



กระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์
ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

ปิยมาภรณ์ กุลเจษฎากาญจน์

	384.5532
	ป619ก
38A0190291	
Title : กระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหา ศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2548

The Process of Selection and Presentation of Content about
FEMALE IMAGE in
“Women to Women” television Program

Piyamaporn Kunjetsadakarn

เลขทะเบียน.....	0190291.....
วันลงทะเบียน.....	15 พ.ย. 2549.....
เลขเรียกหนังสือ.....	384.5532.....
	๒๖๑๙๗
	[2548]

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Degree of Master of Arts Program in
Communication Department of Business Communication
Arts Graduate School , Dhurakij Pundit University

2005



ใบรับรองสารนิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญาโท สาขา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อ ภาระบวนการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิง
ผ่านรายการโทรทัศน์ "ผู้หญิงถึงผู้หญิง"


เสนอโดย ปิยะมาภรณ์ กุลเกษฎาภาณูจน์

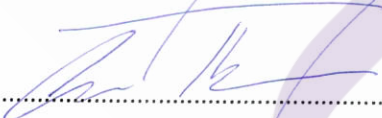
สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผศ.ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว)


.....กรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์
(ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์)


.....กรรมการ
(อ. วิณา แก้วประดับ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คำริชอบ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
๒7 ต.ค. 2549

หัวข้อสารนิพนธ์ : กระบวนการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ
ผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ "ผู้หญิงถึงผู้หญิง"
ชื่อผู้วิจัย : นางสาวปิยมาภรณ์ กุลเกษฎาภาคุณันท์
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร. อุษา บิ๊กกินส์
สาขาวิชา : นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา : 2548

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ
ผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ "ผู้หญิงถึงผู้หญิง" มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อศึกษากระบวนการ
คัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง และเพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหา
เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์เนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ที่
ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก
บรรณาธิการ และ ผู้ผลิตรายการ และวิเคราะห์เทปบันทึกรายการ จำนวน 20 เทป เครื่องมือที่ใช้
ในการรวบรวมมีดังนี้ แบบสัมภาษณ์ เทปบันทึกรายการ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ

ผลการวิจัยกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงมีปัจจัยที่ใช้พิจารณา 3 ปัจจัย
คือ พิจารณาจากสถานการณ์ปัจจุบัน จากกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อและรูปแบบ
รายการ และพิจารณาจากบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มคุณค่าของ
เนื้อหาข่าว จึงทำให้สามารถแบ่งเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการได้ 4 ประเภท คือ ผู้หญิงกับ
สังคม ครอบครัว ผู้หญิงกับเศรษฐกิจ การเมือง วิชาการ เทคโนโลยี ผู้หญิงกับข่าวต่างประเทศ
แฟชั่น บ้านเทรนด์ต่างประเทศ และผู้หญิงกับเรื่องแปลก เรื่องตลก วงการบันเทิง

ผลการวิจัยการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการ สามารถแบ่งได้
2 ภาพลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสม และ ภาพลักษณ์ผู้หญิงเก่งและแกร่ง โดยเนื้อหา
รายการสะท้อนบทบาทภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสมและผู้หญิงเก่งและแกร่งให้เป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่มี
ความสามารถ รู้ทันข่าว ระแวดระวัง ตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่มีความสามารถในการทำงานใน
ขอบข่ายหน้าที่ของตนเอง

สรุปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง มีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงที่สอดคล้องกับทฤษฎีผู้เฝ้าประตู ที่ว่า องค์ประกอบความเป็นข่าวจะต้องมีความสด ทันสมัย และน่าสนใจ เป็นเรื่องราวที่มีผลกระทบต่อคนทั่วไปหรือคนเฉพาะกลุ่ม ส่วนการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ ก็สอดคล้องกับทฤษฎีสตรีศึกษา ที่ว่า ผู้หญิงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเป็นผู้ริเริ่มให้แนวทาง ให้คำแนะนำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข และให้กำลังใจมาโดยตลอด จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความเมตตากรุณาจากท่าน

นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจากท่านประธาน และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์อันได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว และอาจารย์ วิณา แก้วประดับ ซึ่งทุกท่านได้มีส่วนช่วยเหลือในการตรวจแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณจักรกฤษณ์ มะสะพันธ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ สารสนเทศ ผู้ช่วยเหลือติดต่อหาเพื่อความสมบูรณ์ในการนำเสนอ

ท้ายสุดนี้ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ผู้ให้กำเนิด ให้โอกาส ให้การสนับสนุนในการศึกษาและให้ทุกอย่าง จนสารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ปิยมาภรณ์ กุลเกษฎากาญจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	
1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหานำวิจัย	8
วัตถุประสงค์	8
ขอบเขตการวิจัย	8
นิยามศัพท์	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
กรอบแนวคิด	10
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์	11
จินตภาพของสตรีไทยในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์	13
สตรีกับสื่อมวลชน	16
ทฤษฎีกระบวนการคัดเลือกข่าวสาร (Gate Keeper)	19
ทฤษฎีสตรีศึกษา	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3 วิธีการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้การรวบรวมข้อมูล	25
การรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
4 ผลการวิจัย	27
ประวัติความเป็นมาของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง	27
โครงสร้างรายการ	28
กระบวนการคัดเลือกข่าวก่อนการนำเสนอ	29
วัตถุประสงค์รายการ	30
รูปแบบการนำเสนอ	31

จุดเด่นของรายการ	32
ตอนที่ 1 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ เกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการ ผู้หญิงถึงผู้หญิง	35
ตอนที่ 2 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ และวิเคราะห์เทปบันทึกรายการเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง	40
5	45
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	45
สรุปผลการวิจัย	45
อภิปรายผล	47
ข้อเสนอแนะ	49
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก	51
บทสัมภาษณ์	55
ประวัติผู้เขียน	58



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สำหรับสังคมไทยแล้ว สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสารทุกคน ทั้งยังมีอิทธิพลต่อการสร้างกระแสความเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด วิถีการดำเนินชีวิต พฤติกรรมของผู้คน รวมถึงวิถีคิดและสำนึกรวมของผู้คนในสังคม จนกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งขณะนี้ สังคมเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรมเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสารมากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ที่มีการพัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสาร ทำให้การไหลของข้อมูลมีความคล่องตัวและรวดเร็ว เกิดการถ่ายทอดความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ดังนั้นความต้องการบริโภคข่าวสารที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว ของผู้รับสารจึงมีมากขึ้น ซึ่งความต้องการบริโภคข่าวสารของผู้บริโภคนั้น มีทั้งลักษณะของความรู้ ข่าวสาร และรวม ไปถึงสิ่งซึ่งให้ความบันเทิงต่าง ๆ อีกด้วย ในยุคซึ่งข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสูงสุด สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดสิ่งต่างจากทั่วทุกมุม โลกให้ประชาชนได้รับทราบไม่ว่าประชาชนจะอยู่ที่ใดของโลกก็ชมรายการเดียวกันได้ ซึ่งหากกล่าวถึงวิธีที่คนไทยในสังคมปัจจุบันเลือกใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมและภาระที่ต้องแบกรับอยู่ วิธีที่ง่ายและสะดวกสบายเสียค่าใช้จ่ายน้อย วิธีหนึ่งคือ การรับชมรายการสาระและบันเทิงที่นำเสนอผ่านทางสื่อมวลชน ดังนั้นการสื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นองค์กรหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร จึงต้องทำหน้าที่ในการให้สาระและความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว

แต่สื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่น่าสนใจ ก็คือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์นี้มีข้อได้เปรียบสื่อชนิดอื่นในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง กล่าวคือ นอกจากสามารถแพร่ภาพได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็วแล้ว ยังมีสิ่งดึงดูดใจในการเปิดรับ คือ ผู้ชมสามารถเห็นภาพและรับฟังเสียงได้ และสามารถแสดงความคิดเห็นเข้ามาในรายการได้ดังเช่นในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่ครัวเรือนโดยส่วนใหญ่มีไว้ครอบครอง โดยที่ผู้เปิดรับสื่อประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีทักษะใดเป็นพิเศษในการเปิดรับและยังเป็นสื่อที่แทบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ด้วย สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่แสดงเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ชัดเจนที่สุด เพราะคนเราสามารถรับรู้จากการได้เห็นร้อยละ 75 และจากการได้ยินอีกร้อยละ 13 จะเห็นได้ว่า โทรทัศน์ให้ทั้งการได้เห็นและได้ยิน ผลรวมตัวเลขที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ การรับรู้ถึงร้อยละ 88 (อรรถนพ เรียรถาวร, 2520 : 117)

ผู้ผลิตรายการทางโทรทัศน์บางท่านหรือสถานีโทรทัศน์บางช่องได้พัฒนา การนำเสนอ ข่าวสารความรู้ให้มากขึ้น สื่อโทรทัศน์ก็ยังคงมีบทบาทที่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นให้ความบันเทิงแก่ ผู้ชมเป็นส่วนใหญ่ รายการส่วนใหญ่ที่นำเสนอจึงมุ่งเน้นให้ผู้ชมได้รับความบันเทิงสนุกสนาน และสาระที่สอดแทรกมาในรายการต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากรายการจะแบ่งตาม รูปแบบของรายการที่ต้องการนำเสนอ (Presentation) แล้ว ปัจจุบันยังได้มีการแบ่งตามกลุ่มผู้ชม (Audience) เป็นหลัก ในลักษณะนี้การเรียกชื่อรายการก็จะออกมาในรูปของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (Target Audience) เช่นรายการแม่บ้าน รายการเกษตรกร รายการประเภทนี้ถือว่าชื่อรายการนั้น ระบุเฉพาะตัวผู้ชมอย่างชัดเจน แต่เนื้อหาที่บ่งไว้กว้าง ๆ ว่า ควรจะเป็นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ สำหรับคนกลุ่มนั้นเท่านั้น

สำหรับรายการที่แบ่งตามกลุ่มผู้ชมเป็นหลักในปัจจุบันเห็นได้ชัด ได้แก่ รายการโทรทัศน์ สำหรับเด็ก รายการโทรทัศน์สำหรับคนรักกีฬา รายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น รวมทั้งรายการ โทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นรายการอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากผู้ผลิตและได้รับความนิยม จากกลุ่มผู้ชมที่เป็นสตรี และนับว่าเป็นแนวโน้มที่ดีที่หลาย ๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสถานี เจ้าของรายการ หรือแม้กระทั่งผู้ผลิตรายการยังคงเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับ สตรีโดยการให้เวลาในการนำเสนอและผลิตรายการประเภทสตรี

หนึ่ง คณะอนุกรรมการการพัฒนากิจการกรมและบทบาทของสตรี สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึง “สื่อมวลชน” ไว้ในแผนการปฏิบัติงานพัฒนาสตรี ในปี (2524) ดังนี้

สื่อมวลชนจะต้องถือว่าเป็นความรับผิดชอบของตนในการที่จะเผยแพร่ความรู้ที่เป็น ประโยชน์และสร้างสรรค์ทัศนคติและค่านิยมที่ดีงามในสังคม โดยเฉพาะเกี่ยวกับสตรีสื่อมวลชน จะต้องมีความรับผิดชอบในการกลั่นกรอง ไม่เสนอข่าวที่เป็นพิษเป็นภัย ไม่ลงภาพ หรือใช้ภาษา ที่ยั่วแหย่และโน้มน้ำหนักอารมณ์ของผู้อ่านไปในทางเสื่อมหรือไร้ประโยชน์ ส่งเสริม สนับสนุนให้ สื่อมวลชนมีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนากิจการกรมและบทบาทของสตรี สมาคมสื่อมวลชนต่าง ๆ จะต้องมีส่วนโดยตรงในการควบคุมจรรยาบรรณของสื่อมวลชนอย่าง จริงจัง ขอให้รัฐบาลใช้มาตรการที่เด็ดขาดกับสื่อมวลชนที่เป็นพิษเป็นภัย ส่งเสริมให้นำ สื่อมวลชนมาใช้ในการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยจัดรายการเพื่อการศึกษาให้เป็นที่น่าสนใจและเกิด ประโยชน์แก่ประชาชน ให้มีผู้แทนจากคณะกรรมการสตรีแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการ วัฒนธรรมแห่งชาติ สภาสตรีแห่งชาติ สภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย รวมทั้งสำนักงาน ส่งเสริมและประสานงานแห่งชาติเข้าร่วมในคณะกรรมการตรวจ พิจารณาภาพยนตร์และทีวีก่อนที่

จะนำออกเผยแพร่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแผนปฏิบัติการ
พัฒนาสตรี 2524 : 1/15-1/16)

ในการนำเสนอรายการทางสื่อโทรทัศน์ก็เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวใจให้คล้อยตามได้ง่าย และยังสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ โดยมุ่งเน้นให้สาระความรู้ และความบันเทิง โดยเฉพาะรายการที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิง ถือได้ว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยมมาก เช่น ละคร รายการเพลง รายการพูดคุยสัมภาษณ์บุคคลหรือคาราที่มีชื่อเสียง (Talk Show) รวมไปถึงรายการเกมส์โชว์ และรายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz Show) ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสารอย่างแพร่หลาย และเรื่องราวที่นำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์มักจะกลายเป็นหัวข้อสนทนาของคนในสังคมไป (Talk of the town)

สื่อมวลชนสมัยใหม่เริ่มต้นด้วยการเป็นสื่อของผู้ชายมาก่อน ดังนั้น เมื่อผู้หญิงเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น จึงได้มีการแบ่งเนื้อที่เฉพาะเอาไว้ให้สำหรับผู้หญิงเป็นการพิเศษ ตัวอย่างเช่น หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ ส่วนในโทรทัศน์ก็จะมีรายการต่าง ๆ ว่าเป็นของใคร เช่นเดียวกับ ข่าวกีฬา สารคดี จะเป็นของผู้ชาย ส่วนละครหลังข่าว รายการแม่บ้านการเรือนตอนเย็นจะเป็นของผู้หญิง ต่อมาเมื่อบทบาทที่เป็นจริงของผู้หญิงในสังคมเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ ไม่ได้อยู่ในบ้านเป็นแม่บ้านการเรือนเท่านั้น ก็เริ่มมีรายการแบบใหม่สำหรับผู้หญิงเกิดขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นแม่บ้าน นักเรียน นักศึกษา ผู้หญิงทำงานนอกบ้าน โดยเรียกชื่อรวม ๆ ของรายการประเภทนี้ว่า “รายการผู้หญิง” เนื้อหาสาระของรายการดังกล่าวจะแตกต่างกันไป แต่ส่วนใหญ่แล้วมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงบุคลิกและความสามารถแบบดั้งเดิมของผู้หญิง เช่น การแต่งกาย แต่งผม ทำกับข้าว ฯลฯ และมีเป้าหมายที่จะพัฒนามิติและความสามารถแบบใหม่ ๆ ของผู้หญิงที่ต้องออกไปเผชิญกับสภาพการณ์ใหม่ ๆ นอกบ้าน เช่นการปรับปรุงบุคลิกภาพ การเปิดทัศนนะให้มีโลกกว้าง เป็นต้น

ใน 4-5 ปีที่ผ่านมา ได้มีการขยายตัวของรายการผู้หญิงในโทรทัศน์เพิ่มขึ้นมากทั้งนี้เพื่อตอบสนองกระแสความตื่นตัวของผู้หญิงไทย รายการผู้หญิงได้มีส่วนช่วยในการสร้างจินตภาพแห่งการพัฒนาสตรีใน 3 ระดับคือ การพัฒนาตนเอง ครอบครัว และโลกภายนอก ในวงการสื่อสารมวลชน ในด้านสภาพความเป็นจริง ผู้หญิงได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับวงการสื่อมวลชนมากขึ้น ในโทรทัศน์ปริมาณของผู้อ่านข่าวที่เป็นผู้หญิงจะมีอยู่พอ ๆ กับโฆษกชาย จากปรากฏการณ์ดังกล่าวบอกได้ว่าผู้หญิงมีบทบาทมากขึ้นในวงการสื่อมวลชน และเนื่องจากผู้หญิงได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในหลายลักษณะด้วยกัน เช่น เข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะผู้ส่งหรือผู้ผลิต หรือใน

ฐานะผู้รับ นอกจากนั้นก็ยังปรากฏอยู่โดยทางอ้อมในเนื้อหาของสารและด้านการรับผลกระทบการพิจารณาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเลือกหยิบประเด็นที่สื่อแต่ละชนิดนั้นมีความเกี่ยวข้องกับผู้หญิงมากที่สุดมาพิจารณา คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์

1. **หนังสือพิมพ์** ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีความเคลื่อนไหวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพอย่างมากในหนังสือพิมพ์ ประเด็นที่ผู้หญิงจะได้เป็นข่าว โดยส่วนใหญ่ ประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสนใจต่อผู้หญิงยังเป็นประเด็นด้านลบ เช่น โสเภณี หยื่อความรุนแรง แม่ใจยักษ์ที่ถูกลงถึงขยะ ส่วนประเด็นด้านบวกนั้นจะมีแต่เรื่องความงาม (การประกวดต่าง ๆ) แต่ทว่าความสำคัญของข่าวเหล่านี้ยังมีอยู่น้อย (ในแง่ของข่าวหน้าหนึ่ง)

อย่างไรก็ตาม มีพัฒนาการในทางบวก คือการตีความวิเคราะห์ข่าวเริ่มมีความหลากหลายมุมมอง เช่น ปัญหาโสเภณี หรือ กรณีแม่ใจยักษ์เอาลูกไปทิ้ง ก็เริ่มมีการวิเคราะห์ถึงสาเหตุด้านความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายในสังคมมากกว่าจะประณามสตรีแต่เพียงฝ่ายเดียว

นอกจากนี้หน้าสตรี มีการเพิ่มมากขึ้นในเชิงปริมาณ ในปีพ.ศ.2514 มีหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวเท่านั้นที่มีหน้าสตรีประจำ แต่ในปี 2537 หนังสือพิมพ์เกือบทุกเล่มมีหน้าสตรีประจำ นี้แสดงให้เห็นว่า ประเด็นเรื่อง"สตรี" ก้าวขึ้นมาถึงระดับ "ความสนใจสาธารณะ" และมีเหตุการณ์ในสังคมมากพอที่จะเป็นเนื้อหาของข่าว และในเชิงคุณภาพแล้ว ก็ยังมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย จากแต่เดิมที่เคยมีแต่เนื้อเรื่องของผู้หญิงชั้นสูง เรื่องสวย ๆ งาม ๆ ของผู้หญิงเท่านั้น ปัจจุบันมีข่าวของผู้หญิงจากทุกระดับชั้น ในเมืองและชนบท รวมทั้งเป็นการเสนอข่าวการพัฒนาสตรี เสนอภาพผู้หญิงเก่ง และเสนอปัญหาที่ผู้หญิงต้องพบอยู่ด้วย

2. **นิตยสาร** การเพิ่มขึ้นทางด้านปริมาณ มีรายงานในปีพ.ศ. 2532 ว่า มีนิตยสารเฉพาะสำหรับสตรีถึง 130 ฉบับ ที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภท คือนิตยสารแบบดั้งเดิม (tradition) แบบกลาง ๆ (moderate) แบบทันสมัย (modern) แบบก้าวหน้า (progressive) จนกระทั่งถึงแบบที่เน้นเรื่องสิทธิสตรีเป็นการเฉพาะ (feminist approach)

นิตยสารแบบดั้งเดิม เนื้อหาส่วนที่เกี่ยวกับบทบาทของผู้หญิงในฐานะแม่และเมียก็ยังคงมีอยู่อย่างเดิม สิ่งที่อยู่เปลี่ยนแปลงไปสำหรับการปรับตัวนิตยสารที่มีอายุยาวนาน คือ การเพิ่มความรู้ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมทั้งระดับประเทศและระดับโลกมากขึ้น

นิตยสารแบบกลาง ๆ เริ่มค่อย ๆ มีการเปลี่ยนแปลงด้วยการเสนอข่าวการเคลื่อนไหวเพื่อการส่งเสริมสิทธิสตรีมากขึ้น และในทศวรรษที่ผ่านมา มีการเติบโตของนิตยสารแบบทันสมัยอย่าง

มาก (อันเนื่องมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมโฆษณา) เนื้อหาของนิตยสารแบบทันสมัยนี้ ไม่ค่อยพูดถึงอุดมการณ์เรื่อง “แม่บ้าน” แต่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพของผู้หญิงทำงานมากกว่า

3. โทรทัศน์ ในปี พ.ศ.2530 ถึง ปัจจุบัน มีรายการที่มีชื่อระบุว่าสำหรับ “ผู้หญิง” เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (อย่างน้อยประมาณ 10 รายการ) อย่างไรก็ตาม สำหรับเนื้อหาของรายการผู้หญิงเหล่านี้ก็มีลักษณะเหมือนเนื้อหาของนิตยสารสตรีแบบทันสมัย กล่าวคือ พยายามช่วยปรับปรุงให้ผู้หญิงยุคปัจจุบันสามารถปรับตัวอยู่ท่ามกลางบทบาททั้งในและนอกบ้านได้อย่างดี สำหรับเนื้อหารายการที่จะหยิบยกประเด็นปัญหาที่ผู้หญิงต้องเผชิญอยู่จริงนั้น ยังไม่มีการจัดทำขึ้นอย่างเป็นกิจลักษณะ คงมีเพียงการสอดแทรกอยู่เป็นครั้งคราวตามรายการผู้หญิง รายการสารคดี หรือรายการ talk show ที่มีลักษณะก้าวหน้าเท่านั้น

เมื่อพิจารณาถึงเหตุที่กล่าวมาข้างต้น และจากการสำรวจเบื้องต้นได้มีการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี และมีผู้ดำเนินรายการที่เป็นผู้หญิงเกิดขึ้นมากมายหลายรายการ เช่น เมฆอุกรัก รักถูกให้ถูกทาง ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง และมีรายการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งตัวรายการเองและรวมไปถึงตัวผู้ดำเนินรายการซึ่งก็ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับอย่างดี เช่น รายการสบาย, สไตลล์ยูรา, ผู้หญิงอยากรู้, คุยเฟื่องเรื่องผู้หญิง, และผู้หญิง ผู้หญิง ซึ่งรายการที่ได้กล่าวมานี้ตัวผู้ดำเนินรายการได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของเหล่าผู้ชมเป็นอย่างมาก การที่ผู้ผลิตรายการหรือเจ้าของสถานี เจ้าของรายการโทรทัศน์ได้มองเห็นถึงความสำคัญของผู้หญิงจนถึงกับผลิตรายการสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะขึ้นมาและ เมื่อพิจารณาถึงรายการที่ให้สาระ ความรู้และความบันเทิงแล้วและนำเสนอเนื้อหาบางส่วนเกี่ยวกับผู้หญิงแล้ว รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ได้สะท้อนให้เห็นถึงการมองตลาดผู้หญิง และรายการสไตลล์ผู้หญิง และจากการค้นพบว่า กลุ่มผู้หญิงเป็นฐานของผู้ชมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในช่วงเช้า แม้จะไม่ได้มีการสำรวจอย่างจริงจังถึงฐานของผู้ชมยามเช้า แต่ทางรายการพบว่ากลุ่มผู้ชมประเภทแม่บ้าน คนทำงาน นิยมดูโทรทัศน์ช่วงเช้าเป็นจำนวนมาก รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จึงเป็นอีกรายการหนึ่งที่มีฐานของผู้ชมขนาดใหญ่ และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในเรื่องของรูปแบบรายการ (News Talk) แบบวาไรตี้ และตัวผู้ดำเนินรายการ ตลอดจนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง เพื่อต้องการที่จะทำหน้าที่ของสื่อที่จะสะท้อนภาพของสตรีหรือความสัมพันธ์ระหว่างสตรีกับคนอื่นๆ ในสังคม ถือได้ว่าเป็นการส่งสารที่เกี่ยวข้องกับสตรี เพื่อให้ผู้หญิงได้มีโอกาสพัฒนาตนเอง พัฒนาความรู้ ความนึกคิดในการดำรงชีวิต โดยการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” สามารถแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงที่ชัดเจนที่สุดคือ ผู้หญิงแบบผสม เป็นการผสมผู้หญิงแบบเดิม (แม่และเมีย) และแบบใหม่ (ผู้หญิงทำงานประกอบอาชีพนอกบ้าน) เป็นผู้หญิงที่

ปัญหานำวิจัย

1. กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นอย่างไร
2. การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง
2. เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยจะเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และจากเอกสารข่าว โดยการสัมภาษณ์ บรรณาธิการ ผู้ผลิตรายการ และ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับผู้หญิง จากเทปบันทึกรายการ เป็นเวลา 1 เดือน คือ เดือนมีนาคม พ.ศ.2549 เพื่อนำมาวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ วิเคราะห์รูปแบบของรายการและผลตอบรับ (Feed back) ของกลุ่มเป้าหมายของรายการและประเด็นการสัมภาษณ์

นิยามศัพท์

การนำเสนอ หมายถึง การนำเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสตรีออกมาเผยแพร่ผ่านผู้ดำเนินรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

ภาพลักษณ์ของผู้หญิง หมายถึง ภาพที่เกิดจากการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ได้แก่

ผู้หญิงแบบผสม คือ ผู้หญิงในภาพลักษณ์ดั้งเดิมดั้งใหม่ คือ ต้องประกอบอาชีพนอกบ้านเพื่อหาเงินเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวพร้อมกับต้องทำหน้าที่ของสตรีในฐานะแม่และเมียประกอบกันไปด้วย

ผู้หญิงเก่งและแกร่ง คือ ผู้หญิงมีความสามารถรอบด้าน ทั้งหน้าที่การงาน ครอบครัว และสังคม ผู้หญิงที่ไม่ต้องพึ่งพาใคร

กระบวนการคัดเลือกข่าวสาร หมายถึง การเลือกสรรข่าวสารหรือเรื่องที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับผู้หญิงเพื่อส่งเข้ามาในรายการ โดยพิจารณาจากแนวทางและนโยบายการคัดเลือกข่าวสารของรายการ

รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” หมายถึง รายการถ่ายทอดสด ซึ่งออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 09.00 – 10.20 น. ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ผู้ดำเนินรายการ หมายถึง ผู้ดำเนินรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” 4 คน คือ พิมลวรรณ สุภยางค์, พัชรศรี เบญจมาศ, มิศุข แจ่มมิศุข และ กุลนัฏดา บังฉิมสวัสดิ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับพัฒนาการของรายการที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงในปัจจุบัน และการเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนในอนาคตโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์
2. เพื่อทราบถึงการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอเรียงลำดับหัวข้อเรื่องดังนี้

1. แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์
2. จินตภาพของสตรีไทยในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์
3. สตรีกับสื่อมวลชน
4. ทฤษฎีกระบวนการคัดเลือกข่าวสาร (Gate Keeper)
5. ทฤษฎีสตรีศึกษา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์

ความหมาย

“ภาพลักษณ์” (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์โดยตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือจากทัศนคติที่แตกต่าง ๆ นานา เป็นต้น (Robinson and Barlow 1959 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536)

“ภาพลักษณ์” (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ ภาพที่สิ่งต่าง ๆ สร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจเราก็ได้ (วิรัช ภิรัตนกุล, 2535) ภาพลักษณ์จึงอาจเป็นภาพของสถาบัน องค์กร หรือบุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเราว่าดีหรือไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื้อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือรู้สึกเฉยๆ เป็นกลาง ไม่ดีไม่เลว ถ้าความคิดเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะพาให้การดำเนินงานของสถาบันล้มเหลวได้ (วิจิตร อวระกุล, 2534)

ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่างๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชนและมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อสารมวลชนทำให้คนในสังคมต่างๆ รับทราบข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องการรับรู้และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดี แม้มีวิกฤตการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้ง่าย เสมือนหนึ่งร่างกายของคนที่แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรค หากได้รับเชื้อโรคหรือมีอาการเจ็บป่วย อาการก็จะไม่ร้ายแรงและหายเร็วกว่าปกติ (ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร, 2537)

องค์ประกอบของภาพลักษณ์และการเกิดภาพลักษณ์

Kenneth E. Bouldin(1975 : 91) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากเฉพาะตน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ ภาพ บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอ และมักตีความหมายหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในโลกตามทัศนะของเรา และพฤติกรรมที่เราแสดงออก ก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย เพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจ อาจแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้คือ

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกตโดยตรง แล้วนำสิ่งนั้น ไปสู่การรับรู้ สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตและรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเจตนา ที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น โดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก
5. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ เชิงความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพที่บุคคลได้มีประสบการณ์ในโลก ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจจึงสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Consumer) แต่ละราย จะเปลี่ยนฐานะมาเป็นลูกค้า (Customer) นั้น จะผ่านการรับรู้ (Perception) จนเกิดความรู้ (Knowledge) และความรู้สึก (Affection) ที่ดี ต่อผลิตภัณฑ์และองค์การธุรกิจ จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Buying) มาบริโภคในที่สุด

จากแนวคิดภาพลักษณ์สรุปได้ว่า ไม่ว่าจะ เป็นภาพลักษณ์ของตัวองค์กร หรือภาพลักษณ์จากเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของทางสถานี ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมรายการที่มีต่อตัวรายการ และตัวผู้ดำเนินรายการ การนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์เกี่ยวกับผู้หญิงผ่านรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของทางรายการ ที่จะทำให้ภาพลักษณ์ดี ๆ เกิดขึ้นและติดอยู่ในใจผู้รับชมรายการและส่งผลดีต่อรายการ

จินตภาพของสตรีไทยในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์

สื่อมวลชนสมัยใหม่นั้นเริ่มต้นด้วยการเป็นสื่อของชายมาก่อน ดังนั้น เมื่อผู้หญิงเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น จึงได้มีการแบ่งเนื้อที่เฉพาะเอาไว้ให้สำหรับผู้หญิงเป็นการพิเศษ ตัวอย่างเช่น หน้าสตรีในหนังสือพิมพ์ ส่วนในโทรทัศน์ ก็จะมีการแบ่งรายการต่างๆ ว่าเป็นของใคร เช่นเดียวกัน เช่น ข่าว กีฬา สารคดี จะเป็นของผู้ชาย ส่วนละครหลังข่าว รายการแม่บ้าน การเรียนตอนช่วงเย็นจะเป็นของผู้หญิง

ต่อมาเมื่อบทบาทที่เป็นจริงของผู้หญิงในสังคมเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือไม่ได้อยู่ในบ้าน เป็นแม่บ้านการเรือนเท่านั้น ก็เริ่มมีรายการแบบใหม่สำหรับผู้หญิงเกิดขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นแม่บ้าน นักเรียนนักศึกษา ผู้หญิงทำงานนอกบ้าน โดยเรียกชื่อรวม ๆ ของรายการประเภทนี้ว่า “รายการผู้หญิง” เนื้อหาสาระของรายการดังกล่าวจะแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่แล้วมีเป้าหมายที่จะปรับปรุงรูปลักษณ์และความสามารถแบบดั้งเดิมของผู้หญิง เช่น แต่งกาย แต่งผม ทำกับข้าว จัดดอกไม้ ฯลฯ และมีเป้าหมายที่จะพัฒนามิติและความสามารถแบบใหม่ ๆ ของผู้หญิงที่ต้องออกไปเผชิญกับสภาพการณ์ใหม่ ๆ นอกบ้าน เช่น การปรับปรุงบุคลิกภาพการเปิดทัศนนะให้มีโลกกว้าง เป็นต้น

ใน 4-5 ปีที่ผ่านมา มีการขยายตัวของรายการผู้หญิงในโทรทัศน์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งนี้คงเพื่อตอบสนองกระแสความตื่นตัวของผู้หญิงไทย ปีญาจมา รักแตงาม (2538) ตั้งคำถามว่าท่ามกลางการขยายตัวด้านปริมาณของรายการเหล่านี้ การพัฒนาในแง่คุณภาพได้เกิดขึ้นตามไปด้วยหรือไม่ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาของรายการผู้หญิงในปี 2537 ที่นำเสนอผ่านจอโทรทัศน์

จินตภาพของผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ในรายการผู้หญิงจึงแบ่งได้ 3 แบบ คือ

1. จินตภาพของผู้หญิงแบบเดิม (เป็นแม่และเมีย) ภาพของผู้หญิงในฐานะแม่บ้านและแม่ รับผิดชอบเฉพาะงานบ้าน เลี้ยงลูก ปรนนิบัติสามีแต่เพียงอย่างเดียวยังคงเป็นบทบาทหลักที่ถูกนำเสนอ
2. จินตภาพแบบใหม่ (เป็นผู้หญิงทำงาน) เป็นผู้หญิงในยุคปัจจุบันที่ทันสมัย ฉลาดรอบรู้ มีความเชื่อมั่น มีความสามารถในหน้าที่การงาน เป็นระบบใหม่ต้องการให้ผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้าน ไม่ว่าจะเกิดผลมาจากอะไรก็ตาม ผู้หญิงก็จำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงตัวในด้านต่าง ๆ ตลอดจนการศึกษา
3. จินตภาพแบบผสม เป็นการผสมผู้หญิงแบบเดิมและแบบใหม่ กลายเป็นแม่บ้านที่ทันสมัยและเป็นแม่ที่รู้จักจิตวิทยาเด็ก ผู้หญิงประกอบอาชีพนอกบ้านเพื่อหาเงินเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว พร้อมกับต้องทำหน้าที่ของสตรีในฐานะแม่และเมียประกอบกันไปด้วย กลายเป็นแม่บ้านที่ทันสมัยและเป็นแม่ที่รู้จักจิตวิทยาเด็ก

ผลการวิจัยข้อแรกพบว่า ระหว่างจินตภาพทั้ง 3 แบบ คือ จินตภาพของผู้หญิงแบบเดิม (เป็นแม่และเมีย) จินตภาพแบบใหม่ (เป็นผู้หญิงทำงาน) และจินตภาพแบบผสม ภาพที่ปรากฏมากที่สุดในการ์ตูนผู้หญิง คือ จินตภาพแบบใหม่ รองลงมาคือแบบผสม และรั้งท้ายคือแบบดั้งเดิม ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมิได้สะท้อนสถานะที่เป็นจริง ทั้งนี้เพราะผู้หญิงไทยส่วนใหญ่ไม่อาจจะเลือกทำแต่งงานนอกบ้านอย่างเดียวยุได้ หากแต่จะต้องทำทั้งงานหลวงและงานราษฎร์ไปพร้อม ๆ กัน และปัญหาส่วนใหญ่ของผู้หญิงก็คือ การต้องเล่นบทบาทของจินตภาพแบบผสมให้ได้ดั่งนั้นเอง แต่รายการผู้หญิงได้ช่วยแก้ไขเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

ผู้หญิงแกร่ง (Strong Women) กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 179-182) ผู้หญิงที่จะต้องต่อสู้กับหลายสิ่งหลายอย่าง ต่อสู้กับตัวเอง ต่อสู้กับคนรัก สามี หรือญาติพี่น้อง หรือต่อสู้กับสถาบันต่าง ๆ เป้าหมายของการต่อสู้นั้นก็อาจจะเป็นการต่อสู้เพื่อศักดิ์ศรีของตัวเอง ไปจนกระทั่งถึงต่อสู้เพื่อสิทธิธรรมบางอย่างของสังคม

คำนิยามของ “ผู้หญิงแกร่ง” ในอดีต อันที่จริง สังคมไทยในอดีตไม่ได้ปิดกั้นบทบาทของหญิงแกร่งเท่าใดนัก เมื่อมีคำกล่าวถึงผู้หญิงในทำนองที่ว่า “มือก็ไกว ดาบก็แกว่ง แข็งหรือไม่ว่าง” คำกล่าวนี้มักไม่ได้รับคำคัดค้านนักจากสังคม เพียงแต่ว่า ในตัวคำกล่าวนั้นเองก็ได้ซ่อนความหมายโดยนัยเอาไว้บางประการ เช่น “มือก็ไกว” อันหมายถึงบทบาทของผู้หญิงในบ้านนั้น เป็นบทบาทประจำที่ทำอยู่เป็นประจำ ส่วน “ดาบก็แกว่ง” นั้น หมายถึงบทบาทของผู้หญิงที่มีต่อสังคม แต่โอกาสที่ผู้หญิงจะได้แกว่งดาบนั้น ก็จะขึ้นอยู่กับเฉพาะช่วงสงคราม ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสพิเศษ ดังนั้น สังคมไทยจึงได้จัดวางหน้าที่และบทบาทของผู้หญิงเอาไว้ว่า ในยามสงบปกติก็อยู่ในบ้าน แต่เวลาที่มีสงคราม ก็สามารถออกมามีบทบาทในสังคมได้ การอยู่ในบ้านจึงเป็นกฎทั่วไป และการออกมาสู่สังคมนั้นเป็นข้อยกเว้น

นอกจากนี้ สังคมยังได้ระบุคำนิยามของ “ผู้หญิงแกร่ง” เอาไว้อย่างแน่นอน ผู้หญิงแกร่งในอดีต มิใช่ผู้หญิงที่ไม่ต่อสู้ หากแต่วิธีการที่ต่อสู้นั้นถูกกำหนดเอาไว้อย่างแน่นอน ความแข็งแกร่งของหญิงไทยเป็นความแข็งแกร่งทางด้านจริยธรรม มีความหนักแน่นทางศีลธรรม อุดหนุน ทำความดี เอาความดีชนะความชั่ว

การแสวงหา “คำนิยาม” ของผู้หญิงแกร่งในยุคสมัยใหม่ ได้รับอิทธิพลของตะวันตกต่อการก่อตัวของผู้หญิงแกร่งไทย โดยคร่าว ๆ เราอาจแยกแยะผู้หญิงแกร่งของไทยออกได้ตามลักษณะทางชนชั้นของเธอ สำหรับผู้หญิงแกร่งจากชนชั้นกลางเธอมักจะต่อสู้ด้วยประเด็นชีวิตครอบครัว พรหมจรรย์ และศักดิ์ศรีของตน ผู้หญิงกลุ่มนี้มักจะมีข้องเกี่ยวกับอิทธิพลตะวันตก ส่วนผู้หญิงแกร่งจากชนชั้นล่างนั้น มักจะผนวกการต่อสู้ของตนเองเข้ากับการต่อสู้ของสังคม เรื่องราวการต่อสู้ของเธอมักจะได้แรงบันดาลใจมาจากสภาพความเป็นจริงในสังคมไทยเอง

ในขณะที่โทรทัศน์นำเสนอตัวเองในแง่สื่อของมวลชน” อันหมายถึงชนทุกชั้นนั้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อเท็จจริงว่า ผู้หญิงชนชั้นใดบ้างที่ได้มีส่วนร่วมในรายการนี้ และพบว่าสัดส่วนของผู้หญิงชนชั้นกลางจะมีมากที่สุด รองลงมาคือชนชั้นล่าง และรั้งท้ายด้วยชนชั้นสูง ตัวเลขดังกล่าวนี้มีได้สะท้อนความเป็นจริงแม้แต่น้อย หากแต่อาจจะนำมาสู่ข้อสรุปใหม่ได้ว่าโทรทัศน์กำลังทำหน้าที่นำเสนอค่านิยมและจินตภาพของผู้หญิงชนชั้นกลางให้กลายเป็นแบบฉบับและมาตรฐานสำหรับสตรีชนชั้นอื่น ๆ ในสังคม

มิติสุดท้ายที่ผู้วิจัยได้ตรวจสอบก็คือ รายการผู้หญิงได้มีส่วนช่วยในการสร้างจินตภาพแห่งการพัฒนาสตรีในระดับใดบ้าง โดยระดับของการพัฒนานั้นได้แบ่งวิเคราะห์พบว่า ระดับโลกภายนอกมีสัดส่วนสูงที่สุด แต่ทว่าเรื่องของโลกภายนอกที่รายการเหล่านี้เปิดกว้างให้ผู้หญิงได้รู้จัก

จะเป็นโลกแบบเบา ๆ เช่น เรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยว มิใช่โลกภายนอกแบบหนัก ๆ เช่น เรื่องเศรษฐกิจ การเมืองระหว่างประเทศหรือระดับประเทศ กฎหมาย แม้แต่เรื่องการศึกษาหรือสิทธิสตรีก็แทบจะไม่มีเลย

สำหรับการพัฒนาตัวเองที่ตามมาเป็นอันดับสองนั้น จะเน้นหนักการพัฒนาด้านอาชีพ การงาน และสุขภาพ ซึ่งกลุ่มผู้หญิงที่ออกไปทำงานนอกบ้านต้องเผชิญอยู่

ส่วนมิติสุดท้ายคือ เรื่องครอบครัวนั้น รายการผู้หญิงจะไม่ค่อยนำเสนอ ทั้ง ๆ ที่เป็นปัญหาสำคัญของผู้หญิงปัจจุบัน แม้แต่การให้ความรู้เรื่องกฎหมายครอบครัวก็แทบจะไม่มี

ในท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้ให้ข้อสรุปว่า รายการผู้หญิงที่มีอยู่หลากหลายนั้น ได้พยายามที่จะสร้างจินตภาพของผู้หญิงยุคใหม่ให้กลายเป็น “superwomen” ที่มีความสามารถที่จะทำได้ทุกสิ่งทุกอย่างให้ได้ไปพร้อม ๆ กัน โดยที่อาจจะลืมดูไปว่าภาระอันหนักอึ้งที่วางอยู่บนหลังไหล่ของ superwomen เหล่านั้นเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้หญิงไม่สามารถจะทะยานบินขึ้นสู่ท้องฟ้าได้ เพราะแบกน้ำหนักเกินพิกัดมากไป

สรุป แนวคิดจินตภาพของสตรีไทยในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์จะสามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้ผู้จัดรายการและทีมงานรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทราบถึงสิ่งที่จริงและความเป็นไปได้ ในนำเสนอสิ่งที่ประ โยชน์แก่ผู้ชมที่เป็นผู้หญิง โดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมายหลักของรายการคือ ผู้หญิงแบบผสม ว่าสิ่งไหนควรนำเสนอ สิ่งไหนที่รายการมองข้ามทั้ง ๆ ที่เป็นปัญหาสำคัญของผู้หญิงปัจจุบัน

สตรีกับสื่อมวลชน

การศึกษาประเด็นเรื่องผู้หญิงกับสื่อมวลชนนั้น ซีโมน เดอ โบวัวร์ (Simone de Beau our) เคยกล่าวประโยคอันลือลั่นไว้ในหนังสือที่เธอเขียนชื่อ “เพศที่สอง” (The Second Sex) ว่า “คนเรานั้นไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิงหรอก หากแต่ได้กลายมาเป็นในภายหลัง” ประโยคนี้มีความหมายว่า “การเป็นผู้หญิง” มิได้ติดตัวมาตามธรรมชาติแต่กำเนิด แต่ได้มาโดย “ถูกทำให้เป็นไป” จากสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละสังคม มีสถาบันต่างๆ ช่วยปรุงแต่งความเป็นผู้หญิงให้เป็นอย่างที่เห็นอยู่นับตั้งแต่ สถาบันทางครอบครัวแบบถ้อยพ้อเป็นใหญ่สถาบันการเมืองชายเป็นผู้ปกครองคุ้มครองประเทศ สถาบันทางสังคมชายเหนือกว่าหญิง เป็นต้น และแน่นอนว่าสถาบันสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันสังคม ที่มีอิทธิพลไม่น้อยกว่าสถาบันดั้งเดิมอื่น ๆ และจะเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้นทุกทีตามกาลเวลาที่ผ่านไป และมีบทบาทในการทำให้คนกลุ่มหนึ่งต้อง “กลายเป็นผู้หญิงไป” อย่างแน่นอน (กาญจนา แก้วเทพ, 2535)

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสตรีนั้น จะเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในผลงานและผลิตผลของสื่อมวลชนเอง กล่าวคือ การเสนอภาพของหญิงในสื่อมวลชนหรือความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับคนอื่น ๆ ในสังคมนั่นเอง

จากแผนหลักงานสตรีระยะยาว (พ.ศ. 2525-2544) ในส่วนที่ว่าด้วย “สตรีกับสื่อมวลชน” ได้มีการพิจารณาเรื่องภาพของสตรีที่สะท้อนมาจากเนื้อหาของสื่อมวลชนโดยสื่อมวลชนปริทัศน์ (2534) ได้สรุปย่อเฉพาะเนื้อหาที่สำคัญจากฉบับเดิมมาเสนอ ดังนี้

1. ความไม่สมดุลในการใช้สื่อมวลชนระหว่างชายหญิง ทั้งในเมืองและชนบท
 - 1.1 การขาดความสมดุลในการใช้สื่อมวลชนระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย สาเหตุมาจากในสื่อมวลชนบางชนิด มีรายการเฉพาะสำหรับผู้หญิงอยู่น้อยมากหนังสือพิมพ์นั้นก็เป็นผู้หญิงสำหรับผู้ชายมากกว่า ในการสำรวจการอ่านหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ โดยเปรียบเทียบระหว่างหญิงกับชาย พบว่าประชาชนเพศชายอ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำทุกวัน และใช้เวลาอ่านมากกว่าเพศหญิง ขณะที่เพศหญิงอ่านหนังสือพิมพ์เฉพาะมีเวลาว่าง มีลักษณะไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสและอ่านเฉพาะข่าวที่สนใจ
 - 1.2 ความไม่สมดุลของการใช้สื่อมวลชน ระหว่างสตรีที่อยู่ในเมืองกับสตรีที่อยู่ในชนบท เป็นผลสืบเนื่องมาจากความไม่เท่าเทียมของการใช้สื่อมวลชนระหว่างตัวเมืองกับชนบทอยู่แล้ว
 - 1.3 ความไม่สมดุลของเนื้อหาในสื่อมวลชน เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่มุ่งตอบสนองผู้หญิงชั้นสูงและชนชั้นกลาง ค่านิยมที่แฝงอยู่ในสื่อมวลชนจึงเป็นตัวแทนของผู้หญิงชั้นสูงและชนชั้นกลางอีกด้วย
2. ค่านิยมในทางลบต่อภาพสตรีที่มีในเนื้อหาของสื่อต่าง ๆ ในการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนทั้งที่เกี่ยวกับความบันเทิง โฆษณา หรือ ข่าว จะเห็นว่ามีภาพสะท้อนภาพจริงของผู้หญิงอยู่อย่างจำกัด และส่วนน้อยไปในทางลบมากกว่าในทางบวก
3. ภาพของสตรีที่ได้รับการสะท้อนอยู่ในสื่อมวลชน จะเป็นภาพแบบฉบับ (Stereotype) อยู่เพียง 2-3 ภาพ คือ เป็นภาพของสัตว์โลกที่แสนสวยแค่ไร้สมอง เป็นวัตถุทางเพศที่ไม่มีสมองนึกคิดตัดสินใจ จึงต้องพึ่งพาผู้ชายอยู่ตลอดเวลา อีกภาพหนึ่งคือภาพของแม่ศรีเรือนหรือกุลสตรีที่ถูกนำเสนอในบทบาทของ “แม่และเมีย” ที่ถูกกำหนดมาตั้งแต่อดีตหรือในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่สังคม คือ อาชีพเลขานุการ เสมียน ครู และพยาบาล เป็นต้น และภาพสุดท้ายซึ่งอาจจะเริ่มมีมากขึ้นทุกที คือ ภาพของผู้หญิงยุคใหม่เริ่มมีการนำเสนอภาพชีวิตของผู้หญิงจะเก่งกล้าเพียงใดก็ได้ แต่เมื่อกลับเข้าบ้าน จะต้องเป็นแม่และเมียที่ได้อย่างที่เคยเป็นมา

4. การสะท้อนบทบาทของสตรีในสื่อมวลชนไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง บทบาทของผู้หญิงที่สะท้อนออกมาในเนื้อหาของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มักคิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพต่าง ๆ นอกบ้าน เช่น เกษตร แรงงานในอุตสาหกรรม นักวิชาการ ตำรวจ ทหาร นับเป็นอัตราส่วนแรงงานสตรีถึงร้อยละ 67.5 แต่เรื่องราวของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ การโฆษณา และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ บทบาทของผู้หญิงที่ปรากฏกลับถูกเน้นหนักอยู่ที่ความเป็นแม่และเมียเท่านั้น อาชีพที่ปรากฏตามสื่อเหล่านั้นมีอยู่อย่างจำกัดและเป็นอาชีพที่อยู่ระดับล่างของอาชีพอื่น เช่น พยาบาลต้องขึ้นอยู่กับหมอ เลขานุการต้องขึ้นต่อหัวหน้า

สื่อมวลชนบางประเภทยังสอดคล้องกับค่านิยมว่า ผู้หญิงที่ออกทำงานนอกบ้านนั้นมักจะเป็นคนที่เห็นแก่ตัว และเป็นบุคคลที่ไร้ความสุข เมื่อเทียบกับผู้หญิงที่ทำหน้าที่เป็นแม่และเมีย ทำให้ดูเหมือนว่าชีวิตของผู้หญิงไม่จำเป็นต้องต่อสู้กับสภาพเศรษฐกิจ ไม่ต้องรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ซึ่งไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงเลย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนยังมีบทบาทน้อยมากในการที่จะช่วยพัฒนาสตรีให้เตรียมพร้อมสำหรับการดำรงชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริง

5. การสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างเพศในเนื้อหาสื่อมวลชน จากการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนทุกชนิดพบว่า มีเนื้อหาแฝงเร้นที่หล่อหลอมผู้รับสื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศอย่างที่เราควรจะเป็น เช่นระหว่างหญิงกับชายไม่ว่าจะเป็นระดับครอบครัวหรือระดับวิชาชีพ ปรากฏว่าความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจของชายมักเหนือกว่าหญิงอยู่เสมอ ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับหญิงจากเนื้อหาสื่อมวลชนมักเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่นในนวนิยายไทยมักนำเสนอรักประเภทสามเส้า เมียหลวง เมียน้อย เช่นนี้ทำให้ผู้หญิงมีความรู้สึกเป็นศัตรูซึ่งกันและกัน

อิทธิพลและผลกระทบที่มีต่อตัวผู้หญิงจากลักษณะของเนื้อหาสื่อมวลชนที่กล่าวมานี้มีหลายประการ กล่าวคือ การตอกย้ำค่านิยมเดิม ๆ ของสตรีให้หนาแน่นยิ่งขึ้น ด้วยการเน้นบทบาทการเป็นวัตถุเพศ ความสวยงามของสตรี โดยมองข้ามพลังความคิดและการสร้างสรรค์ของสตรีที่สามารถระดมมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง ครอบครัว ชุมชนและประเทศชาติ ให้เต็มที่ในบทบาทที่ทัดเทียมกับชาย ในอีกด้านหนึ่ง การเน้นแต่ในด้านเพศทำให้มีการเติบโตของสื่อลามกในรูปแบบของนิตยสาร การ์ตูน และบทภาพยนตร์ต้องห้ามวีดิทัศน์ ที่ขยายตัวไปพร้อม ๆ กับจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นของผู้หญิงและเด็กที่ถูกทำทารุณกรรมทางเพศในรูปแบบต่าง ๆ

6. ผลผลิตของสื่อมีลักษณะเป็นสินค้าทางธุรกิจที่มุ่งกำไรสูงสุด มากกว่าที่จะเป็นบริการสาธารณะ สื่อมวลชนในแต่ละสังคมสามารถจะมีฐานะเป็นทั้ง “สินค้า” และเป็นทั้ง “บริการสาธารณะ” ไปพร้อมกันได้ แต่สาเหตุของปัญหาในปัจจุบันก็คือสื่อมวลชนไทยมีฐานะเป็นเพียงสินค้าซึ่งถูกควบคุมทิศทางการเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน และสังคม ผู้ผลิตมักกล่าวอ้างอยู่เสมอว่าการผลิตในรูปแบบดังกล่าวก็เพื่อสนองความต้องการ และรสนิยมของประชาชน โดยไม่ได้คำนึงถึงการสร้างสรรค์ค่านิยมในทางบวกและลดทอนหรือขจัดค่านิยมในทางลบที่มีอยู่ในสังคม

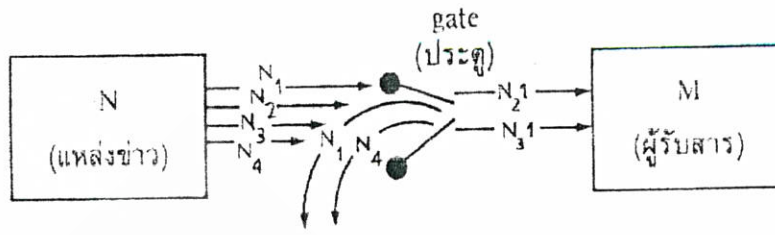
สรุปได้ว่า สตรีกับสื่อมวลชนนั้น มีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับสตรี ทั้งในด้านบทบาทในสังคม บทบาทในครอบครัว และเนื่องจากผู้หญิงได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนในหลายลักษณะด้วยกัน เช่น เข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะผู้ส่งหรือผู้ผลิต นอกจากนั้นยังปรากฏอยู่โดยทางอ้อมในเนื้อหาของสาร ดังนั้นการนำเสนอข่าวของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ก็เป็นการนำเสนอภาพของหญิงในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงผ่านสื่อมวลชนไปสู่ผู้ชมซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการก็คือผู้หญิง

ทฤษฎีกระบวนการคัดเลือกว่าสาร (Gatekeeper)

ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) หมายถึง ผู้เฝ้าหรือนายประตูข่าวสาร ในกระบวนการคัดเลือกกลั่นกรอง ประชุม และควบคุมข่าวสารประจำวันของสื่อมวลชน ที่มีการส่งทอด กระจายข่าวสารผ่านช่องทางหรือตัวกลางต่างๆ

โดย Gatekeeper ไม่ว่าจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือเป็นองค์กร มักมีกฎเกณฑ์ แนวทางอุดมคติ จิตสำนึก หรืออาจมีความอคติในการตัดสินใจต่อการทำหน้าที่ประตูข่าวสาร

ดี เอ็ม ไวท์ (White, D.M.,1950) ได้ให้แนวความคิดเรื่อง “ผู้เฝ้าประตู” ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกันฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู



(ภาพแบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ ,1950)

(พีระ จิร โสภณ, 2535)

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (N) จะมีข่าวสารมากมายหลายชั้น (N1,2,3,4) ส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชั้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายชั้นก็จะโยนทิ้งตะกร้า (N1 , N4) ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อ (N21 , N31) เพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟังหรือผู้ชม (M)

การที่ข่าวสารผ่านหลายประตูจะทำให้มีปัญหา คือ ความแม่นยำหรือความถูกต้องจะได้รับผลกระทบ (ข่าวสารบิดเบือน) ขึ้นอยู่กับประตูว่าเป็นแบบไหน คือ ความเป็นมาตรฐานทางวิชาชีพ จะต้องมีความเป็นกลาง มีความรับผิดชอบ มุ่งที่จะถ่ายทอดข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ประตูเหล่านี้ก็จะไม่บิดเบือน หรือมีความระมัดระวังในการถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ประตูต่อไป แต่ว่า “ผู้เฝ้าประตู” มีมาตรฐานไม่เหมือนกัน มีพื้นฐานทางความรู้ ความคิด ทักษะคิดต่างๆ ปังจัยทางสังคม ซึ่งมีความต่างกันจึงทำให้ข่าวสารที่เราได้รับรู้ในแต่ละวัน ก็คือ ความจริงที่เลือกสรรกลั่นกรอง ประูแต่งมาเรียบร้อยแล้ว ✕

ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ผู้ผลิตรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” สามารถอธิบายเกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่องมานำเสนอในรายการ ตามแนวคิด ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ได้ดังนี้

ฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ผู้ผลิตรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จัดเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ เป็นผู้เฝ้าประตูข่าวสารให้กับสังคม โดย “ผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ฝ่ายข่าว ในสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ผู้ผลิตรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ตั้งแต่ทีมงานฝ่ายหาข้อมูล , ผู้ดำเนินรายการ (พิมลวรรณ สุขยางค์, พัชรศรี เบญจมาศ, มีสุข แจ่มมีสุข และกุลนัดดา ปัจฉิมสวัสดิ์) , ผู้กำกับรายการ , ผู้อำนวยการผลิต จนกระทั่งช่างภาพ , ช่างเสียง , ช่างตัดต่อรายการ รวมถึง บริษัท บีอีซี เทโร จำกัด (มหาชน) ผู้เป็นเจ้าของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ก็จัดว่าเป็น “ผู้เฝ้าประตู” เช่นกัน

จากแบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ สามารถอธิบายถึงบทบาท “ผู้เฝ้าประตู” ของฝ่ายข่าวผู้ผลิตรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ได้ดังนี้ โดยเริ่มจาก มีข่าวสารเกิดขึ้นในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างมากมาย ทีมงานฝ่ายหาข้อมูลจะเลือกสรรข่าวสารหรือเรื่องที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจเพื่อส่งเข้ามาในรายการ และผู้อำนวยการผลิต ก็จะกลั่นกรองคัดเลือกข่าวสารอีกทีหนึ่ง โดยพิจารณาจากแนวทางและนโยบายการคัดเลือกข่าวสารของรายการ ที่เน้นความใหม่สดทันสมัย มีความน่าสนใจทั้งเรื่องความใกล้ชิด การขัดแย้ง การแข่งขัน และมีความสำคัญ เพื่อให้ได้เรื่องมานำเสนอออกอากาศในแต่ละวัน นอกจากนั้นเรื่องราวข่าวสารที่ได้ออกอากาศไปยังผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้รับชมแล้วก็จะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติ ฯลฯ

องค์ประกอบความเป็นข่าว

ข่าว คือ อะไรก็ตามที่มีความทันสมัย (สด,ใหม่) มีความน่าสนใจ และมีความสำคัญต่อผู้รับสาร ซึ่งคุณค่าของความเป็นข่าว คือ ต้องเป็นเรื่องที่สามารถทำให้มีความเป็นข่าวได้สูง โดยนำมาใช้อธิบายถึงคุณค่าในการคัดเลือกเหตุการณ์ต่างๆมาเป็นข่าวของ รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ได้ดังนี้

1. ใหม่สด (Timelines) คือ มีความใหม่ ทันที ทันสมัย คืบหน้า คลี่คลาย
2. น่าสนใจ (Interest) คือ มีความใกล้ชิด ขัดแย้ง แข่งขัน ลึกลับ ซับซ้อน มีความแปลก ผิดปกติ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องเพศ ได้รับความรู้สึกและความสนใจ เช่น ข่าวอาชญากรรม, ข่าวเด็กถูกรักษาเรา
3. สำคัญ (Significance) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคล , เหตุการณ์ , สถานที่สำคัญ เรื่องที่มีผลกระทบต่อคนทั่วไปหรือคนเฉพาะกลุ่ม รวมทั้งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้า เช่น ข่าวนายกทักษิณลงพื้นที่ภาคใต้เพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สงบ, ข่าวการคิดค้นยารักษาโรคใหม่ ๆ

สรุปได้ว่า กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงมานำเสนอในรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” นั้นจะต้องใช้ทั้ง แนวคิดและเรื่องของทฤษฎีผู้เฝ้าประตู Gate Keeper มาช่วยในการพิจารณาเลือกสรรข่าวและเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับผู้หญิง มานำเสนอถ่ายทอดไปยังประชาชนผู้รับสารต่อไป

ทฤษฎีสตรีศึกษา

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสตรีและสังคม รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาสตรีต่อไปในอนาคตนั้น กาญจนา แก้วเทพ (2535) เสนอว่า มีแนวทางในการศึกษาแตกต่างกันอยู่ 2 แนว คือ

1. แนวความคิดสตรีในระบบย่อยของระบบใหญ่ (System Approach) แนวความคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้มองสตรีในฐานะระบบย่อยอันหนึ่งของระบบใหญ่ มีหน้าที่ที่ถูกกำหนดให้เหมาะกับเพศ ในระบบนี้กำหนดการแบ่งงานกันทำและแบ่งความรับผิดชอบตามลักษณะชีววิทยา ฉะนั้นเมื่อสตรีเป็นเพศที่ด้อยก็ต้องเป็นผู้เลี้ยงดูบุตรด้วย ปริมาณของสตรีจึงอยู่ในแวดวงของครอบครัว ในอดีต การแบ่งงานระหว่างหญิงกับชายเป็นไปอย่างเด็ดขาด แต่ในปัจจุบันนี้สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสตรีต้องออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้นกว่าเดิม ฉะนั้นเมื่อระบบใหญ่เปลี่ยนแปลงไป ระบบย่อยก็ต้องมีการปรับตัว เมื่อสังคมปัจจุบันต้องการให้สตรีออกมาทำงานนอกบ้าน สตรีก็ต้องพัฒนาปรับปรุงตนเองในด้านต่าง ๆ ให้เหมาะสมด้วย

2. แนวคิดสตรีนิยม (Feminist Approach) จุดร่วมหลักของทฤษฎีนี้คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายซึ่งมีลักษณะของความไม่เท่าเทียมระหว่างเพศมาตั้งแต่สังคมในอดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ความไม่เท่าเทียมระหว่างเพศก็ยังคงมีอยู่ในสังคม ถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนรูปแบบไปบ้าง แต่สิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาก็คือ การเอารัดเอาเปรียบระหว่างเพศนั่นเอง

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีสตรีศึกษาเพื่อลงความเห็นหลังจากที่ได้ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการว่า ผู้จัดทำรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนั้นอยู่ได้อิทธิพลของแนวคิดแบบสตรีในระบบย่อยของระบบใหญ่ (System Approach) หรือ แนวคิดสตรีนิยม (Feminist Approach)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุมิตดา สิงห์โตอ่อน (2538 : 100-106) ได้ศึกษาเกี่ยวกับภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน” ผลการศึกษายสรุปได้ว่าหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพมีปริมาณในการนำเสนอภาพของสตรีที่มากกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ แต่หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทก็ยังมีกรนำเสนอเนื้อหาที่มากกว่าเนื้อหาอื่น ๆ โคนหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทมีการนำเสนอภาพสตรีตามแผนพัฒนาสตรีระยะยาวครบทุกด้านโดยเสนอเนื้อหาคุณลักษณะส่วนตัว เนื้อหาด้านการมีส่วนร่วมในสังคม และด้านชีวิตและครอบครัวตามลำดับและมีการนำเสนอในลักษณะที่เป็น กลาง บวก และลบตามลำดับ ผลการสัมภาษณ์บรรณาธิการพบว่า มีความเห็นเช่นเดียวกันกับที่เนื้อหาที่เสนอทางหนังสือพิมพ์ทั้งประเภทคุณภาพและปริมาณ

ปัญญา รักแตงาม (2538) วิเคราะห์เนื้อหาการผู้หญิงในปี 2537 ที่นำเสนอผ่านจอโทรทัศน์ สรุปผลการวิจัยข้อแรกพบว่า ระหว่างจินตภาพทั้ง 3 แบบ คือ จินตภาพของผู้หญิงแบบเดิม (เป็นแม่และเมีย) จินตภาพแบบใหม่ (เป็นผู้หญิงทำงาน) และจินตภาพแบบผสม ภาพที่ปรากฏมากที่สุดในรายการผู้หญิง คือ จินตภาพแบบใหม่ รองลงมาคือแบบผสม และเรียงท้ายคือแบบดั้งเดิม โดยระดับของการพัฒนาได้แบ่งเป็นการพัฒนาตัวเอง ครอบครัว และโลกภายนอก และรายการผู้หญิงพยายามที่จะสร้างจินตภาพให้ผู้หญิงในปัจจุบันกลายเป็นผู้หญิงยุคใหม่

ธัญญา ประภาสะ โนบล (2525 : 1-3, 149-151) ได้ศึกษาถึงสถานภาพของสตรีบางประเทศทั้งในทวีปเอเชีย แอฟริกาและลิตินอเมริกา โดยอาศัยข้อมูลจากเอกสารและหนังสือในห้องสมุด ผลการศึกษาสรุปได้ว่ารูปแบบของสตรีในอุดมคติดั้งเดิมของประเทศต่าง ๆ ที่ศึกษาส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยบทบาทของแม่และเมีย สถานภาพของสตรีจะต่ำกว่าบุรุษศาสนาและลัทธิอาณานิคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จำกัดบทบาทและกีดกันการพัฒนาสตรีด้วย สำหรับในด้านการศึกษาพบว่าแทบทุกประเทศมีค่านิยมในการส่งเสริมให้บุตรชายได้เล่าเรียนสูงกว่าบุตรสาว ส่งผลให้อัตราการรู้หนังสือโดยเฉลี่ยของสตรีทั่วประเทศต่ำกว่าชายและยังพบว่า โครงการต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นโครงการที่มีได้เป็นไปเพื่อกระตุ้นให้สตรีได้ตระหนักถึงสิทธิและเสรีภาพตลอดจนบทบาทใหม่ในสังคมของตน ทั้งยังมีได้กระตุ้นให้สตรีรู้จักการพึ่งตนเองในระยะยาวด้วย

ชัตติยา วรรณสุด (2523 : 1-2) ได้สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสตรีทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2523 จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ สมาชิกรัฐสภาและประชาชนทั่วไปรวมจำนวน 1,693 คน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและบทบาทระดับความสามารถด้านต่าง ๆ และความหวังของสตรีไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอีก 10 ปี

ข้างหน้ารวมทั้งความเห็นในบางประเด็นเกี่ยวกับบชีวิตส่วนตัวครอบครัว และสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ตลอดจนความเห็นเกี่ยวกับปัญหาพิเศษของสตรีบางกลุ่มด้วยผลการสำรวจพบว่าสภาพแวดล้อมภายนอกที่เคยเป็นอุปสรรคในการพัฒนาสตรีทั้งในอดีตและปัจจุบันมีแนวโน้มที่ดีขึ้นในอนาคตโดยพิจารณาได้จากการเปลี่ยนแปลงในด้านความเชื่อดั้งเดิมที่เคยเป็นอคติต่อสตรี การขยายขอบเขตของการถ่ายทอดความเชื่อเกี่ยวกับการพึ่งตนเอง การคบเพื่อน การเลือกคู่ครอง ซึ่งเป็นการช่วยสร้างความพร้อมให้แก่สตรีที่จะเผชิญชีวิตได้อย่างทัดเทียมชาย นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากสตรีด้วยกันเองจากกลุ่มที่มีความพร้อมสูงกว่ามากขึ้น

วจิภรณ์ อามิตร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์นักการเมืองสตรีที่ถูกนำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมืองหญิงที่ถูกนำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์มีทิศทางเป็นบวกโดยที่ข่าวที่ถูกนำเสนอ และมีภาพลักษณ์เป็นบวกจะเป็นข่าวเกี่ยวกับการทำงานด้านเด็กและสตรีเป็นส่วนใหญ่ นักการเมืองหญิงที่มีบทบาทเด่นชัดในด้านนี้ ได้แก่ นางปวีณา หงสกุล นางลดาวัลย์ วงศ์ศรีวงศ์ และนางสาวกัญญา ศิลปอาชา ขณะที่นักการเมืองหญิงที่มีบทบาทในด้านการเคลื่อนไหวทางการเมือง คือ นางสุดารัตน์ เกยุราพันธ์ และคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ จะมีภาพลักษณ์เป็นกลางและลบในอัตราส่วนที่ไม่ต่างกันมากนัก สรุปได้ว่านักการเมืองหญิงจะมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับบทบาทในการทำงาน ว่ามีบทบาทเด่นชัดในด้านใด และสื่อจะต้องนำเสนอผลงานของนักการเมืองหญิงในแง่ของการสร้างสรรค์ หรือนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าในแง่ของข่าว

ชูเกียรติ วงศ์เทพเทียน (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการบนเที่ยวบิน ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้สองทางคือ เกิดขึ้นจากธรรมชาติและเกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินนั้นจึงสมควรที่จะต้องเป็นภาพลักษณ์จากการปรุงแต่ง

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าในการวิจัยเรื่องนี้ คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

กลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การเลือกแบบเจาะจง(Purposive Sampling) คือ

1. บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ ได้แก่ คุณอรรรตกานท์ พิมพวงศ์
2. ผู้ผลิตรายการ ได้แก่ คุณชวรินทร์ ประเสริฐวรรณกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ เป็นการตั้งประเด็นคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth - Interview) ได้แก่ แบบสัมภาษณ์
2. เทป ใช้ในการบันทึกรายการเป็นระยะเวลา 1 เดือน จำนวน 20 เทป เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ

การรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลที่ได้เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ผู้วิจัยได้รวบรวมจาก หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ เนื้อหารายการจากเทปบันทึกรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เป็นระยะเวลา 1 เดือน คือ เดือนมีนาคม พ.ศ.2549 แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลของรายการและวิเคราะห์ผลตอบรับ (Feed back) ของกลุ่มเป้าหมายของรายการและประเด็นการสัมภาษณ์
3. ข้อมูลที่เป็นแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นกลุ่มทีมงานและฝ่ายข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์จากการชมเทปบันทึกรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แล้วมาวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการและตั้งประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ บรรณาธิการ และผู้ผลิตรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เพื่อวิเคราะห์ถึงการนำเสนอและกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในเชิงคุณภาพ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ก่อนนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประวัติความเป็นมา, โครงสร้างรายการ, ขั้นตอนการคัดเลือกข่าว, วัตถุประสงค์ของรายการ, รูปแบบการนำเสนอรายการ และจุดเด่นของรายการ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในเบื้องต้น ดังนี้

ประวัติความเป็นมาของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเริ่มออกอากาศเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ.2547 โดยนำเสนอทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 9.00น. - 10.20น. ดำเนินรายการโดย พิมลวรรณ สุภยางค์ พัทธศรี เบญจมาศ มีสุข แจ่มมีสุข และกฤษณ์ดา ปัจฉิมสวัสดิ์ ลักษณะการนำเสนอเป็นรายการสด โดยมีรูปแบบเป็นการเล่าข่าวเชิงวาไรตี้ และนำเสนอเนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง โดยจุดเริ่มต้นของรายการเกิดจากความคิดริเริ่มของคุณอรรดกานท์ พิมพวงศ์ ผู้ผลิตรายการ

“...อาจจะเพราะว่าทำงานกับผู้หญิงมาเยอะ คือโดยส่วนใหญ่จะทำงานกับผู้หญิงซะส่วนใหญ่ และรายการที่ผ่านมาก็ทำรายการผู้หญิง ผู้หญิง เมื่อปี43 ตอนนั้นมีกัลละแมร์ กับ หญิง ศิริบุรณ เป็นพิธีกร แต่พอหญิงไปเรียนต่อ ก็เลยต้องทำการปรับปรุงรายการ ก็เลยได้ โจทย์มาว่า ถ้าเกิดเป็นรายการสำหรับผู้หญิงต้องนึกถึงรายการนี้ แต่ว่ารายการสำหรับผู้หญิงที่ผ่านมาเป็นรายการของ สุขภาพ ความงาม เชิงวาไรตี้ ขายของ แต่รายการผู้หญิงที่เราต้องการจะต้องให้ได้สาระ ได้ประโยชน์ ก็เลยคิดรูปแบบ ประกอบกับว่าช่วงที่ผ่านมามันเป็นกระแสของการที่เล่าข่าว ก็จับเอาทั้งสองอย่างนี้มารวมเข้าด้วยกันเลยปรับออกมาเป็นรูปแบบรายการ ผู้หญิงถึงผู้หญิง...” (อรรดกานท์ พิมพวงศ์, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549)

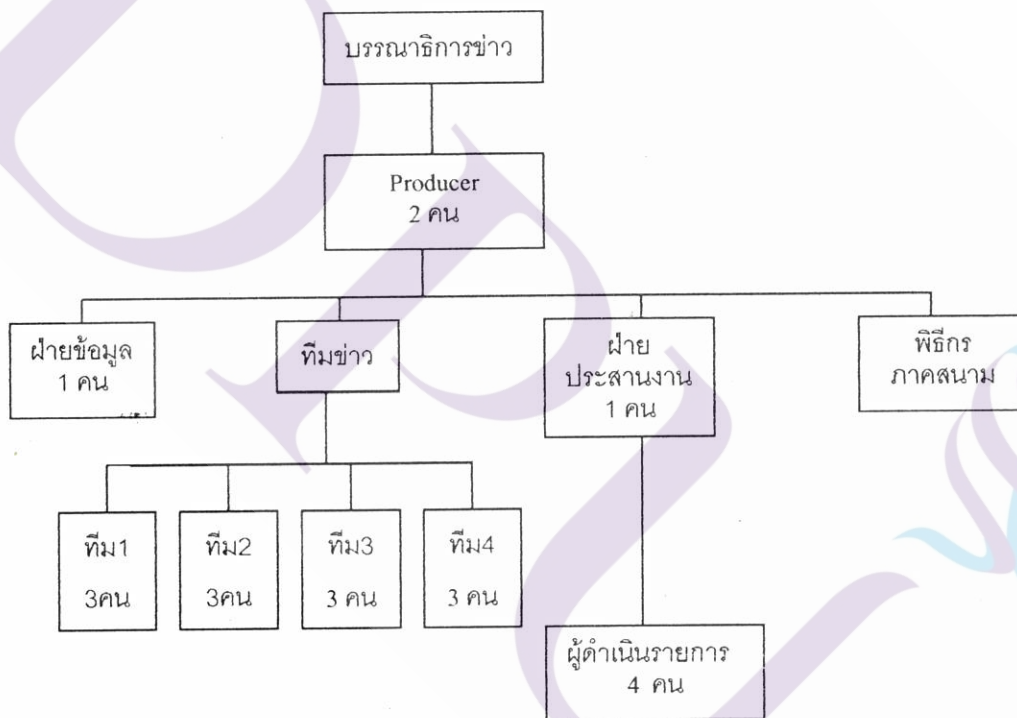
เมื่อรายการผู้หญิงออกอากาศไปได้ไม่กี่เดือน ก็ได้รับผลตอบรับจากกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงมากมาย เนื่องจากรายการนำเสนอเนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ตามชื่อรายการโดยเน้นการนำเสนอกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของรายการ เนื้อหาของข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงจะนำเสนอในมุมที่ต่างจากรายการสำหรับผู้หญิงที่เคยมีมาแต่เดิม ซึ่งมักเป็นรายการสำหรับแม่บ้าน เช่น รายการทำอาหาร ความสวยความงาม สุขภาพ และขายของ ซึ่งรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาและข่าวในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง จะนำเสนอข่าวและเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับ

ผู้หญิงตามประเภทต่างๆ ได้แก่ ข้าราชการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วิชาการ เทคโนโลยี ชาวต่างประเทศ ตลอดจนเรื่องราวเกี่ยวกับครอบครัว แวดวงบันเทิง แฟชั่น เรื่องตลก และเรื่องแปลก เพื่อให้กลุ่มผู้ชมได้รับสาระความรู้ การระวิงภัยสำหรับผู้หญิง, ความทันสมัย และความบันเทิง

กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมีโครงสร้างของรายการดังนี้

โครงสร้างรายการ

โครงสร้างของทีมงานในรายการสามารถแบ่งตามสัดส่วนของทีมงานได้ดังนี้ ทีมงานรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงทั้งหมด 20 คน โดยแบ่งตามตำแหน่งและหน้าที่ดังนี้



แผนภาพที่ 1 : โครงสร้างทีมงานรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง
(ที่มา : อรรถกานท์ พิมพวงศ์, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2549)

- บรรณาธิการข่าว : ดูแลภาพรวมทั้งหมดของรายการ
- ฝ่ายProducers : ออกแบบรูปแบบรายการ สั่งงานและแบ่งงานให้กับทีมข่าว
คัดเลือกข้อมูลข่าว ช่วยจัดคิวข่าว ฯลฯ
- ฝ่ายข้อมูล : หาข้อมูลจากแหล่งข่าวต่าง ๆ เช่น จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร,

อินเทอร์เน็ต และทุกอย่างที่สามารถหาข้อมูลมาได้ตามรูปแบบของ
รายการ และจัดคิวข่าว

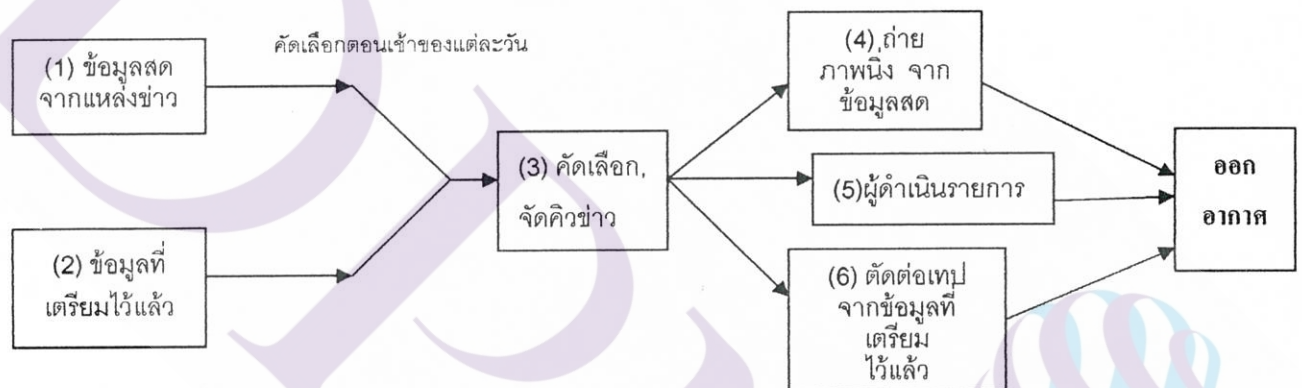
ทีมข่าว : ออกไปทำข่าวนอกสถานที่ ทำสตู๊ป เก็บภาพต่างๆ

ฝ่ายประสานงาน: ดูแลเรื่องคิวผู้ดำเนินรายการ และประสานงานระหว่างทีมงาน

พิธีกรภาคสนาม : ทำหน้าที่พิธีกรนอกสถานที่ จะออกไปทำงานพร้อมกับทีมข่าว

นอกจากนี้รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมีขั้นตอนการคัดเลือกเนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับ
ผู้หญิงก่อนการนำเสนอผ่านรายการดังนี้

กระบวนการคัดเลือกข่าวก่อนการนำเสนอ



แผนภาพที่ 2 : กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและข่าวก่อนการนำเสนอผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง
(ที่มา : อรรถกานท์ พิมพวงศ์, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549)

กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาและข่าวก่อนการนำเสนอ โดยส่วนใหญ่ บรรณาธิการข่าวจะ
เป็นผู้ตัดสินใจเอง เริ่มจาก

(1) ข้อมูลสด คือข้อมูลที่ได้จากหนังสือพิมพ์ คัดเลือกโดยฝ่ายข้อมูลในตอนเช้าของแต่ละ
วัน แล้วส่งต่อให้กับบรรณาธิการ และ ผู้ผลิตรายการ ช่วยกันคัดเลือกอีกครั้งและจัดคิวข่าว (3)

(2) ข้อมูลที่เตรียมไว้แล้ว คือข้อมูลที่ทีมข่าวออกไปทำข่าวนอกสถานที่ เพื่อนำมา
เป็นสตู๊ปเทป ข่าวท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลที่คัดเลือกจาก

นิตยสาร, อินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะกำหนดวันออกอากาศได้ จากนั้นก็ส่งข้อมูลให้กับ (3) เพื่อจัดคิวข่าวอีกครั้ง

(3) ขั้นตอนคัดเลือกและจัดคิวข่าว บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการจะเป็นผู้คัดเลือกข่าว จากข้อมูล (1) และ (2) อีกครั้ง แล้วทำการจัดคิวข่าวเพื่อเตรียมนำเสนอ

(4) ถ่ายภาพนิ่ง คือ ช่างภาพจะทำการถ่ายภาพนิ่งจากข้อมูลสด (1) เช่น ภาพข่าวจาก หนังสือพิมพ์ เพื่อใช้อ้างอิงคอนำเสนอ เพื่อเตรียมออกอากาศ

(5) ผู้ดำเนินรายการ นำข้อมูลข่าวที่ได้รับการคัดเลือกมาเตรียมการนำเสนอ(ออกอากาศ)

(6) ตัดต่อเทปจากข้อมูลที่เตรียม ฝ่ายผลิตจะทำการตัดต่อเทปจากข้อมูลที่เตรียมไว้แล้ว (2) ตามคิวข่าวที่บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการจัดไว้เพื่อเตรียมนำเสนอออกอากาศ

โดยแหล่งข้อมูลที่สามารถแบ่งได้ดังนี้

- หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ อินเทอร์เน็ต
- สถานีที่ทีมข่าวออกไปทำข่าวจากข้างนอกตามท้องถิ่น สถานที่ที่มีคนแนะนำมาและหาเอง ตามเทศกาลต่างๆ
- จากแหล่งข่าวที่ประสานงานกับกระทรวงต่างๆ หรือข่าวประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- จากผู้ชมทางบ้านที่ส่งจดหมายเข้ามา

วัตถุประสงค์ของรายการ

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ใค้ออกอากาศในช่วงเช้าซึ่งเป็นเวลาของกลุ่มเป้าหมายหลักของ รายการคือ กลุ่มแม่บ้าน ดังนั้นวัตถุประสงค์ของรายการ คือ ต้องการให้ผู้หญิงมีความทันสมัย ขึ้น ได้รับความรู้และสาระจากข่าวสารที่นำเสนอไป เป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่เป็นยุคของข้อมูล ข่าวสาร สามารถรับรู้ข่าวสารได้ง่ายขึ้น และไม่รู้ลึกลับว่าข่าวเป็นเรื่องที่ไกลตัว ตลอดจนความ บันเทิง และรูปแบบรายการที่แตกต่างจากรายการผู้หญิงรายการอื่น

“...ทางรายการอยากให้คุณที่ดูแล้วกลายเป็นผู้หญิงยุคใหม่ รู้ทันข่าว รู้จักระวังภัย ซึ่งทาง เราก็มองเห็นว่ามาดูรายการแล้ว อย่างน้อยมีทัศนคติ มีมุมมองรู้จักบทบาทของตัวเองมากขึ้น เพราะ ช่วงเวลาที่ออกอากาศเป็นช่วงเวลาของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งวัตถุประสงค์ของรายการจริงๆ ก็คือ อยากจะสนับสนุน ส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงให้รู้และตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ตระหนักถึง ความสามารถของตัวเอง คือ ผู้หญิงสมัยนี้ไม่ใช่ช่างเท้าหลัง แต่มันคือการเดินคู่ไปกับผู้ชาย เช่น ถ้าเกิดมีความรุนแรงในครอบครัว ในสมัยก่อนผู้หญิงอาจจะไม่กล้าที่จะไปฟ้องหรือทำอะไรกับ ผู้ชาย ซึ่งต้องยอมรับกรรมหรือสิ่งที่เกิด แต่เราก็จะชี้ให้เห็นว่าคุณมีสิทธิตรงนี้นะ คุณสามารถ

ปกป้องตัวเองได้ คุณสามารถฟ้องร้องได้ หรือถ้าไม่ไหวคุณก็เลิกไป ทำไมต้องจมอยู่ตรงนี้ ซึ่งมันก็จะมึนงงอยู่ในรายการทั้งหมด...” (อรรถกานท์ พิมพังค์, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549)

รูปแบบการนำเสนอรายการ

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมีรูปแบบการนำเสนอเป็นการเล่าข่าวเชิงวาไรตี้ จากการวิเคราะห์ เทปบันทึกรายการ รูปแบบการนำเสนอรายการจะแบ่งเป็น 5 ช่วง โดยมีรูปแบบตายตัว คือ

ช่วงที่ 1, 2 จะนำเสนอเนื้อหาข่าวผู้หญิงกับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย

ช่วงที่ 3 จะนำเสนอเนื้อหาข่าวผู้หญิงกับวิชาการ เทคโนโลยี ต่างประเทศ

ช่วงที่ 4 นำเสนอเนื้อหาข่าวผู้หญิงกับครอบครัว แฟชั่น บันเทิงฮอลลีวู้ด

ช่วงที่ 5 นำเสนอเนื้อหาข่าว เรื่องตลก เรื่องแปลก และวงการบันเทิง

แต่ต่อมามีการปรับเปลี่ยนและการจัดช่วงรายการที่ไม่แน่นอนนั้น คือ ช่วงที่ 1, 2, 3 จะนำเสนอเนื้อหาข่าวผู้หญิงกับสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย วิชาการ เทคโนโลยี ต่างประเทศ ผสมกันไปไม่มีรูปแบบช่วงตายตัวเหมือนแต่ก่อน แต่ช่วงที่ 4 และช่วงที่ 5 จะบังคับเป็นการนำเสนอช่วงเนื้อหาข่าวผู้หญิงกับ ครอบครัว แฟชั่น บันเทิงฮอลลีวู้ด และ เรื่องตลก เรื่องแปลก และวงการบันเทิงเหมือนเดิม

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ เกี่ยวกับรูปแบบของรายการ โดยรูปแบบรายการผู้ผลิตคิดเองบ้าง ประยุกต์จากรายการต่างประเทศ มาผสมกับรูปแบบการเล่าข่าวที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในตอนนี้ ซึ่งรูปแบบช่วงของรายการแต่เดิมมีรูปแบบที่ตายตัว แต่เนื่องจากผู้ผลิตรายการต้องการความหลากหลายไม่จำเจและทันสมัยอยู่เสมอ รูปแบบรายการจึงมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ตลอด โดยคุณอรรถกานท์ พิมพังค์ กล่าวว่า

“...รูปแบบของรายการคิดเองบ้าง, ดูรายการทีวีต่างประเทศแล้วนำส่วนดีๆเอามาผสมกัน ซึ่งออกมาเป็นรูปแบบรายการอย่างนี้ แต่มันอาจจะมาจากกระแสการเล่าข่าวด้วย เราก็เลยหาว่าเราจะนำเสนออย่างไรให้มีจุดเด่นและแตกต่างจากรายการอื่น...” (อรรถกานท์ พิมพังค์, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549)

นอกจากนี้ช่วงในการนำเสนอก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามความสดของข่าว, ตามสถานการณ์, ความน่าสนใจของข่าว คุณชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“...ถ้าเป็นเมื่อก่อนเราจะแบ่งเป็นช่วงชัดเจน ช่วงแรกและ2 เป็นข่าวที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นใน นสพ. เช่น ข่าวอาชญากรรม สังคม ข่าวหน้าใน ช่วง 3 เป็นข่าวเชิงเทคโนโลยี ข่าวภูมิภาค เทศ การณ์ต่างๆ ข่าวแปลกๆ ข่าวทันสมัย และช่วงสุดท้าย เป็นเรื่องเกี่ยวกับบันเทิง แต่พอเราจัดไปจัด มานั้นจะซ้ำซากจำเจอยู่อย่างนั้นมันไม่ได้ เราต้องปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ตอนนั้นเลยไม่มีอะไรตายตัว ว่าช่วงไหนควรจะต้องเป็นข่าวอะไร มันเหมือนกับเราจัดข่าวของเราเองเหมือนเราจัดข่าวหน้า หนังสือพิมพ์ พูดย่างๆว่าเราคิดว่าอะไรเป็นที่น่าสนใจ และคนอยากรู้มากที่สุดก็นำมาเสนอ ช่วงแรกเลย ไม่จำเป็นต้องมารอคูบันเทิงท้ายรายการ ยกตัวอย่างช่วงนี้ ข่าวฟิล์มกำลังดังเอามาอยู่ ช่วงแรกเลย หรือใกล้ฟุตบอลโลก ช่วงแรกอาจเป็นข่าวเกี่ยวกับฟุตบอลโลก, แฟชั่นฟุตบอลโลก การปรับเปลี่ยนของเราจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความสนใจในช่วงนั้นๆ เพื่อให้ทันดูเขาดูเรา ฉะนั้นต้องมีความหลากหลายมากกว่า ไม่ยึดคิดว่าช่วงแรกต้องเป็นข่าวสังคมอาชญากรรม ช่วง ต่อไปต้องเป็นเทคโนโลยี ไม่ใช่แล้ว ต้องมีการปรับเปลี่ยนขึ้นอยู่กับสถานการณ์นั้น และ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ มากกว่า...” (ชวนันท์ ประเสริฐวรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

จุดเด่นของรายการ

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นรายการผู้หญิงที่ได้รับความนิยมและมีส่วนร่วมมากที่สุดใน ช่วงเวลาเช้า 9.00 น. – 10.20 น. ของวันจันทร์-ศุกร์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งจุดเด่นที่ ทำให้รายการได้รับความนิยมสามารถจำแนกได้ 4 ประเภทดังนี้

1. รายการสด เนื่องจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นรายการสด จุดเด่นของรายการจึงอยู่ที่ ความสดของข่าว และข่าวที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ โดยคุณชวนันท์ ประเสริฐวรณกิจ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“...ข่าวคือความสด คือความทันสมัย เกิดอะไรขึ้นตอนเช้าก็เอามาเล่าได้เลยทันทีที่มีความ สด เขาก็จะมีความรู้สีกร่วม...” (ชวนันท์ ประเสริฐวรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

เนื่องจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นรายการออกอากาศสด จึงมีการใช้การนำเสนอแบบ Two way Communication โดยต้องการให้ผู้ชมทางบ้านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจไป หรือติชมรายการ หรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ รายการหรือผู้ชมท่านอื่น เป็นต้น เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมของผู้ชมรายการ

“...เราสามารถแลกเปลี่ยนความรู้กับคนดูเป็น Two way Communication และเราเป็น รายการแรกเลยที่ใช้ SMS จากคนดู...” (ชวนันท์ ประเสริฐวรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

2. ผู้ดำเนินรายการ เนื่องจากรูปแบบรายการมีการวางรูปแบบไว้ชัดเจนว่าเป็นการนำเสนอข่าวสาร 4 รูปแบบ 4 ผู้ดำเนินรายการ และ 4 บุคลิก เพื่อสร้างความบันเทิงและสีสันจากตัวผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับข่าวที่นำเสนอ โดยคุณอรรถกานท์ พิมพังศ์ กล่าว

“...ในตอนแรกการทำรายการนอกจากเนื้อหาสาระ ของรายการแล้ว มันต้องมีบุคลิกของราย คือ รายการต้องมีจุดเด่น ซึ่งมันก็ขึ้นอยู่กับ “บุคลิกของพิธีกร” แต่เพราะเราเป็นรายการข่าว ดังนั้นเราต้องดูบุคลิกของพิธีกรว่า เขามีบุคลิกแบบไหน ที่เราจะดึงออกมาให้เป็นจุดเด่นให้เป็นธรรมชาติของเค้า พอได้พิธีกรมา 4 คน ก็จะได้ 4 บุคลิก 4 แบบ เวลาเราจัดข่าว เราก็เลือกเนื้อหาที่มันตรงกับบุคลิกเค้า แล้วก็เพิ่มความน่าเชื่อถือลงไป...” (อรรถกานท์ พิมพังศ์ สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549)

“...โอเคเดียวความคิดมาจากคุณประวิทย์ มาลินนท์ ท่านต้องการให้ผู้หญิงมีความทันสมัยขึ้น รับรู้ข่าวสารได้ง่ายขึ้น และถามว่าทำไมต้องเป็น 4 คน เพราะต้องเป็นการนำเสนอข่าวสาร 4 รูปแบบ เราต้องการตัวแทนในการนำเสนอข่าว 4 รูปแบบ 4 บุคลิก เพราะคนดูก็จะมีความหลากหลาย เราพยายามสร้างพิธีกรให้มีบุคลิกแบบนั้นด้วย ฉะนั้นทั้งบุคลิกพิธีกรและรูปแบบข่าวจะประกอบกันมากกว่า เนื่องจากรายการเราเป็นการนำเสนอข่าวเพื่อผู้หญิง ผู้หญิงจึงมีความหลากหลาย ผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว และเป็นแม่บ้านเค้าก็อยากรู้ข่าวอีกแบบหนึ่ง ข่าวสามี ภรรยา ลูก, ปัญหาครอบครัวนั้นก็เป็ข่าวกลุ่มหนึ่งเป็นพิธีกรที่ถ่ายทอดเรื่องนี้ไป ในขณะที่ข่าวแปลกๆ ก็จะมีคนที่อยากรู้ เราก็ต้องนำเสนอเรื่องนี้ด้วยก็จะเป็นอีกกลุ่ม หรือบางคนยังอยากได้ข่าวที่เป็นสาระ ความเข้มข้น ความน่าเชื่อถือเหมือนเดิม มันก็จะต้องมีตัวแทนที่จะต้องเล่าข่าวหรืออะไรที่มันเป็นข่าวบันเทิง แฟชั่น ความทันสมัย ข่าวที่เป็นวิวัฒนาการใหม่ๆ ก็ต้องมีคนที่อยากรู้เรื่องนี้ เราก็จะมีพิธีกรที่จะเล่าข่าวแนวนี้ด้วยก็เลยนำไปสู่ 4 คน 4 รูปแบบ เพื่อให้เป็นความชัดเจนในการนำเสนอด้วย...” (ชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

นอกจากนี้ ความแตกต่างใน 4 ผู้ดำเนินรายการ เช่น บุคลิก เนื้อหาข่าว การแต่งกาย สิ่งเหล่านี้ถือเป็นการสร้างสีสันความบันเทิงและเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดผู้ชมให้สนใจและติดตามรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงอย่างต่อเนื่อง

3. การเล่าข่าวเชิงวาไรตี้ การนำเสนอรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง จุดเด่นอีกจุดหนึ่งของรายการคือ การนำเสนอข่าวรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “รายการข่าวเชิงวาไรตี้” ซึ่งรายการข่าวเชิงวาไรตี้นี้กำลังได้รับความนิยมมากในรายการข่าวของประเทศไทย โดยคุณชนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“...รายการผู้หญิงเป็นรายการข่าวเชิงวาไรตี้ เป็นรูปแบบใหม่ ซึ่งที่ผ่านมาไม่จัดว่าอยู่ในหมวดหมู่ใดจะว่าไปแล้วก็ไม่ใช่ข่าว 100% ถ้าเป็นข่าวอ่านไปมันก็จบ เป็นวาไรตี้ก็ไม่ใช่วารไรตี้ เพราะวาไรตี้จะมีความหลากหลายความบันเทิงมากกว่า แต่เป็นการเล่าข่าวแนวใหม่ที่มีความเป็นกันเองระหว่างพิธีกรและผู้ชม พิธีกรจะไม่ใช้ผู้ประกาศเหมือนสมัยก่อน แต่พิธีกรจะเป็นคนถ่ายทอดเรื่องราว เหมือนเล่าสู่กันฟังมากกว่า จะทำให้คนดูตอบรับข่าวที่จะนำเสนอง่ายขึ้น...” (ชนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

กล่าวโดยสรุป รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เกิดขึ้นจากอิทธิพลในการทำหน้าที่สื่อมวลชน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกได้แก่ สภาพแวดล้อมทางสังคม, เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมากมายที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ทำให้ประชาชนต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันแต่บางครั้งการติดต่อสื่อสารกันเองก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน ตรงจุดนี้ทำให้รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเข้ามาทำหน้าที่ประสานความเข้าใจ บอกเล่าเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงให้มีความเข้าใจร่วมกัน ส่วนปัจจัยแวดล้อมภายในนั้นรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงได้รับอิทธิพลโดยตรงจากองค์กรคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ที่ผู้ผลิตรายการต้องการนำเสนอสาระความรู้และความบันเทิงที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ด้วยรูปแบบที่น่าสนใจ และมีจุดเด่นที่แตกต่างจากรายการผู้หญิงที่มีมาแต่เดิม

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” มีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงอย่างไร และการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นอย่างไร โดยผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นตามลำดับต่อไปนี้

ผู้วิจัยเลือกศึกษารายการผู้หญิงถึงผู้หญิงที่ออกอากาศในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 จากสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายละเอียดและเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการและฝ่ายข้อมูลของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงและจากการวิเคราะห์เทปบันทึกการรายการ

การศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

1.3 บุคลิกผู้ดำเนินรายการ บุคลิกของผู้ดำเนินรายการก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับผู้หญิง เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาข่าวที่น่าเสนอ คุณชนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“...บุคลิกของพิธีกร เนื่องจากว่าเรามี 4 คน แมรี่เป็นข่าวแปลกๆ คลก ปู่ข่าวแนวครอบครัว ปัญหาชีวิต เซิงที่ปรึกษา เพราะปู่เป็นคนเดียวที่มีครอบครัวแล้ว ฉะนั้นความน่าเชื่อถือในการเล่าข่าวเซิงนี้จะมากกว่าคนอื่นๆ ไก่เนื่องจากบุคลิกจะออกวิชาการ คังนั้นเนื้อหาของข่าวจะเป็นอะไรที่เป็นวิชาการสาระความรู้ ที่ต้องการความจริงจัง น่าเชื่อถือหรือวิทยากรหรือข่าวแนวการเมืองก็ต้องเป็นไก่อ ส่วนนี้เนา บุคลิกจะเป็นเหมือนเวอ์คิงวูเม้น จึงเป็นข่าวอะไรที่เป็นเทคโนโลยี วิทยากรอะไรใหม่ๆ แล้วก็แนวข่าวต่างประเทศ แฟชั่น การเลือกข่าวก็มาจากตรงนี้ทั้งหมด...” (ชนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ, สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549)

2. เนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการ

เนื่องจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิง ดังนั้นเนื้อหาของข่าวที่น่าเสนอจึงเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงเป็นหลัก โดยสามารถแบ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงได้ดังนี้

2.1 ผู้หญิงกับสังคม, ครอบครัว เป็นการนำเสนอเนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงในสังคมปัจจุบัน, ภัยต่างๆและเรื่องราวต่างๆที่กำลังเกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกภายในครอบครัว ความรุนแรงในครอบครัว

- ภัยหญิง นำเสนอเรื่องราวของ หญิงสาวอายุ 16 ปี เข้าแจ้งความกับตำรวจที่จังหวัดพิษณุโลก ว่าตนถูกข่มขืนขณะนอนหลับอยู่ในบ้านของตัวเอง โดยผู้ต้องหาเป็นชายอายุ 22 ปี ได้ปิ่นเข้ามาแล้วใช้ไม้ทุบตีเธอแล้วข่มขืน เมื่อตำรวจเข้าจับกุมผู้ต้องหาไว้สารภาพว่า เดินผ่านมาเห็นหญิงสาวนอนอยู่คนเดียวจึงเกิดอารมณ์ขึ้นมา (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- สืบแปดมงกุฎ นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวผู้หญิงที่เจอสืบแปดมงกุฎหลอกขโมยกระเป๋าถือของเธอที่ฝากไว้กับสามีซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ในขณะที่เธอไปเข้าห้องน้ำเพียงไม่กี่นาที สถานที่เกิดเหตุบริเวณฟาสฟู้ดในห้างสรรพสินค้า ย่านห้วยขวาง (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- จับโจรพกเครื่องช็อคไฟฟ้า นำเสนอเรื่องราว หญิงวัย 41 ปี เข้าแจ้งความที่สน.บางเขน ว่าถูกโจรปล้นบ้าน ขโมยทรัพย์สินไปมากมาย เช่น สร้อยคอทองคำ, แหวนเพชร และโทรศัพท์มือถือ ต่อมาตำรวจตามจับได้ พบของกลาง และเครื่องช็อคไฟฟ้า ผู้ต้องหาสารภาพ

ว่าใช้เครื่องช็อคทำร้ายเหยื่อ โดยจะหาเหยื่อที่เป็นผู้หญิงและอาศัยอยู่คนเดียว โดยทำมาแล้ว 3 ครั้ง (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 20 มี.ค. 2549)

- *อย่าไว้ใจใครง่าย ๆ แม้แต่เพื่อนสนิท* นำเสนอเรื่องราวจาก คุณ สุเพ็ญศรี โลกสูง หัวหน้าศูนย์พิทักษ์มูลนิธิเพื่อหญิงพลังหญิง กล่าวว่ามีผู้หญิงต่างจังหวัด อายุ 20 ปี ถูกเพื่อนสนิทหลอกให้ไปค้าประเวณีที่ประเทศมาเลเซีย จำนวนมาก โดยคุณสุเพ็ญศรี กล่าวเตือนว่าอย่าไว้ใจใครแม้แต่เพื่อนตัวเอง ให้ใช้สติให้อยู่กับตัวเพื่อจะได้ไม่แพ้ภัยตัวเอง (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 20 มี.ค. 2549)

- *ยานำเข้าตัวใหม่ใช้หมอมสาว* นำเสนอเรื่องราวจากศาสตราจารย์ดร.ภักดี ไพรศิริ เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา มีการลักลอบนำเข้ายามิดาโซแลน มีฤทธิ์ทางประสาทออกฤทธิ์คล้ายยานอนหลับ ซึ่งยาตัวนี้กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มมิจฉาชีพเพื่อใช้หมอมหญิงสาวไปกระทำความผิดร้าย โดยเมื่อคิดยาชนิดนี้จะทำให้มีอาการลงแดงเหมือนติดยาเสพติดประเภทยาบ้า (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- *เกมส์ออนไลน์ส่งเสริมเยาวชนให้มีน้ำใจ* นำเสนอเรื่องราวกล่าวถึงประเทศจีนมีผู้คิดเกมส์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมเยาวชนให้มีน้ำใจ โดยในเกมส์ผู้เล่นจะต้องทำกิจกรรมใดในเกมส์ที่เกิดประโยชน์กับผู้อื่นจึงจะชนะ เช่น ช่วยคนแก่ข้ามถนน, รักษากฎจราจร, เตือนผู้อื่นและตนเองไม่ถ่มน้ำลายในที่สาธารณะ เป็นต้น (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

2.2 ผู้หญิงกับเศรษฐกิจ, การเมือง, วิชาการ, เทคโนโลยี เป็นการนำเสนอเนื้อหาและข่าวของผู้หญิงในแง่มุมของเศรษฐกิจหรือนักธุรกิจ เรื่องเกี่ยวกับกฎหมายที่ออกมาเพื่อผู้หญิง ตลอดจนงานวิชาการ เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อสร้างความรอบรู้และความทันสมัยให้แก่ผู้หญิง

- *รถสำหรับผู้หญิง* นำเสนอเรื่องราวจากประเทศจีน วิศวกรหญิงออกแบบรถสำหรับผู้หญิง ชื่อ ไซ้ซ่วน ราคา 80,000 หยวนหรือ 400,000 บาท ภายในรถออกแบบทันสมัยเพื่อผู้หญิงโดยเฉพาะ เช่น เบาะรถสำหรับผู้หญิงที่ใส่รองเท้าส้นสูง, เพิ่มที่เก็บของ และอุปกรณ์ไฮเทคที่ออกแบบมาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้หญิงโดยเฉพาะ (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- *รีไซเคิลมูลวัวเป็นกลิ่นวานิลลา* นำเสนอเรื่องราวของนักวิทยาศาสตร์ ประเทศญี่ปุ่นสามารถ วิจัยพบว่าในมูลวัวมีสารชนิดหนึ่งที่มีกลิ่นคล้ายกับวานิลลา โดยได้ทำการสกัดเพื่อนำมาทำเป็น น้ำมันหอมระเหย, ผสมในแชมพู, เครื่องสำอางค์ เป็นต้น (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- *มือปืนแท็กซี่* นำเสนอเรื่องราวจากผู้หญิงที่เขียนมาเตือนภัยให้ผู้หญิงท่านอื่นๆระวังภัยที่เกิดจากเหตุบ้านการณเมือง โดยผู้เขียนได้เรียกรถแท็กซี่จากสนามหลวงไปอ่อนนุช ช่วงเวลาตี 1 ระหว่างทางคนขับรถแท็กซี่ขับรถฉกฉวยและใช้น้ำเสียงในลักษณะ

ข่มขู่อยู่ตลอดเวลา ผู้เขียนจึงสันนิษฐานว่าสาเหตุน่าจะมาจากเรื่องการแข่งขันตาม สถานการณ์ด้านการเมือง (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- *กลุ่มอิกวอลิตีนา* นำเสนอเรื่องราวของกลุ่มองค์กรด้านสิทธิสตรีในนิวยอร์ก มีการรณรงค์ให้เลขาธิการสหประชาชาติหญิง ได้ขึ้นเป็นประธานสหประชาชาติ (U.N) โดย เปิดเผยแพร่รายชื่อผู้ที่เหมาะสม เช่น นางองซาน ซูจี นักกิจกรรมชื่อดังของพม่า ประธานาธิบดี เอ ลเลน จอห์นสัน เซอร์ลีฟ และประธานาธิบดีไวร่า ไวท์ ไฟว์เบอร์รา ประธานาธิบดีหญิง แห่งรัสเซีย ซึ่งเธอได้รับการตอบรับที่ดีมาก และเธอเป็นผู้ลงสมัครเอง คิววัย 69 ปี (วิเคราะห์ เทป วันที่ 15 มี.ค. 2549)

- *ธนาคารเพื่อผู้หญิง* นำเสนอเรื่องราวหญิงชาวเยอรมัน แอสทริก ฮาร์ตไรเตอร์ อายุ 41 ปี เธอกำลังก่อตั้งธนาคารเพื่อผู้หญิง ซึ่งเธอมีความคิดเห็นว่าในปัจจุบันไม่ว่าผู้หญิงจะเข้าไปติดต่อทำธุระในธนาคารมักจะสื่อสารกับพนักงานธนาคารที่เป็นผู้ชายลำบาก เธอจึงคิดว่าถ้าเป็นผู้หญิงด้วยกันน่าจะคุยกันรู้เรื่องและเข้าใจกันมากกว่า เช่น การปรึกษาเรื่องการเงินต่างๆ (วิเคราะห์ เทปบันทึกการ วันที่ 20 มี.ค. 2549)

- *ผู้หญิงขึ้นแท่น 40 เปอร์เซนต์* นำเสนอเรื่องราวที่ประเทศนอร์เวย์ รัฐบาลได้ออกกฎหมายให้บริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์จะต้องมีผู้หญิงถือหุ้น ไม่น้อยกว่า 40 เปอร์เซนต์ มิเช่นนั้นบริษัทนั้นจะถูกปิด โดยให้กำหนดระยะเวลาภายใน 2 ปี (วิเคราะห์เทป บันทึกการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- *ของใช้ผู้หญิงต้องให้ผู้ชายขาย* นำเสนอเรื่องราวที่ประเทศซาอุดีอาราเบีย ห้ามผู้ชายขายชุดชั้นในและเครื่องแต่งกายสตรี เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในอาชีพและการจ้างงานให้กับสตรี (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- *การจัดงานเสวนาของสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชูปถัมภ์* โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมโหวตข่าวเศร้าใจและข่าวประทับใจ เพื่อนำไปสู่การถกประเด็นปัญหาและการแก้ปัญหา (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

2.3 ผู้หญิงกับข่าวต่างประเทศ, บันทึกต่างประเทศ, แฟชั่น เป็นการนำเสนอเนื้อหาและข่าวของผู้หญิง ในแง่มุมของข่าวต่างประเทศ, วงการบันเทิงฮอลลีวูด และแฟชั่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นสิ่งที่ผู้หญิงให้ความสนใจ เช่น

- *ชื่อกระเป๋าสวมอวูร* นำเสนอแฟชั่นใหม่ที่ปลอดภัยแก่ผู้หญิง มีผู้ออกแบบกระเป๋าสะพายของสตรีที่มีรูปอวูร เช่น ปืน, มีด นูนออกมาจากกระเป๋าเสมือนว่าภายในกระเป๋ามีอวูรประเภทนั้นอยู่จริง (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 7 มี.ค. 2549)

- *แฟชั่นมือบู้ชาติ* นำเสนอการให้สัมภาษณ์ผู้หญิงวัยรุ่นคนหนึ่งว่า เธอรู้สึกดีที่ได้มีส่วนร่วมในการชุมนุมมือบู้ชาติ เพราะนอกจากจะได้ความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่อง

การเมืองแล้ว เธอก็ชอบแฟชั่นการเพ้นท์หน้า เช่น รูปธงชาติ, คำว่า “Get out” ซึ่งถือว่าเป็นสีสัน 1 ของการชุมนุม (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- ศาลตั้ง ปารีส ห้ามจ้างงานออสก้า นำเสนอเรื่องราวของ คาราฮอลีวีค ปารีส ฮิตตันและแฟนหนุ่ม ไปร่วมงานการกุศล ซึ่งเป็นโครงการของท่าน เซอร์ เอลตัน จอห์น ซึ่งก่อนจ้างงานนักร้องของงานเข้ามาขอให้เธอและแฟนหนุ่มจ่ายค่าบัตรเข้าชม ซึ่งเธอกลับพูดจามข่มขู่ว่า “รู้หรือไม่ว่าเธอเป็นใคร” เธอจึงถูกศาลตั้งให้ห้ามจ้างงานนี้และงานประกาศรางวัลออสก้าเป็นอันขาด (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 15 มี.ค. 2549)

- ผู้คิดค้นบิกินี นำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของชุดว่ายน้ำที่เล็กที่สุด หรือ “บิกินี” โดยปี 1946 กิดคั่นโดยดีไซเนอร์ ชาวฝรั่งเศส ชื่อชาลส์ แองค์ ได้ออกแบบชุดว่ายน้ำที่เรียกว่าเล็กที่สุดในโลก มีชื่อว่า อะโดง 3 อาทิตย์ต่อมา หลุยส์ เรอา ได้ออกแบบชุดว่ายน้ำที่เล็กกว่ามีชื่อว่า บิกินี ได้นำออกแสดงไปทั่วปารีส (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- แพชั่นคนอ้วน นำเสนอเรื่องราวการเดินทางแฟชั่น ที่จัดขึ้นที่ ศูนย์การค้าแพทินัม ประตูน้ํา โดยมินางแบบสาวรูปร่างเจ้าเนื้อ ซึ่งรวมน้ำหนักไม่ต่ำกว่า 2,000 กิโลกรัม และเวทีในครั้งนี้ออกแบบมาเพื่อสามารถรับน้ำหนักได้กว่า 3,000 กิโลกรัม ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้ต้องการให้ความสำคัญแก่ผู้หญิงที่มีรูปร่างอ้วน (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 27 มี.ค. 2549)

2.4 ผู้หญิงกับเรื่องแปลกๆ, เรื่องตลก, บันเทิง เนื้อหาของข่าวประเภทนี้บางข่าวอาจไม่เกี่ยวกับผู้หญิงโดยตรง แต่เนื่องจากข่าวประเภทนี้เป็นที่สนใจของผู้หญิงและคนทั่วไปอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังเป็นสีสันของรายการด้วย

- ตลาดไถ่ไค้ นำเสนอตลาดที่จ.อยุธยา อ.บางปะอิน เป็นตลาดที่ผู้ซื้อจะต้องไถ่ไค้ซื้อสินค้าตลอดเวลา (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 7 มี.ค. 2549)

- ผิดจุดมุ่งหมาย นำเสนอเรื่องราวของเด็กวัยรุ่นชาวอินโดนีเซีย เข้าไปแอบดูสามี-ภรรยา ครอบครัวหนึ่ง เพื่อหวังว่าจะได้เห็นฉากร่วมรักของสามี-ภรรยาผู้นี้ แต่ภาพที่เห็นกับกลายเป็นภาพของสองสามี-ภรรยากำลังนั่งดวงเฮโรอินใต้ถุน จึงรีบแจ้งตำรวจ เมื่อตำรวจเข้าตรวจค้นพบเฮโรอินจำนวน 1 กิโลกรัมเป็นเงิน 1 แสน 4 หมื่น ดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นเงินไทย 4 ร้อยล้านบาท (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 7 มี.ค. 2549)

- โลกศพรูปต่างๆ นำเสนอเรื่องราว ที่ประเทศกาน่า มีโลกศพรูปต่างๆ เช่น รูปกิ่งก่า, รูปปลาฉลาม, รูปรองเท้ากีฬา ซึ่งเป็นความเชื่อของคนในประเทศว่าโลกศพจะแสดงถึงนิสัยของผู้เสียชีวิต (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- เพ้นท์รถ 18 ล้อ นำเสนอเรื่องราว เจ้าของความคิดคุณ มาโนช แก้วเขียว เจ้าของโรงสีข้าว ที่จังหวัดสุพรรณ เนื่องจากจบจากคณะพาณิชยศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตคลองหก ปทุมธานี จึงมีความคิดเพ้นท์รถบรรทุก 18 ล้อ ของโรงงาน เป็นรูป

เรื่องสุพรรณหงส์ อย่างสวยงาม และมีคันเดียวในโลก (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- ถูกจับเพราะขับรถอ้อยหลัง นำเสนอเรื่องราวของชายหนุ่มชาวออสเตรเลีย ถูกจับในข้อหาขับรถอ้อยหลังนานเกินไปโดยขับรถอ้อยหลังมาเป็นระยะทาง 40 กิโลเมตร โดยเขากล่าวกับตำรวจว่าเขาต้องขับรถจากที่ทำงานกลับซึ่งเป็นระยะทาง 130 กิโลเมตร แต่ที่ต้องขับรถอ้อยหลังเพราะว่าคนรถคนมีแค่เกียร์อ้อยหลัง นอกจากนี้ยังไม่มีใบขับขี่ และไม่ได้ขึ้นทะเบียนรถอีกด้วย (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- กระเป๋าเดินทางสำหรับสุนัข นำเสนอกระเป๋าเดินทางสำหรับสุนัข ภายในกระเป๋ามีขนมใส่อาหารและน้ำ, พาสปอร์ตสัตว์เลี้ยง, ขนมอบเคี้ยวสำหรับสุนัข, เบาะรูปกระดูก, สายจูง, ฝาขนหนู เป็นต้น ราคา 48,000 บาท ซึ่งออกแบบมาเพื่อคนรักสุนัขโดยเฉพาะ (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 27 มี.ค. 2549)

- ครอบครัว 4 ขา นำเสนอเรื่องราวครอบครัวของชาวเคป อาศัยอยู่ทางตอนใต้ของประเทศศูรกี โดยครอบครัวนี้พ่อแม่มีร่างกายปกติ แต่ลูกทั้ง 5 คน มีพฤติกรรมเดินเหมือนลิงคือ ใช้มือ 2 ข้างคลาน และใช้เท้า 2 ข้างถีบตัวเดินตาม โดยร่างกายของคนทั้ง 5 มีขาทั้ง 2 ข้างไม่สามารถงอเหมือนคนปกติได้ จึงทำให้มีลักษณะการเดินที่คล้ายลิง (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

ตอนที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

ผู้วิจัยได้แบ่งภาพลักษณ์ของผู้หญิงไว้ 2 แบบ คือ ผู้หญิงแบบผสม และผู้หญิงเก่งและแกร่ง เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง คือ เนื้อหาและข่าวที่นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว, ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ความรุนแรงในครอบครัว, เศรษฐกิจ, การเมือง, สังคม, วิชาการ, เทคโนโลยี, วงการบันเทิง, แฟชั่น, ต่างประเทศ ตลอดจนเรื่องตลกขบขันและเรื่องแปลก ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้ผู้หญิงให้ความสนใจ ซึ่งเนื้อหาและข่าวจะแสดงถึงภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่เป็นแบบผสม และผู้หญิงเก่งและแกร่ง

ในการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ผู้วิจัยจะวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงจากเทปบันทึกรายการ โดยภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่นำเสนอในรายการสามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสม

ผู้หญิงแบบผสม คือผู้หญิงในภาพลักษณ์ดั้งเดิมดั้งใหม่ คือ ต้องประกอบอาชีพนอกบ้าน เพื่อหาเงินเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวพร้อมกับต้องทำหน้าที่ของสตรีในฐานะแม่และเมียประกอบกันไปด้วย โดยเนื้อหาของข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิงแบบผสมในรายการจะนำเสนอเนื้อหาและข่าวเกี่ยวกับเคล็ดลับการครองเรือน, การป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวผู้หญิงเองและอาจส่งผลกระทบต่อคนใกล้ชิด, การป้องกันปัญหาหรือการตกเป็นเหยื่อของสังคม ตลอดจนสาระความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้หญิงแบบผสมเพื่อให้ผู้หญิงรู้จักตนเองและเข้าใจคนอื่นๆมากขึ้น เนื้อหาของข่าวที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสมที่นำเสนอผ่านรายการ เช่น

- **สืบลือผู้หญิงขับ** นำเสนอที่ประเทศอังกฤษ มีการรับสมัครคนขับรถสืบลือและเปิดโอกาสให้ผู้หญิงสามารถขับได้ โดยสามารถเลือกช่วงเวลาในการขับได้ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านมีรายได้และยังสามารถทำงานบ้านและดูแลบุตรได้อีก เพียงผู้สมัครจะต้องมีคุณสมบัติและมีทักษะในการขับรถเท่านั้น (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- **รองเท้าสั้นสูงระวัง!** มีลูกยาก นำเสนอจากการเปิดเผยจากผู้เชี่ยวชาญประเทศอังกฤษ เตือนว่าการใส่รองเท้าสั้นสูงที่สูงตั้งแต่ 4 นิ้วขึ้นไปจะทำให้มีลูกยาก โดยผลกระทบจากการใส่รองเท้าสั้นสูงจะทำให้เกิดอาการปวดเข่า, ปวดหลัง, ทำให้เดินผิดท่าทำให้เกิดผลกระทบไปสู่กระดูกเชิงกรานส่งผลให้มีลูกยาก (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- **10 เหตุผลที่ทำให้คู่รักเลิกกัน** นำเสนอถึง 10 เหตุผลที่ทำให้ความรักของคนทีรักกันต้องจบลง เช่น เป็นคนหุนเบา, โกรธแล้วไม่ยอมพูดจากัน, พูดจาข่มกันต่อหน้าผู้อื่น เป็นต้น วัตถุประสงค์ของการเล่าข่าวนี้นี้ เพื่อให้ผู้ชมที่เป็นผู้หญิงแบบผสมนี้ได้ทราบและนำไปประยุกต์ใช้กับคนรัก เพื่อลดปัญหาการหย่าร้างหรือการเลิกกันในหมู่คู่รักที่ยังไม่ได้สมรส (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- **วิธีจับโกหก** นำเสนอพฤติกรรมของคนโกหกว่า เมื่อพูดโกหกจะมีพฤติกรรมมองหน้าผู้พูด เพื่อแสดงความหนักแน่นความมีเหตุผลในเรื่องที่พูด เพราะจะต้องใช้สมาธิในการพูดให้ผู้ฟังรู้สึกน่าเชื่อถือ แต่จะถูกสังเกตจนเมื่อถูกซักถามและใช้ท่าทางช่วยในการเจรจาเพื่อไม่ให้เกิดพิรุณ (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- **ความเครียดของผู้หญิงมีครรภ์** นำเสนอเรื่องปัญหาของหญิงตั้งครรภ์ ที่สามารถเป็นโรคเครียดและวิตกกังวลได้ เช่น กังวลเรื่องรูปร่าง, เรื่องการดำเนินชีวิต, การทำงาน, กังวลเรื่องสุขภาพเด็ก ซึ่งส่งผลให้เกิดความเครียดและนอนไม่หลับ โดยผู้วิจัยพบว่าหญิงตั้งครรภ์จะมีฮอร์โมนชนิดหนึ่งซึ่งจะทำให้เกิดอาการซึมเศร้า วิธีแก้ไขหญิงตั้งครรภ์จะต้องค้นให้เจอว่าตนเป็นอะไร ควรใช้ชีวิตตั้งครรภ์ให้ถูกต้อง หากทางออกโดยการปรึกษาคู่คิด(สามี) หรืออ่านนิตยสาร

เกี่ยวกับหญิงตั้งครรภ์ ปรีกษาแพทย์ หรือทำสมาธิมองโลกในแง่ดี (วิเคราะห์เทปบันทึกการ
วันที่ 27 มี.ค. 2549)

- คุณกำลังจะเป็นจอมบงการหรือเปล่า นำเสนอ 4 พฤติกรรมที่บ่งบอกถึงการเข้า
ข่ายการเป็นจอมบงการ การเป็นจอมบงการจะส่งผลเสียทำให้กลายเป็นคนจุกจิกและน่าเบื่อกับคน
รอบข้าง คือ 1. ห้ามสามีหรือแฟนไม่ให้ทำโน่นทำนี่ 2. จู้จี้กับลูกมากเกินไป 3. จู้จี้กับคนรับใช้
มากเกินไป และ 4. ไม่เคยยิ้มให้กับลูกน้องในที่ทำงาน ถ้าคุณเข้าข่ายมี 4 วิธีแก้ไข ดังนี้ 1. ควรคิด
ก่อนพูด 1 วินาที ควรใช้น้ำเสียงที่เป็นการปรึกษามากกว่าการสั่ง 2. เอาใจเขามาใส่ใจเรา 3. กับสามี
หรือลูกลองตัดใจปล่อยหรือหย่อนกฎระเบียบดูบ้าง 4. เริ่มปล่อยวางที่ละนิดแล้วหาสิ่งที่ผ่อนคลาย
หรือเรื่องสนุกเข้ามาแทนที่ (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

- ทัศนคติของความเชื่อของผู้หญิง นำเสนอทัศนคติของผู้หญิงตั้งแต่วัย 20-29 ปี ส่วน
ใหญ่จะใฝ่รู้และอยากลองทุกเรื่องในเรื่องโลกและเพศตรงข้าม แต่สำหรับผู้หญิงวัย 30-39 ปี ส่วน
ใหญ่จะเต็มไปด้วยคำถามเกี่ยวกับตัวเอง เช่น กลัวแก่ หรืออยากจะเป็นสาวที่สมวัย ส่วนผู้หญิงวัย
40 ปีส่วนใหญ่ไม่สนใจเรื่องวันเกิดของตัวเอง (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

- การตัดสินใจก่อนไปพบหมอ นำเสนอการใช้สติและพิจารณาญาณก่อนที่จะไปพบ
หมอ เนื่องจากผู้หญิงส่วนใหญ่เมื่อเกิดปัญหาหรือความต้องการที่ฟังทางใจจึงต้องการจะไปปรึกษา
หมอ ดังนั้นสภาพทางด้านจิตใจจะแย่และจะไม่ใช้พิจารณาญาณในการตัดสินใจ ดังนั้นก่อนไปพบ
ควรสำรวจความพร้อมก่อนดังนี้ 1. ตัดสินใจก่อนไป 2. ไม่ควรไปพบหมอในตอนที่สติไม่อยู่กับ
เนื้อกับตัว เพราะหมอมือจิตวิทยาสูง คำทำนายทุกอย่างเปรียบเสมือนเพียงข้อมูล ดังนั้นเราไม่
จำเป็นต้องเชื่อทุกอย่างที่เป็นข้อมูล เพราะชีวิตของเราอยู่ในกำมือจิตใจและสมองของเรา ดังนั้น
ควรใช้พิจารณาญาณในการตัดสินใจด้วยตัวเอง (วิเคราะห์เทปบันทึกการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

2. ภาพลักษณ์ผู้หญิงเก่งและแกร่ง

ผู้หญิงเก่งและแกร่ง คือ ผู้หญิงมีความสามารถรอบด้าน ทั้งหน้าที่การงาน ครอบครัว และ
สังคม ผู้หญิงที่ไม่ต้องพึ่งพาใคร โดยเนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงเก่งและแกร่งในรายการจะ
นำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่มีความสามารถ ประสบ
ความสำเร็จในหน้าที่การงาน หรือ ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยกย่องและยกย่องในครอบครัว
ปฏิบัติตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมจนได้รับการยอมรับในสังคม และมีความสามารถรอบด้าน
เนื้อหาและข่าวที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงเก่งแกร่งที่นำเสนอผ่านรายการ เช่น

- งานมอบรางวัลสตรีดีเด่นโลก เป็นงานมอบรางวัลแก่นักธุรกิจหญิงเก่งระดับ
โลก 15 คน ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ซึ่งงานนี้มีนักธุรกิจหญิงเก่งของไทยได้เข้ารับพระราชทาน

รางวัลจากทุลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนฯ 3 ท่าน ได้แก่ 1. คุณหญิงศศิมา ศรีวิกรม์ 2. คุณศุภลักษณ์ อัมพูน และ 3. คุณภัทรา ศิลาอ่อน (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 22 มี.ค. 2549)

- **คุณแม่เลือดคนักสู้** นำเสนอเรื่องราวของคุณแม่วัย 50 ปีที่ถูกขึ้นไปเรียนคาราเต้เพื่อมาใช้ต่อสู้ อันธพาลที่ชอบทำร้ายร่างกายลูกชายวัย 22 ปีของเธอมานานเป็นแรมปี (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 7 มี.ค. 2549)

- **หญิงสู้เพื่อแรงงานสตรี** นำเสนอเรื่องราวประวัติการทำงานของคุณ สุรินทร์ พิมพ์กา หญิงอายุ 49 ปี ปัจจุบันเป็นประธานสหภาพแรงงานกิจการสิ่งทอนครหลวง จ.นครปฐม เธอสู้เพื่อสิทธิแรงงานสตรีมาอย่างต่อเนื่อง และได้ออกมาเรียกร้องสิทธิให้สตรีมากมาย เช่น การเรียกร้องสิทธิให้สตรีสามารถลาคลอด 90 วัน ได้รับค่าคลอดบุตรตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน เป็นต้น (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 7 มี.ค. 2549)

- **ประกวดแม่มา้ยลูกติด** นำเสนอเรื่องราวการประกวดแม่มา้ยลูกติดที่จังหวัดนครราชสีมา โดยจุดประสงค์ของงานเพื่อต้องการแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงถึงแม้จะเป็นแม่มา้ย แต่ก็ยังสามารถเลี้ยงลูกให้เป็นคนดีในสังคมได้ และให้กำลังใจแม่มา้ยว่ามีคนที่มีคุณค่าในสังคม (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 10 มี.ค. 2549)

- **รณรงค์เพื่อสันติภาพ** นำเสนอเรื่องราวของ ชารอน สโตน วัย 48 ปี เดินทางไปร่วมรณรงค์เพื่อสันติภาพ ระหว่างอิสราเอลและปาเลสไตน์ และเธอยังแสดงความคิดเห็นว่าการเจรจาเพื่อสันติภาพน่าจะให้ผู้หญิงเข้ามามีส่วนร่วมด้วย เพราะผู้หญิงมีวิธีการคิดที่แตกต่างจากผู้ชาย และมีความละเอียดอ่อนกว่า ดังนั้นอาจได้ผลก็ได้ (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 14 มี.ค. 2549)

- **สตรีหมายเลข 1 แห่งชิลี** นำเสนอเรื่องราวของนางเอริน่า เคลเปียโน เธอเป็นอดีตประธานาธิบดีหญิงของชิลี ซึ่งเธอเคยออกมาประกาศว่าผู้หญิงไม่จำเป็นต้องมีคู่ ผู้หญิงจะประสบความสำเร็จได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ชายอยู่เคียงข้าง เธอจึงได้รับการยอมรับและยกย่องให้เป็นสตรี หมายเลข 1 แห่งชิลี (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 20 มี.ค. 2549)

- **สาวน้อยนักมวยปล้ำ** นำเสนอสาวน้อย มิกาเอล่า ฮัทชินสัน เธอฝันมานานที่จะเอาชนะผู้ชาย และในที่สุดฝันของเธอก็เป็นจริง เพราะเธอเพิ่งได้แชมป์มวยปล้ำ ในการแข่งขันระดับรัฐ เธอสามารถเอาชนะแชมป์มวยปล้ำชายรุ่นน้ำหนักเท่ากัน ในการแข่งขันมวยปล้ำโอลิมปิก สเตท แชมเปียนชิพ (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 27 มี.ค. 2549)

- **สาววัยแห่งอิตาลี** นำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงสาวชาวอิตาลี เธอผ่านเวทีประกวดโมเดลมากมาย เธอเริ่มการประกวดโมเดลตั้งแต่อายุเพียง 15 ปี และล่าสุดได้รับตำแหน่งสุดยอดโมเดลของ เวซาเซ่ ที่เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี และเธอกำลังจะเข้าประกวดการเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์มีอาชีพ และในอนาคตมีผู้คาดการณ์ว่าเธอน่าจะลงไปหลายๆอาชีพ รวมทั้งเวทีการเมือง (วิเคราะห์เทปบันทึกทรายการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

- *ดาวเด่นที่ไม่เคยดับ* นำเสนอเรื่องราวของ ไฮดี้ คลุม นางแบบจากประเทศเยอรมัน เธอโด่งดังจากการถ่ายแบบชุดชั้นใน แบรินด์วิกตอเรีย ซีเคร็ท เธอแต่งงานกับนักร้องดัง ซิด และมีบุตรด้วยกัน หลังจากคลอดบุตรเพียง 2 เดือน เธอก็กลับมาเดินแบบชุดชั้นในด้วยรูปร่างที่สวยงามดังเดิม นอกจากนี้เธอยังเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์, ผู้ผลิตรายการ และดีไซเนอร์เครื่องประดับอีกด้วย (วิเคราะห์เทปบันทึกรายการ วันที่ 31 มี.ค. 2549)

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงเป็นรายการที่เผยแพร่ข่าวสารความรู้ ทำให้ประชาชนโดยเฉพาะผู้หญิงเกิดความรู้ ความเข้าใจตนเองและผู้อื่น และสามารถนำมาเป็นแนวทางปฏิบัติในชีวิตประจำวันและพยายามช่วยปรับปรุงให้ผู้หญิงยุคปัจจุบันสามารถปรับตัวอยู่ท่ามกลางบทบาททั้งในและนอกบ้านได้อย่างดี ตลอดทั้งเป็น และเสมือนตัวแทนของผู้หญิงบอกกล่าวถึงภัยอันตรายต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงในสังคมและเป็นกำลังใจให้กับผู้หญิงให้มีแรงต่อสู้กับปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิต



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เพื่อศึกษากระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เพื่อศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษากระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการและผู้ผลิตรายการและวิเคราะห์เนื้อหาจากเทปบันทึกการสรุปได้ดังนี้

1. กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงมี 2 แบบ คือ
 - 1.1 กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิง ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่ใช้พิจารณา 3 ปัจจัย คือ 1.สถานการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ 2.กลุ่มเป้าหมายเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงตามชื่อและรูปแบบรายการ และ 3.บุคลิกผู้ดำเนินรายการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เนื้อหาที่นำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ดี เอ็ม ไวท์ (White, D.M.,1950) ที่ว่า องค์ประกอบความเป็นข่าวจะต้องมีความสดใหม่ ทันสมัย ทันที น่าสนใจ เป็นเรื่องราวที่มีผลกระทบต่อคนทั่วไปหรือคนเฉพาะกลุ่ม
 - 1.2 เนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1.ผู้หญิงกับสังคม ครอบครัว 2.ผู้หญิงกับเศรษฐกิจ การเมือง วิชาการ เทคโนโลยี 3.ผู้หญิงกับต่างประเทศ แฟชั่น 4.ผู้หญิงกับเรื่องแปลกๆ เรื่องตลกและวงการบันเทิง พบว่าเหตุผลที่แบ่งเนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการเป็น 4 ประเภท เพื่อให้สอดคล้องกับบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ เพื่อสร้างจุดเด่นและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาของข่าวที่นำเสนอ

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ ด้านกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการ จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์พบว่า นอกจากปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกทั้ง 3 ปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว การคัดเลือกข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิงโดยส่วนใหญ่ บรรณาธิการข่าวจะเป็นผู้ตัดสินใจเอง จากแหล่งข้อมูลข่าว 2 แหล่ง คือ 1. ข้อมูลจากทีมข่าว เช่น นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสกู๊ปเทป 2. ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ เมื่อได้ข้อมูลข่าวแล้วจึงนำข่าวมาคัดเลือกและจัดคิวข่าวเพื่อนำเสนอ แล้วจึงส่งต่อให้ขั้นตอนฝ่ายการผลิตรายการต่อไป

2. การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการ สามารถแบ่งภาพลักษณ์ได้ 2 แบบ คือ

2.1 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสม พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสม เช่น ข่าวครอบครัว ข่าวที่ให้สาระความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้หญิงแบบผสม ซึ่งไม่เป็นไปตามแนวคิดสตรีกับสื่อมวลชนที่ว่า อิทธิพลและผลกระทบที่มีต่อตัวผู้หญิง จากลักษณะของเนื้อหา สื่อมวลชนจะมองข้ามพลังความคิดและการสร้างสรรค์ของผู้หญิงที่สามารถมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง ครอบครัว ชุมชนและประเทศชาติ และไม่สอดคล้องกับแนวคิดจินตภาพของสตรีไทยในรายการผู้หญิงทางโทรทัศน์ที่ว่ารายการผู้หญิงได้มีส่วนช่วยในการสร้างจินตภาพแห่งการพัฒนาสตรีโดยเน้นแต่เรื่องเบาๆ เช่น ประเพณี การท่องเที่ยว แต่ไม่ได้เน้นหนักที่เรื่องเศรษฐกิจ กฎหมายหรือสิทธิสตรี

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ เกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสม ทำให้ทราบว่าจากประสบการณ์ที่ทำงานกับผู้หญิงมานาน ทำให้ทราบว่าปัจจุบันสังคมเปลี่ยนแปลงไปมาก จึงทำให้ผู้หญิงให้ความสนใจกับข่าวเศรษฐกิจ, การเมือง หรือแม้แต่สิทธิเสรีภาพของสตรี ถึงแม้จะเป็นเนื้อหาที่หนักแค้น ทางรายการมีวิธีนำเสนอให้เบาลงและเป็นธรรมชาติ จึงทำให้ผู้หญิงแบบผสมสนใจและเปิดรับข่าวสารประเภทนี้มากขึ้น

2.2 การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผู้หญิงเก่งและแกร่ง พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ ผู้หญิงทั้งไม่และต่างประเทศที่มีความสามารถมีความสำเร็จในหน้าที่การงานหรือครอบครัว เช่น ผู้หญิงที่ได้รับรางวัลสตรีดีเด่นโลก หญิงผู้เพื่อแรงงานสตรี

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์เทปบันทึกรายการและสัมภาษณ์บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ ทำให้ทราบว่าวัตถุประสงค์ของรายการคือ ต้องการสนับสนุน ส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงให้ตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ ตระหนักถึงความสามารถของตัวเอง โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ผู้หญิงเก่งและแกร่ง เพื่อเป็นตัวอย่างและเป็นกำลังใจให้กับผู้หญิงในการต่อสู้กับปัญหาต่างๆในชีวิต

อภิปรายผล

การวิเคราะห์เทปบันทึกรายการและการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการและผู้ผลิตรายการเกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ทำให้ทราบว่า

1. รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมีปัจจัยที่ใช้ในกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงได้แก่ สถานการณ์ปัจจุบัน, กลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิง และบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ จึงทำให้แบ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงได้ 4 ประเภท คือ ผู้หญิงกับสังคม, ครอบครัว ผู้หญิงกับเศรษฐกิจการเมือง วิชาการ เทคโนโลยี ผู้หญิงกับต่างประเทศ แฟชั่น บันเทิงต่างประเทศ และ ผู้หญิงกับเรื่องแปลกๆ เรื่องตลกและวงการบันเทิง เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับรายการตามบุคลิกของผู้ดำเนินรายการ และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาข่าวและเพิ่มคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ

สิ่งที่น่าสนใจ คือ เนื่องจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงมีการนำเสนอในรูปแบบที่เรียกว่า การเล่าข่าวเชิงวาไรตี้ ซึ่งแตกต่างจากรายการข่าวแบบเดิมที่มีผู้ประกาศมานั่งอ่านข่าว ซึ่งข่าวที่นำเสนอจะมีความหนักแน่นและน่าเชื่อถือในตัวของเนื้อหาข่าวอยู่แล้ว แต่เมื่อทางรายการมีการนำเสนอข่าวในรูปแบบการเล่าข่าวเชิงวาไรตี้ ด้วยเหตุผลที่ว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของรายการคือผู้หญิง แม่บ้าน จึงต้องการให้เนื้อหาข่าวที่หนักเช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง หรือสิทธิเสรีภาพของสตรี นั้นให้เบาลง แต่ก็ทำให้ความน่าเชื่อถือของข่าวนั้นๆลดลงไปด้วย ดังนั้นกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงที่นำเอาบุคลิกผู้ดำเนินรายการ จึงเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของข่าวในเนื้อหาข่าวนั้นๆให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง จากการวิเคราะห์ แผนภาพ:กระบวนการคัดเลือกข่าวก่อนนำเสนอผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง (อรรถกานท์ พิมพ่วงศ์, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2549) มีความสอดคล้องกับแบบจำลองและทฤษฎีผู้เฝ้าประตู ของดี เอ็ม ไวท์ คือ ข่าวสารเกี่ยวกับผู้หญิงในประเทศและต่างประเทศมากมาย คัดเลือกโดยทีมข่าว ฝ่ายข้อมูลคัดเลือกสรรข่าวที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจให้สอดคล้องกับปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยของรายการ คือ สถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่มเป้าหมาย และบุคลิกของผู้ดำเนินรายการแล้วส่งต่อมาให้กับ ผู้ผลิตราย Producer บรรณาธิการ จะคัดเลือกข่าวและเนื้อหาอีกครั้ง โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของรายการที่เน้นความใหม่สด ทันสมัย น่าสนใจ มีความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายและบุคคลใกล้ชิด มาจัดลำดับเพื่อเตรียมนำเสนอไปยังผู้ชมต่อไป

2. เนื้อหารายการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงเป็นแบบผสม เช่น ข้าราชการครอบครัว สาระ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงแบบผสม และผู้หญิงเก่งและแกร่ง ที่นำเสนอเนื้อหาของผู้หญิงในประเทศและต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน หรือครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปัญญา รักแตงาม, 2538) ที่ว่า โดยเนื้อหารายการสะท้อนบทบาท ภาพลักษณ์ผู้หญิงแบบผสมและผู้หญิงเก่งและแกร่งให้เป็นผู้หญิงยุคใหม่ โดยแสดงให้เห็นถึงสภาพความเป็นจริงของผู้หญิงที่ต้องทำงานค้นหาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัว ไม่ว่าจะอยู่ในชนชั้นใดหรือทำงานในอาชีพใดต่างก็เป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่ต่างก็มีความสามารถ รู้ทันข่าว รู้จักระวังภัย มีทัศนคติ ตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่และมีความสามารถในการทำงานในขอบข่ายหน้าที่ของตนทั้งสิ้น

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จากการวิเคราะห์และมองภาพรวมพบว่าเป็นภาพลักษณ์ของผู้หญิงแบบผสมและผู้หญิงเก่งและแกร่ง เป็นภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่มีความสามารถ ฉลาด เก่ง มีการตัดสินใจและมีส่วนร่วมในสังคม อีกทั้งยังเป็นผู้นำในสังคมที่น่าเอาเยี่ยงอย่าง ในการวิจัยเรื่องนี้จึงสามารถได้คำตอบจากทฤษฎีสตรีศึกษาในเชิงที่เป็นทั้งแนวคิดสตรีในระบบย่อยของระบบใหญ่ (System Approach) และแนวคิดสตรีนิยม (Feminist Approach) (กาญจนา แก้วเทพ, 2535) ในด้านของแนวคิดสตรีในระบบย่อยของระบบใหญ่ (System Approach) จากการวิจัยการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิงแบบผสมที่ปัจจุบันมีความสามารถเหมาะสมกับสมัยใหม่ คือ ผู้หญิงที่ประกอบอาชีพนอกบ้านเพื่อหาเงินเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวพร้อมกับต้องทำหน้าที่ของผู้หญิงในฐานะแม่และเมียประกอบกัน ส่วนในด้านแนวคิดสตรีนิยม (Feminist Approach) คือ การเปรียบเทียบระหว่างเพศหญิงเพศชาย จากการศึกษาพบว่าการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงในรายการ ไม่ได้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ชายแต่อย่างใด ผู้หญิงมีความรู้ความสามารถในการทำงานนอกบ้าน มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของทั้งผู้หญิงเองและผู้ชาย และสามารถเป็นผู้นำในสังคมได้ไม่แพ้ผู้ชาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรศึกษารายการผู้หญิงในช่วงระยะเวลาานกว่านี้ เพื่อให้เห็นความเปลี่ยนแปลงหรือความชัดเจนของรายการมากยิ่งขึ้น
2. ด้านรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ควรมีการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยละเอียดเพื่อนำไปประกอบในการวิจัยเชิงคุณภาพ และปริมาณ เพื่อให้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการทำการวิจัยรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด เป็นการช่วยในการประเมินรายการได้ในอีกทางเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของผู้ชมต่อไป
4. ด้านเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิง รายการผู้หญิงถึงผู้หญิงควรมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิงในประเทศมากกว่าต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวมากยิ่งขึ้น
5. รายการควรศึกษาโดยการวิเคราะห์ผู้รับสารในที่นี้ คือ ผู้ชมรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เพื่อทราบถึง ข้อดีชมความพึงพอใจ และทราบถึงวัตถุประสงค์ของผู้ชมกับผู้ผลิตว่าตรงกันหรือไม่
6. ควรมุ่งศึกษาเฉพาะประเด็น เช่น ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษารายการโทรทัศน์ สำหรับสตรีรายการอื่นเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าว และรูปแบบการนำเสนอของแต่ละรายการเพราะจะช่วยให้ประเมินรูปแบบของรายการได้อีกวิธีหนึ่ง
2. ควรมุ่งศึกษาเฉพาะประเด็น เช่น ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในรายการโทรทัศน์ เป็นต้น
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรายการผู้หญิงในอดีตจนถึงปัจจุบันว่ามีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างไรบ้าง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ.(2543). ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน . กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2535). ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตติยา วรรณสุต. (2523). การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับสตรีไทยทั่วประเทศ. รายงาน
การวิจัยกรุงเทพมหานคร : คณะทำงานวางแผนพัฒนาสตรีระยะยาว ร่วมกับสำนักงาน
บริหารการวางแผนครอบครัวชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน.
- ชูเกียรติ วงศ์เทพเทียน (2542). ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท
การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา รักแตงาม. (2538).การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตรณ์ อาทรมิตร (2541). ภาพลักษณ์นักการเมืองสตรีที่ดูน่าเสนอผ่านหนังสือพิมพ์.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกัญญา เพ็ชรธุระกิจ. (2539). การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้
ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองใน
สตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุมิตตา สิงห์โตอ่อน (2538). ภาพของสตรีในหนังสือพิมพ์รายวัน. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สัมภาษณ์

- อรรถกานท์ พิมพ์วงศ์. บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง. สัมภาษณ์,
4 พฤษภาคม 2549.
- ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ ผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง. สัมภาษณ์, 21 เมษายน 2549.



ภาคผนวก

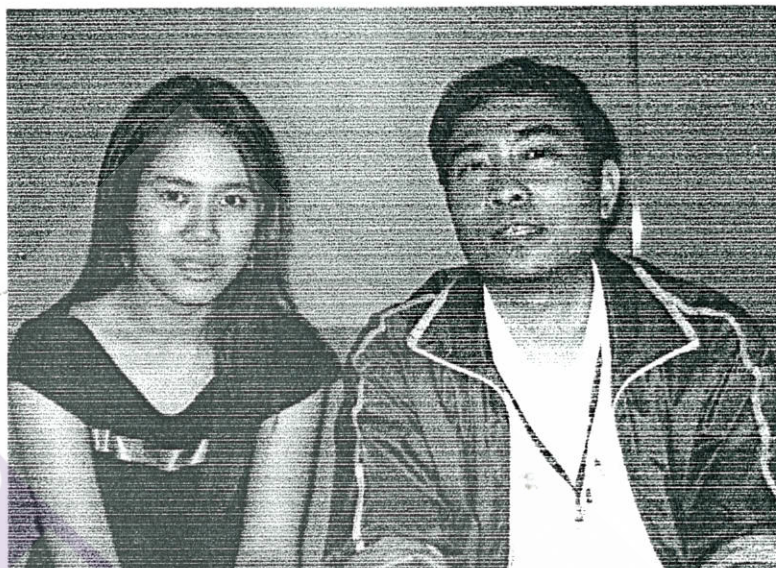


ผู้ดำเนินรายการ "ผู้หญิงถึงผู้หญิง" (จากซ้าย) พิมลวรรณ สุขยางค์, มีสุข แจ่มมีสุข,
กฤษณา ปัจฉิมสวัสดิ์ และพัชรศรี เบญจมาศ



รับรางวัล Top Awards 2005 สาขารายการวาไรตี้-ทอล์ค โชว์ยอดเยี่ยม





คุณอรรถกานท์ พิมพังส์ (ขวา) บรรณาธิการและผู้ผลิตรายการ"ผู้หญิงถึงผู้หญิง"



คุณชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ (กลาง) ผู้ผลิตรายการ"ผู้หญิงถึงผู้หญิง"



▲ สัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ผลิตรายการ”ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ▼



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง กระบวนการคัดเลือกและการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการโทรทัศน์ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

- บรรณาธิการ
- ผู้ผลิตรายการ

ประวัติความเป็นมาของรายการ

.....

.....

รูปแบบของรายการ

.....

.....

โครงสร้างและหน้าที่ทีมงานเป็นอย่างไร

.....

.....

1. กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับผู้หญิงของรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

1.1 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้หญิงได้จากที่ไหนบ้าง

.....

.....

1.2 ขั้นตอนการคัดเลือกเนื้อหาและข่าวเป็นอย่างไร

.....

.....

1.3 ปัจจัยใดมีผลต่อการคัดเลือกข่าว

.....

.....

เหตุผล.....

1.4 เนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงในรายการแบ่งออกเป็นกี่ประเภท

.....

เหตุผล.....

.....

1.5 บุคลิกของผู้ดำเนินรายการมีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหาข่าวในรายการหรือไม่อย่างไร

.....

.....

2. การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงผ่านรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

1. วัตถุประสงค์ของรายการ

.....

.....

2. รูปแบบรายการมีที่มาอย่างไร

.....

.....

3. รูปแบบการนำเสนอมีการแบ่งช่วงรายการในการนำเสนออย่างไร

.....

.....

4. กลุ่มเป้าหมายของรายการคือใคร

.....

.....

5. ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับคืออะไร

.....

.....

6. เนื้อหาของรายการเน้นหนักไปที่เรื่องใดหรือไม่

.....

.....

7. จุดเด่นของรายการคืออะไร

.....

.....

8. มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้หญิงเมื่อนำมาเสนอทางรายการอย่างไร

.....

.....

9. ผลตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างไร

.....

.....

10. ข่าวแปลก ที่นำมาเสนอ มีประโยชน์กับผู้ชมอย่างไร

.....

.....

11. มีความคิดเห็นอย่างไรกับรายการผู้หญิงรายการอื่นที่มีรูปแบบการนำเสนอคล้ายคลึงกับรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง

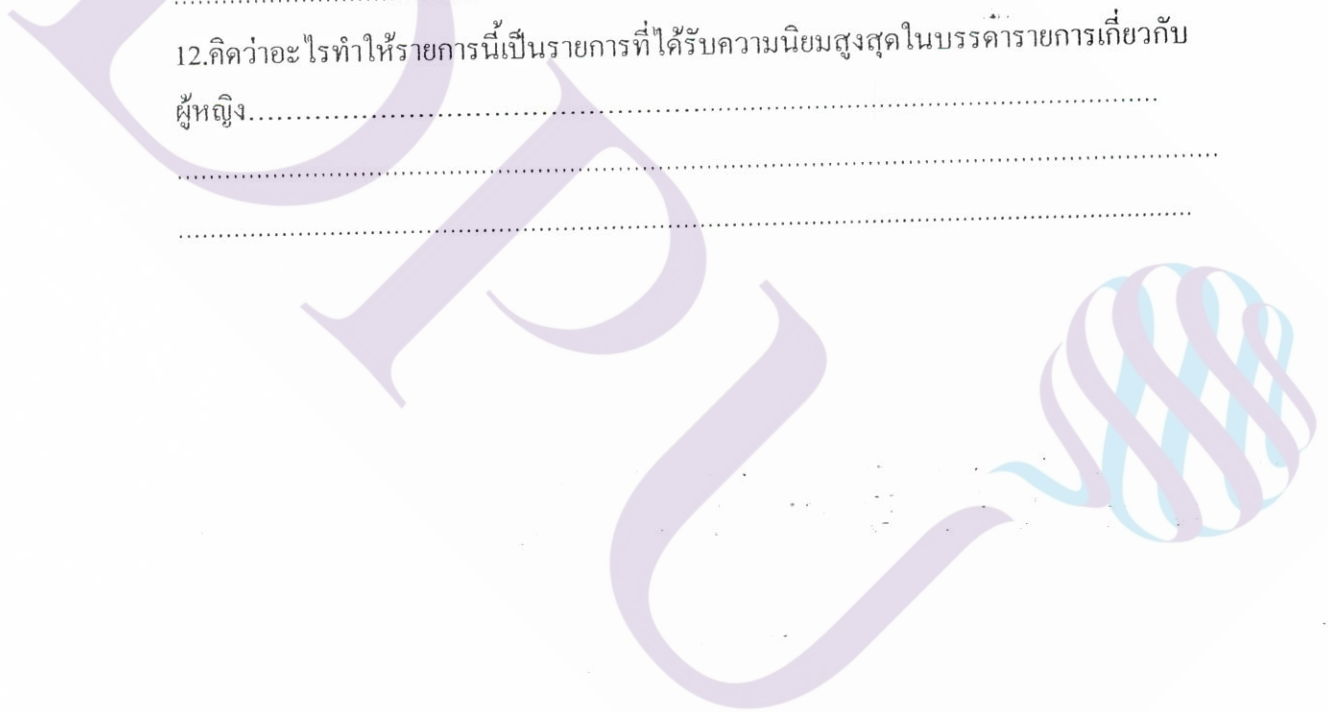
.....

.....

12. คิดว่าอะไรทำให้รายการนี้เป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในบรรดารางการเกี่ยวกับผู้หญิง.....

.....

.....



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวปิยมาภรณ์ กุลเจษฎากาญจน์
วัน เดือน ปี เกิด 4 มีนาคม 2525
วุฒิการศึกษา บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ)
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

