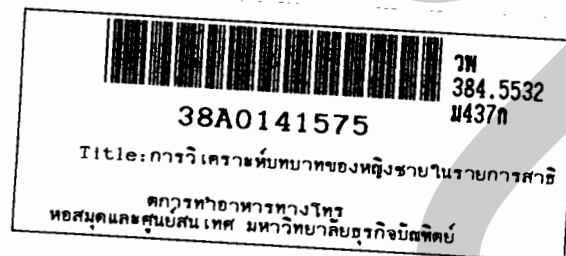


การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์  
จากมุมมองสตรีนิยม



นางสาวมาติกา ยกกกลิ่น



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2544

ISBN 974-281-543-7

A Feminist Look at Cooking Programs On Thai Television

MS. Matika Yokklin

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Development Communication Arts

Graduate School Dhurakijpundit University

2001

ISBN 974-281-543-7

เลขที่หนังสือ	0141575
วันลงพิมพ์	๑ ธ.ค. 2544
เลขที่พิมพ์	๐๗
	364.5532
	๒๕๕๑
	๗



## ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสารคดีการทำอาหารทางโทรทัศน์จาก  
มุมมองสตรีนิยม

เสนอโดย น.ส.มาติกา ยกกลิ่น  
สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พัฒน์พงษ์ จาติเกตุ  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ  
(ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด)  
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.พัฒน์พงษ์ จาติเกตุ)  
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ดร.ดวงกมล ขาดิประเสริฐ)  
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์อรุณ งามดี)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รศ.ดร.สิงหา เจียมศิริ)

วันที่ 10 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2544

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ทำให้ผู้เขียนซาบซึ้งในพระคุณของ ดร.พัฒน์พงษ์ จาติเกตุ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าจากภาระกิจและหน้าที่การงาน ในการให้คำแนะนำปรึกษา ตั้งแต่เริ่มค้นหาเรื่องและผู้วิจัยสนใจ กำลังใจในการฝ่าฟันอุปสรรคความย่อห่อที่มีทั้งดีใจและเสียใจ สอนให้รู้ถึงคำว่า “คุณค่าของการทำวิทยานิพนธ์” ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ อาจารย์อรุณ งามดี กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย และ ดร. ดวงกมลชาติประเสริฐ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำทางวิชาการ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ให้การสัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาให้กับผู้วิจัย หอสมุดแห่งชาติ สภาวิจัย หอกลาง และสถานที่ความรู้ต่างๆ ที่ให้ค้นคว้าวิทยานิพนธ์และหนังสือที่มีคุณค่า ที่ปริญา สร้อยทอง พี่ชายที่แสนดีที่คอยให้คำปรึกษา อิศริยา บุญวิริยะ เพื่อนที่คอยบอกเส้นทางต่างๆ ของกรุงเทพฯ ในการไปเก็บข้อมูล รุจิพันธุ์ วรรณแสง ผู้คอยให้ความช่วยเหลือชีวิตของเครื่องคอมพิวเตอร์ และคุณค่าทางด้านจิตใจที่มีให้ รวมทั้งเพื่อนๆ พี่ ๆ ทุกคนที่คอยถามความเป็นไป ให้กำลังใจและเป็นแรงกระตุ้นที่ดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณ นางพรทิพย์ โคปานาวา มารดาของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนในเรื่องของการศึกษาในระดับปริญญาโท ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสในการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

อนึ่ง หากวิทยานิพนธ์นี้มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้สนใจ ผู้เขียนขอให้การศึกษานี้เป็นแนวทางเพื่อที่จะมีการศึกษาต่อไปจนกลายเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่วนข้อผิดพลาดและข้อบกพร่องต่างๆ ผู้เขียนขอน้อมรับ

มาติกา ยกกลิ่น

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๑
กิตติกรรมประกาศ.....	๖
สารบัญ.....	๗
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	9
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
ทฤษฎีวิวัฒนาการ.....	14
แนวคิดเรื่องทุนวัฒนธรรม.....	16
แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของหญิงชายในฝ่ายผู้ผลิตรายการ.....	18
แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์: การโฆษณาและการอุปถัมภ์รายการ.....	22
แนวการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโลกที่จริง.....	27
แนวคิดเรื่องการศึกษาประเด็นบทบาทหญิงชายในเนื้อหาสาระ.....	29
ทฤษฎีวิพากษ์.....	32
แนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองสตรีนิยม.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	42
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	47

แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
๔. ผลการวิจัย.....	55
ตารางที่ 1 แสดงบทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหาร.....	58
ตารางที่ 2 แสดงบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ.....	77
ตารางที่ 3 แสดงบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้อุปถัมภ์รายการ.....	86
๕. สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	94
สรุปผลการวิจัย.....	94
ข้อเสนอแนะ.....	130
บรรณานุกรม.....	131
ภาคผนวก.....	134
ประวัติผู้วิจัย.....	142

ชื่อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์จากมุมมองสตรีนิยม
ชื่อนักศึกษา	มาติกา ยกกลิ่น
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พัฒนพงษ์ จาติเกตุ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา	2543

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของหญิงและชาย ผ่านรายการโทรทัศน์ประเภทรายการสาริตการทำอาหารของไทย ที่ออกอากาศช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม 2543

ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอบทบาทของหญิงและชายในรายการสาริตการทำอาหารที่รายการมีกลุ่มเป้าหมายคือสตรีที่เป็นกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้อุปถัมภ์รายการ อย่างไรก็ตามบทบาทการเป็นตัวละคร ได้ถูกมอบหมายให้เป็นบทบาทของผู้ชาย ในขณะที่ผู้หญิงมีบทบาทเป็นเพียงผู้ช่วย จากความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยม อุดมการณ์ในการผลิตของสื่อที่ให้ความสำคัญกับระบบธุรกิจที่ผู้ชายสามารถสนองต่อการทำธุรกิจได้ดีกว่าผู้หญิง

ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ มีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการกำหนดและคัดเลือกพิธีกรและผู้สาริตทำอาหารแตกต่างกันอยู่ 3 บทบาท คือ

1. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีอำนาจในการตัดสินใจ
2. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการร่วมตัดสินใจกับผู้อุปถัมภ์รายการ
3. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

บทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการมีความสัมพันธ์กับผู้รับผิดชอบผลิตรายการในเชิงระบบอุปถัมภ์ด้วยกันสามบทบาท คือ

1. บทบาทที่ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นเจ้าของรายการ
2. บทบาทของการเป็นผู้ร่วมทุนของผู้อุปถัมภ์รายการ
3. บทบาทของการเป็นเพียงผู้ร่วมทุนที่ไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบรายการ

บทบาททั้งสามระดับของผู้อุปถัมภ์รายการไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องบทบาทของหญิงชาย เพียงต้องการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทตนที่เข้าร่วมทุนในการให้การสนับสนุนรายการหรือแม้กระทั่งการเป็นเจ้าของผลิตรายการ โดยได้เล็งเห็นว่าโทรทัศน์สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางด้านการทำธุรกิจของตนได้ดีในการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า

หลักเกณฑ์และเหตุผลที่ใช้คัดเลือกพิธีกรและผู้สาริตทำอาหารนั้น จะมีความสอดคล้องกับฝ่ายผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้ผลิตต้องการได้บุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนในสังคม เป็นบุคคลที่มีความรู้และความสามารถในด้านการทำอาหารเป็นพื้นฐาน จุดประสงค์เพื่อการสร้างความน่าสนใจของรายการ ให้แก่ผู้อุปถัมภ์รายการ เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากผู้อุปถัมภ์รายการ ในขณะที่ผู้อุปถัมภ์รายการต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า บริการ และองค์กรแล้ว หลักเกณฑ์ดังกล่าวของฝ่ายผู้รับผิดชอบผลิตรายการจึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของฝ่ายผู้อุปถัมภ์รายการได้ในเวลาเดียวกัน

สรุปได้ว่ารายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์เป็นการผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อระบบของการทำธุรกิจของทั้ง 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ผลิตและ ฝ่ายผู้อุปถัมภ์รายการ ที่ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระบบของการเป็นผู้อุปถัมภ์ และผู้รับอุปถัมภ์ ซึ่งในบางเวลาผู้อุปถัมภ์สามารถมีบทบาทที่เหนือกว่า ในกรณีที่เป็นผู้อุปถัมภ์หลัก แต่ถึงอย่างไรทั้งสองฝ่ายก็สามารถที่จะเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันในทางด้านของการทำธุรกิจ โดยที่ประเด็นในเรื่องบทบาทของหญิงชายในสื่อมวลชนไม่ได้ถูกคำนึงถึงก่อนเรื่องของระบบการทำธุรกิจที่หวังผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน



**Thesis Title**            A Feminist Look at Cooking Programs on Thai Television  
**Name**                     Miss Matika Yokklin  
**Thesis Advisor**        Dr. Pat Chatiketu  
**Department**            Development Communication  
**Academic Year**        2000

### **ABSTRACT**

As house chore in Thai society is regarded as less important and less value, women of every class and all positions, are expected to take responsibility for all kind of house work. This study examined the gender roles of hosts and cooking demonstrators in the cooking programs on television broadcasted during June and August 2000.

From in-depth interviews of 9 sponsors, 9 program producers, 6 hosts, and 6 cooking demonstrators, the researcher found that men are more accountable in most cooking programs. These cooking programs underlined the importance of the business rather than gender roles.

Cooking and kitchen work on television, that is a public sphere, exemplified a business cooperation between program producers and sponsors. Sponsors played many important roles in cooking program production such as the roles of the program owners, partners, and joint investors who were interested in selling their producers through program sponsorship. Famous persons tended to be chosen for the program hosts due to their good image that the sponsors and the organizations could relate to.

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

ภาพของสตรีในประวัติศาสตร์สังคมไทยดำรงอยู่เสมือนภาพร่างที่ไม่ชัดเจนนัก ภาพส่วนหนึ่งเท่าที่ประมวลได้ ได้เสนอถึงบทบาทที่เกี่ยวข้องกับชีวิตครอบครัว โดยสภาพการณ์ในเบื้องต้นได้สะท้อนสถานภาพที่ผูกพันและอยู่ภายใต้อำนาจของผู้อื่นเป็นสำคัญ

ภาพของสตรีในสังคมไทยซึ่งมีแนวโน้มให้ความสำคัญต่อผู้หญิงในฐานะที่เป็นลูกสาว ภรรยา และแม่ ทั้งนี้ข้อมูลส่วนใหญ่จะเห็นได้ชัดจากข้อกำหนด กฎหมายต่างๆ ภาพของสตรีจากกฎหมายส่วนใหญ่มักจะกำหนดพฤติกรรมทางเพศและการบ่งฐานะที่ต้องอ้างอิงบุคคลในครอบครัว ตลอดเวลา อาทิ กฎหมายฉ้อฉลใหม่ พ.ศ. 2347 ในรัชกาลที่ 1 (สังข์ พัธโนทัย, 2513:67)

นอกจากการรับรองสตรีในลักษณะที่สะท้อนจากข้อกำหนดกฎหมายแล้วในส่วนทางด้านศาสนา วัฒนธรรม และการดำรงชีวิตทางสังคมก็สะท้อนภาพสตรีมีฐานะต่ำกว่าบุรุษและหน้าที่ของสตรีในฐานะแม่และเมีย ดังเช่น ในวรรณคดีเรื่อง ตำรับท้าวศรีจุฬาลักษณ์ สะท้อนภาพลูกสาวในครอบครัวชั้นสูงสมัยสุโขทัยว่า นอกจากจะได้เรียนวิชาการเรือน การฝีมือเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นภรรยาที่ดีแล้ว เธอยังมีโอกาสได้เรียนวิชา อื่นๆ เช่น ภาษาไทย ภาษาสันสกฤต ร้อยกรอง ร้อยแก้วและวาดเขียนโดยที่บิดาเป็นผู้สอนให้ ในขณะที่ลูกสาวของคนธรรมดาจะไม่มีโอกาสได้เรียนหนังสือประการหนึ่งเพราะไม่มีความจำเป็นที่จะต้องนำไปประกอบอาชีพทำไร่ ทำนา และการเรียนหนังสือนั้นต้องไปเรียนที่วัด มีพระเป็นครู โอกาสจึงเป็นของเด็กผู้ชายเท่านั้น และผู้หญิงก็ต้องแต่งงานไปทำหน้าที่ภรรยา และยักรวมถึงสุภาคิตที่มีไว้สำหรับสอนหญิง ก็จะมีเนื้อหาในทำนองของการปฏิบัติตนให้เป็นกุลสตรี ด้วยถือว่ากิจการในครอบครัวทั้งหมดเป็นภารกิจของผู้หญิงที่จะละเลยมิได้ เนื่องจากภารกิจนอกบ้านเป็นหน้าที่ของผู้ชาย เป็นต้นว่า งานราชการแผ่นดิน งานประกอบอาชีพบางอย่าง ฝ่ายหญิงต้องอยู่บ้านกิจการของผู้หญิงก็คืองานบ้าน สารพัดอย่างดังคำสอนว่า

“อยู่สถานบ้านช่องนั้นต้องคิด ให้รู้กิจการหญิงทุกสิ่งสา”

นายภู : สุภาคิตสอนหญิง ( บุญยงค์ เกศเทศ, :10)

ด้วยธรรมเนียมนิยมของไทยถือว่าสตรีที่มีคุณสมบัติที่ดั้นด้นต้องมีลักษณะเป็นแม่บ้านการเรือน (แม่ศรีเรือน) ได้ ในกฎหมายเก่าเรียกว่า “แม่เจ้าเรือน” ซึ่งหมายถึงการมอบความเป็นใหญ่ในการดูแลกิจการบ้านเรือนทั้งหมดอันได้แก่การปกครองผู้คนภายในบ้าน การอบรมเลี้ยงดูบุตร การ

เก็บรักษาและจับจ่ายใช้สอยทรัพย์สิน การจัดบ้าน การประกอบอาหารคาวหวานตลอดจนการเตรียมอุปกรณ์สำหรับใช้ในครัวเรือนและสำหรับสมาชิกในครอบครัว แต่หน้าที่ทั้งหมดนี้จะต้องอยู่ภายใต้อำนาจการดูแลควบคุมของผู้เป็นใหญ่ในบ้านซึ่งก็คือสามี เนื่องจากสถานภาพของสตรีที่ถูกกำหนดจากอุดมการณ์ระหว่างเพศที่แบ่งเนื้อที่ในสังคมไว้ว่า เรื่องนอกบ้านเป็นเรื่องของผู้ชาย เรื่องในบ้านเป็นเรื่องของผู้หญิง ก็ดำเนินมาเป็นวัฏจักร ที่เมื่อเห็นเด็กผู้หญิงเล่นกันก็จะมีการเล่นเลียนแบบผู้เป็นแม่ การเล่นที่เห็นจากภายในบ้าน และเมื่อโตขึ้นก็จะต้องให้ความสนใจกับเรื่องของการบ้านการเรือนเพื่อเตรียมตัวเป็นแม่ศรีเรือนต่อไป แต่ในส่วนของเด็กผู้ชายก็จะเล่นกันเป็นหัวหน้าครอบครัว หัวหน้ากลุ่ม ผู้นำหรือเล่นในลักษณะที่ให้ผู้อื่นยอมรับในความสามารถของตนและยอมรับให้ตนเป็นผู้มีอำนาจเหนือกว่า

เหตุผลหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าวก็คือ ผู้ชายต้องการรักษาอำนาจ (authority) ของตนเอาไว้ ไม่ว่าจะในลักษณะใดหรือเรื่องใด ๆ ในสังคมเรามักจะเห็นว่าเป็นหน้าที่ของผู้มีอำนาจที่เป็นผู้กำหนดซึ่งก็คือผู้ชายที่เป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อความสะดวกของตน ให้ผู้ที่อ่อนแอกว่าซึ่งก็คือผู้หญิงเป็นผู้ยอมรับเชื่อฟังและปฏิบัติตามโดยสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ที่กำหนด ในสังคมเราสามารถรับรู้เรื่องเหล่านี้โดยการมองผ่านสื่อไม่ว่าจะเป็นการอ่านหนังสือ การฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์หรือแม้แต่ภาพยนตร์ เราก็สามารถจะเห็นได้ และสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการชี้นำสังคม รวมทั้งการพัฒนาประเทศในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและดีกว่าสื่ออื่นให้แก่ของการเรียนรู้ ก็คือโทรทัศน์

สื่อสารมวลชนมีหน้าที่สะท้อนสิ่งที่มีอยู่ในสังคม (กาญจนา แก้วเทพ , ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ 2541 , บุญรักษ์ เขตตะมาลา, 2542) ให้คนในสังคมได้รับรู้ สังคมเป็นอย่างไร สื่อที่ดี ที่มีความเที่ยงตรง เป็นกระจกเงาที่ไม่บิดเบี้ยว ก็จะสะท้อนภาพออกมาเช่นนั้น แต่แท้ที่จริงแล้ว สื่อมวลชนมีสัมพันธภาพแบบ 2 ทางกับสังคมและความเป็นจริง สัมพันธภาพแรกก็คือ การสะท้อนสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่ สัมพันธภาพที่สองคือ การสร้างภาพแห่งความเป็นจริงของสังคมขึ้นมาใหม่ ทั้งนี้โดยการเลือกที่จะเสนอเนื้อหาใดและการให้ความหมายของสิ่งต่างๆของสื่อเท่ากับเป็นการสร้างความเป็นจริงที่ตอกย้ำให้เกิดขึ้นในสังคมด้วย

ก่อนหน้าปี พ.ศ. 2513 (ค.ศ. 1970) การศึกษาประเด็นเรื่องบทบาทหญิงชายในวงการสื่อสารมวลชนนั้นดูจะเป็นสิ่งที่นักวิจัยจำนวนมากมองข้ามไป ทั้งๆที่เรื่องดังกล่าวได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งระดับมวลชน และปัจเจกชน รวมไปถึงทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารอีกด้วย ดังที่ ฟิสก์ (Fiske) นักวิชาการสื่อสารมวลชนกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาได้กล่าวถึงประเด็นเรื่อง "บทบาทหญิงชาย" ว่ามักจะได้รับการสอดแทรกเข้าอยู่ในการสื่อสารได้ง่ายที่สุด เพราะ "เพศ" หรือ

“ความเป็นบุรุษ” (Masculinity) และ “ความเป็นสตรี” (Femininity) เป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรม และเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้น (Socially Constructed) ให้สมาชิกได้ยึดถือและถ่ายทอด (กาญจนา แก้วเทพ, 2540 :3)

### พื้นที่สาธารณะ – สื่อ - การเป็นเจ้าของสื่อ

สถานภาพสังคมในแวดวงของหญิงชายนี้ เห็นได้ชัดเจนว่าผู้ชายเป็นฝ่ายครอบงำกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ที่แบ่งความเป็นหญิงชายอย่างที่เป็นอยู่ โลกสาธารณะ (Public sphere) เป็นพื้นที่ของผู้ชาย กิจกรรมทั้งหลายทั้งปวง ซึ่งเป็นเรื่องของการกำหนดความเป็นไปของโลกนอกบ้านถูกผูกขาดโดยผู้ชายตลอดมา กรอบความหมายที่ใช้ในการทำความเข้าใจโลกทั้งในพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวก็ถูกกำหนดโดยระบบที่ผู้ชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) (ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ 2541:183)

จากการศึกษาการโฆษณาทางโทรทัศน์ ช่วงปี พ.ศ. 2513 และ 2517 (ค.ศ.1971 และ 1974) ได้ภาพที่ไม่ต่างจากกันนั่นคือ ภาพของผู้หญิงในฐานะแม่บ้าน และแม่ ในด้านลักษณะของการนำเสนออันค่อนข้างจะอยู่ในสภาพที่ไม่น่าพอใจ ผู้หญิงมักถูกเสนอภาพว่าเป็นแม่บ้านที่โง่ ไม่มีความสามารถที่จะทำงานง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนได้ และต้องพึ่งคำแนะนำของผู้ชายตลอดเวลาเครื่องบ่งชี้สำคัญที่แสดงให้เห็นฐานะที่เหนือกว่าและการเป็นผู้รั้งของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิง ก็คือ เสียงบรรยาย (Voice Over) ที่ใช้กันมากในการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่บรรยายคุณความดี และ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการวิจัยหลายชิ้นพบว่ามักจะใช้เสียงผู้ชาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2535: 6) อาจกล่าวได้ว่าโลกของสื่อมวลชนเป็นโลกของผู้ชาย สื่อถูกผลิตหรือควบคุมโดยผู้ชาย โดยโครงสร้างของสังคมที่ผู้ชายเป็นผู้กำหนดว่าประเด็นใดเกี่ยวข้องและสำคัญควรแก่การนำเสนอ หรือได้รับความสนใจ วิธีการและลีลาในการทำสื่อควรเป็นอย่างไร ด้วยมาตรฐานเช่นไร ภาษาที่ใช้กันในสื่อก็เป็นเรื่องของผู้ชาย ในลักษณะที่ “ผู้ชายพูดเพื่อให้ผู้ชายฟัง” ผู้หญิงถูกกีดกันออกจากแวดวงเช่นนี้มาเป็นเวลานาน โดยการนำเสนอของผู้หญิงหรือประเด็นที่เชื่อว่าเป็นเรื่องของผู้หญิง ให้ปรากฏในสื่อได้โดยการตัดสินใจและเลือกของผู้ชาย ลักษณะที่เป็นอยู่นี้ไม่ได้แตกต่างไปจากพื้นที่อื่นของโลกสาธารณะที่เป็นของผู้ชายครอบครองโดยผู้ชาย ตามการแบ่งพื้นที่ระหว่างเพศของหญิงชายที่เป็นอยู่ (Oxford: Pergamon Press 1998, อ้างถึงใน ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2541:188-189)

การละเลยการศึกษาเรื่อง “สตรีและสื่อมวลชน” ในวงการนิเทศศาสตร์ดังกล่าวเป็นการสวนกระแสความเคลื่อนไหวด้านสตรีซึ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในระดับนานาชาติ อันมีสัญญาณที่ต่อเนื่องอยู่หลายประการนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2513 (ค.ศ.1970) เป็นต้นมา เช่น จากการจัดทำราย

งาน ชื่อ Mass Media : Image , Role and Social Condition Of Women (UNESCO No.94 ,1979) และจากบทความของกลุ่มสตรีในสหรัฐอเมริกาทางสื่ออินเทอร์เน็ต "Equality Now: Women's Action 12.1 , December 1996" (<http://www.feminist.com/enalert2.htm>) และในกรณีของประเทศไทยก็ได้ตอบรับกับการเคลื่อนไหวดังกล่าวด้วย เช่น การวางแผนและนโยบายส่งเสริมบทบาทสตรีในหัวข้อ "สตรีกับสื่อมวลชน" ซึ่งบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาสตรีระยะยาวของประเทศไทยชุดที่ 2 (พ.ศ. 2535-2554) เป็นต้น

ถึงแม้ขณะนี้ความสำคัญของสตรี และสื่อมวลชนจะมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกันทวีจำนวนเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังจะเห็นได้จากรายงานผลการวิจัย 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 อย่างไรก็ตามข้อสรุปของการศึกษาเหล่านี้มีอยู่ว่าสื่อมวลชนยังไม่ค่อยมีบทบาทส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีนัก ทั้งๆที่เป็นความจริงแล้วมีการเคลื่อนไหวของกลุ่มสตรี และผลงานด้านสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับสตรีมากขึ้น เช่น การมีรายการสตรีมากขึ้นมีสตรีเข้าไปทำงานเป็นนักข่าวมากขึ้นนอกจากนี้ยังพบแนวโน้มความสนใจในการทำงานศึกษาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าววันวันจะมีแนวโน้มของความสนใจมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงกับโลกแห่งความเป็นจริง

### สตรีกับสื่อมวลชน

บทความของ ม.ร.ว. อคิน ระพีพัฒน์ และ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2533, 106-116) ซึ่งให้เห็นสถานภาพของผู้หญิงภายใต้การปกครองของพ่อและสามีจากโลกใบเก่าสู่ยุคใหม่ว่า "ผ้าชิ้นและกางเกงในของผู้หญิงที่อยู่ต่ำกว่าผ้าขาวม้าตลอดมา เมื่อเข้ามาอยู่ในเมืองสถานะของผ้าชิ้นและกางเกงในดูจะยิ่งต่ำลงไปกว่านั้นเสียอีก"

การพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนจิตสำนึกในระดับโครงสร้างของวัฒนธรรมไม่เคยก้าวตามทันการพัฒนาทางวัตถุหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เลย ในขณะที่ผู้หญิงก้าวพ้นออกจากขอบประตูบ้านมายืนเคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้ชายในโลกภายนอก พวกเธอก็ยังดิ้นไม่หลุดจากภาระหน้าที่งานในบ้านในฐานะ "แม่และเมียที่ดี" ลูกสาวก็ยังเสียสละทุกอย่างเพื่อทดแทนคุณพ่อแม่ตามกรอบค่านิยมดั้งเดิม

การก้าวเข้าไปสู่กระแสทุนนิยมและวัฒนธรรมสากล ซึ่งผู้หญิงต้องปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่เข้าไปมีส่วนร่วมในวงวนนั้นด้วยนั้น ทำลายสิ่งแวดล้อมทางสังคมและครอบครัวแบบดั้งเดิมให้สูญหายไปจนหมดสิ้น ในขณะที่ยังดำรงวัฒนธรรมในระบบความคิดเดิมเรื่องอำนาจเหนือกว่าของผู้ชายไว้อย่างครบถ้วน ดังนั้นแทนที่การพัฒนาไปสู่ “ความทันสมัย” จะทำให้สถานภาพของ แม่และเมีย” ดีขึ้น สภาพเศรษฐกิจและสังคมกลับกลายเป็นพันนาการร้อยรัดผู้หญิงหนาแน่นขึ้น (จิตราภรณ์ วันสพงค์, 2537:51-52)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจุบันความสนใจในการศึกษาปัญหาผู้หญิงที่เรียกว่า “สตรีศึกษา” (Women Study) ได้ขยายตัวมากขึ้น ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่ามากกว่ายุคสมัยใดในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา แน่แน่นอนว่าความสนใจนี้ย่อมก่อตัวมาจากขบวนการต่อสู้เรียกร้องเพื่อสิทธิสตรี ซึ่งทำให้เกิดการตระหนักและความสำนึกถึงลักษณะ “เพศนิยม” (Sexism) ที่ปรากฏอย่างเด่นชัดหรืออย่างแฝงเร้นในเหตุการณ์ทางสังคม ผลลัพธ์จากการเคลื่อนไหวของขบวนการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพความเป็นจริงหลายประการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสตรี ทั้งในแง่เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม นอกจากนั้นยังส่งผลสะท้อนมาถึงระดับวงวิชาการ ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแนวความคิดและทัศนคติต่างๆ ในสังคม

ในแวดวงสื่อสารมวลชนก็มีได้เป็นข้อยกเว้นเช่นเดียวกับวงการอื่นๆ ในด้านสภาพความเป็นจริง ผู้หญิงได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับวงการสื่อสารมวลชนมากยิ่งขึ้นทุกที เช่นการเข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะผู้ส่งหรือผู้ผลิต ทั้งๆที่ในยุคเริ่มแรกนั้น ดูเหมือนว่าปริมาณทลนี้จะเป็นของผู้ชายมากกว่า เช่น ประวัติศาสตร์ของการเกิดหนังสือพิมพ์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าทุกวันนี้ นิตยสารสำหรับสตรีจำนวนมากอาทิ นิตยสารดิฉัน นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ และนิตยสารขวัญเรือน ซึ่งจัดว่าเป็นนิตยสารที่มีอายุออกมาแล้วเกิน 10 ปี และเป็นนิตยสารที่มียอดจำหน่ายสูงอยู่ในลำดับต้น ๆ (วรินทรา ไกยวงศ์ 2540) มีวางอยู่ตามแผงหนังสือทั่วไป ในโทรทัศน์ปริมาณของผู้อ่านข่าวผู้หญิงมีอยู่มากพอ ๆ กับผู้ชาย ทั้งนี้ยังไม่ต้องกล่าวถึงจำนวนและคุณภาพของนักเขียนสตรีอีก อาทิเช่น อาจารย์สมศรี ทมยดี อุ่นจิต ธีรปถัมภ์ (บุษบา ทำเรือจ้าง) จากปรากฏการณ์ทางสังคมดังกล่าวก่อให้เกิดคำถามสำคัญ ๆ บางประการ เช่น เหตุใดผู้หญิงจึงมีบทบาทมากขึ้นในวงการสื่อมวลชน บทบาทที่เพิ่มขึ้นในเชิงปริมาณนี้มีส่วนสัมพันธ์กับคุณภาพและสถานภาพของสตรีในสังคมหรือไม่ หมายความว่า สื่อมวลชนจะมีส่วนพัฒนาสถานภาพของสตรีให้ดีขึ้นหรือว่าทุกอย่างยัง “ขอให้เหมือนเดิม” (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 :4-5)

อย่างไรก็ดีข้อสรุปของการศึกษาเหล่านี้มีอยู่ว่าสื่อมวลชนยังไม่ค่อยมีบทบาทส่งเสริมความก้าวหน้าของสตรีนัก ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วมีการเคลื่อนไหวของกลุ่มสตรีและผลงาน

ด้านสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับสตรีมากขึ้น เช่น การมีรายการสตรีมากขึ้น มีสตรีเข้าไปทำงานเป็นนักข่าวมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบแนวโน้มความสนใจในการทำงานศึกษาเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวนั้น วันจะมีแนวโน้มของความสนใจมากขึ้นด้วย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงกับโลกแห่งความเป็นจริง

ความเชื่อที่เรามีได้รับรู้โลกแห่งความเป็นจริงด้วยตัวเองและโดยตรงเสมอไป หากแต่ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้โดยผ่านตัวกลางอื่น ๆ ในสังคมโดยเฉพาะในสังคมสมัยนี้ตัวกลางที่สำคัญก็คือ สื่อมวลชน ข้อเท็จจริงดังกล่าวพิสูจน์ได้โดยง่ายหากเราตั้งคำถามเกี่ยวกับความรู้ต่างๆ และหากถามถึงแหล่งที่มาของความรู้จะพบว่าความรู้เหล่านั้นมาจากการอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ให้กับคนในสังคมได้เป็นอย่างดี

อัตราการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในประเทศไทย ที่เกิดจากความตื่นตัวในการรับเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ จากต่างประเทศของทั้งภาครัฐและเอกชน ได้กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีการผลิต และคุณภาพเนื้อหาผลงานสื่อมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เลือกใช้สื่อเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจะแสดงให้เห็นหน้าที่ประการหนึ่งของสื่อ คือ การให้ข่าวสารแก่ประชาชน (D. McQuail เขียน , ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ เรียบเรียง ,2539: 107,109,111) แต่นอกเหนือจากหน้าที่ให้ข่าวสารแล้วยังทำหน้าที่เป็นกลไกในการอบรม และการถ่ายทอดความคิด ค่านิยมของสังคมไปสู่ประชาชนได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์

ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของเกิร์บเนอร์ และสิกโนเรียลลี (Gerbner and Signorielli) ในปี 1979 (อ้างใน Gunter, Barrie, 1986: 46) ที่ทำการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการชมโทรทัศน์ของผู้ใหญ่ของทัศนคติเรื่องบทบาทของหญิง-ชาย ซึ่งปรากฏผลว่า รายการโทรทัศน์ทำให้เกิดทัศนคติว่า ผู้หญิงควรอยู่บ้านและไม่ควรทำงานถ้าสามีของเธอสามารถเลี้ยงดูเธอได้ ส่วนงานวิจัยของ โวลกี และชวาทซ์ (Volgy and Schwartz) ในปี 1980 พบว่า ผู้ใหญ่ที่มีลักษณะเหยียดเพศตรงข้ามมากเท่าไรก็ยิ่งจะเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงมากขึ้นเท่านั้น (Gunter, Barrie, 1986 :46)

นอกจากนี้ โรส, แอนเดอร์สัน และวีซ็อกกี ( Rose, Anderson & Wisocki, 1982 ) ได้รายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ต่อเรื่องการกำหนดบทบาททางเพศในนักเรียนระดับอุดมศึกษาว่า คุณลักษณะ (Attribute) ของบทบาททางเพศ (Gender) ตามแบบฉบับ (Stereotype) ที่ใช้ในการอธิบายตนเอง (Self - Description) นั้นมีความสัมพันธ์กับ

ประมาณการเปิดรับรายการที่ถูกวิเคราะห์แล้วว่านำเสนอคุณลักษณะของบทบาททางเพศตามแบบฉบับอย่างชัดเจนโดยผ่านภาพสะท้อนของเพศต่าง ๆ (Gunter & Barrie, 1986 : 46)

ในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคมของผู้หญิงจากสื่อมวลชนนั้น Andrea L.Press ได้ทำการศึกษาภาพพจน์ของสตรีอเมริกันที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของภาพยนตร์ฮอลลีวูดซึ่งให้ข้อสรุปว่า ภาพของสตรีในภาพยนตร์นั้นจะแปรเปลี่ยนอย่างสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงในสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2535: 117-118)

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

รายการเพื่อผู้หญิง หรือรายการผู้หญิง หมายถึง รายการที่ให้ความบันเทิงมากกว่าจะให้ข่าวสารความรู้ อันได้แก่ รายการละคร ภาพยนตร์ รายการเพลงเบา ๆ และเกมส์โชว์

รายการเพื่อผู้ชาย หรือรายการผู้ชาย ได้แก่ รายการข่าวต่างประเทศ รายการวิทยาศาสตร์ การเมือง สงคราม ภาพยนตร์หรือสารคดีเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

หากทว่างานวิจัยประเด็นบทบาททางเพศหญิงชาย (Gender Study) ทางนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามักจะให้ความสนใจแก่การวิเคราะห์เนื้อหาแต่เฉพาะรายการที่มีประเด็นเกี่ยวกับสตรีเท่านั้น เช่นละครโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์อาชีพสตรีในละครโทรทัศน์ โดย จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งพบว่าละครโทรทัศน์สะท้อนภาพสตรีเบี่ยงเบนไปจากโลกแห่งความเป็นจริงในด้านปริมาณของผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านที่มีน้อยกว่าความจริง แต่ได้สะท้อนเรื่องฐานะและประเภทอาชีพของผู้หญิงที่ต่ำกว่าผู้ชายอย่างสมจริง ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของคนดูในลักษณะของการอบรมบ่มเพาะหรือกระบวนการสังคมประกิด เนื่องจากคนทั่วไปจะได้ดูละครโทรทัศน์ตั้งแต่เด็กจนโตจนแก่ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์เรื่องเก่ามาแสดงซ้ำที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงตัวนักแสดง แต่ “สาร” ที่เสนอยังคงเป็น “สาร” เดิม



อีกตัวอย่างคือ การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี ของ ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน (2539) งานวิจัยของ สุกัญญา เพียรธุรกิจ (2539) เรื่องการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี หรือจะเป็น การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย ของ อาทิตา ชิวปรีชา (2540) ซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปว่า รายการโทรทัศน์สำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะยังไม่มีส่วนช่วยในการสนับสนุนบทบาทเท่าเทียมกันระหว่างหญิง-ชาย ในทางที่ถูกต้องเท่าที่ควร

งานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์จึงควรเน้นการเปิดเผยกลไก กระบวนการของการผลิตรายการต่าง ๆ ว่าทำไม ผู้หญิงจึงเป็นได้แต่ตัวประกอบของรายการ

### การผลิตรายการของสื่อมวลชน

รายการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทใด หรือ มีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อกลุ่มเป้าหมายใดก็ตาม หากปราศจากบุคคลหลักผู้หนึ่งที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้แล้วก็อาจทำให้รายการโทรทัศน์ไม่สามารถเกิดขึ้นมาได้ เพราะบุคคลผู้นี้ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พร้อมทั้งคอยประสานงานการผลิตรายการตลอดทั้งรายการ โดยจะมีบทบาทเริ่มตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดเตรียมงานผลิต การจัดหาบุคลากร การจัดเตรียมบทโทรทัศน์และการซักซ้อม จนกระทั่งเริ่มต้นการผลิตรายการให้เป็นไปตามบทบาทและหน้าที่

ดังนั้นบุคคลผู้นี้จะต้องคอยควบคุมดูแลตลอดไปจนกระทั่งสิ้นสุดงานผลิตรายการนั้นก็คือบุคคลผู้ที่ถูกเรียกว่าเป็น "ผู้ผลิตรายการ" หรือเรียกกันติดปากในวงการโทรทัศน์ว่า "โปรดิวเซอร์" (Producer) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นบุคคลด้านการผลิตรายการคนหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการกระบวนการผลิตรายการนั้นๆ

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์บทบาทของผู้ผลิตรายการด้วยเหตุที่ว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการริเริ่มสร้างสรรคงานผลิตรายการรายการหนึ่งขึ้นมา รวมไปถึงบทบาทในด้านต่าง ๆ ของการผลิตรายการ และจากการที่รายการจะสามารถผลิตขึ้นได้นั้น นอกจากทางทีมงานในฝ่ายของผู้ผลิตรายการแล้ว น่าที่จะมีระบบในเรื่องของการให้การสนับสนุนการผลิตรายการจากผู้ที่ถูกเรียกว่า "สปอนเซอร์" ที่น่าจะเป็นอีกเหตุผลหนึ่งของการผลิตรายการ เนื่องมาจากแนวคิดเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์แบบดั้งเดิม (Patronage system) นั้นยังคงอยู่ในความคิดของคนไทยอย่างแนบแน่น (ประพิม คล้ายสุบรรณ 2541)

การรับรู้ถึงการดำรงอยู่ของระบบความสัมพันธ์แบบดั้งเดิมนี้ปรากฏให้เห็นจากการประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน (Bechstedt, อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์, 2539) โดยลักษณะความสัมพันธ์ในเชิงอุปถัมภ์ แบบดั้งเดิมได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความสัมพันธ์ในบริบทของการแลกเปลี่ยนจากให้ความคุ้มครองและการตอบแทนด้วยความจงรักภักดี กลายเป็นการแลกเปลี่ยนที่มีบริบททางเศรษฐกิจเป็นตัวกลางเชื่อมโยงและดำรงความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ให้คงอยู่ต่อไป สำหรับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์นั้น ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (Sponsorship system) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์ด้านเงินทุนกับผู้รับการอุปถัมภ์ที่เป็นสื่อมวลชนนั่นเอง

ซึ่งผลสรุปดังกล่าวได้ทำให้ผู้วิจัยสนใจเป็นอย่างมากว่า จากรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์ในปัจจุบันที่จะให้พิธีกรหรือผู้สาธิตเป็นผู้ชายเป็นตัวหลักในการดำเนินรายการถึงแม้จะมีผู้ดำเนินรายการร่วมเป็นผู้หญิงก็จะทำหน้าที่เพียงผู้ช่วย การทำอาหารหรือวิธีปรุงอาหารที่ถือกันมาแต่อดีตว่าเป็นงานหลักและเป็นงานของผู้หญิงดังที่เราทราบกันดีแต่เป็นเพราะเหตุใดรายการประเภทนี้ถึงให้ผู้ชายมาเป็นผู้สาธิต

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นจึงพอจะเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยค้นหาความรู้ในสิ่งที่ยังขาดหายไป ต่อการศึกษาวิจัยในเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของหญิง-ชาย ในรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์ จากมุมมองสตรีนิยม เพื่อที่ว่าในอนาคตเราจะสามารถแสวงหาและส่งเสริมสื่อมวลชนที่ปราศจากอคติทางเพศ และใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสร้างสรรค์บทบาทที่เหมาะสมของสตรีไทยต่อไป

ผู้วิจัยได้กำหนดปัญหานำวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำทางบทบาทของหญิงชายในรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้

### ปัญหานำวิจัย

1. บทบาทของหญิง-ชาย (Gender role) ในรายการสาริตทำอาหารเป็นอย่างไร
2. ผู้ผลิตรายการมีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการคัดเลือกพิธีกร ผู้สาธิตการทำอาหารอย่างไร
3. ผู้สนับสนุนรายการมีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการอย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของหญิง-ชายในรายการสาธิตการทำอาหาร
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้ผลิตรายการในการคัดเลือกพิธีกรผู้สาธิตการทำอาหาร
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้สนับสนุนรายการในการให้การสนับสนุนรายการ

### ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกรายการสาธิตการทำอาหาร โดยผู้วิจัยได้เริ่มเก็บข้อมูลด้วยการชมรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการทำอาหาร ต่อจากนั้นได้พิจารณาถึงพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารของแต่ละรายการว่ามีลักษณะเช่นไร เนื่องจากรูปแบบของรายการมีหลากหลาย เช่น การเล่นเกมที่มีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง การเชิญให้ผู้ที่เป็น chef ตามภัตตาคารหรือโรงแรม มาเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการ โดยไม่เป็นไปในลักษณะทำประจำรายการ เมื่อการศึกษามุ่งที่จะศึกษาบทบาทของหญิงชาย ในรายการ เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเฉพาะรายการที่มีพิธีกร และ ผู้สาธิตทำอาหารเป็นผู้ทำหน้าที่ประจำในช่วงของการสาธิตทำอาหาร โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกรายการทั้งหมด 13 รายการ ที่นำเสนอตั้งแต่เดือน มิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม โดยเป็นรายการที่ตรงกับข้อจำกัดของการเลือกรายการที่ผู้วิจัยกำหนด

### รายการที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์	รายการ	เวลาออกอากาศ
ไทยทีวีสีช่อง 3	เมนูลูกรัก	วันจันทร์ 07:00 – 07:30

สถานีโทรทัศน์	รายการ	เวลาออกอากาศ
กองทัพบกช่อง 5	ก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า ครัวสัญจร ครัวแม่บ้านไฮเทค เมนูข้อปิ้ง สบายสไตล์มยุรา	วันจันทร์ 04:45 – 05:00 วันจันทร์ 16:30 – 17:00 วันอังคาร 16:30 – 17:00 วันอังคาร 14:30 – 15:00 วันพุธ 09:00 – 10:00
กองทัพบกช่อง 7	น้ำใสใจจริงปี 2000 ลุงหลานสะท้านครัว หมึกแดงแผลงรส	วันอังคาร 16:45 -17:00 วันศุกร์ 16:30 – 17:00 วันเสาร์ 16:30 – 17:00
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.	ครอบครัววาลคิทเช่น เคาะกระทะ	วันอาทิตย์ 11:00 – 12:00 วันจันทร์ 08:00 – 09:00
ITV	พ่อลูกเข้าครัว บ้านของเรา	วันอาทิตย์ 11:05 – 12:00 วันอังคาร 13:00 – 14:00

### ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการเก็บข้อมูลในครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ต้องใช้เวลา เนื่องจากบางท่านมีภาระกิจและไม่มีเวลา ดังนั้นการเก็บข้อมูลจึงทำให้ไม่สามารถสัมภาษณ์ได้ทุกท่าน

### นิยามศัพท์

บทบาทหญิง-ชาย หมายถึง สถานภาพของการเป็นพิธีกร หรือผู้  
สาธิตการทำอาหารในรายการสาธิตการทำอาหาร

รายการสารคดีการทำอาหาร หมายถึง รายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับ การ สาธิตและการแนะนำวิธีการทำอาหาร

**โทรทัศน์** หมายถึง สื่อมวลชนที่เสนอรายการที่มีรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร การสาธิต และ การแนะนำวิธีการทำอาหารทางโทรทัศน์ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และ ITV

**มุมมองสตรีนิยม** หมายถึง การนำทัศนะของกลุ่มสตรีนิยมคือ Cultural Feminism ที่กล่าวว่าลักษณะทางอุดมการณ์ของความเป็นหญิงชายถูกวัฒนธรรมของสังคมเป็นตัวกำหนด มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ในบทที่ 5

**วัฒนธรรมศึกษา** หมายถึง การศึกษากระบวนการสร้างวัฒนธรรม โดยที่มีสื่อมวลชนเป็นผู้นำในการสร้างวัฒนธรรม

**ทุนทางวัฒนธรรม** หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการที่มีเรื่องของวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่ง โดยมีความเกี่ยวข้องทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ

**ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ** หมายถึง ผู้ผลิตรายการสารคดีการทำอาหารทางโทรทัศน์

**ผู้ประกอบการรายการ** หมายถึง ศัพท์เฉพาะทางด้านการตลาด เป็นความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์เชิงเศรษฐกิจ คือแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนรายการสารคดีการทำอาหาร

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาบทบาทหญิง-ชาย ทางสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ต่อไป

2. เพื่อนำเสนอผลการศึกษาคู่กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มผู้ผลิตผลงาน กลุ่มผู้ให้การสนับสนุน สื่อมวลชน นักวิชาการด้านสื่อ และผู้สนใจทั่วไปได้ตระหนักถึงบทบาทของหญิงชายในรายการทางโทรทัศน์
3. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะ และแนวทางในการสร้างสรรค์งานที่ส่งเสริมบทบาทหญิงชายต่อไป



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์จากมุมมองสตรีนิยม เพื่อศึกษาบทบาทหญิงชายที่ได้นำเสนอผ่านรายการสาธิตการทำอาหาร และบทบาทของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตและการสนับสนุนรายการ โดยศึกษาเปรียบเทียบรายการที่มีพิธีกรชาย พิธีกรหญิง และพิธีกรรวมทั้งชายและหญิง เป็นผู้ดำเนินรายการผ่านทางโทรทัศน์

ในการศึกษางานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้แนววัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) แนวคิดทางวัฒนธรรมมาเป็นแนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้อุปถัมภ์รายการ โดยนำแนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์แนวคิดเรื่องสื่อจากมุมมองของนักสตรีนิยมมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายเพื่อตอบปัญหานำวิจัยและได้นำแนวคิดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยมาช่วยสนับสนุน

นอกจากนี้ยังใช้แนวการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโลกที่จริง เพื่อให้มองเห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีบทบาทและมีส่วนเกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้สนับสนุนรายการ และจากการศึกษาระบบของสื่อมวลชนโดยเฉพาะการเป็นเจ้าของสื่อนี้มีข้อค้นพบที่น่าสังเกตว่าลักษณะของการเป็นเจ้าของและการควบคุมสื่อจะมีผู้ชายเป็นหลัก ลักษณะดังกล่าวนี้จะมีความเกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใดกับการที่ทำให้ภาพรวมของผู้หญิงปรากฏออกมาในสื่อมวลชน

#### ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies)

Gramsci นักวิชาการทฤษฎีวิพากษ์ที่ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ด้านวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม Gramsci ได้ปฏิเสธคำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ที่นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์เคยได้ให้ไว้ เช่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในมนุษย์ที่เคยคิดกระทำมา วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาอย่างหยุดนิ่ง การเน้นแต่ด้านคุณค่า คำนิยาม (Value) ของวัฒนธรรม เป็นต้น โดยเขาได้นำเอามุมมองแบบทฤษฎีวิพากษ์ไปจับประเด็นวัฒนธรรมทำให้มองว่าวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) ที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในสังคมหนึ่งๆ วัฒนธรรมมิได้มีอยู่เพียง "หนึ่งเดียว" เท่านั้น หากแต่มีอยู่ "หลากหลายวัฒนธรรม" และ "วัฒนธรรม" ไม่ได้เป็นเพียง

คุณค่าเท่านั้นหากแต่วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่ต้องมีการผลิต (Production) และต้องมีการผลิตซ้ำอย่างสม่ำเสมอ (Reproduction)

แนวคิดในเรื่องวัฒนธรรมในแบบของ Gramsci นี้เป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) J. Carey (1978) ได้แบ่งประเภททฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาของสื่อออกเป็นสอง กลุ่มใหญ่คือ หนึ่งกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอเมริกัน และสองกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ

1) กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอเมริกัน มักเรียกย่อๆว่า "Cultural Studies" จะเน้นการศึกษาในระดับจุลภาค และเน้นเรื่องการแปลกแยกไม่ลงรอยกันของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม และพิจารณาว่าประชาชนได้ใช้สื่อเพื่อทำความเข้าใจและหาความหมายกับตัวเองและโลกแวดล้อม

2) กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษ มักเรียกย่อๆว่า "Critical Studies" ในขณะที่กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอเมริกันจะศึกษาในระดับจุลภาคแล้วนั้น กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษจะเน้นการศึกษาระดับมหภาคและเกี่ยวพันกับการเมือง วัฒนธรรมอย่างเต็มที่ โดยมองว่า "วัฒนธรรม" คือสมรภูมิแห่งการสู้รบระหว่างคนกลุ่มต่างๆ กลุ่มนี้สนใจที่จะศึกษาว่ากลุ่มชนชั้นนำได้เข้ามาใช้สื่อเพื่อการครอบงำทางวัฒนธรรมอย่างไร

จุดร่วมระหว่างทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษาของสื่อทั้ง 2 กลุ่ม โดยเฉพาะในส่วนของเกี่ยวกับวัฒนธรรม และ "บทบาทของสื่อ" นั้นมีหลายประการ เช่น

ทั้งสองกลุ่มเชื่อว่าสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างสำคัญในการก่อรูปทางวัฒนธรรมและตัววัฒนธรรมนั่นเองเป็นหัวใจในการก่อรูปและแปลงรูปของโลกสังคม

ทั้งสองกลุ่มได้พัฒนาวิธีการศึกษาแบบใหม่ๆ ในการศึกษาสำรวจอิทธิพลของสื่อที่มีต่อวัฒนธรรม กล่าวคือ ไม่จำกัดตัวเองอยู่กับวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงประจักษ์และการใช้สถิติ หากว่าได้นำเอาวิธีการวิจัยที่เรียกว่า การวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ แม้แต่วิธีการวิจัยที่ดูเหมือนจะไม่มีระเบียบ เช่น การสังเกตหรือการวิจัยที่ใช้การสุ่มอย่างเจาะจง เช่น การเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกบรรดา key informants

ทั้งสองกลุ่มเน้นความสำคัญของสื่อว่ามีบทบาทในการกล่อมเกลา "ทัศนนะ" ที่ประชาชนใช้ในการมองตัวเอง (ชีวิทัศน์) และใช้ในการมองโลก (โลกทรรศน์) นอกจากนั้น สื่อยังเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ผู้คนใช้เรียนรู้และใช้เป็นแนวทางผ่านเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของสังคม



จุดร่วมกันที่เป็นประจักษ์หลักฐานหลักของกลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการก็คือแนวคิดที่ว่าสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นมิใช่เป็นสิ่งที่มืออยู่แล้ว (given/ out here) แต่ในทางตรงกันข้ามนักวิวัฒนาการศึกษาเชื่อว่า “ความเป็นจริงนั้นเป็นสิ่งถูกสร้างขึ้นมา” (construct)

ดังนั้นรายการที่เผยแพร่ทางสื่อทั้งหลายนั้นก็เป็นการบวกรวมการสร้างความหมาย ในวิวัฒนาการ หรืออาจสรุปได้ว่าสื่อเป็นผู้นำในการสร้างวิวัฒนาการนั่นเอง

ผลที่เกิดขึ้นจากสภาวะที่สื่อเป็นผู้สร้างวิวัฒนาการนั้นเนื่องมาจากสภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมทำให้วิวัฒนาการกลายเป็นสินค้าที่สื่อมวลชนจะต้องผลิตออกมาขายทำให้วิวัฒนาการอยู่ในรูปของสินค้าหรือบริการที่มีวิวัฒนาการฝังตัวอยู่โดยสื่อเป็นผู้ผลิต (รังสรรค์ ทัศพันธ์, 2539)

### ทุนวิวัฒนาการ

ทุนวิวัฒนาการจะเติบโตใหญ่ได้ก็ต้องมีอุตสาหกรรมสินค้าวิวัฒนาการ (Cultural Products) ในที่นี้สินค้าวิวัฒนาการ หมายถึง สินค้าและบริการที่มีวิวัฒนาการฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการฝังตัวของวิวัฒนาการ (Cultural Embodiment) ในที่นี้ครอบคลุมถึงบริการด้วย สินค้าวิวัฒนาการจึงหมายถึง สินค้าและบริการ ที่มีนัยเกี่ยวกับวิวัฒนาการในด้านใดด้านหนึ่งไม่ว่าจะเป็น จารีตขนบธรรมเนียมประเพณี ระบบความเชื่อศรัทธา ระบบคุณค่า บรรทัดฐานทางจริยธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต แบบแผนการบริโภค ฯลฯ (รังสรรค์ ทัศพันธ์ 2539, 1)

ทุนการเงิน (Finance Capital) เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของทุนบริการ (Service Capital) เพราะภาคการเงินเป็นภาคเศรษฐกิจย่อยในภาคบริการทั้งหมด การเติบโตใหญ่ของทุนการเงินจึงบอกถึงการเติบโตใหญ่ของทุนบริการ โดยที่บริการเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรม และสื่อวิทยวิวัฒนาการ ทุนที่ใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวิวัฒนาการเหล่านี้ เรียกว่าทุนวิวัฒนาการ (Cultural Embodiment)

เมื่อเราซื้อสินค้ามาบริโภค สิ่งที่ได้มามีได้มีเฉพาะแต่ตัวสินค้าที่สนองความสุขความพอใจในการบริโภคเท่านั้น หากยังได้ “วิวัฒนาการ” ที่ฝังอยู่ในตัวสินค้านั้นด้วยทำให้สินค้าหรือบริการแต่ละประเภทมีนัยเกี่ยวพันถึงวิวัฒนาการ เช่น วิวัฒนาการการกินข้าวแตกต่างจากวิวัฒนาการการกินเนื้อและนมเนย วิวัฒนาการที่แฝงอยู่ในอาหารประเภทข้าวแตกต่างจากที่แฝงอยู่ในสเต็ก อาหารที่ปรุงโดยมนุษย์มีนัยทางวิวัฒนาการที่แตกต่างกัน เพราะกระบวนการปรุงอาหารมีเรื่องวิวัฒนาการมาเกี่ยวข้อง

### การก่อเกิดและการเติบโตของทุนวัฒนธรรม

คำถามพื้นฐานมีอยู่ว่า ทุนวัฒนธรรมก่อเกิดได้อย่างไรและเหตุใดจึงเติบโตใหญ่จนกำลังเปลี่ยนโฉมหน้าของระบบทุนนิยมได้ กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้านับเป็นปัจจัยที่สามารถตอบคำถามนี้ได้ เพราะเป็นปัจจัยที่เกื้อกูลการก่อเกิดและการเติบโตของทุนวัฒนธรรม หากวัฒนธรรมมิได้แปรสภาพเป็นสินค้า อุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมย่อมมีอาจก่อเกิดและทุนวัฒนธรรมย่อมยากที่จะงอกงาม แต่เป็นเพราะวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าจึงมีอุตสาหกรรมและสินค้าวัฒนธรรม และหน่อทุนวัฒนธรรมค่อยๆ เติบโต

เหตุใดวัฒนธรรมจึงกลายเป็นสินค้า หากไม่มีคนเปิดวิทยุฟังและเปิดโทรทัศน์ดู ก็ย่อมไม่คุ้มที่จะจัดตั้งสถานีวิทยุและโทรทัศน์ในเชิงพาณิชย์ แต่ความต้องการซื้อมิใช่ปัจจัยเดียวที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า การเติบโตใหญ่ของพลังเศรษฐกิจทุนนิยม มีบทบาทในการผลักดันให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า เมื่อวัฒนธรรมเข้าสู่ตลาด พลังตลาดเป็นปัจจัยที่กำหนดราคา ของวัฒนธรรมในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมสินค้าวัฒนธรรมที่ไม่มีความต้องการในตลาด ราคาย่อมตกต่ำ สินค้าวัฒนธรรมใดที่มีความต้องการมากราคาย่อมถีบตัวสูงขึ้น การคงอยู่และการล้มหายของรายการโทรทัศน์แต่ละรายการก็เป็นผลจากการประเมินความนิยมของผู้ชมด้วย

ด้วยเหตุที่วัฒนธรรมเป็นเรื่องของการดำเนินวิถีชีวิตตามปกติของมนุษย์กระบวนการยอมรับแบบแผนการดำรงชีวิตและพฤติกรรมใดๆ จนเป็นวิถีแห่งชีวิตจึงเป็นปมเงื่อนไขสำคัญในการทำความเข้าใจกระบวนการแปรวัฒนธรรมสินค้า

มนุษย์นับตั้งแต่แรกเกิดมักถูกกล่อมเกลายให้ยอมรับวัฒนธรรมของชุมชนหรือสังคมของตน กระบวนการกล่อมเกลายภายในสังคมหนึ่งๆ นับเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความต้องการ โดยที่กระบวนการดังกล่าวนี้มีตั้งแต่การอบรมบ่มนิสัย การศึกษาในระบบโรงเรียน และการสื่อสารทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะได้อภิปรายเพียงประเด็นของโทรทัศน์ในฐานะสื่อ ซึ่งสร้างความต้องการของผู้ชม

### โทรทัศน์กับวัฒนธรรม

โทรทัศน์เป็นจักรกลสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมการดำรงชีวิต วัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมการบริโภค วัฒนธรรมการพักผ่อนหย่อนใจ ระบบคุณค่าและศรัทธา และกระบวนการทางความคิด

R.Williams นักทฤษฎีด้านวัฒนธรรมศึกษาเห็นว่า ในแง่เนื้อหาสาระแล้วสื่อโทรทัศน์เกือบไม่ได้สร้างเนื้อหาอะไรใหม่ๆเลย นอกจากหยิบยืมของเก่าเกือบทั้งหมดจากสื่อที่เคยมีอยู่มา ตกแต่งเสียใหม่ให้เข้ากับ “วัฒนธรรมของโทรทัศน์” (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 55)

จากการที่โทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารให้ ความรู้ และมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม โดยสามารถจะนำเสนอแบบอย่างใหม่ๆ ค่านิยมแนวคิดและความเชื่อใหม่ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งระดับแนวคิดและการกระทำในสังคมแล้ว โทรทัศน์ยังนับได้ว่าเป็นแหล่งเผยแพร่สินค้าทางวัฒนธรรมที่ครอบงำทางความคิด กลไกนี้จะใช้มาตรการไม้นวม คือใช้การอบรมบ่มเพาะ ปลุกฝังความคิด ค่านิยม อุดมการณ์ ฯลฯ ที่ละเล็กละน้อยอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวัน เพื่อให้คนในสังคมยอมรับความคิดหลักหรือเห็นดีเห็นงามกับอุดมการณ์ของสังคมอย่างสมัครใจ

ในรายการทุกรายการย่อมที่จะมีค่านิยม อุดมการณ์ ความคิดความเชื่อบางอย่าง แอบแฝงอยู่ในรายการด้วยกันแทบจะทุกรายการ อาทิเช่น รายการกีฬา เช่น ฟุตบอลก็สอนให้มีการแข่งขันกันเกิดขึ้น การตุนญี่ปุ่น เช่น โดราเอมอน ก็สอนว่า เทคโนโลยีมีข้อดีและข้อจำกัดที่ไม่สามารถพึงได้ทุกกรณี รายการที่เกี่ยวกับเรื่องของนิพพานความสุขความงามเครื่องประดับการแต่งกาย ก็สอนให้ผู้หญิงนั้นรักสวยรักงาม

นอกจากรายการที่ได้ยกตัวอย่างข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยพบว่ามีรายการหนึ่งซึ่งมีบางสิ่งบางอย่างแอบแฝงอยู่ในเรื่องของบทบาทหญิง-ชาย ที่สื่อเป็นผู้นำเสนอที่แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์ ยังมีการตอกย้ำในเรื่องบทบาทของหญิง-ชาย ในรูปแบบตามที่สังคมกำหนดไว้ ก็คือ รายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์ ที่มีเรื่องความเชื่อในวัฒนธรรมไทยเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตรายการด้วยเช่นกัน

### **แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของหญิงชาย**

#### **ในฝ่ายผู้ผลิตกับการผลิตรายการโทรทัศน์**

ประเด็นบทบาทหญิงชายในฝ่ายผู้ผลิตเป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้วิจัยให้ความสนใจดังนั้น เพื่อเป็นการตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 2 คือ เพื่อวิเคราะห์บทบาทหลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้ผลิตรายการในการคัดเลือกพิธีกร-ผู้สาริตการทำอาหารในรายการสาริตการทำอาหารอย่างไร โดยใช้แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงานเป็นแนวการศึกษาที่เหมาะสมในการศึกษาหัวข้อดังกล่าว การศึกษาบทบาทหญิงชายในฝ่ายผู้ผลิตนั้นอาจจะแบ่งได้เป็น 2 แนวทางใหญ่ๆ คือ 1) การศึกษาแต่ตัวผู้ผลิตอย่างเดียว 2) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผลงาน ผู้รับสาร

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาตัวผู้ผลิต โดยไม่ได้ทำการศึกษาในส่วนของผลงานและผู้รับสาร

เนื่องจาก การศึกษาตัวผู้ผลิต อาจทำได้คือการสำรวจในเชิงปริมาณถึงจำนวนผู้ผลิต ชาย-หญิงมีจำนวนอย่างละเท่าไร แต่ละเพศทำงานในตำแหน่งใด การจ่ายค่าจ้างให้แก่ผู้หญิง ผู้ชายเป็นไปอย่างเท่าเทียมกันหรือไม่ โอกาสความก้าวหน้าของผู้หญิงและชายในแต่ละองค์กร

ภูมิหลังของการศึกษาก็เพื่อประเมินผลว่า เรื่อง “เพศ” ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่อง “การปฏิบัติวิชาชีพสื่อมวลชน” มากน้อยเพียงใด กล่าวคือมีการกีดกันโอกาสในการทำงานหรือไม่ มีการเลือกปฏิบัติทางเพศหรือไม่ (Sex Discrimination) มีการแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์แบ่ง (Sexual Division of labour) โดยมีอคติความเชื่อแบบเหยียดเพศตรงข้าม ว่าชายเหนือกว่าหญิง หรือหญิงเหนือกว่าชาย ซึ่งทำให้มีความสามารถในบางด้านเหนือกว่าหรือด้อยกว่าคนอีกเพศหนึ่ง

นอกเหนือจากการสำรวจสถานภาพของผู้หญิงและผู้ชายในวงการวิชาชีพในลักษณะ ปริมาณดังกล่าวแล้ว ยังอาจจะมีการใช้การศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อเจาะลึกผลการศึกษาในเชิง ปริมาณ เช่น คำถามที่ว่า “ความเป็นหญิง” ได้เข้ามาเป็นอุปสรรค (หรือในทางตรงกันข้ามเป็นปัจจัย ในการสนับสนุน) ต่อการประกอบวิชาชีพอย่างไรบ้าง คำถามเชิงคุณภาพของผู้ผลิตในงานศึกษา ระยะเวลาได้แตกแขนงออกไป เช่น จากข้อเท็จจริงที่ว่า เนื่องจากผู้ชายเป็นผู้เข้ามาทำงานในวงการ สื่อมวลชนก่อน ดังนั้นผู้ชายจึงได้วางแนวทางการทำงานสื่อแบบผู้ชายเอาไว้ และเมื่อผู้หญิงก้าว เข้ามาทำงานในวงการทีหลังจึงเกิดคำถามว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับวัฒนธรรมการทำงานแบบผู้ชายไหม ผู้ผลิตสตรีจะยังคงรักษา “ความเป็นหญิง” เอาไว้ได้มากน้อยเพียง ใด (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

การตั้งคำถามนำการวิจัยในการศึกษาสื่อและสตรีตามทฤษฎีสื่อมวลชนนั้นได้พัฒนา ออกไปอย่างซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ นอกจากเป้าหมายของการวิจัยจะมุ่งค้นหาว่ามีภาพสตรี แบบไหนปรากฏในสื่อ รวมทั้งภาพดังกล่าวนั้นได้สะท้อนหรือสื่อไปถึงอะไร แล้วก็ยังมีคำถาม ใหม่ ๆ ที่ควรจะถามต่อไปเช่น

- ภาพดังกล่าวนั้นก่อตัวมาได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวถูกผลิตซ้ำขึ้นมาตอกย้ำอย่างซ้ำซาก ได้อย่างไร
- ภาพดังกล่าวดำรงรักษาตัวเองให้หยุดนิ่ง (Maintain) ท่ามกลางความเป็นจริงที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร
- ภาพสะท้อนดังกล่าวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ในช่วง ปีพ.ศ.2503-2513 (ทศวรรษ 1960-1970) เป็นช่วง ทศวรรษแห่งการวิจารณ์ภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อที่มีทิศทางหนักไปในเชิงปริมาณ (ตาม แนวทางของการวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงเวลาขณะนั้น) ข้อสรุปที่มักพบจากผลการวิเคราะห์เนื้อหา ก็คือ ปริมาณของภาพผู้หญิงยังถูกนำเสนออยู่น้อยมาก (Under-Represented) โดยเฉพาะใน รายการบางประเภท เช่น รายการข่าวสารคดี ภาพที่นำเสนอออกมา มีลักษณะบิดเบี้ยว (Misrepresented) มีลักษณะเป็นแบบฉบับ (Stereotyped) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่สนใจใน ผู้หญิงของสื่อ (Ignorance) และเห็นว่าเรื่องผู้หญิงเป็นเรื่องไม่สำคัญ (Marginal) (กาญจนา แก้ว เทพ, 2541:56)

หลังผ่านพ้นยุคสมัยของการศึกษาผลงานของสื่อมวลชนที่ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อดูภาพลักษณ์ที่สะท้อนออกมา ซึ่งผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็มักจะได้ผลตรงกันว่าเป็นการตอกย้ำ ภาพลักษณ์แบบเดิม ๆ ของผู้หญิง (การวิจัยเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชนของไทยกำลังอยู่ในช่วง ประวัติศาสตร์ช่วงนี้) รวมทั้งการศึกษากาใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารแล้ว ใน ยุคสมัยปัจจุบันได้เกิดกระแสใหม่ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน กับ การ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารและผลงาน แต่วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษา เจตนารมณ์ของผู้ผลิตรายการเป็นสำคัญดังนั้นจึงใช้เฉพาะแนวการศึกษาในกระแสแรกเท่านั้น อัน ได้แก่ แนวการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผลงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทำหน้าที่ของสื่อในการตอกย้ำภาพลักษณ์เดิม ๆ ของผู้หญิง มานับเป็นทศวรรษ แล้ว กลุ่มผู้สนใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรีก็ได้เข้าใจว่า ในการเปลี่ยนแปลงเรื่อง การ สื่อ สารนั้น แนวทางการศึกษาจะจับจ้องอยู่แต่เฉพาะส่วนปลายสุดคือ ผลงานสื่อเท่านั้นไม่ได้ หาก ทว่า จะต้องสืบไปหากระบวนการผลิตสื่อทั้งกระบวนการ รวมทั้งยังต้องพิจารณาว่า กระบวนการผลิต สื่อ นั้นเกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมและสังคมแบบหนึ่ง ดังนั้น นักสื่อสารแนวสตรีนิยมกลุ่มที่ให้ความสนใจเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรี จึงเริ่มหันมาสู่ การ ศึกษาเรื่องนโยบายสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสตรี การให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับการติด ตั้งกลไกในระบบสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพื่อการใช้อย่างเคารพใน ศักดิ์ศรีมนุษย์

แนวทางของกลุ่มนี้ ค่อนข้างจะเน้นหนักไปในด้านตัวผู้ผลิตและเกณฑ์การคัดเลือก เนื่องจากพื้นฐานความเข้าใจที่อยู่เบื้องหลังที่ว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงที่ระดับตัวผู้ผลิต ย่อมมี ผลกระทบมาถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานได้โดยตรง ตัวอย่างของงานวิจัยในลักษณะนี้ก็เช่น เรย์ลส์ (Reals) (1989) ได้ศึกษาเปรียบเทียบว่า หากผู้กำกับหนังเป็นผู้หญิงและผู้ชาย เนื้อหาของ ภาพยนตร์จะออกมาแตกต่างกัน ผู้กำกับหนังสตรีจะไม่ค่อยแสดงฉากที่แสดงความก้าวร้าว (ถ้ามีก็

เป็นเรื่องของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่) ตัวละครผู้หญิงจะมีลักษณะ "แฉกทีฟ" กว่าหรือออกท่าออกทาง มีความหลากหลายกว่า และมีบทบาทที่ "เดา" ได้ยากกว่าภาพยนตร์ที่กำกับโดยผู้ชาย

นี่เป็นจุดกำเนิดของแนวคิดที่ว่าแม้แต่เรื่อง "สุนทรียะ" ก็ได้มีความเป็นกลางทางเพศ หากแต่มี "สุนทรียะแบบบุรุษ" และ "สุนทรียะแบบสตรี" ที่มีความแตกต่างกัน สุนทรียะแบบบุรุษ คือ ลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้ชาย อันได้แก่ ความแข็งแกร่ง ความมั่นคง ความก้าวร้าว ความเย็นชา การเอาตัวรอด ความเชื่อมั่นในตัวเอง ความกล้าตัดสินใจ ความเด็ดขาด ความมีเหตุผลไม่ขึ้นกับอารมณ์ มีจุดมุ่งหมายในการกระทำอย่างชัดเจนตรงไปตรงมา (อทิตา ชิวปรีชา 2540)

สุนทรียะแบบสตรี คือ ลักษณะการนำเสนอรายการที่ใช้รูปลักษณ์ภายนอก ลักษณะทางอารมณ์ และความสนใจที่แสดงเอกลักษณ์ของผู้หญิง อันได้แก่ ความอ่อนหวาน ความอ่อนโยน การโอนอ่อนผ่อนตาม ความสวยงาม ความซาบซึ้ง ความไม่มั่นใจ ความอ่อนแอ ความเปราะบาง ความวิตกกังวล ความขี้โมโห การขาดเหตุผลเอาแต่อารมณ์ ช่างฝัน และการรักษาหัวใจ (อ้างในเรื่องเดียวกัน)

บัญชา รักแตงาม (2538) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาสตรีในระดับต่างๆและการทำหน้าที่สนับสนุนเรื่องของบทบาทที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้หญิง และผู้ชายในสังคมปัจจุบัน ผลปรากฏว่าภาพสะท้อนของบทบาทสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 6 รายการได้นำเสนอภาพลักษณ์ใหม่มากกว่าบทบาทเดิมของสตรี และบทบาทสตรีในภาพลักษณ์ผสม นอกจากนี้ยังพบเรื่องของชนชั้นของสตรีว่า มีการนำเสนอเนื้อหาสำหรับสตรีกลุ่มชนชั้นกลางมากกว่าชั้นสูง และชั้นล่าง และผลการวิจัยที่จากการวิเคราะห์เนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีก็คือ มีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากที่สุด (ร้อยละ 48) รองลงมาคือ การพัฒนาระดับตนเอง (ร้อยละ 40) และระดับครอบครัวมีน้อยที่สุด (ร้อยละ 12) อีกทั้งยังไม่ปรากฏการนำเสนอประเด็นเรื่องการศึกษา และเรื่องสิทธิสตรีได้นำเสนอเพียงครั้งเดียว

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 มีเพียงการเติบโตทางด้านปริมาณเท่านั้น แต่เนื้อหาที่นำเสนอยังไม่มีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาสตรีในทางที่ถูกต้องเท่าที่ควร ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่าเกิดจากข้อเสียของผู้ผลิตรายการที่ยังมีความคิดว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป และไม่คำนึงถึงความเท่าเทียมกันระหว่างหญิงชายแต่อย่างใด

จากการพิจารณาวิธีการวิจัยพบว่า ข้อสรุปที่ได้เกี่ยวกับข้อบกพร่องของผู้ผลิตรายการนั้นมีได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการหรือผู้ส่งสาร แต่เป็นข้อสรุปที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเท่านั้น จึงทำให้การวิเคราะห์เรื่องบทบาทของหญิงชายในรายการสารคดีการทำอาหารครั้งนี้ต้องเพิ่มวิธีการวิจัยให้ครอบคลุมไปถึงการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการด้วย จึงเป็นที่มาของการวิจัยงานชิ้นนี้

เนื่องจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานผลิตรายการโทรทัศน์รายการหนึ่ง ๆ ขึ้นมา ตลอดจนเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการควบคุมดูแลแนวทางการผลิตรายการทั้งหมด ดังนั้นผู้ผลิตรายการย่อมที่จะมีบทบาทในการสร้างสรรค์รายการแต่ละรายการที่ปรากฏในสังคม ในการแสดงบทบาทต่าง ๆ ของผู้ผลิตรายการนั้นย่อมที่จะมีปัจจัยหรือ กลไกของระบบสังคมที่ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการแสดงบทบาทนั้นด้วยเช่นกัน จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยให้ความสนใจในประเด็นที่ว่า ปัจจัยใดบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการกำกับดูแลการแสดงบทบาทของผู้ผลิตรายการ

#### 4 แนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์รายการ : การโฆษณา

และการอุปถัมภ์รายการ (Sponsorship System: Advertising and Sponsorship)

ประพิม คล้ายสุบรรณ (2541) ได้ทำการศึกษาระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ที่มีต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ระบบอุปถัมภ์มีอิทธิพลต่อการทำงานตามวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตรายการ ซึ่งนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า ระดับวิชาชีพนิยมในกระบวนการผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ยังอยู่ในระดับต่ำหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ ระบบอุปถัมภ์อย่างที่ป็นอยู่ในปัจจุบันมีอิทธิพลในระดับสูงต่อกระบวนการผลิตและเนื้อหาของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์

ระบบอุปถัมภ์รายการ (sponsor system) เป็นศัพท์ใช้ในวงวิชาการด้านการตลาด โดยมีพื้นฐานอยู่บนแนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ (patronage system) ที่เป็นการศึกษาด้านสังคมวิทยาและรัฐศาสตร์ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ (patronage relationship) เป็นเบื้องต้น

ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์นี้ เป็นความสัมพันธ์ของ 2 ฝ่ายในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน นั่นคือ ฝ่ายหนึ่งจะมีทรัพย์สินและอำนาจในระดับที่สูงกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่พบมากในสังคมที่ไม่เสมอภาคและมีการยินยอมให้คนในสังคมบางกลุ่มครอบครองทรัพยากร

มากกว่าคนในสังคมส่วนใหญ่ ระบบอุปถัมภ์ (Patronage System) นี้ จึงนับเป็นรูปแบบหลักของระบบความสัมพันธ์ในสังคมไทยโดยเฉพาะสังคมไทยในอดีต

ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ (patronage relationship) ในสังคมไทยสมัยโบราณนั้น เป็นไปในลักษณะของเจ้าขุนมูลนายกับข้าทาสบริวาร เจ้าขุนมูลนายซึ่งเป็นเจ้าของทรัพย์สินและอำนาจจะให้การอุปถัมภ์คุ้มครองแก่ข้าทาสบริวาร ส่วนข้าทาสบริวารก็จะตอบแทนด้วยความจงรักภักดี จะเห็นได้ว่าการแลกเปลี่ยนดังกล่าวนี้ผู้ให้การอุปถัมภ์จะมีความได้เปรียบมากกว่าเนื่องมาจากการมีทรัพย์สินและอำนาจในการต่อรองที่สูงกว่านั่นเอง-

สำหรับพัฒนาการของระบบอุปถัมภ์ระหว่างเจ้าขุนมูลนายกับข้าทาสบริวารในสังคมไทยนั้น ได้สะท้อนออกมาผ่านการควบคุมกำลังคนในปกครอง โดยในสมัยพ่อขุนรามคำแหงมีหลักฐานปรากฏอยู่ในศิลาจารึกเกี่ยวกับการชักจูงคนให้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในกรุงสุโขทัยเพื่อเป็นแรงงานในการสร้างบ้านแปงเมืองภายใต้การควบคุมของชนชั้นปกครอง ในสมัยกรุงศรีอยุธยาได้มีการกำหนดให้ตรวจตราจำนวน "เลก" หรือจำนวนชาวบ้านผู้ขายอย่างเข้มงวดเพื่อรักษากำลังคนในแต่ละเมืองไม่ให้ถูกลักลอบกวาดต้อนไป ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการกำหนดให้ "ไพร่" ทุกคนลงทะเบียนอยู่ภายใต้ "นาย" คนใดคนหนึ่ง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการสงคราม ระบบอุปถัมภ์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นนี้ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดระเบียบทางสังคมในสมัยนั้น เนื่องจากการจัดลำดับชั้นทางสังคมในตอนต้นของกรุงรัตนโกสินทร์นี้ ระบบศักดินาที่เป็นเครื่องบ่งชี้ยศฐาบรรดาศักดิ์ของชนชั้นปกครองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการถือครองที่ดินแต่อย่างใด หากแต่เกี่ยวข้องกับจำนวนไพร่ในอาณัติเป็นสำคัญ (อมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ ,2539)

อย่างไรก็ตาม เมื่อระบบอุปถัมภ์ (patronage system) ระหว่างเจ้าขุนมูลนายกับข้าทาสบริวารได้สิ้นสุดลงในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว แนวคิดเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์แบบดั้งเดิม (patronage system) นั้นกลับยังคงอยู่ในความคิดของคนไทยอย่างแนบแน่นและการรับรู้ถึงการดำรงอยู่ของระบบความสัมพันธ์แบบดั้งเดิมนี้ ปรากฏให้เห็นจากการประพจน์ ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน (Bechstedt, อ้างถึงใน อมรา พงศาพิชญ์ และปรีชา คุวินทร์พันธุ์ ,2539)

โดยลักษณะความสัมพันธ์ในเชิงอุปถัมภ์ (patronage relationship) แบบดั้งเดิมได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความสัมพันธ์ในบริบทของการแลกเปลี่ยนจากความคุ้มครองและการตอบแทนด้วยความจงรักภักดี กลายเป็นการแลกเปลี่ยนที่มีบริบททางเศรษฐกิจเป็นตัวกลางเชื่อมโยงและดำรงความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ให้คงอยู่ต่อไป สำหรับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์นั้น ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การ



อุปถัมภ์ด้านเงินทุนกับผู้รับการอุปถัมภ์ที่เป็นสื่อมวลชน ซึ่งไม่ต่างอะไรจากระบบเจ้าขุนมูลนายกับข้าทาสบริวารนั่นเอง

องค์กรสื่อสารมวลชนนั้น มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับแหล่งเงินทุนในระบบอุปถัมภ์ (sponsorship system) ใน 2 รูปแบบหลักคือ

- 1) การโฆษณา
- 2) การสนับสนุนรายการ

ประเด็นสำคัญที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสื่อสารมวลชนกับผู้โฆษณา หรือผู้สนับสนุนรายการ เป็นความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์นั้น เนื่องมาจากรูปแบบของการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจที่ไม่ได้หยุดอยู่เพียงขอบเขตของการซื้อขายสินค้าและบริการตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายเท่านั้น ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชน (sponsorship system) ยังได้ขยายขอบเขตของอิทธิพลโดยรวมเหนือองค์กรสื่อสารมวลชนอย่างสิ้นเชิง ตั้งแต่จุดยืน เนื้อหา วิธีการนำเสนอ การเป็นเจ้าของ ตลอดจนถึงการเผยแพร่ในขั้นตอนสุดท้าย (Curran, 1980) ทั้งนี้เนื่องจากความอยู่รอดของการประกอบกิจการองค์กรสื่อสารมวลชนจำเป็นต้องพึ่งรายได้หลักจากการโฆษณาและการสนับสนุนรายการอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง

การโฆษณา (advertising) นั้นมีองค์ประกอบตามคำนิยามของสมาคมการตลาดของสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association) ดังนี้ (Kanfman, 1980) (อ้างใน ประพิม คล้ายสุบรรณ 2541)

“การโฆษณา คือ รูปแบบที่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการนำเสนอและประกาศความคิดเห็น, สินค้าหรือบริการอย่างๆไม่เป็นส่วนบุคคล โดยระบุชื่อผู้โฆษณาอย่างชัดเจน”  
(Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of idea, good or service by an identified advertiser)

เมื่อสื่อโทรทัศน์เกิดขึ้นมาเป็นครั้งแรก ผู้โฆษณายังไม่ให้ความสนใจกับรายการโทรทัศน์มากนัก ตั้งแต่รายการโทรทัศน์ได้รับการพัฒนาให้มีลักษณะเพื่อความบันเทิงมากขึ้น ระบบอุปถัมภ์ในรูปของการโฆษณาก็ได้เข้ามามีบทบาทต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการโทรทัศน์มากขึ้นจนกระทั่งกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของรายการโทรทัศน์ในที่สุด

รายการโทรทัศน์ประเภท “สาระบันเทิง” ที่มีการโฆษณาแทรกในเนื้อหาบ่อยครั้งคือรายการสาธิตการออกกำลังกายหรือการทำอาหาร (ประพิม คล้ายสุบรรณ 2541) โดยผู้ดำเนินรายการจะไม่เพียงแค่ออกกำลังกายหรือจะทำอาหารอย่างไร หรือจะเตรียมเครื่องปรุงอย่างไรเท่านั้น ผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในรายการยังมีการโฆษณานำเสนอภาพในวิดีโอเทป สวม

เสื้อผ้าที่ห่อหุ้มที่โฆษณาอีกในช่วงค้นรายการ และยังกล่าวเน้นย้ำให้ผู้ชมเห็นถึงประสิทธิภาพของเครื่องมือเครื่องใช้ที่เขาคิดค้นขึ้นหรือกำลังสถิติให้ชมอยู่ในขณะนั้นอีกด้วย

รายการสอนทำอาหารจึงมีการแนะนำเครื่องปรุงเพียงบางยี่ห้อ หรือรายการ"แต่งกายเพื่อความสำเร็จ" (dress for success) ก็จะทำเสนอเสื้อผ้าของนักออกแบบเครื่องแต่งกายบางคน เท่านั้น การนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สอดแทรกไว้ในรายการเช่นนี้ เป็นการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงอิทธิพลของระบบอุปถัมภ์ (sponsorship system) ในรูปแบบของการโฆษณาที่มีต่อเนื้อหาและวิธีการนำเสนอในสื่อโทรทัศน์ของสหรัฐอเมริกา ในขณะที่เดียวกันตัวอย่างที่ดีในการแสดงถึงอิทธิพลของการโฆษณาที่มีต่อจุดยืน เนื้อหา วิธีการนำเสนอ การเป็นเจ้าของตลอดจนการเผยแพร่ในขั้นตอนสุดท้ายก็คือสื่อหนังสือพิมพ์ของประเทศอังกฤษนั่นเอง (Curran, 1980)

ความต้องการที่จะใช้ประโยชน์ทางการค้าจากสื่อมวลชนอย่างเต็มที่ ได้ส่งผลให้ระบบอุปถัมภ์ในองค์กรสื่อสารมวลชนมีพัฒนาการจากระบบอุปถัมภ์ในรูปแบบของการโฆษณาไปสู่ระบบอุปถัมภ์ในรูปแบบของการสนับสนุนรายการ เนื่องจากการโฆษณามีจุดกำเนิดจากการประกาศให้รู้ว่าจะขายสินค้าและบริการ การสนับสนุนรายการกลับมีจุดกำเนิดมาจากความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์ (patronage system) โดยตรง การสนับสนุนรายการเป็นการให้การสนับสนุนในเชิงเศรษฐศาสตร์ก็กิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่ผู้สนับสนุนรายการเองคาดหวังไว้ก่อนแล้วว่าสามารถได้ผลประโยชน์กลับคืนมาอย่างแน่นอนเสมอ ดังนั้น สิ่งจำเป็นสำหรับการสนับสนุนรายการคือ การเจรจาตกลงกันระหว่างผู้จัดรายการกับผู้สนับสนุนรายการเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนระหว่างกันและผลประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนรายการคาดหวังไว้

ผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนรายการคืออะไร ส่วนใหญ่ก็จะขึ้นอยู่กับโอกาสที่แตกต่างกันออกไป David Wragg (1994) ได้กล่าวถึงการที่ใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนรายการอย่างมีประสิทธิภาพ (the effective use of sponsorship) ว่าผู้สนับสนุนรายการมักคาดหวังถึงสิ่งเหล่านี้

- 1). การสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก (name awareness)
- 2). การกล่าวถึงในรายการ (programme mention)
- 3). การโฆษณา (advertising)
- 4). การส่งเสริมการขาย (advertising support)
- 5). การส่งเสริมเครื่องหมายทางการค้าของผู้สนับสนุนรายการ (sponsorship branding)
- 6). รายชื่อทางไปรษณีย์ (mailing lists)
- 7). ความคงทน (durability)

### 1). การสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จัก (name awareness)

การสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการชื่อมากขึ้น ชื่อเหล่านี้อาจเป็นชื่อของบริษัทหรือยี่ห้อสินค้าก็ได้ ในรายการโทรทัศน์บางรายการชื่อของผู้สนับสนุนรายการอาจไม่ได้รับการปิดป้ายประกาศหรือกล่าวถึงอย่างเป็นทางการแต่ก็จะพบได้ในลักษณะอื่นๆ เช่น การขึ้นตัวอักษร (super impose) ในช่วงปิดท้ายรายการ (ending title) เป็นต้น

### 2). การกล่าวถึงในรายการ (programme mention)

ชื่อของผู้สนับสนุนรายการโดยเฉพาะผู้สนับสนุนรายการรายใหญ่จะได้รับการกล่าวถึงในรายการด้วยถ้อยคำที่ผู้สนับสนุนรายการต้องการ นอกจากนั้น ยังนับว่าเป็นการโฆษณาอย่างหนึ่งที่ปรากฏอยู่อย่างโดดเด่นในรายการนั้น เช่น บนฉากหลังเวที โดยอุดมคติแล้ว ผู้สนับสนุนรายการที่เป็นคู่แข่งกันจะไม่สนับสนุนรายการเดียวกัน

### 3). การโฆษณา (advertising)

การโฆษณาผ่านการสนับสนุนรายการเป็นผลประโยชน์ของผู้สนับสนุนรายการเอง มากกว่าจะเป็นผลประโยชน์ของผู้ผลิตรายการ แต่ผู้ดำเนินรายการก็มีส่วนที่จะกำหนดได้ว่าการโฆษณาจะเป็นไปในลักษณะใด อย่างไรก็ตาม ผู้สนับสนุนรายการก็ยังมีสิทธิในการเรียกร้องให้ได้มาซึ่งสถานที่หรือตำแหน่งที่ดีที่สุด สำหรับนำเสนอข้อความสั้นๆ เพื่อการโฆษณา ยิ่งไปกว่านั้นข้อความโฆษณาก็ต้องถูกกำหนดไว้ก่อนแล้วโดยผู้สนับสนุนรายการอีกด้วย

### 4). การส่งเสริมการโฆษณา (advertising support)

แทนที่จะสนับสนุนรายการเพื่อการปรากฏตัวส่วนบุคคล ผู้สนับสนุนรายการบางรายก็สนับสนุนรายการเพื่อให้นักแสดงหรือนักกีฬาเหล่านั้นมาปรากฏตัวในชิ้นงานโฆษณาของพวกเขา การสนับสนุนรายการเพื่อผลประโยชน์ในเรื่องนี้ จำเป็นต้องมีการต่อรองกันระหว่างผู้สนับสนุนรายการ ผู้จัดรายการและนักแสดงหรือนักกีฬาร่วมกัน

### 5) การส่งเสริมเครื่องหมายทางการค้าของผู้สนับสนุนรายการ (sponsorship branding)

บ่อยครั้งที่ผู้สนับสนุนรายการโดยเฉพาะผู้สนับสนุนรายการรายใหญ่จะยกระดับหรือส่งเสริมเครื่องหมายทางการค้าของตนเอง ด้วยการสนับสนุนรายการที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ทางการตลาด อาทิ Toyota Romeo สนับสนุนการแข่งขันโปโล ผลประโยชน์ที่มุ่งหวังในการสนับสนุนรายการเช่นนี้จึงไม่หยุดเพียงการสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักเท่านั้น หากยังรวมไปถึงโฆษณาเครื่องหมายการค้า โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องหมายการค้ากับภาพลักษณ์ของสิ่งที่ปรากฏอยู่ในรายการให้เกิดขึ้นในใจของผู้ชมอีกด้วย

#### 6. รายชื่อทางไปรษณีย์ (mailing lists)

ผู้จัดรายการหลายรายการมักมีรายชื่อของผู้ลงทะเบียนหรือสมาชิกไว้ในครอบครอง ซึ่งสิ่งนี้เป็นผลประโยชน์อีกทางหนึ่งสำหรับผู้สนับสนุนรายการได้เป็นอย่างดี ผู้สนับสนุนรายการอาจแสดงความประสงค์ให้ผู้ผลิตรายการมอบรายชื่อของผู้ส่งจดหมายหรือพัสดุไปรษณีย์ให้อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการสนับสนุนรายการเพื่อสิ่งนี้ค่อนข้างสูงและสำหรับบางประเทศก็มีข้อจำกัดทางกฎหมายบางประการอีกด้วย

#### 7. ความคงทน (durability)

ผู้สนับสนุนรายการมักตั้งความหวังว่าสายสัมพันธ์กับผู้ผลิตรายการจะอยู่คงทนยาวนานแม้ว่าการสนับสนุนรายการจะสิ้นสุดลงไปแล้ว สิ่งนี้เป็นเรื่องที่ยากยิ่ง โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้สนับสนุนรายการได้รับผลประโยชน์จากการจัดรายการไปอย่างเต็มที่

สำหรับการนำเอาแนวคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์: การโฆษณาและการสนับสนุนรายการ (Sponsorship System :Advertising and Sponsorship) มาพิจารณาในงานวิจัยนี้ ก็เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสังเกตลักษณะการแสดงบทบาทของผู้รับผิดชอบผลิตรายการสาธิตการทำอาหารว่าระบบอุปถัมภ์นี้มีอิทธิพลต่อการแสดงบทบาทของผู้รับผิดชอบผลิตรายการในการตัดสินใจเลือกผู้ทำหน้าที่พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารอย่างไรหรือไม่ เพื่อตอบปัญหานำวิจัยในข้อที่ 3 คือ ผู้อุปถัมภ์รายการมีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการอย่างไร

### แนวการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโลกที่จริง

การวิเคราะห์บทบาทของหญิง-ชายในผลงานสื่อมวลชนนั้น เมื่อนำเอาภาพดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับโลกที่เป็นจริง ก็จะมีคำถามตามมา 2 ประการคือ

ภาพสะท้อนในสื่อมวลชนนั้นสามารถเป็นตัวแทนของสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ นั่นก็คือการตั้งคำถามกับลักษณะความจริงสมจริงกับภาพสะท้อนในสื่อ เช่น อาชีพส่วนใหญ่ที่ผู้หญิงประกอบอยู่ในละครโทรทัศน์เป็นอาชีพโดยทั่วไปของผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริงหรือไม่ หรือเมื่อโลกแห่งความเป็นจริงเปลี่ยนแปลงไป ภาพสะท้อนในสื่อได้เคลื่อนไหวตามไปด้วยหรือไม่

ภาพที่ปรากฏในสื่อ นั้น สามารถจะเล่นบทบาทเป็นอย่างไร (Role Model) เป็นแรงบันดาลใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโลกที่เป็นจริงได้หรือไม่ คำถามประการหลังจึงมีลักษณะตรงกันข้ามกับข้อแรกคือ สื่อจะสามารถเดินนำหน้าโลกแห่งความเป็นจริงได้หรือไม่

ซูซานนา วิลสัน (Susannah Wilson) (กาญจนา แก้วเทพ, มิถุนายน 2540: 33) ได้ประมวลแนวทางการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาในประเด็นบทบาทหญิง-ชายกับสถานการณ์ในโลกที่เป็นจริงว่าโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “บทบาทของสื่อ” เป็นเกณฑ์ซึ่งจะแบ่งประเภทได้ 3 แบบ คือ

การมองว่าสื่อมวลชนมี บทบาทเป็นกระจก สะท้อนภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น คำถามต่างๆ ก็จะเหมือนกับในข้อแรกที่ได้กล่าวมาแล้ว ข้อสรุปประการหนึ่งที่ วิลสันกล่าวไว้ก็คือ คงจะไม่มีความสัมพันธ์อย่างแบบตรง ๆ (Direct Relation) ระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับภาพสะท้อนในสื่อ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่ากระบวนการสร้างสรรค์ผลงานสื่อมวลชนนั้นเกิดมาจากบุคคลหลายฝ่ายที่มีทัศนพและอุดมการณ์แตกต่างกัน

การมองว่าสื่อมวลชนมี บทบาทเป็นตัวตอกย้ำ (Reinforcer) แบบอย่างค่านิยม ความคิดและความเชื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคม ในแง่นี้ บรรดาภาพต่างๆ ที่ปรากฏในสื่อก็จะเป็นภาพที่ถูกคัดเลือกแล้วให้เป็นแต่ภาพที่สังคมต้องการจะส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เหมือนสถาบันสังคมอื่น ๆ คือเป็นตัวแทนในการอบรมบ่มเพาะให้สมาชิกสังคมเป็นไปตามบรรทัดฐานของสังคม

การมองว่าสื่อมวลชนมี บทบาทในการเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม (Social Change) โดยที่ วิลสันได้อ้างทัศนะของอัลเบิร์ต (Albrecht) ว่า สื่อมวลชนสามารถจะนำเสนอแบบอย่างใหม่ ๆ ค่านิยมแนวคิดและความเชื่อใหม่ ๆ ที่จะก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงทั้งระดับแนวคิดและการกระทำในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม วิลสันตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่แบบทั่ว ๆ ไปเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มักจะเล่นบทบาทนี้ไม่ค่อยได้ เพราะกลไกการควบคุมต่าง ๆ ของสังคม ทำให้มักมีเนื้อหาในแง่อนุรักษ์นิยมเป็นส่วนใหญ่ (หรืออย่างมากที่สุดก็เพียงแคंपฏิรูป) นอกจากนั้น ทางด้านผู้รับสารเองก็ยังมีกระบวนการเลือกรับสารอีก

ด้วย ซึ่งอาจจะไม่เลือกรับรู้ด้านที่ก้าวหน้าแปลกใหม่ของเนื้อหาที่เป็นได้ วิลสันเห็นว่าน่าจะเป็นพวกสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ที่มีเป้าหมายจะเปลี่ยนแปลงแนวคิดและแนวทางปฏิบัติแบบเก่าอย่างแน่ชัดมากกว่าที่จะสร้างผลกระทบเรื่องการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเห็นผลจริงจัง

การที่สื่อมวลชนเป็นผู้ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงสะท้อนภาพต่างๆ สร้างภาพ บทบาทต่างๆ ให้กับผู้หญิงในสังคม โดยที่เป็นการตอกย้ำความคิดความเชื่อแบบเดิมๆ ให้คงอยู่แล้วนั้น แต่ส่วนหนึ่งสื่อมวลชนก็สามารถเป็นกลไกในการเปลี่ยนแปลงสังคมได้เช่นกัน

ภาพยนตร์ชุดเรื่อง Xena Warrior Princess สามารถถูกจัดเป็นประเภทเรียกร่องสตรีตีสตรีได้จาก 2 มุมมอง อย่างแรกคือ ถ่ายทอดเรื่องราวในสังคมสู่จอโทรทัศน์และอย่างที่สองใช้ตัวละครผู้หญิงดำเนินเรื่อง เป้าหมายของซีรีส์ภาพนั้นคล้ายๆ กันไม่ว่าจะเป็นในด้านสังคม การเมือง การจ้างงาน และอื่น ๆ ส่วนโทรทัศน์ซึ่งเป็นทั้งสถาบันการศึกษาและสังคมในเวลาเดียวกันก็เป็นอีกอย่างหนึ่งซึ่งมีเพศชายเป็นผู้นำ เช่นผู้กำกับ ดารานำชาย บทนำ

อย่างไรก็ตามละครชุด Xena: Warrior Princess ได้แสดงสู่สายตาประชาชนด้วยความเท่าเทียมกันในทุกด้าน จุดกำเนิดของ Xena: Warrior Princess นั้นเริ่มมาจากซีรีส์ภาพ โดยให้สตรีเป็นผู้แสดงนำ โดยแบ่งบทบาทหน้าที่ทางการเมืองและสังคมซึ่งก่อนหน้านี้มักจะเป็นหน้าที่ของเพศ (http://www.pomegranates.com/critique/xena.html)

ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดภาพต่างๆ ในสื่อมวลชนไปสู่สังคม ก็ได้แก่ผู้ผลิตจึงนำที่จะสามารถช่วยกันสร้างภาพของสตรีให้มีสถานะเท่าเทียมกันในเรื่องของบทบาททางเพศระหว่างหญิงชายได้เช่นกัน

### แนวคิดเรื่องการศึกษาประเด็นบทบาทหญิงชายในเนื้อหาสาระ

ในการนำเสนอประเด็นการศึกษาเรื่อง "สื่อกับบทบาททางเพศ" ตามทัศนะของแมคควอล (McQuail) ที่ได้แบ่งโดยใช้กรอบของกระบวนการสื่อสาร คือ การศึกษาด้านผู้ผลิต การศึกษาตัวเนื้อหาสาระ และการศึกษาผู้รับสาร เพื่อจะแสดงให้เห็นว่า จากแบบจำลองอันเดมนี้ ประเด็นเรื่องบทบาทหญิง-ชายจะสอดแทรกเข้าไปมีที่ทางอยู่ได้อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 14)

ดิงโก้ (Dingo) กล่าวมาแล้วตั้งแต่แรกว่าประวัติศาสตร์ของการศึกษาบทบาทหญิง-ชาย ในเนื้อหาสาระของสื่อมวลชนนั้นเริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1960 เป็นต้นมาและยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540: 14) อย่างไรก็ตามท่ามกลางพัฒนาการอันยาวนานนี้ ก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงบางประการที่น่าสนใจดังนี้

ในช่วงทศวรรษ 1980 รากอฟ (Rakow) (1986) เริ่มเปิดประเด็นใหม่ว่า ไม่มีประโยชน์อะไรที่จะไปทำวิจัยพิสูจน์ว่าภาพของสตรีที่สะท้อนอยู่ในสื่อ่นั้นมีภาพอะไรบ้าง เพราะเราก็คงจะพบเห็นแต่ภาพแบบเก่า ๆ เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งอาจจะมามีภาพแบบใหม่เกิดขึ้นมาให้เห็นพอเป็นผักชีโรยหน้าเท่านั้น และถึงแม้จะต่อสู้ให้มีการเปลี่ยนแปลงงานดังกล่าวในสื่อมวลชนก็มิได้หมายความว่าโลกแห่งความเป็นจริงจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นจึงน่าจะสนใจศึกษาเนื้อหาในสื่อมวลชนจะดีกว่า ทั้งนี้เพราะอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในเนื้อหานั้นจะเป็นตัวการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ของหญิงชาย

อุษณีย์ พงศ์ประยูร (2536) วิเคราะห์คุณสมบัติของตัวนางอิจฉาในนวนิยายหรือละครโทรทัศน์ พบว่าท่ามกลางคุณสมบัติหลายประการนั้น จะรวมเอาคุณลักษณะบางประการ เช่น มีความทะเยอทะยานในชีวิต ชอบการแข่งขันเอาชนะ ฯลฯ คุณลักษณะเช่นนี้หากเป็นของตัวละครชายก็ไม่ทำให้ตัวละครนั้นกลายเป็นผู้ร้าย แต่เมื่อมาอยู่ในตัวละครหญิง ก็กลับกลายเป็นตัวร้ายไปได้ ดังนั้น ผู้หญิงที่อยากเป็นคนดีหรือเป็นนางเอกจึงต้องไม่รับเอาคุณลักษณะดังกล่าวเข้ามาไว้ในตัวเอง

การศึกษาอุดมการณ์ทางเพศในปี พ.ศ. 2523 (ทศวรรษที่ 1980) นี้จะไม่เพียงแต่พิจารณาว่า บทบาททางเพศนั้นเป็นแนวคิดที่หยุดนิ่งที่ต้องยอมรับราวกับเป็นธรรมชาติและสื่อมวลชนมีหน้าที่เพียงแค่อำนาจเพื่อเป็นแบบอย่างเท่านั้น หากทว่าแนวทางใหม่นี้จะพิจารณาดูว่ามีกระบวนการสร้างสรรค์แบบใหม่ มีการเคลื่อนไหวใหม่ ๆ อะไรเกิดขึ้นมาบ้าง และมีเหตุปัจจัยอะไรที่เกี่ยวกับการให้ค่านิยมและการสร้างอัตลักษณ์ของคนแต่ละเพศบ้าง

สืบเนื่องจากข้อสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่ได้กล่าวไปในข้อที่ 1 แล้วก็คือในด้านทฤษฎีวิพากษ์เองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดต่อเรื่องการทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ของสื่อมวลชนด้วย ในยุคสมัยแรก นักทฤษฎีวิพากษ์จะมองแต่เพียงว่า สื่อมวลชนเป็นกลไกที่กลุ่มผู้มีอำนาจจะใช้ในการครอบงำอุดมการณ์ของตนให้แก่คนชนชั้นอื่นๆ ในขั้นต่อมา อันโตนิโอ กรัมสกี (Gramsci) (กาญจนา แก้วเทพ, 2540: 14) ได้เปลี่ยนแปลงแนวคิดนี้ว่าทุกกลไกของสังคมนั้นล้วนแล้วแต่มีองค์ประกอบของการต่อสู้ของทุกกลุ่มบรรจุอยู่ทั้งนั้น สื่อมวลชนก็มีศักยภาพทั้งที่เป็นกลไกการครอบงำและเป็นกลไกแห่งการปลดปล่อยในเวลาเดียวกัน

ดังนั้นนักสื่อแนวสตรีนิยมจึงเริ่มประเมินค่าบรรดารายการต่าง ๆ ที่เคยถูกปิดป้ายว่าเป็นรายการมอมเมาสตรี ตัวอย่างเช่น การประเมินค่าละครโทรทัศน์เสียใหม่ว่า ในเนื้อหาของละครเหล่านี้มีองค์ประกอบที่ช่วยปลดปล่อย (Liberating) สตรีที่มีชีวิตอยู่ในสังคมถืออำนาจชายเป็น

ใหญ่ได้อย่างไรบ้าง เนื้อหาของละครโทรทัศน์ได้ทำลายทุดมการณ์หลัก ๆ ของสังคม ได้ต่อรองเสนอทางเลือกใหม่ รวมทั้งได้คัดค้านต่อต้านอุดมการณ์เก่า ๆ อย่างไรบ้าง เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ แต่เดิมนั้นการวิเคราะห์ค้นหาอุดมการณ์ต่าง ๆ นั้น มักจะเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นรายการประเภทที่เอาจริงเอาจังและมีสาระ เช่น รายการข่าว รายการสารคดี โดยไม่สนใจกับรายการประเภทเรื่องแต่ง และเป็นจินตนาการที่เน้นความสนุกสนานบันเทิง เช่นละครโทรทัศน์ เกมโชว์ ฯลฯ (Light Entertainment) หรือรายการประเภทเรื่องแต่งนี้แหละน่าจะเป็นขุมทรัพย์อันมหาศาลของบรรดาอุดมการณ์ต่าง ๆ มากกว่า การวิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศจึงเคลื่อนไหวไปตามกระแสดังกล่าวเช่นกัน

ความสำคัญของรูปแบบและวิธีการนำเสนอ (Form of Presentation) ดิงโก้ (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ 2541) กล่าวว่านอกจากจะมีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content) ของภาพที่ปรากฏแล้ว องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญมากของผลงานสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อภาพและเสียง เช่นโทรทัศน์ก็คือวิธีการนำเสนอ เพราะในการอ่านความหมายโดยนัยยะ (Connotative Meaning) นั้นมักจะแฝงเร้นอยู่ในวิธีการนำเสนอ การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ นั้นได้หยิบยืมเอาหลักการของทฤษฎีสัญญาวิทยาเข้ามาใช้เป็นวิธีการหลัก

สำหรับแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษานั้น ประเด็นเรื่อง “บทบาทหญิง-ชาย” จะสอดแทรกเข้ามาได้ง่ายที่สุด ทั้งนี้เพราะ “เพศ” ก็เป็นสิ่งที่ป็นรูปธรรมที่สุดของวัฒนธรรมอยู่แล้ว และ “เพศ” หรือ “บทบาทหญิง-ชาย” นั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากสังคม (Socially Constructed) คำถามที่นักวิชาการในกลุ่มนี้ให้ความสนใจคั่นคว้าจึงเป็นประเด็นที่ว่าสื่อมวลชนมีบทบาท และวิธีการทำงานอย่างไรในการให้คำนิยามบทบาททางเพศ (Gender Definition) การสร้างอัตลักษณ์ของหญิง-ชาย (Gender Identity) หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าการพัฒนาและการแปรเปลี่ยน “ความเป็นหญิงความเป็นชาย” มีการดำเนินการผ่านกระบวนการทำงานของสื่อได้อย่างไร

การนำเสนอของสื่อที่ยังคงไว้ซึ่งลักษณะในรูปแบบที่เคยเป็นมานั้นมีการถ่ายทอด โดยถือเป็นวัฒนธรรมในการผลิต หรือว่าสื่อได้พยายามทำลายที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ประเด็นดังกล่าวสามารถทำให้มองเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีทั้งอำนาจในการครอบงำและปลดปล่อยในเวลาเดียวกันโดยเฉพาะอุดมการณ์ที่ปรากฏในเนื้อหาของสื่อมวลชน



## ทฤษฎีวิพากษ์

คำว่า “ทฤษฎีวิพากษ์” (Critical Theories) เป็นชื่อของสำนักคิดทางวิชาการสำนักหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน ทฤษฎีวิพากษ์ นั้นเป็นแนวการศึกษาที่ถูกนำไปใช้ในสาขาวิชาต่างๆ สำหรับแนวคิดของทฤษฎีวิพากษ์ที่จะกล่าวถึงต่อไปจะจำกัดวงอยู่แต่แนวคิดและนักคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับสาขานิเทศศาสตร์

ขอบเขตของทฤษฎีวิพากษ์ หากกล่าวถึงสถานภาพโดยทั่วไปของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ ต้นกำเนิดนั้นเริ่มต้นมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 ซึ่งรู้จักกันในนามของทฤษฎี Marxist หรือทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) รวมทั้งได้ผ่านการทดสอบโดยการนำมาใช้ในภาคปฏิบัติการที่เป็นและมีขอบในการวิพากษ์วิจารณ์ ดังนั้นจากทฤษฎีที่ K. Marx ได้เริ่มต้นวางพื้นฐานเอาไว้จึงแตกกิ่งก้านสาขาออกเป็นอีกหลายทฤษฎีย่อย ๆ

D. McQuail (1987) ได้แบ่งทฤษฎีวิพากษ์ออกเป็น 3 รุ่น คือ

รุ่นแรก – ทฤษฎีมาร์กซ์ฉบับคลาสสิก

รุ่นสอง – ประกอบด้วย 3 ทฤษฎี คือ Political – Economic Media Theory, The Frankfurt School และ Hegemonic Theory of Media

รุ่นสาม – (Critical) Cultural Study

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีวิพากษ์ในรุ่นที่ สาม คือ วัฒนธรรมศึกษา (Cultural Study) โดยจะให้ความสนใจกับวิธีการและรูปแบบที่ประชาชนกลุ่มต่างๆ เข้ามาใช้สื่อมวลชนในฐานะเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

### เจตนารมณ์ร่วมของสำนักทฤษฎีวิพากษ์

ในกรณีของการศึกษาระบบการสื่อสารตามแนวทางของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ คำถามในมิติเชิงจริยธรรม (Ethical Aspect) ของกระบวนการ และระบบการสื่อสาร จึงจะถูกตั้งขึ้นมา เช่น สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เป็นกลไกสร้างความยุติธรรมในสังคมหรือกลับช่วยเพิ่มขยายความยุติธรรมให้มากขึ้น เป็นต้น

- (i) ในการศึกษาวิจัยค้นหาความจริงนั้น นักวิชาการของสำนักทฤษฎีวิพากษ์จะให้ความสนใจกับหลักปรัชญา แนวคิด และระบบคุณค่าที่อยู่เบื้องหลังดังนั้นก็จึงต้อง
- (ii) มีการวิเคราะห์ระบบคุณค่า (Set of Values) ของสิ่งที่กำลังศึกษาอยู่ ต้องวินิจฉัยเชิงคุณค่า (Value judgement) ว่าเห็นด้วยหรือไม่

- (iii) เป้าหมายหลักของสำนักคิดคือ การปฏิรูประบบคุณค่า เพื่อให้คุณค่าที่สำคัญมีฐานะเป็นหลักในวงการณ์นั้นๆ
- (iv) วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าวิจัยของสำนักนี้ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อการนำไปใช้แก้ไขปัญหาที่เป็นจริงด้วย
- (v) คู่ทางในการแก้ไขปัญหาของสำนักนี้ จะนำเสนอวิธีการแก้ไขแบบส่วนรวม (collective) มิใช่ทางออกของแต่ละบุคคล (Individual) (กาญจนา แก้วเทพ, 2541:9)

ผู้วิจัยจะนำมาพิจารณาเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์หาคำตอบของข้อสงสัยในเรื่องของบทบาทหญิงชายที่ปรากฏในรายการสาริตการทำอาหาร

#### รากฐานของวิธีการแบบสำนักทฤษฎีวิพากษ์

เพื่อให้การมองภาพของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ได้ชัดเจนขึ้น E.M. Rogers (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ) ได้ทำข้อสรุปเอาไว้ในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

ปรัชญาแบบ Negative ของทฤษฎีวิพากษ์ไม่เชื่อว่าความเป็นจริงเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดให้มาแล้ว หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา ดังนั้นจึงต้องตั้งคำถามกับปรากฏการณ์ทางสังคมว่า “สิ่งที่เป็นอยู่นั้นเป็นมาได้อย่างไร คลี่คลายมาได้อย่างไร ด้วยกลไกและกระบวนการอะไร” กล่าวคือเป็นการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์รากเหง้าความเป็นมาของปรากฏการณ์ทางสังคม (Social Context of Emergence)

แนวทางการวิเคราะห์แบบองค์รวม (Holistic) พิจารณาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยต่างๆ อยู่เสมอ กล่าวเฉพาะในกรณีของกระบวนการหนึ่งของระบบการสื่อสาร ทฤษฎีวิพากษ์มีแนวคิดพื้นฐานว่าระบบดังกล่าวไม่เคยเกิดขึ้นอย่างตัดขาดจากบริบททางสังคมเลย ไม่ว่าจะเป็นมิติเศรษฐกิจ การเมืองสังคม หรือวัฒนธรรม ดังนั้นการวิเคราะห์การสื่อสารจะเป็นไปไม่ได้เลยหากปราศจากทฤษฎีสังคม และการวิเคราะห์การสื่อสารจะต้อง “กว้างขวาง” กว่าตัวการสื่อสารอยู่เสมอ หรือกล่าวด้วยภาษาของการสื่อสารก็หมายความว่า ในขณะที่ทำการวิเคราะห์ Text นั้นจะต้องให้ความสนใจกับ Context และความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและระหว่างทั้งสองอยู่ตลอดเวลา

ทฤษฎีวิพากษ์มีความเห็นว่าการศึกษาแต่ตัวการสื่อสารอย่างเดียวโดดๆ โดยละเลยบริบททางสังคมของการสื่อสารให้ผลเสียทั้งในระดับวิชาการและระดับปฏิบัติ ในเชิงคุณค่าทาง

วิชาการ ภาพที่ได้จากการวิเคราะห์แบบแยกส่วนจะเป็นภาพที่บิดเบี้ยวไปจากความเป็นจริงและในระดับการนำไปปฏิบัติ

การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสังคม มีความแตกต่างหลัก ๆ 3 ประการ คือ

(1) เห็นว่าสังคมนั้นประกอบขึ้นด้วยคนกลุ่มต่าง ๆ ชนชั้นต่างๆ ที่ล้วนมีความขัดแย้ง (Conflict & Contradiction) เป็นด้านหลัก ดังนั้นคนแต่ละกลุ่มก็จะพยายามใช้กลไกทุกอย่างของสังคม รวมทั้งสื่อมวลชนเพื่อจัดการกับความขัดแย้งดังกล่าวเพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์แก่กลุ่มหรือชนชั้นของตนให้มากที่สุด

(2) ทฤษฎีวิพากษ์มองเห็นว่า ลำพังตัวสื่อมวลชนเองไม่สามารถจะมีอิสระเสรีภาพในการทำงานได้มากมายนัก ทั้งนี้เพราะสื่อต้องการทำงานอยู่ภายใต้กรอบและแรงผลักดันจากกลุ่มพลังต่างๆ ในสังคมด้วยเหตุผลนี้แนวคิดเรื่องพลังอำนาจของสื่อจึงเป็นเพียงภาพลวงตา

(3) จะพิจารณาฐานะของสื่อมวลชนในแง่กลไกทางสังคมชนิดหนึ่ง และจากบทสรุปของปรมาจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง คือ K. Marx ที่กล่าวว่า " ชนชั้นใดมีอำนาจในการครอบครองปัจจัยในการผลิตวัตถุ ก็ย่อมมีอำนาจในการควบคุมปัจจัยในการผลิตความคิดของสังคม จึงมักจะตกเป็นเครื่องมือให้กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มเจ้าของทุนหรือกลุ่มที่ได้เปรียบมีอภิสิทธิ์ และมีอำนาจในสังคม นำเอาไปใช้จัดการกับคนกลุ่มอื่นๆ มากกว่า ภาพลักษณ์ของสื่อมวลชนจึงมักจะออกมาเป็น "ผู้ช่วยผู้ร้าย" หรือมีฉะนั้น " ก็เป็นผู้ร้ายไปเสียแล้ว

จากหลักปรัชญาและความเชื่อพื้นฐานทำให้แต่ละสำนักจะทำงานอยู่รอบๆ ขูดของคำสำคัญ ขูดหนึ่ง เช่นคำที่ว่า " ใครเป็นผู้ควบคุมสื่อ" ความขัดแย้งในระบบสื่อ การใช้สื่อเพื่อการครอบงำ ความไม่ยุติธรรมของระบบสื่อ การต่อสู้ระหว่างชนชั้นต่าง ๆ ในการใช้สื่อ ฯลฯ

#### แนวคิดของสำนัก Birmingham

สำนัก Birmingham เป็นกลุ่มย่อยกลุ่มหนึ่งในทฤษฎีวิพากษ์ การก่อตัวและพัฒนาการในช่วงทศวรรษ 1960-1970 กลุ่ม Neo-Marxist กลุ่มใหม่ล่าสุดได้รวมตัวเกาะกลุ่มขึ้น โดยก่อตั้งเป็นศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัยที่มหาวิทยาลัย Birmingham (Centre for Contemporary Cultural Studies) ทำการศึกษาวิจัยปัญหาด้านวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นหลัก โดยได้ใช้แนวทางทฤษฎีวิพากษ์จากนักวิชาการรุ่นบรรพบุรุษ เช่น Antonio Gramsci, Williams ที่เป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มวัฒนธรรมเป็นแนวทาง พร้อมกับได้ประยุกต์เอาวิธีการศึกษาของแนวทางอื่นๆ เข้ามา

ผสมผสานด้วย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการพัฒนาทฤษฎีวิพากษ์ออกไปอีกก้าวหนึ่งที่เรียกว่าเป็น Critical Cultural Studies ซึ่งเน้นการวิเคราะห์ในระดับมหภาค ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างสังคม ชนชั้น

แนวทางการศึกษาของกลุ่มยังคงเน้นเรื่องการครอบงำทางอุดมการณ์โดยเฉพาะ อุดมการณ์ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน โดยใช้มุมมองในการศึกษา 2 ทิศทาง คือจากมุมมองของการครอบงำว่าได้ใช้กลวิธีและกลยุทธ์อย่างไรในการผนวกเอาผู้คนกลุ่มต่างๆ เข้ามาอยู่ภายใต้การครอบงำอันเดียวกัน อีกทิศทางหนึ่งก็ต้องพิจารณาดูว่าคนกลุ่มต่างๆ เหล่านั้นได้คัดค้านต่อการครอบงำดังกล่าวอย่างไร

ต่อแนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรม” สำนักนี้เห็นว่าไม่จำเป็นจะต้องศึกษาแต่ตัวผลผลิตทางวัฒนธรรม เช่นตัววัตถุสิ่งของหรืออากัปกริยาความประพฤติ หรือธรรมเนียมปฏิบัติเท่านั้น หากแต่ควรให้ความสนใจกับ “กระบวนการทางวัฒนธรรม” ซึ่งหมายถึงสิ่งอันเป็นปกติธรรมดาที่เราทำกันอยู่เป็นปกติวิสัย

S. Hall นิยาม วัฒนธรรมนั้นเป็นวิถีทาง (Means) และเป็นทั้งระบบคุณค่า (Value system) ที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในกลุ่มต่างๆ เพื่อจะใช้จัดการกับการดำรงอยู่ของพวกเขา

ดังนั้นวัตถุติบในการศึกษาจึงเป็นวัฒนธรรมที่กำลังมีชีวิตอยู่ (lived culture) ตั้งแต่เรื่องสื่อมวลชนเรื่อยไปจนกระทั่งรวมถึงเรื่องต่างๆ เช่น สนใจการวิเคราะห์การใช้สื่อของสตรี เรื่องเพลง ฯลฯ เป้าหมายร่วมของสำนักคือ ต้องการทำความเข้าใจว่าในระบบใหญ่นั้นสังคมทำงานอยู่ได้อย่างไร ในระดับย่อยลงมา คือสถาบันต่างๆ ทำงานอยู่ได้อย่างไร และในระดับที่เล็กที่สุดคือในระดับปัจเจกบุคคลนั้น ชีวิตประจำวันของบุคคลถูก “สร้าง (construct) ขึ้นมาได้อย่างไร เช่น ชีวิตคนแต่ละเพศ แต่ละวัย แต่ละฐานะ จะถูกกำหนดว่าในช่วงเวลาใดจะต้องอยู่ที่ไหนกับใคร ต้องทำกิจกรรมอะไร มีเป้าหมายอย่างไร ได้ผลอะไร เป็นต้น ทั้งนี้โดยอาศัยแนวคิด ของ R.Williams ที่ให้ความสนใจกับการต่อสู้ทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันมาเป็นกรอบแนวคิด

ในการวิเคราะห์สื่อมวลชนก็เช่นเดียวกันที่จะต้องใช้นำหลักการเดียวกันในส่วนของการวิเคราะห์ฝ่ายผู้ส่งสารในฐานะที่สื่อมวลชนก็เป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

เมื่อกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่าสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างสำคัญในการก่อรูปทางวัฒนธรรม มีบทบาทในการกล่อมเกลாதัดสนะและเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ผู้คนจะใช้ในการเรียนรู้สังคม รวมทั้งใช้เป็นแนวทางผ่านเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของสังคมแล้วนั้น ผลที่เกิดตามมาคือสื่อมวลชนมีสถานะที่กลายเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรม และการที่สื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารให้ความรู้ และรวมถึงเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลง

สังคมด้วยแล้ว ยิ่งทำให้มองเห็นภาพของพลังและอำนาจของสื่อที่จะสามารถครอบงำ ปลุกฝังความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและอุดมการณ์ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

เนื่องจากกลุ่ม Cultural Feminism เป็นอีกกลุ่มหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ที่มองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรมที่ถือได้ว่าสามารถแทรกผ่านเข้าไปอยู่ได้ในโลกแห่งความเป็นจริงที่มีสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรม

### แนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองสตรีนิยม

#### คำจำกัดความแนวคิดสตรีนิยม (Feminism)

แนวคิดสตรีนิยมเป็นแนวคิดร่วมสมัยในปัจจุบันซึ่งเกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แนวคิดสตรีนิยมเจริญเฟื่องฟูมากในช่วงปี พ.ศ. 2503-2513 (ทศวรรษที่ 60-70) ซึ่งเป็นยุคที่บรรยากาศทางการเมืองในสังคมตะวันตกหรือแม้แต่สังคมไทยก็ตกอยู่ในภาวะตึงเครียดจากสงครามเวียดนาม เกิดการเรียกร้องสิทธิสตรีในเยอรมันซึ่งเป็นผลมาจากการแบ่งแยกงานโดยใช้ "เพศ" เป็นเกณฑ์ในกลุ่มนักศึกษาชาย-หญิงของเยอรมัน

ในปี พ.ศ. 2513 (คริสต์ศักราช 1970) เป็นปีที่ขบวนการเพื่อสิทธิสตรีในฝรั่งเศสมีการเรียกร้องของสตรีเรื่องการทำให้เท่าเทียม ส่วนอิทธิพลของสงครามเวียดนามที่มีผลต่อสังคมไทย คือ การที่นักเขียนสตรีสะท้อนภาพปัญหาลูกเมียเช่าของทหารจี.ไอ. แต่กำเนิดแนวคิดสิทธิสตรีในสังคมไทยนั้นมากจาก นักต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีในด้านกฎหมายได้ยึดถือกรณีของอำแดงเหมือนและอำแดงจัน เป็นประวัติศาสตร์ของการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีไทยครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 4

คำจำกัดความคำว่า แนวคิดสตรีนิยมหรือที่รู้จักและเรียกกันอย่างคุ้นเคยในภาษาอังกฤษว่า "แนวคิดเฟมินิสม์" (Feminist/Feminism) หมายถึงการเรียกร้องต่อสู้เพื่อสิทธิและเสรีภาพที่เท่าเทียมกันระหว่างเพศหญิงกับเพศชายซึ่งเพศที่ถูกลดขี่มักจะเป็นเพศหญิง ดังนั้นเพศหญิงจึงเป็นเพศที่ต้องเรียกร้องความเสมอภาค ดังทัศนะของ ซีมอน เดอ โบวัวร์ (Simone Lucie Ernestine Marie Bertrand De Beauvoir) นักสตรีนิยมชาวฝรั่งเศส ที่เชื่อว่า "ความเป็นหญิงไม่ได้ถูกกำหนดจากความแตกต่างทางสรีระหรือถูกกำหนด จากฮอร์โมนหรือบรรจุอยู่ในช่องใดหรือช่องหนึ่งของสมองของสตรี" (จิรติ ดิงศภิทัย, "ผู้หญิง แรงงานและชีวิตครอบครัว, เศรษฐศาสตร์การเมือง 1 2524:17) หากแต่ถูกกำหนดจากสภาพสังคม วัฒนธรรม ประเพณีนั่นเอง

แนวคิดสตรีนิยมเน้นเรื่องอัตวิสัยของการเป็นเพศหญิงซึ่งวิเคราะห์ได้จากสภาพของสตรีในวรรณกรรมหรืออัตวิสัยของนักเขียนเอง การเขียนเรื่องเกี่ยวกับปัญหาในชีวิตของสตรีอาจ

ต้องวิเคราะห์สภาพสังคมร่วมด้วย ดังทัศนะของ กาญจนา แก้วเทพ นักสตรีนิยมคนสำคัญของไทย กล่าวว่

ขบวนการเพื่อสิทธิสตรีต้องให้ความสนใจเรื่อง  
การสร้างอัตวิสัยทางเพศของสตรีที่ปรากฏในมิติต่างๆ  
การที่ขบวนการสิทธิสตรีจะช่วยให้สตรีค้นหา  
“ความเป็นตัวตน” อย่างแท้จริงนั้น ต้องไม่ลืมว่า  
ตัวตนของสตรีจะเป็นอย่างไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ  
สังคมแต่ละสังคมด้วย สตรีจำเป็นต้องให้ความสนใจ  
กับประสบการณ์ชีวิตที่เป็นจริงของสตรีในสังคม  
เพราะสิ่งนั้นคือแหล่งพลังสำคัญที่จะสร้างสรรค์การต่อสู้  
ทางการเมืองในชีวิตประจำวันของขบวนการเพื่อสตรีนั่นเอง

(กาญจนา แก้วเทพ, 2541:155)

“ทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงสตรีนิยม” เป็นทฤษฎีลูกผสม (Hybrid) ระหว่างทฤษฎีทาง  
นิเทศศาสตร์และทฤษฎีด้านสตรีนิยม ดังนั้นแนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีนั้นสามารถใช้มุมมองของนัก  
นิเทศศาสตร์ หรือนักสตรีนิยมก็ได้ (กาญจนา แก้วเทพ 2540) แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนด  
วัตถุประสงค์ให้วิเคราะห์โดยใช้แนวคิดเรื่องบทบาทหญิง-ชาย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงนำแนวคิด  
เรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองของนักสตรีนิยมเป็นหลักอันมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางนี้ประกอบไปด้วยกลุ่มปลีกย่อยอีกหลายกลุ่ม แต่ไม่ว่าจะแตกแยกออกไป  
อย่างไรก็ตาม หลักการความเชื่อขั้นพื้นฐานที่สุดของกลุ่มทฤษฎีนี้มักจะมีองค์ประกอบเหล่านี้คือ  
พิจารณาว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิงและชายนั้น ยังมีลักษณะของความไม่เท่าเทียมกันมา  
ตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างแต่เนื้อหาของความไม่  
เท่าเทียมกันนั้นยังมีอยู่เช่นเดิม

แต่นักทฤษฎีกลุ่มนี้มีความเชื่อมั่นว่าความสัมพันธ์ที่เสมอภาคระหว่างหญิงกับชายนั้น  
เป็นสิ่งที่เป็นไปได้จริง และจะพยายามดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้บรรลุซึ่งความสัมพันธ์อันไม่เท่า  
เทียมกันที่ได้ฝังรากลึกมาเป็นเวลายาวนานจึงเกิดความเชื่อที่แข็งตัว เป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่  
คุ้นเคยและฝังขัดต่อการเปลี่ยนแปลง

วิธีการศึกษาโดยยึดเอาพัฒนาการของทฤษฎีนิเทศศาสตร์เป็นตัวตั้ง ชูเน้น (Zoonen, 1991) อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540:11) ได้จำแนกกลุ่มผู้สนใจศึกษาประเด็นเรื่อง สื่อมวลชนกับบทบาทหญิงชายออกไปตามจุดยืนของกลุ่มสตรีนิยมแต่ละกลุ่มคือ

ตารางที่ 1

กลุ่ม	ความคิดเห็น
Liberal Feminism	สังคมกำลังเปลี่ยนแปลงไปแต่บทบาทของสตรียังถูกหยุดยั้งให้อยู่กับที่ ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาสตรีให้ก้าวหน้าตามไป
Radical Feminism	ระบบสังคมที่มีอยู่เป็นระบบถืออำนาจชายเป็นใหญ่ Patriarchal Society ความเป็นมนุษย์ผู้หญิงจะถูกกำหนดให้มีฐานะต่ำต้อย
Marxist Feminism	ระบบสังคมที่เป็นอยู่เป็นระบบทุนนิยมที่มีชนชั้น ระบบนี้สภาพของชนชั้นสตรีจะถูกเอาเปรียบ จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงสังคมให้ปราศจากชนชั้น
Cultural Feminism	ลักษณะทางอุดมการณ์ของความเป็นหญิงชาย ถูกวัฒนธรรมของสังคมเป็นตัวกำหนดและเห็นว่าทิศทางของการเปลี่ยนแปลงต้องมุ่งไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับวัฒนธรรม

1. กลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยม (Liberal Feminism) จะสนใจประเด็นเรื่องภาพสะท้อนของสตรีที่มีลักษณะเฉพาะตายตัวและกระบวนการที่ภาพดังกล่าวจะทำหน้าที่บ่มเพาะผู้หญิงในรุ่นต่อไป

2. กลุ่มสตรีนิยมแนวก้าวหน้า (Radical Feminism) กลุ่มนี้จะสนใจเรื่องความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างหญิงกับชายเป็นสำคัญ

3. กลุ่มสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์ (Marxist Feminism) กลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดของกลุ่มมาร์กซิสต์ ซึ่งมุ่งเน้นการวิเคราะห์สังคมที่มีชนชั้นเป็นหลัก โดยได้เพิ่มเติมว่า การเอาไรต์เอาเปรียบทางเพศนั้นเป็นรูปแบบย่อยอีกรูปแบบหนึ่งที่ประสานไปกับการเอาเปรียบทางชนชั้นเช่นเดียวกับเรื่องชนชั้นหรือเชื้อชาติ

4. กลุ่มสตรีนิยมแนววัฒนธรรม (Cultural Feminism) เป็นปีกหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา และถือว่าการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้นหากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม โดยเฉพาะในยุคที่เรากำลังมีชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง

จากแนวทางของแต่ละกลุ่มจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและประเด็นปัญหาที่จะใช้ศึกษาเรื่องสื่อกับบทบาทหญิง-ชาย และแม้ว่าแต่ละกลุ่มจะมีหลักการพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัญหาเรื่องเพศแตกต่างกัน แต่ทุกกลุ่มก็จะมีทัศนะที่เป็นจุดร่วมกันอยู่ 2 ประการคือ

ทุกกลุ่มจะใช้เกณฑ์เรื่อง "บทบาทหญิง-ชาย" ซึ่งมีฐานะเป็นเครื่องมือที่วางโครงสร้างการวิเคราะห์ของโลกเป็นจริง (เช่น การแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเกณฑ์) และโลกแห่งสัญลักษณ์ (เช่น ผลงานทั้งหมดของสื่อมวลชน)

ทุกกลุ่มจะถือว่า "บทบาทหญิง-ชาย" เป็นปัจจัยกำหนดตัวหนึ่ง (Defining Factor) ที่ทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม ภูมิภาค ระดับการศึกษา ชนชั้น ศาสนา ฯลฯ

จากจุดร่วมทั้ง 2 ประการนี้ ชูนน (Zoonen) ได้เริ่มต้นวิธีการทำงานด้วยการนำเสนอว่า นักสตรีนิยมจะเริ่มต้นวิพากษ์วิจารณ์สถาบันสื่อมวลชนในประเด็นอะไรบ้าง ในการนี้ชูนน ได้หยิบยืมเอาวิธีการที่ เอส ฮาร์ดิง (S. Harding, 1987 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กันยายน 2540) เคยใช้ในการวิจารณ์แวดวงวิทยาศาสตร์ โดยตั้งประเด็นคำถามต่อสถาบันสื่อมวลชนดังนี้ คือ

ในโลกแห่งความเป็นจริง จำนวนของผู้หญิงในวงการสื่อสารมวลชน ทั้งที่อยู่วงวิชาชีพและในวงวิชาการมีจำนวนเท่าไร (เมื่อเทียบกับผู้ชาย) ตำแหน่งและฐานะ รายได้ โอกาสในความก้าวหน้าของผู้หญิงในโครงสร้างวิชาชีพนั้นเป็นอย่างไรบ้าง

กล่าวแต่เฉพาะในแวดวงวิชาการ ทัศนะของนักวิชาการด้านสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารสตรีนั้นเป็นอย่างไร มีการใช้อคติทางเพศ (Sexist Use) เข้ามาใช้ในการวิจัยวิชาการของตนหรือไม่ ชูนนยกตัวอย่างว่า แคตส์ และ ลาซาร์เฟลด์ (Katz & Lazarsfeld) ที่ศึกษาเรื่อง Two Step Flow Information ในปี 1955 มีความตั้งใจหรือไม่อย่างไรที่เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิงทั้งหมด



บรรดาใจความ (Themes) ทฤษฎี และวิธีวิทยาที่ใช้ศึกษานั้นมีความสนใจปัญหาของผู้หญิงหรือไม่ (Women's Problem) ประสพการณ์แบบผู้หญิงถูกผนวกเข้ามาในเนื้อหาของสื่อมวลชนหรือไม่ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีข่าวการเปลี่ยนแปลงกฎหมายทำแท้ง ได้เคยมีการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เคยทำแท้งหรือไม่

ในแง่ญาณวิทยา (Epistemology) อันหมายถึงหลักปรัชญาว่าด้วยวิธีการที่คนเราจะได้รับความรู้มา (How to Know) แวดวงวิชาการมักจะทำเอาหลักเรื่องความเป็นภววิสัย (Objectivity) การปราศจากค่านิยม (Value-Free) และหลักความเป็นกลาง (Neutrality) เป็นมาตรฐานในทางวิชาการ และมองเห็นว่าคุณสมบัติดังกล่าวตรงกันข้ามกับวิธีการแสวงหาความรู้ของผู้หญิงที่มักมีอัตวิสัย มีอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง

เมื่อประยุกต์ใช้แนวคิดแบบยุคหลังสมัยใหม่ (Post-Modernism) มาอธิบายประเด็นเรื่อง "ความเป็นหญิง-เป็นชาย" ก็จะอธิบายได้ว่าลักษณะดังกล่าวมิได้เป็นมาโดยธรรมชาติหากแต่ถูกสังคม-วัฒนธรรมในแต่ละแห่งสร้างขึ้น (Socially Constructed) ในการนี้สื่อมวลชนเป็นกลไกตัวสำคัญตัวหนึ่งในการสร้างความเป็นจริงที่เกี่ยวกับความเป็นหญิงขึ้นมา (Social Construction of Reality) เช่นเป็นผู้หญิงต้องแต่งงาน เป็นผู้หญิงต้องไม่ก้าวร้าว เป็นต้น

จากข้อวิจารณ์ที่กล่าวมานี้เป็นขบวนการสตรีนิยม ในปัจจุบันจึงมองเห็นความจำเป็นของภารกิจในการสร้างความเสมอภาคระหว่างเพศที่จำเป็นต้องดำเนินการไป 2 ด้านไปพร้อมๆ กัน (Zoonen 1991, อ้างถึงในเรื่องเดียวกัน) คือ การสร้างสรรคสิทธิและโอกาสที่เท่าเทียมกัน (Equal Right Opportunity) ในโลกแห่งความเป็นจริง

การทบทวนเพื่อสร้างค่านิยมใหม่ของ "ความเป็นหญิง-ชาย" ในโลกแห่งสัญญาอันเป็นมิติที่มีสื่อมวลชนมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก ชู้นั้นได้นำเสนอต่อไปว่า ได้มีนักวิชาการของแต่ละกลุ่มสตรีนิยมข้างต้น เข้ามาจับประเด็นเรื่องสื่อมวลชน และให้ความสนใจเน้นหนักในประเด็นที่แตกต่างกัน แต่สำหรับการวิเคราะห์บทบาทหญิง-ชาย ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งแนวคิดและการศึกษาตามกลุ่ม Cultural Feminism อันมีสาระสำคัญ ดังนี้

กลุ่ม Cultural Feminism (Zoonen, 1991) (อ้างใน กาญจนนา แก้วเทพ 2540) ตั้งข้อสังเกตว่าหนังสือด้านสตรีนิยมในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเริ่มมองเห็นความสำคัญของการศึกษาเรื่องบทบาทหญิง-ชายในแง่ของวัฒนธรรม เพราะมองเห็นว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นที่อยู่ของ "ระบบความเชื่อ" ร่วมกันทั้งสังคม ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวในระดับใด ณ จุดใดก็ตาม หากระบบความเชื่อมิได้เปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงที่รากฐานก็มักยังไม่ได้บังเกิดขึ้น (ตัวอย่างเช่น กรณีที่นักเรียนชั้นเตรียมอุดมศึกษาไปบนบานศาลกล่าวเพื่อสอบเอ็นทรานซ์นั้นก็

แสดงว่าแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องปริมาณการศึกษา แต่รากฐานความเชื่อของผู้มีการศึกษาสูงและต่ำก็ได้แตกต่างกัน เป็นต้น) โดยเฉพาะในเรื่อง “เพศ” แล้วถือได้ว่าระบบความเชื่อเป็นแกนกลางแห่งการก่อตั้งบรรดาอคติต่างๆรวมทั้งวิธีประพฤติต่อกันระหว่างหญิง-ชายในแต่ละสังคม

กลุ่ม Cultural Feminism เริ่มต้นด้วยการขยายคำนิยามของคำว่า “วัฒนธรรม” ออกมาให้กว้างขวางมากขึ้น ว่า “วัฒนธรรม” นั้นนอกจากจะหมายถึงความถึงวิถีแห่งการใช้ชีวิต (Way of Life) แล้ว วัฒนธรรมยังหมายถึงเงื่อนไขและรูปแบบที่ความหมายและคุณค่าต่างๆ ถูกจัดระบบในสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้ง่ายที่สุดก็คือ การรักษาประเพณีและความกตัญญูก็จะถูกจัดระดับให้อยู่ในจุดสุดยอดของระบบคุณค่าของผู้หญิงในขณะที่อาจจะไม่ปรากฏเลยในระบบคุณค่าของผู้ชาย เป็นต้น

เมื่อนำคำนิยามดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับเรื่องสื่อมวลชนก็มีข้อน่าสังเกตว่าบรรดารายการต่างๆ ที่ผู้หญิงชอบดูชอบเปิดรับในสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ เกมโชว์ ฯลฯ มักเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยทั้งสิ้น เพราะเป็นรายการที่ให้แต่ความสนุกสนานอย่างไร้สาระ สร้างแต่ความเพ้อฝันไปวันๆ

ปัจจุบันนี้ กลุ่มสตรีนิยมเริ่มตั้งคำถามว่าบรรดารายการเหล่านี้มีคุณค่าต่ำลงไปเลย ทั้งนี้เพราะเป็นที่น่าสังเกตว่า “เพศ” มักจะเป็นตัวกำหนดการให้คุณค่าแก่กิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม เช่นงานทำครัวที่ผู้หญิงทำอยู่ประจำภายในบ้าน จะถูกถือว่าไม่มีคุณค่าแต่เมื่อผู้ชายที่ทำหน้าที่เป็น “พ่อครัวใหญ่” (Chef) นำเอางานครัวไปทำตามโรงแรมต่าง ๆ งานประเภทนั้นก็กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าขึ้นมาทันที เป็นต้น

เนื่องจากกลุ่ม Cultural Feminism นี้เป็นอีกหนึ่งในกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ดังนั้นจึงมีทัศนะหลายอย่างที่เป็นจุดร่วมกัน ดังเช่น ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อมวลชน ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาถือว่าเรื่องการสื่อสารมวลชนไม่ใช่เรื่องของการถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น หากแต่เป็นการสร้างระบบความหมายร่วมกันทั้งสังคม การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงพาหนะถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น หากแต่ตัวการสื่อสารนั้นเป็นตัวสร้างสรรค์วัฒนธรรมขึ้นมาเลย โดยเฉพาะในยุคสมัยปัจจุบันที่เรากำลังมีชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Mass-Mediated culture)

ประเด็นหัวข้อในการศึกษาเรื่อง “สื่อและบทบาททางเพศ” ของกลุ่ม “Cultural Feminism” จึงมีบทบาทกว้างขวางกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างมาก เพราะกินอาณาบริเวณครอบคลุมไป

ถึงชีวิตทั้งผู้ผลิตและผู้รับสาร รวมทั้งระบบความหมาย ระบบคุณค่าและระบบความเชื่อต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น

กลุ่ม Culture Feminism จะสนใจประเด็นคำถามที่ว่า ความเป็นหญิง (Femininity) การใช้เวลาว่าง (Leisure) และการบริโภคสื่อ (Consumption) 3 ตัวแปรนี้มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ทำไมผู้หญิงแม่บ้านจึงต้องบริโภคสื่อที่ช่วยพาผู้หญิงออกไปในโลกกว้างเพื่อให้รู้เท่าทันแต่ก็มีความปลอดภัยไปพร้อมๆกัน (เช่นนั่งดูละครโทรทัศน์ที่พาไปเที่ยว หากในช่องที่นางเอกดาวพระศุกรีโตขึ้นมา โดยที่ชีวิตจริงไม่เคยเหยียบย่างเข้าไปสถานที่แบบนั้นเลย)

เพราะเหตุใดวัฒนธรรมในการใช้สื่อของผู้หญิงจึงจำกัดอยู่เพียงแค่โลกส่วนตัว (Private Sphere) และเป็นการใช้สื่อภายในบ้าน (Domestic Media) เช่นการไปดูภาพยนตร์ของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง (โดยทั่วไปผู้หญิงจะไปนั่งดูหนังคนเดียวไหม) ในขณะที่ผู้ชายมีธรรมเนียมหรือวัฒนธรรมในการออกไปดูกีฬามวยหรือการถ่ายทอดฟุตบอลนัดสำคัญๆ ร่วมกันตามร้านกาแฟ ผับหรือบาร์ ซึ่งเป็นโลกสาธารณะ (Public Sphere) ผู้หญิงมีการปฏิบัติเช่นนี้หรือไม่เป็นต้น

วัฒนธรรมที่ถูกปลุกฝังจนกลายเป็นค่านิยมในการกำหนดระหว่างความเป็นหญิง และความเป็นชายที่ถูกแบ่งแยกและถูกถ่ายทอด ถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม สื่อทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งก็สร้างวัฒนธรรมใหม่สอดแทรกเข้าไปอย่างลงตัวโดยสังคมไม่มองว่าเป็นภาพของความขัดแย้งแต่อย่างใด

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวรรณกรรม และผลงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของหญิง-ชาย ทางรายการโทรทัศน์ในงานวรรณกรรมแขนงต่าง ๆ ดังนี้

#### งานวิจัยของไทย

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่องอาชีพของสตรีที่ปรากฏในละครโทรทัศน์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงประเภทของอาชีพสตรี และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดประเภทอาชีพและลักษณะการนำเสนอด้วย ทั้งนี้ได้ใช้ละครโทรทัศน์จำนวน 10 เรื่องที่ออกอากาศช่วงหลังข่าว 20.00 น. ทางช่อง 3, 5, และ 7 ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนเมษายน 2532 และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเทปโทรทัศน์ที่อัดไว้ทุกตอน

ผลการศึกษาพบว่าตัวละครสตรีหลักของเรื่องส่วนใหญ่มีอาชีพบริการ ได้แก่ แม่บ้าน คนรับใช้ เลขานุการ นักประชาสัมพันธ์โรงแรม ส่วนตัวละครหญิงที่มีอาชีพระดับบริหารในตำแหน่งสูงก็ได้เป็นตัวสำคัญกับโครงเรื่อง และยังถูกนำเสนอในลักษณะที่ไม่พึงปรารถนาต่อผู้

ชม เมื่อเทียบกับตัวละครชายที่ล้วนมีอาชีพที่มีเกียรติ ได้แก่ แพทย์ เจ้าของเหมือง เจ้าของไร่  
ข้าราชการระดับสูง เป็นต้น

จึงสรุปได้ว่าการนำเสนอเรื่องอาชีพของตัวละครหญิงอยู่ในวงจำกัด (Limited) และเป็น  
แบบฉบับในการนำเสนอเรื่องอาชีพของตัวละครสตรีนั้นเป็นเพียงองค์ประกอบเล็ก ๆ ของตัวละคร  
และกลับเน้นเรื่องสถานภาพการแต่งงานหรือโสดมากกว่า จึงถือว่าความสำเร็จของตัวละครมา  
จากการได้แต่งงาน และฉากที่ปรากฏจะมีลักษณะเป็นฉากตัวแทน (Represented) มากกว่าฉาก  
เหมือนจริง (Presented) ส่วนในเรื่องปัจจัยที่ทำให้เกิดการนำเสนอเช่นนี้ก็คือ ผู้บริหารสถานี ผู้  
ผลิตรายการ ตลอดจนผู้อุปถัมภ์รายการ ต่างคำนึงถึงเรื่องของเรตติ้ง และปล่อยให้หลังทางการ  
ตลาดมาเป็นตัวกำหนดเรื่องของละคร

การศึกษาเรื่องอาชีพสตรีในละครโทรทัศน์ครั้งนี้ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับภาพบทบาท  
ของผู้หญิงและผู้ชาย บทบาทที่ได้รับจากสังคมในบริบทต่าง ๆ อย่างชัดเจนและหลากหลาย ดังนั้น  
การวิเคราะห์เรื่องบทบาทของหญิง-ชายในรายการสารคดีการทำอาหารทางโทรทัศน์ สามารถอาศัย  
รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดคุณสมบัติของบุคคลที่ปรากฏทาง  
โทรทัศน์ให้อยู่ในเกณฑ์ที่สร้างขึ้น

ศิริพร สะโครบานค และมันทนา อิทินันท์ชัย (2528) วิจัยภาพลักษณ์ของสตรีใน  
สื่อมวลชน พบว่า ในสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีหน้าสตรี (ไทยรัฐและเดลินิวส์) ข่าวสตรีที่ได้รับความ  
แรงทางเพศจะปรากฏเป็นข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุดส่วนในหน้าสตรีซึ่งมีสตรีเป็นบรรณาธิการจะนำ  
เสนอข่าวสตรีในเชิงบวก แต่เนื้อหาในคอลัมน์ที่เกี่ยวกับสตรีจะแสดงให้เห็นถึงบทบาทดั้งเดิมของ  
สตรี ไม่ว่าจะคุณค่าของความเป็นหญิง พรหมจารีหรือต้องเป็นหญิงที่มีความอดทน และคอย  
ปรนนิบัติสามี ถึงแม้ว่าสามีจะมีผู้หญิงอื่นและปฏิบัติตนไม่ดีก็ตาม ซึ่งนับเป็นอุปสรรคต่อความ  
ก้าวหน้าของสตรี และยังทำให้สตรีจำนวนมากคิดว่าตนเป็นเพศที่ด้อยกว่า

ชไมพร แก้วประไพ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหา  
เกี่ยวกับอาหารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงลักษณะแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและ  
พฤติกรรมในการเปิดรับและติดตามสื่อมวลชน ตลอดจนผลที่เกิดกับผู้รับสารที่เป็นแฟนของเนื้อหา  
เกี่ยวกับอาหารนี้พบว่าผู้รับสารที่มีลักษณะเป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารนั้นมีความแตกต่าง  
กันในด้านเพศ วัย การศึกษา อาชีพแต่ลักษณะนี้ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเป็นแฟนและการเป็นแฟน  
ของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารทำให้ผู้รับสารเกิดความผูกพันกับเนื้อหาประเภทนี้โดยจะแสวงหาและ  
เปิดรับเนื้อหาจากหลายช่องทางโดยจะมีทั้งผู้ที่มีการสื่อสารกลับไปยังสื่อและเป็นเพียงผู้รับสาร  
อย่างเดียวและนำความรู้ที่ได้จากการติดตามเนื้อหาจากสื่อมวลชนไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

นพรัตน์ วงศ์กลุฑ (2531) วิจัยบทบาทและสถานภาพสตรีในโฆษณาทางโทรทัศน์พบว่า สตรีในโฆษณาทางโทรทัศน์จะถูกจำกัดให้แสดงบทบาทของผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพมากที่สุด รองลงมาได้แก่บทบาทแม่บ้าน บทบาทผู้หญิงทำงานและบทบาทมารดาตามลำดับ จากภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่สวยแต่ไร้อาชีพซึ่งถูกนำเสนอมากที่สุดในนั้น สะท้อนให้เห็นถึงการเสนอค่านิยมและความเชื่อที่ไม่ถูกต้องให้กับสตรีว่า ความงามเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดในชีวิต และยังถือเป็นการลดคุณค่าและศักดิ์ศรีของสตรีด้วย

### งานวิจัยต่างประเทศ

การวิจัยของ เมเยอร์ และคณะ (Meyer et al) (1978) เรื่อง Women in July Fourth Cartoons: A 100 – Year Look ซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาเรื่องราวของผู้หญิงย้อนกลับไประยะเวลานานผ่านสื่อการ์ตูนทางหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรก โดยมุ่งค้นหาพัฒนาการของสตรีอเมริกันตลอดปี 100 ปีระหว่างปี 1861 –1976 และเพื่อทราบถึงทัศนคติของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อผู้หญิงตลอดช่วงเวลาดังกล่าว ในการทบทวนวรรณกรรมของ เมเยอร์ และคณะพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาบทบาทสถานภาพ และพฤติกรรมของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นั้นได้ผลออกมาใกล้เคียงกัน คือ

ถึงแม้ว่าลักษณะทางกายภาพของตัวละครสตรีจะใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริง แต่สิ่งที่อาจเรียกได้ว่าบิดเบือนไปก็คือ บทบาทของผู้หญิงในสังคม และสถานภาพบางอย่าง เช่น ภาพของสตรีในสื่อมวลชนมีเพียงอาชีพแม่บ้านเพียงอย่างเดียว หรือถ้าเป็นการทำงานนอกบ้านก็มีแต่อาชีพของเพศหญิง คือนางพยาบาล ครู เลขานุการ ฯลฯ ทั้งที่ในความเป็นจริงผู้หญิงก็ประกอบอาชีพอื่นอีก เช่น วิศวกร สถาปนิก นักวิทยาศาสตร์ ทนายความ ฯลฯ แต่สื่อมวลชนยังย้ำภาพพจน์ของผู้หญิงตามค่านิยมเดิม

ผลการวิจัยพบว่าโดยรวม ๆ แล้วการ์ตูนเสนอภาพผู้ชายเพศเดียวร้อยละ 65 แต่ผู้หญิงมีปรากฏเพียงร้อยละ 15 เท่านั้น และผู้หญิงที่ปรากฏในภาพการ์ตูนบ่อยครั้งที่สุดคือ เทพีสันติภาพ ส่วนในด้านลักษณะของผู้หญิงดูภาพรวมแล้วพบว่าเดิมผู้หญิงปรากฏเป็นรองผู้ชายอย่างมากในระยะแรก ๆ เช่น เป็นเพียงคนดูการจุดดอกไม้ไฟในงานฉลองวันชาติเท่านั้น แต่ในที่สุดสตรีก็เริ่มมีความสำคัญขึ้นในภายหลัง แต่กระนั้นก็ต้องพึ่งพาผู้ชายอยู่ดี

ภาพของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอมากที่สุดในการ์ตูนมีบุคลิกที่ชื่อตรงต่อกฎระเบียบ และนำขบขัน รองลงมาคือลักษณะที่เหมือนจริง และหลังจากปี 1950 ก็มีลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้น ส่วนเรื่องบทบาทที่นำเสนอ นั้นมักเป็นภาพของผู้หญิงที่แสดงกิจกรรมของแม่บ้าน และเป็นรองผู้ชาย นั้น

หมายถึงเป็นประเพณีนิยม (Tradition) มากที่สุด แต่ในช่วง 1940 – 1970 ภาพของผู้หญิงเปลี่ยนมาเป็นตรงข้ามอย่างชัดเจน คือเป็นพวกที่ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมนิยม (Non – Tradition) และตัวแทนความจริง (Representational) มากขึ้นอย่างชัดเจน รวมถึงเป็นภาพแทนความคิดหลัก เช่น สติเสรีภาพ

คณะผู้วิจัยกล่าวว่า การที่ภาพของผู้หญิงในการ์ตูนมีมากขึ้น บางคนให้เหตุผลว่าหนังสือพิมพ์จะต้องทำตามใจผู้อ่าน นั่นก็คือ ในยุคแรกผู้อ่านส่วนมากเป็นชาย ดังนั้นการเสนอภาพของผู้หญิงบ่อยครั้งจะทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกว่า หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ เป็นหนังสือของผู้หญิง แต่มองอีกมุมหนึ่งก็คือ บริบททางสังคมได้เกิดความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ของผู้หญิงหลายครั้ง ไม่ว่าจะเป็นการต่อสู้เพื่อสิทธิสตรี หรือการต่อสู้เพื่อเรียกร้องในปัญหาอื่น เช่นการต่อต้านสงคราม เหล่านี้ทำให้ภาพของผู้หญิงซึ่งเคยเป็นภาพในอุดมคติต้องเปลี่ยนไป

กี (Gaye) นักสังคมวิทยาในมหาวิทยาลัยแห่งรัฐนิวยอร์ก (State University of New York) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของสื่อที่มีต่อการกำหนดรูปแบบทางเพศ เขาได้เขียนเรื่อง "สัญลักษณ์ของสตรีเพศที่ถูกทำลายโดยสื่อมวลชน" (The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media) เขาได้ชี้ให้เห็นถึงวิธีการที่ผู้หญิงถูกลบเลือนไปโดยการกระทำของสื่ออย่างโทรทัศน์ซึ่งได้เข้ามาผูกพันกับผู้หญิงมาเป็นเวลานานแล้วก็แทบจะไม่ได้มองเห็นความสำคัญของผู้หญิงเลยหรือในนิตยสารก็เช่นกัน ผู้หญิงจะถูกกำหนดให้เป็นเพียงสิ่งมีชีวิตที่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้ชาย และแม้แต่ในข่าว ผู้หญิงจะต้องมีความอดทนมากที่สุด เขาได้สรุปว่า สัญลักษณ์ของสตรีเพศได้ถูกทำลายลงอย่างสิ้นเชิง จากสายตาของสาธารณชนด้วยการถูกมองข้ามและลดค่าและความสำคัญลงโดยสื่อโดยเฉพาะโทรทัศน์ซึ่งบิดเบือนภาพผู้หญิง โดยการเสนอภาพผู้หญิงที่ไม่มีความสามารถและต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้ชาย

มาร์เกตต์ (Marquez) แห่งมหาวิทยาลัยวิกอนซิน ได้ศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมกับเนื้อหาของสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยและฟิลิปปินส์" (A Comparative Analysis of Culture and the Cultural Content of Printed Media Advertising in the Philippines & Thailand) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวัน 2 ฉบับ กับนิตยสาร 2 ฉบับ ในประเทศไทยและฟิลิปปินส์ เพื่อพิจารณาถึงโครงสร้างทางวัฒนธรรม บทบาทของสตรีและบุรุษ รวมทั้งความคิดรวบยอด (Concept) ของคุณลักษณะของเพศชายและเพศหญิงในโฆษณา

จากการศึกษาพบว่า บทบาทของหญิงและชาย กับคุณลักษณะของเพศทั้งสองในโฆษณาของทั้งไทยและฟิลิปปินส์ ได้แสดงให้เห็นถึงการรับอิทธิพลจากทางตะวันตกอย่างเห็นได้

ชัด เขากล่าวว่าประเทศที่เทคโนโลยีไม่ได้พัฒนาอย่างทั้งสองประเทศนี้มักจะไม่ค่อยมีการแบ่งแยกระหว่างชนชั้นมากนัก โฆษณาที่ออกมาจึงได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทในการเป็นผู้นำครอบครัวของเพศชายและบทบาทของการเป็นแม่บ้านในเพศหญิง นอกจากนี้ ก็ยังได้ชี้ให้เห็นว่าผู้ชายเปรียบเสมือนพ่อค้าที่มีความแข็งแรง มีอำนาจเหนือผู้หญิง ในขณะที่ผู้หญิงจะเปรียบเสมือนสินค้าที่สามารถขายได้ มีความอ่อนโยน และอยู่ใต้อำนาจของผู้ชาย

บัสบี้ (Busby) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับบทบาททางเพศในสื่อมวลชน (Sex Role Research on the Mass Media) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาทางโทรทัศน์พบว่า

37.55% ของเนื้อหาได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้ชาย

33.9% แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงต้องขึ้นอยู่กับผู้ชาย

24.3% แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเป็นเพศที่เชื่อฟัง หัวอ่อน

16.7 % แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงเป็นเพียงวัตถุทางเพศ

17.1% แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงโง่

42.6% แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงต้องรับภาระในในบ้าน

อิสเบอร์ (Isber) และมูเรล (Muriel) ได้รับทุนอุดหนุนจาก Coporation for Public Broadcasting เขียนรายงานเกี่ยวกับภาระหน้าที่ของผู้หญิงในสื่อวิทยุและโทรทัศน์ (Report of the Task Force on Women in Public Broadcasting) โดยการศึกษาจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากรายการที่เผยแพร่ทาง Public broadcasting System พบว่า แม้อัตราส่วนของผู้หญิงจะปรากฏอยู่ในรายการของ Public TV มากกว่าโทรทัศน์เพื่อการค้า ทั้ง Public TV และโทรทัศน์เพื่อการค้าต่างก็เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงในลักษณะเดียวกัน ทั้งๆที่โครงสร้างและจุดมุ่งหมายของโทรทัศน์ทั้งสองประเภทจะต่างกัน เขาสรุปว่า โทรทัศน์เพื่อการค้าไม่ใช่ผู้รับผิดชอบเพียงฝ่ายเดียวสำหรับการทำลายสัญลักษณ์ของสตรีเพศ และการกำหนดรูปแบบของบทบาททางเพศ แต่เป็นเพราะโทรทัศน์ได้ยึดเอาค่านิยมทางสังคมมาเป็นเกณฑ์แม้เนื้อหาของรายการบางครั้งจะไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้า

จากการศึกษาถึงงานเขียนและงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศอาจสรุปได้ว่า บทบาทของผู้หญิงในสื่อมวลชนและประเภทต่าง ๆ นั้นยังคงแสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงและชายอย่างเห็นได้ชัด ผู้หญิงในสื่อมักมีลักษณะที่วนเวียนอยู่ในบทบาทของแม่บ้านที่ต้องรับภาระในบ้านและเลี้ยงลูก ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ ต้องอยู่ใต้อำนาจของผู้ชาย หรือถ้าเป็นภาพจากโฆษณา ผู้หญิงก็จะมีลักษณะที่เป็นเพียงสิ่งประดับของผู้ชายแม้โฆษณาสินค้าแทบทุกชนิดตั้งแต่ของใช้ในบ้านไปจนกระทั่งสินค้าสำหรับผู้ชาย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

##### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของหญิง-ชาย ในรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์ จากมุมมองสตรีนิยม เป็นงานวิจัยซึ่งศึกษาถึงบทบาทของหญิงชาย โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยตามเงื่อนไขดังนี้ คือ เป็นรายการสาริตการทำอาหารที่มีผู้ดำเนินรายการเป็นประจำ และตีความโดยอิงหลักการของทฤษฎีวิพากษ์และทฤษฎีสตรีนิยม ในภาพรวมจะใช้การวิเคราะห์ผลที่ได้ด้วยแนวคิดแบบ “ทฤษฎีวิพากษ์” (Critical Theory) ที่เกี่ยวข้องในกรณีของการศึกษาตามแนวทางของสำนักทฤษฎีวิพากษ์ โดยในงานวิจัยจะเป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการโดยใช้วิธีการศึกษาลักษณะเนื้อหาทั้งที่นำเสนออย่างชัดเจนและที่แอบแฝงในรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์

##### แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารประกอบด้วย ผังรายการทางหนังสือพิมพ์และทางโทรทัศน์ วารสาร วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลทางโทรทัศน์ ได้แก่รายการสาริตการทำอาหารที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ITV
3. ข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พิธีกร-ผู้สาริตทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องของบทบาทหญิงชายในรายการที่นำเสนอ

##### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

###### วิธีการเลือกรายการสาริตการทำอาหาร

เนื่องจากรายการสาริตการทำอาหารหลาย ๆ รายการ ผู้วิจัยได้ติดตามชมเป็นประจำ ส่วนรายการที่นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยทราบก็ได้ใช้แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ซึ่งได้แก่ผังรายการ



โทรทัศน์ทางหนังสือพิมพ์ หนังสือ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการอ่านไปที่ละรายการว่ามีรายการใดที่มีชื่อรายการสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับการสาธิตทำอาหาร จากนั้นก็จะใช้การจดบันทึกวัน เวลา และ สถานที่โทรทัศน์ จากนั้นผู้วิจัยก็จะติดตามชมรายการดังกล่าว

ในระหว่างการชมรายการผู้วิจัยก็จะวิเคราะห์ในรูปแบบของรายการดังกล่าวว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร ถูกต้องตามข้อกำหนดที่ได้ตั้งไว้หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การเลือกรายการดังต่อไปนี้ คือ

1. ต้องเป็นรายการที่นำเสนอถึงวิธีในการปรุงอาหารโดยจะต้องมีบุคคลที่ดำเนินรายการอยู่เป็นประจำในการสาธิตทำอาหารไม่ได้มีการผลิตเปลี่ยนหรือเชิญให้ใครเข้ามาทำหน้าที่ในการสาธิตทำอาหารของรายการ
2. ต้องเป็นรายการที่ไม่ได้มีการแข่งขันในเรื่องของการปรุงอาหาร รวมไปถึงรายการเกมส์ที่มีการใช้อาหารเป็นส่วนหนึ่ง
3. เป็นรายการที่มีช่วงหนึ่งของรายการเป็นช่วงที่มีการสาธิตการทำอาหารเป็นส่วนหนึ่งของรายการ โดยจะต้องมีเป็นประจำทุกสัปดาห์ ที่อยู่ในระหว่างการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

**วิธีการติดต่อขอสัมภาษณ์ พิธีกร ผู้สาธิตทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ และ ผู้อุปถัมภ์รายการ**

ในการชมรายการแต่ละครั้งผู้วิจัยจำเป็นต้องดูให้จบรายการเนื่องจากในตอนท้ายของรายการ จะมีข้อความขึ้นในท้ายรายการเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ ซึ่งเป็นบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยด้วยเช่นกัน โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการติดต่อดังนี้

1. ผู้วิจัยจด ชื่อผู้เป็นพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหาร และนำมาแยกว่าใครรับบทเป็นพิธีกรหรือผู้สาธิตทำอาหาร ชื่อผู้ผลิตรายการ และเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อขอเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้วิจัยได้จดรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการที่อยู่ในช่วงนำเสนอรายการ ต่อจากนั้นจะจดหมายเลขโทรศัพท์และสถานที่ที่สามารถติดต่อได้ จากสถานที่ที่ระบุไว้ในผลิตภัณฑ์ และทำการติดต่อขอสัมภาษณ์เป็นลำดับต่อไป

2. ผู้วิจัยได้ถูกร้องขอจาก กลุ่มเป้าหมายให้ส่งจดหมายจากทางมหาวิทยาลัย และ คำถามในเบื้องต้น เพื่อการพิจารณาในให้การสัมภาษณ์

### รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งตามกลุ่ม ได้ดังนี้

พิธีกร ผู้สาธิตทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและ ผู้อุปถัมภ์รายการ ประกอบด้วยหญิงและชาย เป็นหญิง 17 ท่าน เป็นชาย 12 ท่าน รวมทั้งสิ้น 29 ท่าน โดยในที่นี้รวมบุคคลที่มีบทบาทเป็นทั้ง พิธีกรและผู้สาธิต หรือบุคคลที่มีบทบาทเป็นพิธีกรและผู้รับผิดชอบผลิตรายการ หรือบุคคลที่มีบทบาทเป็นทั้งผู้สาธิตและ ผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) โดยบุคคลดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้เครื่องหมาย \* ใส่ไว้ตอนท้ายเพื่อแสดงให้เห็น

#### พิธีกรหญิง

คุณมยุรา เศวตศิลา พิธีกรรายการสบายสไตล์มยุรา  
คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า  
คุณเพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี พิธีกรรายการครัวแม่บ้านไฮเทค  
คุณลีน่า คริสเตนเซน พิธีกรรายการลุงหลานสะท้านครัว  
คุณอภิรดี จุรีเกตุ พิธีกรและผู้ผลิตรายการบ้านของเรา\*

#### พิธีกรชาย

ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรรายการพ่อลูกเข้าครัว

#### ผู้สาธิตทำอาหารหญิง

อาจารย์สุดาพร ทิมฤกษ์ ผู้สาธิตทำอาหารรายการสบายสไตล์มยุรา  
อาจารย์วันดี ณ สงขลา ผู้สาธิตทำอาหารรายการบ้านของเรา  
คุณเมธพร อินทร์งาม ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค\*

#### ผู้สาธิตทำอาหารชาย

คุณชาติ อมาตยกุล ผู้สาธิตทำอาหารรายการครอบครัววาลคิทเซน  
อาจารย์ยั้งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการเคาะกระทะและรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 \*  
คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา \*  
คุณ Angelo Del Punte ผู้สาธิตทำอาหารรายการลุงหลานสะท้านครัว

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการหญิง

คุณวันเพ็ญ วงศ์ชาติวัฒน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการลูกหลานสะท้านครัว  
 คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา  
 คุณจุฑาทิพย์ วิวัฒนา ผู้รับผิดชอบผลิตรายการน้ำใจจริงปี 2000  
 คุณอภิรดี จรีเกตุผู้รับผิดชอบผลิตรายการบ้านของเรา\*  
 ฝ่ายผลิตรายการเมนูลูกรัก ได้แก่ คุณจันทน์ ศุภัสวกิจ คุณสุภาพรรณ เพ็ชรรุ่ง คุณอรวรรณ ยง  
 เสถียรโชติ และ คุณสุนันท์ ศิริเอก

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการชาย

คุณกาญจน์ ตระกูลธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการครอบครัววาลิตีเซิน  
 คุณขจร ทวีกานนท์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการหมึกแดงแฉ่งรสและพ่อลูกเข้าครัว  
 คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัว  
 แม่บ้านไฮเทค  
 คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมนูข้อปิ้งและครัวสัญจร

### ผู้อุปถัมภ์รายการหญิง (sponsor)

คุณธัชชสวຍ ไอศกานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว  
 คุณณัฐณิธ สุทธิกลม ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรสและรายการเคาะกระทะ  
 คุณศรีนน้อย กาญจนพรดิษฐ์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา  
 คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุราและรายการครอบครัววาลิตีเซิน  
 คุณเมธภาพ อินทร์งาม ผู้อุปถัมภ์รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและครัวแม่บ้านไฮเทค

### ผู้อุปถัมภ์รายการชาย (sponsor)

คุณวรเชษฐ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรส  
 คุณธีรพันธุ์ โล่ห์ทองคำผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา  
 คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรสและรายการครอบครัววาลิตีเซิน  
 คุณ Walter Lee ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา

ภาพรวมส่วนใหญ่ของ 13 รายการที่มีลักษณะร่วมกัน คือ

1. รูปแบบการนำเสนอรายการ

## 2. การกำหนดพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหาร

1. รูปแบบการนำเสนอรายการ โดยทั่วไปรายการสาคิตการทำอาหารที่ผู้วิจัยได้รวบรวมทั้ง 13 รายการ สามารถที่จะแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ รายการจะมีรูปแบบที่มีความหลากหลายของแต่ละช่วงรายการโดยได้จัดให้มีช่วงของการสาคิตการทำอาหารเป็นช่วงหนึ่งของรายการทั้งหมด ส่วนในลักษณะที่สองคือ เป็นรายการที่มีลักษณะของแต่ละช่วงรายการเป็นแกนเดียวกัน คือ เป็นรายการที่เน้นการสาคิตการทำอาหารอย่างละเอียดทุกขั้นตอน และมีช่วงที่เกี่ยวกับอาหารเป็นไปในแนวเดียวกันของรายการ โดยทั้งสองลักษณะจะมีพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหารเป็นผู้ดำเนินรายการ

## 2. การกำหนดพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหารแบ่งเป็น 4 ลักษณะคือ

(1) รายการมีพิธีกรเป็นผู้หญิง ผู้สาคิตการทำอาหารเป็นผู้ชาย คือรายการ เมนูข้อปั้ง สบายสไตล์มยุรา ลุงหลานสะท้านครัว ครอบจักรวาลคิทเชน

(2) รายการมีพิธีกรเป็นผู้หญิง ผู้สาคิตการทำอาหารเป็นผู้หญิง คือรายการ บ้านของเรา ครัวแม่บ้านไฮเทค ก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า สบายสไตล์มยุรา

(3) รายการมีพิธีกรเป็นผู้ชาย ผู้สาคิตการทำอาหารเป็นผู้ชาย คือรายการ พ่อลูกเข้าครัว

(4) รายการมีพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหารคือบุคคลเดียวกัน คือ รายการ ครัวสัญจร น้ำใสใจจริงปี 2000 หมึกแดงแผลงรส เมนูลูกรัก

โดยกลุ่มเป้าหมายของรายการจะเน้นผู้ชมเป็นกลุ่มเดียวกัน คือ กลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มคนวัยทำงาน โดยช่วงวันและเวลาส่วนใหญ่จะถูกกำหนดให้เป็นช่วงเวลาเช้าและช่วงเย็น แต่จะไม่เจาะจงว่าจะต้องเป็นวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยื่นอยู่กับนโยบายของทางผู้ผลิตและเวลาของสถานี

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ

1. การจดบันทึก สังเกตและบันทึกเทป โดยตัวผู้วิจัยเองสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากรายการสาคิตการทำอาหารทางโทรทัศน์

2. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โดยจะมีคำถามสำหรับ พิธีกร-ผู้สาคิตทำอาหาร ผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุนรายการ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาเทปรายการโทรทัศน์ที่รวบรวมได้ทั้งหมด เพื่อสังเกตลักษณะร่วมของรายการ เพื่อวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายที่สะท้อนในรายการ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้ข้างต้นมาวิเคราะห์ เชื่อมโยงทั้งหมดเพื่อศึกษาถึงการกำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการสารคดีการทำอาหาร โดยการวิพากษ์จากมุมมองของทฤษฎีวิพากษ์และมุมมองของสตรีนิยม

### การวิเคราะห์เนื้อหาจากมุมมองของทฤษฎีวิพากษ์

ทฤษฎีวิพากษ์ (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ 2541) กล่าวว่า หน้าที่ที่สื่อกำลังกระทำอยู่นี้ (เช่น เข้าข้างผู้มีอำนาจ ตอกย่ำค่านิยมที่มีอยู่ ไม่นำเสนอภาพคนกลุ่มน้อย) มิได้เกิดมาจากการหลงลืมหรือความบกพร่องในการปฏิบัติหน้าที่ หากแต่เป็นเพราะการออกแบบโครงสร้างและกลไกของสื่อได้กำหนดให้สื่อทำหน้าที่ดังกล่าว เนื่องจากสื่อเป็นเครื่องมือของกลุ่มผู้มีอำนาจก็ย่อมต้องทำหน้าที่รับใช้ผู้มีอำนาจอย่างแน่นอน

การวิพากษ์โดยใช้มุมมองของสตรีนิยม (Gender-based critique) เป็นสาขาย่อยของทฤษฎีวิพากษ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สื่อ

การวิจารณ์เนื้อหาของสื่อโดยทัศนะแบบสตรีนิมนั้นมีแนวทางย่อยๆ แยกออกไปอีกหลายแนว แต่ทว่า ไม่ว่าจะเป็แนวทางใดก็ตาม ในระยะเริ่มแรก (ทศวรรษ 1970) จุดร่วมของแนวการวิเคราะห์แบบสตรีนิมนก็คือ การวิเคราะห์ว่าภาพสะท้อนของสตรีในสื่อ่นั้นมีลักษณะหยุดนิ่งอยู่กับที่ มีลักษณะตายตัวมีอยู่ไม่กี่แบบ (Stereotype) มีภาพของผู้หญิงปรากฏน้อยกว่าความเป็นจริงและเป็นภาพที่ด้อยกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตามในระยะต่อมาได้เริ่มมีการตั้งคำถามว่า นักสตรีนิยมจะมัวเปลี่ยนแปลงภาพสะท้อนของผู้หญิงในสื่อ (ให้มีเพิ่มมากขึ้น) หรือควรจะเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์แบบถือเพศเป็นเครื่องตัดสินคน (sexist ideology) ที่บรรจุอยู่ในเนื้อหาสื่อจะดีกว่า

ตัวอย่างของการวิเคราะห์อุดมการณ์ที่ถือเอาเพศเป็นเครื่องตัดสินคนในสังคมแบบถือชายเป็นใหญ่ ก็คือ อะไรที่เกี่ยวข้องกับผู้ชายก็จะมีคุณค่ามาก อะไรที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงก็จะมีคุณค่าน้อย ดังนั้น เมื่อผู้ชายใช้ชีวิตทำกิจกรรมอยู่ในปริมนทลสาธารณะ (Public Sphere) เช่น เศรษฐกิจ การเมืองสงคราม ธุรกิจ กีฬา ฯลฯ กิจกรรมที่ผู้ชายมีบทบาทเด่นกว่าในปริมนทลนี้จึงมีคุณค่ามากกว่ากิจกรรมที่อยู่ในเนื้อที่ (ปริมนทล) ในบ้าน เช่น การบ้านการครัว ชีวิตครอบครัว รักโรแมนซ์ การดูแลเด็ก ฯลฯ ซึ่งเป็นที่ทางของผู้หญิง ดังนั้นรายการละครโทรทัศน์ (ที่ผู้หญิงดู) จึงเป็นรายการที่มีคุณค่าน้อยกว่ารายการข่าวที่ (ผู้ชายดู)

ในการตีความสารตามแนวทางสตรีนิยมนั้น จะตั้งคำถามอย่างกว้างๆ ว่าในวิธีการเล่าเรื่องหรือผลจากการอ่านตัวบท (Text) นั้นได้ทำให้สตรีหล่อหลอมแนวคิดเกี่ยวกับ "ความเป็นหญิงชาย" ขึ้นมาได้อย่างไร พัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปอีกประการหนึ่งของการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีวิพากษ์แนวสตรีนิยมก็คือ ในระยะแรก นักวิเคราะห์แนวทางนี้จะมีท่าทีจับผิดและประณามการนำเสนอภาพสตรีในด้านลบหรือในด้านด้อยคุณค่าและไม่สมจริงที่ปรากฏในสื่อ แต่ในระยะต่อมา ขบวนการสตรีนิยมในสื่อก็ค้นพบว่า วิธีการและท่าทีดังกล่าวไม่ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ มากนัก

ดังนั้นในช่วงเวลาต่อมา นักวิเคราะห์จึงได้พลิกมุมมองใหม่ โดยเริ่มมองหา "จุดจัดคาน" โดยยังคงให้ความสนใจกับการวิเคราะห์ภาพสะท้อนที่ปรากฏในเนื้อหาสื่อมวลชนอยู่ต่อไป หากทว่าได้เพิ่มเติมหลักการใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลง เช่น แม้แต่ในศิลปะน้ำเน่า เช่น ละครโทรทัศน์นั้น จะมีแง่มุมที่ช่วยทำให้ผู้หญิงเข้าใจตนเองและปลดปล่อยตนเองได้อย่างไร (เป็นแนวทางกลั่นน้ำดีขึ้นมาจากน้ำเน่า) และพยายามนำเสนอ "ภาพของผู้หญิงในทางบวก" ให้เข้าไปสอดแทรกเสริมแทนที่ภาพด้านลบแบบเดิมๆ ให้เพิ่มมากขึ้น

ดังเช่นที่ฟิสก์ (Fiske) (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541:60-61) ได้วิเคราะห์รายการเกมส์โชว์ที่มองอย่างผิวเผินว่าเป็นรายการที่ไร้สาระ มีแต่ความบันเทิงและยังส่งเสริมค่านิยมแบบบริโภคนิยมให้แก่ผู้หญิง ฟิสก์ได้วิเคราะห์ลงไปในเรื่องละเอียดและใช้มุมมองที่ว่า อย่างรายการที่นำเอาผู้หญิงไปเดินช้อปปิ้งแล้วทายราคาสินค้าเพื่อแข่งขันกัน ตามปกติลักษณะของการช้อปปิ้งของผู้หญิงนั้นมีอยู่ 2 แบบ คือ ช้อเพื่อความต้องการของคนอื่นและเพื่อความสุขของตนเอง ลักษณะหลังนี้เป็นรูปแบบของการเดินช้อปปิ้งในรายการเกมส์โชว์ที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานที่แสดงสู่สาธารณะ (public) และความรู้ที่ใช้ตอบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องสินค้า ถูกให้ความหมายว่าเป็นความรู้ที่มีค่าเพราะเป็นหนทางนำไปสู่ชัยชนะและเงินรางวัล เป็นต้น ฟิสก์ตั้งคำถามวิจัยของเขาว่า แน่แน่นอนว่าในรายการเกมส์โชว์ยังมีภาพสะท้อนแบบเก่า ๆ ของการใช้อำนาจที่เหนือของผู้ชายในการเป็นพิธีกร ผู้หญิงเป็นแค่ผู้ช่วยพิธีกรหรือผู้เข้าแข่งขัน

**การนำเสนอข้อมูล** การนำเสนอข้อมูลในการศึกษา "การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสาริตการทำอาหารจากมุมมองสตรีนิยม" นั้นได้นำเสนอไว้ในบทที่ 4 โดยจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนะที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นลำดับดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อใช้ตอบปัญหานำวิจัยในส่วนของบทบาทหญิงชายในรายการสารคดีการทำอาหาร
2. นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อใช้ตอบปัญหานำวิจัยในส่วนของบทบาท หลักเกณฑ์ และเหตุผลของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ
3. นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อใช้ตอบปัญหานำวิจัยในส่วนของบทบาท หลักเกณฑ์ และเหตุผลของ ผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) ในการให้การสนับสนุนรายการ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ข้อมูลที่น่าเสนอในบทนี้ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวข้องกับรายการสาริตการทำอาหาร ทั้งจากพิธีกร-ผู้สาริตการทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ และรวมถึง ผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) ที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์และอภิปรายผลให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้ได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อนำมาตอบปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 1. บทบาทของหญิง-ชายในฐานะพิธีกร ผู้สาริตทำอาหาร (Gender role) ในรายการสาริตการทำอาหารเป็นอย่างไร

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการคัดเลือกพิธีกร ผู้สาริตการทำอาหารอย่างไร

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 3. ผู้อุปถัมภ์รายการ มีบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการอย่างไร

ก่อนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะกล่าวถึงลักษณะโดยทั่วไปของทั้ง 13 รายการ และภาพรวมส่วนใหญ่ที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจเบื้องต้น เนื่องจากผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะของรายการ โดยพิจารณาจากการมีบทบาทเป็นพิธีกรและผู้สาริต หญิง-ชาย เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะรายการที่มีผู้หญิงเป็นพิธีกรและผู้ชายเป็นผู้สาริตทำอาหาร 5 รายการ ได้แก่ รายการ เมนู shopping รายการสบายสไตล์มยุรา รายการลุ้นหลานสะท้านครัว รายการครอบครัวครัว kitchen และรายการเคาะกระทะ

#### รายการเมนูshopping

พิธีกรคือ คุณยุวดี เรืองฉาย ผู้สาริตทำอาหารคือ คุณชาติ ชานพราน (สัมภาษณ์ไม่ได้) รูปแบบของรายการได้แบ่งออกเป็น 3 ช่วง โดยมีชื่อเรียกของแต่ละช่วง คือ ช่วงเปิดครัวคนดัง ช่วง shop ลุ้นโชค และช่วงเมนูสาริตซึ่งเป็นช่วงการสาริตการทำอาหารโดยมีพิธีกรและผู้สาริตทำอาหารตามหลักเกณฑ์ของการวิจัย



### รายการสบายสไตล์มยุรา

พิธีกรคือ คุณมยุรา เศรษฐศิลา ผู้สาธิตทำอาหารคือ คุณ Walter Lee รูปแบบรายการจะมีความหลากหลายในแต่ละช่วงของรายการ และในช่วงท้ายของรายการคือช่วง อร่อยเพื่อสุขภาพ กับ ventuna kani จะเป็นช่วงที่มีพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหาร

### รายการลงหลานสะท้านครัว

พิธีกรคือ คุณลีน่า คริสเตนเซ่น ผู้สาธิตทำอาหารคือ คุณ แองเจโล เดลปอน ดี รูปแบบรายการมีลักษณะการนำเสนอเป็นละคร โดยมีเรื่องของการสาธิตการทำอาหารเป็นจุดสำคัญของรายการ

### รายการครอบครัววาล์ว kitchen

พิธีกรคือ คุณญาณี จงวิสุทธิ์ (สัมภาษณ์ไม่ได้) ผู้สาธิตทำอาหารคือ คุณชาติ อมาตยกุล เป็นรายการที่มีช่วงระยะเวลาในการนำเสนอที่มาก ดังนั้นรูปแบบรายการจึงแบ่งได้เป็นหลายช่วงรายการ โดยจุดหลักของรายการคือ ช่วงของการสาธิตการทำอาหาร คือ ช่วงเสวนาน้ำเตา และช่วงอาหารจานอร่อยกับอายุโมโด้ และช่วงตอบคำถาม ส่วนในช่วงที่เหลือของรายการจะเป็นช่วงที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของอาหารทั้งสิ้น

### รายการเคาะกระทะ

พิธีกรคือ คุณริษา หงษ์หิรัญ (สัมภาษณ์ไม่ได้) ผู้สาธิตทำอาหารคือ อาจารย์ยี่งัดดี จงเลิศเจษฎาวงศ์ เนื่องจากเป็นรายการที่มีช่วงเวลาในการนำเสนอไม่มากนัก รายการจึงแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงต่างตำรับต่างอร่อย หวานสนุกคลุกเส้น ซึ่งเป็นการสาธิตทำอาหารทำขนมและตอบปัญหา และช่วง 100 กระทะ 1000 ตะหลิว

2. ลักษณะรายการที่มีผู้หญิงเป็นพิธีกรและผู้หญิงเป็นผู้สาธิตทำอาหาร 3 รายการ ได้แก่ รายการ ครัวแม่บ้านไฮเทค ก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า บ้านของเรา

### รายการครัวแม่บ้านไฮเทค

พิธีกรคือ คุณเพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี ผู้สาธิตทำอาหารคือ คุณเมธาพร อินทร์งาม เป็นรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการทำอาหารที่ให้เห็นถึงความสะดวกง่ายดาย โดยได้นำเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เป็นสินค้าของทางบริษัทนำมาเสนอด้วยวิธีการสาธิตทำอาหารผ่านทางรายการ

### รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า

พิธีกรคือ คุณขวัญตา สมุทรทอง ผู้สาธิตทำอาหารคือ คุณเมธาพร อินทร์งาม เป็นรายการลักษณะเดียวกับรายการครัวแม่บ้านไฮเทค

### รายการบ้านของเรา

พิธีกรคือ คุณอภิรดี จรีเกตุ และคุณอนุชิต จรีเกตุเป็นพิธีกรดำเนินรายการ โดยลักษณะทั่วไปของรายการจะประกอบด้วยช่วงต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตของคนในครอบครัว และการสาธิตทำอาหารได้ถูกจัดให้อยู่ในช่วงหนึ่งของรายการ และมีพิธีกรคือคุณอภิรดี จรีเกตุ ส่วนผู้สาธิตการทำอาหารคือ อาจารย์วันดี ณ สงขลา

3. ลักษณะรายการที่มีผู้ชายเป็นพิธีกรและผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหาร ได้แก่รายการ พ่อลูกเข้าครัว

### รายการพ่อลูกเข้าครัว

พิธีกรคือ ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ผู้สาธิตทำอาหารคือ ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ (สัมภาษณ์ไม่ได้) เป็นรายการที่มีการแบ่งเป็นออกเป็น 3 ช่วง คือช่วงสาธิตทำอาหาร ช่วงพาชิมอาหาร และช่วงตอบคำถาม

4. ลักษณะรายการที่พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารเป็นบุคคลเดียวกัน 3 รายการ ได้แก่ รายการ ครัวสัญจร หมึกแดงแฉลงรส เมณูลูกรัก

### รายการครัวสัญจร

พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารคือ ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ รูปแบบรายการจะเกี่ยวกับเรื่องของการทำอาหารคือช่วง ครัวโครงการหลวง และช่วงเปิดครัวงานเด็ด และตอบคำถามในช่วงไขข้อข้องใจ

### รายการหมึกแดงแผลงรส

พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารคือ ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ ส่วนใหญ่ของรูปแบบรายการจะแบ่งออกเป็นช่วง โดยแต่ละช่วงจะมีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับเรื่องของการทำอาหารทั้งสิ้น และช่วงของการสาธิตการทำอาหารคือ ช่วงงานเด็ดเจ็ดย่านน้ำ และเสชาน้ำครัวเป็นจุดหลักของรายการ โดยมีช่วงของตะลอนอร่อย ช.ข้าง ช.ชิม และช่วงตอบสละบัดซอซึ่งเป็นการตอบปัญหาที่ผู้ชมถามมา

### รายการเมนูลูกรัก

เป็นรายการที่มีพิธีกรและผู้สาธิตหญิงคนเดียวและรายการเดียว คือ คุณอุทุมพร ศิลาพันธุ์ โดยรายการมีตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ โดยช่วงของการสาธิตทำอาหารได้จัดให้อยู่ในวันจันทร์ โดยรายการได้แบ่งในแต่ละวันเป็นแต่ละช่วงของรายการที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของเด็ก

จากภาพรวมส่วนใหญ่ของทั้ง 13 รายการ ผู้วิจัยพบว่ารายการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. เป็นรายการที่มีความหลากหลายของแต่ละช่วงรายการ ประกอบอยู่ในรายการเดียว และช่วงของการสาธิตการทำอาหารถูกจัดให้เป็นช่วงหนึ่งของรายการ
2. เป็นรายการที่มีลักษณะของแต่ละช่วงรายการเป็นแกนเดียวกัน คือ เป็นรายการที่เน้นเรื่องของการสาธิตการทำอาหารเป็นจุดหลักของรายการ และมีช่วงอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกับอาหารที่เป็นไปในแนวเดียวกับของรายการ โดยที่กลุ่มเป้าหมายของรายการจะเน้นผู้ชมเป็นกลุ่มเดียวกันคือ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มคนวัยทำงาน โดยช่วงวันและเวลาส่วนใหญ่จะถูกกำหนดให้เป็น ช่วงเวลาเช้าและช่วงเย็น ซึ่งเป็นช่วงที่ทางผู้รับผลิตชอบผลิตรายการมองว่าเป็นช่วงที่แม่บ้านอยู่บ้าน หรือเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มคนวัยทำงานเลิกงาน และมีโอกาสได้ชมรายการแต่จะไม่เจาะจงว่าจะต้องเป็นวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยื่นอยู่กับนโยบายของทางผู้ผลิตและเวลาของสถานี

รายการทั้งสองลักษณะจะมีพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหารเป็นผู้ดำเนินรายการ จากภาพรวมส่วนใหญ่ของรายการ ผู้วิจัยพบว่าผู้ชายสามารถที่จะเป็นพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหารได้มากกว่าในขณะที่มีเพียงหนึ่งรายการ คือรายการเมนูลูกรักที่มีผู้หญิงเป็นทั้งพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหาร และจากจำนวน 13 รายการ ผู้หญิงมีบทบาทเป็นพิธีกร 8 ท่าน โดยมีเพียง 2 ท่านที่ปรากฏเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร ในขณะที่ผู้ชาย 6 ท่าน เป็นผู้สาธิตการทำอาหาร 4 ท่าน และ 2 ท่านเป็นทั้งพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหารใน 3 รายการ คือ รายการน้ำใสใจจริง รายการครัวสัญจร และรายการหมึกแดงแผลงรส

จากรูปแบบรายการที่ปรากฏผู้วิจัยสรุปในข้างต้นได้ว่า ผู้หญิงมีบทบาทเป็นผู้ช่วย ได้แก่ การช่วยหยิบเครื่องปรุงส่วนผสมต่างๆ การช่วยปรุงอาหารในบางครั้งตามคำร้องขอของผู้สาธิต การช่วยถามคำถามเพื่อให้ผู้ชายตอบ ในขณะที่ผู้ชายมีบทบาทเป็นตัวชูโรง คือ เป็นผู้ทำหน้าที่ในการปรุงที่สามารถเห็นได้ชัดเจน โดยผู้วิจัยได้สรุปเป็นตารางเพื่อตอบปัญหานำวิจัยในข้อที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายทั้งสามกลุ่ม ที่มีต่อเรื่องบทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหาร โดยผู้วิจัยได้แยกและสรุปเป็นประเด็นสำคัญๆ ในรูปของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงบทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหาร

ปัญหานำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
1. บทบาทของหญิงชาย (Gender role) ในฐานะพิธีกร-ผู้สาธิตทำอาหารในรายการสาธิตการทำอาหาร	บทบาทของผู้หญิง : ผู้ช่วย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้หญิงนำเสนอการทำอาหารในรายการโทรทัศน์ไม่น่าสนใจ</li> <li>- วัฒนธรรมและสังคมของคนไทย</li> <li>- ผู้หญิงไม่มีความสามารถในการสาธิตการทำอาหาร</li> </ul>

ปัญหานำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
	บทบาทของผู้ชาย : ตัวชูโรง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบรายการเป็นตัวกำหนดบทบาทการเป็นพิธีกรและผู้สาคิต</li> <li>- ระบบธุรกิจและการตลาดที่มาของการกำหนดบทบาทผู้ชายตัวชูโรง ผู้หญิงผู้ช่วย</li> <li>- ความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมของผู้ชายในรายการโทรทัศน์</li> </ul>

บทบาทของหญิง-ชาย (Gender role) ในฐานะพิธีกร-ผู้สาคิตการทำอาหารในรายการสาคิตการทำอาหารเป็นอย่างไร

จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่ผู้ให้สัมภาษณ์เสนอเกี่ยวกับการมีบทบาทเป็นพิธีกรและผู้สาคิตหญิง-ชายนั้น สรุปได้เป็น 2 ประเด็นใหญ่ๆ ได้แก่

1. บทบาทของผู้หญิง : ผู้ช่วย
2. บทบาทผู้ชาย : ตัวชูโรง

**บทบาทของผู้หญิง : ผู้ช่วย**

**ผู้หญิงนำเสนอการทำอาหารในรายการโทรทัศน์ไม่น่าสนใจ**

ในการนำเสนอผ่านรายการสาคิตการทำอาหารทางโทรทัศน์ ด้วยเรื่องรูปแบบการนำเสนอของผู้หญิงที่หลายท่านได้แสดงความคิดเห็นว่า ผู้หญิงไม่สามารถนำเสนอให้มีความน่าสนใจได้มากกว่าผู้ชายได้ จึงนำไปสู่ข้อแตกต่างของการรับบทบาทเป็นผู้สาคิตทำอาหารของหญิงชาย

ในรายการ จากความคิดเห็นที่มาจาก ฝ่ายพิธีกร ผู้สาธิต ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์ รายการ ต่างมองไปที่ประเด็นเรื่องของการนำเสนอ ดังความคิดเห็นของหลายๆ ท่านที่จะนำเสนอต่อไป

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “ผู้หญิงก็มีแต่ไม่ได้รับความนิยมเขาทำตามตำรา ผู้หญิงนำเสนอไม่น่าสนใจยึดเยื้อเยื้อเยื้อ เพราะเป็นคนถ่ายทอดไม่เป็น คำพูดคำจาไม่รู้เรื่องมีความรู้คนละอย่างกัน”

อาจารย์ยั้งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการเคาะกระทะและรายการน้ำใสใจจริง กล่าวว่า “ผู้หญิงที่ออกมาเย็นและก็สาธิตทำอาหารในรูปแบบเก่าเกินไปหรือเปล่าที่ต้องการความเป็นระเบียบ ความเป็น step แต่พอผู้ชายออกมาดูขาดระเบียบ อันนี้ก็ใส่อันนี้ก็โยน เอ๊ะมันดูดี ไม่เห็นต้องจ่ายคเจ้าอย่างและผู้ชายนำเสนอที่น่าสนใจและคนดูอาจจะมองไปถึงความน่าเชื่อถือเพราะว่าอาจจะมองว่าผู้ชายไม่น่าทำกับข้าวได้ยังทำได้ดี”

คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ผู้หญิงอาจจะออกมาในแง่ของความสวยงามอย่างเดียวการนำเสนอที่ดูเรียบง่ายจึงทำให้ผู้ชายนำเสนอได้เด่นกว่า”

คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า ให้ความคิดเห็นว่า “ผู้หญิงก็ต้องเป็นแนวกุลสตรี เรียบร้อย นุ่มนวล จะเป็นแนวเรียบๆ ผู้หญิงจะมาทำเป็นแนวคึกคักก็ไม่ได้ ไม่ใช่จะมาแบบ อ้าว วันนี้จะสอนทำบัวลอยน้ำกะทิ นะ กะทิไม่ต้องคั้นให้เสียเวลานี้เลยคุณ ผู้ชมกะทิกล่องขาวเกาะสะดวกเพียงแค่นี้ไม่ต้องเสียเวลา ไซ้ใหม่แบบนี้ไม่ได้เลย ต้องเป็นของผู้ชาย

ผู้หญิงก็ต้องมาแบบ เออวันนี้จะคะจะสาธิตการทำบัวลอยน้ำกะทิ การคั้นกะทิอย่างไรให้มีสีสวย เราเริ่มกันเลยนะคะ ก่อนอื่นการปั่นแป้งให้ดูน่ารับประทานต้องเริ่มจาก กี่ว่ากันไป ซึ่งคนดูจะรู้สึกว่ามันต่างกันเหลือเกิน”

คุณเพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี พิธีกรรายการครัวแม่บ้านไฮเทค เห็นว่า “ผู้หญิงจะทำออก สไตล์แม่บ้านๆ เรายังไม่เห็นผู้หญิงที่จะออกมาทำให้รายการดูมีความสุขสนุกสนานได้และพร้อมๆ กับให้สาระความรู้ไปพร้อมๆ กันเหมือนอย่างผู้ชายเขาที่ดูแล้วเรายังรู้สึกเลยว่าไม่น่าเบื่อด้วยชีวิตชีวา”

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลุงหลานสะห้านครัว เชื่อว่า “ดูแล้วผู้ชายที่มาเป็นผู้สาธิตในรายการทำอาหารคือเขาจะมีบุคลิกที่กล้าแสดงออกค่อนข้างเยอะ แต่ผู้หญิงในแง่

ของการดึงดูดหรือเสนอให้ผู้หญิงทำอาหารคนดูทั่วไปก็เห็นธรรมดาแต่ถ้าผู้ชายทำแล้ว เอ๊ะมันน่าสนใจอาจจะทำให้คนรู้สึกน่าดู"

คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้ผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา อธิบายว่า "เราอาจจะติดภาพผู้หญิงทำอาหารบ่อยแล้วแต่พอผู้ชายมาทำก็อาจจะเป็นความรู้สึกแปลกและน่าสนใจมากกว่า"

คุณธีรพันธุ์ โล่ห์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า "ผู้หญิงเราก็ยังไปติดกับภาพลักษณ์ของตัวเองผู้หญิงเก่าๆเองด้วย ทุกอย่างมันต้องไปในทิศทางเดียวกันจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอะไรกันบ้าง"

จากความคิดเห็นในหลายๆท่าน สามารถที่จะสรุปออกมาเป็นประเด็นย่อยๆ ได้ดังนี้คือ

1. เนื่องจากผู้หญิงยังมีลักษณะของความเป็นกุลสตรี เมื่อต้องมีการแสดงออกเพื่อเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของตน ความเรียบร้อย นุ่มนวลของผู้หญิงทำให้ภาพที่ออกมาเมื่อเวลานำเสนอถึงวิธีการทำอาหารในรายการทางโทรทัศน์จึงทำให้ไม่น่าสนใจ

2. ผู้ชายสามารถที่จะแสดงออกได้อย่างไม่จำกัด ไม่ว่าจะเป็นการพูดจา ความสนุกสนานที่สามารถแสดงออกและเป็นการทำให้รายการดูน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือทำให้การสาธิตทำอาหารโดยผู้ชายเป็นที่น่าสนใจเพิ่มมากยิ่งขึ้น

### วัฒนธรรมและสังคมของคนไทย

จากความคิดเห็นในเบื้องต้นนั้นวัฒนธรรมในเรื่องบทบาทของหญิงชายดูจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกำหนดยุทธศาสตร์ของหญิงชายในรายการ แต่ความคิดเห็นที่จะนำเสนอต่อไปนี้ได้มีการนำเรื่องของวัฒนธรรมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงความคิดเห็น

คุณยุวดี เรืองฉาย พิธีกรรายการเมนูshopping "คิดว่าไม่ใช่เรื่องของวัฒนธรรมหรือปัจจุบันผู้หญิงถูกนำเสนอก็มี แต่อาจเป็นเพราะอย่างน้อยความเป็นสังคมไทยที่ยังคงอยู่ สื่อก็เลยยังคงต้องมีบ้าง ก็เพื่อที่จะได้ไม่ลืมว่าสังคมไทยเราอยู่กันอย่างสงบได้อย่างไร ไม่ใช่แต่จะรู้วัฒนธรรมของตะวันตกอย่างเดียว"

คุณเมธาวร อินทร์งาม ผู้สาธิตทำอาหารรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการแม่บ้านไฮเทค กล่าวว่า "ต่างคนต่างก็ออกมามากขึ้นแต่อาจจะเป็นที่ว่าสังคมไทยการที่ผู้หญิงจะก้าวมาสู่จุดหนึ่งนั้นค่อนข้างจะถูกปิดกั้นนิดนึงดังนั้นผู้ชายเขาจึงมีโอกาสมากกว่า"

คุณอภิรดี จรีเกตุ ผู้ผลิตรายการและพิธีกรรายการบ้านของเรา กล่าวว่า "ความไม่ทัดเทียมกันในสังคมยังมีอยู่ ที่ออกมาไม่ว่าจะเป็นนิยาย ภาพยนตร์รายการประเภทต่างๆ หรือพิธี

กรที่ผู้ชายก็ยังเป็นพิธีกรหลักอยู่ ผู้หญิงก็เป็นสิ่งสวยงามในรายการให้เห็นอยู่ซึ่งเราก็ทำได้มากกว่านั้น”

ทีมงานผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก “ไม่คิดว่าใครจะสามารถเปลี่ยนวัฒนธรรมได้และความที่ผู้ชายเขายังได้อยู่ที่บ้านเยอะกว่าอาจจะทำให้เขามีการเรียนรู้ตรงนี้เยอะกว่าเขาไปไหนๆได้มากกว่าผู้หญิง”

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค กล่าวว่า “ส่วนหนึ่งมาจากแนวโน้มของวัฒนธรรมทำให้เรามองเห็นว่าน้อยมากที่จะมีผู้ชายเข้าครัว ซึ่งไม่ใช่หน้าที่ของลูกผู้ชายที่ถูกปลูกฝังมาเราจะเห็นแต่วัฒนธรรมของตะวันตกที่เข้ามาว่าทุกคนสามารถแสดงออกได้ทุกด้านเท่าเทียมกัน จะสังเกตได้ว่าปัจจุบันผู้หญิงก็เข้ามามีบทบาทในอาชีพผู้ชายทำอยู่ก็มากถ้ามองในมุมนักผู้ชายก็น่าจะทำในหน้าที่หรือบทบาทที่ผู้หญิงทำได้เช่นกัน มันทำให้เราเห็นสีสันเกิดขึ้นมา”

คุณศรินทร์น้อย กาญจนพรศินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “การที่สื่อนำเสนอให้เป็นผู้ชายทำคิดว่าผู้ชาย present ได้ดีกว่าผู้หญิงตรงนี้หรือเปล่า ส่วนในงานผลิตของสื่อคิดว่ามีเรื่องวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องแต่ไม่ทั้งร้อยเปอร์เซ็นต์ที่นำมา เพราะก็มีเรื่องใหม่ๆ ก็มีค่านิยมใหม่ๆ ก็มีให้เห็นเช่นกัน”

คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงเพลงรส กล่าวว่า “ไม่น่าจะใช่ที่เขาจะต้องการไปเน้นผู้ชายเพียงแต่ว่าความลงตัวปัจจัยที่เลือกสำหรับรายการในบ้านเรามันหาไม่ได้ที่จะเป็นตัวผู้หญิง แล้วก็ปกติก็อาจจะเป็นไปได้ที่พิธีกรผู้ชายหญิง ที่ชายอาจจะเด่นกว่า อันนี้ต้องยอมรับสังคมไหนก็ตามอันนี้ต้องยอมรับโดยสภาพของสังคมแล้ว ผู้ชายน่าจะยังถูกกำหนดความเป็นผู้นำไว้มากกว่าผู้หญิง พอเวลามาทำรายการก็อาจจะเป็นผู้นำรายการเพราะโดยลักษณะวัฒนธรรมซึ่งกลายเป็นเรื่องปกติของสังคมไทยไป”

จากความคิดเห็นในข้างต้น พบว่ามีความขัดแย้งของความคิดเห็น สามารถแยกได้เป็นสองลักษณะ คือ ลักษณะที่หนึ่งมองว่าการกำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการ ไม่มีเรื่องของวัฒนธรรมของหญิงชายเข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดบทบาท แต่เป็นเพราะความเป็นสังคมของคนไทยคือ ต้องยอมรับว่าสังคมจะให้การยอมรับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง ซึ่งกลายเป็นความขัดแย้งของการแสดงความคิดเห็นดังกล่าว



จากความคิดเห็นในทั้งสองลักษณะนั้น ทำให้เห็นว่าอย่างน้อยการที่รายการได้กำหนดให้ผู้ชายเข้ามารับบทบาทที่แตกต่างจากผู้หญิงนั้น ส่วนหนึ่งก็มีผลมาจากวัฒนธรรมในเรื่องบทบาทของผู้ชายที่มีอยู่ในสังคม และได้กลายเป็นเรื่องปกติที่สามารถพบเห็นจนกลายเป็นเรื่องของความเคยชินที่สามารถพบเห็นได้ ดังที่ คุณณัฐณิธ สุธธิกมล ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการเคาะกระทะ “คิดว่าการที่สื่อนำเสนอให้ผู้ชายเป็นผู้สาธิตในหลายๆ รายการคิดว่ามีผลต่อผู้พบเห็นเป็นอย่างมาก ถึงแม้จะไม่เป็นการตั้งใจแต่ก็กลายเป็นความคุ้นเคยกับเรื่องนี้ ก็เลยดูเป็นเรื่องธรรมดา”

### ผู้หญิงไม่มีความสามารถในการสาธิตการทำอาหาร

ความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้สาธิตทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ มองว่าการที่ผู้หญิงไม่สามารถที่จะเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการนั้น ด้วยเหตุผลที่ว่าในปัจจุบัน ผู้หญิงกับเรื่องการทำอาหารในโทรทัศน์มีจำนวนน้อยหรือ จากสาเหตุที่ผู้หญิงไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความเก่ง ไม่กล้าแสดงออกและยังมองว่า ผู้หญิงที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอาหารนั้นมีเป็นจำนวนน้อย ดังความคิดเห็นที่ได้ต่อไปนี้

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกร-ผู้สาธิตทำอาหารรายการพ่อลูกเข้าครัว มีทัศนะต่อเรื่องนี้ว่า “ผู้หญิงที่ทำอาหารส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยมีแล้วและผู้หญิงจะมาสาธิตดูแล้วมันไม่น่าเชื่อถือดูจากผู้หญิงที่เป็นดาราที่มาสาธิตก็ทำอาหารไม่ค่อยเป็นมันเลยทำให้ผู้ชายดูเขาจะมีความสามารถในตรงนี้ไปแทน”

อาจารย์ยี่งศ์ศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการเคาะกระทะและรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 กล่าวว่า “ไม่มีผู้สาธิตหญิงเก่งๆหรือเปล่า พี่ว่านะไม่เห็นมีคนทำกับข้าวที่เป็นผู้หญิงเก่งๆนี้ ก็เลยเป็นพิธีกรไปซะ”

คุณจุฑาทิพย์ วิรัตน์ ผู้ผลิตรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 กล่าวว่า “ผู้หญิงที่รู้เกี่ยวกับอาหารมีน้อยสังเกต ถ้าพิธีกรที่เกี่ยวกับอาหารเป็นผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นดารา และดาราก็มักจะทำอาหารไม่ได้บางคนก็พาไปดูเขาทำ ดังนั้นจึงน่าที่จะเป็นผู้ดำเนินรายการ”

คุณณัฐณิธ สุธธิกมล ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการเคาะกระทะ กล่าวว่า “อาจจะเพราะผู้ชายเขาดูเก่งดีก็ยังไม่เห็นว่าจะมีผู้หญิงคนไหนที่กล้าออกมาทำได้ดี น่าสนใจบ้างก็เลยทำให้เป็นผู้ชาย”

คุณศรีน้อย กาญจนพรศินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา มีความเห็นที่ “อย่างทำการตลาดอยู่ก็ดูก็ยังไม่เจอผู้หญิงที่โอเคที่คิดว่าน่าจะเหมาะสมมาๆ ตอนนี่ คือต้องแยก เป็น 2 ส่วนก็คือว่าบางรายการพิธีกรทำอาหารเองหรือเป็นพิธีกรอย่างเดียวแล้วก็มีคนทำอาหาร ต่างหากอีกท่านซึ่งตรงนี้อยู่ที่ว่าคนทำคนสาธิตเก่งพอที่จะดึงดูหรือไม่ถ้าเกิดคนสาธิตเก่งไม่จำเป็น ต้องใช้พิธีกรแต่บางคนไม่ได้ก็ต้องให้พิธีกรช่วยสร้างสีสัน”

จากทัศนคติที่มองว่าผู้หญิงมีลักษณะของการเป็นผู้ที่มีความเหมาะสมในเรื่องของการ พูดคุย การซักถาม มีความละเอียดในขั้นตอนของการซักถามดูจะเป็นความเหมาะสมสำหรับ ผู้หญิงกับบทบาทในลักษณะเช่นที่ว่ามี ผนวกเข้ากับทัศนคติที่ว่าผู้หญิงยังไม่สามารถที่จะเป็นผู้ สาธิตได้จึงต้องรับบทของการเป็นพิธีกร

การที่ผู้หญิงได้รับบทเป็นพิธีกรในรายการนอกจากปัจจัยที่สนับสนุนในเบื้องต้นแล้วยัง มีข้อสังเกตที่บางท่านให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ด้วยก็คือการที่มองว่าผู้หญิงไม่มีความสามารถในการ สาธิตทำอาหารจึงต้องรับบทในการเป็นพิธีกรของรายการ

จากทัศนคติของทั้ง พิธีกร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและ ผู้อุปถัมภ์รายการ ต่างมีความ คิดเห็นที่คล้ายคลึงกันคือส่วนใหญ่มองว่าผู้หญิงที่มีความรู้ในเรื่องของการทำอาหารมีน้อยและ อาจจะไม่มีความรู้ที่เก่งมากพอที่จะเป็นผู้สาธิตในรายการได้จึงทำให้รายการมองไปยังผู้ชายที่เมื่อ นำเสนอแล้วดูจะมีความเหมาะสมกับการเป็นผู้สาธิตการทำอาหารจึงได้จัดให้ผู้หญิงเป็นพิธีกรใน รายการ

**บทบาทผู้ชาย : ตัวชูโรง**

**รูปแบบรายการเป็นตัวกำหนดบทบาทการเป็นพิธีกรและผู้สาธิต**

รูปแบบของรายการสื่อกำหนดการทำอาหารจะเป็นตัวกำหนดบทบาทการทำหน้าที่เป็นพิธีกร หรือผู้สาธิตทำอาหาร ซึ่งบทบาทการเป็นพิธีกรหรือผู้สาธิตทำอาหารนั้นสามารถเปรียบเทียบ และ พบว่า ความสำคัญของผู้ที่รับบทบาทเป็นผู้สาธิตทำอาหารนั้นเปรียบได้กับการเป็นตัวชูโรงที่มีความ โดดเด่นในรายการ จากข้อมูลที่ได้หลายท่านมองว่าการที่ใครจะมีบทบาทเป็นอย่างไรในรายการ นั้น เป็นความต้องการของผู้ผลิตรายการที่เป็นผู้กำหนด และจากการที่รายการให้ผู้หญิงเป็นพิธีกร มองว่าเพื่อเป็นการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหญิงและชาย

คุณมยุรา เสวตศิลา พิธีกรรายการสบายสไตล์มยุรา “คิดว่าขึ้นอยู่กับว่าใครรู้มากกว่า กันบทบาทมันต้องเปลี่ยนไปตามรูปแบบของรายการตามหน้าที่ที่ผู้กำกับให้ ในเมื่อผู้ชายมีความ สามารถในการปรุงอาหารผู้หญิงก็ดำเนินรายการควบคู่กันไป บทบาทใครจะมากกว่ากันน่าจะอยู่ที่ ผู้ผลิตรายการ ถ้าผู้ผลิตเห็นว่าเหมาะสมเค้าก็จะแบ่งบทบาทว่าใครจะมีมากกว่ากัน”

คุณ แองเจโล เดลปอร์ตี ผู้สาธิตทำอาหารรายการลู่หลานสะท้านครัว "คิดว่าอยู่ที่คน กำกับมากกว่า เพราะคนทำก็ต้องทำตามบท รูปแบบจะต้องออกมาแบบใดเขาจะต้องคิด ก่อนว่าใครเป็นอะไร"

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพอลูกเข้าครัว กล่าว ว่า "การที่รายการเลือกให้ผู้หญิงเป็นพิธีกรก็ในเมื่อผู้สาธิตเป็นผู้ชายทั้งนี้ก็เพื่อครอบคลุมคนดูให้ได้ ทั้งหญิงและชายแทนที่จะตัดด้านใดด้านหนึ่ง"

คุณธีรพันธุ์ โล่ห์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า "การทำรายการ จะต้องครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหญิงและชายเมื่อผู้ชายถูกกำหนดให้เป็นผู้สาธิตจะให้ผู้หญิง มาทำแข่งกันอีกในรายการเดียวกันก็คงไม่ใช่ ก็ต้องเข้ามาเป็นพิธีกรหรือว่าผู้ช่วยนั้นถูกต้องแล้ว"

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลู่หลานสะท้านครัว กล่าวว่า "คุณ แองเจโล ได้ ตามที่รูปแบบของรายการกำหนดให้รายการออกมาเป็นแนวละครเป็นตอนๆ เป็นไปตามการอิง ประวัติของทั้งคู่ก็ไม่ได้มีการแบ่งว่าสีน้ำจะเป็นพิธีกร เพราะรูปแบบรายการจะให้เป็นหลานที่มา จากเมืองนอกมาอยู่กับลุงและลุงก็มีร้านอาหารก็สอนทำอาหารและเมื่อรายการต้องการให้ลุงสอน หลานก็ควรที่ลุงเป็นผู้ชายและคุณ แองเจโลเขาก็มีร้านอาหารด้วยเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้าน อาหารก็เลยเลือกให้เป็นผู้สาธิต"

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการครัวแม่บ้านไฮเทคและรายการก่อนตะวันเบิกฟ้า กับครัวมาร่า กล่าวว่า "ปัญหาที่ว่ารูปแบบรายการต้องการนำเสนอแบบไหนปัญหาไม่ได้อยู่ที่คำ ว่าหญิงหรือชาย ถ้าหญิงหรือชายจะกลับงานกันถามว่าแปลกไหมไม่แปลกเลย เห็นผู้หญิงขับรถ แข่ง ทำงานของผู้ชายก็มี แล้วผู้ชายจะทำงานของผู้หญิงบ้างก็คงดี"

คุณวรเชษฐ์ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส รายการครอบครัววาล kitchen และรายการครัวสัญจร กล่าวว่า "โดยปกติส่วนใหญ่ผู้จัดรายการจะเป็นคนเลือกไม่ว่าจะ เป็นพิธีกรหรือว่าผู้สาธิตเองก็ตาม"

การนำเสนอไม่ว่าจะเป็นบทบาทของการเป็นพิธีกรหรือแม้แต่ผู้สาธิตทำอาหารของ รายการนั้นล้วนแล้วแต่เป็นบทบาทที่ถูกมองว่าขึ้นอยู่กับ การทำรายการที่ได้มีการกำหนดรูปแบบของ รายการ โดยผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ซึ่งท้ายที่สุดเหตุผลทั้งหมดได้กลายมาเป็นความเหมาะสมที่ ทั้งหญิงและชายจะต้องมีบทบาทดังรูปแบบของรายการที่ถือว่าเป็นความเหมาะสม โดยไม่คิดถึง บทบาทที่ต้องกำหนดจากความสอดคล้องกับลักษณะของความเป็นชายหรือหญิง

การกำหนดบทบาทของทั้งหญิงและชายในการเป็นพิธีกรนั้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ผลิตหรือผู้กำกับได้สังเกตเห็นถึงความเหมาะสมของลักษณะการทำรายการกับบุคลิกลักษณะ

ของผู้ที่มารับบทบาทเป็นพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหาร โดยได้มองในเรื่องของความน่าสนใจและการสร้างความนิยมให้เกิดขึ้น ดังความคิดเห็นของหลายท่านเกี่ยวกับเรื่องของความน่าสนใจที่อาจมองว่าเรื่องของการแปลกน่าที่จะมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดบทบาทของการเป็นผู้สาธิตทำอาหารให้กับผู้ชาย

คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา มีความเห็น ว่า "ลักษณะของ presenter ที่ออกจะคล้ายผู้หญิงเขาอาจจะมึนลักษณะเช่นนั้นอยู่แล้วหรือว่าเป็นสิ่งที่ตั้งโชว์ขึ้นมา อาจจะเป็นกลยุทธ์ในการเรียกความสนใจหรือเปล่า ในบางกลุ่มก็สามารถเป็นจุดขายได้แต่ก็ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของผู้ผลิต

คุณยุวดี เรื่องฉาย พิธีกรรายการเมนู shopping "คิดว่า ค่านิยมของคนในตอนนี้จะชอบดูผู้ชายที่ไม่ค่อยจะเป็นผู้ชายเพราะบุคคลเหล่านี้จะมีความกล้าทำอะไรได้มากกว่าผู้หญิงหรือผู้ชายแท้ๆ ดังนั้นการนำเสนอออกมาจึงเป็นไปในลักษณะกลางๆ และบุคคลที่มีความสามารถในระดับที่ต้องการ ที่เป็นทั้งผู้หญิงหรือผู้ชายแท้ๆ ยังไม่เห็นว่าจะมีใครกล้าออกมาแสดง"

คุณเพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี พิธีกรรายการครัวแม่บ้านไฮเทค เห็นว่า "ผู้ชายลักษณะพิเศษกลายเป็นจุดขายที่สังคมให้ความสนใจ ซึ่งช่วงนี้ดูว่าผู้ชายที่ดูบุคลิกดั่งดั่งจะฮิตกว่าผู้หญิงถึงแม้จะเป็นอาจารย์หรือใครก็แล้วแต่ที่เป็นที่รู้จักยังเทียบไม่ได้"

คุณอภิรดี จวีเกต พิธีกรและผู้ผลิตรายการบ้านของเรา กล่าวว่า "ก็เป็นสิ่งที่สามารถขายได้และกำลังได้รับความนิยมเช่นกัน แต่ต้องยอมรับเกี่ยวกับความสามารถที่มีซึ่งเขาจะมีมากซึ่งด้วยความแข็งแกร่งแบบผู้ชายและความนุ่มนวลของฝ่ายหญิงกลุ่มบุคคลประเภทนี้จะมีความสามารถและสร้างความสนุกสนานได้ดีก็ทำให้สังคมยอมรับ"

คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา รายการครอบครัวครัว kitchen เห็นว่า "การนำบุคคลที่มีลักษณะอย่าง อาจารย์... เขาอาจจะดูเหมือน ... อาจจะทำให้การจัดรายการมีคนสนใจขึ้นมาก็ได้ ไม่ทราบเรียบ ก็คิดว่าสื่อมวลชนน่าจะมีการนำมาเป็นจุดขายคืออย่างน้อยเขาก็มีจุดเด่นในเรื่องของความสามารถอยู่แล้ว"

โดยความคิดเห็นข้างต้นมองว่าเป็นเพราะการมีบุคลิกที่มีความนุ่มนวลและความสามารถที่ผู้ชายในลักษณะพิเศษมี ทำให้เป็นที่น่าสนใจในการนำมาเป็นพิธีกรหรือผู้สาธิตของรายการและสามารถนำมาเป็นจุดขายของรายการ แต่ในความคิดเห็นของบางท่านไม่ได้มีความคิดเห็นดังกล่าว

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมนู shopping และรายการครัวสัญจร กล่าวว่า "คนที่มาทำครัวไม่จำเป็นต้องมีความนุ่มนวลเราไม่ได้นำมาเป็นหลักในการ

พิจารณาเพราะจริงๆ แล้วคนที่เข้าครัวมักจะมีบุคลิกที่นุ่มนวลละเอียดอ่อนอยู่แล้วไม่ว่าผู้หญิงหรือผู้ชาย แต่ว่าถ้าเรามองภาพว่านี่คือความอ่อนช้อยในส่วนของพิธีกรที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้นั้นถือว่าเป็นบุคลิกธรรมดาไม่ได้ผิดปกติ

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการลูกหลานสะท้านครัว คิดว่า “ในตัวของเขาเองอาจจะเป็นเราก็ไม่ชัด แต่ก็ไม่ได้ต้องเน้นที่จะต้องไปนำเสนอในส่วนนั้นให้เห็นชัดเจนโดยมีการเขียนบทให้ไม่มีเป็นไปในเรื่องที่คุณแล้วจะเป็นแบบนั้น ตอนแรกที่เรามาติดต่อก็ไม่ได้มองว่าเขาจะต้องเป็น(มีลักษณะพิเศษ)หรือเปล่า หรือว่าจะต้องนำเสนอแบบนี้ก็ไม่ใช่ เพราะเราดูว่าเขาสามารถนำเสนอได้น่าสนใจมากกว่า”

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการเมนูข้อปิ้งและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า “ในสื่อของการเผยแพร่คนที่เข้าครัวมักจะมีบุคลิกที่นุ่มนวลละเอียดอ่อนอยู่แล้วไม่ว่าผู้หญิงหรือผู้ชาย แต่ว่าถ้าเรามองภาพว่านี่คือความอ่อนช้อยในส่วนของพิธีกรที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้นั้นถือว่าเป็นบุคลิกธรรมดา สื่อที่ออกสู่สายตาประชาชนเป็นรสนิยมของแต่ละคน เป็นสิ่งจูงใจเป็นภาคปฏิบัติของประชาชนที่จะให้ความสนใจหรือสนใจอะไร”

กลุ่มผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “คิดว่าเป็นเรื่องของความบังเอิญมากกว่าและเขา(บุคคลที่มีลักษณะพิเศษ) มีพรสวรรค์มากกว่าและบวกกับที่เขามีความแข็งแรงทางกายและมีความอ่อน โดยมันก็เป็นข้อได้เปรียบของเขาที่สามารถนำมาเป็นจุดขายได้ในขณะที่คนก็ให้ความสนใจ”

การมีผู้ชายลักษณะพิเศษเป็นพิธีกรหรือผู้สาธิตทำอาหารในรายการ ถูกมองว่าเป็นเรื่องที่สามารถนำมาเป็นจุดขายและเป็นความสนใจของการทำรายการเพื่อให้ได้รับความนิยม แต่ในขณะเดียวกันผู้รับผิดชอบผลิตรายการกลับไม่ได้มองว่าเป็นจุดหลักของการผลิตรายการ แต่เป็นเพราะความเหมาะสม ความสามารถและเพื่อเป็นการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการกระจายกลุ่มคนที่คิดว่าจะไม่เป็นการตัดด้านใดด้านหนึ่งออกไป รวมทั้งกระแสของสังคมในช่วงนี้ที่มีรายการประเภทนี้เป็นจำนวนมาก อาจทำให้สามารถมองได้ว่าผู้หญิงอาจจะไม่มีความสามารถจริง

### **ระบบธุรกิจและการตลาดกับการกำหนดบทบาทผู้ชาย ผู้หญิง**

การทำรายการในปัจจุบัน รูปแบบของรายการมักจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าเป็นเพราะ การทำรายการถือเป็นลักษณะของการเอาอย่าง ต้องการขายรายการมาก

กว่าคุณภาพของรายการ และมองว่ารายการจะต้องนำเสนอคนดัง เพื่อการตอบรับของผู้ที่จะมาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการพอบ้านเข้าครัวและรายการพอลูกเข้าครัว กล่าวว่า “มองว่าเป็นวัฒนธรรมในการผลิตสื่อของบ้านเรามากกว่า คิดว่าเป็นการเอาอย่าง เลียนแบบแต่ไม่ได้เท่าที่ควร 20 ปีก่อน ม.ร.ว.ถนัดศรีทำรายการเซลล์ชวนชิม พอได้รับความนิยมก็มีทำกันตามมาเรื่อยๆ”

อาจารย์ยี่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการเคาะกระทะและรายการน้ำใสใจจริง กล่าวว่า “คุณเปิดโทรทัศน์คุณต้องการดูความแปลกใหม่ คุณต้องการดูความท้าทายใหม่คุณต้องการขายจุดสนใจ มนุษย์มีจุดสนใจ กตริโมทต้องการความบันเทิง ผู้หญิงต้องการดูผู้ชาย ผู้ชายทำอะไรได้ทำอะไรไม่ได้ก็อยากดู เพราะฉะนั้นเป็นเรื่องปกติแต่เขาไม่ได้บอกว่าจะให้ผู้ชายมากกว่าผู้หญิง แต่เฉยๆ ณ ชั่วโมงนี้ ผู้ชายมันมีมากกว่า”

คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า ให้ความเห็นว่า “ถ้ามองในมุมมองของพีในฐานะของพิธีกร พี่มองว่าการนำเสนอสิ่งที่แปลกกว่าปกติเช่นเรื่องที่คุณคิดว่าคนสนใจกว่า เราลองมานึกดูว่ามีผู้หญิงคนนึงมาปรุงอาหารคนดูส่วนใหญ่ซึ่งก็เป็นผู้หญิง ก็จะทำให้ที่บ้านคนปรุงก็เป็นผู้หญิงไม่ว่าจะเป็นแม่ พี่ ป้าก็ทำอยู่ไม่แปลกไม่น่าสนใจเท่ากับการที่มีผู้ชายสักคนมาเป็นผู้ทำ ในความเป็นจริงอย่าลืมนะรายการ TV เป็นเชิงธุรกิจด้วยเช่นกัน”

คุณจุฑาทิพย์ วิรัตน์ ผู้ผลิตรายการน้ำใสใจจริง กล่าวว่า “เป็นไปโดยอาชีพ ความถนัดพรสวรรค์ ยกตัวอย่างอาจารย์ยี่งศักดิ์ คุณหมึกแดง คุณชลิต เขามีพรสวรรค์มีความรู้และเมื่อนำเสนอแล้วทำให้คนสนใจและตอนนี้รายการต้องการคนที่รู้จริงไม่ใช่แค่อ่านสูตรแล้วมาทำให้ดู บังเอิญคนที่มีความรู้และพรสวรรค์ที่สามารถนำเสนอให้คนดูได้ทั้งสาระและความบันเทิงในเมืองไทยหาผู้หญิงได้น้อยนักจึงมีผู้ชาย ถ้ามองในลักษณะของสื่อด้วย สื่อในสมัยนี้การแข่งขันของสื่อคือการแข่งขันกันที่จะทำอย่างไรให้ rating ของรายการสูงจะทำอย่างไรให้ sponsor สนใจและซื้อ sponsor ในรายการซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ”

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการครัวแม่บ้านไฮเทคและรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า กล่าวว่า “มันทำให้เราเห็นสีสันเกิดขึ้นมา เกี่ยวกับการทำอาหารก็จะมีคนเน้นว่าทุกคนสามารถทำได้หมดแต่ภาพลักษณ์ที่เมื่อไหร่ผู้ชายทำอาหารมันมองแล้วมันน่าสนใจ ถ้ามีสื่ออยู่ดีๆ จะต้องการทำอะไรที่ไม่มีน้ำหนักจากที่ทำแล้วธุรกิจไปรอด”

ทีมงานผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก ให้ความคิดเห็นว่า “จริงๆผู้ชายทำตรงนี้นานแล้ว เพียงแต่เดิมรายการที่วีอาจะไม่ได้ปรากฏภาพผู้ชายทำอาหารนัก และรายการไม่ได้อยู่ได้ด้วยตัวมันเองมันอยู่ได้ที่ sponsor เจ้าของเงินเขาจะมีบทบาทในการที่จะกำหนดแนวโน้มว่าอันไหนเป็นที่นิยมและคิดว่าเป็นเรื่องของความบังเอิญด้วยที่ว่าตอนนี้คนที่ถูกนำออกมาเป็นผู้ชายเสียส่วนใหญ่”

คุณณัฐนิศ สุทธิกมลผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงเพลงรสและรายการเคาะกระทะ กล่าวว่่า “ส่วนใหญ่จะเสนอคนดังเป็นเรื่องของการนำเสนอเพื่อให้ถูกใจของผู้ซื้อ”

บทบาทของหญิงชายกับการที่รายการนำเสนอให้ผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการนั้นน่าจะเป็นการทำหน้าที่ของสื่อเพื่อสนองตอบระบบธุรกิจของตนมากกว่า และอาจโยงไปถึง sponsor ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันก็มีทัศนคติที่มองว่าอาจจะเป็นวัฒนธรรมในการผลิตของสื่อก็คือการเอาอย่าง เพราะการที่สื่อมวลชนมองว่าผู้ชายมักจะได้รับการยอมรับถึงในระดับโลกแต่สำหรับผู้หญิงจะอยู่แค่ในระดับหนึ่งที่ดีกว่า ทำให้ผู้ชายสามารถที่จะสนองต่อระบบการทำธุรกิจได้มากกว่าเช่นกัน

วัฒนธรรมในเรื่องบทบาทของหญิงชายดูจะไม่มี ความสอดคล้องกับการทำรายการสาธิตการทำอาหาร ที่รายการมีความคาดหวังถึงจำนวนผู้ชมรายการด้วยการให้ความสำคัญกับรูปแบบของรายการ และรายการไม่สามารถกำหนดการเป็นพิธีกร ถึงแม้ว่ารูปแบบของรายการจะมีลักษณะเป็นรายการของผู้หญิง เพราะเมื่อเป็นรูปแบบที่มีอยู่ในขณะนี้กำลังได้รับความนิยม สื่อก็คงไม่หันไปหาช่องทาง หรือแบบแผนในการผลิตที่ต่างกันออกไปมากนัก เพราะอย่างน้อยการคำนึงถึงเรื่องของเงินทุนและตลาดแล้ว สื่อก็ยอมที่จะต้องดำรงรักษาภาพลักษณ์ของรายการไว้เช่นเดิม ตราบใดที่ยังไม่มีใครกล้าลุกขึ้นมาเปลี่ยนแปลง และในเวลาเดียวกันก็ได้รับผลตอบแทนจากสังคม

อาจารย์ย้งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตรายการ น้ำใสใจจริงปี 2000 และรายการเคาะกระทะ กล่าวว่่า “น่าจะมองที่รูปแบบรายการที่คิดว่าสำคัญที่สุดมากกว่า เพราะบางรูปแบบรายการจะต้องการความสามารถเฉพาะตัวของพิธีกรและของผู้สาธิตอาหารมาก แต่บางรายการที่เรามีรูปแบบรายการที่ดีเราก็จะลดข้อผิดพลาดและความสำคัญของพิธีกรแล้วก็ผู้สาธิตทำอาหารได้”

บทบาทของหญิงและชายที่ปรากฏอยู่ในรายการนั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะความต้องการที่สื่อคิดว่าน่าจะมีมาจากการที่คนในสังคมซึ่งก็คือผู้ชมที่รวมถึงผู้ที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการที่จะซื้อรายการ ในลักษณะเช่นนี้จึงได้มีการผลิตรายการในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน จนเหมือนกลายเป็นการเลียนแบบก็ว่าได้ จนบางครั้งทำอาจจะทำให้ลืมนึกถึงเรื่องของคุณภาพของรายการ

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมึกแดงแผลงรสและพอลูกเข้าครัว มองว่าเป็นเพราะความต้องการและการยอมรับในบทบาทนี้ของตัวผู้หญิงเองด้วยที่ไม่ได้คิดที่จะพยายามเป็นให้ได้มากกว่าที่ได้รับก็อาจจะเป็นไปได้ การที่รายการเลือกให้ผู้หญิงเป็นพิธีกร ก็ในเมื่อผู้หญิงยอมที่จะทำตรงนี้เราก็จะโทษผู้ผลิตไม่ได้เป็นเพราะผู้หญิงเขาอยากที่จะทำในจุดนี้ทำไมผู้หญิงยอมที่จะเป็นแค่นี้ ไม่ยอมพัฒนาให้ทัดเทียมกับผู้ชาย ถึงแม้ว่าจะมองว่าความไม่เท่าเทียมกันในสังคมระหว่างกันนั้นที่จะมาเป็นตัวกำหนดแต่คิดว่าการทำสื่อไม่มีการปิดกันตรงนี้”

### ความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมของผู้ชายในรายการโทรทัศน์

ความน่าเชื่อถือและความเหมาะสม ส่งผลให้ผู้ชายได้เป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการจะด้วยจากเหตุผลที่คนไทยยอมรับผู้ชายมากกว่าผู้หญิงด้วยส่วนหนึ่ง หรือการมองว่าผู้ชายน่าจะจะสามารถเป็นผู้นำในกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ชายได้มากกว่าที่ผู้หญิงจะมาทำให้ผู้ชายคล้อยตาม และมองว่าไม่มีการปิดกันในลักษณะของการทำเช่นนี้

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการพอลูกเข้าครัว กล่าวว่ “เพราะผู้ชายจะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้หญิงในเรื่องของอาหารเมื่อถูกเสนอทางทีวี และเมื่อผู้ชายเป็นคนกิน ผู้หญิงเป็นคนทำ คนกินจะต้องรู้ว่าต้องการอย่างไรและก็จะไม่หาว่าทำอย่างไรถึงจะได้รสที่เขาชอบ ซึ่งผู้หญิงไม่มีโอกาส และผู้หญิงจะต้องมี น้ำคำ น้ำมือและน้ำใจ ที่เป็นของผู้หญิง และผู้หญิงจะทำสำหรับครอบครัวไม่ใช่ทำเป็นธุรกิจ”

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการเมนูข้อปึงและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า “การที่เอาผู้ชายมานำก็หมายความว่าผู้ชายนำผู้ชายด้วยโดยเฉพาะผู้ชายบางกลุ่มอาจจะไม่ค่อยตามสภาพสตรีที่มาเป็นผู้สาธิตก็เลยนำผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตให้เห็นว่าผู้ชายที่ท่านคิดว่าเป็นผู้นำก็สามารถทำอาหารได้”

คุณวรเชษฐ์ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพอลูกเข้าครัวกล่าวว่า “เป็นช่วงหลังๆนี้มากกว่า เพราะแรกๆก็เห็นเป็นผู้หญิงเกือบทั้งนั้น แต่การทำรายการในลักษณะเลียนแบบเยอะ และพิธีกรบางคนก็ไม่มีความสามารถจริงก็เลยทำให้เหมือนกับลด impact ของผู้หญิงลงเยอะทำให้ผู้ชายก็เลยเข้ามาแทนที่ตรงนี้”

คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส กล่าวว่า “ดูแล้วเราอาจจะวิเคราะห์ผิดว่าเป็นผู้ชาย อาจจะเป็นต้นแบบที่เป็นผู้ชายเราก็เลยทำตามต้นแบบไม่ว่าจะของอเมริกาหรือญี่ปุ่น แล้วก็พอดีพอดี มีผู้ชายที่ถนัดในด้านอาหาร มีความรู้ และสามารถนำเสนอราย



การได้ก็เลยประจวบเหมาะเพราะฉะนั้นไม่น่าจะใช่ที่เขาจะต้องการไปเน้นผู้ชายเพียงแต่ว่าความลงตัว ปัจจัยที่เลือกสำหรับรายการในบ้านเรานั้นหาไม่ได้ที่จะเป็นตัวผู้หญิงที่ดูมีความน่าเชื่อถือ”

คุณศรีนน้อย กาญจนพรดิษฐ์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ตรงนี้ถือว่าไม่ปิดกันเพราะมองว่าคนทำอาหารที่เก่งเยอะเยาะไปที่เป็นผู้ชายจะเห็นได้ก็ตามโรงแรมภัตตาคาร และตอนนี้กลายเป็นว่าคนที่ดังในเรื่องอาหารกลับกลายเป็นผู้ชายมากกว่าดูจะมีความเหมาะสมกว่าผู้หญิง อย่างอาจารย์ชาติ คุณหมึกแดง อาจารย์ย้งศักดิ์”

คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุราและรายการครอบครัวवालคิทเซน กล่าวว่า “คิดว่าปัจจุบันคนไทยเราก็ออมรับแล้วกับผู้ชายทำอาหาร อย่างคุณหมึกแดง สืบสานตามรอยของพ่อและตนเองก็มีความสามารถชำนาญและสามารถนำเสนอได้ก็น่าจะมีผลอะไรในเมื่อเรามีความสามรถมันก็น่าจะเป็นความเหมาะสมที่เขาจะเป็นผู้สาธิตได้”

การเป็นผู้สาธิตทำอาหาร เหตุผลที่สนับสนุนให้ผู้ชายสามารถที่จะเป็นผู้สาธิตทำอาหารได้และถือว่าเป็นความเหมาะสมด้วยนั้น จะด้วยเรื่องของความสามารถที่มีหรือจากค่านิยมเดิมๆ ที่มีผู้ชายเป็นผู้ออกมาทำรายการเกี่ยวกับการสาธิตการทำอาหารในโทรทัศน์ก่อนผู้หญิงจึงทำให้ผู้ชายได้รับความเชื่อถือ หรือจากการที่พบว่าผู้ชายเป็นจำนวนมากมีอาชีพทำอาหารและรวมไปถึงความเหมาะสมที่จะให้ผู้ชายมาเป็นผู้นำในกลุ่มคนดูที่เป็นผู้ชาย นอกจากนั้นยังไม่มีกฎเกณฑ์ใดๆ มากำหนด ในเมื่อผู้ชายมีความสามารถ

ในขณะที่เดียวกันก็มีปัจจัยเสริมที่สนับสนุนการที่รายการมีผู้ชายเป็นผู้สาธิตนั้นมาจากการทำรายการตามต้นแบบที่เป็นของต่างประเทศผสมผสานกับจังหวัดที่จำนวนผู้ชายที่สามารถเป็นผู้สาธิตทำอาหารได้นั้นมีเป็นจำนวนมากพอ และจากการที่มีรายการในลักษณะดังกล่าวเลียนแบบกันมาก อาจทำให้เป็นการลดความน่าเชื่อถือของผู้หญิงลงไปได้ เมื่อเป็นความเหมือนในหลายๆ รายการที่อาจไม่ได้คำนึงถึงความเป็นจริงในการนำเสนอความสามารถของผู้หญิงนั้นจริงทำให้ผู้ชายจึงได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่า

ความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมเกี่ยวกับการทำอาหารในรายการทางโทรทัศน์ คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ก็คงไม่ผิดที่จะบอกว่าผู้หญิงเป็นคนทำอาหารในบ้าน แต่พอกลายมาเป็นทางด้านธุรกิจแล้ว ผู้ชายคิดว่าน่าจะทำได้ดีหรืออาจจะเหมาะสมกว่าก็เป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูง สื่อขายความดัง ถ้าอยากจะได้ rating ดีก็ต้อง

เอาเรื่องเร้าใจ น่าสนใจหรือที่คิดว่าแปลกให้ผู้ชม เพราะถ้ามีแต่รายการทั่วไปก็ไม่มีใครดู นี่คือนิสัยของคนทั่วโลกอะไรที่มันธรรมดาๆก็ขายไม่ได้ ไทยรัฐถึงตั้งหน้าแรก บางคนถือว่าเป็นข่าวไร้สาระ แต่ขายได้ คนเรามีความอยากรู้อยากเห็นกับสิ่งที่เราไม่มีหรือใฝ่ฝันว่าจะมีถ้าอะไรที่เราเป็นอยู่แล้ว ดูมันทำไม"

เมื่อโลกสาธารณะในที่นี้คือ สื่อโทรทัศน์ได้กำหนดความสำคัญและคุณค่าของงานในแบบอย่างเดียวกัน เพียงแค่เมื่อต้องการเปลี่ยนบริบทจากครัวในบ้านที่ผู้หญิงเป็นผู้มีหน้าที่ทำอาหาร มาสู่พื้นที่ครัวในรายการทางโทรทัศน์แล้ว ผู้หญิงไม่สามารถที่จะตามมาแสดงความสามารถ และได้รับการยอมรับได้จะด้วยสาเหตุของความสามารถที่ต่างก็แสดงความคิดเห็นว่าการทำอาหารเป็นเรื่องของความสามารถที่ไม่ว่าหญิงหรือชายต่างก็มี โดยไม่แบ่งว่าเป็นหญิงแล้วจะต้องเก่งหรือ เป็นชายจะเก่งกว่า ดังความคิดเห็นที่ได้จาก อาจารย์วันดี ณ สงขลา มีความคิดเห็นต่อเรื่องนี้ว่า "ความสามารถถือได้ว่าเป็นเรื่องเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล โดยไม่ขึ้นอยู่กับความเป็นเพศใดเพศหนึ่ง และความสามารถของคนในแต่ละเพศ ก็ย่อมที่จะมีเหมือนกัน ถึงแม้ว่าความสามารถนั้นอาจจะทำได้ดีไม่เหมือนกันทั้งหมด "

จากการที่รูปแบบรายการได้กำหนดบทบาทการเป็นพิธีกร-ผู้สาธิต หรือระบบธุรกิจและการตลาด และรวมถึงความน่าเชื่อถือและความเหมาะสมที่ส่งผลให้ผู้ชายมีบทบาทเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร (ตัวชูโรง) และ ผู้หญิงเป็นพิธีกร (ผู้ช่วย) โดยเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยพบว่า มีเรื่องของความคิด และความเชื่อต่างๆ เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนในเหตุผลที่ได้จากการให้สัมภาษณ์ ดังนี้

1. ผู้ชายทำอาหารได้ดีกว่าผู้หญิง
2. ผู้ชายเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้หญิงในเรื่องการทำอาหาร
3. อาชีพการทำอาหารเป็นของผู้ชาย ผู้หญิงทำอาหารสำหรับครอบครัว
4. ลักษณะนิสัยของผู้หญิงเหมาะกับการเป็นผู้ช่วย

#### ผู้ชายทำอาหารได้ดีกว่าผู้หญิง

มีความคิดเห็นจาก 3 ท่าน ต่อไปที่เชื่อว่าผู้ชายทำอาหารได้ดีกว่าผู้หญิง ด้วยการที่ผู้ชายเป็นที่ยอมรับในลักษณะของการมีอาชีพเป็น cook หรือ chef ซึ่งเป็นอาชีพที่ผู้ชายจะพบได้มากกว่าผู้หญิง

คุณมยุรา เสวตศิลา พิธีกรรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ปัจจุบันผู้ชายทำอาหารได้เก่งและดีกว่าผู้หญิงเราจะพบเห็นได้ว่าในปัจจุบันตามร้านอาหารตามโรงแรมมีแต่ก็ผู้ชายทั้งนั้นแม้แต่พ่อบ้าน (สามี) ก็ทำอาหารได้ดีกว่าคนเป็นเมียเสียอีก”

คุณยุวดี เรื่องฉาย พิธีกรรายการเมนูข้อปั้ง กล่าวว่า “ผู้ชายผู้หญิงจริงๆ แล้วผู้ชายมักจะทำกับข้าวได้ร่อยกว่าผู้หญิงไม่รู้ทำไม แต่ว่าด้วยหน้าที่แล้วแม่บ้านก็คือผู้หญิงจะเป็นคนทำกับข้าวแต่คำว่าแม่บ้านไม่จำเป็นต้องทำกับข้าวอย่างเดียว”

คุณ แองเจโล เดลปันตี ผู้สาธิตทำอาหารรายการลงหลานสะท้านครัว กล่าวว่า “ผู้ชายทำอาหารร่อยกว่าผู้หญิงอยู่แล้วจริงๆ ถ้าดู cook ก็เป็นผู้ชายคิดว่าเคยตามตัวเองเหมือนกันว่าทำไมผู้ชายจึงทำอาหารได้ดีกว่าและร่อยกว่าผู้หญิง”

จากการที่ผู้ชายมีอาชีพเกี่ยวกับทางด้านอาหาร ไม่ว่าจะ เป็น cook หรือ chef ตามโรงแรมหรือภัตตาคาร ซึ่งเป็นสถานที่ที่เชื่อว่าจะได้รับการยอมรับว่าอาหารจะต้องเป็นอาหารที่ร่อยและเป็นที่ยอมรับกันในลักษณะของผู้ที่มีอาชีพทำอาหารในสถานที่นั้น ทำให้ผู้ชายจึงถูกมองและเชื่อกันว่าย่อมที่จะเป็นผู้ที่มีความสามารถและทำอาหารได้ดีและร่อยกว่าผู้หญิง ซึ่งไม่ได้ปรากฏว่าเป็นผู้ที่มีอาชีพเหมือนกับผู้ชาย

**ผู้ชายเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้หญิงในเรื่องการทำอาหาร**

จากการสัมภาษณ์ มีผู้ที่ให้ความความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกัน ว่าคนไทยจะเป็นด้วยความเชื่อ ค่านิยม หรือจะเป็นเพราะความเหมาะสมในเรื่องของการทำอาหารกับผู้ชาย มองว่าอาจจะด้วยการที่สื่อมวลชนในช่วงแรกได้นำเสนอให้เป็นผู้ชาย ทำให้ต่อมาผู้ชายกลายเป็นความเหมาะสม ความเคยชิน ได้รับการยอมรับและสามารถพบเห็นและมีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้หญิง

คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและsponsor รายการสบายสไตล์มยุรา “คิดว่าผู้ชายอาจจะทำได้ดีหรืออาจจะเหมาะสมกว่าเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูง”

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลงหลานสะท้านครัว กล่าวว่า “จริงๆ เป็นผู้หญิงผู้ชายก็ได้ขึ้นอยู่กับว่าคุณคลิกของเขาที่จะแสดงออกมาโดดเด่นหรือเปล่า ปัจจุบันดูแล้วอาจจะมีคนเก่งที่เป็นผู้หญิงแต่ยังไม่ถูกดึงตัวออกมาแต่ผู้หญิงในแง่ของการดึงดูดผู้หญิงทำอาหารคนดูทั่วไปก็เห็นว่าธรรมดาแต่ผู้ชายจะว่ามันน่าสนใจกว่าอาจทำให้คนรู้สึกน่าดู”

คุณชัยวัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการครอบครัววาลดิทเช่น “คิดว่าไม่มีความแตกต่างเพียงแต่ว่าบุคคลที่มีอยู่ตอนนี้เป็นผู้ชายซะมากกว่าที่มีความรู้เกี่ยวกับด้านอาหารและถูกยอมรับว่าเป็นผู้ชำนาญในการทำอาหาร

คุณรัชชสวอย โอสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว “คิดว่าไม่มีความแปลกถ้าผู้ชายจะมาทำอาหารและผู้หญิงจะเป็นผู้ช่วยเพราะรู้สึกเคยชินกับการที่มี chef หรือ cook เป็นผู้ชาย”

จากความคิดเห็นในข้างต้นทำให้มองเห็นว่า เป็นเรื่องของความเชื่อ การที่คิดว่าหรือเชื่อว่าผู้ชายได้ถูกยอมรับในเรื่องการทำอาหารมากกว่าผู้หญิงนั้น เป็นเพราะค่านิยมที่คิดว่าผู้ชายดีกว่าผู้หญิงดังนั้นจึงต้องทำได้ดีกว่าเช่นกัน จึงกลายเป็นความเชื่อต่อมาที่ผู้ชายมีทั้งความน่าสนใจในการดึงดูดและถูกยอมรับได้มากกว่าผู้หญิง

จากการยอมรับว่าผู้ชายอาจจะทำได้ดีกว่าหรืออาจจะเหมาะสมมากกว่าผู้หญิงในเรื่องของการทำอาหารที่ดูจะน่าสนใจถึงแม้จะมีทัศนคติว่าเป็นความเคยชินกับการพบเห็น cook หรือ chef ก็จะไม่พบว่าเป็นผู้ชาย

#### อาชีพการทำอาหารเป็นของผู้ชาย ผู้หญิงทำอาหารสำหรับครอบครัว

ครัวเรือนและผู้หญิงเป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมและถือเป็นโครงสร้างของสังคม และได้กลายเป็นหน้าที่ที่ผู้หญิงจะต้องมีความรับผิดชอบอยู่ในลักษณะเดิมอย่างที่ปลูกฝังมา ในขณะที่ผู้ชายได้มีส่วนเข้ามาช่วยเหลือบ้าง แต่ไม่สามารถที่จะกลายเป็นหน้าที่หรือการทำให้เป็นประจำได้ในลักษณะของหน้าที่ แต่ถ้ามองในแง่ของการประกอบอาชีพแล้วนั้นถือได้ว่าเป็นความเหมาะสมของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลูกหลานสะท้านครัว กล่าวว่า “ถึงแม้ผู้ชายจะเข้ามาทำงานของแม่บ้านมากขึ้น แต่ในขณะที่เดียวกันผู้หญิงก็ทำงานเยอะขึ้นคือ พอกทำงานข้างนอกเสร็จก็ยังคงเข้ามาทำในบ้านที่ก็ยังเหมือนเดิมไม่ว่าจะทำอาหาร ทำความสะอาด ดูแลลูกหรืออื่นๆ ในขณะที่ผู้ชายทำงานนอกบ้านเป็นหลักก็มาเสริมข้างในบ้านบ้าง”

ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรและผู้สารถีอาหารรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “พ่อบ้านที่ทำอาหารส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคนกินเหล้าทำอาหารแกล้มเหล้าอร่อยแต่คนในครอบครัวกินไม่ได้ ถ้าเป็นอาหารที่กินในครอบครัวจะเป็นผู้หญิงที่มีหน้าที่เป็นคนทำเลี้ยงคนในครอบครัว”

คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้ผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ความแตกต่างคงจะเป็นเรื่องของหน้าที่ผู้หญิงยังงี้ก็ยังคงต้องเป็นแม่บ้านเป็นแม่ของลูกต้องเลี้ยงลูกทำอาหารอยู่ดีถึงแม้จะทำบ้างไม่ทำบ้างก็ตาม แต่ผู้ชายเขาก็อาจจะทำบ้างแต่ก็ยังเหมือนกับมาช่วยทำมากกว่า”

ทีมงานผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก ให้ความเห็นว่า “ความที่ผู้ชายเขาได้อยู่ในบ้านเยอะกว่าอาจจะทำให้เขามีการรับรู้ตรงนี้เยอะกว่า เขาไปไหนๆได้มากกว่าผู้หญิงแต่ผู้หญิงก็มีธรรมชาติก็คือ ความ

ละเอียดแต่ถ้าเป็นเรื่องของการตัดสินใจคิดว่ายังไงผู้ชายเขาก็ยังมีมากกว่าซึ่งบวกกับประสบการณ์ที่เขาได้พบตรงๆ ส่วนผู้หญิงเรามักจะได้รับการเรียนรู้โดยการถ่ายทอดมาจากครอบครัว”

คุณวรเชษฐ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการ “คิดว่าขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของแต่ละคนมากกว่า ผู้หญิงอาจจะต้องการทำอาหารให้เก่งสำหรับครอบครัวมากกว่าแต่สำหรับผู้ชายการทำอาหารคิดว่าเป็นอาชีพจึงอาจจะเป็นคนละวัตถุประสงค์กัน จึงอาจพบว่าผู้ชายจึงมีชื่อเสียงมากกว่าจริงๆ ผู้หญิงที่เก่งเท่ากันก็อาจจะมีแต่วัตถุประสงค์อาจจะไม่เหมือนกัน”

คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการ “คิดว่าถ้าในเรื่องของความสามารถแล้วคิดว่าไม่น่ามีความแตกต่างกัน แต่ถ้าอย่างที่เป็นแงคริวเรือนปกติทั่วไปจะเห็นเป็นผู้หญิงแต่ทำไมพอไปเป็น กู๊กหรือเป็นอาชีพแล้วเป็นผู้ชาย ก็ต้องดูอีกอย่างหนึ่งว่าโดยกายภาพแล้วผู้ชายจะค่อนข้างแข็งแรงมากกว่า”

การทำอาหารของผู้หญิงเป็นไปในลักษณะของหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบภายในบ้าน นอกจากที่จะต้องรับผิดชอบในอาชีพนอกร้านที่เหมือนกับผู้ชาย วัตถุประสงค์ในการมองเกี่ยวกับเรื่องของการทำอาหารของผู้ชาย ต่างกันตรงที่ถ้าการทำอาหารที่เป็นการทำในครอบครัวแล้วผู้ชายจะมาเพียงเพื่อการช่วยทำ ซึ่งถือว่าไม่ใช่หน้าที่ แต่ถ้าเป็นไปในลักษณะของการมีอาชีพการทำอาหารแล้วนั้นการเลือกให้เป็นผู้ชายจึงเป็นการเหมาะสม จะด้วยเหตุผลที่ผู้ชายมีความแข็งแรงอดทน มีประสบการณ์มากกว่าผู้หญิง

### ลักษณะนิสัยของผู้หญิงเหมาะสมกับการเป็นผู้ช่วย

รายการสาธิตการทำอาหารกับการอธิบายถึงขั้นตอนหรือวิธีในการปรุงอาหารนั้นจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ กับการแสดงถึงขั้นตอนการทำ โดยพิธีกรจะต้องเป็นผู้ซักถามและมีความสงสัยในสูตรของอาหารแทนผู้ชมที่บ้าน พร้อมกับการบรรยายขั้นตอนต่างๆที่ผู้สาธิตกำลังเป็นผู้ปรุง ผู้ที่มีลักษณะเหมาะสมกับบทบาทดังกล่าวจึงควรที่จะเป็นผู้หญิง ดังที่หลาย ๆ ท่าน ได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า

คุณชาติ อมาตยกุล ผู้สาธิตทำอาหารรายการครอบครัวจรรวาลคิทเช่น กล่าวว่า “ผู้หญิงเขาจะมีวิธีการถามที่ดูแล้วผู้ชมอาจจะมีความรู้สึกสงสัยเช่นกัน คุณญานี้ก็จะช่วยของการพูดคุยการตอบทในการทำงานที่ผมบางทีก็อาจมีลืมนี่ก็ช่วยได้”

คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า “ผู้หญิงจะมีความละเอียดอ่อนในเรื่องของการสงสัยการชักถามต่างๆ โดยจะเป็นคนช่างสงสัยว่าใส่อันนี้ทำไม ทำไมใส่อันนั้นก่อนซึ่งผู้หญิงจะดูเหมาะสมกว่าด้วยภาพลักษณ์ ถ้าจะให้ผู้ชายมาเป็นผู้ชักถามก็คงจะไม่เหมาะเพราะผู้ชายจะต้องเป็นผู้ตอบถึงจะดูเหมาะสม ผู้หญิงก็ตอบได้ถามได้ แต่ผู้ชายจะมาเป็นผู้คอยถามไม่ได้เพราะภาพโดยทั่วไปของผู้ชายสังคมก็จะมองว่าผู้ชายเป็นผู้นำ”

คุณยุวดี เรื่องขาย พิธีกรรายการเมนู shopping “คิดว่าการที่จะให้ผู้ชายมาเป็นผู้สงสัยหรืออยากรู้ช่างซักช่างถามเหมือนกับผู้หญิงก็คงไม่เหมาะเพราะด้วยภาพลักษณ์ของตัวเองในความเป็นจริง”

คุณกาญจน์ ตระกูลธรรม ผู้ผลิตรายการครอบครัวครัววาล kitchen กล่าวว่า “การที่เลือกคุณญานีเพราะต้องการให้รายการออกมาดูไม่เป็นวิชาการมากเกินไปเพราะถ้าเป็นวิชาการมากเกินไปคนก็จะไม่ชอบดูและช่วยในเรื่องของการชักถามพูดคุยซึ่งเธอจะมีความเหมาะสมในการพูดคุยที่ดูสนุกสนานเนื่องจากคุณชวลียังใหม่และให้คุณญานีมาเป็นสีสันของรายการ”

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการครัววิญจกรและรายการเมนูข้อปิ้ง ให้ความเห็นว่า “บทบาทของผู้หญิงก็จะเป็นในส่วนของความละเอียดในเรื่องของการคำนวณการใช้จ่าย การซื้อของ การพูดคุยชักถามในส่วนผสมขั้นตอนที่จะบอกกับผู้ชมที่มอบหน้าที่นี้ให้พอถึงการปรุงเราก็ให้ผู้ที่มีความชำนาญที่เป็นที่ยอมรับและในส่วนตัวของเขาก็มีการทำตรงนี้อยู่”

ทีมงานผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “ถ้ารายการใดที่มีการแยกกันระหว่างผู้สาคิตทำอาหารกับพิธีกรแล้วนั้น พิธีกรนี่จะเป็นผู้หญิงมากกว่าถ้าจะให้ผู้ชายมาเป็นผู้พิธีกรและให้ผู้หญิงเป็นผู้สาคิตก็จะดูไม่เหมาะสมเพราะสังคมไทยเราจะต้องให้เกียรติกับผู้ชาย”

ผู้หญิงกับภาพลักษณ์ของการเป็นผู้มีบุคลิกลักษณะที่เป็นคนช่างเจรจาปราศรัย และเป็นความเหมาะสมโดยที่ไม่ทำให้เกิดความขัดแย้งต่อภาพลักษณ์ของผู้หญิงกับ จึงเป็นการเหมาะสมที่ผู้หญิงจะอยู่ในบทบาทของการเป็นผู้พิธีกรได้เหมาะสมมากกว่าผู้ชาย

ผู้ชายในสังคมถูกกำหนดด้วยภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ชายที่จะต้องมีลักษณะของความเป็นผู้มีอำนาจ ผู้นำ และการให้เกียรติต่อผู้ชายซึ่งถือได้ว่าเป็นความเหมาะสม ที่มองว่าภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ชายที่ถูกกำหนดไว้ไม่สามารถจะเป็นความเหมาะสมได้ถ้าผู้ชายมาเป็นเพียงผู้ที่มีบทบาทที่ทำให้เกิดการขัดกับภาพลักษณ์ของตน

การที่ผู้หญิงได้รับบทเป็นพิธีกรในรายการนอกจากปัจจัยที่สนับสนุนในเบื้องต้นแล้วยังมีข้อสังเกตที่บางท่านให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องนี้ด้วยก็คือการที่มองว่าผู้หญิงไม่มีความสามารถในการสาธิตทำอาหารจึงต้องรับบทในการเป็นพิธีกรของรายการ

จากทัศนะของทั้ง พิธีกร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและ ผู้อุปถัมภ์รายการ ต่างมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันคือส่วนใหญ่มองว่าผู้หญิงที่มีความรู้ในเรื่องของการทำอาหารมีน้อยและอาจจะไม่มีความรู้ที่เก่งมากพอที่จะเป็นผู้สาธิตในรายการได้จึงทำให้รายการมองไปยังผู้ชายที่เมื่อนำเสนอแล้วดูจะมีความเหมาะสมกับการเป็นผู้สาธิตการทำอาหารจึงได้จัดให้ผู้หญิงเป็นพิธีกรในรายการ

### บทบาทหลักเกณฑ์ และเหตุผลของผู้รับผิดชอบผลิตรายการในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหาร

จากการสัมภาษณ์ที่ได้จากผู้รับผิดชอบผลิตรายการ สามารถแยกเป็นประเด็นได้เป็นสอง ประเด็น คือ

1. บทบาทในการผลิตรายการของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ
2. หลักเกณฑ์และเหตุผลในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ

ตารางที่ 2 แสดงบทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ

ปัญหำนำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
2. บทบาทหลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้รับผิดชอบผลิตรายการในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการ	บทบาทและหลักเกณฑ์ 1. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีอำนาจตัดสินใจ 2. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการร่วมตัดสินใจกับ ผู้อุปถัมภ์รายการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีอำนาจในการผลิตรายการและคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการ</li> <li>- การมีบทบาทร่วมกันของผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ</li> </ul>

ปัญหานำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
	3. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้อุปถัมภ์รายการ	- ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมอบบทบาทให้แก่ผู้อุปถัมภ์รายการ
	หลักเกณฑ์และเหตุที่อิงตัวบุคคล	- เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป - เป็นบุคคลที่มีความรู้และความสามารถทางด้านการทำอาหาร

### บทบาทในการผลิตรายการของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ

บทบาทของผู้ผลิตที่มีต่อรายการนั้น สามารถแยกได้เป็น 3 บทบาท ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีอำนาจตัดสินใจในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิต
2. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการร่วมตัดสินใจกับผู้อุปถัมภ์รายการ
3. ผู้รับผิดชอบผลิตรายการปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้อุปถัมภ์รายการ

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีอำนาจตัดสินใจในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการ

รายการสาธิตการทำอาหารผลิตขึ้นโดยความต้องการของผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่ให้ความสนใจจะเป็นด้วยเหตุผลที่ต้องการให้รายการเป็นสื่อการสอนทำอาหาร ต้องการให้มีรูปแบบของรายการที่หลากหลาย น่าสนใจถือได้ว่าเป็นทางเลือกใหม่ของรายการที่มีอยู่ในปัจจุบัน



คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการเมนูข้อปิ้งและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า “เยาวชนรุ่นหลังไม่มีผู้สอนในเรื่องการทำอาหารเพราะแตกต่างจากรุ่นก่อนที่แม่ยังสามารถสอนให้ได้เยาวชนหรือผู้ที่อยากหาความรู้เพิ่มเติมในด้านการทำอาหารอาจจะเพื่อเตรียมตัวเป็นแม่บ้านดังนั้นจึงผลิตรายการเพื่อเป็นสื่อในการสอนหรือแนะนำให้เยาวชนผู้ที่มีความอยากรู้ได้รู้จักทำอาหาร”

คุณกาญจน์ ตระกูลธรรม ผู้ผลิตรายการครอบครัววาลิตีเซ็น กล่าวว่า “บริษัททำรายการที่วี้อยู่แล้วเป็นหลัก 3 ปีก่อน ก็วิเคราะห์ว่ารายการอาหารยังมีช่องว่างดูแล้วยังเป็นรายการเกรด c โดยดูจากช่วงเวลาที่น่าเสนอเราเป็นบริษัทแรกที่เปลี่ยนแปลงช่วงเวลา รูปแบบที่ไม่ค่อยน่าสนใจให้กลับกลายเป็นรายการที่น่าสนใจขึ้นมาได้ นำมาเป็นรายการที่อยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมสามารถให้เป็นวันหยุดที่ทุกคนในครอบครัวสามารถดูได้ซึ่งเมื่อก่อนจะเป็นเวลาที่มีแต่แม่บ้านที่ต้องอยู่บ้าน”

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมักแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “จุดเริ่มต้นในการสร้างงานเกิดจากทางเจ้าของบริษัทและจากที่ดูแล้วรูปแบบที่น่าสนใจยังไม่มีและก็เลยกล้าที่จะทำและผู้ผลิตก็มีพิธีกรที่มีความรู้แล้วมีความสามารถโดยเห็นอยู่ก่อนแล้วและค่อยคิดรูปแบบและวิธีการนำเสนอและกระแสในช่วงนั้นที่คนสนใจ”

คุณอภิรดี จุรีเกตุ ผู้ผลิตรายการบ้านของเรา กล่าวว่า “เป็นเพราะ concept ของรายการบ้านของเราคือ ครอบครัวซึ่งคำว่าบ้านของเราก็คือทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับบ้าน ของเราเกี่ยวข้องกับครอบครัวก็จะเป็นสามีภรรยาและเรื่องครอบครัว ก็หนีไม่พ้นที่จะมีห้องครัวนั่นก็คืออาหาร ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีช่วงอาหารและ concept ของอาหารทางรายการจะไม่เหมือนคนอื่น คือ คนอื่นอาจจะทำอาหารที่มันหรู อาหารฝรั่งอาหารที่มีขั้นตอนซับซ้อนแต่ดูดีดูสวย แต่รายการจะมีขั้นตอนให้ทำง่ายมีส่วนผสมของอาหารชนิดนั้นๆ บอกและอาทิตย์ต่อไปก็ทำไปพร้อมกัน”

ทีมงานผู้ผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “รายการที่เกี่ยวกับเด็กยังไม่มีความเป็นทางเลือกใหม่ เราเริ่มทำรายการตั้งแต่ปี 38 เราทำรายการอาหารของเด็กจริง (รายการเมนูลูกรัก) โดยคุณอุทุมพรเป็นเจ้าของรายการ”

โดยทั่วไปแล้วความต้องการที่จะผลิตรายการสาธิตการทำอาหารนั้นส่วนหนึ่งเป็นความต้องการที่มาจากความคิดของทั้งผู้ที่เป็นเจ้าของบริษัทและผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตรายการ เพื่อให้รายการได้มีการพัฒนา มีความหลากหลายจากรูปแบบที่มีอยู่ โดยอ้างถึงผู้ชม หรือรูปแบบของรายการ เป็นเหตุผลในการจัดรูปแบบรายการ โดยที่จะเป็นผู้มีบทบาทต่อการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารของรายการ

การเป็นพิธีกรหรือผู้สาธิตทำอาหารในรายการนั้นได้ถูกคัดเลือกและกำหนด โดยทางผู้  
รับผลิตชอบผลิตรายการ โดยผู้อุปถัมภ์รายการไม่มีส่วนในขั้นตอนนี้

คุณกาญจณี ตระกูลธรรม ผู้ผลิตรายการครอบครัววาลิตีเช่น กล่าวว่า “ทางเราจะ  
เป็นผู้คัดเลือกเองทั้งหมดและแจ้งไปทาง sponsor ว่าเราจะให้คุณญาติและให้คุณชาติมาเป็นพิธี  
กร”

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า  
“ไม่มีทาง sponsor ไม่ได้มากำหนดเพราะทางเราจะเป็นผู้กำหนดวางรูปแบบรายการตัวพิธีกรและ  
ก็นำไปเสนอ”

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการเมนูขอบปิ้งและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า  
ทุกอย่างจะวางแผนโดยฝ่าย creative แต่โครงสร้างของรูปแบบรายการทางบริษัทจะเป็นผู้กำหนด  
ว่าต้องการผลิตรายการแนวทางใดก็บอกนโยบายไปส่วนพิธีกรทาง creative ก็จะเป็นผู้เสนอให้กับ  
ทางบริษัทว่าเห็นชอบหรือไม่แต่ sponsor ไม่ได้กำหนดตัวพิธีกร”

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัว  
แม่บ้านไฮเทค กล่าวว่า “sponsor ไม่ได้กำหนดพิธีกรเนื่องจากทางช่อง 5 ได้เป็นผู้กำหนดตัวพิธีกร  
ของทางสถานีไว้ส่วนผู้สาธิตนั้นก็เป็นพนักงานที่มาจากบริษัทของ sponsor เองก็เลยตรงกันที่  
เป็นผู้หญิง”

ฝ่ายผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “รายการนี้มีเจ้าของรายการเป็นพิธีกรเองก็เลยไม่  
ได้มีการคัดเลือกหรือกำหนดใคร”

การกำหนดและคัดเลือกในส่วนของผู้ที่จะมารับบทบาทพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหาร  
ของรายการ มาจากบทบาทของผู้รับผลิตชอบผลิตรายการโดยจะเป็นผู้ที่กำหนดและคัดเลือก ซึ่งจะ  
ไม่มีความคิดเห็นที่มาจากผู้อุปถัมภ์รายการ

### **ผู้รับผลิตชอบผลิตรายการร่วมตัดสินใจกับผู้อุปถัมภ์รายการ**

ความต้องการผลิตรายการที่มาจากความต้องการของทั้งสองฝ่าย คือจากทางผู้รับผลิต  
ชอบผลิตรายการที่เป็นผู้วางรูปแบบของรายการและทางผู้อุปถัมภ์รายการที่ต้องการจะสนับสนุน  
รายการในลักษณะที่เป็นการสาธิตการทำอาหาร

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้รับผลิตชอบผลิตรายการลูกหลานสะท้านครัว กล่าวว่า “ทาง  
ผู้ผลิตจะร่วมกับทาง sponsor โดยมี concept วางอยู่ก่อนแล้วว่าจะผลิตรายการที่มีรูปแบบการ  
ทำอาหาร โดยความสนใจส่วนตัวกันเองในทีมงานและอยากที่จะทำรายการสาธิตการทำอาหารเป็น

หลักและพยายามที่จะฉีกรูปแบบที่ทำอยู่ ถ้ากำหนดนั้นไม่มีแต่เราจะร่วมกันตัดสินใจว่าจะเลือกให้ใครมาเป็นพิธีกรโดยก็ต้องผ่านการคัดเลือก”

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการครัวแม่บ้านไฮเทคและรายการก่อนตะวันเบิกฟ้า กับครัวมาร่า กล่าวว่า “คิดว่าเรื่องการทำอาหารน่าที่จะมีอะไรแปลกๆใหม่ๆเข้ามาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ในปัจจุบันนี้ช่วยอำนวยความสะดวกและเป็นความลงตัวระหว่าง sponsor ที่เกี่ยวกับเครื่องใช้ในครัวเรือนโดยคิดที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยสะท้อนให้เห็นว่าการทำอาหารเป็นสิ่งที่ง่ายไม่ยุ่งยากตรงกับยุคสมัยที่เร่งรีบ”

การผลิตรายการในลักษณะที่เป็นความสนใจและเป็นความปรารถนาของทั้งฝ่ายผู้ผลิตและฝ่าย ผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) นั้นทำให้กลายเป็นความลงตัวระหว่างกันในรูปแบบของการผลิตรายการที่ตรงกับความต้องการ เมื่อเป็นเช่นนั้นบทบาทในการกำหนดผู้ที่จะทำหน้าที่พิธีกรและผู้สาธิตนั้นจำเป็นต้องเป็นความเห็นที่มาจากทั้งสองฝ่าย

ผู้รับผิดชอบผลิตรายการร่วมตัดสินใจกับผู้อุปถัมภ์รายการ ในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการถือได้ว่าเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ สำหรับขั้นตอนในการคัดเลือกและตัดสินใจที่ต้องมีความคิดเห็นที่ตรงกัน

คุณอภิรดี จุรีเกตุ ผู้ผลิตและพิธีกรรายการบ้านของเรา กล่าวว่า “ร่วมกันตัดสินใจจากรูปแบบของรายการทำอาหารโดยเจาะจงเป็นอาจารย์วันดี”

#### **ผู้รับผิดชอบผลิตรายการปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้อุปถัมภ์รายการ**

การผลิตรายการที่มาจากความต้องการของลูกค้า (ผู้อุปถัมภ์รายการ) รูปแบบของรายการก็จะเป็นไปตามความต้องการของผู้เป็นลูกค้า โดยผู้รับผิดชอบผลิตรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่สนองตอบต่อความต้องการให้ออกมาในรูปแบบของรายการที่ต้องการ

คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้ผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “โดยรูปแบบรายการเราไม่ได้ตีกรอบว่ารูปแบบของรายการจะเป็นรูปแบบของรายการทำอาหารซะทีเดียว ทาง office คือบริษัท จะเป็นคนรับผลิต คุณตึก (คุณมยุรา) จะหาลูกค้าเองโยนขึ้นอยู่กับว่าจะหา sponsor ได้เป็นผลิตภัณฑ์อะไร ช่วงปีที่ผ่านมาจะเป็นสินค้าที่เป็นอาหารเยอะตอนหลังๆ ทำให้ลักษณะของช่วงรายการก็เลยต้องมีช่วงเกี่ยวกับอาหาร”

คุณจุฑาทิพย์ วิรัตน์ ผู้ผลิตรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 กล่าวว่า “เพราะว่าลักษณะของรูปแบบรายการประเภทนี้เป็นรายการที่ขายโดยต่างกับลูกค้าโดยที่ลูกค้าเป็นเจ้าของรายการ

คือ UFC มาจ้างบริษัทกันตนา เขาต้องการผลิตรายการเกี่ยวกับอาหารที่ปรุงด้วยซอส UFC เราก็ทำรูปแบบเสนอว่าจะให้เป็นไปอย่างไร"

การผลิตรายการในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับ ผู้อุปถัมภ์รายการ นั้นสามารถสรุปได้ 2 อย่างคือ

1) ลักษณะของการเป็นผู้อุปถัมภ์หลักในรายการของผู้เป็นลูกค้า ผู้รับผิดชอบผลิตรายการจึงต้องดูลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะนำมาเป็น ผู้อุปถัมภ์ในรายการเพื่อให้เกิดความสอดคล้องที่มาจากความต้องการของผู้เป็นลูกค้า

2) การที่ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นเจ้าของรายการนั้น โดยมีความต้องการที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนจึงได้มีการจ้างผู้รับผิดชอบผลิตรายการตามที่ต้องการ

เมื่อเหตุผลของการเป็นเจ้าของรายการปรากฏย่อมสามารถที่จะบอกได้ถึงการมีบทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหารของรายการ ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นผู้คัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิตการทำอาหารในรายการ ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถที่จะมีบทบาทในการคัดเลือกหรือตัดสินใจได้นั้น ส่วนหนึ่งจะต้องพิจารณาจากลักษณะของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

ศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้ผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า อย่างช่วงมืออ้อยกับ Ventuna Kani ซึ่งคุณ Walter Lee นั้นเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เองซึ่งโดยส่วนตัวถือได้ว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการรับประทาน โดยทางเจ้าของผลิตภัณฑ์อยากจะให้คนรู้จักกับตัวสินค้าและตัวของเจ้าของเองด้วยเขาก็เลยมาลงในช่วงนี้ ก็จะมีการเกิดข้อตกลงว่าถ้ามาลงเขาก็จะเป็นผู้ทำ พอช่วงอื่น sponsor ก็จะเป็นผู้กำหนดว่าเขาจะต้องการเป็นแบบใดโดยไม่ให้ซ้ำกับแบบที่มีอยู่เราก็นำเสนอไป"

จุฑาทิพย์ วิรัตน์ ผู้ผลิตรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 กล่าวว่า รูปแบบของรายการหลากหลายเมนูกับ UFC เป็นการสาธิตการทำอาหารให้ผู้ชมที่บ้านส่งสูตรอาหารที่ตนคิดว่าปรุงโดยใช้ผลิตภัณฑ์ UFC แล้วอ้อยมาร่วมสนุกในลักษณะของการนำเสนอรายการต้องการให้ไม่ดูเป็นวิชาการ ต้องการความสนุกสนาน ณ ตรงที่ sponsor เลือกอาจารย์ยิ่งศักดิ์ไม่ได้เลือกที่ว่าเป็นผู้ชายหรือผู้หญิงแต่มองว่าเป็นพิธีกรที่สามารถนำเสนอรูปแบบรายการได้"

จากข้อเท็จจริงที่ผู้อุปถัมภ์รายการสามารถที่จะมีบทบาทเป็นผู้ที่กำหนด คัดเลือกและตัดสินใจให้ใครมีบทบาทเป็นพิธีกรหรือว่าผู้สาธิต ไม่ว่าจะต้องการเป็นผู้สาธิตเอง หรือเลือกใน

ลักษณะต่างๆที่สามารถเลือกได้ว่าต้องการให้เป็นอย่างไร แต่ทั้งนี้ผู้อุปถัมภ์รายการจะต้องมีลักษณะของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายใหญ่ของรายการหรือช่วงของรายการนั้น

### หลักเกณฑ์และเหตุผลในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหารของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ

ผู้รับผิดชอบผลิตรายการสามารถที่จะเป็นผู้ที่กำหนดและตัดสินใจเลือกให้ผู้ใดมีบทบาทเป็นพิธีกรหรือผู้สาคิตทำอาหารของรายการโดยไม่ต้องรอความคิดเห็นจากผู้ที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งบางรายการผู้รับผิดชอบผลิตรายการต้องทำเช่นนั้น หรือบางรายการผู้อุปถัมภ์รายการก็จะเป็นผู้ที่มีบทบาทในการตั้งหลักเกณฑ์และตัดสินใจนั้น โดยหลักเกณฑ์ที่พบและถือได้ว่าเป็นจุดร่วมของทั้งฝ่ายผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ คือการเน้นตัวบุคคลซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่มีลักษณะดังนี้

- 1.) เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป
- 2.) เป็นบุคคลที่มีความรู้และความสามารถทางด้านการทำอาหาร

หลักเกณฑ์ที่ผู้รับผิดชอบผลิตรายการใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาคิตทำอาหารในรายการนั้น ได้แก่ การเน้นตัวบุคคลการที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่ชื่นชอบ มีความรู้ความสามารถ เพื่อภาพลักษณ์ของการทำรายการและเพื่อการดึงดูดสายตาของผู้ชมในการโน้มมน้าวและชักจูงให้ผู้ชมคล้อยตาม ด้วยการนำบุคคลที่เป็นที่รู้จักมาไว้ในรายการ

### เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

ความมีชื่อเสียงของผู้ที่จะมาเป็นพิธีกรและผู้สาคิตในรายการ สามารถที่จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้ชมรายการ ไม่เพียงจะทำให้เกิดความสนใจ ดึงดูดสายตาแล้วยังส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อรายการด้วยเช่นกัน

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้ผลิตรายการเมนูชอปปิงและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า “ต้องยอมรับว่าในยุคปัจจุบันสื่อต่างๆมีบทบาทต่อสังคมและเยาวชน หรือผู้ดูก็มีรสนิยมในด้านความรู้สึกต่อดาราดังนั้นพิธีกรจำเป็นต้องมีการคัดเอาดาราดาราหรือผู้ประกอบกรที่มี ความชำนาญมาสอนมาพูด เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ประชาชน เยาวชนสนใจและคล้อยตาม”

คุณกาญจณี ตระกูลธรรม ผู้ผลิตรายการครอบครัววาลคิทเช่น กล่าวว่า “ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์จะเป็นส่วนประกอบ สอง ต้องรู้จริงดูโดยตามประวัติ ดังนั้นเขาจึงต้องมีความ

รู้จริงและเขาเองก็ต้องสามารถถ่ายทอดได้ด้วย แต่ไม่กำหนดว่าจะหญิงหรือชายไว้ก่อนโดยจะดูจากการนำเสนอของคนนั้นผู้ทำอาหารจะมีแต่ไกด์ว่าจะให้สาริตหรือพูดอะไรไม่มีสคริปต์ให้”

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลุงหลานสะท้านครัว กล่าวว่า “ตัวพิธีกรจะต้องมีบุคลิกที่น่าสนใจดึงดูดสายตาผู้ชมโดยผ่านสื่อให้ได้และเรื่องชื่อเสียงการเป็นที่รู้จัก คุณ แองเจโล เดลปอนตี เป็นคนที่ทำอาหาร บุคลิกในแง่ตลกมีอะไรที่สามารถดึงดูดสายตาคนได้และลีนาก็มีชื่อเสียงมาไม่ว่าจะเป็นนักร้องดาราและบุคลิกที่เป็นคนรุ่นใหม่ก็จะมาคุยกันและทำการทดสอบ” (ทดสอบ)”

หลักเกณฑ์ที่ผู้ผลิตใช้ในการคัดเลือกพิธีกรและผู้สาริตทำอาหารในรายการนั้น หลักเกณฑ์ก็จะเป็นไปเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของรายการ และยังสามารถทำให้รายการกลายเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ชมติดตาม จะด้วยความชื่นชอบในความเป็นดารา ความมีชื่อเสียงก็ย่อมเป็นผลดีต่อผู้รับผิดชอบผลิตรายการเพราะอย่างน้อยก็สามารถทำให้รายการเป็นที่รู้จักได้ในเวลาไม่นาน โดยผ่านผู้ทำหน้าที่พิธีกรหรือผู้สาริตทำอาหาร

#### มีความรู้และความสามารถทางด้านการทำอาหาร

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกที่นอกจากจะต้องเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแล้ว ความรู้และความสามารถก็เป็นเกณฑ์ที่ผู้รับผิดชอบผลิตรายการใช้สำหรับการพิจารณาเช่นกัน

คุณอภิรดี จริเกตุ ผู้ผลิตและพิธีกรรายการบ้านของเรา กล่าวว่า “เราทำงานร่วมกับทาง sponsor ก็คือนมตรามะลิ ออกคิด ทำงานร่วมกันในการกำหนดว่าเราต้องการผู้สาริตในลักษณะใด โดยหลักเราก็มองทางอาจารย์วันดี เพราะท่านเป็นที่รู้จักมีความสามารถเป็นที่ยอมรับในวงการนี้เราก็จะติดต่อไปยังอาจารย์”

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “โดย หนึ่งก่อนจะเริ่มทำรายการก็จะดูจากกลุ่มคนดู สอง รูปแบบพิธีกรและมองว่าอยากจะได้พิธีกรแบบไหนที่จะสามารถสื่อเข้าหาคนมากกว่ากันก็จะกำหนดว่าผู้หญิงมีใครผู้ชายมีใครแล้วก็มาเลือกอีกครั้งและรูปแบบเนื้อหา ผู้ดำเนินรายการหญิงชายในตัวเลือกนั้นต้องดูจากความสามารถมากกว่าที่จะดูว่าเขาเป็นหญิงหรือชาย สามภาพพจน์และความรอบรู้มนุษย์สัมพันธ์ไหวพริบ และสี่คือดูข่าวสาร ถ้ามถึงพิธีกรคนนี้เป็นที่ยอมรับแค่ไหน”

คุณจุฑาทิพย์ วิวัฒนา ผู้ผลิตรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 กล่าวว่า “เราจะเลือกจากหนึ่งคนนี้ต้องทำอาหารเป็น สองมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอาหาร สามเป็นคนที่มีลักษณะเป็น Presenter

ในตัวได้ ซึ่งในปัจจุบันคนที่จะเป็น presenter entertainer และมีความรู้ในเรื่องอาหารมีไม่กี่คน โดยเราจะนำเสนอให้ลูกค้าเลือก”

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้ผลิตรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า และรายการครัวแม่บ้านไฮเทค กล่าวว่า “อย่างหนึ่งคิดว่าสังคมต้องการสิ่งที่สวยงามๆ มองแล้วมีสุขภาพจิตดี จากที่พบเห็นตามรายการต่างๆ ก็เป็นเช่นนี้และสองต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องๆ นั้นพอสมควร ซึ่งต้องควบคู่กันไปเพื่อให้หน้าหนักของรายการดูดีขึ้น”

ฝ่ายผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “ทางคุณจุ่ม (อุทุมพร) เป็นเจ้าของรายการและเป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้และภาพลักษณ์ของการเป็นแม่บ้าน เขียนหนังสือ ความสามารถที่เป็นที่ยอมรับ”

จากหลักเกณฑ์ทั้งสองที่นำมาใช้ในการพิจารณาเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการนั้น สามารถมองเห็นได้ว่า เป็นหลักเกณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยจุดประสงค์แล้ว เพื่อต้องการให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อรายการน ที่นอกจากจะต้องเป็นบุคคลที่มีทั้งความรู้ ความสามารถและยังต้องเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จัก ซึ่งทั้งหมดสามารถที่จะส่งผลดีต่อการทำรายการเหตุผลในการเลือกพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการสาธิตการทำอาหารนั้นย่อมต้องเป็นการตอบสนองต่อหลักเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้

เหตุผลที่ทำให้ผู้ผลิตเลือกผู้ที่จะมาเป็นพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการนั้น ย่อมที่จะต้องเป็นบุคคลที่มีความเหมาะสมในด้านความรู้ความสามารถ และรวมไปถึงการเป็นที่รู้จักซึ่งเป็นการง่ายต่อการทำให้รายการเป็นที่รู้จัก

คุณกาญจน์ ตระกูลธรรม ผู้ผลิตรายการครอบครัววาลิตีเช่น กล่าวว่า “จากการที่เลือกคุณชาลีมาแทนนั้นเป็นเพราะด้วยตัวของเขาเองแล้วก็เป็นผู้ที่มีความเหมาะสมในด้านของความสามารถที่ทราบกันว่าทำอยู่ทางด้านของอาหารส่วนคุณญานีก็เป็นดาราและเป็นที่รู้จัก”

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้ผลิตรายการหมักแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “จากความสามารถและเป็นที่รู้จักซึ่งจะง่ายต่อการทำให้รายการเป็นที่ยอมรับ”

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้ผลิตรายการลุงหลานสะทันครัว กล่าวว่า “ด้วยความที่รู้จักตัวพิธีกรชายและบุคลิกส่วนตัวที่สามารถนำมาผูกเรื่องให้เข้ากับ concept ของรายการได้อย่างเหมาะสม โดยอิงชีวิตของพิธีกรทั้งคู่”

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมนูขอปิ้งและรายการครัวสัญจร กล่าวว่า “จุดสำคัญคือ เพราะเยาวชนมีรสนิยมในการชื่นชมศิลปินดาราถ้าเรานำเรามา เยาวชนจะสนใจในตัวดาราและสนใจในรายการ”

คุณอภิรดี จุรีเกตุ ผู้ผลิตรายการและพิธีกรรายการบ้านของเรา กล่าวว่า “โดยรู้จักทางอาจารย์วันดี ณ สงขลา ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถมีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นที่รู้จักและยอมรับในวงการด้านการทำอาหารซึ่งไม่ใช่ท่านจะเป็นผู้รู้ในด้านการทำอาหารเพียงอย่างเดียวแต่ท่านยังสามารถบอกเคล็ดลับต่างๆได้อย่างลึกซึ้ง”

ฝ่ายผลิตรายการเมนูลูกรัก กล่าวว่า “กลุ่มเป้าหมายของรายการก็คือแม่กับลูกจะดูอบอุ่นจะให้ เป็นพ่อก็มีบ้างแต่ยังไม่รู้สึกเท่ากับคนเป็นแม่และพี่จุ่มเองก็เป็นเจ้าของรายการและประสบการณ์ในตรงนี้เกี่ยวกับครอบครัวย่อมที่จะเหมาะสมที่สุด”

ความเหมาะสมในด้านความสามารถในการทำอาหารและความเหมาะสมในส่วนของความเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จัก เป็นเหตุผลที่ทำให้รายการสามารถที่จะเป็นที่ยอมรับได้ง่าย โดยความเหมาะสมดังกล่าวของตัวพิธีกรและผู้สาคิตทำให้เป็นผลดีที่มีต่อรายการ

ตารางที่ 3 แสดงบทบาทหลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้อุปถัมภ์รายการ

ปัญหานำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
3. บทบาท หลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้อุปถัมภ์รายการในการให้การสนับสนุนรายการ	บทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการในฐานะ 1. แหล่งทุนของรายการ 2. หุ้นส่วนรายการ	- ผู้อุปถัมภ์รายการมีบทบาทในการคัดเลือกพิธีกร ผู้สาคิตทำอาหารในรายการ - ผู้อุปถัมภ์รายการบทบาทที่เปรียบได้กับแหล่งเงินทุนในการผลิตรายการ



ปัญหานำวิจัย	ประเด็นที่พบ	ข้อมูลสนับสนุน
	<p>หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการ</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความนิยมของรายการ</li> <li>2. ความสอดคล้องของรายการกับวัตถุประสงค์และลักษณะของผลิตภัณฑ์</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความนิยมของรายการและมีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมในรายการ</li> <li>- แนวคิดรายการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ</li> </ul>

#### บทบาทหลักเกณฑ์ และเหตุผลของผู้อุปถัมภ์รายการในการให้การสนับสนุนรายการสาริตการทำอาหาร

ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นออกเป็นสองส่วน ได้แก่

1. บทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการ
2. หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการ

#### บทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการในฐานะแหล่งทุน

การเป็นผู้อุปถัมภ์รายการที่สามารถเป็นได้ถึงระดับที่เรียกว่า ผู้อุปถัมภ์รายการหลัก (Main Sponsor) ของรายการ คือการที่ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นเจ้าของช่วงของรายการช่วงใดช่วงหนึ่งหรือทั้งรายการ เช่นรายการสบายสไตล์มยุรา พบว่ามีผู้อุปถัมภ์รายการเป็นเจ้าของช่วงการสาริตทำอาหาร ดังนั้นอำนาจในการตัดสินใจย่อมที่จะมีมากได้ในระดับหนึ่ง หรือมากกว่าผู้รับผิดชอบผลิตรายการเช่นกัน เพราะอย่างน้อยการให้สนับสนุนรายการก็มาจากผู้อุปถัมภ์รายการ

คุณ Walter Lee ผู้อุปถัมภ์ รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “sponsor มีส่วนในการกำหนด แต่ไม่ใช่ข้อแลกเปลี่ยน เมื่อต้องการให้สินค้าเป็นที่รู้จักก็คิดว่าไม่มีใครที่จะสามารถถ่ายทอดได้อย่างที่เราต้องการก็เลยขอว่าถ้าจะเป็นคนทำเอาเองในช่วงนี้ “

คุณธีรพันธุ์ โสฬ์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายส์สไตล์มยุรา กล่าวว่า “มี อาจมีการเปลี่ยนตัวพิธีกรที่ไม่เหมาะสมหรือรูปแบบรายการบ้าง ถ้าไม่เหมาะสมแต่ส่วนใหญ่รายการเขาก็จะมีรูปแบบรายการมาอยู่แล้วแต่ก็สามารถปรับปรุงได้ เพื่อให้สอดคล้องกันกับ sponsor สามารถทำได้ในระดับหนึ่งอย่างถ้ารายการเขามี rating ดีอยู่แล้วเราก็คงเข้าไปเปลี่ยนแปลงตัวพิธีกรไม่ได้ นอกจากว่าเป็นรายการใหม่ที่เราสามารถเข้าไปมีส่วนเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์”

คุณศรีนน้อย กาญจนพรศินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายส์สไตล์มยุรา กล่าวว่า “ปกติแล้วเวลาที่จะให้ sponsor นั้นผู้ผลิตเขาจะมีรูปแบบรายการอยู่แล้วว่าเป็นอย่างไรบ้าง ส่วนลักษณะของผลิตภัณฑ์จะเป็นการเข้าไป join เป็นช่วงเพราะฉะนั้นเราจะกำหนดรูปแบบในช่วงนั้นว่าต้องการให้เป็นอย่างไร โดยเราจะ cooperate กับทางรายการและทางรายการจะสามารถทำให้ได้ใหม่ในช่วงเวลาตามที่ต้องการและตรงนี้ก็เลยไม่เลือกคนอื่นก็ให้คุณมยุราเป็นคนทำแต่ว่าก็จะมีสอดแทรกบ้างโดยการเชิญดารามาเพื่อช่วยให้รายการมีสีสันขึ้น”

จากผู้อุปถัมภ์รายการทั้ง 3 ท่าน ในช่วงต้นต่างก็เป็น ผู้อุปถัมภ์รายการในลักษณะของ Main Sponsor ของรายการทั้งสิ้น ดังนั้นอำนาจในการคัดเลือกพิธีกร-ผู้สวดมนต์และการตัดสินใจผู้ใดนั้นย่อมมีได้มากกว่าผู้อุปถัมภ์รายการ รายอื่นๆที่ร่วมอยู่ในรายการเดียวกัน ดังนั้นความสามารถที่จะเป็นผู้กำหนด คัดเลือกและ ตัดสิน หรือมีการเปลี่ยนแปลงใดๆสามารถเกิดขึ้นได้ซึ่งผู้รับผิดชอบผลิตรายการจะเป็นผู้ดำเนินการตามความต้องการของผู้อุปถัมภ์รายการ

ในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการที่ไม่ได้มีบทบาทเป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลัก มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องของบทบาทในการเป็นแหล่งทุนของผู้อุปถัมภ์รายการเช่นเดียวกับผู้อุปถัมภ์รายการหลัก ดังนี้

คุณวรเชษฐ์ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส มีความเห็นว่า “ถ้ารายการใดที่ sponsor ไม่เข้าก็อาจจะอยู่ไม่ได้ถ้าเขาไม่มีเงินทุนที่หนา เพราะมองได้ว่ารายการอาจจะไม่น่าสนใจหรืออาจจะไม่เป็นที่นิยม”

คุณรัชสพลย โอสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการฟอลูกเข้าครัว กล่าวว่า “แน่นอนที่ sponsor ทำให้รายการอยู่ได้ถ้าเขามีผู้สนับสนุนหลัก”

คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายส์สไตล์มยุราและรายการครอบครัววาลิตี เห็นว่า “sponsor มีความสำคัญต่อการผลิตรายการ เพราะรายการจะต้องใช้เงินอย่างมากในการทำรายการแต่ละอย่างขึ้นมา”

### หุ้นส่วนรายการ

คุณ Walter Lee ผู้อุปถัมภ์รายการและผู้สาธิตทำอาหารรายการสบายสไตล์มยุรา "คิดว่าทั้งคู่ก็มีส่วนสำคัญไม่แพ้กัน ถ้ารายการไม่รับ sponsor ก็เช่นเดียวกันที่เราไม่ลงเป็น sponsor"

คุณณัฐณิธ สุทธิภักดิ์ ผู้อุปถัมภ์รายการ "คิดว่าต่างฝ่ายต่างก็ทำธุรกิจมีจุดประสงค์หลักๆที่เหมือนกันคือต้องการความเชื่อถือให้กับทั้งตัวรายการและตัวผลิตภัณฑ์"

คุณเมธาพร อินทร์งาม ผู้อุปถัมภ์รายการและผู้สาธิตทำอาหารรายการครัวแม่บ้านไฮเทคและก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า กล่าวว่า "ถ้าเราทำรายการเล็กๆไม่ได้มุ่งเน้นทางด้านธุรกิจอย่างเดียวแต่มุ่งเน้นเพื่อต้องการให้ความรู้รายการก็สามารถอยู่ได้ในระดับหนึ่ง"

คุณศรินน้อย กาญจนพรสินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า "เราทำให้รายการสามารถผลิตได้และรายการก็สามารถทำให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักได้ดังนั้นเราก็ต้องเลือกรายการเพื่อภาพลักษณ์ของสินค้า"

คุณธีรพันธุ์ โล่ห์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า "คิดว่าเป็นเรื่องของกลยุทธ์ที่สามารถสอดคล้องกับการทำรายการรูปแบบเนื้อเรื่องที่ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้ผู้บริโภคต้องดูหลายอย่างประกอบเพื่อความสอดคล้องของทั้ง sponsor และรายการ"

ในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการที่ไม่ได้เป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลัก ถึงแม้ผู้อุปถัมภ์รายการจะอยู่ในบทบาทของการทำธุรกิจหุ้นส่วน ไม่มีอำนาจในการกำหนด คัดเลือกหรือตัดสินใจเลือกให้บทบาทกับใคร แต่เมื่อถือว่าเป็นการทำธุรกิจร่วมกันแล้วสิ่งที่จะได้รับคือการออกความคิดเห็นในส่วนที่รายการสามารถดำเนินการให้ได้ เช่น การกำหนดบทพูดของพิธีกร-ผู้สาธิตที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การนำผลิตภัณฑ์มาใช้ในการสาธิตทำอาหาร และอื่นๆ โดยในส่วนนี้จะไม่รวมไปถึงการกำหนดรูปแบบรายการ การกำหนดพิธีกร-ผู้สาธิต เพราะการนำเสนอรูปแบบรายการของผู้ผลิตรายการในครั้งแรกของการหาผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้อุปถัมภ์รายการยอมที่จะสามารถพิจารณาสำหรับการให้การสนับสนุนหรือไม่เช่นกัน

จากการที่ผู้อุปถัมภ์รายการทั้งในส่วนที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการหลักและผู้ร่วมอุปถัมภ์ในรายการ ต่างมีบทบาทที่สามารถเป็นผู้กำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการได้จากอิทธิพลในการให้การสนับสนุนรายการ แต่ประเด็นเรื่องบทบาทหญิงชายกลับถูกเพิกเฉย เช่นเดียวกับในส่วนของผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่ให้ความสำคัญในด้านของการทำธุรกิจมากกว่าที่จะคำนึงถึงประเด็นในเรื่องของบทบาทหญิงชาย

### หลักเกณฑ์และเหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการของผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor)

จากความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ในส่วนของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ มีความคิดเห็นว่าการที่รายการได้รับความนิยมจะด้วยความมีชื่อเสียงของพิธีกรของรายการและรวมทั้งที่มาจากความต้องการของทางบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการเองก็มีส่วนในการพิจารณาของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

### ความนิยมของรายการและการมีบุคคลที่มีชื่อเสียงร่วมในรายการ

ความนิยมของรายการหรือที่เรียกว่า rating ของรายการประกอบกับการที่รายการมีพิธีกรหรือผู้สาดิทำอาหารที่เป็นบุคคลที่รู้จักมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับด้วยนั้นยอมที่จะส่งในด้านดีต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ถ้าจะนำไปเป็นผู้อุปถัมภ์ในรายการ

คุณวรเชษฐ์ พงษ์ไพโรจน์ sponsor รายการ กล่าวว่า “ที่แน่ๆก็คือดู rating ก่อนวัดจากผลของ media ถ้าเกิดลักษณะรายการที่ยังไม่เคยจัดยังไม่มี rating เลยก็ดูตัวพิธีกร รูปแบบรายการโดยทั่วไป ซึ่งเกณฑ์เดี่ยวนั้นผู้หญิงผู้ชายไม่ต่างกันแต่คิดว่าขึ้นอยู่กับความมีชื่อเสียงของเขามากกว่า”

คุณ Walter Lee ผู้อุปถัมภ์รายการและผู้สาดิทำอาหารรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “นโยบายทางการตลาดของบริษัทต้องการให้เป็น interactive กันให้ผู้ชมมี feed back กลับมาอะไรที่เป็น one way เราจะไม่ค่อยทำ ศึกษาหลายคนแล้วคิดว่าคุณมยุราเหมาะสมที่สุดจะเรียกว่าสังคมทุกระดับยอมรับซึ่งคงจะเป็น partner ที่ดีที่สุดและตอนทำแรกๆคิดว่า ใครๆก็คงไม่รู้จัก Walter Lee แต่ถ้าไปกับคุณมยุราคงจะค่อยๆรู้จัก”

คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส กล่าวว่า “ดูจากความนิยมของรายการและผู้ดำเนินรายการในแง่ของตัวผู้ดำเนินรายการเองบางคนก็จะเงื่อนไข เช่น ผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่ใช่ฉันนี่เราก็จะหลีกเลี่ยงการใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนั้นในการสนับสนุน ถ้าไม่มีข้อยกเว้นในตรงนี้ก็ไม่มีปัญหาอะไร ภาพลักษณ์ของคนดำเนินรายการกับสินค้า ปัจจุบันมีหลายช่องหลายสไตล์หลายรายการและ rating ก็จะมีอยู่ 3 4 5 เพราะส่วนมากจะจัดคนดูอยู่แล้วซึ่งคนดูจะเป็นผู้หญิงวัยทำกับข้าวและกลุ่มตรงนี้ก็ยังไม่เลือกดูรายการอื่นด้วยเพราะว่าบางคนที่ทำกับข้าวก็อาจจะไม่ได้สนใจรายการครั้งนี้ เพราะฉะนั้น rating เป็นเพียงบางส่วนเท่านั้นเองที่ช่วยในการตัดสินใจว่าจะลงรายการหรือไม่”

คุณณัฐธินิธย สุทธิกมล ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส กล่าวว่า “ในส่วนของบริษัทถ้าจะลงโฆษณาหรือเป็น sponsor ให้กับรายการเราจะใช้บริษัทที่เป็น agency เป็นบริษัทที่ทำ

โฆษณา จะมีใบขอ sponsor ก็จะมีรายละเอียดต่างๆถ้าพอใจก็ตกลงคุยกันโดยจะดูจาก rating ความนิยมของรายการกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทอย่างรายการอาหารก็สามารถนำไปใช้ได้จริงแต่เราก็มีที่ลงเป็นรายการเกมส์โชว์ก็มี”

หลักเกณฑ์ของการเป็นผู้สนับสนุนรายการที่ผู้วิจัยสรุปได้นั้นส่วนใหญ่โดยภาพรวมแล้ว หลักเกณฑ์จะมาจากความเป็นที่นิยมของรายการโดยพบว่า การที่รายการจะได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับได้นั้นรายการจำเป็นต้องมีบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของสังคม ซึ่งสามารถที่จะทำให้ความเป็นไปได้ของรายการที่จะได้รับความนิยมมีมากกว่ารายการที่ไม่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ทำหน้าที่พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ

#### **ความสอดคล้องของรายการกับวัตถุประสงค์และลักษณะผลิตภัณฑ์ของผู้อุปถัมภ์**

หลักเกณฑ์สำหรับการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการนั้น ทางบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการยอมที่จะต้องมีหลักเกณฑ์ในเบื้องต้นสำหรับการใช้ในการพิจารณาเพื่อประโยชน์ของทางผู้ที่เป็นผู้อุปถัมภ์เองด้วย

คุณธีรพันธุ์ โสฬ์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “หลักเกณฑ์ที่จะนำมาพิจารณา คือหนึ่งทางบริษัทจะดูว่า mission หรือภารกิจเราจะใช้ concept อะไร วัตถุประสงค์อะไร สองขึ้นอยู่กับรายการเหล่านั้นมีส่วนสัมพันธ์กับสินค้าเราไหม สามขึ้นอยู่กับรายการเหล่านั้นมีสิทธิพิเศษอะไรให้เราได้บ้าง สี่เงื่อนไขของงบประมาณและผลประโยชน์ที่ทางบริษัทจะได้รับ และห้าคือรูปแบบรายการ พิธีกร ช่วงเวลา สินค้าของเรามีคู่แข่งไปลงไหม”

คุณเมธาพร อินทร์งาม ผู้อุปถัมภ์รายการและผู้ดำเนินรายการครัวแม่บ้านไฮเทคและรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า กล่าวว่า “ทางบริษัทต้องการที่จะทำรายการเกี่ยวกับอาหารเพื่อที่เป็นการแนะนำสินค้าของทางบริษัทเราว่าสามารถใช้ได้จริง”

คุณธัชสลวย ไอสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “หนึ่งต้องเป็นรายการอาหารแน่นอนเพราะผลิตภัณฑ์ของเราก็เป็นเกี่ยวกับเครื่องปรุงที่ใช้กับอาหาร สองสาระความรู้ที่ผู้บริโภคจะได้รับ และสาม วิธีการนำเสนอเพราะว่าบางรายการก็นำเสนออย่างน่าเบื่อเราก็จะไม่เลือก”

คุณศรินน้อย กาญจนพรดิษฐ์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “หลักเกณฑ์ที่จะดูคือ หนึ่งดูว่าลักษณะรายการเป็นอย่างไรบ้างเหมาะสมกับสินค้าของทางบริษัทหรือเปล่า สองดูช่วงเวลาของรายการดูในแง่ของ rating และสุดท้ายคือกลุ่ม target และตัวพิธีกร”

การที่ผู้อุปถัมภ์รายการจะให้การสนับสนุนรายการได้นั้น หลักเกณฑ์ที่ใช้ยอมที่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับกลับคืนมาอย่างคุ้มค่าก่อนอย่างแน่นอน เพราะอย่างไรก็คือการลงทุน ดังนั้นการที่สินค้าหรือบริการได้ถูกนำเสนอให้ผ่านรายการสาริตการทำอาหารนั้นยอมที่จะเป็นผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการของบริษัทผู้อุปถัมภ์รายการ

### เหตุผลในการให้การสนับสนุนรายการของผู้อุปถัมภ์รายการ

ด้วยเหตุผลที่รายการสาริตการทำอาหารมีรูปแบบรายการที่เอื้อประโยชน์ต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีความสอดคล้องกับการทำอาหารแล้วยอมจะเป็นทางเลือกที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่มีลักษณะเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ

ความสอดคล้องระหว่างลักษณะของผลิตภัณฑ์กับรูปแบบของการทำรายการ ความต้องการที่ต่างกันสามารถที่จะทำให้เกิดเป็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงและเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ด้วยการนำเสนอผ่านรายการที่มีรูปแบบของการสาริตการทำอาหาร

คุณวรเชษฐ์ พงษ์ไพโรจน์ ผู้สนับสนุนรายการ หมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ของเราก็จัดอยู่ในการปรุงรสอาหาร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ก็คือกลุ่มคนที่ดูรายการเช่นกัน และเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ”

คุณ Walter Lee ผู้อุปถัมภ์ รายการสบายส ไตล์มยุรา และผู้สาริตทำอาหารรายการ สบายส ไตล์มยุรา กล่าวว่า “จุดประสงค์หลักๆของเราต้องการ promote สินค้าว่าทำยังไงให้คนเข้าใจว่าของบริโภคนอกจาก หมู เห็ด เป็ด ไก่ แล้วยังมี ปูอัดที่ไม่ใช่เป็นอาหารของประเทศญี่ปุ่น อย่างที่เข้าใจกันและรายการนี้ก็สามารถทำอาหารโดยใช้ปูอัดเป็นการให้เห็นว่าสามารถนำมาทำอาหารได้จริงๆและรายการก็มีคนรู้จักคุณมยุราอยู่แล้ว”

คุณธัชสรวย ไชยสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว (sponsor) กล่าวว่า “เมื่อทางผู้ผลิตตกลงว่าจะทำรายการออกมาในรูปแบบนี้ มีพิธีกรคนนี้ เมื่อเราเห็นว่าสมควรมีความเหมาะสมดี เพราะรูปแบบรายการและตัวพิธีกรก็มีผลต่อภาพพจน์ของสินค้าเหมือนกันอย่างรายการที่เอาผู้ชายที่ดูแล้วรู้สึกไม่ชอบอย่าง คุณ...ที่แสดงออกมากจนเกินไป พูดมาก เราก็จะไม่เป็น”

คุณชัยพัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรส กล่าวว่า “เครื่องปรุงรสเข้ากับรายการทำอาหารได้ทุกรายการ เราพยายามจะลงทุกรายการที่เป็นรายการเกี่ยวกับอาหาร เพราะว่าคนที่ดูก็คือกลุ่มคนที่มีศักยภาพในการซื้อ”

คุณศรินทร์น้อย กาญจนพรตินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการ สบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “สินค้าของเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทั้งหมดเรามองในแง่ลักษณะอาหารจึงอยากให้ผู้บริโภคได้รู้จักการใช้มากขึ้นจึงสอดแทรกการทำอาหารเข้าไปในรายการโดยลักษณะเมนูทางรายการจะเป็นผู้นำเสนอและรายการของคุณมยุราในแง่ของภาพพจน์ในตัวคุณมยุราเองเป็นแม่บ้านได้และด้านความสามารถนั้นก็ได้อีก”

คุณณัฐนิศ สุทธิกลม ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการเคาะกระทะ กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ของเราอยู่ในส่วนของอาหารและรายการก็เกี่ยวกับการทำอาหารและเขานำผลิตภัณฑ์ไปตัดแปลงการทำอาหารได้โดยสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ได้จริง”

คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ส่วนมากจะไปเน้นในด้านรายการทำอาหารเพราะสินค้าเราได้ไปใช้ตรงนั้นป็นอนและสินค้าเราก็เป็นที่รู้จักและเรามองที่พิธีกรเราคิดว่าคุณมยุราสามารถทำให้ brand เราแข็งขึ้นมาได้เพราะเท่าที่ผ่านมารายการที่เขาเป็นพิธีกรสินค้าที่เขาทำค่อนข้างที่จะได้ผล แต่เราไม่ได้มองว่าจะต้องการให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเพียงแต่ต้องการให้ผู้บริโภครู้จักมากขึ้นเท่านั้นเอง”

คุณธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “ในแง่ของการสนับสนุนรายการทางบริษัทเราถือเป็นเครื่องมือเครื่องมือหนึ่งในแง่ของ IMC เราถือว่าเราเป็นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเจ้าแรกของเมืองไทยที่นำเรื่องของการจัดการตลาดครบวงจรมาใช้ในแง่ของ sponsorship marketing ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้อยู่นอกจากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัด display การจัดกิจกรรมพิเศษ”

เหตุผลของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ทั้ง 9 คนที่มีความต่างกันในรูปแบบของการเป็นผู้อุปถัมภ์ของรายการ แต่มีวัตถุประสงค์ที่ไม่ต่างกัน โดยต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทตนเป็นที่รู้จัก หรือเพิ่มความเป็นที่รู้จักจากเดิมให้มากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการใช้บุคคลในรายการช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยแสดงผ่านรายการสาริตการทำอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มแม่บ้านเช่นกัน ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการจึงให้การสนับสนุนรายการที่มีลักษณะของความสอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์จากมุมมองสตรีนิยม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา บทบาทของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรายการสาธิตการทำอาหาร เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนในการกำหนดบทบาทของหญิงและชายที่ถูกนำเสนอผ่านทางรายการสาธิตการทำอาหาร ตลอดจนศึกษาถึงหลักเกณฑ์และเหตุผลของผู้ที่มีบทบาทเป็นผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้ให้การอุปถัมภ์รายการ เพื่อทราบถึงการมีส่วนร่วมในการกำหนดบทบาทของหญิงและชาย ให้มีความเป็นไปได้ในลักษณะของภาพที่ปรากฏให้เห็นผ่านทางรายการสาธิตการทำอาหาร

นักสตรีนิยมต้องหันมาให้ความสนใจกับ “บทบาทของหญิงชาย” เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิพากษ์ วิจัยเกี่ยวกับสื่อสำคัญ ๆ เช่น ภาพยนตร์ นิตยสาร โทรทัศน์ การให้ความสนใจเกี่ยวกับ “บทบาทของหญิงชาย” เท่านั้นที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถ่องแท้ ของความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยหลายฝ่ายเห็นว่า การศึกษาเพศชายอย่างละเอียดในฐานะของประเภทวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง เป็นมิติที่สำคัญๆ ในการศึกษา “ความเป็นเพศหญิงด้วย” (Mandziuk, 2000)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลมานั้น ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งสี่ส่วนจาก พิธีกรและผู้สาธิต ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ และผู้อุปถัมภ์รายการ เข้าด้วยกันเพื่อวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยง โดยผู้วิจัยได้นำแนวทางของ Habermas ที่กล่าวถึงเรื่องของโลกส่วนตัว (Private sphere) และโลกสาธารณะ (Public sphere) มาใช้เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของการกำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหารที่ปรากฏทางโทรทัศน์ และสรุปผลที่ได้จากการวิจัยด้วยมุมมองของสตรีนิยม

การกำหนดบทบาทของหญิงชาย (Gender role) ในรายการสาธิตการทำอาหาร

เหตุผลในระดับต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดบทบาทของหญิงและชายในรายการสาธิตการทำอาหารนั้น ได้แก่

1. อิทธิพลของความเชื่อในสังคม
2. บทบาทของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ



3. อิทธิพลของสปอนเซอร์
4. อิทธิพลของกระแสความนิยม

### อิทธิพลของความเชื่อในสังคม

จากข้อมูลสนับสนุนที่ได้จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าความเหมาะสมในการเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการทางโทรทัศน์จะตกอยู่ในฝ่ายของผู้ชายมากกว่า ในขณะที่ผู้หญิงกลายเป็นข้อด้อยที่ทำให้ไม่มีความสามารถสำหรับการเป็นผู้สาธิตการทำอาหารBurton (1990) (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2542: 314) ได้ใช้เกณฑ์เรื่องวิธีการอธิบายโลกทางสังคมและการนำเสนอ (address) ตัวเองต่อคนดูของรายการโทรทัศน์ มาจัดเป็นแบบของภาพตัวแทน (Modes of representation) ว่ามีทั้งหมด 4 แบบ และรายการทำอาหารก็จัดอยู่ใน Observative Mode เป็นแบบวิธีที่นำเสนอให้ผู้ชมมีฐานะเป็นผู้สังเกต ส่วนตัวรายการจะเป็นผู้สาธิต เห็นได้ว่าบุคคลที่ถูกเลือกให้เป็นผู้สาธิตทำอาหารในหลาย ๆ รายการนั้นมีคุณสมบัติร่วมกันก็คือเป็น "ผู้ชาย" สื่อโทรทัศน์ได้ผลิตรายการที่เกี่ยวกับอาหาร ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของการแข่งขัน การตอบปัญหา การให้สาระความรู้โดยแทรกเข้าไปในส่วนหนึ่งของรายการ แม้กระทั่งผลิตเป็นรายการที่สาธิตถึงขั้นตอนและวิธีการในการทำอาหารเป็นรายการเฉพาะขึ้นมา โดยมอบบทบาทในการเป็นผู้สาธิตทำอาหารนั้นให้กับผู้ชาย

เนื่องจากโทรทัศน์สามารถจะได้ยินเสียงแล้ว ยังสามารถเห็นภาพของขั้นตอนของการนำเสนอได้อย่างชัดเจน เมื่อการทำอาหารได้นำเสนอ โดยมีสื่อเป็นตัวกลางระหว่างรายการ กับผู้สนใจในรายการสาธิตการทำอาหาร ซึ่งผู้ชมสามารถทำไปพร้อมกับผู้สาธิตของรายการที่ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิด ลักษณะโดยทั่วไปของรายการสาธิตการทำอาหารจะเป็นรายการที่มุ่งเสนอไปที่กลุ่มเป้าหมายสตรี ที่อยู่ในวัยทำงาน เป็นแม่บ้าน หรือผู้ที่มีความสนใจ ซึ่งทั้งหมดย่อมเป็นกลุ่มสตรีที่เป็นเป้าหมายของรายการ

จะด้วยความมุ่งหมายเพื่อเป็นสื่อการสอน เพื่อประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน หรือเป็นความต้องการที่จะผลิตรายการเพื่อมุ่งหวังทางด้านการทำธุรกิจ จะด้วยเหตุผลกลใดก็ตามรายการสาธิตการทำอาหารก็ได้ถูกผลิตขึ้นเป็นจำนวนที่มากพอ ที่จะสามารถพบเห็นได้ในทุกสถานี และในหลาย ๆ รายการก็จะพบได้ว่ามีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สาธิตการทำอาหารนั้นกลับพบว่าเป็นผู้ชายในจำนวนที่น่าจะเป็นผู้หญิงเสียมากกว่า

ค่านิยมและทัศนคติทางเพศที่สืบทอดมาในสังคมไทย คือ การยกย่องและให้ความสำคัญกับเพศชายมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากสถานภาพของสตรีถูกกำหนดจากวัฒนธรรม ค่านิยม จารีตประเพณีก่อให้เกิดวัฒนธรรมการเหยียดเพศอย่างที่มีคำกล่าวที่ว่า “ผู้หญิงเป็นควาย ผู้ชายเป็นคน” ทำให้สตรีอยู่ในสภาพการเป็น “ข้างเท้าหลัง” มีบทบาทตามแบบค่านิยมดั้งเดิมในฐานะ “แม่และเมีย” มานาน ค่านิยมดังกล่าวส่งผลให้ภาพลักษณ์ของผู้หญิงกลายเป็นเพศที่อ่อนแอ ต้องพึ่งพาและอยู่ภายใต้การปกครองของผู้ชาย ของผู้ที่แข็งแกร่งมีความเป็นผู้นำ บุรุษจึงกลายเป็นผู้มีอำนาจเหนือสตรี เช่น อำนาจของพ่อที่มีต่อลูก อำนาจของสามีที่มีต่อภรรยา อำนาจเหล่านี้ได้ขยายวงกว้างออกไปสู่พื้นที่ของโลกนอกบ้าน คือ นอกจากพื้นที่ในบ้านที่ผู้ชายจะเป็นผู้มีอำนาจแล้ว ในสังคม เช่น ในเรื่องการทำงาน การแข่งขัน การวางกฎเกณฑ์ต่างๆ ในสังคมก็เอื้อประโยชน์ให้กับการมีอำนาจของผู้ชาย ส่งผลให้สังคมมอบบทบาทการเป็นผู้นำการเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ และบทบาทสำคัญต่างๆ ให้ไว้กับผู้ชาย

ในสังคมไทย ผู้หญิงและผู้ชายมีบทบาทและการแบ่งหน้าที่ระหว่างเพศที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยแบ่งพื้นที่สำหรับงานหรือบทบาทของคนทั้งสองเพศออกเป็นโลกในบ้านและโลกนอกบ้าน (Private and Public Spheres) หรือโลกส่วนตัวและโลกสาธารณะ การแบ่งเช่นนี้เป็นลักษณะร่วมกับสังคมอื่นอีกหลายสังคม “งาน” ของผู้หญิงที่ถูกกลืนมาโดยตลอดในเกือบทุกสังคม คือ งานบ้าน ซึ่งไม่เคยถูกมองว่าเป็น “งาน” ที่มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของโลกนอกบ้าน และบทบาททางเศรษฐกิจที่เป็นทางการของผู้ชาย (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2543)

ในสภาพความเป็นจริงของสังคม ดังที่เราทราบกันดีว่า หน้าที่ในการทำอาหารนั้นเรียกได้ว่าเป็นงานหรือเป็นหน้าที่ของผู้หญิงที่จะต้องรับผิดชอบในบ้าน ซึ่งนอกจากหน้าที่ของการเป็นแม่และเมีย เป็นผลมาจากการปลูกฝังในวัฒนธรรมของสังคมไทยที่มีการแบ่งแยกหน้าที่ของหญิงและชายอย่างชัดเจน และงานในครัวก็เป็นหน้าที่อย่างหนึ่งที่ถูกแบ่งแยกว่าเป็นงานของผู้หญิง

จากการที่มีรายการสาธิตการทำอาหารโดยมุ่งนำเสนอให้ผู้ชายเป็นผู้ที่ทำอาหาร จะด้วยเหตุผลที่ต้องการให้ผู้ชายหันมาให้ความสนใจรายการ หรือหันมาทำอาหารตามแบบอย่างที่มีผู้สาธิตเป็นผู้ชาย เพราะคิดว่าเมื่อผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตแล้วจะทำให้ผู้ชายหันมาทำอาหารได้เพราะมองว่าเมื่อผู้ชายที่คิดว่าเป็นผู้นำยังสามารถทำอาหารได้นั้น จะสามารถทำให้ผู้ชมที่เป็นผู้ชายหันมาให้ความสนใจและมีความรู้สึกลอยตาม ด้วยการสร้างภาพให้ผู้ชายกลายมาเป็นให้ เป็นพ่อบ้าน พ่อครัว โดยมีผู้เชี่ยวชาญหรืออาจารย์ผู้ชายมาเป็นผู้สอน ก็คงไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้ชายจะ

หันมาให้ความสนใจรายการประเภทนี้ เพราะอย่างไรสังคมก็ยังมองว่า การทำอาหารเป็นเรื่องของผู้หญิง และกลุ่มเป้าหมายรายการที่แท้จริงก็ย่อมรู้กันดีว่าจะต้องเป็นผู้หญิง ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการก็คือผู้หญิง และการที่ผู้หญิงต้องเรียนรู้ในเรื่องของการทำอาหารที่จัดได้ว่าเป็นหน้าที่ในบ้าน/ครอบครัว โดยการนำเสนอให้ผู้ชายมาเป็นผู้สอนในเรื่องที่คิดว่าเป็นเรื่องของผู้หญิงที่น่าจะมีความรู้ความสามารถและมีความถนัดอยู่ในเรื่องนี้เป็นอย่างดีแต่ผู้หญิงกลับถูกจับให้อยู่ในฐานะที่เปรียบเสมือนกับนักเรียนและมีครูผู้สอนคือผู้ชาย

ในฐานะแม่บ้านประเด็นของการพิจารณาอยู่ที่ว่า งานบ้านเป็นงานตามกรอบประเพณีดั้งเดิมของผู้หญิงโดยที่สังคมผู้ชายเป็นผู้แบ่ง งานบ้านเป็นประเด็นที่กลุ่มนักเรียนร้องสิทธิสตรีมองว่าเป็นงานที่เสียเวลา พลังงานและทำลายสติปัญญาความสามารถของผู้หญิง การทำงานของผู้หญิงมักจะถูกตีราคาจากสังคมว่าเป็นงานที่ไร้ค่าอยู่เสมอ เห็นได้ชัดจากสายตาของสังคมที่มองดูงานบ้านซึ่งผู้หญิงแทบทุกคนไม่ว่าจะมีการศึกษาขั้นไหน รายได้เท่าไร ต้องใช้เวลาประมาณวันละ 5 ชั่วโมงคลุกคลีอยู่ด้วย แต่ปรากฏว่างานเหล่านี้ไม่ถือว่าเป็น "งาน" เพราะไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ เมื่อมีการนับรวมรายได้ประชาชาติ ทั้ง ๆ ที่ในหลายประเทศลองคำนวณงานบ้านออกมาเป็นตัวเงินแล้วปรากฏว่า มีมูลค่ามหาศาล (จิตรารภรณ์ วันสพงค์, 2537)

เมื่องานครัวซึ่งถือได้ว่าเป็นงานบ้านและเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของผู้หญิงถูกสังคมมองว่าเป็นงานที่ไร้คุณค่า เป็นอาชีพที่ไม่ได้รับการยอมรับ เมื่อวัฒนธรรมได้แบ่งหน้าที่การทำงานบ้านให้กับผู้หญิงและกำหนดให้งานบ้านเป็นงานที่ไม่มีคุณค่าแล้ว ดังนั้นการที่ผู้หญิงไม่สามารถที่จะเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการทางโทรทัศน์ได้นั้นเป็นเพราะ งานครัวเป็นงานที่ไร้ค่าเมื่อเป็นหน้าที่ของผู้หญิง ผู้ซึ่งถูกมองว่าเป็นผู้ที่ไม่มีความเป็นผู้นำ ดังนั้นความน่าเชื่อถือและความสามารถที่มีอยู่ในคุณค่าของงานจึงมีน้อยกว่าเมื่องานในลักษณะเดียวกันที่ทำโดยผู้หญิงไปตกอยู่กับผู้ชาย คุณค่าที่สังคมมอบให้กับผู้ชาย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่สังคมมอบบทบาทการเป็นผู้นำ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความน่าเชื่อถือและคุณค่าต่างๆ ที่สังคมจะมอบให้กับผู้ชาย ดังนั้นเมื่องานครัวถูกทำโดยผู้ชายคุณค่าของงานกลับได้รับการยอมรับ และงานครัวถูกมองว่าเป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากสังคม โดยมีข้อแม้ที่ว่างานครัวจะต้องอยู่ในบทบาทของผู้ชายเท่านั้นแต่ในส่วนของผู้หญิงงานครัวจะยังอยู่ในมุมมองเช่นเดิม เมื่อเป็นเช่นนั้นการเป็นผู้สาธิตการทำอาหารทางโทรทัศน์โดยผู้ชายจึงเป็นความเหมาะสมจากการกำหนดคุณค่าของงาน

แม้ว่าในปัจจุบันนี้ โลกได้มีพัฒนาการทางเทคโนโลยีไปอย่างมาก ความไม่เท่าเทียมกันระหว่างหญิงชายก็ยังคงมีอยู่ในสังคม ทั้งนี้เนื่องมาจาก ทศนคติที่ฝังรากลึกของหญิงและชาย ในสถานะเดิมของคนทั้งสองเพศ มีผลมาจากรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เป็นตัวกำหนดความคิด ความรู้

ลึกของคนในสังคม และสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ก็ถูกปลูกฝังและถ่ายทอดโดยส่งผ่านสื่อที่ถือได้ว่าเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างความเชื่อต่าง ๆ ของสังคมกับคนในสังคม

### บทบาทการเป็นผู้ผลิตรายการ

เมื่อวัฒนธรรมของสังคมถูกทำให้กลายเป็น "สินค้า" แล้ว มิติต่างๆ ของวัฒนธรรมก็ได้ถูกกลดทอนให้เหลือแต่แง่มุมที่จะทำให้ "ขายได้" เหลือแต่ลักษณะการให้ความบันเทิงเท่านั้น ซึ่ง Marcuse (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ได้จัดแบบแผนสิ่งที่ถูกขจัดและสิ่งที่ถูกเก็บรักษาเอาไว้ว่า ส่วนที่จะสืบทอดสังคมให้เป็นอยู่เหมือนเดิม (positive/stability) จะถูกเก็บรักษาเอาไว้ ส่วนมิติที่จะตั้งคำถามเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (negative/critical) นั้นจะถูกกรีดรอนออกไปจนหมด Marcuse จึงตั้งชื่อสังคมปัจจุบันว่า เป็น "สังคมมิติเดียว" และกล่าววามมนุษย์ที่มีชีวิตอยู่ภายในสังคมเช่นนี้ก็จะกลายเป็นมนุษย์ผู้มีมิติเดียว (one-dimensional man) อันเป็นมนุษย์ผู้รู้จักแต่ "การยอมรับ" หากแต่ไม่รู้จักการสงสัยตั้งคำถาม เช่นทำไมหรือเพราะอะไรรายการสาริตการทำอาหารทางโทรทัศน์จึงได้มีการผลิตให้รูปแบบรายการมีผู้สาริตทำอาหารเป็นผู้ขาย

ผู้ขายผู้ซึ่งถูกเชื่อกันว่าเป็นผู้นำ เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถืออยู่ในส่วนของสังคมทั่วไปที่เราสามารถรับรู้ ความคิดความเชื่อเหล่านี้จึงนำไปสู่ข้อสรุปต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามมาคือ อาชีพการทำอาหารของผู้ขายเป็นที่ยอมรับมากกว่าการเป็นแม่บ้านและงานทำครัวของผู้หญิงซึ่งเป็นผลมาจากการกำหนดคุณค่าของงาน ผู้ขายทำอาหารได้ดีกว่าผู้หญิงเป็นเพราะสังคมให้การยอมรับและยึดถือในอำนาจของผู้ขาย และอื่นๆ เมื่อเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นกลายเป็นเหตุผลที่สามารถกำหนดให้การสาริตการทำอาหารในรายการทางโทรทัศน์ โดยให้เป็นบทบาทที่ผู้ขายจะต้องทำจึงถือเป็นความเหมาะสมให้กับรูปแบบรายการที่เกี่ยวกับการสาริตการทำอาหาร โดยที่รูปแบบรายการในลักษณะเช่นนี้สามารถสนองต่อระบบธุรกิจที่ถือได้ว่าเป็นความต้องการของตลาดคือ การที่ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการมองเห็นถึงความนิยมโดยอ้างถึงกระแสความนิยมที่มาจากผู้ชมดังนั้นรูปแบบของรายการสาริตการทำอาหารจึงถูกกำหนดขึ้น

กระบวนการทำงานของสื่อมวลชน ก็เป็นไปตามหลักการทำงานของระบบธุรกิจโดยทั่วไปที่มุ่งหวังผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน ดังนั้นเมื่อวัฒนธรรมของสังคมสามารถทำให้กลายเป็นสินค้าที่สามารถขายได้แล้ว สื่อมวลชนก็ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องอื่น นอกจากผลกำไร ดังนั้นรูป

แบบของรายการจึงควรอยู่ในประเด็นหนึ่งที่สามารถส่งผลกำไรที่จะเกิดขึ้นได้ นั่นก็คือรูปแบบรายการที่มีผู้ขายเป็นผู้ผลิตการทำอาหาร

ดังนั้นการผลิตรายการผลิตการทำอาหารในรูปแบบที่ผู้ขายเป็นผู้ผลิตการทำอาหารจึงถูกผลิตออกมาในลักษณะของการผลิตซ้ำ เลียนแบบหรือการเอาอย่าง ในเมื่อมีรายการหนึ่งถูกผลิตออกมาในลักษณะที่มีความแตกต่าง คือรูปแบบของรายการให้ผู้หญิงเป็นผู้ผลิตกลับได้รับความสนใจที่น้อยกว่า โดยพิจารณาไปที่จำนวนของผู้ให้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งสังเกตได้ว่าเป็นรายการที่ไม่สามารถสนองต่อระบบของการทำธุรกิจได้

จากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า การเป็นผู้รับผิดชอบผลิตรายการนั้นสามารถแยกบทบาทที่จำกัดอยู่ในหน้าที่ได้ 2 ลักษณะคือ

1. เจ้าของรายการเป็นผู้มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย ให้เกิดการผลิตรายการผลิตการทำอาหาร โดยผู้รับผิดชอบผลิตรายการจะเป็นผู้ดำเนินการตามนโยบายของบริษัท ซึ่งจะทำหน้าที่ประสานระหว่างเจ้าของรายการ ผู้อุปถัมภ์รายการ และ พิธีกร-ผู้ผลิตการทำอาหาร

2. เจ้าของรายการผลิตการทำอาหาร หรือช่วงของการผลิตการทำอาหาร คือ ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งเป็นผู้ว่าจ้างและกำหนดให้ผู้รับผิดชอบผลิตรายการดำเนินการตามนโยบายของผู้อุปถัมภ์รายการ โดยบทบาททั้งหมดของผู้รับผิดชอบผลิตรายการจะต้องได้รับคำสั่งให้ปฏิบัติตามผู้อุปถัมภ์รายการ

ในลักษณะทั้งสองนี้ พบว่าการผลิตรายการจะมาจากความต้องการของทางผู้เป็นเจ้าของ ซึ่งได้แก่ เจ้าของบริษัท ที่สามารถมองได้เป็นสองฝ่าย คือเจ้าของบริษัทที่ผลิตรายการและเจ้าของบริษัทผลิตภัณฑ์ ซึ่งต่างมีความมุ่งหวังเพื่อ การผลิตรายการให้เป็นที่รู้จักได้รับความนิยมนจากทั้งทางผู้ชมและทางผู้ที่จะให้การสนับสนุนรายการ ในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการก็ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทตนเป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับ และส่งผลถึงยอดจำหน่ายและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า เมื่อการผลิตที่ต้องการหวังผลตอบแทนในรูปแบบของธุรกิจการค้า ฉะนั้นเมื่อสิ่งใดที่สามารถสนองต่อระบบการทำธุรกิจแล้ว สิ่งนั้นย่อมที่จะเป็นแนวทางหรือเป็นทางเลือกที่ถูกกำหนดขึ้น

### อิทธิพลของสปอนเซอร์

สำหรับการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์นั้น ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลชนหรือเรียกว่าสปอนเซอร์นั้น หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้การอุปถัมภ์ด้านเงินทุนกับผู้รับอุปถัมภ์ที่เป็นสื่อ

มวลงน ประเด็นสำคัญที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสื่อสารมวลงนกับผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์นั้น เนื่องมาจากรูปแบบของการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐกิจที่ไม่ได้หยุดอยู่เพียงขอบเขตของการซื้อขายสินค้าและบริการตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายเท่านั้น ระบบอุปถัมภ์ในสื่อมวลงนยังได้ขยายขอบเขตของอิทธิพลโดยรวมเหนือองค์กรสื่อสารมวลงนอย่างสิ้นเชิง ตั้งแต่จุดยืน เนื้อหา วิธีการนำเสนอ การเป็นเจ้าของตลอดจนถึงการเผยแพร่ในขั้นตอนสุดท้าย (ประพิม คล้ายสุบรรณ 2541) ทั้งนี้ เนื่องจากความอยู่รอดของการประกอบกิจการองค์กรสื่อสารมวลงน จำเป็นต้องพึ่งพารายได้หลักจากการโฆษณาและการสนับสนุนรายการอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง

อิทธิพลของสปอนเซอร์ที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการสาริตการทำอาหาร การผลิตรายการนับเป็นขั้นตอนเริ่มแรกของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ เนื่องจากประกอบไปด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์รายการ กลุ่มเป้าหมาย ชื่อรายการ ช่องทางออกอากาศ เวลาในการออกอากาศ และงบประมาณในการผลิตรายการ ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้อุปถัมภ์รายการหรือสปอนเซอร์มีบทบาทในการก่อกำเนิดรายการสาริตการทำอาหารถึง 4 รายการคือ รายการ “สบายสไตล์มยุรา” รายการ “น้ำใสใจจริงปี 2000” รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค”เมื่อรายการสาริตการทำอาหารเกิดขึ้นจากความต้องการใช้สื่อเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า ผู้อุปถัมภ์รายการจึงมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบของรายการ

รายการสบายสไตล์มยุราและรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอ เพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารและเครื่องปรุงรสให้เป็นที่รู้จัก ในขณะที่รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่นำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือบริษัทมิสเตอร์มาร่า ซึ่งเป็นบริษัทเกี่ยวกับเครื่องใช้สำหรับการประกอบอาหาร ถึงแม้ว่ารายการสาริตการทำอาหารรายการอื่นที่ผู้อุปถัมภ์รายการไม่ได้เป็นเจ้าของรายการและเป็นผู้อุปถัมภ์หลักในรายการ แต่ผู้วิจัยสาพบว่าผู้อุปถัมภ์รายการได้มีอิทธิพลในทางอ้อมต่อการผลิตรายการที่สามารถพบเห็นได้ในรายการ เช่น การกำหนดการวางจำนวนผลิตภัณฑ์ การกำหนดให้ผู้ดำเนินรายการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์และการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยอิทธิพลส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากจำนวนเงินที่ผู้อุปถัมภ์รายการให้ต่อการสนับสนุนรายการนั้น ดังความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ

“sponsor มีส่วนสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องเช่น รูปแบบรายการที่อยากได้ เพราะว่า sponsor ตอนนี้มีส่วนสำคัญอย่างมาก มีบทบาทมากพอสมควรในเรื่องกำหนดการให้งบสนับสนุนเพราะค่าใช้จ่ายในเรื่องต่างๆ ค่อนข้างสูง” (สัมภาษณ์ เจริญชัย หวังอารยธรรม วันที่ 5 ก.ค.43) ยังมีความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันของผู้รับผิดชอบผลิตรายการอีกท่าน

“ก่อนการผลิตรายการโดยส่วนใหญ่เมื่อมีการตกลงกับ sponsor แล้วทางผู้ผลิตโดยทีมงานก็จะเข้าไปคุยรูปแบบว่าทาง sponsor ต้องการอย่างไร เช่น ในเรื่องการทำอาหารอยากให้คุณมยุรทำเอง เป็นผู้เชี่ยวชาญทำ หรืออะไรซึ่งจะมีตัวเลือกหลายๆ ตัวเลือกไปนำเสนอเพราะเพื่อเป็นการทำให้เกิดความพอใจของ sponsor กับรายการ”

(สัมภาษณ์ ศิริวรรณ อยู่เจริญ วันที่ 12 ก.ค.43) และความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันของผู้เป็นเจ้าของบริษัทในการผลิตรายการ

“รายการไม่ได้อยู่ได้ด้วยตัวมันเองมันอยู่ที่ sponsor เจ้าของเงินเขาจะมีบทบาทมากในการที่จะกำหนดแนวโน้มว่าอันไหนเป็นที่นิยม ไม่มีรายการไหนที่ไม่คำนึงถึง sponsor (สัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมฆลูกรัก วันที่ 4 ก.ย.43)

จากเหตุผลที่ได้ ทำให้เห็นถึงความสำคัญและการมีอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีต่อรายการจากมุมมองของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ถึงแม้ว่ารูปแบบรายการทางผู้ผลิตจะเป็นฝ่ายวางรูปแบบ กำหนดบทบาทต่างๆ แต่เมื่อถึงขั้นตอนในการนำเสนอต่อผู้ที่จะร่วมเป็นผู้สนับสนุนรายการแล้วนั้น บางสิ่งอาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงบ้าง จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องทำให้เกิดความพอใจของทั้งสองฝ่าย ดังที่คุณวัณเพ็ญ วงศาพิวัฒนัน ผู้รับผิดชอบผลิตรายการลุงหลาน สะท้อนคร่าวๆ ว่า “sponsor เปรียบได้กับแหล่งทุน ถึงแม้ว่าเราจะมีความคิดของเราไปเสนอก็คงอาจจะไม่ถูกใจเพราะทาง sponsor เขาก็มีของเขาอยู่แล้ว บางครั้งเราก็ต้องยอมตาม”(สัมภาษณ์ วันที่ 22 มิ.ย.43)

นอกจากความคิดเห็นจากผู้รับผิดชอบผลิตรายการในเรื่องอิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการแล้ว ในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการมีการมองในลักษณะที่คล้ายคลึงเช่นกัน ดังความคิดเห็นที่ได้จากผู้อุปถัมภ์รายการดังนี้

“ถ้ารายการใดที่ sponsor ไม่เข้าก็อาจจะอยู่ไม่ได้ถ้าเขาไม่มีเงินทุนที่หนา เพราะมองได้ว่ารายการอาจจะไม่น่าสนใจหรืออาจจะไม่เป็นที่นิยมอะไรก็ตามที่ตลาดมองว่าไม่เป็นที่นิยมก็เป็นการยากที่รายการจะได้รับความสนใจจาก sponsor” (สัมภาษณ์ วรเชษฐ พงษ์ไพโรจน์ วันที่ 2 ส.ค.43 ) และความคิดเห็นของท่านอื่นๆ

“เราไม่ได้กำหนดว่าใครจะเป็นพิธีกรแต่ก็จะพิจารณาว่า พิธีกรเป็นใครในรายการ ทางเราได้มีการกำหนดในเรื่องเช่น จำนวนผลิตภัณฑ์ถ้าดูแล้วน้อยไปเราก็จะขอเพิ่ม การพูดถึงผลิตภัณฑ์เราก็กำหนดให้พิธีกรพูดตาม อาจจะมีโลโก้ของทิฟที่ผ้ากันเปื้อนให้คุณมยุราใส่ sponsor มีความสำคัญเพราะรายการจะต้องใช้เงินอย่างมากในการทำรายการแต่ละอย่างขึ้นมา (สัมภาษณ์ นิตยา ตระกูลโต วันที่12 ก.ย.43)

อิทธิพลของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีต่อรายการสาริตการทำอาหารนั้น ผู้วิจัยพบว่ามีอิทธิพลทั้งในทางตรงคือ จากการกำหนดตามความต้องการเพราะเนื่องจากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นเจ้าของรายการซึ่งมีบทบาททั้งหมดของกระบวนการผลิตรายการ ส่วนอิทธิพลในทางอ้อมนั้นผู้อุปถัมภ์รายการสามารถที่จะกำหนดให้รายการพยายามแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าที่ตนให้การสนับสนุน การมีอิทธิพลดังกล่าวของผู้อุปถัมภ์รายการที่มีต่อการผลิตรายการนั้น แต่อิทธิพลดังกล่าวไม่ได้นำไปสู่ความสำนึกในเรื่องบทบาทของหญิงชายแต่ประการใดนอกเสียจากการคำนึงถึงเรื่องของธุรกิจที่เป็นผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

#### อิทธิพลของกระแสความนิยม

กระแสของสังคมคือ การให้เหตุผลของความคิดเห็นที่มองสรุปจากความนิยม ความสนใจให้การยอมรับ และเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความนิยม โดยมองว่าเป็นการให้ความสนใจของผู้ชมที่มีความต้องการหรือให้ความสนใจกับเรื่องของผู้สาธิตทำอาหารที่เป็นผู้ชาย การแสดงความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์หลายท่านให้เหตุผลของการที่รายการสาริตการทำอาหารมีผู้ชายเป็นผู้สาธิตนั้นเป็นเพราะกระแสความนิยม เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ โดยมีบางท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับลักษณะพิเศษของผู้ชายที่มาเป็นผู้สาธิตทำอาหารว่าเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจผู้ชายที่มีลักษณะพิเศษเช่นนี้อยู่แล้วส่วนหนึ่ง ดังความคิดเห็นที่ได้จากผู้ผลิตรายการพิธีกรและผู้อุปถัมภ์รายการ

“ผู้ผลิตสามารถที่จะวางรูปแบบและกระแสในช่วงนั้นๆ ที่คนสนใจมากกว่าก็เป็นไปได้ และที่ช่วงนี้ที่คนดูให้ความสนใจผู้ชาย” คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการหมึกแดงแผลงรส สัมภาษณ์วันที่6 มิ.ย.43)

“สื่ออาจจะโดนบังคับด้วยกระแสของสังคมก็อาจจะเป็นไปได้เพราะสื่อก็คงต้านกระแสสังคมไม่ไหว ที่ช่วงนี้ผู้ชายมาแรง รายการก็จะขอให้เป็นผู้ชาย” (คุณอภิรดี จรีเกตุ ผู้ผลิตและพิธีกรรายการบ้านของเรา สัมภาษณ์วันที่10 ส.ค.43)



“เป็นความรู้สึกเคยชินกับตรงนี้ไปที่เห็นว่ามีผู้ชายเป็นผู้ทำอาหาร ก็คงเป็นความบังเอิญด้วยที่ช่วงนี้กระแสของสังคมที่ให้ความสนใจคนที่ทำอาหารเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง” (คุณธัชสพลย โอสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว สัมภาษณ์วันที่10 ส.ค.43)

คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า กล่าวว่า “ดูผู้ชายที่ออกแนว ... ดูจะน่าสนใจ และก็ได้รับความสนใจจากผู้ชมเหมือนกับที่กำลังเป็นที่นิยมมากกว่าในตอนนี้อย่างไรก็ตาม ... หรืออาจารย์ ... หรือไม่กี่ ... ดูเขาน่าสนใจขนาดตัวเองยังรู้สึกว่ามันอยากดูก็คงเป็นเรื่องของความบังเอิญที่บุคคลที่เก่งด้านนี้เขาเป็นกลุ่มนี้และเขาสามารถขายได้”

คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้ผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา กล่าวว่า “สังคมก็รู้กันดีว่าดังดังก็คือผู้ชายอีกประเภทที่เราพบเห็นบ่อยขึ้นมากกว่าแต่ก่อน ก็เป็นเพราะสังคมเรายอมรับมากขึ้นแต่ก็ยอมรับว่าเขามีความสามารถกล้าที่จะแสดงออกและเขาก็มีลักษณะพิเศษในตัวของเขาเองก็ต้องยอมรับตรงจุดนี้ ส่วนในความสามารถทางการทำอาหารนี้ก็ต้องยอมรับว่าเขามีจริงๆและเป็นอะไรที่ทำให้ดูน่าสนใจและก็เป็นอะไรที่คนดูก็ให้ความสนใจด้วยกับบุคคลเหล่านี้ด้วย”

รายการสาริตการทำอาหารที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารนั้นหลายท่านมีความคิดเห็นที่มองไปยังเรื่องของกระแสความนิยมและให้เหตุผลว่าการที่รายการมีลักษณะเช่นนี้เป็นเพราะกระแสความต้องการของผู้ชมของสังคม ที่ให้ความสนใจและสนใจกับความแปลกใหม่ที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร หรือพิจารณาถึงลงไปในเรื่องลักษณะของผู้ชายซึ่งเป็นผู้ที่มีลักษณะพิเศษในหลายท่านที่เป็นพิธีกรหรือเป็นผู้สาธิตในหลายรายการ ซึ่งลักษณะนี้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม ดังนั้นรายการต้องมีการผลิตให้รูปแบบรายการสามารถสนองต่อความต้องการดังกล่าวเพื่อให้รายการได้รับความนิยม ในลักษณะของความเป็นจริงในเรื่องของการกำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการสาริตการทำอาหารที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยพบว่าเหตุผลต่างๆ เป็นการสนองตอบและเน้นในเรื่องของระบบการทำธุรกิจที่วิธีทาง รูปแบบหรือหนทางใดที่สามารถส่งผลในด้านรายได้กำไร เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากกว่าการสำนึกถึงเรื่องของบทบาทของหญิงชายในรายการทางโทรทัศน์

### อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในการชี้นำสังคมทางอ้อม

ซูซานน่า วิลสัน (Susanah Wilson) (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2540) ได้ประมวลแนวทางของความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาในประเด็นบทบาทของหญิงชายกับสถานการณ์ในโลกที่เป็นจริง โดยใช้เกณฑ์เรื่องบทบาทของสื่อ เป็นเกณฑ์ในการแบ่ง โดยได้ข้อสรุปที่ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทที่สามารถประมวลได้ เป็น 3 ประเภทคือ หนึ่งสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้น สองสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นตัวดอกย้ำแบบอย่างค่านิยม ความคิดความเชื่อต่างๆที่มีอยู่ในสังคม และสาม มองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเป็นกลไกแห่งการเปลี่ยนแปลงสังคม

บทบาทของสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภทดังที่กล่าวข้างต้น ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนในฐานะโทรทัศน์ได้ใช้บทบาทเป็นตัวดอกย้ำแบบอย่างค่านิยม ความคิดความเชื่อต่างๆให้คงอยู่ โดยสื่อที่เรียกว่าโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ในการดอกย้ำ ชี้นำด้วยการบอกเป็นนัยกับสังคมโดยทางอ้อมผ่านทางรายการสารคดีการทำอาหาร ที่ผู้วิจัยพบว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องของบทบาทหญิง-ชาย ที่แฝงอยู่ในรูปแบบการนำเสนอรายการโดยที่ในโลกส่วนตัวที่เป็นความจริง ผู้หญิงยังคงเป็นผู้มีหน้าที่ทำอาหาร แต่สื่อได้นำเสนอให้เป็นผู้ชายในรูปแบบของผู้มีความรู้ความสามารถ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการดอกย้ำความคิดความเชื่อของสังคมที่มีต่อผู้ชายว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถ เป็นผู้ชี้นำ ทำให้คนดูไม่เกิดความรู้สึกที่ไม่เห็นด้วยแต่ประการใด โดยที่สื่อไม่ได้ทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริงของผู้หญิงในสังคมและสื่อยังไม่ได้ทำหน้าที่เป็นกลไกในการเปลี่ยนแปลงสังคมในเรื่องของความคิดความเชื่อที่เกี่ยวกับเรื่องของบทบาทหญิงชายในสังคมแต่อย่างใด

### กฎกติกา มารยาทใหม่สำหรับผู้หญิง-ในบ้าน-สื่อมวลชน

โลกส่วนตัว (private sphere) ของผู้หญิง "งานครัว" ถือว่าเป็นงานในบ้านที่ผู้หญิงต้องมีหน้าที่รับผิดชอบ ถึงแม้ว่าปัจจุบันความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสถานภาพและบทบาทของผู้หญิง คือจากที่ผู้หญิงเคยมีบทบาทเป็นแม่บ้านแม่เรือนที่มีบทบาทเป็นผู้หญิงทำงานนอกบ้านเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามผู้หญิงได้ถูกสังคมคาดหวังต่อบทบาทแม่ที่ดีของลูก ภรรยาที่ดีของสามีพร้อมกับการเป็นผู้หญิงทำงาน

เมื่อผู้หญิงจะนำงานครัวซึ่งถือเป็นงานที่สังคมกำหนดให้เป็นหน้าที่ในบ้านของผู้หญิงนั้นก้าวเข้ามาสู่ "โลกสาธารณะ" (public sphere) โดยการนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์ ผู้หญิงกลับจำเป็นต้องมีการปรับปรุงตัวเองหลายอย่างเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทแห่งใหม่ สิ่งแรกที่เป็นพื้นฐานที่สุด คือ การแต่งกาย ที่ต้องการให้การแต่งกายที่กระฉับกระเฉง รัดกุม นอกเหนือจากเรื่องการแต่งกายแล้วก็เป็นเรื่องท่าทางอากัปกริยาซึ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง จากที่ถูกกำหนดไว้จน

กลายเป็นแบบฉบับของกุลสตรี แต่ถ้าผู้หญิงจะเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีกิจกรรมในพื้นที่ของสื่อมวลชนแล้ว ผู้หญิงจำเป็นต้องมีการปรับตนเองเพื่อให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของผู้ชายที่เป็นผู้กำหนด

การที่ลีลาแบบ ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ (หมึกแดง) อาจารย์ยี่งศ์ศักดิ์ และผู้สาธิตทำอาหารชายท่านอื่น ๆ ได้กลายมาเป็นมาตรฐานใหม่สำหรับผู้ที่จะมาสาธิตทำอาหารในรายการ อาจไม่ใช่เรื่องบังเอิญในสังคมไทยในขณะนี้ ดังที่หลายท่านได้แสดงความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องของความบังเอิญ แต่ทั้งหมดนี้ได้สะท้อนความคาดหวังเกี่ยวกับการทำสื่อในโลกของผู้ชาย ที่ผู้หญิงถ้ามีความต้องการมาทำในลักษณะของการเป็นผู้สาธิตทำอาหารที่ถือได้ว่าเป็นพื้นที่สาธารณะแล้วนั้น ผู้หญิงจะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นและลีลาในการนำเสนอในลักษณะเดียวกับผู้ชายที่ได้ถือเป็นมาตรฐาน และบอกว่าสิ่งนั้นมีความเหมาะสมและได้รับความนิยมนั้นยังเป็นความต้องการของคนในสังคมที่มีกระแสของความนิยมในลักษณะดังกล่าว

ทางเลือกของผู้หญิงยังต้องถูกจำกัด ลักษณะของการแสดงออกที่เป็นในแบบตัวตนไม่สามารถผ่านมาตรฐานที่กำหนดไว้โดยผู้ชาย ดังนั้นการแสดงบทบาทจึงต้องให้เป็นไปตามความคาดหวังของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค และยังถูกควบคุมหรือจำกัดโดยระบบของตลาดที่ผ่านการให้โฆษณาที่อยู่ในภาคของธุรกิจ ทั้งหมดนี้ส่งผลให้โอกาสที่ผู้หญิงจะสามารถได้รับความนิยมนั้นจึงดูว่าจะมีอุปสรรคที่จะต้องฝ่าฝืนเสียมากมาย โอกาสที่จะเอื้อให้แก่ผู้หญิงนั้นพบว่าถูกจำกัดเสียก่อนที่ผู้หญิงจะเริ่มใช้โอกาส

“สื่อให้ความสำคัญกับคนมีชื่อเสียงเพื่อให้รายการที่ผลิตขายให้กับสปอนเซอร์ได้ ซึ่งเป็นเรื่องของธุรกิจ พิธีกรไม่ว่าหญิงหรือชายจะต้องประกอบด้วยการเป็นบุคคลที่รู้จัก ต้องมีชื่อ (Brand name) ของตัวเองมากกว่าที่จะเป็นคนไม่มีชื่อเสียงหรือไม่เป็นที่รู้จักของคนในสังคม (No name) ในความเป็นจริงของสังคมเรายอมรับว่าคนที่ เป็นอาจารย์สอนเกี่ยวกับการทำอาหารอาจารย์จะเป็นผู้หญิงส่วนใหญ่ คิดว่าสังคมยังไม่ยอมรับ ถึงแม้จะเป็นอาจารย์ แต่ไม่ได้มีความโดดเด่นในสังคมหรือเป็นที่รู้จัก อาจจะมีบ้างที่มีอยู่ตามรายการ แต่ก็ด้วยลักษณะที่เป็นอาจารย์ บุคลิกของอาจารย์จะมาแนวเรียบๆ และจะมาทำเป็นแนวคึกคักก็ไม่ได้ ภาพพจน์ของอาจารย์สอนคนธรรมดาจะเป็นอาจารย์เรียบร้อยนุ่มนวล ผู้หญิงก็ต้องเป็นแนวกุลสตรี เรียบร้อย แต่แนวทางการนำเสนอออกสู่โทรทัศน์ ผู้ชมจะต้องเป็นคนละอย่าง ชื่อเท็จจริงกับความจริงต่างกัน ความจริงลึก ๆ ผู้หญิงเรียบร้อยอาจทำได้ดีกว่าหรือเก่งกว่า แต่ชื่อเท็จจริงเวลานำเสนอออกรายการจะต้องเป็นผู้ชายนำเสนอ สื่อจะคิดว่าคนดูสนใจกว่า แต่ความจริงผู้หญิงทำได้ดีที่สุด แต่ความจริงเอามาใช้กับงาน

ธุรกิจไม่ได้ มันก็เลยมีคำว่าข้อเท็จจริงกับความจริง" (คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการ ก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า สัมภาษณ์วันที่ 4 ก.ค.43)

นอกจากผู้หญิงจะต้องมีลักษณะ และมีลีลาของการแสดงออกที่จะต้องเป็นไปในลักษณะเดียวกับผู้ชายถึงจะได้รับความนิยมที่มากำหนดให้ผู้หญิงที่มีลักษณะของความอ่อนหวาน นุ่มนวล ประณีต พิถีพิถัน ซึ่งสังคมเป็นผู้กำหนดและคาดหวังให้ผู้หญิงต้องมีลักษณะดังกล่าว แต่ภาพลักษณ์ที่สังคมคาดหวังนี้ก็กลับกลายเป็นภาพลักษณ์ในด้านลบที่เมื่อผู้หญิงได้มีลักษณะดังกล่าวตามที่สังคมคาดหวัง และได้นำภาพลักษณ์นั้นนำเสนอสู่อิทธิพลซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้หญิงจะต้องแสดงภาพลักษณ์นั้นเพื่อให้สังคมยอมรับว่าตนเองเป็นผู้ที่มีลักษณะของกุลสตรี แต่พื้นที่ในอิทธิพลนี้ก็กลับไม่ได้ต้อนรับผู้หญิงที่มีลักษณะดังกล่าว ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนเองก็เป็นผู้คอยตอกย้ำลักษณะดังกล่าวผ่านเนื้อหาที่นำเสนอ คอยสอนให้ผู้หญิงที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมจะต้องทำตัวเป็นกุลสตรี เมื่อผู้หญิงนำลักษณะดังกล่าวที่ติดตัวมา และนำเสนอกลับมองว่าเป็นการทำให้รายการไม่ได้รับความนิยมและเป็นเหตุผลที่ทำให้รายการจึงไม่นิยมให้ผู้หญิงมาเป็นผู้สาธิตทำอาหาร

ผู้หญิงไม่สามารถนางานครัวที่ตนทำอยู่นำเสนอในรายการสาธิตการทำอาหารได้นั้น ไม่ใช่เป็นเพราะผู้หญิงเป็นเพศที่มีความละเอียดอ่อน พิถีพิถันหรือ ไม่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ หรือมีความรู้ความสามารถน้อยกว่าผู้ชายแต่ประการใด แต่เป็นเพราะการกีดกันของสื่อที่ต้องการแสดงให้เห็นภาพของผู้ชายที่มองว่าผู้ชายเป็นผู้นำ เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถมีบทบาทที่ดูเหนือกว่าเพื่อแสดงการเป็นผู้ที่มีบทบาทที่เหนือกว่าผู้หญิง และเพื่อยึดครองพื้นที่ของโลกสาธารณะแห่งนี้ไว้ด้วยการชี้ให้ผู้หญิงต้องอยู่ในบทบาทของผู้ตาม การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ไม่ได้หมายความว่ามาตรฐานที่กำหนดขึ้นมานั้น ผู้หญิงจะไม่สามารถผ่านไปได้ แต่อยู่ที่ว่าการทำเช่นนั้น จะมีใครกล้าที่จะแหกกฎทำบ้าง เพราะถ้าสิ่งที่ทำและที่เป็นอยู่นั้นสามารถส่งผลดีต่อการทำให้ธุรกิจสามารถที่จะดำเนินได้โดยไม่มีถือเป็นการเสี่ยง เพราะถึงอย่างไรเรื่องบทบาทของหญิงชายในสังคมซึ่งนอกจากจะถูกมองข้ามแล้วก็ยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญ เพราะส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากวัฒนธรรมของคนในสังคม และประเด็นในเรื่องบทบาทของหญิงชายก็ไม่ได้มีความสำคัญมากไปกว่าการทำให้ธุรกิจมีรายได้

### ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างผู้รับผิดชอบผลิตรายการกับผู้อุปถัมภ์รายการ

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ผู้วิจัยได้นำเรื่องโลกส่วนตัว และโลกสาธารณะของ Habermas (1989) การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ (อ้างในกาญจนา แก้วเทพ 2543, 170) ความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ คำว่า “พื้นที่” และคำว่า “สาธารณะ” คำว่า “พื้นที่” ในแง่รูปธรรมหมายถึงอาณาบริเวณที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน เช่น พื้นที่ในบ้าน พื้นที่ในโรงงาน ฯลฯ และพื้นที่ยังมีความหมายทางสังคม-การเมือง-วัฒนธรรม ที่เป็นลักษณะนามธรรม เช่น หมายถึงพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อมวลชน เช่น เราพบว่าในละครโทรทัศน์ได้มีการนำเอาเรื่องราวที่มีคนไทยเชื้อสายจีนมาเป็นตัวเอก นำเอาค่านิยมแบบคนจีนมาเชิดชู เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันคนไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมไปแล้วระดับหนึ่ง เช่นเดียวกับเมื่อรายการโทรทัศน์ประเภท รายการสาธิตการทำอาหาร ได้กำหนดให้ผู้ชายมีบทบาทเป็นผู้สาธิตทำอาหาร ในขณะที่ผู้หญิงมีบทบาทเป็นผู้ช่วย นี่ก็หมายความว่าผู้ชาย ได้เข้ามามีบทบาท มีที่ทางในโลกสาธารณะของสื่อมวลชนและได้กลายเป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อมวลชน เช่นกัน

สำหรับคำว่า “สาธารณะ” ในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปคือ คำว่า “ส่วนรวม” (public) ซึ่งมักจะถูกให้นิยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงกันข้ามคือคำว่า “ส่วนตัว” (private) สำหรับความหมายของคำว่า สาธารณะนี้อาจจะขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์

เมื่อสื่อได้กำหนดคุณค่าของงานครัวที่อยู่ในโลกส่วนตัวของผู้หญิง ให้มีคุณค่าของงานที่เป็นเพียงงานบ้านและหน้าที่ที่สังคมกำหนดให้กับผู้หญิง และผู้หญิงยังไม่สามารถที่จะนำงานครัวออกสู่โลกสาธารณะ ในพื้นที่ของโทรทัศน์ได้ จากคุณค่าของงานและความเป็นผู้หญิง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นในเรื่องของการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบรายการซึ่งมีเรื่องของ อิทธิพลของความเชื่อในสังคมที่ให้ความสำคัญกับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง และให้เหตุผลว่าผู้ชายมีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับมากกว่าผู้หญิง อิทธิพลของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ เช่นผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการก็มีส่วนในการกำหนดความเป็นไปของโลกสาธารณะแห่งนี้ด้วยเช่นกัน

แบบจำลองที่ 1 ของ Habermas แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตในโลกส่วนตัวและโลกสาธารณะ

Institutional orders of the life-word	Interchange relations	Media-steered subyste
Private sphere	1) $\xrightarrow{P'}$ Labor power $\xleftarrow{M}$ Income from employment 2) $\xleftarrow{M}$ Good and services $\xrightarrow{M'}$ Demand	Economic system
Public Sphere	1a) $\xrightarrow{M'}$ Taxes $\xleftarrow{\quad}$ Organizational accomplishments 2a) $\xleftarrow{P}$ Political decisions $\xrightarrow{P'}$ Mass loyalty	Administrative System

M = Money Medium / P = Power medium

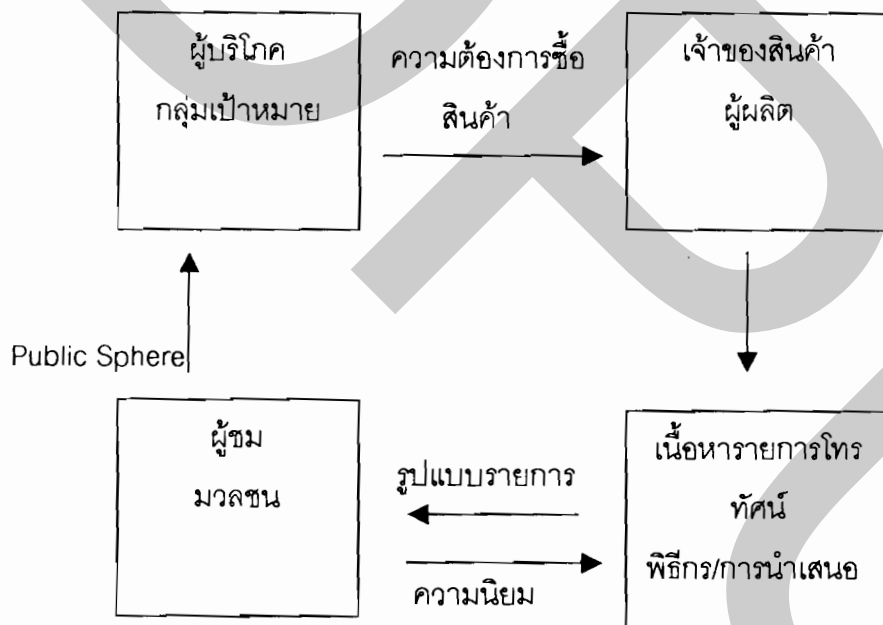
แบบจำลองของHabermas ได้กล่าวถึง โลกส่วนตัว (private sphere) ที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตโดยที่บุคคลจะต้องขึ้นกับองค์กร และในส่วนของโลกสาธารณะ (public sphere) ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะอยู่ในเชิงของการแลกเปลี่ยน

จากแบบจำลองของ Habermas และความคิดเห็นจากกลุ่ม Political-Economy ที่เชื่อว่าเนื้อหาส่วนหนึ่งที่สื่อมวลชนนำเสนออย่างน้อยระบบของตลาดก็ย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องอย่าง แน่นนอน ดังนั้น ผู้วิจัยได้สร้างแบบจำลองขึ้นโดยใช้หลักการเปรียบเทียบจาก แบบจำลองของ Habermas เพื่อให้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ระบบอุปถัมภ์ ดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

แบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแบบอย่างของ Habermas เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในส่วนของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์และเรื่องของบทบาทหญิงชาย แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เชื่อมโยงระหว่าง private sphere และ public sphere โดยทำให้ต้องมีการเพิ่มขึ้นและลดลงของจำนวนลูกศรในบางจุด และบางจุดผู้วิจัยได้เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ซึ่งจะทำให้มีความแตกต่างจากแบบจำลองของ Habermas บ้างเล็กน้อย

แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของโลกส่วนตัวและโลกสาธารณะที่ระบบความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์มีส่วนเกี่ยวข้อง

Private Sphere



จากแบบจำลองของผู้วิจัยข้างต้น พบว่า

1. เมื่อสื่อมวลชนทำงานร่วมกับเจ้าของเงินทุน ที่ต้องคำนึงถึงระบบทุนนิยมแล้วนั้น สื่อจำเป็นต้องลดอำนาจอันทรงพลังของตนลงเพื่อที่จะเปิดทางให้พลังอำนาจที่มาจากเจ้าของเงินทุนได้แทรกตัวอยู่ จึงส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ในรายการอย่างในทุกวันนี้

2. จากประเด็นที่พบว่าเมื่อสื่อมวลชนได้ร่วมกับระบบทุนนิยมแล้วก่อให้เกิดผลเป็นเช่นไรนั้น ผู้วิจัยจะยกเพียงบางประเด็นที่เห็นได้ชัดเจนและสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ สำหรับผู้อุปถัมภ์ที่อยู่ในรายการสาริตการทำอาหารในหลายๆ รายการที่พบเห็น โดยประเด็นที่ผู้วิจัยได้ยกมาคือ

ในประเด็นที่ผู้ผลิตจะต้องใช้กลยุทธ์ในการผลิตสินค้าเพื่อกระตุ้นการบริโภค ดังนั้นการยืมพื้นที่ของโลกสาธารณะ โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อกลางเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ โดยลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันเกิดขึ้น คือ ฝ่ายผู้ผลิตสินค้าและสื่อ โดยที่ฝ่ายผู้ผลิตแลกเปลี่ยนกับรายการด้วยการนำสินค้ามาให้การสนับสนุนรายการ ผลที่ต้องการคือเพื่อเป็นการขายสินค้าได้เป็นจำนวนมากๆ ในขณะที่ผู้ผลิตสินค้ามีความต้องการที่จะขายสินค้าให้ได้จำนวนที่มากนั้น โทรทัศน์ก็มีความต้องการผลิตรายการเพื่อให้มีความสอดคล้องกับลักษณะของสินค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการเช่นกัน ดังนั้นการผลิตรายการจึงต้องคำนึงถึงการมีผู้อุปถัมภ์รายการ

การผลิตเพื่อลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด เป็นเพราะในขั้นตอนของการผลิตรายการจำเป็นที่จะต้องมีการลงทุนที่สูงโดยอาจต้องเผชิญกับปัญหาทางการเงินที่จะใช้ในการผลิตได้ทุกเมื่อ จึงกลายเป็นความเสี่ยงที่มองแล้วยอมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในระบบการค้าเพื่อหวังผลกำไรตอบแทนที่อยู่ในรูปของมูลค่าที่สามารถส่งผลกระทบต่อของทั้งสองฝ่าย เมื่อสื่อมวลชนและผู้ผลิตสินค้าคำนึงถึงเรื่องของรายได้ที่กลายเป็นหัวใจของการผลิตรายการแล้ว การตามกระแส การผลิตซ้ำ การลอกเลียนแบบ และที่ออกมาในรูปแบบอื่นๆที่มีความคล้ายกัน จึงเป็นกลยุทธ์ที่สามารถลดความเสี่ยงนั้นได้ เราจึงพบเห็นรายการที่มีรูปแบบในลักษณะเดียวกันถูกผลิตตามกันมาอย่างเห็นได้ชัด ไม่ใช่เฉพาะในรายการสาริตการทำอาหารเพียงอย่างเดียว

เมื่อความคิดที่กลัวต่อการขาดทุนซึ่งถือเป็นความเสี่ยงแล้ว การแหวกแนวหรือทวนกระแส หรือแหกกฎ จึงไม่เป็นทางเลือกของการผลิตรายการและผู้ผลิตสินค้าทั้งหลาย

ดังนั้นเราจึงเห็น รายการสาริตการทำอาหารที่มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันได้ถูกผลิตขึ้นทางสถานีโทรทัศน์ หรือในรายการอีกมากมายที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ปรากฏการณ์เหล่านี้สามารถบอกอะไรเราได้บ้าง การที่รายการได้รับความนิยมนั้นเป็นเพราะผู้ชมต้องการที่จะชมรายการ



การดังกล่าว โดยอ้างว่าได้วัดจากความนิยมของรายการ และเป็นผลสู่การกำหนดเนื้อหาของรายการ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าผู้ชม เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญน้อยมากต่อการกำหนดหรือตัดสินใจในระบบของการผลิตรายการ

รายการถูกผลิตมากจนผู้ชมไม่มีทางเลือก สิ่งที่กำหนดความเป็นที่นิยมนั้นนอกจากมองว่า เป็นเพราะความต้องการของกระแสผู้ชม ซึ่งยังสำคัญน้อยกว่ากระแสของเจ้าของเงินทุน ที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดความต้องการนั้นด้วย เพราะเมื่อในขั้นตอนของการผลิตรายการจำเป็นที่จะต้องใช้งบจ่ายในด้านเงินทุนของผู้ที่เรียกว่าผู้อุปถัมภ์รายการ ในทางกลับกันเมื่อการตามกระแสเป็นหนทางที่ไม่เกิดความเสถียรแล้ว ย่อมสามารถที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้ทั้งฝ่ายผู้ผลิตและผู้เป็นเจ้าของเงินทุนที่ต้องการจะร่วมลงทุนกับสื่อในรูปแบบของการผลิตรายการ โดยที่ผู้ผลิตก็มองว่าเมื่อเป็นที่นิยมทำแล้วก็ไม่ต้องกลัวที่จะเกิดความเสถียร และอย่างไรก็ตามย่อมที่จะมีผู้อุปถัมภ์รายการให้ความสนใจเช่นกัน

ในเมื่อการทำเช่นนั้นก็เป็นการผลิตต่อตัวผู้อุปถัมภ์รายการด้วยเช่นกัน เช่นในเรื่องของภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าหรือบริการที่ถูกนำเสนอในบ่อยครั้งเพื่อย้าเตือน หรือการเป็นที่รู้จักที่อาจส่งผลถึงจำนวนการขายที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อผู้ผลิตมองว่าทำรายการแล้วต้องมีผู้อุปถัมภ์รายการสนใจเพราะอย่างน้อยก็มีต้นแบบที่ในหลายรายการมี ส่วนผู้อุปถัมภ์รายการก็มองว่ามีต้นแบบที่ประสบความสำเร็จโดยพิจารณาจากความแข็งขันของชื่อผลิตภัณฑ์ในตลาด จึงไม่เป็นการเสี่ยงเพราะรายการก็สามารถที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนได้ดีกว่ารายการประเภทอื่น

เมื่อมีการร่วมกันในการผลิตรายการสาธิตการทำอาหารของทั้งสองฝ่ายแล้วย่อมส่งผลถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยที่ความสัมพันธ์ของสองฝ่ายอยู่ในระบบของการเป็นผู้ให้การอุปถัมภ์กับการเป็นผู้รับการอุปถัมภ์ ที่อาจส่งผลถึงสถานะภาพและบทบาทที่จะเกิดขึ้นตามมา เพราะอย่างไรการให้ผลตอบแทนกับผู้ให้การอุปถัมภ์ย่อมเป็นวัฒนธรรมของคนไทย แต่ข้อจำกัดของการตอบแทนหรือการที่จะมีสถานะภาพหรือบทบาทที่เหนือกว่าได้นั้นย่อมที่จะต้องขึ้นอยู่กับจำนวนของปัจจัยก็คือ "เงิน" ที่จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ได้ และเมื่อใดที่ระบบของความสัมพันธ์ได้เกิดขึ้น ความเป็นอิสระในการทำงานของสื่อย่อมที่จะลดน้อยลงทันที ซึ่งแม้แต่ผู้ที่เกี่ยวข้องเองก็ยังยอมรับ

"ดังนั้นสื่อที่ต้องการจะเอาชีวิตรอดอยู่ต่อไป จะต้องทำงานอย่างมีอิสระน้อยลง "การนำเสนอของสื่อมวลชนใช้ที่ว่าสมควรจะยืนกลาง แต่บางครั้งยืนกลางเกินไปก็ไม่ได้กินข้าว สุดท้ายมันก็อยู่ที่การสร้างว่า สร้างขึ้นมาเพื่ออะไร เพื่อใคร และด้วย sponsor ก็มี

อำนาจในระดับหนึ่งที่มีอยู่ในสังคมของการทำรายการอยู่แล้ว (สัมภาษณ์ คุณ Walter Lee วันที่ 5 ก.ย.43 )

จากการที่ผู้ผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือผู้ประกอบการได้ร่วมทุนกับสื่อผู้ผลิตรายการแล้ว ระบบความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์จึงเกิดขึ้น ซึ่งอิทธิพลของการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการหรือที่เรียกว่าสปอนเซอร์ก็ได้เกิดขึ้นทันทีในการผลิตรายการ โดยทั้งนี้อิทธิพลดังกล่าวของผู้อุปถัมภ์รายการจะมีได้มากน้อยเพียงไรนั้นต้องขึ้นอยู่กับจำนวนของปัจจัยที่ได้ร่วมทุนไป ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการสามารถแบ่งได้เป็นสาม ระดับ คือ

1. ระดับของการเป็นเจ้าของรายการซึ่งต้องขึ้นอยู่กับอำนาจของเงินที่จะสามารถมีบทบาทในการตัดสินใจ มีอิทธิพลในการกำหนดรูปแบบของการนำเสนอรายการ การเลือกและการตัดสินใจในการกำหนดพิธีกร เนื้อหา รวมถึงทุกขั้นตอนของการผลิตรายการ โดยทั้งหมดจะต้องสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ประกอบการ เช่นในการคัดเลือกพิธีกรหรือผู้สาคิตที่จะมาดำเนินรายการ ความดังความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนในสังคมจึงเป็นเหตุผลหลักที่ต้องคำนึงถึง เพราะความดังความมีชื่อเสียงของบุคคลเหล่านี้สามารถที่จะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อะไรที่สามารถส่งผลดีต่อรายการแล้วยอมที่จะต้องคำนึงถึงมากกว่า การคำนึงถึงเรื่องของบทบาทของหญิงชายที่อยู่ในลักษณะของความเป็นจริงเกี่ยวกับเรื่องการทำอาหารจึงเป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำให้เกิดผลประโยชน์เกิดขึ้น เพราะเป็นกระแสที่ถูกกำหนดและต้องปฏิบัติตาม

2. ระดับของการเป็นผู้ร่วมทุนที่มีความสามารถแสดงความคิดเห็นและกำหนดความต้องการได้บ้างในบางส่วนของรายการเท่านั้น เพราะจำนวนทุนที่ร่วมผลิตนั้นอยู่ในจำนวนที่น้อยกว่าในระดับแรก แต่ถึงอย่างไรผู้ประกอบการในระดับนี้ก็สามารถที่จะพิจารณาถึงรูปแบบของรายการ การกำหนดพิธีกร และเหตุผลต่างๆ ที่สามารถตัดสินใจความพอใจและไม่พอใจในการให้การสนับสนุนรายการเช่นกัน เพราะถึงอย่างไรถ้าในบางส่วนที่ผู้ประกอบการเกิดความไม่พอใจก็สามารถที่จะไม่ตอบรับการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการได้เช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนั้นถ้าผู้ผลิตมีความต้องการที่จะมีผู้ประกอบการตามที่ต้องการก็ยอมที่จะต้องสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงในส่วนต่างๆของรายการได้เช่นกัน โดยทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับความพอใจของทั้งสองฝ่าย

3. ระดับสุดท้ายนี้เป็นระดับที่ผู้ร่วมทุนคือผู้ประกอบการไม่สามารถมีอำนาจในการ

ต่อรองใดๆ กับการผลิตรายการในทุกชั้นตอน โดยที่ความพอใจจะถูกจัดให้จากฝ่ายของผู้ผลิตรายการ เป็นเพราะผู้อุปถัมภ์ในระดับนี้มีความพอใจที่จะร่วมทุนกับผู้ผลิตรายการในจำนวนทุนที่น้อย ซึ่งอาจเป็นเพียงธุรกิจขนาดเล็ก หรืออาจไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องของการอาหารที่ไม่มีการแข่งขันทางการตลาด

ถึงแม้ว่าการมีอิทธิพลหรืออำนาจในการผลิตรายการของผู้อุปถัมภ์รายการจะมีความแตกต่างกันอย่างไร แต่ความต้องการหลักที่เป็นจุดร่วมกันก็คือ ความต้องการให้ผู้บริโภคดูรายการ สาริตการทำอาหารเพื่อนำไปสู่ความต้องการซื้อสินค้า โดยสร้างกระแสให้รายการเกิดความนิยม ด้วยการอ้างอิทธิพลของคนดู

### องค์ประกอบของรายการโทรทัศน์

เมื่อกล่าวถึงองค์ประกอบของรายการโทรทัศน์แล้วเรื่องบทบาทของหญิงชายถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องมีการกล่าวถึง ถึงแม้ว่าเรื่องบทบาทของหญิงชายจะถูกมองว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญน้อยที่สุดที่จะคำนึงถึง

### สื่อมวลชนในฐานะเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและการสื่อสารถูกมองว่าเป็นแบบเอื้อกันมากกว่าเป็นแบบเป็นเหตุเป็นผล (Martin & Nakayama, 1999) ในลักษณะที่วัฒนธรรมอาจจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร แต่ก็ถูกสร้างและแสดงออกมาผ่านการสื่อสาร

ในยุคสังคมสารสนเทศ วัฒนธรรมยังส่งผ่านโทรทัศน์ ที่เป็นภาคบริการที่มีการเติบโตใหญ่ในอัตราสูงยิ่ง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงแต่ช่วยทำให้การถ่ายทอดข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์มากขึ้นเท่านั้น หากยังเปลี่ยนแปลงแบบแผนพื้นฐานในการสื่อสารของมนุษย์ ยิ่งไปกว่านั้น บทบาทและอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อมนุษย์ ทั้งในการถ่ายทอดกระบวนการทัศน์ทางความคิด แบบแผนการดำรงชีวิต เสนอแบบอย่างใหม่ ๆ ค่านิยมแนวความคิด และความเชื่อใหม่ ๆ กล่าวคือ ในสังคมมวลชนได้มีการทำให้ "วัฒนธรรม" แปรสภาพมาเป็น "สินค้า" (Commoditization of Culture) กล่าวคือ มีการผลิตวัฒนธรรมเพื่อเป้าหมายการขายหวังเอากำไรเป็นสำคัญ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541:137)

โทรทัศน์ในฐานะสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ได้ทำหน้าที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจที่หลากหลาย ขององค์ความรู้และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วัฒนธรรมทั้งหลายที่จะเกิดขึ้น จะเกิดจากสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดให้เกิดประสบการณ์ของมนุษย์ และจะเป็น

ตัวสร้างรูปแบบของวัฒนธรรม กระบวนการนี้ดำเนินไปโดยใช้หลาย ๆ มาตรการ เช่น มาตรการการสร้าง “ความเป็นหญิง” และ “ความเป็นชาย” และมีหลักที่สังเกตได้อย่างง่าย ๆ ที่สุดว่าอะไรที่เป็นชายแล้วย่อมมีลักษณะดี อะไรที่เป็นหญิงแล้วย่อมมีลักษณะไม่ดี

นอกจากนั้นในขั้นตอนของการนำคุณลักษณะหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ของความเป็นหญิงและความเป็นชายมาใช้ในการพิจารณาความเป็นจริงนั้น ก็ยังเป็นไปโดยการใช้นำค่านิยมเชิงซ้อน (double standard) เป็นค่านิยมในความไม่เสมอภาคระหว่างเพศ ได้แก่ การที่ผู้ชายประพฤติปฏิบัติอย่างหนึ่ง สังคมไม่ตำหนิ ถ้าผู้หญิงประพฤติปฏิบัติในสิ่งเดียวกันสังคมจะตำหนิ (วันทีนีย์ วาสิกะสิน, และสุนีย์ เหมะประสิทธิ์ 2541:4) ตัวอย่างเช่น คุณลักษณะของ “ความก้าวร้าว” ถ้าหากเป็นผู้ชายใช้ความก้าวร้าวสังคมจะเรียกว่า “มีความกล้าหาญ” แต่ถ้าหากเป็นผู้หญิงที่แสดงความก้าวร้าวในลักษณะเดียวกันทุกอย่างจะถูกเรียกว่า “ก้าวกัน” หัวมิดวิสัยสตรี

บรรดาอคติทางเพศเหล่านี้จะถูกเผยแพร่และสืบทอดอยู่ในสังคมโดยขาดการพิจารณาถึงเงื่อนไขที่ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างเพศนั้น หรือในบางกรณีก็พากันเชื่อถือต่อ ๆ มาอย่างหยุดนิ่งตายตัว เนื่องจากอคติได้แปรเปลี่ยนไปเป็นทัศนคติ ความเชื่อและค่านิยม ถูกกำหนดให้เป็นวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยมีสื่อเป็นกลไกของสังคมที่ปลูกฝังสั่งสอน ความเป็นชายหญิงและบทบาททางเพศทำให้เกิดความแตกต่างกัน และยอมรับระบบที่ผู้ชายเป็นใหญ่ จะด้วยจากปริมาณของสื่อมวลชน ถ้ามองตามประวัติศาสตร์จะพบว่าปริมาณของสื่อมวลชนจะเป็นแวดวงของผู้ชายเป็นส่วนใหญ่

สื่อมวลชนในฐานะผู้ผลิตเพื่อผู้บริโภค จะเห็นว่ารายการสาริตการทำอาหารได้สะท้อนลักษณะบางประการที่เชื่อกันว่าเป็นลักษณะของผู้หญิง ให้ความสำคัญกับแง่มุมที่เชื่อกันว่าเป็นเรื่องที่ผู้หญิงสนใจหรือเป็นศูนย์กลางของชีวิตผู้หญิง ซึ่งได้แก่ เรื่องรัก ๆ ความสัมพันธ์กับผู้ชายและครอบครัว โดยเชื่อกันว่าผู้หญิงทุ่มเทชีวิตของตนเพื่อดูแลและทำให้ผู้ชายที่ใกล้ชิดมีความสุข (ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ 2541:185) ความเชื่อเช่นนี้เป็นภาพสะท้อนบทบาทหลักของผู้หญิงในฐานะภรรยาและแม่ รายการโทรทัศน์และวิทยุสำหรับผู้หญิงรวมถึงนิตยสารสำหรับผู้หญิงพากันเน้นประเด็นเกี่ยวกับ ความงาม แฟชั่น การทำอาหาร และปัญหาความสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยประเด็นเหล่านี้มาจากความเชื่อในบทบาทและความคาดหวังเกี่ยวกับผู้หญิงจากสังคม

การผลิตสื่อสำหรับผู้หญิงในลักษณะเช่นนี้ส่งผลให้กลายเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์เดิม ๆ ให้คงอยู่ โดยที่มีการผลิตซ้ำของสื่อต่าง ๆ จนกลายเป็นวัฒนธรรมของสื่อในการผลิตรายการสำหรับผู้หญิง กลายเป็นประเด็นหลักที่จะต้องนึกถึงก่อนเป็นอันดับแรกเมื่อนึกถึงเรื่องของผู้

หญิงและต้องการที่จะนำเสนอ ไม่ว่าผู้หญิงจะไปปรากฏอยู่ในสื่อประเภทใดก็ตามก็สามารถพบเห็นได้ไม่แตกต่างกัน จะเป็นเพราะเรื่องเหล่านี้สามารถหยิบยกขึ้นมาแนะนำเสนอได้อย่างง่ายดาย หรือเป็นเพราะ จากที่ว่าผู้หญิงไม่ชอบอะไรที่เป็นสาระ หรือเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความคิดจากที่มีการแบ่งว่าข่าวดารา ๆ หรือเรื่องไร้สาระนั้นเหมาะสมกับผู้หญิง แต่ถ้าเป็นข่าวหนัก ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ แล้วจะต้องเหมาะสมกับผู้ชาย

สิ่งเหล่านี้ใครเป็นผู้กำหนด ผู้หญิงที่ไม่ต้องการเนื้อหาในลักษณะเช่นนี้ในยุคสังคมปัจจุบันเชื่อว่ายังมีเป็นจำนวนมากขึ้น แต่ทำไมสื่อยังคงมีการผลิตซ้ำ จะเพื่อต้องการตอกย้ำไม่ให้ผู้หญิงลืมนโยบายหรือหน้าที่เดิม ๆ และเรื่องราวที่สังคมคาดหวังและกำหนดไว้ หลังจากที่ผู้หญิงได้มีการออกมาสู่พื้นที่สาธารณะมากขึ้น ไม่ว่าจะด้วยหน้าที่การงาน การศึกษาในระดับที่สูงขึ้น สื่อทำหน้าที่คอยดูแลและเป็นผู้คอยเตือนให้ผู้หญิงไม่ลืมนิสัยในส่วนของตัวเองที่เป็นโลกส่วนตัวเป็นเช่นนั้นหรือไม่

ในรายการสารคดีการทำอาหาร ผู้วิจัยมองว่าสื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีบทบาทในการเลือกและกำหนดที่จะผลิตรายการให้ออกมามีรูปแบบเป็นเช่นไร และผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสื่อที่ดีก็คือ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตรายการ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลในส่วนของผู้รับผิดชอบผลิตรายการทั้งหมด 9 คน โดยมีทั้งผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่เป็นผู้หญิงและผู้ชาย ในจำนวนนี้มีผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่เป็นผู้หญิง จำนวน 5 คน แต่มีผู้รับผิดชอบผลิตรายการเพียง 3 คน คือเป็นหญิง 2 คน และ ชาย 1 คน เท่านั้นที่ผลิตรายการโดยให้มีผู้สารคดีทำอาหารเป็นผู้หญิงในรายการ

ผู้วิจัยแยกวิเคราะห์เป็น สองประเด็นคือ ประเด็นที่หนึ่ง รายการถูกกำหนดขึ้นจากสาเหตุใด และแท้ที่จริงใครที่เป็นผู้กำหนดความต้องการของผู้หญิง และรายการสำหรับผู้หญิงเป็นความต้องการของผู้หญิงอย่างแท้จริงหรือว่าเป็นการกำหนดความต้องการของภาคธุรกิจใดที่มีจุดประสงค์หลักในการสร้างความต้องการเทียมที่ไม่มีทางเลือก (false consciousness) และแสวงหาผลประโยชน์จากความต้องการเทียมนั้น โดยไม่ได้มองความหลากหลายของผู้หญิง ส่วนประเด็นที่สอง คือ เมื่อผู้รับผิดชอบผลิตรายการมีกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ คือ กลุ่มผู้หญิง แล้วทำไมรายการจึงต้องให้มีผู้ชายมาเป็นผู้สารคดี

1. รายการถูกกำหนดขึ้นจากสาเหตุใด และใครเป็นผู้กำหนด
2. รายการมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้หญิง และทำไมถึงให้ผู้ชายมาเป็นผู้นำสารคดีการทำอาหาร

ประเด็นที่1.รายการถูกกำหนดขึ้นจากสาเหตุใด และใครเป็นผู้กำหนด ถึงแม้ว่าจากการสัมภาษณ์จะพบว่า ในบางรายการได้มีการทำสำรวจลักษณะของรายการที่ต้องการให้มีการนำเสนอด้วยการทำวิจัย และบางรายการก็ได้ใช้การสำรวจความคิดเห็น โดยได้ตั้งหัวข้อคำถามให้ตรงกับความต้องการที่จะผลิตรายการ แต่ในอีกหลาย ๆ รายการก็ไม่ได้มีการสำรวจความคิดเห็นดัง

กล่าวจากผู้ชม แต่เป็นเพราะความต้องการของบริษัทบ้าง ผู้กำหนดนโยบายบ้าง หรือฝ่ายผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่ต้องการจะทำรายการที่เกี่ยวกับการสาธิตการทำอาหาร จะด้วยการเทียบเคียงกับรายการอื่น เหตุผลของการมองว่ารายการประเภทนี้สามารถที่จะผลิตได้เพราะอย่างไรก็ย่อมมีผู้อุปถัมภ์รายการที่มีความเกี่ยวข้องกับอาหาร หรือแม้แต่เป็นความต้องการที่มาจากผู้อุปถัมภ์รายการที่มีความต้องการจะทำรายการที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารเพื่อเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตน

จากเหตุผลที่มีมากมายของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ไม่ได้เป็นความต้องการของกลุ่มผู้ชมสตรีที่มากไปกว่าความต้องการทำรายการ เพื่อต้องการความนิยมของผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ของผู้อุปถัมภ์รายการ หรือเพื่อการทำธุรกิจที่มีผลกำไรตอบแทน ฉะนั้นทางเลือกของผู้หญิงกับรายการสาธิตการทำอาหารจึงอาจไม่ได้เป็นความต้องการที่เป็นจริงจากกลุ่มผู้หญิงเอง แต่เป็นความต้องการที่สร้างให้สำหรับผู้หญิง โดยมองว่าจะต้องเป็นรายการสำหรับผู้หญิง และที่สำคัญคือ ในเรื่องของการกำหนดรูปแบบรายการที่มีการนำเสนอให้ผู้ชายเป็นผู้สาธิตการทำอาหารในหลาย ๆ รายการนั้นเป็นผลทำให้บทบาทของหญิง-ชายที่ปรากฏเกิดความขัดแย้ง และถือได้ว่าเป็นการตอกย้ำให้ภาพลักษณ์ของผู้ชายเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากสังคมมากกว่าผู้หญิง

ประเด็นที่2. เมื่อรายการมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้หญิง ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักร่วมกันของทั้งฝ่ายผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการ แต่ทำไมถึงให้ผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร ผู้รับผิดชอบผลิตรายการถือได้ว่าเป็นผู้มีบทบาทมากคนหนึ่งในการผลิตรายการ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการได้ใช้บทบาทของตน ต่อการกำหนดและคัดเลือกให้ผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารในรายการได้อย่างไร ในเมื่อภาพลักษณ์เป็นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี ดังที่ บัจมา รักแต่งาม ได้ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537" ได้ทำการศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีจำนวน 6 รายการ ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจในแง่ของพิธีกร ที่พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทุกรายการมีพิธีกรประจำรายการเป็นผู้หญิงซึ่งผู้วิจัยได้สรุปว่าเป็นเพราะรายการต้องการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสตรีกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากพิธีกร ถือได้ว่าเป็นด่านแรกในการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ชม ในเนื้อหาของรายการ เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

มักนำเสนอเรื่องที่อยู่ในความสนใจของสตรี หากใช้พิธีกรชายอาจจะไม่สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสตรีกลุ่มเป้าหมายได้

ในรายการสาธิตการทำอาหารหลายรายการที่มีผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตทำอาหาร ได้ก่อให้เกิดภาพในการสร้างความเชื่อมั่นได้อย่างไร ในเมื่อเนื้อหาของรายการเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิง ผู้รับผิดชอบผลิตรายการใช้หลักเกณฑ์ใดในการมองว่าผู้ชายที่มารับบทบาทของการเป็นผู้สาธิตการทำอาหารนั้นจะสามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้ชมได้ นอกจากหลักเกณฑ์และเหตุผลที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ที่จะทำหน้าที่พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหาร นอกจากนั้นผู้รับผิดชอบผลิตรายการได้นำหลักเกณฑ์ใดมาสนับสนุนอีก นอกจากหลักเกณฑ์และเหตุผลที่ผู้วิจัยได้ถามไปแล้ว และสามารถสรุปได้ 3 ข้อคือ

(1) ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เนื่องจากเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนในสังคม ย่อมสามารถที่จะทำให้รายการได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักได้โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างชื่อเสียงของรายการ และสามารถที่จะทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจรายการโดยมาจากความสนใจในความมีชื่อเสียงของพิธีกรและผู้สาธิต

(2) มีความรู้และความสามารถโดยทั่วไปที่เป็นที่ยอมรับ เช่น มีความสามารถในการทำอาหาร มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร และเป็นที่ยอมรับในสังคม และสามารถที่จะนำเสนอได้ตรงตามรูปแบบของรายการที่กำหนดไว้ เช่น รายการต้องการรูปแบบรายการที่นำเสนออย่างสนุกสนาน จึงเลือกอาจารย์ยิ่งศักดิ์เพราะมีบุคลิกในการแสดงออกที่ตรงกับความต้องการของรูปแบบรายการ

(3) ในส่วนของเหตุผลที่เลือกนั้นก็จะต้องมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในข้างต้น เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในรูปแบบของรายการ

แต่ในท้ายที่สุด หลักเกณฑ์และเหตุผลของการเลือกก็ได้สนับสนุนให้เป็นโอกาสของผู้ชาย คือการให้ผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตการทำอาหารและให้ผู้หญิงเป็นผู้ช่วยหรือพิธีกร ถึงแม้จะพบว่า มีผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่เป็นผู้หญิง ก็ไม่สามารถที่จะช่วยให้การกำหนดบทบาทนั้นแตกต่างจากที่มีอยู่เดิมไปได้ ดังเช่นที่วันเพ็ญ วงศาวิวัฒน์ ให้สัมภาษณ์ว่า

“เราจะคุ้นเคยกับการที่ผู้ชายเป็นผู้นำมาตลอดและเราก็คุ้นเคยกันกับตรงนี้ ตอนนี่จริง ๆ แล้วผู้หญิงก็เข้ามามีบทบาทเยอะ แต่อาจจะไม่ได้เต็มรูปแบบมาก แต่ส่วนหนึ่งโดยทั่ว

ไปผู้ชายก็ยังเป็นตัวกำหนดบทบาทนี้ เป็นแกนนำ คุณวันเพ็ญ วงศาวิวัฒน์ วันที่22  
มีย.43)

นอกจากนี้ ขจร ทวีกาญจน์ ยังได้ลำดับเพิ่มเติมในประเด็นนี้ด้วยว่า “ทางเราได้มองเห็นและได้กำหนดตัวพิธีกรไว้เนื่องจากคุณหมึกแดงเป็นผู้ที่มีความรู้ทางด้านการทำอาหาร เมื่อเราต้องการทำรายการในลักษณะของรายการทำอาหารแล้ว ก็มีการสอบถามว่ามีคนรู้จักคุณหมึกแดงแค่ไหน คือถามเพื่อให้ทราบความนิยมในตัวพิธีกร คุณขจร ทวีกาญจน์ สัมภาษณ์วันที่6 มิ.ย.43)

การที่ผู้วิจัยมองว่าผู้รับผิดชอบผลิตรายการน่าที่จะมีความสำคัญต่อการกำหนดบทบาทของการเป็นพิธีกรและผู้สาคิตการทำอาหารในรายการ ประเด็นนี้เกิดมาจากการที่ได้ทำการเก็บข้อมูลเพราะในกรณีนี้ มีผู้รับผิดชอบผลิตรายการเป็นผู้หญิงในจำนวน 5 ท่านแต่มีเพียงแค่ 2 ท่านที่กำหนดให้รายการมีผู้สาคิตทำอาหารเป็นผู้หญิง ทั้งหมดนี้สามารถบอกอะไรเราได้บ้างนอกจากการมองข้ามความสำคัญในเรื่องของบทบาทของหญิงชายที่เป็นอยู่ในสังคม ถึงแม้จะพบว่าผู้หญิงได้เข้าไปมีบทบาทและมีหน้าที่ที่สามารถจะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนบทบาทของหญิงชายในสังคมและสามารถที่จะทำหน้าที่ในการถ่ายทอดภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น แต่สื่อกลับทำหน้าที่ในการถ่ายทอดความเชื่อดังกล่าวให้แก่คนในสังคมและยังเป็นการตอกย้ำความไม่เท่าเทียมกันของหญิงชายให้คงอยู่ ส่วนงานวิจัยของ อธิตา ชิวปรีชา (2540) ที่ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของหญิงชายในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย ผลการศึกษาพบว่าพิธีกร และผู้ช่วยพิธีกรที่เป็นผู้ชายมากกว่า สำหรับพิธีกรหญิงที่มีบทบาทโดดเด่นในรายการต้องแสดงบทบาททางเพศผสม คือการแต่งกายอยู่ในชุดกางเกง แต่ยังคงความอ่อนโยนของผู้หญิงไว้ และวิธีการนำเสนอของรายการยังมีลักษณะที่ให้ความสำคัญกับเพศชายมากกว่า

การเน้นความสำคัญของเพศที่ปรากฏในกลุ่มผู้ผลิต เนื่องจากไม่อาจจะสรุปเอาไว้ล่วงหน้าได้ว่า บรรดาอคติทางเพศต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชนนั้นเป็นเพราะการที่ผู้ผลิตเป็นชายแต่เพียงประการเดียว ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นจริงวิธีการแก้ปัญหาเรื่องเพศนิยมในสื่อมวลชน อาจกระทำได้ด้วยการส่งเสริมให้ผู้ผลิตเป็นสตรี อย่างไรก็ตามก็อาจเป็นไปได้เช่นเดียวกันว่า ผู้หญิงด้วยกันเป็นผู้ผลิตซ้ำสืบทอด (reproduce) บรรดามายาคติ (myth) ต่าง ๆ ที่อยู่ในผลงาน



ทางวัฒนธรรมเหล่านั้น ในกรณีนี้หากแต่สำคัญอยู่ที่ว่า ทักษะต่อเพศของผู้ผลิตรายนั้น ๆ เป็นอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ 2543;14)

นอกจากทักษะต่อเพศของผู้ผลิตรายการแล้วนั้น ในส่วนของผู้ที่ถือว่าเป็นกลไกสำคัญต่อการผลิตรายการให้เป็นไปในลักษณะเช่นนี้ จะเป็นใครไปไม่ได้นอกเสียจากบุคคลที่สามารถจะให้ความช่วยเหลือทางด้านปัจจัยการผลิต บุคคลเหล่านี้จะมีทักษะต่อเพศเป็นเช่นไร จะคำนึงถึงเรื่องของการทำธุรกิจ โดยที่ทั้งผู้รับผิดชอบผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการสามารถที่จะลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด หรือ จะคำนึงถึงเรื่องบทบาทของหญิงชายในสังคม

### สื่อมวลชนในฐานะผู้กำหนดคุณค่าของงาน

แม้แต่งงานชนิดเดียวกันเมื่อแปรเปลี่ยนปริมาณทลก็จะแปรเปลี่ยนคุณค่าไปทันที ตัวอย่างเช่น งานครัว เมื่อผู้หญิงทำครัวอยู่เป็นประจำภายในบ้านงานนี้ก็กลายเป็นเรื่องปกติธรรมดา แต่เมื่อผู้ชายมาหยิบจับงานครัวไปทำตามโรงแรมใหญ่ ๆ คุณค่าของคนทำครัวก็กลายเป็นระดับ chef ทันที (กาญจนา แก้วเทพ 2543;99-100) ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า งานบ้านหรืองานครัวที่เป็นหน้าที่ของผู้หญิงนั้น ไม่ได้จัดว่าเป็นงานที่มีคุณค่าไม่ก่อให้เกิดรายได้ แต่ถ้าเมื่อใดที่งานในลักษณะเดียวกันนั้นได้แปรเปลี่ยนจากบริเวณบ้านที่ถือว่าเป็นโลกส่วนตัว (Private Sphere) ไปสู่บริบทที่เป็นโลกสาธารณะ (Public Sphere) แล้วนั้นงานในลักษณะเดียวกันกลับแปรเปลี่ยนไปและกลับถือได้ว่ามีคุณค่าขึ้นมา

สถานการณ์ที่เป็นจริงของที่บ้านคือโลกส่วนตัว และโลกสาธารณะ นั้นจะพบว่าคุณค่าของ "สาธารณะ" มีอยู่เหนือกว่า "ที่บ้าน" อยู่หลายเท่าตัว ในขณะที่เราทราบว่ามี การแบ่งงานกันทำโดยใช้เพศเป็นเครื่องแบ่ง (Sexual Division of Labour) ที่ปรากฏอยู่จริงในสังคม เช่น อาชีพแต่ละอาชีพจะมีการระบุไว้โดยนัย ๆ ว่าเพศใดจะทำได้ ฉะนั้นในสื่อมวลชนเองก็มีการชิมชั้บเอาการแบ่งงานทางเพศเข้าไปได้ด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น งานครัวที่สื่อโทรทัศน์นำไปเสนอ นั้นก็จะพบได้ว่าส่วนใหญ่แล้วเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพเกี่ยวข้องกับการทำอาหารอยู่แล้วโดยส่วนตัว ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องของปริมาณทลส่วนตัวเช่นเดียวกับผู้หญิง ไม่ว่าจะ เป็นอาจารย์ยิ่งศักดิ์ ที่โดยลักษณะอาชีพนั้นเป็นอาจารย์สอนทำอาหารที่สถาบันของตนเอง คุณชาติ อมาตยกุลก็เป็นผู้ที่มีหน้าที่สอนเกี่ยวกับการทำอาหารเช่นกัน ส่วนคุณ Angelo Del Pun te ก็เปิดร้านอาหารและถือได้ว่าเป็น cook ในส่วนของ ม.ล. ศิริเฉลิม สวัสดิวัตน์ (หมึกแดง) ก็เคยเป็น chef เมื่อใช้ชีวิตอยู่ในต่างประเทศ

หรือจะเป็นผู้สาคิการทำอาหารขายท่านอื่นที่ทำการสัมภาษณ์ไม่ได้ ก็มีอาชีพเกี่ยวกับการทำอาหาร

ผู้ชายที่เป็นผู้สาคิการทำอาหารในรายการทุกท่านนี้ เป็นผู้มีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารโดยทั้งสิ้น จากเหตุผลที่สังคมให้การยอมรับเรื่องของการทำอาหารในผู้ชายที่มีอาชีพเป็นคนทำอาหารหรือที่เรียกว่า กู๊ก หรือ chef มากกว่าผู้หญิงที่เป็นผู้มีหน้าที่ทำอาหารแล้ว จึงน่าที่จะเป็นเหตุผลให้รายการสาคิการทำอาหารมองหาหรือว่าจะจงให้รูปแบบของรายการที่จะผลิตขึ้นมา นั้นให้มีผู้ชายเป็นผู้สาคิการทำอาหาร และการผลิตรายการก็ได้กลายเป็นแบบฉบับของหลาย ๆ รายการต่อมา ทำให้เกิดการเปรียบเทียบในรายการที่มีผู้สาคิการทำอาหารเป็นผู้หญิง กลับได้รับความสนใจที่น้อยกว่า โดยผู้วิจัยวัดจากจำนวนผู้อุปถัมภ์รายการของรายการที่มีผู้สาคิการทำอาหารเป็นผู้หญิง

ผู้วิจัยพบว่า สื่อมวลชนได้กำหนดคุณค่าของงานครัวที่เป็นผู้หญิงทำ กับงานครัวซึ่งทำโดยผู้ชายออกจากงานในลักษณะเดียวกัน โดยได้กำหนดให้ผู้ชายกับงานครัวมีคุณค่ามากกว่างานครัวที่เป็นผู้หญิงทำอย่างเห็นได้ชัด

จากการที่ผู้ชายมาเป็นผู้สาคิการทำอาหารในรายการนั้น ผู้รับผิดชอบผลิตรายการและอีกหลายท่านให้ความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันว่า เป็นเพราะผู้ชายมีความน่าสนใจสามารถที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้เนื่องจากเป็นความแปลกใหม่ ในความแปลกใหม่นี้สามารถที่จะวิเคราะห์ได้ว่า จากการที่สังคมมองว่าเรื่องของการทำอาหารโดยปกติแล้วเป็นเรื่องที่ธรรมดาสามารถพบเห็น และรับรู้ได้จากชีวิตประจำ ได้จากภายในครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็น โลกส่วนตัว (Private-Sphere) และเป็นพื้นที่ของผู้หญิงที่ไม่ได้รับความสนใจและให้ความสำคัญกับคุณค่าของงาน ส่วนเรื่องการทำอาหารภายในครอบครัวโดยผู้ชายนั้นเป็นเรื่องที่น้อยมากสำหรับครอบครัวหรือสังคมที่จะพบเห็น ถ้าไม่มีการนำเสนอโดยสื่อมวลชน แม้กระทั่งการที่ผู้ชายมีอาชีพเป็นผู้ทำอาหารตามโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารใหญ่ นั้น ถ้าสื่อมวลชนไม่ได้นำเสนอให้เห็นภาพนั้นในสังคม บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีโอกาสเข้าไปตามสถานที่นั้น ๆ ก็คงไม่ทราบว่าผู้ชายเป็นผู้ทำอาหารในสถานที่นั้น

เมื่อสื่อมวลชนได้นำเสนอภาพของผู้ชายเป็นผู้ทำอาหาร กับภาพของสถานที่ ที่มีระดับไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารชั้นหนึ่ง ทำให้ภาพของความแตกต่างระหว่างการทำอาหารโดยผู้หญิงที่พบเห็นได้ทั่วไปในสังคม เช่นที่บ้าน กับภาพของผู้ชายที่ทำอาหารให้กับสถานที่ที่เชื่อกันว่าบุคคลที่จะสามารถเข้าไปมีอาชีพอยู่ได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีฝีมือทางด้านการทำอาหาร ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วผู้หญิงก็ได้มีอาชีพอยู่ในสถานที่แห่งนั้นเช่นกัน

ดังนั้นเมื่อการเปรียบเทียบได้เกิดขึ้นระหว่างภาพของผู้หญิงทำอาหารกับภาพของผู้ชายทำอาหารจึงทำให้กลายเป็นการเปรียบเทียบที่ทำให้คุณค่าของการทำอาหารโดยผู้หญิงถูกลดคุณค่าลงทันที ด้วยคำที่เรียกว่า แม่บ้าน แม่ครัว หรือว่าแม่ค้าที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป และถ้าลองนึกและเปรียบเทียบกลุ่มคำที่หนึ่งคือ คำว่า พ่อครัว พ่อบ้าน หรือว่า พ่อค้า ซึ่งทำหน้าที่ในลักษณะเช่นเดียวกับ กลุ่มคำที่สอง คือ แม่บ้าน แม่ครัวหรือว่าแม่ค้า ก็สามารถบอกได้ทันทีว่าสังคมจะให้คุณค่าในกลุ่มคำที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า “พ่อ” มากกว่ากลุ่มคำที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า “แม่” จะด้วยเหตุผลของวัฒนธรรม ค่านิยม ความคิดความเชื่อ หรือจะด้วยเหตุผลใดของสังคมที่กำหนดการให้คุณค่าของคำที่เรียกเพศนั้นมีคุณค่าที่แตกต่างกัน

ถ้าจะวิเคราะห์ไปถึงในส่วนของผู้อุปถัมภ์รายการที่จะกล่าวถึงในส่วนต่อไปแล้วนั้น พบว่าในรายการที่มีผู้สาธิตทำอาหารเป็นผู้หญิงนั้น เป็นเพราะ

1. จากทางเลือกที่ต้องเลือกเพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำกันของรูปแบบกับผู้อุปถัมภ์รายการอื่นที่อยู่ในรายการเดียวกัน

2 เป็นเพราะการที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของรายการและเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้จึงกำหนดให้ผู้หญิงเป็นผู้สาธิตทำอาหาร) ซึ่งพบว่ามีน้อยมากจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูล สังคมในที่นี้ซึ่งรวมทั้งผู้ผลิตและผู้อุปถัมภ์รายการที่เป็นผู้กำหนดความต้องการเหล่านี้ให้เกิดขึ้นและบอกว่าเป็นความต้องการของกระแสสังคมโดยอ้างว่าเป็นความต้องการที่มาจากผู้ชม ที่ให้ความสนใจในรายการที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร

จากการโฆษณาในโทรทัศน์ช่วงปี 1971 และ 1974 ได้ภาพที่ไม่ต่างจากกันนั้นคือ ภาพของผู้หญิงในฐานะแม่บ้านและแม่ ในการโฆษณาในนิตยสาร ภาพของผู้หญิงในฐานะแม่บ้านและแม่ยังคงเป็นบทบาทหลักที่ถูกนำเสนอ ในด้านของลักษณะของการนำเสนออันค่อนข้างจะอยู่ในภาพที่ไม่น่าพอใจ ผู้หญิงมักจะถูกเสนอภาพว่าเป็นแม่บ้านที่โง่ ไม่มีความสามารถที่จะทำงานง่าย ๆ ไม่สลัดข้อขัดข้องได้ และต้องพึ่งพาคำแนะนำของผู้ชายตลอดเวลา เครื่องบ่งชี้สำคัญสำคัญที่แสดงให้เห็นฐานะที่เหนือกว่าและการเป็นผู้รู้ของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิงก็คือ เสียงบรรยาย (voice over) ที่ใช้กันมากในการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่บรรยายคุณความดีและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการวิจัยหลายชิ้นพบว่ามักจะใช้เสียงผู้ชาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2535)

จากข้อสรุปในข้างต้นพบภาพของผู้หญิงที่ถูกนำเสนอให้อยู่ในภาพของผู้ไม่มีความสามารถต้องพึ่งพาคำแนะนำของผู้ชาย จนกระทั่งเสนอภาพว่าเป็นแม่บ้านที่โง่ไม่มีความสามารถ การพิจารณาโดยเปรียบจากข้อสรุปดังกล่าวกับรายการสาธิตการทำอาหาร ถึงแม้ว่าภาพของผู้หญิงในรายการไม่ได้ถูกนำเสนอให้เห็นว่าเป็นแม่บ้าน หรือแม่แต่เป็นแม่บ้านที่โง่ ด้วยรายการหลัก

เสียงภาพที่ผู้หญิงต้องอยู่ในชุดที่คล้ายคลึงกับภาพของแม่บ้านที่เข้าครัว หรือภาพที่ผู้หญิงจะต้องทำอาหารไปตามที่ผู้ชายเป็นผู้ออกคำสั่ง แต่รายการได้นำเสนอภาพที่นุ่มนวลกว่า ด้วยการมอบบทบาทการเป็นพิธีกรที่มีบทสนทนา ชักถามถึงส่วนผสม ขั้นตอน และการพูดคุยกันระหว่างหญิงชายในบางรายการ ภาพของการช่วยเหลือกันในระหว่างการปรุงอาหาร โดยไม่มีความรู้สึกขัดต่อภาพที่จะให้ผู้ชายมีบทบาทของรายการเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร

จากข้อมูลสนับสนุนที่ผู้วิจัยจากการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ว่าความเชื่อ ต่างๆ ในเรื่องของหญิงและชาย โดยที่ต่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นการสนับสนุนให้ผู้ชายมีความเหมาะสมกับการได้รับบทบาทเป็นผู้สาธิต โดยผู้วิจัยสังเกตว่าไม่มีข้อมูลสนับสนุนใดที่จะเป็นข้อด้อยในส่วนของผู้ชายเลย เมื่อเทียบกับเหตุผลของการมอบบทบาทการเป็นพิธีกรให้กับผู้หญิง ซึ่งกลายเป็นการเปรียบเทียบให้เกิดข้อแตกต่างระหว่างข้อดีของผู้ชาย จึงทำให้ผู้ชายได้รับบทบาทการเป็นผู้สาธิตการทำอาหาร ในขณะที่การเป็นพิธีกรของหญิงเป็นผลจากข้อเสียหรือลักษณะที่มองเป็นข้อด้อยกว่าผู้ชาย

ด้วยความเชื่อของพิธีกร-ผู้สาธิต ผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการที่ว่า ผู้ชายเป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงนำเสนอการทำอาหารไม่น่าสนใจ นิสัยของผู้หญิงเหมาะกับการเป็นพิธีกร จากบทบาทของสื่อมวลชนทั้งในฐานะผู้ผลิตวัฒนธรรมและ ผู้กำหนดคุณค่าของงาน ทำให้เกิดเป็นกระบวนการทำงานของสื่อมวลชนขึ้น

การพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากข้อสรุปดังกล่าวกับรายการสาธิตการทำอาหารที่มีผู้ชายเป็นผู้ทำหน้าที่ในการสาธิตการทำอาหารนั้น โดยใช้แนวคิดเรื่องสื่อกับสตรีจากมุมมองสตรีนิยม ที่พิจารณาว่าความสัมพันธ์ระหว่างเพศหญิงและเพศชายนั้นยังมีลักษณะของความไม่เท่าเทียมกันมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้างแต่เนื้อหาของความไม่เท่าเทียมกันนั้นยังอยู่เช่นเดิม

จากที่ได้มีการทำวิจัยและสรุปภาพของผู้หญิงจากสื่อต่าง ๆ การโฆษณาในนิตยสารผู้หญิง และในรายการประเภทอื่น ๆ ได้แก่ รายการตอบปัญหา รายการเพลง และรายการสนทนา ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับรายการข่าวและละคร ผู้หญิงปรากฏตัวน้อยกว่าผู้ชาย ประเด็นปัญหาของผู้หญิงถูกนำเสนอแบบไม่ได้สัดส่วนกับความเป็นจริง ผู้ชายในฐานะที่เป็นผู้ปรากฏตัวในรายการ ผู้หญิงมักจะปรากฏตัวในฐานะผู้ช่วยของผู้ชาย เป็นแบบโฆษณา ในรายการประเภทนิตยสารทางโทรทัศน์ผู้หญิงก็มักจะถูกกำหนดหน้าที่ให้ทำในเรื่องที่ไม่สำคัญ ในขณะที่ผู้ชายจะทำเรื่องใหญ่ ๆ และที่สังคมสนใจ

ในรายการสาธิตการทำอาหารแม้รายการจะไม่ได้นำเสนอให้เห็นภาพของแม่บ้านที่โง่ แต่ถ้าพิจารณาและมองในฐานะเป็นผู้ชมรายการคนหนึ่งแล้วจะพบว่า ด้วยรูปแบบของรายการ ต้องการแสดงให้เห็นถึงวิธีและขั้นตอนในการทำอาหาร การแนะนำส่วนประกอบต่าง ๆ เคล็ดลับ และวิธีทำในทุกขั้นตอน และยังรวมไปถึงการเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตอบข้อสงสัย และปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายของรายการเป็นผู้ส่งเข้ามาในรายการ ทั้งหมดนี้ จะพบว่าเป็นหน้าที่และเป็นการสอนโดยผู้ชาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสถานภาพที่เหนือกว่าและการเป็นผู้รู้ ผู้มีความสามารถของผู้ชาย ที่แสดงต่อผู้รับสารซึ่งก็คือผู้หญิง และยังไปกว่านั้นก็พบว่าหลาย ๆ รายการก็ได้จัดให้มีผู้หญิงโดยใส่บทบาทให้เป็นพิธีกรยืนเคียงคู่และทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยหรือที่รู้จักกันดีในฐานะ “ลูกมือ” ช่วยในการหยิบเครื่องปรุง ลำดับของการใส่เครื่องปรุง และการช่วยเป็นผู้ชิม เพื่อเป็นการตอกย้ำความอร่อยที่เกิดจากฝีมือในการปรุงของผู้ชาย

อาจจะมีผู้สงสัยและค้านว่าการทำอาหารในรายการที่เป็นผู้ชายสาธิตนั้นเป็นเพราะว่าผู้ชายที่มาสาธิตเหล่านั้นเป็นผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับทางด้านอาหารไม่ว่าจะเป็น คนทำอาหารหรือผู้สอนทำอาหาร ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นที่น่าเชื่อถือดังที่มีหลายท่านได้แสดงความคิดเห็นกับเรื่องนี้ว่า

“ในความเข้าใจของคนทั่วไปจะเข้าใจว่าผู้หญิงจะต้องเป็นคนทำกับข้าวในบ้าน แต่ในลักษณะอาชีพคนทำอาหารแล้ว โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายที่มีอาชีพเกี่ยวกับอาหารหรือเป็น chef จะสังเกตว่ามีผู้หญิงมาโดยตรงนี้น้อยมาก” (สัมภาษณ์จุฑาทิพย์ วิรัตน์ วันที่ 20 ก.ค.43) และยังมีผู้ที่แสดงความคิดเห็นในทำนองเดียวกัน คือ

“คิดว่าถ้าในเรื่องของความสามารถแล้วคิดว่าไม่น่ามีความแตกต่างกัน แต่ถ้าอย่างที่เป็นแ่งคริวเรือนปกติทั่วไปจะเห็นเป็นผู้หญิงแต่ทำไมพอไปเป็น กู๊กหรือเป็นอาชีพแล้วเป็นผู้ชาย ก็ต้องดูอีกอย่างหนึ่งว่าโดยกายภาพแล้วผู้ชายจะค่อนข้างแข็งแรงมากกว่า” (สัมภาษณ์ ชัยพัฒน์ อ่องศรี วันที่ 30 ส.ค.43)

ในอีกหลาย ๆ เหตุผลที่แสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งที่มีต่อบทบาทดังกล่าว โดยมีทั้งการมองที่เป็นไปในลักษณะของความเป็นกลางหรือ การมองว่าเป็นเพราะความสามารถที่มีน้อยกว่าของผู้หญิง

### ความขัดแย้งที่มีต่อการกำหนดบทบาทของหญิงชายในรายการ

1. ประการแรกเนื่องจากการมองว่าผู้หญิงไม่มีความรู้จริงเกี่ยวกับอาหารและความไม่น่าสนใจเมื่อเวลาผู้หญิงเป็นผู้นำเสนอในการสาธิต โดยที่พิจารณาจากลักษณะนิสัยของผู้หญิงที่เป็นคนเรียบร้อย นุ่มนวล พิถีพิถันทำให้เวลานำเสนอแล้วไม่น่าสนใจเท่ากับลักษณะของผู้ชายที่มีความคึกคักสนุกสนาน ทำให้ผู้หญิงจึงโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากคนดูได้ไม่เท่าผู้ชาย และการทำอาหารโดยผู้ชายมองว่าน่าจะได้รับคำแนะนำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับมากกว่าผู้หญิงเพราะจากสาเหตุที่อาชีพการเป็นพ่อครัวนั้นยอมรับอยู่ในผู้ชาย

2. ประการที่สองเป็นการมองที่ดูเหมือนจะมีความเป็นกลางอยู่บ้าง โดยมองว่าการทำอาหารถือเป็นความสามารถส่วนตัวไม่ว่าหญิงหรือชายย่อมที่จะสามารถทำได้เช่นกัน

3. ประการสุดท้ายคือ มองไปที่เรื่องของบทบาทหญิงชายที่มาจากวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ยอมรับให้ผู้ชายมีลักษณะของผู้มีความสามารถเพราะอย่างน้อยเราก็คงยังเป็นสังคมของคนไทย

เมื่อผู้ชายมีข้อดีที่พิจารณาแล้วมากกว่าผู้หญิงทำให้รายการที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตจึงมีจำนวนมาก ด้วยทั้งฝ่ายผู้รับผิดชอบผลิตรายการ ผู้อุปถัมภ์รายการ และยังรวมถึงความคิดเห็นของพิธีกรและผู้สาคิตมองว่าลักษณะของรายการเช่นนี้กำลังเป็นที่นิยมของกระแสสังคม มีผู้ชมให้ความสนใจ จากความน่าสนใจที่นำเสนอผ่านผู้สาธิตชายที่มีลักษณะคล้ายผู้หญิง จึงทำให้รูปแบบรายการมีการกำหนดเพื่อให้ตรงกับความต้องการดังกล่าว เพราะอย่างน้อยการที่เห็นว่ามีหลายรายการได้รับความนิยมแล้วย่อมที่จะสามารถเรียกได้ว่า เป็นกระแสของสังคม เพื่อที่จะ “เอาอย่าง” กันหรือลอกเลียนรูปแบบของรายการ โดยตั้งว่าเป็นเพราะกระแสของสังคม รายการจึงต้องมีการผลิตออกมาในลักษณะดังกล่าว รายการที่ได้รับความนิยมหรือได้รับความสนใจจากผู้ชมแล้ว ย่อมที่จะส่งผลดีไปถึงการมีผู้อุปถัมภ์รายการที่เข้าสู่ระบบของการทำธุรกิจด้วยเช่นกัน เพราะอย่างน้อยก็ต้องไม่ลืมว่าการผลิตรายการก็เป็นการทำธุรกิจอย่างหนึ่งเช่นกัน

ทั้งหมดนี้ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ความเป็นที่น่าเชื่อถือของผู้ชายที่มีมากกว่าผู้หญิง ค่านิยม ความเชื่อต่างๆในสังคมที่ให้ความสำคัญกับผู้ชาย และมองว่าผู้ชายมีความเหมาะสมมากกว่าผู้หญิง และรวมไปถึงการกำหนดรูปแบบที่ถือเป็นการทำธุรกิจร่วมกันของฝ่ายผู้ผลิตรายการ และฝ่ายผู้อุปถัมภ์รายการ จึงทำให้เรื่องของการทำธุรกิจเข้ามากำหนดความสามารถและบทบาทที่ผู้หญิงจะแสดงออกถึงความสามารถที่มีได้ ซึ่งทำให้บทบาทและความแตกต่างของหญิงชายที่เกิดขึ้นระหว่างบทบาทของผู้หญิงคือ “ผู้ช่วย” ผู้ชาย คือ “ตัวชูโรง” ในรายการสาธิตการทำอาหารที่สื่อมวลชนเป็นผู้นำเสนอได้ว่า

1. สังคมมีการนำเอาผู้หญิงไปเปรียบกับผู้ชาย ถึงในหลาย ๆ ความคิดเห็น เช่นในเรื่องของการทำอาหาร ซึ่งมองว่าการทำอาหารเป็นเรื่องของความรู้ความสามารถที่ถือว่าเป็นเรื่องของความสามารถของแต่ละบุคคลไม่เกี่ยวกับเรื่องของเพศหรือบทบาททางเพศ และไม่ได้มองว่าการที่ผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตการทำอาหารนั้นเป็นเรื่องที่แปลก แต่กลับมองว่าเป็นความน่าสนใจที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ โดยทั้งหมดเป็นผลจากการที่สื่อมวลชนได้มองคุณค่าของงานทำครัวที่เป็นหน้าที่ของผู้หญิง ในโลกส่วนตัว (Private Sphere) เป็นเรื่องธรรมดา ไม่มีคุณค่าของงานและไม่สามารถสนองต่อระบบธุรกิจ ในด้านความน่าสนใจ ที่สามารถจะนำมานำเสนอออกสู่โทรทัศน์ซึ่งเป็นโลกสาธารณะ (Public-Sphere) ที่เป็นพื้นที่ของผู้ชาย ดังนั้นเมื่อคุณค่าของงานครัวที่ทำโดยผู้ชายจึงถูกกำหนดให้มีคุณค่าที่สามารถสนองต่อระบบการทำธุรกิจได้มากกว่า

2. บทบาทของหญิงชายในสังคมนั้นถือเป็นเรื่องธรรมดาที่กลายเป็นความเคยชินสามารถแทรกซึมและส่งผ่านเข้าไปสู่ลักษณะของเพศทั้งสองจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน กลายเป็นเรื่องปกติที่สามารถพบเห็นได้ในทุกแง่มุมของสังคมและในท้ายที่สุด ได้กลายเป็นวัฒนธรรมของคนในสังคม

3. เนื้อหารายการโทรทัศน์ไม่ตรงกับความเป็นจริง ถึงแม้ความเป็นจริงของสังคม ผู้หญิงจะยังคงเป็นผู้ที่มีบทบาท และมีหน้าที่ในการทำอาหารให้กับครอบครัวซึ่งถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมของคนไทย แต่ความจริงคือการนำเสนอของสื่อไม่สามารถที่จะยึดหลักของความเป็นจริงนั้นไว้ได้ ซึ่งอาจมองว่าเนื้อหาจากโทรทัศน์ที่สะท้อนภาพบิดเบือนไปจากความเป็นจริงในสังคมนั้น อาจต้องการให้สตรีมีความเพ้อฝันถึงชีวิตที่เป็นเหมือนที่รายการทางโทรทัศน์นำเสนอให้ผู้ชายเป็นผู้ทำอาหาร ซึ่งเป็นไปไม่ได้ในสภาพของครอบครัวส่วนใหญ่ แต่การผลิตรายการโทรทัศน์ก็คงไม่ต่างกับละครที่มีทั้งชีวิตจริงของคนในสังคมและภาพที่ต้องการให้ผู้ชมเพ้อฝันไปตามเนื้อเรื่อง เพื่อสร้างความผ่อนคลายเพราะโทรทัศน์ก็คือกิจกรรมอย่างหนึ่งที่คลายความตึงเครียด

4. สื่อมวลชนชี้แนะผู้ชายเป็นผู้นำในสังคม สื่อจะยึดยึดความคิดต่าง ๆ ให้แทรกซึมอยู่ตามส่วนต่างต่าง ของเนื้อหาไม่ว่า จะเป็นพาดหัวข่าว การบรรยายภาพ การให้สัมภาษณ์ในข่าว ค่านิยมในรายการเกมโชว์ บทสนทนาหรือฉากของละครโทรทัศน์ ฯลฯ อันมีผลทำให้โครงสร้างอำนาจ และค่านิยมที่เห็นว่า ผู้ชายคือผู้นำในสังคมดูเป็นธรรมชาติและเป็นธรรมดาที่ผู้ชายจะต้องเป็นผู้นำ สามารถยอมรับได้โดยปริยาย และดูเป็นเรื่องธรรมดาสามัญ โดยสื่อมวลชนไม่ได้ใช้อำนาจบังคับอย่างรุนแรง หากแต่จะใช้วิธีการนำเสนออย่าง “แบบที่ไม่ต้องมีการตั้งคำถามกันเลย” เพราะ “เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป หรือ “เป็นที่รู้กันดีแล้วว่า”

ดังนั้นการนำเสนอรายการที่มีผู้ชายเป็นตัวชูโรงในรายการสารคดีการทำอาหาร คิดว่าเป็นเรื่องที่ดีเป็นธรรมดา (ผู้ชายเป็นผู้ทำอาหาร) เป็นเรื่องที่เราคุ้นดีแล้วว่า (ในสังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่ผู้ชายจะได้รับการยอมรับในเรื่องการทำอาหารเพราะมีอาชีพที่ได้รับการยอมรับ) จึงกลายเป็นการยอมรับไปโดยปริยาย (ที่ผู้ชายมาเป็นผู้สารคดีการทำอาหารในรายการ) โดยมองว่าได้รับความนิยมมากกว่า ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงระบบของการทำธุรกิจ โดยได้มองข้ามความสำคัญของเรื่องบทบาทของหญิงชายไป ถึงแม้ว่าสื่อมวลชนจะมีหน้าที่เป็นผู้สะท้อนภาพของความเป็นจริงในสังคม แต่ผลที่ได้สื่อมวลชนกลับสะท้อนภาพบิดเบือนความจริง

นักวิชาการกลุ่ม Political Economy เชื่อว่า ส่วนหนึ่งของเนื้อหาจะถูกกำหนดมาจากระบบตลาด (อาจจะเป็นผู้รับสารส่วนหนึ่ง) และอีกส่วนหนึ่งจะถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุน หรือผู้ตัดสินใจระดับนโยบาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) โดยได้ทำนายผลที่จะเกิดขึ้นจากสภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมที่ไม่อาจจะเลี่ยงได้ คือ

1. สื่อที่ดำเนินการอย่างเป็นอิสระจากระบบทุน (ไม่หวังกำไร) หรือจากนายทุนจะล้มหายตายจากไป สื่อที่ต้องการจะเอาชีวิตรอดอยู่ต่อไป จะทำงานอย่างมีอิสระน้อยลง
2. จะเกิดการรวมศูนย์ของตลาดในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการรวมศูนย์ของทุน การกระจุกตัวของสื่อในตลาดผู้บริโภค
3. ผู้ทำงานสื่อจะต้องใช้กลยุทธ์การผลิตที่ลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด เช่น การนำเอาละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ ที่เคยสร้างมาแล้วจนผู้ชมรู้จักกันเป็นอย่างดีมาสร้างใหม่อย่างซ้ำซาก ทำให้ไม่มีใครกล้าแหวกตลาด หรือทวนกระแสออกไป สุนทรียะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์กลายเป็นสิ่งที่หาได้ยาก
4. มีการลดการลงทุนในสาขาที่ทำกำไรให้น้อย เช่น การทำรายการสารคดี ดีๆ ทางโทรทัศน์จะน้อยลง นายทุนทุกรายจะหันไปผลิตรายการเกมส์โชว์ ละครที่ให้กำไรงาม ผลที่เกิดตามมาก็คือ กลุ่มผู้ชมที่มีอำนาจการซื้อน้อยหรือไม่มีอำนาจการซื้อ เช่น เด็กและคนแก่ จะกลายเป็นกลุ่มคนที่ไม่มียellowงานสื่อสำหรับตนเอง เนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะไม่สมดุลง่ายทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อเอาใจเจ้าของทุน ซึ่งมักเป็นผู้มีอำนาจทางการเมือง

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์บทบาทของหญิงชายในรายการสารคดีการทำอาหารทางโทรทัศน์ จากมุมมองสตรีนิยมครั้งนี้ เกิดขึ้นเนื่องจากเป็นความต้องการที่จะศึกษาถึงเหตุผลของรายการดังกล่าวว่าเกณฑ์การกำหนดให้การทำอาหารซึ่งเข้าใจว่าเป็นเรื่องของผู้หญิงนั้น ให้กลายเป็นหน้าที่ของผู้ชายที่มีบทบาทเป็นผู้สารคดีการทำอาหาร และนำเสนอผ่านทางรายการทางโทรทัศน์ ซึ่งทำให้ภาพของผู้



ชายในรายการที่ออกมานั้นเป็นผู้ที่มีบทบาทเป็นตัวชูโรง โดยทำหน้าที่เป็นผู้สาธิตทำอาหาร เป็นผู้แนะนำเคล็ดลับวิธีการต่างๆ และตอบคำถามสำหรับปัญหาที่ผู้ชมทางบ้าน ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ก็คือผู้หญิง ในขณะที่ผู้หญิงเป็นเพียงผู้ช่วยในรายการ คือมีเพียงหน้าที่ของผู้คอยให้ความช่วยเหลือหยิบของและเครื่องปรุงที่วางไว้ และเป็นผู้คอยทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ชมซึ่งอาจจะมีความสงสัยและคอยซักถามผู้สาธิต รวมทั้งพบว่าผู้รับผิดชอบผลิตรายการโทรทัศน์ยังนิยมผลิตรายการประเภทนี้กันอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน (2543-2544) ซึ่งในความคิดเห็นที่สรุปได้ว่าผู้ชายมีความน่าสนใจและสามารถที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ชมรายการได้มากกว่าการที่รายการกำหนดให้มีผู้หญิง ซึ่งโดยทั่วไปทราบกันดีว่าการทำอาหารเป็นเรื่องของผู้หญิงอยู่แล้วซึ่งคงจะไม่น่าสนใจเท่ากับการที่นำผู้ชายมาเป็นผู้สาธิตการทำอาหารในรายการ ซึ่งจะทำให้รายการได้รับความนิยม

ในเรื่องของผู้สาธิตทำอาหารชายที่มองว่ามีลักษณะพิเศษน่าที่จะเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารในหลายรายการมากกว่าผู้หญิงดังที่ปรากฏอยู่นั้น โดยที่ความคิดเห็นหนึ่งมองว่าเป็นความน่าสนใจ และกำลังได้รับความนิยม ซึ่งผู้ชายในลักษณะดังกล่าวเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจกับบุคคลในที่มีลักษณะดังกล่าว จึงทำให้รายการอาจต้องการมุ่งประเด็นไปที่การมีลักษณะพิเศษของผู้ชายเป็นจุดประสงค์หลักของการทำรายการสาธิตการทำอาหาร แต่การที่รายการมีผู้ชายที่มีลักษณะพิเศษดังกล่าวกลับมองว่าเป็นเรื่องของความบังเอิญที่ไม่ได้มีความต้องการหรือตั้งใจ หรือต้องการที่จะผลิตรายการสาธิตการทำอาหารโดยกำหนดว่าจะต้องเป็นผู้ชายที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งหลายท่านมองว่าอาจจะเป็นเพราะลักษณะของผู้ชายที่มีความพิเศษนี้ น่าจะเป็นเหตุผลให้รายการได้รับความนิยมและมีการผลิตในหลายรายการ แต่ทั้งหมดไม่ใช่จุดประสงค์หลักที่เป็นความต้องการทั้งหมด แต่ให้เหตุผลว่าเป็นเรื่องของความบังเอิญที่ในลักษณะเช่นนี้ได้รับความนิยม

ซึ่งพบว่หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมรายการตามข้อกำหนดในระยะเวลาของการวิจัยแล้วนั้น ได้มีการผลิตรายการในลักษณะที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารออกสู่ทางสถานีโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอีกหลายรายการ รวมทั้งได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการให้มีความแตกต่างเพิ่มขึ้นสำหรับในรายการเดิมแต่ไม่พบรายการสาธิตการทำอาหารที่มีผู้หญิงเป็นผู้สาธิตเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด และบางรายการที่มีผู้หญิงเป็นผู้สาธิตการทำอาหารก็ได้เลิกรายการไป ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการของการแข่งขันทางการตลาดซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับบทบาทของหญิงชายแต่อย่างไร

จากผลการวิเคราะห์สรุปภาพรวมลักษณะการรับบทบาทของหญิงชายในรายการสาธิตการทำอาหารทั้ง 13 รายการ ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ได้ไม่ครบตามจำนวนที่มีผู้ชายเป็นผู้สาธิตทำอาหารของรายการ แต่ผู้วิจัยก็สามารถที่จะสรุปได้ด้วยการชมรายการได้ว่า ผู้ชายจะได้รับการยอมรับในการเป็นทั้งพิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารในรายการ ในขณะที่ผู้หญิงจะมีเพียงบทบาทเดียว คือการเป็นพิธีกรของรายการ หรือเป็นผู้สาธิตการทำอาหารในรายการ โดยที่มีผู้รับผิดชอบผลิตรายการและ/หรือ ผู้อุปถัมภ์รายการรายใหญ่ หรือเป็นเจ้าของรายการ เป็นผู้กำหนดบทบาทดังกล่าว โดยอ้างว่าการกำหนดในลักษณะเช่นนี้เป็นเพราะกระแสความต้องการของผู้ชม

บทบาทของผู้รับผิดชอบผลิตรายการที่พบว่ามีการรับผิดชอบผลิตรายการที่เป็นผู้หญิงร่วมอยู่ด้วย แต่ก็ไม่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดให้ผู้หญิงมีบทบาทเป็นผู้สาธิตการทำอาหารได้ เพราะถือว่าการผลิตรายการเป็นเรื่องของการทำธุรกิจ โดยพบว่าหลักเกณฑ์และเหตุผลของการเลือกพิธีกรและผู้สาธิตนั้นมีความสอดคล้องกับผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งได้แก่ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนในสังคม มีความรู้ความสามารถ และสามารถนำเสนอได้ตรงกับรูปแบบของรายการที่ต้องการได้ โดยหลักเกณฑ์และเหตุผลทั้งหมดจะต้องส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้เป็นอย่างดี ส่วนในเรื่องของบทบาทของหญิงชายในความเป็นจริงนั้นไม่สามารถนำมาทำให้อยู่ในรูปของธุรกิจที่ต้องการทำได้ การเป็นผู้ผลิตจึงสามารถทำให้วัฒนธรรมในเรื่องบทบาทของหญิงชายที่ไม่ได้ถูกคำนึงถึงกลายเป็นเรื่องของการตอกย้ำค่านิยมความคิดความเชื่อในเรื่องบทบาทของหญิงชายให้คงอยู่ด้วยการส่งผ่านจากกำหนดรูปแบบของรายการและการที่สื่อได้ทำหน้าที่ในการกำหนดคุณค่าของงานทำอาหารในลักษณะเดียวกันของหญิงและชายออกจากกันด้วยการกำหนดให้คุณค่าของงานครัวที่ทำโดยผู้หญิงเป็นคุณค่าเพียงแค่ว่าเหมาะสมกับหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบในโลกส่วนตัว แต่ในโลกสาธารณะแล้วงานครัวถูกกำหนดให้มีคุณค่าเหมาะสมสำหรับผู้ชาย

การมีบทบาทของผู้อุปถัมภ์รายการ ผู้อุปถัมภ์ที่ถือว่าเป็นรายใหญ่หรือเป็นผู้อุปถัมภ์หลักของการผลิตรายการ ดังนั้นบทบาทและอิทธิพลที่สามารถมี ได้แก่ การมีบทบาทในการคัดกำหนดหรือคัดเลือกพิธีกรและผู้สาธิต รวมทั้งสามารถที่จะกำหนดให้รูปแบบรายการ การนำเสนอเป็นไปตามความต้องการ โดยผู้รับผิดชอบผลิตรายการมองว่า ผู้อุปถัมภ์รายการเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับการผลิตรายการในขณะเดียวกัน ผู้อุปถัมภ์รายการก็มองว่าตนเองมีความสำคัญกับขั้นตอนของการทำให้รายการสามารถที่จะผลิตและอยู่ได้ โดยหลักเกณฑ์ทั่ว ๆ ไปของการให้การสนับสนุนรายการนั้นมีหลักเกณฑ์ที่คล้ายคลึงกับผู้รับผิดชอบผลิตรายการ แต่ที่มีเพิ่มขึ้นมา คือ นอกจากจะต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีความรู้ความสามารถในการทำอาหารและการ

นำเสนอแล้วนั้น การที่รายการจะได้รับการสนับสนุน จะต้องมึลักษณะของรายการที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุผลที่ต้องการให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า

การผลิตรายการสาธิตการทำอาหารเป็นผลที่เกิดจากความต้องการทางด้านการทำธุรกิจที่เป็นความต้องการทางด้านการตลาด การลงทุนเพื่อหวังผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน โดยความสัมพันธ์ในเชิงอุปถัมภ์ระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้อุปถัมภ์รายการจึงเกิดขึ้นในโลกของสาธารณะ และถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและกำหนดประเด็นต่างๆ ให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งแต่เดิมในโลกส่วนตัวของการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่มากขึ้นได้ เพื่อสนองต่อความต้องการทางด้านธุรกิจของสองฝ่าย โดยที่กลุ่มเป้าหมายคือผู้ชมไม่มีอิทธิพลหรืออำนาจไปกำหนดลักษณะของความต้องการในรายการที่ต้องการได้ นอกจากการเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ ผู้ผลิตรายการและผู้ผลิตสินค้าต้องการให้เป็นกลุ่มเป้าหมายของการบริโภคสินค้า โดยที่เรื่องบทบาทของหญิงชายถูกมองว่าเป็นเรื่องที่เล็กมากสำหรับ ผู้อุปถัมภ์รายการและ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ โดยที่ค่านิยม ความคิดความเชื่อในสังคมที่เห็นผู้ชายเป็นใหญ่ และให้ความสำคัญกับผู้ชายที่มีมากกว่าผู้หญิงยังคงถือเป็นเรื่องธรรมดาของคนในสังคมเพราะส่วนหนึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ก็ได้ถูกปลูกฝังโดยที่สื่อเองเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเช่นกัน

สื่อมวลชน ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีหน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดความเชื่อในสังคม มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เป็นประโยชน์และรวมถึงหน้าที่ของการเป็นผู้มีบทบาทในการเป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริงของสังคม มีบทบาทเป็นกลไกในการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่สื่อกลับทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ตอกย้ำอุดมการณ์ ความคิดความเชื่อเดิมๆ ในเรื่องบทบาทของหญิงชายในสังคมให้คงอยู่ โดยการครอบงำทางความคิด ด้วยการเข้ามาแทรกการไม้นวมด้วยการปลูกฝังความคิดความเชื่อและค่านิยมที่เล็กลงน้อยอยู่ในชีวิตประจำวันทุกๆ วัน เช่นจากรายการที่นำเสนอ จากละครที่ถูกผลิตให้เป็นไปตามวัฒนธรรมของการผลิตสื่อ คือรูปแบบที่สามารถขายได้เป็นจนเรียกได้ว่าเป็นสูตรในการผลิตรายการ และกำหนดว่าเป็นที่นิยมของผู้ชมก็ได้ถูกผลิตขึ้นอย่างไม่มีวันหมดไป ฯลฯ

ทั้งหมดนี้สามารถทำให้คนในสังคมยอมรับอย่างไม่มีข้อสงสัยและทำที่สุดก็ยอมรับอย่างสมัครใจโดยไม่มีข้อโต้แย้งใดๆ เรื่องบทบาทของหญิงชายจึงไม่ถือเป็นประเด็นสำคัญที่สื่อมวลชนอย่างไร้ทัศนจะให้ความสำคัญ โดยที่ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลและมีอำนาจในการกำหนดให้เป็นประเด็นของสังคมได้ ถึงแม้ว่าได้มีการกำหนดในแผนพัฒนาสตรีระยะยาว 20 ปี (2525-2544) (อ้างในแผนพัฒนาสตรีระยะยาว 2525-2544) ที่กำหนดให้สื่อมวลชนรณรงค์เพื่อ

ส่งเสริมค่านิยมและทัศนคติที่เอื้อต่อการพัฒนา หรือการใช้มาตรการต่างๆ เพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงความคิดระหว่างสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่จะหาทางจัดรายการเพื่อผู้หญิงในแนวใหม่ที่มีเนื้อหาสาระ เช่นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจตั้งแต่ระดับครอบครัวไปถึงระดับประเทศ

ดังนั้นการสรุปผลการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อตอบคำถามในเรื่องบทบาทของสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อของมวลชน ได้ให้ความสนใจต่อประเด็นในเรื่องบทบาทของหญิงชายในสังคมไทยอย่างไร

### ข้อเสนอแนะ

จากการที่รายการสารคดีการทำอาหารกำหนดให้ผู้สาธิตทำอาหารเป็นผู้ชายนั้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงกระบวนการของสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังทัศนคติของคนในสังคม และถือได้ว่าเป็นสถาบันสื่อมวลชนที่มีผลต่อการนำเสนอในทุกด้านเนื่องจากเป็นสื่อที่ทรงพลังและมีอำนาจ ในการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ ได้อย่างไม่ยากเย็นถ้าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการตอกย้ำให้กลายเป็นประเด็นที่สำคัญของสังคม และจากผลการวิจัย เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงการที่สื่อมวลชนยังคงทำหน้าที่ในการถ่ายทอด ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม ในเรื่องของบทบาทหญิงชายในลักษณะที่เป็นไปตามแบบฉบับเดิม ๆ และยังคงให้ความสำคัญกับระบบของการทำธุรกิจ

ทั้งนี้ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการทำการศึกษาในกลุ่มผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการเพื่อทราบถึงการตีความหมายในประเด็นดังกล่าว อีกประการหนึ่งคือควรจะมีการศึกษารายการสารคดีการทำอาหารที่เป็นรายการของต่างประเทศควบคู่กันไปด้วย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับ การกำหนดรูปแบบของรายการทางโทรทัศน์ไทยในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยใช้แนวคิดเรื่องมุมมองสตรีนิยมในครั้งต่อไปด้วย

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็ดดิสัน เพรส ไพเรดิกส์ จำกัด, ๒๕๔๒.
- กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์. กรุงเทพฯ : หจก.-ภาพพิมพ์, ๒๕๔๑.
- กาญจนา แก้วเทพ. ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.
- กาญจนา แก้วเทพ. ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., ๒๕๓๕.
- กาญจนา แก้วเทพ. มองสื่อใหม่มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็ดดิสัน เพรส ไพเรดิกส์ จำกัด, ๑/ ๒๕๔๓.
- กาญจนา แก้วเทพ. ม่านแห่งอคติ ความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับสถาบันสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เจนเดอร์เพรส, ๒๕๓๗.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, ๒๕๔๑.
- กาญจนา แก้วเทพ. สตรีศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมศาสตร์.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.
- จิตราภรณ์ วนัสพงศ์. ผู้หญิงในครอบครัว: ต้นไม้ได้ร่มเงา. กรุงเทพฯ : โครงการคบไฟ, ๒๕๓๗.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. วิฤกษ์สื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : บริษัท อัมรินทร์ นู๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด, ๒๕๔๑.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. รัฐศาสตร์-การเมือง. กรุงเทพฯ.: สำนักพิมพ์วิภาษา, ๒๕๔๓.
- ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ และคณะ. นิเทศศาสตร์กับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, ๒๕๔๓.
- บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา. ระหว่างกระจกกับตะเกียง. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, ๒๕๔๒.

รังสรรค์ ธนะพันธุ์. ปาฐกถา "ทุนวัฒนธรรม" กรุงเทพฯ : บริษัท สุขุมและบุตร จำกัด, ๒๕๓๙.

วันतीय วาสิกะสิน และสุนีย์ เหมะประสิทธิ์. **สังคมไทยคาดหวังอย่างไรกับผู้หญิง**. กรุงเทพฯ :  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.

สินธุ์ สิทธิรักษ์. **ท้าวหลังย่างก้าว**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๒.

สุธาริน คุณณผล. **50 ปีรัฐศาสตร์ธรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ๒๕๔๑.

## ภาษาอังกฤษ

Harbermas, J(Translated by McCarthy T.) **The theory of Communicative action: volum  
Two – Life word and system : A critique of Functionalist reason**. Beacon Press;  
Boston. 1989.

Mandziuk R.M..**Critical Studies in Media Communication**,volum 17 number 1.2000.

Martin N.Judith. & Nakayama K Thomas. **Communication Theory**.3 :1999.

## เอกสาร

กาญจนา แก้วเทพ. เอกสารประกอบคำบรรยาย .**เทคนิคการวิเคราะห์สื่อมวลชน : การศึกษา  
สื่อจากทัศนคตินิยม**. เทอมต้นปีการศึกษา ๒๕๔๐.

## วิทยานิพนธ์

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ. "**อาชีพสตรีในละครโทรทัศน์**". วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต.

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๕.

นพรัตน์ วงศ์กฤษฎ. "**โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานะภาพของสตรีไทย**". วิทยา

นิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๑.

ปัจฉมา รักแตงาม. "**การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2357**". วิทยานิพนธ์

ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘.

- ประพิมพ์ คล้ายสุบรรณ. "ระบบอุปถัมภ์กับวิชาชีพนิยมของผู้ผลิตรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๑.
- พรศิริ บูรณเขตต์. "นางใน: ชีวิตทางสังคมและบทบาทในสังคมไทยสมัยรัชกาลที่ 5.". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๐.
- ภัทรพร หงษ์ทอง. "การศึกษาแนวคิดสตรีนิยมในนวนิยายของทมยันตีระหว่างพุทธศักราช 2506-2534". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวรรณคดีเปรียบเทียบ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘.
- วรินทรา ไกยรวงศ์. "มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- สุพัทธรา ศิริมังคะลา. "การศึกษามโนทัศน์และสถานภาพของผู้หญิงในงานโฆษณา". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๔.
- อติตา ชิวปรีชา. "การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.

ด

พ

ภาคผนวก

๕



## รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

### พิธีกรหญิง

คุณมยุรา เศวตศิลา พิธีกรรายการสบายสไตล์มยุรา สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2543

คุณขวัญตา สมุทรทอง พิธีกรรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่า สัมภาษณ์วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณเพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี พิธีกรรายการครัวแม่บ้านไฮเทค สัมภาษณ์วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณลีน่า คริสเตนเซน พิธีกรรายการลุงหลานสะท้านครัว สัมภาษณ์วันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณอภิรดี จูรีเกตุ พิธีกรและผู้ผลิตรายการบ้านของเรา สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2543

### พิธีกรชาย

ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ พิธีกรรายการพ่อลูกเข้าครัว สัมภาษณ์วันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2543

### ผู้สาธิตทำอาหารหญิง

อาจารย์วันดี ณ สงขลา ผู้สาธิตทำอาหารรายการบ้านของเรา สัมภาษณ์วันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2543

คุณเมธาพร อินทร์งาม ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค สัมภาษณ์วันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2543

### ผู้สาธิตทำอาหารชาย

คุณชาลี อมาตยกุล ผู้สาธิตทำอาหารรายการครอบครัวครัว kitchen สัมภาษณ์วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2543

อาจารย์ย้งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหารรายการเคาะกระทะและรายการน้ำใสใจจริงปี 2000 สัมภาษณ์วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2543

คุณ Walter Lee ผู้สาธิตทำอาหารและผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา สัมภาษณ์วันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2543

คุณ แองเจโล เดลปอนดี ผู้สาธิตทำอาหารรายการลุงหลานสะท้านครัว สัมภาษณ์วันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการหญิง

คุณวันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการลงหลานสะท้านครัว สัมภาษณ์วันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2543

คุณศิริวรรณ อยู่เจริญ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการสบายสไตล์มยุรา สัมภาษณ์วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณจุฑาทิพย์ วิรัตน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการน้ำใจจริงปี 2000 สัมภาษณ์วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณอภิรดี จรีเกตุผู้รับผิดชอบผลิตรายการและพิธีกรรายการบ้านของเรา สัมภาษณ์วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2543

ฝ่ายผลิตรายการเมนูลูกรัก ได้แก่ คุณจันทิ ศุภอศวกิจ คุณสุภาพรรณ เพ็ชรรุ่ง คุณอรวรรณ ยงเสถียรโชติ และ คุณสุนันท์ ศิริเอก สัมภาษณ์วันที่ 4 กันยายน พ.ศ. 2543

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการชาย

คุณกาญจน์ ตระกูลธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการครอบครัววอล kitchen สัมภาษณ์วันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2543

คุณขจร ทวีกาญจน์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการหมึกแดงแผลงรสและพ่อลูกเข้าครัว สัมภาษณ์วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2543

คุณชัยชาญ ทองอินทร์ ผู้รับผิดชอบผลิตรายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและรายการครัวแม่บ้านไฮเทค สัมภาษณ์วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

คุณเจริญชัย หวังอารยธรรม ผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมนู shopping และรายการครัวสัญจร สัมภาษณ์วันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2543

### ผู้อุปถัมภ์รายการหญิง (sponsor)

คุณธัชสวอย ไอสถานนท์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการพ่อลูกเข้าครัว

คุณณัฐณิชา สุทธิกลม ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแผลงรสและรายการเคาะกระทะ

คุณศรีนน้อย กาญจนพรคินทร์ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา

คุณนิตยา ตระกูลโต ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุราและรายการครอบครัววอล kitchen

คุณเมธพร อินทร์งาม ผู้อุปถัมภ์รายการก่อนตะวันเบิกฟ้ากับครัวมาร่าและครัวแม่บ้านไฮเทค

## ผู้อุปถัมภ์รายการขาย (sponsor)

คุณวรเชษฐ พงษ์ไพโรจน์ ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรส สัมภาษณ์วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ.

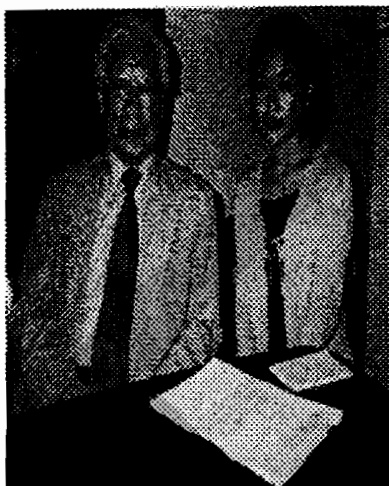
2543

คุณธีรพันธุ์ โล่ห์ทองคำ ผู้อุปถัมภ์รายการสบายสไตล์มยุรา สัมภาษณ์วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2543

คุณชัยวัฒน์ อ่องศรี ผู้อุปถัมภ์รายการหมึกแดงแฉ่งรสและรายการครอบครัวครัว kitchen

สัมภาษณ์วันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2543

พิธีกรและผู้สาธิตทำอาหาร



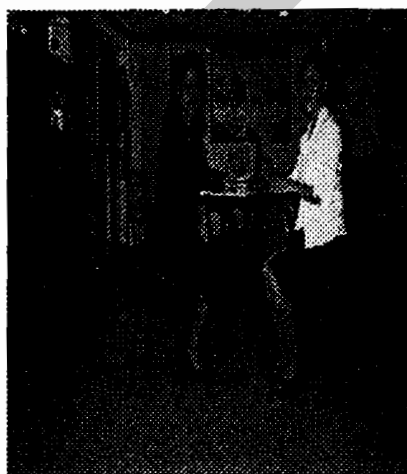
ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัตน์



อาจารย์ยงค์ศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์



อาจารย์วันดี ณ สงขลา



เมธาพร อินทร์งาม



ลีน่า คริสเตนเซน แองเจโล เดลปอนตี และผู้รับผิดชอบผลิตรายการ วันเพ็ญ พงศาธิวัฒน์

### ผู้รับผิดชอบผลิตรายการ



ทีมงานผู้รับผิดชอบผลิตรายการเมนูลูกรัก



จุฑาทิพย์ วิรัตน์นา



อภิรดี จูรีเกตุ

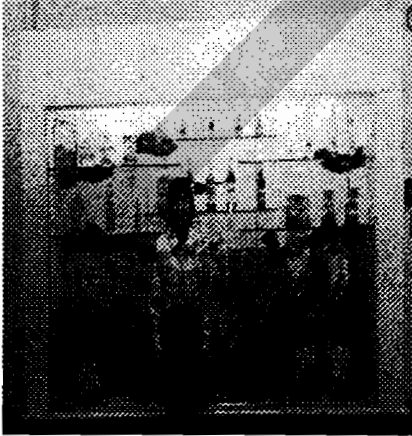


ศิริวรรณ อยู่เจริญ

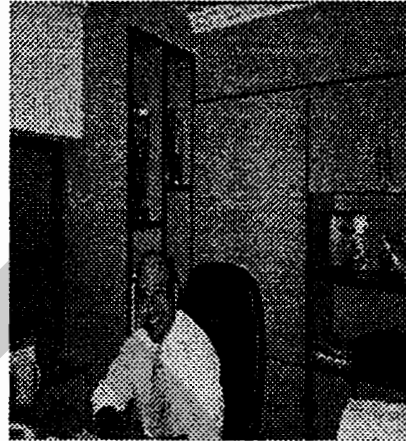


ชัชชาญ ทองอินทร์  
เพ็ญพรรณ สุวรรณรังษี  
ขวัญตา สมุทรทอง

ผู้อุปถัมภ์รายการ



ศรินน้อย กาญจนพรดิษฐ์



Water Lee



ณัฐณิชา สุทธิกมล

## ประวัติผู้วิจัย

นางสาวมาติกา ยกกลิ่น เกิดวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2519 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต จากภาควิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อปีการศึกษา 2541 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปีการศึกษา 2541