานด้านอุดมการณ์ (Ideological Apparatus) ที่ถ่ายทอดอุดมการณ์ต่างๆ ให้แก่คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมเพื่อให้คนยึดติดอยู่กับอุดมการณ์ดังกล่าวทั้งที่อุดมการณ์นั้นมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริง Robinson L.(1978) วิเคราะห์รายการละครโทรทัศน์ที่เป็นชุด เช่น Day of Our Lives, All in the Family ฯลฯ โดยดูภาพของผู้หญิงที่ทำงานอยู่ในโทรทัศน์เปรียบเทียบกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง โดยการสัมภาษณ์ผู้หญิงทำงานจริงๆ ว่าภาพของผู้หญิงทำงานในโทรทัศน์คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากชีวิตจริงของผู้ตอบหรือไม่ (เป็นข้อต่างจากกลุ่ม Liberal Feminism) ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้หญิงทำงานจะตอบว่า ภาพที่ปรากฏในจอโทรทัศน์นั้นแตกต่างจากภาพที่เป็นจริงอย่างมาก ชีวิตของผู้หญิงทำงานในจอโทรทัศน์มีแต่เรื่อง

รักๆ ใคร่ๆ เรื่องผู้สาว ในขณะที่ในโลกแห่งความเป็นจริง ผู้หญิงทำงานต้องพบกับปัญหาเรื่องการทำงาน ปัญหาเกี่ยวกับเจ้านาย ปัญหาเรื่องการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ ซึ่งปัญหาหลักที่เป็นจริงเหล่านี้ไม่ปรากฏในจอโทรทัศน์เลย นอกจากนั้นแม้แต่การเปรียบเทียบเชิงปริมาณก็ยังพบภาพที่บิดเบี้ยวไปจากโลกแห่งความเป็นจริงมากมาย เช่น จำนวนผู้หญิงที่เป็นคนงานในจอโทรทัศน์มีน้อยมาก แต่ในความเป็นจริง กลุ่มผู้หญิงส่วนใหญ่จะทำงานเป็นคนงาน ในทางตรงกันข้าม ตัวละครหญิงที่ทำงานในระดับนักวิชาชีพมีจำนวนไม่มากนัก งานวิจัยของ Robinson ชื่นนี้ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า โทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ถ่ายทอดอุดมการณ์ที่ตรงกันข้ามกับโลกแห่งความเป็นจริง โดยหวังผลให้ผู้ชมยึดติดกับภาพที่ปรากฏในจอมากกว่าจะตระหนักกับสภาพที่เป็นจริง

4. Radical Feminism แนวคิดหลักของกลุ่ม Radical Feminism ก็คือ หากที่ใดยังคงมี "สัญลักษณ์แห่งผู้ชาย" อยู่ ณ ที่นั้น สตรีก็ยังคงถูกกดขี่เอาไว้เปรียบอยู่ร่ำไป ดังนั้น มีแต่ต้องปฏิเสธสัญลักษณ์แห่งผู้ชายเท่านั้น ผู้หญิงจึงจะสามารถปลดปล่อยตัวเองให้เป็นอิสระได้

Carlo Aschur (1976) เขียนบทความวิเคราะห์รายการเกมโชว์ที่ผู้เล่นเป็นผู้หญิง และมีพิธีกรเป็นผู้ชาย ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่มีการปรากฏตัวของพิธีกรเพศชายซึ่งถูกนำเสนอให้ดูมีเสน่ห์ทางเพศ มีอายุแก่กว่าผู้หญิง มีภูมิรู้และมั่งคั่ง ผู้เข้าร่วมแข่งขันสตรีหลักถูกนำเสนอในภาพของเด็กสาวที่ไร้เดียงสาอ่อนต่อโลก ใจง่ายเมื่อเทียบกับพิธีกรผู้ฉลาดรู้ไปทุกเรื่อง ตลอดรายการของเกมโชว์ ผู้เล่นสตรีต้องคอยยอมรับอำนาจ คอยรับฟัง คอยทำตามคำสั่งของพิธีกรชายเพราะเธออยากจะได้เงินรางวัล

ในกรณีของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสตรีมักมีการเสนอภาพแห่งครอบครัวที่ต้องมีสามีเป็นผู้นำ โดยมีการพูดถึงในผู้ชายในลักษณะที่สร้างสรรคความเป็นหัวหน้าครอบครัว เป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญในบ้าน ผู้หญิงมีภาระตามสมควรแก่หน้าที่ ในการตัดสินใจเรื่องเกี่ยวกับการบริโภค อุปโภคในครอบครัว รายการจึงนำเสนอในสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเป็นภาพแบบเดิม แต่ถ้าเมื่อใดที่แม่บ้าน หรือผู้หญิงก้าวเข้าสู่บทบาทการเป็นผู้นำโดยให้ผู้ชายเป็นผู้ตาม ก็เกิดภาพแห่งความผิดปกติแปลกแยกจากสังคม แต่ก็ได้รับความชื่นชมอยู่บ้างด้วยนั่นเอง

5. Cultural Feminism Zoonen (1994) ตั้งข้อสังเกตว่า หนังสือด้านสตรีนิยมในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเริ่มมองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรมมากขึ้น เพราะมองเห็นว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นที่อยู่ของ "ระบบความเชื่อ" (Belief system) ร่วมกันของทั้งสังคม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงที่ระดับอื่นๆ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงตัวบท

กฎหมาย หากแต่ระบบความเชื่อเกี่ยวกับบทบาทหญิง-ชายยังคงเหมือนเดิมแล้ว ก็คงจะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง

กลุ่ม Cultural Feminism ได้ขยายคำนิยามของคำว่า “วัฒนธรรม” ให้กว้างขวางขึ้น ซึ่งนอกจากจะหมายถึงวิถีการใช้ชีวิต (way of life) แล้ว วัฒนธรรมยังหมายถึงเงื่อนไขและรูปแบบที่ความหมายและคุณค่าต่างๆ จะถูกจัดระบบให้เป็นลำดับชั้น ที่เรียกว่า “ลำดับชั้นแห่งคุณค่า” (hierarchy of value) ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การรักษาพรหมจารี และความกตัญญูจะถูกจัดระดับให้อยู่ในจุดสูงสุดยอดของระบบคุณค่าของผู้หญิง ในขณะที่อาจจะไม่ปรากฏเลยในระบบคุณค่าของผู้ชาย

เมื่อนำคำนิยามดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเรื่องสื่อมวลชน ก็มีข้อที่น่าสังเกตว่า บรรดารายการต่างๆ ที่ผู้หญิงชอบดูชอบเปิดรับในสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ เกมโชว์ รายการผู้หญิง ฯลฯ มักเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยทั้งสิ้น เพราะเป็นรายการที่ให้แต่ความสนุกสนานไร้สาระ สร้างความเพ้อฝันไปวันๆ ปัจจุบันนี้ กลุ่มสตรีนิยมเริ่มตั้งคำถามว่า บรรดารายการเหล่านี้มีคุณค่าต่าก่อน แล้วผู้หญิงจึงเข้ามาดูทีหลัง หรือเป็นเพราะว่า พอผู้หญิงเข้ามาดูมาจับรายการอะไร รายการนั้นก็จะมีคุณค่าตกต่ำไปเลย ทั้งนี้เพราะเป็นที่น่าสนใจว่า “เพศ” มักจะเป็นตัวกำหนดการให้คุณค่าแก่กิจกรรมต่างๆ ในสังคม เช่น งานครัวที่ผู้หญิงทำอยู่เป็นประจำภายในบ้านจะถูกถือว่าไม่มีคุณค่า แต่เมื่อผู้ชายทำหน้าที่เป็น “พ่อครัวใหญ่”(chef) นำเอางานครัวไปทำตามโรงแรมต่างๆ งานทำครัวนั้นก็กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมาทันที เป็นต้น

สำหรับทัศนะของกลุ่ม Cultural Feminism ที่มีต่อการสื่อสารมวลชนนั้น จะเป็นไปในทิศทางเดียวกับกลุ่ม Cultural studies กล่าวคือ ถือว่าเรื่องการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น หากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงพาหะถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่การสื่อสารนั้นเป็นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาเลย ทั้งนี้หมายรวมถึงวัฒนธรรมทางเพศด้วย การสื่อสารมวลชนจึงเป็นสถาบันที่สร้างความหมายร่วมกันว่า “เป็นผู้หญิงหมายถึงอะไร เป็นผู้ชายมีคุณค่าอย่างไร” ที่เรียกว่าเป็นอัตลักษณ์ทางเพศ (Gender identity)

6. Post-Structuralist Feminism เป็นกลุ่มสตรีนิยมกลุ่มใหม่ล่าสุดที่นำเอาทัศนะของสำนักหลังสมัยใหม่ (Post-Structuralism) มาใช้ในการวิเคราะห์เรื่องบทบาทของหญิงชาย แนวคิดของสำนัก Post-Structuralism นั้น คิดว่าไม่มีความเป็นจริงที่เป็นไปตามธรรมชาติ (natural)

หากมีแต่ความเป็นจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (constructed) เช่น ไม่ใช่ลักษณะตามธรรมชาติที่ผู้หญิงจะต้องอ่อนโยน ใช้อารมณ์ความรู้สึก ในขณะที่ผู้ชายต้องก้าวร้าวและใช้เหตุผล คุณลักษณะเหล่านี้ถูกประกอบขึ้นนั้นก็คือ การผ่านกลไกภาษาและปฏิบัติการทางสังคมแบบต่างๆ (social practice) ในสังคมแบบชายเป็นใหญ่จึงมีภาษาอยู่ชุดหนึ่งที่ใช้สำหรับประกอบสร้าง “ความเป็นหญิง” เช่น วิธีแทนตัวเองว่า “หนู” การใช้คำว่า “ขู้ ส่าสอน” และมีภาษาอีกชุดหนึ่งที่ใช้ประกอบสร้าง “ความเป็นชาย” เช่น การใช้สรรพนามแทนตัวเองว่า “กู” การเข้าใจการประกอบสร้างจะดูได้จากการวิเคราะห์การให้คำนิยามแก่ความเป็นจริง เช่น การแต่งงานคืออะไร เป็นต้น

ตัวอย่างเช่นงานวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ของอังกฤษชุด Crossroad ของ C. Brunson (1983) ที่แสดงให้เห็นว่า เป้าหมายที่แฝงอยู่ในเนื้อหาของละครคือการสร้างอุดมการณ์เรื่อง “ชีวิตส่วนตัว” ของผู้หญิง เนื้อหาของละครเป็นการประกอบสร้างศีลธรรมสำหรับชีวิตส่วนตัวของผู้หญิงด้วยการให้คำนิยามว่า “ความเป็นแม่ ความรักแบบหนุ่มสาว และเรื่องเพศ” สำหรับผู้หญิงนั้น หมายความว่าอย่างไร

จากทฤษฎี Feminist Media Theory ที่กล่าวมาทั้ง 6 ทฤษฎีนี้ ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แนวคิดของกลุ่ม Liberal Feminism และ Domestic Feminism มาเป็นส่วนประกอบในการอภิปราย

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

(กาญจนา แก้วเทพ , 2543 : 306 - 310)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้เป็นการศึกษาสื่อมวลชนในแนวที่แตกต่างไปจากการศึกษาในแนวที่นิยมกันอยู่คือ การศึกษาผลกระทบของสื่อ (Media Effect Research) ซึ่งให้ความสนใจเฉพาะอิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว

อันที่จริงการวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น อาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไรก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง”

เอกลักษณ์เด่นของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ "ตัวผู้รับ/ใช้สาร" (Media users) มากกว่า "ตัวสาร" (Media/content)

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อมีดังนี้

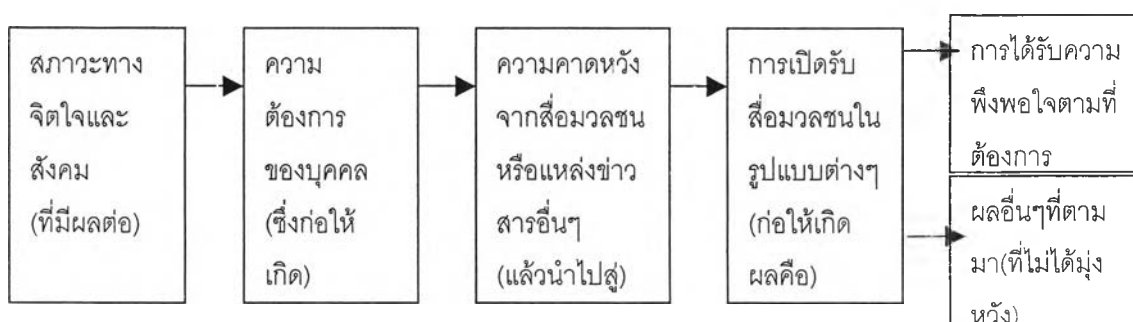
โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามักมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง

เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่ทำไปอย่างไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน

ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย

สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่ผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวก้าวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

จากหลักการทั้ง 4 ประการนี้ แปรรูปออกมาเป็นกรอบของกระบวนการแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด ได้ดังนี้



แบบจำลององค์ประกอบของการใช้สื่อเพื่อได้รับความพึงพอใจ

อย่างไรก็ตาม Katz และคณะ (1974) ได้สรุปแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าวได้ดังนี้

“การศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาพของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน”

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้อาจจะยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีนี้คือ สตรีซึ่งมีความต้องการตามสภาวะทางสังคมและจิตใจ เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย พัฒนาตนเอง เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีตามสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ฟังวิทยุ หรืออ่านนิตยสารสำหรับสตรี ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้และทันสมัย ขณะเดียวกัน จากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกๆ วันก็อาจมีผลประโยชน์อื่นๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจดังกล่าวเป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง

ผลของการสื่อสารมวลชนในแนวทฤษฎีนี้ จึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชนซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใจการใช้ข่าวสารสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

Katz และคณะ (1973) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่าง มารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ

องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ได้แก่

ก. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

- 1) ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- 2) ต้องการให้ลดน้อยลง
- 3) ต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

- 1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้
- 2) การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- 3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
- 4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่างๆเริ่มจากใกล้ตัวจนห่างออกไปเรื่อยๆ ได้แก่

- 1) ตนเอง
- 2) ครอบครัว
- 3) เพื่อนฝูง
- 4) สังคม รัฐบาล
- 5) ชนบประเพณี วัฒนธรรม
- 6) โลก
- 7) สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ Katz และคณะ(1973) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้น เป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ ก1 ข4 ค2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับ

ครอบครัวของตน ก2 ข4 ค1 คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือ ความต้องการที่จะหนีพ้น (Escape) จากสภาพที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

การศึกษาวิจัยในเวลาต่อมาดำเนินรอยตามแนวทางของ Katz ในความพยายามที่จะค้นหาเหตุผลหรือแรงจูงใจหรือความต้องการที่คนบริโภคสื่อ จนกระทั่งพัฒนามาเป็นชุดของตัวแปรความต้องการหรือความพึงพอใจในการใช้สื่อหลายแบบ แต่ส่วนใหญ่แล้วก็มีความคล้ายคลึงกัน อยู่และที่น่าสนใจ คือ

การจำแนกชุดตัวแปรความพึงพอใจของ Blumler (1985) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversions) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำและเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่นหรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) การใช้สื่อเพื่อให้ได้รับข่าวสาร และติดตามเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมเพื่อให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว

แนวคิด

1. แนวคิดการพัฒนาสตรี

แนวคิดพื้นฐาน (จากแผนพัฒนาสตรีระยะยาว 2525 - 2544)

คณะกรรมการพัฒนาสตรีระยะยาว (2524) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. ด้วยความเชื่อมั่นในสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน และอุดมการณ์ประชาธิปไตยว่า คนเราทุกคนไม่ว่าหญิงหรือชาย มีความเสมอภาคหรือเท่าเทียมกันในเกียรติและสิทธิ และเชื่อว่าหญิงและชายต่างมีคุณค่าและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน ทั้งนี้โดยตระหนักเป็นอย่างดีว่า ความเสมอภาคมิได้หมายถึงการปรับเปลี่ยนให้ทุกคนเหมือนกันหมด แต่หมายถึงว่า สตรีควรได้รับความเป็นธรรมในขั้นพื้นฐานที่จะไม่ให้ความแตกต่างทางธรรมชาติ ทางความคิด จิตใจ หรือความแตกต่างที่สมมติขึ้นมา เช่น ความเชื่อว่าสตรีมีความสามารถน้อยกว่าชาย มาเป็นอุปสรรคในการให้โอกาสแก่สตรีที่จะพัฒนาตนเองให้เต็มตามความถนัดและความสามารถ

2. ด้วยความคิดที่ว่าสตรีมีปัญหาและความต้องการแตกต่างไปจากชาย เนื่องด้วยสภาพทางสรีระ รวมทั้งค่านิยมของสังคมที่จำกัดตัดโอกาสของสตรีในหลายประการ จึงเป็นผลให้สตรีไม่สามารถจะปรับตนเองให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ตลอดจนความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฉะนั้น การพัฒนาสตรีแต่เพียงขั้นพื้นฐานย่อมไม่เป็นการเพียงพอ แต่จะต้องให้สตรีสามารถปรับเปลี่ยนบทบาทของตนให้สามารถปฏิบัติภารกิจทั้งในบ้านและนอกบ้านให้ได้ดีขึ้นตามความเหมาะสมของแต่ละครอบครัวและสภาพแวดล้อม อันจะเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาสังคมโดยรวม

3. ด้วยความเชื่อว่ากระบวนการพัฒนาสตรีนั้น จะต้องดำเนินการทั้งระบบ โดยเริ่มด้วยการเปลี่ยนแปลงที่ตัวสตรีเองก่อน ด้วยการพัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพและตระหนักในคุณค่าและศักดิ์ศรีของตน นอกจากนี้ ชุมชนหรือสังคมส่วนรวมต้องให้การยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแนวความคิดไปสู่วิถีทางเดียวกันด้วยพร้อมกันนั้นหน่วยงานต่างๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชนจะต้องดำเนินงานอย่างประสานสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาสตรี

ทิศทางในการพัฒนาสตรี

การกำหนดทิศทางพัฒนาสตรีไปสู่แบบฉบับอันพึงประสงค์ดังกล่าวต่อไปนี้ได้ยึดหลักการให้โอกาสสตรีที่จะพัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพ โดยมีความพร้อมใน 3 ด้าน คือ

1. คุณลักษณะส่วนตัว

1.1 มีร่างกายและจิตใจสมบูรณ์ รู้จักระวัง ดูแล ป้องกัน และรักษาสุขภาพของตนทั้งทางการและจิตโดยเฉพาะในระหว่างตั้งครรภ์ คลอดลูก ระยะเวลาเลี้ยงดูลูกอ่อน และในช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

1.2 มีความรู้อย่างน้อยจบการศึกษาภาคบังคับ มีพื้นฐานทางด้านสติปัญญา คุณธรรม และทักษะเบื้องต้นในการประกอบอาชีพ สามารถพึ่งพาตนเอง และมีงานทำที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์

1.3 มีความกระตือรือร้นที่จะใช้สิทธิและโอกาสแสวงหาความรู้ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เต็มที่ และเพื่อนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาความเป็นอยู่และค่านิยมของครอบครัว โดยเฉพาะสมาชิกที่ยังเป็นเด็กและเยาวชน

1.4 มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม มีคุณธรรมเป็นหลักในการดำเนินชีวิต เผื่อแผ่ความเมตตาธรรม ความรักออกไปสู่มวลมนุษยชาติ

2. ชีวิตและครอบครัว

2.1 มีเสรีภาพในด้านความรักและการเลือกคู่ครอง โดยพิจารณาถึงความพร้อมทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ และถือว่า "คุณธรรมทางเพศ" เป็นสิ่งสำคัญเสมอกัน สำหรับชายและหญิง

2.2 มีสิทธิ์ตัดสินใจในการคุมกำเนิดหรือทำแท้งได้เมื่อมีเหตุจำเป็นภายในขอบเขตของกฎหมายและชายควรรับภาระในการคุมกำเนิดมากขึ้น

2.3 ทั้งชายและหญิงมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการเลี้ยงดูอบรมลูก และในงงานบ้านการ

แบ่งภาระหน้าที่ระหว่างกันควรเป็นไปตามความเหมาะสม โดยความยินยอมพร้อมใจของทั้งสองฝ่าย

2.4 ทั้งชายและหญิงมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการสร้างครอบครัว ที่มีความอบอุ่นและกลมเกลียว โดยมีความรักความเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างพื้นฐานชีวิตที่มีความสุขและมีคุณธรรมให้แก่สมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และเปิดกว้างไปถึงคนญาติและชุมชนด้วย

3. การมีส่วนร่วมในสังคม

3.1 มีส่วนร่วมในการกำหนดค่านิยมและบทบาท โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับสตรีเองทั้งในระดับครัวและชุมชน

3.2 มีส่วนร่วมคิดและร่วมตัดสินใจในปัญหาและกิจกรรมของชุมชน

3.3 มีส่วนร่วมในทางเศรษฐกิจตามหลักความสามารถ ทั้งในการได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน การรับค่าตอบแทนและโอกาสก้าวหน้าเช่นเดียวกับชาย

3.4 มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน การเมือง และการปกครองในทุกระดับมากขึ้น รวมทั้งกิจกรรม ด้านศิลปวัฒนธรรมและนันทนาการในทุกรูปแบบตามความสามารถที่เพิ่มขึ้น

เงื่อนไขจำเป็นที่จะทำให้การพัฒนาสตรีบรรลุผล

เพื่อให้การพัฒนาสตรีบรรลุผลจะต้องมีการปรับปรุงระบบและโครงสร้างของสังคมในด้านต่างๆ ให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงด้วย ดังต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคม ควรเป็นไปอย่างเหมาะสมเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้และบริการสาธารณะระหว่างเมืองชนบท และการเปลี่ยนแปลงเช่นนั้นต้องตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ โดยคำนึงธรรมชาติและความสามารถที่มนุษย์จะปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้

2. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจะต้องช่วยให้สตรีได้มีโอกาสเข้าสู่อาชีพต่างๆ มากขึ้น

ตามความสามารถ จะต้องเน้นคุณค่าความเป็นมนุษย์ มีมาตรการป้องกันการเอาเปรียบในรูปแบบต่างๆ และเร่งเร้าให้สตรีเข้าร่วมกลุ่มกันในรูปแบบและระดับต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนา

3. มีภาวะการเมืองที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั้งชายหญิงมีส่วนร่วมในการปกครองอย่างแท้จริง มีค่านิยมในการเปลี่ยนแปลงโดยสันติวิธี มีระบบกลไกทางการเมืองที่สนองความต้องการของคนส่วนใหญ่มีประชากรที่รู้จักใช้สิทธิและหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบ และรัฐบาลมีปณิธานอย่างแน่วแน่ที่จะระดมพลังสตรีมาใช้ในการพัฒนาประเทศ

4. มีการใช้ผลความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มการมีงานทำ เพิ่มผลผลิตโดยเฉพาะให้สตรีได้มีงานทำในภูมิสำเนาของตน และมีโอกาสเข้ารับการอบรมการใช้เทคนิคใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งการมีเครื่องผ่อนแรงแบบง่ายๆ ที่ทำได้ในประเทศช่วยแบ่งเบาภาระงานบ้าน ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีและศาสตร์ทางชีวมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการเปลี่ยนค่านิยมสร้างคุณธรรมทางเพศ และพัฒนาสตรี

5. ปรับปรุงความสัมพันธ์ในครอบครัวให้เน้นความเป็นเพื่อน การเคารพยกย่องในกันและกัน การร่วมตัดสินใจและร่วมรับผิดชอบในการเลี้ยงดูอบรมเด็ก และการรับใช้สังคมส่วนรวมตามกำลังความสามารถ

6. มีบรรยากาศแห่งเสรีภาพที่ประชาชนจะได้รับข่าวสารข้อมูลแลกเปลี่ยนความคิดและริเริ่มกิจกรรม สร้างสรรค์ได้อย่างกว้างขวางเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสตรีอย่างจริงจังบนพื้นฐานแห่งความเสมอภาคและความกลมกลืนกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในบริบททางสังคม (Social Context)

(ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542 : 33-35)

นักวิชาการสื่อสารมักให้ความสนใจต่อผู้รับสารและพยายามเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสารในแง่มุมต่างๆ มาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้รับสารในฐานะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม แนวคิดต่างๆ เกี่ยวกับผู้รับสารในบริบททางสังคมนั้นมีอยู่มากมาย และจะได้นำเฉพาะแนวคิดหลักๆ เท่านั้นมากล่าวไว้

ลักษณะการแบ่งเป็นกลุ่มของผู้รับสาร (group-link)

แนวคิดที่นักวิจัยให้ความสนใจเกี่ยวกับผู้รับสารก่อนแนวคิดอื่นๆ คือ การที่ผู้รับสารที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน จะมีความคล้ายคลึงกันในแง่ของพฤติกรรมการสื่อสารหรือไม่ จึงมีความพยายามที่จะจัดกลุ่มของผู้รับสารที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกันเข้าด้วยกัน คุณสมบัติที่นำมาใช้ในการจัดกลุ่มอาจเป็นคุณสมบัติที่มองเห็นได้จากภายนอกที่เรียกกันว่า คุณสมบัติทางประชากร (demographic characteristics) เช่น เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รายได้หรือแม้แต่ภูมิภาคนาของของผู้รับสาร นักวิจัยพยายามจะศึกษาดูว่า ผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารเช่นเดียวกันหรือไม่ หรือผลกระทบของการสื่อสารต่อผู้รับสารที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน จะเป็นเช่นเดียวกันหรือไม่

ความแตกต่างของผู้รับสาร (audience differentiation)

นอกจากนักวิชาการสื่อสารหรืออิทธิพลของสื่อต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณสมบัติทางประชากร และพฤติกรรมการสื่อสารหรืออิทธิพลของสื่อต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณสมบัติทางประชากรเหมือนกันแล้ว นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มมีความสนใจในความแตกต่างทางสังคม (social differentiation) ของผู้รับสารในกลุ่มประชากรเดียวกันด้วย กล่าวคือ แม้คุณสมบัติที่มองเห็นจากภายนอกของกลุ่มผู้รับสารจะใกล้เคียงกันแต่โครงสร้างภายใน (internal structure) อาจจะแตกต่างกัน โครงสร้างภายในที่แตกต่างกันนี้อาจเป็นผลโดยตรงมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชน หรืออิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชนก็ได้ การเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันของผู้รับสารอาจเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของโครงสร้างภายในของผู้รับสารก็ได้

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้รับสาร (social interaction)

เมื่อเกิดการสื่อสารขึ้นเมื่อใด เมื่อนั้นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมย่อมจะเกิดขึ้น เนื่องจากเกิดการติดต่อเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลต่อบุคคล จึงนับได้ว่าเป็นพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่ง ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นเมื่อมีการสื่อสารเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารเองกับสื่อด้วย ปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวแบ่งออกเป็นหลายลักษณะ เช่น

- ความสามารถในการเชื่อมโยงกับสังคม (sociability) การสื่อสารเป็นส่วนสำคัญที่ได้กลายเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์มีอาจจะขาดได้ เป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อเป็นตัวเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น

และสื่อก็ถูกใช้เพื่อเป็นตัวนำไปสู่การเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น เช่น การดูโทรทัศน์เพื่อใช้เวลาร่วมกับครอบครัว การชมภาพยนตร์เพื่อใช้เวลาร่วมกันกับคนรัก หรือเพื่อนๆ วัยรุ่น อาจใช้เพลงเป็นเครื่องช่วยให้มีกิจกรรมร่วมกัน เช่น เดินร่ำ ไปชมคอนเสิร์ต มีงานวิจัยมากมายที่ยืนยันแนวความคิดว่ามนุษย์ใช้การสื่อสารตลอดจนสื่อต่างๆ เป็นเครื่องมือไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีในสังคม (Mc Quail, 1983)

- การใช้ประโยชน์ทางสังคม (social use) งานวิจัยของ Lull (1982) ได้แสดงให้เห็นว่าลักษณะของการที่ผู้รับสารใช้การสื่อสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองมีอยู่มากมาย เช่น เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับผู้อื่น (relational uses) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าการสื่อสารเป็นการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น และสื่อถูกใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการสร้างความสัมพันธ์ โดยการสื่อสารนั้นจะต้องมีหัวข้อเรื่องราวที่ใช้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลจากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ จะสามารถนำมาใช้ในหัวข้อและเนื้อหาของสารสนเทศได้เป็นอย่างดี

การสื่อสารจึงเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์อันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ขึ้นระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร เพื่อเป็นโครงสร้าง (structural uses) หมายถึง การที่มนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นภูมิหลังเพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น การสื่อสารช่วยให้มนุษย์สามารถแสดงความคิดเห็นความเป็นตัวของตัวเอง ช่วยให้ผู้รับสารนั้นมองเห็นความเป็นมนุษย์และเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้ส่งสารนั้น ๆ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (affiliation) การสื่อสารเป็นสิ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นที่ยอมรับว่ามีส่วนร่วมอยู่ในสังคมนั้นๆ เพื่อเป็นการเรียนรู้ทางสังคม (social learning) คือการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นในแง่เนื้อหา (content) เช่น เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโลก และในแง่ของรูปแบบ (form) เช่น วิธีการผูกมิตรกับบุคคลอื่นควรแสดงกริยาท่าทางรวมทั้งใช้คำพูดอย่างไร การเรียนรู้ทางสังคม ช่วยให้มนุษย์มั่นใจว่าสามารถอยู่รอดในสังคมได้ดียิ่งขึ้น และสุดท้าย มนุษย์ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อควบคุมสังคม (competence/dominance) มนุษย์สื่อสารเพื่อช่วยให้เขาสามารถมั่นใจได้ว่า เขาสามารถจัดการให้ทุกสิ่งเป็นไปตามที่ต้องการ เขาสามารถนำตนเองไปสู่สิ่งที่ต้องการในขณะที่เดียวกันก็จัดให้ผู้อื่นมีบทบาทตามที่ตัวเองต้องการให้เป็น

- การแยกตัวออกจากสังคม (social isolation) นอกจากการสื่อสารจะเป็นเครื่องมือช่วยเชื่อมโยงมนุษย์ให้เข้ากับสังคม และให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมแล้ว การสื่อสารในบางลักษณะกลับเป็นการช่วยให้บุคคลบางคนแยกตัวออกจากสังคมได้ การรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเกือบทุกประเภทอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือสำหรับผู้รับสารบางคนที่ต้องการแยกตัวออกจากสังคมได้ เช่น การ

อ่านหนังสือ ผู้อ่านมักเพลิดเพลินอยู่กับเนื้อหาเรื่องราวของหนังสือ และใช้การอ่านนี้เป็นหนทางหนี (escape) ไปจากสังคมรอบข้างที่ตนไม่ต้องการสื่อสารด้วยในขณะนั้น การดูโทรทัศน์สำหรับบางคน ไม่ใช่กิจกรรมทางสังคม แต่เป็นการเพลิดเพลินไปกับเนื้อหาของรายการจนลืมความเป็นจริงปัจจุบันของตนไปชั่วคราว กลุ่มผู้รับสารที่มีพฤติกรรมหนีไปจากสังคม (escapist) เช่นนี้มักเป็นผู้ที่เปิดรับสารจากสื่อบางประเภทมากเกินไปและมักเกิดอาการติด (addicted) การใช้สื่อ และให้ความสนใจแต่สื่อมากโดยเฉพาะในเวลาที่อยู่คนเดียวและหากทำเช่นนี้บ่อยจนเป็นกิจวัตรก็อาจตีความได้ว่าผู้รับสารลักษณะนี้พยายามแยกตัวออกจากโลกของความเป็นจริง

ผลของการวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารที่มีพฤติกรรมหนีจากโลกแห่งความจริงพบว่า การเปิดรับสื่อมากเกินไป (โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์) มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวได้ยากในสังคม (Maccoby 1954, Horton และ Wohl, 1956; Mcleod ,1965)

นอกจากนี้ยังพบว่าการดูโทรทัศน์มากเกินไปมักจะเกิดในหมู่ผู้รับสารที่มีปัญหาทางสังคมในด้านต่างๆ เช่น ผู้ที่เจ็บป่วยอยู่เสมอ คนสูงอายุ คนว่างงาน หรือกลุ่มผู้ยากจน ซึ่งก็อาจสันนิษฐานได้เป็นสองประเด็นคือ การเปิดรับสื่อมากๆ ทำให้บุคคลปรับตัวเข้ากับสังคมได้ลำบาก หรือการที่เป็นคนปรับตัวเข้ากับสังคมได้ลำบากทำให้คนหันมาหาทางออกด้วยการเปิดรับสื่อมากขึ้น เพื่อใช้สื่อเป็นเครื่องชดเชยหรือเพื่อฆ่าเวลา งานวิจัยเท่าที่ผ่านมา ยังคงไม่ได้ให้คำตอบชัดเจนว่าเหตุผลใดมีน้ำหนักมากกว่ากัน และรวมทั้งงานวิจัยบางชิ้นก็ยืนยันว่า การเปิดรับสื่อมาก มีความสัมพันธ์กับการเข้ากับผู้อื่นในสังคมได้ดี (Hedinsson, 1951)

- การสร้างความสัมพันธ์แบบอ้างอิง (reference relationship) การสร้างความสัมพันธ์แบบอ้างอิง หมายถึงการที่ผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าได้ติดต่อสัมพันธ์กับสิ่งที่ปรากฏในสื่อราวกับว่าสิ่งนั้นๆ มีตัวตนเป็นบุคคลจริงๆ เรายังพบบ่อยๆ ว่าผู้รับสารได้สร้างความสัมพันธ์อ้างอิงขึ้นกับตัวละคร หรือดารา ที่แสดงในภาพยนตร์หรือละคร แม้จะรู้ว่าเป็นเรื่องที่สมมติขึ้นก็ตามยังไม่มีการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้มากนัก แต่ก็เห็นได้ชัดเจนว่าผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวละครมีผลกระทบเหมือนกับเกิดขึ้นในชีวิตจริงๆ ผู้รับสารจะนิยมชื่นชมตัวละครที่ตนพอใจ และดาราที่แสดงบทบาทนั้นๆ จะเป็นที่ชื่นชมไปด้วย ส่วนดาราที่แสดงในบทร้าย ตัวไม่ดี ก็มักถูกเกลียดชัง ราวกับว่าเป็นคนไม่ดีในชีวิตจริง

- บรรทัดฐานของสังคม (social norms) การวิจัยเกี่ยวกับบรรทัดฐานในสังคมแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีค่านิยมของบรรทัดฐาน (norms) เกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารที่เหมาะสมอยู่ในใจ

บรรทัดฐานเหล่านี้ได้แก่ บรรทัดฐานเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อสารในบริบทต่างๆ ของสังคม ด้วยอิทธิพลของสังคมนั้นๆ ซึ่งถ่ายทอดมาทางสถาบันทางการศึกษา ครอบครัวและศาสนา สิ่งที่มีมนุษย์ในสังคมสื่อสารกัน มักถูกกำหนดว่าอย่างไรจึงจะ "เหมาะสม" สิ่งเหล่านี้เป็นค่านิยมทางสังคมที่ถ่ายทอดกันมาเป็นที่ยอมรับและเรียกว่าบรรทัดฐานของสังคม (social norms)

การสื่อสารมวลชนนั้น ผู้รับสารมักมีบรรทัดฐานอยู่ในใจว่าปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนควรอยู่ในระดับใด จึงจะเหมาะสม สื่อบางประเภทนั้นหากเปิดรับมากเกินไป ก็ไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม เช่น การดูโทรทัศน์ หากดูมากเกินไปก็ไม่เป็นที่ยอมรับกันว่าเหมาะสม เป็นการแสดงความไม่ยอมปรับตัวเองให้เข้ากับสังคม ผู้ที่ดูโทรทัศน์มากเกินไปมักรู้สึกว่ตนเองทำผิดบรรทัดฐานของสังคม (Steiner, 1963) นอกจากนี้ผู้รับสารก็มักยอมรับในเนื้อหาของสื่อ ก็เมื่อเห็นว่าเนื้อหาเหล่านั้นสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม และปฏิเสธเนื้อหาที่ขัดแย้งกับบรรทัดฐานที่คนส่วนใหญ่เชื่อถือว่าถูกต้อง

การศึกษาผู้รับสารสตรีโดยนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในบริบททางสังคมมาพิจารณา ประกอบกับผู้รับสารสตรีที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกัน จะมีพฤติกรรม การตอบรับ การรับรู้ ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการนำข้อมูลที่ได้จากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้ประโยชน์ เหมือนหรือต่างกัน อย่างไร

4. แนวคิดเรื่องการรับรู้ (Perception)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 : 52-54)

การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลใช้ในการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความตัวกระตุ้น (Stimulus) เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายของโลก (Shiffman and Kanuk, 1994) ซึ่งกระบวนการต่างๆ ของการรับรู้นี้เป็นกระบวนการเฉพาะของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการ ค่านิยม และความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ

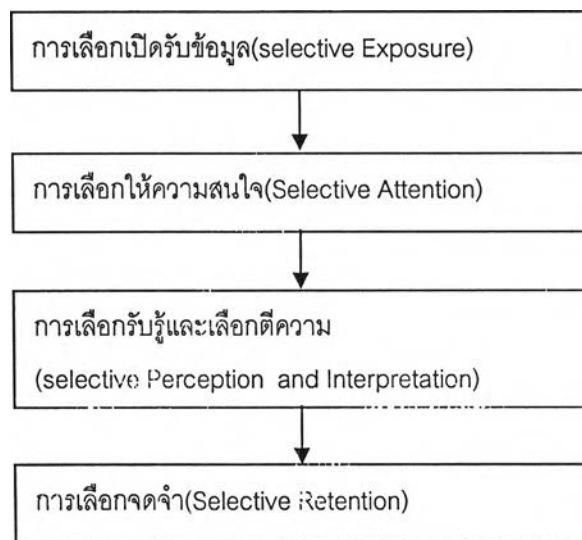
องค์ประกอบของการรับรู้มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ การเลือก (Selection) การรวบรวมข้อมูล (Organization) และการตีความหมาย (Interpretation)

1. การเลือก (Selection)

เนื่องจากว่า เราอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย ในขณะใดขณะหนึ่ง เราไม่ได้รับรู้ไปหมด

ทุกอย่างแต่เราเลือกรับรู้สิ่งเร้าบางอย่าง ผู้รับสารสตรีเปิดรับข้อมูลที่น่าเสนอผ่านสื่อต่างๆ และให้ความสนใจต่อสื่อเหล่านั้น โดยเลือกรับตามความต้องการและเลือกรับสิ่งที่ตรงกับทัศนคติของตนเอง เช่น สตรีที่กำลังตั้งครรภ์ก็จะเลือกเปิดรับสื่อที่ให้ข้อมูลที่เป็นความรู้ที่เป็นประโยชน์ในเรื่องเหล่านี้มากกว่าผู้รับสารสตรีกลุ่มอื่น เป็นต้น ในการเลือกหรือการเปิดรับข่าวสารนั้นประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงขั้นตอนการเปิดรับข่าวสาร



1.1 การเลือกเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) บุคคลมีโอกาที่จะรับสารจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสารต่างๆ จำนวนมากมาย แต่เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเวลา ความสามารถในการเปิดรับรวมไปถึงความพอใจ ไม่พอใจต่อผู้ส่งสาร จึงส่งผลให้บุคคลมักเลือกรับสารจากผู้ส่งสารที่พอใจ และจะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติเดิมที่ตนมีอยู่ การเปิดรับข่าวสารนี้จะเกิดขึ้นหรือไม่เนื่องมาจากตัวผู้รับสาร หากผู้รับสารไม่มีความสนใจสิ่งเร้านั้นๆ ย่อมเสี่ยงที่จะเปิดรับ

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เนื่องจากข้อจำกัดของสมองในการรับข้อมูล บุคคลจึงต้องเลือกที่จะให้ความสนใจต่อสารเท่าที่สมองจะรับได้ ดังนั้น บุคคลมักจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ และสอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตน ผู้ผลิตรายการสามารถใช้กลยุทธ์ต่างๆ มาเป็นตัวสร้างหรือช่วยเสริมความตั้งใจรับข้อมูลของผู้รับสารได้ เช่น เนื้อหาของประเด็นที่น่าเสนอมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ และเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร เป็นต้น

1.3 การเลือกรับรู้และการเลือกตีความ (Selective Perception and Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้และตีความหมายของสารที่ได้รับในลักษณะที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งมักจะบิดเบือนสารที่ได้รับให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อที่มีอยู่เดิม

1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่สอดคล้องหรือสนับสนุนทัศนคติของตนเองได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเดิมเพื่อนำไปเป็นประสบการณ์ที่สามารถนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตนและหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ข่าวสารที่หลงไหลผ่านเข้าไปยังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา

2. การรวบรวมข้อมูล (Organization)

การรวบรวมข้อมูล (Organization) คือ การที่ผู้รับสารรวบรวมข้อมูลจากแหล่งสารหลายๆ แห่ง เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ตนสนใจได้ดีขึ้น หลักสำคัญในการรวบรวมข้อมูลคือ การผสมผสาน (Integration) หมายถึง การที่ผู้รับสารรับสิ่งเร้าจากหลายๆ แหล่ง นำมารวมเป็นเรื่องเดียว โดยมีการกำหนดกรอบในการสร้างภาพรวม ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำให้ได้ความหมายทั้งหมดของตัวกระตุ้น

หลักสำคัญในขั้นตอนการผสมผสาน (Integration) ได้แก่

Closure ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเติมส่วนที่ขาดหายไปของตัวกระตุ้นให้เป็นภาพที่สมบูรณ์ ตัวกระตุ้นในลักษณะที่ไม่สมบูรณ์ มักจะก่อให้เกิดการดึงดูความสนใจได้ดี วิธีการเช่นนี้ยอมทำให้ผู้บริโภคนำใจโดยลึกซึ้งยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้รับสารจะต้องชมรายการด้วยความสนใจเพียงพอในการต่อเติมสิ่งที่ขาดไปดังกล่าว

Grouping ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะรับข้อมูลที่หลายหลายเข้ามารวมกันในรูปแบบของกลุ่มก้อน (chunks) มากกว่าที่จะแยกเป็นหน่วยย่อย (separate units) การจัดกลุ่มข้อมูล (chunking of grouping information) เป็นวิธีการของผู้รับสารที่จะประเมินลักษณะของแต่ละรายการด้วยคุณลักษณะ (attribute) ซึ่งแตกต่างกัน

Context หมายถึง สภาพแวดล้อมของภาพ เสียง และคำบรรยายของรายการที่ช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจสารที่รายการต้องการนำเสนอได้มากขึ้น สิ่งต่างๆ จะถูกมองในลักษณะที่สัมพันธ์กันเสมอ และความสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เกิดสาระสำคัญที่คาดการณ์ได้เป็นอย่างดี (Predictable and Element)

3. การตีความหมาย (Interpretation)

Assael (1995) ได้กล่าวไว้ว่า การตีความหมาย (Interpretation) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้รับสารได้เลือก และรวบรวมสิ่งเร้าแล้ว จากนั้นก็จะนำมาตีความหมายโดยใช้หลักการที่สำคัญ 2 อย่างด้วยกัน คือ

1. การแบ่งข้อมูลตามประเภท (Categorization) การจัดข้อมูลตามประเภทในแต่ละหมวดประเด็นของรายการ ผู้รับสารจัดการกับข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น เมื่อผู้รับสารรับข้อมูลที่รายการได้นำเสนอตอนหนึ่ง ผู้รับสารจะรู้ได้ว่ารายการกำลังจะบอกอะไรแก่ผู้ชม

2. การตั้งข้อสรุปเอง (Inference) เป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา รูปแบบ และตัวกระตุ้นต่างๆ ในความคิดของผู้รับสารเอง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบด้านต่างๆ ของรายการ โดยเฉพาะในเรื่องเนื้อหา การตั้งข้อสรุปของผู้รับสารอาจมาจากประสบการณ์ในอดีต มาจากการพูดคุยกับเพื่อน เป็นต้น

ในการศึกษาผู้รับสารสตรีที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี แนวคิดการรับรู้ในเรื่องลักษณะการรับรู้ การตีความ การเลือกจดจำสิ่งต่างๆ ทำให้เข้าใจลักษณะที่ผู้รับสาร รับรู้สารที่ผู้ผลิตนำเสนอ เพื่อให้ทราบในเรื่องที่มาของการทำความเข้าใจกับสารนั้นๆ ของสตรีที่มีต่อรายการต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและประกอบการพิจารณาในบทสัมภาษณ์ที่ต้องวิเคราะห์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา แก้วเทพ (2539) ได้ทำการวิจัยเพื่อสำรวจสถานการณ์ภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง "สตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย" ตั้งแต่ปี พ.ศ.2520 - 2535 ว่ามีความก้าวหน้าในระดับใด ผลการวิจัยพบว่า ตลอดระยะเวลา 15 ปีนี้ มีงานการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสตรีและสื่อมวลชน อยู่ 83 ชิ้น งานศึกษาศาสตรีในฐานะผู้รับสารมีมากกว่าผู้ส่งสารถึง 4 เท่า ในเรื่องตัวสื่อ งานศึกษา เรื่องการใช้สื่อนิตยสารของสตรีจะมีมากที่สุด และสื่อภาพยนตร์มีน้อยที่สุด สำหรับเนื้อหาสาระนั้น งานศึกษาเรื่องสถานการณ์และบทบาทของสตรีในสื่อมีมากที่สุด เรื่องการเมืองและการพัฒนา มีในระดับปานกลาง และเนื้อหาเรื่องสตรีกับเศรษฐกิจมีน้อยที่สุด

ถึงแม้ว่า ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลเรื่องสตรีในฐานะผู้ส่งสารได้พบว่าจำนวนของสตรีทั้งในสถาบันการศึกษาและสถาบันวิชาชีพได้เพิ่มมากขึ้น แต่ทว่าโอกาสที่จะก้าวถึงตำแหน่งสูงสุดทางวิชาชีพยังมีน้อยอยู่เมื่อเทียบกับชาย

ในเรื่องประเภทของสื่อ งานศึกษาเรื่องสื่อสิ่งพิมพ์จะมีมากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันที่อธิบายก็คือ ความยากง่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล การขาดวิธีการศึกษาวิจัยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นระบบ และจำนวนบุคลากรที่ได้รับการฝึกฝนในการใช้วิธีการวิจัยบางสาขายังมีน้อยอยู่

สำหรับเรื่องพฤติกรรมผู้รับสารสตรีแม้จะมีปริมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของงานศึกษาทั้งหมด แต่ทว่าทิศทางการศึกษามีลักษณะเป็นแบบเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ คือ การศึกษาการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ และการศึกษาผลกระทบของสื่อ แนวทางการศึกษาที่ยังมีอยู่น้อยมาก คือ การศึกษาเรื่องการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่จะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างชัดเจน ในเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของสตรีที่มีต่อสื่อมวลชน

อุบลวรรณ ปิติพนนะโฆษิต (2529) ทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของนิตยสารสตรีในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความรู้เกี่ยวกับการเข้าใจและรู้จักวิถีชีวิตของเพื่อนมนุษย์ การปรับตัวให้เข้ากับคนกลุ่มต่างๆ เป็นเนื้อหาที่นิตยสารผู้หญิงนำเสนอมากที่สุด โดยสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

อันดับสองคือ เนื้อหาด้านการรับรู้ เข้าใจวัฒนธรรม ประเพณีของสังคมรอบด้าน

อันดับสาม ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการรู้แนวทางในการแก้ปัญหา เกิดปัญญา การปฏิรูปต่างๆ ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ ล้วนเป็นความรู้ประยุกต์ทั้งสิ้น

ส่วนของนโยบายและเจตนารมณ์ของผู้จัดทำกับเนื้อหาในด้านต่างๆ ของนิตยสารผู้หญิง นั้นพบว่าส่วนใหญ่ผู้จัดทำนิตยสารผู้หญิงมีแนวนโยบายการจัดทำด้านเนื้อหาสอดคล้องกับเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารจริง และเมื่อเปรียบเทียบปริมาณความรู้ด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในนิตยสารผู้หญิง กับความต้องการของผู้อ่านแล้วพบว่าเนื้อหาของนิตยสารมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับความต้องการของผู้อ่าน

ส่วนบทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาสตรีนั้น เนื้อหาที่น่าสนใจมากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของผู้หญิง เช่น การดำเนินชีวิต การดูแลร่างกาย และจิตใจ ซึ่งมีปริมาณมากเป็นอันดับแรกเท่ากันกับด้านการมีส่วนร่วมในสังคม เช่น บทบาทในสังคม เป็นต้น ส่วนในด้านชีวิตและครอบครัว ได้แก่ การเลือกคู่ครอง การครองเรือน นิตยสารผู้หญิงมีบทบาทในการเสนอเนื้อหาความรู้ค่อนข้างน้อย

ปัญญา รักแตงาม (2538) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาสตรีในระดับต่างๆ และการทำหน้าที่สนับสนุนเรื่องของบทบาทที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิง และผู้ชายในสังคมปัจจุบัน

รายการที่ศึกษา 6 รายการ คือ รายการผู้หญิงอยากรู้ รายการผู้หญิงയാตรา รายการผู้หญิงวันนี้ รายการผู้หญิงวันนี้ เดลี่ แมกกาซีน รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง และรายการผู้หญิงผู้หญิง

รายการผู้หญิงയാตรา

วันเวลาออกอากาศ	วันพฤหัสบดี เวลา 18.00 – 18.45 น.
สถานที่ออกอากาศ	ช่อง 9
ความยาวของรายการ	45 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณยุพา เพชรฤทธิ์

ภาพรวมส่วนใหญ่ของรายการ นำเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ตามสโลแกนของรายการ “รายการผู้หญิงยาตรา คุณค่าของครอบครัว” เน้นการนำเสนอบทบาทของสตรีที่เป็นมารดา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการ

รายการผู้หญิงวันนี้

วันเวลาออกอากาศ	วันอาทิตย์ เวลา 10.00 – 11.00 น.
สถานที่ที่ออกอากาศ	ช่อง 9
ความยาวของรายการ	60 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	มล. สราลี (กิตติยากร) จิราธิวัฒน์

ภาพรวมของรายการ เสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวันและการเข้าสังคมของสตรีในสังคมเมืองในปัจจุบัน มักใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงสังคมเป็นผู้นำเสนอเรื่องราวต่างๆ

รายการผู้หญิงวันนี้ เดลี่ แมกกาซีน

วันเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ - วันพุธ เวลา 07.30 – 8.00 น.
สถานที่ที่ออกอากาศ	ช่อง 3
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	ไม่มีพิธีกรประจำรายการ พิธีกรวัยรุ่นสับเปลี่ยนกันไป

ภาพรวมของรายการ นำเสนอความบันเทิงที่เกี่ยวกับศิลปะในแขนงต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร โฆษณา และนำเสนอเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับความงามและสุขภาพมาก

รายการผู้หญิง ผู้หญิง

วันเวลาออกอากาศ	วันเสาร์ เวลา 15.30 – 16.30 น.
สถานที่ที่ออกอากาศ	ช่อง 9
ความยาวของรายการ	60 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณัททยา เกษสังข์

ภาพรวมของรายการ ให้ความสนใจในเรื่องปัญหาสังคม โดยเฉพาะเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในด้านการนำเสนอภาพของสตรี ให้ความสำคัญกับการเป็นมารดาค่อนข้างมาก

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

วันเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.00 – 09.00 น.
สถานที่ออกอากาศ	ช่อง 7
ความยาวของรายการ	60 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	4 ท่าน คือ คุณดวงดาว จารุจินดา อาจารย์ประโภชน์ มยุระ คุณจรรยา พุกกะมาน และคุณกาญจนาพร ปลอดภัย

ภาพรวมของรายการ ส่วนใหญ่นำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการเสริมความงามของสตรีเป็นหลัก

รายการผู้หญิงอยากรู้

วันเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 07.00 – 07.30 น.
สถานที่ออกอากาศ	ช่อง 3
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณดวงดา ตุงคะมณี

ภาพรวมของรายการ นำเสนอความเป็นไปของบุคคลและเหตุการณ์ในสังคมที่ควรได้รับการเปิดเผย รายการมีมุมมองการนำเสนอรายการเพื่อสังคมที่ต่างจากรายการสำหรับสตรีรายการอื่นๆ กล่าวคือ ในประเด็นที่คนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ไม่ดี รายการจะนำเสนอเรื่องราวนั้นในแง่มุมที่

ผลการวิเคราะห์สรุปรวมลักษณะของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้ง 6 รายการ พบว่า มีจุดร่วมคือ 1) ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง 2) ผู้ร่วมรายการก็มักเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง และ 3) การนำเสนอประเด็นที่หลากหลาย

ภาพผู้ดำเนินรายการของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้งรายการพบว่ามีจุดร่วมกัน คือ ผู้ดำเนินรายการเป็น 1) ผู้หญิงที่มีบุคลิกตรงกับวัตถุประสงค์การนำเสนอรายการ 2) ผู้ที่มีความสามารถอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป 3) ผู้ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินรายการ

ภาพสะท้อนของบทบาทของสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 6 รายการได้นำเสนอภาพลักษณ์ใหม่มากกว่าบทบาทสตรีในภาพลักษณ์ผสม และภาพลักษณ์เดิม นอกจากนี้ยังพบเรื่องของชนชั้นของสตรีว่า มีการนำเสนอเนื้อหาสำหรับสตรีกลุ่มชนชั้นกลางมากกว่าชนชั้นสูงและชั้นล่าง แสดงให้เห็นว่ารายการมิได้สะท้อนภาพความเป็นจริงในสังคมปัจจุบันที่สตรีจำเป็นต้องมีบทบาททั้งภาพลักษณ์ใหม่และเก่าควบคู่กันไป แต่การที่รายการโทรทัศน์นำเสนอบทบาทในภาพลักษณ์ใหม่มากที่สุดนี้อาจเป็นเพราะต้องการให้ความรู้ในเรื่องที่เป็นเรื่องใหม่ นั่นคือ เรื่องการทำงาน อีกทั้งต้องการให้สตรีภาพลักษณ์ใหม่ที่ได้รับการนำเสนอในรายการโทรทัศน์เป็นแบบอย่างให้กับสมาชิกในสังคมเพราะสื่อมวลชนมักนิยามคำ “ผู้หญิงยุคใหม่” เป็นสตรีที่มีการศึกษา ทำงานบริษัทหรือเป็นเจ้าของกิจการ แต่งตัวทันสมัย มีภาพลักษณ์ว่ามีความสามารถในการทำงาน ในสภาพความเป็นจริง สตรีต้องทำงานดิ้นรนหาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัว ไม่ว่าจะอยู่ในชนชั้นใดหรือทำงานอาชีพใดต่างก็เป็นสตรีในภาพลักษณ์ใหม่ หรือ “ผู้หญิงยุคใหม่” ที่ต่างก็มีความสามารถในการทำงานในขอบข่ายหน้าที่ของตนทั้งสิ้น

ผลการวิจัยที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในรายการโทรทัศน์เพื่อสตรีปรากฏว่า ภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการพัฒนาสตรีทุกรายการต่างก็พยายามสอดแทรกเนื้อหาการพัฒนาในทุกระดับ แต่ก็ยังคงมีการเน้นการนำเสนอเนื้อหาในระดับการพัฒนาที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหารายการ

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากที่สุด (ร้อยละ 48) เป็นเรื่องเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรม รวมไปถึงประเพณีและการประกอบพิธีกรรมต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือ การพัฒนาระดับตนเอง (ร้อยละ 40) เรื่องเกี่ยวกับอาชีพและการทำงานมากที่สุด และการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 12) ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว

แม้ว่าการนำเสนอเนื้อหาเพื่อพัฒนาระดับโลกภายนอกจะได้รับการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาเพื่อพัฒนาในระดับตัวเองและครอบครัวก็ตาม แต่ก็มีเพียงบางประเด็นเท่านั้น ประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยียังไม่ได้รับการนำเสนอเพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ของสตรีในประเด็น

เหล่านี้มากเท่าที่ควร

การพัฒนาระดับตัวเองมีการนำเสนอประเด็นเรื่องอาชีพและการงาน และประเด็นเรื่องสุขภาพและความงามมาก เพราะสตรีในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นสตรีที่ต้องประกอบอาชีพนอกบ้าน และยังคงเอาใจใส่ในเรื่องการแต่งตัวให้เหมาะกับอาชีพ พบว่าไม่ปรากฏการนำเสนอประเด็นเรื่องการศึกษา และเรื่องสิทธิสตรีได้นำเสนอเพียงครั้งเดียว ทั้งนี้ผู้ผลิตยี่ห้อหลักของทฤษฎีสตรีศึกษาแบบ System Approach ที่ว่า “สตรีจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เหมาะสมกับสภาพสังคมที่ เปลี่ยนไป แต่มิได้กล่าวถึงเรื่องของความเท่าเทียมกันระหว่างเพศในรายการโทรทัศน์ สำหรับสตรี

การพัฒนาระดับครอบครัว มีการนำเสนอประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด แต่ประเด็นความรุนแรงมีการนำเสนอน้อยที่สุด เพราะเป็นไปตามทฤษฎีสตรีศึกษาแบบ System Approach ที่ไม่ได้มุ่งการนำเสนอเนื้อหาเพื่อกระตุ้นให้เกิดความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ

จากการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 สามารถสรุปได้ว่าเนื้อหาในรายการมีเพียงการเติบโตทางด้านปริมาณเท่านั้น แต่เนื้อหาที่นำเสนอยังไม่มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาสตรีในทางที่ถูกต้องเท่าที่ควร ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าเกิดจากแนวคิดของผู้ผลิตรายการที่ยังมีความคิดว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป และไม่คำนึงถึงความเท่าเทียมกันระหว่างเพศอย่างใด

สัญญา เพียรธุระกิจ (2538) ศึกษาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี พบว่าการรับรู้ประโยชน์ด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม ในด้านเนื้อหารายการ สตรีต้องการให้มีการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีเนื้อหาสาระต่างๆ 3 อันดับแรก คือ

1. รายการเกี่ยวกับความปลอดภัยของสตรี การดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน
2. รายการเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม
3. รายการเกี่ยวกับการสนทนาถกปัญหาต่างๆ ในสังคมชีวิตประจำวัน