

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กอบพงษ์ กุณทียะ. การตอบปัญหาเรื่องเพศศึกษาของสื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นเวทีสาธารณะ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- กาญจนา แก้วเทพ. อิตถีศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เจนเดอร์เพลส, 2535.
- กาญจนา แก้วเทพ. ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2543.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ: เอดิสันโปรดักส์, 2543.
- กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรง
พิมพ์ศาลาแดง, 2545.
- กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอดิสันโปรดักส์, 2549.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับ
สื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2551.
- กาญจนา แก้วเทพ และสายสุรี จุติกุล. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์โดยใช้แนวคิดบทบาทหญิง-
ชาย. กรุงเทพฯ: คณะอนุกรรมการการศึกษา อาชีพและวัฒนธรรม คณะกรรมการส่งเสริม
และประสานงานสตรีแห่งชาติ, 2543.
- กิตติ ก้นภัย และวิลาสินี พิพิธกุล. โครงการวิจัยเพศและการสื่อสารในสังคมไทย: รายงานวิจัยฉบับ
สมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2551.
- ชวนันท์ ประเสริฐวรรณกิจ. ผู้ดูแลการผลิตรายการ 30 ยังแจ๋ว. สัมภาษณ์, 27 ธันวาคม 2550.
- ตระหนักจิต ทองมี. การแปรการรับรู้เพศลักษณะหญิงและเพศลักษณะชายในความหมายของ
คำกริยาและคำวิเศษณ์ในภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชา
ภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ธีรนาถ กาญจนอักษร. หญิง ชาย กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. กรุงเทพฯ: มูลนิธิธีรนาถ กาญจน
อักษร, 2551.
- นวัช สงวนกุล. ผู้ดูแลการผลิตรายการสถานีสนามเป้า. สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2552.
- นันทกา สุธรรมประเสริฐ. ความเป็นแม่บ้านและการบริโภคสื่อแนวข่าวสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

- ปราณี กุลละวณิชย์และคณะ. ภาษาทัศน์า. กรุงเทพฯ: โครงการตำราคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ปัญญา รักแตงาม. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- พรพิมล ถมั่งรักษัสต์. ปรัชญาผู้หญิง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬา, 2539.
- พรทิพย์ ลิ้มปัทย์โสภณ. การวิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องผ่านรายการถึงลูกถึงคน ทาง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.
- พิมพ์ประภา ไชยมาลา. บทบาทของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการพัฒนาสตรีไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พิษณุ บางเขียว. การศึกษาภาพลักษณ์ของหญิงและชายจากคำกริยาและคำวิเศษณ์ในภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2539.
- รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ใน www.sanook.com และ www.pantip.com. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วารุณี ภูริสินสิทธิ์. สตรีนิยม: ขบวนการอุดมคติแห่งศตวรรษที่ 20. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, 2545.
- วิลาสินี พิพิธกุล. ผู้หญิงกับเทคโนโลยีข่าวสาร: แนวคิดทฤษฎีและข้อเสนอแนะ. ใน สตรีศึกษา 2 โครงการหนังสือเล่มผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ, กรุงเทพฯ: คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ, 2544.
- วิเศษ สุจิพรหม. การเคลื่อนไหวในพื้นที่สาธารณะของเพศหญิงในการจัดการป่าชุมชน จังหวัด ลำพูน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการพัฒนาลังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ศศิธร ศศิประเสริฐกุล. การปิดกั้นผู้หญิงเข้าสู่พื้นที่สาธารณะ. วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต, ภาควิชาพัฒนศึกษา ศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2545.

- ศุภราวดี เกษะประกกร. หัวหน้าสายงานปฏิบัติการ บ.บีบี ทีวี นิวมี่เดีย จำกัด. สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2552.
- สุชาติ เศรษฐมาลินี. ผู้หญิงกับเทคโนโลยี. ใน สตรีศึกษา 1 โครงการหนังสือเล่มผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ, กรุงเทพฯ: คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ, 2541.
- สุพัฒนา เดชาดิวงค์ ณ อยุธยา. จิตวิทยาของสตรี. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ, 2526.
- สุภัทรา สุขชู. มอง News Talk effect ผ่านเลนส์วิชาการ. นิตยสาร Positioning Magazine. เดือนกันยายน 2548: 18.
- หัสญา หาสิตะพันธ์. ภาพสะท้อนสตรีในสื่อเวปไซด์ ไซด์ เวป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. คอลัมน์ตอบปัญหาชีวิตในนิตยสารในการสะท้อนบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- อุปถัมภ์ เหลืองวัฒนาโชค. ผู้ดูแลการผลิตรายการจุมกมด. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2552.

ภาษาอังกฤษ

- Caplan, P. The Cultural Construction of Sexuality. London: Tavistock Publication Ltd., 1987.
- Coates, J. Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Sex Difference in Language. London: Longman, 1986.
- Frey, R., and Botan, C., eds. Investigating Communication: An Introduction to research methods. Second edition. United State of America: A Pearson Education Company, 2000.
- George, K. public sphere. January 2002. Available from: <http://www.midnightuniv.org/midculture44/newpage5.html>(2008, August 22]
- McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory. Fifth edition. London: Sage Publication Ltd., 2005.
- www.sanook.com. เช็กรหัสที่ปลอดภัย. Available from: http://sex.sanook.com/sex/safetysex/safety_09242.php (2008, August 25]

ภาคผนวก ก

ตารางการลงรหัสรายการ

หมายเหตุ

- เนื้อหาระดับโลกภายนอก (พื้นที่นอกบ้าน/สาธารณะ) ได้แก่
 1. การเมือง
 2. เศรษฐกิจและธุรกิจ
 3. สังคม
 4. สถาบันกษัตริย์
 5. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเทศกาล
 6. ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและภูมิอากาศ
 7. วิทยาศาสตร์และการแพทย์
 8. เทคโนโลยี
 9. บุคคลและวงการบันเทิง
 10. กีฬา

- เนื้อหาระดับคุณลักษณะส่วนตัว (พื้นที่ในบ้าน :ระดับตัวเอง) ได้แก่
 1. อาชีพและแรงงาน
 2. สุขภาพและความงาม
 3. บุคลิกภาพ การแต่งกาย
 4. การดูแลบ้าน งานครัว
 5. การป้องกันตนเอง
 6. สิทธิสตรี

- เนื้อหาระดับครอบครัว (พื้นที่ในบ้าน :ระดับครอบครัว) ได้แก่
 1. ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว
 2. ความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก

- เนื้อหาระดับอื่นๆ เช่น
 1. การทักทาย
 2. การแจ้งข้อมูลหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสาร
 3. คติธรรม
 4. ตี ชม หรือเสนอแนะ ต่อรายการ พิธีกร และกิจกรรมของรายการ

เป็นต้น

ภาคผนวก ข

บทสัมภาษณ์ผู้ดูแลการผลิตรายการ 30 ยังแจ๋ว รายการสถานีสนามเป้า และรายการจุมกมด

และ

บทสัมภาษณ์ผู้ดูแลการนำเสนอเนื้อหา SMS ในรายการจุมกมด

บทสัมภาษณ์คุณชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ
ผู้ดูแลการผลิตรายการเล่าข่าวสำหรับสตรี “30 ยังแจ๋ว”

สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดี ที่ 27 ธันวาคม พ.ศ. 2550 ณ อาคารมาลีนนท์ 2

เวลา 11.00 – 11.30 น.

● **ประวัติความเป็นมาของรายการ**

รายการนี้เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2548 ซึ่งกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มแม่บ้านวัย 30 ปีขึ้นไปและมีการเปิดให้ผู้ชมทางบ้านแสดงความคิดเห็นทาง SMS เพราะมันเป็นกระแสนิยมและโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่แทบจะกลายเป็นปัจจัยที่ 5 ซึ่งการส่ง SMS นั้นเป็นวิธีการที่สะดวก ประหยัดและรวดเร็ว เราเลยดึงเอา SMS ที่สามารถติดต่อได้อย่างรวดเร็วมาใช้ในรายการด้วย กล่าวคือแทนที่คุณจะส่ง SMS ระหว่างบุคคล คุณก็ส่งผ่านรายการ รายการก็จะเป็นตัวสื่อกลางในการเชื่อมเราไปสู่สังคมคนอื่นๆ และคนอื่นๆก็จะเชื่อมกับเราผ่าน SMS ด้วยเหมือนกัน

ในช่วงแรกของการจัดตั้งรายการ ในส่วนของ SMS ยังไม่มีการกำหนดหัวข้อ ต่อมาในพ.ศ. 2550 ได้มีการกำหนดหัวข้อ “ร่วมส่ง SMS ทำดีเพื่อพ่อ และ พุดคุยเรื่องสุขภาพความงาม” ทั้งนี้เนื้อหา SMS ที่ส่งมามากที่สุดเป็นเรื่องของการตั้งครรภ์และการเลี้ยงดูบุตร ซึ่งอาจเป็นเพราะหนึ่งในพิธีกรกำลังตั้งครรภ์ก็เป็นได้

● **กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SMS**

SMS ที่ส่งมาในรายการจะมีเจ้าหน้าที่ 2 คนทำหน้าที่กลั่นกรองและคัดเลือก SMS ซึ่งจะมีการกำหนดในการคัดเลือกคือ

1. เป็นข้อความซึ่งเป็นข้อเท็จจริง
2. เป็นข้อมูลที่เคยนำเสนอในรายการ
3. เป็นข้อความที่มีการตรวจสอบแล้ว
4. ไม่มีการโฆษณาแฝง

อย่างตอนนี้คนจะสนใจกันมากเรื่องกาแฟลดความอ้วน ซึ่งเราจะไม่มีการขึ้นเบอร์ หรือจะมีพวกอ้างสรรพคุณยาลูกกลอนของหมอนั้น หมอนี้ดี ช่วยลดน้ำหนัก ชับคาบปลา อันนี้เราจะไม่ขึ้นเลย เพราะเราไม่รู้ว่่าสิ่งที่ส่งมาจริงหรือไม่จริง โฆษณาชวนเชื่อหรือไม่

- จำนวนความนิยมในการส่ง SMS จากผู้ชมรายการในแต่ละวัน

ช่วงเวลา 30 นาทีในการออกอากาศ หากตัดโฆษณาออกแล้วจะเหลือการนำเสนอจริงๆ เพียง 20 นาที ซึ่งสามารถนำ SMS จากทางบ้านมาลงได้แค่ 80 ข้อความเท่านั้น แต่จำนวน SMS ที่ส่งมาจริงๆ ในรายการมีทั้งหมด 300 - 500 ข้อความต่อวัน

- ความนิยมและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้หญิงทาง SMS ผ่านรายการ

ส่วนมากข้อความจะเป็นผู้หญิงส่งมาเกือบทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ทาง SMS จะเป็นพวกแม่บ้านวัย 30 กว่าๆที่มีความทันสมัย ใช้โทรศัพท์มือถือส่ง SMS ได้ หรือไม่ก็จะเป็นคุณแม่มือใหม่ที่เพิ่งช่วงลาคลอด 3 เดือนก็เยอะ

- เนื้อหาที่ผู้หญิงนิยมส่งในรายการ ทาง SMS

เนื้อหา SMS ส่วนใหญ่เกี่ยวกับสุขภาพ เช่นลดความอ้วน ลดน้ำหนัก หน้าเป็นฝ้าจะทำยังไงดี และวิธีดูแลลูก ลูกสะดือแฉะจะต้องทำอย่างไร ทั้งหมดเป็นเรื่องเกี่ยวกับความงาม และลูกซึ่งตรงกับคอนเซ็ปต์และกลุ่มเป้าหมายของรายการพอดี สังเกตว่า SMS ไม่ใช่มีแค่ถาม แต่จะมีการตอบคำถามหรือบอกเล่าอยู่ด้วย เช่น SMS ส่งมาบอกว่าลูกเสียแล้วเมื่อวาน หรือน้องเนยเดินได้แล้วประมาณนี้ การส่ง SMS ในรายการมันเป็นเหมือนสังคมสังคมหนึ่งซึ่งไม่มีการแบ่งแยกชนชั้น จังหวัด ทุกคนคิดว่าตัวเองเป็นแฟนรายการแล้วเค้าจะไม่สนใจด้วยซ้ำว่าคุณเป็นใครมีอาชีพอะไรอยู่ในจังหวัดไหน เขาคิดแค่ว่าเป็นคุณแม่เหมือนกัน เป็นแฟนรายการเหมือนกัน

- การจัดการกับเนื้อหา SMS หลังจบรายการ

นอกจาก SMS ที่เข้ามาในรายการแล้ว จะมี SMS ที่เหลืออยู่จำนวนหนึ่งที่ไม่ได้ออกอากาศ ซึ่งทางรายการจะเก็บเป็นข้อมูลสถิติไว้วันต่อวัน และจะไม่เอา SMS ที่ค้างค้ำนั้นมาออกอากาศในวันรุ่งขึ้น นอกจากนี้รายการจะมีการคัดเลือกหัวข้อ SMS ที่ส่งเข้ามาถามมาที่สุดในเรื่องแม่และลูก มาตอบคำถามในวันพุธด้วย

- ประโยชน์ของ SMS

SMS ทางโทรทัศน์มันสามารถเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือสร้างสังคมใหม่ให้กับคนดูได้ นอกจากเรื่องสร้างสังคมแล้ว คนสมัยนี้ก็เชื่อ SMS มากกว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากด้วยซ้ำ โดยพิธีกรหรือรายการมันเหมือนเครื่องยืนยันหรือการตรวจสอบ เพราะออกอากาศให้คนจำนวนมากได้รับรู้ ผู้ชมจึงเชื่อเนื้อหาส่วนนี้เพราะถือว่าได้กลั่นกรองมาแล้ว ซึ่งทำให้รายการต้องพิจารณาการนำเสนอแบบรอบคอบที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์ ไม่สร้างผลเสียต่อผู้ชมและสังคม เราต้องรับผิดชอบเนื้อหาที่นำเสนอทางหน้าจอทีวีทั้งหมด

ส่วนที่พูดมานั้นคือประโยชน์ที่ผู้ชมได้จาก SMS ในรายการ รายการเองก็ได้รับผลประโยชน์จาก SMS เช่นกัน เพราะรายการได้รับทราบว่าผู้ชมรับรู้เนื้อหาได้มากแค่ไหน และทราบว่าผู้ชมอยากรู้อะไรบ้าง เราจะได้นำเสนอเนื้อหาให้ตรงจุดกับที่คนสนใจ ซึ่งมันก็ให้ประโยชน์กับรายการมากเลยนะคะ

**บทสัมภาษณ์คุณนวัช สงวนกุล
ผู้ดูแลการผลิตรายการเล่าข่าวทั่วไป “สถานีสนามเป้า”**

สัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดี ที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ณ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
เวลา 09.00 – 10.00 น.

● **ประวัติความเป็นมาของรายการ**

รายการสถานีสนามเป้าเริ่มขึ้นมาเมื่อประมาณ 3 ปีที่แล้ว (พ.ศ. 2549) ซึ่งเมื่อรายการออกอากาศไปสักช่วงหนึ่ง ทุกอย่างลงตัวจึงนำระบบ SMS เข้ามาใช้ แต่ช่วงแรกที่เป็นข่าวหนัก เช่น ข่าวการเมือง เราจะไม่มีการเปิดให้แสดงความคิดเห็น ถ้าสังเกตรายการสถานีสนามเป้ามี่ตั้งแต่ 7 โมงเช้า แต่ SMS จะไม่ได้ขึ้นช่วงแรก มามีตอนช่วงคุณณวัฒน์และคุณพรหมพรเท่านั้น ซึ่งเป็นข่าว lifestyle ปกิณกะ ข่าวบันเทิง ซึ่งเป็นข่าวเบาๆ เราจึงนำ SMS มาออกอากาศช่วงนี้เพื่อตัดปัญหาเนื่องจากสถานการณ์บ้านเมืองที่รุนแรง เต็มไปด้วยความขัดแย้ง ทำให้มี SMS ที่ใส่อารมณ์กันเยอะมาก

● **กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SMS**

กระบวนการของ SMS จะมีเจ้าหน้าที่ของบริษัทลิขสิทธิ์เบอร์ SMS คอยดูแลเรื่องนี้อยู่ โดยมีข้อกำหนดในการคัดเลือกเนื้อหา SMS คือต้องไม่หยาบคาย ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง หรือก่อให้เกิดผลเสียหายกับสังคม และไม่กระทบถึงบุคคลที่ 3 มันก็เหมือนกับเนื้อหาที่เราจะนำมาออกสื่อซึ่งต้องระวังเรื่องพวกนี้เหมือนกัน บางครั้งเราก็จะมีการดัดแปลงภาษาที่ใช้ หรือบางทีก็ต้องตัดทิ้งไปเลยถ้าไม่เหมาะสม สังเกตได้ว่าประเด็นความขัดแย้งจะไม่เอาออก ยุให้ดีขึ้น ด่าคนนั้นคนนี่ หรือด่านักการเมืองซี้โกง โดนไม่มีมูลนี่จะไม่เอาออกเลย เพราะจะมีปัญหาข้อกฎหมายตามมาในเรื่องคดีหมิ่นประมาท แต่ถ้าเป็นข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นในแนวทางสร้างสรรค์ก็สามารถนำมาออกได้

- จำนวนความนิยมในการส่ง SMS จากผู้ชมรายการในแต่ละวัน

ช่วงเวลา 30 นาทีในการออกอากาศอันนี้ยังไม่ได้ตัดโฆษณาออก จะขึ้นข้อความได้เพียงแค่ 125 ข้อความเท่านั้น แต่จริงๆ แล้วข้อความที่เข้ามาในรายการมีตั้งแต่ 200 - 1,000 ข้อความ ขึ้นอยู่กับความร่อนแรงของประเด็นในแต่ละวัน

- ความนิยมและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้หญิงทาง SMS ผ่านรายการ

รายการนี้มีผู้หญิงส่ง SMS เข้ามาเยอะ ไม่ใช่ว่าผู้หญิงดูรายการนี้มากกว่าผู้ชายนะ แต่ว่ามันน่าจะเป็นธรรมชาติของผู้หญิงที่มีเวลาเยอะ ว่าง ค่อนข้างเหงา อยากมีเพื่อนคุย และต้องการมีส่วนร่วมกับการ

- เนื้อหาที่ผู้หญิงนิยมส่งในรายการ ทาง SMS

เนื้อหา SMS จะเป็นไปตามเทศกาล หรือไม่ก็แสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมกับข่าวที่นำเสนอ มีอีกเนื้อหาหนึ่งที่พบมาใน SMS คือข้อความแบบฝากส่ง แทนที่จะโทรหากัน แต่ไม่กล้าทำส่งผ่านทางหน้าจอทีวี จะเห็นเยอะมากเลยในรายการ เช่น คิดถึงคนโน้นคนนี้ แสบขี้เบิรชเดียวกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นส่งมา และ SMS ของผู้หญิงที่ส่งเข้ามาขมพิริกร เช่น เลื้อผ้า หน้าผมก็มีเยอะเหมือนกัน

- การจัดการกับเนื้อหา SMS หลังจบรายการ

โดยส่วนใหญ่จะเก็บไว้เป็นแค่ข้อมูลทางสถิติ ว่ามีจำนวน SMS ที่ส่งเข้ามาในแต่ละวันเท่าไร แต่ถ้าเนื้อหา SMS บางอันที่น่าสนใจเราก็จะฝากไปถึงผู้ใหญ่ หรือไปหาข้อมูลเพิ่มเติมมาให้ หรือไม่ก็นำไปทำเป็นประเด็นข่าวต่อไป

• ประโยชน์ของ SMS

SMS มีประโยชน์กับรายการ 2 อย่างคือ

1. รายได้ ทางรายการจะมีบริษัทที่รับผิดชอบฟรี แต่จะได้รายได้จาก SMS ที่ส่งเข้ามาในรายการ ซึ่งผลประโยชน์จาก SMS แบ่งได้ออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนแรก 50% เข้าการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) และอีก 50% นั้นจะแบ่งกันระหว่างบริษัทที่ติดตั้งระบบกับเจ้าของรายการคนละครึ่ง แม้จะเป็นรายได้ที่ไม่มากนักเท่ารายได้อื่นแต่ก็ทำรายได้ส่วนหนึ่งให้กับรายการได้
2. เพิ่มเรตติ้ง เพราะคนดูมีส่วนร่วม ได้รับความสำคัญ และรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ยิ่งเวลา SMS ที่คนส่งเข้ามาแล้วพิธีกรพูดถึงด้วยแล้ว ผู้ชมที่บ้านจะรู้สึกเลยว่าเค้าเป็นส่วนหนึ่ง ดังนั้นเลยเป็นธรรมดาที่พิธีกรจะต้องพูดถึง SMS ที่ส่งเข้ามา ซึ่งอันนี้จะไม่มีการปิดขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในช่วงนั้น และพิธีกรจะดึงมาพูดออกอากาศ

SMS เป็นเหมือนเฟอริเจอร์รี่ให้กับรายการ มีก็ได้ ไม่มีก็ได้ แต่มีไว้ก็ดี เพื่อจะได้เป็นสีสันให้กับรายการ แต่ตอนนี้รายการได้มีการปรับช่วงคุณณวัฒน์และคุณพรหมพรโดยตัดออกไป เพราะรูปแบบซ้ำกับรายการใหม่ของทางช่องที่ออกอากาศต่อจากรายการของเรา ทำให้ทางรายการปิดการแสดงความคิดเห็นทาง SMS ไปด้วย เพราะตอนนี้ทางรายการนำเสนอเพียงประเด็นเรื่องข่าวเด่นและข่าวการเมืองซึ่งไม่สามารถเปิดให้ส่ง SMS ได้เพราะมันมีโอกาสเกิดปัญหาความขัดแย้งกันระหว่าง SMS สูง

บทสัมภาษณ์คุณอุปถัมภ์ เหลืองวัฒนาโชค
ผู้ดูแลการผลิตรายการเล่าข่าวทั่วไป “จุมูกมด”

สัมภาษณ์เมื่อวันศุกร์ ที่ 27 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2552 ณ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
เวลา 16.00 – 16.30 น.

- กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SMS

หลักเกณฑ์ในการเรื่อง SMS คือต้องไม่หยาบคาย ไม่ให้ร้ายเสียดสีผู้อื่น แล้วก็ต้องเป็นข้อความที่สร้างสรรค์ ไม่เป็นข้อความที่เป็นมิตรหรืออคติ เช่น ทำไมนายกเป็นแบบนี้ เราจะไม่เอาขึ้น แต่เราจะเลือกข้อความที่เป็นมิตร เช่น รักจุมูกมดหรือเข้านี้อากาศแจ่มใสขึ้นแทน สูงสุดที่รายการเคยได้รับ คือประเด็นของเสื้อเหลือง เคยมีถึงครั้งหนึ่งที่ไม่สามารถขึ้นได้ก็มีเพราะมันแรงมาก ซึ่งทางรายการจะมีเจ้าหน้าที่ 1 ท่าน คอยตรวจสอบข้อมูลอยู่ และต้องมีการปรับภาษา อย่างน้อยตัวสะกดต้องถูก โดย Producer จะตรวจสอบก่อนนำเสนออีกครั้ง เพราะคนดูจุมูกมดเป็นกลุ่มคนที่กว้าง เราต้องตรวจสอบข้อมูลให้ดี

- จำนวนความนิยมในการส่ง SMS จากผู้ชมรายการในแต่ละวัน

เริ่มแรกมีแค่ 300-400 ข้อความ สูงสุดที่เคยได้รับคือ 2,000 ข้อความ ทุกวันนี้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 1,500 ข้อความ ขึ้นอยู่กับประเด็นข่าวของวันนั้นที่มี และเคยมี SMS ถึงครั้งหนึ่งที่ออกอากาศไม่ได้ก็มี ยิ่งปิดเทอมนี้เด็กๆส่งเข้ามาเยอะ ภาษาแบบที่ใช้ใน MSN นี้เพียบเลย

- ความนิยมและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้หญิงทาง SMS ผ่านรายการ

ส่วนใหญ่คนที่ส่งมาผมว่าน่าจะเป็นผู้หญิงนะ ดูจากสำนวนที่ส่งมา ผู้หญิงที่เค้าอยู่บ้านนั่งดูทีวี แต่อย่างเรื่องฟุตบอลส่วนใหญ่นี้เป็นผู้ชายแน่นอน เพราะเค้าจะมีการทับถมกัน ถ้าเป็นเนื้อหาที่ไม่หยาบคายหรือไม่แรงมากก็จะเอาขึ้นให้

- เนื้อหาที่ผู้หญิงนิยมส่งในรายการ ทาง SMS

เนื้อหา SMS ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับประเด็นข่าวที่เกิดขึ้น และเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรายงานสภาพอากาศก็มีเข้ามาเยอะเหมือนกัน

- การจัดการกับเนื้อหา SMS หลังจบรายการ

โดยปกติแล้วเวลามี SMS เข้ามาก็จะนำออกอากาศในแต่ละวันแล้วก็จบไป อาจจะมีเก็บ Data รวมถึงเบอร์โทรศัพท์ เพื่อเป็นสถิติให้กับรายการ ในบางครั้งพิธีกรก็จะมีการตอบคำถามจาก SMS นั้นบ้าง เช่น ช่วงนี้คนสงสัยเรื่องเซ็กซ์ช่วยชาติเยอะ คนก็จะส่ง SMS มาถามกันมาก ว่าการเซ็กซ์คือเรื่องเป็นยังไง ต้องทำอะไรยังไง ซึ่งชาวบ้านทั่วไปเค้าจะไม่เข้าใจ จึงเป็นหน้าที่ที่พิธีกรจะอธิบายให้เข้าใจมากขึ้นโดยข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่เรามีอยู่แล้ว

- ประโยชน์ของ SMS

SMS ให้ประโยชน์กับรายการมากพอสมควร เรื่องรายได้นี้ไม่ใช่ปัจจัยหลัก แต่สิ่งที่เราได้คือ สามารถรับรู้ความต้องการของผู้ชมได้ ซึ่งการแบ่งผลประโยชน์ของ SMS ที่ส่งเข้ามาในรายการ จะแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือส่วนแรก 50% เข้าบริษัทนิมมีเดียซึ่งเป็นบริษัทที่จัดการเรื่อง SMS ในขณะที่อีก 50 เป็นรายได้ของช่อง 7

บทสัมภาษณ์คุณศุภราวดี เกษะประกร
หัวหน้าหน่วยสายงานปฏิบัติการ บ.บีบี ทวี นิวมีเดีย จำกัด
ผู้ดูแลการนำเสนอเนื้อหา SMS ในรายการเล่าข่าวทั่วไป “จุมกมด”

สัมภาษณ์เมื่อวันอังคาร ที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2552 ณ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7
เวลา 16.30 – 17.00 น.

● กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา SMS

เมื่อผู้ชมส่งข้อความ SMS มาทางโทรศัพท์มือถือ ข้อความเหล่านั้นจะถูกส่งเข้าไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ของเจ้าหน้าที่เพื่อทำการตรวจสอบ ก่อนขึ้นหน้าจอทีวี โดยมีข้อกำหนดในการตรวจสอบข้อความ คือ

1. ต้องไม่ใช่คำที่หยาบคาย รุนแรง
2. ต้องไม่ใช่คำที่ยั่วยุ ให้เกิดความขัดแย้ง

● จำนวนความนิยมในการส่ง SMS จากผู้ชมรายการในแต่ละวัน

วันหนึ่งมี SMS ส่งเข้ามาในรายการประมาณ 1,200 – 1,500 ข้อความ แต่สามารถออกอากาศได้เพียง 800 ข้อความ โดยส่วนมากจะเป็น SMS ของผู้ชาย และข้อความที่ไม่สามารถระบุเพศได้ก็เยอะ เพราะระบบซอฟต์แวร์ที่เขียนมา รับแต่เฉพาะหมายเลขที่ส่งเข้ามาในรายการ ถ้าไม่ระบุรับหรือค่ะ ก็ไม่รู้ว่าเป็นเพศไหน

● ความนิยมและการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้หญิงทาง SMS ผ่านรายการ

จำนวน SMS ของผู้หญิงจะมีจำนวน $\frac{1}{4}$ ของข้อความทั้งหมดในแต่ละวัน ซึ่งก็ถือว่าไม่น้อยเลยทีเดียว

- เนื้อหาที่ผู้หญิงนิยมส่งในรายการ ทาง SMS

ผู้หญิงจะส่ง SMS เข้ามามากต่อประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิง เช่น ผู้หญิงถูกคุกคามทางเพศ ข่าวราชการรังแกผู้หญิง เด็กทำร้ายเด็กด้วยกันเอง และเป็นที่น่าสนใจว่าในปัจจุบัน ผู้หญิงเริ่มแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องที่เป็นผู้ชายมากขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของกีฬาเยอะมากขึ้น เช่นการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ซึ่งจำนวน SMS ที่ผู้หญิงส่งเข้ามาในช่วง 1-2 ปีหลังโดยเฉพาะช่วงแข่งขันจะมี SMS ของผู้หญิงเรื่องฟุตบอลจำนวนมาก

- การจัดการกับเนื้อหา SMS หลังจบรายการ

สำหรับ SMS ที่ส่งเข้ามาในรายการนั้น ทางรายการจะเก็บไว้เป็น data base ในแต่ละวันเพื่อเก็บไว้เป็นสถิติสำหรับรายการเอง

- ประโยชน์ของ SMS

SMS ที่ส่งเข้ามาในรายการมีประโยชน์มากโดยเฉพาะต่อผู้ชม สามารถแยกได้เป็น 3 หัวข้อใหญ่ คือ

1. เป็นช่องทางหนึ่งให้ผู้ชมที่บ้านแจ้งเบาะแสและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นที่อยู่ในสังคม
2. ผู้ใช้บริการสามารถแจ้งข่าวสาร หรือสื่อสารกัน เป็นช่องทางที่คนอยู่ใน 76 จังหวัดเอาเรื่องมาสื่อสารกัน เช่น ข้อความที่พบมาก คือ รายงานสภาพภูมิอากาศ ทำให้รู้ว่าคนแต่ละจังหวัด แต่ละภูมิภาคเป็นอย่างไร
3. รายได้เข้าสถานี แต่มันเป็นรายได้ที่ไม่มากมายนักถ้าเทียบกับรายได้อื่นๆ เช่น โฆษณา

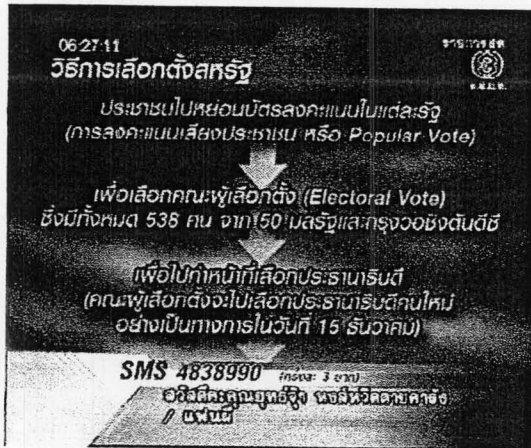
ภาคผนวก ค

ตัวอย่างภาพ ลักษณะการสื่อสารของเพศหญิง
ในรายการเล่าข่าวทั่วไปและรายการเล่าข่าวสำหรับสตรี

ลักษณะการสื่อสารของเพศหญิงในรายการเล่าข่าวทั่วไป

วิธีการสื่อสารของเพศหญิงในรายการเล่าข่าวทั่วไป แบ่งออกได้เป็น 8 ประเภท ดังนี้

1. การเลียนแบบการแสดงความคิดเห็นของเพศชาย



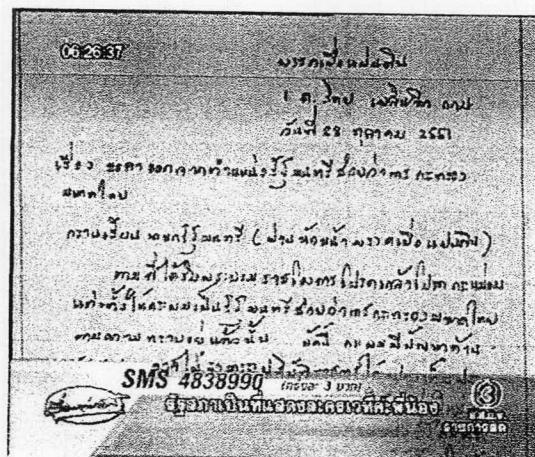
(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 29 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 13 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการจุมมุด 20 ตุลาคม 2551)

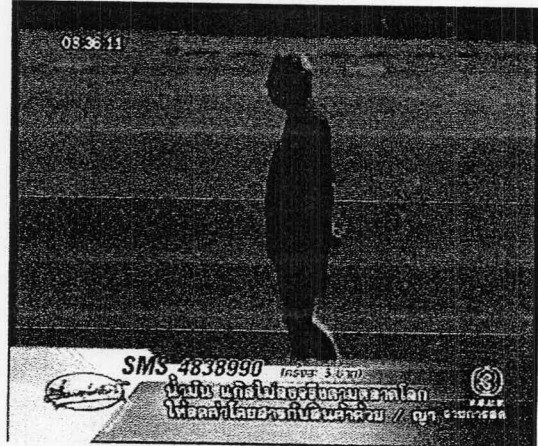


(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 29 ตุลาคม 2551)

2. การหยิบยกเรื่องใกล้ตัวมานำเสนอในการเปิดประเด็น



(เทปรายการสยามเช้านี้ 2 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 22 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการข่าวข้นคนข่าว 30 กันยายน 2551)



(เทปรายการข่าวข้นคนข่าว 30 กันยายน 2551)

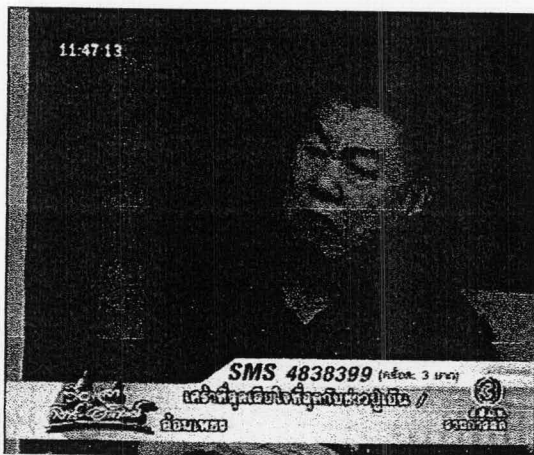
3. การแสดงความรู้สึกและอารมณ์ผ่านเนื้อหา SMS



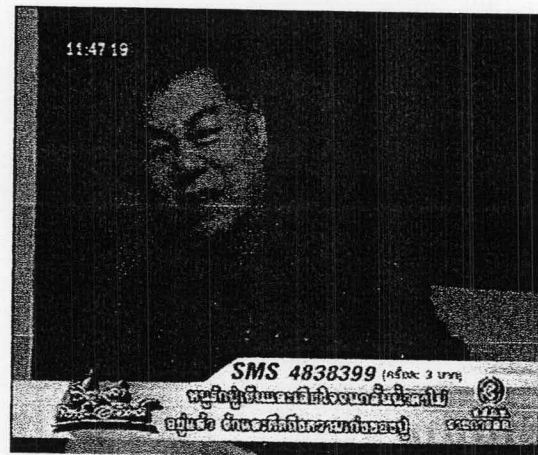
(เทปรายการสถานีสนามเป้า 27 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ 12 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ 12 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเสาร์-อาทิตย์ 12 ตุลาคม 2551)

6. วิธีการเขียนมีลักษณะพรรณนา และเป็นรูปแบบประโยคสนทนา



(เทปรายการสถานีสนามเป้า 16 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 17 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 17 พฤศจิกายน 2551)

7. การทักทาย ห่วงใยเอื้ออาทรและให้กำลังใจ



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 10 กันยายน 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 29 กันยายน 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 29 กันยายน 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 5 พฤศจิกายน 2551)

8. มีการใช้ภาษาที่นอบน้อม อ่อนโยน



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 27 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการเรื่องเล่าเช้านี้ 10 กันยายน 2551)



(เทปรายการข่าวข้นคนข่าว 27 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการข่าวข้นคนข่าว 27 ตุลาคม 2551)

ลักษณะการสื่อสารของเพศหญิงในรายการเล่าข่าวสำหรับสตรี

วิธีการสื่อสารของเพศหญิงในรายการเล่าข่าวสำหรับสตรี แบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. การหยิบยกเรื่องส่วนตัวมานำเสนอในการเปิดประเด็นและแสดงความคิดเห็น



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 20 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 20 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 3 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 3 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 5 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 5 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 21 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 3 พฤศจิกายน 2551)

2. การแสดงความรู้สึกและอารมณ์ผ่านเนื้อหา SMS



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 5 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 10 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 10 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 10 พฤศจิกายน 2551)

3. การสื่อสารที่แสดงถึงความผูกพันต่อพิธีกรและผู้ส่ง SMS บุคคลอื่น



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 20 ตุลาคม 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 22 ตุลาคม 2551)

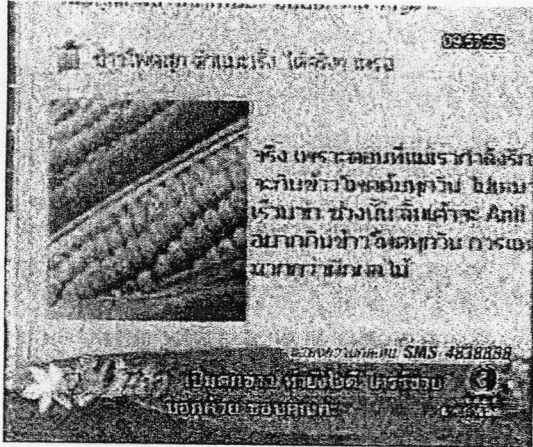


(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 3 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 5 พฤศจิกายน 2551)

4. มีลักษณะการโต้ตอบระหว่าง SMS



ขอคำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 2 กันยายน 2551)



ให้คำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 2 กันยายน 2551)



ขอคำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 23 กันยายน 2551)



ให้คำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 23 กันยายน 2551)



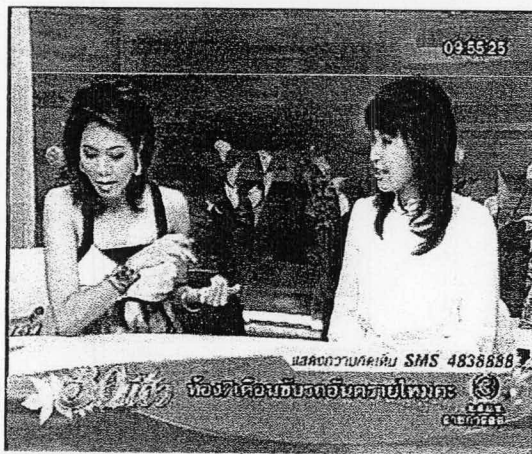
ขอคำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 23 กันยายน 2551)



ให้คำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 23 กันยายน 2551)



ขอคำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 21 พฤศจิกายน 2551)

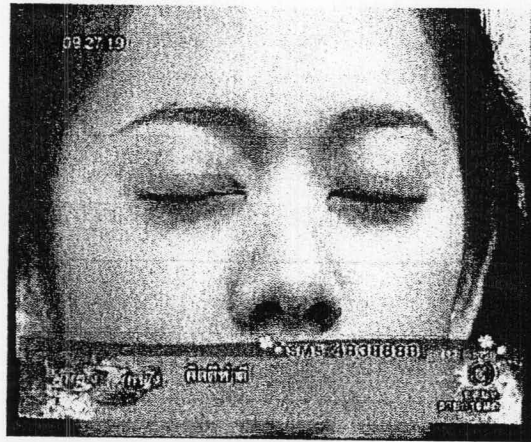


ให้คำแนะนำ

(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 21 พฤศจิกายน 2551)

5. วิธีการเขียนมีลักษณะพรรณนา และเป็นรูปแบบประโยคสนทนา

- ตัวอย่างวิธีการเขียนลักษณะพรรณนา 1 ประโยค



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 30 กันยายน 2551)

- ตัวอย่างรูปแบบประโยคสนทนา



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 1 กันยายน 2551)



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 1 กันยายน 2551)

6. การแสดงความเข้าอกเข้าใจ ห่วงใยเชื้ออาหารและให้กำลังใจ



(เทปรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง 3 กันยายน 2551)



(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 30 กันยายน 2551)



(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 21 พฤศจิกายน 2551)



(เทปรายการ 30 ยังแจ๋ว 21 พฤศจิกายน 2551)



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปณยุช ยอแสงรัตน์ เกิดเมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2526 สำเร็จ การศึกษาสังคมสงเคราะห์ศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี การศึกษา 2546 และเข้ารับการศึกษาต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสาร มวลชนคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550 และสำเร็จการศึกษาใน ปี 2551 ปัจจุบันทำงานด้านการจัดงานประชสัมพันธ์ (Organizer) ของ บ.สแปน คอร์ปอเรท คอมมิวนิเคชั่น ในตำแหน่ง Account Executive