



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การย่อโลกให้แคบลงจนสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วและกว้างขวางอย่างไร้พรมแดน หรือที่เรียกว่า "โลกาภิวัตน์ (Globalization)" ปัจจัยสำคัญยิ่งคือ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อันถือเป็นตัวการหลักที่ทำให้ประชาคมโลกรับรู้ข่าวสารข้อมูลได้ตามที่ตนต้องการ นอกจากนี้ยังเกิดการแข่งขันชิงความได้เปรียบเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ในแต่ละบุคคลอีกด้วยจึงทำให้ผลสำเร็จของการดำเนินการขึ้นอยู่กับความทันสมัยของการรับรู้เรื่องราวของสังคมให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ เหมือนกับโลกขณะนี้อยู่บนถนนสายสำคัญของการแข่งขันเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูล (Information Super Highway) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อย่างไรก็ดี การเคลื่อนที่ของข่าวสารข้อมูลทั้งหลายล้วนต้องผ่านสื่อมวลชนอันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ และเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ ซึ่งจะเกิดขึ้นอีกมากมายในอนาคต สำหรับในประเทศไทยเองนั้นถ้าจะพิจารณาพิจารณาแล้วจะพบว่าสื่อมวลชนที่แพร่หลายและมีอิทธิพลอย่างมากในสังคมไทยก็คือ โทรทัศน์ ทั้งนี้ก็ด้วยคุณสมบัติพิเศษที่รวมเอาสื่อวิทยุ ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์เข้าไว้ด้วยกัน โทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนที่แสดงเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เห็นได้ชัดเจนที่สุด เพราะคนเรานั้นสามารถรับรู้จากการเห็นถึง 75% ได้ยิน 13% สัมผัส 6% และจากรส 3% ดังนั้นจะเห็นได้ว่า โทรทัศน์ให้ทั้งการได้เห็นและการได้ยิน ทำให้การรับรู้มีถึง 88% (อรรถนพ ธีรธการ, 2520 : 117) โทรทัศน์จึงมีส่วนในการพัฒนาคนเพื่อให้เกิดความรู้ ทักษะคติ ความซาบซึ้ง ค่านิยม ตลอดจนทักษะต่าง ๆ

ถึงแม้ว่าโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่เกิดขึ้นหลังสุดแต่ก็กลับเป็นสื่อที่มีความสำคัญและทรงอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดสาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของสังคมโลกไปให้ผู้คนจำนวนมากรับรู้ได้ในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกหมู่เหล่าและมีบทบาทในสังคมเพิ่มมากขึ้นทุกทีโดยการแทรกตัวเองเข้าไปในทุกสถาบันย่อยของสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาและวัฒนธรรม แม้กระทั่งสถาบันครอบครัวและเพื่อน (ขวัญเรือน ไชยอุดม, 2520 : 25)

จากผลการสำรวจของบริษัทตีมาร์ จำกัด (2537) เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยในช่วงเวลา 5 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2531 จนถึงปี 2535 จากประชาชนทั่วประเทศประมาณ 8,000 คน เป็นชายและหญิงในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งพบว่า คนไทยทั่วประเทศมีแนวโน้มในการรับชมโทรทัศน์มากขึ้นทุก ๆ ปี คือ จาก 53% ในปี 2531 เป็น 70% ในปี 2535 และเขตที่รับชมกันมากได้แก่ เขตกทม. มีจำนวนผู้รับชมสูงสุดในปี 2535 ถึง 91% โดยเหตุผลส่วนใหญ่ของการดูโทรทัศน์ก็เพื่อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน

ด้วยเหตุนี้เอง โทรทัศน์จึงถูกจัดว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก แม้จะมีบางคนดูโทรทัศน์เพื่อสนองความต้องการทั้งภายในและภายนอก ซึ่งความต้องการภายในก็ได้แก่ จินตนาการ ความรัก ความสวยงาม ความสนุกสนานบันเทิง ความตื่นเต้นหวาดเสียว หรือความสะเทือนใจ รายการโทรทัศน์ที่มีเพลง ดนตรี ละครชีวิต ภาพยนตร์สนุก ๆ รายการตลก การกีฬา และการต่อสู้ต่าง ๆ คนเราชอบดูเพราะดูเพื่อให้อาหารใจ หรือสนองความต้องการภายในของตน ดังนั้นโทรทัศน์บ้านเราจึงมีรายการ "อาหารใจ" เหล่านี้มากมาย สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ได้ทำหน้าที่ป้อนอาหารประเภทนี้ให้แก่คนดูได้อย่างสมบูรณ์หรืออาจจะเรียกว่าเกินสมบูรณ์ก็ได้ ทั้งนี้ก็เพราะป้อนกันมากจนลืมความต้องการภายนอกของประชาชน ความต้องการภายนอกของผู้ชมก็คือ ความต้องการอันเกี่ยวเนื่องด้วยสังคมและสิ่งแวดล้อม มนุษย์เราย่อมอยากรู้อยากเข้าใจภาวะแวดล้อมเพื่อที่จะได้ปรับตนเองให้เข้ากับคนอื่นและสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นรุ่งเรือง การที่คนดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ก็เพื่อที่จะเข้าใจในภาวะผันแปรของบ้านเมือง คนดูรายการสารคดีเกี่ยวกับอนามัย เศรษฐกิจ อาชีพ ก็เพื่อแสวงหาทางดำรงชีวิตอย่างผาสุก หรือแม้แต่ผู้ฟังเทศน์ฟังธรรมก็คงเพราะต้องการคติแห่งชีวิตที่ดั่งใจนั่นเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น "อาหารกาย" ที่คนดูโทรทัศน์ก็ต้องการมันด้วยเช่นเดียวกัน แต่เมื่อหันมามองดูรายการโทรทัศน์บ้านเราก็พอจะมองเห็นว่า เราป้อน "อาหารกาย" เหล่านี้น้อยไป ความไม่สมดุลนี้อาจจะมีผลกระทบต่อความเจริญของมนุษย์เราทั้งในปัจจุบันและอนาคต (วิจิตรภักดีรัตน์, 2533 : 1)

ถึงแม้ว่าจะมีผู้ผลิตรายการทางโทรทัศน์บางท่านหรือสถานีโทรทัศน์บางช่องได้มีการพัฒนา การนำเสนอข่าวสารความรู้ให้มากขึ้น สื่อโทรทัศน์ก็ยังคงมีบทบาทที่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมเป็นส่วนใหญ่ รายการส่วนใหญ่ที่นำเสนอจึงมุ่งเน้นให้ผู้ชมได้รับความบันเทิง สนุกสนาน และสาระที่สอดแทรกมาในรายการต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ก็ได้มีการนำเสนอเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรายการข่าว รายการสารคดี รายการเพลง รายการเกมส์โชว์ รายการทอล์คโชว์ รายการเพื่อการศึกษิต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากรายการต่างๆจะแบ่งตามรูปแบบของรายการที่ต้องการนำเสนอ (Presentation) แล้ว ปัจจุบันนี้ก็ยังสามารถแบ่งตามกลุ่มผู้ชม (Audience) เป็นหลัก ในลักษณะนี้การเรียกชื่อรายการก็จะออกมาในรูปของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (Target Audience) เช่นรายการแม่บ้าน รายการเพื่อเกษตรกร รายการประเภทนี้ก็คือว่าชื่อรายการนั้นระบุเฉพาะ

ตัวผู้ชมอย่างชัดเจน แต่เนื้อหาที่บ่งไว้กว้าง ๆ ว่า ควรจะเป็นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์สำหรับคนกลุ่มนั้นเท่านั้น แต่ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นเรื่องกีฬา แฟชั่น สุขภาพอนามัย ฯลฯ จะเป็นเรื่องอะไรก็ได้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ชมเป้าหมายก็ถือว่าใช้ได้ ส่วนการเสนอรายการ การแบ่งรายการในลักษณะนี้ไม่ได้ระบุถึงวิธีเสนอรายการอย่างแน่ชัด ขึ้นอยู่กับตัวผู้จัดรายการเองที่จะเลือกวิธีเสนอรายการวิธีใดวิธีหนึ่งตามความเหมาะสมกับเรื่องราวและกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (จุมพล รอดคำดี, 2523 : 79)

สำหรับรายการที่แบ่งตามกลุ่มผู้ชมเป็นหลักในปัจจุบันที่เห็นได้ชัด ได้แก่ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รายการโทรทัศน์สำหรับคนรักกีฬา รายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น รวมทั้งรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นรายการอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากผู้ผลิตและได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ชมที่เป็นสตรี

จากการสำรวจเวลาในการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี (ไม่นับละคร) จากแผนผังรายการของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 ช่อง (3,5,7,9) ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคม-ตุลาคม 2538 ในแต่ละวันพบว่า แต่ละสถานีมีการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาสาระเพื่อสตรี ดังนี้

สถานี	ชื่อรายการ	ระยะเวลาออกอากาศ	คิดเป็นร้อยละของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี
ช่อง 3	เมนูลูกรัก	จ.-ศ. 7.15-7.30 น.	0.87
	ผู้หญิงอยากรู้	จ.-ศ. 7.30-7.55 น.	1.45
	ผู้หญิงวันนี้เดลีแมกกาซีน	จ.-ศ. 8.20-8.35 น.	0.87
	สบายสไตล์มยุรา	จ.-ศ. 7.55-8.20 น.	1.45
	ผู้หญิงไทย	ส.-อา.14.30-14.35 น.	0.12
	ผู้หญิงวันนี้	อา. 9.00-9.45 น.	0.52
ช่อง 5	น้ำใจไมตรี	จ. 15.30-16.00 น.	0.36
	สมองใส	จ. 16.30-17.00 น.	0.36
	ผู้หญิง'95	จ. 16.00-16.30 น.	0.36
	BODY TALK	จ.-ศ. 9.00-9.05 น.	0.31
	หญิงยุคใหม่	พ. 15.30-16.00 น.	0.36
	ร้อยเรียงเคียงหญิง, แฟชั่นสวยตามสมัย	พ. 16.00-16.30 น.	0.36
	ปกิณกะความงาม	พ. 16.00-16.30 น.	0.36
	อร้อยช่อง 5	ศ. 16.00-16.30 น.	0.36

สถานี	ชื่อรายการ	ระยะเวลาออกอากาศ	คิดเป็นร้อยละของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี
ช่อง 7	ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง	จ.-ศ. 8.00-9.00 น.	3.61
	รักลูกให้ถูกทาง	จ.-ศ. 17.15-17.20 น.	0.30
	สองมือแม่	อ.-พ. 18.40-18.45 น.	0.18
	เพื่อนคู่ครัว	จ. 16.00-16.30 น.	0.36
ช่อง 9	ผู้หญิง ผู้หญิง	ส. 15.30-16.30 น.	0.70
	เสน่ห์แม่บ้าน	พ. 12.30-13.00 น.	0.35

จะเห็นได้ว่า หากคิดเป็นจำนวนชั่วโมงในการออกอากาศรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในหนึ่งสัปดาห์แล้ว

ช่อง 3 ให้เวลามากที่สุด คือ 7 ชั่วโมง 35 นาที คิดเป็นร้อยละ 5.28 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี รองลงมา คือ

ช่อง 7 ให้เวลา 6 ชั่วโมง 10 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.45 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี

ช่อง 5 ให้เวลา 3 ชั่วโมง 55 นาที คิดเป็นร้อยละ 2.83 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี

และช่องที่ให้เวลาน้อยที่สุด คือ ช่อง 9 ให้เวลา 1 ชั่วโมง 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.05 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดของสถานี

ซึ่งเมื่อรวมทั้ง 4 ช่องแล้ว เวลาในการนำเสนอรายการสำหรับสตรีเท่ากับ 19 ชั่วโมง 10 นาที หรือคิดเป็นร้อยละ 3.40 ของเวลาออกอากาศทั้งหมดในหนึ่งสัปดาห์ ถึงแม้ว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเหล่านี้จะมีสัดส่วนของเวลาออกอากาศน้อย แต่นับว่ามีแนวโน้มที่ดีที่หลากหลาย ฝายไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสถานี เจ้าของรายการ หรือแม้กระทั่งผู้ผลิตรายการ ยังคงเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับสตรีโดยการให้เวลาในการนำเสนอและผลิตรายการประเภทนี้อยู่

อนึ่ง คณะอนุกรรมการการพัฒนากิจการและบทบาทของสตรี สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึง "สื่อมวลชน" ไว้ในแผนการปฏิบัติงานพัฒนาสตรี ดังนี้

- 1) สื่อมวลชนจะต้องถือว่าเป็นความรับผิดชอบของตนในการที่จะเผยแพร่ความรู้ที่เป็นประโยชน์และสร้างสรรค์ทัศนคติและค่านิยมที่ดีงามในสังคม โดยเฉพาะเกี่ยวกับสตรี
- 2) สื่อมวลชนจะต้องมีความรับผิดชอบในการกลั่นกรอง ไม่เสนอข่าวที่เป็นพิษเป็นภัย ไม่ลงภาพ หรือใช้ภาษาที่ยั่วและโน้มน้าวอารมณ์ของผู้อ่านไปในทางเลื่อมหรือไร้ประโยชน์

3) ส่งเสริม สนับสนุนให้สื่อมวลชนมีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนากิจกรรมและบทบาทของสตรี

4) สมาคมสื่อมวลชนต่าง ๆ จะต้องมีส่วนโดยตรงในการควบคุมจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอย่างจริงจัง

5) ขอให้รัฐบาลใช้มาตรการที่เด็ดขาดกับสื่อมวลชนที่เป็นพิษเป็นภัย

6) ส่งเสริมให้นำสื่อมวลชนมาใช้ในการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยจัดรายการเพื่อการศึกษาคือเป็นที่น่าสนใจและเกิดประโยชน์แก่ประชาชน

7) ให้มีผู้แทนจากคณะกรรมการสตรีแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ สภาสตรีแห่งชาติ สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย รวมทั้งสำนักงานส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติเข้าร่วมในคณะกรรมการตรวจพิจารณาภาพยนตร์และทีวีก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนปฏิบัติการพัฒนาสตรี 2524 : 1/15-1/16)

ปัจจุบัน วิวัฒนาการด้านบทบาทและการกระทำหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนของโทรทัศน์ไทยก็ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจากเดิมมากขึ้น โดยเปลี่ยนจากการเสนอเนื้อหาเพื่อเน้นความบันเทิงไปเป็นการมุ่งเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระ ความรู้ และข้อมูลมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางด้านการสื่อสารและสังคมแล้วก็แสดงให้เห็นว่าโทรทัศน์ได้ถูกพัฒนาไปเป็นสื่อสารสนเทศมากยิ่งขึ้น

การที่ผู้ผลิตรายการหรือเจ้าของสถานี เจ้าของรายการโทรทัศน์ได้มองเห็นถึงความสำคัญของผู้หญิงจนถึงกับผลิตรายการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะขึ้นมา จะด้วยว่าตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญของผู้หญิงในอันที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะพัฒนาตนเอง สังคม ประเทศชาติ ให้เจริญก้าวหน้าได้ดีและได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ หรือจะด้วยว่าให้ผู้หญิงได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง พัฒนาความรู้ ความนึกคิดในการดำรงชีวิตก็ตาม ถ้าหากว่ากลุ่มผู้ชมซึ่งเป็นผู้หญิงเหล่านั้นสามารถมองเห็นประโยชน์จากเนื้อหาสาระ ข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ที่นำเสนอในรายการและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันด้วยก็ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่น่ายินดีอย่างยิ่ง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่อง "การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี" ทั้งนี้เพื่อทราบถึงคุณค่าเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ สำหรับสตรีที่มีอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงปริมาณการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีจากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี ส่วนผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดหรือผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้ใช้เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีให้เกิดคุณค่า เป็นประโยชน์แก่การพัฒนาความรู้ ความคิด สติปัญญา ตลอดจนยกระดับ

สถานภาพในสังคมของผู้หญิง ทั้งในเชิงวิชาการก็จะได้รับถึงบทบาทที่เป็นประโยชน์ของรายการโทรทัศน์ในฐานะสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีของสตรีไทยในกทม.
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี ทั้งทางด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการโทรทัศน์ที่ผลิตสำหรับสตรีโดยเฉพาะและหรือรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้ชมสตรีเป็นหลักซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานีในเขตกทม. คือ ช่อง 3, 5, 7, 9
2. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเอง ทั้งทางด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม
3. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผู้หญิงอายุระหว่าง 16 ปีขึ้นไปในเขตกทม. เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่กำลังอยู่ในวัยกำลังศึกษาและทำงานซึ่งจะมีการเปิดรับสื่อสูง ทำให้สามารถได้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานการวิจัย

1. สตรีที่มีลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีต่างกัน
2. การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ
3. การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี
4. การรับรู้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

นิยามศัพท์

1. **รายการโทรทัศน์** หมายถึง รายการที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ทั้ง 4 สถานีในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
2. **รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี** หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่จัดเสนอโดยคำนึงถึงผู้ชมที่เป็นผู้หญิงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื้อหาสาระของรายการจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเลี้ยงดูบุตร ทำอาหาร แฟชั่น ความงาม และวาไรตี้สตรี ทั้งนี้ผู้ชมสตรีจะได้รับสาระความรู้ ประโยชน์ ความบันเทิงสนุกสนานจากรายการนั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. **พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี** หมายถึง การรับชมรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหา สาระ สำหรับสตรีจากสื่อโทรทัศน์ โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับ
4. **ลักษณะทางประชากร** หมายถึง อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส อายุ รายได้
5. **การรับรู้ประโยชน์** หมายถึง การมองเห็นประโยชน์ในเนื้อหาสาระด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี โดยวัดจากการรับรู้ประโยชน์ในการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะประโยชน์หรือความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้จะได้ช่วยในการพัฒนาความรู้ ความคิด เสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ในการดำรงชีวิตของสตรีในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ความรู้เหล่านี้ได้แก่ (ประยุกต์จากแผนพัฒนาสตรีระยะยาว พ.ศ. 2525-2544)
 1. ด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี
 - ความรู้เฉพาะตัวสตรีเกี่ยวกับการดูแลป้องกันรักษาร่างกายและจิตใจ เช่น โภชนาการ การไ้ยา การออกกำลังกาย เสริมสวย-ความงาม

- การศึกษาแสวงหาความรู้ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนรู้และการศึกษาเพิ่มเติม
- ความรู้ในการทำงาน การประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ
- ความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
- รู้วิธีการตัดสินใจแก้ปัญหาและลดความขัดแย้งในตัวเอง

2. ด้านชีวิตและครอบครัว

- ความรู้ในการเลือกคู่ครอง การแต่งงาน เพศศึกษา คุณธรรมทางเพศ การคุมกำเนิด การทำแท้ง
- ความรู้ในการเลี้ยงดูอบรมบุตรหลาน
- ความรู้เกี่ยวกับการบ้านการเรือน
- ความรู้ในการครองเรือน วิธีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา มารดา และบุตร เพื่อให้
เกิดความสุขและความอบอุ่นในครอบครัว

3. ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

- ความรู้เกี่ยวกับค่านิยมและบทบาทของสตรี
- ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ เช่น ความจำเป็นและความสำคัญของการมีอาชีพ อัตรา
ค่าตอบแทนจากแรงงาน การใช้แรงงาน
- ความรู้เกี่ยวกับการเมืองและการปกครอง เช่น การมีส่วนร่วมในระบบการเมืองการ
ปกครองของประเทศในระดับต่าง ๆ การมีส่วนร่วมตัดสินใจในปัญหาชุมชน สิทธิการเลือกตั้ง
- ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมและศาสนา เช่น การมีส่วนร่วมรักษาทำนุบำรุงและ
จรรโลงศิลปวัฒนธรรมศาสนาของชาติ การผลิตผลทางศิลปะ เข้าร่วมในพิธีทางศาสนา และ
การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

6. การเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเอง หมายถึง การนำข้อมูล ข่าวสาร ความรู้
แนวคิด หรือแบบอย่างพฤติกรรม
ที่ได้รับจากการรับชมรายการ
โทรทัศน์สำหรับสตรีไปใช้ในการ
ปรับปรุงตนเอง เสริมสร้างพัฒนา
ตนเองในด้านคุณลักษณะส่วนตัว
ของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว
และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงคุณค่าเนื้อหาของสาระของรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ สำหรับสตรีที่มีอยู่ในปัจจุบันที่มีต่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี
2. เพื่อทราบถึงปริมาณการรับรู้ถึงประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีจากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
3. เพื่อเป็นประโยชน์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดหรือผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจทำรายการและพัฒนารายการโทรทัศน์ให้เกิดคุณค่า เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสตรีทั้งในด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม ตลอดจนยกระดับสถานภาพทางสังคมของสตรี