

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วน ตามลักษณะของระเบียบวิธีวิจัย คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวคิดการพัฒนาสตรี และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) เกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหา และแนวคิดการพัฒนาสตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

การวิจัยเรื่องบทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย ครั้งนี้ศึกษาเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 5 รายการ คือ

รายการผู้หญิง ผู้หญิง

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

รายการศูร์สบาย

รายการเลดีส์ คอรั้นเนอร์

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

ซึ่งรายการดังกล่าวออกอากาศตั้งแต่เดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2545 คัดเลือกจำนวนตอนที่น่าสนใจด้วยวิธี Systematic Sampling รายการละ 10 ตอนรวม 50 ตอน โดยแบ่งตามประเด็นที่จะศึกษา ดังนี้

1. ลักษณะโดยรวมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
2. ลักษณะของพิธีกร
3. การวิเคราะห์โฆษณาที่ปรากฏในรายการ
4. การวิเคราะห์เนื้อหารายการตามระดับการพัฒนาสตรี
5. การวิเคราะห์ภาพสะท้อนบทบาทภาพลักษณ์สตรี และชนชั้นสตรี

ส่วนที่ 2 แสดงผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีจำนวน 30 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1. สตรีที่ทำงานนอกบ้าน 15 คน
2. สตรีที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่ที่บ้าน 15 คน

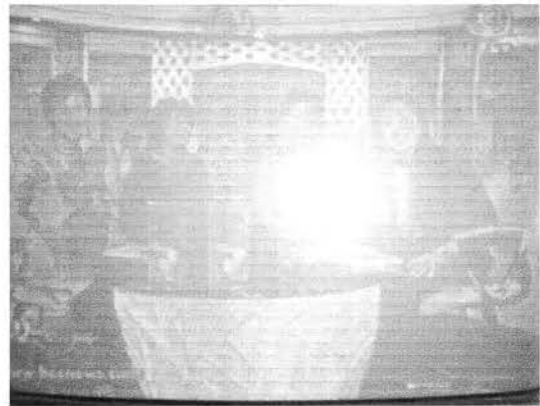
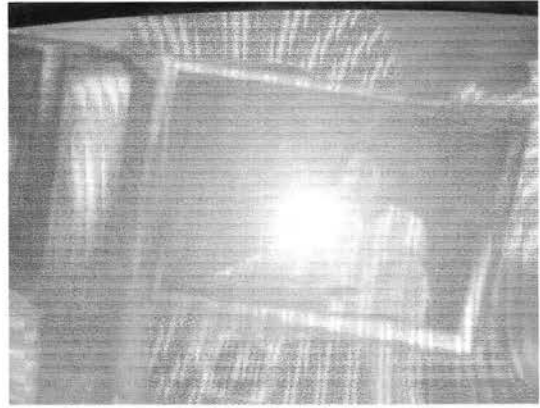
โดยกำหนดตัวแปรหลักทางด้านประชากรศาสตร์ในการศึกษา ได้แก่ ตัวแปรด้านอาชีพ โดยผู้วิจัยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันจะมีการรับรู้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและการนำไปใช้ รวมถึงได้รับความพึงพอใจจากเนื้อหาของรายการต่างกัน

สตรีที่ทำงานนอกบ้าน ใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 8 ชั่วโมง หรือคิดเป็นเวลามากกว่า 1 ใน 3 ส่วนของเวลาทั้งหมดในหนึ่งวัน อยู่นอกบ้าน เพื่อการประกอบอาชีพ ธุรกิจ การงาน การเดินทาง ผู้หญิงทำงานจะต้องมีภารกิจต่างๆ ได้พบปะผู้คน มีการเข้าสังคม จึงมีเวลาว่างในการอยู่ที่บ้านน้อย

สตรีที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่ที่บ้าน มีการใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในบ้านมากกว่า 2 ใน 3 ส่วนของเวลาทั้งหมดในหนึ่งวัน มีโอกาสในการใช้พื้นที่สาธารณะนอกบ้านน้อยกว่าผู้หญิงทำงานนอกบ้าน

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่รายการนำเสนอ กับการรับรู้และการนำไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและการพัฒนาสตรีที่ปรากฏในรายการ โดยแบ่งตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะทางประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์
2. การเลือกรับรู้เนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
3. การนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์
4. ความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี



ภาพที่ 1 รายการผู้หญิง ผู้หญิง

1. ลักษณะโดยรวมของรายการ

รายการผู้หญิง ผู้หญิง

วันเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ - ศุกร์ 7.50 - 8.20 น.
สถานีออกอากาศ	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณศิริบุรณ์ ญัฐพันธ์ และคุณพัชรสรี เบญจมาศ
ผู้ผลิตรายการ	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
เริ่มออกอากาศ	ปี พ.ศ. 2543
จุดเด่นของรายการ	เรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงในสังคมปัจจุบันที่ต้องรอบรู้ทั้งเรื่องนอกบ้านและในบ้าน พิธีกรสร้างความบันเทิง สนุกสนานแก่รายการ

รายการผู้หญิง ผู้หญิงเริ่มออกอากาศครั้งแรกปี พ.ศ. 2543 ตามนโยบายของทางสถานีที่เห็นความสำคัญและต้องการนำเสนอเรื่องราวสาระประโยชน์ต่างๆสำหรับผู้ชมสตรีที่เปิดรับชมโทรทัศน์ในช่วงเช้าต่อเนื่องจากรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน รายการเหตุบ้านการเมือง

ชื่อของรายการที่ออกเสียงผู้หญิง ผู้หญิง แต่มีที่มาจากคำในภาษาอังกฤษคือ WOMAN TO WOMAN ซึ่งแนวคิดหลักของผู้ผลิตรายการคือ รายการผู้หญิง ผู้หญิง เป็นรายการนิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิง เนื้อหาที่นำเสนอเน้นข้อมูล ข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของผู้หญิง ข้อมูลที่มีประโยชน์ซึ่งผู้หญิงควรจะมี และเรื่องน่ารู้ต่างๆที่มีความหลากหลาย เปรียบเสมือนการอ่านนิตยสารของผู้หญิง ขณะที่ผู้ชายก็สามารถเปิดอ่านได้

คุณอรรถกานท์ พิมพวงศ์ ผู้ผลิตรายการผู้หญิง ผู้หญิง กล่าวถึงรายการว่า “แนวคิดหลักในการนำเสนอเนื้อหาของรายการคือ ความรู้ ความทันสมัย ความสนุกสนาน และมีสาระ กระตุ้นให้ผู้หญิงดูแลตัวเอง มองโลกในแง่ดี และทำตัวให้เป็นประโยชน์แก่สังคม (คุณอรรถกานท์ พิมพวงศ์, สัมภาษณ์, 20 กันยายน 2545)

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของรายการผู้หญิง ผู้หญิง มีความสดใส ทันสมัย กระฉับกระเฉง บอกเรื่องราวต่างๆ ในเวลาสั้นๆ กระชับรวดเร็ว เน้นความสดใหม่ ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับลักษณะรายการสด และจากการสำรวจของรายการพบว่ากลุ่มผู้ชมรายการที่เป็นผู้หญิงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เป็นนักศึกษา ผู้หญิงที่ต้องประกอบอาชีพนอกบ้านและผู้หญิงที่เป็น

แม่บ้านหรือทำงานอยู่กับบ้าน ซึ่งมีความสนใจในข่าวคราวความเป็นไปของสังคม และเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงในแง่มุมต่างๆ

รายการผู้หญิง ผู้หญิง แบ่งการนำเสนอเป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงรายการ	เนื้อหาที่นำเสนอ
ผู้หญิงรอบรู้	เรื่องข่าวสารความเป็นไปในสังคม เรื่องรอบตัวผู้หญิง เกร็ดความรู้
ผู้หญิงชวนคุย	สัมภาษณ์แขกรับเชิญที่มีความน่าสนใจในเรื่องต่างๆ เช่น อาชีพ ความรู้เรื่องสุขภาพ เรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ แปลกๆ การท่องเที่ยว
ของฝาก	เป็นสื่อบรรยายที่หลากหลาย อาทิ อาหาร การท่องเที่ยว บ้านเทิง เป็นต้น

ผู้หญิงรอบรู้ ช่วงผู้หญิงรู้เป็นช่วงเปิดรายการ มีการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ โดยเปิดประเด็นการสนทนา ด้วยการหยิบยกข่าวสาร เหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น ปัญหาสุขภาพ เทคโนโลยี เรื่องราวจากต่างประเทศ จากหนังสือพิมพ์ หรือกระแสข่าวในช่วงเวลานั้น บางครั้งข่าวที่นำเสนอวันต่อวันก็นำมาถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์ข่าวนั้นๆ ด้วย เช่น ระวังโรคที่มากับน้ำท่วม ข่าวแพทย์เตือนการใช้ยาไม่ถูกวิธีอาจเป็นอันตรายได้ รวมไปถึงเรื่องเฉพาะสำหรับสตรี เช่น การแก้ไขรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้าผู้หญิงโดยนวัตกรรมการดึงหน้าซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ในต่างประเทศ เป็นต้น

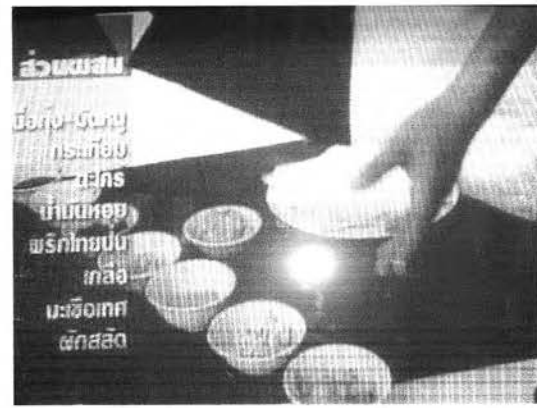
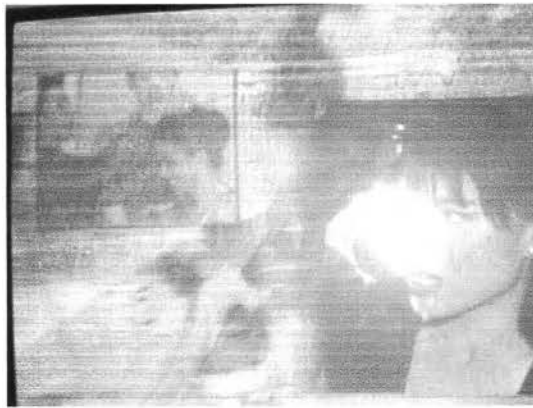
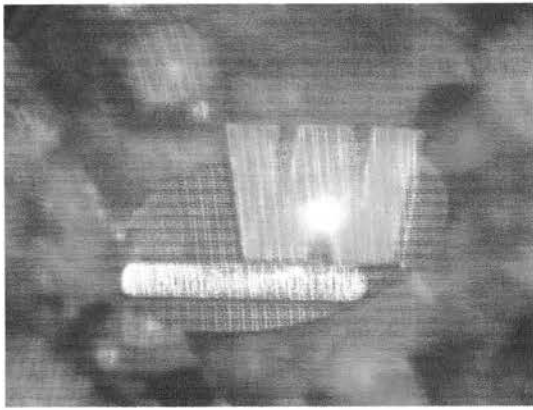
ผู้หญิงชวนคุย จะมีแขกรับเชิญมาพูดในรายการเกี่ยวกับประเด็นหรือเรื่องราวน่าสนใจ ซึ่งพื้นฐานความน่าสนใจจะเป็นเรื่องส่วนตัวของผู้หญิง เช่น การดูแลสุขภาพร่างกายผู้หญิง การแต่งตัว การเลี้ยงลูก และบางครั้งประเด็นที่สัมภาษณ์เป็นเรื่องทั่วไป เรื่องแปลกๆ เรื่องการท่องเที่ยวที่ผู้ชายก็สามารถดูได้ เช่น การทัวร์อวกาศ หรือเรื่องที่น่าสนใจของแขกรับเชิญในรายการเอง นอกจากนี้ยังมีการแนะนำอาชีพ การประดิษฐ์สิ่งของใกล้ตัวที่ขายเป็นอาชีพใหม่ๆ ธุรกิจขนาดย่อมต่างๆ ที่สร้างรายได้ แก่ผู้ที่สนใจโดยให้เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ เช่น ธุรกิจ Ice Twister

รายละเอียดของเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงผู้หญิงชวนคุย เป็นเรื่องที่เจาะจงในประเด็นเรื่องที่ผู้ร่วมรายการนำมาเสนอ โดยมีการเกริ่นถึงความเป็นมาของเรื่องนั้นๆ ขั้นตอน วิธีการ อุปสรรค และการแก้ไขปัญหา เนื้อหาของการสัมภาษณ์ให้ข้อมูลที่ผู้ชมสามารถเข้าใจได้อย่างรวบรัด ชัดเจนและไม่เยิ่นเย้อ ในลักษณะการพูดคุยถามตอบระหว่างผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการด้วยความเป็นกันเอง นิ่งคุยกันอย่างสนุกสนาน

ของฝาก เป็นช่วงสุดท้ายของรายการ ช่วงของฝากส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ โดยมีพิธีกรภาคสนามผลัดเปลี่ยนกันออกไปสรรคหาเรื่องราวที่หลากหลายเก็บภาพที่สวยงามและเรื่องราวที่น่าสนใจของเรื่องเหล่านั้น ไม่จำกัดว่าต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับผู้หญิงโดยตรง นำเสนอในลักษณะการรายงานสื่ूपข่าวสั้นๆ แนะนำ และเชิญชวนผู้ชมในเรื่องต่างๆ สอดคล้องกับชื่อช่วงที่นำเรื่องราวต่างๆ มาฝากผู้ชมรายการ ประเด็นเรื่องที่รายการนำเสนอในช่วงของฝาก ได้แก่

1. แนะนำอาชีพ หารายได้พิเศษ การทำอาชีพเสริม
2. การดูแลรักษาสุขภาพ ความงาม และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเด็กๆ เช่น บิวตี้คาเฟ่
3. เรื่องราวเกี่ยวกับวงการบันเทิง และแฟชั่น
4. สถานที่กินหรือแหล่งท่องเที่ยว
5. เรื่องแปลกๆ ทั้งในและต่างประเทศ

ภาพรวมของรายการผู้หญิง ผู้หญิง นำเสนอประเด็น เนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นไปในสังคม รวมถึงเหตุการณ์ข่าวสำคัญวันต่อวันก็มีการนำมารายงานให้ทราบด้วย กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการคือ ผู้หญิงที่ต้องการทราบเรื่องราวที่ทันยุค ทันเหตุการณ์ ทั้งที่เป็นแม่บ้านและต้องทำงานนอกบ้าน เนื้อหาของรายการส่งเสริมให้ผู้ชมสตรีมองโลกกว้างมีวิสัยทัศน์มองโลกในแง่ดี ดูแลตัวเอง เลี้ยงตัวเองได้ ทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และรู้จักแก้ปัญหาต่างๆ อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 2 รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

รายการเพื่อนหญิงพลังหญิง

วันเวลาออกอากาศ	วันจันทร์ - ศุกร์ 8.40 - 9.10 น.
สถานที่ออกอากาศ	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณเพชรี พรหมช่วย
เริ่มออกอากาศ	ปี พ.ศ. 2544
ผู้ผลิต	บริษัทไทยเอ็นเตอร์เทนเมนท์ นิวส์
จุดเด่นของรายการ	เน้นเนื้อหาสาระมากกว่าความบันเทิง วิถีชีวิตของคนในสังคม

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง ออกอากาศตั้งแต่ พ.ศ. 2544 โดยบริษัทไทยเอ็นเตอร์เทนเมนท์ นิวส์ มีคุณเพชรี พรหมช่วยเป็นผู้ดำเนินรายการ ที่มาของรายการมาจากนโยบายของทางสถานีต้องการให้รายการในช่วงเช้าเป็นรายการสำหรับผู้หญิง ประกอบกับผู้ผลิตต้องการผลิตรายการนิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิงที่เน้นเนื้อหาด้านสาระประโยชน์เรื่องการค้าในชีวิตมากกว่าข่าวสารด้านความบันเทิง

คุณพนิดา สุทธิจิตต์ ผู้ผลิตรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง กล่าวว่า “...ตอนแรกเริ่มที่ได้เวลาจากทางสถานีทำรายการนั้นก็นึกถึงรายการวาไรตี้สำหรับผู้หญิงที่มีอยู่ในปัจจุบันและต้องการทำให้มีความแตกต่างออกไป ต้องการเสนอสาระประโยชน์แก่ผู้หญิงซึ่งคนทั่วไปก็ดูได้ด้วย และที่สำคัญคือ เนื้อหาต้องทันกระแสข่าวในช่วงเวลานั้นด้วย อยากให้เพื่อนหญิง พลังหญิง เป็นรายการที่มีสาระประโยชน์มากกว่าความบันเทิง เน้นทำคล้ายเป็นสื่อบันเทิงเรื่องราวที่ทันกระแสและถ้าเรื่องไหนน่าสนใจหรือมีผลกระทบต่อคนในสังคมหม่มากติดตามอย่างต่อเนื่องด้วย เช่น ตอนไฟไหม้สลัมคลองเตย มีการติดตามเรื่องของผู้เคราะห์ร้ายที่ได้รับความช่วยเหลือและมีอาการดีขึ้นอย่างไรบ้าง นำมาเสนอเป็นระยะ ในการออกอากาศหนึ่งครั้งจะผสมผสานเรื่องราวให้มีความกลมกลืนไม่ให้เครียดหรือทำให้เนื้อหารายการหนักเกินไป เช่น ถ้าสื่อบันเทิงหนักแล้วในช่วงสัมภาษณ์จะเป็นเรื่องเบาๆสลับกันไป ต้องการให้ผู้หญิงรับรู้ เข้าใจปัญหาที่เกิดกับคนในสังคม ซึ่งอาจเกิดขึ้นกับตนเองและแนะวิธีการหาทางแก้ไขที่ดีได้ สำหรับแม่บ้านที่อยู่กับบ้านรายการก็จะมีข้อมูลแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงลูก วิธีการพูดคุยกับลูก แทรกอยู่ด้วย เป็นต้น” (พนิดา สุทธิจิตต์, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2545)

ด้วยแนวคิดที่ต้องการให้สาระประโยชน์แก่ผู้ชมมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นเรื่องสาระความรู้ทั่วไป ประกอบกับเป็นรายการที่ผลิตขึ้นหลังจากรายการ ผู้หญิง ผู้หญิง ทางสถานีและผู้ผลิตจึง

ต้องการหาแง่มุมในการนำเสนอให้ต่างออกไป เป็นเรื่องเกี่ยวกับการช่วยเหลือผู้หญิงที่เดือดร้อน ผู้หญิงที่ตกงานหรือมีปัญหาในเรื่องต่างๆ เนื้อหาของรายการเป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ กระแสข่าว ปัญหาสังคม หรือบุคคลที่น่าสนใจในสังคมปัจจุบัน โดยหยิบยกประเด็นที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต เรื่องใกล้ตัวที่ผู้หญิงอาจมองข้ามไปซึ่งผู้ชายก็สามารถดูได้ บางครั้งมีการนำเสนอในลักษณะสื่อบทข่าว

จากข้อมูลของทางรายการพบว่ากลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการเป็นผู้หญิงกลุ่มชนชั้นกลางที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปจนถึงผู้ใหญ่วัยเกษียณอายุแล้วก็ยังติดตามชมรายการได้นอกจากผู้หญิงแล้ว ด้วยเนื้อหาที่กว้าง รายการจึงยังมีกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ชายสนใจชมรายการอีกด้วย

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง แบ่งเนื้อหาของรายการเป็น 4 ช่วงดังนี้

ช่วงรายการ	เนื้อหาที่นำเสนอ
สื่อบทแรก	เรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมวงกว้างไม่จำกัดเพียงผู้หญิง
สื่อบทช่วงที่สอง	เป็นเรื่องเบาๆ เกี่ยวกับกิจกรรม งานสังคม วัฒนธรรม เกร็ดความรู้ในเรื่องต่างๆ
อโรยเน...แค่อายีซอส	แนะนำสูตรอาหาร และมอบส่วนลดในการไปรับประทานที่ภัตตาคารหรือร้านอาหารนั้นๆ
สัมภาษณ์	พูดคุยในเรื่องสาระที่เป็นประโยชน์ในเรื่องต่างๆ ไป

ช่วงสื่อบทแรก เนื้อหาในช่วงนี้เป็นเรื่องหลากหลายเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นทั้งหญิงและชายที่ยังมีอยู่มากแต่ไม่ค่อยได้รับการตีแผ่ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องความยากจน การประสบปัญหาสุขภาพ ปัญหาครอบครัว การถูกทำร้าย ผู้ด้อยโอกาสในสังคม ทางรายการจะเสนอเรื่องราวผ่านมุมมองด้านดีที่ผู้ประสบปัญหาเหล่านั้นมีกำลังใจไม่ท้อต่ออุปสรรค และปัญหาที่เผชิญอยู่ รายการจะชี้ให้เห็นทางออกของปัญหาอย่างเหมาะสม นำมาซึ่งความสุขได้ เป็นการสะท้อนปัญหาให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจชีวิตของคนในสังคมมากขึ้น หากประสบกับตนเองก็ทำให้ได้แง่คิดในการหาทางแก้ไขได้

นอกจากนี้รายการยังนำเสนออาชีพที่ไม่ค่อยพบเห็นกันได้ทั่วไป เช่น อาชีพรับซ่อม-ล้างนาฬิกาด้วยรถล้างนาฬิกาเคลื่อนที่ อาชีพรับทำฟืนปลอมเคลื่อนที่ หรือสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจจากภูมิปัญญาคนไทยที่สามารถสร้างรายได้ หรือลดการนำเข้าจาก

ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเสนอเนื้อหาด้านการแพทย์เกี่ยวกับแนวทางป้องกันและวิธีการรักษาโรคต่างๆ เพื่อเป็นความรู้แก่ผู้ชมอีกด้วย

สัปดาห์ที่สอง เสนอข่าวสังคม นิทรรศการ งานเปิดตัวสินค้า หนังสือ งานแฟชั่นโชว์ การแต่งกาย การพัฒนาบุคลิกภาพ หรือเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกายก็มีการนำเสนอด้วยเช่นกัน ส่วนใหญ่เนื้อหาช่วงสัปดาห์ที่สองเป็นเนื้อหาในเรื่องเบาๆ เป็นเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจ เรื่องที่มีสาระประโยชน์ในลักษณะสร้างสรรค์ไม่ได้เน้นข่าวในวงการบันเทิงหรือเรื่องของดาราและบุคคลที่มีชื่อเสียง แต่มักเป็นเรื่องเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทย สังคมไทยในปัจจุบัน เช่น เรื่องการประกวดการทำอาหารจากดอกไม้เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำอาหารของคนไทย นำสิ่งใกล้ตัวมาสร้างสรรค์ประยุกต์ให้เกิดอาหารจานใหม่ที่แปลกและมีความน่าสนใจ หรือในเรื่องการแต่งกายและการพัฒนาบุคลิกภาพเรื่องการดูแลเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การแต่งกายให้ถูกกาลเทศะสำหรับการออกงานสำคัญๆ ผู้หญิงบางคนไม่ทราบว่าควรทำอย่างไรก็สามารถนำแนวคิดจากรายการไปใช้กับตัวเองได้ ในเรื่องสุขภาพเป็นการแนะนำการออกกำลังกายแบบใหม่ที่อาจจะยังไม่เป็นที่รู้จักคุ้นเคยกันเท่าใดนัก การออกกำลังกายแบบโยคะ หรือแม้กระทั่งการออกกำลังกายที่ทำกันอยู่เป็นประจำรายการก็จะหยิบยกมาแนะนำวิธีการง่ายๆ และวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้อง

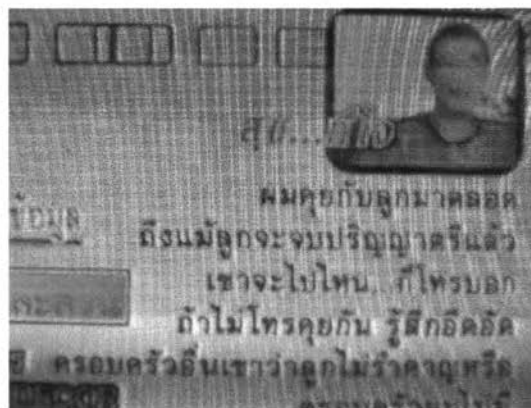
ช่วงออร์อยแ่นแ่ค่อายีซอส แนะนำสูตรอาหารจานเด็ดของร้านอาหาร ภัตตาคารต่างๆ เพื่อให้แม่บ้านและผู้หญิงสมัยใหม่ที่ถนัดการทำงานนอกบ้านมากกว่างานครัว สามารถทำรับประทานเองตามสูตรที่สาธิตให้ดูได้ หรือออกไปรับประทานที่ร้านนั้นๆ โดยร้านอาหารที่มาแนะนำในวันนั้นจะมอบแก่ผู้ชมรายการที่ไปรับประทานในวันนี้ออกอากาศนั่นเอง

ช่วงสัมภาษณ์ เป็นโตะพูดคุยในเรื่องที่ทันเหตุการณ์ มีความสำคัญอยู่ในความสนใจและเป็นประโยชน์แก่ผู้หญิงและในบางเรื่องผู้ชายก็ควรรับรู้ด้วย เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เรื่องสุขภาพ เช่น วิธีใหม่ในการรักษาโรคหัวใจ เรื่องธุรกิจ เรื่องความงาม และเรื่องเกี่ยวกับปัญหาส่วนตัวของผู้หญิง สิทธิต่างๆที่สตรีพึงได้รับการปฏิบัติอย่างถูกต้อง เช่น กฎหมายป้องกันการทำร้ายร่างกายเด็กและสตรีจากสามี การแสดงบทบาทที่เหมาะสมและสร้างสรรค์ของสตรีทางรายการนำมาเสนอเพื่อให้ผู้หญิงได้รับความรู้ที่อาจมองข้ามไปหรือไม่รู้ว่าจะหาข้อมูลเหล่านี้ได้จากที่ไหนนั่นเอง โดยเชิญผู้ร่วมรายการที่มีความเกี่ยวข้อง หรือมีความรู้ในเรื่องนั้นอย่างแท้จริง เช่น แพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีความรู้ ตัวแทนสตรีในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับสตรี มาพูดคุยถามถึงที่มา ความเป็นไป และนำเสนอถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ผู้หญิงควรได้รับ

ภาพรวมของรายการเพื่อนหญิงพลังหญิง เป็นรายการที่นำเสนอสาระประโยชน์เกี่ยวกับ ผู้หญิงและสังคมโดยรวม มีทั้งเรื่องอาชีพ สุขภาพ ความงาม และเสนอเรื่องราวสะท้อนปัญหาสังคม อุปสรรคในการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมที่อาจเกิดกับผู้ชม รวมถึงแนววิธีการแก้ไขและหาทางออกที่ดี เมื่อเปรียบเทียบกับรายการ ผู้หญิง ผู้หญิง จะเป็นรายการที่มีสาระ เป็นเรื่องที่น่าสนใจกว่า



ภาพที่ 3 รายการศรศรศบย



รายการศุภกร์สบาย

วัน เวลาออกอากาศ	วันศุกร์ 9.10 - 9.40 น.
สถานีที่ออกอากาศ	สถานีโทรทัศน์ช่อง 3
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณวิศรา ลีธีระกุล และคุณวิศรา กำธรเจริญ
เริ่มออกอากาศ	ปี พ.ศ. 2543
ผู้ผลิต	บริษัท บรอดคาสท์ไทย เทเลวิชั่น
จุดเด่นของรายการ	เน้นเรื่องที่คุณสบาย เกี่ยวกับการพักผ่อน การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

รายการศุภกร์สบายผลิตโดยบริษัท บรอดคาสท์ไทย เทเลวิชั่น เริ่มออกอากาศปี พ.ศ.2543 เป็นรายการนิตยสารสำหรับสตรีที่เกี่ยวกับการดูแล ตกแต่งบ้าน ที่มีผู้ดำเนินรายการคือ คุณวิศรา ลีธีระกุล ซึ่งมีบุคลิกที่เป็นกันเอง เรียบง่าย สบายๆ สอดคล้องกับลักษณะของรายการที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างของผู้หญิงให้เกิดประโยชน์สำหรับเรื่องที่คุณผู้หญิงสนใจ ส่งเสริมให้คุณหญิงที่ต้องทำงานและมีภาระต่างๆ สามารถจัดสรรแบ่งเวลาการทำในสิ่งที่ตนเองชอบหรือสนใจ การท่องเที่ยว พักผ่อน และมีช่วงชาร์ปชอนชิมที่ คุณวิศรา กำธรเจริญ สาธิตการทำอาหารด้วยวิธีการง่ายๆ จัดเป็นชุดพร้อมของหวานและเครื่องดื่ม โดยเครื่องอำนวยความสะดวกที่ทำงานคร้วไม่ใช้เรื่องยุ่งยากอีกต่อไป

รายการศุภกร์สบายเป็นรายการทางเลือกใหม่ของผู้ชมสตรีที่ไม่ปรากฏการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม แต่จะนำเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ การประดิษฐ์ การตกแต่งบ้าน และสวน การเลือกสรรสิ่งของมาแนะนำวิธีการตกแต่งบ้านอย่างง่ายๆ การท่องเที่ยวพักผ่อนตามสถานที่ต่างๆ และยังไม่ลืมคุณค่าในการทำอาหารแบบแม่บ้านแม่เรือน กล่าวได้ว่า รายการศุภกร์สบายเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาส่วนตัวของคุณผู้หญิงอย่างแท้จริง

กลุ่มเป้าหมายของรายการคือ แม่บ้านยุคใหม่ที่เป็นผู้หญิงทำงานและเป็นแม่บ้านควบคู่กันไป มีอายุตั้งแต่ 25 – 35 ปีโดยประมาณ

รายการศุภกร์สบายมีการแบ่งช่วงรายการเป็น 4 ช่วงดังนี้

ช่วงรายการ	เนื้อหาที่น่าสนใจ
Good Idea	สาธิตวิธีการประดิษฐ์สิ่งของง่ายๆ ไว้ใช้ในบ้าน ตกแต่งบ้าน
Dream Design	เสนอเรื่องการตกแต่งสถานที่ต่างๆ ทั้ง บ้าน ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว
ชาร์ปชวนชิม	แนะนำสูตรอาหารและสาธิตวิธีการปรุงง่ายๆ ด้วยวิธีการใหม่ๆ
สุข...ที่ใจ	เสนอมุมมอง แง่คิดในการดำเนินชีวิต เพื่อให้ตนเองและคนรอบข้างมีความสุข

ช่วง Good Ideas มีผู้ร่วมรายการซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงทางด้านกรออกแบบตกแต่ง มาแนะนำไอเดียการประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ทั้งของใช้ และของตกแต่งบ้านที่แปลกใหม่ สไตลทันสมัย ไม่ซ้ำใคร เช่น เชิงเทียนโปร่งแสง นาฬิกาย้อนเวลา อุปกรณ์ที่ใช้เป็นวัสดุใกล้ตัวที่หาได้ง่าย ผู้ร่วมรายการจะหมุนเวียนสลับเปลี่ยนกันไป ได้แก่ คุณสันติพงษ์ คงรักษ์ ศรีเอทีพี นิตยสารแพรว คุณวิจิตรา ศรีเขียวไทย หัวหน้ากองบรรณาธิการ นิตยสาร A Day Beds

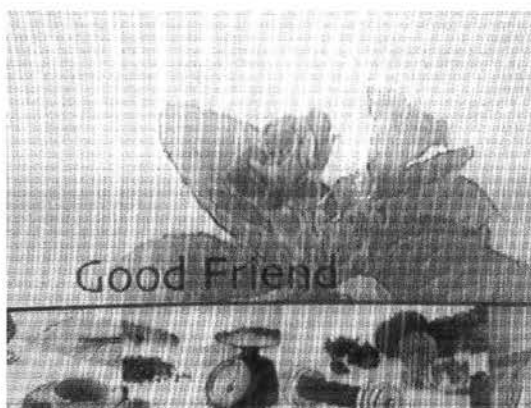
ช่วง Dream Design หรือช่วงแต่งฝันวันสบาย เป็นช่วงที่พิธีกรจะพาไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบ้าน โรงแรม รีสอร์ท ที่มีบรรยากาศและการตกแต่งที่น่าสนใจ ทั้งความสวยงามหรือความแปลกตาไม่เหมือนที่อื่นๆ ซึ่งผู้ชมอาจได้ความคิดในการตกแต่ง หรือสิ่งของเก่าๆ แปลกตาของสถานที่นั้นๆ มาประยุกต์ใช้กับที่บ้านของตัวเองได้ เช่น ระเบียงเรือรีสอร์ท เป็นรีสอร์ทริมทะเลที่นำเรือมาดัดแปลงเป็นห้องพักที่สวยงาม มีบรรยากาศแปลกตาและสวยงามต่างจากที่อื่น พิธีกรสัมภาษณ์เจ้าของสถานที่ถึงแนวความคิดในการสร้างสรรค์ การตกแต่ง รวมถึงปรัชญาคติประจำใจในการดำเนินชีวิต ที่จะทำให้มีความสุขและประสบความสำเร็จ

ช่วง ชาร์ปชวนชิม มีพิธีกรประจำช่วงคือ คุณหมวย อริสรา กำธรเจริญ สาธิตการทำอาหารร่วมกับโภชนากรจากชาร์ป สูตรที่นำมาเสนอจะเป็นอาหารชุดประกอบด้วย อาหารจานเดียวของหวาน และเครื่องดื่ม สำหรับรับประทานคนเดียวหรือครอบครัวเล็กๆ เช่น ข้าวอบโพลินีเซียนกรีนซูป และกาแฟร้อน เป็นหนึ่งชุดอาหารที่น่ารับประทานและมีคุณค่าทางโภชนาการด้วย

ช่วง สุข...ที่ใจ ให้ผู้ร่วมรายการในช่วงสัมภาษณ์พูดถึงแง่คิด ปรัชญาการดำเนินชีวิตให้เป็นสุขทั้งเพื่อตนเองและครอบครัวมีความสุขร่วมกัน ความสุขเริ่มที่ตนเองและแผ่ไปสู่คนรอบข้างด้วย ไม่ว่าจะทำอะไร ความสุขเริ่มที่ใจเราก่อน

ภาพรวมของรายการศุภกร์สบาย ผู้ผลิตต้องการนำเสนอเป็นรายการที่ดูสบายเหมือนชื่อรายการ เนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับการพักผ่อน การผ่อนคลายจิตใจจากปัญหาต่างๆ รายการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลเรื่องต่างๆ ที่อยู่ในบ้าน ตกแต่งบ้าน สร้างสรรค์ผลงานอย่างง่ายๆ การทำอาหาร เกร็ดชีวิตของคน ส่งเสริมให้ผู้ชมใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่ายและมีความสุข





ภาพที่ 4 รายการเลดีส์ คอรัเนอร์

รายการเลดีส์ คอร์ทเนอร์

วัน เวลาออกอากาศ	วันเสาร์ 9.00 - 9.30 น.
สถานที่ออกอากาศ	สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	คุณวราลักษณ์ พาณิชย์กุล และคุณสรินยา เบอ์บริตจ์
เริ่มออกอากาศ	ปี พ.ศ. 2540
ผู้ผลิต	บริษัท กันตนา กรุ๊ป
จุดเด่นของรายการ	เน้นเรื่องแฟชั่น ความทันสมัย ความบันเทิงเป็นหลัก

รายการเลดีส์ คอร์ทเนอร์ ผลิตโดยบริษัท กันตนา กรุ๊ป นำเสนอทางช่อง 5 เริ่มออกอากาศมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 โดยทางบริษัทเห็นความสำคัญในการเสนอสาระบันเทิงเพื่อผู้หญิงโดยเฉพาะ เริ่มแรกมีพิธีกรคือ คุณัททยา เกษสังข์ และคุณป๊อก ปิยะธิดา วรมุสิก ลักษณะของรายการในขณะนั้นเป็นรายการที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ต้องประกอบอาชีพนอกบ้าน และต้องทำหน้าที่แม่บ้านประกอบกันไป โดยเน้นเนื้อหาในส่วนของกรดูแลบ้านมากกว่าเรื่องนอกบ้าน

ต่อมาไม่นานรูปแบบรายการก็เปลี่ยนไปให้มีความทันสมัยมากขึ้นแต่ยังคงชื่อรายการเช่นเดิมอยู่ โดยรายการโฉมใหม่เน้นเรื่องแฟชั่นทั้งในและต่างประเทศ และได้เปลี่ยนพิธีกรมาเป็นคุณจณิสตา ลิวเฉลิมวงศ์ ซึ่งมีภาพลักษณ์เป็นผู้หญิงทำงานที่มีชื่อเสียงโดดเด่นในสังคมชั้นสูง เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบรายการที่เปลี่ยนไป เนื้อหาของรายการไม่จำกัดรูปแบบการนำเสนอ เน้นความทันสมัยให้ผู้ชมได้รับรู้ข้อมูลความรู้ในเรื่องราวที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้หญิง ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวงการบันเทิง แฟชั่น ความงาม การท่องเที่ยวพักผ่อน หรืองานสังคม กิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจ

ตั้งที่คุณอภิรดี สารศาลิน ผู้ผลิตรายการเลดีส์คอร์ทเนอร์ ได้กล่าวถึงลักษณะรายการไว้ว่า “ภาพลักษณ์ของรายการเป็นแบบเปรี้ยวๆ เก๋ๆ สำหรับผู้หญิงทำงานที่มีความทันสมัย ถ้าเปรียบเป็นนิตยสารก็เหมือนพวก ELLE แพรวสุดสัปดาห์ ต้องการเสนอเรื่องแฟชั่น ความงาม ความทันสมัย ที่แตกออกไปได้อีกเยอะ ไม่ใช่แค่เสื้อผ้า หน้าผม แต่คนที่ทันสมัย คนที่กำลังดัง เน้นเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสความนิยมเราก็นำมาเสนอในรายการ เช่น สถานที่ทันสมัย งานที่คนดัง คนในวงการไฮโซไปกัน เหมือนหน้า Jet Set นำเสนอสิ่งแปลกใหม่ที่น่าสนใจสำหรับผู้หญิงในทุกเรื่อง”

การถ่ายทำมักจัดทำนอกสถานที่ให้พิธีกรเป็นผู้ออกไปหาเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ โดยพิธีกรจะดำเนินรายการบอกเล่าเชื่อมโยงเรื่องต่างๆที่นำเสนอตั้งแต่ต้นจนจบในแต่ละตอน ต่อมา รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ ได้ปรับเปลี่ยนพิธีกรใหม่เป็น คุณพวย ภัทริยา ณ นคร และคุณอันน์ โอลิเวอร์ พูพาร์ท นับเป็นครั้งแรกที่รายการมีผู้ชายมาเป็นพิธีกรร่วม ซึ่งก็สร้างสีสันดึงดูดผู้ชมได้มากทีเดียว ลักษณะเนื้อหาของรายการก็ยังเหมือนเดิม

อีกไม่นานรายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ได้เชิญ คุณโบ ชญาดา ลิวเฉลิมวงศ์ มารับหน้าที่พิธีกร ซึ่งเธอก็ทำหน้าที่ได้เป็นอย่างดี ทำให้รายการมีเสน่ห์ยิ่งขึ้น คุณชญาดาเป็นพิธีกรรายการอยู่ระยะหนึ่ง จนกระทั่งปลายปี พ.ศ.2545 คุณจอย วราลักษณ์ พาณิชย์กุล และคุณชินดี สิริินยา เบอริบริดจ์ ซึ่งเป็นดารานางแบบชื่อดัง ได้มารับหน้าที่เป็นพิธีกรคู่ที่สร้างสีสัน มีอาชีพและบุคลิกที่สอดคล้องกับแนวคิดหลักของรายการ ที่ต้องการเพิ่มสีสันและเนื้อหาด้านแฟชั่น ความงาม พิธีกรทั้งสองช่วยตอกย้ำความน่าเชื่อถือในการเสนอเนื้อหาของรายการที่เน้นการนำเสนอทางด้านแฟชั่น ความทันสมัยได้อย่างดียิ่ง

กลุ่มเป้าหมายของรายการเลดีส์คอร์นเนอร์ เป็นผู้หญิงที่เป็นผู้หญิงทำงาน และแม่บ้าน ตั้งแต่กลุ่มสตรีชนชั้นกลางไปถึงชั้นสูงที่เป็นผู้หญิงทันสมัย ต้องการข้อมูลและสนใจความเคลื่อนไหว เรื่องในแวดวงแฟชั่น เรื่องความงาม เรื่องวงการบันเทิง งานสังคมต่างๆ

แม้รายการจะมีรูปแบบการนำเสนอเป็นเรื่องเรื่องเดียวกันในหนึ่งตอนที่ออกอากาศ เช่น แนวนิยมแฟชั่นปี 2003 ก็จะมีการนำเสนอทั้งเรื่องวิธีการแต่งหน้า เสื้อผ้า ทรงผม ครบในหนึ่งตอน หรือในตอนนี้ต้องการนำเสนองานแฟชั่นโชว์ก็จะรวบรวมภาพงานแฟชั่นโชว์ทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังจากหลายๆ งานมาเสนอเป็นหนึ่งตอน

รายการเลดีส์ คอร์สเนอร์แบ่งเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงรายการ	เนื้อหา
สก็๊ป	เรื่องแฟชั่น วงการบันเทิง งานสังคม กิจกรรมต่างๆ ของผู้หญิง
ตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น	แนะนำสูตรอาหารทั้งไทยและฝรั่ง ที่ดัดแปลงนำนมข้นจืดมาเป็นส่วนประกอบ
สารพัดประโยชน์กับกระดาษเอนกประสงค์เซลลูล็อก	เสนอเคล็ดลับในการใช้ประโยชน์จากกระดาษเอนกประสงค์ในรูปแบบต่างๆ
ฟุตทิป บาย สกอร์	เสนอวิธีการดูแลสุขภาพเท้า
Looking Good บาย ไชกุบสี โมโนกาตารี	เสนอเคล็ดลับผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ด้วยการใช้กลิ่นหอม

ช่วงตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น นำเสนอโดยคุณฟ้า ชนิกา สุจริตกุล และดารารับเชิญที่มานำเสนอสูตรและทำอาหารด้วยกัน แสดงวิธีการปรุงอาหารสไตล์ใหม่ที่ทำได้ไม่ยาก ส่วนใหญ่เป็นเมนูที่ทำจากไข่และนมสด อาหารที่ทำมีทั้งอาหารไทยและอาหารฝรั่ง ที่มีสีสันหน้าตาเก๋ไก๋น่ารับประทาน และนำไปใช้สำหรับงานปาร์ตี้ได้ ลักษณะโดยรวมของช่วงนี้คือ การดัดแปลงสูตรอาหารใหม่ๆ บางเมนูมีความแปลกแตกต่างจากสูตรดั้งเดิม วิธีการทำง่ายๆ คล้ายช่วงชาร์ปชวอนชิมของรายการศุภศรีสบาย

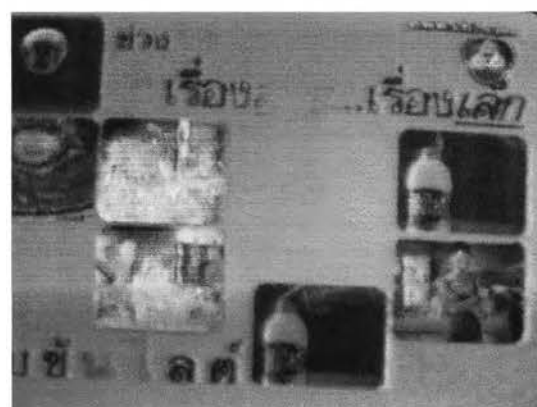
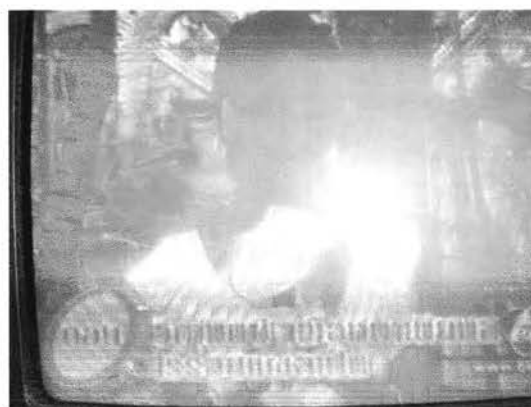
ช่วงสารพัดประโยชน์กับกระดาษเอนกประสงค์เซลลูล็อก แนะนำเคล็ดลับในการใช้กระดาษเอนกประสงค์ ทำประโยชน์ต่างๆ เช่น การกำจัดคราบสกปรก การบ่มผลไม้ เป็นต้น

ช่วงฟุตทิปส์ บาย สกอร์ (Foot Tips by Scholl) คุณแอนท์ ธิรัญญา สัตตบุศย์ เสนอวิธีการและเคล็ดลับต่างๆ ในการบำรุงสุขภาพเท้า และยังมีเข็รับเชิญที่เป็นทั้งดาราสาวและผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมมาบอกเคล็ดลับส่วนตัวในการดูแลเท้าอีกด้วย

ช่วง Looking Good บาย ไชกุบสี โมโนกาตารี นำเสนอเคล็ดลับการบำรุงรักษาผิวพรรณผ่อนคลายความเหนื่อยล้าของร่างกายด้วยสูตรเฉพาะ เช่น กลิ่นหอมต่างๆ บำบัดคล้ายสูตรการทำสปาต่างๆ ด้วยตัวเอง

ภาพรวมของรายการเลดีส์คอร์สเนอร์ เสนอเนื้อหาที่ด้านแฟชั่นความงามเป็นหลัก เน้น

ความทันสมัยในเรื่องราวต่างๆ ของผู้หญิง งานสังคมที่เป็นที่รวมของบุคคลชั้นสูง ชาวคราวใน
แวดวงแฟชั่น วงการบันเทิง ส่งเสริมให้ผู้หญิงมีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออกมากขึ้น มี
ความคล่องตัว ทันสมัย แต่ไม่ทิ้งการดูแลงานบ้าน คือเนื้อหาที่น่าสนใจที่ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย
ที่เป็นผู้หญิงสมัยใหม่ที่มีการศึกษาอยู่ในสังคมชั้นกลางไปถึงชั้นสูง ดูแลตัวเอง และครอบครัวได้
อย่างดี และสมบูรณ์แบบนั่นเอง



ภาพที่ 5 รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง



รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

วัน เวลาออกอากาศ	วันจันทร์ - ศุกร์ 8.20 - 8.50 น.
สถานที่ที่ออกอากาศ	สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
ความยาวของรายการ	30 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	อาจารย์ประโภชน์ มยุระ คุณดวงดาว จารุจินดา คุณพินิตนาฏ ฉัตรวิไล และคุณศศิณา วิมุตตานนท์
เริ่มออกอากาศ	ปี พ.ศ. 2536
ผู้ผลิต	บริษัท เจ เอส แอล จำกัด
จุดเด่นของรายการ	รายการออกอากาศมานานผู้ชมเชื่อถือในพิธีกรและเนื้อหา เน้น เสนอเรื่องเกี่ยวกับความงามและเรื่องภายในบ้าน

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงผลิตโดย บริษัท เจ เอส แอล จำกัด นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 เริ่มออกอากาศตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ปัจจุบันรายการออกอากาศมาเป็นเวลากว่า 10 ปี เรียกได้ว่าเป็นรายการนิตยสารสำหรับสตรีแนววาไรตี้ที่ผลิตขึ้นในยุคเริ่มแรกของประเทศไทยและออกอากาศมาเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งทางรายการยังคงคุณภาพในการนำเสนอเนื้อหาสาระประโยชน์ และความบันเทิง สำหรับผู้หญิงได้อย่างต่อเนื่อง โดยรายการได้สรรหาข้อมูลต่างๆ เพื่อผู้ชมตลอดมา

คุณมุสซา โทณะวณิก กล่าวถึงรายการว่า “รายการออกอากาศมานานถึง 11 ปี ทางรายการวางแนวคิดหลักหรือภาพลักษณ์ของรายการเปรียบเสมือนผู้หญิงที่มองโลกกว้าง มองโลกในแง่ดี ไม่เน้นการใส่ความบันเทิง ความฉาบฉวย แต่เน้นความสุภาพ เป็นผู้หญิงที่มีบุคลิกดี ดูเรียบร้อย แต่มีความคิด”

จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงมีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงในปัจจุบันที่หลากหลายมุมมองในโลกกว้างคือ เสนอทั้งเรื่องราวความงาม สุขภาพ ความรู้ ข่าวสาร ความคิดเห็นต่างๆ รวมถึงสื่อบริการประโยชน์ ที่สามารถนำไปดัดแปลงใช้ได้กับชีวิตประจำวัน เช่น การแต่งตัวให้สวย การดูแลผิวพรรณ ปัญหาอุปราง สุขภาพและการใช้ยา ไขข้อข้องใจการเลี้ยงลูก การประหยัด หรือเรื่องราวนอกสถานที่ ทั้งการเยี่ยมชมบ้าน การตกแต่ง การจัดสวน การเลี้ยงสัตว์ แหล่งช้อปปิ้ง แนะนำร้านอาหารและสูตรอาหารเด่นของร้าน

ในวันศุกร์ทางรายการจัดเป็นครบเครื่องเรื่องอร่อยทั้งตอน โดยจัดให้มีการแข่งขันทำอาหารโดยผู้ชมที่บ้านสมัครเข้ามาแข่งขันทำอาหารให้ดาราที่ตนชื่นชอบได้รับประทาน โดยดาราผู้นั้นจะเป็นคนชิมและเป็นผู้ตัดสิน ผู้ชนะจะได้รับเงินรางวัลและของที่ระลึกจากดาราอีกด้วย

จากข้อมูลทางรายการทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ชมรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เป็นกลุ่มผู้หญิงที่อยู่ในกลุ่มอายุ 18 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านและผู้หญิงทำงานที่มีเวลาว่างในช่วงเวลาที่รายการออกอากาศ นอกจากกลุ่มเป้าหมายผู้หญิงแล้ว กล่าวได้ว่ารายการมีกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างกว้างเนื่องจากเป็นรายการที่ออกอากาศมาเป็นเวลานานจนกระทั่งมีกลุ่มผู้ชมที่หลากหลาย และผู้ผลิตก็มีความประสงค์ส่งเสริมให้ดูกันได้ทั้งครอบครัวมากกว่าจะเป็นรายการเฉพาะสตรี อย่างไรก็ตามเนื้อหาหลักของรายการก็ยังคงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสตรีเป็นส่วนใหญ่

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงแบ่งช่วงต่างๆ ของรายการดังนี้

ช่วงรายการ	เนื้อหาที่น่าสนใจ
สก็๊ป	เรื่องที่น่าสนใจทั่วไป เรื่องรอบตัวผู้หญิง งานอาชีพ เกร็ดความรู้
ผิวสวยอย่างมั่นใจกับ Smooth E	ผู้ร่วมรายการแนะนำวิธีการเลือกผลิตภัณฑ์บำรุงผิว
โต๊ะน้ำชา	ตอบปัญหาครอบครัว คนรอบข้าง
อร่อยเต็มรสวิตามินซี เต็มร้อยกับ Unif Daily C	แนะนำกีฬา และการบำรุงผิวพรรณของดารา
ผิวสวยจากภายในกับ Glow	เสนอเป็นละครแนะนำการเลือกรับประทานอาหารบำรุงผิว
เรื่องล้าเรื่องเล็กกับซันไลต์	เคล็ดลับการล้างภาชนะต่างๆ
หน้าใสไร้สิวกับ Acna Care	ถามปัญหาเรื่องผิวของวัยรุ่น
สวยเปรี้ยวได้สัดส่วนกับ MariFrance Bodyline	แนะนำวิธีลดความอ้วน
หยุดรถชนน้ำมัน	เป็นละครการดูแลรักษารถเพื่อประหยัดน้ำมันของ 2 ครอบครัว
Good Health Good Taste กับซีเล็คทูน่า	การปรุงอาหารโดยใช้ปลาทูน่า
สัมภาษณ์	เชิญผู้ร่วมรายการมาพูดเรื่องต่างๆ
Coffee Break	เกร็ดความรู้เรื่องต่างๆ

ช่วงสก็๊ป ส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ตามเรื่องราวที่หลากหลายมานำเสนอไม่ว่าจะเป็น ด้านอาชีพ ทั้งอาชีพดั้งเดิมที่อยู่คู่คนไทยมานาน เช่น อาชีพทำชันเงิน อาชีพใหม่จากภูมิปัญญาคนไทย เช่น ตึกตาทมีออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ bearandbuddy.com ชายตึกตาทที่ผู้ซื้อไปประกอบและเย็บเองได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ด้านสุขภาพ การออกกำลังกายวิธีใหม่ๆ ด้านการตกแต่งบ้าน การจัดสวน เช่นพาเยี่ยมชมบ้านและสวนที่ตกแต่งสไตล์บาห์ลี ด้านการท่องเที่ยว

ช่วงผิวสวยอย่างมั่นใจกับSmooth E ออกอากาศทุกวันจันทร์ เป็นช่วงแนะนำการบำรุงรักษาผิวหน้าและผิวกายให้สวยงามและมีสุขภาพดีโดยเขกรับเชิญจะเป็น ผู้หญิงรูปร่าง หน้าตาดี บุคลิกดี ทำงานหรือทำกิจกรรมที่น่าสนใจ

ช่วงโต๊ะน้ำชา ออกอากาศทุกวันจันทร์ มีวิทยากรผู้มีประสบการณ์รอบรู้ในเรื่องราวหลากหลายคือคุณอัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ มาตอบคำถาม ไขข้อข้องใจให้กับผู้ชมที่ส่งมา โดยคำถามมักเป็นปัญหาทางด้านจิตวิทยาเกี่ยวกับการปฏิบัติตัว การเข้าสังคม ความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนฝูง คุณอัจฉราพรรณจะคอยแนะนำ เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้เสมือนเป็นที่พึ่งที่ปรึกษา ที่คอยให้กำลังใจได้อย่างดี

ช่วงอร่อยเต็มรสวิตามินซีเต็มร้อยกับ Unif Daily C ออกอากาศทุกวันจันทร์ เป็นช่วงที่ตามดูกิจกรรมยามว่างของดารารุ่นเก๋า เช่น กีฬา งานอดิเรก และถามเคล็ดลับการดูแลสุขภาพ

ช่วงผิวสวยจากภายในกับ Glow ออกอากาศทุกวันอังคาร นำเสนอเนื้อหาในรูปแบบละคร มีผู้แสดงหญิงสองคนที่จะประสบปัญหาเกี่ยวกับผิวพรรณในเรื่องต่างๆ มาคุยปรึกษาหาวิธีแก้ไข และมีเกสต์ชกรมาให้คำแนะนำปิดท้าย ผู้แสดงคือ คุณนุช ปริญดา บุญวงษ์ และคุณเมย์ เพ็ญอารมย์

ช่วงเรื่องล้าเรื่องเล็กกับซันไลต์ ออกอากาศทุกวันอังคาร มีพิธีกรภาคสนามคือ คุณสุกัญญา ไรรินทร์ ไปตามหาผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ล้างจานตามบ้านและร้านอาหาร และขอเคล็ดลับการล้างจาน

ช่วงหน้าใสไร้สิวกับ Acna Care ออกอากาศทุกวันพุธ มีคุณเจี๊ยบ ชมพูนุช ไปตามแหล่งศูนย์รวมวัยรุ่น และถามถึงปัญหาเกี่ยวกับสิ่วที่วัยรุ่นมักจะเป็นกัน มีเกสต์ชกรมาตอบวิธีการแก้ไขปัญหาสิ่วเหล่านั้น

ช่วงสวยเปรี้ยวได้สัดส่วนกับ MarieFrance Bodyline ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี คุณลินดา ครอส เป็นพิธีกรแนะนำการดูแลรักษารูปร่าง และวิธีการแก้ไขข้อบกพร่องไขมันส่วนเกินต่างๆ ตามร่างกาย

ช่วงหยุดรถชดน้ำมัน ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี นำเสนอในรูปแบบละครเปรียบเทียบระหว่างสองครอบครัวที่มีวิธีการดูแล และวิธีการใช้รถต่างกันทำให้ประหยัดน้ำมัน และค่าบำรุงรักษารถต่างกัน โดยเปลี่ยนสถานการณ์ไปเรื่อยๆ มีคุณน้ำฝน โกมลฐิติ คุณภุชงค์ โยธาพิทักษ์ และเด็กหญิง ชาย แสดงเป็นลูกของสองครอบครัว วรรณรงค์การประหยัดน้ำมันโครงการประหยัดน้ำมันรวมพลังหยุดรถชดน้ำมัน

ช่วง Good Health Good Taste กับซีเล็คทูน่า ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดีแนะนำสูตรการทำอาหารง่ายๆที่ทำจากปลาทูน่ากระป๋องได้อาหารที่รับประทานและสะดวกรวดเร็ว โดยคุณ สวิส เพชรวิเศษศิริ

ช่วงสัมภาษณ์ เป็นช่วงหลักที่ออกอากาศเป็นประจำทุกวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี เชิญบุคคลที่น่าสนใจในสาขาอาชีพต่างๆ หรือผู้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมสำคัญๆ ที่ผู้หญิงควรรู้ มาสัมภาษณ์เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ หรือเรื่องราวเกี่ยวกับการเสริมความงาม ความก้าวหน้าในวงการแพทย์วิธีการใหม่ๆ ในการรักษาโรค ข้อมูลด้านอาชีพการหารายได้เพิ่มเติม โดยรวมแล้วช่วงสัมภาษณ์มีการนำเสนอข้อมูลที่หลากหลาย ทุกต้นเดือนรายการจะเชิญเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาประชาสัมพันธ์เทศกาลการท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในเดือนนั้น เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้แก่ผู้หญิงในแง่มุมต่างๆ

ช่วงCoffee Break เป็นช่วงรายการหลักที่ออกอากาศทุกวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแง่คิดตารา และความรู้เรื่องต่างๆ ไป

ภาพรวมของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เน้นเนื้อหาเรื่องสุขภาพความงามของสตรีโดยเฉพาะ พร้อมทั้งยังนำเสนอเรื่องการบริหารการเงิน และเปิดโลกทัศน์การท่องเที่ยว การทำอาชีพต่างๆ ในโลกภายนอกแก่ผู้หญิงให้มีความสนใจความเป็นไปในสังคมอีกด้วย แม้ว่าจุดประสงค์ของผู้ผลิตจะต้องการให้เนื้อหาที่มีความหลากหลายสำหรับส่งเสริมให้ทุกคนในครอบครัวดูได้ แต่ก็ป็นรายการสำหรับผู้หญิงที่เน้นเรื่องส่วนตัวของผู้หญิงมากอยู่นั่นเอง

จุดร่วมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

1. บรรยายกาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นกันเอง พิธีกรพูดคุยกับผู้ชม ผู้ร่วมรายการ ในลักษณะการชี้แนะให้ข้อมูล แก้ไขปัญหา โดยพิธีกรรายการถือเป็นจุดเด่นที่สร้างบรรยากาศและภาพลักษณ์ของรายการให้มีลักษณะพูดคุยกันแบบผู้หญิงผู้หญิง พิธีกรของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไม่จำเป็นต้องเป็นดารามักจะเน้นที่บุคลิกภาพเป็นหลัก คือเป็นผู้หญิงที่มีบุคลิกคล่องแคล่ว ทันสมัย มีความรู้ มีชื่อเสียงจากผลการทำงานเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ เป็นแบบอย่างของผู้หญิงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี บุคลิกลักษณะของพิธีกรจะมีความสอดคล้องกับรูปแบบเนื้อหาของรายการ รวมไปถึงมีลักษณะใกล้เคียง เป็นต้นแบบ (role model) แก่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการนั้นๆ ด้วย
2. เนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความหลากหลายในเรื่องกว้างๆ ที่เป็นความรู้พื้นฐานของผู้หญิง แต่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเบาๆ คือเป็นเรื่องที่ดูแล้วไม่เครียด ถ้าเป็นปัญหาก็จะเป็นเรื่องชีวิตประจำวันและเรื่องความสวยความงาม เรื่องเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่ปัญหาใหญ่หรือปัญหาหนักที่ยากแก่การแก้ไขใกล้ตัวตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่ต้องการทราบข้อมูลใดก็สามารถหาได้จากรายการเกี่ยวกับเรื่องการเสริมสวย สุขภาพ ในเรื่องใกล้ตัวเสนอเรื่องความเป็นไปในสังคม การท่องเที่ยว เปิดมุมมองโลกภายนอกให้แก่สตรี สอนเรื่องรอบตัวเกี่ยวกับครอบครัวพบว่ารายการไม่มีการยกประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ต่างๆ ในครอบครัวเป็นหลักจึงมีการนำเสนอหน่อย
3. บรรยายกาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีลักษณะที่ดูสบาย เนื้อหารายการเป็นแนวบันเทิงสาระวาไรตี้ บรรยายกาในการนำเสนอจึงไม่หนัก เน้นนำเสนอสาระบันเทิง ความสนุกสนาน
4. ช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือช่วงเช้าตั้งแต่เวลาประมาณ 7.00 – 10.00 น. เนื่องจากเป็นเวลาที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายสามารถเปิดรับชมรายการได้ แม่บ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานอยู่กับบ้านเปิดรับชมเวลาทำงานบ้านในตอนเช้านิสิตนักศึกษาดูช่วงก่อนไปเรียน และผู้หญิงทำงานนอกบ้านมีโอกาสดูก่อนหรือเมื่อไปถึงที่ทำงาน การออกอากาศช่วงเช้าและในวันหยุดจึงมีความสอดคล้องกับเวลาที่กลุ่มสตรีสามารถเปิดชมได้

5. จากการวิเคราะห์ลักษณะรายการเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารการกิน การทำอาหาร เป็นหัวข้อเรื่องที่มีความสำคัญสอดแทรกอยู่ในรายการสำหรับสตรีทุกรายการ แสดงให้เห็นว่าเรื่องอาหารยังคงมีความสัมพันธ์ และจำเป็นที่ผู้หญิงไม่อาจละเลยได้ หากไม่สาธิตวิธีการปรุงอาหาร ก็จะเป็นการแนะนำร้านอาหารที่น่าสนใจออกไปรับประทานนอกบ้านได้ เป็นการประยุกต์การนำเสนอเนื้อหาตามวิถีการดำเนินชีวิต และสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป
6. รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการสัมภาษณ์แขกรับเชิญเป็นช่วงหลักในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งช่วงสัมภาษณ์นี้จะเป็นช่วงหลักที่สะท้อนภาพลักษณะของรายการว่าต้องการนำเสนอเนื้อหาเน้นหนักในด้านใด เช่น รายการเพื่อนหญิงพลังหญิง มีประเด็นการสัมภาษณ์ในเรื่องปัญหาสังคม การแพทย์ การงานอาชีพ มากกว่าเรื่องความงาม ต่างกับรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงที่มีประเด็นเรื่องความงามเป็นส่วนใหญ่
7. รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันทุกรายการจะมีการสอดแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์ควบคู่ไปในแต่ละช่วงของรายการอย่างชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงที่พบคือการเป็นผู้สนับสนุนทั้งช่วงของรายการ โดยนำชื่อสินค้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อช่วงรายการและสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นโดยแขกรับเชิญ ทางอ้อมคือนำผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประกอบในบทสนทนาในช่วงสัมภาษณ์ และขึ้นเบอร์โทรศัพท์ติดต่อไว้ที่มุมใดมุมหนึ่งของจอโทรทัศน์



2. พิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการแนวนี้ตยสารวาไรตี้ เรียกว่า Host ในรายการโทรทัศน์ประเภทที่จัดทำขึ้นเพื่อกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเฉพาะดังเช่นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้น พิธีกรคือบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของรายการที่ทำให้รายการโทรทัศน์แต่ละรายการมีความโดดเด่นและแตกต่างกัน พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเสมือนเป็นผู้นำความคิด (Gate keeper) ของผู้หญิงเป็นที่ทราบกันว่าพิธีกรมีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของรายการอย่างยิ่ง พิธีกรจะเป็นผู้สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายในลักษณะการแปรผันตรงคือ ยิ่งพิธีกรมีบุคลิกลักษณะ อายุ และสถานภาพที่ใกล้เคียงกับผู้ชมมากเท่าใด ผู้ชมก็จะเชื่อถือในเนื้อหาที่พิธีกรนำเสนอมากเท่านั้น เช่น รายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น พิธีกรก็ย่อมต้องจะเป็นวัยใกล้เคียงกันเพื่อสร้างความเชื่อถือในเรื่องที่จะนำเสนอว่าอยู่ในความสนใจของกลุ่มเดียวกัน เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั่นเอง บางครั้งผู้ดำเนินรายการมีอิทธิพลมากถึงขั้นเป็นจุดจูงใจให้ผู้ชมติดตามชมรายการนั้นๆ เพียงเพราะต้องการติดตามผลงานของผู้ดำเนินรายการที่ตนชื่นชอบอย่างต่อเนื่องนั่นเอง

รายการผู้หญิง ผู้หญิง

บุคลิกลักษณะ

รายการผู้หญิงมีพิธีกร 2 คน คือ คุณพัชร์ศรี เบญจมาศ และคุณศิริบุรณ์ ณัฐพันธ์ ทั้งสองมีความรู้ ความสามารถ สนุกสนาน เป็นกันเอง มีบุคลิกที่คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงแบบผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความตื่นตัวในการทำงานอย่างดี มีภาพเป็นผู้หญิงทำงาน ไม่ใช่ดารา ภาพลักษณ์ของคุณพัชร์ศรี เป็นหญิงสาวที่มีความมั่นใจ กล้าคิด กล้าพูด และมีอารมณ์ขัน ดำเนินรายการในลักษณะบอกเล่าเรื่องราวหรือชวนผู้ร่วมรายการพูดคุยอย่างสนุกสนาน คุณศิริบุรณ์ แต่งงานและมีบุตรแล้ว มีบทบาทเป็นภรรยาและมารดา มีภาพลักษณ์เป็นผู้ใหญ่และมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ กว่าคุณพัชร์ศรี บรรยายภาคในการพูดคุยจึงเหมือนเพื่อนที่คุยกันอย่างสนิทสนม มีการหยอกแซวกันบ้าง และในบางครั้งก็จะเป็นเหมือนพี่ที่เตือน และคอยแนะนำในเรื่องราวต่างๆ แก่คุณพัชร์ศรีไปพร้อมๆ กับผู้ชมด้วยดังเช่นความหมายของชื่อรายการผู้หญิง ผู้หญิง WOMAN TO WOMAN จากพื้นฐานและประสบการณ์การทำงานด้านนี้ ทำให้พิธีกรทั้งสองสามารถแก้สถานการณ์เฉพาะหน้าในรายการได้อย่างดี

การแต่งกาย

ลักษณะการแต่งกายของพิธีกรทั้งสองเป็นแบบสุภาพเหมือนผู้หญิงทำงานทั่วไป ด้วยชุดเสื้อกางเกงที่เรียบง่าย แต่งหน้า ทำผมให้ดูสุภาพ จะไม่มีปรับเปลี่ยนการแต่งกายให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ มีบางครั้งที่ใส่ชุดผ้าไทยเป็นแบบอย่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และยังเชิญชวนผู้ชมให้ใส่ผ้าไทยอีกด้วย

ประสบการณ์การทำงาน

คุณพัชรศรี เบญจมาศ เคยผ่านงานด้านพิธีกรรายการต่างๆ ทั้งรายการเกี่ยวกับสาระความรู้ และเป็นผู้อ่านข่าวช่วงสัปดาห์ข่าวแปลก เรื่องตลกๆ ในระเบียบข่าวกองช่อง 3 ส่วนคุณศิริบุรณ์ ณ์ฐพันธ์ ก็เช่นกัน มีประสบการณ์การเป็นพิธีกรมาพอสมควรส่วนใหญ่เป็นรายการที่เป็นเรื่องหนักเกี่ยวกับปัญหาสังคม เรื่องที่ให้ความรู้ จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือในข้อมูลที่นำเสนอ เมื่อมาดำเนินรายการร่วมกันจึงเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่น่าเชื่อถือแต่ไม่เครียดแก่ผู้ชม

นอกจากนี้พิธีกรสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เนื่องจากรายการผู้หญิง ผู้หญิง เป็นรายการสด ย่อมมีสิ่งไม่คาดหมาย หรือเกิดความผิดพลาดเฉพาะหน้าขึ้นได้แต่พิธีกรทั้งสองก็สามารถทำได้อย่างราบรื่น มีความเป็นธรรมชาติ และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

วิธีการดำเนินรายการ

ลีลาในการดำเนินรายการแบบง่ายๆ (simple) พิธีกรจะพูดคุยอย่างเป็นกันเองโดยใช้ภาษาง่ายๆ ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเข้าถึง และมีส่วนร่วมในรายการ เหมือนได้ร่วมพูดคุยอยู่ด้วย ลักษณะของภาษาที่ใช้ไม่เคร่งครัดในไวยากรณ์มีความลื่นไหลตามอารมณ์และสถานการณ์ แต่ออกเสียงควบกล้ำอย่างชัดเจน เช่น การทักทายผู้ชมและทักทายกันเองตอนเปิดรายการ

- คุณศิริบุรณ์ : สวัสดีค่ะ คุณผู้ชม กลับมาพบกับเราสองคนเป็นประจำทุกเช้านะคะกับรายการผู้หญิง ผู้หญิง เป็นไงคุณพัชรศรี แหมทำหน้าที่เหมือนยังไม่ตื่นเลยนะคุณ
- คุณพัชรศรี : ก็ มีบ้างนะคุณ คนเรามันก็ต้องมีเพลียกันบ้างในยามเช้าอากาศหนาวๆ แบบนี้
- คุณศิริบุรณ์ : อ้อ งั้นมาฟัง ดิฉันมีวิธีแก้ความง่วงเหงาหาวนอนเวลาตื่นนอนตอนเช้าๆ มาแนะนำพอดีเลย

คุณพัชรศรี : ไหนลองบอกมาซิ กำลังอยากรู้ เผื่อจะช่วยดิฉันได้บ้าง

(วันที่ 24 ต.ค. 2545)

รูปแบบในการสัมภาษณ์และวิธีการตั้งคำถาม ลักษณะการสัมภาษณ์ในรายการจะเป็น การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ในลักษณะพูดคุยกับผู้ร่วมรายการอย่างเป็นทางการแบบผู้หญิง ผู้หญิง ด้วยลักษณะความเป็นธรรมชาติของพิธีกรทั้งสอง จะมีการหยอกและแซวผู้ร่วมรายการ บ้าง ทำให้ผู้ร่วมรายการที่แสดงอาการประหม่ารู้สึกคลายลง สามารถพูดคุย แสดงความคิดเห็น ทำให้การสัมภาษณ์กลายเป็นการคุยกันอย่างสนุกสนาน

เนื่องจากเป็นรายการสดที่มีเวลาออกอากาศเพียง 30 นาที การตั้งคำถามจึงเป็นคำถาม แบบตรงไปตรงมา (Straightforward) เพื่อเข้าสู่จุดที่ต้องการรู้ ไม่อ้อมค้อม ต้องการรู้เรื่องอะไรก็ ถามเลย และคำถามบางข้อก็มาจากผู้ชมทางบ้านโทรมาฝากคำถามไว้บ้างก็มี โดยลักษณะ คำถามพิธีกรจะไม่ใช้คำถามที่ตอบยาก ล้วงลึกแบบไม่คาดคิดและทำให้ผู้ร่วมรายการเกิดความอึดอัด ในการตอบ ส่วนใหญ่แนวคำถามจะเกี่ยวกับประเด็นเรื่องที่เชิญมาพูดคุย ไม่ออกนอกประเด็นหรือ พาดพิงประเด็นอื่นมากๆ เช่น สัมภาษณ์คุณตึก บงกช ในเรื่องเบื้องหลังนิราศสองภพ ก็ถามเรื่อง ละครเท่านั้น จะมีแทรกเรื่องความรักบ้างในลักษณะการแซวกันมากกว่าการคาดค้นความจริง จนเธอลำบากใจในการตอบ

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

บุคลิกลักษณะ

คุณเพชรี พรหมช่วย เป็นผู้หญิงที่มีบุคลิกเป็นผู้หญิงเก่งและแกร่ง มีลักษณะท่าทาง คล่องแคล่ว และมีความมั่นใจสูง ลักษณะการพูดที่ถูกต้องตามอักขรวิธี ชัดเจน มีภาพลักษณ์ เหมือนผู้ประกาศข่าวที่สุภาพ ตรงไปตรงมา ดูมีความน่าเชื่อถือ คุณเพชรี ไม่ใช่ดาราคือเป็นผู้หญิง ทำงาน มีลักษณะเป็นกลางในการนำเสนอข้อมูล

การแต่งกาย

ลักษณะการแต่งกายเป็นแบบสุภาพ แต่งหน้า ทำผมเรียบร้อย ไม่ตามแฟชั่นมากนัก เป็น ลักษณะเรียบแต่ดูดี ส่วนใหญ่เป็นชุดกระโปรงคล้ายชุดทำงานทั่วไป บางวันเป็นชุดที่ดูสุภาพสลับ กันไป

ประสบการณ์การทำงาน

คุณเพชรี่ผ่านการทำงานด้านพิธีกรรมมากพอสมควร จัดรายการวิทยุเกี่ยวกับผู้หญิงมาก่อน เข้าใจปัญหา เรื่องราวที่น่าเสนอต่อผู้หญิงเป็นอย่างดี ถือว่ามีความเป็นมืออาชีพในการถ่ายทอดข้อมูลอย่างเหมาะสม ปัจจุบันก็เป็นพิธีกรรายการเกี่ยวกับเรื่องราวในแวดวงบันเทิง ลักษณะสรุปข่าวบันเทิง ทำให้มีบทบาทที่หลากหลายเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง

วิธีดำเนินรายการ

ลีลาในการดำเนินรายการ เป็นไปในลักษณะคล้ายการรายงานข่าว วิธีการนำเสนอเนื้อหา มีความชัดเจน กระชับ เข้าใจได้ง่าย เช่น การเปิดรายการ

คุณเพชรี่ : สวัสดีค่ะ ติดตามรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงในเช้าวันจันทร์ที่ 2 ธันวาคม 2545 เป็นที่ทราบกันดีว่า....

ลักษณะการพูดที่ไม่เย็นเยื่อ มุ่งเข้าสู่ประเด็นที่ต้องการนำเสนอทันทีไม่มีการเกริ่นเรื่องอื่นๆ ในลักษณะกระชับรวดเร็ว

รูปแบบในการสัมภาษณ์และวิธีการตั้งคำถาม รูปแบบการสัมภาษณ์เป็นแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) และใช้การตั้งคำถามแบบตรงๆ ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบกระชับ ใช้คำถามมุ่งสู่ประเด็นในทันทีแต่เป็นไปด้วยความสุภาพนุ่มนวล เมื่อผู้ร่วมรายการเริ่มพูดถึงเรื่องที่น่าสนใจนอกประเด็นคุณเพชรี่ก็จะมีวิธีพูดดึงเข้าประเด็นได้อย่างไม่อ้อมค้อม มีสีหน้ายิ้มแย้ม แสดงความอยากรู้สนใจในเรื่องที่พูดคุยกันอยู่ต่อไป ซึ่งไม่ทำให้ผู้ร่วมรายการเกิดความไม่พอใจ เช่น "กลับมาพูดกันถึงเรื่อง...กันดีกว่าค่ะ" พร้อมกับยิ้มแย้มแบบผ่อนคลาย ลักษณะการดำเนินรายการเช่นนี้ทำให้ภาพของรายการมีลักษณะรวดเร็วเข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อหน่าย

รายการศุภกร์สบาย

บุคลิกลักษณะ

คุณวริศรา ลีธีระกุล เป็นดารานักแสดง ที่มีชื่อเสียงอยู่ในวงการบันเทิงมาเป็นเวลานาน และมีภาพลักษณ์ที่ดีตลอดมา ด้วยความสามารถบุคลิกลักษณะสบายๆ คุณเป็นธรรมชาติ สนุกสนานเหมาะสมที่จะเป็นผู้ดำเนินรายการศุภกร์สบาย อีกสิ่งที่สำคัญคือ คุณวริศรามีความเป็นกันเองแต่ให้ความสำคัญและมีความนอบน้อมกับผู้ร่วมรายการ แม้จะมีความรู้ ความสามารถ ทำงานเก่ง แต่เธอยังคงความมีสัมมาคารวะกับผู้มีอาวุโสกว่า เป็นที่น่าชื่นชมและเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้หญิงยุคใหม่

ผู้ดำเนินรายการอีกท่านหนึ่งของรายการศุภกร์สบาย คือ คุณหมวย อริสรา กำธรเจริญ มีบุคลิกของผู้หญิงทำงานรุ่นใหม่ที่มีความสามารถหลายด้านเช่นเดียวกับคุณวริศรา ด้วยการใช้ภาษาที่ถูกต้องตามอักขรวิธี พูดจาชัดเจน น้ำเสียงนุ่มนวล เป็นพิธีกรในช่วงชาร์ปชวนชิม ชวนโภชนาการของชาร์ปพูดคุยกันอย่างเป็นกันเอง ด้วยประสบการณ์ด้านพิธีกรที่ผ่านมา ทำให้การสาธิตการทำอาหารมีสีสัน น่าสนใจ และสนุกสนาน ทั้งสองมีความเหมือนกันในเรื่องที่มีบุคลิกสดใส ร่าเริง เป็นผู้หญิงเก่ง และมีครอบครัวแล้วทั้งคู่ จึงสามารถสร้างความเชื่อถือในเนื้อหา รายการศุภกร์สบายได้อย่างลงตัว

การแต่งกาย

เสื้อผ้าที่พิธีกรสวมใส่ในรายการเป็นชุดเสื้อผ้าแบบลำลอง เหมือนไปเที่ยวพักผ่อน ไม่อึดอัด อาจเป็นกางเกงสีสว่าง กับเสื้อยืดง่ายๆ หรือการเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ อาจมีปะสะพายหลัง และใส่หมวกบ้างแล้วแต่สถานที่ที่ไป ส่วนคุณอริสราแต่งกายแบบลำลองสบายๆ เหมือนอยู่กับบ้าน และบางครั้งจะแต่งกายลักษณะใกล้เคียงกับที่มา หรือซื้ออาหารในวันนั้น

ประสบการณ์การทำงาน

คุณวริศรา เป็นดาราที่มีชื่อเสียงแถมี่มาตลอด เคยผ่านการเป็นพิธีกรรายการเกมโชว์ แต่ไม่เคยเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์แบบเต็มตัวเช่นนี้มาก่อน ปัจจุบันแม้จะไม่ค่อยมีงานแสดงหรือทำรายการเท่าใดนัก แต่ก็มีชาวคุณวริศราร่วมกับเพื่อนตั้งชมรมทำงานเพื่อสังคมอยู่เป็นประจำ

เมื่อมาจัดรายการศุภมาสบายจึงมีความโดดเด่นในเรื่องของความสด ผู้ชมไม่เคยเห็นภาพเธอในลักษณะนี้แต่เชื่อมั่นในความสามารถเป็นที่ยอมรับในสังคมว่าเป็นผู้หญิงเก่งคนหนึ่ง เมื่อมาทำรายการจึงดึงดูดความสนใจของผู้หญิงได้ดี คุณอริสราจบการศึกษาทางด้านวารสารศาสตร์เข้าวงการด้วยความสามารถในการเป็นผู้ประกาศข่าวและวิเคราะห์ข่าวและเป็นพิธีกรหลายรายการซึ่งสามารถทำได้ดีทั้งรายการหนักๆเช่น รายการเกี่ยวกับปัญหาสังคม และรายการประเภทบันเทิง เรียกได้ว่าเป็นพิธีกรที่มีชื่อเสียงโดดเด่นคนหนึ่งจึงเป็นเครื่องรับประกันความสามารถทางด้านนี้เป็นอย่างดี

วิธีดำเนินรายการ

การดำเนินรายการเสนอรายการเป็นแบบง่ายๆ การพูดคุยมีความเป็นกันเองเป็นธรรมชาติ พูดคุยกับผู้ร่วมรายการแบบพี่ๆ น้องๆ ที่ทำให้ผู้ชมสนุกสนานและใกล้ชิด เสมือนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของรายการไปด้วย นอกจากนี้ได้ชมภาพธรรมชาติวิวทิวทัศน์ที่สวยงามแล้ว และเนื้อหาที่สร้างสรรค์ดูสบายแล้ว คุณอริสราเป็นพิธีกรที่มีลักษณะส่วนตัวที่โดดเด่นในการสร้างความบันเทิงแก่ผู้ร่วมรายการและผู้ชมได้อย่างเพลิดเพลินทีเดียว ในช่วงซาร์ปชอนิม คุณอริสราจะเปิดช่วงด้วยบทพูด หรือการแสดงละครเล็กๆ น้อยๆ ให้อารมณ์ขันเกี่ยวกับอาหารที่จะทำในวันนั้น เมื่อแนะนำโภชนาการที่จะมาสาธิตการทำอาหารแล้วก็จะชวนพูดคุยและทำอาหารไปด้วย ลักษณะการพูดคุย คุณอริสราจะให้เกียรติโภชนาการเป็นผู้มีคุณวุฒิมากกว่า เปิดโอกาสให้พูดแนะนำสูตรการทำอาหารได้อย่างเต็มที่ คุณอริสราจะคอยพูดเสริมถามถึงวิธีการและเคล็ดลับ และพูดคุยหยอกล้อกันอย่างสนุกสนาน ทำให้รู้สึกว่าการทำอาหารเป็นเรื่องไม่ยากและยังสนุกอีกด้วย ด้วยความเป็นมืออาชีพของคุณอริสรา ดำเนินรายการเชิงวิชาการให้มีความน่าเชื่อถือได้ และดำเนิน รายการที่เกี่ยวกับการทำอาหารที่เป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นประจำ ให้เป็นเรื่องสนุกสนานและน่าสนใจได้ สามารถทำให้อารมณ์ของเนื้อหาเป็นไปได้อย่างที่ต้องการ

รูปแบบในการสัมภาษณ์และวิธีการตั้งคำถาม การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการเป็นไปในลักษณะไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ในบางครั้งที่ผู้ร่วมรายการชวนคุยออกนอกประเด็น คุณอริสรา ก็จะปล่อยให้พูดตามความคิดที่อิสระแต่ก็จะมีเทคนิคการพูดชวนกลับเข้าประเด็นได้อย่างนุ่มนวล ไม่ติดขัด บางที่ผู้ร่วมรายการพูดน้อย หรือออกอาการประหม่า ไม่ได้ข้อมูลที่เพียงพอ คุณอริสรา ก็จะพยายามสร้างความเป็นกันเองชักชวนคุยจนได้ความกระจ่างในเรื่องนั้นๆ ยิ่งขึ้น

รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์

บุคลิกลักษณะ

พิธีกรรายการทั้ง 2 คนคือ คุณวรลักษณ์ พานิชย์กุล และคุณสรินยา เบอ์บริดจ์ มีลักษณะเด่นคือเป็นดารานางแบบ ที่มีชื่อเสียงมานาน เป็นที่ยอมรับในวงการแฟชั่น มีบุคลิกดี เป็นสาวสมัยใหม่ที่มีความมั่นใจสูง สอดคล้องกับรูปแบบรายการเลดีส์คอร์นเนอร์ที่เน้นการเสนอเนื้อหาด้านแฟชั่นความงามเป็นอย่างยิ่ง

การแต่งกาย

เนื่องจากภาพการเป็นนางแบบและลักษณะรายการแนวแฟชั่นบันเทิง การแต่งกายของพิธีกรต้องนำสมัย เบรีวยและสวยได้เต็มที่ทั้งเสื้อผ้า การแต่งหน้า และทรงผม ต้องทันสมัยตามความเคลื่อนไหวในวงการแฟชั่นตลอดเวลา และต้องมีความหลากหลายเปลี่ยนแปลงได้ไม่จำกัดรูปแบบ สร้างความแตกต่างไม่ซ้ำซากจำเจแก่ผู้ชมซึ่งลักษณะเช่นนี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการติดตามชม และประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง

ประสบการณ์ทำงาน

ประสบการณ์ในด้านพิธีกรประจำรายการของคุณวรลักษณ์และคุณสรินยา อาจมีไม่มากนัก แต่สิ่งที่สำคัญและนำมาใช้ได้จริงกับรายการเลดีส์คอร์นเนอร์ ก็คือ ประสบการณ์ในวงการนางแบบ ความเป็นตัวของตัวเอง มาพูดคุย ถ่ายทอดให้ผู้ชมได้รับรู้

วิธีดำเนินรายการ

พิธีกรทั้งสองจะพูดคุยกันแบบพี่น้อง ตอบโต้กันไปมาซักถามเรื่องราวต่างๆ ตามแต่ประเด็นที่จะกล่าวถึงในวันนั้น โดยการถ่ายทำนอกสถานที่อาจเป็นร้านอาหารเก๋ๆ ในลักษณะนัดเจอกันตามสถานที่ต่างๆ อาจเป็นร้านอาหาร หรือบางครั้งก็พาไปเกาะติดเบื้องหลังเวทีเดินแบบ การเตรียมตัวในการเดินแบบพูดคุยกับช่างแต่งหน้า ช่างทำผม นางแบบ อย่างเป็นกันเอง ซึ่งนำเสนอออกมาได้อย่างกลมกลืนและลื่นไหลดูแล้วเพลิน เหมือนผู้ชมได้เข้าไปสัมผัสเบื้องหลังวงการดารา นางแบบจริงๆ

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

บุคลิกลักษณะ

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงออกอากาศมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานมีการหมุนเวียนเปลี่ยนพิธีกรมาหลายครั้งปัจจุบันรายการมีพิธีกร 4 คนคือ อาจารย์ประโภชน์ มยุระ คุณดวงดาว จารุจินดา คุณพินิตนาฏ ฉัตรวิไล และคุณศศิณา วิมุตตานนท์

“ลักษณะพิธีกรของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงจะมี 4 คน 4 วิทยากรประโภชน์ เป็นนักวิชาการ เป็นอาจารย์ที่มีความรู้กว้าง มีประสบการณ์ในหลายเรื่องที่ทำให้ความรู้ได้อย่างดี คุณดวงดาวมีประสบการณ์อยู่ในวงการบันเทิงเป็นเวลานานเป็นที่ยอมรับในเรื่องประสบการณ์และความสามารถ คุณดวงดาวยังเป็นตัวแทนของแม่ที่มีลูกชายในวัยรุ่นถึง 2 คน จึงสามารถแนะนำให้มุมมอง วิธีการดูแล พูดคุยกับวัยรุ่นได้ คุณศศิณามีภาพลักษณ์ของผู้หญิงยุคใหม่เต็มตัว และยังเป็นตัวแทนของผู้หญิงทำงานที่แต่งงานแล้วและกำลังเรียนรู้การใช้ชีวิตคู่ ส่วนคุณพินิตนาฏ นั้นเป็นหญิงสาวรุ่นใหม่ที่สามารถเป็นตัวแทนของผู้หญิงตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงการเริ่มชีวิตทำงาน จากลักษณะของพิธีกรทั้ง 4 คนนี้สามารถเป็นตัวแทนครอบคลุมกลุ่มผู้ชมรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงได้เป็นอย่างดี”(ผุสชา ไทณะวณิก, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2546)

จากแนวคิดด้านการเลือกพิธีกรมาเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ชมของรายการซึ่งมีความครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมที่หลากหลาย คุณดวงดาวและอาจารย์ประโภชน์เป็นพิธีกรหลักที่ดำเนินรายการมาเป็นเวลานานมีภาพลักษณ์สุภาพ น่าเชื่อถือเป็นผู้มีประสบการณ์สูง สามารถชี้แนะในเรื่องต่างๆ ได้ดี ส่วนคุณศศิณามีภาพลักษณ์เป็นผู้หญิงทำงาน บุคลิกดี ลักษณะการพูดจา ชัดเจน ฉะฉาน คุณพินิตนาฏ เป็นผู้มียุวุฒิผู้น้อยที่สุดในบรรดาพิธีกรทั้ง 4 คน แต่ก็มีบุคลิกความเป็นตัวของตัวเอง กล่าวพูด กล่าวแสดงออกอย่างถูกกาลเทศะ

ประสบการณ์การทำงาน

อาจารย์ประโภชน์ มยุระ เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยชื่อดังมีประสบการณ์ทั้งทางด้านวิชาการและประสบการณ์สามารถให้ความรู้แก่ผู้หญิงอย่างดี

คุณดวงดาว จารุจินดา เป็นผู้หญิงที่มีประสบการณ์การดำเนินพิธีกรรายการครบเครื่องเรื่อง

ผู้หญิงมาเป็นเวลานาน มีความน่าเชื่อเป็นที่ยอมรับเป็นพิธีกรที่มีชื่อเสียงและคุณภาพมากคนหนึ่ง

คุณศศิณา ผ่านงานด้านผู้ประกาศข่าวมีลีลาการอ่านข่าวที่ชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ ตอนที่เริ่มงานในช่วงสะเก็ดข่าว ก็ได้รับการกล่าวถึงจากประชาชนเป็นอย่างมากว่ามีบุคลิกลักษณะที่น่าสนใจ โดดเด่นในช่วงเวลานั้น และเธอก็ยังคงคุณภาพการทำงานได้ไม่เปลี่ยนแปลง

คุณพินิตนาฏ จบการศึกษาด้านอักษรศาสตร์ และเป็นอาจารย์ที่คณะอักษรศาสตร์ เป็นผู้หญิงรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถมากคนหนึ่ง แม้จะไม่เคยผ่านงานด้านพิธีกรมาก่อนแต่ก็ดำเนินรายการได้ดีทีเดียว

วิธีดำเนินรายการ

การพูดคุยกันในรายการของพิธีกรทั้ง 4 เป็นไปในลักษณะกันเองและสุภาพ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทำให้ผู้ชมได้ทราบมุมมองความคิดของบุคคลที่มีวัยต่างกัน เก็บเป็นประสบการณ์ได้

รูปแบบในการสัมภาษณ์และวิธีการตั้งคำถาม การสัมภาษณ์เป็นแบบไม่เป็นทางการ แต่เน้นที่ความสุภาพเป็นหลัก จะให้เกิดยรติผู้ร่วมรายการ ไม่ใช่คำถามที่ลำบากใจในการตอบ ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นไปอย่างสุภาพ โดยจัดแบ่งการสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกันระหว่างเรื่องที่จะสัมภาษณ์กับพิธีกร เป็นการจัดรูปแบบได้อย่างเหมาะสม

จุดร่วมของพิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

1. พิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นผู้มีชื่อเสียงจากการทำงานมากกว่าภาพพจน์การเป็นดารา คือ พิธีกรรายการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงจากงานพิธีกรมาแล้วทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น คุณดวงดาว จารุจินดา คุณเพชร พรหมช่วย คุณศิริบูรณ์ ณัฐพันธ์ เป็นต้น
2. พิธีกรรายการโทรทัศน์รูปแบบวาไรตี้สำหรับสตรีต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ ในขอบเขตที่กว้างๆ ที่เรียกได้ว่า เป็นผู้หญิงที่รอบรู้ แม้ว่าอาจจะไม่ต้องรู้ทุกเรื่องอย่างลึกซึ้งแต่ต้องมากพอที่จะวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีให้แก่ชมได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน
3. การใช้ภาษาในการสื่อสารของพิธีกรโทรทัศน์สำหรับสตรีทุกรายการเป็นไปอย่างถูกอักขรวิธีการใช้สำนวนพูดจาและการแสดงกิริยามารยาทต้องมีความสุภาพเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้หญิงในสังคมปัจจุบันได้ แต่พิธีกรก็มีความเป็นธรรมชาติ สามารถแสดงอารมณ์ร่วมไปกับเรื่องราวที่นำเสนอและรูปแบบของรายการได้อย่างเหมาะสม โดยการนำเสนอเนื้อหาที่พิธีกรจะพูดคุยกับผู้ชมอย่างเป็นกันเอง ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับการพูดคุย
4. พิธีกรรายการมีบุคลิกที่สอดคล้องกับลักษณะของรายการรูปแบบนิตยสารวาไรตี้สำหรับสตรีที่นำเสนอเรื่องราวสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องความเป็นไปในสังคม ข้อมูล เหตุการณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับผู้หญิง ในบรรยากาศการนำเสนอเนื้อหาแบบสบายๆ เป็นกันเอง โดยแฝงความบันเทิงด้วย พิธีกรแต่ละรายการจึงมีการแสดงบทบาทที่เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะของรายการ เช่น รายการศุกร์สบาย พิธีกรคือคุณวริศรา ลีธีระกุล และคุณวริศรา กำธรเจริญ ก็มีบุคลิกที่เป็นกันเอง สนุกสนาน และสบายๆ ดังเช่นลักษณะของรายการ
5. เมื่อเทียบกับพิธีกรรายการอื่นๆ พบว่า พิธีกรรายการผู้หญิงนั้นต้องมีลักษณะโดดเด่นในเรื่องความสามารถในการทำงาน ทักษะในเรื่องที่นำเสนอต้องแม้จะมีความเป็นกันเองกับผู้ชมมากเพียงใดแต่จุดหนึ่งที่สำคัญคือต้องมีลักษณะก้าวร้าวหน้าผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไปก้าวหนึ่ง ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบ เป็นแบบอย่างแก่ผู้หญิงที่ติดตามชมรายการได้ เป็นการสร้างความเชื่อถือในข้อมูลที่นำเสนอแก่ผู้ชมนั่นเอง

3. การเสนอเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่เกี่ยวข้องกับระดับการพัฒนาสตรี

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ สำหรับสตรี ปี2537

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน 5 รายการได้แก่

รายการผู้หญิง ผู้หญิง

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

รายการศุกร์สบาย

รายการเลดีส์คอร์ทเนอร์

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

พบว่ามีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในการพัฒนาสตรีจากแผนพัฒนาสตรีระยะยาว พ.ศ.2525-2544 ซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่ การพัฒนาสตรีระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัว การพัฒนาสตรีระดับครอบครัว และการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคม ดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนตัว

1.1 มีร่างกายและจิตใจสมบูรณ์ รู้จักระวัง ดูแล ป้องกัน และรักษาสุขภาพของตนทั้งทางการและจิตโดยเฉพาะในระหว่างตั้งครรภ์ คลอดลูก ระยะเวลาเลี้ยงดูลูกอ่อน และในช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

1.2 มีความรู้อย่างน้อยจบการศึกษาภาคบังคับ มีพื้นฐานทางด้านสติปัญญา คุณธรรม และทักษะเบื้องต้นในการประกอบอาชีพ สามารถพึ่งพาตนเอง และมีงานทำที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์

1.3 มีความกระตือรือร้นที่จะใช้สิทธิและโอกาสแสวงหาความรู้ เพื่อนำมาพัฒนาศักยภาพของตนเองให้เต็มที่ และเพื่อนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาความเป็นอยู่และค่านิยมของครอบครัว โดยเฉพาะสมาชิกที่ยังเป็นเด็กและเยาวชน

1.4 มีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม มีคุณธรรมเป็นหลักในการดำเนินชีวิต เพื่อแผ่ความเมตตาธรรม ความรักออกไปสู่มวลมนุษยชาติ

2. ชีวิตและครอบครัว

2.1 มีเสรีภาพในด้านความรักและการเลือกคู่ครอง โดยพิจารณาถึงความพร้อมทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ และถือว่า "คุณธรรมทางเพศ" เป็นสิ่งสำคัญเสมอกัน สำหรับชายและหญิง

2.2 มีสิทธิ์ตัดสินใจในการคุมกำเนิดหรือทำแท้งได้เมื่อมีเหตุจำเป็นภายในขอบเขตของกฎหมายและชายควรรับภาระในการคุมกำเนิดมากขึ้น

2.3 ทั้งชายและหญิงมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการเลี้ยงดูอบรมลูก และในงานบ้านการแบ่งภาระหน้าที่ระหว่างกันควรเป็นไปตามความเหมาะสม โดยความยินยอมพร้อมใจของทั้งสองฝ่าย

2.4 ทั้งชายและหญิงมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันในการสร้างครอบครัว ที่มีความอบอุ่นและกลมเกลียว โดยมีความรักความเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างพื้นฐานชีวิตที่มีความสุขและมีคุณธรรมให้แก่สมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน และเปิดกว้างไปถึงคนญาติและชุมชนด้วย

3. การมีส่วนร่วมในสังคม

3.1 มีส่วนร่วมในการกำหนดค่านิยมและบทบาท โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับสตรีเองทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน

3.2 มีส่วนร่วมคิดและร่วมตัดสินใจในปัญหาและกิจกรรมของชุมชน

3.3 มีส่วนร่วมในทางเศรษฐกิจตามหลักความสามารถ ทั้งในการได้รับคัดเลือกเข้าทำงาน การรับค่าตอบแทนและโอกาสก้าวหน้าเช่นเดียวกับชาย

3.4 มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน การเมือง และการปกครองในทุกระดับมากขึ้น รวมทั้งกิจกรรม ด้านศิลปวัฒนธรรมและนันทนาการในทุกรูปแบบตามความสามารถที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี จากหลักเกณฑ์การพัฒนาสตรีดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ประเด็นหัวข้อเรื่อง ในการวิเคราะห์โดยการอ้างอิงจากงานจากงานวิจัยของปัญญาма รักแตงาม เรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 ประกอบกับการพิจารณาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเพื่อกำหนดหัวข้อประเด็นในการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากงานวิจัยของ ปัญญาма รักแตงาม เรื่องการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี ในปี 2537 กำหนดขอบเขตของเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับ คือ

ระดับคุณลักษณะส่วนตัวหรือระดับตนเอง 4 เรื่อง ได้แก่

1. เรื่องสุขภาพและความงาม
2. เรื่องอาชีพการงาน
3. เรื่องการศึกษา
4. เรื่องสิทธิสตรี

ระดับครอบครัว 3 เรื่อง ได้แก่

1. เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว
2. เรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ
3. เรื่องความรุนแรงในครอบครัว

ระดับการมีส่วนร่วมในสังคมหรือระดับโลกภายนอก 14 เรื่อง ได้แก่

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 1. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 8. วิทยาศาสตร์และการแพทย์ |
| 2. เศรษฐกิจ | 9. เทคโนโลยี |
| 3. ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี | 10. การเกษตร |
| 4. สังคม | 11. ข้อมูลข่าวสาร |
| 5. การเมืองและการปกครอง | 12. คนทุพพลภาพ |
| 6. ประวัติศาสตร์ | 13. คนกลุ่มน้อย |
| 7. ศาสนาและพิธีกรรม | 14. ผู้ย้ายถิ่น |

จากการกำหนดขอบเขตหัวข้อเรื่องเพื่อการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับของปัญหา (2537) ประกอบกับการพิจารณาขอบเขตเนื้อหาของ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน (พ.ศ. 2545) จึงกำหนดขอบเขตหัวข้อเรื่องที่สัมพันธ์กับระดับการพัฒนาสตรีได้คือ

การพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะส่วนตัว แบ่งได้เป็น 9 เรื่อง ได้แก่

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. เรื่องอาชีพการงาน | 6. เรื่องการศึกษา |
| 2. เรื่องสุขภาพและความงาม | 7. เรื่องสิทธิสตรี |
| 3. เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย | 8. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว |
| 4. เรื่องการประดิษฐ์ | 9. เรื่องการป้องกันตนเอง |
| 5. เรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต | |

การพัฒนาสตรีระดับครอบครัว แบ่งได้เป็น 2 เรื่อง คือ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว
2. ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก

การพัฒนาศตวรรษที่ 21 ระดับการมีส่วนร่วมในสังคม แบ่งได้เป็น 15 เรื่อง คือ

- | | |
|----------------------------|-------------------------------|
| 1. การเมือง | 9. เทคโนโลยี |
| 2. เศรษฐกิจและธุรกิจ | 10. คนพิการ |
| 3. สังคม | 11. บุคคลและวงการบันเทิง |
| 4. ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี | 12. กิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น |
| 5. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 13. การท่องเที่ยว |
| 6. วิทยาศาสตร์การแพทย์ | 14. อาหาร |
| 7. ข้อมูลข่าวสาร | 15. สัตว์เลี้ยง |
| 8. การเกษตร | |

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบเรื่องที่สัมพันธ์กับการพัฒนาศตวรรษที่ 21 ระดับคุณลักษณะส่วนตัว

ปี 2537	ปี 2545
สุขภาพ และความงาม	สุขภาพ และความงาม
อาชีพ การงาน	อาชีพ การงาน
การศึกษา	การศึกษา
สิทธิสตรี	สิทธิสตรี
	การดูแลบ้านและงานครัว
	บุคลิกภาพและการแต่งกาย
	การประดิษฐ์
	การป้องกันตนเอง
	แง่คิดการดำเนินชีวิต

การจากการศึกษาเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน พบว่า เนื้อหาในประเด็นเรื่องสุขภาพและความงาม อาชีพการงานยังคงมีการนำเสนออยู่ และรายการยังเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อเรื่องเพิ่มเติมจากงานวิจัยในปี 2537 เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีอีก 5 เรื่องด้วยกัน คือ เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย เรื่องการประดิษฐ์ เรื่องการป้องกันตนเอง และเรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต

ส่วนในเรื่องการศึกษา และเรื่องสิทธิสตรีนั้นยังคงเป็นหัวข้อเรื่องเดิมที่คงไว้และเป็นเรื่องที่แทบจะไม่มีนำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเช่นเดิม

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบเรื่องที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

ปี 2537	ปี 2545
ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว	ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว
ความสัมพันธ์ทางเพศ	ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก
ความรุนแรงในครอบครัว	

ในหัวข้อเรื่องที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวนั้น ในหัวข้อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นชื่อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักแทน ส่วนเนื้อหาเรื่องความรุนแรงทางเพศไม่ปรากฏการนำเสนอในรายการใดเลย ซึ่งไม่สอดคล้องกับบริบทสังคมในปัจจุบันที่มีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องนี้ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ประเภทรายการข่าว เหล่านี้ถือเป็นประจำ

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบเรื่องที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีระดับการมีส่วนร่วมในสังคม

ปี 2537	ปี 2545
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
เศรษฐกิจ	เศรษฐกิจและธุรกิจ
ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี
สังคม	สังคม
การเมืองและการปกครอง	การเมืองและการปกครอง
วิทยาศาสตร์และการแพทย์	วิทยาศาสตร์และการแพทย์
ข้อมูลข่าวสาร	ข้อมูลข่าวสาร
การเกษตร	การเกษตร
เทคโนโลยี	เทคโนโลยี
คนทุพพลภาพ	คนพิการ
ศาสนาและพิธีกรรม	บุคคลและวงการบันเทิง
ประวัติศาสตร์	กิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น
คนกลุ่มน้อย	อาหาร
ผู้ย้ายถิ่น	การท่องเที่ยว
	สัตว์เลี้ยง

การนำเสนอเนื้อหาที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกนั้นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเสนอขอบเขตเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงจากเดิม 9 เรื่อง แบ่งเป็น

1. หัวข้อเรื่องที่ไม่ปรากฏการนำเสนอในปัจจุบันมี 4 เรื่อง ได้แก่ เรื่องศาสนาและพิธีกรรม เรื่องประวัติศาสตร์ เรื่องคนกลุ่มน้อย และเรื่องผู้ย้ายถิ่น

2. หัวข้อเรื่องที่มีเพิ่มขึ้นจากรายการในปี 2537 มี 5 เรื่อง ได้แก่ เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง เรื่องกิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น เรื่องการท่องเที่ยว เรื่องอาหารการกิน และเรื่องสัตว์เลี้ยง

เรื่องที่ไม่ปรากฏการนำเสนอในรายการปัจจุบันนั้น หัวข้อเรื่องคนกลุ่มน้อย และผู้ย้ายถิ่น ไม่มีปรากฏในรายการ อาจเนื่องมาจากแนวคิดของผู้ผลิตรายการและแนวโน้มของเนื้อหา เรื่องที่นำเสนอในรายการรูปแบบวาไรตี้สำหรับสตรีในปัจจุบันนั้น เรื่องคนกลุ่มน้อยและผู้ย้ายถิ่นเป็นหัวข้อที่แยกออกจากบริบทพล และความสนใจของสตรีในสังคมปัจจุบันไปอย่างสิ้นเชิง

นอกจากนี้เนื้อหาในหัวข้อเรื่องที่มีความสำคัญระดับประเทศ ได้แก่ เรื่องศาสนาและพิธีกรรม และเรื่องประวัติศาสตร์ ไม่ปรากฏในรายการในปัจจุบันเลยเช่นกัน ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่า หากรายการสำหรับผู้หญิงไม่มีการส่งเสริมเนื้อหาทางวัฒนธรรมเช่นนี้ อาจทำให้ผู้หญิงโดยเฉพาะที่เป็นมารดาซึ่งมีบทบาทอย่างยิ่งในการอบรมสมาชิกใหม่ในสังคม เห็นคุณค่าความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ลดลงและไม่ได้ถ่ายทอดวัฒนธรรมสู่รุ่นลูกหลาน และเรื่องเหล่านี้จะกลายเป็นเรื่องที่ออกจากบริบทพลความสนใจของคนรุ่นต่อไปได้ ฉะนั้นผู้หญิงน่าจะได้รับข้อมูลเหล่านี้มากขึ้นเพื่อประโยชน์ทั้งตนเองและสังคมนั่นเอง

หัวข้อเรื่องที่มีเพิ่มขึ้นจากรายการผู้หญิงในปี 2537 และมีการนำเสนอมากด้วย คือ เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง เรื่องการท่องเที่ยว และเรื่องอาหารการกิน ในเรื่องการท่องเที่ยว สันนิษฐานว่าปัญจมาคงรวมไว้ในหัวข้อเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แยกหัวข้ออย่างชัดเจน ส่วนการพิจารณาเนื้อหาเรื่อง การท่องเที่ยว และเรื่องอาหารการกินกับผู้หญิง ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ามีปรากฏในรายการผู้หญิงปัจจุบันมากขึ้นนั้น สอดคล้องกับบริบทสังคมในปัจจุบันที่ผู้หญิงออกสู่โลกภายนอกมีวิถีชีวิตการกินอยู่นอกบ้านมากขึ้น เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้จึงปรากฏให้เห็นมากขึ้นเป็นการตอบสนองต่อกลุ่มผู้ชมตามไปด้วย

2. การวิเคราะห์ระดับการพัฒนาศรีตามชื่อช่วงรายการ

การวิเคราะห์เนื้อหาของรายการที่สัมพันธ์กับการพัฒนาศรีในครั้งนี้ ศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 5 รายการ ได้แก่ รายการผู้หญิง ผู้หญิง รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง รายการศุภรีสบาย รายการเลดีส์ คอรัเนอร์ และรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่ทำการศึกษาในครั้งนี้มีรูปแบบการนำเสนอโดยแบ่งเป็นหลายช่วงในการออกอากาศ 1 ตอน (1 วัน) ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ลักษณะของรายการแต่ละรายการจากช่วงรายการ จัดทำเป็นตารางแสดงชื่อช่วงรายการกับระดับการพัฒนาศรี เพื่อให้มองเห็นภาพรวมลักษณะเนื้อหาของรายการแต่ละรายการว่ามีเนื้อหาที่ครอบคลุมการพัฒนาศรีระดับใดบ้างได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ช่วงรายการ 1 ช่วง อาจมีการนำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาศรีได้มากกว่า 1 ระดับ ตามแต่ความหลากหลายของเนื้อหาที่ผู้ผลิตรายการต้องการนำเสนอในช่วงรายการนั้น เช่น ช่วงสัมภาษณ์ และช่วงสกุ๊ปรายการ ผู้ผลิตมักเสนอเนื้อหาในประเด็นที่หลากหลายสลับเปลี่ยนไปในเรื่องต่างๆ เนื้อหาในช่วงรายการเหล่านี้จึงมีเนื้อหาในการพัฒนาศรีมากกว่า 1 ระดับ แต่ในช่วงรายการบางช่วง ผู้ผลิตอาจมีการกำหนดเค้าโครงเนื้อหาไว้อย่างแน่นอนให้สัมพันธ์กับระดับการพัฒนาเพียงระดับเดียว เช่น ช่วงผิวสวยจากภายในกับGlow ของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เป็นเรื่องการดูแลผิวพรรณด้วยวิธีที่ต่างกันไป จึงมีเนื้อหาการพัฒนาศรีระดับตนเองเพียงระดับเดียวเท่านั้น

ตารางที่ 6 แสดงระดับการพัฒนาศรีของรายการผู้หญิง ผู้หญิง แบ่งตามชื่อช่วงรายการ

ช่วงรายการ	ระดับการพัฒนาศรี
ผู้หญิงรอบรู้	ตนเอง/โลกภายนอก
ผู้หญิงชวนคุย ของฝาก	ตนเอง/ครอบครัว/โลกภายนอก
	ตนเอง/โลกภายนอก

รายการผู้หญิง ผู้หญิง มีเนื้อหาที่เน้นการพัฒนาศรีระดับคุณลักษณะส่วนตัวมากที่สุด โดยเฉพาะในช่วงผู้หญิงรอบรู้ เนื้อหาช่วงนี้จะเสนอเคล็ดลับที่เป็นเรื่องน่ารู้ใกล้ตัวผู้หญิง เป็นเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเพื่อเสริมความรู้เรื่องในชีวิตประจำวัน ช่วงผู้หญิงชวนคุย ทางรายการมีการเสนอเนื้อหาในการพัฒนาศรีทั้ง 3 ระดับ เช่น เรื่องสุขภาพความงาม การประกอบธุรกิจ ความสัมพันธ์

ในครอบครัว ศิลปะบันเทิง การท่องเที่ยว เป็นต้น ในช่วงของฝาก เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นเรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจ เน้นเรื่องอาหารและการท่องเที่ยว ไม่ปรากฏเนื้อหาในการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวแต่อย่างใด

ตัวอย่าง รายการผู้หญิง ผู้หญิง

พิธีกรรายการ 2 คน คือคุณศิริบุรณ์ ณัฐพันธ์และคุณพัชรศรี เบญจมาศ กล่าวสวัสดิ์ผู้ชมรายการและทักทายกันด้วยความเป็นกันเอง และพูดถึงเรื่องค่าง่ายเว็บไซต์ว่า ค่าง่ายจะบอกให้ทราบหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้สร้างเว็บไซต์นั้น ต่อมาก็แนะนำวิธีการใช้เครื่องสำอางอย่างถูกวิธี จากนั้นพิธีกรจะพูดถึงเนื้อหาการสัมภาษณ์ในช่วงต่อไป

เมื่อเริ่มช่วงผู้หญิงชวนคุยพิธีกรจะเปิดด้วยการกล่าวถึงแพชชั่นการเพนท์ การทาเล็บของสาว ๆ ในปัจจุบัน และแนะนำเข้าของธุรกิจการเพนท์เล็บ เอ็น ซี ไอ คุณพิมพ์รัตน์ ตริรัตน์กิตติกุล ระหว่างพูดคุยจะเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านโทรเข้ามาฝากคำถามได้ เมื่อได้ข้อมูลพอสมควรแล้วพิธีกรก็จะกล่าวลาผู้ชมรายการ และเกริ่นนำเรื่องในช่วงของฝาก

เมื่อกลับเข้าสู่ช่วงของฝากพิธีกรก็จะแนะนำเรื่องที่จะเสนอวันนี้ ตัดเข้าสู่ภาพสกุ๊ป มีพิธีกรภาคสนามพาไปแนะนำการเลี้ยงกวางเป็นสัตว์เศรษฐกิจตัวใหม่ของไทย โดยพาไปชมฟาร์มเลี้ยงกวาง ที่จังหวัดนครราชสีมา พูดถึงช่องทางธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมส่งออกขณะนี้ ปัญหาและอุปสรรค รวมไปถึงข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจนี้ เมื่อจบช่วงนี้จะเป็นการกล่าวสรุป จากนั้นจึงประกาศผู้ที่ได้รับรางวัลหนังสือประจำวันจากการโทรเข้ามาฝากคำถาม และพิธีกรกล่าวเกริ่นถึงเนื้อหาการพูดคุยในวันถัดไป และกล่าวสวัสดิ์ปิดรายการ

(วันที่ 28 ตุลาคม 2545)

ตารางที่ 7 แสดงระดับการพัฒนาศรีของรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง
แบ่งตามชื่อช่วงรายการ

ช่วงรายการ	ระดับการพัฒนา
สัปดาห์ช่วงแรก	ตนเอง/ครอบครัว/โลกภายนอก
สัปดาห์ช่วงที่สอง	ตนเอง/โลกภายนอก
อ้อยแน่แค่อายุซอส	โลกภายนอก
สัมภาษณ์	ตนเอง/ครอบครัว/โลกภายนอก

เนื่องจากโดยภาพรวมวัตถุประสงค์ของรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง เป็นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีเนื้อหาสะท้อนเรื่องราวเกี่ยวกับสตรีในหลายแง่มุมไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ สุขภาพ การดำเนินชีวิตของผู้หญิงโดยทั่วไป หรือปัญหาที่ผู้หญิงต้องประสบ ช่วงสัปดาห์ช่วงแรกและช่วงสัมภาษณ์ซึ่งเป็นช่วงเด่นของรายการจึงมีการนำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาศรีทั้ง 3 ระดับเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของรายการ ส่วนในสัปดาห์ช่วงที่สองนั้นเนื้อหาที่นำเสนอเป็นเรื่องเบาๆ เกี่ยวกับ สุขภาพความงาม งานสังคม ศิลปวัฒนธรรม ความบันเทิงต่างๆ และช่วงอ้อยแน่แค่อายุซอส เน้นในเรื่องอาหารการกิน

ตัวอย่าง รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

พิธีกรคือคุณเพชรี พรหมช่วย กล่าวสวัสดิ์ดีเริ่มรายการในลักษณะทำเย็น แนะนำช่วงสัปดาห์แรก ให้ติดตามชมชีวิตป่าใบชา ที่ยากจนและลำบาก จากนั้นจึงตัดภาพเข้าสู่สัปดาห์โดยมีเสียงบรรยาย สลับกับคำสัมภาษณ์ของป่าใบชา เมื่อจบสัปดาห์พิธีกรจะกล่าวถึงเรื่องที่จะพูดคุยในช่วงสัมภาษณ์ในวันนี้ปิดเบรค

หลังจากโฆษณา กลับมาพบกับสัปดาห์ที่สองเรื่องนวัตกรรมเครื่องโกนหนวด เป็นงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่มีเสียงบรรยายประกอบภาพสัปดาห์ เมื่อจบสัปดาห์นี้ตามด้วยช่วงอ้อยแน่แค่อายุซอส โดยพิธีกรกล่าวแนะนำเมนูอาหารที่นำเสนอ เป็นการไปถ่ายทำที่ร้านอาหาร

ช่วงสัมภาษณ์เรื่อง เผาพลังงาน ผลาญน้ำหนักโดยคำแนะนำของเภสัชกรที่มาร่วมรายการ จากนั้นพิธีกรกล่าวปิดรายการ

(วันที่ 25 ตุลาคม 2545)

ตารางที่ 8 แสดงระดับการพัฒนาศรีของรายการศูร์สบาย แบ่งตามชื่อช่วงรายการ

ช่วงรายการ	ระดับการพัฒนา
Good Ideas	ตนเอง
Dream Design	ตนเอง/โลกภายนอก
ชาร์ปชวนชิม	ตนเอง
สุข...ที่ใจ	ตนเอง

แนวคิดการพัฒนาศรีที่พบในรายการศูร์สบายคือ การพัฒนาศรีระดับตนเอง และระดับโลกภายนอก ในช่วง Good Ideasและช่วงชาร์ปชวนชิม เป็นช่วงแนะนำการประดิษฐ์สิ่งของพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์และการทำอาหารเพื่อพัฒนาตนเอง

ส่วนในช่วง Dream Design หรือช่วงแต่งฝันวันสบายพาชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สไตส์การตกแต่งบ้านและสวน เป็นการพัฒนาศรีระดับโลกภายนอกเปิดโลกทัศน์เชิญชวนให้ผู้ชมได้ไปเที่ยวพักผ่อน ผู้ชมที่อาจไม่มีโอกาสไปยังสถานที่นั้นๆ ได้สัมผัสภาพความสวยงามเสมือนได้ไปเที่ยวจริงๆ หรือเพิ่มแนวคิดในการตกแต่งบ้านให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น

ช่วงสุข...ที่ใจให้แง่คิดในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

ตัวอย่าง รายการศูร์สบาย

เริ่มรายการด้วยคุณวริศรา ลีธีระกุล กล่าวสวัสดิ์ทักทายผู้ชมรายการแนะนำเนื้อหารายการในวันนี้ จากนั้นก็แนะนำผู้ร่วมรายการในช่วง Good Idea ประดิษฐ์นาฬิกาจากอุปกรณ์ที่หาได้ง่ายภายในบ้าน เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ในที่ที่เป็นธรรมชาติ

เมื่อจบช่วงนี้จะเป็นช่วง Dream Design แต่งฝันวันสบาย พิธีกรพาไปชมสถานที่พักผ่อนอากาศเอวาชอน รีสอร์ท แอนด์ สปา หัวหิน พิธีกรนำชมสถานที่และพบกับผู้ร่วมรายการ และเชิญชวนมาท่องเที่ยว พูดคุยกันอย่างเป็นกันเอง

จากนั้นเป็นช่วงชาร์ปชวนชิม มีพิธีกรประจำช่วงคือ คุณอริสรา กำธรเจริญ และโภชนาการชาร์ปสลับเปลี่ยนกันไป เมนูอาหารจัดเป็นชุด สานิตวิธีกรปรุง จบรายการด้วยการตัดภาพไปที่

คุณวิศรา ตามคำถามประจำสัปดาห์ และกล่าวสวัสดิ์ปิดรายการ ตอนท้ายสุดจะมีช่วงสุขที่ใจ ผู้ร่วมรายการจะกล่าวถึงวิธีการ แนวคิดในการใช้ชีวิตให้มีความสุขของตนเอง

(วันที่ 25 ตุลาคม 2545)

ตารางที่ 9 แสดงระดับการพัฒนาสตรีของรายการเลดีส์ คอร์เนอร์ แบ่งตามชื่อช่วงรายการ

เนื้อหารายการ	ระดับการพัฒนา
สกุ๊ป	ตนเอง/โลกภายนอก
ตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น	ตนเอง
สารพัดประโยชน์กับกระดาษขอกเนกประสงค์เชลลือก	ตนเอง
Foot Tips by Schöll	ตนเอง
Looking Good by ไชยกุล โมโนกาทารี	ตนเอง

รายการเลดีส์คอร์เนอร์มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเป็นสกุ๊ปที่มีความหลากหลายเน้นในเรื่องแฟชั่น ความงาม งานสังคมต่างๆ ตั้งแต่ต้นจนจบรายการเป็นแนวเรื่องเดียว แต่จะมีแทรกคอลัมน์ประจำของรายการเกี่ยวกับการทำอาหาร และการดูแลสุขภาพร่างกายไว้ด้วย เนื้อหาการพัฒนาสตรีที่พบในรายการจึงมี 2 ระดับคือ ระดับตนเองและระดับโลกภายนอกไม่มีการนำเสนอในเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว

ตัวอย่างรายการเลดีส์ คอร์เนอร์

รายการเลดีส์ คอร์เนอร์ถ่ายทำนอกสถานที่ตลอดรายการ เริ่มรายการด้วยพิธีกรทั้งสอง กล่าวสวัสดิ์และทักทายกัน ตามสถานที่นัดหมายเป็นร้านอาหาร คุยกันไปแล้วจึงแนะนำผู้ร่วมรายการเป็นนางแบบที่ชนะเลิศประกวด Ford Model Thailand 2002 คุณจิราพร แสนประเสริฐ พุดคุยถึงประวัติความเป็นมา และเรื่องเกี่ยวกับวงการนางแบบ และชวนกันรับประทานอาหาร

ช่วงที่ 2 นำเสนอภาพงานแฟชั่นโชว์ Young Designer มีการบรรยายเหตุการณ์ให้ทราบ และปิดท้ายด้วยช่วง Looking Good เรื่องเคล็ดลับการแก้อาการเหนื่อล้าบนใบหน้า

ช่วงที่ 3 พิธีกรชวนให้นางแบบแต่งตัว แต่งหน้าสไตล์แปลกๆ และลองถ่ายแฟชั่น และตัดไปที่ช่วงตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น โดยคุณฟ้า ชนิการ สุจริตกุลเป็นผู้สาธิตการทำอาหารว่าง

สำหรับงานปาร์ตี้ คานาเป้กึ่งนมสดลาเวนเดอร์ไฟรช จากนั้นก็ในช่วง Foot Tip by Scholl คุณกนกพร โลศิริ แนะนำวิธีการดูแลเท้า

ปิดท้ายรายการด้วยบทสนทนาสรุปเรื่องวันนี้ และพิธีกรนัดหมายกันในคราวหน้า กล่าวสวัสดิ์ผู้ชมรายการและกล่าวลากัน

(วันที่ 7 ธันวาคม 2545)

ตารางที่ 10 แสดงระดับการพัฒนาศรีของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง แบ่งตามชื่อช่วงรายการ

เนื้อหาของรายการ	ระดับการพัฒนา
สก็๊ป	ตนเอง/โลกภายนอก
สัมภาษณ์	ตนเอง/โลกภายนอก
ครบเครื่องเรื่องอ่อย	ตนเอง
ผิวสวยอย่างมั่นใจกับSmooth E	ตนเอง
โต๊ะน้ำชา	ตนเอง/ครอบครัว
อ่อยเต็มรสวิตามินซีเต็มร้อยกับUnif Daily C	ตนเอง
ผิวสวยจากภายในกับGlow	ตนเอง
เรื่องล้างเรื่องเล็กกับซันโลด์	ตนเอง
หน้าใสไร้สิวกับAcna Care	ตนเอง
หุ่นเพียวสวยกับMarie France Bodyline	ตนเอง
หยุดรถชดน้ำมัน	ตนเอง/โลกภายนอก
Good Health Good Taste กับซีเล็คทูน่า	ตนเอง
Coffee Break	ตนเอง/โลกภายนอก

เนื้อหาในการพัฒนาศรีที่ปรากฏในรายการครบเครื่องผู้หญิงส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาสตรีระดับตนเอง เนื่องจากรายการเน้นเรื่องสุขภาพความงามของสตรีเป็นหลัก แนวคิดการนำเสนอเนื้อหาของรายการเช่นนี้เป็นมาแต่เดิมซึ่งรายการคงไม่แตกต่างเนื้อหาจากการวิเคราะห์ของปัญจมา (2537) พบว่า รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงเป็นรายการที่ให้เนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาระดับตนเองมาก เนื่องจากเนื้อหาที่นำเสนออย่างคงความเป็นสตรีในแง่เดิมที่สังคมกำหนดไว้ คือ ความเป็นสตรียังคงเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของความสวยความงามของตัวเองและความเป็นแม่บ้านอยู่มาก

แม้จะการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวในช่วงไต่ระดับน้ำชา ที่ตอบปัญหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวและระดับโลกภายนอกในช่วงหยุดรถขนน้ำมัน ปรากฏด้วยแต่ก็มีปริมาณน้อยไม่ โดดเด่นเท่าใด เมื่อเทียบกับเรื่องการดูแลสุขภาพสภาพความงาม

ตัวอย่างรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

เปิดรายการด้วยพิธีกรทั้ง 4 ของรายการกล่าวสวัสดิ์ทักทายผู้ชมรายการ และพูดคุยถึงประเด็นที่สนใจในวันนี้

ช่วงที่ 2 เริ่มด้วยการแนะนำช่วงผิวสวยอย่างมั่นใจกับSmooth E โดยถ่ายทำนอกสถานที่มีแขกรับเชิญคุณวิริฒิพา ภักดีประสงค์ มาพูดการบำรุงรักษาผิวพรรณ ต่อด้วยช่วงไต่ระดับน้ำชาเป็นการตอบจดหมายจากผู้ชมที่บ้านโดยคุณพินิตนาฏ และคุณอัจฉราพรรณ เป็นวิทยากรรับเชิญมาช่วยแก้ไขปัญหา เรื่องควรเลี้ยงลูกแบบใดดี ช่วยชี้แนะ คลี่คลายปัญหาแก่ผู้ชม

ช่วงที่ 3 เป็นช่วงสัมภาษณ์รับหน้าที่โดยคุณดวงดาว สัมภาษณ์แพทย์ เรื่อง การผ่าตัดยกมดลูก ว่ามีความจำเป็นกับผู้หญิงในวัยกลางคนอย่างไร จากนั้นเป็นช่วงออร์ออยเต็มรสวิตามินซีเต็มร้อยกับ Unif Daily C ถ่ายทำนอกสถานที่ที่สถานออกกำลังกายที่คุณลีน่า คริสเต็นเซน ไปออกกำลังกาย และบอกเคล็ดลับการรักษาสุขภาพ ตอนท้ายรายการพิธีกรทั้ง 4 จะพูดคุยกัน กล่าวสรุปเนื้อหา และสวัสดิ์ปิดรายการ

(วันที่ 2 ธันวาคม 2545)

ตารางที่ 11 แสดงระดับการพัฒนาสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

วิเคราะห์ตามชื่อช่วงรายการ

รายการ	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงๆ	ศุกร์ สบาย	เลดีส์ซ ซ	ครบ เครื่องๆ	รวม	%
ระดับการพัฒนา							
ระดับตนเอง	3	3	4	5	13	28	64.10
ระดับครอบครัว	1	2	0	0	1	4	10.26
ระดับโลกภายนอก	3	4	1	1	4	13	25.64
รวม	7	9	5	6	18	45	100.0

ข้อมูลตารางที่ 11 เป็นการรวบรวมระดับการพัฒนาศรีทั้ง 3 ระดับ ที่ปรากฏในช่วงต่างๆ ของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้ง 5 รายการ จากตารางที่ 6 ถึงตารางที่ 10 โดยในหนึ่งช่วงรายการอาจเสนอเนื้อหาการพัฒนาศรีได้มากกว่า 1 ระดับ สลับเปลี่ยนกันไป เช่น ในช่วงสัมภาษณ์ของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง จะมีทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องทั่วไป นั่นคือ มีการพัฒนาศรีระดับ ตนเอง และระดับโลกภายนอก จึงนับเป็น 2 ครั้ง (ดูจากตารางที่ 10) แต่ถ้าเป็นช่วงผิวสวยจากภายในกับ Glow นั้น เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเสริมความงามอย่างเดียว จึงนับว่าเป็นการพัฒนาศรีระดับตนเองเพียงระดับเดียว

จากข้อมูลที่ได้พบว่ามีให้นำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาศรีระดับตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 64.10 รองลงมาคือ ระดับโลกภายนอกร้อยละ 25.64 และระดับครอบครัวเป็นอันดับสุดท้ายซึ่งมีการนำเสนอเพียงร้อยละ 10.26 เท่านั้น

จากผลที่ได้พบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีแนวโน้ม (Trend) ความนิยมในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้สตรีพัฒนาคุณลักษณะของตนเองเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับตนเองนี้ปรากฏอยู่ในเกือบจะทุกช่วงของทุกรายการ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ บัญจมา เรื่อง การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี พ.ศ. 2537 พบว่าเนื้อหาที่นำเสนอต่างจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน มีเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาเพื่อผู้หญิงทำงาน โดยเสนอเรื่องโลกภายนอกมากกว่าเรื่องส่วนตัวของสตรี เพราะต้องการให้ผู้หญิงได้เปิดโลกทัศน์ให้กว้างไกลนำข้อมูลที่ได้จากรายการไปใช้ในการออกไปสู่โลกภายนอกของผู้หญิงที่ต้องทำงานนอกบ้านเป็นหลัก วิเคราะห์ได้ว่า แม้ในปัจจุบันสังคมไทยจะมีการให้นิยามและกล่าวถึงว่าผู้หญิงปัจจุบันเป็นผู้หญิงทำงาน ผู้หญิงยุคใหม่กันมาก แต่รายการผู้หญิงในปัจจุบันเองนั้นก็กลับนำเสนอช่วงรายการเพื่อกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงทำงานลดลง ทำให้อุณหภูมิล้นกลับมาในเรื่องส่วนตัวของผู้หญิงมากกว่าการเปิดโลกทัศน์เรื่องการทำงานเพื่อให้ผู้หญิงก้าวไปในสังคม

3. การวิเคราะห์โฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

จากการศึกษาถึงเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันประกอบประเภทและปริมาณของโฆษณาที่ปรากฏในรายการ พิจารณาได้ว่า รายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงนั้น มองผู้ชมเป็นผู้บริโภค เนื่องจากผู้หญิงทั้งที่เป็นโสด และแม่บ้านมีความเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง สังเกตได้จาก

1. ผู้หญิงที่ทำงานสามารถใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล เพื่อการยอมรับทางจิตวิทยาในเรื่องเครื่องประดับราคาแพง ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม รวมถึงอุปกรณ์ประจำบ้าน
2. การจับจ่ายให้สอยในครอบครัวจะได้รับอิทธิพลจากแม่ ภรรยา หรือผู้หญิงในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่
3. ราคาของผลิตภัณฑ์อาจกลายเป็นสิ่งสำคัญน้อยกว่า ประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการ

ผู้สนับสนุนรายการเล็งเห็นอิทธิพลในพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นนี้ของผู้หญิงจึงได้เลือกช่องทางรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นสื่อในการถ่ายทอดเนื้อหาโฆษณาผลิตภัณฑ์ สินค้าของตน ซึ่งมีการจัดทำหลายลักษณะ ดังนี้

1. การซื้อเวลาโฆษณาระหว่างคั่นรายการ
2. การพูดโฆษณาสินค้าประจำช่วงรายการ เช่น การโฆษณาสินค้าเปิดช่วงรายการ โดยจะพูดว่า “ช่วงแรก สนับสนุนรายการโดย....”
3. การเป็นผู้สนับสนุนประจำทั้งช่วงรายการ และเป็นผู้กำหนดเนื้อหาที่เกี่ยวกับสินค้า ที่เป็นผู้สนับสนุนประจำช่วง (Informercial) ในลักษณะการสาธิตการใช้สินค้าโดยละเอียด เช่น ช่วงซาร์ปชวนชิม ช่วงเรื่องลี้ลับเรื่องเล็กกับซันไลต์
4. การเป็นผู้สนับสนุนรายการแบบแฝงโฆษณา (Programercial) เป็นการนำเสนอสินค้าแฝงไปกับเนื้อหาสาระเรื่องราวของรายการ มักพบในช่วงสัมภาษณ์ ในแต่ละรายการ

ตารางที่ 12 แสดงรายการโฆษณาในรายการผู้หญิง ผู้หญิง

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาคั่นรายการ	พูดโฆษณาประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วงรายการ	โฆษณาแฝง
ผู้หญิงรอบรู้	1. สาทรายสไปรูเมท 2. Loreal 3. รีจอยส์ ริช 4. นีเวียวิสาจ 5. Biore	1. พีมิแดน	-	-
ผู้หญิงชวนคุย	1. Eucerin 2. ตู๋เอ็น National 3. สายด่วน ออย. 4. Olay Night 5. น้ำมันพีของุ่น 6. แอร์ Tasaki 7. Loreal	1. ไฮโดรทริม	-	-
ของฝาก	-	1. Blackmore	-	-

รายการผู้หญิง ผู้หญิง มีเวลาออกอากาศประมาณ 30 นาที แบ่งเป็นเวลาในการโฆษณาทั้งหมดประมาณ 6 นาที ความยาวเนื้อหารายการประมาณ 21 นาที เวลาที่เหลืออีกประมาณ 3 นาทีเป็นเวลาเคารพธงชาติ

รายการมีโฆษณา 2 ประเภท ได้แก่ การโฆษณาคั่นรายการ และการพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ ส่วนในการแฝงโฆษณาในเนื้อหารายการนั้นจะพบบ้างในช่วงผู้หญิงชวนคุย ลักษณะสินค้าที่แฝงนั้นไม่ใช่การขายเป็นหลัก แต่เน้นการให้ข้อมูลมากกว่า

การนำเสนอเนื้อหารายการในส่วนที่เป็นเนื้อหาเชิงพาณิชย์ซึ่งแฝงในรายการจะพบว่าไม่มาก จะเป็นการให้ข้อมูลในเรื่องใหม่ๆ เรื่องที่น่าสนใจ ที่เป็นประสบการณ์ของผู้ร่วมรายการนำมาบอกเล่าสู่กันฟัง แต่ก็ยังมีการแทรกเรื่องราวที่ส่งเสริมการบริโภคในด้านต่างๆ อยู่ด้วย เช่น เรื่องธุรกิจกล้วยๆ แฝง การขายขนมและอาหารและขนมที่ทำมาจากกล้วย โดยทางรายการจะเชิญผู้ร่วมรายการที่เป็นเจ้าของธุรกิจนี้มาพูดคุยถึงปัญหาและอุปสรรคในการเริ่มธุรกิจใหม่ว่ามีความ

ยากง่ายอย่างไร และชี้ให้เห็นปัญหาการสู้ชีวิตที่ล้มเหลวมาหลายครั้งกว่าจะประสบความสำเร็จในปัจจุบัน แต่ก็มี การพูดแนะนำร้านนี้ให้ผู้ชมไปรับประทาน ซึ่งเมื่อพิจารณาวิธีการนำเสนอแล้วพบว่า รายการมีวัตถุประสงค์หลักในการส่งเสริมอาชีพแก่ผู้ชมมากกว่าการโฆษณาหรือการขายสินค้าเป็นหลัก

ตารางที่ 13 แสดงรายการโฆษณาในรายการรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาค้นรายการ	พูดโฆษณาประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วงรายการ	โฆษณาแฝง
สัปดาห์แรก	1.หมากฝรั่งCoolair 2.แป้ง Pias 3.เครื่องสกัดน้ำผัก – ที่วีโดเร็ค 4.ผงปรุงรสดี 5.นี่เวีย 6.กุลิโกะ วิโก 7.ละคร	1.แป้ง Pias		
สัปดาห์ที่ 2	-	1.กุลิโกะ คาวาอิ	-	-
อร่อยแน่แค่อายี ซอส	1.สมุนไพรแก้ว 2.แป้ง Pias 3.ผงซักฟอก 4.รายการ 5.ละคร 6.กุลิโกะ		1.อายีซอส	
สัมภาษณ์	-	1. Central แอร์	-	มีบ้าง ไม่ประจำ

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง มีเวลาออกอากาศประมาณ 30 นาที แบ่งเป็นเวลาในการโฆษณาทั้งหมดประมาณ 6 นาที ความยาวเนื้อหารายการประมาณ 24 นาที

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง มีโฆษณา 2 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ

การโฆษณาแฝงในเนื้อหารายการช่วงสัมภาษณ์นั้นแทบจะไม่ปรากฏในรายการเลย อาจเป็นเพราะวัตถุประสงค์ที่รายการพยายามเสนอสาระประโยชน์ ปัญหาสังคมการแฝงโฆษณาในเนื้อหามากเกินไปอาจทำให้ภาพลักษณ์ และวัตถุประสงค์ของรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตจริงของผู้คนในสังคมถูกเบี่ยงเบนไป และลดความเข้มข้นลงไปได้

ตารางที่ 14 แสดงรายการโฆษณาในรายการศุกร์สบาย

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาคั่นรายการ	พูดโฆษณาประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วงรายการ	โฆษณาแฝง
ช่วงที่ 1 Good Idea	1.Mistine 2.Dove 3.คินโซ 4.Olay 5.สายด่วน ออย. 6.รายการ	-	-	-
ช่วงที่ 2 Dream Design	1.ชาร์ป 2.Dove 3.Mistine 4.สาหร่ายสไปรูเมท 5.สายด้วย ออย.	1.ชุดเครื่องนอน โตโต 2.โรงแรมริม ping เชียงใหม่	-	-
ช่วงที่ 3 ชาร์ปชวนชิม สุขที่ใจ		1.เครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป 2.สถาบันเสริมความงาม RU'LASTIN	1.เครื่องใช้ไฟฟ้าชาร์ป	

รายการศุกร์สบาย มีเวลาออกอากาศประมาณ 30 นาที แบ่งเป็นเวลาในการโฆษณาทั้งหมดประมาณ 6 นาที ความยาวเนื้อหารายการประมาณ 24 นาที

รายการศุกร์สบาย มีโฆษณา 3 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาคั่นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และสนับสนุนทั้งช่วงรายการ

การสนับสนุนทั้งช่วงรายการคือ ช่วงซาร์ปชวนชิมจะมีการสาธิตการทำอาหารโดยเครื่องใช้ไฟฟ้าซาร์ป ส่วนเนื้อหาแฝงโฆษณานั้นไม่ใช้การเป็นไปเพื่อการขายเป็นหลัก เนื่องจากรายการเน้นความแปลก แตกต่าง ความน่าสนใจในการตกแต่งของสถานที่ที่เป็นจุดเด่นของเนื้อหา ในการพาผู้ชมไปสัมผัส และเจ้าของสถานที่ได้มีการมอบส่วนลดและเบอร์โทรศัพท์ติดต่อได้ ผลพลอยได้ที่ตามมาด้วยก็คือสถานที่นั้นจะเป็นที่รู้จักมากขึ้น ก็นับเป็นการโฆษณาแฝงประเภทที่ไม่ทำให้รู้สึกว่าเป็นการตั้งใจขายเท่าใด

ตารางที่ 15 แสดงรายการโฆษณาในรายการเลดีส์ คอร์เนอร์

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาค้นรายการ	พูดโฆษณาประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วงรายการ	โฆษณาแฝง
ช่วงสกุ๊ป	1.โซกนูลี 2.ไลปอนเอฟ 3.นมชั้นจิตคาร์เนชั่น 4.ซูปไก่ ยูเซ็น 5.Mistine 6.กุ้งเส้น มังกรคู่ 7.หลอดไฟโตชิบา	1.โซกนูลี 2.น้ำยาล้างจานไลปอนเอฟ		
ช่วงที่ 2 ช่วงLooking Good	1.ยาสีฟันไฮเอิร์บ 2.Mistine 3.ไลปอนเอฟ 4.นิตยสารSPICY 5.เบียร์ไท 6.ลอร์เอะ 7.เชอร์เคียว แคปซูล 8.ละคร	1.ครีมอาบน้ำโซกนูลี โมโนกาตารี	-	-
ช่วงที่ 3 1.ช่วงตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น 2.Foot Tips by Scholl		1.นมชั้นจิตตราคาร์เนชั่น 2.Scholl 3.ภัทรา เทเบิล แวร์	1.นมชั้นจิตตราคาร์เนชั่น 2.Scholl	-

รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ มีเวลาออกอากาศประมาณ 30 นาที แบ่งเป็นเวลาในการโฆษณาทั้งหมดประมาณ 6 นาที ความยาวเนื้อหารายการประมาณ 24 นาที

รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ มีโฆษณา 3 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และสนับสนุนทั้งช่วงรายการ ได้แก่ ช่วง Looking Good by ไชกุบสี โมโนกาทารี ช่วงตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น และช่วง Foot Tips by Scholl

การแฝงโฆษณาในเนื้อหาที่รายการนำเสนอจะไม่ได้จำกัดว่าเป็นการขายสินค้าโดยเฉพาะ เนื่องจากรูปแบบรายการเป็นการนำเสนอภาพสฤิป ข่าววงการบิน งานแฟชั่นโชว์ งานเปิดตัวสินค้า หรือกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นการนำเสนอที่ตัวบุคคลที่เป็นดารา หรือเรื่องแฟชั่นความทันสมัยเป็นหลัก ฉะนั้นเรื่องเหล่านี้จึงต้องมีความสัมพันธ์กับสินค้าโดยปริยาย หากพิจารณาในแง่การสร้างการจดจำตราสินค้านั้นนับได้ว่าเป็นการโฆษณาสินค้าที่หลากหลายผ่านรายการ แต่หากพิจารณาถึงรูปแบบการโฆษณาบรรยายสรรพคุณสินค้าที่นำเสนอผ่านกิจกรรมต่างๆ ในช่วงสฤิปของรายการนี้รายการไม่มีเป้าหมายหลักในการนำเสนอเช่นนั้น

ตารางที่ 16 แสดงรายการโฆษณาในรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาค้นรายการ	พูดโฆษณาประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วงรายการ	โฆษณาแฝง
ช่วงที่ 1 ทักทายผู้ชมรายการ	1.Glow 2.สายด่วน อย. 3.คอลเกต 4.บาร์บีคิวพลาซ่า 5.ทีโพล 6.ดูเย็นเนชั่นแนล 7.Super Ware 8.Loreal 9.ละคร 10.รายการ	-	-	-

ช่วงรายการ	เนื้อหาโฆษณาประจำรายการ			
	โฆษณาคั่นรายการ	พูดโฆษณา ประจำช่วง	สนับสนุนทั้งช่วง รายการ	โฆษณาแฝง
ช่วงที่ 2 1.สกุ๊ป 2.ผิวสวยอย่างมัน ใจกับSmooth E 3.โต๊ะน้ำชา 4.ผิวสวยจากภายใน ใจกับ Glow 5.หน้าใสไร้สิวกับ Acna Care 6.สวยเปรี้ยวได้สัดส่วน กับ Marie France Bodyline 7.Coffee Break	1.ชั้นไลต์ 2.ยูเซ็น 3.Olay 4.TOYOTA D4D 5.รายการ 6.ละคร 7.ละคร	1.Smooth E 2.Glow 3.Acna Care 4.Marie France Bodyline 5.ยาสีฟันดอกบัวคู่ 6.เกลืออาบน้ำ Aroma Vera	1.Smooth E 2.Glow 3.Acna Care 4.Marie France Bodyline	
ช่วงที่ 3 เต็มร้อยกับ Unif Daily C 2.เรื่องล้างเรื่องเล็ก กับชั้นไลต์ 3.หยุดรถชดน้ำมัน 4.Good Health Good Taste กับซี เล็คทูน่า 5.สัมภาษณ์		1.Unif Daily C 2.ชั้นไลต์ 3.โครงการรวมพลัง หารสอง 3.ซีเล็คทูน่า	1.เชลลูแคร์ 2.ชุดเครื่องนอนโต โต	

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง มีเวลาออกอากาศประมาณ 30 นาที แบ่งเป็นเวลาในการโฆษณาทั้งหมดประมาณ 6 นาที ความยาวเนื้อหารายการประมาณ 24 นาที

รายการมีการโฆษณาครบทั้ง 4 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และการสนับสนุนทั้งช่วงรายการ

การสนับสนุนทั้งช่วงของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง จะพบในเกือบทุกช่วงของรายการ ซึ่งมีเนื้อหาที่สัมพันธ์กับสินค้าทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น ช่วงผิวสวยจากภายในกับ Glow จัดทำเป็นละครสั้นๆ ที่มีเนื้อหาส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือช่วง Good Health Good Taste กับซีเล็คทูน่า แนะนำการปรุงอาหารด้วยผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าทั้งแบบปลาทูน่าล้วน หรือแบบปรุงสำเร็จที่นำมาอุ่นรับประทานได้เลย เป็นต้น

ช่วงสัมภาษณ์ของรายการมีการนำเสนอเนื้อหาที่แฝงโฆษณาอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงนี้ทั้งหมด จากตัวอย่างรายการที่คัดเลือกมาทั้งหมด 10 ตอน เป็นช่วงสัมภาษณ์ 8 ตอน(ครบเครื่องเรื่องออร์อย 2 ตอน) มีการนำเสนอ

1. เรื่องวิถีดูแลสุขภาพ
2. เรื่องการขัดผิวด้วยสารสกัดจากโสม
3. เรื่องธุรกิจความงามจากต่างประเทศ
4. เรื่องนวัตกรรมแห่งการนวดหน้า
5. เรื่องปัญหาการลดน้ำหนักได้อย่างถาวร

การที่พิธีกรและผู้ร่วมรายการพูดคุยกันถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านรายการ และการแสดงให้เห็นตัวอย่าง และผลที่ได้รับหลังการใช้ นั้น ประกอบกับลักษณะการพูดคุยในมนต์วาจาที่เสมือนไม่ใช่การโฆษณาโดยตรงเช่นนี้เป็นการสร้างความสนใจในผลิตภัณฑ์ ความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ชมได้มากกว่าการโฆษณาแบบอื่น

ตัวอย่างการแฝงการโฆษณาในเนื้อหาช่วงสัมภาษณ์ ได้แก่ เรื่องนวัตกรรมแห่งการนวดหน้า ในรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านผิวพรรณ จากสถาบันนิมบัส เอลเซติก เทรนนิงเซ็นเตอร์ ถึงคอร์สการนวดหน้าของสถาบันเอง ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาจะเป็นการให้สาระประโยชน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพหน้าอย่างไร ไม่ให้แก่ก่อนวัย ไปจนกระทั่งเมื่อเกิดปัญหานี้ขึ้นแล้ว ทางแก้ที่จะช่วยได้วิธีหนึ่งคือ การนวดหน้าและกล่าวถึงคอร์สนวดหน้าของสถาบันที่ใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย แม้ไม่ได้เชิญชวนผู้ชมให้ไปที่สถาบันนี้โดยตรงแต่ก็มีเบอร์โทรศัพท์ขึ้นที่หน้าจอโทรทัศน์เพื่อให้ติดต่อไปได้หลังจบรายการ

เนื้อหาของรายการส่วนที่ไม่มีการแทรกไตในรายการ คือ ช่วงสลับของรายการ ซึ่งมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ชวนติดตามและเป็นจุดดึงดูดความสนใจแก่ผู้ชมได้ เนื่องจากมีการนำเสนอเรื่องราวที่หลากหลาย กิจกรรมต่างๆ รวมถึงมีการพาไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งหากมีการนำเสนอเนื้อหาในส่วนนี้มากขึ้นกว่าเดิมน่าจะส่งเสริมภาพลักษณ์ให้รายการมีความน่าสนใจมากขึ้นกว่าเดิมได้

จากการศึกษาโฆษณาที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนี้พบว่า นอกจากโฆษณาค้นรายการ การสนับสนุนรายการแบบการพูดโฆษณาประจำแต่ละช่วง ตอนเริ่มช่วงหรือพูดปิดท้ายช่วง และการสนับสนุนเนื้อหาทั้งช่วงรายการ ซึ่งเจ้าของสินค้าจะเป็นผู้กำหนดให้ผู้ผลิตจัดทำเนื้อหารายการให้สัมพันธ์กับสินค้าของตนโดยตรงแล้ว การนำเสนอเนื้อหาการยังมีการแฝงโฆษณาในเนื้อหาสาระที่ปรากฏในรายการอยู่มากพอสมควรด้วย โดยส่วนมากปรากฏในช่วงสัมภาษณ์

รายการผู้หญิงในปัจจุบันไม่มีการโฆษณาในลักษณะของการพูดชื่อผลิตภัณฑ์และมอบสินค้านั้นเป็นของกำนัลแก่ผู้ชมรายการเลย แต่จะเป็นการที่พิธีกรพูดชื่อสินค้านั้นเมื่อจบช่วงรายการ เช่น รายการผู้หญิง ผู้หญิง หรือการพูดชื่อ แสดงตัวอย่างสินค้า และให้ผู้ชมส่งจดหมายมาตอบคำถามเกี่ยวกับสินค้า เช่น ชุดเครื่องนอนโต โต ในรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

เมื่อพิจารณาเฉพาะเนื้อหาเชิงพาณิชย์ที่แฝงในเนื้อหาการแล้วจะพบว่า รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงมีเนื้อหาประเภทนี้มากที่สุด เนื้อหาในรายการมีการแบ่งย่อยในแต่ละตอนที่ออกอากาศเกือบทุกช่วงของรายการจะเป็นไปในลักษณะการสนับสนุนทั้งช่วงรายการของผู้สนับสนุนรายการ (Informercial) เช่น ผิวสวยจากภายในกับ Glow ช่วง Good Health Good Taste กับซีเล็คทูน่า เป็นต้น นับว่าเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าเหล่านี้โดยตรง

ส่วนเนื้อหาแฝงโฆษณา (Programercial) ที่ปรากฏในรายการนั้นจัดทำในลักษณะการสัมภาษณ์พูดคุยกันระหว่างพิธีกร ผู้ร่วมรายการ และอาจมีแพทย์ เภสัชกร หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นมาเป็นวิทยากรผู้รับประกันคุณภาพสินค้านั้นๆ ด้วย เช่น นวัตกรรมแห่งการนวดหน้า ในรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง แต่บางรายการเช่น รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ นั้นไม่พบการแฝงโฆษณาในเนื้อหาด้วยการนำเสนอสินค้าใดๆ แฝงในช่วงสลับต่างๆ ของรายการ จะพบ เนื้อหาในลักษณะการสนับสนุนทั้งช่วงรายการ (Informercial) เท่านั้น

เนื้อหาแฝงโฆษณาในรายการอื่นก็จะมีการนำเสนอในรูปแบบคล้ายกัน จากการวิเคราะห์เนื้อหาแฝงโฆษณาในรายการผู้หญิงนี้พบว่ามีการนำเสนอเช่นนี้ในเกือบทุกรายการ ในช่วงสัมภาษณ์แล้วแต่ปริมาณมากน้อยต่างกัน

ประเด็นเรื่องโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ไม่มีการศึกษาไว้ แต่ผู้วิจัยได้เทียบกับชื่อช่วงรายการต่างๆ ซึ่งมองเห็นได้ชัดเจน พบว่าการสนับสนุนทั้งช่วงรายการนั้นแทบไม่ปรากฏในรายการเหล่านั้น ส่วนเนื้อหาที่แฝงโฆษณานั้น ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีปรากฏบ้างแต่คงไม่มากเท่ารายการในปี 2545 จากการศึกษารื่องโฆษณานี้ ทำให้มีความเข้าใจในเรื่องการส่งเสริมการขายสินค้า และภาพลักษณ์ของรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้หญิงในปัจจุบันว่า การส่งเสริมการขายสินค้าในยุคนี้การผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพื่อชื่อเวลาออกอากาศช่วงคั้นรายการนั้นทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย จำเจ ประกอบกับปัจจุบันมีเครื่องควบคุมระยะไกล (Remote Control) ทำให้ผู้ชมสามารถหลีกเลี่ยงการชมได้สะดวกไปชมสถานีอื่นชั่วคราวเพื่อรอเวลาจบโฆษณาแล้วจึงกลับมาชมรายการนั้นๆ ต่อ

การแทรกเนื้อหาโฆษณาให้เป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหารายการจึงเป็นทางแก้ปัญหาเช่นนี้ให้แก่ผู้ผลิตสินค้าได้ และยิ่งเนื้อหารายการที่นำเสนอจัดทำได้น่าสนใจมากเท่าใดผู้ชมจะเกิดความเชื่อได้มากเท่านั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และจดจำของผู้ชมอย่างยิ่ง เมื่อมีการตอกย้ำเนื้อหาเหล่านั้นบ่อยจนเกิดการซึมซับรับรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น อาจนำไปสู่ผลสำเร็จในการส่งเสริมการขายให้สินค้านั้นยิ่งขึ้นก็เป็นได้ เมื่อเป็นเช่นนี้เจ้าของสินค้าจำนวนมากจึงเลือกใช้ช่องทางนี้ในการโฆษณาสินค้าของตน ประกอบกับไม่มีเกณฑ์ นโยบายป้องกันการแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์ที่จำกัดขอบเขตและปริมาณเท่าที่ควร ส่งผลให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีภาพลักษณ์ในการเสนอเนื้อหาเชิงพาณิชย์โดดเด่นกว่าเนื้อหาสาระประโยชน์ที่ไม่ยึดติดกับสินค้า ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมไม่ได้รับเนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริง

4. การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีตามระดับการพัฒนาศรี

ตารางที่ 17 แสดงระดับการพัฒนาศรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
วิเคราะห์จากเนื้อหาของรายการ ตามจำนวนเรื่อง

รายการ	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงฯ	สุกร สบาย	เลดีส์ฯ	ครบ เครื่องฯ	รวม	%
ระดับการพัฒนา	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)		
ระดับตนเอง	21(41)	8(22.50)	34(85.00)	36(67.24)	26(67.65)	125	60.19
ระดับครอบครัว	1(2.564)	3(7.50)	0(0)	0(0)	2(5.88)	6	2.84
ระดับโลกภายนอก	18(41.03)	29(70.00)	6(15.00)	17(32.76)	14(26.47)	84	86.97
รวม	40(100)	40(100)	40(100)	53(100)	42(100)	215	100.0

- รายละเอียดของเนื้อหารายการอยู่ในภาคผนวก

จากตารางที่ 17 แสดงปริมาณเนื้อหาที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน ทั้ง 5 รายการ รวม 215 ครั้ง พบว่าเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาศรีระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัวมากที่สุด คือ 125 ครั้ง รองลงมาคือ ระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคม 84 ครั้ง และอันดับสุดท้ายคือ ระดับครอบครัว นำเสนอเพียง 6 ครั้ง รายละเอียดของเนื้อหาตามระดับการพัฒนาศรีจะนำเสนอแยกให้เห็นอย่างชัดเจนในตารางต่อไป

ในการวิเคราะห์ปริมาณระดับการพัฒนาศรีที่ปรากฏในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแต่ละรายการตามระดับค่าเฉลี่ยร้อยละได้ผลดังนี้

รายการผู้หญิง ผู้หญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาศรีระดับตนเองร้อยละ 56.41 ระดับครอบครัวร้อยละ 2.56 และระดับโลกภายนอกร้อยละ 41.03

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาศรีระดับตนเองร้อยละ 22.5 ระดับครอบครัวร้อยละ 7.5 และระดับโลกภายนอกร้อยละ 70

รายการศุภกร์สบาย นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองร้อยละ 85 ระดับโลกภายนอกร้อยละ 15 ไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาในระดับครอบครัว

รายการเลดีส์ คอรันเนอร์ นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองร้อยละ 67.24 ระดับโลกภายนอกร้อยละ 32.76 ไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองร้อยละ 67.65 ระดับครอบครัวร้อยละ 3.88 และระดับโลกภายนอกร้อยละ 26.47

เมื่อเปรียบเทียบระดับการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้ง 5 รายการพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 4 ใน 5 รายการ เน้นการนำเสนอเรื่องส่วนตัวของสตรีมากที่สุดรองลงมาคือเรื่องโลกภายนอก เรื่องครอบครัวนำเสนอเป็นอันดับสุดท้ายและนำเสนอ น้อยมาก ส่วนรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงที่นำเสนอเรื่องโลกภายนอกมากที่สุด และคุณลักษณะ ส่วนตัวของสตรีเป็นอันดับรองมา

เรื่องคุณลักษณะส่วนตัวหรือการพัฒนาตนเองของสตรีที่มีการนำเสนอมากที่สุดนั้น บางรายการ ได้แก่ รายการศุภกร์สบาย เสนอเนื้อหาส่วนนี้มากถึงกว่า 80 % ของเนื้อหาทั้งหมด ในรายการอื่นๆ คือ รายการผู้หญิง ผู้หญิง รายการเลดีส์ คอรันเนอร์ และรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง ต่างก็เสนอเรื่องผู้หญิงมากเกินกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมด มีเพียงรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงเท่านั้นที่มีสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของสตรีน้อยกว่าเรื่องโลกภายนอก

การนำเสนอเรื่องครอบครัวของสตรีนั้นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันแทบจะไม่ นำเสนอเรื่องภายในครอบครัวซึ่งเป็นเรื่องที่แวดล้อมตัวสตรี คือ รายการผู้หญิง ผู้หญิง รายการ ครบเครื่องเรื่องผู้หญิงมีการนำเสนออย่างมาก และรายการศุภกร์สบาย รายการเลดีส์ คอรันเนอร์ไม่มีการนำเสนอ แม้กระทั่งรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงซึ่งคำนึงถึงเนื้อหาในส่วนนี้ด้วยก็ตาม ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ด้วยแนวคิดของผู้ผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ และด้วยสภาพสังคม และวัฒนธรรมไทย เรื่องภายในครอบครัวเป็นสิ่งที่ไม่นิยมนำมาพูดเป็นประเด็นสาธารณะ การเสนอเรื่องเช่นนี้จะปรากฏแต่ด้านบวกเท่านั้น หรือเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบอื่น เช่น ละครซึ่งเป็นการเลียนแบบโลกแห่งความเป็นจริงแทน

ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายการนี้ มีความสอดคล้องกับการวิเคราะห์ลักษณะรายการเบื้องต้น และแนวคิดของผู้ผลิตรายการสำหรับสตรีหลายรายการ ที่ต้องการให้รายการผู้หญิงมีลักษณะการเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แต่ไม่หนักจนเกินไป โดยให้ความสำคัญกับเตรียมตัวในเรื่องพื้นฐานสำหรับผู้หญิงในการปฏิบัติตัว โลกส่วนตัวของผู้หญิง ในเรื่องสุขภาพ ความสวยงาม การแต่งกาย งานบ้านงานครัวเป็นส่วนใหญ่ มากกว่าการให้ความสำคัญในเรื่องราวของเรื่องภายในครอบครัวหรือเรื่องโลกภายนอกที่ใกล้ตัวผู้หญิง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเนื้อหาที่สัมพันธ์กับระดับการพัฒนาสตรีที่รายการนำเสนอจะเน้นในระดับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมากที่สุด แต่เมื่อมองในภาพรวมแล้วจะพบว่าเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับระดับครอบครัวและระดับการมีส่วนร่วมในสังคมโลกภายนอกอย่างแยกไม่ออก เพียงแต่เรื่องส่วนตัวเป็นเนื้อหาที่แสดงออกทางพฤติกรรม เป็นการพัฒนาสตรีระภายนอกไม่ว่าจะเป็นการเสริมความงาม การออกกำลังกาย และทักษะเรื่องการบริหารเรือนของสตรีต่างๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน เรื่องครอบครัวนั้นแม้จะมีการเสนอเรื่องครอบครัวน้อย แต่การส่งเสริมเรื่องพื้นฐานแก่สตรีก็เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัวไปในเวลาเดียวกัน ส่วนในเรื่องโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมนั้น ทางรายการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้เป็นเรื่องที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ใกล้ตัว แต่จะเป็นประสบการณ์ การเรียนรู้ในข้อมูลความรู้ที่ได้รับเพื่อนำไปใช้นอกบ้านได้ หรือเป็นข้อมูลเพื่อเพิ่มคลังความรู้ของผู้ชมให้กว้างไกลมากขึ้นนั่นเอง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านอาหารต่างๆ การเข้าสังคม

จากการวิเคราะห์ปริมาณเนื้อหาโดยรวมที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันพบว่า มีความสอดคล้องกับลักษณะ แนวคิด และภาพลักษณ์ของรายการแต่ละรายการนั่นเอง



ตารางที่ 18 แสดงหัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัว

รายการ เรื่อง	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงๆ	สุภี สหาย	เลดีส์ฯ	ครบ เครื่องฯ	รวม	%
สุขภาพ ความงาม	12	3	0	17	15	47	37.60
การดูแลบ้าน งานครัว	6	0	14	14	6	40	32.00
แง่คิดการดำเนินชีวิต	0	0	10	0	4	14	11.20
งานประดิษฐ์	0	0	10	0	0	10	8.00
บุคลิกภาพ การแต่งกาย	0	2	0	5	0	7	5.60
อาชีพ การงาน	2	3	0	0	1	6	4.80
การป้องกันตนเอง	1	0	0	0	0	1	0.80
การศึกษา	0	0	0	0	0	0	0
สิทธิสตรี	0	0	0	0	0	0	0
รวม	21	8	34	36	26	125	100

จากตารางที่ 18 พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีระดับตนเอง 125 ครั้ง เป็นเรื่องสุขภาพและความงามมากที่สุดถึง 47 ครั้ง อันดับที่ 2 คือเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว 40 ครั้ง อันดับที่ 3 คือ เรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต 14 ครั้ง อันดับที่ 4 การประดิษฐ์ 10 ครั้ง เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย 7 ครั้ง เรื่องอาชีพ การงาน 6 ครั้ง เรื่องการป้องกันตนเอง 1 ครั้ง ส่วนเรื่องการศึกษาและสิทธิสตรีไม่ปรากฏการนำเสนอแต่อย่างใด

การที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำเสนอเนื้อหาในเรื่องสุขภาพความงาม มากเป็นอันดับ 1 โดยพบว่าเกือบทุกรายการนำเสนอเรื่องนี้ในปริมาณที่มากกว่าเนื้อหาเรื่องอื่นๆ จากการวิเคราะห์โดยละเอียดสามารถแบ่งหัวข้อย่อยได้ 2 หัวข้อคือ เรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพทั่วไปของสตรีนั้นมีทั้งหมด 13 เรื่อง ส่วนเรื่องเสริมความงามของสตรีนั้นมี 34 ครั้ง

เรื่องการดูแลสุขภาพ ส่วนใหญ่เรื่องที่น่าเสนอเป็นเรื่องการออกกำลังกาย รวมไปถึงหลักเบื้องต้นในการป้องกันการเกิดโรคต่างๆ ด้วยวิธีง่ายๆ ใกล้เคียงที่เสริมสร้างสุขภาพที่ดีได้ ซึ่งอาจหลายคนอาจมองข้ามไป เช่น เรื่องวิธีการแก้อาการปวดหัวจาก ไมเกรน โดยใช้ผ้าชุบน้ำเย็น

ประคบ วิธีไม่ให้เกิดอาการเครียดในยามเช้าทำให้สุขภาพจิตดี ด้วยการออกกำลังกายยืดเส้นหลังจากตื่นนอน ช่วยทำให้จิตใจสดชื่นแจ่มใส (รายการผู้หญิง ผู้หญิง) หรือเรื่องเฉพาพลังงานผลาญน้ำหนัก และเรื่องคนอ่อนกับการควบคุมน้ำหนัก (รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง) มีแพทย์ เกษัชกร แนะนำการรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะและการออกกำลังกายอย่างถูกวิธี จะสามารถลดน้ำหนักได้แทนการใช้ยาที่อาจมีผลเสียตามมาได้ หรือเรื่องผู้หญิงยุคใหม่ดูแลตัวเองอย่างไรให้สวยสมารถ (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง) แนะนำการออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพแข็งแรงส่งผลให้สุขภาพจิตดี ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เรื่องการเสริมความงามนั้นนำเสนอเป็นจำนวนมากในทุกรายการ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการดูแล บำรุงผิวพรรณ ให้นวลเนียน สวยงามดูมีสุขภาพดี ไม่ว่าจะเป็นผิวหน้า ผิวกาย รวมไปถึงผมและเล็บ เช่น เรื่องการขัดผิวด้วยสารสกัดจากโสม เรื่องนวัตกรรมการนวดหน้า เรื่องการเลือกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณต่างๆ (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง) หรือเรื่องการดูแลผิวพรรณในฤดูหนาว การขัดผิวบริเวณข้อศอก หัวเข่าที่เกิดการดำน ให้กลับนุ่มขึ้นได้ (รายการผู้หญิง ผู้หญิง) เรื่องการตกแต่งและทาเล็บตามแบบ French (รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง) หรือเรื่องการดูแลผิวพรรณให้กระชับ สดชื่นด้วยเคล็ดลับต่างๆ ทำให้ผิวกระจ่างใสขึ้นได้ รวมไปถึงการดูแลสุขภาพผิวบริเวณเท้า ก็มีการนำเสนอด้วยเช่นกัน (รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์) เรียกได้ว่ารายการผู้หญิงส่งเสริมความงามตั้งแต่หัวจรดเท้าให้แก่ผู้หญิงเลยก็ว่าได้

จะเห็นได้ว่าเมื่อแบ่งย่อยหัวข้อเรื่องสุขภาพและความงามแล้วจะพบว่า เรื่องสุขภาพนั้นเป็นเรื่องที่เสริมสร้างความสมบูรณ์ของร่างกายโดยวิถีธรรมชาติ แต่ในเรื่องความงามส่วนใหญ่ต้องมีผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่างๆ เป็นส่วนประกอบด้วย

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเน้นเรื่องการดูแลสุขภาพและความงามมากอย่างชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการและแนวคิดของผู้ผลิต เช่น ความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการเลดีส์ คอร์นเนอร์

“ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปสังคมจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร รายการผู้หญิงก็ยังคงต้องนำเสนอเนื้อหาในเรื่องส่วนตัวที่ผู้หญิงต้องการคือเรื่องเสื้อผ้า หน้า ผม เป็นหลัก วนเวียนกันไปเรื่อยๆ เพียงแต่เปลี่ยนแง่มุมหรือมุมมองในการนำเสนอให้ต่างกันไปเปรียบเสมือนเหล่าเก่าในขวดใหม่นั้นเอง ” (อภิรดี สาระศาลิน, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2545)

การนำเสนอเนื้อหาเช่นนี้ต่างจากงานวิจัยของปัญญา (2537) ที่วิเคราะห์ได้ว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 ให้ความสำคัญกับเรื่องอาชีพ การงานสตรีมากกว่าสุขภาพและความงาม โดยปัญญาวิเคราะห์ว่า “ผู้หญิงประกอบอาชีพนอกบ้านกันมากขึ้น ประเด็นเรื่องอาชีพ การงาน จะดึงดูดความสนใจของสตรีได้มาก” การนำเสนอเรื่องอาชีพจะปรากฏชื่อช่วงเกี่ยวกับการทำงานของผู้หญิง อยู่ในหลายรายการ เช่น Working Women (รายการผู้หญิงวันนี้) Working room (รายการผู้หญิงวันนี้ เดลี่ แม็กกาซีน) Working Women (รายการผู้หญิง ผู้หญิง)

ต่างจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันที่กล่าวได้ว่าไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง การงาน อาชีพสำหรับผู้หญิงทำงานเนื่องจากไม่ปรากฏช่วงรายการ เป็นช่วงเฉพาะในการแสดงความสามารถหรือให้ความรู้เกี่ยวกับผู้หญิงกับหน้าที่การงานโดยเฉพาะเลย แต่จะเป็นช่วงรายการที่เกี่ยวกับความงาม และการดูแลบ้าน เช่น ช่วงผิวสวยอย่างมั่นใจกับ Smooth E (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง) ช่วง Looking Good (รายการเลดีส์ คอรัเนอร์) บางรายการแม้ไม่ได้กำหนดเป็นช่วงสำหรับสุขภาพความงามของผู้หญิง แต่ก็ถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างสม่ำเสมอ

อันดับที่ 2 คือ เนื้อหาเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำเสนอนั้นเกี่ยวกับการทำอาหาร เคล็ดลับการทำความสะอาดสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน และการ ตกแต่งบ้าน เช่น การแข่งขันทำปอเปี๊ยะทอดในครอบครัว (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง) วิธีล้างโปรตีนเกษตรไม่ให้มีกลิ่นหืน, วิธีทำความสะอาดภาชนะพลาสติก (รายการผู้หญิง ผู้หญิง) การใช้สีในการสร้างสรรคบ้านเก่าให้สวยงาม, การทำอาหารช่วงซาร์ปชวนชิม สานิตเมนูอาหารชุด ข้าวอบโทเฮา งาดำเลิศรส และน้ำสับปะรดปั่น (รายการศุกร์สบาย)

การนำเสนอเนื้อหาด้านงานบ้านงานครัวซึ่งล้วนแต่เป็นภาระหน้าที่ดั้งเดิมของผู้หญิงเช่นนี้ ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีการนำเสนอมาก แม้เศรษฐกิจและสังคมจะเปลี่ยนไป ผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงและมั่นคง ภาระหน้าที่เหล่านี้จึงได้รับการแบ่งเบาโดยการแบ่งงานกันทำระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือมีแม่บ้านรับหน้าที่ใน ส่วนนี้ แต่อย่างไรผู้หญิงก็ไม่อาจตัดขาดจากงานบ้านอย่างสิ้นเชิงได้ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี จึงต้องเสนอเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้หญิงในเรื่องเหล่านี้อยู่นั่นเอง และ จากแนวคิดของผู้ผลิตรายการที่ว่า

“งานบ้าน งานครัวถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของผู้หญิง ในการนำเสนอเนื้อหาด้านการทำอาหารจึงมีความสำคัญที่ต้องปรากฏอยู่ในรายการผู้หญิงอย่างแน่นอน ถึงแม้วิธีการทำอาหาร

ชนิดหนึ่งจะเคยนำเสนอมาแล้ว แต่การนำกลับมาเสนอในรูปแบบใหม่และปรับวิธีการทำที่ต่างไปก็
ยังเป็นที่สนใจและดึงดูดใจผู้ชมได้อย่างดี” (มุสซา โทณะวณิก, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2546)

การนำเสนอเรื่องงานบ้านงานครัว ในรายการสำหรับสตรีในปัจจุบันต่างจากการเสนอ
เนื้อหาใน รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 ของปัญญาฯ ที่ไม่ปรากฏเป็นช่วงในการ
นำเสนอในเรื่องเหล่านี้แต่อย่างใด หรืออาจกล่าวได้ว่ารายการปัจจุบันส่งเสริมให้ผู้หญิงกลับมาเข้า
บ้านมากขึ้น แม้แต่รายการผู้หญิงในวันหยุด เช่น รายการเลดีส์คอร์เนอร์ก็ให้ผู้หญิงมาดูแลงาน
ครัวและงานในบ้านมากขึ้น และจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการก็พบว่า เป็นช่วงที่มีการตอบรับ
อย่างดีจากผู้ชมรายการด้วย คือ ผู้ชมเห็นว่าผู้หญิงยุคใหม่ที่สวยและทันสมัย ทำครัวก็สวยได้
ไม่จำเป็นต้องดูโทรรมเหมือนภาพลักษณ์แม่บ้านเข้าครัวแบบเดิม

เมื่อนำข้อมูลเนื้อหารายการมาเปรียบเทียบกันเช่นนี้ทำให้ได้ข้อสังเกตประการหนึ่ง
ที่สำคัญว่า การที่รายการผู้หญิงในปัจจุบันเน้นเนื้อหาด้านความงามและการดูแลบ้าน งานครัว
จำนวนมากนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์ในรายการ กล่าวคือ ในปัจจุบันระบบ
อุปถัมภ์หรือสนับสนุนรายการ (Sponsor) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหาของรายการ
มากกว่ารายการผู้หญิงในปี 2537 จะเห็นได้จาก การสนับสนุนรายการโดยจัดทำในลักษณะเจ้า
ของสินค้าเป็นผู้สนับสนุนทั้งช่วงของรายการ (Infomercial) โดยการนำชื่อสินค้ามาเป็นส่วนหนึ่ง
ของชื่อช่วงรายการ และนำเสนอเนื้อหาในเรื่องของการใช้สินค้านั้นโดยตรง หรือการสนับสนุน
รายการโดยการเสนอเนื้อหาสาระที่แฝงโฆษณา (Programercial) สินค้าของผู้สนับสนุนรายการใน
เนื้อหาที่เสนอแก่ผู้ชม ทำให้เนื้อหารายการเกี่ยวข้องกับสินค้า และสินค้าสำหรับผู้หญิงส่วนใหญ่ก็
เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการเสริมความงาม และเครื่องอุปโภคบริโภคภายในบ้านนั่นเอง

ส่วนเนื้อหาในหัวข้อเรื่องอื่นๆ ที่มีการนำเสนอในลำดับถัดลงมา ได้แก่ เรื่องแง่คิดในการ
ดำเนินชีวิต เรื่องงานประดิษฐ์ เรื่องบุคลิกภาพ การแต่งกาย และเรื่องอาชีพการงานของผู้หญิง
ทางรายการมีการนำเสนอในลำดับถัดลงมา มีปริมาณไม่มากและไม่โดดเด่นนัก

เนื้อหาเรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต ปรากฏมากในรายการศุกร์สบายในช่วงสุข...ที่ใจ เช่น
ผู้ร่วมรายการในช่วง Dream Design จะให้แง่คิดแก่ผู้ชมด้วยการพูดถึงวิธีการใช้ชีวิตในแบบของ
ตนเพื่อทำให้จิตใจเป็นสุข และเรื่องทำอย่างไรให้หญิงไทยกล้าแสดงออก ในรายการเพื่อนหญิง
พลังหญิง เป็นการส่งเสริมความสามารถและศักยภาพของสตรี โดย ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี กร
ทัพะรังสี เปิดโอกาสให้สตรีที่มีความรู้ความสามารถสมัครเข้าร่วมงานกับรัฐบาลในสาขาต่างๆ

แสดงให้เห็นว่ารายการเริ่มมีแนวโน้มที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาความคิดพื้นฐานเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้หญิงมากขึ้น

แนวคิดในการดำเนินชีวิตนี้เป็นหัวข้อเรื่องใหม่ที่น่าสนใจที่ทุกรายการพยายามแทรกไว้โดยตลอดรายการ แต่ไม่ได้มีการกำหนดเป็นช่วงรายการที่ชัดเจนเช่นรายการศุกร์สบาย ในรายการอื่นจะพบเรื่องแง่คิดในชีวิตในการพูดคุยกันของพิธีกร เช่น รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงที่มีพิธีกร 4 คน 4 วัย ร่วมพูดคุยประเด็นต่างๆ ในหลายมุมมองในลักษณะการมองต่างมุมกัน ที่ให้ทั้งความรู้ทัศนคติในเรื่องต่างๆ โดยมีพื้นฐานที่จะส่งเสริมจริยธรรมสำหรับผู้หญิงไปด้วย หากมีการกล่าวถึงหรือยกประเด็นเกี่ยวกับจิตวิทยาการดำเนินชีวิตนี้มาเป็นหัวข้อสนทนา หรือเป็นช่วงประจำของแต่ละรายการ น่าจะเป็นสิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมรายการ ในการสร้างแนวความคิดที่ส่งเสริมคุณค่าในตัวเองของผู้หญิงยิ่งขึ้น เป็นจุดเริ่มต้นซึ่งอาจพัฒนาไปสู่แนวคิดด้านสิทธิที่สตรีพึงได้รับในสังคมต่อไปก็เป็นได้

เนื้อหาเกี่ยวกับบุคลิกภาพและการแต่งกาย เช่น ภาพงานคนดั่งกับเพชร คนดั่งทั้งดารา และผู้หญิงในสังคมชั้นสูงมาแนะนำการแต่งตัวที่เหมาะสมกับเพชรแต่ละแบบตามสไตล์ของตน, ภาพเบื้องหน้าและเบื้องหลังงานแฟชั่นโชว์ FENDI COLLECTION FALL WINTER 2002-2003 ในรายการเลดีส์ คอรัเนอร์

เนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพ การงาน ซึ่งเคยมีการนำเสนอมากในรายการผู้หญิงในปี 2537 กลับมีการเสนอไม่มากในรายการผู้หญิงปัจจุบัน โดยนำเสนอในเรื่องทางเลือกในการประกอบอาชีพ อิสระแก่สตรี การทำธุรกิจแบบแฟรนไชส์ เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์คิเรอ ราเมน, ธุรกิจ Ice Twister (รายการผู้หญิง ผู้หญิง) การฝึกอาชีพเสริมให้ภรรยาตำรวจและบุคคลทั่วไปของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง) แนะนำให้สตรีเข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อสร้างได้

เมื่อพิจารณาเนื้อหาเพื่อพัฒนาสตรีในเรื่องการป้องกันตนเอง การศึกษา และสิทธิสตรี ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริง เรื่องเหล่านี้เป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของผู้หญิง แต่กลับไม่ได้รับการนำเสนอในรายการสำหรับผู้หญิงเท่าที่ควร

เรื่องการป้องกันตนเองมีการนำเสนอน้อยมาก เรื่องการศึกษาและสิทธิสตรีไม่ได้รับการนำเสนอแต่อย่างใด เช่นเดียวกับเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ในปี 2537 ที่ได้มีการศึกษาไว้ เหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดจากปัจจัยทางช่องทางการสื่อสารและผู้ผลิต กล่าวคือ แม้

ตัวเนื้อหาสาร (message) จะผลิตขึ้นเพื่อผู้หญิงโดยตรง แต่ด้วยลักษณะช่องทางการสื่อสาร (Channel) ประกอบกับประเด็นสตรีเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนและมีความซับซ้อน ต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้จึงจะสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม จึงต้องได้รับการปรึกษาข้อมูลจากผู้ที่ทำงานด้านนี้จริงๆ และต้องมีการเตรียมพร้อมที่เพียงพอจึงจะสื่อเนื้อหาต่อผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ มิฉะนั้นอาจทำให้เกิดผลในทางลบมากกว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสตรี ประกอบกับวัตถุประสงค์ของรายการรูปแบบว่าไรดีสำหรับผู้หญิงนั้นต้องการส่งเสริมให้ผู้หญิงมีความสบายใจ มองโลกแง่ดี ไม่เครียด จึงใช้วิธีการไม่พูดถึงปัญหาหลักๆ หยิกยกแต่ปัญหาเล็กๆ ของผู้หญิงมา กล่าวถึงแทน

จากการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัว สรุปได้ว่า หัวข้อเรื่องที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพและความงามเป็นส่วนใหญ่ ในเรื่องสุขภาพสำหรับสตรีนั้น เป็นเรื่องที่ทำให้ประโยชน์แก่ผู้ชมด้วยลักษณะเฉพาะที่รายการจัดทำเพื่อกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นสตรี ฉะนั้นการนำเสนอหรือสื่อสารในเรื่องสุขภาพส่วนตัวของผู้หญิงนั้นสามารถทำได้โดยตรงไปตรงมา และเข้าถึงกลุ่มผู้ชมอย่างแท้จริง เช่น เรื่องการระวังป้องกันมะเร็งเต้านม เรื่องการออกกำลังกายแบบผู้หญิง เป็นต้น ซึ่งเป็นการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีจากภายในสำหรับผู้หญิง แต่ในเรื่องความงามนั้นเน้นการพัฒนาสัดส่วนหรือสรีระที่มองเห็นได้จากภายนอกของสตรี ไม่ว่าจะเป็น การนวดหน้า การแต่งหน้า การบำรุงผิวพรรณต่างๆ เนื้อหาที่พัฒนาความคิดเพื่อเสริมสร้างพลังภายในของผู้หญิงนั้นได้รับการนำเสนอน้อย ซึ่งเรื่องนี้ น่าจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาพื้นฐานทางความคิด มุมมอง โลกทัศน์สำหรับผู้ชมที่เป็นสตรีมากกว่า

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพความงามเป็นสิ่งที่สามารถนำเสนอและปฏิบัติได้ชัดเจนเห็นเป็นรูปธรรมกว่า ซึ่งเมื่อพิจารณาประกอบกับวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตรายการในประเด็นนี้ พบว่า ผู้ผลิตได้วาง ภาพลักษณ์สตรีแบบ "ผู้หญิงยุคใหม่" หรือ "ผู้หญิงทำงาน" (working woman) ซึ่งทำงานเก่งทั้งในบ้าน นอกบ้าน อย่างสมบูรณ์ ไว้เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิง เป็นภาพด้านบวกเพียงด้านเดียว ไม่ว่าผู้หญิงจะมีอาชีพหน้าที่หรือมีบทบาทสำคัญเพียงใดในสังคม ผู้หญิงก็ยังคงต้องให้ความสำคัญในการดูแลตนเองให้สวยและบุคลิกดีอยู่นั่นเอง ผู้ผลิตมิได้มองปัญหาต่างๆ ที่ผู้หญิงต้องประสบในชีวิตจริงไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน การเงิน หรือเรื่องจิตใจ ซึ่งมาพร้อมกับบทบาทเช่นนี้ จึงมิได้คำนึงถึงขั้นตอนหรือขบวนการพัฒนาพลังภายในในเรื่องความคิด และจิตใจของผู้หญิงเป็นสำคัญ มีการนำเสนอบ้างแต่ไม่เด่นเท่าเรื่องการพัฒนาสรีระภายนอก ซึ่งเรื่องเหล่านี้ น่าจะเป็นประโยชน์ และช่วยให้ผู้หญิงสามารถพัฒนาบทบาทในชีวิต

ครอบครัว การงาน และเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่ดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเป็นสุขอย่างแท้จริงมากกว่านั่นเอง

ตารางที่ 19 แสดงหัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

รายการ เรื่อง	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงๆ	สุภร สหาย	เลดีส์ฯ	ครบ เครื่องฯ	รวม	%
ความสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกในครอบครัว	1	2	0	0	2	5	83.33
ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ รัก	0	1	0	0	0	1	16.67
รวม	1	3	0	0	2	6	100

จากตารางที่ 19 พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเสนอเนื้อหาเรื่องการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวทั้งหมด 6 เรื่อง โดยแบ่งเป็น เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว 5 เรื่อง และความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักเพียง 1 เรื่อง

เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวปรากฏในรายการผู้หญิง ผู้หญิง เรื่องการเปลี่ยนแปลงในวัยรุ่น ที่พ่อแม่ควรรู้และเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจของลูกด้วยความเข้าใจ

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง เรื่องรักของแม่ เป็นเรื่องของผู้หญิงคนหนึ่งที่ย้ายกับสามี ต้องเลี้ยงลูกเพียงลำพัง แม่จะยากจนแต่ก็อดทนทำงานทุกอย่างเพื่อให้ลูกได้เรียนหนังสือ ลูกคือสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตของเธอ และเรื่องคืนความเข้มแข็งให้ครอบครัว แนะนำเคล็ดลับในการอยู่ร่วมกันในครอบครัวด้วยความเห็นอกเห็นใจกันของสามีภรรยา พ่อแม่ลูก ควรมีความเข้าใจกันและกันเสมอ เป็นการสร้างพื้นฐานครอบครัวให้เข้มแข็งเพื่อให้ลูกเติบโตโดยไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงในช่วงไตรมาสแรก เรื่องเลี้ยงลูกแบบไทยหรือแบบฝรั่งดี และลูกวัยรุ่นถูกพ่อตำหนิโดยรายการจะให้คำแนะนำ เพื่อเป็นแนวทางแก้ปัญหาเบื้องต้นที่เหมาะสม

เนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่รักปรากฏเพียง 1 ครั้ง ในรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง เรื่อง ออนไลน์สื่อรัก เป็นเรื่องของคู่แต่งงานที่รักกันได้เพราะการใช้บริการหาคู่ทางบริษัท จัดหาคู่ทางอินเทอร์เน็ต

นอกจากการนำเสนอเนื้อหาด้านครอบครัวในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน บางรายการ เช่น รายการผู้หญิง ผู้หญิง เพื่อนหญิง พลังหญิง จะน้อยมากแล้ว ในรายการศุภร์สบาย และรายการเลดีส์ คอเนอร์ ยังไม่ปรากฏการนำเสนอในเรื่องนี้แต่อย่างใด

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาสตรีระดับครอบครัวที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี นั้นมีน้อยมากเมื่อเทียบกับการพัฒนาสตรีระดับอื่นทั้งที่เป็นเรื่องที่แยกไม่ออกกับผู้หญิงทุกคน

ข้อที่น่าสนใจ คือเนื้อเรื่องที่นำเสนอในรายการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร ไม่ปรากฏเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่สามีภรรยาไม่ว่าด้านบวกหรือลบให้เห็นโดยตรงในรายการ สำหรับสตรีในปัจจุบันเลย

เมื่อเทียบกับงานของปัญญา (2537) จะมีการนำเสนอในประเด็นเหล่านี้มากกว่ารายการในปัจจุบัน ทำให้มองว่าภาพรวมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อผู้หญิงโดยเฉพาะนั้นเสมือนว่าตัดเรื่องครอบครัวในมิติของสามีภรรยาออกไปอย่างสิ้นเชิง ไม่มีการเสนอแนวคิด เสนอแนะเรื่องความสัมพันธ์กันระหว่างหญิงชาย และการใช้ชีวิตคู่ปรากฏในรายการเลย

รายการสตรีโดยมากจะเน้นในเรื่องคุณลักษณะส่วนตัวดังที่ปรากฏตามสัดส่วนการนำเสนอ เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับต่างๆ ในตารางที่ 17 และการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวสตรีในตารางที่ 18 เสนอเรื่องการดูแลสุขภาพความงาม งานบ้านงานครัวมาก และการพัฒนาการมีส่วนร่วมในสังคมเกี่ยวกับเรื่องความเป็นไปในสังคม เปิดโลกทัศน์ให้ผู้หญิงรู้เรื่องกว้างไกลเป็นหลัก ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจและเป็นเนื้อหาที่มักพบได้ในรายการที่ผลิตเพื่อผู้หญิง เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ชมสตรีในวงกว้าง

อีกทั้งประกอบกับแนวคิดการนำเสนอรายการของผู้ผลิต เช่น รายการผู้หญิง ผู้หญิง

“รายการไม่ได้เน้นในเรื่องครอบครัวมากนัก ต้องการเสนอเนื้อหาในเรื่องที่ผู้หญิงอยากรู้ ดูแล้วมีความสุขขึ้น ทันทสมัย แต่มีสาระ”(อรรถกานท์ พิมพิงค์ : รายการผู้หญิง ผู้หญิง)

เมื่อเทียบกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ที่ปัญหามาได้ศึกษาไว้ พบว่า ได้ผลการวิเคราะห์ตรงกันที่รายการผู้หญิงในปัจจุบันไม่เน้นการนำเสนอเรื่องครอบครัว เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวที่มีการนำเสนอไม่มากนักนั้น มาจากเหตุผลที่ว่า

“เนื่องจากผู้จัดทำรายการไม่ได้ใช้ *Feminist Approach* เป็นแนวคิดหลักในการจัดทำรายการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ *Feminist Approach* มีแนวคิดที่รุนแรง เน้นการเปลี่ยนแปลงอย่างถึงรากถึงโคน ส่วน *System Approach* มุ่งการเปลี่ยนแปลงเล็กๆ น้อยๆ หาก ผู้จัดทำรายการโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาที่เน้นหลัก *Feminist Approach* อาจเสี่ยงกับการขาดทุนเพราะไม่มีผู้ชมรายการ ดังเช่น เนื้อหาของรายการผู้หญิงยาดราที่เพียงเริ่มจะรุนแรงก็พบกับปัญหา จนต้องเปลี่ยนแนวคิดของรายการไปในที่สุด”

เนื้อหาที่นำเสนอด้านครอบครัวในรายการผู้หญิงไม่มากเช่นนี้อาจเนื่องมาจากภาพลักษณ์ของรายการแนวนิยายสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิงเป็นรายการที่ต้องการให้ผู้หญิงได้รับความรู้ ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดได้ เหมือนเป็นโลกส่วนตัวในการแสวงหา หลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงที่ต้องประสบอยู่แล้ว แต่หากมองอีกนัยหนึ่ง อาจเนื่องมาจากในการนำเสนอเนื้อหา รายการใดรายการหนึ่ง ความชัดเจนของเนื้อหาที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีมีระดับที่แตกต่างกันคือ ระดับคุณลักษณะส่วนตัวอาจมองเห็นได้ชัดเจนกว่าระดับครอบครัว แต่เนื้อหาในรายการนั้นย่อมมีความสัมพันธ์โยงใยถึงกันอย่างแยกไม่ออก

การที่รายการส่งเสริมเรื่องสุขภาพความงามและงานบ้านแก่สตรีมากนั้นมีผลเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวระหว่างสามี ภรรยา หรือความสัมพันธ์ระหว่างพ่อ แม่ ลูก ไปโดยปริยาย กล่าวคือ ตามค่านิยม วิธีชีวิตในสังคมไทย ภรรยาหรือแม่บ้านควรดูแลตนเอง และไม่ขาดตกบกพร่องในเรื่องการดูแลบ้านและงานครัวด้วย จึงจะเรียกได้ว่าเป็นสตรีที่มีความเพียบพร้อม ฉะนั้น แม้รายการจะไม่นำเสนอเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยตรง แต่การนำเสนอการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีก็มีความหมายโดยนัยที่สัมพันธ์กับการพัฒนาครอบครัวของสตรีให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ตารางที่ 20 แสดงหัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคม

รายการ	ผู้หญิงผู้ หญิง	เพื่อน หญิงๆ	สุภี สบาย	เลดีส์ฯ	ครบ เครื่องฯ	รวม	%
เรื่อง							
ท่องเที่ยว	2	1	6	4	1	14	16.67
บุคคลและวงการบันเทิง	2	1	0	8	1	12	14.29
อาหาร	1	10	0	0	0	11	13.10
เศรษฐกิจและธุรกิจ	7	1	0	0	2	10	11.91
วิทยาศาสตร์การแพทย์	2	3	0	1	2	8	9.52
ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	3	0	0	1	4	8	9.52
ศิลปวัฒนธรรม	0	3	0	2	1	6	8.98
สังคม	0	5	0	0	0	5	5.95
เทคโนโลยี	0	3	0	0	0	3	3.54
กิจกรรม วัฒนธรรมวัยรุ่น	0	1	0	1	0	2	2.56
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	0	0	0	0	2	2	2.56
คนพิการ	0	1	0	0	1	2	2.56
สัตว์เลี้ยง	1	0	0	0	0	1	2.56
การเมือง	0	0	0	0	0	0	0
การเกษตร	0	0	0	0	0	0	0
รวม	16	29	6	19	14	84	100

จากตารางที่ 20 พบว่าเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีทั้งหมด 84 ครั้ง นำเสนอเรื่องการท่องเที่ยวมากที่สุด 14 ครั้ง รองลงมาคือ เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง 12 ครั้ง อันดับที่สามคือ เรื่องอาหารการกิน 11 ครั้ง อันดับที่ 4 คือ เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ 10 ครั้ง ในการศึกษาเนื้อหารายการครั้งนี้ไม่ปรากฏการนำเสนอเรื่องการเมือง และการเกษตร

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีเนื้อหาที่พัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องการท่องเที่ยวมากที่สุด 14 ครั้ง โดยมีการนำเสนอกระจายอยู่ในทุกรายการ และปรากฏในรายการสุภีสบายมากที่สุด 6 ครั้ง เป็นการพาไปเที่ยวชมสถานที่ที่พักตากอากาศตามต่างจังหวัด

เช่น บ้านตากอากาศจากทะเล by the sea รีสอร์ทแห่งเมืองช้าง โรงบ่มไบชาร์รีสอร์ท เป็นต้น
รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ 4 ครั้ง เรื่อง การพาเที่ยววินชีแลนด์

อันดับ 2 คือเนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลและวงการบันเทิง 12 ครั้ง ปราชญ์มากที่สุดในการรายการ
เลดีส์ คอร์นเนอร์ถึง 8 ครั้ง เช่น เรื่องเบื้องหลังการเป็นพิธีเซ็นเตอร์ของสามหนุ่ม ดอม เหวระกูด
ธนากร ไปษยานนท์ และธีระเดช วงศ์พิ้วพันธ์ ภาพงานการจัดโต๊ะน้ำชายามบ่ายที่เซ็นทรัลชิดลม
สัมภาษณ์นางแบบที่ชนะการประกวดจากเวที Ford Model Super Model Thailand 2002
เป็นต้น รายการผู้หญิง ผู้หญิง เช่น การสัมภาษณ์เด็ก บงกช ถึงเบื้องหลังละครนิราศสองภพ
เป็นต้น รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง และรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงเสนอ รายการละ 1 ครั้ง
ได้แก่ งานเปิดตัวหนังสือของคุณพัชรศรี เบญจมาศ และภาพการจัดงานแฟชั่นโชว์เพื่อส่งเสริมผ้า
ไหมไทย Queen of Silk

อันดับ 3 หัวข้อเรื่องอาหารการกิน มี 11 ครั้งเป็นการแนะนำร้านอาหาร ให้ผู้ชมไป
รับประทานโดยจะมอบส่วนลดให้ด้วย ในรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง ช่วงอร่อยแน่แคอายุซอส

อันดับที่ 4 หัวข้อเรื่องเศรษฐกิจและการทำธุรกิจ รายการผู้หญิง ผู้หญิงนำเสนอมากที่สุด
7 ครั้ง เช่น ธุรกิจไวนไทยส่งต่างประเทศ กวางสัตว์เศรษฐกิจตัวใหม่ เป็นต้น

การนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมของ
รายการสำหรับสตรีในปัจจุบัน จะพบว่า 3 อันดับแรกเป็นเรื่องการท่องเที่ยว บุคคลและวงการ
บันเทิง และเรื่องอาหารการกิน ซึ่งทั้ง 3 เรื่องนี้เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันในแง่ของมิติการออกไป
สู่โลกภายนอกของผู้หญิงคือ การออกไปเที่ยว ไปดูหนังฟังเพลง เป็นการใช้เวลาว่างนอกบ้าน
แสดงว่าปัจจุบันผู้ผลิตได้สังเกตเห็นถึงว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) หรือปริมาตรของ
ผู้หญิงได้ขยายออกไปยังพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) มากขึ้น เนื้อหาในเรื่องทั่วไปที่ผู้ผลิต
นำเสนอมักเป็นเรื่องการให้ข้อมูลเพื่อเปิดโลกกว้างให้แก่ผู้หญิงด้านสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อน ที่ทำ
ให้ผู้หญิงทันเหตุการณ์ รอบรู้ความเป็นไปในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับแวดวงบันเทิง ผู้หญิง
ต้องการติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของดารา คนดัง และเหตุการณ์ในวงการบันเทิง ส่วน
ใหญ่ก็เป็นเรื่องการแต่งหน้า แต่งตัว กิจกรรมยามว่าง การท่องเที่ยว การรับประทานอาหาร ซึ่งเป็นการ
ดึงดูดให้ผู้ชมสนใจในเรื่องเหล่านั้น

การเสนอเนื้อหาที่สัมพันธ์กับการพัฒนาผู้หญิงให้มีส่วนร่วมในสังคม ที่สังเกตเห็นในรายงานนั้นจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการนำหรือเชิญชวนให้ผู้หญิงไปทำกิจกรรมนอกบ้านมากขึ้น และเป็นเรื่องตรงตามความสนใจและวิถีชีวิต (way of life) ของผู้หญิงในปัจจุบันด้วย คือการใช้พื้นที่สาธารณะของผู้หญิงไม่จำเป็นต้องไปทำงานเพียงอย่างเดียว ผู้หญิงมีโอกาสนอกบ้านในช่วงพักผ่อนอกบ้านด้วย

จากแนวโน้มเนื้อหาข่าวการเช่นนี้ ชี้ให้เห็นว่าสัมพันธ์กับเนื้อหาการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องการเสริมความงามบุคลิกภายนอกให้ดูดี นอกจากเป็นการให้ข้อมูลเตรียมผู้หญิงดูแลตัวเองให้สวยเพื่อตนเอง เพื่อคนในครอบครัวอย่างสามีและลูกแล้ว ยังเป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้หญิงก้าวไปสู่โลกภายนอกอย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

จากข้อสังเกตที่ได้นี้พบว่า มีความต่างกัน คือ ในปี 2537 รายงานผู้หญิงเน้นการเตรียม เปิดโลกทัศน์ให้ผู้หญิงพร้อมเข้าสู่สังคมการทำงานเป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันรายงานผู้หญิงส่งเสริมให้ผู้หญิงก้าวสู่โลกภายนอกในบทบาทที่เปลี่ยนไปจากเดิม คือ นอกจากการทำงานแล้ว ผู้หญิงยังควรจะใช้เวลาร่วมนอกบ้านอย่างเหมาะสมด้วย

ในเรื่องอาหารการกินนั้นยังพบจุดที่น่าสนใจว่า แม้รายงานผู้หญิงจะเน้นให้ผู้หญิงออกสู่สังคมภายนอกมากขึ้น แต่การนำเสนอเรื่องอาหารการกินสำหรับผู้หญิงยังมีไม่มาก มีเพียง 1 ช่วงของ 1 รายการคือรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง ซึ่งเป็นรายการเดียวที่พยายามส่งเสริมการแบ่งแยกผู้หญิงกับอาหารออกจากพื้นที่ในบ้าน แต่เมื่อเทียบกับข้อมูลเนื้อหาการพัฒนาสตรีที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีระดับตนเองจากตาราง ที่ 8 แล้วจะพบว่ารายการผู้หญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ รายการศุกร์สบาย รายการครอบครัวเรื่องผู้หญิง หรือแม้แต่รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ ที่มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมให้ผู้หญิงทันสมัยนั้น ยังคงส่งเสริมให้ผู้หญิงทำอาหารที่บ้านแบบเดิมๆ อยู่ โดยมีการดัดแปลงจากสูตรเดิมประยุกต์ให้เข้ากับสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังเป็นการส่งเสริมบทบาทเดิมในการเป็นแม่บ้านของผู้หญิงอยู่นั่นเอง สะท้อนให้เห็นถึง หน้าที่หลักของผู้หญิงที่ยังต้องให้ความสำคัญกับบทบาทในครอบครัวของตนเองมาก่อน การนำเสนอเนื้อหาในรายการผู้หญิงในปัจจุบัน ทางรายการก็พยายามเสนอทางเลือกให้ผู้หญิงได้ผ่อนคลาย และเติมสีสันในชีวิตให้แก่ผู้หญิงหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจเหล่านั้นนั่นเอง

จากการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกับโลกภายนอกนี้ไม่ปรากฏเรื่องการเมืองแต่อย่างใด พิจารณาได้ว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการผู้หญิงเป็นเรื่องเบาที่ผู้หญิงสามารถเปิดรับและเข้าใจ

ได้ง่ายมากกว่าประเด็นหนักเช่นการเมืองที่ต้องมีพื้นฐานมาก่อน เมื่อพิจารณากับงานวิจัยในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งก็มีความสอดคล้องกันว่า การเสนอเรื่องโลกภายนอกของสตรี รายการนั้นเป็นเรื่องเบาๆ เกี่ยวกับหัวข้อเรื่อง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยว มิใช่โลกแบบหนักๆ เรื่องเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศหรือระดับประเทศ เรื่องกฎหมาย หรือเรื่องสิทธิสตรีก็แทบจะไม่ปรากฏเช่นเดียวกัน ผู้ผลิตและตัวผู้ชมเองอาจมองข้ามเรื่องเหล่านี้และคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัว ผู้หญิงแต่ความเป็นจริงแล้ว เรื่องการเมือง เรื่องกฎหมาย และเรื่องสิทธิสตรีเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แก่ผู้หญิงอย่างแท้จริง จึงควรมีการพิจารณาให้หัวข้อเรื่องเหล่านี้ให้มากขึ้นกว่าเดิมก็จะเป็นการดี

5. การสะท้อนบทบาทภาพลักษณ์สตรีและชนชั้นสตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

5.1 การสะท้อนบทบาทภาพลักษณ์สตรี

ภาพสะท้อนภาพลักษณ์สตรีที่ปรากฏในสื่อมวลชนมีหลายภาพด้วยกัน กล่าวคือ สตรีในภาพลักษณ์เดิม ภาพลักษณ์ผสม และภาพลักษณ์ใหม่ ในการวิเคราะห์การนำเสนอภาพลักษณ์สตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ตามอาชีพและการแสดงบทบาทหน้าที่ หรือกิจกรรมของสตรีที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการ

สตรีในภาพลักษณ์เดิมคือ ภาพของแม่ศรีเรือนและกุลสตรี มีหน้าที่หลักอยู่กับบ้าน ซึ่งเป็นภาพที่ตอกย้ำอุดมการณ์และความชอบธรรมของการแบ่งงานกันทำตามเพศ

สตรีในภาพลักษณ์ผสม คือ ภาพของผู้หญิงยุคใหม่ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไปในปัจจุบัน เป็นภาพของผู้หญิงทำงานปรากฏตัวนอกบ้านประกอบอาชีพต่างๆ ที่ต้องใช้ความความรู้ ความสามารถไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าชาย เช่น สถาปนิก แพทย์ วิศวกร ทนายความ ฯลฯ แต่ในขณะเดียวกัน ก็ยังต้องให้ความสำคัญในภาระหน้าที่การดูแลบ้านไปด้วย

สตรีในภาพลักษณ์ใหม่ คือ ภาพสิทธิสตรี หรือภาพผู้หญิงที่มีความมั่นใจ เป็นผู้หญิงยุคใหม่ และเสนอภาพผู้หญิงในเรื่องความสามารถในหน้าที่การงานเพียงอย่างเดียว ไม่ผูกพันเรื่องภาระหน้าที่การเป็นแม่ศรีเรือนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เป็นภาพลักษณ์แบบเดียวกับภาพของผู้ชายที่ปรากฏในสื่อ

การศึกษาภาพลักษณ์สตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเพื่อให้เห็นการนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนภาพลักษณ์สตรีว่าภาพของผู้หญิงในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีฐานะบทบาทอย่างไร

ตารางที่ 21 แสดงบทบาทสตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

รายการ	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงๆ	ศุภรี สบาย	เลดีส์ฯ	ครบ เครื่องฯ	รวม	%
ภาพลักษณ์เดิม	0	1	0	0	0	1	1.21
ภาพลักษณ์ผสม	0	2	6	0	3	11	13.42
ภาพลักษณ์ใหม่	10	13	3	23	21	70	85.37
รวม	10	17	9	23	24	82	100

จากตารางที่ 21 พบว่าภาพสะท้อนบทบาทสตรีในภาพลักษณ์เดิม ภาพลักษณ์ผสม และภาพลักษณ์ใหม่ ผ่านภาพสตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน มีทั้งหมด 82 ครั้ง คือ ภาพสะท้อนบทบาทภาพลักษณ์สตรีในภาพลักษณ์ใหม่มีปรากฏมากที่สุดถึง 70 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 85.37 จากการนำเสนอทั้งหมด 82 ครั้ง รองลงมาคือภาพลักษณ์ผสมปรากฏ 11 ครั้งหรือร้อยละ 13.42 และภาพลักษณ์เดิมแทบจะไม่ปรากฏให้เห็นในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเลยคือปรากฏ 1 ครั้งหรือเพียงร้อยละ 1.21 เท่านั้น

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สตรีที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนี้ พบว่า กว่า 80 % ของสตรีที่มาร่วมรายการ เป็นสตรีที่ภาพลักษณ์ใหม่ทั้งสิ้น โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก คือ สตรีที่มีบทบาทการทำงาน มีการศึกษา และมีความสามารถสูง เป็นที่ยอมรับในสังคม ส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาอาชีพ มาแนะนำหรือให้ข้อมูลในเรื่องในสาขานั้นๆ

กลุ่มที่สอง คือ ดารา บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมชั้นสูง สาวเปรี้ยว ผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นคนทันสมัย มีการดำเนินชีวิตแบบผู้หญิงยุคใหม่ มาร่วมรายการในเรื่องกิจกรรมต่างๆ ยามว่าง เช่น การท่องเที่ยว การออกงานสังคม และงานอดิเรกต่างๆ

ภาพสะท้อนบทบาทสตรีภาพลักษณ์ใหม่ปรากฏผ่านรายการโทรทัศน์ในภาพผู้หญิงทำงานที่มีความรู้ ความสามารถในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้หญิง มาให้ทั้งความรู้และ

ความบันเทิงแก่ผู้ชมผ่านรายการ เช่น ผู้หญิงที่มีความสามารถมีตำแหน่งสำคัญทางการเมือง คุณสุดารัตน์ เกษราพันธ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ให้ข้อมูลเรื่องการออกกำลังกายให้สวยสมารถ (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง) ผู้หญิงนักพัฒนาที่ช่วยเหลือเด็กด้อยโอกาสในเรื่องห้องสมุดเคลื่อนที่เพื่อน้องที่คุณดุจดัต อึ้งทรงธรรม จากมูลนิธิศึกษาเอเชีย จัดทำโครงการห้องสมุดเคลื่อนที่เข้าไปในชุมชนแออัดเพื่อให้ได้เข้าห้องสมุด ได้อ่านหนังสือมากขึ้น (รายการเพื่อนหญิงพลังหญิง) แพทย์หญิงที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์เฉพาะทาง แพทย์หญิง วิทยาศาสตร์ เวชศาสตร์ ให้ข้อมูลในเรื่องการผ่าตัดยกดกลูกซึ่งมีความจำเป็นสำหรับผู้หญิงวัยกลางคน เป็นต้น

ภาพสะท้อนบทบาทสตรีภาพลักษณ์ใหม่ของสตรีกลุ่มที่ 2 เป็นการเสนอภาพผู้หญิง โดยเสนอภาพกิจกรรมยามว่าง เช่น การไปท่องเที่ยว การไปออกงานต่างๆ การเสริมความงาม การออกกำลังกาย งานอดิเรก หรือแม้แต่การทำอาหาร ที่รายการเลดีส์ คอรัเนอร์เชิญดาราดัง มาทำอาหารเมนูประยุกต์ใหม่ หรือการแนะนำกีฬาโปรดคนดังจากช่วงอวยเด็มรสวิตามินซี เต็มร้อย ในรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง หรือวิธีการเสริมความงามด้วยครีมบำรุงที่ผสมขึ้นใหม่สำหรับผู้หญิงแต่ละคน จากบิวตี้คาเฟ่ของคุณวิภาวดี ภูวนารถนรานูบาล เป็นต้น

การที่รายการเสนอภาพผู้หญิงที่มีความสามารถต่างๆ เช่นนี้ แม้ในความเป็นจริงผู้หญิงส่วนมากในสังคมปัจจุบันจะยังไม่อาจจะทิ้งภาพลักษณ์เดิม หรือภาพลักษณ์ผสมไปได้อย่างสิ้นเชิง ผู้หญิงหลายคนยังคงอยู่ในสถานะเช่นนี้ ไม่อาจปฏิเสธหรือผลัดภาระภายในบ้านไปได้ การนำเสนอภาพผู้หญิงภาพลักษณ์ใหม่ในสื่ออาจจะไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงในสังคมปัจจุบันแต่ถือว่าการนำเสนอภาพผู้หญิงนี้ได้ทำหน้าที่เป็นแบบอย่างให้กับผู้ชมได้ซึมซับรับรู้ และเป็นการกระตุ้นหรือสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้หญิงได้เล็งเห็นศักยภาพและความสามารถของผู้หญิงด้วยกันมากขึ้น เป็นแบบอย่างนำไปสู่การพัฒนาบทบาทที่สร้างสรรค์ของสตรียิ่งขึ้นต่อไป

จะเห็นได้ว่าสตรีที่มีภาพลักษณ์ใหม่นี้เข้ามามีบทบาทในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีสูงชันกว่ารายการในอดีตมาก คือรายการปัจจุบันพยายามยกระดับกลุ่มผู้ชมรายการให้อยู่ในกลุ่มผู้หญิงชนชั้นกลางถึงชนชั้นสูง ฉะนั้นภาพผู้หญิงที่จะนำเสนอจึงต้องเป็นผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ตามที่รายการต้องการส่งเสริม คือภาพลักษณ์ผู้หญิงยุคใหม่ที่ก็ต้องก้าวทันโลก แต่ก็ต้องเป็นแม่บ้านที่มีความรู้ ความสามารถและมั่นใจในตัวเอง ซึ่งการนำเสนอภาพผู้หญิงเหล่านี้มันสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการ

เมื่อเปรียบเทียบกับรายการในปี 2537 พบว่า รายการในเวลานั้นเสนอภาพผู้หญิงภาพลักษณะใหม่ ผ่านรายการมากที่สุด รองลงมาเป็นภาพลักษณะผสมและภาพลักษณะเดิมมีการนำเสนออย่างน้อยที่สุดเช่นกัน แสดงถึงความต่อเนื่องทางทิศทางการเสนอภาพลักษณะในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีอย่างหนึ่ง เป็นข้อสังเกตว่าการที่รายการต้องการเสนอภาพผู้หญิงให้เป็นผู้นำเป็นต้นแบบ แบบอย่างที่ดีนำกว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของรายการอาจเป็นเพราะผู้ผลิตเห็นว่าเนื้อหาเกี่ยวกับสตรีภาพลักษณะใหม่น่าจะดึงดูดความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการที่เป็นชนชั้นกลางได้ดีกว่าภาพลักษณะเดิมหรือภาพลักษณะผสม

5.2 การสะท้อนภาพชนชั้นสตรี

ตารางที่ 22 แสดงชนชั้นสตรีที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

รายการ ชนชั้นสตรี	ผู้หญิง ผู้หญิง	เพื่อน หญิงๆ	สุภกร สหาย	เลดีส์ๆ	ครบ เครื่องๆ	รวม	%
ชนชั้นสูง	7	5	3	20	19	54	65.85
ชนชั้นกลาง	3	9	6	3	5	26	31.71
ชนชั้นล่าง	0	2	0	0	0	2	2.44
รวม	10	16	9	23	24	82	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มชนชั้นสตรีที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอทั้งหมด 82 ครั้ง เป็นภาพของสตรีชนชั้นสูงมากที่สุด 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.85 สตรีชนชั้นกลาง 26 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.71 และสตรีชนชั้นล่าง 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.44

ภาพสตรีชนชั้นสูงปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมากที่สุดสอดคล้องกับการนำเสนอภาพลักษณะใหม่ของสตรีมากที่สุดจากตารางที่ 21 บทบาทสตรีภาพลักษณะใหม่มักจะถูกนำเสนอควบคู่กับสตรีชนชั้นสูง จะเห็นว่ามีปริมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของการนำเสนอภาพผู้หญิงในรายการทั้งหมด

ภาพสตรีชนชั้นสูงปรากฏการนำเสนอในรายการเลดีส์ คอรันเนอร์มากที่สุด เนื่องจากลักษณะเนื้อหาในรายการเป็นเรื่องเกี่ยวกับงานสังคม ความงามและความบันเทิงการใช้เวลาว่าง

ของผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ภาพผู้หญิงที่ปรากฏจึงเป็นภาพดารา นางแบบ บุคคลในวงสังคมชั้นสูง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้หญิงที่มีอาชีพ รายได้สูง มีภาพลักษณ์ใหม่ เช่น คุณน้ำฝน วิรุฬหพันธ์ กฤษบุญญาลัย เรื่องเคล็ดลับสุขภาพดี (รายการเลดีส์ คอร์เนอร์) คุณอัมพรพิมพ์ วัชรวิทย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอลก้า จำกัด (ประเทศไทย) เรื่องโครงการต้านภัยมะเร็งเต้านม (รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง)

ภาพผู้หญิงที่ปรากฏในรายการทำให้ได้ข้อสังเกตว่า ประเด็นที่เกี่ยวกับสตรีชนชั้นกลางไม่ได้รับความสนใจในการนำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปัจจุบัน มีเพียงรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงเท่านั้นที่พยายามนำเสนอเรื่องราวชีวิตสะท้อนปัญหาของสตรีชนชั้นกลางที่ต้องทำงานใช้แรงงาน มีรายได้น้อย

เมื่อนำมาวิเคราะห์กับลักษณะรายการรูปแบบนิตยสารวาไรตี้และกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักของรายการแล้วพบว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของรายการ ส่วนรายการผู้หญิงรายการอื่น ไม่ได้คำนึงถึงแง่มุมนี้ การนำเสนอเนื้อหา ชนชั้นสตรี ก็สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่รายการได้กำหนดไว้ คือ สตรีชนชั้นกลาง และเพื่อสร้างความน่าสนใจในการ การนำเสนอบทบาทของสตรีชนชั้นสูงจะดึงดูดความสนใจของสตรีกลุ่มชนชั้นรองลงมาได้มากกว่าที่จะเสนอเรื่องของสตรีกลุ่มชนชั้นเดียวกันหรือระดับต่ำกว่า

จากการศึกษาภาพลักษณ์และชนชั้นสตรีพบว่า การเสนอภาพสะท้อนสตรีภาพลักษณ์ใหม่ เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 แต่ในส่วนของชนชั้นสตรีนั้น รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนำเสนอสตรีชนชั้นสูงมากที่สุดแต่ในปี 2537 รายการเสนอภาพสตรีชนชั้นกลางมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การนำเสนอภาพสะท้อนเกี่ยวกับสตรีของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี มีการเปลี่ยนแปลงไป รายการในอดีตแม้จะเป็นผู้หญิงภาพลักษณ์ใหม่ แต่ยังคงเป็นเรื่องของสตรีชนชั้นกลางแต่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันต้องการสร้างภาพผู้หญิงที่ทันสมัยและอยู่ในสังคมชั้นสูงมากกว่า

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตอีกประการหนึ่งว่า สตรีภาพลักษณ์ใหม่อยู่ในระดับชนชั้นสูง มีการเคลื่อนไหวในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมากกว่าสตรีชนชั้นอื่น โดยเป็นผู้แสดงบทบาทนำในการทำกิจกรรมต่างๆ ในรายการสตรีปัจจุบัน ซึ่งเมื่อพิจารณาเนื้อหาหรือกิจกรรมที่รายการกำหนดให้สตรีชนชั้นสูงนำเสนอ นั้น ส่วนใหญ่มีการแฝงการโฆษณาสินค้าต่างๆ ในลักษณะเนื้อหาเชิงพาณิชย์ร่วมด้วยเป็นส่วนใหญ่ เช่นตัวอย่างจากรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง เชิญคุณวรรณษา

ทองวิเศษ และคุณวิยะดา มโนนันท์ มาร่วมรายการ พูดคุยถึงเรื่องการดูแลผิวพรรณ ว่าคุณวรรณชามีผิวพรรณเปล่งปลั่ง สดใส ไร้ริ้วรอย แล้วคุณวรรณชาก็บอกว่าใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวชนิดหนึ่งที่ใช้อยู่เป็นประจำ ซึ่งได้รับคำแนะนำจากคุณวิยะดา จากนั้นพิธีกรและผู้ร่วมรายการก็จะพูดคุยกันถึงปัญหาผิวหนังในปัจจุบันทำลายผิว แต่ก็มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้สำหรับผู้หญิงได้ จากนั้นรายการก็จะขึ้นเบอร์โทรศัพท์ไว้ที่มุมหนึ่งของจอโทรทัศน์ เพื่อให้ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ เป็นต้น

จากตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสินค้าเช่นนี้ผ่านกลุ่มสตรีชนชั้นสูงที่มีภาพลักษณ์ใหม่ ทำให้ผู้ชมชนชั้นกลาง ชนชั้นล่างหรือแม้กระทั่งชนชั้นสูงที่ได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาจากกลุ่มที่เป็นผู้นำ เกิดการยอมรับในตัวสินค้า เชื่อถือในคุณภาพ เห็นได้อย่างชัดว่าผู้สนับสนุนรายการ รวมถึงผู้ผลิตรายการมองผู้ชมรายการสตรีเป็นผู้บริโภค (Consumer) และได้ส่งผ่านแนวคิดบริโภคนิยม (Consumerism) แก่ผู้ชมไปพร้อมกับเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ หากผู้ชมมีความต้องการยึดกลุ่มผู้หญิงชนชั้นสูงเป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ของตน และอยากจะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผู้หญิงในรายการ แม้ในความเป็นจริงไม่สามารถเป็นเช่นนั้นได้ การใช้ผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันทำให้เกิดความภูมิใจและเสมือนเป็นกลุ่มเดียวกัน เกิดความรู้สึกถึงการเชื่อมโยงตนเองกับกลุ่มผู้หญิงต้นแบบเหล่านั้นได้ในทางอ้อมนั่นเอง

แนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาในรายการผู้หญิงในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลได้ 2 ลักษณะคือ

1. ผลเสียต่อผู้ชม คือ อาจส่งผลต่อผู้ชมที่อยู่ในกลุ่มผู้ชมชนชั้นล่างที่มีรายได้น้อยและเชื่อถือในข้อมูลที่รายการนำเสนอเกิดการใช้จ่ายที่เกินภาวะความจำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่ไม่ได้ผลตามที่ต้องการ หรือคาดหวังไว้

2. ผลเสียต่อรายการ คือ หากเป็นกลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนประจำของรายการเล็งเห็นว่าเป็นการโฆษณาแฝงในรายการที่มากเกินไป อาจเกิดความเบื่อหน่าย และลดความเชื่อถือในเนื้อหาของรายการส่วนอื่นลงไปด้วย จนอาจจะเลิกติดตามชมรายการไปได้เพราะเห็นว่าไม่ได้ข้อมูลที่ประโยชน์อย่างแท้จริงนั่นเอง

ส่วนที่ 2 แสดงผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาวิเคราะห์แนวคิด วัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันของผู้ผลิตรายการ รวมถึงการวิเคราะห์ลักษณะเนื้อหาของรายการ และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแล้วนั้น การศึกษาถึงผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งจะทำให้มองเห็นภาพรวมของสื่อประเภทรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีในปัจจุบันได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

งานวิจัยครั้งนี้จึงต้องการศึกษาวิเคราะห์ถึงความคิดเห็นของผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะของรายการว่า ผู้ชมรายการที่เป็นสตรีนั้นมีความเข้าใจในเนื้อหาที่สัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมากน้อยเพียงใด ผู้ชมรายการมีการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหารายการและได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันหรือไม่ อย่างไร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหารายการของผู้ผลิตหรือไม่

การศึกษาผู้ชมรายการสตรีครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ชมรายการโทรทัศน์สตรี โดยกำหนดตัวแปรหลักทางด้านประชากรศาสตร์ในการศึกษา ได้แก่ ตัวแปรด้านอาชีพ โดยผู้วิจัยมีสมมติฐานการวิจัยว่า ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพต่างกันจะมี การรับรู้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและการนำไปใช้ รวมถึงได้รับความพึงพอใจจากเนื้อหาของรายการต่างกัน

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นสตรีจำนวน 30 คนโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1. สตรีที่ทำงานนอกบ้าน 15 คน
2. สตรีที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้าน 15 คน

หลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ทางด้านอาชีพ โดยพิจารณาถึงบริบททางสังคมของสตรีในเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะและพื้นที่ในบ้านของผู้หญิง กล่าวคือ

ผู้หญิงที่ต้องออกไปประกอบอาชีพนอกบ้านนั้นจะต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 8 ชั่วโมง หรือคิดเป็นเวลามากกว่า 1 ใน 3 ส่วนของเวลาทั้งหมดในหนึ่งวันอยู่นอกบ้าน เพื่อการประกอบอาชีพ ธุรกิจ การงาน การเดินทางผู้หญิงทำงานจะต้องมีภารกิจต่างๆ ได้พบปะผู้คน มีการเข้าสังคม จึงมีเวลาว่างในการอยู่ที่บ้านน้อยกว่าผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้านซึ่งมีการใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในบ้านซึ่งน่าจะมากกว่า 2 ใน 3 ส่วนของเวลาทั้งหมดในหนึ่งวัน

การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเพื่อเจาะลึกถึงความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่รายการนำเสนอกับการรับรู้และการนำไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนความคิดเห็นต่างๆ ของผู้ชมรายการ ที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและการพัฒนาสตรี โดยแบ่งตามประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1.คุณลักษณะทางประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์
- 2.การรับรู้เนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
- 3.การนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์
- 4.ความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

1. คุณลักษณะทางประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้หญิงทำงาน และกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้าน ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงอายุของกลุ่มผู้ชมรายการสตรี

ผู้ชมรายการสตรี	อายุ		
	20 – 29	30 - 39	40 - 49
ผู้หญิงทำงาน	8	5	2
แม่บ้าน	5	6	4
รวม	13	11	6

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ชมรายการเป็นสตรีที่อยู่ในช่วงอายุ 20 – 29 ปี มากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมาคือสตรีที่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 11 คน ส่วนสตรีที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีน้อยที่สุดคือ สตรีที่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 6 คน

ตารางที่ 24 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มผู้ชมสตรี

กลุ่มผู้ชมสตรี	ระดับการศึกษา			
	ประถม	มัธยมปลาย	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ผู้หญิงทำงาน	0	0	11	4
แม่บ้าน	2	7	6	0
รวม	2	7	17	4

จากตาราง แสดงให้เห็นกลุ่มผู้ชมรายการสตรี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดถึงกว่าครึ่งของปริมาณผู้ชมทั้งหมด คือ 17 คน อันดับสอง คือกลุ่มสตรีที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยม 7 คน และอันดับ 3 ได้แก่กลุ่มสตรีที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท 4 คน อันดับสุดท้ายคือ สตรีที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา 2 คน

จะเห็นว่าสตรีที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจะเป็นสตรีกลุ่มแม่บ้านเท่านั้น และสตรีที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีก็เป็นกลุ่มผู้หญิงทำงานเท่านั้น

ตารางที่ 25 แสดงสถานภาพของกลุ่มผู้ชมสตรี

กลุ่มผู้ชมสตรี	สถานภาพ	
	โสด	สมรส
ผู้หญิงทำงาน	7	8
แม่บ้าน	6	9
รวม	13	17

จากตาราง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ชมสตรีมีสถานภาพสมรสจำนวน 17 คน มากกว่า สตรีที่เป็นโสด จำนวน 13 คน

ตารางที่ 26 แสดงอาชีพของกลุ่มผู้ชมสตรี

อาชีพ	กลุ่มผู้ชมสตรี	
	ผู้หญิงทำงาน	แม่บ้าน
ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	-
พนักงานบริษัทเอกชน	7	-
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3	-
แม่บ้าน	-	4
รับจ้างที่บ้าน	-	2
ค้าขายที่บ้าน	-	6
เสริมสวย	-	2
ตัดเย็บเสื้อผ้า	-	1
รวม	15	15

จากตารางแสดงอาชีพสตรี โดยผู้หญิงทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด 7 คน รองลงมาข้าราชการและเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ 5 คน และอันดับสุดท้ายประกอบธุรกิจส่วนตัว 3 คน

สตรีที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้าน ประกอบอาชีพค้าขายที่บ้าน 6 คนมากที่สุด รองลงมาเป็นแม่บ้าน 4 คน อันดับ 3 รับจ้างที่บ้าน และเสริมสวย กลุ่ม ละ 2 คน อันดับสุดท้ายคือตัดเย็บเสื้อผ้า 1 คน

ตารางที่ 27 แสดงรายได้ของกลุ่มผู้ชมสตรี

กลุ่มผู้ชมสตรี	รายได้					
	< 6,000	6,001 - 8,000	8,001 - 10,000	10,001 - 15,000	15,001 - 20,000	20,001- 25,000
ผู้หญิงทำงาน	0	3	3	4	4	1
แม่บ้าน	2	3	5	4	1	0
รวม	2	6	8	8	5	1

จากตารางแสดงให้เห็นว่า กลุ่มสตรีที่ชมรายการมีรายการอยู่ในช่วง 8,000 – 10,000 บาท และ

10,001 – 15,000 บาท มากที่สุดกลุ่มละ 8 คน รองลงคือ สตรีที่มีรายได้ 6,001 – 8,000 บาท จำนวน 6 คน อันดับ 3 คือ สตรีที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 5 คน

จากข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ชมที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นประจำนั้น หากเป็นกลุ่มผู้หญิงทำงาน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้อยู่ระหว่าง 6,001 – 25,000 บาท ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการ ข้อสังเกตหนึ่งคือ หากวัดจากรายได้กับการศึกษาของกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงทำงานพบว่าผู้หญิงทำงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีแต่มีรายได้ไม่สูงนั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มสตรีที่รับราชการซึ่งอยู่ในช่วงอายุงานในขั้นเริ่มต้นจึงอาจมีรายได้ไม่มากนัก แม้รายได้ไม่สูงนักแต่ก็จัดอยู่ในกลุ่มสตรีชนชั้นกลาง

ส่วนกลุ่มผู้ชมที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านนั้น มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมากที่สุด และมีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท จนไปถึงไม่เกิน 20,000 บาท หากพิจารณาแล้วจัดเป็นสตรีที่อยู่ในกลุ่มชนชั้นล่างเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งถือว่าไม่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายหลักโดยตรง ตามที่ผู้ผลิตได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ จากขั้นตอนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนั้นกลุ่มผู้หญิงที่เป็นผู้หญิงทำงาน (working woman) หรือ ผู้หญิงยุคใหม่ ที่มีบทบาทในสังคมมากๆ นั้นแทบจะไม่ได้ติดตามชมรายการประเภทนี้ แต่กลุ่มที่มีโอกาสได้ติดตามชมรายการเป็นประจำคือ กลุ่มแม่บ้านหรือผู้ที่ประกอบกิจการอยู่กับบ้านนั่นเอง หรือเรียกได้ว่าแฟนรายการที่ติดตามชมรายการเป็นกลุ่มสตรีที่อยู่ตั้งแต่ระดับล่างเป็นต้นไป

นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์แล้ว จากการศึกษาสัมภาษณ์เรื่องต่างๆ ไปเกี่ยวกับกิจกรรม หรือรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life style) แต่ละวันของสตรีกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ทราบว่า กลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนรายการส่วนใหญ่นั้นเป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยมีกิจกรรมในการเข้าสังคม หรือใช้พื้นที่สาธารณะมากนัก แม้จะเป็นผู้หญิงทำงานนอกบ้านก็ตาม แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เรียกได้ว่าไม่ใช่กลุ่มสาวสังคมหรือกลุ่มชนชั้นสูง ดังเช่นภาพผู้หญิงที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการมากที่สุด การติดตามชมรายการจึงเป็นการทดแทนสังคมภายนอกที่ขาดหายไปของผู้หญิงกลุ่มนี้ การติดตามชมเนื้อหาในรายการทำให้ผู้ชมสตรีได้ข้อมูลเพื่อการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม และเรียนรู้ความเป็นไปในสังคม นั่นเอง

2. การรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีรูปแบบนิตยสารมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายโดยแบ่งเป็นช่วงรายการต่างๆ ดังที่ได้ศึกษาในเบื้องต้น ตามประเด็นเนื้อหาซึ่งสัมพันธ์กับระดับการพัฒนาสตรี 3 ระดับ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนตัวสตรีหรือระดับตนเอง ระดับครอบครัว และการมีส่วนร่วมในสังคมหรือระดับโลกภายนอก ดังนี้

การพัฒนาสตรีระดับคุณลักษณะส่วนตัว แบ่งได้เป็น 9 เรื่องคือ

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. เรื่องอาชีพการงาน | 6. เรื่องการศึกษา |
| 2. เรื่องสุขภาพและความงาม | 7. เรื่องสิทธิสตรี |
| 3. เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย | 8. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว |
| 4. เรื่องการประดิษฐ์ | 9. เรื่องการป้องกันตนเอง |
| 5. เรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต | |

การพัฒนาสตรีระดับครอบครัว แบ่งได้เป็น 2 เรื่อง คือ

1. เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว
2. เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก

การพัฒนาสตรีระดับการมีส่วนร่วมในสังคม แบ่งได้เป็น 15 เรื่องคือ

- | | |
|---------------------------------|------------------------------------|
| 1. เรื่องการเมือง | 9. เรื่องกิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น |
| 2. เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ | 10. เรื่องการท่องเที่ยว |
| 3. เรื่องสังคม | 11. เรื่องอาหารการกิน |
| 4. เรื่องศิลปวัฒนธรรม | 12. เรื่องการเกษตร |
| 5. เรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม | 13. เรื่องคนพิการ |
| 6. เรื่องวิทยาศาสตร์การแพทย์ | 14. เรื่องสัตว์เลี้ยง |
| 7. เรื่องเทคโนโลยี | 15. เรื่องข้อมูลข่าวสารทั่วไป |
| 8. เรื่องบุคคลและวงการบิน | |

ผู้หญิงทำงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการที่เป็นผู้หญิงทำงานพบว่า ผู้หญิงทำงานนอกร้านมีความสนใจและเลือกรับรู้เนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องที่รองลงมาคือเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย และเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ส่วนในเรื่องโลกภายนอกนั้นผู้หญิงทำงานนั้นสนใจในเรื่องหัวข้อเรื่องที่ผู้หญิงทำงานสนใจเลือกรับรู้มากที่สุดคือ เรื่องข่าวสารความเป็นไปในสังคมเรื่องต่างๆ ทั้ง บุคคลและวงการบันเทิง เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการแพทย์

เมื่อพิจารณาตามความสนใจในการเลือกรับรู้ตามลำดับพบว่า ผู้หญิงทำงานสนใจรับรู้ในเนื้อหาที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 7 หัวข้อเรื่องด้วยกัน เรียงลำดับได้ดังนี้

1. เรื่องการดูแลสุขภาพและความงาม
2. เรื่องข่าวสารในสังคม เศรษฐกิจและธุรกิจ
3. เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย
4. เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง
5. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว
6. เรื่องการแพทย์
7. เรื่องการท่องเที่ยว

1. เรื่องสุขภาพและความงาม ได้รับความสนใจจากสตรีที่ทำงานนอกร้านมากที่สุดเนื่องจากเห็นว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนำเสนอเนื้อหาทางด้านนี้มากกว่าเนื้อหาอื่นๆ และผู้หญิงทำงานคิดว่าการดูรายการจะทำให้เรียนรู้เรื่องสุขภาพ ความงามได้ดีกว่ารายการอื่นๆ ที่ไม่เน้นเรื่องประเภทนี้เท่าที่รายการที่มีกลุ่มเป้าหมายสำหรับสตรีโดยตรง

“รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์มีเรื่องการแต่งหน้า การแต่งตัวมากก็ทำให้ได้รู้ว่าตอนนี้แฟชั่นอะไรกำลังมาแรง คำนิยมแต่งหน้าแบบไหน โทนสียังไง เผื่อว่าจะได้มาแต่งดูบ้าง หาซื้อลิปสติกหรืออะไรที่สีฮิต ติดไว้ใช้บ้าง คือการที่เราดูรายการนี้แล้วทำให้เราได้ว่าควรจะแต่งตัว แต่งหน้ายังไงอย่างน้อยก็ทำให้มั่นใจนะ จะได้ไม่เซย”

(พาเพลิน ศรีสุขวัฒนานันท์, สัมภาษณ์, วันที่ 21 ธันวาคม 2545)

“รายการผู้หญิง ผู้หญิง เคยเชิญคนที่เคยอ้วนมากๆ มาสัมภาษณ์ ว่าลดความอ้วนได้อย่างไร จากที่เค้าเคยอ้วนมากแล้วก็ลองผดลองถูกมาเยอะ ก็ทำให้เราวิธีที่ถูกเลยทีเดียว ไม่ต้องผดแบบ เค้า แต่ก็รู้ว่าวิธีของแต่ละคนอาจไม่เหมือนกัน การที่เราได้รู้ข้อมูลจากรายการก็เป็นการทำให้เรา รู้หลักการในการลดที่เห็นผลได้จริง ถึงเราไม่ได้ไปลดอย่างเค้า ก็วิธีไว้เป็นความรู้ก็ได้”

(จุฑามาศ สองสมุทร, สัมภาษณ์, วันที่ 7 มกราคม 2546)

“บางทีเวลาดูรายการก็รู้ว่าจะขายสินค้าที่เค้ามาพูดถึง แต่ก็ดูเพราะคิดว่า ทำให้รู้ว่าต้องบำรุงผิวหน้า ผิวตัวยังไง คือบางทีเราไม่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของเค้า เรารู้วิธีการใช้อย่างถูกต้องที่จะมีประสิทธิภาพ บำรุงผิวซึมซาบอย่างลึกซึ้งได้จริงๆ และวิธีของเราที่ใช้อยู่ทุกวันมันไม่ถูกต้อง ก็จะได้ทำให้ถูกตามที่เค้าแนะนำ”

(อุษกร สังข์อุดม, สัมภาษณ์, วันที่ 20 ธันวาคม 2545)

“สนใจเรื่องการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายโดยเฉพาะพวกการฝึกโยคะ จากที่ได้รู้มาว่าพวกดารารหรือใครๆ เค้านิยมกัน หรือดูตามโฆษณาต่างๆ มันดูน่าจะมีประโยชน์และช่วงนี้คนก็พูดถึงกันเยอะ พอรายการนำมาออกก็สนใจ และลองทำตามไปได้ด้วย”

(ชมลดา จันทร์สาขา, สัมภาษณ์, วันที่ 7 มกราคม 2546)

2. เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ ผู้หญิงทำงานมีความสนใจรับรู้ในเรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ เนื่องจากเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญเพื่อจะได้ตามข่าวสารให้ทันความรู้เรื่องเศรษฐกิจมีประโยชน์ควรรู้ไว้เพื่ออาจใช้พัฒนาอาชีพการงานที่ทำอยู่ได้ แม้ว่าในรายการผู้หญิงจะไม่ได้นำเสนอเรื่องเหล่านี้มากแต่จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตทำให้ทราบว่าเมื่อมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้จะได้รับความสนใจสอบถามเพิ่มเติมหลังจากออกอากาศมากพอสมควร แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงที่ชมรายการมีความสนใจเรื่องมิติเศรษฐกิจ

“ที่ดูรายการตอนเช้าๆ ก่อนออกไปทำงานจะได้ทำให้เรามีเรื่องอะไรที่จะไปพูดคุยกับลูกค้าได้ อย่างบางทีเรานึกอะไรไม่ออก เรื่องธุรกิจต่างๆ ที่รายการนำมาพูดถึง ก็ทำให้มีข้อมูล เพิ่มเติมความรู้ในแง่มุมต่างๆ ให้เราได้ เราก็จะไปคุยกับลูกค้าได้นานยิ่งขึ้น”

(ปาริชาติ ประดิษฐ์เกษร, สัมภาษณ์, วันที่ 15 มกราคม 2546)

“เดี๋ยวนี้รายการนำเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์มาแนะนำให้เป็นสมาชิกแฟรนไชส์กันเยอะเหมือนกัน ก็คิดว่าเป็นประโยชน์ดี เป็นช่องทางการเป็นเจ้าของกิจการของตัวเอง เมื่อ

เศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นคนอยากลงทุนค้าขายเพราะดอกเบี้ยเงินฝากก็น้อย และงานก็อิสระดี ตัวเองก็สนใจอยู่ การนำเสนอเรื่องพวกนี้เป็นการให้ข้อมูลทำให้เกิดทางเลือก ก็ดูอยู่เรื่อยๆ”

(พิมลวรรณ จินตโกวิท, สัมภาษณ์, วันที่ 16 ธันวาคม 2545)

3. เรื่องบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ก็เป็นเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญกับผู้หญิงทำงาน เพราะต้องออกสู่สังคม การเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวเองก็เป็นสิ่งหนึ่งของผู้หญิงทำงานสนใจจากรายการ

“รายการจะมีบางช่วงที่แนะนำการแต่งกายตามกาลเทศะ เช่น แต่งไปทำงานยังไง แต่งตามงานกลางคืนควรใส่ผ้าสีอะไร ลายอะไร แบบไหนที่เหมาะสมกับบุคลิกของผู้หญิงรูปร่างยังไง เป็นคำแนะนำจากดีไซเนอร์โดยตรงก็เลยเชื่อถือว่าคำแนะนำได้ถูกต้องจริงๆ พอดูแล้วก็สังเกตว่าเราตรงกับแบบไหน ถึงยังไม่ได้ไปงานอะไรก็ดูไว้เป็นความรู้ เผื่อไว้ใช้ได้”

(มนัสสมร อร่ามศรี, สัมภาษณ์, วันที่ 10 พฤศจิกายน 2545)

4. เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง เป็นเรื่องผู้หญิงทำงานสนใจอยากรับรู้เช่นกัน เพราะเนื้อหาด้านความบันเทิงก็ถือเป็นวัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งในการติดตามชมรายการสำหรับสตรีในเรื่องราวเกี่ยวกับดารา ผู้ที่มีชื่อเสียง รวมถึงผู้หญิงที่อยู่ในวงสังคมชั้นสูง เนื่องจากความสนใจเฉพาะตัวบุคคลซึ่งคนส่วนใหญ่ก็สนใจ และเพื่อนำไปพูดคุยกับผู้อื่นต่อได้

“เวลาที่ดาราออกรายการ มาพูดคุยก็จะได้รู้เรื่องของเค้า รู้ว่าเค้าทำกิจกรรมอะไร หรือผู้หญิงพวกไฮโซเค้าทำอะไรกัน อย่างพวกงานเปิดตัวสินค้า งานแฟชั่นโชว์ รายการเลดีส์คอร์ดเนอร์ จะมีเยอะมาก นอกจากดูพวกเสื้อผ้ายี่ห้อต่างๆ พวกแบรนด์เนมแล้ว การแต่งตัวแบบต่างๆ แล้วก็จะดูพวกผู้ดารา พวกคนดังเค้าแต่งตัวกันด้วย”

(โชติรส แก้วเกื้อญาติ, สัมภาษณ์, วันที่ 11 มกราคม 2546)

5. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ก็เป็นเรื่องหนึ่งของผู้หญิงทำงานก็มีความสนใจอยู่มาก แม้จะเป็นรองหัวข้อเรื่องอื่น แต่สำหรับผู้หญิงแล้วแม้จะเป็นผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านซึ่งเป็นบทบาทที่หนักอยู่แล้วแต่การที่ต้องรับหน้าที่ในส่วนของการบ้านการเรือนก็ยังเป็นเรื่องที่ผู้หญิงทุกคนไม่อาจปฏิเสธได้อยู่แน่นอน

“ดูวิธีการทำอาหารเมนูใหม่ๆ พวกเมนูประยุกต์จากเดิม ก็น่าสนใจ เห็นพิธีกรทำแล้วดูเหมือนง่าย ๆ ซึ่งไม่น่าจะรสชาติดีแต่ว่าหน้าตา และสีสันทูน่ากินดี”

(เกวลี มโนภินิเวศ, สัมภาษณ์, วันที่ 20 ธันวาคม 2545)

6. เรื่องการแพทย์ ที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอเป็นเรื่องความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ การพบวิธีการรักษาโรควิธีใหม่ๆ การป้องกันโรคต่างๆ ที่รายการมักเชิญแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ มาให้คำแนะนำและความรู้แก่ผู้ชม

“ตอนที่รายการแนะนำถึงเรื่องโรคต่างๆ ก็จะสนใจ เช่นตอนนั้นเค้าสัมภาษณ์หมอเกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม ถึงสาเหตุและวิธีการรักษาก็ติดตามตลอดว่าเราจะเป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงหรือเปล่า โรคนี้เป็นโรคที่น่ากลัวสำหรับผู้หญิง เราก็ต้องใส่ใจดูมากหน่อยยิ่งอายุมากขึ้นก็ยิ่งเสี่ยง”

(ฉวีวรรณ ปุณณารักษ์, สัมภาษณ์, วันที่ 15 ธันวาคม 2545)

7. เรื่องการท่องเที่ยว ผู้หญิงทำงานที่สนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเพราะเนื่องจากการทำงานจำเจเวลาชมรายการที่มีเนื้อหาด้านนี้ก็สนใจเพราะเป็นการหนีห่างจากงานที่น่าเบื่อและได้เห็นภาพวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

“เป็นคนที่ชอบไปเที่ยวต่างจังหวัดอยู่แล้วถ้าว่าง การหาข้อมูลจากทีวีก็เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้นะที่ชอบดูรายการศุกร์สบายก็เพราะจะได้เห็นภาพที่ท่องเที่ยวต่างๆ พวกชายทะเล แล้วเค้ามีส่วนลดให้ด้วยก็เลยจะพยายามติดตามดูถ้ามีโอกาส”

(อัจฉรา เมฆราตรี, สัมภาษณ์, วันที่ 4 ธันวาคม 2545)

ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านพบว่า ผู้หญิงที่ใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากนั้นมีความสนใจและเลือกรับรู้เนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องที่รองลงมาคือเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ส่วนในเรื่องโลกภายนอกนั้นแม่บ้านและผู้หญิงทำงานที่บ้านสนใจเลือกรับรู้มากที่สุดคือ เรื่องข่าวสารความเป็นไปในสังคมเรื่องต่างๆ ทั้ง บุคคลและวงการบันเทิง และการแพทย์

เมื่อพิจารณาตามความสนใจในการเลือกรับรู้ตามลำดับพบว่า แม่บ้านและผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านสนใจเนื้อหาเรื่องต่างๆ ที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเรียงลำดับได้ดังนี้

1. เรื่องการดูแลสุขภาพและความงาม
2. เรื่องข่าวสารในสังคมที่เกี่ยวกับบุคคลและวงการบันเทิง
3. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว
4. เรื่องการแพทย์
5. เรื่องการท่องเที่ยว

1. เรื่องการดูแลสุขภาพและความงาม แม้ว่าจะไม่มีกิจกรรมที่ต้องออกไปพบปะผู้คนมากเท่าใดนัก แต่เรื่องความสวยความงามและสุขภาพก็เป็นเรื่องที่คุณหญิงยอมให้ความสนใจ แม่บ้านและผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านสนใจเรื่องสุขภาพและความงามจากรายการผู้หญิงเพราะเป็นสื่อที่รับได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือนั่นเอง

“เวลามีดารารหรือหมอมานำเสนอการใช้ครีม หรือผลิตภัณฑ์เสริมความงามต่างๆ ก็สนใจ เพราะอยากรู้ข้อมูลพวกนี้ ถ้ามันดีจริงๆ ก็อาจจะลองใช้ดูบ้าง จะได้มีความรู้ไว้ก่อนเพื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นเวลาจะไปซื้อ”

(กฤษณา ดาพันธุ์, สัมภาษณ์, วันที่ 17 ธันวาคม 2545)

“ชอบที่รายการสอนให้ทำพวกครีมบำรุงผิว ครีมหมักผม จากธรรมชาติ พวกไข่ม้วนน้ำมันมะกอก เป็นเคล็ดลับที่ก็พอจะเคยรู้มาบ้างแต่เมื่อมาออกอีกบางทีก็เปลี่ยนสูตรไปบ้าง ไม่เหมือนกัน จะคล้ายๆ กันมากกว่า”

(รัศมี อัศวะธีระธรรม, สัมภาษณ์, วันที่ 20 ธันวาคม 2545)

“ดูรายการเป็นประจำแต่ที่ชอบและดูบ่อยๆ เรื่องการออกกำลังกายต่างๆ จะชอบมาก เพราะเห็นว่ามีประโยชน์กับตัวเรา แล้วก็ทำตามได้เลย ไม่งั้นก็ไม่รู้ว่าจะไปหาจากที่ไหน ดูจากรายการก็มีคนมาสาธิตให้ดูเลย เข้าใจได้ง่ายด้วย”

(จินตนา หิรัญวงศ์, สัมภาษณ์, วันที่ 8 มกราคม 2546)

2. เรื่องข่าวสารในสังคมเรื่องบุคคลและวงการบันเทิง ส่วนใหญ่ผู้ชมกลุ่มนี้จะติดตามชมรายการผู้หญิงเพราะชอบเนื้อหาเรื่องความบันเทิงด้วยเช่นกัน เรื่องต้องการทราบเรื่องของดาราที่ตนชื่นชอบ เพราะหาโอกาสรับรู้เรื่องราวก็ไม่มากนัก

“คิดว่าดูรายการผู้หญิงนี่บางทีก็เหมือนดูรายการข่าวบันเทิงเหมือนกันนะ เพราะอย่างรายการเลดีส์คอร์ทเนอร์ก็มีเยอะ ที่เป็นข่าวดารานางแบบ คนดังๆ มาออก ส่วนพวกครบเครื่องเรื่องผู้หญิงนี่ก็มีการมาออกหลายคนเหมือนกัน เค้าแบ่งช่วงเยอะก็จะมีดารามาเกือบทุกช่วง ทำให้น่าติดตามรายการดี”

(อารยา จันทขจร, สัมภาษณ์, วันที่ 28 พฤศจิกายน 2545)

“ที่ดูรายการส่วนหนึ่งก็เพราะบางทีก็มีดารามาออกรายการมาแล้วเรื่องต่างๆ ทำให้ได้รู้เรื่องของเค้ามากยิ่งขึ้น เพราะเวลาถามพิธีกรก็จะพูดซักถามถึงเรื่องส่วนตัวด้วย อย่างเรื่องแฟน ที่เป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ บางทีพิธีกรก็ไม่ได้ซักอะไรมากเค้าก็เล่าเองเราก็จะได้รู้เผื่อไปเล่าต่อได้”

(อุษา ศรีสำนอง, สัมภาษณ์, 5 มกราคม 2546)

3. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวกับกลุ่มผู้ชมแม่บ้านและผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านมาก เพราะเป็นสิ่งที่ต้องพบเจออยู่เป็นประจำทุกวัน เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การที่รายการนำเสนอเนื้อหาด้านนี้เป็นเหมือนผู้ช่วยให้แม่บ้านรอบรู้มากขึ้น

“ชอบช่วงที่แนะนำเคล็ดลับ เทคนิคต่างๆ เช่น สอนล้างกะทะที่มันมากๆ โดยให้แช่น้ำอุ่นก่อนซักพักแล้วจึงนำมาล้าง ทำให้ล้างได้ง่ายขึ้น จำมาใช้ประโยชน์ได้จริงๆ”

(ดวงพร พรหมสวัสดิ์, สัมภาษณ์, วันที่ 22 ธันวาคม 2545)

“ติดตามทั้งรายการคือทุกช่วงไม่ว่าจะเป็นช่วง good idea ช่วง dream design แต่ที่ชอบมากคือ ช่วงสาธิตการทำอาหารของรายการเพราะชอบทำอาหาร และรู้สึกว่าคุณทันสมัย ไม่ยุ่งยาก มีการจัดเป็นชุดไว้เลย ทำตามได้เราไม่ต้องคิดเองจัดไว้เลยสำหรับมือหนึ่งสะดวกดี”

(วัฒนา สายหยุด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 มกราคม 2546)

4. เรื่องการแพทย์ ผู้ชมรายการที่สนใจเรื่องการแพทย์ มีความเห็นว่ารายการที่ได้เสนอเรื่องการแพทย์เป็นการให้ประโยชน์แก่ผู้ชมอย่างแท้จริง มากกว่าเรื่องความงาม

“เรื่องการแพทย์เป็นเรื่องที่สนใจมากกว่าเรื่องอื่นๆ ในรายการ เพราะว่าเรื่องอื่นๆ คิดว่าไม่เป็นประโยชน์กับตัวเองเป็นเรื่องที่รู้ๆ อยู่แล้ว แต่เรื่องโรคต่างๆ สนุกสนใจกว่า อย่างโรคที่เราอาจจะเป็นไปได้ ก็ต้องดูเอาไว้ จะได้ระวัง ป้องกัน คิดว่ามีประโยชน์ดี”

(อรทัย ทรงขลิบ, สัมภาษณ์, วันที่ 15 มกราคม 2546)

6. เรื่องการท่องเที่ยว เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้ชมกลุ่มนี้ให้ความสนใจเนื่องจากวิถีชีวิตประจำวันมักไม่ค่อยได้ออกไปเจอโลกกว้างไกล มากนัก การเปิดรับชมรายการที่นำเสนอในเรื่องท่องเที่ยวทำให้รู้สึกเหมือนได้ไปพักผ่อนแล้วส่วนหนึ่ง

"เดี๋ยวนี้รู้สึกว่ รายการผู้หญิงจะพาผู้หญิงที่ดูไปเที่ยวที่นู่นที่นี้บ่อยขึ้นนะ บางทีก็ไปเที่ยวทะเล เที่ยวภูเขา หรือบางรายการก็พาไปเที่ยวเมืองนอกด้วย อย่างนิวซีแลนด์เนี่ย ก็ทำให้เรารู้จักอะไรมากขึ้น แล้วก็เปิดหูเปิดตาด้วย ถึงจะไม่มีโอกาสได้ไปจริงก็ยังดีที่ได้ดู ไม่จำเจดีค่ะ"

(ปรีดา วรรณพาลุล, สัมภาษณ์, วันที่ 28 พฤศจิกายน 2545)

การศึกษาผู้รับสารสตรีที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับพบว่า สตรีมีการเปิดรับเนื้อหาที่รายการนำเสนอตามที่ตนสนใจเท่านั้น คือ เนื้อหาที่นำเสนอมีมากมายหลายเรื่อง แต่ผู้ชมจะสนใจเฉพาะเรื่อง que คิดว่าเป็นประโยชน์ หรือเกี่ยวข้องสอดคล้องกับตนเองมากกว่าเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับชีวิตของตน

สตรีผู้ชมรายการรับรู้ถึงประโยชน์เรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวสตรีมากที่สุด ในเรื่องสุขภาพความงาม เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย ฯ ทั้งนี้เนื่องมาจาก ในการเลือกรับประโยชน์จากเนื้อหาของสตรีทั้งที่เป็นผู้หญิงทำงาน และแม่บ้านหรือทำงานอยู่ที่บ้านนั้น เป็นไปในลักษณะตอบสนองความต้องการ และความสนใจส่วนตัวของสตรีแต่ละคน จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการสตรีเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้รับสารสตรีส่วนใหญ่ไม่น่าสนใจติดตามเนื้อหาของรายการตลอดรายการ โดยจะเลือกติดตามเฉพาะเรื่องที่สัมพันธ์กับสิ่งที่ตนอยากรู้เท่านั้น ในบางช่วงที่ตรงกับความสนใจของตนเอง นั่นคือ การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ที่ผู้หญิงแต่ละคนจะเลือกรับสารในเรื่องสุขภาพและความงามที่ตนเองสนใจ และสอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตัวเอง ซึ่งผู้ผลิตก็คิดว่าเหมาะสมและเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้หญิงโดยตรง

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากอาชีพของผู้รับสารจะแตกต่างกัน ลักษณะการประกอบอาชีพผู้หญิงทำงานและผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้านส่งผลให้ บริบททางสังคมของผู้หญิง 2 กลุ่มนี้ยังแตกต่างกันด้วย คือ ความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ของผู้รับสาร ทำให้เกิดความแตกต่างในรายละเอียดด้านการรับรู้ในเนื้อหาของรายการต่างกัน คือผู้หญิงที่ทำงานอยู่ที่บ้านสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลบ้านและงานครัวมากกว่าผู้หญิงทำงานนอกบ้านซึ่งให้ความสนใจในเรื่องบุคลิกภายนอกมากกว่า ประกอบกับเรื่องเวลาการทำงานของผู้หญิงทำงานหลายคนไม่สามารถทำอาหาร หรืองานครัวต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ อย่างเช่น อาหาร

เย็นก็มักใช้บริการของอาหารสำเร็จรูปมากกว่าผู้หญิงที่อยู่กับบ้าน ผู้หญิงทำงานจึงไม่ได้ใส่ใจในเนื้อหาด้านนี้มากนัก

นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องอายุของผู้รับสารมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการด้วย กล่าวคือ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าสตรีที่มีอายุเกิน 35 ปี มักไม่สนใจในเรื่องความงามและการดูแลบ้านแต่จะสนใจรับรู้เนื้อหาทางด้านการแพทย์ เพื่อให้รู้เรื่องโรคร้ายต่างๆ มากกว่านั่นเอง

สรุปได้ว่าการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการของสตรีมีจุดรวมที่ทำให้ผู้ชมสนใจในเนื้อหานั้น ส่วนหนึ่งนั้นมาจากบทบาท และบริบทสังคม กรอบแนวคิดของผู้หญิงแต่ละคนนั่นเอง

4. การนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีของผู้หญิงทำงานรับรู้ประโยชน์ในเรื่องสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องรองลงมาคือ เรื่องข่าวสารในสังคมเรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ อันดับที่ 3 คือ เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย อันดับที่ 4 คือ เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง อันดับที่ 5 คือ เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว อันดับที่ 6 เรื่องการแพทย์ และอันดับสุดท้าย คือ เรื่องการท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามถึงการนำเนื้อหาที่ได้รับรู้จากการชมรายการไปใช้ประโยชน์นั้นพบว่า มีการนำข้อมูลด้านการเสริมความงามไปใช้มากที่สุดด้วยเช่นกัน ผู้รับชมรายการสตรีนำความรู้ในเรื่องส่วนตัวไปใช้ทางด้านร่างกาย การแต่งกาย แฟชั่น และความงาม ในเรื่องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม อาหารเสริม มากด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ผู้หญิงทำงานบางคนทำตามคำแนะนำ ข้อมูลที่ได้รับจากรายการ ตั้งแต่เรื่องเล็กๆ น้อยๆ เช่น วิธีการบำรุงผิว วิธีหมักผม การแต่งหน้าตามแนวที่รายการแนะนำ ไปจนถึงเรื่องที่เป็นการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าที่มีมูลค่า ตามคำแนะนำของรายการ เช่น การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมารับประทาน

“ดูรายการผู้หญิงบ่อย เห็นว่ามีการพูดถึงสาหร่ายสาไปรูลิน่ากันบ่อยมาก เกือบทุกรายการพร้อมทั้งมีเภสัชกรมาแนะนำด้วย พอดูซ้ำๆ ก็เกิดสนใจอย่างจริงจังมากขึ้น เริ่มเชื่อว่ามันคงดีจริง จนในที่สุดก็ไปซื้อมากินดู พอมานึกดูนี่เพราะดูจากรายการหลายๆ แล้วถึงไปซื้อมาเลยนะ ไม่ปรึกษาเพื่อนเลย”

(วินิตา ภาคเจริญ, สัมภาษณ์, วันที่ 16 มกราคม 2546)

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมสตรีมีการนำข้อมูลที่ได้รับจากรายการมาใช้ประโยชน์ทางสังคม (Social use) ในหลายๆ เรื่องด้วย เช่น เพื่อการพูดคุยถึงเนื้อหาที่ดูจากรายการ

“เคยดูรายการที่พูดถึงวิธีการลดความอ้วน สำหรับคนที่อ้วนแล้วลดยากมากๆ ต้องทำยังไงถึงจะลดได้ พอได้ดูแล้วก็ไปบอกเพื่อนสนิทคนหนึ่งในกลุ่มที่เค้าชอบสรรหาวิธีลดความอ้วนมาตลอด เพื่อเค้ายังไม่เคยลองวิธีนี้”

(โชติรส แก้วเกื้อญาติ, อ่างถึงแล้ว)

ในส่วนของแนวคิดข้อมูลความรู้ที่เป็นนามธรรมซึ่งผู้หญิงได้รับจากรายการและไม่สามารถแสดงออกในลักษณะที่เช้นดังที่ได้กล่าวข้างต้น การรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการและนำไปใช้ประโยชน์จะเป็นไปในลักษณะ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ เป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในตนเอง และผู้อื่นมากขึ้น ทำให้ตนเองเป็นผู้สนใจแสวงหาข้อมูลความรู้ต่างๆ มากขึ้น และเสริมสร้างความรู้ในการดำเนินชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับสตรีที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่ที่บ้าน

รับรู้ประโยชน์ในเรื่องแม่บ้านและผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องรองลงมาคือ เรื่องข่าวสารในสังคมเรื่องบุคคลและวงการบันเทิง อันดับที่ 3 คือ เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว อันดับที่ 4 คือ เรื่องการแพทย์ และอันดับสุดท้าย คือ เรื่องการท่องเที่ยว แต่ในการนำไปใช้นั้นพบว่า มีการนำเรื่องการดูแลบ้านและงานครัวไปใช้ประโยชน์มากที่สุด กล่าวคือ ด้วยการที่สตรีในกลุ่มนี้มีการแสดงบทบาทในเรื่องภายในบ้านอย่างชัดเจนกว่าสตรีที่ต้องทำงานนอกบ้าน สตรีที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านมีความสัมพันธ์กับเรื่องในบ้านแทบจะทั้งวัน การรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาทางด้านสุขภาพความงาม จากการสัมภาษณ์พบว่า มีการนำมาใช้น้อยกว่าเรื่องการดูแลบ้าน งานครัว การทำอาหาร การทำความสะอาดสิ่งของต่างๆ ภายในบ้าน เนื่องจากภารกิจเหล่านี้ควบคู่กับผู้หญิงกลุ่มนี้ และเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวกว่าเรื่องการเสริมความงามไปนอกบ้านเมื่อได้รับข้อมูล ความรู้ทางด้านนี้ จึงสอดคล้องกับวิถีชีวิตมากกว่าเรื่องต่างๆ นอกบ้าน เช่น

“เคล็ดลับในการทำอาหารในรายการก็มีประโยชน์กับตัวเองเพราะจะมีสูตรประยุกต์ใหม่ๆ เพราะเวลาทำกับข้าวแบบเดิมๆ ก็เริ่มเบื่อและก็เข้าไปซ้มา ได้สูตรใหม่ๆ สร้างสีสันดี เช่น ใช้นมสดมาปรุงอาหาร ทำให้ได้สูตรอาหารใหม่ๆ ที่ดูทำได้ไม่ยาก มาลองทำดูบ้าง”

(ศจี สุขแสงดี, สัมภาษณ์, วันที่ 1 ธันวาคม 2545)

ส่วนในเรื่องสุขภาพและความงามนั้น มีการนำไปใช้ประโยชน์รองลงมา คือ ผู้ชมกลุ่มนี้มีโอกาสได้ใช้ประโยชน์ในเรื่องสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายตามที่รายการนำเสนอ

“ ก็จะมีบ้างถ้าดูแล้ว มันทำได้ง่าย ๆ เลย ก็จะลองทำตามไปพร้อม ๆ กับที่รายการแสดงให้ดู ดีกว่านั่งดูเฉย ๆ จะได้ออกกำลังกายไปด้วยนะค่ะ หลังจากนั้นพอว่าง ๆ แล้วนึกขึ้นมาได้ก็จะทำบ้างเหมือนกัน ”

(จินตนา หิรัญวงศ์, อ้างถึงแล้ว)

นอกจากนี้ผู้ชมที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่กับบ้านหลายคนติดตามชมเรื่องต่างๆ ในรายการเพราะคิดว่าเป็นการเปิดโลกทัศน์และเรียนรู้ในสิ่งทีนอกเหนือจากชีวิตจริงที่ไม่สามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอในรายการได้

“ ไม่ค่อยได้ไปไหนมากนักวันหนึ่งทำงาน เลี้ยงลูกก็แทบจะหมดไปทั้งวันแล้วนะ จะมีบ้างก็ไปซื้อของที่ซูเปอร์มาร์เก็ตแถวบ้าน ก็จะเป็นช่วงที่ดูรายการนี้แหละค่ะที่จะได้รู้ว่าวิธีการคุยอะไรกัน หรือ วันนี้มีเรื่องอะไรให้ดูบ้าง ก็เป็นการเปิดหูเปิดตาดีค่ะ ”

(ปรินดา วรรณพาทูล, อ้างถึงแล้ว)

ผู้ชมรายการสตรีมีการนำความรู้ที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์ต่างกันกล่าวคือ ผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านนำข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย แต่งหน้า การดูแลความงาม และการออกกำลังกายไปใช้ในชีวิตประจำวัน

สำหรับกลุ่มผู้ชมที่เป็นแม่บ้านมีความสนใจในเรื่องการบ้านการเรือนมากกว่าผู้หญิงทำงาน โดยติดตามชมและยังมีการนำไปใช้ในชีวิตรจริง เพราะเป็นสิ่งที่ต้องประสบอยู่เป็นประจำ การที่ได้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับงานบ้านจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน จะช่วยลดเวลาการทำงานและช่วยให้ผ่านพ้นงานเหล่านี้ไปได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

จากการศึกษาการรับรู้จากเนื้อหาของรายการกับการนำไปใช้ประโยชน์ของสตรี 2 กลุ่มนั้น เป็นไปตามลักษณะความแตกต่างกันของผู้รับสาร (Audience differentiation) บริบททางสังคมในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงแต่ละคน กล่าวคือ ผู้หญิงทำงานนอกบ้านรับรู้ในเรื่องความงามและนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตรประจำวันที่ต้องพบปะผู้คนภายนอก จึงมีความสนใจพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองด้วย แม้หลายคนจะไม่ได้ทำตามรายการทั้งหมด แต่ก็ได้เลือกใช้ตาม

ที่เหมาะสมกับตนเอง สำหรับแม่บ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านรับรู้ในเรื่องความงามมากกว่าเรื่องอื่น แต่มีการนำเรื่องการดูแลบ้าน และงานครัวไปใช้ประโยชน์มากกว่า แต่สิ่งที่ผู้หญิงทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันคือ ข้อมูลที่ได้จากรายการแล้วไม่ได้นำไปใช้ทางตรงเหมือนเรื่องความงาม และเรื่องงานบ้าน ที่เห็นได้ชัดเจน แต่เป็นข้อมูล ความรู้รอบตัวนั่นก็คือ ผู้ชมได้เรียนรู้เรื่องต่างๆ ในสังคมทั้งใกล้และไกลตัวจากการชมรายการนั่นเอง

5. ความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ความคิดเห็นของผู้ชมรายการสตรีที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นประจำมีความแตกต่างกัน แต่ก็ยังอยู่บนพื้นฐานเดียวกันว่า ผู้ชมรายการที่คัดเลือกมาศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ที่ติดตามชมรายการเป็นประจำและคาดว่าจะยังคงติดตามต่อไปด้วย กล่าวคือ

กลุ่มผู้ชมรายการผู้หญิงทำงานรู้สึกว่บางที่เนื้อหา มีการเปิดโลกเกี่ยวกับการทำงานน้อยเกินไป ต้องการให้มีวิธีการปรับตัวในที่ทำงาน สิทธิที่เท่าเทียมกับผู้ชายมากขึ้นเพราะเห็นว่าเรื่องนี้ก็เป็นผู้หญิง

“อยากให้รายการมีเรื่องเกี่ยวกับจิตวิทยาการปรับตัวในภาวะต่างๆ มากกว่านี้ให้เหมือนพวกนิตยสารที่จะมีเรื่องพวกนี้เยอะ ติดตามในช่วงดอบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องในครอบครัวอยู่ก็คิดว่า น่าสนใจและนำไปใช้ได้จริง ถึงจะไม่ได้เกิดกับตัวเรา แต่ก็ เป็นความรู้แนะนำคนอื่นได้”

(อุษกร สังข์อุดม, อ่างถึงแล้ว)

กลุ่มแม่บ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการมาก ส่วนใหญ่คิดว่ารายการให้เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อผู้หญิงโดยตรง เป็นการสื่อสารกันอย่างตรงไปตรงมาระหว่างผู้หญิง ทำให้สามารถเกิดความภาคภูมิใจในการแสดงบทบาทการเป็นแม่บ้านในลักษณะ “แม่บ้านสมองไว” ได้อย่างสมบูรณ์แบบนั่นเอง

“รู้สึกพอใจนะ เพราะว่ารายการผู้หญิงพวกนี้ทำให้ได้รู้เรื่องราวต่างๆ ใกล้ตัวทั้งเรื่องการดูแลผิวพรรณ หน้าตาให้ผ่องใส ซะลดความแก่ และเรื่องการดูแลบ้านงานครัวซึ่งก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้หญิงอยู่แล้ว และก็ยังมีเรื่องต่างๆ ไปให้ได้รู้กว้างขึ้นอีก เรียกว่าก็มีเรื่องเกี่ยวกับผู้หญิงทั้งหมด ซึ่งถ้าไม่ดูจากรายการก็ไม่รู้เรื่องพวกนี้”

(วัฒนา สายหยุด, อ่างถึงแล้ว)

“ชอบในเนื้อหาของรายการแล้วก็ชอบฟังพิธีกรเค้าพูดคุยกัน ทำให้ได้รู้แง่คิด ทศนคติของคน ดูจนติดอย่าน้อยก็เปิดไว้เป็นเพื่อนแล้วก็ทำงานอื่นไปด้วย ถ้าวันไหนไม่ได้ดูก็ไม่มีอะไรหาค่ะ เพียงแต่ก็อาจจะพลาดเรื่องที่เราอยากรู้พอดีก็ได้เช่นเวลาที่เค้าบอกว่าฟุ้งนี้พบกับเรื่องนั้นเรื่องนี้ ที่เราสนใจ “

(รัศมี อัครวีระธรรม, อ้างถึงแล้ว)

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันพบว่า ผู้ชมรายการมีความสนใจในเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมากที่สุด โดยแบ่งประเด็นได้ 2 ประเด็น คือ ผู้หญิงทำงานสนใจเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ความงาม การแต่งกาย บุคลิกลักษณะภายนอก ข่าวสารในวงการบันเทิง การแพทย์ และการท่องเที่ยว ส่วนผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่กับบ้าน ให้ความสนใจในเนื้อหาเกี่ยวกับการบ้านการเรือนงานครัว

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นประจำนั้น สิ่งที่กำหนดเป็นเกณฑ์ในการวัดหรือบ่งบอกได้ว่า ผู้ชมได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการหรือไม่ นั่นคือ ความคาดหวังของผู้ชม ซึ่งจะพิจารณาได้จากการที่ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่ารายการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับความคาดหวัง ความต้องการของผู้ชมนั่นเอง จากการศึกษาผู้ชมรายการที่ติดตามชมรายการผู้หญิงเป็นประจำในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่า กลุ่มผู้หญิงที่ชมรายการคาดการณ์ไว้แล้วว่า หากเปิดรับชมรายการจะได้รับรู้เนื้อหาประเภทใดจึงได้ตัดสินใจเปิดรับชมและเมื่อได้ชมรายการแล้วได้รับเนื้อหาว่าเป็นไปตามความต้องการหรืออยู่ในขอบเขตความสนใจซึ่งเป็นไปตามที่ได้คาดไว้ จึงเกิดความพึงพอใจทำให้เกิดการติดตามชมอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นแฟนรายการ

กลุ่มผู้หญิงทำงานต้องการได้รับข้อมูล ข่าวสาร และคำแนะนำต่างๆ ทั้งด้านการปฏิบัติตัวในการเข้าสังคม การเสริมความงาม การดูแลสุขภาพ และต้องการผ่อนคลายความเครียด เมื่อติดตามชมรายการแล้วพบว่าเนื้อหาในรายการผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความงาม และข้อมูลข่าวสารในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการจะได้รับรู้ จึงทำให้ได้รับรู้เรื่องต่างๆ ที่ต้องการและสิ่งที่เป็นผลพลอยได้ด้วยก็คือ จะได้รับข้อมูลอื่นๆ พร้อมกับความบันเทิงที่รายการนำเสนอด้วยเมื่อเนื้อหาที่ได้เป็นไปตามที่ความคาดหวังไว้ ผู้หญิงทำงานนอกบ้านจึงมีความพอใจในรายการผู้หญิง สำหรับผู้หญิงทำงานบางคนที่ได้รับรู้ความพึงพอใจจากรายการน้อยนั้น มาจากมีการ

คาดหวังให้รายการนำเสนอเรื่องการทำงานมากกว่าที่เป็นอยู่ จึงเกิดความรู้สึกว่าเนื้อหารายการไม่ตอบสนองตรงกับความต้องการมากเท่าที่ควร คือ ไม่ค่อยได้รับรู้เรื่องการทำงานอาชีพ จึงเกิดความไม่พอใจและต้องการให้รายการนำเสนอเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากความคิดในส่วนความไม่พอใจนี้เป็นส่วนหนึ่งที่น้อยกว่าความพอใจในส่วนอื่นๆ ที่มากกว่า จึงไม่เลิกติดตามชมรายการยังคงติดตามชมรายการเป็นประจำอยู่นั่นเอง

ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านนั้นส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเนื้อหา เพราะรายการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการในเรื่องราวความเป็นไปในสังคม เรื่องดารา เรื่องการเสริมสวย เรื่องการท่องเที่ยว ฯ คาดหวังว่ารายการจะนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้อยู่ก่อนแล้ว เมื่อรายการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆ ดังที่ได้ศึกษาในเบื้องต้นนั้นจึงเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านได้อย่างดีเยี่ยม และเกิดการติดตามชมรายการเป็นประจำเสมือนเป็นกิจวัตรประจำวันเลยทีเดียว