

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน 5 รายการ ได้แก่ รายการผู้หญิง ผู้หญิง รายการเพื่อนหญิงพลังหญิง รายการศุกร์สบาย รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ และรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง มีจุดร่วมในการนำเสนอเนื้อหา ดังนี้คือ

1.1 จุดร่วมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

1. พิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความเป็นกันเองพูดคุยกับผู้ชม ผู้ร่วมรายการ ในลักษณะการชี้แนะให้ข้อมูล แก้ไขปัญหา โดยพิธีกรรายการถือเป็นจุดเด่นที่สร้างบรรยากาศและภาพลักษณ์ของรายการให้มีลักษณะพูดคุยกันแบบผู้หญิงผู้หญิง พิธีกรของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีไม่จำเป็นต้องเป็นดารามักจะเน้นที่บุคลิกภาพเป็นหลัก คือเป็นผู้หญิงที่มีบุคลิกคล่องแคล่ว ทันสมัย มีความรู้ มีชื่อเสียงจากผลการทำงานเป็นที่ยอมรับ และมีความน่าเชื่อถือ เป็นแบบอย่างของผู้หญิงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี บุคลิกลักษณะของพิธีกรจะมีความสอดคล้องกับรูปแบบเนื้อหาของรายการ รวมไปถึงมีลักษณะใกล้เคียง เป็นต้นแบบ (role model) แก่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายของรายการนั้นๆ ด้วย
2. เนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความหลากหลายในเรื่องกว้างๆ ที่เป็นความรู้พื้นฐานของผู้หญิง แต่ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเบาๆ คือเป็นเรื่องที่ดูแล้วไม่เครียด ถ้าเป็นปัญหาก็จะเป็นเรื่องชีวิตประจำวันและเรื่องความสวยความงาม เรื่องเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่ปัญหาใหญ่หรือปัญหาหนักที่ยากแก่การแก้ไขใกล้ตัวตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ชมที่ต้องการทราบข้อมูลใดก็สามารถหาได้จากรายการเกี่ยวกับเรื่องการเสริมสวย สุขภาพ ในเรื่องใกล้ตัวเสนอเรื่องความเป็นไปในสังคม การท่องเที่ยว เปิดมุมมองโลกภายนอกให้แก่สตรี ส่วนเรื่องรอบตัวเกี่ยวกับครอบครัวพบว่ารายการไม่มีการยกประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ต่างๆ ในครอบครัวเป็นหลักจึงมีการนำเสนอน้อย

3. บรรยายภาคในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีลักษณะที่ดูสบาย เนื้อหารายการเป็นแนวนิยายสารวาไรตี้ บรรยายภาคในการนำเสนอจึงไม่หนัก เน้นนำเสนอสาระบันเทิง ความสนุกสนาน
4. ช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกันคือ ช่วงเช้าตั้งแต่เวลาประมาณ 7.00 – 10.00 น. เนื่องจากเป็นเวลาที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายสามารถเปิดรับชมรายการได้ แม่บ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานอยู่กับบ้านเปิดรับชมเวลาทำงานบ้านในตอนเช้า นิสิตนักศึกษาดูช่วงก่อนไปเรียน และผู้หญิงทำงานนอกบ้านมีโอกาสดูก่อนหรือเมื่อไปถึงที่ทำงาน การออกอากาศช่วงเช้าและในวันหยุดจึงมีความสอดคล้องกับเวลาที่กลุ่มสตรีสามารถเปิดชมได้
5. จากการวิเคราะห์ลักษณะรายการเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารการกิน การทำอาหาร เป็นหัวข้อเรื่องที่มีความสำคัญสอดแทรกอยู่ในรายการสำหรับสตรีทุกรายการ แสดงให้เห็นว่าเรื่องอาหารยังคงมีความสัมพันธ์ และจำเป็นที่ผู้หญิงไม่อาจละเลยได้ หากไม่สาธิตวิธีการปรุงอาหาร ก็จะเป็นการแนะนำร้านอาหารที่น่าสนใจออกไปรับประทานนอกบ้านได้ เป็นการประยุกต์การนำเสนอเนื้อหาตามวิถีการดำเนินชีวิต และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป
6. รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการสัมภาษณ์แขกรับเชิญเป็นช่วงหลักในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งช่วงสัมภาษณ์นี้จะป็นช่วงหลักที่สะท้อนภาพลักษณ์ของรายการว่าต้องการนำเสนอเนื้อหาเน้นหนักในด้านใด เช่น รายการเพื่อนหญิงพลังหญิง มีประเด็นการสัมภาษณ์ในเรื่องปัญหาสังคม การแพทย์ การงานอาชีพ มากกว่าเรื่องความงาม ต่างกับรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิงที่มีประเด็นเรื่องความงามเป็นส่วนใหญ่
7. รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน ทุกรายการจะมีการสอดแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์ควบคู่ไปในแต่ละช่วงของรายการอย่างชัดเจนทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงที่พบคือการเป็นผู้อุปถัมภ์ทั้งช่วงของรายการ โดยนำชื่อสินค้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อช่วงรายการและสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นโดยแขกรับเชิญ ทางอ้อมคือนำผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประกอบในบทสนทนาในช่วงสัมภาษณ์ และขึ้นเบอร์โทรศัพท์ติดต่อไว้ที่มุมใดมุมหนึ่งของจอโทรทัศน์

1.2 จุดร่วมของพิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

1. พิธีกรรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นผู้มีชื่อเสียงจากการทำงานมากกว่าภาพพจน์การเป็นดารา คือ พิธีกรรายการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงจากงานพิธีกรมาแล้วทั้งสิ้น เช่น คุณดวงดาว จารุจินดา คุณเพชร พรหมช่วย คุณศิริบุรณ์ ญัฐพันธ์ เป็นต้น
2. พิธีกรรายการโทรทัศน์รูปแบบวาไรตี้สำหรับสตรีต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ ในขอบเขตที่กว้างๆ ที่เรียกได้ว่า เป็นผู้หญิงที่รอบรู้ แม้ว่าอาจจะไม่ต้องรู้ทุกเรื่องอย่างลึกซึ้ง แต่ต้องมากพอที่จะวิเคราะห์ข้อมูลและสามารถถ่ายทอดความรู้ที่มีให้แก่มชได้อย่างถูกต้องชัดเจน
3. การใช้ภาษาในการสื่อสารของพิธีกรโทรทัศน์สำหรับสตรีทุกรายการเป็นไปอย่างถูกต้องอักขรวิธี การใช้สำนวนพุดจาและการแสดงกิริยามารยาทต้องมีความสุภาพเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้หญิงในสังคมปัจจุบันได้ แต่พิธีกรก็มีความเป็นธรรมชาติ สามารถแสดงอารมณ์ร่วมไปกับเรื่องราวที่น่าเสนอและรูปแบบของรายการได้อย่างเหมาะสม โดยการนำเสนอเนื้อหาที่พิธีกรจะพูดคุยกับผู้ชมอย่างเป็นกันเอง ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับการ์ด้วย
4. พิธีกรรายการมีบุคลิกที่สอดคล้องกับลักษณะของรายการรูปแบบนิตยสารวาไรตี้สำหรับสตรีที่น่าเสนอเรื่องราวสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องความเป็นไปในสังคม ข้อมูล เหตุการณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับผู้หญิง ในบรรยากาศการนำเสนอเนื้อหาแบบสบายๆ เป็นกันเอง โดยแฝงความบันเทิงด้วย พิธีกรแต่ละรายการจึงมีการแสดงบทบาทที่เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะของรายการ เช่น รายการศุกร์สบาย พิธีกรคือ คุณวิศรา ลีธีระกุล และคุณอรวิศา กำธรเจริญ ก็มีบุคลิกที่เป็นกันเอง สนุกสนาน และสบายๆ ดังเช่นลักษณะของรายการ
5. เมื่อเทียบกับพิธีกรรายการอื่นๆ พบว่า พิธีกรรายการผู้หญิงนั้นต้องมีลักษณะโดดเด่นในเรื่องความสามารถในการทำงาน ทักษะในเรื่องที่น่าเสนอต้องแม้จะมีความเป็นกันเองกับผู้ชมมากเพียงใดแต่จุดหนึ่งที่สำคัญคือต้องมีลักษณะก้าวร้าวหน้าผู้ชมกลุ่มเป้าหมายไปก้าวหนึ่ง ซึ่งสามารถเป็นต้นแบบ เป็นแบบอย่างแก่ผู้หญิงที่ติดตามชมรายการได้ เป็นการสร้างความเชื่อถือในข้อมูลที่น่าเสนอแก่ผู้ชมนั่นเอง

1.3 การโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

รายการผู้หญิง ผู้หญิง รายการมีโฆษณา 2 ประเภท ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ และการพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ ส่วนในการแฝงโฆษณาในเนื้อหารายการนั้นจะพบบ้างในช่วงผู้หญิงชวนคุย ลักษณะสินค้าที่แฝงนั้นไม่ใช่การขายเป็นหลัก แต่เน้นการให้ข้อมูลมากกว่า

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง มีโฆษณา 2 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้น รายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ

รายการศูร์สบาย รายการศูร์สบาย มีโฆษณา 3 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และสนับสนุนทั้งช่วงรายการ

รายการเลดีส์คอร์ดเนอร์ มีโฆษณา 3 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และสนับสนุนทั้งช่วงรายการ ได้แก่ ช่วง Looking Good by ไทกุนุสี โมโนกาดาริ ช่วงตอกย้ำความอร่อยกับคาร์เนชั่น และช่วง Foot Tips by Scholl

การแฝงโฆษณาในเนื้อหาที่รายการนำเสนอ นั้นจะไม่จำกัดว่าเป็นการขายสินค้าโดยเฉพาะ เนื่องจากรูปแบบรายการเป็นการนำเสนอภาพสลับๆ ข่าววงการบันเทิง งานแฟชั่นโชว์ งานเปิดตัวสินค้า หรือกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นการนำเสนอที่ตัวบุคคลที่เป็นดารา หรือเรื่องแฟชั่น ความทันสมัยเป็นหลัก ฉะนั้นเรื่องเหล่านี้จึงต้องมีความสัมพันธ์กับสินค้าโดยปริยาย

รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง รายการมีการโฆษณาครบทั้ง 4 ประเภทในรายการ ได้แก่ การโฆษณาค้นรายการ การพูดโฆษณาประจำช่วงรายการ และการสนับสนุนทั้งช่วงรายการ

การสนับสนุนทั้งช่วงของรายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง จะพบในเกือบทุกช่วงของรายการ ซึ่งมีเนื้อหาที่สัมพันธ์กับสินค้าทั้งสิ้น

การเสนอเนื้อหาที่แฝงการโฆษณาพบมากในช่วงสัมภาษณ์ของรายการมีการนำเสนอเนื้อหาเช่นนี้อยู่มากกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อหาที่นำเสนอในช่วงนี้ทั้งหมด

จากการวิเคราะห์เนื้อหาแฝงโฆษณาในรายการผู้หญิงนี้พบว่าการนำเสนอเช่นนี้ในเกือบทุกรายการ ในช่วงสัมภาษณ์แล้วแต่ปริมาณมากน้อยต่างกัน

ประเด็นเรื่องโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้นรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ไม่มีการศึกษาไว้ แต่ผู้วิจัยได้เทียบกับชื่อช่วงรายการต่างๆ ซึ่งมองเห็นได้ชัดเจน พบว่าการสนับสนุนทั้งช่วงรายการนั้นแทบไม่ปรากฏในรายการเหล่านั้น ส่วนเนื้อหาที่แฝงโฆษณานั้น ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีปรากฏบ้างแต่คงไม่มากเท่ารายการในปี 2545 จากการศึกษาเรื่องโฆษณานี้ ทำให้มีความเข้าใจในเรื่องการส่งเสริมการขายสินค้า และภาพลักษณ์ของรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้หญิงในปัจจุบันว่า การส่งเสริมการขายสินค้าในยุคนี้นี้ ได้พยายามเข้าใกล้ผู้ชมมากขึ้น การหลีกเลี่ยงเนื้อหาโฆษณาจึงเป็นไปได้ยากและหากต้องการชมรายการก็จำเป็นต้องรับชมเนื้อหาเช่นนี้ไปด้วยนั่นเอง

ยิ่งเนื้อหารายการที่นำเสนอจัดทำได้น่าสนใจมากเท่าใด ผู้ชมจะเกิดความเชื่อได้มากเท่านั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และจดจำของผู้ชมอย่างยิ่ง เมื่อมีการตอกย้ำเนื้อหาเหล่านั้นบ่อยจนเกิดการซึมซับรับรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น อาจนำไปสู่ผลสำเร็จในการส่งเสริมการขายให้สินค้านั้นยิ่งขึ้นก็เป็นได้ เมื่อเป็นเช่นนี้เจ้าของสินค้าจำนวนมากจึงเลือกใช้ช่องทางนี้ ในการโฆษณาสินค้าของตน ส่งผลให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีภาพลักษณ์ในการเสนอเนื้อหาเชิงพาณิชย์โดดเด่นกว่าเนื้อหาสาระประโยชน์ที่ไม่ยึดติดกับสินค้าใดทำให้เนื้อหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจไม่ได้รับการนำเสนอต่อผู้ชมอย่างแท้จริง

2. การนำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาสตรี ภาพลักษณ์สตรี ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน

การนำเสนอเนื้อหาในการพัฒนาสตรี ภาพลักษณ์สตรี ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน พบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนำเสนอเนื้อหาในระดับตนเองมากที่สุด รองลงมาคือระดับโลกภายนอก และระดับครอบครัวเป็นอันดับสุดท้าย

ในการวิเคราะห์ปริมาณระดับการพัฒนาสตรีที่ปรากฏในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแต่ละรายการตามระดับค่าเฉลี่ยร้อยละได้ผลดังนี้

รายการผู้หญิง ผู้หญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ร้อยละ 52.5 ระดับครอบครัว ร้อยละ 2.5 และระดับโลกภายนอก ร้อยละ 45

รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ร้อยละ 20 ระดับครอบครัว ร้อยละ 7.5 และระดับโลกภายนอก ร้อยละ 72.5

รายการสุภัสบาย นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ร้อยละ 85 ระดับโลกภายนอก ร้อยละ 15 ไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาพัฒนาในระดับครอบครัว

รายการเลดีส์ คอร์เนอร์ นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ร้อยละ 67.93 ระดับโลกภายนอก ร้อยละ 32.07 ไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

รายการครอบครัวเรื่องผู้หญิง นำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ร้อยละ 61.91 ระดับครอบครัว ร้อยละ 4.76 และระดับโลกภายนอก ร้อยละ 33.33

จากการวิเคราะห์ระดับการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้ง 5 รายการพบว่า

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาตนเองมากที่สุด มีเพียงรายการเพื่อนหญิงพลังหญิงเท่านั้นที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเนื้อหาที่สัมพันธ์กับระดับการพัฒนาสตรีที่รายการนำเสนอจะเน้นในระดับคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมากที่สุด แต่เมื่อมองในภาพรวมแล้วจะพบว่าเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับระดับครอบครัวและระดับการมีส่วนร่วมในสังคมโลกภายนอกอย่างแยกไม่ออก เพียงแต่เรื่องส่วนตัวเป็นเนื้อหาที่แสดงออกทางพฤติกรรม เป็นการพัฒนาระดับภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการเสริมความงาม การออกกำลังกาย และทักษะเรื่องกรบ้าน การเรือนของสตรีต่างๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน เรื่องครอบครัวนั้นแม้จะมีการเสนอน้อย แต่การส่งเสริมเรื่องพื้นฐานแก่สตรีก็เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัวไปในเวลาเดียวกัน ส่วนในเรื่องโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมนั้น ทางรายการนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้เป็นเรื่องที่ไม่สามารถปฏิบัติได้ใกล้ตัว แต่จะเป็นประสบการณ์ การเรียนรู้ในข้อมูลความรู้ที่ได้รับเพื่อนำ

ไปให้นอกบ้านได้ หรือเป็นข้อมูลเพื่อเพิ่มคลังความรู้ของผู้ชมให้กว้างไกลมากขึ้นนั่นเอง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวหรือร้านอาหารต่างๆ การเข้าสู่สังคม

จากการวิเคราะห์ปริมาณเนื้อหาโดยรวมที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันพบว่า มีความสอดคล้องกับลักษณะ แนวคิด และภาพลักษณ์ของรายการแต่ละรายการ
นั้นเอง

2.1 หัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับตนเอง

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีระดับตนเอง 125 ครั้ง

ลำดับที่ 1 เรื่องสุขภาพและความงามมากที่สุดถึง 47 ครั้ง

ลำดับที่ 2 เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว 40 ครั้ง

ลำดับที่ 3 เรื่องแง่คิดการดำเนินชีวิต 14 ครั้ง

ลำดับที่ 4 เรื่องงานประดิษฐ์ 10 ครั้ง

ลำดับที่ 5 เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย 7 ครั้ง

ลำดับที่ 5 เรื่องอาชีพ การงาน 6 ครั้ง

ลำดับสุดท้าย เรื่องการป้องกันตนเอง 1 ครั้ง

ไม่ปรากฏการนำเสนอเรื่องการศึกษาและสิทธิสตรีแต่อย่างใด

เนื้อหาในเรื่องสุขภาพความงาม พบว่าเกือบทุกรายการนำเสนอเรื่องนี้ในปริมาณที่มากกว่าเนื้อหาเรื่องอื่นๆ จากการวิเคราะห์โดยละเอียดสามารถแบ่งหัวข้อย่อยได้ 2 หัวข้อคือ เรื่องที่เกี่ยวกับสุขภาพทั่วไปของสตรีนั้นมีทั้งหมด 13 เรื่อง ส่วนเรื่องการเสริมความงามของสตรีนั้นมี 34 ครั้ง เนื้อหาในเรื่องสุขภาพความงามที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำเสนอนั้น เป็นเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกายทั่วไป เป็นหลักการเบื้องต้นในการป้องกันการเกิดโรคต่างๆ เรื่องความงามเป็นการเสริมความงามด้วยวิธีง่ายๆ

เนื้อหาเรื่องการดูแลบ้านและงานครัวที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำเสนอนั้นเกี่ยวกับการทำอาหาร เคล็ดลับการทำความสะดวกสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน และการตกแต่งบ้าน

เนื้อหาเรื่องแง่คิดในการดำเนินชีวิต เป็นการพูดถึงวิธีการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายเพื่อทำให้จิตใจเป็นสุข การสร้างความมั่นใจแก่ตนเอง

เนื้อหาเกี่ยวกับบุคลิกภาพและการแต่งกาย การแต่งกายให้ถูกกาลเทศะ

เนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพ การงาน เสนอทางเลือกในการประกอบอาชีพแก่สตรี การทำธุรกิจ ขนาดย่อม การส่งเสริมการฝึกอาชีพสตรี

เนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันตนเอง เป็นการเตือนภัยจากประสบการณ์ของผู้หญิง

จากการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัว สรุปได้ว่า หัวข้อเรื่องที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพและความงามเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัวที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิง ไม่ว่าจะผู้หญิงจะมีอาชีพหน้าที่หรือมีบทบาทสำคัญเพียงใดในสังคม ผู้หญิงก็ยังให้ความสำคัญในการดูแลตนเองอยู่ดี ในเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ก็เป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่ปรากฏในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมาก แม้เศรษฐกิจและสังคมจะเปลี่ยนไปผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงและมั่นคง ภาระหน้าที่เหล่านี้ก็อาจได้รับการแบ่งเบาโดยการแบ่งงานกันทำระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือมีแม่บ้านรับหน้าที่ในส่วนนี้ แต่อย่างไรก็ตามผู้หญิงก็ไม่อาจตัดขาดจากงานบ้านอย่างสิ้นเชิงได้ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีจึงต้องเสนอเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้หญิงในเรื่องเหล่านี้ด้วยนั่นเอง

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพความงามเป็นสิ่งที่สามารถนำเสนอและปฏิบัติได้ชัดเจนเห็นเป็นรูปธรรมกว่า ซึ่งเมื่อพิจารณาประกอบกับวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตรายการ ในประเด็นนี้ พบว่า ผู้ผลิตได้วาง ภาพลักษณ์สตรีแบบ “ผู้หญิงยุคใหม่” หรือ “ผู้หญิงทำงาน” (working woman) ซึ่งทำงานเก่งทั้งในบ้าน นอกบ้าน อย่างสมบูรณ์ ไว้เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิง เป็นภาพด้านบวกเพียงด้านเดียว ไม่ว่าจะผู้หญิงจะมีอาชีพหน้าที่หรือมีบทบาทสำคัญเพียงใดในสังคม ผู้หญิงก็ยังต้องให้ความสำคัญในการดูแลตนเองให้สวยและบุคลิกดีอยู่นั่นเอง ผู้ผลิตมิได้มองปัญหาต่างๆ ที่ผู้หญิงต้องประสบในชีวิตจริงไม่ว่าจะเป็นเรื่อง การงาน การเงิน หรือเรื่องจิตใจ ซึ่งมาพร้อมกับบทบาทเช่นนี้ จึงมิได้คำนึงถึงขั้นตอนหรือขบวนการพัฒนาพลังภายในเรื่องความคิด และจิตใจของผู้หญิงเป็นสำคัญ มีการนำเสนอบ้างแต่ไม่เด่นเท่าเรื่องการพัฒนา สรีระภายนอก ซึ่งเรื่องเหล่านี้ น่าจะเป็นประโยชน์ และช่วยให้ผู้หญิงสามารถพัฒนาบทบาทในชีวิต ครอบครัวย การงาน และเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่ดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเป็นสุขมากกว่านั่นเอง

เมื่อนำข้อมูลเนื้อหารายการมาเปรียบเทียบกันเช่นนี้ทำให้ได้ข้อสังเกตประการหนึ่งที่สำคัญว่ารายการที่รายการผู้หญิงในปัจจุบันเน้นเนื้อหาด้านความงามและการดูแลบ้าน งานครัว จำนวนมากนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์ในรายการ กล่าวคือ ในปัจจุบันระบบอุปถัมภ์รายการ (Sponsor) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดเนื้อหาของรายการมากกว่ารายการผู้หญิงในปี 2537

2.2 หัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

การนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมี 6 ครั้ง

ลำดับที่ 1 เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว 5 ครั้ง

ลำดับที่ 2 เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก 1 ครั้ง

เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว เป็นความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก พ่อกับลูกเป็นส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้อง

เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก เป็นเรื่องการหาคู่ครอง

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาสตรีระดับครอบครัวที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนั้นมีน้อยมากเมื่อเทียบกับการพัฒนาสตรีระดับอื่นทั้งที่เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้หญิงทุกคน

นอกจากการนำเสนอเนื้อหาด้านครอบครัวในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน บางรายการ เช่น รายการผู้หญิง ผู้หญิง เพื่อนหญิง พลังหญิง จะน้อยมากแล้ว ในรายการสุกรี สบาย และรายการเลดีส์ คอร์เนอร์ ยังไม่ปรากฏการนำเสนอในเรื่องนี้แต่อย่างใด

ข้อที่น่าสนใจ คือเนื้อเรื่องที่นำเสนอในรายการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร ไม่ปรากฏเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคู่สามีภรรยาไม่ว่าด้านบวกหรือลบให้เห็นในรายการสำหรับสตรีในปัจจุบันเลย

เนื้อหาที่นำเสนอด้านครอบครัวในรายการผู้หญิงไม่มากเช่นนี้อาจเนื่องมาจากภาพลักษณ์ของรายการแนวนิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิงเป็นรายการที่ต้องการให้ผู้หญิงได้รับความรู้ ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดได้ เหมือนเป็นโลกส่วนตัวในการแสวงหา หลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงที่ต้องประสบอยู่แล้ว

แต่หากมองอีกนัยหนึ่ง อาจเนื่องมาจากการนำเสนอเนื้อหารายการใดรายการหนึ่ง ความชัดเจนของเนื้อหาที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์กับการพัฒนาสตรีมีระดับที่แตกต่างกันคือระดับคุณลักษณะส่วนตัวอาจมองเห็นได้ชัดเจนกว่าระดับครอบครัว แต่เนื้อหาในรายการนั้นย่อมมีความสัมพันธ์โยงใยถึงกันอย่างแยกไม่ออก การที่รายการส่งเสริมเรื่องสุขภาพความงามและงานบ้านแก่สตรีมากนั้นมีผลเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวระหว่างสามี ภรรยา หรือความสัมพันธ์ระหว่างพ่อ แม่ ลูก ไปโดยปริยาย กล่าวคือ ตามค่านิยม วิถีชีวิตในสังคมไทย ภรรยาหรือแม่บ้านควรดูแลตนเอง และไม่ขาดตกบกพร่องในเรื่องการดูแลบ้านและงานครัวด้วย จึงจะเรียกได้ว่าเป็นสตรีที่มีความเพียบพร้อม ฉะนั้น แม้รายการจะไม่นำเสนอเรื่องความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยตรง แต่การนำเสนอการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีก็มีความหมายโดยนัยที่สัมพันธ์กับการพัฒนาครอบครัวของสตรีให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.3 หัวข้อเรื่องการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอก

การนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีทั้งหมด 84 ครั้ง

- ลำดับที่ 1 เรื่องการท่องเที่ยว 14 ครั้ง
- ลำดับที่ 2 เรื่องการท่องเที่ยว 12 ครั้ง
- ลำดับที่ 3 เรื่องอาหาร 11 ครั้ง
- ลำดับที่ 4 เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ 10 ครั้ง
- ลำดับที่ 5 เรื่องวิทยาศาสตร์การแพทย์ 8 ครั้ง
- ลำดับที่ 6 เรื่องข้อมูลข่าวสารทั่วไป 8 ครั้ง
- ลำดับที่ 7 เรื่องศิลปวัฒนธรรม 6 ครั้ง
- ลำดับที่ 8 เรื่องสังคม 5 ครั้ง
- ลำดับที่ 9 เรื่องเทคโนโลยี 3 ครั้ง

เรื่องกิจกรรมและวัฒนธรรมวัยรุ่น เรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เรื่องคนพิการ
เรื่องละ 2 ครั้ง
เรื่องสัตว์เลี้ยง 1 ครั้ง

ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ไม่ปรากฏการนำเสนอเรื่องการเมือง และการเกษตร

เนื้อหาเรื่องการท่องเที่ยว มีการนำเสนอกระจายอยู่ในทุกรายการ เป็นการพาไปเที่ยวชมสถานที่พักตากอากาศตามต่างจังหวัด ต่างประเทศ

เนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลและวงการบันเทิง เป็นเรื่องเบื้องหน้าเบื้องหลังวงการบันเทิงและบุคคลมีชื่อเสียงต่างๆ

เนื้อหาเรื่องอาหารการกิน เป็นการแนะนำร้านอาหาร ให้ผู้ชมไปรับประทานโดยจะมอบส่วนลดให้ด้วย

เนื้อหาเรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ แนะนำธุรกิจใหม่ๆ ที่น่าสนใจ และเป็นการสร้างรายได้ในการส่งออกให้แก่ประเทศได้ด้วย

การนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกหรือการมีส่วนร่วมในสังคมของรายการสำหรับสตรีในปัจจุบัน จะพบว่า 3 อันดับแรกเป็นเรื่องการท่องเที่ยว บุคคลและวงการบันเทิง และเรื่องอาหารการกิน ซึ่งทั้ง 3 เรื่องนี้เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันในแง่ของมิติการออกไปสู่โลกภายนอกของผู้หญิงคือ การออกไปเที่ยว ไปดูหนังฟังเพลง เป็นการใช้เวลาว่างนอกบ้าน แสดงว่าปัจจุบันผู้ผลิตได้สังเกตเห็นถึงว่ารูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) หรือบริบทของหญิงได้ขยายออกไปยังพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) มากขึ้น และเป็นเรื่องที่ตรงตามความสนใจและวิถีชีวิต (way of life) ของผู้หญิงในปัจจุบัน

จากแนวโน้มเนื้อหารายการเช่นนี้ ชี้ให้เห็นว่าสัมพันธ์กับเนื้อหาการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีในเรื่องการเสริมความงามบุคลิกภายนอกให้ดูดี นอกจากเป็นการให้ข้อมูลเตรียมผู้หญิงดูแลตัวเองให้สวยเพื่อตนเอง เพื่อคนในครอบครัวอย่างสามีและลูกแล้ว ยังเป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้หญิงก้าวไปสู่โลกภายนอกอย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

ในเรื่องอาหารการกินนั้นยังพบจุดที่น่าสนใจว่า แม้รายการผู้หญิงจะเน้นให้ผู้หญิงออกสู่สังคมภายนอกมากขึ้น แต่การนำเสนอเรื่องอาหารการกินสำหรับผู้หญิงยังมีไม่มาก มีเพียง 1 ช่วงของ 1 รายการคือรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง ซึ่งเป็นรายการเดียวที่พยายามส่งเสริมการแบ่งแยกผู้หญิงกับอาหารออกจากพื้นที่ในบ้าน แต่เมื่อเทียบกับข้อมูลเนื้อหาการพัฒนาศตวรรษในระดับตนเองแล้วจะพบว่ารายการผู้หญิงส่วนใหญ่ ได้แก่ รายการศุภรีสบาย รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง หรือแม้แต่รายการเลดีส์ คอร์นเนอร์ ที่มีวัตถุประสงค์ส่งเสริมให้ผู้หญิงทันสมัยนั้น ยังคงส่งเสริมให้ผู้หญิงทำอาหารที่บ้านแบบเดิมๆ อยู่ โดยมีการดัดแปลงจากสูตรเดิมประยุกต์ให้เข้ากับสังคมปัจจุบันมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังเป็นการส่งเสริมบทบาทเดิมในการเป็นแม่บ้านของผู้หญิงอยู่นั่นเอง สะท้อนให้เห็นถึง หน้าที่หลักของผู้หญิงที่ยังต้องให้ความสำคัญกับบทบาทในครอบครัวของตนเองมาก่อน การนำเสนอเนื้อหาในรายการผู้หญิงในปัจจุบัน ทางรายการก็พยายามเสนอทางเลือกให้ผู้หญิงได้ผ่อนคลาย และเติมสีสันในชีวิตให้แก่ผู้หญิงหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจเหล่านั้นนั่นเอง

จากการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับกับโลกภายนอกนี้ไม่ปรากฏเรื่องการเมืองแต่อย่างใด พิจารณาได้ว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการผู้หญิงเป็นเรื่องเบาที่ผู้หญิงสามารถเปิดรับและเข้าใจได้ง่ายมากกว่าประเด็นหนักเช่นการเมืองที่ต้องมีพื้นฐานมาก่อน เมื่อพิจารณากับงานวิจัยในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งก็มีความสอดคล้องกันว่า การเสนอเรื่องโลกภายนอกของสตรี รายการนั้นเป็นเรื่องเบาๆ เกี่ยวกับหัวข้อเรื่อง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยว มิใช่เรื่องที่หนัก เรื่องเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศหรือระดับประเทศ เรื่องกฎหมาย หรือเรื่องสิทธิสตรีก็แทบจะไม่ปรากฏเช่นเดียวกัน ผู้ผลิตและตัวผู้ชมเองอาจมองข้ามเรื่องเหล่านี้และคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัวผู้หญิงแต่ความเป็นจริงแล้ว เรื่องการเมือง เรื่องกฎหมาย และเรื่องสิทธิสตรีเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แก่ผู้หญิงอย่างแท้จริงจึงควรมีการพิจารณาให้หัวข้อเรื่องเหล่านี้มีมากขึ้นกว่าเดิมก็จะเป็นการดียิ่ง

2.4 การสะท้อนภาพลักษณ์สตรีและชนชั้นสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ภาพสะท้อนบทบาทสตรีในภาพลักษณ์เดิม ภาพลักษณ์ผสม และภาพลักษณ์ใหม่ที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน 82 ครั้ง

ลำดับที่ 1 ภาพลักษณ์ใหม่ 70 ครั้ง

ลำดับที่ 2 ภาพลักษณ์ผสม 11 ครั้ง

ลำดับที่ 3 ภาพลักษณ์เดิม 1 ครั้ง

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สตรีที่นำเสนอผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนี้ พบว่า กว่า 80 % ของสตรีที่มาร่วมรายการ เป็นสตรีที่ภาพลักษณ์ใหม่ทั้งสิ้น โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก ได้แก่ สตรีที่มีบทบาทการทำงาน มีการศึกษา และมีความสามารถสูง เป็นที่ยอมรับในสังคม ส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาอาชีพ มาแนะนำหรือให้ข้อมูลในเรื่องในสาขานั้นๆ

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

การที่รายการเสนอภาพผู้หญิงที่มีความสามารถต่างๆ เช่นนี้ แม้ในความเป็นจริงผู้หญิงส่วนมากในสังคมปัจจุบันจะยังไม่อาจจะทิ้งภาพลักษณ์เดิม หรือภาพลักษณ์ผสมไปได้อย่างสิ้นเชิง ผู้หญิงหลายคนยังคงอยู่ในสถานะเช่นนี้ ไม่อาจปฏิเสธหรือผลัดภาระภายในบ้านไปได้ การนำเสนอภาพผู้หญิงภาพลักษณ์ใหม่ในสื่ออาจจะไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงในสังคมปัจจุบันแต่ถือว่ารายการสำหรับผู้หญิงนี้ได้ทำหน้าที่เป็นแบบอย่างให้กับผู้ชมได้ซึมซับรับรู้ และเป็นการกระตุ้นหรือสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้หญิงได้เล็งเห็นศักยภาพและความสามารถของผู้หญิงด้วยกันมากขึ้น เป็นแบบอย่างนำไปสู่การพัฒนาบทบาทที่สร้างสรรค์ของสตรียิ่งขึ้นต่อไป

ภาพสะท้อนชนชั้นสตรี ในชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่างที่ปรากฏในการนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอ 82 ครั้ง

ลำดับที่ 1 สตรีชนชั้นสูง มากที่สุด 54 ครั้ง

ลำดับที่ 2 สตรีชนชั้นกลาง 26 ครั้ง

ลำดับที่ 3 สตรีชนชั้นล่าง 2 ครั้ง

ภาพสตรีชนชั้นสูงปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมากที่สุดสอดคล้องกับการนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของสตรีมากที่สุด บทบาทสตรีภาพลักษณ์ใหม่มักจะถูกนำเสนอควบคู่กับสตรีชนชั้นสูง จะเห็นว่ามีปริมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของการนำเสนอภาพผู้หญิงในรายการทั้งหมด

ภาพผู้หญิงที่ปรากฏในรายการทำให้ได้ข้อสังเกตว่า ประเด็นที่เกี่ยวกับสตรีชนชั้นล่างไม่ได้

รับความสนใจในการนำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปัจจุบัน มีเพียงรายการเพื่อนหญิง พลังหญิงเท่านั้นที่พยายามนำเสนอเรื่องราวชีวิตสะท้อนปัญหาของสตรีชนชั้นกลางที่ต้องทำงานใช้แรงงาน มีรายได้น้อย เมื่อนำมาวิเคราะห์กับลักษณะรายการรูปแบบนิตยสารวาไรตี้และกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหลักของรายการแล้วพบว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์หลักของรายการ ส่วนรายการผู้หญิง รายการอื่น ไม่ได้คำนึงถึงแง่มุมนี้ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชนชั้นสตรี ก็สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่รายการได้กำหนดไว้ คือ สตรีชนชั้นกลาง และเพื่อสร้างความน่าสนใจในรายการ การนำเสนอบทบาทของสตรีชนชั้นสูงจะดึงดูดความสนใจของสตรีกลุ่มชนชั้นรองลงมาได้มากกว่าที่จะเสนอเรื่องของสตรีกลุ่มชนชั้นเดียวกันหรือระดับต่ำกว่า

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตอีกประการหนึ่งว่า สตรีภาพลักษณ์ใหม่อยู่ในระดับชนชั้นสูง มีการเคลื่อนไหวในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมากกว่าสตรีชนชั้นอื่น โดยเป็นผู้แสดงบทบาทนำในการทำกิจกรรมต่างๆ ในรายการสตรีปัจจุบัน ซึ่งเมื่อพิจารณาเนื้อหาหรือกิจกรรมที่รายการกำหนดให้สตรีชนชั้นสูงนำเสนอ นั้น ส่วนใหญ่มีการแฝงการโฆษณาสินค้าต่างๆ ในลักษณะเนื้อหาเชิงพาณิชย์ร่วมด้วยเป็นส่วนใหญ่

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

แนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาในรายการผู้หญิงในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลได้ 2 ลักษณะคือ

1. ผลเสียต่อผู้ชม คือ อาจส่งผลต่อผู้ชมที่อยู่ในกลุ่มผู้ชมชนชั้นกลางที่มีรายได้น้อยและเชื่อถือในข้อมูลที่รายการนำเสนอเกิดการใช้จ่ายที่เกินภาวะความจำเป็นในชีวิตประจำวัน แต่ไม่ได้ผลตามที่ต้องการ หรือคาดหวังไว้

2.ผลเสียต่อรายการ คือ หากเป็นกลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนประจำของรายการถึงเห็นว่าเป็นการโฆษณาแฝงในรายการที่มากเกินไป อาจเกิดความเบื่อหน่าย และลดความเชื่อถือในเนื้อหาของรายการส่วนอื่นลงไปด้วย จนอาจจะเลิกติดตามชมรายการไปได้เพราะเห็นว่าไม่ได้ข้อมูลที่ประโยชน์อย่างแท้จริงนั่นเอง

3.เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่นำเสนอการพัฒนาศาสตร์กับการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของสตรีไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะศึกษาลักษณะรายการ เนื้อหาและแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศาสตร์ที่ปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีแล้วนั้น ยังมีการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่เป็นผู้หญิงทำงานนอกบ้าน และผู้หญิงทำงานที่บ้าน รวมทั้งสิ้น 30 คน ซึ่งได้ติดตามชมรายการเป็นประจำเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 1 ปี เพื่อเจาะลึกถึงการนำเอาความรู้ที่ได้รับจากการชมรายการไปประยุกต์ใช้ ตลอดจนความคิดเห็นต่างๆ ที่มีต่อการพัฒนาศาสตร์ โดยแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 1.คุณลักษณะทางประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์
- 2.การรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี
- 4.การนำข้อมูลที่ได้รับการชมรายการไปใช้ประโยชน์
- 5.ความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

1.คุณลักษณะทางประชากรของผู้ให้สัมภาษณ์

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้หญิงทำงาน และกลุ่มผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้าน ดังนี้

จากข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ชมที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นประจำนั้น หากเป็นกลุ่มผู้หญิงทำงาน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มี

รายได้อยู่ระหว่าง 6,001 – 25,000 บาท ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของรายการ

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

นอกจากลักษณะทางประชากรศาสตร์แล้ว จากการสัมภาษณ์เรื่องต่างๆ ไปเกี่ยวกับกิจกรรม หรือรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life style) แต่ละวันของสตรีกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้ชมที่เป็นแฟนรายการส่วนใหญ่นั้นเป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยมีกิจกรรมในการเข้าสังคม หรือใช้พื้นที่สาธารณะมากนัก แม้จะเป็นผู้หญิงทำงานนอกบ้านก็ตาม แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เรียกได้ว่าไม่ใช่กลุ่มสาวสังคมหรือกลุ่มชนชั้นสูง ดังเช่นภาพผู้หญิงที่ได้รับการนำเสนอผ่านรายการมากที่สุด การติดตามชมรายการจึงเป็นการทดแทนสังคมภายนอกที่ขาดหายไปของผู้หญิงกลุ่มนี้ การติดตามชมเนื้อหาในรายการทำให้ผู้ชมสตรีได้ข้อมูลเพื่อการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม และเรียนรู้ความเป็นไปในสังคม นั่นเอง

2. การรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

ผู้หญิงทำงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการที่เป็นผู้หญิงทำงานพบว่า ผู้หญิงทำงานนอกบ้านมีความสนใจและเลือกรับรู้เนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องที่รองลงมาคือเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย และเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ส่วนในเรื่องโลกภายนอกนั้นผู้หญิงทำงานนั้นสนใจในเรื่องหัวข้อเรื่องที่ผู้หญิงทำงานสนใจเลือกรับรู้มากที่สุดคือ เรื่องข่าวสารความเป็นไปในสังคมเรื่องต่างๆ ทั้ง บุคคลและวงการบันเทิง เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการแพทย์

เมื่อพิจารณาตามความสนใจในการเลือกรับรู้ตามลำดับพบว่า ผู้หญิงทำงานสนใจรับรู้ในเนื้อหาที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 7 หัวข้อเรื่องด้วยกัน เรียงลำดับได้ดังนี้

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

1. เรื่องสุขภาพและความงาม ได้รับความสนใจจากสตรีที่ทำงานนอกบ้านมากที่สุด เนื่องจากเห็นว่า การดูรายการจะทำให้เรียนรู้เรื่องสุขภาพ ความงามได้ดีจากรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นสตรี

2. เรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ ผู้หญิงทำงานมีความสนใจรับรู้ในเรื่องเศรษฐกิจและธุรกิจ เนื่องจากเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญเพื่อจะได้ตามข่าวสารให้ทันความรู้เรื่องเศรษฐกิจมีประโยชน์ควรรู้ไว้เพื่ออาจใช้พัฒนาอาชีพการงานที่ทำอยู่ได้ แม้ว่าในรายการผู้หญิงจะไม่ได้นำเสนอเรื่องเหล่านี้มากแต่จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตทำให้ทราบว่าเมื่อมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเหล่านี้จะได้รับความสนใจสอบถามเพิ่มเติมหลังจากออกอากาศมากพอสมควร แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงที่ชมรายการมีความสนใจเรื่องมิติเศรษฐกิจ

3. เรื่องบุคลิกภาพ และการแต่งกาย ก็เป็นเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญกับผู้หญิงทำงาน เพราะต้องออกสู่สังคม การเตรียมความพร้อมเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวเองก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้หญิงทำงานสนใจจากรายการ

4. เรื่องบุคคลและวงการบันเทิง เป็นเรื่องที่ผู้หญิงทำงานสนใจอยากรับรู้เช่นกัน เพราะเนื้อหาด้านความบันเทิงก็ถือเป็นวัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งในการติดตามชมรายการสำหรับสตรีในเรื่องราวเกี่ยวกับดารา ผู้ที่มีชื่อเสียง รวมถึงผู้หญิงที่อยู่ในวงสังคมชั้นสูง เนื่องจากความสนใจเฉพาะตัวบุคคลซึ่งคนส่วนใหญ่ก็สนใจ และเพื่อนำไปพูดคุยกับผู้อื่นต่อได้

5. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ก็เป็นเรื่องหนึ่งที่ผู้หญิงทำงานก็มีความสนใจอยู่มาก แม้จะเป็นรองหัวข้อเรื่องอื่น แต่สำหรับผู้หญิงแล้วแม้จะเป็นผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านซึ่งเป็นบทบาทที่หนักอยู่แล้วแต่การที่ต้องรับหน้าที่ในส่วนของการบ้านการเรือนก็ยังเป็นเรื่องที่ผู้หญิงทุกคนไม่อาจปฏิเสธได้อยู่แน่นอน

6. เรื่องการแพทย์ ที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอเป็นเรื่องความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ การพบวิธีการรักษาโรควิธีใหม่ๆ การป้องกันโรคต่างๆ ที่รายการมักเชิญแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ มาให้คำแนะนำและความรู้แก่ผู้ชม

7. เรื่องการท่องเที่ยว ผู้หญิงทำงานที่สนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเพราะเนื่องจากการทำงานจำเจเวลาชมรายการที่มีเนื้อหาด้านนี้ก็จะสนใจเพราะเป็นการหลีกเลี่ยงงานที่น่าเบื่อ และได้เห็นภาพวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม

ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านพบว่า ผู้หญิงที่ใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากนั้นมีความสนใจและเลือกรับรู้เนื้อหาในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและความงามมากที่สุด หัวข้อเรื่องที่รองลงมาคือเรื่องการดูแลบ้านและงานครัว ส่วนในเรื่องโลกภายนอกนั้นแม่บ้านและผู้หญิงทำงานที่บ้านสนใจเลือกรับรู้มากที่สุดคือ เรื่องข่าวสารความเป็นไปในสังคมเรื่องต่างๆ ทั้ง บุคคลและวงการบันเทิง และการแพทย์

เมื่อพิจารณาตามความสนใจในการเลือกรับรู้ตามลำดับพบว่า

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

1. เรื่องการดูแลสุขภาพและความงาม แม้ว่าจะไม่มีกิจกรรมที่ต้องออกไปพบปะผู้คนมากเท่าใดนัก แต่เรื่องความสวยความงามและสุขภาพก็เป็นเรื่องที่ผู้หญิงยอมให้มีความสนใจ แม่บ้าน

และผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านสนใจเรื่องสุขภาพและความงามจากรายการผู้หญิงเพราะเป็นสื่อที่รับได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือนั่นเอง

2. เรื่องข่าวสารในสังคมเรื่องบุคคลและวงการบันเทิง ส่วนใหญ่ผู้ชมกลุ่มนี้จะติดตามชมรายการผู้หญิงเพราะชอบเนื้อหาเรื่องความบันเทิงด้วยเช่นกันเรื่องต้องการทราบเรื่องของดาราที่ตนชื่นชอบ เพราะหาโอกาสรับรู้เรื่องราวก็ไม่มากนัก

3. เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว เป็นเรื่องที่ใกล้ตัวกับกลุ่มผู้ชมแม่บ้านและผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านมาก เพราะเป็นสิ่งที่ต้องพบเจออยู่เป็นประจำทุกวัน เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การที่รายการนำเสนอเนื้อหาด้านนี้เป็นเหมือนผู้ช่วยให้แม่บ้านรอบรู้มากขึ้น

4. เรื่องการแพทย์ ผู้ชมรายการที่สนใจเรื่องการแพทย์ มีความเห็นว่ารายการที่ได้เสนอเรื่องการแพทย์เป็นการให้ประโยชน์แก่ผู้ชมอย่างแท้จริง

5. เรื่องการท่องเที่ยว เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้ชมกลุ่มนี้ให้ความสนใจเนื่องจากวิถีชีวิตประจำวันมักไม่ค่อยได้ออกไปเจอโลกกว้างไกล มากนัก การเปิดรับชมรายการที่นำเสนอในเรื่องท่องเที่ยวทำให้รู้สึกเสมือนได้ไปพักผ่อนแล้วส่วนหนึ่ง

สตรีผู้ชมรายการรับรู้ถึงประโยชน์เรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวสตรีมากที่สุด ในเรื่องสุขภาพความงาม เรื่องการดูแลบ้านและงานครัว เรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกาย ฯ ทั้งนี้เนื่องมาจากในการเลือกรับประโยชน์จากเนื้อหาของสตรีทั้งที่เป็นผู้หญิงทำงาน และแม่บ้านหรือทำงานอยู่ที่บ้านนั้น เป็นไปในลักษณะตอบสนองความต้องการ และความสนใจส่วนตัวของสตรีแต่ละคน จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการสตรีเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้รับสารสตรีส่วนใหญ่ไม่สนใจติดตามเนื้อหาของรายการตลอดรายการ โดยจะเลือกติดตามเฉพาะเรื่องที่สัมพันธ์กับสิ่งที่ตนอยากทำเท่านั้น ในบางช่วงที่ตรงกับความสนใจของตนเอง นั่นคือ การเลือกให้ความสนใจ(Selective Attention) ที่ผู้หญิงแต่ละคนจะเลือกรับสารในเรื่องสุขภาพและความงามที่ตนเองสนใจ และสอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตัวเอง ซึ่งผู้ผลิตก็คิดว่าเหมาะสมและเป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้หญิงโดยตรง

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากอาชีพของผู้รับสารจะแตกต่างกัน ลักษณะการประกอบอาชีพผู้หญิงทำงานและผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพอยู่กับบ้านส่งผลให้ บริบททางสังคมของ

ผู้หญิง 2 กลุ่มนี้ยังแตกต่างกันด้วย คือ ความแตกต่างทางสังคม(Social Differentiation) ของผู้รับสาร ทำให้เกิดความแตกต่างในรายละเอียดด้านการรับรู้ในเนื้อหาของรายการต่างกัน คือ ผู้หญิงที่ทำงานอยู่ที่บ้านสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวกับการดูแลบ้านและงานครัวมากกว่าผู้หญิงทำงานนอกบ้าน ซึ่งให้ความสนใจในเรื่องบุคลิกภายนอกมากกว่า ประกอบกับเรื่องเวลาการทำงานของผู้หญิงทำงานหลายคนไม่สามารถทำอาหาร หรืองานครัวต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์ อย่างเช่น อาหารเย็นก็มักใช้บริการอาหารสำเร็จรูปมากกว่าผู้หญิงที่อยู่กับบ้าน ผู้หญิงทำงานจึงไม่ได้ใส่ใจในเนื้อหา ด้านนี้มากนัก

นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องอายุของผู้รับสารมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการด้วย กล่าวคือ ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า สตรีที่มีอายุเกิน 35 ปี มักไม่สนใจในเรื่องความงามและการดูแลบ้านแต่จะสนใจรับรู้เนื้อหาทางด้านการแพทย์ เพื่อให้รู้เรื่องโรคร้ายต่างๆ มากกว่านั่นเอง

สรุปได้ว่าการรับรู้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการของสตรีมีจุดร่วมที่ทำให้ผู้ชมสนใจในเนื้อหานั้น ส่วนหนึ่งนั้นมาจากบทบาท และบริบทสังคม กรอบแนวคิดของผู้หญิงแต่ละคนนั่นเอง

3. การนำข้อมูลที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์

ผู้ชมรายการสตรีมีการนำความรู้ที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์ต่างกัน กล่าวคือ ผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้านนำข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย แต่งหน้า การดูแลความงาม และการออกกำลังกายไปใช้ในชีวิตประจำวัน

สำหรับกลุ่มผู้ชมที่เป็นแม่บ้านมีความสนใจในเรื่องการบ้านการเรือนมากกว่าผู้หญิงทำงาน โดยติดตามชมและยังมีการนำไปใช้ในชีวิตจริง เพราะเป็นสิ่งที่ต้องประสบอยู่เป็นประจำ การที่ได้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับงานบ้านจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีและนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน จะช่วยลดเวลาการทำงานและช่วยให้ผ่านพ้นงานเหล่านี้ไปได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

จากการศึกษาการรับรู้จากเนื้อหาของรายการกับการนำไปใช้ประโยชน์ของสตรี 2 กลุ่มนั้น เป็นไปตามลักษณะความแตกต่างกันของผู้รับสาร (Audience differentiation) บริบททางสังคมในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงแต่ละคน กล่าวคือ ผู้หญิงทำงานนอกบ้านรับรู้ในเรื่องความงามและนำข้อมูลนี้ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันที่ต้องพบปะผู้คนภายนอก จึงมีความสนใจพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองด้วย

แม้ว่าหลายคนจะไม่ได้ทำตามรายการทั้งหมด แต่ก็ได้เลือกใช้ตามที่เหมาะสมกับตนเอง สำหรับแม่บ้านหรือผู้หญิงที่ทำงานที่บ้านรับรู้ในเรื่องความงามมากกว่าเรื่องอื่น แต่มีการนำเรื่องการดูแลบ้าน และงานครัวไปใช้ประโยชน์มากกว่า

สิ่งที่ผู้หญิงทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันคือ ข้อมูลที่ได้จากรายการแล้วไม่ได้นำไปใช้ทางตรงเหมือนเรื่องความงาม และเรื่องงานบ้าน ที่เห็นได้ชัดเจน แต่เป็นข้อมูล ความรู้รอบตัว นั่นก็คือเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ในคลังความรู้เดิมที่มีอยู่ ได้แก่ ความเข้าใจในตนเอง และผู้อื่นมากขึ้น ทำให้ตนเองเป็นผู้สนใจแสวงหาข้อมูลความรู้ต่างๆ มากขึ้น และเสริมสร้างความรู้ในการดำเนินชีวิตได้ดียิ่งขึ้น ผู้ชมได้เรียนรู้เรื่องต่างๆ ในสังคมทั้งใกล้และไกลตัวจากการชมรายการนั่นเอง

4. ความพึงพอใจของสตรีที่มีต่อเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี

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

กลุ่มผู้หญิงทำงานต้องการได้รับข้อมูล ข่าวสาร และคำแนะนำต่างๆ ทั้งด้านการปฏิบัติตัวในการเข้าสังคม การเสริมความงาม การดูแลสุขภาพ และต้องการผ่อนคลายความเครียด เมื่อติดตามชมรายการแล้วพบว่าเนื้อหาในรายการผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความงาม และข้อมูลข่าวสารในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการจะได้รับรู้ จึงทำให้ได้รับรู้เรื่องต่างๆ ที่ต้องการและสิ่งที่เป็นผลพลอยได้ด้วยก็คือ จะได้รับข้อมูลอื่นๆ พร้อมกับความบันเทิงที่รายการนำเสนอด้วยเมื่อเนื้อหาที่ได้เป็นไปตามที่ความคาดหวังไว้ ผู้หญิงทำงานนอกบ้านจึงมีความพอใจในรายการผู้หญิง สำหรับผู้หญิงทำงานบางคนที่ได้รับ ความพึงพอใจจากรายการน้อยนั้น มาจากมีการคาดหวังให้รายการนำเสนอเรื่องงานมากกว่าที่เป็นอยู่ จึงเกิดความรู้สึกว่าเนื้อหารายการไม่

ตอบสนองตรงกับความต้องการมากเท่าที่ควร คือ ไม่ค่อยได้รับรู้เรื่องการทำงานอาชีพ จึงเกิดความไม่พอใจและต้องการให้รายการนำเสนอเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากความคิดในส่วนตัวไม่พอใจนี้เป็นส่วนหนึ่งที่น้อยกว่าความพอใจในส่วนอื่นๆ ที่มากกว่า จึงยังคงติดตามชมรายการเป็นประจำ

ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านนั้นส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเนื้อหาอยู่ในระดับสูง เพราะรายการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการในเรื่องราวความเป็นไปในสังคม เรื่องตารา เรื่องการเสริมสวย เรื่องการท่องเที่ยว ฯ คาดหวังว่ารายการจะนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้อยู่ก่อนแล้ว เมื่อรายการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆ ดังที่ได้ศึกษาในเบื้องต้นนั้นจึงเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านได้อย่างดีเยี่ยม และเกิดการติดตามชมรายการเป็นประจำเสมือนเป็นกิจวัตรประจำวันเลยทีเดียว

นอกจากจะมีความสนใจในเนื้อหาของรายการแล้ว ผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำข้อมูลความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ สอดคล้องกับลักษณะงานอาชีพของตนอีกด้วย ซึ่งปรากฏชัดเจนในผู้รับสารที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่ที่บ้าน เนื่องจากผู้รับสารกลุ่มนี้มีเวลาใช้พื้นที่ในบ้านมาก โอกาสออกไปหาประสบการณ์ความรู้เหล่านี้จากสื่ออื่นๆ เป็นไปได้น้อยกว่าสื่อรายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่ใกล้ตัวเปิดรับได้ง่าย ทำให้มีโอกาสติดตามชมได้อย่างสม่ำเสมอ และใช้เวลาในการชมต่อครั้งมากกว่า 1 ชั่วโมง ทำให้ชมรายการผู้หญิงได้มากขึ้น รับรู้ข้อมูลความรู้ต่างๆ จากรายการได้มาก สื่อโทรทัศน์จึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพวกเธอ เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับการถ่ายทอดจากรายการผ่านพิธีกร (Host) ที่มีความสามารถและมีความเป็นกันเอง เสมือนเป็นที่ปรึกษาที่ได้แนะนำ พูดคุยเรื่องราวต่างๆ กันทุกวันให้แก่ผู้หญิงเหล่านี้ เมื่อเนื้อหาได้นำเสนอเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง และกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ที่สร้างสรรค์ในการดำเนินชีวิตก็นับว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

เรื่องความพึงพอใจในเนื้อหาที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอ นั้น ผู้ชมรายการที่เป็นแม่บ้าน อยู่ที่บ้านมีความพึงพอใจในเนื้อหาที่นำเสนอ แสดงให้เห็นว่าผู้ชมกลุ่มนี้ยอมรับในแนวคิดสตรีนิยมกลุ่ม Domestic Feminism ที่พอใจแล้วกับบทบาทและขอบเขตที่สังคมกำหนดให้ มอบหมายให้ผู้หญิงมีความภาคภูมิใจกับการเล่นบทบาทแม่ และแม่บ้านที่อยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน โดยมองเห็นว่า ความเป็นหญิงนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ ขอบเขตของผู้หญิงนั้นควรอยู่ภายในบ้านหรือถือเอาครอบครัวเป็นศูนย์กลางแห่งชีวิต ส่วนผู้หญิงทำงานก็มีความพอใจกับเนื้อหาด้วย และเห็นว่าผู้หญิงจำเป็นต้องก้าวออกไปสู่โลกภายนอก ยังมีความต้องการให้รายการนำเสนอเรื่อง

กว้างและเป็นประโยชน์แก่พวกเธอในเรื่องการงาน การปรับตัวในการทำงาน ในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ เป็นปัญหาต้องประสบและบางครั้งก็ไม่รู้วิธีหาทางออกอย่างเหมาะสม ต้องการสื่อที่ตอบสนอง ความต้องการได้มากกว่าเพียงจำกัดขอบเขตของผู้หญิงให้อยู่แต่เพียงในบ้าน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรี และการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในเนื้อหาของรายการของผู้รับชมรายการสตรี พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. ความเหมือนความต่างของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี พ.ศ.2537 และปี พ.ศ.2545

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีปี 2537 ของปัญจมา ในหัวข้อเรื่องลักษณะของรายการ ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระดับการพัฒนาศรี บทบาทสตรี ชนชั้นสตรี และระดับการพัฒนาศรีพบว่า

รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537

1. จุดร่วมลักษณะของรายการ คือ

1) ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีชื่อเสียง

2) ผู้ร่วมรายการมักเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง

3) มีการนำเสนอประเด็นที่หลากหลาย

2. ผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีจุดร่วมกัน คือ

1) ผู้หญิงที่มีบุคลิกตรงกับวัตถุประสงค์ของการนำเสนอรายการ

2) ผู้ที่มีความสามารถอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

3) ผู้มีประสบการณ์ในการดำเนินรายการ

3. การนำเสนอเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับระดับการพัฒนาศรี พบว่าทุกรายการต่างก็พยายามสอดแทรกเนื้อหาการพัฒนาศรีในทุกๆระดับ แต่ก็ยังคงมีการเน้นการนำเสนอเนื้อหาในระดับการพัฒนาที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหารายการ

4. การนำเสนอภาพสะท้อนบทบาทสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีพบว่า ทุกรายการมีการนำเสนอสตรีภาพลักษณ์ใหม่มากกว่าสตรีในภาพลักษณ์ผสมและภาพลักษณ์เดิม

5. การนำเสนอชนชั้นสตรีในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีพบว่า มีการนำเสนอกลุ่มสตรีชนชั้นกลางมากที่สุด

6. การนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่เกี่ยวข้องกับระดับการพัฒนาศรีพบว่า

รายการเน้นเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากกว่าระดับตัวเองและระดับครอบครัว

เนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีระดับตนเอง พบว่ามีการนำเสนอประเด็นเรื่องอาชีพและการทำงานและประเด็นเรื่องสุขภาพและความงามมาก ประเด็นในเรื่องสิทธิสตรีและประเด็นการศึกษาได้รับการนำเสนอน้อย

เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัว พบว่ามีการนำเสนอประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด แต่ประเด็นความรุนแรงมีการนำเสนอที่น้อยที่สุด

เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอก พบว่า แม้ว่าการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาระดับโลกภายนอกจะได้รับการนำเสนอมากกว่าเนื้อหาเพื่อพัฒนาระดับตัวเองและครอบครัวก็ตาม แต่ก็มีเพียงบางประเด็นเท่านั้น ประเด็นการเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยียังไม่ได้รับการนำเสนอเพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ของสตรีในประเด็นเหล่านี้มากเท่าที่ควร

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันพบทั้ง ความเหมือนและความต่างกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี พ.ศ. 2537 โดยจะวิเคราะห์ตามหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องดังนี้

ลักษณะรายการ โทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีทั้งลักษณะที่เหมือนและต่างกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในอดีตกล่าวคือ ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีชื่อเสียง มีความสามารถ ผู้ร่วมรายการมักเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงและมีการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นที่หลากหลาย สำหรับความต่างนั้นพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีการสอดแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์หรือโฆษณาแฝงในรายการมากกว่ารายการในปีพ.ศ. 2537 เห็นได้จากชื่อช่วงต่างๆ ในรายการมักจะมีชื่อของสินค้าเป็นส่วนประกอบและเนื้อหาที่เสนอในช่วงนั้นๆ ก็จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้าไม่ทางตรงก็ทางอ้อม

ผู้ดำเนินรายการ พบว่าผู้ที่ทำหน้าที่ผู้ดำเนินรายการรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในอดีตและปัจจุบันนั้นมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันนั่นคือมีบุคลิกที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหารายการ มีความสามารถและมีประสบการณ์ในการดำเนินรายการ และนอกจากนี้ยังพบว่าพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความเป็นกันเองกับผู้ชมรายการมากขึ้นกว่าในอดีต และแสดงบทบาทที่โดดเด่นในการเป็นผู้ชี้แนะ ผู้นำความคิดเสมือนเป็นที่พึ่งของสตรีผู้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของรายการด้วย ทำให้รายการมีทั้งความสนุกสนานและมีความน่าเชื่อถือประกอบกันไป

ภาพสะท้อนบทบาทสตรี พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีการนำเสนอภาพผู้หญิงในภาพลักษณ์ใหม่มากกว่าภาพลักษณ์ผสม และภาพลักษณ์เดิม ไม่ต่างกับรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี พ.ศ. 2537 แม้ว่าจะนำเสนอในช่วงเวลาที่ต่างกัน สตรีที่มีภาพลักษณ์ใหม่นี้เข้ามามีบทบาทในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีสูงขึ้นกว่ารายการในอดีตมาก แสดงถึงความต่อเนื่องทางทิศทางการเสนอภาพลักษณ์ในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีอย่างหนึ่ง เป็นข้อสังเกตว่าการที่รายการต้องการเสนอภาพผู้หญิงให้เป็นผู้นำ เป็นต้นแบบ แบบอย่างที่น่ากว่ากลุ่มเป้าหมายหลักของรายการอาจเป็นเพราะผู้ผลิตเห็นว่าเนื้อหาเกี่ยวกับสตรีภาพลักษณ์ใหม่น่าจะดึงดูดความสนใจให้กับกลุ่ม เป้าหมายหลักของรายการที่เป็นชนชั้นกลางได้ดีกว่าภาพลักษณ์เดิมหรือภาพลักษณ์ผสม

ภาพสะท้อนสตรีภาพลักษณ์ใหม่นั้นได้กลายเป็นภาพแบบฉบับ(role model) ในการนำเสนอภาพของผู้หญิงในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้งในอดีตและปัจจุบันไปแล้ว เนื่องจากใน

ปัจจุบันผู้หญิงได้รับการศึกษาสูงขึ้น มีความสามารถ มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง ฉะนั้นภาพผู้หญิงที่จะนำเสนอจึงต้องเป็นผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ตามที่รายการต้องการส่งเสริม คือ ภาพลักษณ์ผู้หญิงยุคใหม่ ที่ก็ต้องก้าวทันโลก แต่ก็ต้องเป็นแม่บ้านที่มีความรู้ ความสามารถและมั่นใจในตัวเอง ซึ่งการนำเสนอภาพผู้หญิงเหล่านี้มันสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของรายการ

ชนชั้นสตรี พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการนำเสนอกลุ่มสตรีชนชั้นกลางมากที่สุดต่างจากเดิม แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ พบว่ามีปริมาณการนำเสนอภาพของสตรีชนชั้นสูงเพิ่มสูงขึ้นมาก กล่าวคือ จากงานวิจัยในปี 2537 มีการนำเสนอกลุ่มสตรีชนชั้นกลาง 81.34% สตรีชั้นสูง 8.21% แต่ในปี 2545 รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเสนอภาพสตรีชนชั้นกลางลดลงเป็น 31.71% และสตรีชนชั้นสูงเพิ่มขึ้นเป็น 65.85%

แสดงให้เห็นว่าการปรากฏตัวของสตรีชนชั้นสูงนั้นมีอัตราการเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งทำให้การปรากฏตัวของสตรีชนชั้นกลางในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีซึ่งมีไม่มากอยู่แล้วนั้นยิ่งลดปริมาณลง จากข้อสังเกตนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งความรู้ ความบันเทิงหลักของผู้มีรายได้น้อยนั้น กำลังจะถูกกลุ่มสตรีชนชั้นสูงที่ปรากฏในรายการพร้อมกับสินค้าต่างๆ ถ้ายทอดแนวความคิดการบริโภคให้แก่กลุ่มสตรีชนชั้นกลางมากขึ้นทุกที เป็นการลดพื้นที่หรือช่องทางที่กลุ่มสตรีชนชั้นกลางจะได้มีโอกาสแสวงหาข้อมูล ความบันเทิงที่ตอบสนองกับความต้องการเพื่อการพัฒนาความรู้ ความสามารถของตนลงไป

เนื้อหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาสตรี พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความตั้งใจที่จะนำเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับ คือการพัฒนาสตรีระดับตนเอง ระดับครอบครัว และระดับโลกภายนอก แต่มีสัดส่วนไม่เท่ากัน กล่าวคือ ในการศึกษางานวิจัยรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี พ.ศ. 2537 มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีระดับโลกภายนอกมากกว่าระดับระดับตนเอง แต่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองมากกว่าระดับโลกภายนอก และพบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้งในอดีตและปัจจุบันมีการนำเสนอการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวในปริมาณที่น้อยเช่นเดียวกัน

การพัฒนาสตรีระดับตนเอง

เมื่อกล่าวในรายละเอียดของเนื้อหาที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาสตรีนั้นพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปี 2537 เสนอเนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับตนเองในประเด็นเรื่อง

อาชีพ การงาน มากที่สุด และนำเสนอเรื่องสุขภาพ ความงาม เป็นลำดับรองลงมา แตกต่างจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาในการพัฒนาสตรีระดับตนเองจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน ที่นำเสนอเรื่องสุขภาพ ความงาม มากกว่าหัวข้อเรื่องอาชีพการงาน เนื่องจากจากการวิเคราะห์ของปัญจมาว่าในช่วงเวลานั้นสังคมไทยกำลังอยู่ในช่วงการกระแสความตื่นตัวอย่างยิ่งในการที่ผู้หญิงต้องทำงานนอกบ้านและมีบทบาทสำคัญในที่ทำงานมากขึ้น และยังคงเอาใจใส่ในเรื่องการแต่งตัวให้เหมาะกับอาชีพอีกด้วย

เรื่องการป้องกันตนเองมีการนำเสนอน้อยมาก เรื่องการศึกษาและสิทธิสตรีไม่ได้รับการนำเสนอแต่อย่างใด เช่นเดียวกับเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ในปี 2537 ที่ได้มีการศึกษาไว้ เหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดจากปัจจัยทางช่องทางการสื่อสารและผู้ผลิต กล่าวคือ แม้ตัวเนื้อหาสาร(message) จะผลิตขึ้นเพื่อผู้หญิงโดยตรง แต่ด้วยลักษณะช่องทางการสื่อสาร(Channel) ประกอบกับประเด็นสตรีเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนและมีความซับซ้อน ต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้จึงจะสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม จึงต้องได้รับการปรึกษาข้อมูลจากผู้ทำงานด้านนี้จริงๆ และต้องมีการเตรียมพร้อมที่เพียงพอจึงจะสื่อเนื้อหาต่อผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ มิฉะนั้นอาจทำให้เกิดผลในทางลบมากกว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสตรี ประกอบกับวัตถุประสงค์ของรายการรูปแบบว่าไรดีสำหรับผู้หญิงนั้นต้องการส่งเสริมให้ผู้หญิงมีความสบายใจ มองโลกแง่ดี ไม่เครียด จึงใช้วิธีการไม่พูดถึงปัญหาหลักๆ หยิกยกแต่ปัญหาเล็กๆ ของผู้หญิงมา กล่าวถึงแทน

การพัฒนาสตรีระดับครอบครัว

การนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในระดับครอบครัวในปี 2537 มีการนำเสนอน้อยมาก เมื่อเทียบกับการพัฒนาระดับต่างๆ โดยมีการนำเสนอประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด แต่ประเด็นความรุนแรงมีการนำเสนอน้อยที่สุด สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวของรายการผู้หญิงในปัจจุบันที่ไม่เน้นการนำเสนอเรื่องครอบครัว เนื้อหาการพัฒนาสตรีระดับครอบครัวที่มีการนำเสนอไม่มากนักนั้น เมื่อเทียบกันแล้วรายการในปัจจุบันนำเสนอประเด็นนี้น้อยกว่ารายการในปี 2537 ทำให้มองภาพรวมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อผู้หญิงโดยเฉพาะนั้นเสมือนว่าตัดเรื่องครอบครัวในมิติของสามีภรรยาออกไปอย่างสิ้นเชิง ไม่มีการเสนอแนวคิด เสนอแนะเรื่องความสัมพันธ์กันระหว่างหญิงชาย และการใช้ชีวิตคู่ปรากฏในรายการเลย อาจเนื่องมาจากภาพลักษณ์ของรายการแนวนิตยสารว่าไรดีสำหรับผู้หญิง เป็นรายการที่ต้องการให้ผู้หญิงได้รับความรู้ ความบันเทิง ใน

เรื่องต่างๆ ไปเพื่อผ่อนคลายความเครียด เหมือนเป็นโลกส่วนตัวในการแสวงหา หลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงที่ต้องประสบอยู่ มากกว่าที่จะทำการเจาะลึกถึงปัญหาของผู้หญิงต้องประสบและการแก้ไข หรืออีกนัยหนึ่งทางรายการได้วางลักษณะความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยนำเสนอผ่านการพัฒนาตัวเองดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั่นเอง

การพัฒนาศตวรรษที่ 21 ระดับโลกภายนอก

การนำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในระดับโลกภายนอก ในงานวิจัยของปัญจมา ปี 2537 พบว่าหัวข้อเรื่องศิลปะและวัฒนธรรม ได้รับการนำเสนอมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาเกี่ยวกับการแพทย์และคนพิการ เนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และสังคม การเมืองได้รับการนำเสนอมากเป็นอันดับถัดมา ในหัวข้อเรื่องการเกษตร ข้อมูลข่าวสาร มีการนำเสนอเล็กน้อย และไม่มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และคนกลุ่มน้อยเลย อธิบายได้ว่าแม้ว่ารายการสำหรับผู้หญิงจะเปิดโลกทัศน์ภายนอกให้แก่ผู้หญิง แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมเนื้อหาที่กว้างนัก เนื่องจากสังเกตได้จากเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญกลับไม่มีการนำเสนอแต่อย่างใด การนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเพื่อการพัฒนาในระดับโลกภายนอกของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเสนอหัวข้อเรื่องการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องบุคคลและวงการบันเทิง และเรื่องอาหารการกินเป็นอันดับที่ 3

แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาในเรื่องทั่วไปที่ผู้ผลิตนำเสนอมักเป็นเรื่องการให้ข้อมูลที่ทำให้ผู้หญิงทันเหตุการณ์ รอบรู้ความเป็นไปในสังคม คล้ายกับรายการในอดีต และพบความแตกต่างทางด้านข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจเพราะในปัจจุบันรายการผู้หญิงให้ความสำคัญกับความรู้ด้านเศรษฐกิจมากขึ้น แต่ยังคงไม่ปรากฏเรื่องการเมืองแต่อย่างใด พิจารณาได้ว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการผู้หญิงเป็นเรื่องเบาที่ผู้หญิงสามารถเปิดรับและเข้าใจได้ง่ายมากกว่าประเด็นหนักเช่นการเมืองที่ต้องมีพื้นฐานมาก่อน เรื่องกฎหมาย หรือเรื่องสิทธิสตรีก็แทบจะไม่ปรากฏเช่นเดียวกัน ผู้ผลิตและตัวผู้ชมเองอาจมองข้ามเรื่องเหล่านี้และคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัวผู้หญิงแต่ความเป็นจริงแล้ว เรื่องการเมือง เรื่องกฎหมาย และเรื่องสิทธิสตรีเป็นเรื่องที่มีประโยชน์แก่ผู้หญิงอย่างแท้จริง จึงควรมีการพิจารณาให้หัวข้อเรื่องเหล่านี้ให้มากขึ้นกว่าเดิมก็จะเป็นการดียิ่ง

จากการวิเคราะห์ภาพรวมของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีทั้งในอดีตและปัจจุบัน พบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมิได้มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับประเด็นสตรีหรือประเด็นที่เป็นปัญหาสังคมที่พบเห็นกันมากในสังคมไทยปัจจุบันมากเท่าที่ควร และยังพบว่านอกจากจะไม่นำ

เสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในเรื่องที่เป็นปัญหาของผู้หญิงอย่างแท้จริงแล้ว รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันยังเสนอเนื้อหาที่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวเกี่ยวกับตัวผู้หญิงเองไม่ว่าจะเป็นเรื่องสุขภาพ ความงาม การทำอาหารมากขึ้นอีกด้วย กล่าวคือรายการผู้หญิงในปี 2537 มีการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับโลกภายนอกเปิดโลกทัศน์แก่ผู้หญิงในเรื่องที่กว้างไกลมากกว่าเรื่องส่วนตัว และการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับตนเองของผู้หญิงก็เป็นเรื่องอาชีพ การงาน มากกว่าเรื่องสุขภาพความงาม การเปลี่ยนแปลงทางด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ซึ่งมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นผู้หญิงเช่นนี้ทำให้โอกาสในการที่ผู้หญิงจะได้รับการส่งเสริมในเรื่องสิทธิและบทบาทสตรีอย่างแท้จริงนั้นยิ่งลดน้อยลงไปอีกนั่นเอง

จากความสอดคล้องของผลการวิจัย สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาสตรีทั้ง 3 ระดับดังกล่าว นับว่ามีความสำคัญยิ่งสำหรับสตรี ไม่อาจละเลยหรือขาดด้านใดด้านหนึ่งไปได้ สื่อมวลชนจึงได้นำเสนอแนวคิดและประเด็นให้ครอบคลุมทุกด้าน โดยมุ่งเน้นเนื้อหาเพื่อการพัฒนาระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี โดยการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจให้แก่สตรีในการดูแลรักษาสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจ ทักษะการประกอบอาชีพ ในเรื่องการดูแลความงามของสตรี การบ้านการเรือน ตามที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาสตรีระยะยาว (2525-2544) ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานว่ากระบวนการพัฒนาสตรีนั้น จะต้องดำเนินกันทั้งระบบโดยเริ่มด้วยการเปลี่ยนแปลงที่ตัวสตรีเองก่อน โดยพัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพ ตระหนักในคุณค่าและศักดิ์ศรีของตน ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีและศาสตร์ทางสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการเปลี่ยนค่านิยม สร้างคุณธรรมทางเพศและพัฒนาสตรี โดยชุมชนหรือสังคมส่วนรวม ต้องให้การยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแนวความคิดไปสู่ทิศทางเดียวกันด้วย พร้อมทั้งหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องดำเนินงานอย่างประสาน สอดคล้อง และสนับสนุน ซึ่งกันเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาสตรี

แต่เนื่องจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันยังเน้นการนำเสนอในเรื่องการดูแลความงาม การบ้านการเรือน ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะ "หนัก" เช่นในเรื่อง สิทธิ ความเท่าเทียมระหว่างหญิงชาย บทบาทของสตรี เศรษฐกิจ กฎหมาย การเมืองการปกครอง ความรู้และการศึกษา เท่าใดนัก รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันจึงยังเป็นการพัฒนาสตรีเพียงมิติด้านเดียวอยู่นั่นเองไม่นำเสนอเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในเรื่องที่เป็นปัญหาของผู้หญิงอย่างแท้จริงแล้ว การเปลี่ยนแปลงทางด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ซึ่งมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นผู้หญิงเช่นนี้ทำให้โอกาสในการที่ผู้หญิงจะได้รับการส่งเสริมในเรื่องสิทธิและบทบาทสตรีอย่างแท้จริงนั้นยิ่งลดน้อยลงไปอีกนั่นเอง

2. อิทธิพลของธุรกิจที่มีต่อเนื้อหารายการ

การผลิตรายการโทรทัศน์รายการใดรายการหนึ่งสิ่งที่มีอิทธิพล หรือมีความสำคัญยิ่งประการหนึ่งต่อการดำรงอยู่ของรายการก็คือ ผู้อุปถัมภ์รายการหรือสปอนเซอร์ รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีซึ่งมีรากฐานดั้งเดิมมาจาก Soap Opera ที่เป็นละครตอนกลางวันสำหรับแม่บ้าน โดยมีการเสนอขายสิ่งของสินค้าอุปโภค บริโภคคั่นรายการควบคู่กันไป ลักษณะเช่นนี้จึงถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่องด้วยแนวคิดที่มองผู้ชมสตรีเป็นผู้บริโภคนั่นเอง รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีจึงรับการถ่ายทอดลักษณะนี้มาด้วยและไม่อาจแยกจากอิทธิพลของระบบธุรกิจได้อย่างแน่นอน

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการทำให้ทราบว่าเหตุผลที่เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีลักษณะเช่นนี้มาจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน กล่าวคือ ด้วยลักษณะช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนที่สูง โครงสร้างของการผลิตรายการหนึ่งๆ มีองค์ประกอบหลายประการ แต่องค์ประกอบที่สำคัญหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเสนอเนื้อหาเนื้อหาของรายการนั้นคือ

องค์ประกอบทางด้านเงินทุนซึ่งจะมาจากผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งส่วนใหญ่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมักเป็นกลุ่มเป้าหมายการสนับสนุนรายการของสินค้าสำหรับผู้หญิงทั่วไปและแม่บ้านที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทอุปโภค บริโภคภายในครัวเรือน รวมถึงผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม การนำเสนอเนื้อหาบางส่วนของรายการสำหรับผู้หญิงเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์สินค้าที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

จากการศึกษาโฆษณาที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนี้พบว่า นอกจากโฆษณา คั่นรายการ การสนับสนุนรายการแบบการพูดโฆษณาประจำแต่ละช่วง ตอนเริ่มช่วงหรือพูดปิดท้ายช่วง และการสนับสนุนเนื้อหาทั้งช่วงรายการ ซึ่งเจ้าของสินค้าจะเป็นผู้กำหนดให้ผู้ผลิตจัดทำเนื้อหารายการให้สัมพันธ์กับสินค้าของตนโดยตรงแล้ว การนำเสนอเนื้อหารายการยังมีการแฝงโฆษณาในเนื้อหาสาระที่ปรากฏในรายการอยู่มากพอสมควรด้วย โดยส่วนมากปรากฏในช่วงสัมภาษณ์

รายการผู้หญิงในปัจจุบันไม่มีการโฆษณาในลักษณะของการพูดชื่อผลิตภัณฑ์และมอบสินค้านั้นเป็นของกำนัลแก่ผู้ชมรายการเลย แต่จะเป็นการที่พิธีกรพูดชื่อสินค้านั้นเมื่อจบช่วงรายการ เช่น รายการผู้หญิง ผู้หญิง หรือการพูดชื่อ แสดงตัวอย่างสินค้า และให้ผู้ชมส่งจดหมายมาตอบคำถาม เช่น รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง

การแทรกเนื้อหาโฆษณาให้เป็นส่วนหนึ่งในเนื้อหารายการ ยิ่งเนื้อหารายการที่น่าเสนอจัดทำได้น่าสนใจมากเท่าใดผู้ชมจะเกิดความเชื่อได้มากเท่านั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และจดจำของผู้ชมอย่างยิ่ง เมื่อมีการตอกย้ำเนื้อหาเหล่านั้นบ่อยจนเกิดการซึมซับรับรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์นั้น อาจนำไปสู่ผลสำเร็จในการส่งเสริมการขายให้สินค้านั้นยิ่งขึ้นก็เป็นได้ เมื่อเป็นเช่นนี้เจ้าของสินค้าจำนวนมากจึงเลือกใช้ช่องทางนี้ในการโฆษณาสินค้าของตน ประกอบกับไม่มีเกณฑ์ นโยบายป้องกันแทรกแซงเนื้อหาเชิงพาณิชย์ที่จำกัดขอบเขตของการแทรกเนื้อหาเชิงพาณิชย์เท่าที่ควร ส่งผลให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันมีภาพลักษณ์ในการเสนอเนื้อหาเชิงพาณิชย์โดดเด่นกว่าเนื้อหาสาระประโยชน์ที่ไม่ยึดติดกับสินค้าใด การให้ข้อมูลที่จะเป็นการพัฒนาด้านประเด็นสตรี สิทธิสตรีจึงเป็นไปได้ยาก ทำให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันไม่ได้มีการพัฒนาสตรีอย่างแท้จริง

3. แนวคิดของผู้ผลิตต่อการกำหนดเนื้อหาของรายการ

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ แนวคิดของผู้ส่งสารหรือทีมงานผู้ผลิตรายการนั่นเอง จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการพบว่าด้วยเหตุที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีแนวคิดการเสนอเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์ ความบันเทิงสำหรับผู้หญิงยุคปัจจุบันทั้งที่เป็นแม่บ้านและเป็นผู้หญิงทำงานนอกบ้าน รวมถึงกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ บ้าง เช่น ผู้ชายหรือเด็ก ต้องการให้ผู้หญิง ผู้ชายอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคม ไม่เน้นเรื่องการเรียกร้องสิทธิที่เทียม การให้นิยามของผู้หญิงในปัจจุบันว่าเป็น “ผู้หญิงยุคใหม่” ตามทฤษฎีของผู้ผลิตนั้นมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน นั่นคือ มีการศึกษาอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง คือปริญญาตรีขึ้นไป มีหน้าที่การงานที่ดี มีรายได้เลี้ยงตนเองและสามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้อีกด้วย หรือแม้จะเป็นแม่บ้าน ก็จะเป็นแม่บ้านทันสมัยที่มีความรอบรู้ สามารถนำความรู้ ประสบการณ์ที่มีมาประยุกต์ใช้ในการดูแลบ้าน ดูแลครอบครัวอย่างชาญฉลาด

จากทฤษฎีการศึกษาสื่อมวลชนแนวสตรีนิยม(Feminist Media Theory)เรียกได้ว่ามุมมองของผู้ผลิตเช่นนี้เป็นการมองผู้หญิงตามแนวคิดของกลุ่ม Domestic Feminism ที่มีแนวคิดพื้นฐานที่พอใจกับบทบาทและขอบเขตที่สังคมกำหนดให้ชายเป็นใหญ่(Patriarchy) มีความภาคภูมิใจกับบทบาทการเป็นผู้หญิงที่มีสัญชาตญาณของความเป็นแม่ ถือครอบครัวเป็นศูนย์กลางแห่งชีวิต แม่จะมีลักษณะในการพัฒนาให้ผู้หญิงมีความสามารถ มีการเรียนรู้เรื่องต่างๆ เปิดโลกทัศน์เกี่ยวกับโลกภายนอก ส่งเสริมศักยภาพด้านการทำงาน ประกอบอาชีพที่นำมาซึ่งรายได้มากขึ้น ตามแนวคิดของกลุ่ม Liberal Feminism อยู่บ้าง แต่หลักการพื้นฐานก็ต้องไม่ละทิ้งหน้าที่ที่ได้ติดตัว

มาตั้งแต่เกิดของผู้หญิงนั่นคือ การเป็นแม่บ้านนั่นเอง การนำเสนอเนื้อหาเป็นแบบผสมผสานระหว่างสองบทบาท กล่าวคือ ถ้าเป็นผู้หญิงทำงานก็ต้องทำงานบ้านได้โดยไม่บกพร่อง หากเป็นแม่บ้านก็ต้องรอบรู้ มีความทันสมัย ทันกระแส ในโลกภายนอกด้วย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันทำให้พบความแตกต่างในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในอดีตที่สำคัญ นั่นคือ การเสนอเนื้อหาด้านสิทธิ การสะท้อนภาพปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงลดน้อยลงกว่าเดิม เนื้อหาของรายการจึงเป็นไปในลักษณะมิติด้านเดียวที่ส่งเสริมบุคลิก หน้าตาของผู้หญิงแต่ไม่มีการส่งเสริมเรื่องสิทธิ ความเท่าเทียมระหว่างหญิงชาย หรือการสะท้อนปัญหาสังคม ดังเช่นในอดีตมีรายการผู้หญิงยาตราได้นำเสนอ ปัจจุบันรายการผู้หญิงประเภทเสนอปัญหาในเรื่องที่ "หนัก" แทบไม่ปรากฏให้เห็นจะมีบ้างในรายการเพื่อนหญิง พลังหญิง เป็นที่น่าเสียดายว่ารายการโทรทัศน์สำหรับสตรียังถูกมองว่าเรื่องบทบาทสตรี สิทธิสตรี เป็นเรื่องที่หนักเกินกว่าจะปรากฏเป็นประเด็นสำหรับรายการซึ่งมีผู้หญิงเป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

4. ความพึงพอใจของผู้ชมสตรีต่อเนื้อหาของรายการ

จากการศึกษาผู้รับสารสตรีในงานวิจัยครั้งนี้ด้วยทำให้ทราบว่า เหตุผลหนึ่งที่มีส่วนส่งเสริมให้เนื้อหาของรายการมีลักษณะเป็นไปเช่นนี้นั้น ก็มาจากความต้องการของผู้รับสารนั่นเอง จะเห็นได้ว่าผู้รับสารสตรีเองก็มีความพึงพอใจกับเนื้อหาเกี่ยวกับความงามและสุขภาพ การดูแลบ้าน การทำอาหารที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอ จากการสัมภาษณ์ผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันพบว่า ผู้ชมรายการมีความสนใจในเนื้อหาเพื่อการพัฒนาสตรีในระดับตนเองหรือคุณลักษณะส่วนตัวของสตรีมากที่สุด โดยแบ่งประเด็นได้ 2 ประเด็น คือ ผู้หญิงทำงานสนใจเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ความงาม การแต่งกาย บุคลิกลักษณะภายนอก การท่องเที่ยว ส่วนผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่กับบ้าน ให้ความสนใจในเนื้อหาเกี่ยวกับการบ้านการเรือน งานครัวนอกจากจะมีความสนใจในเนื้อหาของรายการแล้ว ผู้ชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีได้นำข้อมูลความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ สอดคล้องกับลักษณะงานอาชีพของตนอีกด้วย ซึ่งปรากฏชัดเจนในผู้รับสารที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานอยู่ที่บ้าน เนื่องจากผู้รับสารกลุ่มนี้มีเวลาใช้พื้นที่ในบ้านมาก ไม่มีโอกาสออกไปหาประสบการณ์ความรู้เหล่านี้จากสื่ออื่นๆ สื่อรายการโทรทัศน์เป็นสื่อที่ใกล้ตัวเปิดรับได้ง่าย ทำให้มีโอกาสติดตามชมได้อย่างสม่ำเสมอ และใช้เวลาในการชมต่อครั้งมากกว่า 1 ชั่วโมง ทำให้ชมรายการผู้หญิงได้มากขึ้น รับรู้ข้อมูลความรู้ต่างๆ จากรายการได้มาก สื่อโทรทัศน์จึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของ

พวกเขา เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับการถ่ายทอดจากรายการผ่านพิธีกร (Host) ที่มีความสามารถและมีความเป็นกันเอง เสมือนเป็นที่ปรึกษาที่ได้แนะนำ พูดคุยเรื่องราวต่างๆ กันทุกวันให้แก่ผู้หญิงเหล่านี้ เมื่อเนื้อหาได้นำเสนอเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง และกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ที่สร้างสรรค์ในการดำเนินชีวิตก็นับว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

เรื่องความพึงพอใจในเนื้อหาที่รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีนำเสนอ นั้น ผู้ชมรายการที่เป็นแม่บ้าน อยู่ที่บ้านมีความพึงพอใจในเนื้อหาที่นำเสนอ ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมที่ติดตามชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเป็นประจำนั้น สิ่งที่กำหนดเป็นเกณฑ์ในการวัดหรือบ่งบอกได้ว่า ผู้ชมได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการหรือไม่นั้น นั่นคือ ความคาดหวังของผู้ชม ซึ่งจะพิจารณาได้จากการที่ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่ารายการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับความคาดหวัง ความต้องการของผู้ชมนั้นเอง จากการศึกษาผู้ชมรายการที่ติดตามชมรายการผู้หญิงเป็นประจำในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่า กลุ่มผู้หญิงที่ชมรายการคาดการณ์ไว้แล้วว่า หากเปิดรับชมรายการ จะได้รับรู้เนื้อหาประเภทใดจึงได้ตัดสินใจเปิดรับชม และเมื่อได้ชมรายการแล้วได้รับเนื้อหาว่าเป็นไปตามความต้องการหรืออยู่ในขอบเขตความสนใจซึ่งเป็นไปตามที่ได้คาดไว้ จึงเกิดความพึงพอใจทำให้เกิดการติดตามชมอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นแฟนรายการ

กลุ่มผู้หญิงทำงานต้องการได้รับข้อมูล ข่าวสาร และคำแนะนำต่างๆ ทั้งด้านการปฏิบัติตัวในการเข้าสังคม การเสริมความงาม การดูแลสุขภาพ และต้องการผ่อนคลายความเครียด เมื่อติดตามชมรายการแล้วพบว่าเนื้อหาในรายการผู้หญิงส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความงาม และข้อมูลข่าวสารในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการจะได้รับรู้ จึงทำให้ได้รับรู้เรื่องต่างๆ ที่ต้องการและสิ่งที่เป็นผลพลอยได้ด้วยก็คือ จะได้รับข้อมูลอื่นๆ พร้อมกับความบันเทิงที่รายการนำเสนอด้วย เมื่อเนื้อหาที่ได้เป็นไปตามที่ความคาดหวังไว้ ผู้หญิงทำงานนอกบ้านจึงมีความพอใจในรายการผู้หญิง สำหรับผู้หญิงทำงานบางคนที่ได้รับความสะดวกจากรายการน้อยนั้น มาจากมีการคาดหวังให้รายการนำเสนอเรื่องการทำงานมากกว่าที่เป็นอยู่ จึงเกิดความรู้สึกว่าเนื้อหารายการไม่ตอบสนองตรงกับความต้องการมากเท่าที่ควร คือ ไม่ค่อยได้รับรู้เรื่องการทำงานอาชีพ จึงเกิดความไม่พอใจและต้องการให้รายการนำเสนอเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากความคิดในส่วนตัวความไม่พอใจนี้เป็นส่วนหนึ่งที่น้อยกว่าความพอใจในส่วนอื่นๆ ที่มากกว่า จึงไม่เลิกติดตามชมรายการยังคงติดตามชมรายการเป็นประจำอยู่ตนเอง

ผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านนั้นส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในเนื้อหา เพราะ

รายการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการในเรื่องราวความเป็นไปในสังคม เรื่องดารา เรื่องการเสริมสวย เรื่องการท่องเที่ยว ฯ คาดหวังว่ารายการจะนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้อยู่ก่อนแล้ว เมื่อรายการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆ ดังที่ได้ศึกษาในเบื้องต้นนั้นจึงเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่เป็นแม่บ้านหรือทำงานที่บ้านได้อย่างดีเยี่ยม และเกิดการติดตามชมรายการเป็นประจำ เสมือนเป็นกิจวัตรประจำวันเลยทีเดียว

แสดงให้เห็นว่าผู้ชมกลุ่มนี้ยอมรับในแนวคิดสตรีนิยมกลุ่ม Domestic Feminism ที่พอใจแล้วกับบทบาทและขอบเขตที่สังคมกำหนดให้ มอบหมายให้ผู้หญิงมีความภาคภูมิใจกับการเล่นบทบาทแม่ และแม่บ้านที่อยู่กับเหย้าผ้ากับเรือน โดยมองเห็นว่า ความเป็นหญิงนั้นเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ ขอบเขตของผู้หญิงนั้นควรอยู่ภายในบ้านหรือถือเอาครอบครัวเป็นศูนย์กลางแห่งชีวิต ส่วนผู้หญิงทำงานก็มีความพอใจกับเนื้อหาด้วยและยังมีความต้องการให้รายการนำเสนอเรื่องที่กว้างและเป็นประโยชน์แก่พวกเธอในเรื่องการงาน การปรับตัว ต้องการสื่อที่ตอบสนองความต้องการได้มากกว่าเพียงจำกัดขอบเขตของผู้หญิงให้อยู่แต่เพียงในบ้าน

จากผลการวิจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับชมรายการนั้นพบว่า สตรีผู้ชมรายการต้องการนำความรู้และข่าวสารที่ได้นั้นมาประยุกต์ใช้กับตนเองได้ หรือนำมาเสริมสร้างให้ตนเองมีบุคลิกภาพ มีความรู้ช่วยในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ สรุปได้ว่าสตรีเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการและความสนใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร ที่เน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร (Katz, 1974) กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ โดยการเลือกชมรายการโทรทัศน์ที่ให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ สนองความพึงพอใจและความสนใจที่เกี่ยวข้องกับตนเองของสตรี ผู้ชมรายการสตรีเลือกชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีเหล่านี้เพราะเห็นว่าเป็นการสื่อสารข้อมูลที่ตรงกับความสนใจของตน เป็นการพูดคุยแบบผู้หญิง ผู้หญิง ในประเด็นที่สร้างสรรค์จรรโลงจิตใจ ความสวยความงาม และเห็นว่าการนำเสนอเรื่องสิทธิสตรีเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวควรเป็นประเด็นสาธารณะที่ไม่น่าจะปรากฏในรายการสำหรับผู้หญิงโดยตรง

เนื้อหาที่นำเสนอเช่นนี้ผู้หญิงที่เป็นแฟนรายการประเภทนี้ยังคงพอใจกับเรื่องราวต่างๆ ที่รายการนำเสนอ ข้อสังเกตประการหนึ่ง คือ การเลือกรับชมรายการมีความสอดคล้องกับความสนใจของผู้รับสารนั้นคือ หากผู้รับสารที่ต้องการรับรู้เรื่องราวที่เกี่ยวกับประเด็นด้านสิทธิสตรี ความ

เท่าเทียมระหว่างหญิงชาย กฎหมายที่เป็นประโยชน์กับผู้หญิง ก็มักจะไม่สนใจเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีประเภทนี้อยู่แล้ว

5. บริบททางสังคมมีส่วนในการกำหนดเนื้อหาของรายการ

เนื่องจากในปัจจุบันสังคมไทยอยู่ในกระแสนโยบายของรัฐบาลที่รณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ มากมาย เพื่อให้ประชาชนสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายให้มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบันเพื่อให้ทันกระแสสังคมขณะนี้ รายการโทรทัศน์ โฆษณา หรือสื่อต่างๆ รวมถึงผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ให้ความสนใจในเรื่องนี้ หลายรายการพยายามนำเสนอในเรื่องการออกกำลังกาย ทั้งเพื่อความงาม และเพื่อสุขภาพที่แข็งแรงยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านข้อมูลหัวข้อเรื่องสุขภาพ ความงามจากปี 2537 มีการนำเสนอเรื่องอาชีพ การงาน มากกว่าเรื่องสุขภาพ ความงาม แต่ปัจจุบันรายการนำเสนอเรื่องสุขภาพ ความงาม ในปริมาณที่มากกว่า

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นความสำคัญของสื่อในสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมข่าวสาร สถาบันสื่อมวลชนมีอิทธิพลและบทบาทสำคัญยิ่งต่อวิถีชีวิตของคนไทย ในการถ่ายทอดและปลูกฝังเจตคติค่านิยมต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกในสังคม โน้มน้าวความคิดเห็นให้เกิดความคล้อยตาม และนำไปสู่การปฏิบัติได้ การเสนอภาพลักษณ์ของสตรีไทยที่ตอกย้ำบทบาทดั้งเดิมและความอ่อนแอทางเพศ โดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ เป็นปัญหาหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า สื่อมวลชนอาจยังไม่มี ความตระหนักและเข้าใจในประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน ความเสมอภาค และการพัฒนาสตรีดีพอ ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความเข้าใจและปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ถูกต้องแก่สื่อมวลชน ส่งเสริมบทบาทของสื่อมวลชนในงานพัฒนาสตรี และสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนสำหรับประเด็นด้านสตรี เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ของสตรีไทยในสังคมยุคใหม่

สื่อมวลชนควรมีความเข้าใจและตระหนักในบทบาทของตนในการช่วยด้านการพัฒนาสตรี กระตุ้นให้สื่อมวลชนยอมรับในบทบาทสมัยใหม่ของสตรีและเปลี่ยนแปลงค่านิยมเดิม เปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างสื่อมวลชนและผู้ทำงานด้านการพัฒนาสตรี และสร้างเครือข่ายการประสานงานร่วมกัน สื่อต้องสร้างทัศนคติที่ถูกต้องให้ผู้หญิง เป็นผู้ให้ข้อคิดข้อมูล เพื่อพัฒนาศักยภาพสตรี สื่อสำหรับผู้หญิง ผู้ผลิตสื่อสำหรับผู้หญิงมักจะติดกับกรอบความคิดเดิม การตอกย้ำในบทบาทเดิม และสตรีผู้รับสารเองก็ควรสร้างความเชื่อมั่นในตัวตนที่มี

อยู่ของตนเอง อย่าติดยึดติดกรอบความคิดเก่า และตอกย้ำในบทบาทเดิม เพื่อพัฒนาบทบาทที่สร้างสรรค์ในมิติต่างๆ ต่อไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. เนื่องจากรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีในปัจจุบัน จัดเป็นรายการที่มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่เป็นแฟนรายการอยู่มาก แต่ก็ยังจัดเป็นรายการที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มอยู่ ความมั่นคงในผังรายการจึงยังไม่เป็นไปตามความต้องการของผู้ผลิตหรือสถานีเท่าที่ควร จึงทำให้รายการสำหรับสตรีหลายรายการได้เลิกผลิตไประหว่างที่ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ รายการสไปซ์ และรายการสบายสไตล์มยุรา ได้หยุดออกอากาศไประยะหนึ่งแต่ได้กลับมาออกอากาศอีกครั้งในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจสภาวะในเรื่องระบบการสนับสนุนรายการที่มีความสำคัญต่อผู้ผลิต จึงจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาในช่วงต่างๆ ตามระบบการสนับสนุนรายการที่มีความสำคัญต่อผู้ผลิตด้วยจึงจำเป็นต้องนำเสนอเนื้อหาในช่วงต่างๆ ตามระบบอุปถัมภ์รายการ แต่ในบางช่วงของรายการ เช่น ช่วงสล็อต ช่วงสัมภาษณ์ อาจมีการแทรกเนื้อหาที่นำความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสตรีอย่างแท้จริงในมิติอื่นๆ ที่กว้างกว่าเดิมบ้าง เช่น เรื่องกฎหมายใกล้ตัวสตรี เรื่องจิตวิทยาการใช้ชีวิต ซึ่งเป็นหัวข้อเรื่องที่สตรีสามารถนำไปใช้ได้จริง
2. จากการศึกษากลุ่มผู้ชมรายการ พบว่า รายการสตรีนั้นก็ยังมีกลุ่มผู้ชมเป็นผู้ชายด้วยเช่นกัน จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาต่อไปว่า ผู้ชายมีความสนใจติดตามชมรายการสำหรับสตรีอย่างไรบ้าง จะทำให้เข้าใจและมองภาพรวมของรายการสำหรับสตรี และกลุ่มผู้ชมรายการได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น